

ประสิทธิผลของข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีผลต่อความสามารถ
ในการแข่งขันและการทำกำไรทางธุรกิจ
THE EFFECTIVENESS OF MANAGERIAL ACCOUNTING
INFORMATION AFFECTING COMPETITIVENESS
AND PROFITABILITY OF BUSINESS

สุภาวดี พิณีจ
SUPAWADEE PHINIT

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บัญชีมหาบัณฑิต คณะบัญชี
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
พ.ศ. 2560
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีปทุม

ประสิทธิผลของข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีผลต่อความสามารถ
ในการแข่งขันและการทำกำไรทางธุรกิจ
THE EFFECTIVENESS OF MANAGERIAL ACCOUNTING
INFORMATION AFFECTING COMPETITIVENESS
AND PROFITABILITY OF BUSINESS

สุภาวดี พิณีจ
SUPAWADEE PHINIT

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บัญชีมหาบัณฑิต คณะบัญชี
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
พ.ศ. 2560
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีปทุม

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ประสิทธิผลของข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีผลต่อ
ความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไรทางธุรกิจ
THE EFFECTIVENESS OF MANAGERIAL
ACCOUNTING INFORMATION AFFECTING
COMPETITIVENESS AND PROFITABILITY OF
BUSINESS

นักศึกษา

ศุภาวดี พิณีจ รหัส 58500359

หลักสูตร

บัญชีมหาบัณฑิต

คณะ

บัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ดร.กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ์

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ สาระพัค)

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิตาภรณ์ สินจรรยาศักดิ์)

.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(ดร.กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ์)

คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต

คณบดีคณะบัญชี

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิตาภรณ์ สินจรรยาศักดิ์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ประสิทธิผลของข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีผลต่อ ความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไรทางธุรกิจ
คำสำคัญ	ข้อมูลการบัญชีบริหาร ความสามารถในการแข่งขัน ความสามารถในการทำกำไร
นักศึกษา	สุภาวดี พิณีจ รหัสน 58500359
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ดร.กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ์
หลักสูตร	บัญชีมหาบัณฑิต
คณะ	บัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม
พ.ศ.	2560

บทคัดย่อ

ในยุคปัจจุบัน เรียกได้ว่าเป็นยุคโลกาภิวัตน์ เกิดการค้าที่เสรีและไร้พรมแดน ทำให้สถานะการแข่งขันทางเศรษฐกิจมีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้นตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันในประเทศหรือระหว่างประเทศ องค์กรจึงต้องเตรียมความพร้อมและปรับตัวเพื่อรองรับทุกสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้น จึงจำเป็นต้องแสวงหาเครื่องมือหรือกลยุทธ์เพื่อนำไปประกอบการพิจารณาการบริหารงาน เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จและมีการเติบโตที่ยั่งยืน ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างรวมกัน แต่สิ่งหนึ่งที่ขาดไม่ได้เลยนั่นคือ ข้อมูลสารสนเทศทางบัญชี โดยเฉพาะข้อมูลการบัญชีบริหาร หากผู้บริหารให้ความสำคัญ ก็จะสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรในหลายๆด้าน เพื่อให้สามารถดำรงอยู่ได้ในทุกสถานการณ์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษาประสิทธิผลของข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไรทางธุรกิจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ยกเว้นบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ระหว่างฟื้นฟูการดำเนินงาน จำนวน 570 บริษัท และบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (MAI) จำนวน 122 บริษัท รวมมีประชากรทั้งสิ้น 692 บริษัท สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า 1) ประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความทันต่อเวลาส่งผลเชิงลบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างและด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน 2) ประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคตและด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานส่งผลเชิงบวกต่อ

ความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างและด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

3) ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจส่งผลเชิงบวกต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ 4) ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบริหารด้านความทันต่อเวลาส่งผลเชิงบวกต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิและด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น 5) ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบริหารด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคตส่งผลเชิงบวกต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้นและด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ 6) ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบริหารด้านเครื่องมือการบริหารเชิงกลยุทธ์ส่งผลเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน 7) ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบริหารด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุนส่งผลเชิงบวกต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

TITLE	THE EFFECTIVENESS OF MANAGERIAL ACCOUNTING INFORMATION AFFECTING COMPETITIVENESS AND PROFITABILITY OF BUSINESS
KEYWORD	MANAGERIAL ACCOUNTING INFORMATION, COMPETITIVENESS, PROFITABILITY
STUDENT	SUPAWADEE PHINIT
ADVISOR	Dr. KANOKSAK SUKWATANASINIT
LEVEL OF STUDY	MASTER OF ACCOUNTANCY
FACULTY	ACCOUNTANCY SRIPATUM UNIVERSITY
YEAR	2017

ABSTRACT

Nowadays, it is known as the era of globalization, free trade and the limitless effects of the state of economic competition, which tends to be more serious, whether domestic or international competition. Therefore, enterprises must prepare and adjust themselves to be able to confront any situation which may occur. Moreover, it is necessary to seek the tools or strategies for consideration of administration to enable enterprises to be successful and sustainably grow, which depends on many factors. One important factor is the accounting information system, especially the managerial accounting information. If the administrators give priority to this, it can be used efficiently and effectively, which impacts the increase of the capacity of the organizations in many ways. In order to be able to outlast in all circumstances, the researcher studied the effectiveness of managerial accounting information which affects the ability of business competition and profitability. In this study, questionnaires were used to collect data from the companies listed on the Stock Exchange of Thailand, except for 570 listed companies which are currently in restoration, and 122 companies listed on MAI. The population in this study were 692 companies. The statistic used to analyze the data was the multiple regression analysis. At a level of significance of 0.05, it was found that 1) the effectiveness of the managerial accounting information on the timeliness resulted in negative effects to the competitiveness on the differentiation and the focus, 2) the effectiveness of the managerial accounting information on the

predictability and the accuracy evaluation resulted in positive effects to the competitiveness on the differentiation and the focus, 3) the effectiveness of the managerial accounting information on the relevance resulted in positive effects to the profitability on the return on assets, 4) the effectiveness of the managerial accounting information on the timeliness resulted in positive effects to the profitability on the net profit margin and the return on equity, 5) the effectiveness of the managerial accounting information on the predictability resulted in positive effects to the profitability on the gross profit margin and the return on assets, 6) the effectiveness of the managerial accounting tools on the strategic managerial accounting tools resulted in positive effects to the competitiveness on the cost leadership, and 7) the effectiveness of the managerial accounting tools on the concept and classification of cost resulted in positive effects to the profitability on the earnings before interest and tax margin.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ดร.กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินินท์ อาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งได้ให้คำปรึกษา คำแนะนำ ชี้แนะแนวทางและ ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ ตลอดจนให้ความช่วยเหลือแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ผู้วิจัยขอกราบ ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม ที่ได้ให้วิชาความรู้ อบรม สั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และขอขอบพระคุณเจ้าของงานวิจัยที่ได้ใช้ในการอ้างอิงใน การทำวิจัยในครั้งนี้ รวมถึงขอบคุณเจ้าหน้าที่ประจำหลักสูตรที่ให้ความช่วยเหลือในการติดต่อ ประสานงานและอำนวยความสะดวกในการจัดทำงานวิจัย

ขอขอบพระคุณผู้บริหาร บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์และสละเวลาให้ ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย

ขอขอบพระคุณทุกคนในครอบครัวที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจในการศึกษา ตลอดจนมา ตลอดจนขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษาที่ได้แลกเปลี่ยนความรู้ ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี จนทำให้การศึกษานี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์จากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดา มารดา ตลอดจนบูรพาจารย์และผู้มีพระคุณที่ให้การอบรมสั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทวิชา ผู้วิจัยหวัง เป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับองค์กร และผู้ที่สนใจทั่วไปได้ไม่มากนักน้อย หากมีข้อผิดพลาดประการ ผู้วิจัยขออภัยไว้ ณ ที่นี้

ศุภาวดี พิณีจ

สิงหาคม 2560

สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	VIII
สารบัญภาพ.....	XI

บทที่

1	บทนำ.....	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
	สมมติฐานการวิจัย.....	4
	ขอบเขตของการวิจัย.....	5
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
	นิยามศัพท์.....	6
2	วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	7
	ความหมายการบริหาร.....	7
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลทางการบัญชีบริหาร.....	8
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเครื่องมือการบริหาร.....	18
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน.....	47
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถในการทำกำไร.....	53
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	59

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
3	ระเบียบวิธีวิจัย.....	74
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	74
	ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	77
	เครื่องมือการวิจัย.....	77
	ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	79
	การรวบรวมข้อมูล.....	81
	วิธีการแปลผลแบบสอบถาม.....	82
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	82
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	83
4	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	84
	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	86
	ข้อมูลทั่วไปของบริษัท.....	88
	วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	91
	ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์.....	108
	ทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ.....	114
	แนวโน้มการใช้เครื่องมือการบัญชีบริหารในอนาคต.....	151
5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	163
	สรุปผลการวิจัย.....	163
	อภิปรายผล.....	174
	ข้อเสนอแนะ.....	184
	บรรณานุกรม.....	185
	ภาคผนวก.....	192
	ประวัติผู้วิจัย.....	208

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 กลุ่มตัวอย่างของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.....	76
2 กลุ่มตัวอย่างของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ.....	76
3 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามการวิจัย.....	80
4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	86
5 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท.....	88
6 ระดับความคิดเห็นด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ.....	92
7 ระดับความคิดเห็นด้านความทันต่อเวลา.....	93
8 ระดับความคิดเห็นด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต.....	93
9 ระดับความคิดเห็นด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน.....	94
10 ระดับความคิดเห็นด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน.....	95
11 ระดับความคิดเห็นด้านการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ และกำไร.....	96
12 ระดับความคิดเห็นด้านระบบต้นทุนฐานกิจกรรม.....	96
13 ระดับความคิดเห็นด้านการวางแผนจากงบประมาณ.....	97
14 ระดับความคิดเห็นด้านการบัญชีตามความรับผิดชอบและ การกำหนดราคาโอน.....	97
15 ระดับความคิดเห็นด้านการวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ.....	98
16 ระดับความคิดเห็นด้านการวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน.....	98
17 ระดับความคิดเห็นด้านเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์.....	99
18 ระดับความคิดเห็นด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน.....	101
19 ระดับความคิดเห็นด้านการสร้างความแตกต่าง.....	102
20 ระดับความคิดเห็นด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน.....	103
21 ระดับความคิดเห็นด้านอัตรากำไรขั้นต้น.....	104
22 ระดับความคิดเห็นด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี.....	105

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
23 ระดับความคิดเห็นด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย.....	105
24 ระดับความคิดเห็นด้านอัตรากำไรสุทธิ.....	106
25 ระดับความคิดเห็นด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์.....	107
26 ระดับความคิดเห็นด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น.....	107
27 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์.....	109
28 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน.....	115
29 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง.....	116
30 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน.....	118
31 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร ส่งผลต่อความสามารถในการ ทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น.....	120
32 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี.....	122
33 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย.....	123
34 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ.....	125
35 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์.....	126
36 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผล ต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น.....	128

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
37 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผล ต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน.....	130
38 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผล ต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง.....	133
39 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อ ความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน.....	135
40 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อ ความสามารถในการทำ กำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น.....	137
41 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผล ต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี.....	140
42 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อ ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย.....	142
43 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผล ต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ.....	145
44 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผล ต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์.....	147
45 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผล ต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น.....	149
46 แสดงแนวโน้มการใช้เครื่องมือการบัญชีบริหารในอนาคต.....	151
47 เปรียบเทียบแนวโน้มการใช้เครื่องมือการบัญชีบริหารในอนาคต.....	155

สารบัญภาพ

ภาพประกอบที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	3
2 ความแตกต่างระหว่างบัญชีการเงินและบัญชีบริหาร.....	9
3 ความสัมพันธ์ของบัญชีการเงิน การบัญชีต้นทุน และบัญชีบริหาร.....	14
4 Porter's Diamond Model.....	51

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบัน เรียกได้ว่า เป็นยุคโลกาภิวัตน์ เกิดการค้าที่เสรีและไร้พรมแดน ทำให้สถานะการแข่งขันทางเศรษฐกิจมีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้นตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันในประเทศหรือระหว่างประเทศ องค์กรจึงต้องเตรียมความพร้อมและปรับตัวเพื่อรองรับทุกสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้น จึงจำเป็นต้องแสวงหาเครื่องมือหรือกลยุทธ์เพื่อนำไปประกอบการพิจารณาการบริหารงาน เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จและมีการเติบโตที่ยั่งยืน ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างรวมกัน แต่สิ่งหนึ่งที่ขาดไม่ได้เลยนั่นคือ ข้อมูลสารสนเทศทางบัญชี โดยเฉพาะข้อมูลการบัญชีบริหาร ดังนั้น ผู้บริหารจึงควรให้ความสำคัญ

เมื่อก้าวถึงข้อมูลทางการบัญชีแล้ว โดยทั่วไปจะนึกถึง ข้อมูลทางการบัญชี (Accounting Information) ที่ได้มาจากการจัดเก็บ การรวบรวม การบันทึกบัญชี ตามหลักการบัญชีที่ถือปฏิบัติทั่วไป แต่ในความเป็นจริงแล้ว ข้อมูลทางการบัญชีไม่ได้มีความหมายแคบแค่นั้น ข้อมูลทางการบัญชีได้มีการปรับปรุงและพัฒนาอยู่ตลอดเวลา จนเกิดข้อมูลทางการบัญชีขึ้นมาใหม่ เรียกว่า “การบัญชีบริหารหรือการบัญชีเพื่อการจัดการ (Managerial Accounting)” ซึ่งทั้งความหมายและประโยชน์ของการบัญชีบริหารจะแตกต่างจากบัญชีทั่วไป คือ ลักษณะของการบัญชีบริหารเป็นวิธีการเสนอข้อมูลทางการบัญชีต่อผู้บริหาร เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจและวางแผนเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ ข้อมูลทางการบัญชีจึงมีความสำคัญมากขึ้น ซึ่งข้อมูลทางการบัญชีในอดีตจะไม่สามารถตอบสนองความต้องการของการบริหารได้ดี จึงทำให้นักบัญชีต้องนำข้อมูลเหล่านั้นมาทำการวิเคราะห์และพยากรณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมต่อการตัดสินใจของผู้บริหาร (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2557, หน้า 2)

ข้อมูลด้านบัญชีบริหารมีบทบาทสำคัญต่อองค์กร การนำข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีคุณภาพมาช่วยสนับสนุนการตัดสินใจ โดยการวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ เพื่อเลือกแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงการจัดเก็บข้อมูล หากมีการจัดเก็บที่เป็นระบบ ทำข้อมูลให้เป็นปัจจุบันก็จะสามารถนำข้อมูลการบัญชีที่มีอยู่มาใช้ได้อย่างทันเวลาด้วยความต้องการ นอกจากนี้ ยังนำข้อมูลในอดีตมาใช้คาดคะเนข้อมูลที่จะเกิดขึ้นในอนาคตเพื่อช่วยในการวางแผน รวมถึงสามารถสะท้อน

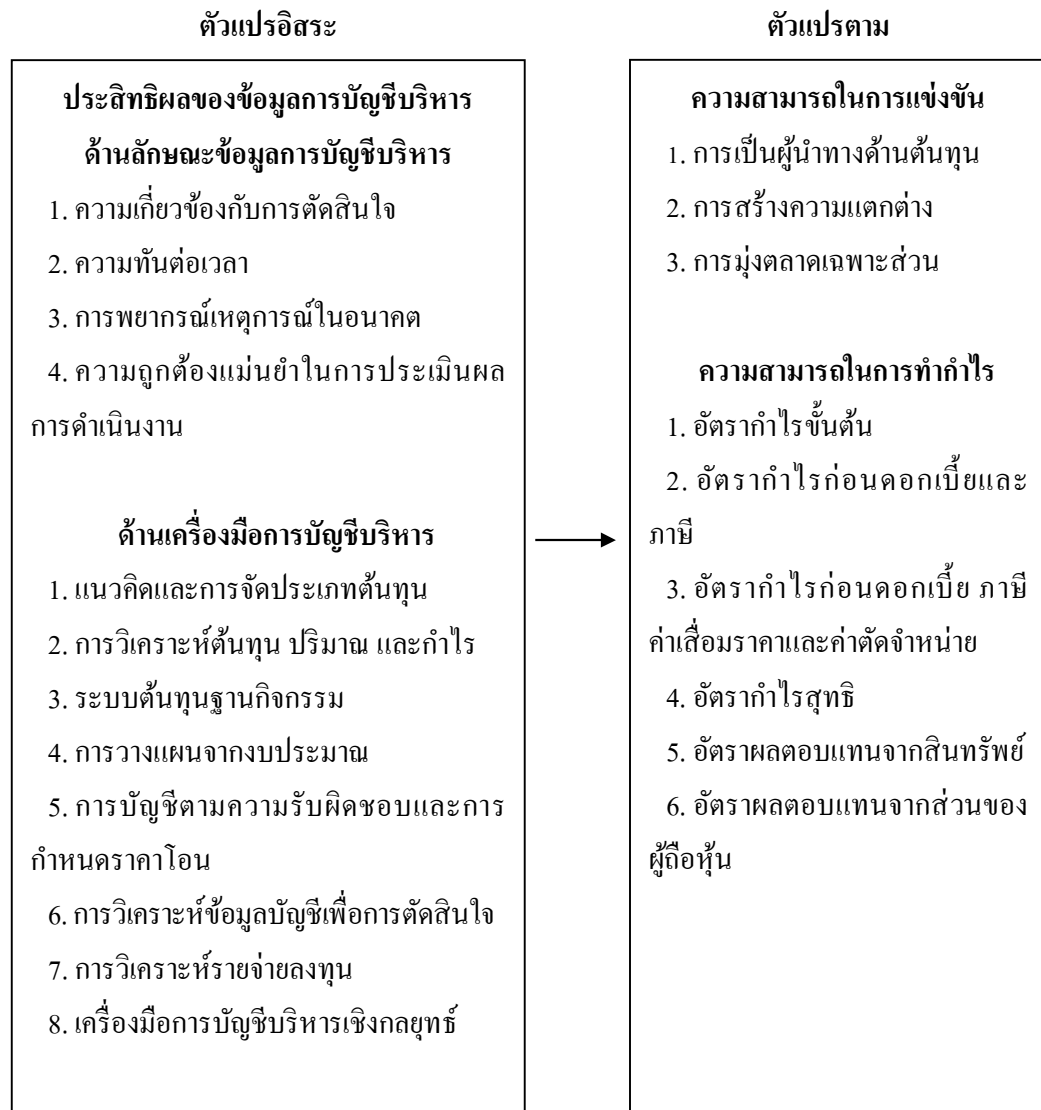
ถึงผลการดำเนินงาน โดยองค์กรจะทราบความแตกต่างระหว่างแผนงานที่วางไว้กับผลการปฏิบัติงานจริง หากกล่าวถึงประโยชน์จากข้อมูลการบัญชีบริหารนั้น มีมากมายหลายแง่มุม หากผู้บริหารให้ความสำคัญ ก็จะสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรในหลายๆ ด้าน เพื่อให้สามารถดำรงอยู่ได้ในทุกสภาวะการณ์ จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสนใจศึกษาประสิทธิผลของข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไรทางธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางให้องค์กรตลอดจนผู้ที่สนใจนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการบริหารงาน รวมถึงให้ความสำคัญกับข้อมูลการบัญชีบริหารมากขึ้น โดยการนำข้อมูลการบัญชีบริหารไปใช้เพื่อเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสามารถในการทำกำไร นำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนและก่อให้เกิดความมั่งคั่งสูงสุดแก่ผู้ถือหุ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร เครื่องมือการบัญชีบริหาร ความสามารถในการแข่งขัน และความสามารถในการทำกำไร
2. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน
3. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไร
4. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน
5. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไร
6. เพื่อศึกษาแนวโน้มการใช้เครื่องมือการบัญชีบริหารในอนาคตของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ
7. เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิผลของข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไรทางธุรกิจของของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยประสิทธิผลของข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไรทางธุรกิจ ได้กำหนดตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variables) ดังนี้



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาประสิทธิผลของข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไรทางธุรกิจ ตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

สมมติฐานข้อที่ 2 ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

สมมติฐานข้อที่ 3 ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

สมมติฐานข้อที่ 4 ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น

สมมติฐานข้อที่ 5 ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

สมมติฐานข้อที่ 6 ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

สมมติฐานข้อที่ 7 ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

สมมติฐานข้อที่ 8 ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรผลตอบแทนจากสินทรัพย์

สมมติฐานข้อที่ 9 ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

สมมติฐานข้อที่ 10 ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

สมมติฐานข้อที่ 11 ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

สมมติฐานข้อที่ 12 ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

สมมติฐานข้อที่ 13 ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น

สมมติฐานข้อที่ 14 ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

สมมติฐานข้อที่ 15 ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

สมมติฐานข้อที่ 16 ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

สมมติฐานข้อที่ 17 ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

สมมติฐานข้อที่ 18 ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ กำหนดขอบเขตของประชากรเป้าหมายครอบคลุมบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ยกเว้นบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ระหว่างฟื้นฟูการดำเนินงาน จำนวน 570 บริษัท และบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (MAI) จำนวน 122 บริษัท (ข้อมูลจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ณ วันที่ 1 มีนาคม 2559) รวมมีประชากรทั้งสิ้น 692 บริษัท

การเลือกตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิเพื่อให้ได้ตัวอย่างที่มีลักษณะกระจาย และครอบคลุมประชากรทุกกลุ่มอุตสาหกรรม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้บริหารสามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และการทำกำไร โดยการประยุกต์ใช้ข้อมูลการบัญชีบริหาร
2. ข้อมูลบัญชีบริหาร เป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการบริหารงานทางธุรกิจ ที่ผู้บริหารสามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน และก่อให้เกิดความมั่งคั่งสูงสุดแก่ผู้ถือหุ้น
3. ช่วยให้ผู้ใช้ข้อมูลการบัญชีบริหารเข้าใจถึงความสำคัญและประโยชน์ของการนำข้อมูลบัญชีบริหารมาประยุกต์ใช้ในการบริหารงาน

นิยามศัพท์

ประสิทธิผล หมายถึง ผลสำเร็จของการใช้ข้อมูลการบัญชีบริหาร เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่มุ่งหวังไว้

การบัญชีบริหาร หมายถึง ระบบบัญชีที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอข้อมูลแก่บุคคลภายในองค์กร เพื่อการวางแผน การตัดสินใจ การควบคุมและการประเมินผลการปฏิบัติงาน ข้อมูลจึงมีความยืดหยุ่นตามความต้องการของผู้ใช้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการ อันจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการใช้ทรัพยากร

ลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร หมายถึง ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลการบัญชีบริหาร ซึ่งจะทำให้การตัดสินใจของผู้บริหารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการบริหารงานได้

เครื่องมือการบัญชีบริหาร หมายถึง ข้อมูลทางการบัญชีที่ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อใช้ในการวางแผน การควบคุม การดำเนินงาน และใช้ประกอบการตัดสินใจเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยอาจแสดงเป็นจำนวนเงินหรือไม่เป็นจำนวนเงินก็ได้

ความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง เกิดขึ้นจากการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ที่ธุรกิจมีขึ้นจากการใช้คน ทุน และทรัพยากรซึ่งทำให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น และทำให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแบบยั่งยืน

ความสามารถในการทำกำไร หมายถึง เป็นการวัดความสามารถในการก่อให้เกิดกำไร ซึ่งเป็นการประเมินผลประกอบการ รวมถึงความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้วย

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การตรวจเอกสารสำหรับการศึกษาประสิทธิผลของข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไรทางธุรกิจ ได้ค้นคว้าจากเอกสารตลอดจนงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ความหมายการบัญชีบริหาร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเครื่องมือการบัญชีบริหาร
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถในการทำกำไร
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายการบัญชีบริหาร

การบัญชีบริหาร (Managerial Accounting) หมายถึง กระบวนการในการระบุ การวัด ผลงาน การสะสมข้อมูล การวิเคราะห์ การจัดเตรียม การตีความ และการติดต่อสื่อสารข้อมูลทางการเงิน ซึ่งฝ่ายบริหารจะใช้ข้อมูลการบัญชีบริหารเพื่อการวางแผน การควบคุม และการประเมินผลภายในกิจการ โดยก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่กิจการ รวมทั้งมีความรับผิดชอบในการบริหารต่อเจ้าของกิจการ จึงสรุปได้ว่า การบัญชีบริหาร คือ การบัญชีเพื่อการวางแผน การควบคุม และการตัดสินใจในกิจกรรมของกิจการ ข้อมูลจึงมีความยืดหยุ่นตามความต้องการของผู้ใช้ มากกว่าที่จะปฏิบัติตามหลักการบัญชีที่รองรับทั่วไป (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2557, หน้า 4)

การบัญชีบริหาร (Managerial Accounting) หมายถึง ระบบบัญชีที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอข้อมูลแก่บุคคลภายในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหาร พนักงาน เพื่อประโยชน์ในการวางแผน การตัดสินใจ การควบคุมและการประเมินผลการปฏิบัติงาน (สมชาย สุภัทรกุล และ มนวิภา ผดุงสิทธิ์, 2556, หน้า 5)

การบัญชีบริหาร (Managerial Accounting) หมายถึง กระบวนการทางบัญชีที่พัฒนาขึ้นมาสำหรับฝ่ายบริหารภายในกิจการ ซึ่งเป็นกระบวนการในการกำหนด การวัดค่า การรวบรวม การวิเคราะห์ การจัดเตรียม การคำนวณ การแสดงในรูปแบบภูมิหรือกราฟ และการสื่อสารข้อมูลที่ช่วยฝ่ายบริหารในการวางแผนการดำเนินงานและการควบคุมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการ อันจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการใช้ทรัพยากร (กชกร เฉลิมกาญจนา, 2552, หน้า 3)

การบัญชีบริหาร (Managerial Accounting) หมายถึง ข้อมูลที่จัดเตรียมไว้สำหรับผู้บริหารเพื่อใช้ในการบริหารองค์กร (Brewer, Garrison & Noreen, 2015, p. 2)

การบัญชีบริหาร (Managerial Accounting) หมายถึง ข้อมูลที่จัดทำขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการบริหารงาน จากการนำข้อมูลผ่านกระบวนการ แล้วออกมาเป็นผลลัพธ์ตามที่ต้องการ เช่น ต้นทุนผลิตภัณฑ์ ต้นทุนลูกค้า งบประมาณ รายงานการปฏิบัติงาน รวมถึงการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล (Hansen & Mowen, 2015, p. 2)

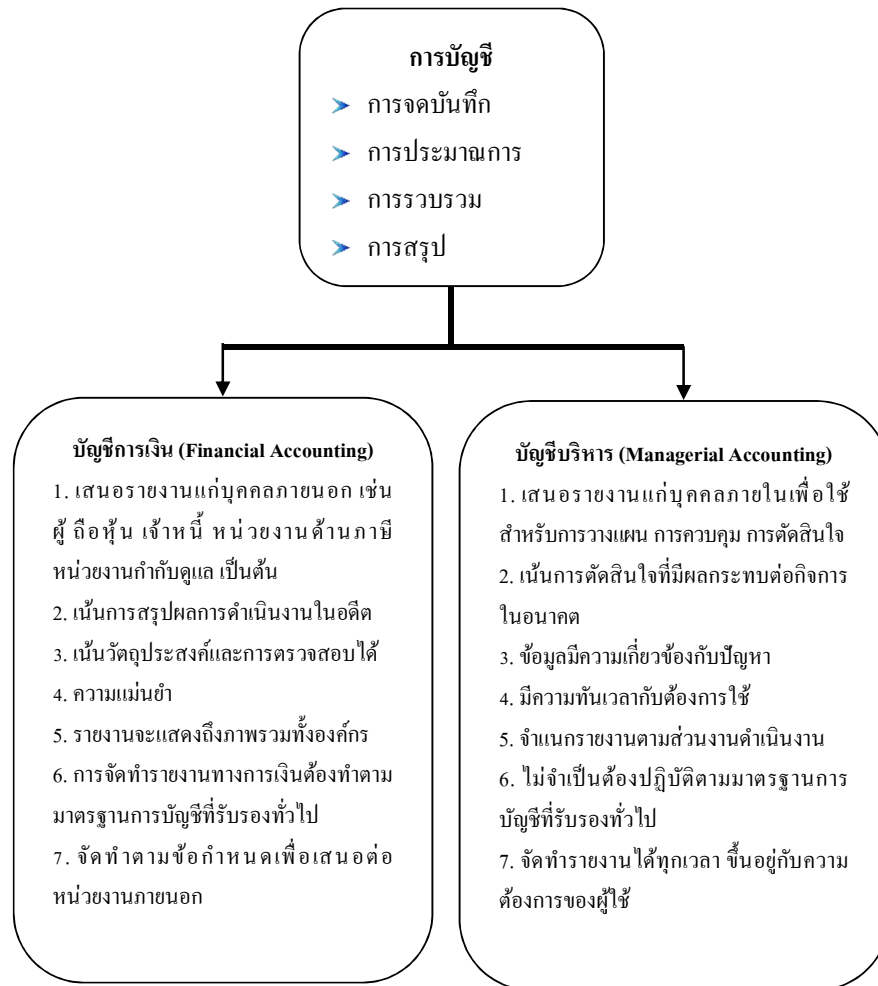
การบัญชีบริหาร (Managerial Accounting) หมายถึง กระบวนการในการระบุนการประมาณการ การวิเคราะห์ การตีความ และเป็นการสื่อสารวัตถุประสงค์ขององค์กร การบัญชีบริหารเป็นส่วนสำคัญในการบริหารการดำเนินงาน และยังมีความสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร (Hilton, 2015, p. 2)

ดังนั้นสรุปได้ว่า การบัญชีบริหาร หมายถึง ข้อมูลที่จัดทำขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการบริหารงาน โดยนำเสนอข้อมูลแก่บุคคลภายใน เพื่อการวางแผน การควบคุม และการตัดสินใจ ในกิจกรรมของกิจการ ข้อมูลจึงมีความยืดหยุ่นตามความต้องการของผู้ใช้ การบัญชีบริหารเป็นส่วนสำคัญในการบริหารการดำเนินงาน และยังมีความสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร

บัญชีการเงินและบัญชีบริหาร

ความแตกต่างพื้นฐานระหว่างการบัญชีการเงินและการบัญชีบริหาร คือ การบัญชีการเงินจะเน้นการนำเสนอข้อมูลต่อบุคคลภายนอก ส่วนการบัญชีบริหารเน้นการนำเสนอข้อมูลต่อบุคคลภายใน จากความแตกต่างในเรื่องผู้ใช้ข้อมูล การบัญชีการเงินจึงเน้นข้อมูลที่เกิดขึ้นในอดีต วัตถุประสงค์และการตรวจสอบ ความแม่นยำ และการปฏิบัติงานของทั้งองค์กร ขณะที่การบัญชีบริหารเน้นการตัดสินใจเกี่ยวกับเหตุการณ์ในอนาคต ความเกี่ยวข้อง ความทันเวลา และการแบ่งแยกส่วนงานดำเนินงาน (Brewer, Garrison & Noreen, 2015, p. 2)



ภาพประกอบที่ 2 แสดงความแตกต่างระหว่างการบัญชีการเงินและการบัญชีบริหาร

ที่มา : สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2557

ลักษณะข้อมูลทางการบัญชี

1. **ข้อมูลทางการบัญชีการเงิน (Financial Accounting Information)** เป็นข้อมูลทางการบัญชีที่จัดทำเพื่อนำเสนอต่อบุคคลภายนอก เช่น เจ้าหนี้ ลูกค้า ผู้ถือหุ้น รัฐบาล เป็นต้น โดยจัดทำตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป ดังนั้น จึงเป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นในอดีต แล้วมีการจัดเก็บรวบรวม ตามหลักฐาน เช่น ใบส่งของ ใบแจ้งหนี้ ใบกำกับสินค้า ใบเสร็จรับเงิน สัญญาต่าง ๆ เป็นต้น

2. **ข้อมูลทางการบัญชีบริหาร (Managerial Accounting Information)** เป็นข้อมูลการบัญชีที่จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการเสนอข้อมูลแก่ผู้บริหารเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ

ดังนั้น จึงไม่มีการกำหนดวิธีการและรูปแบบการนำเสนอที่แน่นอน อีกทั้งไม่จำเป็นต้องทำตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป ในการจัดทำจะคำนึงถึงเฉพาะข้อมูลที่เกี่ยวข้องและจำเป็นต่อความต้องการ ข้อมูลส่วนใหญ่จึงเป็นข้อมูลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต

จากลักษณะและหน้าที่ของการบัญชีบริหาร ก็เปรียบเสมือนตัวเชื่อมระหว่างนักบัญชีและผู้บริหาร นั่นคือ ข้อมูลการบัญชีบริหารเป็นข้อมูลส่วนหนึ่งที่ผู้บริหารใช้ประกอบการตัดสินใจ หากผู้บริหารไม่เข้าใจข้อมูลการบัญชี นักบัญชีก็จะต้องนำข้อมูลนั้นมาวิเคราะห์ สรุป และนำเสนอต่อผู้บริหารเพื่อประกอบการตัดสินใจ (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2557, หน้า 2-3)

ลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร

ข้อมูลการบัญชีเพื่อการจัดการใช้นำเสนอต่อบุคคลภายในองค์กร ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้บริหาร ดังนั้น ข้อมูลทางการบัญชีที่ดีจึงเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้บริหารสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น ด้านการวางแผน ด้านการบริหารการปฏิบัติงาน ด้านการควบคุม ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านการรายงานผลการปฏิบัติงาน รวมถึงการตัดสินใจต่างๆ (เบญจมาศ อภิลิทธิภิญโญ, 2557, หน้า 19-20)

1. ความเกี่ยวข้อง (Relevance) ข้อมูลมีความตรงประเด็นกับสถานการณ์ที่กำลังเผชิญอยู่ ซึ่งสามารถช่วยในการตัดสินใจเลือกดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อแก้ปัญหา ทำให้เกิดการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลตามความต้องการ (เบญจมาศ อภิลิทธิภิญโญ, 2557, หน้า 19-20) สามารถนำมาวิเคราะห์และสรุป เพื่อช่วยในการตัดสินใจ (กชกร เฉลิมกาญจนา, 2552, หน้า 4) นอกจากนี้ ข้อมูลต้องมีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจ สามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปผลเป็นรายงานเพื่อช่วยในการตัดสินใจได้ หรืออาจเรียกว่า ข้อมูลที่มีนัยสำคัญ เช่น หากองค์กรไม่สามารถลดต้นทุนการผลิตได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ ก็จำเป็นต้องมีตัวเลขต้นทุนการผลิตเพื่อวิเคราะห์ในหลายมิติ เช่น ต้นทุนจริงเทียบกับงบประมาณ ต้นทุนแยกตามรายผลิตภัณฑ์ เป็นต้น (คมกฤษ ภาวสุทธิ์นนท์ และสุภาภรณ์ คงสวัสดิ์, 2554, หน้า 128)

2. ความถูกต้องเชื่อถือได้ (Accuracy) ข้อมูลการบัญชีเพื่อการจัดการได้มาจากการประมาณการ ภายใต้การประมาณการนั้น ต้องเป็นไปอย่างเหมาะสม มีเหตุผลหรือสมมติฐานที่เชื่อถือได้ เพราะ หากข้อมูลที่ ได้รับและนำไปใช้ไม่ตรงกับข้อเท็จจริงจะส่งผลให้การตัดสินใจผิดพลาดได้ ส่งผลต่อการบริหารงาน รวมถึงเกิดผลเสียหายต่อองค์กรโดยรวม (คมกฤษ ภาวสุทธิ์นนท์ และสุภาภรณ์ คงสวัสดิ์, 2554, หน้า 128) หากข้อมูลมีความคลาดเคลื่อนจากข้อเท็จจริงอย่างมีสาระสำคัญ จะส่งผลให้การตัดสินใจผิดพลาดตามไปด้วย เช่น การคำนวณระยะเวลาในการผลิตน้อยไป อาจทำให้ผลิตสินค้าไม่ทันตามความต้องการ จึงเป็นการลดโอกาสใน

การขาย (เบญจมาศ อภิสัทธีภิญโญ, 2557, หน้า 19-20) ข้อมูลต้องเกิดจากการวัดมูลค่ารายการอย่าง ถูกต้อง หรือมีการพยากรณ์ได้ใกล้เคียงความจริงที่จะเกิดขึ้นมากที่สุด (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2557, หน้า 7)

3. ความทันเวลา (Timeliness) ปัญหาสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ซึ่งไม่สามารถ คาดการณ์ได้ ดังนั้น การมีข้อมูลที่ทันเวลาต่อความต้องการ จะช่วยให้ผู้บริหารสามารถนำไปใช้ได้ ในทันที (เบญจมาศ อภิสัทธีภิญโญ, 2557, หน้า 19-20) ข้อมูลจึงควรมีความทันสมัยและทันต่อ เหตุการณ์ เพื่อให้เหมาะกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (กชกร เฉลิมกาญจนา, 2552, หน้า 4) ดังนั้น ต้องมีระบบการจัดเก็บที่ดีเพื่อให้พร้อมใช้งาน ได้ตลอดเวลา มีความเป็น ปัจจุบัน (Real Time) อย่างไรก็ตาม หากยังไม่มีข้อมูลที่เป็นปัจจุบันเพียงพอต่อการตัดสินใจ นักบัญชีบริหารอาจจำเป็นต้องใช้หลักเกณฑ์ที่น่าเชื่อถือ สมเหตุสมผล เพื่อประมาณการข้อมูล ขึ้นมาใช้ก่อนได้ (คมกฤษ ภาวสุทธิ์นนท์ และสุภาภรณ์ คงสวัสดิ์, 2554, หน้า 128)

4. ต้นทุนกับประโยชน์สมดุลกัน (The Cost – Benefit Balance) ข้อมูลต่างๆ ต้องมี ต้นทุนในการได้มา ดังนั้น การได้มาซึ่งข้อมูลต้องพิจารณาด้วยว่า ต้นทุนกับประโยชน์ที่คาดว่าจะ ได้รับกลับมาสมดุลกันหรือไม่ (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2557, หน้า 7) เนื่องจากข้อมูลที่ถูกต้อง แม่นยำ อาจต้องใช้วิธีที่ซับซ้อนทำให้ต้องใช้ต้นทุนสูง (เบญจมาศ อภิสัทธีภิญโญ, 2557, หน้า 19-20) ซึ่งอาจไม่คุ้มค่ากับประโยชน์ที่ได้รับเมื่อเทียบกับกรณีที่ข้อมูลมีความถูกต้องพอควร แต่ได้จาก กระบวนการจัดเก็บข้อมูลตามปกติ เช่น แม้ว่าการปันส่วนต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิตตามวิธีต้นทุน ตามฐานกิจกรรม (Activity-Based Costing) จะให้ความแม่นยำมากกว่าวิธีการปันส่วนต้นทุน แบบดั้งเดิมก็ตาม แต่หากกิจการมีสัดส่วนของค่าใช้จ่ายการผลิตต่อต้นทุนรวมในระดับต่ำ ก็จะไม่ คุ้มที่กิจการต้องลงทุนเสียค่าใช้จ่ายในจำนวนที่สูง เพื่อทำให้ตัวเลขค่าใช้จ่ายการผลิตมีความแม่นยำ เพิ่มขึ้นอีกเพียงเล็กน้อย (คมกฤษ ภาวสุทธิ์นนท์ และสุภาภรณ์ คงสวัสดิ์, 2554, หน้า 128)

5. ความกระชับรัดกุมและสามารถเข้าใจได้ง่าย (Conciseness and Understandability) ข้อมูล จะต้องมีความกะทัดรัด ชัดเจน และสมบูรณ์ (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2557, หน้า 7) จัดลำดับ ความสำคัญของข้อมูล สรุปรูปข้อมูลอย่างตรงประเด็น รวมถึงรูปแบบการนำเสนอที่สามารถทำให้ ผู้อ่านเกิดความเข้าใจได้ง่าย (คมกฤษ ภาวสุทธิ์นนท์ และสุภาภรณ์ คงสวัสดิ์, 2554, หน้า 128) ไม่ ควรมีลักษณะรายงานที่ยืดเยื้อ ซับซ้อน ควรสามารถสรุปผลได้ตรงประเด็น (กชกร เฉลิมกาญจนา, 2552, หน้า 4)

ถ้าข้อมูลการบัญชีมีลักษณะตามข้างต้น จะทำให้การตัดสินใจของผู้บริหารเป็นไปอย่างมี ประสิทธิภาพ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการบริหารงานเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ได้ อย่างไรก็ตาม ข้อมูลเหล่านี้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริหารได้อย่างสมบูรณ์ เพราะเป็นเพียงส่วนประกอบหนึ่งเท่านั้น (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2557, หน้า 7)

การบริหารธุรกิจและความต้องการสารสนเทศทางการบัญชีบริหาร

1. มุ่งเน้นเหตุการณ์ในอนาคต การวางแผนเป็นหน้าที่สำคัญของผู้บริหาร ดังนั้น การบัญชีบริหารจึงเน้นการคาดคะเนหรือการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต ซึ่งมีลักษณะตรงกันข้ามกับการบัญชีการเงินที่เน้นการแสดงผลการดำเนินงาน ฐานะการเงิน และการเปลี่ยนแปลงฐานะการเงินขององค์กรในอดีต ข้อมูลในอดีตที่จัดทำขึ้นภายใต้การบัญชีการเงินจะมีคุณสมบัติของการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต (Predictability) แต่นักบัญชีก็ไม่สามารถใช้ข้อมูลที่จัดทำขึ้นจากเหตุการณ์ในอดีตเป็นเครื่องบ่งชี้เหตุการณ์ในอนาคตได้ทั้งหมด เนื่องจากสภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ตัวอย่างเช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ลูกค้า คู่แข่งขัน และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการวางแผนของผู้บริหาร ผู้บริหารจึงต้องใช้ความระมัดระวังและรอบคอบในการพยากรณ์ข้อมูลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต

2. ความเกี่ยวข้องและความยืดหยุ่นของข้อมูล คุณลักษณะเชิงคุณภาพที่สำคัญของข้อมูลทางบัญชีการเงินคือ ต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้องและยุติธรรมหรือถูกต้องตามควร สามารถเข้าใจได้ เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ เชื่อถือได้ และเปรียบเทียบกันได้ โดยเฉพาะความเชื่อถือได้ของข้อมูลจะเน้นไปที่ความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม เนื้อหาสำคัญกว่ารูปแบบ ความเป็นกลาง ความระมัดระวัง และความครบถ้วนเป็นสำคัญ ในทางตรงกันข้าม ข้อมูลการบัญชีบริหารจะเน้นไปที่ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Relevance) ที่มีต่อผู้ใช้ข้อมูลมากกว่าลักษณะเชิงคุณภาพที่มุ่งเน้นความถูกต้องและยุติธรรมหรือความถูกต้องตามควรของข้อมูล การบัญชีบริหารถือว่าข้อมูลมีความเกี่ยวข้องเมื่อสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ตรงประเด็นตามความต้องการและเหมาะสมกับเรื่องที่กำลังพิจารณา ทำให้การตัดสินใจเป็นไปอย่างถูกต้องและเหมาะสม นอกจากนี้ ข้อมูลการบัญชีบริหารควรจะมี ความยืดหยุ่น (Flexibility) เพียงพอที่จะทำให้ข้อมูลต่างๆ มีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในสถานการณ์ต่างๆ

3. เน้นข้อมูลที่ทันเวลามากกว่าความถูกต้องของข้อมูล เนื่องจากองค์กรต่างๆ ต้องมีการตัดสินใจอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น ต้องเตรียมข้อมูลไว้ให้พร้อม เพื่อให้ผู้บริหารได้รับข้อมูลทันเวลา ต่อความต้องการ ในบางครั้งนักบัญชีก็ต้องประมาณการข้อมูลเหล่านั้นโดยใช้หลักการประมาณที่มีความสมเหตุสมผลและน่าเชื่อถือได้ อาจกล่าวได้ว่า ผู้บริหารต้องการข้อมูลที่ทันเวลามากกว่าการรอใช้ข้อมูลที่มีความถูกต้อง 100% และการที่จะได้มาซึ่งข้อมูลที่ถูกต้อง 100% นั้น อาจจำเป็นต้องใช้เวลาและค่าใช้จ่ายสูง การบัญชีบริหารจะให้ความสำคัญด้านความถูกต้องของข้อมูล

น้อยกว่าการบัญชีการเงิน นอกจากนี้ ในระยะหลังการบัญชีบริหารให้ความสำคัญกับข้อมูลที่ไม่เป็นตัวเงิน (Non-Monetary Data) และพยายามที่จะใช้การบัญชีบริหารเป็นเครื่องมือในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคลากรให้มุ่งเข้าสู่การนำกลยุทธ์ไปประยุกต์ใช้มากขึ้น เพราะสภาพการแข่งขันในปัจจุบัน ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการดำเนินงานมากขึ้น ข้อมูลเหล่านี้เริ่มมีความสำคัญต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อความสำเร็จนั้นไม่สามารถอธิบายออกมาเป็นตัวเงินได้

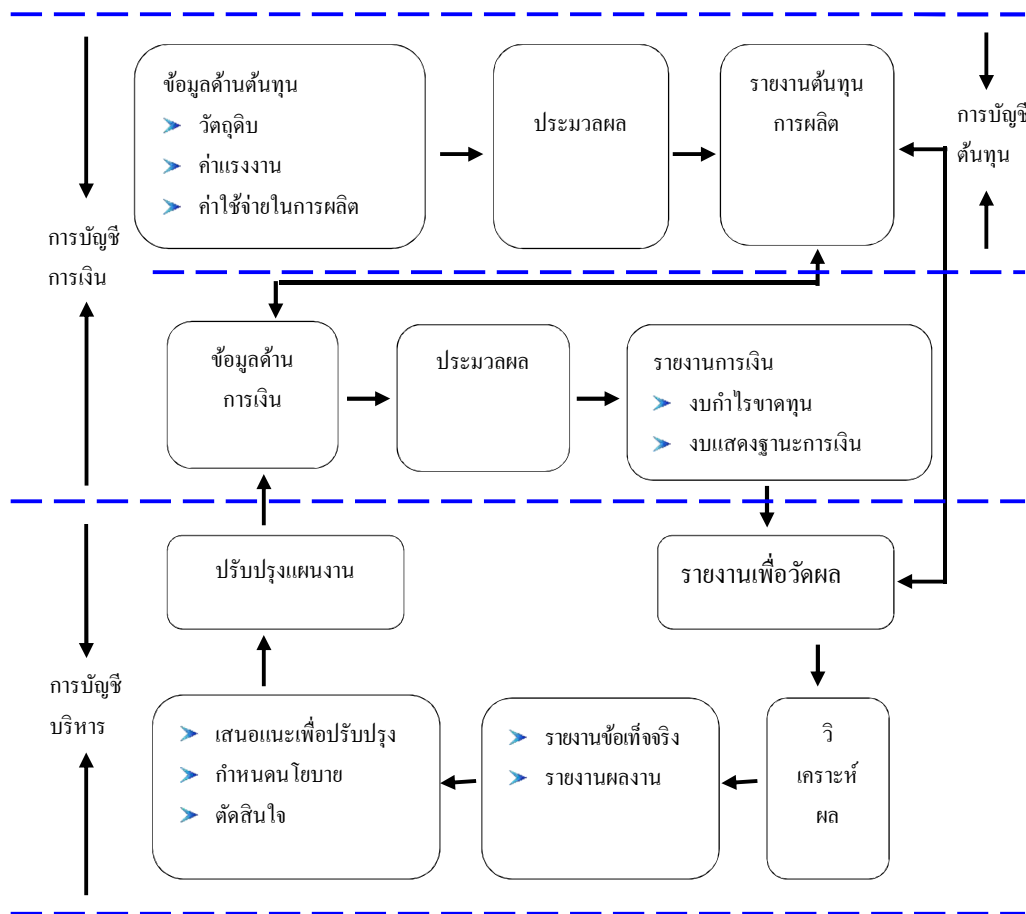
4. การรายงานจำแนกตามส่วนงาน การบัญชีการเงินจะมุ่งเน้นในการรายงานผลการดำเนินงานฐานะการเงิน และการเปลี่ยนแปลงฐานะการเงินขององค์กรในภาพรวมเป็นสำคัญ ซึ่งตรงกันข้ามกับการบัญชีบริหารที่มุ่งเน้นการรายงานจำแนกตามส่วนงาน (Segment Reporting) เป็นสำคัญ คำว่า ส่วนงาน (Segment) อาจหมายถึง กลุ่มหรือสายผลิตภัณฑ์ (Product Lines) ฝ่าย (Divisions) เขตการขาย (Territories) กิจกรรม (Activities) แผนก (Departments) หรือหน่วยงานในลักษณะอื่นๆ ที่ผู้บริหารกำหนดขึ้น อย่างไรก็ตาม ในแง่ของการบัญชีการเงิน กิจกรรมเริ่มมีการจัดทำรายงานจำแนกตามส่วนงานเพื่อนำเสนอต่อบุคคลภายนอก เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดของมาตรฐานการบัญชี ซึ่งกิจการก็ไม่พึงประสงค์ที่จะนำเสนอรายงานแยกตามส่วนงานต่อบุคคลภายนอก เนื่องจากผู้บริหารยังคงยึดติดกับความเชื่อที่ว่า ข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลภายในอาจทำให้เกิดการเสียเปรียบทางการแข่งขันได้

5. การปฏิบัติตามหลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป งบการเงินที่นำเสนอต่อบุคคลภายนอกต้องจัดทำขึ้นตามมาตรฐานการบัญชีที่เป็นที่รับรองทั่วไป เพื่อให้ผู้ใช้เกิดความมั่นใจว่ารายงานทางการเงินที่จัดทำขึ้นนั้นได้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่ระบุไว้ในมาตรฐานการบัญชี ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์เปรียบเทียบ ส่วนการบัญชีบริหารสามารถจัดทำรายงานทางการเงินการบัญชีได้ตามความต้องการ มีเพียงข้อจำกัดเดียวเท่านั้นที่ต้องพิจารณาในการจัดทำรายงานการบัญชีบริหาร คือ ผู้จัดทำรายงานควรจะเปรียบเทียบประโยชน์ที่จะได้รับกับต้นทุนที่ต้องเสียไปในการรวบรวม จัดเก็บ วิเคราะห์ และสรุปข้อมูลดังกล่าว

6. กำหนดเวลาจัดทำและนำเสนอรายงานการเงิน รายงานการบัญชีการเงินต้องจัดทำและนำเสนอต่อบุคคลภายนอกตามระยะเวลาที่กฎหมายกำหนดไว้ ซึ่งตรงกันข้ามกับรายงานการบัญชีบริหารที่ไม่ต้องนำเสนอต่อบุคคลภายนอก และสามารถจัดทำขึ้นเมื่อใดก็ได้ตามความต้องการของผู้ใช้ข้อมูล ดังนั้น กิจการจึงมีอิสระในการจัดทำรายงานทางการเงินการบัญชีได้ตามความต้องการ โดยไม่มีกฎหมายหรือหน่วยงานใดเข้ามาเกี่ยวข้อง (วรศักดิ์ ทูมมานนท์, 2548)

ความสัมพันธ์ของการบัญชีการเงิน การบัญชีต้นทุน และการบัญชีบริหาร

การบัญชีบริหาร คือ กระบวนการทางบัญชีที่มุ่งเน้นการนำข้อมูลทางบัญชีการเงิน และบัญชีต้นทุนมาวิเคราะห์ และแปลความหมายเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการบริหาร ทั้งในด้าน การวางแผน การควบคุม การประเมิน และการวัดผลดำเนินงานของบุคลากร หรือหน่วยงานภายในองค์กร (อนรรักษ์ ทองสุโขวงศ์, 2558)



ภาพประกอบที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ของการบัญชีการเงิน การบัญชีต้นทุน และการบัญชีบริหาร
ที่มา : อนรรักษ์ ทองสุโขวงศ์, 2558

บทบาทของการบัญชีบริหารต่อความสำเร็จขององค์กร

การบัญชีบริหารมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร เพราะช่วยสนับสนุนการบริหารงานในประเด็นดังต่อไปนี้

1. เป็นแหล่งข้อมูลสำหรับการวางแผน โดยจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดการดำเนินงานในอดีต ซึ่งสามารถนำมาใช้ประมาณการข้อมูลที่กำลังจะเกิดในอนาคตได้ ช่วยให้ผู้บริหารนำข้อมูลจากการพยากรณ์ไปใช้ในการวางแผนงานต่างๆ เช่น วางแผนการจัดซื้อ วางแผนเงินสด วางแผนการขาย เป็นต้น โดยนิยมทำในรูปแบบงบประมาณหลัก (Master Budget)

2. เป็นสื่อกลางเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภายในองค์กร โดยใช้แผนงานหรืองบประมาณเป็นสื่อกลาง ทำให้เกิดการประสานงาน มีการดำเนินงานร่วมกัน ซึ่งข้อมูลบัญชีบริหารจะแสดงให้เห็นถึงแผนงานที่กำลังจะเป็นไปได้จากการคาดการณ์ล่วงหน้า มีการกระจายแผนงานภายในองค์กรให้ช่วยกันปฏิบัติตามแผนย่อย เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จในภาพรวม

3. ให้ข้อมูลสนับสนุนความคิดของผู้บริหาร สำหรับการวิเคราะห์ เพื่อเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดสำหรับการแก้ปัญหา ตลอดจนเตรียมแผนงานไว้รองรับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้น

4. สะท้อนถึงผลการดำเนินงานในภาพรวมขององค์กร ทำให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างผลการปฏิบัติงานจริงกับแผนงานที่วางไว้ โดยสามารถวิเคราะห์หาสาเหตุที่ทำให้เกิดความแตกต่าง เพื่อนำไปปรับปรุงการดำเนินงาน ลดผลแตกต่างที่เกิดขึ้น

5. เป็นแหล่งข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ที่แสดงถึงระบบการจัดการข้อมูลของฝ่ายบัญชีและการเงิน ว่ามีความครบถ้วนหรือไม่ เพราะถ้ามีระบบการจัดการข้อมูลที่ดี องค์กรก็จะสามารถนำข้อมูลไปใช้ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ (คมกฤช ภาวศุทธิพนธ์ และสุภาภรณ์ คงสวัสดิ์, 2554, หน้า 127-128)

บทบาทของการบัญชีบริหารและนักบัญชีบริหาร

ในการบริหารงานจำเป็นต้องมีข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจ การตัดสินใจที่เหมาะสมย่อมนำไปสู่ความสำเร็จและความมั่งคั่งของกิจการ การตัดสินใจโดยขาดข้อมูลที่จำเป็นย่อมมีความเสี่ยงในการตัดสินใจผิดพลาด ซึ่งอาจสร้างความเสียหายตามมาได้ ดังนั้น ผู้บริหารจึงควรมีความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ รวมทั้งข้อมูลที่ช่วยประเมินความสำเร็จในการตัดสินใจด้วย

ในอดีต การบัญชีบริหารประกอบด้วยระบบที่ใช้ในการวัดค่าต้นทุน เมื่อกิจการมีการเติบโตและการดำเนินงานที่ซับซ้อนมากขึ้น รวมถึงมีการแข่งขันกันมากขึ้น การบัญชีบริหารจึงได้ขยายขอบเขตที่กว้างขึ้น เพื่อให้ครอบคลุมถึงการวางแผนและการควบคุม กล่าวได้ว่า ข้อมูลการบัญชีบริหารเป็นส่วนหนึ่งสนับสนุนให้การบริหารจัดการของผู้บริหารเป็นไปอย่างมี

ประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล โดยผู้บริหารต้องอาศัยข้อมูลการบัญชีบริหารเพื่อประกอบการตัดสินใจในด้านต่างๆ ดังนี้

1. การวางแผน (Planning) การวางแผนเกี่ยวข้องกับการกำหนดกลยุทธ์ การเลือกวิธีปฏิบัติที่เหมาะสมกับกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ขององค์กร และแนวทางปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในการตัดสินใจอาจมีทางเลือกมากกว่าหนึ่งทางเลือก ซึ่งผู้บริหารสามารถใช้ข้อมูลบัญชีบริหารเพื่อประเมินและเลือกทางที่ดีที่สุด

2. การสั่งการและการจูงใจ (Directing and Motivating) การสั่งการและการจูงใจเกี่ยวข้องกับการกระตุ้นให้บุคลากรในองค์กรนำแผนการที่กำหนดไว้ไปปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ สำหรับการสั่งการนั้น ผู้บริหารต้องมอบหมายงานให้กับพนักงาน แก้ปัญหาข้อขัดแย้ง ตอบคำถาม ซึ่งการสั่งการจะมีการจูงใจเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ข้อมูลการบัญชีบริหารสนับสนุนการสั่งการและการจูงใจของผู้บริหาร เช่น รายงานประจำวันต่างๆ เป็นต้น

3. การควบคุม (Controlling) การควบคุมเกี่ยวข้องกับการติดตามผลการดำเนินงานว่าเป็นไปตามแผนการที่วางไว้หรือไม่ ทำให้สามารถปรับปรุงแผนการได้เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลงไป ข้อมูลการบัญชีบริหารที่สำคัญคือ รายงานผลการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นรายงานที่ให้ข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับผลของการนำแผนการไปปฏิบัติจริง นอกจากนี้ยังสามารถเปรียบเทียบผลที่เกิดขึ้นจริงกับแผนที่วางไว้ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นหรือเพื่อวางแผนในอนาคต

นักบัญชีบริหารนอกจากมีหน้าที่จัดทำรายงานและนำเสนอข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้บริหาร ยังต้องวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีบริหารเพื่อให้ผู้บริหารสามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ นักบัญชีบริหารจึงควรทำความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะธุรกิจ กลยุทธ์ กระบวนการทางธุรกิจ และความเสี่ยง ซึ่งหากมีความเข้าใจแล้วจะส่งผลให้สามารถวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลที่สนับสนุนงานด้านการวางแผน การควบคุม และการตัดสินใจได้อย่างแท้จริง (สมชาย สุภัทรกุล และมนวิภา ผดุงสิทธิ์, 2556, หน้า 20-22)

ข้อควรระวังในการใช้ข้อมูลการบัญชีบริหาร

ในการใช้ข้อมูลการบัญชีบริหาร มักพบปัญหามากมายซึ่งอาจเกิดจากข้อมูล วิธีการนำเสนอข้อมูล และจากปัจจัยภายนอก เช่น การเมือง กฎหมาย ภาวะเศรษฐกิจ เป็นต้น ดังนั้นจึงควรระมัดระวังและพิจารณาอย่างรอบคอบในลักษณะของข้อมูล ดังนี้

1. ความไม่แน่นอนของข้อมูล
2. ความทันสมัยของข้อมูล
3. ความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูลเชิงคุณภาพ
4. ความเกี่ยวข้องของข้อมูล

ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความบกพร่อง และขาดความสมบูรณ์ของข้อมูลการบัญชีบริหารมักเกิดจากปัจจัย ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงในเทคโนโลยีการผลิต (Changing of Production Technology) เมื่อพิจารณากระบวนการผลิต จะพบว่าได้มีการพัฒนาจากการใช้แรงงานคนเป็นหลักมาเป็นระบบที่มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ เช่น คอมพิวเตอร์ เครื่องจักร จึงเป็นเหตุที่ทำให้การบัญชีบริหารไม่สามารถที่จะให้ข้อมูลในการตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง เพราะระบบบัญชีบริหารในปัจจุบันจะใช้ฐานข้อมูลมาจากแนวการผลิตที่ใช้แรงงานเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อนำมาใช้กับระบบการผลิตปัจจุบันจะไม่มี ความเหมาะสม

2. การเปลี่ยนแปลงในลักษณะโครงสร้างธุรกิจ (Changing of Organizational Structure) ลักษณะการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีความซับซ้อนมากกว่าในอดีต ด้วยเหตุนี้ การวัดผลการปฏิบัติงานจึงมีความยุ่งยากมากขึ้น ดังนั้น ข้อมูลการบัญชีบริหารจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้น

3. การเปลี่ยนแปลงในความต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ (Changing of Information Need for Decision Making) การตัดสินใจในปัจจุบันจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องตัดสินใจด้วยเวลาอันจำกัดและรวดเร็ว หลายครั้งที่ข้อมูลการบัญชีมีลักษณะไม่ทันสมัย และล่าช้าต่อการนำไปประกอบการตัดสินใจ ดังนั้น นักบัญชีบริหารจึงควรพัฒนาเพื่อให้สามารถเตรียมข้อมูลให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และพร้อมนำเสนอต่อผู้บริหารเมื่อมีความต้องการข้อมูล

4. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลในองค์กร (Changing of Human Behavior) การที่พฤติกรรมบุคคลเปลี่ยนไป ก็เป็นอีกหนึ่งสาเหตุที่ทำให้ระบบบัญชีบริหารไม่สามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้อง เหมาะสมต่อการตัดสินใจของผู้บริหารได้ เพราะการบัญชีบริหารเน้นรูปแบบการวัดผลการปฏิบัติงานในระยะสั้น แต่ปัจจุบันแนวคิดของบุคคลมักให้ความสำคัญกับการวัดผลการปฏิบัติงานในระยะยาว นักบัญชีบริหารจึงต้องพัฒนาวิธีการบัญชีให้สามารถนำมาใช้วัดการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม

5. การเปลี่ยนแปลงในสภาพเศรษฐกิจ (Changing of Economic) เศรษฐกิจในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงจากอดีตเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นนโยบายเศรษฐกิจ กิจกรรมทางธุรกิจ ค่าเงิน

ดังนั้น ลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารที่ดีและทันสมัยจะต้องพิจารณาถึงสถานะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย

6. การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการศึกษา (Changing of Nature of Education) รูปแบบการศึกษามีส่วนทำให้การบัญชีบริหารไม่มีการพัฒนาและไม่สามารถใช้ได้ดีในปัจจุบัน เพราะรูปแบบการศึกษาการบัญชีบริหารมักจะเหมือนกับการศึกษาในรายวิชาบัญชีอื่นๆ คือ เป็นการศึกษาจากทฤษฎีหรือการถ่ายทอดกันมาจากอดีต ดังนั้น จึงไม่สามารถตอบสนองความต้องการในปัจจุบันได้

7. การขยายตัวของลักษณะการประกอบธุรกิจ (Type of Business) วิธีการส่วนใหญ่ของระบบการบัญชีบริหารจะเน้นไปในเรื่องการตัดสินใจของธุรกิจประเภทการผลิต แต่ในปัจจุบันมีธุรกิจต่างๆ เกิดขึ้นมากมาย ข้อมูลการบัญชีบริหารก็ควรนำไปใช้ได้ในทุกๆ ประเภทธุรกิจ ซึ่งการเน้นที่ธุรกิจผลิต ทำให้ข้อมูลการบัญชีบริหารถูกมองว่าแคบเกินไป

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วมาก การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจึงเป็นไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้น การตัดสินใจของผู้บริหารจึงต้องการความรวดเร็วและทันต่อความต้องการมากขึ้น หากนักบัญชีบริหารยังไม่ปรับตัวและเข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลการบัญชีบริหารให้เป็นที่น่าเชื่อถือ รวดเร็ว ทันต่อความต้องการ ข้อมูลการบัญชีบริหารก็จะไม่มีความสำคัญเลย (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2557, หน้า 11-13)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเครื่องมือการบัญชีบริหาร

การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีเปิดโอกาสให้องค์กรมีการผลิตสินค้าและให้บริการใหม่ๆ ด้วยวิธีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในยุคของการแข่งขันโลกาภิวัตน์ (Globalization) องค์กรต้องให้ความสนใจลูกค้ามากเป็นพิเศษ เนื่องจากความต้องการของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพราะฉะนั้น องค์กรและระบบการบริหารจัดการที่ใช้อยู่จึงต้องปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม การจัดลำดับความสำคัญเชิงกลยุทธ์ รวมทั้งการใช้ข้อมูลบัญชีบริหาร (Chenhall & Langfield-Smith, 1998, pp.243-264 อ้างถึงใน สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 61) ที่ถือว่ามีความสำคัญต่อการวัดความสำเร็จของกลยุทธ์การผลิต

แนวโน้มในปัจจุบันของการบัญชีต้นทุนและการบัญชีบริหาร

ในอดีตการดำเนินงานภายในบริษัทไม่ซับซ้อน การบัญชีต้นทุนจึงเน้นการให้ข้อมูลต้นทุนสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์ด้านภาษีและการบัญชีการเงิน ต่อมาในปี ค.ศ.1987 และ 1988 มีการตีพิมพ์หนังสือ 2 เล่ม ที่แสดงถึงจุดเปลี่ยนสำหรับการบัญชีต้นทุนและการบัญชีบริหาร คือ หนังสือ “Relevance Lost : The Rise and Fall of Management Accounting” ของ Thomas Johnson และ Robert S. Kaplan และหนังสือ “Cost Management for Today’s Advanced Manufacturing” ซึ่งมี Callie Berliner และ James A. Brimson เป็นบรรณาธิการ หนังสือทั้งสอง 2 เล่มนี้ ได้เสนอให้มีการเปลี่ยนแปลงระบบบัญชีที่ใช้ภายในองค์กร โดยกล่าวถึงแนวคิดของการจัดการต้นทุน การบริหารกิจกรรม และการบริหารการลงทุน ซึ่งได้กลายมาเป็นส่วนประกอบสำคัญของการบัญชีบริหาร (สมชาย สุภัทรกุล และมนวิภา ผดุงสิทธิ์, 2556, หน้า 22)

แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน

ระบบการบันทึกต้นทุนสินค้าแบ่งเป็น 3 ระบบ ดังนี้ (นาคยา ตรีรัตน์คิลกุล, 2550, หน้า 1-28)

1. ระบบต้นทุนจริง (Actual Cost System) หมายถึง ระบบการบันทึกต้นทุนที่เกิดขึ้นจริง เป็นข้อมูลต้นทุนที่เกิดขึ้นในอดีต ไม่ว่าจะเป็นต้นทุนวัตถุดิบทางตรงที่เบิกใช้จริง ต้นทุนค่าแรงงานที่เกิดขึ้นจริง และค่าใช้จ่ายการผลิตที่เกิดขึ้นจริง การจะรวบรวมต้นทุนทั้งหมดที่เกิดขึ้นจะรวบรวมในวันสิ้นงวดบัญชี ข้อดีของการบันทึกต้นทุนจริงคือ สามารถรวบรวมต้นทุนทั้งหมดที่เกิดขึ้นได้อย่างถูกต้อง ส่วนข้อจำกัดคือ ต้นทุนจริงอาจไม่ทันเวลาต่อการตัดสินใจของฝ่ายบริหาร

2. ระบบต้นทุนปกติ (Normal Cost System) หมายถึง การบันทึกต้นทุนวัตถุดิบทางตรงและค่าแรงงานทางตรงที่เกิดขึ้นจริง ส่วนค่าใช้จ่ายการผลิตจะมีการประมาณขึ้นล่วงหน้าเพื่อคิดเข้าเป็นต้นทุนการผลิต โดยมีการกำหนดอัตราค่าใช้จ่ายการผลิตขึ้นล่วงหน้า เพื่อคำนวณเป็นต้นทุนสินค้า ส่วนใหญ่จะใช้กับระบบการผลิตสินค้าตามคำสั่งของลูกค้า วิธีนี้ช่วยให้การประมาณการต้นทุนทำได้อย่างรวดเร็วก่อนที่จะผลิตสินค้าสำเร็จรูป เพื่อสะดวกในการกำหนดราคาขายโดยไม่ต้องรอค่าใช้จ่ายการผลิตจริง ซึ่งต้องใช้เวลาในการรวบรวมต้นทุนที่เกิดขึ้นได้อย่างครบถ้วนในวันสิ้นงวด ระบบนี้เป็นการประมาณการค่าใช้จ่ายในการผลิตขึ้นล่วงหน้า ต้นทุนที่ประมาณการอาจไม่ถูกต้อง จึงทำให้ต้องมีการปรับปรุงผลต่างค่าใช้จ่ายการผลิตในวันสิ้นงวด

3. ระบบต้นทุนมาตรฐาน (Standard Cost System) หมายถึง การกำหนดต้นทุนไว้ล่วงหน้าอย่างมีหลักเกณฑ์ภายใต้การผลิตที่มีประสิทธิภาพ ต้นทุนมาตรฐานเป็นต้นทุนที่ไม่ได้เกิดขึ้นจริง แต่ได้ประมาณการว่าจะเกิดขึ้นถ้าดำเนินการตามแผนงานที่ได้วางไว้ ทำให้สะดวกในการคำนวณต้นทุนและบันทึกการเกี่ยวกับต้นทุน เพราะสามารถคำนวณต้นทุนได้ทันที

นอกจากนี้ ระบบต้นทุนมาตรฐานที่กำหนดขึ้นยังนำมาใช้วางแผน ควบคุมการปฏิบัติงาน โดยการวิเคราะห์ผลแตกต่างจากการปฏิบัติงานจริงกับมาตรฐาน เพื่อใช้ในการปรับปรุง แก้ไข ควบคุมการปฏิบัติงาน ให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้และยังใช้ข้อมูลต้นทุนเพื่อวัดประสิทธิภาพและประเมินผลการดำเนินงานภายในกิจการอีกด้วย ระบบนี้จะช่วยแก้ปัญหาระบบต้นทุนจริง

ส่วนประกอบของต้นทุนในการคิดต้นทุนผลิตภัณฑ์

การคิดต้นทุนผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากส่วนประกอบของต้นทุน แบ่งเป็น 2 วิธี

1. วิธีการบัญชีต้นทุนรวม (Full Costing) หรือต้นทุนคิดเข้างาน (Absorption Costing) จะคำนวณต้นทุนการผลิตทั้งหมดที่เกิดขึ้นเป็นต้นทุนผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย ต้นทุนวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง ค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปร และค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ไม่เหมาะต่อการนำไปใช้สำหรับการวางแผน การควบคุมและการตัดสินใจของฝ่ายบริหาร เนื่องจากต้นทุนผลิตภัณฑ์มีทั้งต้นทุนผันแปรและคงที่รวมกันอยู่ ทำให้ไม่สะดวกต่อการวิเคราะห์ข้อมูล (นาคยา ตริรัตน์ดิลกกุล, 2550, หน้า 1-29) ซึ่งค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่นี้จะคงคิอยู่ในตัวของสินค้าคงเหลือจนกว่าจะถูกขายออกไป จึงจะถือเป็นต้นทุนสินค้าที่ขายและกระทบต่อผลการดำเนินงาน (วันชัย ประเสริฐศรี, 2553, หน้า 6-11)

2. วิธีการบัญชีต้นทุนผันแปร (Variable Costing) หรือต้นทุนทางตรง (Direct Costing) จะคำนวณเฉพาะต้นทุนการผลิตผันแปรเป็นต้นทุนผลิตภัณฑ์เท่านั้น ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่ถือเป็นต้นทุนจวดเวลา โดยจะตัดเป็นค่าใช้จ่ายทันทีในงวดที่เกิดขึ้น (วันชัย ประเสริฐศรี, 2553, หน้า 6-11) โดยไม่นำมาคำนวณเป็นต้นทุนผลิตภัณฑ์ เพราะถือว่าเป็นค่าใช้จ่ายที่ต้องเกิดขึ้นอยู่แล้ว ไม่ว่าจะผลิตปริมาณเท่าใดก็ตาม จึงแยกข้อมูลต้นทุนผันแปร และคงที่ออกจากกัน เพื่อสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูลของฝ่ายบริหาร (นาคยา ตริรัตน์ดิลกกุล, 2550, หน้า 1-30)

วงจรชีวิตต้นทุน (Life-Cycle Costing)

วงจรชีวิตต้นทุน (Life-Cycle Costing) เป็นแนวคิดในการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับการดำเนินงานในระยะยาว โดยจะนำต้นทุนตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์มาคิดเป็นต้นทุนของผลิตภัณฑ์ เหมาะสำหรับการกำหนดราคาขายและการวัดประสิทธิภาพการทำการใดในระยะยาว แนวคิดนี้จึงถือว่าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้นั้นประกอบไปด้วยต้นทุนที่สำคัญ 3 ส่วน ดังนี้

1. ต้นทุนก่อนการผลิต (Upstream Costs) เป็นต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนา และต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสินค้า

2. ต้นทุนการผลิต (Manufacturing Costs) เป็นต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรงงานและค่าใช้จ่ายในการผลิต

3. ต้นทุนหลังการผลิต (Downstream Costs) เป็นต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้า (Simões, Costa Pinto, Simoes & Bernardo, 2013, pp. 1734-1746 อ้างถึงใน สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 64)

วงจรชีวิตต้นทุนในที่นี้จะกล่าวถึง 2 มุมมอง ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจด้านราคา มุมมองที่หนึ่ง คือ ด้านวงจรชีวิตต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle Cost) ในแต่ละช่วงวงจรชีวิตจะมีลักษณะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับประเภทของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ผลิตภัณฑ์ที่ลอกเลียนแบบยากจะมีวงจรชีวิตที่ยาวนานกว่าผลิตภัณฑ์ที่ลอกเลียนแบบได้ง่าย และผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปตามคุณสมบัติของแบบที่กำหนดไว้และมีคุณภาพสูงตามที่ลูกค้าคาดหวัง มักจะทำให้มีวงจรชีวิตต้นทุนที่ดีกว่า เช่น ต้นทุนวิจัยและพัฒนา ต้นทุนการออกแบบผลิตภัณฑ์ ต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาด ต้นทุนการจัดจำหน่าย และต้นทุนการบริการลูกค้า เป็นต้น มุมมองที่สอง คือ ด้านวงจรชีวิตลูกค้า (Customer Life Cycle Cost) ลูกค้า คือ จุลรวมของความสำเร็จขององค์กร เงินที่ลูกค้าจ่ายซื้อผลิตภัณฑ์ ความพยายามที่ใช้ไปในการซื้อและการเรียนรู้ใช้ผลิตภัณฑ์ รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ที่ลูกค้าคิดว่าสำคัญ ดังนั้น องค์กรควรให้ความเชื่อมั่นกับลูกค้าได้ว่าผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยสูง สามารถออกแบบให้ได้ตรงตามที่ต้องการ (Rodríguez-Lázaro, 2013, อ้างถึงใน สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 64)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ และกำไร

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ และกำไร (Cost Volume Profit Analysis : CVP) เป็นการวิเคราะห์ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับกำไรเมื่อต้นทุนหรือปริมาณขายเปลี่ยนแปลงไป และเป็นเครื่องมือที่ผู้บริหารใช้สำหรับวางแผน ควบคุม และตัดสินใจ ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนเพื่อสร้างกำไรให้แก่กิจการ หรือการควบคุมการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด หรือการตัดสินใจวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด (นาคยา ตรีรัตน์ดิถกุล, 2550, หน้า 5-1) งานอันดับแรกในการวางแผนงบประมาณและการเงิน ได้แก่ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ และกำไร เพื่อนำไปกำหนดเป็นเป้าหมายการขาย ซึ่งนับได้ว่าเป็นตัวกำหนดนโยบายทั้งหมดของการดำเนินงานในกิจการนั้นๆ ปัจจัยที่กำหนดเป้าหมายในการขาย ได้แก่ การกำหนดราคาขายต่อหน่วย การกำหนดกำไรที่ต้องการ และการกำหนดต้นทุนที่จะเกิดขึ้น (วันชัย ประเสริฐศรี, 2553, หน้า 7-2)

จุดคุ้มทุน (Break Even Point)

ระดับการขายสินค้าที่รายได้รวมเท่ากับต้นทุนรวม เป็นระดับการขายที่กิจการไม่มีกำไรหรือขาดทุน เนื่องจากการวิเคราะห์ภายใต้สมมติฐานต่างๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เป็นการคำนวณเบื้องต้นว่ากิจการควรจะเปิดดำเนินการต่อไปหรือไม่ นอกจากนี้ กิจการยังสามารถประมาณการได้ว่าในขณะนี้ธุรกิจมีความเสี่ยงจากยอดขายที่ลดต่ำลงอยู่ในระดับใด เพื่อจะได้กระตุ้นยอดขายให้มากขึ้นหรือให้กิจการมีขาดทุนน้อยที่สุด (นาคยา ตริรัตน์ดิลกกุล, 2550, หน้า 5-1)

ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม (Activity-Based Costing : ABC)

เพื่อให้การจัดสรรต้นทุนมีความถูกต้องแม่นยำ เนื่องจากระบบการผลิตมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ทดแทนแรงงานมากขึ้น โครงสร้างต้นทุนการผลิตจึงเปลี่ยนไป โดยค่าแรงงานทางตรงลดลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายจากการใช้ทรัพยากรร่วมกันมีมากขึ้น และการใช้แนวคิดการบริหารเชิงกิจกรรม (Activity – Based Management หรือ ABM) มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ผู้บริหารเข้าใจพฤติกรรมต้นทุน ตัวหลักต้นทุนของแต่ละกิจกรรม และมีความรับผิดชอบต่อต้นทุนกิจกรรมที่เกิดขึ้น สามารถพัฒนาและปรับปรุงกิจกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่า (Value – Added Activities) ในมุมมองของลูกค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดความสูญเปล่าหรือกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่า (Non - Value – Added Activities) (สมชาย สุภัทรกุล และมนวิภา ผดุงสิทธิ์, 2556, หน้า 22-23) มีการบริหารต้นทุนโดยแบ่งการดำเนินงานต่างๆ ขององค์กรเป็นกิจกรรมต่างๆ เป็นระบบคิดต้นทุนที่เน้นกิจกรรมที่เป็นสาเหตุของต้นทุนและพิจารณาถึงกิจกรรมที่ทำให้มีมูลค่าเพิ่ม (Value Added Activity) และคำนวณต้นทุนให้กับกิจกรรมก่อนแล้วจึงคำนวณต้นทุนให้กับกิจกรรมที่ได้ใช้กิจกรรมนั้น โดยต้องพยายามขจัดหรือลดกิจกรรมที่ไม่ได้เพิ่มมูลค่า (Non Value Added Activity) เช่น กิจกรรมการรอคอย ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ทำให้ต้นทุนของกิจการเพิ่มขึ้นโดยไม่จำเป็น การคำนวณต้นทุนจะคำนวณตามสาเหตุที่ทำให้เกิดต้นทุน โดยมีภาระระบุตัวหลักต้นทุน เพื่อให้สามารถคำนวณต้นทุนได้อย่างถูกต้อง (นาคยา ตริรัตน์ดิลกกุล, 2550, หน้า 10-2) โดยอยู่บนพื้นฐานที่ว่าต้นทุนของสินค้าหรือบริการ จะขึ้นอยู่กับระดับการใช้กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการนั้นๆ ซึ่งก็คือตัวหลักต้นทุน (Cost Driver) ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับการบริหารกิจกรรมให้เป็นไปตามพฤติกรรมของต้นทุน (Sunil & Peter, 2007, อ้างถึงใน สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 62) ทำให้สามารถวิเคราะห์กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจกับองค์กร เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการควบคุมและลดต้นทุนของกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจด้านต่างๆ เช่น

การตั้งราคาสินค้า การปรับปรุงรูปแบบการผลิต รวมถึงการตัดสินใจยกเลิกการผลิต (Degraeve & Roodhooft, 2000, pp. 69-98 อ้างถึงใน สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 62)

นอกจากความซับซ้อนของระบบต้นทุนฐานกิจกรรม รวมทั้งการเตรียมความพร้อมของทรัพยากรต่างๆ เพื่อให้พร้อมรองรับกับระบบแล้ว ความต้องการของผู้บริหารในเรื่องข้อมูลต้นทุนก็เป็นเรื่องที่สำคัญ เพื่อเป็นการสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้น แผนกบัญชีและแผนกจัดซื้อจึงเป็นหน่วยงานที่ต้องรวบรวมข้อมูลต้นทุนเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) โดยเริ่มจากการกำหนดกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง แล้วทำการจัดสรรต้นทุนจากทรัพยากรขององค์กรเข้าสู่กิจกรรม โดยกำหนดตัวผลักดันทรัพยากร (Resource Drivers) และจัดสรรทรัพยากรเข้าสู่กลุ่มต้นทุนโดยใช้ตัวผลักดันทรัพยากร จากนั้นก็กำหนดตัวผลักดันกิจกรรม (Activity Drivers) ของแต่ละกลุ่มกิจกรรมที่กำหนดขึ้น เพื่อจัดสรรต้นทุนในกลุ่มกิจกรรมให้แก่หน่วยคิดต้นทุน (Cost Objects) (ธีรชัย อรุณเรืองศิริเลิศ, 2553, หน้า 86-89 อ้างถึงใน สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 62)

การประยุกต์ใช้ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม ทำให้ได้ต้นทุนของแผนกต่างๆ เพื่อนำมาประเมินประสิทธิภาพในการจัดการเรื่องคุณค่า หรือการบริหารแบบเทียบสมรรถนะ (Benchmarking) โดยเทียบต้นทุนต่อหน่วยผลผลิตที่เกิดกับต้นทุนต่อหน่วยผลผลิตตามมาตรฐานที่เราต้องการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ทำให้สามารถกำหนดเป้าหมายในการปรับปรุงการทำงานและสามารถลดต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนั้น องค์กรที่ใช้ระบบต้นทุนฐานกิจกรรมยังสามารถจัดทำงบประมาณได้ละเอียดยิ่งขึ้น ตามกิจกรรมต่างๆ ที่เรียกว่า งบประมาณฐานกิจกรรม โดยมีหลักสำคัญสามประการ ประการแรก คือ จากทรัพยากรที่มีจำกัด ให้ปันส่วนอย่างเหมาะสมว่าจะจัดสรรอย่างไร ประการที่สอง คือ การจัดการกับวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันของแต่ละแผนกให้เกิดความสมดุล ประการที่สาม คือ รวบรวมข้อมูลเป็นงบประมาณประจำปี เพื่อใช้งบประมาณดังกล่าวในการวางแผนและควบคุมองค์กรต่อไป (สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 62)

การวางแผนจากงบประมาณ

งบประมาณ (Budget) หมายถึง แผนการดำเนินงานของกิจการที่ประมาณการจากตัวเลข โดยแสดงรายละเอียดในการจัดสรรและใช้ทรัพยากรสำหรับช่วงเวลาหนึ่งในอนาคต ให้ประโยชน์ในการวางแผนการดำเนินงาน ทำให้เกิดการประสานงานและเป็นเครื่องมือในการควบคุมการปฏิบัติงาน รวมทั้งใช้ประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานด้วย เพื่อให้การจัดสรรและใช้ทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายขององค์กรในที่สุด (นาคยา ตรีรัตน์คิลกุล, 2550, หน้า 7-1 - 7-3)

1. **งบประมาณคงที่ (Static Budgeting)** เป็นแผนงบประมาณที่จัดทำขึ้น โดยกำหนดระดับกิจกรรมการผลิตหรือขาย และเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานจริงกับระดับกิจกรรมที่กำหนดไว้ โดยไม่มีการปรับระดับกิจกรรมให้สอดคล้องกับผลการปฏิบัติงานจริงที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ไม่สามารถประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานได้ถูกต้อง ตรงกับผลการปฏิบัติงานในแต่ละระดับที่แตกต่างกันไป

2. **งบประมาณยืดหยุ่น (Flexible Budgeting)** เป็นการจัดทำงบประมาณจากระดับกิจกรรมที่แตกต่างกันหลายๆระดับ เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานจริงกับงบประมาณ ณ ระดับกิจกรรมเดียวกัน มีการปรับงบประมาณให้สอดคล้องกับระดับกิจกรรมใหม่ ทำให้การประเมินผลงานสอดคล้องกับระดับการผลิตจริง และได้รับการยอมรับจากหน่วยงานที่ถูกประเมิน

การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน

1. **การบัญชีตามความรับผิดชอบ (Responsibility Accounting)** หมายถึง การรวบรวมข้อมูลการดำเนินงานของแต่ละศูนย์ความรับผิดชอบและนำเสนอผลการปฏิบัติงานของแต่ละศูนย์ความรับผิดชอบไปยังผู้บริหารระดับสูงขึ้นไปตามลำดับ และเป็นเครื่องมือที่ทำให้ผู้บริหารทราบถึงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของหน่วยงานต่างๆ

การบัญชีตามความรับผิดชอบนั้นจะนำไปใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่รับผิดชอบ โดยเปรียบเทียบผลต่างระหว่างการปฏิบัติงานจริงกับงบประมาณ หากพบผลต่างที่ไม่ดีจะได้ดำเนินการแก้ไขหรือรวบรวมสาเหตุในผลต่างที่เกิดขึ้นมาใช้ในการวางแผนจัดทำงบประมาณของงวดถัดไป

ระบบบัญชีตามความรับผิดชอบเป็นการรายงานข้อมูลทางการบัญชีเจาะจงลงไปให้หน่วยงานต่างๆ โดยแบ่งเป็นแต่ละศูนย์ความรับผิดชอบตามหน้าที่และความรับผิดชอบแบ่งเป็น 4 ประเภท (นาคยา ตริรัตน์คิลกุล, 2550, หน้า 8-5 - 8-16)

1.1 **ศูนย์รายได้ (Revenue Center)** ศูนย์ที่รับผิดชอบและมีอำนาจการตัดสินใจเกี่ยวกับการสร้างรายได้ และจำหน่ายสินค้า แต่ไม่รับผิดชอบในต้นทุนการผลิต เป้าหมายของศูนย์รายได้คือการสร้างรายได้สูงสุด แต่ไม่มีอำนาจเกี่ยวกับการลงทุนในสินทรัพย์ การประเมินผลการปฏิบัติงานของศูนย์รายได้จะประเมินผลจากความสามารถในการหารายได้ของศูนย์ โดยต้องเป็นรายได้ที่ศูนย์ความรับผิดชอบควบคุมได้ การประเมินผลการปฏิบัติงานของศูนย์รายได้จะนำรายได้ที่ประมาณไว้เปรียบเทียบกับรายได้ที่เกิดขึ้นจริง หรือเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายทางการตลาดที่ประมาณไว้กับค่าใช้จ่ายทางการตลาดที่เกิดขึ้นจริง

1.2 ศูนย์ต้นทุน (Cost Center) ศูนย์ที่รับผิดชอบในการควบคุมต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นให้มีต้นทุนที่ประหยัดสุดและจะต้องเป็นต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่ผู้จัดการศูนย์มีอำนาจในการควบคุมได้เท่านั้น โดยค่าใช้จ่ายจะมีเฉพาะค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน รูปแบบการรายงานจะใช้การเปรียบเทียบระหว่างผลการปฏิบัติงานจริงกับงบประมาณและรายงานแยกต้นทุนเป็นส่วนที่ผันแปรและคงที่เพื่อประโยชน์ในการวิเคราะห์ข้อมูล การประเมินผลการปฏิบัติงานของศูนย์ต้นทุนจะวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายโดยให้ประหยัดต้นทุนที่สุด การรายงานจะเป็นการเปรียบเทียบผลต่างระหว่างค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงกับงบประมาณหรือหากหน่วยงานนั้นรับผิดชอบเกี่ยวกับการผลิตสินค้าหรือบริการที่สามารถคำนวณต้นทุนสินค้าต่อหน่วยได้จะเปรียบเทียบระหว่างต้นทุนค่าใช้จ่ายจริงกับต้นทุนมาตรฐาน

1.3 ศูนย์กำไร (Profit Center) เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบและมีอำนาจในการสร้างกำไร โดยรับผิดชอบในการหารายได้และควบคุมต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายไม่ว่าจะเป็นการผลิตหรือการซื้อสินค้าแต่ไม่มีอำนาจเกี่ยวกับการลงทุนในสินทรัพย์ หน่วยงานที่จัดตั้งเป็นศูนย์กำไรจะมีลักษณะเหมือนกับเป็นกิจการหนึ่ง ศูนย์กำไรจะเป็นหน่วยงานที่มีความเป็นอิสระในการกำหนดราคาขาย การจัดจำหน่าย การผลิต เช่น มีความเป็นอิสระในการจัดหาวัตถุดิบ การเพิ่มพนักงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์คือ เพิ่มกำไรให้แก่หน่วยงานของตนเอง การประเมินผลการปฏิบัติงานจะทำโดยการเปรียบเทียบว่าศูนย์กำไรสามารถทำกำไรได้ตามงบประมาณที่วางไว้หรือไม่ โดยพิจารณาถึงรายได้และค่าใช้จ่ายของศูนย์ความรับผิดชอบ

1.4 ศูนย์ลงทุน (Investment Center) หมายถึง ศูนย์ที่มีอำนาจในการบริหารงานครบวงจรมากที่สุด และผู้บริหารในหน่วยงานจะมีอำนาจในการตัดสินใจลงทุนอย่างเต็มที่ โดยรับผิดชอบทั้งรายได้ ควบคุมต้นทุนและจัดหาเงินลงทุนเพื่อการลงทุนในสินทรัพย์ลงทุน เช่น การกำหนดนโยบายการตั้งราคาขาย เงื่อนไขการให้เครดิตลูกค้า เป็นต้น เป็นหน่วยงานในแง่การบริหารงานมากที่สุด การประเมินผลของศูนย์ต้นทุนจะวัดจากผลตอบแทนจากการลงทุนเปรียบเทียบกับผลตอบแทนตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยการวัดผลตอบแทนจะทำได้ 2 วิธีคือ วิธีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน และวิธีรายได้คงเหลือ

ประโยชน์ของการบัญชีตามความรับผิดชอบ

1. ช่วยในการประเมินผลการปฏิบัติงานของแต่ละหน่วยงานอย่างชัดเจน โดยเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานจริงกับแผนงบประมาณที่กำหนดไว้
2. สามารถตอบสนองต่อสภาวะการณ์ของตลาดที่เปลี่ยนแปลงได้ทันเวลา เพราะมีความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน โดยมีการมอบหมายอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ ทำให้แต่ละ

หน่วยงานมีอิสระในการตัดสินใจ ส่งเสริมให้มีการแข่งขันและมีแรงจูงใจในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายของแต่ละหน่วยงานซึ่งเป็นเป้าหมายรวมของทั้งกิจการ

3. ช่วยสร้างทักษะทางด้านการบริหาร เพื่อเตรียมความพร้อมในการก้าวเข้ามาเป็นผู้บริหารในระดับที่สูงขึ้น

4. ทำให้ผู้บริหารระดับสูงมีเวลามากขึ้นในการวางแผนกลยุทธ์ระยะยาว เพราะการกระจายอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบให้แก่ผู้บริหารระดับล่าง ทำให้ผู้บริหารระดับล่างสามารถแก้ปัญหาการปฏิบัติงานในส่วนงานของตนเองได้ทันทั่วถึง

5. สร้างความพอใจให้แก่ลูกค้า เพราะผู้บริหารระดับล่างจะมีความใกล้ชิดกับลูกค้า ทำให้ทราบความต้องการของลูกค้าและสามารถปรับปรุงการให้บริการแก่ลูกค้าได้รวดเร็ว ตรงตามความต้องการของลูกค้า

6. สนับสนุนแนวคิดการบริหารงาน โดยมีวัตถุประสงค์และมีการประเมินผลปฏิบัติงานของผู้บริหารว่าสามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้มากน้อยเพียงใด

7. เป็นแนวทางในการกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงาน หากผลการปฏิบัติงานมีผลต่างเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก อาจทำให้กิจการต้องปรับปรุงมาตรฐานที่กำหนดไว้ให้เหมาะสมในแต่ละหน่วยงานเพื่อการประเมินผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (นาคยา ศรีรัตนดีลกุล, 2550, หน้า 8-27)

2. การกำหนดราคาโอน (Transfer Pricing) เป็นการแบ่งหน่วยงานออกเป็นแต่ละศูนย์ ความรับผิดชอบจะมีการนำเอาสินค้าหรือบริการจากหน่วยหนึ่งไปใช้อีกหน่วยงานหนึ่งในบริษัทเดียวกัน จะมีปัญหาในการคิดราคาซื้อขายซึ่งเป็นราคาโอนระหว่างกัน จึงต้องมีการกำหนดราคาโอน เพื่อให้หน่วยงานต่างๆ ที่มีการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการระหว่างกัน สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างอิสระเสมือนเป็นองค์กรธุรกิจหนึ่ง โดยในหน่วยงานที่มีการขายต้องบันทึกรายได้เมื่อมีการโอนสินค้าหรือบริการให้แก่หน่วยงานที่มีการซื้อ สำหรับหน่วยงานที่มีการขายต้องบันทึกต้นทุนสินค้าหรือบริการเมื่อมีการซื้อจากอีกหน่วยงานหนึ่ง

ดังนั้น การกำหนดราคาโอนจึงเป็นสิ่งที่สำคัญในการบันทึกมูลค่าระหว่างกัน เพราะในแต่ละศูนย์ความรับผิดชอบจะมีการวัดผลการปฏิบัติงานแยกออกจากกัน โดยใช้อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) และรายได้ที่เหลือ (RI) ในการประเมินผลการปฏิบัติงานในแต่ละแผนก (นาคยา ศรีรัตนดีลกุล, 2550, หน้า 8-20)

การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ

1. การผลิตเองหรือซื้อจากบุคคลภายนอก ต้องคำนึงถึงกำลังการผลิตที่มีอยู่ว่างเปล่า (Idle Capacity) เหลือเพียงพอที่จะผลิตเองหรือไม่ การตัดสินใจผลิตเองอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันการขาดแคลนหรือทำกำไรเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ต้องคำนึงถึงกรรมวิธีการผลิตด้วย (นาคยา ตริรัตน์คิลกุล, 2550, หน้า 6-17)

2. การตัดสินใจรับคำสั่งซื้อพิเศษหรือไม่ เป็นคำสั่งซื้อพิเศษนอกจากการขายปกติของกิจการ เป็นการบริหารงานกำลังการผลิตที่เหลืออยู่ให้เกิดประสิทธิภาพไม่เกิดช่วงเวลาที่สูญเปล่า คำสั่งซื้อพิเศษมักจะมีราคาต่ำกว่าปกติ หรืออาจเป็นการสั่งซื้อจำนวนมาก ในราคาที่ถูกลงกว่าราคาขายในตลาดและมีเงื่อนไขพิเศษต่างๆ ผู้บริหารต้องตัดสินใจว่าจะยอมรับคำสั่งซื้อหรือไม่ ข้อมูลที่นำมาพิจารณา คือ ระดับกำลังการผลิตต้องไม่เกินกว่ากำลังการผลิตปกติของกิจการ หลังจากนั้นข้อมูลที่จะนำมาประกอบการพิจารณา คือ กำไรผันแปรของคำสั่งซื้อ กิจการจะยอมรับคำสั่งซื้อเมื่อมีกำไรผันแปรและการขายจะต้องไม่มีผลกระทบต่อการขายตามปกติของกิจการ (นาคยา ตริรัตน์คิลกุล, 2550, หน้า 6-5 - 6-6) กำไรผันแปรของกิจการต้องมากกว่าต้นทุนคงที่ที่เพิ่มขึ้น (วันชัย ประเสริฐศรี, 2553, หน้า 9-21)

3. การยกเลิกผลิตภัณฑ์ หรือส่วนงานที่ให้ผลขาดทุน การผลิตหรือจำหน่ายสินค้าหลายชนิด หรือกิจการเปิดดำเนินธุรกิจหลายสาขา อาจประสบปัญหาขาดทุน การผลิตสินค้าหลายชนิด หรือการเปิดดำเนินธุรกิจหลายสาขา จะต้องมียอดทุนส่วนกลางซึ่งไม่ได้เป็นรายจ่ายของสินค้าหรือส่วนงานในแผนกนั้นๆ โดยตรง แต่เป็นรายจ่ายส่วนกลางที่ได้รับการปันส่วนมา ซึ่งเป็นต้นทุนที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ หากยกเลิกผลิตภัณฑ์หรือส่วนงานใด ต้นทุนดังกล่าวจะไม่เปลี่ยนแปลง คือ ยังคงต้องจ่ายต้นทุนส่วนนี้อยู่ ดังนั้นต้นทุนจากส่วนกลางจึงไม่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการยกเลิกผลิตภัณฑ์หรือส่วนงานใด ปัญหาในการยกเลิกผลิตภัณฑ์หรือสาขา อาจจัดทำงบกำไรขาดทุนตามวิธีต้นทุนผันแปร เพื่อประเมินผลการดำเนินงานแต่ละส่วนงานได้อย่างชัดเจน แต่ไม่ควรพิจารณาเฉพาะข้อมูลเชิงปริมาณ ควรคำนึงถึงข้อมูลเชิงคุณภาพด้วย เช่น ภาพพจน์ ชื่อเสียง เป็นต้น (นาคยา ตริรัตน์คิลกุล, 2550, หน้า 6-12 - 6-13)

4. การตัดสินใจขายทันทีหรือผลิตต่อ กิจการอาจต้องตัดสินใจนำสินค้ามาผลิตต่อเพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่สินค้า โดยการนำสินค้ามาผลิตต่อเพื่อทำให้มูลค่าของสินค้าเพิ่มขึ้น สร้างความแตกต่างในตัวสินค้า ซึ่งจะทำได้ในราคาที่สูงขึ้น สร้างความได้เปรียบ สร้างจุดเด่นเหนือคู่แข่ง (นาคยา ตริรัตน์คิลกุล, 2550, หน้า 6-22)

5. การตัดสินใจปิดโรงงานชั่วคราว ในสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ กิจการมียอดขายต่ำลงจนไม่คุ้มกับรายจ่าย การพิจารณาปิดโรงงานชั่วคราวอาจเป็นทางเลือกหนึ่งที่กิจการตัดสินใจ หรือ

อาจพยายามดำเนินงานต่อไป เพราะคาดว่าภาวะเศรษฐกิจจะสามารถฟื้นตัวมากขึ้นในอนาคตอันใกล้ หรือเป็นสินค้าที่จำหน่ายในช่วงฤดู เทศกาลต่างๆ ผู้บริหารจะต้องพิจารณาให้รอบคอบ เพราะ การปิดโรงงานชั่วคราวกิจการจะไม่มีรายได้เกิดขึ้น ในขณะที่ค่าใช้จ่ายลดลงบางส่วน นอกจากนี้ เมื่อกลับมาดำเนินกิจการต่อ อาจต้องเสี่ยงต่อค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการปรับปรุงซ่อมแซมเครื่องจักร เพื่อเตรียมการให้พร้อมในการดำเนินงานต่อไป เรียกว่า ค่าใช้จ่ายในการปิดโรงงาน (Shut down Cost) (นาคยา ตริรัตน์ดิลกกุล, 2550, หน้า 6-27) ในการตัดสินใจปิดโรงงานชั่วคราวจะเปรียบเทียบ ระหว่างผลขาดทุนที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานกับค่าใช้จ่ายในการปิดโรงงาน ถ้าผลขาดทุนสูงกว่าก็ ควรจะปิดโรงงาน (วันชัย ประเสริฐศรี, 2553, หน้า 9-15)

การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน

1. การประเมินโครงการลงทุนโดยพิจารณามูลค่าของเงิน

1.1 วิธีมูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value Method : NPV) หมายถึง การคำนวณ มูลค่าปัจจุบันของเงินสหรับหักมูลค่าปัจจุบันของเงินลงทุน เนื่องจากการลงทุนในระยะยาว จำนวน เงินลงทุนที่จ่ายไปกับผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุนเกิดขึ้นในเวลาที่แตกต่างกัน ค่าของ เงินในเวลาที่แตกต่างกัน มีค่าไม่เท่ากัน จึงไม่สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้ ดังนั้น จึงต้องมีการปรับ ค่าของเงินที่ได้รับในอนาคตให้เป็นมูลค่าปัจจุบัน เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับเงินจ่ายลงทุนใน ปัจจุบันได้ (นาคยา ตริรัตน์ดิลกกุล, 2550, หน้า 12-12) จะตัดสินใจลงทุนโครงการที่มีค่าปัจจุบัน เป็นบวกสูงที่สุด อัตราส่วนลดที่ใช้ ควรเป็นอัตราผลตอบแทนอย่างต่ำที่พึงจะได้รับ หรือต้นทุน ของเงินลงทุน ทั้งนี้ก็ด้วยเหตุผลที่ว่า ในการพิจารณาการลงทุนในโครงการใด อย่างน้อยต้อง ได้รับผลตอบแทนเท่ากับอัตราผลตอบแทนอย่างต่ำที่พึงได้รับหรือสูงกว่าต้นทุนเงินลงทุน (วันชัย ประเสริฐศรี, 2553, หน้า 10-25)

1.2 วิธีอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR) หมายถึง อัตราส่วนผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นศูนย์ (วันชัย ประเสริฐศรี, 2553, หน้า 10-30) หมายความว่า อัตราผลตอบแทนที่จะทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินเข้าเท่ากับมูลค่าปัจจุบัน ของกระแสเงินออกพอดี โดยการคำนวณหาอัตราผลตอบแทนภายในจะต้องคำนวณ โดย การสุ่มตัวอย่างหรือโดยวิธีทดลองว่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนควรอยู่ระหว่างกี่เปอร์เซ็นต์ (นาคยา ตริรัตน์ดิลกกุล, 2550, หน้า 12-24)

1.3 วิธีดัชนีความสามารถในการทำกำไร (Profitability Index : PI) แสดงถึง ความสัมพันธ์ของผลตอบแทนที่ได้รับจากโครงการที่จะลงทุน ว่าเป็นสัดส่วนเท่าใดเมื่อเทียบกับ จำนวนเงินลงทุนสุทธิ (วันชัย ประเสริฐศรี, 2553, หน้า 10-34) โดยเปรียบเทียบมูลค่าปัจจุบันของ

กระแสเงินสดเข้ากับเงินสดออก ที่ทำให้กิจการทราบว่ามีการใช้เงินทุนให้เกิดผลกำไรสูงหรือต่ำเพียงใด โดยควรเลือกลงทุนในโครงการที่มีความสามารถในการทำกำไรมากกว่า 1 หรือเท่ากับ 1 เพราะ แสดงว่าโครงการนั้นให้ผลตอบแทนสูงกว่าผลตอบแทนที่ต้องการ หากผลลัพธ์ที่ได้ต่ำกว่า 1 แสดงว่าโครงการนี้ให้ผลตอบแทนต่ำกว่าผลตอบแทนที่ต้องการ (นาคยา ศรีรัตนดิลลกุล, 2550, หน้า 12-26)

2. การประเมินโครงการลงทุนโดยไม่พิจารณามูลค่าของเงิน

2.1 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period Method) โดยให้ความสนใจเพียงว่าโครงการให้กระแสเงินสดสุทธิตอบแทนให้แก่ธุรกิจนานเท่าใดจึงจะคุ้มกับเงินลงทุนที่ต้องจ่ายลงทุนไป (วันชัย ประเสริฐศรี, 2553, หน้า 10-21) เป็นการคำนวณระยะเวลาในการดำเนินงานที่จะทำให้ได้เงินสดรับจากโครงการเท่ากับเงินลงทุนสุทธิ ซึ่งวิธีที่ง่ายต่อการคำนวณและการทำความเข้าใจ เพราะพิจารณาจากเงินลงทุนที่จ่ายลงทุนไปว่าจะใช้เวลาเท่าใดจึงจะคืนทุน และเลือกโครงการที่มีระยะเวลาคืนทุนเร็วที่สุด (นาคยา ศรีรัตนดิลลกุล, 2550, หน้า 12-32)

2.2 อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment : ROI) เป็นการวัดผลตอบแทนเฉลี่ยที่ธุรกิจจะได้รับเปรียบเทียบกับจำนวนเงินที่ต้องลงทุน โครงการใดที่มีอัตราผลตอบแทนสูงที่สุด ก็จะเป็นโครงการที่ควรลงทุน (วันชัย ประเสริฐศรี, 2553, หน้า 10-23) เป็นวิธีที่พิจารณาถึงผลตอบแทนในรูปกำไรสุทธิกับเงินลงทุนสุทธิ (นาคยา ศรีรัตนดิลลกุล, 2550, หน้า 12-34)

เครื่องมือการบริหารเชิงกลยุทธ์

1. งบประมาณฐานกิจกรรม (Activity-Based Budgeting : ABB)

งบประมาณฐานกิจกรรม (Activity-Based Budgeting: ABB) เป็นการใช้บัญชีต้นทุนฐานกิจกรรมในการจัดทำ ทำให้งบประมาณมีความละเอียดและถูกต้องมากยิ่งขึ้นตามลักษณะของกิจกรรมต่างๆ โดยที่การจัดทำงบประมาณฐานกิจกรรมจะมองย้อนกลับจากต้นทุนฐานกิจกรรม คือ กิจกรรมต้องพยากรณ์ประเภท/ปริมาณการผลิต แล้วตรวจสอบกิจกรรมที่จะใช้ในการผลิต จากนั้นจึงจัดทำทรัพยากร ซึ่งอาจได้ข้อมูลจากการสอบถามผู้รับผิดชอบงานภายในองค์กร ผลของกิจกรรมจะเน้นผลลัพธ์มากกว่าทรัพยากรที่ป้อนเข้าไป รวมทั้งให้ความสนใจว่ากิจกรรมที่ทำได้ไม่เป็นการเพิ่มภาระงานให้กับพนักงาน (สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 63) เป็นแนวคิดที่เน้นการดำเนินงานระดับกิจกรรม เพื่อพัฒนาผลการดำเนินงานและกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง มีข้อได้เปรียบมากกว่าการจัดทำงบประมาณแบบเดิม เพราะจัดทำโดยอิงกับแนวคิดระบบต้นทุนฐานกิจกรรม จึงมีแนวโน้มถูกต้องแม่นยำ และทำให้เข้าใจถึงความต้องการใช้ทรัพยากร นอกจากนี้ยังเพิ่ม

ความแม่นยำในการพยากรณ์ทางการเงินและความเข้าใจด้านการจัดการ ซึ่งสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ขององค์กร ทำให้เกิดการควบคุมที่มีคุณภาพ (สมชาย สุภัทรกุล และมนวิภา ผดุงสิทธิ์, 2556, หน้า 23)

สำหรับกิจการที่ใช้งบประมาณฐานกิจกรรมได้ค่านั้นจะต้องมีการวิเคราะห์กิจกรรมที่เพิ่มมูลค่าและกิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่าตามวิธีการคิดต้นทุนฐานกิจกรรมมาก่อน เพราะจะทำให้ทราบว่ากิจกรรมที่เพิ่มมูลค่าเป็นกิจกรรมที่มีความจำเป็นและก่อให้เกิดคุณค่าต่อลูกค้า ส่วนกิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่า เป็นกิจกรรมที่ไม่ได้ทำให้มูลค่าของสินค้าหรือบริการดีขึ้น เนื่องจากเป็นต้นทุนที่ไม่จำเป็น จึงต้องพยายามกำจัดกิจกรรมนี้ออกไป ดังนั้น ในการประยุกต์ใช้งบประมาณฐานกิจกรรมจึงเป็นประโยชน์ต่อการบริหารค่าใช้จ่ายการผลิตได้อย่างถูกต้อง ช่วยลดและปรับปรุงขั้นตอนในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง เพิ่มประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์ และทำให้การจัดทำงบประมาณสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ ซึ่งช่วยสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร ทำให้เพิ่มโอกาสทำกำไรในระยะยาวได้ (สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 63)

2. ระบบการบริหารโดยกิจกรรม (Activity based management : ABM)

เนื่องจากการคิดต้นทุนตามระบบในอดีตจะคิดต้นทุนวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง ซึ่งเป็นต้นทุนที่สามารถคำนวณเป็นต้นทุนสินค้าได้โดยตรง ส่วนค่าใช้จ่ายการผลิต จะคำนวณตามปริมาณการผลิต เนื่องจากถือว่าผลิตภัณฑ์และปริมาณการผลิตเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดต้นทุน จึงใช้สิ่งที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการผลิตเป็นเกณฑ์ในการคิดต้นทุน เช่น ชั่วโมงแรงงานทางตรง ชั่วโมงเครื่องจักร เป็นต้น ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในปริมาณมากจะต้องรับภาระค่าใช้จ่ายการผลิตไปเป็นจำนวนมาก แต่ถ้าค่าใช้จ่ายการผลิตไม่ได้มีความสัมพันธ์กับปริมาณการผลิตจะทำให้การคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ไม่ถูกต้อง การปันส่วนโดยใช้ปริมาณการผลิตเป็นเกณฑ์ไม่ได้แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมต่างๆ ที่ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายการผลิตในตัวผลิตภัณฑ์ จึงเกิดแนวคิดการคำนวณต้นทุนตามกิจกรรมขึ้น โดยคำนึงถึงสาเหตุที่ทำให้เกิดต้นทุนเพื่อเป็นฐานในการปันส่วนต้นทุนเข้าสู่ผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้องชัดเจน และพยายามขจัดหรือลดกิจกรรมที่ไม่ได้เพิ่มมูลค่าต่างๆ เพราะทำให้สามารถลดต้นทุนได้ (นาตยา ตรีรัตน์ดิลกกุล, 2550, หน้า 10-2 - 10-3) หลักการสำคัญของระบบนี้ คือ กิจกรรมที่ระบุได้สำหรับต้นทุนฐานกิจกรรม สามารถนำมาใช้ในการบริหารต้นทุน เพื่อวัตถุประสงค์ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Whitcotton, Libby & Phillips, 2011, อ้างถึงใน สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 63) หัวใจสำคัญที่สุดของระบบการบริหารโดยกิจกรรม คือ การวิเคราะห์กิจกรรมที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานขององค์กร เพื่อให้ผู้บริหารมีความเข้าใจในภาพรวมของธุรกิจได้มากขึ้น เป็นการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติงานได้จริง ก่อให้เกิดความเกี่ยวเนื่องกันของกิจกรรมต่างๆ ทั้งทั้งองค์กรและต้นทุนที่เกิดขึ้นนั้น สามารถนำมา

ปรับปรุงกระบวนการทำงานให้เป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังเป็นการบริหารสมัยใหม่ที่เน้นทางด้านคุณค่า (Value) ในมุมมองของลูกค้าทำให้ผู้บริหารมีความจำเป็นต้องทราบข้อมูลต้นทุนอื่นๆ นอกเหนือจากต้นทุนของสินค้าและบริการ เช่น ต้นทุนของลูกค้า ต้นทุนแผนกบริการ เป็นต้น เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ได้ (สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 63)

การบริหารกิจกรรมในสถานะของการแข่งขันที่รุนแรง เป็นการระบุและจัดต้นทุนที่ไม่เพิ่มมูลค่า (Non Value-Added Cost) นั้นหมายความว่า กิจกรรมหรือต้นทุนที่ถูกตัดออกไปนั้น ไม่มีผลกระทบต่อคุณภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์แต่อย่างใด ในทางตรงกันข้ามกลับช่วยลดระยะเวลาในการผลิตและเพิ่มกำไร นอกจากนี้ การบริหารโดยกิจกรรมยังใช้เป็นเครื่องมือในการวัดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสำหรับกิจกรรมที่ก่อให้เกิดต้นทุนทั้งหมดทั้งที่เป็นตัวเงิน (Monetary) และไม่เป็นตัวเงิน (Non-Monetary) (Kaplan & Anderson, 2004, pp. 131-138 อ้างถึงใน สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 63) ทำให้ผู้บริหารองค์กรสามารถกำหนดทิศทางในการดำเนินกลยุทธ์ในด้านต้นทุนและการตลาดได้อย่างเหมาะสมทั้งในเชิงกว้างและเชิงลึกได้

3. การจัดการต้นทุนเพื่อคุณภาพ (Cost Quality Management)

คุณภาพสินค้าเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการแข่งขันทางการตลาด การที่จะผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพรวมทั้งการพัฒนาให้สินค้ามีคุณภาพสูงขึ้น หรือพยายามผลิตให้ได้คุณภาพตรงตามความคาดหวังของลูกค้า ทำให้กิจการต้องมีการควบคุม ตรวจสอบคุณภาพของสินค้า การปรับปรุงแก้ไขสินค้าคือยคุณภาพ ทำให้มีต้นทุนค่าใช้จ่ายเกิดขึ้น ทั้งรายการที่เป็นตัวเงินและรายการที่ไม่สามารถประมาณค่าได้ เช่น ข้อร้องเรียนต่างๆ ซึ่งมีผลต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ นักบัญชีสมัยใหม่ จึงได้ให้ความสำคัญและรวบรวมต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น จัดทำเป็นรายงานต้นทุนคุณภาพ ซึ่งหมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการพยายามรักษาคุณภาพของสินค้า ประกอบด้วย ต้นทุนจากการรักษาคุณภาพของสินค้า และต้นทุนความเสียหายจากสินค้าไม่ได้คุณภาพ ดังนั้น จึงแบ่งต้นทุนคุณภาพ ดังนี้

3.1 ต้นทุนในการป้องกัน (Prevention Cost) เป็นต้นทุนที่ป้องกันการเกิดของเสียหรือการผลิตสินค้าคุณภาพต่ำ

3.2 ต้นทุนในการประเมิน (Appraisal Cost) เป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นเพื่อตรวจสอบและประเมินคุณภาพสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานเพื่อตอบสนองตามข้อกำหนดของลูกค้า

3.3 ต้นทุนจากความเสียหาย (Failure Cost) เป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอก เช่น ต้นทุนการแก้ไขงานหรือต้นทุนที่เกิดขึ้นภายหลังจากส่งมอบงาน เช่น ต้นทุนการรับประกันหรือค่าซ่อมแซมในระยะเวลาการรับประกัน

การแสดงต้นทุนคุณภาพในรูปรายงาน จะช่วยให้ทราบถึงโครงสร้างของต้นทุนทั้งที่เกิดขึ้นจากการป้องกัน การรักษาคุณภาพของสินค้า และต้นทุนความเสียหายจากสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ เพื่อเป็นเครื่องมือในการประเมินผลและปรับเปลี่ยนระบบการผลิตเพื่อพัฒนาคุณภาพและติดตามผลอย่างต่อเนื่อง (นาคยา ตรีรัตน์คิลกุล, 2550, หน้า 9-7)

4. ต้นทุนเป้าหมาย (Target Costing)

The Consortium for Advanced Management International (CAM-I) ได้นิยามความหมายของต้นทุนเป้าหมาย (Target Costing) ไว้ว่าเป็นเครื่องมือการบริหารที่ถูกออกแบบเพื่อช่วยกำหนดและวางแผนกิจกรรมต่างๆ สำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ และใช้ควบคุมช่วงของการปฏิบัติการที่เกิดขึ้นตามมา เพื่อให้แน่ใจว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆ สามารถทำกำไรได้ตามเป้าหมายตลอดอายุผลิตภัณฑ์ (Ansari, Bell & Swenson, 2006, pp. 20-27 อ้างถึงใน สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 63-64) อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันการกำหนดราคาขายไม่ได้ถูกกำหนดโดยองค์กรเหมือนเช่นในอดีต แต่ถูกกำหนดโดยสภาพแวดล้อมการแข่งขันของธุรกิจ หรือเรียกว่า ราคาขายที่สามารถแข่งขันได้ (Competitive Price)

การกำหนดแนวทางการลดต้นทุนเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมาย (Schmelze, Geier & Buttross, 1996, pp. 26-30 อ้างถึงใน สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 63-64) มีอยู่ 2 แนวทาง ได้แก่

4.1 การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิต หรือการประยุกต์ใช้แนวคิดการบริหารต้นทุนสมัยใหม่ เช่น การใช้เทคนิค Value Engineering โดยการปรับปรุงคุณสมบัติการใช้งานของผลิตภัณฑ์ หรือการปรับปรุงเพิ่ม ลดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

4.2 การทบทวนหรือออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อให้สามารถผลิตได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำ ด้วยการ ใช้เทคนิค Kaizen ซึ่งเป็นเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องไม่หยุดยั้ง (Continuous Improvement) (Ansari, Bell & Swenson, 2009, pp. 18-26 อ้างถึงใน สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 63-64)

ดังนั้น ต้นทุนเป้าหมายจึงเป็นเครื่องมือที่ช่วยเปลี่ยนแรงกดดันของตลาดไปสู่การแสวงหาความร่วมมือเพื่อลดต้นทุนและการสร้างความสัมพันธ์กับคู่ค้าภายในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) โดยเฉพาะการกำหนดราคาขายที่แข่งขันได้ (Determine the Market Price) และ

การกำหนดกำไรที่ต้องการได้ (Determine the Desired Profit) (Cooper & Slagmulder, 1999, pp.23-33 อ้างถึงใน สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 63-64)

ต้นทุนเป้าหมายคำนวณได้โดยการหักกำไรที่ต้องการ (Target Profit Margin) จากราคาเป้าหมาย (Target Price) ซึ่งเป็นราคาที่ประมาณการขึ้น โดยอ้างอิงกับกลุ่มลูกค้าที่ยินดีจะจ่ายพิจารณาประกอบกับราคาที่กำหนดโดยคู่แข่งสำหรับสินค้าที่มีลักษณะและคุณภาพทำนองเดียวกัน ดังนั้น แนวคิดต้นทุนเป้าหมายจึงมีความสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เนื่องจากแนวคิดการผลิตในปัจจุบันไม่ได้เป็นการผลิตตามความต้องการของผู้ผลิต แต่เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า จึงทำให้การประยุกต์ต้นทุนเป้าหมายมีความจำเป็นและมีส่วนช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ในระยะยาว (สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 63-64)

5. การบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management : TQM)

การประยุกต์ใช้การบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management: TQM) จะทำให้เกิดการพัฒนาคุณภาพของสินค้าหรือบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุด เป็นการทำให้เกิดศักยภาพในการแข่งขัน และเป็นแนวทางที่ช่วยลดต้นทุนในการผลิตและการดำเนินงานได้ ซึ่งนอกจากจะมีผลต่อการผลิตแล้ว ยังทำให้ทุกกระบวนการมีความคล่องตัว และประสานงานกันเป็นอย่างดี ก่อให้เกิดพัฒนาการขององค์กรในระยะยาว ผลลัพธ์ที่องค์กรจะได้รับจากการบริหารคุณภาพโดยรวม คือ การมีสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูงขึ้น มีการกำจัดของเสียหรือทำให้ของเสียในองค์กรลดลง (Zero Waste) ซึ่งเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดีอีกด้วย (Marcelino-Aranda, Ramirez Herrera & Yarto Chávez, 2013, pp. 67-77 อ้างถึงใน สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 64-65)

กล่าวโดยสรุป วัตถุประสงค์ของการบริหารคุณภาพโดยรวมนั้น ต้องการลดต้นทุนไปพร้อมๆ กับการพัฒนาคุณภาพสินค้าหรือบริการเพื่อการดำรงอยู่และการแข่งขันขององค์กร เป็นการสร้างความพึงพอใจในงานและให้ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า รวมถึงพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานให้มุ่งมั่นและทุ่มเทในการทำงาน และเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ในอนาคตต่อไป (สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 64-65)

6. การวางแผนเกี่ยวกับปริมาณสินค้าแบบคัมบัง (Kanban system)

การวางแผนปริมาณการสั่งซื้อวัตถุดิบหรือการผลิตแบบคัมบัง เป็นการสั่งซื้อวัตถุดิบเพื่อให้ทันเวลาที่ต้องการใช้หรือผลิตสินค้าให้เพียงพอต่อการขาย คล้ายระบบ JIT เป็นระบบที่ควบคุมวัตถุดิบและสินค้า ซึ่งมีการพัฒนามาจากประเทศญี่ปุ่น โดยบริษัท โตโยต้า จำกัด ซึ่งคัมบัง

ภาษาญี่ปุ่น แปลว่า บัตร การบริหารวัตถุดิบตามระบบคัมบังจะใช้บัตรในการควบคุม การจัดการ บัตรแบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้

- 6.1 บัตรเบิกของ เป็นบัตรที่ระบุจำนวนวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่ต้องการเบิก
- 6.2 บัตรสั่งผลิต เป็นบัตรที่ระบุจำนวนหรือสินค้าที่ผลิต
- 6.3 บัตรส่งของ เป็นบัตรที่แจ้งแหล่งจัดหาวัตถุดิบ หรือแจ้งผู้ขายให้ส่งมอบสินค้า และกำหนดเวลาที่กิจการต้องใช้วัตถุดิบ

บัตรทั้ง 3 จะถูกส่งให้ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งบัตรทั้ง 3 ใช้เป็นบัตรควบคุมการดำเนินการผลิตให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง การนำระบบคัมบังมาใช้ ในการวางแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบหรือผลิตสินค้าเป็นสัญญาณในการเตือนว่าควรเริ่มสั่งซื้อเมื่อใด (นาตยา ตรีรัตน์คิลกกุล, 2550, หน้า 9-11 - 9-12)

7. ระบบการผลิตแบบทันเวลา (Just-In-Time Manufacturing System : JIT)

ระบบการผลิตแบบทันเวลา เป็นปรัชญาการผลิตที่ญี่ปุ่นพัฒนาขึ้นมา โดยการยกระดับคุณภาพสินค้าให้สูงขึ้น เน้นความเป็นเลิศอย่างต่อเนื่องและลดของเสียจากการผลิต สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็ว พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมช่วยกันแก้ปัญหา เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นในการผลิต เพื่อไม่ให้เกิดการผลิตหยุดชะงักเป็นเวลานาน ถือเป็นแนวทางปฏิบัติของการบริหารจัดการที่มีความสำคัญต่อการ วัดความสำเร็จของกลยุทธ์การผลิตอีกวิธีหนึ่ง (สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 65)

เน้นการผลิตสินค้าที่เป็นที่ต้องการของลูกค้า ไม่ว่าจะในด้านคุณภาพ ปริมาณ เวลา และสถานที่ส่งมอบ รวมทั้งมีต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ ระบบการผลิตแบบทันเวลา อาจเรียกว่าเป็นการผลิตแบบลีน (Lean Production) หรือระบบการผลิตแบบไร้สินค้าคงเหลือ เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญเรื่องการลดระดับของสินค้าคงเหลือ ณ จุดต่างๆ ของสายการผลิตให้ต่ำที่สุด ดังนั้น เป้าหมายสำคัญจึงอยู่ที่การลดกิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่า (Non- value Added Activities) ทำให้เวลาในการผลิตลดลง ส่งเสริมกิจกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มเชิงธุรกิจ มีการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตและการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง สามารถส่งมอบสินค้าได้เร็วขึ้น ใช้ประโยชน์จากเครื่องมือการผลิตได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ใช้พื้นที่เก็บรักษาสินค้าน้อยลง แต่ในขณะเดียวกันสินค้าก็มีคุณภาพเพิ่มขึ้น และกำไรจากการดำเนินงานก็เพิ่มตามไปด้วย ส่งผลต่อการเติบโตอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ อาจประยุกต์ใช้วิธีการทางบัญชีที่เรียกว่า Back flush Costing เพื่อช่วยบันทึกการขายบัญชีที่ง่ายและรวดเร็วขึ้นและลดต้นทุนในการบันทึกบัญชี (สมชาย สุภัทรกุล และมนวิกา ผดุงสิทธิ์, 2556, หน้า 23)

เป็นระบบที่เน้นการดำเนินงานแบบทันเวลาในทุกขั้นตอนนับตั้งแต่การจัดส่งปัจจัยการผลิตจากผู้จัดจำหน่ายที่จะต้องจัดส่งให้ตรงตามตารางที่กิจการกำหนด กระบวนการผลิตในแต่ละขั้นตอนที่จะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องโดยไม่มีงานระหว่างทำคงเหลือระหว่างขั้นตอนต่างๆ ไปจนกระทั่งการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า โดยจะต้องจัดส่งได้ทันทีที่ผลิตสินค้าเสร็จ ไม่เหลือสินค้าสำเร็จรูปไว้ในคลังสินค้า (Zero Stock) หรือน้อยที่สุดเท่าที่จำเป็น เพื่อช่วยปรับลดต้นทุนให้กับกิจการ โดยการผลิตแต่ละครั้งจะผลิตเท่ากับจำนวนที่ลูกค้าสั่งซื้อหรือเท่าที่จำเป็น โดยลดการสิ้นเปลืองที่ไม่ได้ก่อให้เกิดมูลค่าใดๆ เช่น การมีสินค้าคงคลังมากเกินไป การมีพื้นที่โรงงานมากเกินไป ตลอดจนเวลาและค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่สูญเปล่า เป็นต้น (Alles, Datar & Lambert, 1995, pp. 177-204 อ้างถึงใน สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 65) อีกหนึ่งช่วยลดต้นทุนของเงินทุนที่จมอยู่ในตัวสินค้าและค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาให้ต่ำที่สุด โดยผลิต 1 ต่อ 1 หมายความว่า เมื่อผลิตได้ 1 หน่วย ก็จะขาย 1 หน่วย จึงส่งผลให้สินค้าที่ผลิตได้มีคุณภาพที่ดีและส่งมอบสินค้าได้ทันตามกำหนดในเวลาที่ถูกค่าต้องการ (นาตยา ตรีรัตน์ดิลกกุล, 2550, หน้า 9-3)

กิจการ โดยส่วนใหญ่ที่นำเอาระบบการผลิตแบบทันเวลาเข้ามาใช้ ต้องมีการปรับเปลี่ยนการบันทึกบัญชีเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตของกิจการให้เป็นไปอย่างสอดคล้องกับระบบการผลิตแบบทันเวลา การบัญชีต้นทุนแบบทันเวลา (Just-In-Time Costing) จึงอาจเรียกให้สอดคล้องกับแนวคิดการผลิตแบบดึง (Pull Method of Material Flow) หมายความว่า ปริมาณการสั่งซื้อวัตถุดิบและการผลิตสินค้า จะทำตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการ และสินค้าจะถูกผลิตให้เสร็จสิ้นในเวลาที่จะส่งไปให้ลูกค้า จึงทำให้กิจการต้องใช้วิธีการบันทึกต้นทุนแบบย้อนกลับ (Backflush Costing) โดยมีลักษณะที่สำคัญอยู่ 3 ประการ ได้แก่

7.1 การบันทึกต้นทุนสินค้าเมื่อผลิตเสร็จ ระบบบัญชีต้นทุนแบบทันเวลาจะบันทึกต้นทุนสินค้าเมื่อสินค้าผลิตเสร็จ เนื่องจากกระบวนการผลิตไม่ได้มีการแบ่งแยกเป็นแผนก ซึ่งต่างจากระบบบัญชีต้นทุนแบบเดิมที่จะต้องมีการบันทึกบัญชีต้นทุนสินค้าตั้งแต่เริ่มซื้อวัตถุดิบจนกระทั่งผลิตเสร็จ

7.2 การบันทึกวัตถุดิบและงานระหว่างผลิตในชื่อบัญชีเดียวกัน ระบบบัญชีต้นทุนแบบทันเวลาจะบันทึกบัญชีวัตถุดิบและงานระหว่างผลิตในบัญชีเดียวกันโดยใช้ชื่อว่าวัตถุดิบและงานในกระบวนการผลิต เนื่องจากในระบบการผลิตแบบนี้ เมื่อกิจการได้รับวัตถุดิบจะถูกนำเข้าสู่กระบวนการผลิตทันที โดยไม่เก็บเข้าคลังสินค้า ทำให้การได้รับวัตถุดิบแทบจะเกิดขึ้นพร้อมๆ กับการนำวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิต การบันทึกบัญชีวัตถุดิบแยกจากงานระหว่างผลิตจึงไม่สอดคล้องกับกระบวนการผลิตแบบทันเวลา

7.3 การบันทึกค่าแรงงานและค่าใช้จ่ายในการผลิตในบัญชีเดียวกัน ระบบบัญชีต้นทุนแบบต้นทุนเวลาจะบันทึกค่าแรงงานและค่าใช้จ่ายในการผลิตรวมกันเป็นต้นทุนแปรสภาพ (Conversion Cost) เนื่องจากภายใต้แนวคิดของระบบการผลิตแบบต้นทุนเวลา จะต้องมีการทำงานรวมกันเป็นหน่วยการทำงาน (Work Cell) ซึ่งภายในศูนย์การทำงานพนักงานจะมีหน้าที่ที่หลากหลาย ทำให้การระบุว่าพนักงานทำงานใดงานหนึ่งโดยตรงเป็นเรื่องยาก ค่าแรงงานจึงเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นโดยรวมเช่นเดียวกับค่าใช้จ่ายในการผลิต

8. ระบบการผลิตแบบลีน (Lean Manufacturing)

ระบบการผลิตแบบโตโยต้าเป็นพื้นฐานสำหรับความพยายามเกี่ยวกับการผลิตแบบลีน ซึ่งมีอิทธิพลต่อแนวโน้มด้านการผลิต เน้นการไหลของงานอย่างต่อเนื่องโดยปราศจากความสูญเสียและความสิ้นเปลือง James และ Daniel ได้ให้หลักการสำคัญแบบลีนไว้ 5 แนวทาง คือ

8.1 การระบุคุณค่าของผลิตภัณฑ์สู่ลูกค้า (Customer Value) เพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความคาดหวังของลูกค้าเป็นหลัก

8.2 การระบุสายธารแห่งคุณค่า (Value Stream) ทำให้เกิดคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์

8.3 การดำเนินการให้เกิดกระบวนการไหล (Flow) อย่างต่อเนื่อง เพื่อไม่ให้เกิดความสูญเปล่า

8.4 กระบวนการดึงกลับ (Pull System) จากความต้องการของลูกค้า เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างการผลิตและการขาย โดยที่ลูกค้าเป็นตัวกำหนดจำนวนสินค้าที่จะผลิต ซึ่งแตกต่างจากการผลิตแบบผลัก (Push System) ที่กิจการทำการผลิตโดยไม่พิจารณาถึงความต้องการของลูกค้า

8.5 การพยายามปรับปรุงแก้ไขไปสู่ความเป็นเลิศ (Striving to Excellence) เพื่อนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน (StenZel, 2007, อ้างถึงใน สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 65-66)

ระบบการผลิตแบบลีน (Lean Manufacturing) เป็นวิธีการของระบบการจัดการที่ได้รับการยอมรับทั่วโลกว่าเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการผลิตเพื่อความเป็นเลิศ ที่เน้นเรื่องการลดเวลาและต้นทุนในการผลิต สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว โดยมีเป้าหมายที่สำคัญ คือ การทำให้อັกรเติบโตอย่างยั่งยืนในทุกสภาพแวดล้อมของการแข่งขันด้วยวิธีการลดต้นทุน เพิ่มผลิตภาพ (Productivity) และสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้าทั้งในด้านคุณภาพ ราคาและการส่งมอบ (Maskell & Baggaley, 2006, อ้างถึงใน สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 65-66) การพัฒนาระบบการผลิตแบบลีน ต้องดำเนินการในเชิงกลยุทธ์และต้องจัดทำ

อย่างเป็นระบบ ปัจจัยความสำเร็จจึงอยู่ที่พนักงาน ในขณะที่หัวใจสำคัญในการขับเคลื่อน ผลักดัน และกำหนดทิศทางอยู่ที่ผู้บริหารระดับสูง ซึ่งต้องเข้าใจถึงปัญหาและประโยชน์ที่จะได้รับจากการดำเนินการพัฒนาระบบการผลิตแบบลีนในองค์กร (โกศล ดิถีธรรม, 2547, อ้างถึงใน สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 65-66)

9. มูลค่าเพิ่มทางการตลาด (Market Value Added : MVA)

เป็นการวัดผลงานของผู้บริหาร โดยนำมูลค่าตามตลาดของผู้ถือหุ้นเปรียบเทียบกับเงินทุนจากนักลงทุน ในส่วนของเจ้าของ ซึ่งหากผู้บริหารพยายามทำให้ผลแตกต่างระหว่างเงินที่ผู้ถือหุ้นจะได้รับ เมื่อมีการขายหุ้นกับมูลค่าของเงินลงทุนในบริษัทตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง มีความแตกต่างกันมากเท่าใด ก็จะเป็นการสร้างความมั่งคั่งสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้นตามไปด้วย ซึ่งเป็นประโยชน์โดยตรงแก่ผู้ถือหุ้น เนื่องจากผู้ถือหุ้นสามารถมั่นใจได้ว่าการนำทรัพยากรไปใช้นั้น ได้เกิดประโยชน์สูงสุด (นาตยา ศรีรัตนดิถีกุล, 2550, หน้า 9-21)

10. มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Value Added : EVA)

เป็นเกณฑ์การวัดผลการดำเนินงานที่เน้นการสร้างมูลค่าไปสู่ผู้ถือหุ้น บนแนวคิดของกำไรทางเศรษฐศาสตร์ โดยมุ่งที่จะสร้างความมั่งคั่งสูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้น เป็นแนวคิดที่มาจากการบริหารที่เน้นมูลค่า (Value Based Management) หรือ VBM

ประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรที่มีต่อผู้ถือหุ้น คำนึงถึงค่าเสียโอกาสและต้นทุนของเงินลงทุน นอกเหนือจากค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่นำมาคำนวณกำไร โดยไม่ได้คำนึงถึงต้นทุนของเงินลงทุนที่มาจากผู้ถือหุ้น ไม่ได้คำนึงถึงต้นทุนค่าเสียโอกาสของเจ้าของ และค่าของเงินตามเวลา เป็นการมองถึงผลการดำเนินงานในอดีตที่ไม่ได้แสดงถึงผลกระทบต่อนโยบายต่างๆ ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน อันอาจส่งผลกระทบต่อกิจการในอนาคต (นาตยา ศรีรัตนดิถีกุล, 2550, หน้า 9-22)

11. การบริหารที่เน้นมูลค่า (Value Based Management : VBM)

เป็นวิธีการที่ทำให้บุคลากรในองค์กรมีส่วนร่วมและกระจายเป้าหมายไปสู่หน่วยงานย่อยในองค์กร เป็นแนวคิดที่มุ่งใจบุคลากร โดยสร้างความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของกิจการ ให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมกับการทุ่มเทให้กับกิจการ (นาตยา ศรีรัตนดิถีกุล, 2550, หน้า 9-22)

12. การวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard)

แนวคิดเรื่องการวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ เกิดขึ้นครั้งแรกตั้งแต่ปี 1992 จากบุคคล 2 คน คือ ศาสตราจารย์โรเบิร์ต แคปแลน อาจารย์มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด และ ดร.เดวิด นอร์ตัน ประธานบริษัท Nolan โดยศึกษาถึงสาเหตุของความตกต่ำของตลาดหุ้นสหรัฐอเมริกาในปี 1987 พบว่า องค์กรส่วนใหญ่ใช้แต่ตัวชี้วัดธุรกิจที่เป็นตัวเงิน ทำให้เกิดความผิดพลาดในการประเมินผล เพราะไม่ได้วัดในสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ดังนั้น จึงได้มีการวัดผลการดำเนินงาน โดยการวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ

การวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ หมายถึง เครื่องมือในการประเมินผลและนำกลยุทธ์ไปสู่ภาคปฏิบัติโดยมีการประเมินผลการปฏิบัติงานในหลายๆ ด้าน โดยมุ่งเน้นต่อความสำเร็จในการดำรงอยู่และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร โดยเชื่อมผลการปฏิบัติงานในปัจจุบันเข้ากับเป้าหมายในอนาคต เพื่อให้พนักงานทุกคนมีทิศทางในการปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกันกับกลยุทธ์ของกิจการ การวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพมีมุมมอง 4 มิติ ซึ่งจะทำให้ผู้บริหารตอบคำถามต่างๆ ได้ดังนี้

12.1 มุมมองด้านการเงิน : ผู้ถือหุ้นมองกิจการอย่างไร

12.2 มุมมองด้านลูกค้า : ลูกค้ามองกิจการอย่างไร

12.3 มุมมองด้านกระบวนการภายใน : กิจการต้องเป็นเลิศในด้านใด

12.4 มุมมองด้านนวัตกรรม การเรียนรู้ และการพัฒนา : กิจการสามารถพัฒนาและสร้างมูลค่าของธุรกิจได้อย่างไร (นาคยา ตริรัตน์ดิลกกุล, 2550, หน้า 9-13 - 9-14)

13. การบริหารจัดการแบบ Six Sigma

เป็นวิธีการในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิต โดยใช้หลักการทางสถิติเป็นเครื่องมือ โดยมีเป้าหมายในการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ เน้นการลดความสูญเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิต หรือลดข้อผิดพลาดในการผลิตให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด มีเป้าหมายหลักคือ พยายามลดของเสียให้ไม่เกินประมาณ 3.4 ครั้งต่อการปฏิบัติงาน 1 ล้านครั้ง (สมชาย สุภัทรกุล และ มนวิกา ผดุงสิทธิ์, 2556, หน้า 23)

14 ทฤษฎีข้อจำกัด (Theory of Constraints)

เป็นปรัชญาการจัดการที่คิดค้น โดย ดร. โกลแรตต์ ในปี พ.ศ.2527 จากหนังสือชื่อ “The Goal” ซึ่งเป็นหนังสือที่อ่านกันทั่วไปสำหรับนักศึกษาวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรมอุตสาหการ โดยกล่าวถึงการจะบรรลุหรือประสบความสำเร็จในการจัดการนั้นมักมีข้อจำกัดไม่กี่ประการ

โดยจะมีข้อจำกัดอย่างน้อยหนึ่งประการ ซึ่งการประสบความสำเร็จนั้นถูกจำกัดด้วยข้อจำกัด โดยต้องระบุข้อจำกัดของการผลิตหรือการให้บริการขององค์กร และการเพิ่มการไหลหรือลดข้อจำกัดดังกล่าวลง จะส่งผลให้ผลลัพธ์ของการผลิตและการให้บริการนั้นเพิ่มขึ้น ตัวอย่างที่กล่าวไว้ในหนังสือ “The Goal” อธิบายว่ามีกลุ่มเด็กไปทัศนศึกษาบนภูเขาและหนึ่งในนั้นมีเด็กรูปร่างอ้วนท้วนคนหนึ่งซึ่งเดินช้ากว่าเพื่อนๆ ทำให้เพื่อนคนอื่นต้องรอ ดังนั้น จึงแก้ปัญหาโดยให้เด็กรูปร่างอ้วนท้วนคนนั้นเป็นผู้เดินนำและเพื่อนๆเดินตาม โดยห้ามแตกแถวหรือแซงกัน ด้วยเหตุนี้จึงไม่มีใครต้องรอกันเพราะความเร็วในการเดินถูกจำกัดด้วยเด็กที่เดินช้าที่สุด

หลักการนี้สามารถประยุกต์ใช้ในกระบวนการผลิตที่มีข้อจำกัดของเครื่องจักร แรงงาน หรืออุปกรณ์ (พริททา องค์กรศึกษารักษ์, 2553, หน้า 40-43)

เป็นทฤษฎีเกี่ยวกับการปรับปรุงกระบวนการทำงานโดยใช้กระบวนการความคิด (Thinking Process) ซึ่งประกอบด้วย การแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจ ในทุกกระบวนการไม่ว่าจะเป็นกระบวนการผลิต หรือกระบวนการธุรกิจ เครื่องจักรหรือหน่วยงานที่ช้าที่สุดจะเป็นตัวกำหนดอัตราความเร็วของทั้งกระบวนการ ซึ่งเราจะเรียกหน่วยงานนั้นว่าเป็นข้อจำกัดของกระบวนการ (Constraints) หรือ คอขวด (Bottle Neck) เปรียบเสมือนขวดน้ำ ซึ่งอัตราการไหลของน้ำจะขึ้นกับส่วนที่แคบที่สุดของขวด หรือบริเวณคอขวดนั่นเอง โดยการเพิ่มอัตราความเร็วในส่วนอื่นที่ไม่ใช่ Bottle Neck ของระบบจะไม่มีผลต่ออัตราความเร็วของทั้งระบบ ตัวอย่าง เช่น ถนนในกรุงเทพมหานครที่รถแล่นได้สองเลน แต่เมื่อขึ้นสะพานเหลือเพียงแค่เลนเดียว การจราจรจะเกิดการติดขัด หากทางการแก้ปัญหาด้วยการเพิ่มเลนของถนนจากสองเลนเป็นสามเลน ก็ไม่ได้ทำให้การไหลของรถดีขึ้น เนื่องจากตรงที่เป็นคอขวดของระบบคือสะพาน ไม่ใช่ถนน ดังนั้นรถจึงยังติดเหมือนเดิม

เป็นปรัชญาด้านการจัดการที่สามารถใช้ได้ในทุกระบบงาน เน้นการมองภาพแบบองค์รวม คำนึงถึงหลักของความสัมพันธ์และเกี่ยวโยงระหว่างแผนก หลักการ มองระบบงานเป็นห่วงโซ่ที่เชื่อมโยงต่อกัน และยังเป็นห่วงโซ่ต่างขนาดกันด้วย ดังนั้นความแข็งแรงของห่วงโซ่นี้ย่อมเท่ากับความแข็งแรงของข้อที่เล็กที่สุด ดังนั้นสิ่งที่ควรทำเพื่อเพิ่มความแข็งแรงของห่วงโซ่ข้อที่อ่อนที่สุด เช่นเดียวกับระบบการทำงานตัวอย่างเช่น ระบบการผลิตมี 3 แผนก และแผนกที่ 2 เป็นแผนกที่ผลิตได้ช้าที่สุด หากเราเพิ่มประสิทธิภาพของแผนกที่ 1 ผลก็คือจะมีงานระหว่างผลิตที่แผนก 2 และการหากเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้กับแผนกที่ 3 ก็จะเป็นการเพิ่มเวลาว่างงานเนื่องจากต้องรอจากแผนกที่ 2 ดังนั้นจึงต้องแก้ปัญหาดตรงจุดที่เป็นข้อจำกัด คือ แผนกที่ 2 ของระบบ ซึ่งเป็นการมองแบบภาพรวมทั้งองค์กร

การเพิ่มประสิทธิภาพให้ระบบจะต้องรู้ว่า อะไรคือจุดอ่อนของระบบ และหาทางจัดการกับจุดอ่อนนั้นๆ จุดเด่นที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการปรับปรุงด้วยการหาทางเพิ่มประสิทธิภาพ

ของทั้งระบบ ไม่ใช่ทำให้เกิดผลดีเฉพาะจุดย่อยๆ เพราะการทำเช่นนั้นผลออกมาอาจจะไม่ได้เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของทั้งระบบ สำหรับการนำทฤษฎีข้อจำกัด (Theory of Constraints) ไปใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจ ประกอบด้วย

14.1 หาส่วนที่เป็นข้อจำกัดของระบบ หน่วยงานที่เป็นข้อจำกัดของระบบก็คือ หน่วยงานที่มีงานรอผลิตหรือรอจัดการอยู่มาก

14.2 เพิ่มประสิทธิภาพของข้อจำกัดนั้นๆ ได้อย่างไร เพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุด คือ ต้องพยายามลดเวลาที่สูญเสียไปในส่วนของคนหรือเครื่องจักรที่ไม่ได้ผลิตงานให้มากที่สุด เช่น เวลาในการรอ เวลาในการหยุดซ่อมแซม เวลาในการ Setup เครื่องจักร

14.3 นำวิธีการเพิ่มประสิทธิภาพที่ได้จากขั้นตอนที่ 2 มาสร้างเป็นมาตรฐานการทำงาน ให้กับข้อจำกัดนั้นๆ

14.4 หาทางเพิ่มประสิทธิภาพของข้อจำกัด เช่น ต้องมีการตรวจสอบวัตถุดิบก่อนที่จะนำมาเข้าสู่กระบวนการแปรสภาพ เพื่อให้มั่นใจว่าเครื่องจักรที่เป็นข้อจำกัดของระบบไม่ได้ทำงานกับของเสียหรือการกระจายภาระของข้อจำกัดไปให้เครื่องจักรอื่นที่ไม่ใช่ข้อจำกัด ทั้งนี้ ต้องมีการศึกษา วิเคราะห์โครงการให้เสียก่อน

14.5 ถ้าข้อจำกัดนั้นได้รับการปรับปรุงจนมีประสิทธิภาพ ให้กลับไปทำขั้นตอน 1 ใหม่ สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง คือ ความร่วมมือของผู้บริหารระดับสูง เพราะการแก้ไขปัญหาโดยใช้ทฤษฎีข้อจำกัด คือ การแก้ไขที่ภาพรวม ไม่ใช่จุดย่อยๆ ในบริษัท การค้นหาว่าที่จริงแล้วข้อจำกัดของระบบคืออะไร และพยายามหาทางจัดการนั้น เป็นสิ่งสำคัญที่จะเพิ่มศักยภาพ กิจกรรมที่ประสบความสำเร็จจะต้องรู้ว่าทำอะไรจึงจะรู้ว่าต้องเปลี่ยนแปลงอะไร อะไรที่ต้องเปลี่ยน และควรจะเปลี่ยนแปลงอย่างไร (บริษัท อีเอ็กซ์พี โพรเฟสชันนอล เซอร์วิส เซส จำกัด, ม.ป.ป.)

15. การปรับหรือธุรกิจ (Re-engineering)

การปรับหรือธุรกิจ หมายถึง การปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานหรือกระบวนการดำเนินธุรกิจใหม่ เป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วชนิดถอนรากถอนโคน ภายใต้การชี้นำของผู้บริหารระดับสูง ด้วยเป้าหมายที่จะผ่าทางตันทางธุรกิจ หรือประกอบกิจการของตนให้เกิดสมรรถภาพในการดำเนินงาน ทั้งทางด้านคุณภาพสินค้า ต้นทุนการผลิตที่ต่ำ การผลิตที่รวดเร็ว และการบริการลูกค้าที่ดี (ชนวัฒน์ ทรัพย์ไพบุลย์, 2554, หน้า 1) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ โดยมีเป้าหมายสูงสุดอยู่ที่การลดต้นทุนการดำเนินงาน วิธีการนี้เกิดขึ้นเนื่องจาก ความพยายามที่จะลดต้นทุนการดำเนินธุรกิจ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วธุรกิจมักจะลดจำนวนพนักงาน หรือการตกแต่งงบการเงิน ซึ่งวิธีการนี้จะเกิดผลในระยะสั้นเท่านั้น ถ้าจะให้เกิดผลในระยะยาวต้องสร้างให้เกิด

การเปลี่ยนแปลงระบบการทำงานที่มีการวางแผนอย่างดี และมีการทำอย่างต่อเนื่องเท่านั้น การเปลี่ยนวิธีการทำงาน เป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมของการปรับโครงสร้างองค์กร ที่นอกเหนือจากการลดรูปองค์กร และการยกเครื่ององค์กร โดยการปรับหรือธุรกิจมักจะเริ่มดำเนินการในกรณีที่มีการผลิตสินค้าใหม่ มีเทคโนโลยีใหม่ที่สามารถลดต้นทุน หรือมีการเปิดตลาดใหม่ เป็นต้น (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2551)

หัวใจหลักของการทำการปรับหรือธุรกิจ คือ ต้องเปลี่ยนแปลงขั้นพื้นฐาน ต้องเปลี่ยนแปลงแบบถอนรากถอนโคน ต้องเปลี่ยนแปลงอย่างยิ่งใหญ่เพื่อบรรลุเป้าหมายสูงสุด และต้องสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีประโยชน์ (ธนวัฒน์ ทรัพย์ไพบูลย์, 2554, หน้า 1)

16. โซ่แห่งคุณภาพ (Value Chain)

เมื่อก้าวถึงงานด้านคุณภาพ เราสามารถจำแนกออกได้เป็นคุณภาพที่พึงต้องมี (must be quality) หมายถึง คุณภาพที่ต้องมีอยู่อย่างครบถ้วนเป็นปกติ ถ้าหากไม่มีคุณภาพนี้ในผลิตภัณฑ์ ลูกค้าจะไม่ซื้ออย่างแน่นอนและคุณภาพที่จูงใจซื้อ (attractive quality) หมายถึง คุณภาพที่โดยปกติจะไม่มีคุณภาพชนิดนี้อยู่ในตัวผลิตภัณฑ์ แต่ถ้าหากมีก็จะจูงใจลูกค้าให้เกิดความสนใจที่จะซื้อ การที่จะสร้างคุณค่าอื่นๆ หรือประโยชน์อื่นมาประกอบกันให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์สูงสุดตามที่ลูกค้าต้องการ จะมีขั้นตอนของกระบวนการสร้างคุณค่าที่ต่อเนื่องกันเป็นทอดๆ เหมือนห่วงโซ่ของกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกัน เพื่อสร้างประโยชน์สูงสุดในผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งต่อไปให้ลูกค้า กระบวนการเหล่านี้เรียกว่า Value Chain หรือ โซ่แห่งคุณค่า

เป็นแนวความคิดที่พัฒนาโดย Porter จะเน้นกิจกรรมหลักและกิจกรรมรองที่เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ แนวคิดนี้จะแบ่งกิจกรรมขององค์กร โดยใช้มิติทางด้านเทคโนโลยีและเศรษฐศาสตร์เป็นพื้นฐานในการแบ่งประเภทของกิจกรรมต่างๆ ที่ทำภายในองค์กร และเรียกกิจกรรมเหล่านี้ว่า กิจกรรมที่มีมูลค่า (value activities) โดยที่ มูลค่า (value) ที่องค์กรสร้างขึ้นวัดจากจำนวนของลูกค้าที่เต็มใจจะซื้อผลิตภัณฑ์ องค์กรจะมีกำไรหากมูลค่าที่สร้างขึ้นมีค่ามากกว่าต้นทุนในการสร้างมูลค่า องค์กรจะต้องทำกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่งหรือดำเนินการในลักษณะที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งและขายด้วยราคาพรีเมียม (มีมูลค่ามากกว่า) ดังนั้นโซ่แห่งคุณค่า (value chain) จึงหมายถึง ระบบของกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์กันและเชื่อมโยงกัน ความเชื่อมโยงนี้ หมายถึง เมื่อดำเนินกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งไปจะมีผลกระทบต่อต้นทุนหรือประสิทธิผลของกิจกรรมอื่นด้วย ความเชื่อมโยงของกิจกรรมจึงต้องมีการเปรียบเทียบการทำงานของแต่ละกิจกรรมเพื่อให้แน่ใจว่ากิจกรรมโดยรวมก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น หากต้นทุนในการออกแบบสินค้าและวัตถุดิบที่ใช้มีราคาสูง ก็จะทำให้ต้นทุนหลังการขายลดลงด้วย เพราะสินค้า

ได้รับการออกแบบมาอย่างดีและผลิตด้วยวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ปัญหาที่ติดตามมาจะน้อยลงด้วย ปัญหาจึงอยู่ที่บริษัทด้วยว่าจะพิจารณาในเรื่องการเปรียบเทียบ (trade-offs) นี้อย่างไรจึงจะเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

ไม่ว่าบริษัทจะเลือกกลยุทธ์ในการแข่งขันอย่างไร การสร้างกำไรของบริษัทขึ้นอยู่กับความสามารถในการสร้างมูลค่าให้กับลูกค้าและลูกค้าตัดสินใจซื้อ โดยกิจกรรมหลักในการสร้างมูลค่า (Value Activities) แบ่งออกเป็น 2 ชนิดใหญ่ ๆ คือ

16.1 กิจกรรมหลัก (primary activities) หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการการผลิตโดยตรง การส่งมอบ รวมทั้งบริการหลังการขาย

16.2 กิจกรรมสนับสนุน (support activities) หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่คอยสนับสนุนหรือทำให้กิจกรรมหลักดำเนินไปโดยสะดวกและมีประสิทธิภาพ เป็นกิจกรรมที่เข้าไปมีอิทธิพลต่อกิจกรรมหลักในทุกขั้นตอน ด้วยเหตุนี้กิจกรรมสนับสนุนจึงเป็นกิจกรรมตามแนวอนที่ครอบคลุมทุกกิจกรรมหลัก

กลยุทธ์โซ่แห่งคุณค่าที่ประสบผลสำเร็จ

ในกระบวนการสร้างคุณค่ามีสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงที่เป็นส่วนประกอบสำคัญของการดำเนินการสร้างคุณค่าในโซ่แห่งคุณค่าดังต่อไปนี้

1. วัฒนธรรมองค์กร (organization culture) เมื่อโซ่แห่งคุณค่าเป็นระบบของกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์กัน คนในองค์กรต้องมีแนวทางการปฏิบัติที่เป็นแบบอย่างเดียวกันจนถึงขั้นเป็นวัฒนธรรมองค์กร กล่าวคือ องค์กรทุกองค์กรมีวัฒนธรรม เพราะวัฒนธรรม คือ สิ่งที่หล่อหลอมให้คนมีและเข้าใจกติกาในการอยู่ร่วมกัน วัฒนธรรมทำหน้าที่เหมือน “เบ้า” ที่หล่อหลอมให้คนในองค์กรมีความเชื่อและพฤติกรรมไปในทิศทางเดียวกัน อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข และลดความขัดแย้ง ฉะนั้น การดำเนินกิจกรรมการสร้างมูลค่าจะต้องมีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรเป็นแบบอย่างเดียวกัน เพราะการดำเนินกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งจะมีผลกระทบต่อกิจกรรมอื่นในองค์กรด้วย จึงต้องมีการเปรียบเทียบ (trade-offs) องค์กรควรเริ่มต้นจากการสำรวจว่า ปัจจุบันคนในองค์กรมีพฤติกรรมหรือแนวปฏิบัติไปในทิศทางใดบ้างแล้วจึงนำเอาพฤติกรรมเหล่านั้นมาเปรียบเทียบกับทิศทางที่องค์กรต้องการ เพื่อดูว่าพฤติกรรมใดที่จะทำหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้บรรลุเป้าหมายและพฤติกรรมใดที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการก้าวไปข้างหน้า

2. ทรัพยากรบุคคล (human resource) คือ ทรัพยากรที่มีค่าที่มีอยู่ในตัวของมนุษย์ นับว่าเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและมีเกียรติภูมิ ทรัพยากรที่ว่านั้น ได้แก่ ความรู้ ความสามารถ ความคิดต่างๆ ที่มีอยู่ในตัวของมนุษย์ โดยมนุษย์แต่ละคนจะมีทรัพยากรดังกล่าวในระดับที่ต่างๆ บางคนมี

มาก บางคนมีปานกลาง และบางคนมีน้อย ซึ่งขึ้นอยู่กับว่ามนุษย์จะนำทรัพยากรเหล่านั้นมาใช้
อย่างไรให้เกิดประโยชน์และมีคุณภาพ ซึ่งความสำคัญของทรัพยากรบุคคล ที่นำมาสร้าง
ขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนจะต้องใช้ระยะเวลายาวนานและเป็นสิ่งที่ทำได้ยากเมื่อ
เทียบกับสิ่งอื่น (some activities are much harder to replicate than others)

3. ภาวะผู้นำ (leadership) เป็นกระบวนการใช้อำนาจหรือความสามารถในการจูงใจ
และอิทธิพลที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและผู้ตาม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้
ฉะนั้นผู้นำขององค์กรมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในการบริหาร เพราะจะเป็นผู้สามารถ
ตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ทางธุรกิจ ซึ่งมีความจำเป็นและสำคัญยิ่ง ผู้นำมีบทบาทสำคัญต่อ
การโน้มน้าวให้คนปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ การจูงใจจึงเป็นสิ่งที่คู่กับผู้นำที่หลีกเลี่ยง
ไม่ได้ ผู้นำโดยพื้นฐานแล้วจะต้องมีทักษะการจูงใจให้พนักงานมีความต้องการหรือความเต็มใจ
ปฏิบัติตามนโยบาย

4. กระบวนการต่างๆ ภายในองค์กร (business process) เป็นขั้นตอนในการประกอบ
ธุรกิจ โดยเริ่มตั้งแต่การนำเงินมาลงทุนในกิจการเพื่อใช้จ่ายเป็นค่าเครื่องจักร วัสดุอุปกรณ์ วัตถุดิบ
ค่าแรง ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการบริหารงานด้านต่างๆ แล้วทำการจำหน่ายสินค้าหรือบริการออกไป
เพื่อให้ได้มาซึ่งรายรับ หลังจากนั้นจึงนำไปหักค่าใช้จ่ายเพื่อดูว่าเกิดกำไรหรือขาดทุน แล้วจึงนำเงิน
นั้นมาใช้เพื่อดำเนินธุรกิจต่อไป การสร้างคุณค่าในงานต้องคำนึงถึงทุกกระบวนการ ในระบบธุรกิจ
ว่าเป็นอย่างไร เพราะแต่ละองค์กรมีศักยภาพต่างกัน การดำเนินกิจกรรมการสร้างคุณค่าในงานอาจ
มีแนวทางที่ต่างกัน

5. การลงทุนในเทคโนโลยี (technology investment) การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันไม่ว่าจะ
มีขนาดเล็กหรือใหญ่ มีความจำเป็นที่ต้องมีการใช้เทคโนโลยีต่างๆ เนื่องจากช่วยให้การสร้างคุณค่า
ขององค์กรมีความก้าวหน้าและสร้างความสามารถในทางการแข่งขันได้

6. ความร่วมมือและการประสานงาน (co-operation) ทุกแผนกในองค์กรจะต้องร่วมมือ
กัน ตลอดจนมีความเข้าใจในการทำงานเป็นอย่างดี จึงจะประสบผลสำเร็จ เพราะกระบวนการของ
ธุรกิจมีความหลากหลาย (บูรณะศักดิ์ มาดหมาย, 2552, หน้า 35-39)

17. การวัดเปรียบเทียบสมรรถนะ (Benchmarking)

มีนักวิชาการหลายท่านให้คำนิยามคำว่า การวัดเปรียบเทียบสมรรถนะ ในตำราบางเล่มได้
เพิ่มเติมคำว่า Benchmark และ Best Practices ซึ่งมีความหมายเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน โดย Benchmark
หมายถึง Best-in-class คือ เก่งที่สุดหรือดีที่สุดระดับโลกอันจะเป็นต้นแบบที่ใช้เพื่อเปรียบเทียบ
ความสามารถของตนเอง ส่วน Benchmarking คือ วิธีการในการวัดและเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์

บริการ และวิธีการปฏิบัติกับองค์กรที่สามารถทำได้ดีกว่า เพื่อนำผลการเปรียบเทียบมาใช้ในการปรับปรุงองค์กรของตนเพื่อมุ่งความเป็นเลิศทางธุรกิจและ Best Practices คือ วิธีการปฏิบัติที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จหรือทำให้องค์กรสู่ความเป็นเลิศ กล่าวคือกระบวนการวัดเปรียบเทียบสมรรถนะนำไปสู่การค้นพบ ผู้ที่เป็น Benchmark หรือผู้ปฏิบัติได้ดีที่สุดเป็นใคร และผู้ที่เป็น Benchmark สามารถตอบคำถามเราได้ว่า Best Practices หรือวิธีการปฏิบัติที่ดีที่สุดที่นำไปสู่ความเป็นเลิศนั้นทำได้อย่างไร ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ได้ ดังนี้ (บุญดี บุญญากิจ และกมลวรรณศิริพานิช, 2545, หน้า 9-11 อ้างถึงใน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ม.ป.ป.) เป็นการทำงานอย่างเป็นระบบ เป็นกระบวนการในการดำเนินธุรกิจที่ทำให้เรารู้จักตัวเอง พิจารณาวิเคราะห์ว่าตัวของเราเป็นอย่างไร อยู่ที่ใด เมื่อเปรียบเทียบกับคนที่ดีที่สุดในอุตสาหกรรมหรือในโลกว่าเรากับเขาต่างกันตรงไหน แล้วจึงมากำหนดวิธีที่จะปรับสภาพกระบวนการต่างๆ ทางธุรกิจเพื่อให้มีระดับเทียบเท่าหรือดีกว่าเขาที่เคยเก่งที่สุดในปัจจุบัน (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร, ม.ป.ป.)

วิธีการคิดการวัดเปรียบเทียบสมรรถนะ

วิธีการคิดของการวัดเปรียบเทียบสมรรถนะ คือการศึกษาดูงานของผู้อื่น แล้วนำวิธีการมาเปรียบเทียบเพื่อหาวิธีการปฏิบัติต่างๆ ที่ดีที่สุด (Best Practices) และนำมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการต่างๆ ในองค์กรให้เทียบเท่าหรือดีกว่า โดยแบ่งการเปรียบเทียบเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. การเปรียบเทียบในด้านอะไร

1.1 Performance Benchmarking เปรียบเทียบทางด้านผลดำเนินการ เช่น การเงิน การปฏิบัติการ เพื่อที่จะให้องค์กรสามารถตัดสินใจในการหาวิธีการทำให้ผลการดำเนินการที่ดีเมื่อเทียบกับองค์กรอื่น

1.2 Process Benchmarking เปรียบเทียบวิธีการปฏิบัติการสำหรับกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อการเรียนรู้จากองค์กรที่ดีที่สุดในด้านนั้น แล้วจึงนำมาปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจขององค์กร

1.3 Strategic Benchmarking เปรียบเทียบด้านการเลือกและควบคุมการใช้กลยุทธ์ โดยเทียบกับองค์กรอื่นเพื่อรวบรวมข้อมูล ในการนำมาปรับปรุง การวางแผน และตำแหน่งกลยุทธ์ในองค์กรตนเอง

2. การเปรียบเทียบกับใคร

2.1 Internal Benchmarking ตั้งเป้าหมายภายใน หาวิธีปรับปรุงกระบวนการให้ดีขึ้น โดยเทียบกันเองภายในหรือแผนกที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันภายในองค์กร

2.2 Competitive Benchmarking เปรียบเทียบโดยตรงกับคู่แข่ง (Direct competitors) ในอุตสาหกรรมที่มีผลิตภัณฑ์หรือบริการเหมือนกัน เป็นส่วนต่อขยายจากคู่แข่ง เน้นที่คู่แข่งที่อยู่ในระดับดีที่สุด

2.3 Functional Benchmarking เปรียบเทียบกับองค์กรอื่นที่มีธุรกิจคล้ายคลึงกันที่ไม่ใช่คู่แข่งกัน เช่น ลูกค้าหรือเทียบกับองค์กรที่ดีที่สุดในอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน (Industry leader) โดยเรียนรู้จากการทำงานของเขา

2.4 Generic Benchmarking เทียบกับบริษัทนอกกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันที่ใกล้เคียงกันหรือต่างประเภท หากเราเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมของเราในด้านนั้นๆ แล้ว ถือว่าเป็นการปรับปรุงต่อ เพื่อหาผู้ที่เด่นที่สุดในอุตสาหกรรมอื่นๆ (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร, ม.ป.ป.)

การทำการวัดเปรียบเทียบสมรรถนะ

การทำการวัดเปรียบเทียบสมรรถนะเลือกทำได้ 2 แนวทาง คือ

1. การวัดเปรียบเทียบสมรรถนะแบบกลุ่ม คือการทำการวัดเปรียบเทียบสมรรถนะ โดยเข้าไปรวมกลุ่มกับองค์กรอื่นที่มีความต้องการจะทำการวัดเปรียบเทียบสมรรถนะเหมือนกัน

2. การวัดเปรียบเทียบสมรรถนะแบบเดี่ยว คือการทำการวัดเปรียบเทียบสมรรถนะ โดยองค์กรเดียวมีความต้องการที่จะทำ Benchmarking จึงกำหนดหัวข้อที่ต้องการทำและดำเนินการตามกระบวนการ Benchmarking ตามที่ได้วางแผนไว้ เราต้องเป็นผู้ดำเนินการคนเดียวทั้งหมด ตั้งแต่การกำหนดหัวข้อ หาคู่แข่งเทียบ เก็บข้อมูล พัฒนาแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปข้อมูล (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร, ม.ป.ป.)

กระบวนการวัดเปรียบเทียบสมรรถนะ

การวัดเปรียบเทียบสมรรถนะ ควรเกิดจากทุกคนในองค์กร ที่มีความมุ่งมั่นร่วมกัน ซึ่งมีขั้นตอน 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. ตัดสินใจเลือกที่จะทำการ Benchmark เรื่องใด โดยระบุถึงความต้องการและเป้าหมายขององค์กร กระบวนการเปรียบเทียบ

2. ระบุชื่อคู่แข่งเปรียบเทียบในการ Benchmark เป็นการตัดสินใจเลือกบริษัทที่คู่ควรเป็นแม่แบบ

3. รวบรวมข้อมูลสำคัญต่างๆ ทั้งองค์กรของเราและองค์กรของคู่แข่งเปรียบเทียบ ตรวจสอบความน่าเชื่อถือ

4. การวิเคราะห์ เป็นการจัดลำดับและเรียบเรียงประเภทของข้อมูล วิเคราะห์ช่วงห่าง (Gap) ของสมรรถนะต่างๆ พร้อมระบุสาเหตุที่เกิดขึ้น

5. การปฏิบัติเพื่อก่อให้เกิดผลลัพธ์ โดยผลลัพธ์ที่ดีได้จากการศึกษาและการประยุกต์ใช้ กับองค์กรของตนต่อไป (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน, ม.ป.ป.)

18. การบัญชีเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Accounting)

การบัญชีเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Accounting) เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีสิ่งแวดล้อม เป็นความร่วมมือกันระหว่างผลประโยชน์จากการพัฒนาการอนุรักษ์ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ เพื่อส่งเสริมการผลิตในรูปแบบที่ประหยัดทรัพยากรธรรมชาติ ในขณะที่เดียวกันก็พยายามควบคุมผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในระดับที่สาธารณชนยอมรับได้ โดยเป็นการจัดการวัตถุดิบและทรัพยากร ในทิศทางที่ก่อให้เกิดความมั่นคงและกินคืออยู่ดี มีการใช้ เทคโนโลยีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปฏิเสธนโยบายที่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ (นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะ และ ศิลปพร ศรีจันทเพชร, 2554, อ้างถึงใน สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 65-66) แนวทางของการบัญชีเพื่อความยั่งยืน ประกอบด้วย 2 แนวทาง ได้แก่

18.1 แนวทางสินค้าคงคลัง (Inventory Approach) เป็นการระบุ การบันทึก การควบคุม และการรายงาน ซึ่งอาจระบุข้อมูลที่เกี่ยวข้องเป็นเชิงปริมาณที่ไม่ใช่ตัวเงิน รวมทั้ง รายการต่างๆ ที่เกี่ยวกับทุนธรรมชาติ ได้แก่ โอโซน ต้นไม้ พลังงานจากซากสิ่งมีชีวิตและการเสื่อมสิ้น รวมถึงผลดีที่กิจการได้รับในอนาคต

18.2. แนวทางต้นทุนที่ยั่งยืน (Sustainable Cost Approach) มีรากฐานโดยตรงมาจากแนวคิดทางการบัญชีในเรื่องเกี่ยวกับกิจการต้องรักษาระดับทุน (Capital Maintenance) หมายความว่า กิจการที่ยั่งยืนจะต้องไม่ปล่อยให้สิ่งแวดล้อม ณ วันสิ้นปีบัญชีต่ำลงกว่าสิ่งแวดล้อมที่เป็นอยู่ ณ วันต้นปีบัญชี เป็นการรักษาทุนธรรมชาติ

19. ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility : CSR)

การแสดงความรับผิดชอบต่อผลกระทบ โดยเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมต่อ ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย มีการปรับกลยุทธ์เพื่อให้สามารถอยู่รอดและเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน ตอบสนองผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นผลการดำเนินงานหรือด้านอื่นๆ ดังนั้น กระบวนการตัดสินใจของผู้บริหารจึงไม่ควรคำนึงถึงเฉพาะผู้ถือหุ้น แต่ควรคำนึงถึง ผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายที่ได้รับผลกระทบจากกิจกรรมขององค์กร (สมชาย สุภัทรกุล และมนวิกา ผดุงสิทธิ์, 2556, หน้า 24)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน

ทฤษฎีมุมมองบนพื้นฐานทรัพยากร (Resource-based View of the firm: RBV)

ลักษณะที่สำคัญของทรัพยากรเชิงกลยุทธ์แบ่งออกเป็น 4 ปัจจัย โดยที่ทรัพยากรเหล่านี้สามารถทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันสูง มีโอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กิจการในอนาคต

1. ทรัพยากรนั้นต้องมีคุณค่าต่อการดำเนินธุรกิจและการแข่งขันอย่างแท้จริง (Valuable Resources) เช่น ความสัมพันธ์ทางธุรกิจ ความมีชื่อเสียงของกิจการ ความสามารถทางด้านเทคโนโลยี เป็นต้น

2. ทรัพยากรนั้นต้องหายาก (Rare Resources) องค์กรจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันหากองค์กรนั้นมีทรัพยากรที่จัดหาได้ยาก เช่น เทคโนโลยีสมัยใหม่ เป็นต้น

3. ทรัพยากรนั้นต้องไม่สามารถลอกเลียนแบบได้หรือหากจำเป็นต้องเลียนแบบก็ต้องมีต้นทุนที่สูง (Imitate Resources) เช่น ความเชื่อถือ ทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น

4. ทรัพยากรเหล่านั้นไม่สามารถหาทดแทนได้ (Non-substitutable Resources) หรืออาจเรียกย่อๆ ว่า VRIN (Barney, 1991, pp. 99-120 อ้างถึงใน กุลชญา แวนแก้ว, 2556, หน้า 11-12)

ทฤษฎีตามสถานการณ์ (Contingency theory)

การที่กิจการตัดสินใจทำสิ่งใดก็ตาม จะไม่มีวิธีการใดที่ดีที่สุดหรือเหมาะสมที่สุดในการปฏิบัติงานแต่จะขึ้นอยู่กับสองปัจจัย คือ

1. ปัจจัยภายใน เช่น เงินทุน โครงสร้างของกิจการ เป็นต้น

2. ปัจจัยภายนอก เช่น สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมการแข่งขัน การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เป็นต้น

โดยทั้งสองปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจของกิจการ ที่ทำให้กิจการเลือกวิธีการปฏิบัติการดำเนินงานภายใต้สถานการณ์ต่างๆ ที่มีความแตกต่างกันไป เพื่อให้เกิดความเหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสม (Gordan and Miller, 1976, pp. 59-69 อ้างถึงใน กุลชญา แวนแก้ว, 2556, หน้า 11)

แนวความคิดการบริหารเชิงสถานการณ์หรือทฤษฎีปฏิบัติการ (Contingency theory) ถือเป็นทฤษฎีการบริหารที่ขึ้นอยู่กับสภาพข้อเท็จจริงด้วยแนวคิดที่ว่าทางเลือกทางออกที่จะนำไปสู่การแก้ปัญหาทางการบริหารถือว่าไม่มีวิธีใดดีที่สุด หากแต่สถานการณ์นั้นจะเป็นตัวกำหนดว่าควรจะใช้การบริหารแบบใดในสถานการณ์เช่นนั้น ถือว่าการบริหารจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับ

สถานการณ์ ซึ่งสถานการณ์จะเป็นตัวกำหนดการตัดสินใจและรูปแบบการบริหารที่เหมาะสม โดยผู้บริหารจะต้องพยายามวิเคราะห์สถานการณ์ให้ดีที่สุด มุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสภาพแวดล้อมขององค์กร ผู้นำควรพิจารณาความแตกต่างระหว่างบุคคล ระเบียบกฎเกณฑ์ วิธีการ กระบวนการและการควบคุมงาน ความแตกต่างระหว่างความสัมพันธ์ของบุคคลในองค์กรหรือความแตกต่างระหว่างเป้าหมายการดำเนินงานขององค์กร (Fiedler, 1967, อ้างถึงใน ปัญญาพร ศรีชนาพันธ์, 2555, หน้า 37-48)

แนวคิดด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน

สำหรับแนวคิดในเรื่องความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้นคิดค้นโดย Michael E. Porter นักเศรษฐศาสตร์ชื่อดังจาก Harvard Business School โดย Porter ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มาตั้งแต่ ค.ศ.1980 ได้ให้กรอบความคิดเพื่อสร้างความเข้าใจในที่มาและวิธีสร้างความสามารถในการแข่งขันตั้งแต่ระดับหน่วยธุรกิจ อุตสาหกรรม ประเทศชาติ จนถึงระดับนานาชาติ รวมถึงให้แนวคิดที่เป็นแก่นสำคัญของทฤษฎีนี้ไว้ว่า เมื่อใดที่องค์กรสามารถมีกำไรเหนือกว่ากำไรของธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน ย่อมแสดงให้เห็นว่าองค์กรมีความสามารถในการแข่งขัน และเป้าหมายสำคัญของทุกธุรกิจ คือ การสร้างความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ความสามารถในการแข่งขันจะเกิดขึ้นเมื่อองค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเท่าเทียมในต้นทุนที่ต่ำกว่าหรือสามารถตอบสนองได้อย่างแตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งความสามารถในการแข่งขันสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่เหนือกว่าได้ในสายตาของลูกค้า (Porter, 1985, อ้างถึงใน กัญฐณา ดิษฐ์แก้ว, 2558 หน้า 55) กลยุทธ์การแข่งขันขั้นพื้นฐาน (generic competitive strategy) สามารถนำเสนอเป็นกลยุทธ์ทั่วไปที่ใช้ในการแข่งขันเป็น 3 กลยุทธ์ ได้แก่ (Porter, 1980, อ้างถึงใน สุชนิ เมธิโยธิน, 2555, หน้า 129)

1. การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost leadership) ความสามารถของธุรกิจในการผลิตการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการที่มีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่ง (Porter, 1985, pp. 34-41 อ้างถึงใน สุจิตราภรณ์ จุสปาโล, 2554, หน้า 37-38) เพื่อกำหนดราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งในตลาด รวมถึงหากเกิดความรุนแรงด้านสงครามราคา (Red Ocean) ธุรกิจก็ยังคงสามารถอยู่ในตลาดได้ เพราะธุรกิจมีความได้เปรียบจากต้นทุนที่ต่ำ (Porter, 1980, อ้างถึงใน สุชนิ เมธิโยธิน, 2555, หน้า 129) โดยองค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ด้วยการมุ่งเน้นการสร้าง Economic of Scope คือ การเน้นเรื่องของการผลิตในปริมาณที่มากเพื่อให้ต้นทุนต่อหน่วยต่ำลง เป็นความสามารถในการลดต้นทุนโดยใช้ทรัพยากรร่วมกันของหน่วยธุรกิจต่างๆ สังเกตได้จากโรงงานขนาดใหญ่มักจะมีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยต่ำ เนื่องจากการผลิตเป็นจำนวนมากจะสามารถใช้

ทรัพยากรผลิตร่วมกันได้ ก่อให้เกิดการประหยัดต้นทุนในการผลิต (Miller & Dess, 1993, pp. 553-585 อ้างถึงใน รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร, 2553, หน้า 43-44)

2. การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ธุรกิจต้องคิดหาความแตกต่างในตัวสินค้าเพื่อไม่ให้ซ้ำกับสินค้าอื่นในท้องตลาดหรือต้องมีนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อให้สินค้าดูโดดเด่นกว่าคู่แข่ง (Porter, 1980, อ้างถึงใน สุขชนิ เมธิโยธิน, 2555, หน้า 129) เช่น ภาพลักษณ์ รูปแบบของสินค้า ตรีษฐ์หือ เทคโนโลยี การบริการ เป็นต้น ซึ่งอาจเป็นการสร้างความแตกต่างเพียงด้านเดียวหรือหลายด้านก็ได้ จากความแตกต่างดังกล่าวจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีและทำให้ลูกค้าให้ความสำคัญกับเรื่องราคาราน้อยลง ส่งผลให้ธุรกิจสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Miller & Dess, 1993, pp. 553-585 อ้างถึงใน รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร, 2553, หน้า 43-44) รวมถึงการให้คุณค่าแก่ลูกค้ามากกว่าคู่แข่งในแง่ของคุณภาพรวมถึงการบริการหลังการขาย (Porter, 1985, pp. 34-41 อ้างถึงใน สุจิตราภรณ์ จุสปาโล, 2554, หน้า 37-38)

3. การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (Focus or Niche) เป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target Group) ให้เล็กลง เพื่อจะได้ทำการตลาดแบบเข้าถึงพฤติกรรมผู้บริโภค และสามารถคาดคะเนความต้องการในอนาคตของลูกค้าได้ (Porter, 1980, อ้างถึงใน สุขชนิ เมธิโยธิน, 2555, หน้า 129) โดยต้องระบุอุตสาหกรรมและตลาดที่ควรจะไปทำธุรกิจให้ชัดเจนว่าเป็นกลุ่มใดและนำเสนอสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มนั้นๆ (Porter, 1985, pp. 34-41 อ้างถึงใน สุจิตราภรณ์ จุสปาโล, 2554, หน้า 37-38) เป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยเชื่อมโยงกับแนวคิดการตลาด (Miller & Dess, 1993, pp. 553-585 อ้างถึงใน รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร, 2553, หน้า 43-44)

ต่อมา Wiseman ได้พัฒนากลยุทธ์เพิ่มเติม โดยแบ่งเป็น 3 กลยุทธ์ ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม (Innovation) คือ การสร้างสินค้าหรือกระบวนการใหม่ที่จะช่วยในการผลิต การให้บริการ การส่งสินค้า การขาย เป็นต้น

2. กลยุทธ์ด้านการเจริญเติบโต (Growth) คือ การขยายสินค้าทั้งในด้านความกว้าง (Width) ความยาว (Length) และความลึก (Depth) ของสายผลิตภัณฑ์ (Product line) หรือการขยายหน้าที่โดยการเพิ่มคุณค่าในกิจกรรมของสายโซ่มูลค่า

3. กลยุทธ์ด้านพันธมิตร (Alliance) คือ การรวมกลุ่มโดยใช้วิธีการต่างๆ เช่น การลงทุนร่วมกัน (Join venture) หรือการทำสัญญาเป็นพันธมิตรกัน วัตถุประสงค์ของการสร้างพันธมิตร คือ การสร้างความได้เปรียบโดยใช้กลยุทธ์การตลาด ได้แก่ การรวมผลิตภัณฑ์ การกระจายผลิตภัณฑ์ และการขยายผลิตภัณฑ์ พันธมิตรต้องการการประสานงานด้วยทรัพยากรของสารสนเทศจากหน่วยงานต่างๆ

กลยุทธ์ที่ธุรกิจสร้างขึ้น จะส่งผลกระทบต่อ คู่ค้า ลูกค้าและคู่แข่ง โดยมีแนวทางของแรงผลักดัน (Mode of the Thrust) 2 ทางเลือก คือ

1. **แนวทางแบบเชิงรุก (Offensive)** คือ การปรับปรุงความได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น การใช้กลยุทธ์นวัตกรรมโดยการเป็นผู้นำด้านการผลิตสินค้าหรือบริการในตลาด

2. **แนวทางเชิงรับ (Defensive)** คือ การลดโอกาสการได้เปรียบในการแข่งขันของคู่แข่ง เป็นการใช้กลยุทธ์นวัตกรรมโดยการเลียนแบบของค้กรที่เป็นผู้นำตลาด (Wiseman & MacLillan, 1984, pp. 42-50 อ้างถึงใน สุจิตราภรณ์ จุสปาโล, 2554, หน้า 38)

แนวคิดการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทั่วไปคือ การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ดังนั้นความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive advantage) คือ ผลที่เกิดจากการนำกลยุทธ์การสร้างสร้งสรค์คุณค่า (Value creating strategy) ไปปฏิบัติ ซึ่งไม่ได้ไปกระตุ้นให้เกิดการตอบโต้ของคู่แข่ง เป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจากการให้คุณค่าแก่ผู้บริโภคสูงกว่าคู่แข่ง ไม่ว่าจะเป็ด้านราคาที่ดีกว่า การอำนวยความสะดวกที่ดีกว่า เป็นต้น (Miller & Dess, 1993, pp. 553-585 อ้างถึงใน รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร, 2553, หน้า 43-44)

Hill and Jones ศึกษาและสนับสนุนทฤษฎีการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยกล่าวว่า สิ่งที่บ่งบอกว่าองค์กรมีความสามารถในการแข่งขัน คือ องค์กรสามารถสร้งผลกำไรได้สูงกว่ามาตรฐานผลกำไรเฉลี่ยขององค์กรอื่นๆ ที่ดำเนินงานในอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน หรืออาจกล่าวได้ว่าความสามารถในการแข่งขันเกิดจากความสามารถในการนำเสนอคุณค่าที่สูงกว่าให้แก่ผู้บริโภค ภายใต้ความผันผวนและรวดเร็วของการตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้รูปแบบการแข่งขันค่อนข้างเปลี่ยนแปลงไป ทุกองค์กรต่างต้องการมีชีวิตรอด จึงก่อให้เกิดการแข่งขันอย่างดุเดือดที่ดุเดือดอาศัยกัน โดยมีเป้าหมายหลักในการรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันให้คงอยู่ในระยะยาว (Hill and Jones, 1995, อ้างถึงใน กัญธนา ดิษฐ์แก้ว, 2558 หน้า 55)

ความได้เปรียบจากการแข่งขันขององค์กรเกิดจากความสามารถหลักขององค์กร หมายถึง การผสมผสานการสะสมความรู้ ทักษะในการผลิตหรือบริการ และการผสมผสานของเจ้าหน้าที่ที่ทำงานในองค์กร ซึ่งความสามารถหลักนี้ จะเกี่ยวข้องกับทักษะในการผลิตและการผสมผสานการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการดำเนินงานขององค์กร ในขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจอาจระบุความสามารถหลักเป็นประการแรก ซึ่งได้แก่ ศักยภาพในการเข้าสู่ตลาด การเพิ่มมูลค่าสินค้าให้กับลูกค้าและสร้งสร้งสิ่งที่คุณ่งไม่สามารรถเลียนแบบได้

ขั้นตอนต่อมา องค์กรควรออกแบบและกำหนดโครงสร้างองค์กรที่ส่งเสริมวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และเน้นการพัฒนาจากภายในองค์กร จากที่กล่าวมาข้างต้นพบว่า กลยุทธ์ธุรกิจ

เกี่ยวข้องกับการนำเสนอสินค้าหรือบริการขององค์กรเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เหมาะสมกับสถานการณ์แข่งขันในแต่ละตลาด ทำให้มีแนวคิดกลยุทธ์ธุรกิจที่หลากหลาย เช่น

1. **Miles and Snow (1978)** จำแนกชนิดของกลยุทธ์ธุรกิจออกเป็น 4 แบบ คือ ผู้มองหาโอกาสผู้วิเคราะห์ ผู้ตั้งรับและผู้ตอบโต้

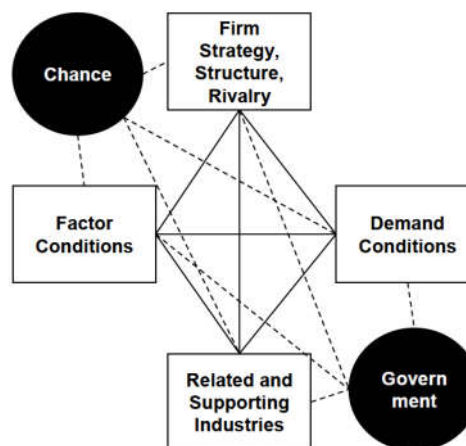
2. **Porter (1985)** นำเสนอแนวคิดกลยุทธ์ธุรกิจเพื่อสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขัน 3 แบบ คือ ผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่างและการมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม

3. **Wiseman and Macillan (1984)** และ **Rackoff et al. (1985)** นำเสนอกกลยุทธ์ธุรกิจเพิ่มจาก Porter 3 แบบ คือ นวัตกรรม การเติบโตและพันธมิตร

4. **Prahalad and Hamel (1990)** เสนอแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจ เรื่องความสามารถหลักขององค์กรที่สำคัญหลักๆ ขององค์กร (Prahalad & Hamel, 1990, pp. 79-91 อ้างถึงใน สัจจิราภรณ์ จุสปาโล, 2554, หน้า 39)

แนวคิด Diamond Model

ปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจต่างๆ ประกอบด้วย 4 ปัจจัยพื้นฐาน ได้แก่ บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ เงื่อนไขทางอุปสงค์ เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน รวมทั้งมี 2 ปัจจัยเสริม คือ โอกาสทางธุรกิจ และบทบาทของภาครัฐ (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, ม.ป.ป.)



ภาพประกอบที่ 4 แสดง Porter's Diamond Model

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, ม.ป.ป.)

1. ปัจจัยพื้นฐาน

1.1 บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Firm Strategy, Structure and Rivalry) หมายถึง ปัจจัยแวดล้อมภายในประเทศที่สนับสนุนการลงทุนและการปรับปรุงประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง เช่น การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ระบบจูงใจที่มีพื้นฐานระบบคุณธรรมและบรรยากาศการแข่งขันในประเทศที่โปร่งใสและเข้มข้น (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, ม.ป.ป.) เป็นองค์ประกอบที่มีผลทำให้เกิดการลงทุนและการพัฒนาอย่างยั่งยืนของธุรกิจ หรือในทางกลับกันเป็นองค์ประกอบที่ถ่วงดุลไม่ให้เกิดการพัฒนาหากบริบทเป็นเชิงลบ เช่น การไม่ได้รับความคุ้มครองในทรัพย์สินทางปัญญา การแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม เป็นต้น (ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม, 2553, หน้า 45-46)

1.2 เงื่อนไขทางอุปสงค์ (Demand Conditions) หมายถึง บริบทหรือสิ่งแวดล้อมในธุรกิจที่ผู้บริโภคมีลักษณะความต้องการและเรียกร้องจากผู้จำหน่าย อุปสงค์ของผู้บริโภคภายในประเทศสามารถช่วยคาดการณ์อุปสงค์ของผู้บริโภคในประเทศอื่นได้ (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, ม.ป.ป.) เป็นเงื่อนไขที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการ ซึ่งก่อให้เกิดกระบวนการพัฒนา (ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม, 2553, หน้า 45-46)

1.3 เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) หมายถึง ปัจจัยในการผลิตที่มีคุณภาพสูงและชำนาญเฉพาะด้าน เพื่อตอบสนองความต้องการของธุรกิจ ได้แก่ ทรัพยากรมนุษย์ เงินทุน บริการพื้นฐานทางเศรษฐกิจ โครงสร้างการบริการ โครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทรัพยากรธรรมชาติ (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, ม.ป.ป.) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านกายภาพ สาธารณเทศและเทคโนโลยี และโครงสร้างการบริหาร (ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม, 2553, หน้า 45-46)

1.4 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries) หมายถึง การเข้าถึงผู้ผลิตในท้องถิ่นที่มีความสามารถและประสิทธิภาพสูงและการมีการเชื่อมโยงทางเครือข่ายของอุตสาหกรรมแทนการอยู่ตามลำพัง (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, ม.ป.ป.) เป็นการรวมกลุ่มของ Clusters ที่มีผลให้เกิดการพัฒนาได้ดีกว่าการแยกอยู่ตามลำพัง การไม่เชื่อมโยงและไม่เกื้อกูลกันระหว่างอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม, 2553, หน้า 45-46)

2. ปัจจัยเสริม

2.1 โอกาสทางธุรกิจ (Chance) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงใดๆ ที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ อันก่อให้เกิดโอกาสทางธุรกิจให้แก่อุตสาหกรรม เช่น ความต้องการของ

ผู้บริโภค การเกิดนวัตกรรมสินค้าบริการและเทคโนโลยี เป็นต้น และความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Competitive Advantage) ที่ทำให้อุตสาหกรรมได้รับโอกาสในการแข่งขัน

2.2 บทบาทของภาครัฐ (Government) หมายถึง บทบาทของภาครัฐที่ส่งเสริมให้กลไกธุรกิจในการแข่งขันดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น มาตรการในด้านการส่งออกและนำเข้า มาตรการทางภาษี รวมทั้งมาตรการที่ก่อให้เกิดการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมต่างๆ โดยการสร้างอุปสงค์ให้เกิดขึ้น อันจะนำไปสู่การเคลื่อนตัวของผู้ผลิตและปัจจัยการผลิตในที่สุด (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, ม.ป.ป.)

กล่าวได้ว่า Dynamic Diamond Model อาจจะไม่ได้ “ดั่ง” ถึงขนาดเข้าไปอยู่ในตำราทุกเล่มหรือที่มองกลยุทธ์ทุกบริษัทนำมาใช้ เหมือนกับ Model อื่นๆของ Porter ทั้งนี้เพราะ Dynamic Diamond Model ใช้เพื่อวิเคราะห์ระดับประเทศเท่านั้น แต่หากพิจารณาให้ดีแล้วก็จะพบว่า แต่ละองค์ประกอบในโมเดลก็คือ หลักคิดเชิงกลยุทธ์

กล่าวคือ กลยุทธ์ หมายถึง ทางเลือกในการจัดสรรทรัพยากร ดังนั้น ย่อมต้องพิจารณาองค์ประกอบด้านปัจจัย กลยุทธ์เป็นเรื่องที่ต้องสอดคล้องและเสริมซึ่งกันและกันภายในประเทศหรือภายในองค์กร ดังนั้น ก็ต้องพิจารณาองค์ประกอบด้านอุตสาหกรรมหรือฝ่ายที่เกี่ยวข้องและเกี่ยวเนื่อง การวางกลยุทธ์ต้องเข้าใจถึงแวดล้อมที่เผชิญอยู่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสิ่งแวดล้อมทางการแข่งขัน ดังนั้น ก็ย่อมต้องพิจารณาบริบททางการแข่งขัน โครงสร้างและกลยุทธ์ที่ใช้ กลยุทธ์ต้องสอดคล้องกับเงื่อนไขของอุปสงค์ ดังนั้น ก็ต้องพิจารณาเงื่อนไขของอุปสงค์ (Demand Conditions) ด้วยเหตุผลดังที่กล่าวมา จึงประเมินว่า Dynamic Diamond Model ไม่ใช่แต่เพียงใช้ประโยชน์เพื่อวิเคราะห์ระดับประเทศเท่านั้น แต่ใช้เพื่อวิเคราะห์และวางแนวทางกลยุทธ์สำหรับองค์กรได้ด้วย (ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม, 2553, หน้า 45-46)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถในการทำกำไร

ความสำเร็จของธุรกิจในปัจจุบันนั้น ขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่ง โดยมีเป้าหมายหลักคือการเติบโตอย่างยั่งยืนและการทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความสำเร็จตามที่ต้องการ จึงต้องมีการควบคุมและการประสานงานจากหลายฝ่ายในองค์กร ซึ่งเห็นได้ชัดว่าเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้ในยุคโลกาภิวัตน์ ที่มีความแตกต่างกันในเรื่องของสินค้าและการให้บริการ ความไม่แน่นอนต่างๆ มีเพิ่มขึ้น ระบบการควบคุมการบริหารภายใน จึงมีส่วนสำคัญต่อการอยู่รอดของธุรกิจ (Emmanuel et al, 1994, อ้างถึงใน จุฑามาน สิทธิผลวานิชกุล, 2553, หน้า 90-97)

ความสามารถในการทำกำไรเป็นเป้าหมายพื้นฐานที่บริษัทต้องการ หากไม่มี
ความสามารถในการทำกำไรจะทำให้ไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ (Don, 2009) อัตราส่วน
ความสามารถในการทำกำไร วัดจากความสามารถของบริษัทในการสร้างกำไร โดยมีความเกี่ยวข้องกับ
กัขยอดขาย สินทรัพย์และส่วนของเจ้าของ อัตราส่วนนี้จะประเมินความสามารถของบริษัทใน
การสร้างกำไร และกระแสเงินสด (Readyratios, 2014) บริษัทส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญกับ
ความสามารถในการทำกำไร เครื่องมือที่ถูกนำมาใช้มากที่สุดคือ การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน
นั่นคือ อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร เป็นการแสดงถึงประสิทธิภาพของการดำเนินงาน
แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ กำไร และผลตอบแทน อัตราส่วนที่แสดงกำไร จะบอกถึงความสามารถใน
การขายเพื่อนำมาซึ่งกำไร อัตราส่วนที่แสดงผลตอบแทน จะบอกถึงประสิทธิภาพของบริษัทในการ
สร้างผลตอบแทนกลับคืนสู่ผู้ถือหุ้น (Peavler, 2014)

1. **อัตราส่วนกำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin)** เป็นอัตราส่วนที่แสดงถึงรายได้
มากกว่าต้นทุนสินค้า เป็นกำไรที่บริษัทได้รับโดยพิจารณาจากต้นทุนของสินค้าหรือบริการ ซึ่งเป็น
ตัวบ่งชี้ที่ดี ที่แสดงถึงความสามารถในการทำกำไรของบริษัท ซึ่งเป็นอัตราพื้นฐานที่สุด ประเมินถึง
ประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากร วัตถุดิบ และแรงงาน (Readyratios, 2014) ทำให้ธุรกิจทราบว่า
ธุรกิจมีความสามารถในการขาย และด้านการจัดซื้อสินค้าเพื่อขาย หรือในธุรกิจการผลิตจะ
แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการขายและการผลิต หากค่าที่ได้สูง แสดงว่ากิจการมีกำไรขั้นต้น
จากการดำเนินงานที่ดี อันเกิดจากนโยบายทางการขาย รวมถึงต้นทุนในการขายหรือต้นทุนใน
การผลิต (วันชัย ประเสริฐศรี, 2553, หน้า 3-9 - 3-10) ยังแสดงถึงความสามารถในการควบคุม
ต้นทุนผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่ขั้นการผลิตจนถึงขั้นตอนการขายสินค้าให้ลูกค้า (Peavler, 2014) นอกจากนี้
ยังบอกถึงความสามารถในการผลิตและจัดจำหน่ายว่ามีประสิทธิภาพตลอดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์
หรือไม่ หากค่าที่ได้มีค่าสูง นั่นแสดงว่าบริษัทมีความสามารถในการจ่ายต้นทุนผลิตภัณฑ์ และมีการ
ควบคุมต้นทุนที่ดีด้วย ผู้ลงทุนสามารถใช้อัตรากำไรขั้นต้นในการเปรียบเทียบบริษัทใน
อุตสาหกรรมเดียวกันหรือระหว่างอุตสาหกรรม เพื่อพิจารณาถึงความสามารถในการทำกำไร
(Readyratios, 2014) สามารถคำนวณได้จาก

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{กำไรขั้นต้น}}{\text{รายได้จากการขาย}}$$

2. อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (Operation Margin) หรือเรียกอีกอย่างว่า อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี (Earnings before Interest and Tax Margin : EBIT) จะบ่งบอกถึงการควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารว่ามีสัดส่วนมากน้อยเท่าไร หากค่าใช้จ่ายเหล่านั้นสูง อัตรากำไรจากการดำเนินงานจะต่ำ หากค่าที่ได้สูง แสดงว่ากิจการมีกำไรจากการดำเนินงานสูง ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่ำ (วันชัย ประเสริฐศรี, 2553, หน้า 3-10) เป็นการวัดประสิทธิภาพของการดำเนินงานของบริษัท (Peavler, 2014) โดยจะสนใจเฉพาะความสามารถของบริษัทในการสร้างกำไรที่มาจากกำไรจริง ๆ เป็นหนึ่งในอัตราส่วนทางการเงินที่พบมากที่สุดที่ใช้สำหรับการประเมินมูลค่าบริษัท เป็นการประเมินมูลค่าบริษัทจากประสิทธิภาพของการดำเนินงานซึ่งนำไปสู่การสร้างกำไร ข้อดีของการประเมินมูลค่าจากกำไรจากการดำเนินงานคือ ง่ายและมีมาตรฐานในการคำนวณ (Wilkinson, 2013) เป็นตัวชี้วัดความสามารถในการทำกำไรของบริษัท การเพิ่มขึ้นของกำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี โดยส่วนใหญ่แล้วเป็นผลมาจากการเติบโตของรายได้ การควบคุมต้นทุนและกำลังการผลิตที่มั่นคงและสม่ำเสมอ ส่วนการลดลงของกำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี โดยส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการลดลงของรายได้และการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีใช้ประโยชน์มากที่สุดในด้านการเปรียบเทียบกับบริษัทอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน การเพิ่มขึ้นของกำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี สะท้อนถึงประสิทธิภาพของการบริหารจัดการต้นทุนหรือความสามารถในการทำกำไร หากอัตรากำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีมีค่าเป็นลบในช่วงระยะเวลาที่ยาวนาน บริษัทควรทบทวนเรื่องการปรับโครงสร้างธุรกิจ หากเปรียบเทียบระหว่างอุตสาหกรรมควรคำนึงถึงความแตกต่างกันระหว่างอุตสาหกรรมด้วย ทั้งปัจจัยด้านรายได้และปัจจัยที่เกี่ยวกับกำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี (Stapf, 2011) จะช่วยให้ผู้ลงทุนเข้าใจต้นทุนในการดำเนินธุรกิจที่แท้จริงของบริษัท หากมีค่าต่ำ จะแสดงถึงความสามารถในการทำกำไรที่ต่ำ เมื่อนำอัตราส่วนนี้ไปเปรียบเทียบกับบริษัทคู่แข่ง ผู้ลงทุนจะสามารถพิจารณาได้ถึงความสามารถในการแข่งขันด้วยสามารถคำนวณได้จาก

$$\text{EBIT Margin} = \frac{\text{กำไรก่อนหักดอกเบี้ย และภาษี}}{\text{รายได้จากการขาย}}$$

3. อัตราส่วนกำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย (Earning Before Interest Tax Depreciation and Amortization Margin : EBITDA) คือ การวัดผลการดำเนินงานของบริษัท โดยคำนวณจากกำไรที่ยังไม่ได้หักต้นทุนทางการเงิน ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย ซึ่งจะแสดงถึงกระแสเงินสดของบริษัท ส่วนใหญ่ใช้สำหรับประเมินมูลค่ากิจการ โดยปกติจะแสดงไว้ในรายงานประจำปี กำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

ของปีนี้ มักใช้เพื่อประเมินความสามารถของบริษัทในปีต่อไป (Wilkinson, 2013) เป็นการวัดผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัท ซึ่งคำนวณจากกิจกรรมการดำเนินงานหลักของบริษัท โดยไม่รวมผลกระทบจากโครงสร้างเงินทุน อัตราภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย กำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย สามารถประมาณการกระแสเงินสด แต่ยังคงเว้นที่จะสนใจปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระแสเงินสด เช่น การจ่ายชำระหนี้ นอกจากนี้ กำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย ยังแสดงให้เห็นถึงผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนจะได้รับจากการลงทุนด้วย (Readyratios, 2014) เป็นหนึ่งในตัวชี้วัดที่นิยมใช้วัดความสามารถในการทำกำไร ในกรณีที่บริษัทมีสินทรัพย์ถาวรจำนวนมาก ซึ่งจะส่งผลให้ค่าเสื่อมราคามากตามไปด้วย หรือในกรณีที่บริษัทมีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนจำนวนมาก ก็จะส่งผลให้ค่าตัดจำหน่ายมากตามไปด้วยเช่นกัน กำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย สามารถใช้วัดความสามารถในการทำกำไรระหว่างบริษัทภายในอุตสาหกรรมหรือต่างอุตสาหกรรมได้ หากกำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายเป็นบวก นั่นแสดงว่า บริษัทมีรายได้เพียงพอต่อการจ่ายค่าใช้จ่ายรวมถึงต้นทุนทางการเงินด้วย หากกำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย เป็นลบ จะสะท้อนถึงการเติบโตของยอดขายและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การที่กำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย ลดลงส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากการลดลงของรายได้และการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่าย (Stapf, 2011) สำหรับบริษัทที่ต้องการเงินทุนหมุนเวียนที่คงที่ สามารถใช้กำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย ประเมินกระแสเงินสดในการดำเนินงานได้ อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่ากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย จะได้รับการยอมรับในการประเมินผลการดำเนินงานและกระแสเงินสด แต่ก็ยังมีข้อจำกัด ถ้าต้องการความแม่นยำในการประเมินกระแสเงินสด ควรจะใช้ข้อมูลจากงบกระแสเงินสด (Wilkinson, 2013)

ข้อบกพร่องของกำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย คือ ไม่ได้สนใจสิ่งที่ส่งผลต่อกระแสเงินสดของบริษัท เช่น การเปลี่ยนแปลงเงินทุน การลงทุน การขายสินทรัพย์ การจัดหาเงิน การออกหุ้น เงินปันผลและการกู้ยืม ดังนั้น จึงเป็นข้อบกพร่องในการวัดกระแสเงินสดของบริษัท ซึ่งเป็นรายการที่มีสาระสำคัญ (Wilkinson, 2013) สามารถคำนวณได้จาก

$$\text{EBITDA Margin} = \frac{\text{กำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย}}{\text{รายได้จากการขาย}}$$

4. อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit margin) เป็นอัตราวัดความสามารถในการทำกำไรที่ง่ายที่สุดและมีการนำมาใช้มากที่สุด เป็นการวัดความสามารถในการทำกำไรหลังจากหักค่าใช้จ่ายทั้งหมดแล้ว (Peavler, 2014) แสดงให้ทราบว่าธุรกิจมีความสามารถในการบริหารงานเพื่อให้ได้

ผลตอบแทนในรูปของกำไรสุทธิมากขึ้นเพียงใด อัตราส่วนนี้เป็นอัตราส่วนที่เกิดขึ้นหลังจากได้มีการหักค่าใช้จ่ายต่างๆ หยอดแล้ว หากค่าที่ได้สูง แสดงว่ากิจการมีการดำเนินงานที่ดี ทำให้มีกำไรสูง อันเนื่องมาจากกิจการสามารถหารายได้ได้เป็นจำนวนมาก และสามารถควบคุมรายจ่ายต่างๆ ให้ต่ำได้ (วันชัย ประเสริฐศรี, 2553, หน้า 3-10 - 3-11) สามารถคำนวณได้จาก

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{รายได้จากการขาย}}$$

5. **อัตราส่วนกระแสเงินสด (Cash Flow Margin)** อัตราส่วนกระแสเงินสด เป็นอัตราส่วนที่สำคัญในการแสดงถึงการสร้างกระแสเงินสดจากการดำเนินงานและรายได้จากการขาย บริษัทต้องการเงินสดเพื่อจ่ายเงินปันผล จ่ายชำระหนี้ จ่ายค่าบริการต่างๆ และการซื้อสินทรัพย์ ดังนั้น จึงมีความสำคัญในการสร้างกำไรมาสู่บริษัท ใช้วัดความสามารถในการสร้างกระแสเงินสดจากรายได้จากการขาย (Peavler, 2014) สามารถคำนวณได้จาก

$$\text{Cash Flow Margin} = \frac{\text{กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน}}{\text{รายได้จากการขาย}}$$

6. **อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return on assets : ROA)** เป็นอัตราส่วนทางการเงินที่แสดงถึงกำไรของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับสินทรัพย์ ซึ่งแสดงถึงความสามารถในการทำกำไรจากการนำสินทรัพย์มาใช้เพื่อก่อให้เกิดกำไร เป็นแนวคิดในการบริหารจัดการสินทรัพย์อย่างไรให้มีประสิทธิภาพ เพื่อนำมาซึ่งกำไรของบริษัท เป็นตัวบ่งชี้ถึงเงินทุนของบริษัทซึ่งจะขึ้นอยู่กับอุตสาหกรรมที่ดำเนินงานอยู่ อุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องจักรเป็นหลัก เช่น รถไฟ โรงไฟฟ้า จะมีอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ต่ำ เนื่องจากต้องมีสินทรัพย์จำนวนมากเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ แต่หากบริษัทที่ใช้คนเป็นหลัก ใช้สินทรัพย์น้อยจะมีอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์สูง ดังนั้น การเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ที่ดีที่สุด ควรเปรียบเทียบกับบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือมีลักษณะคล้ายคลึงกัน (Readyratios, 2014) หากค่าที่ได้สูง แสดงว่ากิจการนำสินทรัพย์ที่มีอยู่ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดกำไรสูงสุด (วันชัย ประเสริฐศรี, 2553, หน้า 3-11 - 3-12) เป็นการนำสินทรัพย์เพื่อสร้างกำไร โดยไม่คำนึงว่าจะจัดหาจากแหล่งเงินทุนใด เพียงแต่มีแนวคิดที่ว่า ถ้ากิจการใช้สินทรัพย์อย่างมีประสิทธิภาพ กิจการจะมีกำไรจากการใช้สินทรัพย์นั้น (นาคยา ตรีรัตน์คิลกุล, 2550, หน้า 3-21) สามารถคำนวณได้จาก

$$\text{Return on assets} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{สินทรัพย์รวม}}$$

7. อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity : ROE) เป็นจำนวนผลตอบแทนที่ผู้ถือหุ้นจะได้รับ เป็นหนึ่งในอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญและวัดความสามารถในการทำกำไร บ่อยครั้งที่มีการกล่าวว่าเป็นอัตราส่วนที่ดีที่สุด ที่มาจากงบการเงิน โดยวัดความสามารถในการทำกำไรของบริษัทสำหรับผู้ถือหุ้น (Readyratios, 2014) เป็นอัตราส่วนทางการเงินที่มีความสำคัญต่อผู้ลงทุน เพราะเป็นการประเมินผลตอบแทนของเงินที่ผู้ลงทุนได้รับจากการลงทุน สามารถนำมาประกอบการตัดสินใจได้ว่า จะลงทุนหรือไม่ลงทุน บ่งบอกว่าบริษัทนำเงินทุนของผู้ลงทุนไปดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ (Peavler, 2014) ถ้าอัตราส่วนสูง แสดงว่าผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นสูง ในขณะที่เดียวกัน อัตราส่วนนี้อาจแสดงถึงความเสี่ยงของกิจการ ถ้ากิจการใช้เงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้นน้อยกว่าการก่อหนี้จะส่งผลให้อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นสูง ซึ่งแสดงถึงความเสี่ยงทางการเงินที่สูงของกิจการ (นาคยา ตรีรัตน์คิลกุล, 2550, หน้า 3-21) สามารถคำนวณได้จาก

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}}$$

8. อัตราผลตอบแทนของกระแสเงินสดจากสินทรัพย์ (Cash Return on Assets) แสดงถึงเงินสดในอนาคตที่จะใช้สำหรับการลงทุน ใช้เพื่อเปรียบเทียบกับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ เพราะอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์เป็นผลที่ได้มาจากการจัดทำตามเกณฑ์คงค้าง (Peavler, 2014) สามารถคำนวณได้จาก

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน}}{\text{สินทรัพย์รวม}}$$

สภาพการแข่งขันทำให้ธุรกิจส่วนใหญ่ต้องปรับเปลี่ยน โครงสร้างและรูปแบบการผลิต และการบริหารให้ยืดหยุ่นตามสภาพการตลาด จึงก่อให้เกิดแนวคิดการบริหารต้นทุนยุคใหม่ ด้วยการพัฒนาหลักการและการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ขึ้นมาใหม่ เพื่อให้ผู้บริหารได้ทราบถึงจุดเด่น จุดด้อยในการปฏิบัติงาน รวมถึงการเล็งเห็น โอกาสในการทำกำไร และอุปสรรคต่างๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อองค์กรในอนาคต ดังนั้น ผู้บริหารจึงให้ความสำคัญต่อสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำข้อมูลต้นทุนไปประยุกต์ใช้ในลักษณะที่แตกต่างกัน จึงทำ

ให้ผู้บริหารต้นทุนต้องปรับเปลี่ยนแนวคิดในการบริหารต้นทุนการผลิตแบบใหม่ให้สอดคล้องกับสภาพการแข่งขันในตลาด ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้บริหารยังต้องรู้จักใช้วิธีการวิเคราะห์และการวางแผนต้นทุนที่ถูกต้องและเหมาะสม ทันต่อสถานการณ์ เพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจ ด้วยการพัฒนาระบบการผลิตแบบดั้งเดิมให้เป็นระบบการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์สมัยใหม่เพื่อให้ทันต่อโลกาภิวัตน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 60-67)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

จันทร์จิรา คงจันทร์ (2548) ศึกษาวิธีปฏิบัติทางการบัญชีบริหารของธุรกิจอุตสาหกรรมแปรรูปไม้ยางพาราภาคใต้ นอกจากนี้ ยังศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารถึงประโยชน์จากการนำเทคนิคบัญชีบริหารมาใช้ในการบริหารงาน จากการศึกษาพบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่ นำเทคนิคทางการบัญชีบริหารไปใช้ประโยชน์ในการบริหารงานและการตัดสินใจ ไม่ว่าจะเป็นด้าน การคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ การวางแผนและควบคุม การตัดสินใจ หรือการวัดผลการปฏิบัติงาน ซึ่งจะทำให้ธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ดังนั้น ธุรกิจจึงควรให้ความสำคัญกับข้อมูลทางการบัญชีบริหารเพื่อใช้ในการบริหารงาน ในการคิดต้นทุนด้วยวิธีต้นทุนเต็ม การวัดมูลค่าต้นทุนด้วยวิธีต้นทุนจริง การวางแผนและควบคุมด้วยวิธีงบประมาณระยะสั้น การตัดสินใจด้วยการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณกำไร และจุดคุ้มทุน การวิเคราะห์งบการเงินด้วยอัตราส่วนวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน การวัดผลการปฏิบัติงานจริงเปรียบเทียบกับงบประมาณ เพราะข้อมูลทางการบัญชีบริหารดังกล่าวมีประโยชน์ต่อการบริหารงานและการตัดสินใจในระดับมากที่สุด จากการศึกษาธุรกิจอุตสาหกรรมแปรรูปไม้ยางพารา ได้ให้ความคิดเห็นว่าการวัดมูลค่าต้นทุนด้วยวิธีต้นทุนจริง เป็นวิธีที่ทำให้ทราบต้นทุนการผลิต ซึ่งวิธีนี้จะให้ข้อมูลไม่ทันต่อความต้องการของผู้บริหาร ดังนั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลทันต่อความต้องการ จึงได้นำวิธีต้นทุนมาตรฐานมาใช้ในการวางแผนและควบคุมการดำเนินงาน

สารทูล บัวขาว (2549) ศึกษาการประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารของนักบัญชีธุรกิจ SMEs กลุ่มการผลิตสินค้า ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งธุรกิจ SMEs มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สร้างมูลค่าให้แก่ระบบเศรษฐกิจ ทั้งในแง่ของการสร้างงาน สร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างรายได้ การมีระบบข้อมูลบัญชีที่ถูกต้อง จะช่วยให้มี

การวางแผน การตัดสินใจ และการควบคุม เพื่อให้การดำเนินงานของธุรกิจบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ จากการศึกษาพบว่า

1. การบัญชีบริหารด้านการควบคุม เป็นตัวกำหนดกิจกรรมการผลิต ทำให้ทราบต้นทุนการผลิตที่เกิดขึ้น และสามารถควบคุมต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถนำข้อมูลที่ได้มาใช้บริหารงานเพื่อลดขั้นตอนกิจกรรมการผลิตที่ไม่เพิ่มคุณค่า รวมถึงนำไปปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตได้ จนสามารถลดต้นทุนการผลิต ขณะเดียวกันก็เพิ่มคุณภาพสินค้าหรือบริการให้มากขึ้นด้วย

2. การบัญชีบริหารด้านการวางแผน งบประมาณทางการเงินที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า ถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญ ที่ผู้บริหารนำมาใช้ในการวางแผนการดำเนินงาน รวมถึงการควบคุมและการประเมินผลการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้น รวมถึงมีการวัดผลการดำเนินงานจากความพึงพอใจของลูกค้า จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่และการลดเวลาการผลิต

3. การบัญชีบริหารด้านการตัดสินใจ กิจกรรมให้ความสำคัญมากในการนำข้อมูลด้านต้นทุนมาประกอบการตัดสินใจ ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดราคาขาย หรือการตัดสินใจผลิตสินค้าตัวใหม่ออกสู่ตลาด โดยกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละแผนกไว้อย่างชัดเจน ซึ่งจะช่วยให้สามารถปันส่วนค่าใช้จ่ายจากแผนกต่างๆ ผู้กิจกรรมการผลิตได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม โดยนำข้อมูลจากการจัดระบบดังกล่าว ไปใช้ประกอบการตัดสินใจ ทำให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

วรญา อัมพวา (2550) ศึกษาการใช้ประโยชน์เครื่องมือทางการบัญชีบริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า เครื่องมือทางการบัญชีบริหารที่มีการใช้ประโยชน์ในระดับมากที่สุดคือ การจัดทำงบประมาณเพื่อการวางแผนระยะยาว การใช้ข้อมูลต้นทุนเพื่อการตัดสินใจในการกำหนดราคาขายจากต้นทุนรวมและการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน การใช้ประโยชน์ในระดับมากที่สุดคือ การคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีต้นทุนจริง การคิดอัตราค่าใช้จ่ายการผลิตโดยใช้อัตราประจำแผนกตามหน่วยผลิต ชั่วโมงแรงงานทางตรง ชั่วโมงเครื่องจักร ต้นทุนแรงงานทางตรงและวัสดุทางตรง การจัดทำงบประมาณเพื่อการวางแผนระยะสั้น การวิเคราะห์งบประมาณรายจ่ายลงทุนด้วยอัตราผลตอบแทนภายใน ระยะเวลาคืนทุน อัตราผลตอบแทนทางบัญชี การกำหนดราคาขายจากต้นทุนแปรสภาพและต้นทุนส่วนเพิ่ม การจัดการส่วนผสมการผลิตและส่วนผสมการขาย การตัดสินใจผลิตหรือซื้อ การตัดสินใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ร่วม การวิเคราะห์ต้นทุน-ปริมาณ-กำไร การวัดผลการปฏิบัติงานด้วยการบัญชีตามความรับผิดชอบ อัตราผลตอบแทนเงินลงทุน กำไรส่วนที่เหลือ การกำหนดราคาโอนด้วยราคาตลาดและราคาค้นทุน

ทฤษฎีข้อจำกัด การบริหารคุณภาพ งบประมาณฐานศูนย์ การบริหารสินค้าคงเหลือแบบทันเวลา บาลานซ์สกอร์การ์ด ส่วนการใช้ประโยชน์ในระดับปานกลางคือ การใช้อัตราค่าใช้จ่ายการผลิต อัตราเดียวทั้งโรงงาน การยกเลิกผลิตภัณฑ์หรือปิดแผนก การวิเคราะห์เพื่อเปลี่ยนแปลงวิธีการผลิต การใช้แผนภูมิต้นไม้หรือแผนภาพการตัดสินใจ การกำหนดราคาโอนด้วยราคาที่เป็นจริงต่อรองและราคาโอน โดยทั่วไป การสั่งซื้อที่ประหยัดที่สุด ขณะที่การใช้ประโยชน์ในระดับน้อยคือ การตัดสินใจปิดโรงงานชั่วคราว และเครื่องมือทางการบัญชีบริหารที่บริษัทจะไม่ใช้ในอนาคต ได้แก่ การใช้ข้อมูลต้นทุนเพื่อการตัดสินใจปิดโรงงานชั่วคราว อย่างไรก็ตาม แนวโน้มในการจัดทำงบประมาณเพื่อการวางแผนระยะยาวเป็นเครื่องมือที่บริษัทส่วนใหญ่จะใช้ต่อไปในอนาคต

ดาร์วิน สุขแก้ว และสัมพันธ์ จันทร์ดี (2551) ศึกษาสภาพปัจจุบันและแนวโน้มกลยุทธ์ การบัญชีบริหารของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2541-2549 พบว่า กลยุทธ์การบัญชีในการบริหารที่นิยมมากที่สุดคือ กลยุทธ์ BSC (Balance Scorecard) เป็นกลยุทธ์ที่ทำให้รับรู้ถึงจุดอ่อน และความไม่ชัดเจนในการบริหารงาน ซึ่งสามารถช่วยในการกำหนดกลยุทธ์การจ้ององค์กรได้อย่างชัดเจน โดยดูจากผลของการวัดค่าได้จากทุกมุมมอง เพื่อให้เกิดดุลยภาพในทุกด้านมากกว่าการใช้มุมมองด้านการเงินเพียงด้านเดียว ดังนั้น กลยุทธ์ BSC เป็นเครื่องมือที่สะท้อนภาพการดำเนินธุรกิจให้แก่ผู้บริหาร เพื่อประเมินผลการดำเนินงานและตัดสินใจดำเนินงานจากข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ธุรกิจ นอกจากนี้ ยังเป็นเครื่องมือในการแปลงวิสัยทัศน์ ไปสู่เป้าหมายในระดับต่างๆ จนถึงการปฏิบัติงาน รวมทั้งเป็นเครื่องมือในการควบคุมและติดตามผลการดำเนินงานในทุกขั้นตอนการทำงานด้วย รองลงมาคือ การใช้กลยุทธ์ TQM (Total Quality Management) เป็นกลยุทธ์ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยผู้บริหารต้องนำมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจ เช่น การฝึกอบรมด้านคุณภาพ การบริหารงานประจำวัน การบริหารนโยบาย การบริหารข้ามสายงาน กิจกรรมกลุ่มย่อย และการตรวจวินิจฉัยโดยผู้บริหารระดับสูง ลำดับต่อมาคือการใช้กลยุทธ์ Value Chain คือ การร่วมมือกันสร้างคุณค่าเพื่อจุดมุ่งหมายทางการตลาด โดยตระหนักเสมอว่าเป็นหน้าที่ของทุกฝ่าย และทุกคน โดยต้องร่วมมือกันสร้างคุณค่าหรือมูลค่าเพิ่ม

เคลือวัลย์ ช้างเผือก (2552) ศึกษาการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ภาคการผลิตและภาคบริการในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า เครื่องมือบัญชีบริหารที่นำมาใช้มากที่สุด คือ การคำนวณต้นทุนจริงและงบประมาณระยะสั้น โดยมีกรนำเครื่องมือบัญชีบริหารไปใช้ประโยชน์ด้านการตัดสินใจสูงสุด ลักษณะกิจการที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารแตกต่างกัน และปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์กับ

การใช้เครื่องมือบัญชีบริหารตามลักษณะผู้ประกอบการ คือ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน สำหรับปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์กับการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารตามลักษณะกิจการคือ ประเภทธุรกิจ รูปแบบธุรกิจ ทุนจดทะเบียน ระยะเวลาดำเนินธุรกิจและจำนวนพนักงาน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรมีความรู้เกี่ยวกับการบัญชีบริหาร รวมถึงการนำเครื่องมือบัญชีบริหารไปประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์และเหมาะสมกับธุรกิจ

มณูชัช ชีระอนิษฐ์ (2552) ศึกษาผลกระทบของประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารโดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการตัดสินใจ ธุรกิจให้ความสำคัญกับการนำข้อมูลบัญชีบริหารมาประยุกต์ใช้ควบคู่กับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อจะได้ข้อมูลที่รวดเร็ว ทันต่อการตัดสินใจและยังตระหนักอีกว่า ข้อมูลทางบัญชีที่ดี จะส่งเสริมให้กระบวนการตัดสินใจมีประสิทธิภาพและแม่นยำมากขึ้น ด้านการวางแผน ธุรกิจให้ความสำคัญกับการใช้ข้อมูลทางการเงินบัญชีมากำหนดแนวทางการประมาณการรายรับ-รายจ่าย ทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและยังมีการนำข้อมูลการบัญชีในอดีตมาเปรียบเทียบกับปัจจุบันเพื่อวิเคราะห์และวางแผนให้ธุรกิจสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ ด้านการควบคุม จะเน้นการใช้ข้อมูลการบัญชีเพื่อการติดตามและประเมินผลธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและยังเชื่อมั่นว่า การใช้ข้อมูลบัญชีจะสามารถทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานอย่างเป็นระบบ และสุดท้ายด้านการสั่งการ เน้นการใช้ข้อมูลการบัญชีส่งเสริมและกระตุ้นการทำงานของพนักงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ยังมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวมในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านกระบวนการภายใน มีการส่งมอบสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้ารวดเร็วทันเวลา ส่งเสริมระบบการทำงานเป็นทีมเพื่อให้การปฏิบัติงานมีคุณภาพและตรวจสอบกระบวนการทำงานภายในอย่างสม่ำเสมอ เพื่อปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น ด้านลูกค้าเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดจากคู่แข่งขึ้น โดยการแสวงหาลูกค้ารายใหม่และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยการนำเสนอบริการใหม่ๆ ที่จำเป็นต่อลูกค้า ด้านการเรียนรู้และเติบโตขององค์กร ส่งเสริมให้พนักงานได้รับการฝึกอบรมทักษะใหม่ๆ มีการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานอยู่เสมอ และด้านการเงิน ธุรกิจมีอัตรากำไรขั้นต้น กำไรสุทธิ จำนวนลูกค้าส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากปีก่อนๆ

รัชนิยา บังเมฆ (2552) ศึกษาการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ธุรกิจ เทคนิคการบัญชีบริหาร และการวัดผลการปฏิบัติงานของบริษัทในจังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า บริษัทมีการใช้เทคนิคการบัญชีบริหาร และการวัดผลการปฏิบัติงานที่แตกต่างกันไปตามกลยุทธ์และการวางแผนที่บริษัทเลือกใช้ โดยบริษัทให้ความสำคัญและรับรู้การวางแผนเรื่องการบริหารหลังการขายและการจัดส่งบริษัทรับรู้ประโยชน์จากการวางแผนในระดับมากที่สุด ด้านประสิทธิภาพของต้นทุน การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เหนือกว่าคู่แข่ง การวางแผนที่มุ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะสั้น ระยะยาว บริษัทรับรู้ถึงประโยชน์จากการวางแผนในระดับมาก ส่วนด้านราคาและบริการที่ต่ำกว่าคู่แข่ง และการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม บริษัทต่างรับรู้ประโยชน์จากการวางแผนในระดับปานกลาง สำหรับด้านการปรับปรุงและเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ บริษัทรับรู้ประโยชน์จากการวางแผนในระดับน้อย

บริษัทที่ดำเนินธุรกิจพาณิชย์กรรมและอุตสาหกรรมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยใช้กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน และกลยุทธ์ที่ใช้เงินที่น้อยที่สุดคือ กลยุทธ์มุ่งตลาดเฉพาะส่วน ขณะที่ธุรกิจด้านการบริการจะเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม และปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าโดยใช้กลยุทธ์มุ่งตลาดเฉพาะส่วน ส่วนแนวคิดทางการบัญชีบริหารที่บริษัทนำมาประยุกต์ใช้มากที่สุดคือ การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไร นอกจากนี้ มีการวิเคราะห์การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้จากการประยุกต์ใช้แนวคิดการบัญชีบริหาร พบว่า บริษัทที่ประยุกต์ใช้การบริหารคุณภาพโดยรวม การบริหารต้นทุนกิจกรรม การวัดผลการปฏิบัติงานแบบดุลยภาพ ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม และการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไร ต่างรับรู้ว่าการประยุกต์ใช้บัญชีบริหารส่งผลกระทบต่อกำไรเพิ่มขึ้น เนื่องจากบริษัทต่างๆ ให้ความสำคัญกับการบริหารต้นทุน นอกจากนี้ยังพบอีกว่า มีการใช้ตัววัดผลการปฏิบัติงานทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน โดยตัวชี้วัดที่นำมาประเมินการปฏิบัติงานมากที่สุดคือ กำไรสุทธิ รองลงมาคือ ต้นทุนการผลิต เวลาในการจัดส่ง ค่าใช้จ่ายในการบริหาร และความพึงพอใจของลูกค้า ตามลำดับ

กชกร สันตินาราพันธุ์ (2553) ศึกษาการนำเทคนิคการบัญชีบริหารในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามในการสำรวจความคิดเห็น พบว่าอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยเลือกใช้เทคนิคต้นทุนเต็ม (Full Absorption Costing) ต้นทุนจริง (Actual Cost) มากที่สุดในการคิดต้นทุนผลิตภัณฑ์ สำหรับการวางแผน การควบคุม และการตัดสินใจ พบว่ามีการเลือกใช้เทคนิคการวิเคราะห์ต้นทุน-ปริมาณ-กำไร มากที่สุด ส่วนการวัดผลปฏิบัติงาน พบว่ามีการเลือกใช้มีเทคนิคการวิเคราะห์อัตราส่วนสภาพคล่อง (Liquidity)

มากที่สุด นอกจากนี้ จากการทดสอบไคสแควร์ พบว่า ขนาดของกิจการที่แตกต่างกันมีผลทำให้มีการเลือกใช้เทคนิคการบริหารที่ต่างกัน

จุฑามน สิทธิพลวนิชกุล (2553) ศึกษาวิวัฒนาการของการบัญชีบริหารสู่การเปลี่ยนแปลงในมุมมองสำหรับผู้บริหาร พบว่าสิ่งสำคัญที่สุดคือ ผู้บริหารควรเรียนรู้ข้อจำกัดและประโยชน์ของการบัญชีบริหารทั้งแบบดั้งเดิมและแบบใหม่ เพื่อให้สามารถเลือกและนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับกิจการของตนเอง ก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ดังนี้

1. ผู้บริหารควรตระหนักถึงระบบข้อมูลที่ใช้อยู่ เพราะปัญหาแต่ละส่วนรวมถึงวัฒนธรรมของแต่ละแผนกในกิจการเดียวกันอาจมีความแตกต่างกัน จึงต้องใช้ระบบการควบคุมหรือการบริหารที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้บริหารจึงควรเรียนรู้ระบบการบัญชีบริหารและการควบคุมภายใน เพื่อสามารถตัดสินใจได้ว่าธุรกิจของตนควรนำวิธีการใดมาใช้ เพื่อให้เหมาะสมในแต่ละแผนก ดังนั้น การประเมินระบบแต่ละแผนกจึงมีความสำคัญก่อนที่จะนำระบบการควบคุมมาใช้เพื่อให้เหมาะสมกับแต่ละส่วนงาน

2. ผู้บริหารควรมีความรู้เรื่องการบริหาร ไม่เพียงแต่เครื่องมือการบริหาร แต่ผู้บริหารยังคงต้องมีความรู้ในเรื่องของการบัญชีต้นทุน หากผู้บริหารมีความรู้ในเรื่องของการบัญชีต้นทุนและการบัญชีงบประมาณ จะมีส่วนสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถของการบริหาร และส่งผลให้กิจการมีระบบการควบคุมภายในที่ดียิ่งขึ้น

3. การบัญชีบริหารมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ โดยทั่วไปกิจการที่มีผลประกอบการดี ผู้บริหารที่ใช้เวลาและทรัพยากรกับการบริหารงบประมาณ การวางแผนและการคาดการณ์เหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต เป็นสิ่งสำคัญในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ กิจการดังกล่าวจึงมีผลการดำเนินงานที่ดีกว่ากิจการที่มุ่งเน้นเพียงการบัญชีต้นทุน และการบริหารต้นทุนเพียงอย่างเดียว ดังนั้น สิ่งสำคัญคือต้องมีการผสมผสานระหว่างการวางแผนกลยุทธ์ การบริหารจัดการ การบริหารงบประมาณและการบริหารต้นทุน รวมอยู่ในกระบวนการบริหารงาน

วรรณวิมล ศรีหิรัญ (2553) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการใช้สารสนเทศทางการบัญชีของผู้บริหารบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อให้ทราบว่าปัจจัยใดที่ส่งเสริมให้องค์กรมีการนำระบบสารสนเทศทางการบัญชีมาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพ ซึ่งพบว่า ปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งาน (ผู้บริหาร) ปัจจัยการสนับสนุนของผู้บริหารระดับสูง ปัจจัยลักษณะของปัญหาและปัจจัยคุณลักษณะเฉพาะของผู้ใช้และคุณภาพของระบบสารสนเทศทางการบัญชี ส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้สารสนเทศทางการบัญชีของผู้บริหารบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ประเทศไทย แต่มีปัจจัยทัศนคติของผู้ใช้งาน (ผู้บริหาร) ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้สารสนเทศทางการบัญชีของผู้บริหาร จึงช่วยให้องค์กรเสริมสร้างและสนับสนุนปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการใช้สารสนเทศทางการบัญชีของผู้บริหาร ทำให้องค์กรที่มีเครื่องมือการบริหารอยู่แล้ว สามารถใช้เครื่องมือที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด สามารถกำหนดปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของผู้บริหารอย่างมีประสิทธิภาพ

วิจิตรา กินาวงศ์ (2553) ศึกษาคุณลักษณะของข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจ และข้อจำกัดของข้อมูลการบัญชีบริหารของธุรกิจที่ได้รับมาตรฐาน ISO 9000 ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยโดยรวมพบว่า ผู้บริหารเห็นว่าข้อมูลบัญชีบริหารสามารถช่วยในการตัดสินใจมีประสิทธิภาพในระดับมาก และคุณลักษณะคุณภาพของข้อมูลบัญชีบริหารมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการตัดสินใจ 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการใช้งาน ซึ่งสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการตัดสินใจมากที่สุด คือ ความมีนัยสำคัญ การคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต การมีปริมาณข้อมูลที่เหมาะสม ความเกี่ยวข้องกับปัญหาที่จะต้องตัดสินใจ การให้ประโยชน์จากการใช้งาน การให้ความรู้เกี่ยวกับผลลัพธ์ของการตัดสินใจครั้งก่อน ความทันเวลา ประโยชน์ที่ได้รับมีมากกว่าต้นทุนที่เสียไปในการจัดหาข้อมูล และความครบถ้วน ล้วนแล้วแต่สัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพในการตัดสินใจ

2. ด้านการนำเสนอและการเข้าถึง คือ ความสามารถในการเรียกข้อมูลคืนมาได้อย่างรวดเร็ว การเข้าถึงง่าย ความเข้าใจได้ การแสดงข้อมูลกระชับ การมีความหมายที่ชัดเจน การจำกัดการเข้าถึงข้อมูล และการใช้ภาษา สัญลักษณ์ ที่เหมาะสม ล้วนแล้วแต่สัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพในการตัดสินใจ

3. ด้านตัวข้อมูลเอง คือ ความเป็นจริง ความเชื่อถือได้ ความถูกต้อง ความเป็นกลาง การตรวจสอบได้ การแสดงรายการอย่างที่จะแสดงและข้อมูลมีแหล่งที่น่าเชื่อถือได้ ล้วนแล้วแต่สัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพในการตัดสินใจ

ส่วนข้อจำกัดจากการใช้ข้อมูลบัญชีบริหาร คือ ความล่าช้าของข้อมูล ข้อมูลมีความไม่แน่นอนและข้อมูลไม่ทันสมัย ดังนั้น หากสามารถปรับปรุงข้อจำกัดนี้ได้ ข้อมูลการบัญชีบริหารก็จะช่วยให้การตัดสินใจมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ดารณี เอื้อชนะจิต (2554) ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีในด้านความเข้าใจได้ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความเชื่อถือได้และการเปรียบเทียบกันได้ ที่มีต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยสอบถาม

ความคิดเห็นจากผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผลจากการวิจัยพบว่า คุณภาพข้อมูลด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจและด้านการเปรียบเทียบกันได้ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหาร ทำให้สะท้อนถึงคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชีที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจว่า การบริหารงานนั้นต้องการข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจและต้องสามารถนำไปเปรียบเทียบกันได้ จึงเป็นข้อมูลที่ผู้บริหารสามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจได้ เพื่อการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนคุณภาพข้อมูลด้านความเข้าใจได้และด้านความเชื่อถือได้ ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจ สะท้อนให้เห็นถึงความยากต่อการทำความเข้าใจ หากผู้ใช้ข้อมูลทางการบัญชี ไม่มีความรู้เฉพาะทางด้านบัญชี และสะท้อนถึงข้อมูลบัญชีที่ยังขาดคุณภาพด้านความน่าเชื่อถือ ผู้ใช้ข้อมูลไม่เชื่อว่า ข้อมูลทางการบัญชีจะมีความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ ยังพบว่า ลักษณะองค์กรธุรกิจตามนโยบาย โครงสร้างและวัฒนธรรมองค์กร ส่งผลต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหาร

ประภาภรณ์ เกียรติกุลวัฒนา (2555) ศึกษาการใช้เทคนิคการบริหารต้นทุนและการใช้ข้อมูลบัญชีเพื่อการบริหารของบริษัทและเสนอแนะการใช้ข้อมูลต้นทุนเพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขันของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยสรุปพบว่า แผนกบัญชีจัดทำข้อมูลบัญชีเพื่อการบริหารรูปแบบต่างๆ มากกว่าจัดทำรายงานทางการเงิน และได้ใช้ทรัพยากรทั้งด้านเวลาและด้านค่าใช้จ่าย เพื่อจัดทำรายงานทางการบริหารเป็นสัดส่วนที่สูงกว่าการนำไปใช้ในการจัดทำรายงานทางการเงิน อย่างไรก็ตาม รูปแบบการใช้เทคนิคการบริหารต้นทุนของบริษัทไม่ได้แตกต่างกันไปตามกลยุทธ์ของกิจการ แต่การใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ตามที่กิจการส่วนใหญ่ระบุ ว่าต้องการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้าในกลุ่มเฉพาะนั้น ยังคงสามารถพัฒนาต่อไปได้ เนื่องจากกิจการส่วนใหญ่มีการใช้โปรแกรมทางบัญชีที่มีสมรรถนะสูง ดังนั้น จึงสามารถนำมาส่งเสริมการใช้ข้อมูลบัญชีเพื่อการบริหารงาน เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางการตลาดในระดับประชาคมอาเซียนและประชาคมโลกได้

สุธีรา ทิพย์วิวัฒน์พจนาน, พิฑูร กาญจนพันธ์, สุขเกษม ลางกุลเสน, ณัฐนันท์ จิตติยาปราโมทย์ และอนุรักษ์ อาทิตย์กวิน (2555) ศึกษาความสำเร็จของการปฏิบัติทางบัญชีบริหารและผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเซรามิกในจังหวัดลำปาง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ผลการวิจัยพบว่า ความสำเร็จของการปฏิบัติทางบัญชีบริหารมีผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลของการวางแผน การตัดสินใจ การบรรลุเป้าหมายในการควบคุม

ประสิทธิภาพขององค์กรและผลการดำเนินงาน นอกจากนี้ การตัดสินใจและการบรรลุเป้าหมายในการควบคุมมีผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพขององค์กร และประสิทธิภาพขององค์กรมีผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม สักยภาพการเรียนรู้เชิงการแข่งขันไม่มีผลกระทบต่อความสัมพันธ์ใดๆ ทั้งสิ้น นั่นคือ สักยภาพการเรียนรู้เชิงการแข่งขันไม่ได้เป็นตัวแปรแทรกแซงของการวิจัยครั้งนี้ ดังนั้น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรให้ความสำคัญกับการบัญชีบริหาร และนำมาประยุกต์ใช้ ซึ่งจะส่งผลให้ประสบความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายขององค์กร

กุลชญา แวนแก้ว (2556) ศึกษาการพัฒนาสมรรถนะของกิจการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ภาคอุตสาหกรรมการผลิตในจังหวัดศรีสะเกษพบว่า การวางแผนและการพยากรณ์ที่เหมาะสม ประสิทธิภาพการควบคุม และการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องอย่างน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหาร เนื่องจากข้อมูลมีคุณภาพน่าเชื่อถือ ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร ข้อมูลทางการบัญชีจะช่วยในการวิเคราะห์ วางแผน พยากรณ์ ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น ทำให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน ไม่นับสำคัญทางสถิติต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจทางการบริหาร

ทิพาพร ขวัญมา (2556) ศึกษาผลกระทบของคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีบริหารที่มีต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า คุณภาพข้อมูลบัญชีบริหารด้านความสัมพันธ์กับปัญหา ด้านความทันเวลาด้วยความต้องการและด้านความน่าเชื่อถือได้ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการตัดสินใจ เนื่องจาก ข้อมูลการบัญชีบริหารเป็นประโยชน์ในการวางแผน การสั่งการ การควบคุมและการตัดสินใจ ข้อมูลแสดงถึงความเกี่ยวข้องกับปัญหาที่กำลังพิจารณา ซึ่งมีความทันเวลาด้วยความต้องการและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น รวมถึงสามารถพิสูจน์ความถูกต้องได้ ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญกับข้อมูลการบัญชีบริหาร แล้วนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผลการดำเนินงานขององค์กรและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

สมหวัง สีหะ (2557) ศึกษาการใช้เทคนิคการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ พบว่า มีการใช้เทคนิคการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการตัดสินใจ ใช้ดัชนีความสามารถในการทำกำไร ด้านการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ ใช้วิธีต้นทุนเต็ม และด้านการวางแผนและควบคุม ใช้งบประมาณระยะสั้น

สำหรับปัญหาจากการใช้เทคนิคการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ พบว่า บุคลากรทางการบัญชีขาดการพัฒนา การใช้นโยบายประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดเตรียมข้อมูลการบัญชีบริหาร และขาดแคลนบุคลากรแผนกบัญชี

การใช้เทคนิคการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ก่อให้เกิดประโยชน์ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ ทำให้ได้รับข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจ โดยเฉพาะการตัดสินใจในระยะยาว เช่น การกำหนดราคาขาย รวมทั้งวิเคราะห์เปรียบเทียบผลการดำเนินงานด้านการวางแผนและควบคุม สามารถวางแผนการดำเนินงานและควบคุมการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ด้านการตัดสินใจก่อให้เกิดการควบคุมต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ และมีการวางแผนกำไรในการดำเนินธุรกิจ และด้านการวัดผลการปฏิบัติงานสามารถเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานจริงกับงบประมาณได้ ทำให้มีข้อมูลทางการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ในการวัดผลการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กัญธนา ดิษฐ์แก้ว (2558) ศึกษาคุณภาพของข้อมูลทางบัญชีบริหาร นวัตกรรมทางการบริหาร การเพิ่มผลผลิตและรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของผู้ประกอบการ โรงสีข้าวในเขตภาคเหนือของประเทศไทย พบว่า คุณภาพของข้อมูลการบัญชีบริหารมีผลเชิงบวกต่อนวัตกรรมทางการบริหารด้านการพัฒนาการควบคุมการปฏิบัติงาน ด้านการปรับเปลี่ยนรูปแบบการวางแผนงบประมาณ ด้านการปรับปรุงกระบวนการตัดสินใจ และด้านการออกแบบการสั่งการที่ครบวงจร ซึ่งนวัตกรรมทางการบริหารทั้ง 4 ด้านนี้ ส่งผลเชิงบวกไปยังรายได้เปรียบเทียบการแข่งขัน อีกทั้งพบว่าข้อมูลทางการบัญชีบริหารที่มีคุณภาพมีผลต่อการเพิ่มผลผลิตในการลดต้นทุนและลดการสูญเสียในการผลิต การใช้ทรัพยากรและเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ และการพัฒนาศักยภาพของผู้ปฏิบัติงานในโรงสีข้าวและจะส่งผ่านไปยังรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันเพื่อความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว กล่าวได้ว่า คุณภาพของข้อมูลบัญชีบริหารถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญในองค์กร

กิมข จันทรัมย์ และคณิตสร เทิดเผ่าพงศ์ (2558) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างของผู้ถือหุ้นของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กับความสามารถในการทำกำไรทางบัญชี ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ในการประกอบการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ซึ่งพบว่าร้อยละของการถือหุ้นสามัญของบริษัทของผู้มีส่วนในการบริหารมีความสัมพันธ์กับอัตรากำไรสุทธิ และอัตราส่วนการวัดผลการดำเนินงานของกิจการจากตลาดในเชิงบวก ทั้งนี้อาจเนื่องจากโครงสร้างที่กระจุกตัวในการถือหุ้น ทำให้สามารถกำหนดนโยบายการดำเนินงานของ

บริษัทได้มากกว่า เพราะเป็นผู้ถือหุ้นส่วนส่วนใหญ่และมีส่วนในการบริหารงาน ทำให้เกิดการบริหารที่ส่งผลให้ยอดขายสูงขึ้น และมีกำไรสุทธิมากขึ้นตามลำดับ อีกทั้งยังส่งผลให้อัตรากำไรจากการวัดผลการดำเนินงานของกิจการจากตลาดสัมพันธ์กันด้วย เพราะมีการรักษาอำนาจในการควบคุมในบริษัทผ่านทาง การถือหุ้นในสัดส่วนที่สูงจนทำให้ผลประโยชน์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และร้อยละของการถือหุ้นสามัญของบริษัทของผู้มีส่วนในการบริหารกับความสามารถในการทำกำไรทางบัญชีนั้น ในส่วนของอัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นและอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ไม่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

งานวิจัยต่างประเทศ

Libby & Waterhouse (1996) ผู้บริหารที่เผชิญกับสภาพการแข่งขันที่รุนแรงมักจะมี ความต้องการข้อมูลทั้งที่เป็นข้อมูลทางการเงินและที่ไม่ใช่ทางการเงินสำหรับประกอบการตัดสินใจ และในสภาพการแข่งขันที่รุนแรงระบบการคำนวณต้นทุนและระบบประเมินผลการปฏิบัติงานที่ เหมาะสมก็เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อความอยู่รอดของกิจการ

Lui, Chen & Tsai (2004) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการบริหารจัดการ ความรู้ และความสามารถในการแข่งขัน ในธุรกิจภาคอุตสาหกรรมของประเทศไต้หวัน พบว่า ความสามารถในการบริหารจัดการความรู้ มีผลกระทบอย่างมากต่อการแข่งขัน ซึ่งเมื่อกิจการมี ความสามารถในการบริหารจัดการความรู้มากยิ่งขึ้น กิจการก็จะยังมีศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้น ด้วย โดยวิเคราะห์ 3 ด้าน คือ ลักษณะเฉพาะของบริษัท ข้อดีของการใช้ของเทคโนโลยี และ มาตรการวัดของบริษัท ซึ่งทั้ง 3 ด้านนั้นมีผลกระทบต่อความสามารถในการบริหารจัดการความรู้ ทั้งนี้ เมื่อกิจการต้องการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันจึงจำเป็นต้องปรับปรุงความสามารถใน การบริหารจัดการความรู้เป็นอันดับแรก ซึ่งจะทำให้กิจการบรรลุเป้าหมาย การที่กิจการมี การกลั่นกรอง การเก็บรักษาและการแบ่งปันความรู้ จะทำให้กิจการมีการบริหารจัดการข้อมูลที่ดี ซึ่งการเพิ่มความสามารถในการบริหารจัดการความรู้ ไม่ใช่เรื่องง่ายที่กิจการจะสร้างในเวลาอันสั้น แต่จะสำเร็จได้ด้วยการ สะสมทุนด้านแรงงานและประสบการณ์ เมื่อกิจการต้องการเพิ่ม ความสามารถในการบริหารจัดการความรู้ ก็จะต้องใช้ความสามารถและคุณสมบัติประกอบกับ ความช่วยเหลือจากภายนอก

Dunkovic, Juric & Nikolic (2010) การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นข้อมูลที่สำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยข้อมูลเชิงลึกจากการบัญชีบริหารและข้อมูลการตลาดจะเป็นกรอบในการสร้างกลยุทธ์ มีส่วนสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ ประเมินการดำเนินงานของลูกค้า ผู้ขาย และคู่แข่ง ซึ่งหลักการทั่วไปของการบัญชีบริหารมีจุดมุ่งหมายเพื่อก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน

Wall & Greiling (2011) ศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลการบัญชีสำหรับการตัดสินใจ เกี่ยวกับการบริหารการดำเนินงาน พบว่า ข้อมูลการบัญชีมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริหารทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริหาร ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จของกิจการ

Mithas, Tafti, Bardhan & Mein Goh (2012) ความสำเร็จจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมีมาตั้งแต่ ค.ศ. 1998-2003 ในบริษัทกว่า 400 บริษัททั่วโลกแสดงให้เห็นว่า เทคโนโลยีสารสนเทศมีผลต่อความสามารถในการทำกำไร สิ่งที่สำคัญคือ การลงทุนในเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการขายและความสามารถในการทำกำไรมีมากกว่าด้านอื่นๆ เช่น การโฆษณา การวิจัยและพัฒนา ส่วนสำคัญคือเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยสร้างความสามารถในการทำกำไร คือ สร้างให้รายได้มีการเติบโต แต่ผลกระทบที่เกิดขึ้นคือ ไม่สามารถช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงานได้ บริษัทจะประสบความสำเร็จในการทำกำไรได้เมื่อเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยทำให้รายได้มีการเติบโตไปพร้อมๆกับการช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน สิ่งสำคัญคือการจัดเตรียมข้อมูลสำหรับผู้บริหารเพื่อจัดสรรค่าใช้จ่ายต่างๆ เช่น ค่าเทคโนโลยีสารสนเทศ ค่าโฆษณา และค่าวิจัยและพัฒนา ควรให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพราะมีส่วนช่วยทำให้รายได้มีการเติบโตอย่างมีศักยภาพ ไม่มุ่งไปที่การประหยัดต้นทุนอย่างเดียว

Alsoboa & Aldehayat (2013) โดยปกติบริษัทจะกำหนดกลยุทธ์เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จ สิ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ว่าการแข่งขันมีอยู่ทั่วโลกคือ การลดต้นทุนนวัตกรรม การมีความเป็นเลิศ คุณภาพ การปรับปรุงข้อบกพร่อง และปัจจัยอื่นๆ ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาผลกระทบจากการใช้กลยุทธ์การแข่งขันที่มีต่อการใช้เครื่องมือการบัญชีบริหารสมัยใหม่ในประเทศจอร์แดน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า

1. กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนมีอิทธิพลอย่างมีสาระสำคัญต่อการใช้เครื่องมือการบัญชีต้นทุนฐานกิจกรรม (ABC) การปรับระบบกระบวนการทางธุรกิจ (BPR) และการแลกเปลี่ยนความรู้

2. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีอิทธิพลอย่างมีสาระสำคัญต่อการใช้เครื่องมือการบัญชีต้นทุนฐานกิจกรรม (ABC) การกำหนดต้นทุนเป้าหมาย และการบริหาร โดยกิจกรรม (ABM)

3. กลยุทธ์การมุ่งตลาดเฉพาะส่วนมีอิทธิพลอย่างมีสาระสำคัญต่อการใช้เครื่องมือการบริหาร โดยกิจกรรม (ABM)

Mohammadi, Heyrani & Golestani (2013) ข้อมูลที่ไม่เหมาะสมจะไม่มีผลต่อการตัดสินใจ โดยเชื่อว่าความระมัดระวังและความทันเวลา มีความสัมพันธ์กันเชิงลบ นั่นคือ การแสดงข้อมูลด้วยความระมัดระวังของข้อมูลการเงินจะสูญเสียโอกาสในการจัดเตรียมข้อมูลที่รวดเร็วและทันเวลา อย่างไรก็ตาม ความทันเวลาไม่สามารถรับประกันได้ว่าข้อมูลจะมีประสิทธิภาพ แต่ข้อมูลที่ไม่เหมาะสมจะไม่สามารถเพิ่มความมีประสิทธิภาพของข้อมูลได้เลย

Gornjak (2014) การเปลี่ยนแปลงด้านการจัดการความรู้เริ่มขึ้นเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงองค์กร ส่งผลให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ การวิจัย การเผยแพร่และการใช้งาน การขยายตัวของเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้การจัดการความรู้มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ในทำนองเดียวกัน พบว่าการบัญชีบริหารมีการพัฒนามาจาก 2 ทศวรรษที่ผ่านมา มีความก้าวหน้าในการวิจัย ค้นคว้า และมีการเปลี่ยนแปลงจากกระบวนการแบบดั้งเดิมไปสู่การบัญชีบริหารสมัยใหม่ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการเชิงกลยุทธ์ การแพร่กระจายข้อมูลการบัญชีบริหารต่อพนักงาน ผลที่ได้คือ เกิดนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง พนักงานมีการปรับปรุงกระบวนการทำงาน เกิดการลดค่าใช้จ่าย ดังนั้น จึงเกิดการรักษาและเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร

Zhiming Xu (2014) ศึกษาการประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารมีความแตกต่างกันหรือไม่ เมื่อองค์กรให้ความสำคัญต่อคุณภาพหรือต้นทุนการแข่งขัน โดยแบ่งคุณภาพหรือต้นทุนการแข่งขันเป็น 4 กลุ่ม คือ การเสียเปรียบทางการแข่งขัน การเน้นต้นทุน การเน้นคุณภาพ และการเน้นทั้งคุณภาพและต้นทุน พบว่า กลุ่มที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารมากที่สุดคือกลุ่มที่เน้นต้นทุน และข้อมูลการบัญชีบริหารยังมีวัตถุประสงค์ที่หลากหลายเพื่อสนับสนุนการได้เปรียบทางการแข่งขัน

Gupta (2015) จากการศึกษาอิทธิพลของโครงสร้างเงินทุนของผู้ถือหุ้นต่างประเทศที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไรของบริษัทในประเทศอินเดีย พบว่า โครงสร้างเงินทุนของผู้ถือหุ้นต่างประเทศที่วัดผลจากอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อสินทรัพย์รวม มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความสามารถในการทำกำไร ได้แก่ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นและอัตรากำไรต่อหุ้น ดังนั้น หากลดจำนวนหนี้สินลงจากโครงสร้างทุน จะสามารถเพิ่มความสามารถในการทำกำไร และเพิ่มความมั่นคงให้กับผู้ถือหุ้นได้นอกจากนี้ ขนาดบริษัทยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่ออัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นและอัตรากำไรต่อหุ้นด้วย

Kannaiah (2015) ระบบต้นทุนฐานกิจกรรมสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ ซึ่งควรใช้ร่วมกับเครื่องมืออื่นๆ โดยมีข้อมูลระบบต้นทุนฐานกิจกรรมเป็นพื้นฐาน และนำเครื่องมือเชิงกลยุทธ์อื่นๆมาใช้ร่วมกัน เพื่อให้สามารถวางแผนกลยุทธ์ในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

Kim & Simpson (2015) ศึกษากระบวนการปรับปรุงความสามารถในการทำกำไรกรณีศึกษาบริษัทผู้จำหน่ายสินค้าให้กับบริษัทฮุนไดมอเตอร์ ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยการลดค่าแรงงานผ่านกระบวนการปรับหรือธุรกิจ (re-engineering) บริษัท PA เป็นบริษัทผู้จำหน่ายสินค้าให้กับบริษัทฮุนไดมอเตอร์ได้รับผลกระทบจากผลขาดทุนหลังจากเริ่มดำเนินธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา บริษัทจึงปรับหรือธุรกิจ (re-engineering) เป็นผลให้มีการลดจำนวนพนักงาน ซึ่งส่งผลต่องบการเงินอีกด้วย โดยตั้งสมมติฐานว่าการปรับหรือธุรกิจ (re-engineering) เป็นปัจจัยสำคัญในการลดต้นทุนค่าแรงงาน ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพในการปรับปรุงความสามารถในการทำกำไร

อัตราส่วนที่ใช้วัดความสามารถในการทำกำไรมากที่สุด คือ อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงานและอัตรากำไรสุทธิ ซึ่งอัตรากำไรขั้นต้นสามารถเป็นตัวบ่งชี้ในการแสดงผลจากการลดต้นทุนค่าแรงงาน ซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไร การเปลี่ยนแปลงอัตรากำไรขั้นต้นเป็นผลมาจากการลดต้นทุนค่าแรงงาน ซึ่งเป็นการปรับปรุงโครงสร้างต้นทุนและเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประสบความสำเร็จในการสร้างกำไร ดังนั้น การปรับหรือธุรกิจ (re-engineering) มีผลต่อการลดต้นทุนจากการดำเนินงาน

อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และอัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้น เป็นอัตราที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในการวัดความสามารถในการทำกำไร จากผลการศึกษา ต้นทุนค่าแรงงานมีความสัมพันธ์เชิงลบต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และอัตราผลตอบแทนของส่วนของ

ผู้ถือหุ้น ซึ่งผลการศึกษานี้ สามารถนำมาเป็นตัวช่วยในการวางแผนลดต้นทุนค่าแรงงาน เพื่อเพิ่มกำไรได้

ในปี ค.ศ. 2010 บริษัท PA เริ่มต้นธุรกิจ เป็นบริษัทผู้จำหน่ายสินค้าให้กับบริษัทฮุนไดมอเตอร์ เพื่อลดผลขาดทุนจากการดำเนินงาน บริษัทได้ใช้กระบวนการปรับหรือธุรกิจ (re-engineering) โดยลดจำนวนพนักงาน จึงส่งผลต่อโครงสร้างต้นทุน การลดลงของต้นทุนเกิดขึ้นพร้อมๆ กับการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพื่อก่อให้เกิดกระบวนการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสุดท้ายแล้ว บริษัทก็สามารถกลับมาทำกำไรอีกครั้ง ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2013 เป็นต้นมา ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ว่า การปรับหรือธุรกิจ (re-engineering) เป็นปัจจัยสำคัญในการลดต้นทุนค่าแรงงาน ซึ่งมีผลต่อความสามารถในการทำกำไร ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ความสามารถในการทำกำไรของบริษัท PA เป็นผลมาจากการปรับหรือธุรกิจ (re-engineering) อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ

Sabir, Sabr & Nader (2015) เครื่องมือการบริหารมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความได้เปรียบในการแข่งขัน การศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้บริหารนิยมนำการบริหารมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานซึ่งสามารถอธิบายด้วยเหตุผลคือ การบริหารมีบทบาทในวาระการประชุม และผู้บริหารจบการศึกษาเกี่ยวกับการบริหาร โดยบริษัทจะให้ความสนใจปัจจัยด้านการแข่งขันทั้งภายในและภายนอก จึงต้องมีการกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จและมั่นใจว่าองค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาประสิทธิผลของข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน และการทำกำไรทางธุรกิจ โดยมีวิธีการดำเนินงานวิจัยเป็นขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย
3. เครื่องมือการวิจัย
4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
5. การรวบรวมข้อมูล
6. วิธีการแปลผลแบบสอบถาม
7. การวิเคราะห์ข้อมูล
8. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยฉบับนี้ดำเนินการตามขั้นตอนของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชากรในงานวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้บริหาร โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาวิเคราะห์เปรียบเทียบกัน

โดยกลุ่มประชากรเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ยกเว้นบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ระหว่างฟื้นฟูการดำเนินงาน จำนวน 570 บริษัท และบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ จำนวน 122 บริษัท รวมทั้งสิ้น 692 บริษัท โดยกลุ่มประชากรต้องมีสถานดำรงอยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ณ วันที่ 1 มีนาคม 2559 (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 1 มีนาคม 2559)

จำนวนกลุ่มตัวอย่าง เลือกจากประชากรทั้งหมด เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนที่ดีของประชากร ตามหลักวิชาการที่ว่าด้วยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Yamane, 1973) ซึ่งกำหนดไว้ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N = ขนาดของประชากรเป้าหมาย
 e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดให้
 คลาดเคลื่อนได้ไม่เกิน 5% ที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างคำนวณ ได้ดังนี้

บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

$$n = \frac{570}{1 + 570 (0.05)^2}$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง = 236 บริษัท

บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ

$$n = \frac{122}{1 + 122 (0.05)^2}$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง = 94 บริษัท

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีจำนวน 236 บริษัท และบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ มีจำนวน 94 บริษัท รวมทั้งสิ้น 330 บริษัท และผู้วิจัยจะคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) เพื่อให้ได้ตัวแทนทุกกลุ่มอุตสาหกรรม ดังตารางที่ 1 และตารางที่ 2 และดำเนินการเลือกตัวอย่างดังกล่าว โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้มีโอกาสในการถูกเลือกเท่ากัน

ตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กลุ่มอุตสาหกรรม	จำนวน		จำนวน ตัวอย่าง (บริษัท)
	ประชากร (บริษัท)	การคำนวณ	
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	51	51*(236/570)	21
เทคโนโลยี	41	41*(236/570)	17
ทรัพยากร	40	40*(236/570)	17
ธุรกิจการเงิน	59	59*(236/570)	24
บริการ	100	100*(236/570)	41
สินค้าอุตสาหกรรม	86	86*(236/570)	36
สินค้าอุปโภคบริโภค	40	40*(236/570)	17
อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	153	153*(236/570)	63
รวม	570		236

ตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ

กลุ่มอุตสาหกรรม	จำนวน		จำนวน ตัวอย่าง (บริษัท)
	ประชากร (บริษัท)	การคำนวณ	
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	7	7*(94/122)	5
ทรัพยากร	13	13*(94/122)	10
เทคโนโลยี	7	7*(94/122)	5
ธุรกิจการเงิน	6	6*(94/122)	5
บริการ	34	34*(94/122)	26
สินค้าอุตสาหกรรม	32	32*(94/122)	25
สินค้าอุปโภคบริโภค	8	8*(94/122)	6
อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	15	15*(94/122)	12
รวม	122		94

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเกิดประสิทธิภาพ จึงแบ่งเป็นกระบวนการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษา ค้นคว้า เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย เช่น หนังสือ บทความ งานวิจัย วารสาร เป็นต้น
2. พัฒนาเครื่องมือ โดยออกแบบแบบสอบถามซึ่งมีทั้งแบบสอบถามปลายเปิดและปลายปิด
3. เมื่อออกแบบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว จะทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของมาตรวัด เพื่อทดสอบว่าตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ
4. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผล
5. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป
6. นำผลการวิเคราะห์ข้อมูล มาสรุปผล และจัดทำรายงานการวิจัย

เครื่องมือการวิจัย

สำหรับการศึกษาประสิทธิผลของข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไรทางธุรกิจ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารของบริษัท โดยดำเนินการเก็บข้อมูล ดังนี้

1. พัฒนาแบบสอบถาม จากการทบทวนวรรณกรรม การศึกษาค้นคว้าจากงานวิจัย บทความ วารสาร หนังสือ ประกอบกับแนวคิดของผู้วิจัย เพื่อสร้างกรอบแนวคิด แล้วจึงนำกรอบแนวคิดมาพัฒนาเป็นแบบสอบถาม

1.1 แบบสอบถามปลายปิด ซึ่งมีข้อความ เป็นคำถาม และกำหนดคำตอบไว้ให้ผู้ตอบเลือก โดยแบบสอบถามนี้จะแบ่งเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบ Check List ครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ทำงาน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบ Check List ครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ ประเภทการจดทะเบียนธุรกิจ กลุ่มอุตสาหกรรม ทุนจดทะเบียน ระยะเวลาดำเนินธุรกิจตั้งแต่เริ่มจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร ได้แก่ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความทันต่อเวลา การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และ

ความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน ด้วยการประเมินค่าแบบ Likert Scale โดยให้ค่าคะแนนตามความสำคัญของตัวแปรในลักษณะที่เรียกว่า Weight Rating

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลของเครื่องมือการบริหารและแนวโน้มการใช้ในอนาคต ได้แก่ แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณและกำไร ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม การวางแผนจากงบประมาณ การบัญชีตามความรับผิดชอบ และการกำหนดราคาโอน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน และเครื่องมือการบริหารเชิงกลยุทธ์ ด้วยการประเมินค่าแบบ Likert Scale โดยให้ค่าคะแนนตามความสำคัญของตัวแปรในลักษณะที่เรียกว่า Weight Rating และความต้องการใช้ในอนาคต

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน ได้แก่ การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ด้วยการประเมินค่าแบบ Likert Scale โดยให้ค่าคะแนนตามความสำคัญของตัวแปรในลักษณะที่เรียกว่า Weight Rating

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการทำกำไร ได้แก่ อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ด้วยการประเมินค่าแบบ Likert Scale โดยให้ค่าคะแนนตามความสำคัญของตัวแปรในลักษณะที่เรียกว่า Weight Rating

1.2 แบบสอบถามปลายเปิด ให้ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับประสิทธิผลของข้อมูลการบริหารที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไรทางธุรกิจ

2. ทดสอบความน่าเชื่อถือ เมื่อผู้วิจัยออกแบบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว จะทดสอบความน่าเชื่อถือของมาตรวัด เพื่อทดสอบว่าตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด โดยดำเนินการ ดังนี้

2.1 นำแบบสอบถามไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความครอบคลุมและตรงประเด็นของเนื้อหา ความถูกต้อง ความชัดเจนและความกระชับในข้อคำถาม เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข

2.2 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำผลจากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญไปทำการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงของเนื้อหา ด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับโครงสร้างหลักเนื้อหา (IOC)

2.3 เมื่อได้ผลการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ผู้วิจัยคัดเลือกข้อคำถามที่ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปมาใช้ สำหรับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยนำมาปรับปรุงแก้ไข ให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2.4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไข เรียบร้อยแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์อีกครั้ง

2.5 นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์แล้ว ไปทดลอง (Try Out) โดยตรงจากผู้บริหารบริษัท ของกลุ่มประชากรในการวิจัย จำนวน 33 ชุด (10% ของกลุ่มตัวอย่าง)

2.6 นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้ หาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาคอัลฟา (Cronbach's Alpha) (Cronbrach, 1946) โดยค่าที่ได้ควรมากกว่า 0.7 (Nually, 1978) ซึ่งแสดงว่าข้อคำถามของงานวิจัยนี้มีความเชื่อถือได้

2.7 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว มาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น จากนั้นนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการวิจัยไปทำการทดสอบหาค่าเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปตรวจสอบความเที่ยงตรงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน หลังจากนั้นนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยใช้สูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC หมายถึง ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of congruence)

R หมายถึง ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญโดย

+1 หมายถึง ข้อคำถามสอดคล้องกับเนื้อหาตามที่กำหนดในแต่ละด้าน

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับเนื้อหาตามที่กำหนดในแต่ละด้าน

-1 หมายถึง ข้อคำถามไม่สอดคล้องกับเนื้อหาตามที่กำหนดในแต่ละด้าน

N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ทั้งนี้ เลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 มาใช้เป็นข้อคำถามในการวิจัย
จากการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการวิจัยไปทำการทดสอบหาค่าเที่ยงตรง (Validity) ซึ่งผลการวัดค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของคำถามมีค่าอยู่ระหว่าง 0.67 - 1 ซึ่งถือว่าข้อคำถามมีความเที่ยงตรงและครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย

2. การหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลอง (Try Out) โดยตรงจากผู้บริหารบริษัทของกลุ่มประชากรในการวิจัย จำนวน 33 ชุด (10% ของกลุ่มตัวอย่าง) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาคอัลฟา (Cronbach's Alpha) (Cronbrach, 1946) โดยค่าที่ได้ควรมากกว่า 0.7 (Nually, 1978) ซึ่งแสดงว่าข้อคำถามของงานวิจัยนี้มีความเชื่อมั่นเพียงพอ จากการทดสอบโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปได้ค่าความเชื่อมั่น ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามการวิจัย

ตัวแปร	ค่าความเชื่อมั่น
ลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร	
ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	0.714
ความทันต่อเวลา	0.773
การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต	0.734
ความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน	0.743
เครื่องมือการบัญชีบริหาร	
แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน	0.723
การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณและกำไร	0.753
ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม	0.752
การวางแผนจากงบประมาณ	0.724
การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน	0.773
การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ	0.712
การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน	0.703
เครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์	0.735
ความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ	
การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน	0.725
การสร้างความแตกต่าง	0.722

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าความเชื่อมั่น
การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน	0.713
ความสามารถในการทำกำไร	
อัตรากำไรขั้นต้น	0.753
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี	0.743
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	0.738
อัตรากำไรสุทธิ	0.733
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	0.772
อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น	0.748

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับได้ค่าเท่ากับ 0.748 และค่าความเชื่อมั่นรายด้านย่อยมีค่าระหว่าง 0.703 - 0.773 ซึ่งมากกว่า 0.7 ขึ้นไป แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ จึงนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูล

การศึกษาประสิทธิภาพผลของข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไรทางธุรกิจ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหาร โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. จัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มประชากรที่เลือกไว้ พร้อมกับตรวจสอบเอกสารเพื่อเตรียมนำส่งทางไปรษณีย์
2. ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 330 ฉบับ ทางไปรษณีย์ โดยแนบซองจดหมายติดแสตมป์ตอบกลับไปด้วยพร้อมกับแบบสอบถาม
3. ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างทางอีเมล สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ตอบแบบสอบถามกลับมาทางไปรษณีย์ โดยจัดทำเป็นลิงก์แบบสอบถาม
4. นำข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

วิธีการแปลผลแบบสอบถาม

การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) เป็นรายข้อและรายด้านของแบบสอบถาม พร้อมทั้งนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง โดยได้กำหนดระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ และกำหนดระดับคะแนน ดังต่อไปนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545, หน้า 99-100)

ระดับความคิดเห็น	ค่าคะแนน
ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	1 คะแนน

สำหรับการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์สัมบูรณ์ (Absolute Criteria) โดยแบ่งคะแนนเป็นช่วงๆ แต่ละช่วงมีความหมาย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545, หน้า 99-100)

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51-5.00	หมายความว่า	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51-4.50	หมายความว่า	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51-3.50	หมายความว่า	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51-2.50	หมายความว่า	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.50	หมายความว่า	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับมาและตรวจสอบความครบถ้วนแล้ว มาดำเนินการดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) แล้วสรุปมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)
2. วิเคราะห์ข้อมูลของบริษัท โดยใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) แล้วสรุปมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

3. วิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร เครื่องมือการบัญชีบริหาร ความสามารถในการแข่งขัน และความสามารถในการทำกำไร โดยใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ซึ่งมองในแง่ของความสอดคล้อง โดยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson product-moment correlation coefficient)

5. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ที่นำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ (Analytical Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน
 - 1.1 ร้อยละ (Percentage)
 - 1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)
 - 1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติที่ใช้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ คือ การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach)
3. สถิติที่ใช้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร คือ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson product-moment correlation coefficient)
4. สถิติทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพของข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไรทางธุรกิจ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 276 ชุด เป็นของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจำนวน 201 ชุด และบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ จำนวน 75 ชุด มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลทั่วไปของบริษัท
3. วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม
4. ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์
5. ทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ
6. แนวโน้มการใช้เครื่องมือการบัญชีบริหารในอนาคต

สำหรับสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ในบทนี้มีความหมายดังต่อไปนี้

\bar{x}	แทน ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของข้อมูล
S.D.	แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
RE	แทน ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ
TL	แทน ความทันต่อเวลา
PR	แทน การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต
AC	แทน ความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน
CO	แทน แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน
CVP	แทน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณและกำไร
ABC	แทน ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม
BUD	แทน การวางแผนจากงบประมาณ
RT	แทน การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน
AND	แทน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ
ANI	แทน การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน

SMA	แทน เครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์
CL	แทน การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน
DI	แทน การสร้างความแตกต่าง
FO	แทน การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน
GPM	แทน อัตรากำไรขั้นต้น
EBIT	แทน อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี
EBITDA	แทน อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย
NPM	แทน อัตรากำไรสุทธิ
ROA	แทน อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์
ROE	แทน อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น
Beta	แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในสมการที่อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน
t-value	แทน ค่าสถิติ t สำหรับทดสอบความมีนัยสำคัญของค่าคงที่และสัมประสิทธิ์แต่ละตัว
Sig.	แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
R	แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ บอกให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทุกตัว กับตัวแปรตาม
R^2	แทน ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ เป็นดัชนีที่บอกถึงร้อยละของการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรตามที่มีผลมาจากตัวแปรอิสระทุกตัว
F	แทน ค่าสถิติทดสอบ F สำหรับทดสอบตัวแปรอิสระต่างๆ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับตัวแปรตามหรือไม่
SET	แทน บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
MAI	แทน บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานและประสบการณ์ทำงาน ใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) แล้วสรุปมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) สามารถแจกแจงได้ ดังนี้

ตารางที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	161	58.30
หญิง	115	41.70
รวม	276	100
อายุ		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	5	1.80
31 - 40 ปี	58	21.00
41 - 50 ปี	142	51.40
51 - 60 ปี	71	25.70
มากกว่า 60 ปี	0	0
รวม	276	100
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3	1.10
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	39	14.10
ปริญญาโทหรือเทียบเท่า	161	58.30
ปริญญาเอก	69	25.00
ข้อมูลไม่สมบูรณ์	4	1.40
รวม	276	100

ตารางที่ 4 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตำแหน่งงานในปัจจุบัน		
กรรมการบริษัท	81	29.30
กรรมการบริหาร	56	20.30
กรรมการผู้จัดการใหญ่	23	8.30
ผู้จัดการฝ่ายบัญชี	107	38.80
อื่น ๆ	9	3.30
รวม	276	100
ประสบการณ์ทำงาน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี	1	0.40
6 - 10 ปี	16	5.80
11 - 15 ปี	86	31.20
16 - 20 ปี	91	33.00
21 - 25 ปี	55	19.90
มากกว่า 25 ปี	27	9.80
รวม	276	100

จากตารางที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 276 ราย ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานในปัจจุบันและประสบการณ์ทำงาน สรุปผลได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงคือ เพศชายมีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 58.30 และเพศหญิงมีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 41.70

ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 41-50 ปีมากที่สุด คือมีจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 51.40 รองลงมาคืออายุระหว่าง 51-60 ปี มีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 25.70 อายุระหว่าง 31-40 ปี มีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 21 และมีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80

ผู้ตอบแบบสอบถามจบการศึกษาระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่ามากที่สุด คือมีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 58.30 รองลงมาคือจบการศึกษาระดับปริญญาเอก มีจำนวน 69 คน คิดเป็น

ร้อยละ 25 ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 14.10 และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.10 และมีผู้ไม่ระบุระดับการศึกษา จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.40

ผู้ตอบแบบสอบถามดำรงตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายบัญชีมากที่สุด คือมีจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 38.80 รองลงมาคือตำแหน่งกรรมการบริษัท มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 ตำแหน่งกรรมการบริหารมีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 ตำแหน่งกรรมการผู้จัดการใหญ่ มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 และดำรงตำแหน่งอื่นๆ เช่น ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบัญชี ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชี เป็นต้น มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงาน 16 - 20 ปี คือมีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 33 รองลงมาคือมีประสบการณ์ทำงาน 11 - 15 ปี มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 31.20 มีประสบการณ์ทำงาน 21 - 25 ปี มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 19.90 มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 25 ปี มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 มีประสบการณ์ทำงาน 6 - 10 ปี มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 และมีประสบการณ์ทำงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.40

ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

ข้อมูลทั่วไปของบริษัท ครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ ประเภทการจดทะเบียนธุรกิจ กลุ่มอุตสาหกรรม ทุนจดทะเบียนและระยะเวลาดำเนินธุรกิจตั้งแต่เริ่มจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) แล้วสรุปมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) สามารถแจกแจงได้ดังนี้

ตารางที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

รายการ	จำนวน (บริษัท)	ร้อยละ
ประเภทการจดทะเบียนธุรกิจ		
กลุ่มอุตสาหกรรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	201	72.80
กลุ่มอุตสาหกรรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ	75	27.20
รวม	276	100

ตารางที่ 5 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (บริษัท)	ร้อยละ
ทุนจดทะเบียน		
บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2,000 ล้านบาท	21	7.60
2,001 - 4,000 ล้านบาท	34	12.30
4,001 - 6,000 ล้านบาท	64	23.20
6,001 - 8,000 ล้านบาท	46	16.70
8,001 - 10,000 ล้านบาท	26	9.40
มากกว่า 10,000 ล้านบาท	11	4.00
บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 200 ล้านบาท	15	5.40
201 - 400 ล้านบาท	28	10.10
401 - 600 ล้านบาท	8	2.90
601 - 800 ล้านบาท	9	3.30
801 - 1,000 ล้านบาท	6	2.20
มากกว่า 1,000 ล้านบาท	5	1.80
ข้อมูลไม่สมบูรณ์ (ไม่ระบุ)	3	1.10
รวม	276	100
กลุ่มอุตสาหกรรม		
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	24	8.70
เทคโนโลยี	15	5.40
ทรัพยากร	25	9.10
ธุรกิจการเงิน	23	8.30
บริการ	60	21.70
สินค้าอุตสาหกรรม	50	18.10
สินค้าอุปโภคบริโภค	19	6.90
อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	60	21.70
รวม	276	100

ตารางที่ 5 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (บริษัท)	ร้อยละ
ระยะเวลาดำเนินธุรกิจตั้งแต่เริ่มจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 ปี	80	29.00
11 - 20 ปี	100	36.20
21 - 30 ปี	63	22.80
31 - 40 ปี	30	10.90
มากกว่า 40 ปี	3	1.10
รวม	276	100

จากตารางที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 276 ราย ประกอบด้วย ประเภทการจดทะเบียนธุรกิจ ทุนจดทะเบียน กลุ่มอุตสาหกรรมและระยะเวลาดำเนินธุรกิจตั้งแต่เริ่มจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ สรุปผลได้ ดังนี้

ประเภทการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีจำนวน 201 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 78.20 และจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ มีจำนวน 75 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 27.20

ทุนจดทะเบียนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมากที่สุด คือ 4,001 - 6,000 ล้านบาท จำนวน 64 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 23.20 รองลงมาคือ มีทุนจดทะเบียน 6,001 - 8,000 ล้านบาท จำนวน 46 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 16.70 ทุนจดทะเบียน 2,001 - 4,000 ล้านบาท จำนวน 34 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 12.30 ทุนจดทะเบียน 8,001 - 10,000 ล้านบาท จำนวน 26 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 9.40 ทุนจดทะเบียนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2,000 ล้านบาท จำนวน 21 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 7.60 และทุนจดทะเบียนมากกว่า 10,000 ล้านบาท จำนวน 11 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 4

ส่วนทุนจดทะเบียนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ มากที่สุดคือ 201 - 400 ล้านบาท จำนวน 28 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 10.10 รองลงมาคือ ทุนจดทะเบียนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 200 ล้านบาท จำนวน 15 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 5.40 ทุนจดทะเบียน 601 - 800 ล้านบาท จำนวน 9 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 3.30 ทุนจดทะเบียน 401 - 600 ล้านบาท จำนวน 8 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 2.90 ทุนจดทะเบียน 801 - 1,000 ล้านบาท จำนวน 6 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 2.20 และ ทุนจดทะเบียน มากกว่า 1,000 ล้านบาท จำนวน 5 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 1.80 และมีผู้ไม่ระบุจำนวนทุนจดทะเบียนจำนวน 3 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 1.10

กลุ่มอุตสาหกรรมที่เป็นกลุ่มใหญ่ที่สุดคือ กลุ่มบริการและกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง จำนวน 60 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 21.70 รองลงมาคือ กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม จำนวน 50 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 18.10 กลุ่มทรัพยากร จำนวน 25 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 9.10 กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร จำนวน 24 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 8.70 กลุ่มธุรกิจการเงิน จำนวน 23 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 8.30 กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค จำนวน 19 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 6.90 และกลุ่มเทคโนโลยี จำนวน 15 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 5.40

ระยะเวลาดำเนินธุรกิจตั้งแต่เริ่มจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ส่วนใหญ่ดำเนินมาแล้ว 11 - 20 ปี จำนวน 100 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 36.20 รองลงมาคือ ดำเนินธุรกิจมาแล้วน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 ปี จำนวน 80 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 29 ดำเนินธุรกิจ 21 - 30 ปี จำนวน 63 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 22.80 ดำเนินธุรกิจ 31 - 40 ปี จำนวน 30 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 10.90 และดำเนินธุรกิจมากกว่า 40 ปี จำนวน 3 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 1.10

วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา ได้แก่ ผู้บริหาร โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ข้อมูลที่ได้จากเครื่องมือการวิจัยนำมาวิเคราะห์ระดับความเห็นของประสิทธิผลของข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไรทางธุรกิจ โดยใช้สถิติพื้นฐานคือ การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ซึ่งมีเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51-5.00	หมายความว่า	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51-4.50	หมายความว่า	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51-3.50	หมายความว่า	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51-2.50	หมายความว่า	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.50	หมายความว่า	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 6 ระดับความคิดเห็นด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

ลำดับ	ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความเห็น
1	ท่านสามารถนำข้อมูลการบัญชีบริหารมาใช้ในการประเมินทางเลือก เพื่อเลือกดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งในการแก้ปัญหา ทำให้เกิดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลตามความต้องการ	4.43	0.57	มาก
2	ข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจของท่าน สามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปผลออกมาเป็นรายงาน เพื่อช่วยในการตัดสินใจได้	4.38	0.61	มาก
3	ข้อมูลการบัญชีบริหารที่ท่านนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจ ช่วยประเมินสถานการณ์ที่กำลังเผชิญอยู่ได้อย่างตรงประเด็น	3.67	0.62	มาก
รวม		4.16	0.60	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ถึงประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการนำข้อมูลการบัญชีบริหารมาใช้ในการประเมินทางเลือก เพื่อเลือกดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งในการแก้ปัญหา ทำให้เกิดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลตามความต้องการ เป็นอันดับ 1 โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.43 รองลงมาได้แก่ ข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจสามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปผลออกมาเป็นรายงาน เพื่อช่วยในการตัดสินใจได้ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.38 และสุดท้ายคือ ข้อมูลการบัญชีบริหารที่นำมาใช้ประกอบการตัดสินใจช่วยประเมินสถานการณ์ที่กำลังเผชิญอยู่ได้อย่างตรงประเด็น โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.67

ตารางที่ 7 ระดับความคิดเห็นด้านความทันต่อเวลา

ลำดับ	ข้อความ	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความเห็น
1	ข้อมูลการบัญชีบริหารที่ท่านใช้ มีความทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งเหมาะกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา	3.97	0.65	มาก
2	บริษัทมีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ดี สามารถนำมาใช้ได้ตลอดเวลา	3.93	0.60	มาก
3	บริษัทมีข้อมูลการบัญชีบริหารที่พร้อมใช้ ซึ่งทันเวลาต่อความต้องการ	3.83	0.61	มาก
รวม		3.91	0.62	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ถึงประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความทันต่อเวลาโดยข้อมูลการบัญชีบริหารที่ใช้มีความทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งเหมาะกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เป็นอันดับ 1 โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.97 รองลงมาได้แก่ บริษัทมีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ดี สามารถนำมาใช้ได้ตลอดเวลา โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.93 และสุดท้ายคือ บริษัทมีข้อมูลการบัญชีบริหารที่พร้อมใช้ ซึ่งทันเวลาต่อความต้องการ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.83

ตารางที่ 8 ระดับความคิดเห็นด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต

ลำดับ	ข้อความ	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความเห็น
1	ท่านใช้ข้อมูลการบัญชีบริหารในการวางแผนด้วยความระมัดระวังและรอบคอบในการพยากรณ์ข้อมูลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายต่อบริษัท	4.34	0.55	มาก
2	ท่านสามารถนำข้อมูลการบัญชีบริหารมาใช้ในการวางแผนงบประมาณ รวมถึงการดำเนินงานอื่น ๆ ของบริษัทในปัจจุบันและในอนาคต	4.07	0.61	มาก

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ลำดับ	ข้อความ	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความเห็น
3	ข้อมูลการบัญชีบริหารที่ท่านใช้มีความน่าเชื่อถือ สามารถนำมา คาดคะเนหรือพยากรณ์สถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้	3.81	0.69	มาก
	รวม	4.07	0.62	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ถึงประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต โดยข้อมูลการบัญชีบริหารนำมาใช้ในการวางแผนด้วยความระมัดระวังและรอบคอบในการพยากรณ์ข้อมูลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายต่อบริษัท เป็นอันดับ 1 โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมาได้แก่ นำข้อมูลการบัญชีบริหารมาใช้ในการวางแผนงบประมาณ รวมถึงการดำเนินงานอื่นๆ ของบริษัทในปัจจุบันและในอนาคต โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.07 และสุดท้ายคือ ข้อมูลการบัญชีบริหารที่ใช้มีความน่าเชื่อถือ สามารถนำมาคาดคะเนหรือพยากรณ์สถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.81

ตารางที่ 9 ระดับความคิดเห็นด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน

ลำดับ	ข้อความ	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความเห็น
1	หากข้อมูลการบัญชีบริหารไม่แสดงข้อมูลหรือแสดงข้อมูล ที่ไม่ตรงกับข้อเท็จจริงจะส่งผลให้ท่านตัดสินใจผิดพลาดได้	4.50	0.54	มาก
2	ข้อมูลที่ได้มาจากการประมาณการ ท่านจะคำนึงถึงความ เหมาะสม เหตุผล หรือสมมติฐานที่เชื่อถือได้	4.42	0.58	มาก
3	ท่านสามารถตรวจสอบเนื้อหาและแหล่งที่มาของข้อมูลการ บัญชีบริหารได้	4.35	0.54	มาก
4	ข้อมูลการบัญชีบริหารที่ท่านใช้เกิดจากการวัดมูลค่ารายการ อย่างถูกต้อง ครบถ้วน หรือมีการพยากรณ์ได้ใกล้เคียงความ จริงที่จะเกิดขึ้นมากที่สุด	3.47	0.61	ปาน กลาง
	รวม	4.19	0.57	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ถึงประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน ซึ่งหากข้อมูลการบัญชีบริหารไม่แสดงข้อมูลหรือแสดงข้อมูลที่ไม่ตรงกับข้อเท็จจริงจะส่งผลให้ตัดสินใจผิดพลาดได้ เป็นอันดับ 1 โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมาได้แก่ ข้อมูลที่ได้มาจากการประมาณการจะคำนึงถึงความเหมาะสม เหตุผลหรือสมมติฐานที่เชื่อถือได้ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.42 ส่วนการตรวจสอบเนื้อหาและแหล่งที่มาของข้อมูลการบัญชีบริหารได้ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.35 และสุดท้ายคือ ข้อมูลการบัญชีบริหารที่ใช้เกิดจากการวัดมูลค่ารายการอย่างถูกต้อง ครบถ้วน หรือมีการพยากรณ์ได้ใกล้เคียงความจริงที่จะเกิดขึ้นมากที่สุด โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.47

ตารางที่ 10 ระดับความคิดเห็นด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน

ลำดับ	ข้อความ	\bar{x}	S.D.	ระดับความเห็น
วิธีการวัดต้นทุน				
1	ระบบต้นทุนมาตรฐาน (Standard Cost System)	3.97	0.56	มาก
2	ระบบต้นทุนจริง (Actual Cost System)	3.89	0.54	มาก
3	ระบบต้นทุนปกติ (Normal Cost System)	3.44	0.58	ปานกลาง
วิธีการคิดต้นทุน				
1	วิธีการบัญชีต้นทุนรวม (Full Costing) หรือต้นทุนคิด เข้างาน (Absorption Costing)	3.83	0.58	มาก
2	วิธีการบัญชีต้นทุนผันแปร (Variable Costing) หรือ ต้นทุนทางตรง (Direct Costing)	3.48	0.63	ปานกลาง
รวม		3.72	0.58	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ถึงประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน ในส่วนของวิธีการวัดต้นทุน มีระบบต้นทุนมาตรฐาน เป็นอันดับ 1 โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.97 รองลงมาได้แก่ ระบบต้นทุนจริง โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.89 และสุดท้ายคือ ระบบต้นทุนปกติ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.44 ส่วนวิธีการคิดต้นทุน

มีวิธีการบัญชีต้นทุนรวมหรือต้นทุนคิดเข้างาน เป็นอันดับ 1 โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.83 รองลงมาคือ วิธีการบัญชีต้นทุนผันแปรหรือต้นทุนทางตรง โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.48

ตารางที่ 11 ระดับความคิดเห็นด้านการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณและกำไร

ลำดับ	ข้อคำถาม	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความเห็น
1	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณและกำไร (Cost Volume Profit Analysis : CVP)	3.90	0.57	มาก
2	จุดคุ้มทุน (Break Even Point)	3.57	0.65	มาก
	รวม	3.73	0.61	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ถึงประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณและกำไร โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณและกำไร เป็นอันดับ 1 โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมาได้แก่ จุดคุ้มทุน โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.57

ตารางที่ 12 ระดับความคิดเห็นด้านระบบต้นทุนฐานกิจกรรม

ลำดับ	ข้อคำถาม	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความเห็น
1	ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม (Activity-Based Costing : ABC)	3.89	0.65	มาก

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ถึงประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านระบบต้นทุนฐานกิจกรรม โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.89

ตารางที่ 13 ระดับความคิดเห็นด้านการวางแผนจากงบประมาณ

ลำดับ	ข้อความ	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความเห็น
1	งบประมาณยืดหยุ่น (Flexible Budgeting)	3.82	0.51	มาก
2	งบประมาณคงที่ (Static Budgeting)	3.02	0.77	ปานกลาง
รวม		3.42	0.64	ปานกลาง

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ถึงประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวางแผนจากงบประมาณ โดยงบประมาณยืดหยุ่น เป็นอันดับ 1 โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.82 รองลงมาได้แก่ งบประมาณคงที่ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.02

ตารางที่ 14 ระดับความคิดเห็นด้านการบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน

ลำดับ	ข้อความ	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความเห็น
1	การบัญชีตามความรับผิดชอบ (Responsibility Accounting)	3.66	0.53	มาก
2	การกำหนดราคาโอน (Transfer Pricing)	3.38	0.62	ปานกลาง
รวม		3.52	0.57	มาก

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ถึงประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน โดยการบัญชีตามความรับผิดชอบ เป็นอันดับ 1 โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.66 รองลงมาได้แก่ การกำหนดราคาโอน โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.38

ตารางที่ 15 ระดับความคิดเห็นด้านการวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ

ลำดับ	ข้อความ	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความเห็น
1	การยกเลิกผลิตภัณฑ์หรือส่วนงานที่ให้ผลขาดทุน	3.78	0.57	มาก
2	การตัดสินใจรับคำสั่งซื้อพิเศษหรือไม่	3.73	0.57	มาก
3	การตัดสินใจขายทันทีหรือผลิตต่อ	3.40	0.81	ปานกลาง
4	การผลิตเองหรือซื้อจากบุคคลภายนอก	3.34	0.58	ปานกลาง
5	การตัดสินใจปิดโรงงานชั่วคราว	3.26	0.69	ปานกลาง
รวม		3.50	0.64	ปานกลาง

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ถึงประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ โดยการยกเลิกผลิตภัณฑ์หรือส่วนงานที่ให้ผลขาดทุน เป็นอันดับ 1 โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.78 รองลงมาได้แก่ การตัดสินใจรับคำสั่งซื้อพิเศษหรือไม่ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.73 การตัดสินใจขายทันทีหรือผลิตต่อ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.40 การผลิตเองหรือซื้อจากบุคคลภายนอก โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.34 และสุดท้ายคือ การตัดสินใจปิดโรงงานชั่วคราว โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.26

ตารางที่ 16 ระดับความคิดเห็นด้านการวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน

ลำดับ	ข้อความ	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความเห็น
1	วิธีดัชนีความสามารถในการทำกำไร (Profitability Index : PI)	4.66	0.52	มากที่สุด
2	อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment : ROI)	3.56	0.59	มาก
3	วิธีอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR)	3.43	0.63	ปานกลาง
4	วิธีมูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value Method : NPV)	3.37	0.57	ปานกลาง
5	ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period Method)	3.18	0.69	ปานกลาง
รวม		3.64	0.60	มาก

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ถึงประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน โดยวิธีดัชนีความสามารถในการทำกำไร เป็นอันดับ 1 โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.66 รองลงมาได้แก่ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.56 วิธีอัตราผลตอบแทนภายใน โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.43 วิธีมูลค่าปัจจุบัน โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.37 และสุดท้ายคือ ระยะเวลาคืนทุน โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.18

ตารางที่ 17 ระดับความคิดเห็นด้านเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์

ลำดับ	ข้อความคำถาม	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความเห็น
1	ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility : CSR)	3.94	0.68	มาก
2	การวัดเปรียบเทียบสมรรถนะ (Benchmarking)	3.89	0.64	มาก
3	ระบบการบริหาร โดยกิจกรรม (Activity Based Management : ABM)	3.88	0.66	มาก
4	การบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management : TQM)	3.86	0.70	มาก
5	ต้นทุนเป้าหมาย (Target Costing)	3.78	0.60	มาก
6	โซ่แห่งคุณภาพ (Value Chain)	3.74	0.73	มาก
7	การวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard)	3.69	0.57	มาก
8	การบัญชีเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Accounting)	3.66	0.70	มาก
9	การวางแผนเกี่ยวกับปริมาณสินค้าแบบคัมบัง (Kanban system)	3.50	0.97	ปานกลาง
10	การปรับรีออกแบบ (Re-engineering)	3.43	0.62	ปานกลาง
11	การจัดการต้นทุนเพื่อคุณภาพ (Cost Quality Management)	3.36	0.71	ปานกลาง

ตารางที่ 17 (ต่อ)

ลำดับ	ข้อความ	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความเห็น
12	ระบบการผลิตแบบลีน (Lean Manufacturing)	3.36	0.57	ปานกลาง
13	งบประมาณฐานกิจกรรม (Activity-Based Budgeting : ABB)	3.24	0.73	ปานกลาง
14	การบริหารจัดการแบบ Six Sigma	3.22	1.09	ปานกลาง
15	ทฤษฎีข้อจำกัด (Theory of Constraints)	3.18	0.65	ปานกลาง
16	มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Value Added : EVA)	3.15	0.60	ปานกลาง
17	การบริหารที่เน้นมูลค่า (Value Based Management : VBM)	3.14	0.74	ปานกลาง
18	ระบบการผลิตแบบทันเวลา (Just-In-Time Manufacturing System : JIT)	3.12	0.78	ปานกลาง
19	มูลค่าเพิ่มทางการตลาด (Market Value Added : MVA)	3.05	0.59	ปานกลาง
	รวม	3.48	0.70	ปานกลาง

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ถึงประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ โดยความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ เป็นอันดับ 1 โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมาได้แก่ การวัดเปรียบเทียบกับสมรรถนะ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.89 ระบบการบริหารโดยกิจกรรม โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.88 การบริหารคุณภาพโดยรวม โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.86 ต้นทุนเป้าหมาย โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.78 โഴ้แห่งคุณภาพ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.74 การวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.69 การบัญชีเพื่อความยั่งยืน โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.66 การวางแผนเกี่ยวกับปริมาณสินค้าแบบคัมบัง โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.50 การปรับรื้อระบบ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ ปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.43 การจัดการต้นทุนเพื่อคุณภาพ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.36 ระบบการผลิตแบบลีน โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.36 งบประมาณฐานกิจกรรม โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.24 การบริหารจัดการแบบ Six Sigma โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.22 ทฤษฎีข้อจำกัด โดยมีความคิดเห็นอยู่ใน

ระดับปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.18 มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.15 การบริหารที่เน้นมูลค่า โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.14 ระบบการผลิตแบบทันเวลา โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.12 และสุดท้ายคือมูลค่าเพิ่มทางการตลาด โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.05

ตารางที่ 18 ระดับความคิดเห็นด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

ลำดับ	ข้อความ	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความเห็น
1	บริษัทของท่านมีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด	4.46	0.55	มาก
2	บริษัทของท่านมีการผลิต การจัดจำหน่ายสินค้าและการบริการที่มีต้นทุนต่ำ เพื่อให้สามารถกำหนดราคาที่ดีกว่าคู่แข่งในตลาดได้	3.79	0.60	มาก
3	บริษัทของท่านสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้ต้นทุนที่ต่ำ แต่ยังคงรักษาคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ไว้ได้	3.52	0.70	มาก
4	หากเกิดความรุนแรงด้านสงครามราคา (Red Ocean) บริษัทของท่านก็ยังคงสามารถอยู่ในตลาดได้ เนื่องจากมีความได้เปรียบจากต้นทุนที่ต่ำ	3.50	0.59	ปานกลาง
5	บริษัทของท่านมุ่งเน้นการผลิตหรือการซื้อในปริมาณที่มาก เพื่อให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลง	3.48	0.85	ปานกลาง
รวม		3.75	0.66	มาก

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน โดยบริษัทมีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เป็นอันดับ 1 โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.46 รองลงมาได้แก่ บริษัทมีการผลิต การจัดจำหน่ายสินค้าและการบริการที่มีต้นทุนต่ำ เพื่อให้สามารถกำหนดราคาที่ดีกว่าคู่แข่งในตลาดได้ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.79 บริษัทสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้ต้นทุนที่ต่ำ แต่ยังคงรักษาคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ไว้

ได้ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.52 เมื่อเกิดความรุนแรงด้านสงครามราคา (Red Ocean) บริษัทยังคงสามารถอยู่ในตลาดได้ เนื่องจากมีความได้เปรียบจากต้นทุนที่ต่ำ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.50 และสุดท้ายคือ บริษัทมุ่งเน้นการผลิตหรือการซื้อในปริมาณที่มาก เพื่อให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลง โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.48

ตารางที่ 19 ระดับความคิดเห็นด้านการสร้างความแตกต่าง

ลำดับ	ข้อความถาม	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	บริษัทมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้าในแง่ของคุณภาพผลิตภัณฑ์ รวมถึงการบริการหลังการขาย เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ	4.37	0.63	มาก
2	บริษัทมีกระบวนการสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อไม่ให้ซ้ำกับผลิตภัณฑ์อื่น	4.09	0.75	มาก
3	บริษัทมีภาพลักษณ์และชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย	4.03	0.64	มาก
4	บริษัทมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้เพื่อปรับปรุงหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่คู่แข่งข้นลอกเลียนแบบได้ยาก	3.84	0.76	มาก
5	บริษัทสามารถปรับปรุงผลิตภัณฑ์ได้ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า	3.67	0.76	มาก
	รวม	4.00	0.71	มาก

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง โดยบริษัทมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้าในแง่ของคุณภาพผลิตภัณฑ์ รวมถึงการบริการหลังการขาย เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ เป็นอันดับ 1 โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.37 รองลงมาได้แก่ บริษัทมีกระบวนการสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อไม่ให้ซ้ำกับผลิตภัณฑ์อื่น โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.09 บริษัทมีภาพลักษณ์และชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย โดยมีความคิดเห็น

อยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.03 บริษัทมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ เพื่อปรับปรุงหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่คู่แข่งชั้นโลกเลียนแบบได้ยาก โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.84 และสุดท้ายคือ บริษัทสามารถปรับปรุงผลิตภัณฑ์ได้ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.67

ตารางที่ 20 ระดับความคิดเห็นด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

ลำดับ	ข้อความ	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	บริษัทมีนโยบายเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้แสดงความ ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อนำมาปรับปรุง และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น	4	0.60	มาก
2	บริษัทมีการระบุดูตลาดและตลาดที่จะเข้าไปทำ ธุรกิจอย่างชัดเจนว่าเป็นกลุ่มใด และนำเสนอสินค้าหรือ บริการเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มนั้นๆ	3.79	0.63	มาก
3	บริษัทมีกลยุทธ์ในการกำหนดลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เล็ก ลง เพื่อทำการตลาดแบบเข้าถึงพฤติกรรมผู้บริโภค	3.62	0.70	มาก
4	บริษัทสามารถคาดคะเนความต้องการในอนาคตของ ลูกค้าได้ ทำให้ผลิตสินค้าและบริการที่ตรงกับ ความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี	3.28	0.77	ปานกลาง
รวม		3.67	0.67	มาก

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน โดยบริษัทมีนโยบายเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้แสดงความความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น เป็นอันดับ 1 โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4 รองลงมาได้แก่ บริษัทมีการระบุดูตลาดและตลาดที่จะเข้าไปทำธุรกิจอย่างชัดเจนว่าเป็นกลุ่มใด และนำเสนอสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มนั้นๆ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.79 บริษัทมีกลยุทธ์ในการกำหนดลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เล็กลง เพื่อทำการตลาดแบบเข้าถึงพฤติกรรม

ผู้บริโภค โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.62 และสุดท้ายคือ บริษัทสามารถ คาดคะเนความต้องการในอนาคตของลูกค้าได้ ทำให้ผลิตสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการ ของลูกค้าได้เป็นอย่างดี โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.28

ตารางที่ 21 ระดับความคิดเห็นด้านอัตรากำไรขั้นต้น

ลำดับ	ข้อคำถาม	\bar{x}	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
1	ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้นของ บริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม	3.76	0.68	มาก
2	ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้นของ บริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน	3.71	0.63	มาก
3	บริษัทสามารถสร้างรายได้จากการขายได้ตามเป้าหมายที่ กำหนดไว้	3.67	0.74	มาก
4	บริษัทสามารถควบคุมต้นทุนขายให้อยู่ในระดับที่ ต้องการได้	3.53	0.69	มาก
รวม		3.67	0.69	มาก

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถใน การทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น โดยความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้นของ บริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม เป็นอันดับ 1 โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.76 รองลงมาได้แก่ ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้นของบริษัท เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.71 บริษัทสามารถ สร้างรายได้จากการขายได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับ ค่าเฉลี่ย 3.67 และสุดท้ายคือ บริษัทสามารถควบคุมต้นทุนขายให้อยู่ในระดับที่ต้องการได้ โดยมี ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.53

ตารางที่ 22 ระดับความคิดเห็นด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

ลำดับ	ข้อความถาม	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน	3.79	0.61	มาก
2	ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม	3.76	0.69	มาก
3	บริษัทสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารให้อยู่ในระดับที่กำหนดไว้ได้	3.59	0.67	มาก
รวม		3.71	0.66	มาก

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี โดยความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน เป็นอันดับ 1 โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.79 รองลงมาได้แก่ ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.76 และสุดท้ายคือ บริษัทสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารให้อยู่ในระดับที่กำหนดไว้ได้ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.59

ตารางที่ 23 ระดับความคิดเห็นด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

ลำดับ	ข้อความถาม	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม	3.89	0.72	มาก
2	ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน	3.80	0.62	มาก
รวม		3.85	0.67	มาก

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย โดยความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม เป็นอันดับ 1 โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.89 รองลงมาได้แก่ ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.80

ตารางที่ 24 ระดับความคิดเห็นด้านอัตรากำไรสุทธิ

ลำดับ	ข้อความ	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	บริษัทมีการวางแผนภาษีเงินได้นิติบุคคล ทำให้เกิดผลประโยชน์ทางภาษี	4.19	0.71	มาก
2	ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน	3.80	0.63	มาก
3	ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม	3.74	0.79	มาก
4	บริษัทสามารถควบคุมต้นทุนทางการเงินให้ลดลงได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้	2.63	0.74	ปานกลาง
รวม		3.59	0.72	มาก

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ โดยบริษัทมีการวางแผนภาษีเงินได้นิติบุคคล ทำให้เกิดผลประโยชน์ทางภาษี เป็นอันดับ 1 โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมาได้แก่ ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.80 ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.74 และสุดท้ายคือ บริษัทสามารถควบคุมต้นทุนทางการเงินให้ลดลงได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับค่าเฉลี่ย 2.63

ตารางที่ 25 ระดับความคิดเห็นด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

ลำดับ	ข้อความ	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	บริษัทสามารถนำสินทรัพย์ที่มีอยู่ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ	4.47	0.67	มาก
2	ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม	3.94	0.82	มาก
3	ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน	3.88	0.60	มาก
รวม		4.10	0.70	มาก

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ โดยบริษัทสามารถนำสินทรัพย์ที่มีอยู่ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เป็นอันดับ 1 โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.47 รองลงมาได้แก่ ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.94 และสุดท้ายคือ ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.88

ตารางที่ 26 ระดับความคิดเห็นด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

ลำดับ	ข้อความ	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน	3.96	0.66	มาก
2	ผู้ถือหุ้นได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในบริษัทอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอทุกปี	3.91	0.81	มาก

ตารางที่ 26 (ต่อ)

ลำดับ	ข้อความ	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
3	ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม	3.78	0.75	มาก
	รวม	3.88	0.74	มาก

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ โดยความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน เป็นอันดับ 1 โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมาได้แก่ ผู้ถือหุ้นได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในบริษัทอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอทุกปี โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.91 และสุดท้ายคือ ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.78

ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหากตัวแปรใดมีค่าความสัมพันธ์เกินกว่า 0.80 จะเกิดปัญหาว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity) ซึ่งส่งผลให้สมการตัวแบบที่ใช้ในการพยากรณ์ตัวแปรตามมีความคลาดเคลื่อนจากการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าระหว่าง -0.131 - 0.686 ซึ่งไม่เกิน 0.80 จึงไม่เกิดปัญหาว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity) ดังตารางที่ 27

ตารางที่ 27 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

Pearson Correlation										
	RE	TL	PR	AC	CO	CVP	ABC	BUD	RT	AND
RE	1	.316**	.263**	.134*	-.003	.038	.061	.143*	.021	.118
TL	.316**	1	.285**	.145*	.200**	.113	.076	.300**	.102	.172*
PR	.263**	.285**	1	.353**	.175**	.098	.124	.114	.151*	-.005
AC	.134*	.145*	.353**	1	.187**	.164**	.158	.133*	.040	.072
CO	-.003	.200**	.175**	.187**	1	.373**	.352**	.465**	.258**	.332**
CVP	.038	.113	.098	.164**	.373**	1	.361**	.292**	.194**	.275**
ABC	.061	.076	.124	.158	.352**	.361**	1	.293**	.362**	.229*
BUD	.143*	.300**	.114	.133*	.465**	.292**	.293**	1	.369**	.452**
RT	.021	.102	.151*	.040	.258**	.194**	.362**	.369**	1	.278**
AND	.118	.172*	-.005	.072	.332**	.275**	.229*	.452**	.278**	1
ANI	.092	.217**	.082	.043	.418**	.419**	.238**	.402**	.169*	.415**
SMA	-.048	.021	.173**	.223**	.333**	.397**	.407**	.321**	.280**	.244**
CL	.100	.072	.135*	.071	.174**	.089	.347**	.095	-.035	-.015
DI	-.007	-.127*	.157**	.200**	-.010	.017	.045	-.050	-.055	.034
FO	-.067	-.156**	.115	.154*	.065	.025	.068	-.013	-.193**	-.040
GPM	.094	.019	.222**	.161**	.029	-.065	.056	.048	.000	-.160*
EBIT	.027	.049	.028	.055	-.021	-.132*	-.034	.097	.002	-.026
EBITDA	.056	.068	.096	.058	-.090	-.183**	-.131	-.027	-.081	-.154*
NPM	.033	.157**	.094	.099	.062	-.010	.040	.095	-.104	-.094
ROA	.180**	.059	.261**	.080	-.087	-.120	-.030	-.040	-.062	-.156*
ROE	.047	.144*	.082	.013	-.052	-.080	-.030	.065	-.034	-.112

ตารางที่ 27 (ต่อ)

Pearson Correlation											
	ANI	SMA	CL	DI	FO	GPM	EBIT	EBIT DA	NPM	ROA	ROE
RE	.092	-.048	.100	-.007	-.067	.094	.027	.056	.033	.180**	.047
TL	.217**	.021	.072	-.127*	-.156**	.019	.049	.068	.157**	.059	.144*
PR	.082	.173**	.135*	.157**	.115	.222**	.028	.096	.094	.261**	.082
AC	.043	.223**	.071	.200**	.154*	.161**	.055	.058	.099	.080	.013
CO	.418**	.333**	.174**	-.010	.065	.029	-.021	-.090	.062	-.087	-.052
CVP	.419**	.397**	.089	.017	.025	-.065	-.132*	-.183**	-.010	-.120	-.080
ABC	.238**	.407**	.347**	.045	.068	.056	-.034	-.131	.040	-.030	-.030
BUD	.402**	.321**	.095	-.050	-.013	.048	.097	-.027	.095	-.040	.065
RT	.169*	.280**	-.035	-.055	-.193**	.000	.002	-.081	-.104	-.062	-.034
AND	.415**	.244**	-.015	.034	-.040	-.160*	-.026	-.154*	-.094	-.156*	-.112
ANI	1	.343**	.151*	-.066	-.022	.011	.059	-.065	.064	-.125	-.095
SMA	.343**	1	.226**	.067	.139*	-.036	-.041	-.212**	-.130*	-.149*	-.131*
CL	.151*	.226**	1	.243**	.367**	.268**	.185**	.093	.171**	.148*	.089
DI	-.066	.067	.243**	1	.445**	.282**	.217**	.227**	.214**	.222**	.128*
FO	-.022	.139*	.367**	.445**	1	.399**	.258**	.171**	.270**	.213**	.161**
GPM	.011	-.036	.268**	.282**	.399**	1	.652**	.583**	.686**	.439**	.485**
EBIT	.059	-.041	.185**	.217**	.258**	.652**	1	.603**	.629**	.395**	.422**
EBITDA	-.065	-.212**	.093	.227**	.171**	.583**	.603**	1	.672**	.408**	.443**
NPM	.064	-.130*	.171**	.214**	.270**	.686**	.629**	.672**	1	.483**	.510**
ROA	-.125	-.149*	.148*	.222**	.213**	.439**	.395**	.408**	.483**	1	.499**
ROE	-.095	-.131*	.089	.128*	.161**	.485**	.422**	.443**	.510**	.499**	1

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

โดยที่	RE	แทน ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ
	TL	แทน ความทันต่อเวลา
	PR	แทน การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต
	AC	แทน ความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน
	CO	แทน แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน
	CVP	แทน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณและกำไร

ABC	แทน ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม
BUD	แทน การวางแผนจากงบประมาณ
RT	แทน การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน
AND	แทน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ
ANI	แทน การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน
SMA	แทน เครื่องมือการบริหารเชิงกลยุทธ์
CL	แทน การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน
DI	แทน การสร้างความแตกต่าง
FO	แทน การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน
GPM	แทน อัตรากำไรขั้นต้น
EBIT	แทน อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี
EBITDA	แทน อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย
NPM	แทน อัตรากำไรสุทธิ
ROA	แทน อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์
ROE	แทน อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

จากตารางที่ 27 ทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation coefficient) โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่อวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร พบว่า

1. ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความทันต่อเวลา การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน และการวางแผนจากงบประมาณ มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ความทันต่อเวลา การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน การวางแผนจากงบประมาณ การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน และอัตรากำไรสุทธิ มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4. ความทันต่อเวลา และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5. ความทันต่อเวลา ความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ความทันต่อเวลา และการสร้างความแตกต่าง มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7. การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต ความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน เครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ การสร้างความแตกต่าง อัตรากำไรขั้นต้น และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

8. การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน และการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

9. ความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร เครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ การสร้างความแตกต่าง และอัตรากำไรขั้นต้น มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

10. ความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน การวางแผนจากงบประมาณ และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

11. แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณและกำไร ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม การวางแผนจากงบประมาณ การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน เครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ และการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

12. การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม การวางแผนจากงบประมาณ การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน และเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

13. การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณและกำไร และอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

14. การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร และอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

15. ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม การวางแผนจากงบประมาณ การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน เครื่องมือการบริหารเชิงกลยุทธ์ และการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

16. ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม และการวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

17. การวางแผนจากงบประมาณ การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน และเครื่องมือการบริหารเชิงกลยุทธ์ มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

18. การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ และเครื่องมือการบริหารเชิงกลยุทธ์ มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

19. การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

20. การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน และการวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

21. การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน และเครื่องมือการบริหารเชิงกลยุทธ์ มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

22. การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

23. การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน และเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

24. การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน และการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

25. เครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ และการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

26. เครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ และอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

27. เครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

28. เครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้าม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

การศึกษาประสิทธิผลของข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน และการทำกำไรทางธุรกิจ โดยทดสอบสมมติฐาน ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยโปรแกรมสำเร็จรูป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานการวิจัยที่ 1: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

โดยการพิจารณาลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร 4 ด้าน คือ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความทันต่อเวลา การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน สมมติฐานการวิจัยที่ 1 จึงแยกมิติตามลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารได้ดังนี้

H1a: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

H1b: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความทันต่อเวลาส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

H1c: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคตส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

H1d: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

ตารางที่ 28 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

ตัวแปร	รวม			SET			MAI		
	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.
ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	0.064	0.993	0.322	0.077	1.008	0.315	0.007	0.061	0.951
ความทันต่อเวลา	0.019	0.288	0.773	-0.051	-0.667	0.506	0.182	1.492	0.140
การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต	0.104	1.549	0.123	0.169	2.129	0.035*	-0.091	-0.705	0.483
ความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน	0.023	0.358	0.720	-0.038	-0.508	0.612	0.220	1.722	0.090
	R = 0.153, R ² = 0.023, F = 1.624, Sig. = 0.168			R = 0.185, R ² = 0.034, F = 1.727, Sig. = 0.145			R = 0.278, R ² = 0.077, F = 1.463, Sig. = 0.223		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 28 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.023 แสดงว่าลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารทั้ง 4 ด้าน คือ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความทันต่อเวลา การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนได้ร้อยละ 2.30 สำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1 พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 4 มิติ คือ H1a - H1d แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารทั้ง 4 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ การทดสอบสมมติฐานการวิจัยของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย H1c แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคตส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H1a H1b และ H1d แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้อง

การตัดสินใจ ด้านความทันต่อเวลา และด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

ขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 4 มิติ คือ H1a - H1d แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารทั้ง 4 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2: ประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

โดยการพิจารณาลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร 4 ด้าน คือ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความทันต่อเวลา การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน สมมติฐานการวิจัยที่ 2 จึงแยกมิติตามลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารได้ดังนี้

H2a: ประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

H2b: ประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความทันต่อเวลาส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

H2c: ประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคตส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

H2d: ประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

ตารางที่ 29 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

ตัวแปร	รวม			SET			MAI		
	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.
ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	-0.010	-0.157	0.875	0.025	0.338	0.735	-0.130	-1.131	0.262
ความทันต่อเวลา	-0.193	-3.069	0.002*	-0.152	-2.019	0.045*	-0.288	-2.460	0.016*
การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต	0.153	2.348	0.020*	0.149	1.911	0.057	0.137	1.108	0.272
ความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน	0.175	2.802	0.005*	0.173	2.362	0.019*	0.194	1.583	0.118

ตารางที่ 29 (ต่อ)

ตัวแปร	รวม			SET			MAI		
	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.
	R=0.289, R ² = 0.084, F = 6.168, Sig. = 0.000			R=0.269, R ² = 0.073, F = 3.816, Sig. = 0.005			R=0.386, R ² = 0.149, F = 3.060, Sig. = 0.022		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 29 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.084 แสดงว่า ลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารทั้ง 4 ด้าน คือ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความทันต่อเวลา การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างได้ร้อยละ 8.40 สำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 2 พบว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย H2b H2c และ H2d แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความทันต่อเวลา ด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H2a แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ การทดสอบสมมติฐานการวิจัยของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย H2b และ H2d แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความทันต่อเวลา และด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H2a และ H2c แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

ขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย H2b แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความทันต่อเวลาส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H2a H2c และ H2d แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

ด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

สมมติฐานการวิจัยที่ 3: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

โดยพิจารณาถึงลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร 4 ด้าน คือ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความทันต่อเวลา การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน สมมติฐานการวิจัยที่ 3 จึงแยกมิติตามลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารได้ดังนี้

H3a: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

H3b: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความทันต่อเวลาส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

H3c: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

H3d: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

ตารางที่ 30 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

ตัวแปร	รวม			SET			MAI		
	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.
ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	-0.059	-0.943	0.346	-0.019	-0.249	0.804	-0.145	-1.265	0.210
ความทันต่อเวลา	-0.197	-3.112	0.002*	-0.244	-3.231	0.001*	-0.110	-0.941	0.350
การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต	0.137	2.086	0.038*	0.119	1.520	0.130	0.170	1.378	0.173
ความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน	0.142	2.260	0.025*	0.082	1.115	0.266	0.292	2.397	0.019*
	R=0.269, R ² = 0.072, F = 5.270, Sig. = 0.000			R=0.256, R ² = 0.065, F = 3.415, Sig. = 0.010			R=0.397, R ² = 0.157, F = 3.268, Sig. = 0.016		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 30 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.072 แสดงว่า ลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารทั้ง 4 ด้าน คือ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความทันต่อเวลา การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างได้ร้อยละ 7.20 สำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 3 พบว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย H3b H3c และ H3d แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความทันต่อเวลา ด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H3a แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ การทดสอบสมมติฐานการวิจัยของบริษัทที่ จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย H3b แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความทันต่อเวลาส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H3a H3c และ H3d แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

ขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย H3d แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H3a H3b และ H3c แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความทันต่อเวลา และด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคตไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

สมมติฐานการวิจัยที่ 4: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น

โดยการพิจารณาลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร 4 ด้าน คือ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความทันต่อเวลา การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน สมมติฐานการวิจัยที่ 4 จึงแยกมิติตามลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารได้ดังนี้

H4a: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น

H4b: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความทันต่อเวลาส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น

H4c: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น

H4d: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น

ตารางที่ 31 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น

ตัวแปร	รวม			SET			MAI		
	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.
ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	0.051	0.811	0.418	0.015	0.204	0.839	0.144	1.243	0.218
ความทันต่อเวลา	-0.066	-1.033	0.302	-0.106	-1.393	0.165	0.002	0.015	0.988
การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต	0.193	2.924	0.004*	0.241	3.082	0.002*	0.158	1.272	0.207
ความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน	0.096	1.517	0.130	0.018	0.239	0.811	0.229	1.862	0.067
	R=0.249, R ² = 0.062, F = 4.446, Sig. = 0.002			R=0.242, R ² = 0.058, F = 3.020, Sig. = 0.019			R=0.381, R ² = 0.145, F = 2.975, Sig. = 0.025		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 31 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R²) มีค่าเท่ากับ 0.062 แสดงว่า ลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารทั้ง 4 ด้าน คือ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความทันต่อเวลา การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน

สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้นได้ร้อยละ 6.20 สำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 4 พบว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย H4c แสดงว่า ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคตส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H4a H4b และ H4d แสดงว่า ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความทันต่อเวลา และด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ การทดสอบสมมติฐานการวิจัยของบริษัทที่ จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย H4c แสดงว่า ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคตส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H4a H4b และ H4d แสดงว่า ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความทันต่อเวลา และด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น

ขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 4 มิติ คือ H4a - H4d แสดงว่า ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารทั้ง 4 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น

สมมติฐานการวิจัยที่ 5: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

โดยการพิจารณาลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร 4 ด้าน คือ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความทันต่อเวลา การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน สมมติฐานการวิจัยที่ 5 จึงแยกมิติตามลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารได้ดังนี้

H5a: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

H5b: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความทันต่อเวลาส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

H5c: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

H5d: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบริหารด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

ตารางที่ 32 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

ตัวแปร	รวม			SET			MAI		
	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.
ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	0.009	0.135	0.893	-0.044	-0.567	0.571	0.126	1.039	0.302
ความทันต่อเวลา	0.040	0.606	0.545	-0.023	-0.291	0.772	0.163	1.326	0.189
การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต	-0.002	-0.034	0.973	0.062	0.771	0.441	-0.100	-0.771	0.443
ความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน	0.049	0.749	0.455	0.010	0.135	0.893	0.113	0.876	0.384
	R=0.069, R ² =0.005, F=0.324, Sig.=0.862			R=0.070, R ² =0.005, F=0.238, Sig.=0.916			R=0.256, R ² =0.065, F=1.224, Sig.=0.309		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 32 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R²) มีค่าเท่ากับ 0.005 แสดงว่าลักษณะข้อมูลการบริหารทั้ง 4 ด้าน คือ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความทันต่อเวลา การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีร้อยละ 0.50 สำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 5 พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 4 มิติ คือ H5a - H5d แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบริหารทั้ง 4 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ การทดสอบสมมติฐานการวิจัยทั้งบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 4 มิติ คือ H5a - H5d แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบริหารทั้ง 4 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

สมมติฐานการวิจัยที่ 6: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

โดยการพิจารณาลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร 4 ด้าน คือ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความทันต่อเวลา การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน สมมติฐานการวิจัยที่ 6 จึงแยกมิติตามลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารได้ดังนี้

H6a: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

H6b: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความทันต่อเวลาส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

H6c: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคตส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

H6d: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

ตารางที่ 33 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

ตัวแปร	รวม			SET			MAI		
	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.
ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	0.022	0.338	0.736	-0.019	-0.241	0.810	0.142	1.200	0.234
ความทันต่อเวลา	0.038	0.580	0.563	-0.031	-0.393	0.695	0.160	1.339	0.185
การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต	0.070	1.037	0.301	0.093	1.157	0.249	0.099	0.780	0.438
ความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน	0.025	0.389	0.698	-0.040	-0.527	0.599	0.111	0.884	0.380
	R=0.110, R ² = 0.012, F = 0.821, Sig. = 0.513			R=0.085, R ² = 0.007, F = 0.355, Sig. = 0.841			R=0.332, R ² = 0.110, F = 2.163, Sig. = 0.082		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 33 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.012 แสดงว่า ลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารทั้ง 4 ด้าน คือ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความทันต่อเวลา การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย ร้อยละ 1.20 สำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 6 พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 4 มิติ คือ H6a - H6d แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารทั้ง 4 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ การทดสอบสมมติฐานการวิจัยทั้งบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 4 มิติ คือ H6a - H6d แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารทั้ง 4 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

สมมติฐานการวิจัยที่ 7: ประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

โดยการพิจารณาลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร 4 ด้าน คือ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความทันต่อเวลา การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน สมมติฐานการวิจัยที่ 7 จึงแยกมิติตามลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารได้ดังนี้

H7a: ประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

H7b: ประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความทันต่อเวลาส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

H7c: ประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

H7d: ประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

ตารางที่ 34 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

ตัวแปร	รวม			SET			MAI		
	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.
ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	-0.032	-0.500	0.517	-0.098	-1.273	0.204	0.104	0.898	0.372
ความทันต่อเวลา	0.147	2.270	0.024*	0.130	1.691	0.092	0.186	1.578	0.119
การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต	0.036	0.533	0.594	0.077	0.970	0.333	-0.010	-0.076	0.940
ความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน	0.070	1.087	0.278	-0.026	-0.350	0.727	0.245	1.983	0.051
	R=0.180, R ² = 0.032, F = 2.252, Sig. = 0.064			R=0.156, R ² = 0.024, F = 1.216, Sig. = 0.305			R=0.367, R ² = 0.135, F = 2.726, Sig. = 0.036		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 34 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ(R²) มีค่าเท่ากับ 0.032 แสดงว่าลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารทั้ง 4 ด้าน คือ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความทันต่อเวลา การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 3.20 สำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 7 พบว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย H7b แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความทันต่อเวลาส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H7a H7c และ H7d แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ การทดสอบสมมติฐานการวิจัยทั้งบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 4 มิติ คือ H7a - H7d แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารทั้ง 4 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

สมมติฐานการวิจัยที่ 8: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

โดยการพิจารณาลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร 4 ด้าน คือ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความทันต่อเวลา การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน สมมติฐานการวิจัยที่ 8 จึงแยกมิติตามลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารได้ดังนี้

H8a: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

H8b: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความทันต่อเวลาส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

H8c: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

H8d: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

ตารางที่ 35 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

ตัวแปร	รวม			SET			MAI		
	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.
ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	0.133	2.132	0.034*	0.144	1.978	0.049*	0.112	0.936	0.352
ความทันต่อเวลา	-0.051	-0.811	0.418	-0.166	-2.279	0.024*	0.200	1.645	0.104
การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต	0.246	3.772	0.000*	0.331	4.389	0.000*	0.043	0.331	0.741
ความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน	-0.017	-0.274	0.784	-0.044	-0.624	0.533	0.064	0.502	0.617
	R=0.289, R ² = 0.084, F = 6.173, Sig. = 0.000			R=0.361, R ² = 0.130, F = 7.297, Sig. = 0.000			R=0.289, R ² = 0.083, F = 1.593, Sig. = 0.186		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 35 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.084 แสดงว่า ลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารทั้ง 4 ด้าน คือ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความทันต่อเวลา การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ร้อยละ 8.40 สำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 8 พบว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย H8a และ H8c แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคตส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H8b และ H8d แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความทันต่อเวลา และด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ การทดสอบสมมติฐานการวิจัยของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย H8a H8b และ H8c แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความทันต่อเวลา และด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคตส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H8d แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

ขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 4 มิติ คือ H8a - H8d แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารทั้ง 4 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

สมมติฐานการวิจัยที่ 9: ประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

โดยการศึกษาถึงลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร 4 ด้าน คือ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความทันต่อเวลา การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน สมมติฐานการวิจัยที่ 9 จึงแยกมิติตามลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารได้ดังนี้

H9a: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

H9b: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความทันต่อเวลาส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

H9c: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

H9d: ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

ตารางที่ 36 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

ตัวแปร	รวม			SET			MAI		
	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.
ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	-0.006	-0.097	0.923	-0.029	-0.378	0.706	0.096	0.830	0.409
ความทันต่อเวลา	0.134	2.065	0.040*	0.039	0.498	0.619	0.313	2.668	0.009*
การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต	0.055	0.813	0.417	0.060	0.748	0.455	0.113	0.915	0.363
ความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน	-0.025	-0.393	0.695	-0.044	-0.583	0.561	-0.032	-0.262	0.794
	R=0.153, R ² = 0.023, F = 1.609, Sig. = 0.172			R=0.074, R ² = 0.006, F = 0.270, Sig. = 0.897			R=0.386, R ² = 0.149, F = 3.062, Sig. = 0.022		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 36 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R²) มีค่าเท่ากับ 0.023 แสดงว่า ลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารทั้ง 4 ด้าน คือ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความทันต่อเวลา การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นร้อยละ 2.30 สำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 9 พบว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย H9b แสดงว่าประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความทันต่อเวลาส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

H9a H9c และ H9d แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานไม่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ การทดสอบสมมติฐานการวิจัยของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 4 มิติ คือ H9a - H9d แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารทั้ง 4 ด้าน ไม่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

ขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย H9b แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความทันต่อเวลาส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H9a H9c และ H9d แสดงว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต และด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานไม่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

สมมติฐานการวิจัยที่ 10: ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

โดยการพิจารณาเครื่องมือการบัญชีบริหาร 8 ด้าน คือ แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม การวางแผนจากงบประมาณ การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน และเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ สมมติฐานการวิจัยที่ 10 จึงแยกมิติตามเครื่องมือการบัญชีบริหารได้ดังนี้

H10a: ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

H10b: ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

H10c: ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านระบบต้นทุนฐานกิจกรรม ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

H10d: ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวางแผนจากงบประมาณ ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

H10e: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอนส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

H10f: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

H10g: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์รายจ่ายลงทุนส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

H10h: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

ตารางที่ 37 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

ตัวแปร	รวม			SET			MAI		
	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.
แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน	0.114	0.882	0.381	0.058	0.397	0.693	0.520	0.861	0.429
การวิเคราะห์ต้นทุนปริมาณ และกำไร	-0.054	-0.362	0.719	-0.086	-0.499	0.620	0.157	0.245	0.816
ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม	0.178	1.382	0.172	0.196	1.266	0.211	0.333	0.634	0.554
การวางแผนจากงบประมาณ	-0.103	-0.657	0.514	-0.005	-0.028	0.978	-0.405	-0.720	0.504
การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน	0.068	0.504	0.616	-0.001	-0.003	0.998	-0.144	-0.249	0.813
การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ	0.037	0.290	0.773	0.094	0.660	0.512	-0.732	-0.939	0.391
การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน	-0.188	-1.432	0.157	-0.150	-1.003	0.320	0.254	0.262	0.804
เครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์	0.441	3.054	0.003*	0.456	2.940	0.005*	0.339	0.358	0.735
	R=0.506, R ² = 0.256, F = 2.800, Sig. = 0.010			R=0.529, R ² = 0.280, F = 2.483, Sig. = 0.023			R=0.635, R ² = 0.404, F = 0.423, Sig. = 0.866		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 37 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.256 แสดงว่า เครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน คือ แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม การวางแผนจากงบประมาณ การบัญชีตามความ รับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์ ใช้จ่ายลงทุน และเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนร้อยละ 25.60 สำหรับการทดสอบ สมมติฐานการวิจัยที่ 10 พบว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย H10h แสดงว่าประสิทธิผลของเครื่องมือ การบัญชีบริหารด้านเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้าน การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H10a - H10g แสดงว่าประสิทธิผลของ เครื่องมือการบัญชีบริหารด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน ด้านการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ด้านระบบต้นทุนฐานกิจกรรม ด้านการวางแผนจากงบประมาณ ด้านการบัญชีตาม ความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ และ ด้านการวิเคราะห์รายจ่ายลงทุนไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ การทดสอบสมมติฐานการวิจัยของบริษัท ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย H10h แสดงว่า ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ส่งผลต่อ ความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H10a - H10g แสดงว่าประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน ด้าน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ด้านระบบต้นทุนฐานกิจกรรม ด้านการวางแผนจาก งบประมาณ ด้านการบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน ด้านการวิเคราะห์ข้อมูล บัญชีเพื่อการตัดสินใจ และด้านการวิเคราะห์รายจ่ายลงทุนไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

ขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 8 มิติ คือ H10a - H10h แสดงว่าประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผล ต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

สมมติฐานการวิจัยที่ 11: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

โดยการพิจารณาเครื่องมือการบัญชีบริหาร 8 ด้าน คือ แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม การวางแผนจากงบประมาณ การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน และเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ สมมติฐานการวิจัยที่ 11 จึงแยกมิติตามเครื่องมือการบัญชีบริหารได้ดังนี้

H11a: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุนส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

H11b: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

H11c: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านระบบต้นทุนฐานกิจกรรม ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

H11d: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวางแผนจากงบประมาณ ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

H11e: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอนส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

H11f: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

H11g: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์รายจ่ายลงทุนส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

H11h: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

ตารางที่ 38 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

ตัวแปร	รวม			SET			MAI		
	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.
แนวคิดและการจัดประเภท ต้นทุน	0.175	1.239	0.220	0.294	1.846	0.071	-0.632	-2.676	0.044*
การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร	-0.058	-0.357	0.722	0.002	0.013	0.990	-0.355	-1.413	0.217
ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม	0.019	0.132	0.895	-0.086	-0.508	0.614	0.922	4.487	0.006*
การวางแผนจาก งบประมาณ	-0.024	-0.143	0.887	-0.026	-0.133	0.895	-0.383	-1.737	0.143
การบัญชีตามความ รับผิดชอบและการกำหนด ราคาโอน	-0.075	-0.505	0.615	-0.002	-0.011	0.992	0.628	2.784	0.039*
การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชี เพื่อการตัดสินใจ	0.141	1.002	0.320	0.128	0.827	0.412	-0.613	-2.011	0.101
การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน	-0.201	-1.394	0.168	-0.228	-1.400	0.168	0.141	0.373	0.724
เครื่องมือการบัญชีบริหาร เชิงกลยุทธ์	0.204	1.290	0.202	0.104	0.614	0.542	0.862	2.327	0.067
	R=0.326, R ² = 0.106, F = 0.966, Sig. = 0.470			R=0.381, R ² = 0.145, F = 1.080, Sig. = 0.392			R=0.953, R ² = 0.909, F = 6.230, Sig. = 0.030		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 38 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.106 แสดงว่าเครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน คือ แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุนปริมาณ และกำไร ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม การวางแผนจากงบประมาณ การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน และเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างร้อยละ 10.60 สำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 11 พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 8 มิติ คือ H11a - H11h แสดงว่าประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ การทดสอบสมมติฐานการวิจัยของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 8 มิติ คือ H11a -H11h แสดงว่าประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหาร ทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

ขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย H11a H11c และ H11e แสดงว่าประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน ด้านระบบต้นทุนฐานกิจกรรม และด้านการบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอนส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H11b H11d H11f H11g และ H10h แสดงว่าประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ด้านการวางแผนจากงบประมาณ ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ ด้านการวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน และด้านเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ไม่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

สมมติฐานการวิจัยที่ 12: ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

โดยการพิจารณาเครื่องมือการบัญชีบริหาร 8 ด้าน คือ แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม การวางแผนจากงบประมาณ การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน และเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ สมมติฐานการวิจัยที่ 12 จึงแยกมิติตามเครื่องมือการบัญชีบริหาร ได้ดังนี้

H12a: ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

H12b: ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

H12c: ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านระบบต้นทุนฐานกิจกรรม ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

H12d: ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวางแผนจากงบประมาณ ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

H12e: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอนส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

H12f: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

H12g: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์รายจ่ายลงทุนส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

H12h: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

ตารางที่ 39 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

ตัวแปร	รวม			SET			MAI		
	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.
แนวคิดและการจัดประเภท ต้นทุน	0.159	1.144	0.257	0.225	1.446	0.154	0.192	0.828	0.445
การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร	-0.001	-0.009	0.993	-0.087	-0.474	0.637	0.551	2.236	0.076
ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม	0.147	1.062	0.292	0.160	0.972	0.336	0.229	1.135	0.308
การวางแผนจากงบประมาณ	-0.125	-0.744	0.460	0.069	0.360	0.720	-0.737	-3.410	0.019*
การบัญชีตามความ รับผิดชอบและการกำหนด ราคาโอน	-0.124	-0.854	0.396	-0.170	-0.895	0.375	-0.398	-1.796	0.132
การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชี เพื่อการตัดสินใจ	0.013	0.095	0.925	0.068	0.445	0.658	-1.237	-4.134	0.009*
การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน	-0.270	-1.915	0.060	-0.277	-1.739	0.088	0.610	1.640	0.162
เครื่องมือการบัญชีบริหาร เชิงกลยุทธ์	0.260	1.326	0.190	0.193	1.169	0.248	0.329	0.907	0.406
	R=0.376, R ² = 0.141, F = 1.336, Sig. = 0.242			R=0.426, R ² = 0.181, F = 1.413, Sig. = 0.214			R=0.955, R ² = 0.912, F = 6.493, Sig. = 0.027		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 39 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R²) มีค่าเท่ากับ 0.141 แสดงว่าเครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน คือ แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน

ปริมาณ และกำไร ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม การวางแผนจากงบประมาณ การบัญชีตามความ รับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์ รายจ่ายลงทุน และเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนร้อยละ 14.10 สำหรับการทดสอบ สมมติฐานการวิจัยที่ 12 พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 8 มิติ คือ H12a - H12h แสดงว่า ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ การทดสอบสมมติฐานการวิจัยของบริษัท ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 8 มิติ คือ H12a - H12h แสดงว่าประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อ ความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

ขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า ยอมรับสมมติฐาน การวิจัย H12d และ H12f แสดงว่าประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวางแผนจาก งบประมาณ และด้านการวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจส่งผลต่อความสามารถใน การแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H12a H12b H12c H12e H12g และ H12h แสดงว่าประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านแนวคิดและการจัดประเภท ต้นทุน ด้านการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ด้านระบบต้นทุนฐานกิจกรรม ด้านการบัญชี ตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน ด้านการวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน และด้านเครื่องมือ การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

สมมติฐานการวิจัยที่ 13: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถใน การทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น

โดยการพิจารณาเครื่องมือการบัญชีบริหาร 8 ด้าน คือ แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม การวางแผนจากงบประมาณ การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน และเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ สมมติฐานการวิจัยที่ 13 จึงแยกมิติตามเครื่องมือการบัญชีบริหารได้ดังนี้

H13a: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น

H13b: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น

H13c: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านระบบต้นทุนฐานกิจกรรม ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น

H13d: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวางแผนจากงบประมาณ ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น

H13e: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอนส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น

H13f: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น

H13g: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์รายจ่ายลงทุนส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น

H13h: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น

ตารางที่ 40 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น

ตัวแปร	รวม			SET			MAI		
	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.
แนวคิดและการจัดประเภท ต้นทุน	0.238	1.747	0.085	0.207	1.321	0.192	0.223	0.652	0.543
การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร	-0.241	-1.537	0.129	-0.189	-1.022	0.312	0.135	0.371	0.726
ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม	0.168	1.233	0.222	0.238	1.431	0.158	0.219	0.735	0.495
การวางแผนจาก งบประมาณ	-0.102	-0.615	0.541	0.024	0.123	0.903	-0.157	-0.493	0.643
การบัญชีตามความ รับผิดชอบและการกำหนด ราคาโอน	0.189	1.320	0.191	0.104	0.542	0.590	-0.076	-0.232	0.826
การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชี เพื่อการตัดสินใจ	-0.223	-1.636	0.107	-0.194	-1.268	0.211	-1.455	-3.294	0.022*

ตารางที่ 40 (ต่อ)

ตัวแปร	รวม			SET			MAI		
	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.
การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน	-0.008	-0.056	0.956	-0.136	-0.847	0.401	1.596	2.907	0.033*
เครื่องมือการบัญชีบริหาร	0.096	0.627	0.533	-.129	0.776	0.442	-0.631	-1.177	0.292
เชิงกลยุทธ์									
	R=0.411, R ² = 0.169, F = 1.655, Sig. = 0.127			R=0.414, R ² = 0.171, F = 1.318, Sig. = 0.256			R=0.899, R ² = 0.809, F = 2.644, Sig. = 0.150		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 40 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.169 แสดงว่า เครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน คือ แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม การวางแผนจากงบประมาณ การบัญชีตามความ รับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์ รายจ่ายลงทุน และเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้นส่วนร้อยละ 16.90 สำหรับการทดสอบ สมมติฐานการวิจัยที่ 13 พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 8 มิติ คือ H13a - H13h แสดงว่า ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไร ด้านอัตรากำไรขั้นต้น

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ การทดสอบสมมติฐานการวิจัยของบริษัท ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 8 มิติ คือ H13a - H13h แสดงว่า ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อ ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น

ขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า ยอมรับสมมติฐาน การวิจัย H13f และ H13g แสดงว่า ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ และด้านการวิเคราะห์รายจ่ายลงทุนส่งผลต่อความสามารถในการทำ กำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H13a - H13e และ H13h แสดงว่า ประสิทธิภาพ ของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน ด้านการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ด้านระบบต้นทุนฐานกิจกรรม ด้านการวางแผนจากงบประมาณ ด้านการบัญชี

ตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน และด้านเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น

สมมติฐานการวิจัยที่ 14: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

โดยการพิจารณาเครื่องมือการบัญชีบริหาร 8 ด้าน คือ แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม การวางแผนจากงบประมาณ การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน และเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ สมมติฐานการวิจัยที่ 14 จึงแยกมิติตามเครื่องมือการบัญชีบริหารได้ดังนี้

H14a: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุนส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

H14b: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

H14c: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านระบบต้นทุนฐานกิจกรรม ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

H14d: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวางแผนจากงบประมาณ ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

H14e: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอนส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

H14f: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

H14g: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์รายจ่ายลงทุนส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

H14h: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

ตารางที่ 41 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของเครื่องมือการบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

ตัวแปร	รวม			SET			MAI		
	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.
แนวคิดและการจัดประเภท ต้นทุน	0.266	2.018	0.048*	0.162	0.996	0.324	0.611	2.619	0.047*
การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร	-0.350	-2.319	0.024*	-0.192	-1.001	0.322	-0.297	-1.196	0.285
ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม	-0.090	-0.688	0.494	-0.049	-0.283	0.779	-0.270	-1.331	0.241
การวางแผนจาก งบประมาณ	-0.286	-1.795	0.077	-0.217	-1.085	0.283	-0.236	-1.086	0.327
การบัญชีตามความ รับผิดชอบและการกำหนด ราคาโอน	0.253	1.899	0.062	0.272	1.372	0.176	-0.185	-0.830	0.444
การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชี เพื่อการตัดสินใจ	-0.121	-0.920	0.361	-0.162	-1.023	0.311	-0.497	-1.650	0.160
การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน	0.151	1.124	0.265	-0.025	-0.149	0.882	1.069	2.856	0.036*
เครื่องมือการบริหาร เชิงกลยุทธ์	0.067	0.453	0.652	0.077	0.444	0.659	-0.475	-1.299	0.251
	R=0.477, R ² = 0.227, F = 2.388, Sig. = 0.025			R=0.327, R ² = 0.107, F = 0.766, Sig. = 0.634			R=0.954, R ² = 0.911, F = 6.402, Sig. = 0.028		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 41 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R²) มีค่าเท่ากับ 0.227 แสดงว่า เครื่องมือการบริหารทั้ง 8 ด้าน คือ แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม การวางแผนจากงบประมาณ การบัญชีตามความ รับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์ รายจ่ายลงทุน และเครื่องมือการบริหารเชิงกลยุทธ์สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีร้อยละ 22.70 สำหรับการทดสอบ สมมติฐานการวิจัยที่ 14 พบว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย H14a และ H14b แสดงว่าประสิทธิผล ของเครื่องมือการบริหารด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน ด้านการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไรส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H14c - H14h แสดงว่าประสิทธิผลของเครื่องมือการบริหาร

ด้านระบบต้นทุนฐานกิจกรรม ด้านการวางแผนจากงบประมาณ ด้านการบัญชีตามความรับผิดชอบ และการกำหนดราคาโอน ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ ด้านการวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน และด้านเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไร ด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ การทดสอบสมมติฐานการวิจัยของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 8 มิติ คือ H14a - H14h แสดงว่าประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหาร ทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

ขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย H14a และ H14g แสดงว่าประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน และด้านการวิเคราะห์รายจ่ายลงทุนส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H14b - H14f และ H14h แสดงว่าประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ด้านระบบต้นทุนฐานกิจกรรม ด้านการวางแผนจากงบประมาณ ด้านการบัญชีตามความรับผิดชอบ และการกำหนดราคาโอน ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ และด้านเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี

สมมติฐานการวิจัยที่ 15: ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

โดยการพิจารณาเครื่องมือการบัญชีบริหาร 8 ด้าน คือ แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม การวางแผนจากงบประมาณ การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน และเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ สมมติฐานการวิจัยที่ 15 จึงแยกมิติตามเครื่องมือการบัญชีบริหารได้ดังนี้

H15a: ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุนส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

H15b: ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

H15c: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านระบบต้นทุนฐานกิจกรรม ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

H15d: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวางแผนจากงบประมาณ ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

H15e: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอนส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

H15f: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

H15g: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์รายจ่ายลงทุนส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

H15h: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

ตารางที่ 42 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

ตัวแปร	รวม			SET			MAI		
	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.
แนวคิดและการจัดประเภท ต้นทุน	0.151	1.155	0.252	0.044	0.283	0.778	0.346	0.936	0.392
การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร	-0.474	-3.168	0.002*	-0.451	-2.481	0.016*	-0.770	-1.958	0.108
ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม	-0.079	-0.609	0.545	-0.097	-0.596	0.554	0.413	1.284	0.255
การวางแผนจาก งบประมาณ	-0.015	-0.098	0.923	.049	0.256	0.799	-0.124	-0.361	0.733
การบัญชีตามความ รับผิดชอบและการกำหนด ราคาโอน	0.207	1.511	0.136	0.149	0.790	0.433	0.344	0.973	0.375

ตารางที่ 42 (ต่อ)

ตัวแปร	รวม			SET			MAI		
	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.
การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ	-0.088	-0.673	0.503	-0.118	-0.786	0.436	0.417	0.873	0.423
การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน	0.043	0.325	0.746	-0.009	-0.060	0.953	-0.097	-0.164	0.876
เครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์	-0.010	-0.067	0.947	0.080	0.485	0.630	-0.512	-0.884	0.417
	R=0.489, R ² = 0.240, F = 2.560, Sig. = 0.017			R=0.442, R ² = 0.195, F = 1.549, Sig. = 0.164			R=0.881, R ² = 0.777, F = 2.174, Sig. = 0.204		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 42 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.240 แสดงว่า เครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน คือ แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม การวางแผนจากงบประมาณ การบัญชีตามความ รับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์ รายจ่ายลงทุน และเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย ร้อยละ 24.00 สำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 15 พบว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย H15b แสดงว่าประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไรส่งผล ต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H15a และ H15c - H14h แสดงว่าประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชี บริหารด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน ด้านระบบต้นทุนฐานกิจกรรม ด้านการวางแผนจาก งบประมาณ ด้านการบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน ด้านการวิเคราะห์ข้อมูล บัญชีเพื่อการตัดสินใจ ด้านการวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน และด้านเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิง กลยุทธ์ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและ ค่าตัดจำหน่าย

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ การทดสอบสมมติฐานการวิจัยของบริษัท ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย H15b แสดงว่า ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไรส่งผลต่อ ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

ปฏิเสขสมมติฐานการวิจัย H15a และ H15c - H15h แสดงว่าประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน ด้านระบบต้นทุนฐานกิจกรรม ด้านการวางแผนจากงบประมาณ ด้านการบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ ด้านการวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน และด้านเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่าย

ขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า ปฏิเสขสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 8 มิติ คือ H15a - H15h แสดงว่าประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

สมมติฐานการวิจัยที่ 16: ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

โดยการพิจารณาเครื่องมือการบัญชีบริหาร 8 ด้าน คือ แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม การวางแผนจากงบประมาณ การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน และเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ สมมติฐานการวิจัยที่ 16 จึงแยกมิติตามเครื่องมือการบัญชีบริหารได้ดังนี้

H16a: ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

H16b: ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

H16c: ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านระบบต้นทุนฐานกิจกรรม ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

H16d: ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวางแผนจากงบประมาณ ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

H16e: ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอนส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

H16f: ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

H16g: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์รายจ่ายลงทุนส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

H16h: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

ตารางที่ 43 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

ตัวแปร	รวม			SET			MAI		
	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.
แนวคิดและการจัดประเภท ต้นทุน	0.201	1.421	0.160	0.140	0.841	0.404	0.509	1.639	0.162
การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร	-0.272	-1.675	0.099	-0.222	-1.135	0.262	0.045	0.136	0.897
ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม	0.040	0.281	0.779	0.124	0.704	0.485	-0.316	-1.173	0.294
การวางแผนจากงบประมาณ	0.116	0.678	0.500	0.152	0.743	0.461	0.504	1.741	0.142
การบัญชีตามความรับผิดชอบ และการกำหนดราคาโอน	-0.108	-0.723	0.472	-0.159	-0.781	0.438	-0.760	-2.567	0.050*
การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อ การตัดสินใจ	-0.179	-1.264	0.211	-0.124	-0.762	0.449	-1.293	-3.230	0.023*
การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน	0.186	1.288	0.202	.102	0.599	0.552	1.515	3.045	0.029*
เครื่องมือการบัญชีบริหาร เชิงกลยุทธ์	-0.125	-0.791	0.432	-0.085	-0.481	0.633	-0.845	-1.738	0.14
	R=0.324, R ² = 0.105, F = 0.955, Sig. = 0.479			R=0.255, R ² = 0.065, F = 0.445, Sig. = 0.888			R=0.918, R ² = 0.843, F = 3.353, Sig. = 0.099		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 43 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R²) มีค่าเท่ากับ 0.105 แสดงว่าเครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน คือ แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม การวางแผนจากงบประมาณ การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน และเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ ร้อยละ 10.50 สำหรับการทดสอบสมมติฐาน

การวิจัยที่ 16 พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 8 มิติ คือ H16a - H16h แสดงว่าประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ การทดสอบสมมติฐานการวิจัยของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 8 มิติ คือ H16a - H16h แสดงว่าประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

ขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย H16e H16f และ H16g แสดงว่าประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ และด้านการวิเคราะห์รายจ่ายลงทุนส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H16a - H16d และ H16h แสดงว่าประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน ด้านการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ด้านระบบต้นทุนฐานกิจกรรม ด้านการวางแผนจากงบประมาณ และด้านเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

สมมติฐานการวิจัยที่ 17: ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

โดยการพิจารณาเครื่องมือการบัญชีบริหาร 8 ด้าน คือ แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม การวางแผนจากงบประมาณ การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน และเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ สมมติฐานการวิจัยที่ 17 จึงแยกมิติตามเครื่องมือการบัญชีบริหารได้ดังนี้

H17a: ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุนส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

H17b: ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

H17c: ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านระบบต้นทุนฐานกิจกรรม ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ

H17d: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวางแผนจากงบประมาณ ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

H17e: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอนส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

H17f: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

H17g: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์รายจ่ายลงทุนส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

H17h: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

ตารางที่ 44 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

ตัวแปร	รวม			SET			MAI		
	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.
แนวคิดและการจัดประเภท ต้นทุน	0.042	0.292	0.771	0.076	0.459	0.648	0.053	0.097	0.927
การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร	-0.151	-0.914	0.364	-0.141	-0.721	0.474	-0.640	-1.095	0.323
ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม	0.073	0.511	0.611	0.082	0.466	0.643	-0.125	-0.261	0.804
การวางแผนจากงบประมาณ	-0.034	-0.193	0.847	-0.004	-0.021	0.983	-0.528	-1.029	0.351
การบัญชีตามความ รับผิดชอบและการกำหนด ราคาโอน	0.100	0.659	0.513	0.082	0.403	0.689	0.449	0.856	0.431
การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชี เพื่อการตัดสินใจ	0.067	0.463	0.645	0.066	0.409	0.684	0.124	0.175	0.868
การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน	-0.201	-1.371	0.175	-0.170	-0.999	0.322	-1.072	-1.215	0.278
เครื่องมือการบัญชีบริหาร เชิงกลยุทธ์	-0.004	-0.023	0.982	-0.074	-0.421	0.675	1.464	1.699	0.150
	R=0.265, R ² = 0.070, F = 0.611, Sig. = 0.765			R=0.265, R ² = 0.070, F = 0.480, Sig. = 0.864			R=0.712, R ² = 0.506, F = 0.641, Sig. = 0.726		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 44 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.070 แสดงว่า เครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน คือ แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม การวางแผนจากงบประมาณ การบัญชีตามความ รับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์ รายจ่ายลงทุน และเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ร้อยละ 7.00 สำหรับการทดสอบ สมมติฐานการวิจัยที่ 17 พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 8 มิติ คือ H17a - H17h แสดงว่า ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไร ด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ การทดสอบสมมติฐานการวิจัยทั้งบริษัทที่ จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 8 มิติ คือ H17a - H17h แสดงว่า ประสิทธิภาพของ เครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทน จากสินทรัพย์

สมมติฐานการวิจัยที่ 18: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถใน การทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

โดยการพิจารณาเครื่องมือการบัญชีบริหาร 8 ด้าน คือ แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม การวางแผนจากงบประมาณ การบัญชีตามความ รับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน และเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ สมมติฐานการวิจัยที่ 18 จึงแยกมิติตามเครื่องมือการบัญชีบริหารได้ดังนี้

H18a: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

H18b: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และ กำไร ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

H18c: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านระบบต้นทุนฐานกิจกรรมส่งผลต่อ ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

H18d: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวางแผนจากงบประมาณ ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

H18e: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอนส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

H18f: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

H18g: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์รายจ่ายลงทุนส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

H18h: ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

ตารางที่ 45 แสดงสถิติการทดสอบประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

ตัวแปร	รวม			SET			MAI		
	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.
แนวคิดและการจัดประเภท ต้นทุน	0.050	0.347	0.730	0.161	1.002	0.321	-0.043	-0.106	0.920
การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร	-0.144	-0.873	0.386	-0.042	-0.220	0.826	-0.260	-0.606	0.571
ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม	-0.011	-0.079	0.937	-0.027	-0.157	0.876	-0.632	-1.798	0.132
การวางแผนจากงบประมาณ	0.075	0.432	0.667	0.126	0.635	0.529	-0.229	-0.607	0.570
การบัญชีตามความรับผิดชอบ และการกำหนดราคาโอน	0.037	0.248	0.805	0.172	0.876	0.385	-0.350	-0.908	0.406
การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชี เพื่อการตัดสินใจ	0.063	0.438	0.663	-0.053	-0.335	0.739	0.726	1.392	0.223
การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน	-0.141	-0.965	0.338	-0.266	-1.615	0.112	-0.099	-0.153	0.884
เครื่องมือการบัญชีบริหาร เชิงกลยุทธ์	-0.131	-0.815	0.418	-0.175	-1.019	0.313	-0.095	-0.150	0.887

ตารางที่ 45 (ต่อ)

ตัวแปร	รวม			SET			MAI		
	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.	Beta	t-value	Sig.
	R=0.281, R ² = 0.079, F = 0.699, Sig. = 0.691			R=0.349, R ² = 0.122, F = 1.624, Sig. = 0.168			R=0.856, R ² = 0.733, F = 1.719, Sig. = 0.285		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 45 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.079 แสดงว่า เครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน คือ แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม การวางแผนจากงบประมาณ การบัญชีตามความ รับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ การวิเคราะห์ รายจ่ายลงทุน และเครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ร้อยละ 7.90 สำหรับการ ทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 18 พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 8 มิติ คือ H18a - H18h แสดงว่าประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำ กำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ การทดสอบสมมติฐานการวิจัยทั้งบริษัทที่ จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ทั้ง 8 มิติ คือ H18a - H18h แสดงว่าประสิทธิผลของ เครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทน จากส่วนของผู้ถือหุ้น

แนวโน้มการใช้เครื่องมือการบัญชีบริหารในอนาคต

ตารางที่ 46 แสดงแนวโน้มการใช้เครื่องมือการบัญชีบริหารในอนาคต

เครื่องมือการบัญชีบริหาร	แนวโน้มการใช้เครื่องมือการบัญชีบริหารในอนาคต	
	จำนวน	ร้อยละ
แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน		
<u>วิธีการวัดต้นทุน</u>		
ระบบต้นทุนจริง (Actual Cost System)	263	95.29
ระบบต้นทุนมาตรฐาน (Standard Cost System)	209	75.72
ระบบต้นทุนปกติ (Normal Cost System)	84	30.43
<u>วิธีการคิดต้นทุน</u>		
วิธีการบัญชีต้นทุนรวม (Full Costing) หรือต้นทุนคิดเข้างาน (Absorption Costing)	261	94.57
วิธีการบัญชีต้นทุนผันแปร (Variable Costing) หรือต้นทุนทางตรง (Direct Costing)	238	86.23
การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ และกำไร (Cost Volume Profit Analysis : CVP)		
การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ และกำไร (Cost Volume Profit Analysis : CVP)	260	94.20
จุดคุ้มทุน (Break Even Point)	191	69.20
ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม		
ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม (Activity-Based Costing : ABC)	151	54.71
การวางแผนจากงบประมาณ		
งบประมาณยืดหยุ่น (Flexible Budgeting)	246	89.13

ตารางที่ 46 (ต่อ)

เครื่องมือการบริหาร	แนวโน้มการใช้เครื่องมือการบริหารในอนาคต	
	จำนวน	ร้อยละ
งบประมาณคงที่ (Static Budgeting)	59	21.38
การบริหารตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน		
การบริหารตามความรับผิดชอบ (Responsibility Accounting)	179	64.86
การกำหนดราคาโอน (Transfer Pricing)	52	18.84
การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ		
การยกเลิกผลิตภัณฑ์ หรือส่วนงานที่ให้ผลขาดทุน	140	50.72
การตัดสินใจรับคำสั่งซื้อพิเศษหรือไม่	131	47.46
การผลิตเองหรือซื้อจากบุคคลภายนอก	78	28.26
การตัดสินใจปิดโรงงานชั่วคราว	60	21.74
การตัดสินใจขายทันทีหรือผลิตต่อ	36	13.04
การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน		
วิธีดัชนีความสามารถในการทำกำไร (Profitability Index : PI)	239	86.59
วิธีอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR)	233	84.42
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment : ROI)	231	83.70
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period Method)	226	81.88
วิธีมูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value Method : NPV)	225	81.52
เครื่องมือการบริหารเชิงกลยุทธ์		
ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility : CSR)	263	95.29
การบริหารเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Accounting)	261	94.57
การวัดเปรียบเทียบสมรรถนะ (Benchmarking)	255	92.39
ต้นทุนเป้าหมาย (Target Costing)	250	90.58

ตารางที่ 46 (ต่อ)

เครื่องมือการบัญชีบริหาร	แนวโน้มการใช้เครื่องมือ การบัญชีบริหารในอนาคต	
	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์		
การวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard)	227	82.25
โซ่แห่งคุณภาพ (Value Chain)	191	69.20
การบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management : TQM)	188	68.12
ระบบการบริหาร โดยกิจกรรม (Activity Based Management : ABM)	179	64.86
งบประมาณฐานกิจกรรม (Activity-Based Budgeting : ABB)	152	55.07
การจัดการต้นทุนเพื่อคุณภาพ (Cost Quality Management)	145	52.54
การปรับระบบ (Re-engineering)	132	47.83
ระบบการผลิตแบบลีน (Lean Manufacturing)	124	44.93
มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Value Added : EVA)	118	42.75
การบริหารที่เน้นมูลค่า (Value Based Management : VBM)	115	41.67
มูลค่าเพิ่มทางการตลาด (Market Value Added : MVA)	108	39.13
ทฤษฎีข้อจำกัด (Theory of Constraints)	61	22.10
ระบบการผลิตแบบทันเวลา (Just-In-Time Manufacturing System : JIT)	46	16.67
การบริหารจัดการแบบ Six Sigma	11	3.99
การวางแผนเกี่ยวกับปริมาณสินค้าแบบคัมบัง (Kanban system)	9	3.26

จากตารางที่ 46 แสดงแนวโน้มการใช้เครื่องมือการบัญชีบริหารในอนาคต ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า

แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน ในส่วนของวิธีการวัดต้นทุนมีแนวโน้มใช้ระบบต้นทุนจริง (Actual Cost System) มากที่สุด ร้อยละ 95.29 รองลงมาคือ ระบบต้นทุนมาตรฐาน (Standard Cost System) ร้อยละ 75.72 และระบบต้นทุนปกติ (Normal Cost System) ร้อยละ 30.43

ในขณะที่วิธีการคิดต้นทุนมีแนวโน้มใช้วิธีการบัญชีต้นทุนรวม (Full Costing) หรือต้นทุนคิดเข้างาน (Absorption Costing) มากที่สุด ร้อยละ 94.57 รองลงมาคือวิธีการบัญชีต้นทุนผันแปร (Variable Costing) หรือต้นทุนทางตรง (Direct Costing) ร้อยละ 86.23

การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร มีแนวโน้มใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ และกำไร (Cost Volume Profit Analysis : CVP) มากที่สุด ร้อยละ 94.20 รองลงมาคือ จุดคุ้มทุน (Break Even Point) ร้อยละ 69.20

ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม มีแนวโน้มใช้ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม (Activity-Based Costing : ABC) มากถึงร้อยละ 54.71

การวางแผนจากงบประมาณ มีแนวโน้มใช้งบประมาณยืดหยุ่น (Flexible Budgeting) มากที่สุด ร้อยละ 89.13 รองลงมาคือ งบประมาณคงที่ (Static Budgeting) ร้อยละ 21.38

การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน มีแนวโน้มใช้การบัญชีตามความรับผิดชอบ (Responsibility Accounting) มากที่สุด ร้อยละ 64.86 รองลงมาคือ การกำหนดราคาโอน (Transfer Pricing) ร้อยละ 18.84

การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ มีแนวโน้มใช้การยกเลิกผลิตภัณฑ์หรือส่วนงานที่ให้ผลขาดทุน มากที่สุด ร้อยละ 50.72 รองลงมาคือ การตัดสินใจรับคำสั่งซื้อพิเศษหรือไม่ ร้อยละ 47.46 การผลิตเองหรือซื้อจากบุคคลภายนอก ร้อยละ 28.26 การตัดสินใจปิดโรงงานชั่วคราว ร้อยละ 21.74 และการตัดสินใจขายทันทีหรือผลิตต่อ ร้อยละ 13.04

การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน มีแนวโน้มใช้วิธีดัชนีความสามารถในการทำกำไร (Profitability Index : PI) มากที่สุด ร้อยละ 86.59 รองลงมาคือ วิธีอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR) ร้อยละ 84.42 อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment : ROI) ร้อยละ 83.70 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period Method) ร้อยละ 81.88 และวิธีมูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value Method : NPV) ร้อยละ 81.52

เครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีแนวโน้มใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility : CSR) มากที่สุด ร้อยละ 95.29 รองลงมาคือ การบัญชีเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Accounting) ร้อยละ 94.57 การวัดเปรียบเทียบ สมรรถนะ (Benchmarking) ร้อยละ 92.39 ต้นทุนเป้าหมาย (Target Costing) ร้อยละ 90.58 การวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard) ร้อยละ 82.25 โซ่แห่งคุณภาพ (Value Chain) ร้อยละ 69.20 การบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management : TQM) ร้อยละ 68.12 ระบบการบริหาร โดยกิจกรรม (Activity Based Management : ABM) ร้อยละ 64.86 งบประมาณฐานกิจกรรม (Activity-Based Budgeting : ABB) ร้อยละ 55.07 การจัดการต้นทุนเพื่อคุณภาพ

(Cost Quality Management) ร้อยละ 52.54 การปรับระบบ (Re-engineering) ร้อยละ 47.83 ระบบการผลิตแบบลีน (Lean Manufacturing) ร้อยละ 44.93 มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Value Added : EVA) ร้อยละ 42.75 การบริหารที่เน้นมูลค่า (Value Based Management : VBM) ร้อยละ 41.67 มูลค่าเพิ่มทางการตลาด (Market Value Added : MVA) ร้อยละ 39.13 ทฤษฎีข้อจำกัด (Theory of Constraints) ร้อยละ 22.10 ระบบการผลิตแบบทันเวลา (Just-In-Time Manufacturing System : JIT) ร้อยละ 16.67 การบริหารจัดการแบบ Six Sigma ร้อยละ 3.99 และการวางแผนเกี่ยวกับปริมาณสินค้าแบบคัมบัง (Kanban system) ร้อยละ 3.26

ตารางที่ 47 เปรียบเทียบแนวโน้มการใช้เครื่องมือการบัญชีบริหารในอนาคต

เครื่องมือการบัญชีบริหาร	แนวโน้มการใช้เครื่องมือการบัญชีบริหารในอนาคต					
	SET			MAI		
	ลำดับ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ	จำนวน	ร้อยละ
แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน						
<u>วิธีการวัดต้นทุน</u>						
ระบบต้นทุนจริง (Actual Cost System)	1	193	96.02	1	70	93.33
ระบบต้นทุนมาตรฐาน (Standard Cost System)	2	150	74.63	2	59	78.67
ระบบต้นทุนปกติ (Normal Cost System)	3	58	28.86	3	26	34.67
<u>วิธีการคิดต้นทุน</u>						
วิธีการบัญชีต้นทุนรวม (Full Costing) หรือต้นทุนคิดเข้างาน (Absorption Costing)	1	190	94.53	1	71	94.67
วิธีการบัญชีต้นทุนผันแปร (Variable Costing) หรือต้นทุนทางตรง (Direct Costing)	2	176	87.56	2	62	82.67

ตารางที่ 47 (ต่อ)

เครื่องมือการบัญชีบริหาร	แนวโน้มการใช้เครื่องมือการบัญชีบริหารในอนาคต					
	SET			MAI		
	ลำดับ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ	จำนวน	ร้อยละ
การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ และกำไร (Cost Volume Profit Analysis : CVP)						
การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ และกำไร (Cost Volume Profit Analysis : CVP)	1	191	95.02	1	69	92
จุดคุ้มทุน (Break Even Point)	2	136	67.66	2	55	73.33
ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม						
ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม (Activity-Based Costing : ABC)		110	54.73	41	54.67	
การวางแผนจากงบประมาณ						
งบประมาณยืดหยุ่น (Flexible Budgeting)	1	179	89.05	1	67	89.33
งบประมาณคงที่ (Static Budgeting)	2	47	23.38	2	12	16
การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน						
การบัญชีตามความรับผิดชอบ (Responsibility Accounting)	1	140	69.65	1	39	52
การกำหนดราคาโอน (Transfer Pricing)	2	44	21.89	2	8	10.67
การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ						
การยกเลิกผลิตภัณฑ์ หรือส่วนงานที่ให้ผลขาดทุน	1	100	49.75	2	40	53.33

ตารางที่ 47 (ต่อ)

เครื่องมือการบัญชีบริหาร	แนวโน้มการใช้เครื่องมือการบัญชีบริหารในอนาคต					
	SET			MAI		
	ลำดับ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ	จำนวน	ร้อยละ
การตัดสินใจรับคำสั่งซื้อพิเศษหรือไม่	2	89	44.28	1	42	56
การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ						
การผลิตเองหรือซื้อจากบุคคลภายนอก	3	54	26.87	3	24	32
การตัดสินใจปิดโรงงานชั่วคราว	4	42	20.9	4	18	24
การตัดสินใจขายพื้นที่หรือผลิตต่อ	5	25	12.44	5	11	14.67
การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน						
วิธีดัชนีความสามารถในการทำกำไร (Profitability Index : PI)	1	176	87.56	1	63	84
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment : ROI)	2	171	85.07	2	60	80
วิธีอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR)	3	170	84.58	1	63	84
ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period Method)	4	168	83.58	3	58	77.33
วิธีมูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value Method : NPV)	4	168	83.58	4	57	76
เครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์						
การบัญชีเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Accounting)	1	191	95.02	2	70	93.33
ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility : CSR)	1	191	95.02	1	72	96
ต้นทุนเป้าหมาย (Target Costing)	2	186	92.54	3	64	85.33

ตารางที่ 47 (ต่อ)

เครื่องมือการบัญชีบริหาร	แนวโน้มการใช้เครื่องมือการบัญชีบริหารในอนาคต					
	SET			MAI		
	ลำดับ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์						
การวัดเปรียบเทียบสมรรถนะ (Benchmarking)	3	185	92.04	2	70	93.33
การวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard)	4	168	83.58	4	59	78.67
การบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management : TQM)	5	138	68.66	7	50	66.67
โซ่แห่งคุณภาพ (Value Chain)	6	136	67.66	5	55	73.33
ระบบการบริหาร โดยกิจกรรม (Activity Based Management : ABM)	7	127	63.18	6	52	69.33
งบประมาณฐานกิจกรรม (Activity-Based Budgeting : ABB)	8	111	55.22	8	41	54.67
การจัดการต้นทุนเพื่อคุณภาพ (Cost Quality Management)	9	109	54.23	9	36	48
การปรับหรือระบบ (Re-engineering)	10	101	50.25	10	31	41.33
มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Value Added : EVA)	11	97	48.26	12	21	28
ระบบการผลิตแบบลีน (Lean Manufacturing)	12	93	46.27	10	31	41.33
การบริหารที่เน้นมูลค่า (Value Based Management : VBM)	12	93	46.27	11	22	29.33

ตารางที่ 47 (ต่อ)

เครื่องมือการบัญชีบริหาร	แนวโน้มการใช้เครื่องมือการบัญชีบริหารในอนาคต					
	SET			MAI		
	ลำดับ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์						
มูลค่าเพิ่มทางการตลาด (Market Value Added : MVA)	13	88	43.78	13	20	26.67
ทฤษฎีข้อจำกัด (Theory of Constraints)	14	41	20.40	13	20	26.67
ระบบการผลิตแบบทันเวลา (Just-In-Time Manufacturing System : JIT)	15	35	17.41	14	11	14.67
การบริหารจัดการแบบ Six Sigma	16	9	4.48	16	2	2.67
การวางแผนเกี่ยวกับปริมาณสินค้าแบบคัมบัง (Kanban system)	17	5	2.49	15	4	5.33

จากตารางที่ 47 เปรียบเทียบแนวโน้มการใช้เครื่องมือการบัญชีบริหารในอนาคตของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า

แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน ในส่วนของวิธีการวัดต้นทุน บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีแนวโน้มใช้ระบบต้นทุนจริง (Actual Cost System) มากที่สุด ร้อยละ 96.02 รองลงมาคือ ระบบต้นทุนมาตรฐาน (Standard Cost System) ร้อยละ 74.63 และระบบต้นทุนปกติ (Normal Cost System) ร้อยละ 28.86 ในขณะที่วิธีการคิดต้นทุนมีแนวโน้มใช้วิธีการบัญชีต้นทุนรวม (Full Costing) หรือต้นทุนคิดเข้างาน (Absorption Costing) มากที่สุด ร้อยละ 94.53 รองลงมาคือวิธีการบัญชีต้นทุนผันแปร (Variable Costing) หรือต้นทุนทางตรง (Direct Costing) ร้อยละ 87.56 ในขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ มีแนวโน้มเกี่ยวกับวิธีการวัดต้นทุน โดยใช้ระบบต้นทุนจริง (Actual Cost System) มากที่สุด ร้อยละ 93.33 รองลงมาคือ ระบบต้นทุนมาตรฐาน (Standard Cost System) ร้อยละ 78.67 และต้นทุนปกติ (Normal Cost System) ร้อยละ 34.67 ในขณะที่วิธีการคิดต้นทุนมีแนวโน้มใช้วิธี

การบัญชีต้นทุนรวม (Full Costing) หรือต้นทุนคิดเข้างาน (Absorption Costing) มากที่สุด ร้อยละ 94.67 รองลงมาคือวิธีการบัญชีต้นทุนผันแปร (Variable Costing) หรือต้นทุนทางตรง (Direct Costing) ร้อยละ 82.67

การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณและกำไร บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีแนวโน้มใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณและกำไร (Cost Volume Profit Analysis : CVP) มากที่สุด ร้อยละ 95.02 รองลงมาคือ จุดคุ้มทุน (Break Even Point) ร้อยละ 67.66 ในขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ มีแนวโน้มใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณและกำไร (Cost Volume Profit Analysis : CVP) มากที่สุด ร้อยละ 92.00 รองลงมาคือ จุดคุ้มทุน (Break Even Point) ร้อยละ 73.33

ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีแนวโน้มใช้ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม (Activity-Based Costing : ABC) มากถึงร้อยละ 54.73 ส่วนบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ มีแนวโน้มใช้ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม (Activity-Based Costing : ABC) มากถึงร้อยละ 54.67

การวางแผนจากงบประมาณ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีแนวโน้มใช้งบประมาณยืดหยุ่น (Flexible Budgeting) มากที่สุด ร้อยละ 89.05 รองลงมาคือ งบประมาณคงที่ (Static Budgeting) ร้อยละ 23.38 ในขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ มีแนวโน้มใช้งบประมาณยืดหยุ่น (Flexible Budgeting) มากที่สุด ร้อยละ 89.33 รองลงมาคือ งบประมาณคงที่ (Static Budgeting) ร้อยละ 16.00

การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีแนวโน้มใช้การบัญชีตามความรับผิดชอบ (Responsibility Accounting) มากที่สุด ร้อยละ 69.65 รองลงมาคือ การกำหนดราคาโอน (Transfer Pricing) ร้อยละ 21.89 ในขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ มีแนวโน้มใช้การบัญชีตามความรับผิดชอบ (Responsibility Accounting) มากที่สุด ร้อยละ 52.00 รองลงมาคือ การกำหนดราคาโอน (Transfer Pricing) ร้อยละ 10.67

การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีแนวโน้มใช้การยกเลิกผลิตภัณฑ์หรือส่วนงานที่ให้ผลขาดทุน มากที่สุด ร้อยละ 49.75 รองลงมาคือ การตัดสินใจรับคำสั่งซื้อพิเศษหรือไม่ ร้อยละ 44.28 การผลิตเองหรือซื้อจากบุคคลภายนอก ร้อยละ 26.87 การตัดสินใจปิดโรงงานชั่วคราว ร้อยละ 20.90 และการตัดสินใจขายทันทีหรือผลิตต่อ ร้อยละ 12.44 ในขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ มีแนวโน้มใช้การตัดสินใจรับคำสั่งซื้อพิเศษหรือไม่มากที่สุด ร้อยละ 56.00 รองลงมาคือ การยกเลิก

ผลิตภัณฑ์หรือส่วนงานที่ให้ผลขาดทุน ร้อยละ 53.33 การผลิตเองหรือซื้อจากบุคคลภายนอก ร้อยละ 32.00 การตัดสินใจปิดโรงงานชั่วคราว ร้อยละ 24.00 และการตัดสินใจขายทันทีหรือผลิตต่อ ร้อยละ 14.67

การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมี แนวโน้มใช้วิธีดัชนีความสามารถในการทำกำไร (Profitability Index : PI) มากที่สุด ร้อยละ 87.56 รองลงมาคือ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment : ROI) ร้อยละ 85.07 วิธีอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR) ร้อยละ 84.58 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period Method) ร้อยละ 83.58 และวิธีมูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value Method : NPV) ร้อยละ 83.58 ในขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ มีแนวโน้มใช้วิธีอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR) และวิธีดัชนีความสามารถในการทำกำไร (Profitability Index : PI) มากที่สุด ร้อยละ 84.00 รองลงมาคือ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment : ROI) ร้อยละ 80.00 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period Method) ร้อยละ 77.33 และวิธีมูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value Method : NPV) ร้อยละ 76.00

เครื่องมือการบริหารเชิงกลยุทธ์ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีแนวโน้มใช้การบัญชีเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Accounting) และความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility : CSR) มากที่สุด ร้อยละ 95.02 รองลงมาคือ ต้นทุนเป้าหมาย (Target Costing) ร้อยละ 92.54 การวัดเปรียบเทียบกับสมรรถนะ (Benchmarking) ร้อยละ 92.04 การวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard) ร้อยละ 83.58 การบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management : TQM) ร้อยละ 68.66 โซ่แห่งคุณภาพ (Value Chain) ร้อยละ 67.66 ระบบการบริหารโดยกิจกรรม (Activity Based Management : ABM) ร้อยละ 63.18 งบประมาณฐานกิจกรรม (Activity-Based Budgeting : ABB) ร้อยละ 55.22 การจัดการต้นทุนเพื่อคุณภาพ (Cost Quality Management) ร้อยละ 54.23 การปรับระบบ (Re-engineering) ร้อยละ 50.25 มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Value Added : EVA) ร้อยละ 48.26 ระบบการผลิตแบบลีน (Lean Manufacturing) ร้อยละ 46.27 การบริหารที่เน้นมูลค่า (Value Based Management : VBM) ร้อยละ 46.27 มูลค่าเพิ่มทางการตลาด (Market Value Added : MVA) ร้อยละ 43.78 ทฤษฎีข้อจำกัด (Theory of Constraints) ร้อยละ 20.40 ระบบการผลิตแบบทันเวลา (Just-In-Time Manufacturing System : JIT) ร้อยละ 17.41 การบริหารจัดการแบบ Six Sigma ร้อยละ 4.48 และการวางแผนเกี่ยวกับปริมาณสินค้าแบบคัมบัง (Kanban system) ร้อยละ 2.49 ในขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ มีแนวโน้มใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility : CSR) มากที่สุด ร้อยละ 96.00 รองลงมาคือ การบัญชีเพื่อความ

ยั่งยืน (Sustainability Accounting) ร้อยละ 93.33 การวัดเปรียบเทียบสมรรถนะ (Benchmarking) ร้อยละ 93.33 ต้นทุนเป้าหมาย (Target Costing) ร้อยละ 85.33 การวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard) ร้อยละ 78.67 โซ่แห่งคุณภาพ (Value Chain) ร้อยละ 73.33 ระบบการบริหารโดยกิจกรรม (Activity Based Management : ABM) ร้อยละ 69.33 การบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management : TQM) ร้อยละ 66.67 งบประมาณฐานกิจกรรม (Activity-Based Budgeting : ABB) ร้อยละ 54.67 การจัดการต้นทุนเพื่อคุณภาพ (Cost Quality Management) ร้อยละ 48.00 การปรับหรือระบบ (Re-engineering) ร้อยละ 41.33 ระบบการผลิตแบบลีน (Lean Manufacturing) ร้อยละ 41.33 การบริหารที่เน้นมูลค่า (Value Based Management : VBM) ร้อยละ 29.33 มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Value Added : EVA) ร้อยละ 28.00 มูลค่าเพิ่มทางการตลาด (Market Value Added : MVA) ร้อยละ 26.67 ทฤษฎีข้อจำกัด (Theory of Constraints) ร้อยละ 26.67 ระบบการผลิตแบบทันเวลา (Just-In-Time Manufacturing System : JIT) ร้อยละ 14.67 การวางแผนเกี่ยวกับปริมาณสินค้าแบบคัมบัง (Kanban system) ร้อยละ 5.33 และ การบริหารจัดการแบบ Six Sigma ร้อยละ 2.67

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพของข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไรทางธุรกิจ ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ นำเสนอสรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้บริหาร โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาวิเคราะห์เปรียบเทียบกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพของข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไรทางธุรกิจ การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหาร ความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ และความสามารถในการทำกำไร

ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ถึงประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร โดยรวมอยู่ในระดับมากถึง 4 ด้าน ได้แก่ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความทันต่อเวลา การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคตและความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน

ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ถึงประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหาร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก และมากที่สุด ตามลำดับ โดยการรับรู้ถึงประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารในระดับปานกลาง ได้แก่ ระบบต้นทุนปกติ (Normal Cost System) วิธีการบัญชีต้นทุนผันแปร (Variable Costing) หรือต้นทุนทางตรง (Direct Costing) งบประมาณคงที่ (Static Budgeting) การกำหนดราคาโอน (Transfer Pricing) การตัดสินใจขายทันทีหรือผลิตต่อการผลิตเองหรือซื้อจากบุคคลภายนอก การตัดสินใจปิดโรงงานชั่วคราว วิธีอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR) วิธีมูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value Method : NPV) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period Method) การวางแผนเกี่ยวกับปริมาณสินค้าแบบคัมบัง (Kanban system) การปรับระบบ (Re-engineering) การจัดการต้นทุนเพื่อคุณภาพ (Cost Quality Management) ระบบการผลิตแบบลีน (Lean Manufacturing) งบประมาณฐานกิจกรรม (Activity-Based Budgeting : ABB) การบริหารจัดการแบบ Six Sigma ทฤษฎีข้อจำกัด (Theory of Constraints) มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Value Added : EVA) การบริหารที่เน้นมูลค่า (Value Based Management : VBM) ระบบการผลิตแบบทันเวลา (Just-In-Time Manufacturing System : JIT) และมูลค่าเพิ่มทางการตลาด (Market Value Added : MVA) ส่วนการรับรู้ถึงประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ระบบต้นทุนมาตรฐาน (Standard Cost System) ระบบต้นทุนจริง (Actual Cost System) วิธีการบัญชีต้นทุนรวม (Full Costing) หรือต้นทุนคิดเข้างาน (Absorption Costing) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ และกำไร (Cost Volume Profit Analysis : CVP) จุดคุ้มทุน (Break Even Point) ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม (Activity-Based Costing : ABC) งบประมาณยืดหยุ่น (Flexible Budgeting) การบัญชีตามความรับผิดชอบ (Responsibility Accounting) การยกเลิกผลิตภัณฑ์ หรือส่วนงานที่ไม่ให้ผลขาดทุน การตัดสินใจรับคำสั่งซื้อพิเศษหรือไม่ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment : ROI) ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility : CSR) การวัดเปรียบเทียบสมรรถนะ (Benchmarking) ระบบการบริหารโดยกิจกรรม (Activity Based Management : ABM) การบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management : TQM) ต้นทุนเป้าหมาย (Target Costing) โซ่แห่งคุณภาพ (Value Chain) การวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard) และการบัญชีเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Accounting) และสุดท้าย การรับรู้ถึงประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารในระดับมากที่สุด ได้แก่ วิธีดัชนีความสามารถในการทำกำไร (Profitability Index : PI)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการทำกำไรโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

2. ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบริหารที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

ประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบริหารทั้ง 4 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน เมื่อเปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ลักษณะข้อมูลการบริหารด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคตส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนในเชิงบวก ขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า ลักษณะข้อมูลการบริหารทั้ง 4 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

ประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบริหารด้านความทันต่อเวลาส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างในเชิงลบ ส่วนลักษณะข้อมูลการบริหารด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานและด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคตส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างในเชิงบวก เมื่อเปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ลักษณะข้อมูลการบริหารด้านความทันต่อเวลาส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างในเชิงลบ ในขณะที่ลักษณะข้อมูลการบริหารด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงานส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างในเชิงบวก ขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า ลักษณะข้อมูลการบริหารด้านความทันต่อเวลาส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างในเชิงลบ

ประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบริหารลักษณะข้อมูลการบริหารด้านความทันต่อเวลาส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนในเชิงลบ ส่วน

การบริหารจัดการด้านเครื่องมือการบริหารเชิงกลยุทธ์ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนในเชิงบวก ขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า เครื่องมือการบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน

ประสิทธิผลของเครื่องมือการบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง เมื่อเปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เครื่องมือการบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง ขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า เครื่องมือการบริหารด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุนส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างในเชิงลบ ขณะที่เครื่องมือการบริหารด้านระบบต้นทุนฐานกิจกรรมและด้านการบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอนส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างในเชิงบวก

ประสิทธิผลของเครื่องมือการบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน เมื่อเปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เครื่องมือการบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า เครื่องมือการบริหารด้านการวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจและด้านการวางแผนจากงบประมาณส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนในเชิงลบ

5. ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบริหารที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไร

ประสิทธิผลของเครื่องมือการบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น เมื่อเปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เครื่องมือการบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น ขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า เครื่องมือการบริหารด้านการวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจส่งผลต่อความสามารถใน

การทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้นในเชิงลบ ในขณะที่เครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์
รายจ่ายลงทุนส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้นในเชิงบวก

ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร
ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีในเชิงลบ ในขณะที่
เครื่องมือการบัญชีบริหารด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุนส่งผลต่อความสามารถในการทำ
กำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีในเชิงบวก เมื่อเปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า
บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน
ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี ขณะที่บริษัทที่
จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า เครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์รายจ่าย
ลงทุนและด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้าน
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีในเชิงบวก

ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร
ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและ
ค่าตัดจำหน่ายในเชิงลบ เมื่อเปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่ง
ประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า บริษัทที่จดทะเบียนใน
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และ
กำไรส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและ
ค่าตัดจำหน่ายในเชิงลบ ขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า เครื่องมือ
การบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย
ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำ
กำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ เมื่อเปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า บริษัทที่จดทะเบียนใน
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถใน
การทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิ ขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า
เครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจและด้านการบัญชีตาม
ความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไร
สุทธิในเชิงลบ ในขณะที่เครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์รายจ่ายลงทุนส่งผลต่อ
ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิในเชิงบวก

ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ เมื่อเปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า ทั้งบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ เครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น เมื่อเปรียบเทียบระหว่างบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า ทั้งบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ เครื่องมือการบัญชีบริหารทั้ง 8 ด้าน ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

6. แนวโน้มการใช้เครื่องมือการบัญชีบริหารในอนาคตของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ

แนวโน้มการใช้เครื่องมือการบัญชีบริหารโดยรวม พบว่า แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน ในส่วนของวิธีการวัดต้นทุนมีแนวโน้มใช้ระบบต้นทุนจริง (Actual Cost System) มากที่สุด รองลงมาคือ ระบบต้นทุนมาตรฐาน (Standard Cost System) ระบบต้นทุนปกติ (Normal Cost System) ตามลำดับ ในขณะที่วิธีการคิดต้นทุนมีแนวโน้มใช้วิธีการบัญชีต้นทุนรวม (Full Costing) หรือต้นทุนคิดเข้างาน (Absorption Costing) มากที่สุด รองลงมาคือวิธีการบัญชีต้นทุนผันแปร (Variable Costing) หรือต้นทุนทางตรง (Direct Costing)

การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร มีแนวโน้มใช้การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร (Cost Volume Profit Analysis : CVP) มากที่สุด รองลงมาคือ จุดคุ้มทุน (Break Even Point)

ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม มีแนวโน้มใช้ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม (Activity-Based Costing : ABC) มากถึงร้อยละ 54.71

การวางแผนจากงบประมาณ มีแนวโน้มใช้งบประมาณยืดหยุ่น (Flexible Budgeting) มากที่สุด รองลงมาคือ งบประมาณคงที่ (Static Budgeting)

การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน มีแนวโน้มใช้การบัญชีตามความรับผิดชอบ (Responsibility Accounting) มากที่สุด รองลงมาคือ การกำหนดราคาโอน (Transfer Pricing)

การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ มีแนวโน้มใช้การยกเลิกผลิตภัณฑ์หรือส่วนงานที่ให้ผลขาดทุน มากที่สุด รองลงมาคือ การตัดสินใจรับคำสั่งซื้อพิเศษหรือไม่ การผลิตเองหรือซื้อจากบุคคลภายนอก การตัดสินใจปิดโรงงานชั่วคราวและการตัดสินใจขายพื้นที่หรือผลิตต่อ ตามลำดับ

การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน มีแนวโน้มใช้วิธีดัชนีความสามารถในการทำกำไร (Profitability Index : PI) มากที่สุด รองลงมาคือ วิธีอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment : ROI) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period Method) และวิธีมูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value Method : NPV) ตามลำดับ

เครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีแนวโน้มใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility : CSR) มากที่สุด รองลงมาคือ การบัญชีเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Accounting) การวัดเปรียบเทียบสมรรถนะ (Benchmarking) ต้นทุนเป้าหมาย (Target Costing) การวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard) โซ่แห่งคุณภาพ (Value Chain) การบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management : TQM) ระบบการบริหารโดยกิจกรรม (Activity Based Management : ABM) งบประมาณฐานกิจกรรม (Activity-Based Budgeting : ABB) การจัดการต้นทุนเพื่อคุณภาพ (Cost Quality Management) การปรับหรือระบบ (Re-engineering) ระบบการผลิตแบบลีน (Lean Manufacturing) มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Value Added : EVA) การบริหารที่เน้นมูลค่า (Value Based Management : VBM) มูลค่าเพิ่มทางการตลาด (Market Value Added : MVA) ทฤษฎีข้อจำกัด (Theory of Constraints) ระบบการผลิตแบบทันเวลา (Just-In-Time Manufacturing System : JIT) การบริหารจัดการแบบ Six Sigma และการวางแผนเกี่ยวกับปริมาณสินค้าแบบคัมบัง (Kanban system) ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบแนวโน้มการใช้เครื่องมือการบัญชีบริหารของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่าแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน ในส่วนของวิธีการวัดต้นทุน ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ มีแนวโน้มใช้ระบบต้นทุนจริง (Actual Cost System) มากที่สุด รองลงมาคือ ระบบต้นทุนมาตรฐาน (Standard Cost System) ระบบต้นทุนปกติ (Normal Cost System) ตามลำดับ ในขณะที่วิธีการคิดต้นทุนมีแนวโน้มใช้วิธีการบัญชีต้นทุนรวม (Full Costing) หรือต้นทุนคิดเข้างาน (Absorption Costing) มากที่สุด รองลงมาคือวิธีการบัญชีต้นทุนผันแปร (Variable Costing) หรือต้นทุนทางตรง (Direct Costing)

การวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทยและบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า มีแนวโน้มใช้ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ และกำไร (Cost Volume Profit Analysis : CVP) มากที่สุด รองลงมาคือ จุดคุ้มทุน (Break Even Point)

ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมี แนวโน้มใช้ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม (Activity-Based Costing : ABC) มากถึงร้อยละ 54.73 ส่วนบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ แนวโน้มใช้ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม (Activity-Based Costing : ABC) มากถึงร้อยละ 54.67

การวางแผนจากงบประมาณ ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ มีแนวโน้มใช้งบประมาณยืดหยุ่น (Flexible Budgeting) มากที่สุด รองลงมาคือ งบประมาณคงที่ (Static Budgeting)

การบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาด หลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ มีแนวโน้มใช้ การบัญชีตามความรับผิดชอบ (Responsibility Accounting) มากที่สุด รองลงมาคือ การกำหนด ราคาโอน (Transfer Pricing)

การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทยมีแนวโน้มใช้การยกเลิกผลิตภัณฑ์หรือส่วนงานที่ให้ผลขาดทุนมากที่สุด รองลงมา คือ การตัดสินใจรับคำสั่งซื้อพิเศษหรือไม่ การผลิตเองหรือซื้อจากบุคคลภายนอก การตัดสินใจ ปิดโรงงานชั่วคราวและการตัดสินใจขายทันทีหรือผลิตต่อ ตามลำดับ ในขณะที่บริษัทที่จดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ มีแนวโน้มใช้การตัดสินใจรับคำสั่งซื้อพิเศษหรือไม่มากที่สุด รองลงมาคือ การยกเลิกผลิตภัณฑ์หรือส่วนงานที่ให้ผลขาดทุน การผลิตเองหรือซื้อจาก บุคคลภายนอก การตัดสินใจปิดโรงงานชั่วคราวและการตัดสินใจขายทันทีหรือผลิตต่อ ตามลำดับ

การวิเคราะห์รายจ่ายลงทุน บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมี แนวโน้มใช้วิธีดัชนีความสามารถในการทำกำไร (Profitability Index : PI) มากที่สุด รองลงมาคือ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment : ROI) วิธีอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period Method) และวิธีมูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value Method : NPV) ตามลำดับ ในขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ แนวโน้มใช้วิธีอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return : IRR) และวิธีดัชนี ความสามารถในการทำกำไร (Profitability Index : PI) มากที่สุด รองลงมาคือ อัตราผลตอบแทน

จากการลงทุน (Return on Investment : ROI) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period Method) และวิธีมูลค่าปัจจุบัน (Net Present Value Method : NPV) ตามลำดับ

เครื่องมือการบริหารเชิงกลยุทธ์ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีแนวโน้มใช้การบริหารบัญชีเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Accounting) และความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility : CSR) มากที่สุด รองลงมาคือ ต้นทุนเป้าหมาย (Target Costing) การวัดเปรียบเทียบสมรรถนะ (Benchmarking) การวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard) การบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management : TQM) โซ่แห่งคุณภาพ (Value Chain) ระบบการบริหารโดยกิจกรรม (Activity Based Management : ABM) งบประมาณฐานกิจกรรม (Activity-Based Budgeting : ABB) การจัดการต้นทุนเพื่อคุณภาพ (Cost Quality Management) การปรับรู้อะบบ (Re-engineering) มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Value Added : EVA) ระบบการผลิตแบบลีน (Lean Manufacturing) การบริหารที่เน้นมูลค่า (Value Based Management : VBM) มูลค่าเพิ่มทางการตลาด (Market Value Added : MVA) ทฤษฎีข้อจำกัด (Theory of Constraints) ระบบการผลิตแบบทันเวลา (Just-In-Time Manufacturing System : JIT) การบริหารจัดการแบบ Six Sigma และการวางแผนเกี่ยวกับปริมาณสินค้าแบบคัมบัง (Kanban system) ตามลำดับ ในขณะที่บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ มีแนวโน้มใช้ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility : CSR) มากที่สุด รองลงมาคือ การบัญชีเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Accounting) การวัดเปรียบเทียบสมรรถนะ (Benchmarking) ต้นทุนเป้าหมาย (Target Costing) การวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard) โซ่แห่งคุณภาพ (Value Chain) ระบบการบริหารโดยกิจกรรม (Activity Based Management : ABM) การบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management : TQM) งบประมาณฐานกิจกรรม (Activity-Based Budgeting : ABB) การจัดการต้นทุนเพื่อคุณภาพ (Cost Quality Management) การปรับรู้อะบบ (Re-engineering) ระบบการผลิตแบบลีน (Lean Manufacturing) การบริหารที่เน้นมูลค่า (Value Based Management : VBM) มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Value Added : EVA) มูลค่าเพิ่มทางการตลาด (Market Value Added : MVA) ทฤษฎีข้อจำกัด (Theory of Constraints) ระบบการผลิตแบบทันเวลา (Just-In-Time Manufacturing System : JIT) การวางแผนเกี่ยวกับปริมาณสินค้าแบบคัมบัง (Kanban system) และการบริหารจัดการแบบ Six Sigma ตามลำดับ

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาประสิทธิผลของข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไรทางธุรกิจ ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า

1. ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจโดยรวมหรือจะวิเคราะห์แยกเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ก็ล้วนส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ในเชิงบวก สะท้อนให้เห็นถึงข้อมูลการบัญชีบริหารสามารถนำมาใช้ประเมินสถานการณ์ได้อย่างตรงประเด็น มีความเกี่ยวข้องกันกับธุรกิจ สามารถใช้ประเมินทางเลือกเพื่อเลือกดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งในการนำสินทรัพย์ที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพเพื่อก่อให้เกิดกำไร

2. ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความทันต่อเวลาโดยรวมหรือวิเคราะห์แยกเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ล้วนส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างและด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนในเชิงลบ และเมื่อวิเคราะห์แยกเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความทันต่อเวลาส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างในเชิงลบ อาจกล่าวได้ว่า ความต้องการของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การที่ธุรกิจต้องคิดหาความแตกต่างในตัวสินค้าเพื่อไม่ให้ซ้ำกับสินค้าอื่นในท้องตลาดหรือต้องมึนนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อให้สินค้าคู่โคดเด่นกว่าคู่แข่ง และการที่ธุรกิจต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target Group) ให้เล็กลง เพื่อจะได้ทำการตลาดแบบเข้าถึงพฤติกรรมผู้บริโภค และสามารถคาดคะเนความต้องการในอนาคตของลูกค้านำได้ ส่งผลให้ธุรกิจสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากรอข้อมูลที่มีความทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ เป็นปัจจุบันเพียงพอต่อการตัดสินใจ อาจทำให้ล่าช้า ไม่ทันต่อสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงต้องพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันโดยใช้หลักเกณฑ์ที่น่าเชื่อถือ สมเหตุสมผล เพื่อประมาณการข้อมูลขึ้นมาใช้ก่อนเพื่อนำเสนอสินค้าหรือบริการตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มนั้นๆ ได้ทันเวลา การแสดงข้อมูลด้วยความระมัดระวังของข้อมูลการเงินจะสูญเสียโอกาสในการจัดเตรียมข้อมูลที่รวดเร็วและทันเวลา อย่างไรก็ตาม ความทันเวลาไม่สามารถรับประกันได้ว่าข้อมูลจะมีประสิทธิผล โดยข้อมูลที่ไม่เหมาะสมจะไม่สามารถเพิ่มความมีประสิทธิภาพของข้อมูลได้เลย (Mohammadi, Heyrani & Golestani, 2013, pp. 186-197)

ประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความทันต่อเวลาโดยรวมส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิในเชิงบวก สะท้อนให้เห็นถึงการมีข้อมูลที่พร้อมใช้ ทันต่อความต้องการ ข้อมูลมีความทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ซึ่งเหมาะกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา รวมถึงการมีระบบจัดเก็บข้อมูลที่ดี ส่งผลให้การนำข้อมูลมาใช้ของผู้บริหารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การสั่งการ การควบคุม และการตัดสินใจ เพื่อการบริหารงานให้ได้ผลตอบแทนในรูปของกำไรสุทธิ แสดงให้เห็นถึงการดำเนินงานที่ดี ทำให้มีกำไรสูง อันเนื่องมาจากสามารถหารายได้ได้เป็นจำนวนมาก และสามารถควบคุมรายจ่ายต่างๆ ให้ต่ำได้ ส่งผลต่อศักยภาพในการทำกำไร นอกจากนี้ และประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความทันต่อเวลาโดยรวมหรือจะวิเคราะห์แยกเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นเชิงบวก สะท้อนให้เห็นถึง การประเมินผลตอบแทนของเงินที่ผู้ลงทุนได้รับจากการลงทุน บ่งบอกว่าบริษัทนำเงินทุนของผู้ลงทุนไปดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถ้ากิจการใช้เงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้นน้อยกว่าการก่อหนี้จะส่งผลให้อัตรากำไรผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นสูง ซึ่งแสดงถึงความเสี่ยงทางการเงินที่สูงของกิจการ เมื่อกิจการมีข้อมูลที่พร้อม รวมถึงมีการนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก็จะส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไร

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเฉพาะส่วนของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความทันต่อเวลาส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรผลตอบแทนจากสินทรัพย์ในเชิงลบ อาจกล่าวได้ว่า ข้อมูลสามารถนำมาวางแผน พยากรณ์ เพื่อการวางแผนแนวทางในการบริหารสินทรัพย์เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด การแสดงข้อมูลด้วยความระมัดระวังของข้อมูลการเงินจะสูญเสียโอกาสในการจัดเตรียมข้อมูลที่รวดเร็วและทันเวลา อย่างไรก็ตาม ความทันเวลาไม่สามารถรับประกันได้ว่าข้อมูลจะมีประสิทธิผล โดยข้อมูลที่ไม่เหมาะสมจะไม่สามารถเพิ่มความมีประสิทธิภาพของข้อมูลได้เลย (Mohammadi, Heyrani & Golestani, 2013, pp. 186-197)

3. ประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต โดยรวม ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างและด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนในเชิงบวก เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเฉพาะส่วนของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่าประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคตส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนในเชิงบวก โดยข้อมูลทางการบัญชีจะช่วยในการวิเคราะห์ วางแผน และการพยากรณ์ ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงที่อาจจะ

เกิดขึ้น ทำให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กุลชญา แวนแก้ว, 2556, หน้า 34-39) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการนำข้อมูลทางการบัญชีบริหาร มาทำการวิเคราะห์และพยากรณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสม นำไปวางแผนเพื่อให้สินค้าหรือบริการมีความแตกต่างจากคู่แข่งอย่างไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์ คุณภาพ การบริการหลังการขาย รวมถึงการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ทำให้ผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี สามารถระบุดลาดที่จะเข้าไปทำธุรกิจได้อย่างชัดเจนว่ากลุ่มใด เพื่อการตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มนั้นๆ และใช้ควบคุมเกี่ยวกับต้นทุนของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่ง ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้ต้นทุนที่ต่ำ แต่ยังคงรักษาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ไว้ได้ โดยมีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต โดยรวมหรือจะวิเคราะห์แยกเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ก็ล้วนส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้นและด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ในเชิงบวก ข้อมูลทางการบัญชีจะช่วยในการวิเคราะห์ วางแผนและการพยากรณ์ ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น ทำให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กุลชญา แวนแก้ว, 2556, หน้า 34-39) สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของข้อมูลการบัญชีบริหารในการนำมาวางแผนหรือพยากรณ์ เพื่อสร้างรายได้ให้เป็นที่ไปตามเป้าหมายที่วางไว้ รวมถึงการควบคุมต้นทุนขายให้อยู่ในระดับที่ต้องการได้ ทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้กิจการมีการเติบโตสามารถดำรงอยู่ได้ในสถานะที่มีการแข่งขันกันมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการวางแผนทางการบริหารสินทรัพย์เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

4. ประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน โดยรวมหรือจะวิเคราะห์แยกเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ก็ล้วนส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างในเชิงบวก และประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารด้านความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน โดยรวมหรือจะวิเคราะห์แยกเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ก็ล้วนส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนในเชิงบวก ซึ่งคุณลักษณะของข้อมูลการบัญชีบริหารด้านตัวข้อมูลเอง คือ ความเป็นจริง ความเชื่อถือได้ ความถูกต้อง ความเป็นกลาง การตรวจสอบได้ การแสดงรายการอย่างสมควรจะแสดงและข้อมูลมีแหล่งที่น่าเชื่อถือได้ ล้วนแล้วแต่สัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพในการตัดสินใจ (วิจิตรา กินาวงศ์, 2553, หน้า 48-49) จึงนำไปสู่การตัดสินใจในเลือกกลยุทธ์การสร้างแตกต่างและการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ที่สามารถนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินงานได้ ซึ่งสะท้อน

ให้เห็นถึงข้อมูลการบัญชีบริหารได้มาจากการประมาณการ ภายใต้การประมาณการนั้น เป็นไปอย่างเหมาะสม มีเหตุผลหรือสมมติฐานที่เชื่อถือได้ เมื่อมีการนำไปประยุกต์ใช้จึงก่อให้เกิดประสิทธิผล เพื่อการปรับปรุงหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่คู่แข่งชั้นลอกเลียนแบบได้ยาก รวมถึงปรับปรุงผลิตภัณฑ์ได้ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ และทำการตลาดได้ตรงตามกลุ่มลูกค้า สามารถเข้าถึงพฤติกรรมผู้บริโภคได้ ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน เพราะหากข้อมูลที่ได้รับและนำไปใช้ไม่ตรงกับข้อเท็จจริงจะส่งผลให้การตัดสินใจผิดพลาดได้

5. ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเฉพาะส่วนของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่าส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างในเชิงลบ อาจกล่าวได้ว่า ข้อมูลต้นทุนเพื่อใช้ในการวางแผน การควบคุมและการตัดสินใจทางธุรกิจจะช่วยให้ธุรกิจสามารถเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด การตัดสินใจเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ในอนาคต ดังนั้น การเลือกวิธีการวัดต้นทุนหรือวิธีการคิดต้นทุน ต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการเพราะแต่ละวิธีมีประโยชน์และข้อจำกัดแตกต่างกัน

ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านแนวคิดและการจัดประเภทต้นทุนโดยรวม หรือจะวิเคราะห์แยกเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ก็ล้วนส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีในเชิงบวก วิธีการวัดต้นทุนหรือวิธีการคิดต้นทุน จะส่งผลต่ออัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีแตกต่างกัน เพราะค่าที่ได้ในแต่ละวิธีจะแตกต่างกัน ดังนั้นต้องเลือกให้เหมาะกับธุรกิจ และสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้

6. ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ และกำไร โดยรวมส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี และด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายในเชิงลบ หรือจะวิเคราะห์แยกเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ก็ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายในเชิงลบ อาจกล่าวได้ว่าเป็นเครื่องมือที่นำมาใช้วางแผนกำไร เพื่อหาปริมาณการขายที่คุ้มทุน กำหนดราคาสินค้า ซึ่งเหมาะสมกับการวางแผนการดำเนินงานระยะสั้นได้เป็นอย่างดี แต่ยังไม่ได้รวมถึงการวางแผนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ดังนั้น หากต้องการให้อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีมียุทธศาสตร์สูง ต้องมีการวางแผนทั้งด้านรายได้ ต้นทุน ค่าใช้จ่าย และต้องวางแผนทั้งในระยะสั้นและระยะยาวด้วย

7. เมื่อวิเคราะห์แยกเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารด้านระบบต้นทุนฐานกิจกรรมส่งผลต่อความสามารถใน

การแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างในเชิงบวก ระบบต้นทุนฐานกิจกรรมทำให้สามารถวิเคราะห์กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจกับองค์กร เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการควบคุมและลดต้นทุนของกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจด้านต่างๆ เช่น การตั้งราคาสินค้า การปรับปรุงรูปแบบการผลิต รวมถึงการตัดสินใจยกเลิกการผลิต (Degraeve & Roodhooft, 2000, pp. 69-98 อ้างถึงในสุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 62) ระบบต้นทุนฐานกิจกรรมสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ ซึ่งควรใช้ร่วมกับเครื่องมืออื่นๆ โดยมีข้อมูลระบบต้นทุนฐานกิจกรรมเป็นพื้นฐาน และนำเครื่องมือเชิงกลยุทธ์อื่นๆมาใช้ร่วมกัน เพื่อให้สามารถวางแผนกลยุทธ์ในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Kannaiah, 2015, pp. 275-281)

8. เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเฉพาะส่วนของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่าประสิทธิผลของเครื่องมือการบริหารจัดการด้านการวางแผนจากงบประมาณส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนในเชิงลบ อาจกล่าวได้ว่า การที่จะจัดทำงบประมาณจึงต้องมีการปรับแผนให้ทันกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้น ในบางครั้งอาจไม่ได้ใช้ข้อมูลด้านการวางแผนจากงบประมาณหากข้อมูลนั้นต้องใช้เวลานานในการจัดทำ จึงต้องอาศัยข้อมูลอื่นมาประกอบการตัดสินใจเลือกกลยุทธ์การแข่งขัน เพื่อให้มีผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี รวมถึงสามารถระบุตลาดที่จะเข้าไปทำธุรกิจได้อย่างชัดเจนว่ากลุ่มใด เพื่อการตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มนั้นๆ เพื่อส่งผลให้ธุรกิจสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งข้อมูลเชิงลึกจากการบัญชีบริหารและข้อมูลการตลาดจะเป็นกรอบในการสร้างกลยุทธ์ การบัญชีบริหารมีส่วนสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ ประเมินการดำเนินงานของลูกค้า ผู้ขาย และคู่แข่ง ซึ่งหลักการทั่วไปของการบัญชีบริหารมีจุดมุ่งหมายเพื่อก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน (Dunkovic, Juric & Nikolic, 2010, pp. 739-750)

9. เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเฉพาะส่วนของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่าประสิทธิผลของเครื่องมือการบริหารจัดการบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอนส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างในเชิงบวก โดยเป็นแนวทางในการกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงาน หากผลการปฏิบัติงานมีผลต่างเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก อาจทำให้กิจการต้องปรับปรุงมาตรฐานที่กำหนดไว้ให้เหมาะสมในแต่ละหน่วยงานเพื่อการประเมินผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (นาคยา ตริรัตน์ดีลกุล, 2550, หน้า 8-27) การสร้างความแตกต่างอาจจำเป็นต้องมีการลงทุนด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ออกมามีคุณภาพ ได้มาตรฐาน แตกต่างจากคู่แข่ง จึงเกิดต้นทุนผลิตภัณฑ์ด้านต่างๆ เช่น ต้นทุนวิจัยและ

พัฒนา ต้นทุนการออกแบบผลิตภัณฑ์ ต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาด ต้นทุนการจัดจำหน่าย และ ต้นทุนการบริการลูกค้า เป็นต้น ดังนั้นองค์กรจึงต้องมีการวางแผน การควบคุมต้นทุน การกำหนด ราคาขายและการวัดประสิทธิภาพการทำกำไรในระยะยาว

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเฉพาะส่วนของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่า ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบริหารด้านการบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนด ราคาโอนส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิในเชิงลบ อาจกล่าวได้ว่าการบัญชีตามความรับผิดชอบและการกำหนดราคาโอน เป็นการวิเคราะห์เฉพาะหน่วยงานต่างๆ เพื่อดูประสิทธิภาพการดำเนินงาน ไม่ได้มองภาพรวมทั้งองค์กร ดังนั้น จึงควรรนำผลการดำเนินงาน ของแต่ละหน่วยมาประเมินผลรวมกัน เพื่อให้ได้ภาพรวมขององค์กร

10. เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเฉพาะส่วนของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่าประสิทธิภาพของเครื่องมือการบริหารด้านการวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนเชิงลบ อาจกล่าวได้ว่า การที่ธุรกิจ ต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target Group) ให้เล็กลง เพื่อจะได้ทำการตลาดแบบเข้าถึงพฤติกรรม ผู้บริโภค และสามารถคาดคะเนความต้องการในอนาคตของลูกค้าได้ เพื่อส่งผลให้ธุรกิจสามารถ แข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น เมื่อจะกำหนดกลยุทธ์ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน องค์กรต้องทำผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี รวมถึงสามารถระบุตลาด ที่จะเข้าไปทำธุรกิจได้อย่างชัดเจนว่ากลุ่มใด เพื่อการตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มนั้นๆ จึง ต้องมีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของกลยุทธ์ที่กำหนด โดยให้ความสนใจปัจจัย ด้านการแข่งขันทั้งภายในและภายนอก จึงต้องมีการกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จ และมั่นใจว่าองค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง (Sabir, Sabr & Nader, 2015, pp. 84-99)

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเฉพาะส่วนของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ พบว่าประสิทธิภาพของเครื่องมือการบริหารด้านการวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้นและด้านอัตรากำไรสุทธิในเชิงลบใน เชิงลบ อาจกล่าวได้ว่า การวิเคราะห์ข้อมูลบัญชีเพื่อการตัดสินใจ ไม่ว่าจะเป็นการผลิตเองหรือซื้อ จากบุคคลภายนอก การตัดสินใจรับคำสั่งซื้อพิเศษหรือไม่ การยกเลิกผลิตภัณฑ์หรือส่วนงานที่ ให้ผลขาดทุน การตัดสินใจขายทันทีหรือผลิตต่อ การตัดสินใจปิดโรงงานชั่วคราว ซึ่งล้วนส่งผลต่อ กำไรทั้งสิ้นไม่ว่าจะเป็นรายได้ ต้นทุน ค่าใช้จ่ายต่างๆ ซึ่งหากไม่มีการวิเคราะห์หรือตัดสินใจใดๆ เลย ก็ย่อมส่งผลต่อกำไร ดังนั้น จึงต้องมีการวิเคราะห์เพื่อทบทวนการดำเนินงานขององค์กรว่ายังมี ประสิทธิภาพอยู่หรือไม่ เพราะสภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

11. เมื่อวิเคราะห์แยกเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ยังพบว่า ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบริหารจัดการด้านการวิเคราะห์รายจ่ายลงทุนส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้น ด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี และด้านอัตรากำไรสุทธิในเชิงบวก เป็นการวิเคราะห์โครงการที่จะลงทุน เมื่อมีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำมาวางแผน รวมถึงศึกษาความเป็นไปได้ โอกาสที่จะขาดทุนย่อมน้อยลง เพราะมีการประเมินทั้งด้านรายได้ ต้นทุน และค่าใช้จ่ายต่างๆ

12. ประสิทธิภาพของเครื่องมือการบริหารจัดการด้านเครื่องมือการบริหารเชิงกลยุทธ์ โดยรวมหรือจะวิเคราะห์แยกเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ก็ล้วนส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนในเชิงบวก เครื่องมือการบริหารเชิงกลยุทธ์สามารถนำมาวางแผนงบประมาณทางการเงินที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า ถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญ ที่ผู้บริหารนำมาใช้ในการวางแผนการดำเนินงาน รวมถึงการควบคุมและการประเมินผลการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้น รวมถึงมีการวัดผลการดำเนินงานจากความพึงพอใจของลูกค้า จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ และการลดเวลาการผลิต (สารทูล บัวขาว, 2549, หน้า 53-58) เครื่องมือการบริหารเชิงกลยุทธ์มีหลากหลายชนิด ซึ่งแต่ละเครื่องมือก็มีประโยชน์แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับว่าผู้ใช้ต้องการข้อมูลมาเพื่อใช้ประโยชน์ด้านใด โดยปกติบริษัทจะกำหนดกลยุทธ์เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จ สิ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ว่าการแข่งขันมีอยู่ทั่วโลกคือการลดต้นทุน นวัตกรรม การมีความเป็นเลิศ คุณภาพ การปรับปรุงข้อบกพร่องและปัจจัยอื่นๆ กลยุทธ์ การเป็นผู้นำด้านต้นทุนมีอิทธิพลอย่างมีสาระสำคัญต่อการใช้เครื่องมือการบริหารต้นทุนฐานกิจกรรม (ABC), การปรับระบบกระบวนการทางธุรกิจ (BPR) และการแลกเปลี่ยนความรู้ (Alsoboa & Aldehayyat, 2013, pp. 545) ข้อมูลทางการบัญชีที่ดีจึงเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้บริหารสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น ด้านการวางแผน ด้านการบริหารการปฏิบัติงาน ด้านการควบคุม ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ด้านการรายงานผลการปฏิบัติงาน รวมถึงการตัดสินใจต่างๆ (เบญจมาศ อภิสิทธิ์ภิญโญ, 2557, หน้า 19-20)

อย่างไรก็ตาม ประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบริหารบางส่วนที่ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันไม่ว่าจะเป็นด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน และไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรไม่ว่าจะเป็นด้านอัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น อาจเกิดจากหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นข้อจำกัดจากการใช้ข้อมูลการบริหาร คือ ความล่าช้าของข้อมูล ข้อมูลมีความไม่แน่นอนและข้อมูลไม่ทันสมัย (วิจิตรรา กีนาวงศ์, 2553, หน้า 48-49) ทั้งนี้

ก็ขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการข้อมูล ว่าองค์กรจะสามารถนำข้อมูลมาทำให้เกิดคุณค่า ก่อให้เกิดประโยชน์จนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประสิทธิผลมากน้อยเพียงใด ประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารที่ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันและความสามารถในการทำกำไรในด้านที่ทำการศึกษาก็อาจส่งผลต่อองค์กรในด้านอื่น เช่น ข้อมูลทางบัญชีบริหารที่มีคุณภาพมีผลต่อการเพิ่มผลผลิตในการลดต้นทุนและลดการสูญเสียในการผลิต การใช้ทรัพยากรและเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ และการพัฒนาศักยภาพของผู้ปฏิบัติงานและจะส่งผ่านไปยังความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว กล่าวได้ว่า คุณภาพของข้อมูลบัญชีบริหารถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญในองค์กร (กัญธนา ดิษฐ์แก้ว, 2558, หน้า 47-63) อีกทั้งการจะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสามารถในการทำกำไรต้องประกอบด้วยหลายปัจจัย ไม่ใช่จะเกิดจากประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารเพียงปัจจัยเดียว เพราะเมื่อผู้บริหารที่เผชิญกับสภาพการแข่งขันที่รุนแรงมักจะมีความต้องการข้อมูลทั้งที่เป็นข้อมูลทางการเงินและที่ไม่ใช่ทางการเงินสำหรับประกอบการตัดสินใจ และในสภาพการแข่งขันที่รุนแรงระบบการคำนวณต้นทุนและระบบประเมินผลการปฏิบัติงานที่เหมาะสมก็เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อความอยู่รอดของกิจการ (Libby & Waterhouse, 1996, pp. 137-150) การแพร่กระจายข้อมูลการบัญชีบริหารต่อพนักงาน ผลที่ได้คือ เกิดนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง พนักงานมีการปรับปรุงกระบวนการทำงาน เกิดการลดค่าใช้จ่าย ดังนั้น จึงเกิดการรักษาและเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร (Gomjak, 2014, pp. 1356-1358)

อีกทั้งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วมาก การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจึงเป็นไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้นการตัดสินใจของผู้บริหารจึงต้องการความรวดเร็ว และทันต่อความต้องการมากขึ้น หากนักบัญชีบริหารยังไม่ปรับตัวและเข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลการบัญชีบริหารให้เป็นไปอย่างถูกต้อง รวดเร็ว ทันต่อความต้องการ ข้อมูลการบัญชีบริหารก็จะไม่มีความสำคัญเลย (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2557, หน้า 11-13) จะเห็นได้ว่านอกจากข้อมูลที่มีความสำคัญแล้ว บุคลากรที่เกี่ยวข้องในการจัดเก็บ จัดทำข้อมูลก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน เพราะหากบุคลากรไม่นำข้อมูลมาวิเคราะห์ ออกรายงาน ข้อมูลที่มีอาจไม่ก่อให้เกิดประโยชน์อะไรเลย รวมถึงผู้ใช้ข้อมูลเองก็ต้องมีความเข้าใจในข้อมูล เพื่อจะนำไปประยุกต์ใช้ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ ไม่สำคัญผิดในสาระสำคัญของข้อมูล

นอกจากนี้ ประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารบางส่วนที่ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันไม่ว่าจะเป็นด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่างและการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน และไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรไม่ว่าจะเป็นด้านอัตรา

กำไรขั้นต้น อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น อาจเกิดจากหลายปัจจัย อันเนื่องมาจากผู้บริหารไม่ได้เรียนรู้ข้อจำกัดและประโยชน์ของการบัญชีบริหารทั้งแบบดั้งเดิมและแบบใหม่ เพื่อให้สามารถเลือกและนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับกิจการของตนเอง เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด (จุฑามาน สิทธิผลวานิชกุล, 2553, หน้า 90-97) นอกจากนี้ ปัญหาจากการใช้เทคนิคการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ คือ บุคลากรทางการบัญชีขาดการพัฒนา การใช้นโยบายประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดเตรียมข้อมูลการบัญชีบริหาร และขาดแคลนบุคลากรแผนกบัญชี (สมหวัง สีหะ, 2557, หน้า 78-84) และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการใช้สารสนเทศทางการบัญชีของผู้บริหารคือ ปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้บริหาร ปัจจัยการสนับสนุนของผู้บริหารระดับสูง ปัจจัยลักษณะของปัญหา และปัจจัยคุณลักษณะเฉพาะของผู้ใช้และคุณภาพของระบบสารสนเทศทางการบัญชี ส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้สารสนเทศทางการบัญชีของผู้บริหาร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะช่วยให้องค์กรที่มีเครื่องมือการบัญชีบริหารอยู่แล้วสามารถใช้เครื่องมือที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยกำหนดปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของผู้บริหารอย่างมีประสิทธิภาพ (วรรณวิมล ศรีหิรัญ, 2553, หน้า 54-63)

ปัจจัยที่สำคัญนอกจากข้อมูลก็คือสถานการณ์แวดล้อมและผู้บริหาร เพราะการเลือกทางออกที่จะนำไปสู่การแก้ปัญหาทางการบริหารถือว่าไม่มีวิธีใดดีที่สุด หากแต่สถานการณ์นั้นที่จะเป็นตัวกำหนดว่าควรจะใช้การบริหารแบบใดในสภาวะการณ์เช่นนั้น ถือว่าการบริหารจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ซึ่งสถานการณ์จะเป็นตัวกำหนดการตัดสินใจ และรูปแบบการบริหารที่เหมาะสมและผู้บริหารจะต้องพยายามวิเคราะห์สถานการณ์ให้ดีที่สุด มุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสภาพแวดล้อมขององค์กร ผู้นำควรพิจารณาความแตกต่างระหว่างบุคคล ระเบียบกฎเกณฑ์ วิธีการ กระบวนการและการควบคุมงาน ความแตกต่างระหว่างความสัมพันธ์ของบุคคลในองค์กร หรือความแตกต่างระหว่างเป้าหมายการดำเนินงานขององค์กร (Fiedler, 1967, อ้างถึงใน ปัญจพร ศรีชนาพันธ์, 2555, หน้า 37-48) ดังนั้น เมื่อมีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำมาใช้ ควรคำนึงถึงสถานการณ์ด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับสถานการณ์ และสำคัญที่สุดคือผู้บริหารต้องมีความเข้าใจสถานการณ์และข้อมูลที่นำมาใช้ เพื่อให้การตัดสินใจเป็นการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด นอกจากผู้บริหารแล้ว ผู้จัดทำข้อมูลเองก็ควรมีความเข้าใจสถานการณ์และข้อมูลด้วยเช่นกัน เพราะการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีเปิดโอกาสให้องค์กรมีการผลิตสินค้าและให้บริการใหม่ๆ ด้วยวิธีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในยุคของการแข่งขัน โลกาภิวัตน์ (Globalization) องค์กรต้องให้ความสนใจลูกค้ามากเป็นพิเศษ เนื่องจากความต้องการของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพราะฉะนั้น องค์กรและระบบการบริหารจัดการที่ใช้อยู่จึงต้อง

ปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม การจัดลำดับความสำคัญเชิงกลยุทธ์ รวมทั้งการให้ข้อมูลบัญชีบริหาร (Chenhall & Langfield-Smith, 1998, pp.243-264 อ้างถึงใน สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2557, หน้า 61) ที่ถือว่ามี ความสำคัญต่อการวัดความสำเร็จของกลยุทธ์ ข้อมูลทางการบัญชีที่ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อใช้ในการวางแผน การควบคุม การดำเนินงาน และใช้ประกอบการตัดสินใจเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยอาจแสดงเป็นจำนวนเงิน หรือไม่เป็นจำนวนเงินก็ได้

จากการศึกษาพบว่า การวิเคราะห์ข้อมูลโดยรวม การวิเคราะห์แยกเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และการวิเคราะห์แยกเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ผลการวิจัยที่ได้จะแตกต่างกัน เกิดจากลักษณะกิจการที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารแตกต่างกัน และปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์กับการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารตามลักษณะผู้ประกอบการ คือ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน สำหรับปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์กับการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารตามลักษณะกิจการคือ ประเภทธุรกิจ รูปแบบธุรกิจ ทุนจดทะเบียน ระยะเวลาดำเนินธุรกิจและจำนวนพนักงาน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรมีความรู้เกี่ยวกับการบัญชีบริหาร รวมถึงการนำเครื่องมือบัญชีบริหารไปประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์และเหมาะสมกับธุรกิจ (เคลือวัลย์ ช้างเผือก, 2552, หน้า 86-169) บริษัทที่ดำเนินธุรกิจพาณิชย์กรรมและอุตสาหกรรมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยใช้กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน และกลยุทธ์ที่ใช้บ่อยที่สุดคือ กลยุทธ์มุ่งตลาดเฉพาะส่วน ขณะที่ธุรกิจด้านการบริการจะเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม และปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าโดยใช้กลยุทธ์มุ่งตลาดเฉพาะส่วน (รัชนิยา บังเมฆ, 2552, หน้า 33-35) ด้วยผู้บริหารมีความรู้ ประสบการณ์ที่แตกต่างกัน อีกทั้งลักษณะธุรกิจแต่ละอย่างก็มีองค์ประกอบและข้อจำกัดที่ต่าง กัน การรับรู้ถึงประสิทธิผลของข้อมูลการบัญชีบริหารก็ย่อมแตกต่างกันไป หากผู้บริหารได้รับข้อมูลที่ตรงตามสถานการณ์ของธุรกิจ และตัวผู้บริหารเองก็มีความเข้าใจข้อมูล ข้อมูลนั้นย่อมมี ประสิทธิภาพสามารถส่งผลต่อการดำเนินงานได้ ไม่ว่าจะเป็นศักยภาพในการแข่งขันและการทำกำไร เนื่องจากข้อมูลการบัญชีมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริหารทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริหาร ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จของกิจการ (Wall & Greiling, 2011, pp. 91-135)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

จากการศึกษาประสิทธิผลของข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไรทางธุรกิจ ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นประโยชน์ในการนำข้อมูลการบัญชีบริหารไปประยุกต์ใช้ ดังนี้

1. ผู้บริหารรวมถึงบุคลากรที่เกี่ยวข้องควรศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลการบัญชีบริหารให้เข้าใจถึงประโยชน์ ข้อจำกัด เพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจนำมาใช้ได้ตรงกับสถานการณ์ขององค์กร
2. ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับประสิทธิผลของข้อมูลการบัญชีบริหาร เพราะเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไร นำมาซึ่งความสำเร็จในการดำเนินงาน
3. ผู้บริหารควรนำข้อมูลการบัญชีบริหารมาประยุกต์ใช้เพื่อการวางแผน การสั่งการ การควบคุม และการตัดสินใจ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไร หากสามารถบริหารจัดการได้อย่างเหมาะสม คุ่มค่า จะช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานและยกระดับความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไรได้ในระยะยาว

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ศึกษาปัจจัยที่อาจเป็นปัญหาหรืออุปสรรคต่อการนำบัญชีบริหารมาประยุกต์ใช้ ซึ่งเป็นสาเหตุทำให้ไม่ก่อให้เกิดประสิทธิผลของข้อมูลการบัญชีบริหาร
2. ศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารและเครื่องมือการบัญชีบริหาร
3. ศึกษาแรงจูงใจในการเลือกใช้เครื่องมือการบัญชีบริหารทั้งในปัจจุบันและอนาคต
4. ศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไรทางธุรกิจ
5. นอกจากเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว อาจใช้วิธีเก็บข้อมูลแบบอื่นร่วมด้วย เช่น การสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดมากขึ้น

บรรณานุกรม

- กัญญา ดิษฐ์แก้ว. (2558). คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชีบริหาร นวัตกรรมทางการบริหารการเพิ่มผลผลิตและความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการโรงสีข้าวในเขตภาคเหนือของประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 8(1), หน้า 47-66.
- กุลชญา แวนแก้ว. (2556). *การพัฒนาสมรรถนะของกิจการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ภาคอุตสาหกรรมการผลิตในจังหวัดศรีสะเกษ*, คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.
- กชกร เฉลิมกาญจนา. (2552). *การบัญชีบริหาร* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กชกร สันตินาราพันธุ์. (2553). *การนำการบัญชีบริหารไปใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย*. งานนิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต สาขาวิชาบัญชี, คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา.
- คมกฤษ ภาวศุทธิพนธ์ และสุภาภรณ์ คงสวัสดิ์. (2554). การบัญชีบริหาร: บทบาทสำคัญในฐานะเครื่องมือสำหรับผู้นำองค์กรยุคใหม่. *วารสารนักบริหาร*, 31(3), หน้า 125-129.
- เคลือวัลย์ ช้างเผือก. (2552). *การใช้เครื่องมือการบัญชีบริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตและบริการในกรุงเทพมหานคร*. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารบัญชีมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จันทร์จิรา คงจันทร์. (2548). *การศึกษาวิธีปฏิบัติทางการบัญชีบริหารของธุรกิจอุตสาหกรรมแปรรูปไม้ยางพาราในภาคใต้*. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- จุฑามาน สิทธิผลวนิชกุล. (2553). วิวัฒนาการของการบัญชีบริหารสู่การเปลี่ยนแปลงในมุมมองสำหรับผู้บริหาร. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 6(17), หน้า 90-97.
- ดารณี เอื้อชนะจิต. (2554). *ผลกระทบของคุณภาพข้อมูลทางบัญชี และลักษณะองค์กรธุรกิจ ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ดาร์รัตน์ สุขแก้ว และสัมพันธ์ จันทร์ดี. (2551). *การศึกษาแนวโน้มกลยุทธ์การบัญชีบริหารของประเทศไทยช่วงปี พ.ศ.2541-2549*. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2559). *ข้อมูลบริษัท/หลักทรัพย์* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:
<https://www.set.or.th/th/company/companylist.html>. (2559, 1 มีนาคม).
- ทิพาพร ขวัญมา. (2556). ผลกระทบของคุณภาพข้อมูลทางบัญชีบริหารที่มีต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารการบัญชีและการจัดการ*, 5(4), หน้า 103-113.
- ธนวัฒน์ ทรัพย์ไพบุลย์. (2554). *บัญชีล้ำค่า: กลยุทธ์ วิสัยทัศน์ เคล็ดลับ*. กรุงเทพฯ: อนิเมทกรุ๊ป.
- นาตยา ตริรัตน์ดิลกกุล. (2550). *หลักการบัญชีเพื่อการจัดการ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บูรณะศักดิ์ มาดหมาย. (2552). บริหารโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) อย่างไรให้เกิดผล ตอนที่ 1. *วารสาร For Quality*, 16(139), หน้า 35-39.
- เบญจมาศ อภิลิทธิภักดี. (2557). *การบัญชีเพื่อการจัดการ*. กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพรส (1898).
- บริษัท อีเอ็กซ์พี โพรเฟสชั่นนอล เซอร์วิสেস จำกัด. (ม.ป.ป.). *The Theory of Constraints (TOC)* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.exp-proservices.com/3pdf/The%20Theory%20of%20Constraints.pdf>. (2559, 25 เมษายน).
- ปัญญาพร ศรีชนาพันธ์. (2555). รูปแบบความเป็นผู้นำ ระบบการบัญชีบริการและการดำเนินงานการบริหารจัดการ. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 1(1), หน้า 37-48.
- ประภาภรณ์ เกียรติกุลวัฒนา. (2555). การใช้เทคนิคการบริหารต้นทุนและการใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อการบริหารของบริษัทในประเทศไทย. *วารสารวิจัย มข.*, 11(2), หน้า 141-153.
- พรธิภา อังก์คุณารักษ์. (2553). จุดคอขวดนั้นสำคัญไฉน. *For Quality Magazine*, 24(221), หน้า 40-43.
- ภิมุข จันทรงาม และคณิตศร เทิดเผ่าพงศ์. (2558). โครงสร้างผู้ถือหุ้น ขนาด ประเภทอุตสาหกรรมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กับความสามารถในการทำกำไรทางบัญชี. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา*, 2(สืบเนื่อง 1 2558), หน้า 457-463.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร. (ม.ป.ป.). *Benchmarking คืออะไร* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:
http://www.msit.mut.ac.th/member/filemanager/share_file/nat/Benchmarking%20summary.pdf. (2559, 16 พฤษภาคม).

บรรณานุกรม (ต่อ)

- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน. (ม.ป.ป.). *Benchmarking : เครื่องมือสู่ความเป็นเลิศ* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.rmuti.ac.th/faculty/production/ie/html/Benchmarking.htm>. (2559, 16 พฤษภาคม).
- มนูญชัย ชีระอกนิษฐ์. (2552). *ผลกระทบของประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้การบริหารที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. งานวิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะการบริหารและจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- รัชनिया บังเมฆ. (2552). *ความสัมพันธ์ของกลยุทธ์ธุรกิจ เทคนิคทางการบัญชีบริหาร และการวัดผลการปฏิบัติงานของบริษัทในจังหวัดเชียงใหม่*. กองทุนสนับสนุนงานวิชาการ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- รัฐนันท์ พงศ์วิทธิธร. (2553). การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยการวัดผลปฏิบัติแบบคุณลักษณะในเขตภาคเหนือของประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 2(1), หน้า 41-57.
- วันชัย ประเสริฐศรี. (2553). *การบริหารจัดการ*. กรุงเทพฯ: ทีพีเอ็น เพรส.
- วิจิตรา กินวงศ์. (2553). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีบริหารและประสิทธิภาพการตัดสินใจของธุรกิจที่ได้รับมาตรฐาน ISO 9000 ในกรุงเทพมหานคร*. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรรณวิมล ศรีหิรัญ. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการใช้สารสนเทศทางการบัญชีของผู้บริหารในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- วรรณ อัมพวา. (2550). *การใช้ประโยชน์เครื่องมือทางการบัญชีบริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วรศักดิ์ ทุมมานนท์. (2548). *การบริหาร* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://202.29.22.164/e-learning/cd-1422/SOC13/tp2/linkfile/print5.htm>. (2559, 5 กุมภาพันธ์).
- ศรีณยพงศ์ เทียงธรรม. (2553). Dynamic Diamond Model กรณีศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ. *Productivity Word*, 15(86), หน้า 43-48.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สารทูล บัวขาว. (2549). *การประยุกต์ใช้การบริหารของนักธุรกิจ SMEs ประเภทการผลิตสินค้าในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. การศึกษาค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต, คณะการบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยสารคาม.
- สุชนนี เมธิโยธิน. (2555). กลยุทธ์เพื่อการแข่งขัน. *วารสารนักบริหาร*, 32(3), หน้า 127-133.
- สุวรรณ หวังเจริญ. (2557). กลยุทธ์การบริหารต้นทุนในยุคโลกาภิวัตน์. *วารสารนักบริหาร*, 34(1), หน้า 60- 68.
- สุจิตราภรณ์ จุสปลาโล. (2554). กลยุทธ์องค์การธุรกิจและการดำเนินงานขององค์การตามแนวทางรางวัลคุณภาพแห่งชาติเพื่อเพิ่มสมรรถนะในการแข่งขัน. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 25(76), หน้า 27-50.
- สุธีรา ทิพย์วิวัฒน์พจนา, พิฑูร กาญจนพันธ์, สุขเกษม ลางกุลเสน, ณัฐนันท์ จิตติยาปราโมทย์ และอนุรักษ์ อาทิตย์กวิน. (2555). ความสำเร็จของการปฏิบัติทางบัญชีบริหารและผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเซรามิกในจังหวัดลำปาง. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 1(1), หน้า 1-11.
- สมชาย สุภัทรกุล และมนวิภา ผดุงสิทธิ์. (2556). *การบริหารจัดการ*. กรุงเทพฯ: ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2557). *การบริหาร* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล.
- สมหวัง สีหะ. (2557). *การใช้เทคนิคทางการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ของโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดขอนแก่น*. การศึกษาค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. (ม.ป.ป.). *การศึกษาวិเคราะห์และประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมแฟชั่น* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://library.dip.go.th/multim4/eb/EB%2041.4.pdf>. (2559, 15 มีนาคม).
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2551). *การปรับโครงสร้างองค์กร (Reorganization)* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: http://www.sme.go.th/market/Lists/SMEs_Article/DispF.aspx?List=8843c2e6%2D9909%2D4671%2Db882%2D7b1057194101&ID=2. (2559, 16 พฤษภาคม).
- อนุรักษ์ ทองสุโขวงศ์. (2558). *ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อการบริหาร* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://web.kku.ac.th/anuton/3526301/Doc_01.pdf. (2559, 2 กุมภาพันธ์).

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Alsoboa, Sliman S. & Aldehayyat, Jehad S. (2013). *The Impact of Competitive Business Strategies on Managerial Accounting Techniques: A Study of Jordanian Public Industrial Companies*. (Online) Abstract from: <http://www.questia.com/library/journal/1P3-2994838221/the-impact-of-competitive-business-strategies-on-managerial>. (2016, January 5).
- Brewer, Peter C., Garrison, Ray H. & Noreen, Eric W. (2015). *WHAT IS MANAGERIAL ACCOUNTING?* (7th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Cronbach, Lee J. (1946). Response sets and test validating. *Educational and Psychological measurement*, 6(4), pp. 475-494.
- Don Hofstrand. (2009). *Understanding Profitability*. (Online). Available: <https://www.extension.iastate.edu/agdm/wholefarm/html/c3-24.html>. (2016, June 6).
- Dunkovic, Dario, Juric, Durdica & Nikolic, Tereza. (2010). MARKETING ASPECTS IN STRATEGIC MANAGEMENT ACCOUNTING. *Interdisciplinary Management Research IV*, pp. 739-750.
- Stapf, Florain. (2011). **Financial** (Online). Available: <https://wiki.scn.sap.com/wiki/display/KPI/Financial>. (2016, June 6).
- Gornjak, Mojca. (2014). KNOWLEDGE MANAGEMENT AND MANAGEMENT ACCOUNTING. *Management, Knowledge and Learning International Conference 2014*, pp. 1349–1359.
- Gupta, Preeti. (2015). An empirical study of relationship between capital structure and profitability of foreign promoters holding companies in India. *BVIMR Management Edge*, 8(1), 80-91.
- Hansen, Don R. & Mowen, Maryanne M. (2005). *Management Accounting* (7th Ed.) Singapore: Thomson Learning.
- Hilton, Ronald W. (2009). *Managerial Accounting* (8th Ed.) New York: McGraw-Hill.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Wilkinson, James. (2013). *EBITDA Formula* (Online). Available: <http://strategiccco.com/ebitda-formula>. (2016, June 6).
- Kannaiah, Desti. (2015). Activity Based Costing (ABC): Is It a Tool for Company to Achieve Competitive Advantage?. *International Journal of Economics and Finance*, 7(12), pp. 275–281.
- Kim, Hwanyong, Kim, Hoksoon & Simpsons Jimmy. (2015). *Financial Analysis for Profitability Improvement : A Case Study of a HMMA Supplier* (Online). Abstract from: <http://www.ijbmer.com/docs/volumes/vol6issue5/ijbmer2015060501.pdf>. (2016, April 10).
- Libby, Theresa & Waterhouse, John H. (1996). Predicting change in management accounting systems. *Journal of Management Accounting Research*, 8, pp. 137–150.
- Lui, Pang-Lo, Chen, Wen-Chin & Tsai Chih-Hung. (2004). An empirical study on the correlation between knowledge management capability and competitiveness in Taiwan's industries. *Journal of Technovation*, 24(12), pp. 971–977.
- Mithas, Sunil, Tafti, Ali, Bardhan, Indranil & Goh, Jie M. (2012). Information Technology and firm Prifitability: Mechanisms and Empirical Evidence. *MIS Quarterly*, 36(1), pp. 205-224.
- Mohammadi, Mohammad H., Heyrani, Forough & Golestani, Nezam. (2013). Impact of Conservatism on the Accounting Information Quality and Decision Making of the Shareholders and the Firms Listed on the Tehran Stock Exchange. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 3(3), pp. 186-197.
- Sabir Jaf, Abdullah R., Sabr, Sardar A. & Nader, Karim A. (2015). Impact of Management Accounting Techniques on Achieve Competitive Advantage. *Journal of Finance and Accounting*, 6(4), pp. 84–99.
- Nually, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. 2nd edition, New York, NY: McGraw-Hill.
- Peavler, Rosemary. (2014). *Profitability Ratio Analysis* (Online). Available: http://bizfinance.about.com/od/financialratios/a/Profitability_Ratios.htm. (2016, June 6).

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Readyratios. (2014). *Profitability Ratio* (Online). Available: <http://www.readyratios.com/reference/profitability/>. (2016, June 6).
- Wall, Friederike & Greiling, Dorothea. (2011). Accounting Information for Managerial Decision-Making in Shareholder Management Versus Stakeholder Management. *Review of Managerial Science*, 5(2), pp. 91-135.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd Ed.) Newyork: Harper and Row Publication.
- Zhiming, Xu. (2014). *A Classification of Quality/Cost Competitive Priorities in Japaness Manufacturing Firm: Empirical evidence based on management accoution practices*. (Online) Available: <http://www.fbc.keio.ac.jp/graduate/2014report.part7.pdf>. (2016, January 10).

ภาคผนวก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง ประสิทธิภาพของข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีผลต่อ
ความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไรทางธุรกิจ

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพของข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไรทางธุรกิจ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการทำกำไรทางธุรกิจของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ จึงใคร่ขอความร่วมมือท่านในการตอบแบบสอบถาม ทั้งนี้ คำตอบที่ได้จากท่านจะเก็บข้อมูลเป็นความลับ หากท่านมีข้อสงสัยหรือปัญหาประการใดเกี่ยวกับแบบสอบถามชุดนี้ โปรดติดต่อที่ อีเมล: bom_supawadee@hotmail.com หรือทางโทรศัพท์หมายเลข 087-5473525

ขอแสดงความนับถือ

นางสาวสุภาวดี พินิจ

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามมีทั้งหมด 7 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร จำนวน 13 ข้อ

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของเครื่องมือการบัญชีบริหารและแนวโน้มการใช้

เครื่องมือทางการบัญชีบริหารในอนาคต จำนวน 41 ข้อ

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 14 ข้อ

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการทำกำไร จำนวน 19 ข้อ

ส่วนที่ 7 ข้อเสนอแนะ

2. ส่วนที่ 3-6 เป็นการแสดงความคิดเห็น

- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก
- 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

กลุ่มเป้าหมายในการตอบแบบสอบถาม : ผู้บริหาร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่ตรงกับข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี

31 - 40 ปี

41 - 50 ปี

51 - 60 ปี

มากกว่า 60 ปี

3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

ปริญญาโทหรือเทียบเท่า

ปริญญาเอก

4. ตำแหน่งงานในปัจจุบัน (หากมีการดำรงตำแหน่งมากกว่า 1 ตำแหน่ง กรุณาระบุตำแหน่งที่สูงที่สุดที่ดำรงตำแหน่งอยู่)

กรรมการบริษัท

กรรมการบริหาร

กรรมการผู้จัดการใหญ่

ผู้จัดการฝ่ายบัญชี

อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. ประสบการณ์ทำงาน

น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี

6 - 10 ปี

11 - 15 ปี

16 - 20 ปี

21 - 25 ปี

มากกว่า 25 ปี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่ตรงกับข้อเท็จจริงของบริษัทที่ท่านมากที่สุด

1. ประเภทการจดทะเบียนธุรกิจ

- กลุ่มอุตสาหกรรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- กลุ่มอุตสาหกรรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ

กลุ่มอุตสาหกรรม

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร | <input type="checkbox"/> เทคโนโลยี |
| <input type="checkbox"/> ทรัพยากร | <input type="checkbox"/> ธุรกิจการเงิน |
| <input type="checkbox"/> บริการ | <input type="checkbox"/> สินค้าอุตสาหกรรม |
| <input type="checkbox"/> สินค้าอุปโภคบริโภค | <input type="checkbox"/> อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง |

2. ทุนจดทะเบียน

บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2,000 ล้านบาท | <input type="checkbox"/> 2,001 - 4,000 ล้านบาท |
| <input type="checkbox"/> 4,001 - 6,000 ล้านบาท | <input type="checkbox"/> 6,001 - 8,000 ล้านบาท |
| <input type="checkbox"/> 8,001 - 10,000 ล้านบาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 10,000 ล้านบาท |

บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่าหรือเท่ากับ 200 ล้านบาท | <input type="checkbox"/> 201 - 400 ล้านบาท |
| <input type="checkbox"/> 401 - 600 ล้านบาท | <input type="checkbox"/> 601 - 800 ล้านบาท |
| <input type="checkbox"/> 801 - 1,000 ล้านบาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 1,000 ล้านบาท |

3. ระยะเวลาดำเนินธุรกิจตั้งแต่เริ่มจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 ปี | <input type="checkbox"/> 11 - 20 ปี |
| <input type="checkbox"/> 21 - 30 ปี | <input type="checkbox"/> 31 - 40 ปี |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 40 ปี | |

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร

คำชี้แจง ให้ท่านประเมินระดับการรับรู้ถึงประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารที่ท่านนำมาใช้

ประสิทธิผล หมายถึง ผลสำเร็จของการวิเคราะห์ข้อมูลการบัญชีบริหาร เป็นไปตามความมุ่งหวังที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ					
1. ข้อมูลการบัญชีบริหารที่ท่านนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจช่วยประเมินสถานการณ์ที่กำลังเผชิญอยู่ได้อย่างตรงประเด็น					
2. ข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีความเกี่ยวข้องับธุรกิจของท่าน สามารถนำมาวิเคราะห์และสรุปผลออกมาเป็นรายงาน เพื่อช่วยในการตัดสินใจได้					
3. ท่านสามารถนำข้อมูลการบัญชีบริหารมาใช้ในการประเมินทางเลือก เพื่อเลือกดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งในการแก้ปัญหา ทำให้เกิดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลตามความต้องการ					
ความทันต่อเวลา					
4. บริษัทมีข้อมูลการบัญชีบริหารที่พร้อมใช้ ซึ่งทันเวลาต่อความต้องการ					
5. ข้อมูลการบัญชีบริหารที่ท่านใช้ มีความทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งเหมาะกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา					
6. บริษัทมีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ดี สามารถนำมาใช้ได้ตลอดเวลา					
การพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต					
7. ข้อมูลการบัญชีบริหารที่ท่านใช้มีความน่าเชื่อถือ สามารถนำมาคาดคะเนหรือพยากรณ์สถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้					
8. ท่านสามารถนำข้อมูลการบัญชีบริหารมาใช้ในการวางแผนงบประมาณ รวมถึงการดำเนินงานอื่น ๆ ของบริษัทในปัจจุบันและในอนาคต					
9. ท่านใช้ข้อมูลการบัญชีบริหารในการวางแผนด้วยความระมัดระวังและรอบคอบในการพยากรณ์ข้อมูลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายต่อบริษัท					

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร (ต่อ)

คำชี้แจง ให้ท่านประเมินระดับการรับรู้ถึงประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหารที่ท่านนำมาใช้

ประสิทธิผล หมายถึง ผลสำเร็จของการวิเคราะห์ข้อมูลการบัญชีบริหาร เป็นไปตามความมุ่งหวังที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ประสิทธิผลของลักษณะข้อมูลการบัญชีบริหาร	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ความถูกต้องแม่นยำในการประเมินผลการดำเนินงาน					
10. ข้อมูลที่ได้มาจากการประมาณการ ท่านจะคำนึงถึงความเหมาะสม เหตุผล หรือสมมติฐานที่เชื่อถือได้					
11. ข้อมูลการบัญชีบริหารที่ท่านใช้เกิดจากการวัดมูลค่ารายการอย่างถูกต้องครบถ้วน หรือมีการพยากรณ์ได้ใกล้เคียงความจริงที่จะเกิดขึ้นมากที่สุด					
12. ท่านสามารถตรวจสอบเนื้อหาและแหล่งที่มาของข้อมูลการบัญชีบริหารได้					
13. หากข้อมูลการบัญชีบริหารไม่แสดงข้อมูลหรือแสดงข้อมูลที่ไม่ตรงกับข้อเท็จจริงจะส่งผลให้ท่านตัดสินใจผิดพลาดได้					

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารและแนวโน้มการใช้

เครื่องมือการบัญชีบริหารในอนาคต

คำชี้แจง ให้ท่านประเมินระดับการรับรู้ถึงประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารที่ท่านนำมาใช้ และแนวโน้มการใช้เครื่องมือทางการบัญชีบริหารในอนาคต

ประสิทธิผล หมายถึง ผลสำเร็จของการวิเคราะห์ข้อมูลการบัญชีบริหาร เป็นไปตามความมุ่งหวังที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

เครื่องมือการบัญชีบริหาร	ปัจจุบัน					ไม่ใช้	อนาคต	
	ใช้						ท่านคาดว่าจะใช้ในอนาคตรึหรือไม่	
	ระดับความคิดเห็น						ใช้	ไม่ใช้
	5	4	3	2	1			
แนวคิดและการจัดประเภทต้นทุน								
วิธีการวัดต้นทุน								
1. ระบบต้นทุนจริง (Actual Cost System)								
2. ระบบต้นทุนปกติ (Normal Cost System)								
3. ระบบต้นทุนมาตรฐาน (Standard Cost System)								
วิธีการคิดต้นทุน								
4. วิธีการบัญชีต้นทุนรวม (Full Costing) หรือต้นทุนคิดเข้างาน (Absorption Costing)								
5. วิธีการบัญชีต้นทุนผันแปร (Variable Costing) หรือต้นทุนทางตรง (Direct Costing)								
การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ และกำไร (Cost Volume Profit Analysis : CVP)								
6. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุน ปริมาณ และกำไร (Cost Volume Profit Analysis : CVP)								
7. จุดคุ้มทุน (Break Even Point)								
ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม								
8. ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม (Activity-Based Costing : ABC)								

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารและแนวโน้มการใช้

เครื่องมือการบัญชีบริหารในอนาคต (ต่อ)

คำชี้แจง ให้ท่านประเมินระดับการรับรู้ถึงประสิทธิผลของเครื่องมือการบัญชีบริหารที่ท่านนำมาใช้ และแนวโน้มการใช้เครื่องมือทางการบัญชีบริหารในอนาคต

ประสิทธิผล หมายถึง ผลสำเร็จของการวิเคราะห์ข้อมูลการบัญชีบริหาร เป็นไปตามความมุ่งหวังที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

เครื่องมือการบัญชีบริหาร	ปัจจุบัน					อนาคต	
	ใช้						ไม่ใช้
	ระดับประโยชน์					ท่านคาดว่าจะใช้ในอนาคตหรือไม่	
	5	4	3	2	1	ใช้	
เครื่องมือการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์							
36. ทฤษฎีข้อจำกัด (Theory of Constraints)							
37. การปรับหรือระบบ (Re-engineering)							
38. โซ่แห่งคุณภาพ (Value Chain)							
39. การวัดเปรียบเทียบสมรรถนะ (Benchmarking)							
40. การบัญชีเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Accounting)							
41. ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility : CSR)							

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน

คำชี้แจง เพื่อประเมินระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของบริษัท

ความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง เกิดขึ้นจากการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ที่ธุรกิจมีขึ้นจากการใช้คน ทุน และทรัพยากร ซึ่งทำให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น และทำให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแบบยั่งยืน

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความสามารถในการแข่งขัน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน					
1. บริษัทของท่านมีการผลิต การจัดจำหน่ายสินค้าและบริการที่มีต้นทุนต่ำ เพื่อให้สามารถกำหนดราคาต่ำที่ต่ำกว่าคู่แข่งในตลาดได้					
2. หากเกิดความรุนแรงด้านสงครามราคา (Red Ocean) บริษัทของท่านก็ยังคงสามารถอยู่ในตลาดได้ เนื่องจากมีความได้เปรียบจากต้นทุนที่ต่ำ					
3. บริษัทของท่านมุ่งเน้นการผลิตหรือการซื้อในปริมาณที่มาก เพื่อให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลง					
4. บริษัทของท่านสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้ต้นทุนที่ต่ำ แต่ยังคงรักษาคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ไว้ได้					
5. บริษัทของท่านมีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด					
การสร้างความแตกต่าง					
6. บริษัทมีกระบวนการสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ไม่ซ้ำกับผลิตภัณฑ์อื่น					
7. บริษัทมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ เพื่อปรับปรุงหรือพัฒนา ผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่คู่แข่งลอกเลียนแบบได้ยาก					
8. บริษัทมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้าในแง่ของคุณภาพผลิตภัณฑ์ รวมถึงการบริการหลังการขาย เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ					
9. บริษัทสามารถปรับปรุงผลิตภัณฑ์ได้ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า					
10. บริษัทมีภาพลักษณ์และชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย					

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน (ต่อ)

คำชี้แจง เพื่อประเมินระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของบริษัท

ความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง เกิดขึ้นจากการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ที่ธุรกิจมีขึ้นจากการใช้คน ทุน และทรัพยากรซึ่งทำให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น และทำให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแบบยั่งยืน

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความสามารถในการแข่งขัน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน					
11. บริษัทมีกลยุทธ์ในการกำหนดลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เล็กลง เพื่อทำการตลาดแบบเข้าถึงพฤติกรรมผู้บริโภค					
12. บริษัทสามารถคาดคะเนความต้องการในอนาคตของลูกค้าได้ ทำให้ผลิตสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี					
13. บริษัทมีการระบุดูอุตสาหกรรมและตลาดที่จะเข้าไปทำธุรกิจอย่างชัดเจนว่าเป็นกลุ่มใด และนำเสนอสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มนั้นๆ					
14. บริษัทมีนโยบายเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น					

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการทำกำไร

คำชี้แจง เพื่อประเมินระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการทำกำไรของบริษัท

ความสามารถในการทำกำไร หมายถึง เป็นการวัดความสามารถในการก่อให้เกิดกำไร ซึ่งเป็นการประเมินผลประกอบการ รวมถึงความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้วย

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความสามารถในการทำกำไร	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
อัตรากำไรขั้นต้น					
1. ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน					
2. ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรขั้นต้นของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม					
3. บริษัทสามารถสร้างรายได้จากการขายได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้					
4. บริษัทสามารถควบคุมต้นทุนขายให้อยู่ในระดับที่ต้องการได้					
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี					
5. ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน					
6. ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม					
7. บริษัทสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารให้อยู่ในระดับที่กำหนดไว้ได้					
อัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย					
8. ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่ายของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน					
9. ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรก่อนดอกเบี้ย ภาษี ค่าเสื่อมราคา และค่าตัดจำหน่ายของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม					

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการทำกำไร (ต่อ)

คำชี้แจง เพื่อประเมินระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการทำกำไรของบริษัท

ความสามารถในการทำกำไร หมายถึง เป็นการวัดความสามารถในการก่อให้เกิดกำไร ซึ่งเป็นการประเมินผลประกอบการ รวมถึงความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้วย

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความสามารถในการทำกำไร	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
อัตรากำไรสุทธิ					
10. ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน					
11. ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตรากำไรสุทธิของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม					
12. บริษัทสามารถควบคุมต้นทุนทางการเงินให้ลดลงได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้					
13. บริษัทมีการวางแผนภาษีเงินได้นิติบุคคล ทำให้เกิดผลประโยชน์ทางภาษี					
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์					
14. ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน					
15. ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม					
16. บริษัทสามารถนำสินทรัพย์ที่มีอยู่ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ					
อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น					
17. ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน					
18. ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม					
19. ผู้ถือหุ้นได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในบริษัทอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอทุกปี					

ส่วนที่ 7

ข้อเสนอแนะ.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ท่านสละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

หมายเหตุ : เมื่อตอบแบบสอบถามเสร็จแล้ว นำแบบสอบถามใส่ซองที่แนบมาพร้อมนี้ แล้วส่ง
กลับมามาตามที่อยู่ที่ระบุไว้แล้วหน้าของจดหมาย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นางสาวสุภาวดี พิณีจ
วัน เดือน ปีเกิด	15 พฤษภาคม 2533
สถานที่เกิด	จังหวัดอุบลราชธานี
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2556 บริหารธุรกิจบัณฑิต (การบัญชี) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ประสบการณ์ในการทำงาน	ผู้ช่วยผู้ตรวจสอบบัญชี บริษัท สำนักงาน อีวาย จำกัด พ.ศ. 2556-2557 นักวิชาการเงินและบัญชีปฏิบัติการ สำนักงานอัยการจังหวัดราชบุรี พ.ศ. 2557-2559
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	นักวิชาการตรวจเงินแผ่นดินปฏิบัติการ สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	68 ถนนแจ้งวัฒนะ 10 แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210