

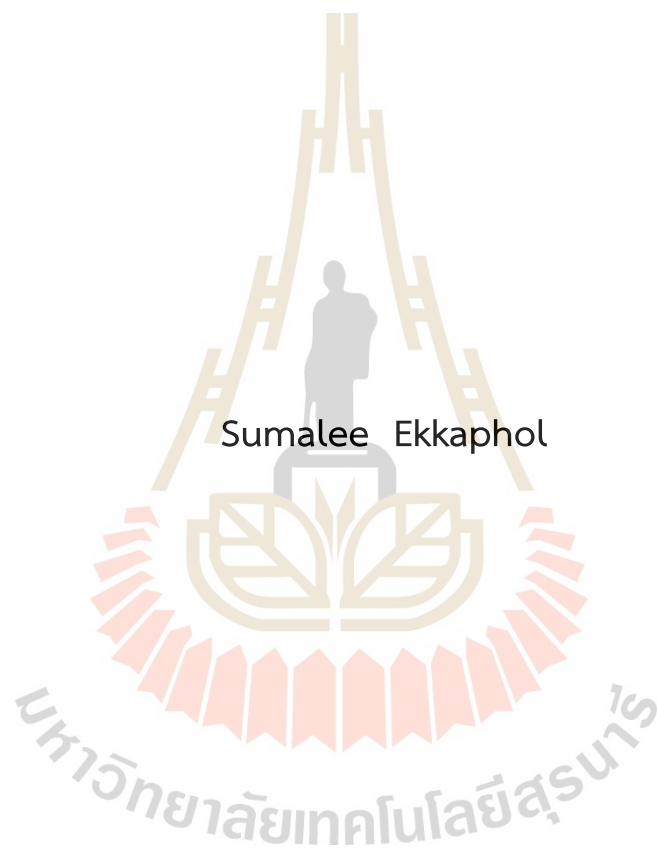
การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน
ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



นางสาวสุมาลี เอกพล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
ปีการศึกษา 2566

STRATEGIC MANAGEMENT ACCOUNTING AND SUSTAINABLE
PERFORMANCE OF THE COMPANIES ON THE STOCK EXCHANGE
OF THAILAND



Sumalee Ekkaphol

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Degree of Doctor of Philosophy in Management
Suranaree University of Technology
Academic Year 2023

การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยในปีนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.กรไชย พรลภัสสรชกร)
ประธานกรรมการ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรียา วิจิตรเสถียร)
กรรมการ (อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์)

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิระพงศ์ จันทน์สนาม)
กรรมการ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชจิต ฌ กภาพสินธุ์)
กรรมการ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา สุคันธสิริกุล)
กรรมการ

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุพาพร รักสกุลพิวัฒน์)
รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและประกันคุณภาพ

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.อัญชลี วรรณรักษ์)
คณบดีสำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

สุมาลี เอกพล : การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของ
บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (STRATEGIC MANAGEMENT
ACCOUNTING AND SUSTAINABLE PERFORMANCE OF THE COMPANIES ON
THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรียา วิจิตรเสถียร, 201 หน้า.

คำสำคัญ: การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบอิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีผลต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน รวมทั้ง อิทธิพลคั่นกลางของกลยุทธ์ทางธุรกิจ และความสามารถทางการแข่งขัน และอิทธิพลกำกับของวัฒนธรรมการแข่งขันและความสามารถในการเรียนรู้ โดยกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยนี้เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 200 ตัวอย่าง การวิเคราะห์สมการโครงสร้างถูกนำมาใช้เพื่อทดสอบอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลคั่นกลาง และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงชั้นถูกนำมาใช้เพื่อทดสอบอิทธิพลกำกับ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ ความสามารถทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน ในขณะที่เดียวกัน กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมมีอิทธิพลคั่นกลางบางส่วนต่อความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขัน เช่นเดียวกับ ความสามารถทางการแข่งขันมีอิทธิพลคั่นกลางบางส่วนต่อความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมการแข่งขันไม่มีอิทธิพลกำกับต่อความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขัน และความสามารถในการเรียนรู้ไม่มีอิทธิพลกำกับต่อความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน จึงกล่าวได้ว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าของกิจการ ซึ่งกิจการควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาและสร้างทรัพยากรเหล่านั้น เพื่อช่วยส่งเสริมความสามารถทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ
ปีการศึกษา 2566

ลายมือชื่อนักศึกษา..... สุมาลี เอกพล
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... สรียา วิจิตรเสถียร

SUMALEE EKKAPHOL: STRATEGIC MANAGEMENT ACCOUNTING AND SUSTAINABLE PERFORMANCE OF THE COMPANIES ON THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND. THESIS ADVISOR: ASST. PROF. SAREEYA WICHITSATHIAN, DBA., 201 PP.

Keywords: Strategic management accounting / Sustainable performance

This research aims to examine the effect of strategic management accounting on business strategies, competitiveness, and sustainable performance; the mediating effect of business strategies and operational competitiveness; and the moderating effect of competitive culture and operational learning capability. In this research, 200 companies listed on the Stock Exchange of Thailand were the samples of the study. Structural equation model was utilized to examine both direct and mediating effect and Hierarchical Multiple Regression analysis was applied to test the moderating effect. The study results showed that strategic management accounting had direct positive effects on innovation-oriented strategy, efficiency-oriented strategy, competitiveness, and sustainable performance. Meanwhile, innovation-oriented strategy had a partial mediating effect on the relationship between strategic management accounting and competitiveness. Similarly, competitiveness had a partial mediating effect on the relationship between strategic management accounting and sustainable performance. However, competitive culture did not have a moderating effect on the relationship between strategic management accounting and competitiveness. In addition, organizational learning capability did not have a significant moderating effect on the relationship between strategic management accounting and sustainable performance. Therefore, strategic management accounting is valuable resource for firms. They should develop and create them to enhance organizational competitiveness and sustainable performance.

School of Management Technology
Academic Year 2023

Student's Signature.....*Sumalee Ekkaphol*
Advisor's Signature.....*Sareeya*

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จด้วยดี ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรียา วิจิตรเสถียร กรรมการและที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาแนะนำช่วยเหลืออย่างดียิ่ง ทั้งทางด้านวิชาการและการดำเนินการวิจัย ตลอดจนคำแนะนำในการเขียนและการตรวจสอบแก้ไข วิทยานิพนธ์

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.กรไชย พรลภัสสรชกร ประธานกรรมการ สอบวิทยานิพนธ์ รวมทั้งคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ 3 ท่าน ซึ่งประกอบด้วย รองศาสตราจารย์ ดร.วิระพงษ์ จันทร์สนาม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขจิต ฌ กาฬสินธุ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา สุคันธสิริกุล ในการให้คำแนะนำที่มีประโยชน์สำหรับการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ให้มีความสมบูรณ์ทั้งด้านเนื้อหา ระเบียบวิธีวิจัย ตลอดจนแนวทางการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน สำหรับการสละเวลาอันมีค่าในการตอบ แบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนอันเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบพระคุณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี สำหรับการให้ทุนสนับสนุนในการจัดทำวิทยานิพนธ์

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ พี่ และน้อง ๆ รวมทั้งบุคลากรประจำสำนักวิชาเทคโนโลยีสังคมและ บุคลากรประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ ที่ให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวก ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ให้สำเร็จลุล่วง

สุดท้ายขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ตลอดจนบุคคลในครอบครัวที่ให้การสนับสนุน และเป็นกำลังใจให้แก่ข้าพเจ้าเป็นอย่างดีจนสำเร็จการศึกษา

สุมาลี เอกพล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ (ภาษาไทย).....	ก
บทคัดย่อ (ภาษาอังกฤษ).....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญรูป.....	ช
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญของปัญหาการวิจัย.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	6
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	6
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	7
1.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย.....	8
1.6 คำอธิบายศัพท์.....	8
2 ปรัชญาวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.1 ทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร.....	10
2.2 การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์.....	12
2.3 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานการวิจัย.....	20
2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	46
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	48
3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง.....	48
3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	50
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	52
3.4 การสร้างและการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	54
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย.....	57
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย.....	58
3.7 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือการวิจัย.....	65
3.8 ผลการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติของข้อมูล.....	68

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผล.....	70
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง.....	71
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	73
4.3 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบจำลองการวัด.....	88
4.4 ผลการทดสอบบิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ กลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน.....	105
4.5 ผลการทดสอบบทบาทคั่นกลางของกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม กลยุทธ์ที่มุ่งเน้น ประสิทธิภาพ และความสามารถทางการแข่งขัน.....	108
4.6 ผลการทดสอบบทบาทกำกับของวัฒนธรรมการแข่งขันและความสามารถในการ เรียนรู้.....	111
4.7 การอภิปรายผลการวิจัย.....	115
5 สรุปและข้อเสนอแนะ.....	123
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	123
5.2 ข้อจำกัดของการวิจัย.....	128
5.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	129
5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป.....	131
รายการอ้างอิง.....	133
ภาคผนวก.....	151
ภาคผนวก ก แบบสอบถามการวิจัย.....	152
ภาคผนวก ข ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือการวิจัย.....	168
ภาคผนวก ค ผลการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม.....	181
ภาคผนวก ง ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงของเครื่องมือการวิจัย (การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ).....	189
ภาคผนวก จ เอกสารรับรองโครงการวิจัยในมนุษย์.....	197
ประวัติผู้เขียน.....	200

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
2.1	ความหมายของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์.....	13
2.2	มิติและกลวิธีของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์.....	15
2.3	อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถ ทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน.....	21
2.4	สรุปสมมติฐานการวิจัย.....	45
3.1	จำนวนประชากร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	49
3.2	จำนวนประชากร กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม.....	50
3.3	ผลการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม.....	56
3.4	การทดสอบความไม่ลำเอียงในการตอบกลับแบบสอบถาม.....	58
3.5	เกณฑ์การพิจารณาความสอดคล้องของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน.....	60
3.6	เกณฑ์การพิจารณาความสอดคล้องของการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง.....	62
3.7	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ.....	68
3.8	การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติของข้อมูล.....	69
4.1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล.....	71
4.2	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	72
4.3	ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์.....	74
4.4	ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม.....	78
4.5	ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ.....	80
4.6	ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขัน.....	81
4.7	ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมการแข่งขัน.....	82
4.8	ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการเรียนรู้.....	83
4.9	ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน.....	84
4.10	อักษรย่อและสัญลักษณ์ของแบบจำลองสมการโครงสร้าง.....	87
4.11	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการวัดการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์.....	89
4.12	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการวัดกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม.....	92
4.13	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการวัดกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ.....	94
4.14	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการวัดความสามารถทางการแข่งขัน.....	95
4.15	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการวัดวัฒนธรรมการแข่งขัน.....	97
4.16	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการวัดความสามารถในการเรียนรู้.....	99

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.17 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการวัดผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน.....	101
4.18 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเสมือนและการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิง จำแนก.....	104
4.19 การปรับดัชนีความสอดคล้องแบบจำลองสมการโครงสร้าง.....	105
4.20 ผลการทดสอบอิทธิพลทางตรงของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อกลยุทธ์ ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน.....	107
4.21 ผลการทดสอบบทบาทกึ่งกลางของกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมและกลยุทธ์ที่มุ่งเน้น ประสิทธิภาพ.....	109
4.22 ผลการทดสอบบทบาทกึ่งกลางของความสามารถทางการแข่งขัน.....	110
4.23 ผลการทดสอบบทบาทกำกับของวัฒนธรรมการแข่งขัน.....	111
4.24 ผลการทดสอบบทบาทกำกับของความสามารถในการเรียนรู้.....	112
4.25 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	114
5.1 สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัย.....	126

สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
2.1	ความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์กับผลลัพธ์การดำเนินงานของกิจการ.....	12
2.2	องค์ประกอบในการวัดการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ของงานวิจัยนี้.....	20
2.3	อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจของงานวิจัยนี้.....	31
2.4	อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความสามารถทางการแข่งขันของงานวิจัยนี้.....	34
2.5	องค์ประกอบในการวัดผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของงานวิจัยนี้.....	36
2.6	อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของงานวิจัยนี้.....	37
2.7	บทบาทคั่นกลางของกลยุทธ์ทางธุรกิจและความสามารถทางการแข่งขัน.....	40
2.8	บทบาทกำกับของวัฒนธรรมการแข่งขันและความสามารถในการเรียนรู้.....	45
2.9	กรอบแนวคิดการวิจัย.....	47
3.1	ความสัมพันธ์ของตัวแปร.....	63
4.1	แบบจำลองการวัดองค์ประกอบของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์.....	91
4.2	แบบจำลองการวัดองค์ประกอบของกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม.....	93
4.3	แบบจำลองการวัดองค์ประกอบของกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ.....	94
4.4	แบบจำลองการวัดองค์ประกอบของความสามารถทางการแข่งขัน.....	96
4.5	แบบจำลองการวัดองค์ประกอบของวัฒนธรรมการแข่งขัน.....	98
4.6	แบบจำลองการวัดองค์ประกอบของความสามารถในการเรียนรู้.....	99
4.7	แบบจำลองการวัดองค์ประกอบของผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน.....	103
4.8	ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง.....	106
4.9	ผลการทดสอบบทบาทตัวแปรกำกับ.....	113

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การติดต่อสื่อสารที่ไร้พรมแดน และการกำหนดนโยบายการค้าแบบเสรี ทำให้เกิดการขยายตัวของตลาดการค้าไปทั่วโลกอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจในแต่ละอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้น (Dang, Le, Le, & Pham, 2021; Thapayom, 2019) ดังนั้น กิจกรรมต่าง ๆ จำเป็นต้องบริหารจัดการองค์ประกอบเป็นอย่างดี เพื่อรับมือกับความผันผวนทางเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้กิจการอยู่รอดและสามารถดำเนินงานได้อย่างยั่งยืนจากเหตุผลดังกล่าว ทำให้ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องวางแผนเชิงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับลักษณะทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวนในปัจจุบัน โดยปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนการวางแผนการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสม คือ ข้อมูลทางธุรกิจที่สามารถนำมาวิเคราะห์สถานการณ์ทางเศรษฐกิจได้อย่างครบถ้วน และถูกต้อง (Phornlaphatrachakorn & Na-Kalasinth, 2020)

ผู้บริหารของกิจการโดยส่วนใหญ่ในอดีต ให้ความสำคัญกับการบัญชีบริหารแบบดั้งเดิมในการใช้เป็นแนวทางสำหรับจัดหาข้อมูลทางธุรกิจมาประกอบการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ แต่จากความซับซ้อนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบัน ทำให้ข้อมูลของการบัญชีบริหารแบบดั้งเดิมไม่เหมาะสมต่อการกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจและการติดตามการดำเนินงานของกิจการ เนื่องจาก การบัญชีบริหารแบบดั้งเดิมมุ่งเน้นข้อมูลภายในกิจการและผลลัพธ์ทางธุรกิจที่เกิดขึ้นในอดีต จึงทำให้ข้อมูลของการบัญชีบริหารแบบดั้งเดิมไม่สะท้อนถึงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่กิจการต่าง ๆ ต้องเผชิญอย่างแท้จริง (Värzaru, Bocean, Mangra, & Mangra, 2022) จากเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้แนวคิดของการบัญชีบริหารแบบดั้งเดิมถูกปรับปรุงและพัฒนาจนเกิดเป็นแนวคิดของการบัญชีบริหารสมัยใหม่ ที่มีการรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจเชิงลึก ที่ครอบคลุมสภาพแวดล้อมทางธุรกิจรอบด้าน รวมทั้ง เป็นข้อมูลสนับสนุนการกำหนดนโยบายเชิงกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ซับซ้อน โดยแนวคิดนี้เรียกว่า “การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic management accounting: SMA)” (Turner, Way, Hodari, & Wittenman, 2017)

การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการรวบรวมข้อมูลด้านการแข่งขันทางธุรกิจ ข้อมูลสภาพแวดล้อมภายนอกของกิจการ และข้อมูลการคาดการณ์สถานการณ์เชิงเศรษฐกิจในอนาคต ซึ่งเป็นข้อมูลที่สำคัญต่อการวางแผนการดำเนินงานของกิจการ (Alamri, 2019; Dang et al., 2021) โดยเป็นแนวคิดในการจัดหาข้อมูลทางธุรกิจที่มีขอบเขตที่กว้างขึ้น (Nartey & van der Poll, 2021; Värzaru et al., 2022) และเป็นกลวิธีที่ใช้ในการแสวงหา รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจของกิจการ ข้อมูลด้านลูกค้า และข้อมูลด้านคู่แข่ง เพื่อนำมาวางแผนเชิงกลยุทธ์และ

ติดตามการดำเนินงานของกิจการ (Dang et al., 2021; Sugiyarti & Asmilia, 2020; Wajdi & Arsjah, 2019) โดยแนวคิดของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ได้นำมาประยุกต์ใช้ทั้งเชิงวิชาการและการปฏิบัติงาน อาทิเช่น การนำข้อมูลไปใช้วางแผน กำหนดนโยบาย และการออกแบบกลยุทธ์ทางธุรกิจที่เหมาะสมสำหรับการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของทุกส่วนงานภายในกิจการ รวมทั้ง ถูกนำมาศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมองค์กรในการตัดสินใจทางธุรกิจ เป็นต้น (Nik Abdullah, Krishnan, Mohd Zakaria, Morris, & Ntim, 2022)

นอกจากนั้น การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ยังเป็นแนวคิดสำหรับการรวบรวม ค้นหา และวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจ เพื่อระบุโอกาสและภัยคุกคามที่ใช้สำหรับการจัดการองค์กรให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ (Fahrizal, Lindrianasari, Yuliansyah, & Dewi, 2021; Turner et al., 2017; Valdiansyah & Augustine, 2021) โดยการรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจอย่างเป็นระบบและครบถ้วนนั้น จะส่งเสริมให้ผู้บริหารสามารถประเมินสถานการณ์และติดตามผลลัพธ์ทางธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการให้สูงขึ้น (Hossain, Hussain, Kannan, & Nair, 2022) และการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ เป็นแนวคิดสำหรับรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจที่เกิดขึ้นภายนอกกิจการ และข้อมูลทางธุรกิจในอนาคต ซึ่งเป็นข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ จึงกล่าวได้ว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ เป็นแนวคิดที่ใช้รวบรวมข้อมูลทางธุรกิจที่ประกอบด้วยข้อมูล 2 ลักษณะ ได้แก่ การติดตามข้อมูลสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบัน และการติดตามข้อมูลทางธุรกิจในอนาคต (Alamri, 2019)

โดยการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ในลักษณะของการติดตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจนั้น เป็นการรวบรวม ค้นหา และวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยตรงและโดยอ้อมต่อการดำเนินงานของกิจการ ซึ่งข้อมูลสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยอ้อมต่อการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ข้อมูลที่เกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมือง ข้อกำหนดทางกฎหมาย แนวโน้มของเศรษฐกิจ ลักษณะของสังคมและวัฒนธรรม เป็นต้น ต่อไปนี้เรียกว่า “การติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน (Environmental scanning)” และการติดตามข้อมูลความก้าวหน้าและผลกระทบของเทคโนโลยีที่กระทบต่อการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของกิจการ ต่อไปนี้เรียกว่า “ความรอบรู้ทางเทคโนโลยี (Technology intelligence)” ส่วนการติดตามข้อมูลทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อการดำเนินงานคือ การติดตามข้อมูลด้านการตลาด ที่ประกอบด้วยข้อมูลด้านรสนิยมในการบริโภคของลูกค้า รูปแบบธุรกิจของกิจการอื่นในอุตสาหกรรม รวมทั้ง ทิศทางการเปลี่ยนแปลงและการขยายตัวของตลาดผลิตภัณฑ์ โดยต่อไปนี้เรียกว่า “ความรอบรู้ทางการตลาด (Market intelligence)” (Aldehayyat, 2015; YahiaMarzouk & Jin, 2022; Yu, Chavez, Jacobs, Wong, & Yuan, 2019) ส่วนการติดตามข้อมูลทางธุรกิจในอนาคต เป็นการติดตามข้อมูลการคาดการณ์หรือการวางแผนงานในอนาคตของกิจการ ที่ช่วยให้ผู้ใช้ข้อมูลเข้าใจแนวโน้มการดำเนินงานของกิจการได้ดีขึ้น และสามารถประเมินผลลัพธ์ทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม โดยต่อไปนี้เรียกว่า “การนำเสนอข้อมูลในอนาคต (Forward-looking information)” (Firmansyah & Irwanto, 2020; Menicucci, 2018; Phornlaphatrachakorn & Na-Kalasindhu, 2020)

จากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีความผัน กิจการที่สามารถติดตามข้อมูลทางธุรกิจอย่างรอบด้านนั้น จะส่งเสริมให้กิจการสามารถดำเนินงานได้อย่างเหมาะสมและเกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ดีเยี่ยมได้

อย่างยั่งยืน (YahiaMarzouk & Jin, 2022) จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้แนวคิดของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจที่ครอบคลุมประเด็นในด้านการติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน ความรอบรู้ทางเทคโนโลยี ความรอบรู้ทางการตลาด และการนำเสนอข้อมูลในอนาคต ถูกนำมาศึกษาในลักษณะของข้อมูลทางธุรกิจที่สนับสนุนการดำเนินธุรกิจเชิงกลยุทธ์ที่ส่งเสริมผลลัพธ์การดำเนินงานของกิจการ เนื่องจาก เป็นการรวบรวมข้อมูลที่ครอบคลุมสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ช่องทางการเติบโตและภัยคุกคามทางธุรกิจ โดยเป็นข้อมูลที่จำเป็นในการกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจ เพื่อปรับปรุงผลลัพธ์ทางธุรกิจของกิจการให้ดีขึ้น (Phornlaphatrachakorn & Na-Kalasindhu, 2020)

ความสำคัญของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ได้ถูกยืนยันจากผลการศึกษาในอดีตที่แสดงให้เห็นว่า การติดตามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานนั้น ทำให้ผู้บริหารสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจได้อย่างชัดเจนและเหมาะสม ซึ่งทำให้การประกอบธุรกิจของกิจการบรรลุเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น (Aldehayyat, 2015; YahiaMarzouk & Jin, 2022) เช่นเดียวกับการติดตามข้อมูลแนวโน้มและความเสี่ยงทางธุรกิจที่เกิดจากเทคโนโลยี ช่วยให้ผู้บริหารเข้าใจความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลในการกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจที่สามารถลดความเสี่ยงและความล้มเหลวของกิจการได้ (Asikhia, Magaji, & Muritala, 2019; Yoshikuni & Albertin, 2018) และการติดตามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคู่แข่ง ลูกค้า และผลิตภัณฑ์เป็นข้อมูลที่สนับสนุนการกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจของกิจการ เพื่อพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Hendar, Ratnawati, Ab Razak, & Abdullah, 2020; Navarro-García, Peris-Oritz, & Barrera-Barrera, 2016) ในขณะเดียวกัน การติดตามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจในอนาคตที่กระทบต่อผลลัพธ์ทางธุรกิจ เป็นแหล่งข้อมูลที่ผู้บริหารใช้ในการประเมินโอกาส อุปสรรค และคาดการณ์สถานะทางธุรกิจของกิจการได้ ซึ่งช่วยสนับสนุนการกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจได้อย่างเหมาะสม (Bravo, 2016; Menicucci, 2018)

นอกจากนั้น กิจการที่นำเอาข้อมูลสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมาใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างสม่ำเสมอ ยังช่วยส่งเสริมให้ความสามารถทางการแข่งขันของกิจการมีแนวโน้มที่ดีขึ้น เนื่องจาก ข้อมูลสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเป็นข้อมูลเชิงกลยุทธ์ที่นำมาวิเคราะห์ช่องทางการเติบโตและภัยคุกคามทางธุรกิจ ซึ่งเป็นขั้นตอนที่จำเป็นสำหรับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ผันผวน รวมทั้ง ทำให้กิจการสามารถพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจที่เหนือกว่ากิจการอื่นในอุตสาหกรรมได้ (Oanh, Phong, Dao, & Nguyen, 2023; Yu et al., 2019) เช่นเดียวกับการให้ความสำคัญกับข้อมูลสภาพแวดล้อมภายนอกกิจการ ข้อมูลทางเทคโนโลยี และข้อมูลด้านการตลาด ยังทำให้ผู้บริหารสามารถคาดการณ์แนวโน้มทางธุรกิจได้อย่างชัดเจน ซึ่งถูกนำมาเป็นข้อมูลประกอบการพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจ รวมทั้ง นำไปวางแผน การดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม ทำให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืน (Asikhia et al., 2019; Carson, O'Connor, & Simmons, 2020; Hendar et al., 2020; Stocker, Zanini, & Reis Irigaray, 2021; Thapayom, 2019) จากแนวคิดและความสำคัญของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่กล่าวมานี้ การวิจัยนี้ได้กำหนดความหมายของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ หมายถึง การรวบรวม การวิเคราะห์

และการนำเอาข้อมูลสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและข้อมูลการคาดการณ์ในอนาคต มาสนับสนุน การกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ ส่งเสริมความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน โดยการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ถูกวัดด้วย การติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน ความรอบรู้ทางเทคโนโลยี ความรอบรู้ทางการตลาด และการนำเสนอข้อมูลในอนาคต

จากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีความซับซ้อน ทำให้การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เพียงอย่างเดียว อาจไม่สามารถทำให้ความสามารถทางการแข่งขันของกิจการเหนือกว่าคู่แข่งและเกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนได้ (Phornlaphatrachakorn & Na-Kalasinth, 2020; Thapayom, 2021) จากการศึกษาในอดีตแสดงให้เห็นว่า กลยุทธ์ทางธุรกิจเกิดจากการนำเอาข้อมูลทางเศรษฐกิจมาทำการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ และกำหนดเป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจที่ทำให้กิจการสามารถพัฒนาศักยภาพการแข่งขันได้ และกลยุทธ์ทางธุรกิจสามารถเชื่อมโยงทรัพยากรที่มีคุณค่าของกิจการกับความสามารถทางการแข่งขันของกิจการได้ (Koçyiğit & Tabak, 2020) รวมทั้ง ยังเป็นผลลัพธ์ของการใช้ข้อมูลทางการตลาดในการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจของกิจการ (Correia, Dias, & Teixeira, 2021; Herzallah, Gutierrez-Gutierrez, & Rosas, 2017) เช่นเดียวกับ ความสามารถทางการแข่งขันที่เกิดจากการนำเอาข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มาใช้ในปฏิบัติงาน และส่งเสริมทำให้กิจการมีผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ดีเยี่ยม (Ferreira, Cardim, & Coelho, 2021; Thapayom, 2021)

นอกจากนั้น ทรัพยากรของกิจการจะส่งผลต่อผลลัพธ์ทางธุรกิจของกิจการได้นั้น ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมองค์กรและศักยภาพในการเรียนรู้ของพนักงาน จากวรรณกรรมในอดีตพบว่า วัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นการแข่งขันเป็นลักษณะของกิจการ ที่ช่วยเสริมอิทธิพลของทรัพยากรของกิจการที่มีต่อการสร้างนวัตกรรมบริการได้ (Tsou & Chen, 2022) และวัฒนธรรมองค์กรยังช่วยส่งเสริมให้ข้อมูลทางการบัญชีสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้ ซึ่งทำให้ผลลัพธ์ทางธุรกิจของกิจการเพิ่มขึ้น (B. J. A. Ali, Omar, & Bakar, 2016) รวมทั้ง วัฒนธรรมองค์กรยังเป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของข้อมูลด้านลูกค้า ซึ่งส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมของผู้ขายให้ดีขึ้น (Gopalakrishnan & Zhang, 2017) เช่นเดียวกับ ความสามารถในการเรียนรู้ ก็ช่วยทำให้ความสามารถเชิงพลวัตเพิ่มขึ้น และช่วยพัฒนาศักยภาพด้านนวัตกรรมของกิจการ รวมทั้ง ยังกระตุ้นให้เกิดการสร้างนวัตกรรมภายในกิจการ โดยเป็นตัวแปรสำคัญในการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจที่ยั่งยืน และผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ดีเยี่ยมของกิจการ (Ferreira et al., 2021; Migdadi, 2021; Pham & Hoang, 2019)

จากความสำคัญดังกล่าวที่สอดคล้องกับลักษณะของทรัพยากรตามทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากรที่ว่า ทรัพยากรภายในกิจการที่มีคุณค่า หาไม่ได้โดยทั่วไป ไม่สามารถทำซ้ำได้ง่าย และไม่สามารถหาทรัพยากรอื่นมาทดแทนได้อย่างสมบูรณ์นั้น ช่วยส่งเสริมความสามารถทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง และเสริมประสิทธิภาพในการดำเนินงานของกิจการ (Ilmudeen & Bao, 2020; Nayak, Bhattacharyya, & Krishnamoorthy, 2022) โดยการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ เป็นแนวคิดสำหรับรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจที่ใช้สนับสนุนการวางแผนทางธุรกิจ ซึ่งเป็นทรัพยากรของกิจการที่มีลักษณะเฉพาะและเป็นแหล่งข้อมูลทางธุรกิจที่จำเป็นต่อการกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจ เพื่อพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขัน และส่งเสริมผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืน (Dang et al., 2021;

Phornlaphatrachakorn & Na-Kalasindhu, 2020) นอกจากนี้ การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ยังเป็น ข้อมูลที่ถูกนำมาใช้ในการบริหารจัดการองค์กร ติดตามผลลัพธ์ทางธุรกิจ ประเมินศักยภาพทางการแข่งขัน และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับกิจการ โดยมุ่งเน้นข้อมูลเชิงกลยุทธ์ที่ใช้ในการบริหารต้นทุน การกำหนดนโยบายทางธุรกิจ ติดตามการดำเนินงานธุรกิจของกิจการ และการบัญชีคู่แข่งและลูกค้า (Turner et al., 2017; Wajdi & Arsajah, 2019) จึงกล่าวได้ว่า แนวคิดของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ของการวิจัยนี้ มีลักษณะที่สอดคล้องกับทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร ดังนั้น จึงได้นำแนวคิดของทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากรมาเป็นหลักการพื้นฐานในการอธิบายความสัมพันธ์ของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลลัพธ์ทางธุรกิจของกิจการ

จากวรรณกรรมในอดีตที่แสดงถึง ความสำคัญของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ในการรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจที่ใช้ในการกำหนดแนวทางการดำเนินงาน และเสริมสร้างศักยภาพทางธุรกิจที่เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งช่วยปรับปรุงผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนของกิจการ (Sugiyarti & Asmilina, 2020; Thapayom, 2019; Wajdi & Arsajah, 2019) แต่ในอดีตมีงานวิจัยจำนวนไม่มากที่ทำการศึกษาในประเด็นของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนของกิจการ โดยผ่านแนวทางการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่จำแนกเป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม กับกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ และความสามารถทางการแข่งขัน รวมทั้ง การศึกษาลักษณะขององค์กรที่ช่วยส่งเสริมข้อมูลทางธุรกิจสำหรับการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจและเพิ่มผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนของกิจการ ในลักษณะของวัฒนธรรมการแข่งขันและความสามารถในการเรียนรู้ โดยเฉพาะการศึกษาในบริบทของประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจกำลังพัฒนา (อภิชาติ คุณวัฒน์บัณฑิต, 2561) ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยองค์ความรู้ทางธุรกิจใหม่ ๆ ในการพัฒนาองค์กร

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงทำการทดสอบอิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน รวมทั้ง ทดสอบบทบาทคั่นกลางของกลยุทธ์ทางธุรกิจและความสามารถทางการแข่งขัน นอกจากนี้ ยังทำการทดสอบบทบาทกำกับของวัฒนธรรมการแข่งขันและความสามารถในการเรียนรู้ เพื่อเป็นการเติมเต็มองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่นำมาใช้สนับสนุนการกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจเชิงกลยุทธ์และบริหารจัดการองค์กร ในบริบทของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจาก เป็นกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ที่บ่งชี้ถึงศักยภาพทางธุรกิจของประเทศ และมีการนำเอาข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มาใช้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจทางธุรกิจและการดำเนินงานของกิจการ โดยมีคำถามการวิจัย ดังนี้

1. การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีผลกระทบต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการอย่างไร
2. กลยุทธ์ทางธุรกิจและวัฒนธรรมการแข่งขันมีผลกระทบต่อการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันของกิจการอย่างไร
3. ความสามารถทางการแข่งขันและความสามารถในการเรียนรู้มีผลกระทบต่อการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการอย่างไร

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเรื่อง การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีดังนี้

1.2.1 เพื่อทดสอบอิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ

1.2.2 เพื่อทดสอบอิทธิพลของกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีต่อความสามารถทางการแข่งขันของกิจการ

1.2.3 เพื่อทดสอบอิทธิพลของความสามารถทางการแข่งขันที่มีต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ

1.2.4 เพื่อทดสอบบทบาทคั่นกลางของกลยุทธ์ทางธุรกิจ และความสามารถทางการแข่งขัน

1.2.5 เพื่อทดสอบบทบาทกำกับของวัฒนธรรมการแข่งขัน และความสามารถในการเรียนรู้

1.3 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยถูกพัฒนาขึ้นจากการงานวิจัยในอดีต ซึ่งกำหนดขึ้นเพื่ออธิบายวัตถุประสงค์การวิจัยและใช้เป็นแนวทางอภิปรายผลการวิจัย โดยสมมติฐานการวิจัยมีดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 เพื่อทดสอบอิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ

H_{1a}: การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม

H_{1b}: การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ

H_{1c}: การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน

H_{1d}: การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 เพื่อทดสอบอิทธิพลของกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีต่อความสามารถทางการแข่งขันของกิจการ

H₂: กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน

H₃: กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 3 เพื่อทดสอบอิทธิพลของความสามารถทางการแข่งขันที่มีต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ

H₄: ความสามารถทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 4 เพื่อทดสอบบทบาทคั่นกลางของกลยุทธ์ทางธุรกิจ และความสามารถทางการแข่งขัน

H_{5a}: กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมเป็นตัวแปรคั่นกลางของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขัน

H_{5b}: กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพเป็นตัวแปรคั่นกลางของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขัน

H_{5c}: ความสามารถทางการแข่งขันเป็นตัวแปรคั่นกลางของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 5 เพื่อทดสอบบทบาทกำกับของวัฒนธรรมการแข่งขัน และความสามารถในการเรียนรู้

H_{6a}: วัฒนธรรมการแข่งขันเป็นตัวแปรกำกับของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขัน

H_{6b}: ความสามารถในการเรียนรู้เป็นตัวแปรกำกับของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัยนี้มีการกำหนดในประเด็นต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรของการวิจัยนี้คือ บริษัทมหาชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 784 บริษัท โดยเป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่ซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Stock Exchange of Thailand: SET) จำนวน 593 บริษัท และบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็กที่ซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งที่สอง (Market for Alternative Investment: MAI) จำนวน 191 บริษัท ข้อมูล ณ วันที่ 10 มกราคม 2566 (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2566)

1.4.2 ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

1.4.2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent variable) ได้แก่

การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic management accounting: SMA) มี 4 ตัวชี้วัด คือ การติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน (Environment scanning: ES) ความรอบรู้ทางเทคโนโลยี (Technology intelligence: TI) ความรอบรู้ทางการตลาด (Market intelligence: MI) และการนำเสนอข้อมูลในอนาคต (Forward-looking information: FLI)

1.4.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent variable) ได้แก่

ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน (Sustainable performance: SP) มี 3 ตัวชี้วัด คือ ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ (Economic performance: Ec) ผลการดำเนินงานด้านสังคม (Social performance: So) และผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental performance: En)

1.4.2.3 ตัวแปรคั่นกลาง (Mediator variables) ได้แก่

- 1) กลยุทธ์ทางธุรกิจ (Business strategies) ได้แก่
 - (1) กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม (Innovation-oriented strategy: IOS)
 - (2) กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ (Efficiency-oriented strategy: EOS)
- 2) ความสามารถทางการแข่งขัน (Organizational competitiveness: OC)

1.4.2.4 ตัวแปรกำกับ (Moderator variables) ได้แก่

- 1) วัฒนธรรมการแข่งขัน (Competitive culture: CC)
- 2) ความสามารถในการเรียนรู้ (Organizational learning capability: OLC)

1.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยนี้มีรายละเอียดดังนี้

1.5.1 ผลการวิจัยนี้ให้ข้อสรุปในเชิงวิชาการเพื่อยืนยันผลการวิจัยตามทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร ซึ่งเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของทรัพยากรที่สร้างความสามารถทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าของกิจการที่สนับสนุนการกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจที่เพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน รวมทั้ง เสริมสร้างศักยภาพการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนของกิจการ นอกจากนี้ เป็นการยืนยันว่า วัฒนธรรมการแข่งขันและความสามารถในการเรียนรู้ เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและมีลักษณะเฉพาะของกิจการ ที่ช่วยส่งเสริมศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการให้เหนือกว่าคู่แข่ง และเสริมสร้างผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนของกิจการได้

1.5.2 ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงบริหารจัดการสำหรับผู้บริหารในการสร้างผลลัพธ์ที่แท้จริงทางธุรกิจ โดยการนำข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ไปใช้ในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ และจัดหาข้อมูลทางธุรกิจที่จำเป็นต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่ง และสอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวน นอกจากนี้ ผู้บริหารของกิจการทุกขนาดสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยนี้ ไปสนับสนุนการพิจารณาการลงทุนในการสร้างระบบการรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจที่ใช้ในการกำหนดแนวทางเชิงกลยุทธ์ เพื่อช่วยให้กิจการดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง รวมทั้ง การตระหนักถึงการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นการแข่งขัน และการพัฒนาความสามารถในการเรียนรู้ของบุคลากรให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าและความผันผวนของเศรษฐกิจ

1.6 คำอธิบายศัพท์

งานวิจัยนี้ได้กำหนดคำอธิบายศัพท์ ดังนี้

1.6.1 การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ หมายถึง การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน ข้อมูลด้านเทคโนโลยี ข้อมูลด้านการตลาด และการมุ่งเน้นข้อมูลในอนาคตของกิจการ เพื่อนำมาประกอบการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ ที่เพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน และส่งเสริมให้เกิดผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ

1.6.2 ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน หมายถึง ผลลัพธ์ในการบริหารจัดการทางธุรกิจของกิจการในภาพรวมทั้งด้านเศรษฐกิจ (Economic performance) ด้านสังคม (Social performance) และด้านสิ่งแวดล้อม

1.6.3 การติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน หมายถึง การรวบรวม การวิเคราะห์และนำข้อมูลทางธุรกิจทั่วไปที่มีผลต่อการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ ได้แก่ การเมือง กฎหมาย เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ไปใช้สนับสนุนการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจและการบริหารจัดการของผู้บริหาร

1.6.4 ความรอบรู้ทางเทคโนโลยี หมายถึง การค้นหา การรวบรวม การวิเคราะห์ข้อมูลทางเทคโนโลยี และการให้ความสำคัญในการนำข้อมูลทางเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ในการดำเนินงาน รวมทั้ง การเผยแพร่ข้อมูลที่ได้จากเทคโนโลยี และส่งเสริมให้มีการนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีไปใช้ในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ของกิจการ

1.6.5 ความรอบรู้ทางการตลาด หมายถึง การค้นหาข้อมูล การรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดที่เกี่ยวกับลูกค้า คู่แข่งขัน และผลิตภัณฑ์ และการเผยแพร่ข้อมูลให้หน่วยงานภายในกิจการ รวมทั้ง การส่งเสริมให้มีการนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์

1.6.6 การนำเสนอข้อมูลในอนาคต หมายถึง การเปิดเผยข้อมูลในอนาคตโดยสมัครใจของกิจการ และการนำข้อมูลมาประเมินโอกาสและความเสี่ยงในอนาคตของกิจการ รวมทั้ง การจัดเตรียมข้อมูลที่ใช้คาดการณ์ข้อมูลทางธุรกิจ และสภาพแวดล้อมภายนอกที่กิจการต้องเผชิญในระยะยาว

1.6.7 กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม หมายถึง แนวทางในการดำเนินธุรกิจที่นำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในกระบวนการพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อให้มีคุณภาพและลักษณะที่แตกต่างจากคู่แข่ง การแนะนำสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้า การนำเสนอสินค้าเข้าสู่ตลาดอย่างรวดเร็ว การค้นหาตลาดใหม่ ๆ และการพัฒนากระบวนการในการดำเนินงานให้ทันสมัย

1.6.8 กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ หมายถึง แนวทางในการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการรักษาประสิทธิภาพในปฏิบัติงาน โดยการผลิตสินค้าในจำนวนมากเพื่อก่อให้เกิดการประหยัดต้นทุนต่อขนาด หรือการรักษามาตรฐานการบริการให้คงที่แต่ใช้ต้นทุนที่ลดลง การนำเทคโนโลยีการผลิตมาใช้เพื่อลดต้นทุนการดำเนินงาน การปรับปรุงการผลิตสินค้าหรือบริการให้มีประสิทธิภาพ และจัดหาสินค้าหรือปัจจัยที่ใช้ในการดำเนินงานได้อย่างคุ้มค่า

1.6.9 ความสามารถทางการแข่งขัน หมายถึง ศักยภาพของกิจการในการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและราคาที่สามารถแข่งขันในตลาดได้ รวมทั้ง การส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าได้ทันเวลา การนำเสนอสินค้าใหม่ที่แตกต่างเข้าสู่ตลาด และความรวดเร็วในการนำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ให้แก่ลูกค้าที่เหนือกว่าคู่แข่ง

1.6.10 วัฒนธรรมการแข่งขัน หมายถึง ลักษณะของกิจการในการสร้างพฤติกรรมหรือบรรทัดฐานของบุคลากรให้ตระหนักถึงการรักษามูลค่าและการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการ

1.6.11 ความสามารถในการเรียนรู้ หมายถึง ความสามารถของบุคลากรในการบูรณาการความรู้ใหม่ ๆ และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการทำงานโดยการใช้ความรู้ใหม่ให้สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินงานของกิจการ

บทที่ 2

ปริทัศน์วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 1 เป็นการอธิบายถึงภาพรวมของการวิจัย ส่วนในบทนี้เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยประกอบด้วยหัวข้อดังนี้

2.1 ทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร

2.2 การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์

2.3 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานการวิจัย

2.3.1 การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และกลยุทธ์ทางธุรกิจ

2.3.2 การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถในการแข่งขัน

2.3.3 การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

2.3.4 บทบาทคั่นกลางของกลยุทธ์ทางธุรกิจและความสามารถในการแข่งขัน

2.3.5 บทบาทกำกับของวัฒนธรรมการแข่งขันและความสามารถในการเรียนรู้

2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

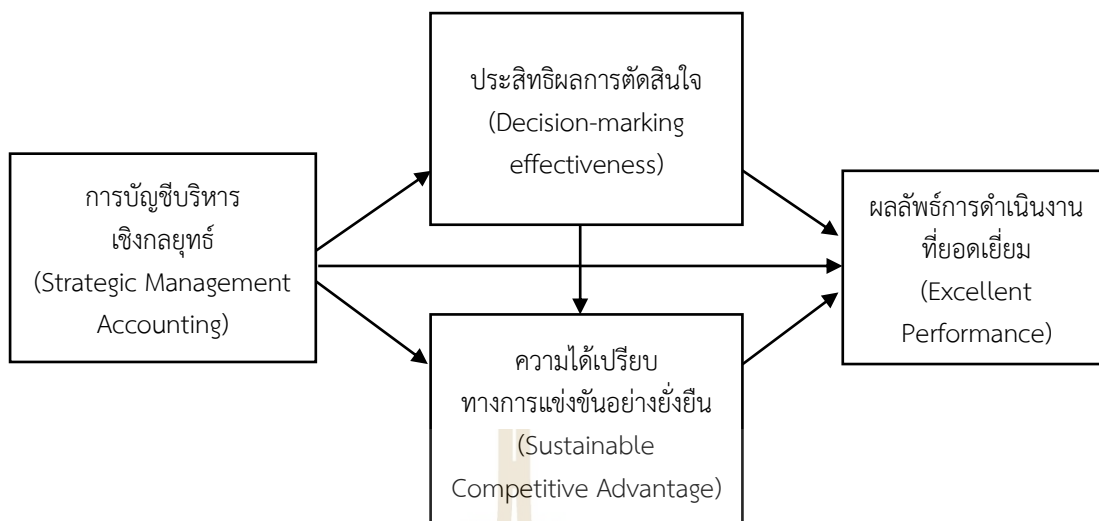
2.1 ทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร

ทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร (Resource-Based View of firm: RBV) ถูกนำมาใช้เป็นทฤษฎี อ้างอิงของการวิจัยนี้ เพื่อเป็นหลักการสำหรับออกแบบการวิจัย การกำหนดวัตถุประสงค์และ สมมติฐานของการวิจัย รวมทั้ง ใช้เป็นแนวทางสนับสนุนการอภิปรายผลการวิจัย โดยการบัญชี บริหารเชิงกลยุทธ์เป็นทรัพยากรของกิจการที่มีลักษณะเฉพาะ ซึ่งถูกนำไปใช้เพื่อประกอบการดำเนิน ธุรกิจเชิงกลยุทธ์ให้เกิดประสิทธิภาพที่สามารถพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง และส่งเสริมให้ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ดีขึ้น (Farida & Setiawan, 2022; Turner et al., 2017) โดยการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นแนวคิดในการรวบรวมข้อมูลสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและข้อมูล การคาดการณ์ทางธุรกิจในอนาคต ที่ถูกนำมาใช้โดยผู้บริหารในลักษณะของข้อมูลที่ใช้กำหนดนโยบาย ทางธุรกิจ สำหรับเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนของกิจการ (Dang et al., 2021; Turner et al., 2017) ดังนั้น ทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร จึงถูกนำมาใช้เป็น แนวคิดหลักในการอธิบายอิทธิพลระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิดการวิจัยนี้

ทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร เป็นแนวคิดที่เกี่ยวกับลักษณะของทรัพยากรที่ช่วยผลักดันความสามารถทางการแข่งขันของกิจการให้เหนือกว่าคู่แข่งอย่างยั่งยืน (Ditkaew, 2023; Hossain et al., 2022; Nayak et al., 2022; Rehman, Bhatti, Kraus, & Ferreira, 2021) โดยทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากรได้ถูกกล่าวถึงครั้งแรกในบทความของ Wernerfelt (1984, quoted in Bravo, 2016) ซึ่งเสนอว่า ประสิทธิภาพในการดำเนินงานของกิจการถูกขับเคลื่อนโดยทรัพยากรและความสามารถของกิจการ โดยมีส่วนช่วยเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าทรัพยากรทั้งหมดของกิจการจะสามารถส่งเสริมศักยภาพทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งได้ ซึ่งต่อมา Barney (1991) ได้เสนอลักษณะของทรัพยากรภายในกิจการที่ช่วยส่งเสริมความสามารถทางการแข่งขันให้เหนือกว่าคู่แข่งนั้น ต้องเป็นทรัพยากรที่สร้างมูลค่า (Valuable) หาไม่ได้โดยทั่วไป (Rare) ไม่สามารถคัดลอกได้ง่าย (Inimitability) และไม่สามารถทดแทนด้วยทรัพยากรอื่นได้อย่างสมบูรณ์ (Non-substitutability) ซึ่งลักษณะของทรัพยากรดังกล่าวเป็นอุปสรรคในการจัดหาหรือพัฒนาทรัพยากรภายในกิจการของคู่แข่ง (Nayak et al., 2022)

ในส่วนของการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการนั้น กิจการจำเป็นต้องบริหารจัดการทรัพยากรภายในกิจการให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้ง หากทรัพยากรดังกล่าวมีลักษณะตามหลักการของทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากรแล้วนั้น ก็เป็นไปได้ว่าทรัพยากรเหล่านั้นจะส่งเสริมให้กิจการสามารถดำเนินธุรกิจที่บรรลุวัตถุประสงค์ด้านการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งได้ และช่วยเพิ่มผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนของกิจการ (Rahab, Anwar, & Priyono, 2016) โดยทรัพยากรภายในกิจการนั้น อาจเป็นทรัพย์สินที่มีรูปร่างและไม่มีรูปร่าง รวมทั้ง เป็นสมรรถนะหรือทักษะของบุคลากรของกิจการ ซึ่งทรัพยากรเหล่านี้ส่งเสริมศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการให้เหนือกว่าคู่แข่ง และการระบุว่าทรัพยากรที่ช่วยส่งเสริมศักยภาพทางการแข่งขันนั้น ขึ้นอยู่กับบริบททางธุรกิจของแต่ละกิจการ โดยผู้บริหารและบุคลากรของกิจการในส่วนต่าง ๆ มีหน้าที่ในการจัดหาหรือพัฒนาทรัพยากรเหล่านั้นให้เกิดขึ้น (Hossain et al., 2022)

นอกจากนั้น ข้อมูลทางธุรกิจที่ผู้บริหารใช้ประกอบการกำหนดแผนการดำเนินธุรกิจและบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ของกิจการ ก็เป็นทรัพยากรที่จำเป็นต่อการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการด้วย (Turner et al., 2017) ซึ่งการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นแนวคิดที่ใช้สำหรับการรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจที่ช่วยสนับสนุนกระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ เพื่อก่อให้เกิดการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้ง ส่งเสริมให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีอย่างยั่งยืน (Dang et al., 2021; Thapayom, 2021) โดยความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารเชิงกลยุทธ์กับผลลัพธ์การดำเนินงานสามารถแสดงตามรูปที่ 2.1



รูปที่ 2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์กับผลลัพธ์การดำเนินงานของกิจการ
หมายเหตุ จาก นวัตกรรมการบัญชีเพื่อการจัดการเชิงกลยุทธ์ (1-4), กรไชย พรลภัสสรชกร, 2565,
มหาสารคาม : ตักสิลาการพิมพ์.

จากรูปที่ 2.1 แสดงให้เห็นว่าการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ เป็นแนวคิดที่ใช้จัดหาข้อมูลทางธุรกิจ ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่ครอบคลุมสถานการณ์ทางเศรษฐกิจทั้งในปัจจุบันและอนาคต เพื่อใช้สำหรับวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ จึงทำให้ข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ สามารถเพิ่ม ประสิทธิภาพการวางแผนเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหาร รวมทั้ง พัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน ที่เหนือกว่าคู่แข่งอย่างยั่งยืน จนทำให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยอดเยี่ยม (Phornlaphatrachakorn & Na-Kalasindhu, 2020; Tian, Otchere, Dogbe, Addy, & Hammond, 2021) ดังนั้น การวิจัยนี้จึง ใช้ทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากรสำหรับพัฒนารอบแนวคิดการวิจัย และเป็นหลักการในการอธิบายว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นทรัพยากรที่ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ ที่เสริมสร้าง ศักยภาพทางการแข่งขันและผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนของกิจการได้ รวมทั้งใช้อธิบายว่า วัฒนธรรม การแข่งขันและความสามารถในการเรียนรู้ของกิจการ เป็นทรัพยากรที่ช่วยเสริมอิทธิพลของการบัญชี บริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความสามารถทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

2.2 การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์

ก่อนศตวรรษที่ 20 การบัญชีบริหารแบบดั้งเดิม (Traditional management accounting) ถูกใช้สำหรับจัดหาข้อมูลทางธุรกิจ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหาร ซึ่งต่อมา เมื่อสถานการณ์ทางเศรษฐกิจมีความผันผวนและลักษณะการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างจากอดีต อย่างมาก ทำให้กิจการต่าง ๆ ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ดังกล่าว จึงทำให้ผู้บริหารของกิจการพยายามพัฒนาระบบการทางธุรกิจ และกำหนดนโยบาย การดำเนินธุรกิจ ที่ทำให้กิจการสามารถดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง จึงทำให้กิจการ

ต่าง ๆ จำเป็นต้องจัดหาข้อมูลที่ช่วยสนับสนุนการกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ น่าเชื่อถือและสะท้อนถึงสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน แต่เนื่องจาก การบัญชีบริหาร แบบดั้งเดิมนั้น มีลักษณะมุ่งเน้นข้อมูลทางธุรกิจที่เกิดจากกิจกรรมภายในกิจการและการบริหารจัดการ งบประมาณ (G. A. Ali, Hilman, & Gorondutse, 2020) จึงทำให้ข้อมูลของการบัญชีบริหาร แบบดั้งเดิมมีลักษณะที่ไม่เหมาะสมและไม่เพียงพอต่อการบริหารจัดการองค์กรในสถานการณ์ ทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวน รวมทั้ง ไม่สามารถนำมากำหนดแนวทางการดำเนินงานที่ทำให้ ธุรกิจอยู่รอดในสภาวะที่อุตสาหกรรมต่าง ๆ มีแข่งขันที่รุนแรง (Dang et al., 2021; Oboh & Ajibolade, 2017; Pramono, Suwarno, Amyar, & Lisdiono, 2023) จากเหตุผลนี้ ทำให้แนวคิด เกี่ยวกับการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic management accounting) ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อแก้ไข ข้อบกพร่องของการบัญชีบริหารแบบดั้งเดิม

โดยงานวิจัยในอดีตชี้ให้เห็นว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ได้ถูกกล่าวถึงใน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะที่เป็นกลวิธีของการบัญชีบริหารสมัยใหม่ (Technique of strategic management accounting) ที่ใช้ในวางแผน ควบคุม และติดตามการดำเนินธุรกิจภายในกิจการ และลักษณะที่เป็น แนวคิด (Concept of strategic management accounting) ในการรวบรวมข้อมูลสภาพแวดล้อม ทางธุรกิจและข้อมูลทางธุรกิจในอนาคต ที่ใช้สนับสนุนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ โดยความหมายของ การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์สามารถแสดงดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ความหมายของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์

ผู้แต่ง	ความหมาย
ส่วนที่ 1 ความหมายในลักษณะกลวิธีของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์	
Pramono et al. (2023)	วิธีการทางบัญชีที่ให้ความสำคัญต่อการใช้ข้อมูลทางการบัญชีและการจัดการ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างถูกต้อง
Oyewo (2022)	วิธีการของการบัญชีบริหารสมัยใหม่ที่มีความซับซ้อน โดยให้ความสำคัญกับลูกค้า คู่แข่งขันของกิจการและประเด็นเชิงกลยุทธ์อื่น ๆ
Thapayom (2019)	วิธีการในการเก็บรวบรวม ประมวลผล วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการวางแผน รวมทั้ง การติดตามกระบวนการปฏิบัติงานของกิจการ
Alamri (2019)	วิธีในการรวบรวมข้อมูลสภาพแวดล้อมภายนอกกิจการและข้อมูลด้านการตลาด ที่สามารถจัดหาข้อมูลเพื่อสนับสนุนกระบวนการในการจัดการเชิงกลยุทธ์
Kalkhouran, Nedaei, and Rasid (2017)	วิธีปฏิบัติเชิงกลยุทธ์ขั้นสูงที่ใช้สำหรับการรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจจากแหล่งข้อมูลภายในและภายนอกกิจการเพื่อใช้ในการบริหารจัดการทางธุรกิจ

ตารางที่ 2.1 ความหมายของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ (ต่อ)

ผู้แต่ง	ความหมายของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์
ส่วนที่ 2 ความหมายในลักษณะแนวคิดของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์	
Ditkaew (2023)	การใช้ข้อมูลของการบัญชีบริหารที่เกิดขึ้นภายในกิจการ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการดำเนินงานตามกลยุทธ์ทางธุรกิจของกิจการ
Fahrizal et al. (2021)	ข้อมูลเชิงกลยุทธ์ที่ถูกนำมาเป็นข้อมูลประกอบการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อปรับปรุงผลการดำเนินงานของกิจการ
Phornlaphatrachakorn and Na-Kalasinth (2020)	การจัดการข้อมูลสารสนเทศของสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกกิจการ เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารในระยะยาว ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกิจการ
Mohammed, Maelah, and Amir (2019)	การรวบรวมข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับคู่แข่ง คู่แข่ง ลูกค้า สินค้าและบริการของกิจการ
Berliantiningrum, Sunaryanto, and Pratikto (2017)	การประยุกต์ใช้แนวคิดของการบัญชีบริหารในรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงจากการจัดหาข้อมูลเพื่อบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ มาเป็นการมุ่งเน้นแนวคิดในการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มมูลค่าของกิจการ
Noordin, Zainuddin, Fuad, Mail, and Sariman (2015)	การจัดการข้อมูลสารสนเทศและการวิเคราะห์คู่แข่ง คู่แข่ง ลูกค้า และลักษณะผลิตภัณฑ์ของกิจการ เพื่อใช้ในการติดตามและวัดความสำเร็จในการดำเนินงานตามกลยุทธ์การแข่งขันของกิจการ
Novianty (2015)	กระบวนการของการระบุ การสังเกต การวิเคราะห์ และการรายงานข้อมูลทางการบัญชี โดยให้ความสำคัญทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของกิจการ

ตารางที่ 2.1 สรุปได้ว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ในลักษณะของกลวิธี หมายถึง วิธีการหรือวิธีปฏิบัติของการบัญชีบริหารสมัยใหม่ ที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจและติดตามการปฏิบัติงานตามแผนกลยุทธ์ของกิจการ ส่วนการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ในลักษณะของแนวคิด หมายถึง การจัดหา รวบรวม และประยุกต์ใช้ข้อมูลทางธุรกิจในปัจจุบันและข้อมูลทางธุรกิจระยะยาว ซึ่งเป็นทั้งข้อมูลภายในและภายนอกกิจการ ที่ถูกนำมาใช้สำหรับการกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจที่ส่งเสริมให้กิจการเกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ดีเยี่ยม

โดยการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่เป็นกลวิธีที่มีการศึกษาอย่างแพร่หลาย มีทั้งหมด 19 กลวิธี ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 5 มิติ (Abdullah, Said, Rahman, & Matd, 2020; Dang et al., 2021; Farida & Setiawan, 2022; Turner et al., 2017) ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 มิติและกลวิธีของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์

มิติ	กลวิธี
1. ต้นทุนเชิงกลยุทธ์ (Strategic costing)	1. ต้นทุนคุณลักษณะ (Attribute costing)
	2. ต้นทุนวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Life cycle costing)
	3. ต้นทุนคุณภาพ (Quality costing)
	4. ต้นทุนเป้าหมาย (Target costing)
	5. ต้นทุนห่วงโซ่คุณค่า (Value-chain costing)
	6. ต้นทุนฐานกิจกรรม (Activity-based costing)
	7. การบริหารต้นทุนฐานกิจกรรม (Activity-based management)
2. การวางแผน การควบคุมและการวัดผลการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ (Strategic planning, control and performance measurements)	8. การเทียบเคียงผลการดำเนินงาน (Benchmarking)
	9. การวัดผลลัพธ์การดำเนินงานแบบบูรณาการ (Integrated performance measurement)
	10. การบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environmental management accounting)
3. การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (Strategic decision-making)	11. การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ (Strategic cost management)
	12. การกำหนดราคาเชิงกลยุทธ์ (Strategic pricing)
	13. การวัดมูลค่าตราสินค้า (Brand valuation)
4. การบัญชีคู่แข่ง (Competitor accounting)	14. การประเมินต้นทุนคู่แข่ง (Competitor cost assessment)
	15. การติดตามตำแหน่งทางการแข่งขัน (Competitive position monitoring)
	16. การประเมินผลลัพธ์การดำเนินงานคู่แข่ง (Competitor performance appraisal)

ตารางที่ 2.2 มิติและกลวิธีของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ (ต่อ)

มิติ	กลวิธี
5. การบัญชีลูกค้า	17. การวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไรจากลูกค้า (Customer profitability analysis)
	18. การวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไรจากลูกค้าตลอดช่วงชีวิต (Lifetime customer profitability analysis)
	19. การวัดมูลค่าของลูกค้าเป็นสินทรัพย์ (Valuation of customers as assets)

หมายเหตุ: จาก “Does the use of strategic management accounting techniques creates and sustains competitive advantage: Some empirical evidence” Oyewo and Ajibolade, 2019, *Annals of spiru Haret University. Economic Series*, 19(2), 67-69.

การศึกษาในอดีตโดยส่วนใหญ่เป็นการศึกษากลวิธีของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ (Alamri, 2019; Kalkhouran et al., 2017; Oyewo, 2022; Pramono et al., 2023; Thapayom, 2019) แต่การศึกษาในลักษณะของแนวคิดของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ยังมีการศึกษาที่จำกัด ดังนั้นการวิจัยนี้จึงสนใจศึกษาการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ในลักษณะของแนวคิดที่เป็นการรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (Phornlaphatrachakorn & Na-Kalasinthu, 2020) เพื่อให้การศึกษาในประเด็นของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีความหลากหลายและแสดงผลการศึกษาในมุมมองที่แตกต่างจากอดีต โดยได้กำหนดความหมายของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ของงานวิจัยนี้ หมายถึง การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน ข้อมูลด้านเทคโนโลยี ข้อมูลด้านการตลาด และการมุ่งเน้นข้อมูลในอนาคตของกิจการ เพื่อนำมาประกอบการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ ที่เพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน และส่งเสริมให้เกิดผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ

โดยองค์ประกอบที่ใช้ในการวัดการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ที่มีลักษณะเป็นการติดตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ที่มุ่งเน้นการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลภายในและภายนอกกิจการ รวมทั้งการเปิดเผยข้อมูลในอนาคตที่กระทบต่อผลลัพธ์ทางธุรกิจของกิจการในระยะยาว เพื่อเป็นข้อมูลที่ใช้ประกอบการวางแผนการดำเนินธุรกิจ (Alamri, 2019) โดยในส่วนของการติดตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจนั้น ประกอบด้วย การติดตามสภาพแวดล้อมทั่วไป และการติดตามสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับงาน (Aldehayyat, 2015; Yu et al., 2019) โดยการติดตามสภาพแวดล้อมทั่วไปนั้น เป็นการติดตามข้อมูลทางธุรกิจที่ส่งผลต่อภาพรวมของอุตสาหกรรมรวมทั้ง เป็นข้อมูลที่ใช้ในการประเมินช่องทางการเติบโตและระบุภัยคุกคามที่มีต่อกิจการ ประกอบด้วย การติดตามข้อมูลทางการเมือง กฎหมาย เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า การติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน (Environmental scanning: ES) และการติดตาม

ข้อมูลความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของกิจการ โดยต่อไปนี้เรียกว่า ความรอบรู้ทางเทคโนโลยี (Technology intelligence: TI) ส่วนการติดตามสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับงาน เป็นการติดตามข้อมูลทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำเนินธุรกิจของกิจการ โดยเป็นการติดตาม ข้อมูลองค์ประกอบของตลาด ได้แก่ ลูกค้า คู่แข่งขัน และผลิตภัณฑ์ ต่อไปนี้เรียกว่า ความรอบรู้ทางการตลาด (Market intelligence: MI) และในส่วนของ การเปิดเผยข้อมูลในอนาคต จะเป็นการมุ่งเน้น การนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการคาดการณ์โอกาส ความเสี่ยง และการเปิดเผยนโยบายการดำเนินงาน ในอนาคต ที่ถูกนำไปใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า การนำเสนอข้อมูลในอนาคต (Forward-looking information: FLI)

โดยการติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน (Environmental scanning) เป็นการรวบรวม ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ภายนอกกิจการและแนวโน้มทางเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นขั้นตอนพื้นฐาน ที่มีความจำเป็นต่อการวางแผนทางธุรกิจและการบริหารจัดการองค์กร ที่ส่งเสริมให้การดำเนินงาน เป็นไปตามแผนกลยุทธ์และทำให้ผลลัพธ์ทางธุรกิจของกิจการดีขึ้น (Okwemba & Njuguna, 2021; Yu et al., 2019) นอกจากนี้ การติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานยังช่วยให้กิจการ เกิดความยืดหยุ่นและการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ซึ่งช่วยส่งเสริมให้เกิด ศักยภาพทางธุรกิจของกิจการ (YahiaMarzouk & Jin, 2022)

การติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน หมายถึง การค้นหา การรวบรวม และการจัดเก็บ ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นภายนอกกิจการ แต่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ของกิจการ (Dibua, Chiekezie, Chinelo, & Maureen, 2023; Yu et al., 2019) โดยเป็นข้อมูล ที่ถูกนำมาใช้ในการวางแผนกิจกรรมทางธุรกิจ เพื่อช่วยป้องกันและปรับปรุงตำแหน่งทางการตลาด ของกิจการ (Phornlaphatrachakorn & Na-Kalasindhu, 2020) และเป็นการรวบรวมข้อมูลที่ใช้ ในการบริหารจัดการธุรกิจ ซึ่งส่งเสริมความสำเร็จในการดำเนินงานภายใต้สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ ที่มีความผันผวน (YahiaMarzouk & Jin, 2022) จึงสรุปได้ว่า การติดตามสภาพแวดล้อม ในการดำเนินงาน เป็นการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจทั่วไปภายนอก กิจการ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนเชิงกลยุทธ์และบริหารจัดการของกิจการให้บรรลุ เป้าหมายภายใต้สถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวน ดังนั้น การติดตามสภาพแวดล้อม ในการดำเนินงานของงานวิจัยนี้จึงหมายถึง การรวบรวม การวิเคราะห์และนำข้อมูลทางธุรกิจ ทั่วไปที่มีผลต่อการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ ได้แก่ การเมือง กฎหมาย เศรษฐกิจ สังคมและ วัฒนธรรม ไปใช้สนับสนุนการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจและการบริหารจัดการของผู้บริหาร

นอกจากนั้น ความรอบรู้ทางเทคโนโลยี (Technology intelligence) แสดงถึงกระบวนการใน การใช้ข้อมูลทางเทคโนโลยีมากำหนดแนวทางการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ของกิจการ เพื่อพัฒนา ความสามารถทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง และจากวรรณกรรมในอดีตพบว่า ผลลัพธ์ ทางธุรกิจที่ยั่งยืนของกิจการนั้น ขึ้นอยู่กับศักยภาพในการใช้เทคโนโลยีของบุคลากร เนื่องจาก การใช้ เทคโนโลยีจะทำให้ผู้บริหารสามารถติดตามข้อมูลทางธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง และทำให้กิจการสามารถ พัฒนาแผนธุรกิจที่ช่วยเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจของกิจการ นอกจากนี้ การใช้ข้อมูล ทางเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมหรือแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภค จะช่วยให้ผู้บริหาร

สามารถวิเคราะห์ช่องทางการเติบโตทางธุรกิจ ซึ่งใช้ประกอบการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ ด้านประสิทธิภาพและสร้างสรรค์นวัตกรรมได้อย่างต่อเนื่อง (Agustian, Mubarak, Zen, Wiwin, & Malik, 2023; Asikhia et al., 2019)

ความรู้ทางเทคโนโลยี หมายถึง การรวบรวม ตรวจสอบ วิเคราะห์ และนำเสนอหรือเผยแพร่ ข้อมูลทางเทคโนโลยี รวมทั้ง ข้อมูลทางธุรกิจที่มีความอ่อนไหวต่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ภายนอกกิจการ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ระบุถึงโอกาสและอุปสรรคที่มีอิทธิพลต่อตำแหน่งทางตลาดของ กิจการ ซึ่งผู้บริหารนำมาสนับสนุนกระบวนการตัดสินใจและวางแผนการบริหารจัดการภายในกิจการ (An, Kim, Mortara, & Lee, 2018; Asikhia et al., 2019; Loh & Mortara, 2017; Safdari Ranjbar & Tavakoli, 2015) จากข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ความรู้ทางเทคโนโลยี ได้ถูกกำหนดความหมาย ในลักษณะของกระบวนการในการจัดหาข้อมูลทางเทคโนโลยี และการนำข้อมูลไปใช้สนับสนุน การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (An et al., 2018; Loh & Mortara, 2017; Safdari Ranjbar & Tavakoli, 2015) และความหมายในลักษณะของข้อมูลทางธุรกิจที่ได้จากการพัฒนาเทคโนโลยี ที่กระทบต่อ รูปแบบธุรกิจและผลลัพธ์การดำเนินงานของกิจการ (Asikhia et al., 2019) ดังนั้น การวิจัยนี้ได้ กำหนดความหมายของความรู้ทางเทคโนโลยี หมายถึง การค้นหา การรวบรวม การวิเคราะห์ ข้อมูลทางเทคโนโลยี และการให้ความสำคัญในการนำข้อมูลทางเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ในการ ดำเนินงาน รวมทั้ง การเผยแพร่ข้อมูลที่ได้จากเทคโนโลยี และส่งเสริมให้มีการนำข้อมูลที่เกี่ยวข้อง กับเทคโนโลยีไปใช้ในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ของกิจการ

ในขณะเดียวกัน ความรู้ทางการตลาด (Market intelligence) เป็นการติดตามข้อมูล ทางการตลาดที่สามารถนำมาช่วยสร้างโอกาสทางธุรกิจ ซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้กิจการบรรลุ เป้าหมายการแข่งขันในตลาด (Carson et al., 2020) และความรู้ทางการตลาดยังเป็นการค้นหา ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า คู่แข่งขันและการร่วมมือกันของหน่วยงานต่างๆ ภายในกิจการ เพื่อปรับเปลี่ยน แนวทางการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานะของตลาด และส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจ ของกิจการที่เพิ่มขึ้น และเกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืน (Hendar et al., 2020; Katsikea, Theodosiou, & Makri, 2019; Stocker et al., 2021)

โดยความรู้ทางการตลาด เป็นแนวคิดพื้นฐานทางการตลาดที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับ การติดตามข้อมูลทางการตลาด เพื่อใช้กำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจที่สามารถส่งเสริมศักยภาพ ทางการแข่งขันของกิจการ (Hendar et al., 2020) ซึ่งความรู้ทางการตลาด หมายถึง การรวบรวม การตีความข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า คู่แข่งขัน ผลิตภัณฑ์ และนำข้อมูลทางการตลาด มาเผยแพร่ให้กับหน่วยงานภายในทุกระดับของกิจการ (Hendar et al., 2020; Katsikea et al., 2019) เพื่อนำไปใช้สนับสนุนการกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจของกิจการ ให้เหมาะสมกับ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวน (Navarro-García et al., 2016) จึงสรุปได้ว่า ความรู้ ทางการตลาด เป็นกระบวนการในการรวบรวม การวิเคราะห์ การเผยแพร่และการนำข้อมูล ทางการตลาดไปใช้สนับสนุนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ดังนั้น ความรู้ทางการตลาดของ งานวิจัยนี้ หมายถึง การค้นหาข้อมูล การรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง

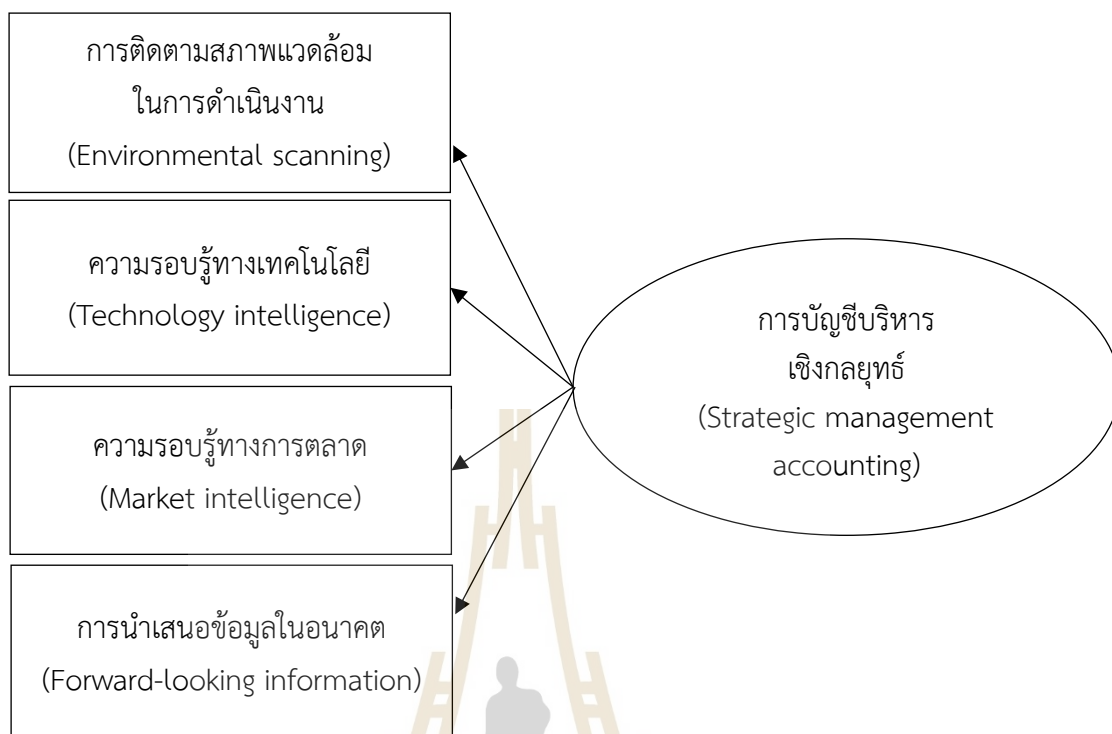
ลูกค้า คู่แข่งขัน และผลิตภัณฑ์ และการเผยแพร่ข้อมูลให้หน่วยงานภายในกิจการ รวมทั้ง การส่งเสริมให้มีการนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์

ส่วนการนำเสนอข้อมูลในอนาคต (Forward-looking information) เป็นการเปิดเผยข้อมูลของกิจการที่ช่วยทำให้ผู้ใช้ข้อมูลเข้าใจแผนการดำเนินงานธุรกิจของกิจการ (Firmansyah & Irwanto, 2020; Motaleghi, Alikhani, Maranjory, & Samadi, 2023; Phornlaphatrachakorn & Na-Kalasinthdu, 2020) รวมทั้ง ยังแสดงถึงภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการในการเปิดเผยข้อมูลที่นักลงทุนหรือผู้ใช้ข้อมูลสามารถนำไปใช้คาดการณ์สถานการณ์ของกิจการในอนาคตได้ ซึ่งจากการเปิดเผยข้อมูลที่ครบถ้วนส่งผลทำให้มูลค่าของกิจการเพิ่มขึ้น (Waweru, Membwa, & Njeru, 2016)

โดยการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและกิจกรรมของกิจการ เป็นการเปิดเผยข้อมูลในอนาคตโดยสมัครใจของกิจการ เพื่อช่วยผู้ใช้ข้อมูลเข้าใจถึงสถานการณ์ของกิจการ (Waweru et al., 2016) ซึ่งผู้ใช้ข้อมูลสามารถประเมินโอกาสในอนาคต และการคาดการณ์เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานและความคาดหวังของกิจการ รวมทั้ง แนวโน้มของสภาพแวดล้อมภายนอกที่กิจการจะต้องเผชิญในอนาคตได้อย่างเหมาะสม (Menicucci, 2018) และจากการทบทวนความหมายของการนำเสนอข้อมูลในอนาคตนั้น หมายถึง การเปิดเผยแผนการดำเนินงานและการคาดการณ์เหตุการณ์ในระยะยาวที่ทำให้ให้นักลงทุนและผู้ใช้อื่นสามารถประเมินความสำเร็จในการดำเนินงานในอนาคตของกิจการได้ (Bravo, 2016; Firmansyah & Irwanto, 2020; Phornlaphatrachakorn & Na-Kalasinthdu, 2020)

จากที่กล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า การนำเสนอข้อมูลในอนาคต เป็นการเปิดเผยแผนการดำเนินงานธุรกิจในปัจจุบันและข้อมูลทางธุรกิจในอนาคต ซึ่งเป็นข้อมูลที่นำมาประเมินธุรกิจและทิศทางการเติบโตในอนาคตของกิจการ ดังนั้น การนำเสนอข้อมูลในอนาคตของงานวิจัยนี้ หมายถึง การเปิดเผยข้อมูลในอนาคตโดยสมัครใจของกิจการ และการนำข้อมูลมาประเมินโอกาสและความเสี่ยงในอนาคตของกิจการ รวมทั้ง การจัดเตรียมข้อมูลที่ใช้คาดการณ์ข้อมูลทางธุรกิจ และสภาพแวดล้อมภายนอกที่กิจการต้องเผชิญในระยะยาว

ดังนั้น การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ของการวิจัยนี้ จึงเป็นการศึกษาในลักษณะของแนวคิดในการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบัน และข้อมูลทางธุรกิจในอนาคต สำหรับใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดแนวทางการดำเนินงานธุรกิจ ที่ส่งเสริมความสามารถทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ โดยองค์ประกอบที่ใช้วัดการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ประกอบด้วย การติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน (Environmental scanning) ความรอบรู้ทางเทคโนโลยี (Technology intelligence) ความรอบรู้ทางการตลาด (Market intelligence) และการนำเสนอข้อมูลในอนาคต (Forward-looking information) โดยแสดงดังรูปที่ 2.2



รูปที่ 2.2 องค์ประกอบในการวัดการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ของงานวิจัยนี้

2.3 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยถูกพัฒนาขึ้นจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยประกอบด้วยประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน อิทธิพลคั่นกลางของกลยุทธ์ทางธุรกิจและความสามารถทางการแข่งขัน และอิทธิพลกำกับของวัฒนธรรมการแข่งขันและความสามารถในการเรียนรู้ โดยผลการศึกษาอิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีผลต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนสามารถสรุปดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

ผู้วิจัย	วัตถุประสงค์การวิจัย	ผลการวิจัย
Ditkaew (2023)	ทดสอบผลกระทบของการใช้ข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการส่งออกข้าวในประเทศไทย	การใช้ข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ช่วยสามารถเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการได้
Oyewo (2022)	วิเคราะห์อิทธิพลของการใช้การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจประเภทพาณิชย์กรรมของประเทศไนจีเรีย	การใช้การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ช่วยสนับสนุนการเพิ่มขึ้นของความได้เปรียบทางการแข่งขันเพิ่มขึ้นของกิจการ
Fahrizal et al. (2021)	ทดสอบผลกระทบของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจการเงินในประเทศอินโดนีเซีย	การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ในลักษณะของข้อมูลด้านคู่แข่ง ข้อมูลด้านลูกค้า และข้อมูลด้านตลาดเป็นข้อมูลสำหรับการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ช่วยส่งเสริมให้ผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจธนาคารเพิ่มขึ้น
Dang et al. (2021)	วิเคราะห์อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานของกิจการน้ำตาลของประเทศเวียดนาม	การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นกลวิธีบริหารจัดการที่ช่วยปรับปรุงผลลัพธ์จากการดำเนินงานทางการเงินและไม่ใช่ทางการเงินของกิจการ
Ogunleye, Fagboro, and Oparinde (2021)	วิเคราะห์อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนกรณีศึกษาธนาคารในประเทศไนจีเรีย	การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ช่วยเสริมประสิทธิภาพการดำเนินงาน ซึ่งช่วยให้เกิดผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธนาคารทั้งผลการดำเนินงานทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 2.3 อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน (ต่อ)

ผู้วิจัย	วัตถุประสงค์การวิจัย	ผลการวิจัย
Abdullah et al. (2020)	วิเคราะห์อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อมูลค่าเพิ่มของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับรัฐบาล (Government Linked Companies) ของประเทศมาเลเซีย	การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้มูลค่าของกิจการเพิ่มขึ้น
Alamri (2019)	วิเคราะห์อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศซาอุดีอาระเบีย	การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นกลวิธีในการบริหารจัดการที่ช่วยปรับปรุงผลลัพธ์ทางการเงินและไม่ใช้ทางการเงินของกิจการให้เพิ่มขึ้น
Thapayom (2019)	วิเคราะห์อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนกรณีศึกษากิจการในนิคมอุตสาหกรรมในจังหวัดระยองของประเทศไทย	กลวิธีของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่เป็นการวางแผน การควบคุมและการวัดผลการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ การบัญชีคู่แข่ง และการบัญชีลูกค้า ช่วยส่งเสริมให้ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนเพิ่มขึ้น แต่การบัญชีต้นทุนเชิงกลยุทธ์ และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ไม่สามารถส่งเสริมผลการดำเนินงานของกิจการให้เกิดความยั่งยืนได้
Wajdi and Arsajah (2019)	วิเคราะห์อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของกิจการประเภทพาณิชย์กรรมของประเทศอินโดนีเซีย	กลวิธีของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ช่วยเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการ และความได้เปรียบทางการแข่งขันก็เป็นสาเหตุที่ส่งเสริมให้ผลการดำเนินงานของกิจการดีขึ้น และการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ส่งเสริมให้ผลการดำเนินงานของกิจการเพิ่มขึ้น เมื่อกิจการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง

ตารางที่ 2.3 อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน (ต่อ)

ผู้วิจัย	วัตถุประสงค์การวิจัย	ผลการวิจัย
Panjaitan, Lesmana, and Maimunah (2018)	ทดสอบผลกระทบของการบัญชีบริหารเชิงนวัตกรรมที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทัศนศึกษากิจการขนาดย่อมและขนาดกลางของอินโดนีเซีย	การใช้ข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงนวัตกรรมช่วยส่งเสริมทำให้กิจการเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง
Kalkhouran et al. (2017)	ทดสอบผลกระทบของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานของกิจการขนาดย่อมและขนาดกลางของประเทศมาเลเซีย	การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ช่วยส่งเสริมทำให้ผลการดำเนินงานของกิจการเพิ่มขึ้น
Berliantiningrum et al. (2017)	วิเคราะห์อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานของกิจการในอุตสาหกรรมผลิตที่ตั้งอยู่ในเมืองชวาตะวันออก (East Java) ของประเทศอินโดนีเซีย	การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน จนทำให้ผลการดำเนินงานของกิจการเพิ่มขึ้น
Turner et al. (2017)	ทดสอบผลกระทบของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจโรงแรมในประเทศสหรัฐอเมริกา	การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ช่วยพัฒนาความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการและส่งเสริมทำให้ผลการดำเนินงานเพิ่มขึ้น และยังพบว่าการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ช่วยปรับปรุงผลการดำเนินงานทางการเงินที่ยั่งยืนได้เมื่อกิจการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าซึ่งเป็นตัววัดของความได้เปรียบทางการแข่งขัน
Alsoboa and Alalaya (2015)	ทดสอบผลกระทบของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการประเภทพาณิชย์กรรมในประเทศจอร์แดน	การใช้การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ช่วยส่งเสริมให้ความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 2.3 อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน (ต่อ)

ผู้วิจัย	วัตถุประสงค์การวิจัย	ผลการวิจัย
Jaf, Sabr, and Nader (2015)	วิเคราะห์อิทธิพลของกลวิธีการบัญชีบริหารที่มีต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจของอุตสาหกรรมน้ำอัดลมในประเทศอิหร่าน	การใช้กลวิธีการบัญชีบริหารช่วยสนับสนุนประสิทธิภาพในการกำหนดกลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง และกลยุทธ์การมุ่งเน้น
Egbunike, Ogbodo, and Onyali (2014)	วิเคราะห์อิทธิพลของการใช้การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการในอุตสาหกรรมผลิตและบริการ	การใช้การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ช่วยให้การดำเนินงานของกิจการมีประสิทธิภาพ จนทำให้เกิดผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

2.3.1 การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และกลยุทธ์ทางธุรกิจ

การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ เป็นแนวคิดในการจัดหาข้อมูลสำหรับสนับสนุนการกำกับดูแล และการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ของกิจการให้มีประสิทธิภาพ โดยกิจการที่สามารถจัดหาข้อมูลที่มีคุณภาพได้อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบนั้น มีแนวโน้มที่จะส่งเสริมให้การดำเนินธุรกิจประสบผลสำเร็จ (Phornlaphatrachakorn & Na-Kalasindhu, 2020) นอกจากนี้ ข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ยังเป็นข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ช่องทางการเติบโตและภัยคุกคามทางธุรกิจ ที่ถูกนำมา กำหนดนโยบายทางธุรกิจของกิจการที่เหมาะสม เพื่อส่งเสริมให้ผลลัพธ์ในการดำเนินธุรกิจ เกิดความยั่งยืน โดยรายละเอียดเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ มีดังนี้

2.3.1.1 กลยุทธ์ทางธุรกิจ

หลายอุตสาหกรรมทั่วโลกต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนของสถานการณ์ทางเศรษฐกิจมากมาย อาทิเช่น ผลกระทบของโลกาภิวัตน์ การแข่งขันที่รุนแรง ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มขึ้น และพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคที่แตกต่างจากอดีต จนทำให้กิจการต่าง ๆ จำเป็นต้องวางแผนการดำเนินธุรกิจอย่างเหมาะสม (Farida & Setiawan, 2022; Kaliappen & Hilman, 2017; Yoshikuni & Albertin, 2018) โดยข้อมูลทางธุรกิจที่รอบด้านนั้น จะช่วยให้กิจการสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจที่สอดคล้องกับสภาวะทางเศรษฐกิจ และทำให้สามารถจัดการความไม่แน่นอนทางธุรกิจได้อย่างดีเยี่ยม ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญในการป้องกันความล้มเหลวทางธุรกิจได้ (Dalwai & Salehi, 2021; Farida & Setiawan, 2022) ดังนั้น กลยุทธ์ทางธุรกิจ จึงเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของกิจการต่าง ๆ ซึ่งเป็นแนวทางการดำเนินงานที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละกิจการที่สะท้อนถึงการกระทำและทางเลือกที่กิจการนำมาใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ เพื่อช่วยให้กิจการเกิดความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจตามสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ซึ่งนำไปสู่การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดที่ดีขึ้น และเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง จนนำไปสู่

การเกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจอย่างยั่งยืน (Bansal & Bashir, 2023; Sudirjo, 2023; Wang, Brabenec, Gao, & Tang, 2021; Yuan, Lu, Tian, & Yu, 2018) อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารของกิจการต้องส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางธุรกิจที่เป็นไปตามกลยุทธ์ทางธุรกิจของกิจการที่กำหนดขึ้น จึงจะช่วยส่งเสริมให้กิจการประสบความสำเร็จทางธุรกิจที่ยั่งยืนได้ (Yoshikuni & Albertin, 2018)

จากหลักการของทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากรระบุว่า แหล่งที่มาของศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการนั้น เกิดจากทรัพยากรภายในกิจการที่สร้างมูลค่า ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ง่ายและไม่สามารถทดแทนด้วยทรัพยากรอื่นได้อย่างสมบูรณ์ (Nayak et al., 2022) โดยในความเป็นจริงแล้วเป็นไปได้ยากที่กิจการจะป้องกันไม่ให้ทรัพยากรของกิจการถูกลอกเลียนแบบจากกิจการอื่น อย่างไรก็ตาม การรักษาศักยภาพทางการแข่งขันให้คงอยู่ได้นั้น กิจการจำเป็นต้องมีการออกแบบกลยุทธ์ทางธุรกิจที่สร้างความโดดเด่นกว่าคู่แข่งในมุมมองของผู้บริโภค และสามารถปรับเปลี่ยนได้อย่างรวดเร็ว ในกรณีที่เกิดการลอกเลียนแบบจากคู่แข่ง เพื่อรักษาศักยภาพทางการแข่งขันที่ยั่งยืน (Ilmudeen & Bao, 2020) โดยกลยุทธ์ทางธุรกิจถูกกำหนดขึ้นตามแนวคิดที่มีลักษณะ และการมุ่งเน้นผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งกลยุทธ์ทางธุรกิจในระยะแรก มุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินธุรกิจ ให้เหมาะสมกับสถานการณ์การแข่งขัน (Yoshikuni & Albertin, 2018)

โดยกลยุทธ์ทางธุรกิจที่นำเสนอตามแนวคิดของ Miles, Snow, Meyer, and Coleman (1978) เป็นแนวทางในการดำเนินงานที่มีลักษณะของการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการปฏิบัติงานเพื่อแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ โดยได้มีการนำเสนอกลยุทธ์ทางธุรกิจทั้งหมด 4 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์ผู้แสวงหา (Prospector strategy) เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มุ่งเน้นการติดตามแนวโน้มของตลาด เพื่อให้กิจการสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นรายแรกของอุตสาหกรรม และสามารถหาตลาดใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง กลยุทธ์ผู้ป้องกัน (Defender strategy) เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการรักษาตำแหน่งของกิจการในตลาดปัจจุบันและแสวงหาตลาดที่มีเสถียรภาพ โดยกิจการที่ใช้กลยุทธ์นี้จะมุ่งเน้นการรักษาเสถียรภาพทางธุรกิจของกิจการให้มีประสิทธิภาพและแสวงหาเฉพาะโอกาสที่ได้รับการพิสูจน์แล้วเท่านั้น กลยุทธ์ผู้วิเคราะห์ (Analyzer strategy) เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจแบบผสมระหว่างกลยุทธ์ผู้แสวงหากับกลยุทธ์ป้องกัน โดยกิจการที่ใช้กลยุทธ์ประเภทนี้จะพยายามลดอุปสรรคทางธุรกิจและเพิ่มช่องทางการทำกำไร มุ่งเน้นพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างการรักษาประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานให้คงอยู่ พร้อมทั้ง การแสวงหาตลาดที่มีเสถียรภาพ และกลยุทธ์ผู้ตอบโต้ (Reactor strategy) เป็นกลยุทธ์ที่ไม่สอดคล้องกับรูปแบบการปรับตัวของกิจการในสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวน เนื่องจาก เป็นกลยุทธ์ที่กิจการจะปรับตัวเมื่อสถานการณ์บังคับเท่านั้น (Bansal & Bashir, 2023; Dalwai & Salehi, 2021; Yoshikuni & Albertin, 2018) จึงกล่าวได้ว่า กลยุทธ์ผู้แสวงหา กลยุทธ์ผู้ป้องกัน และกลยุทธ์ผู้วิเคราะห์ เป็นกลยุทธ์เชิงรุกซึ่งเป็นแนวทางปฏิบัติงานที่ปรับเปลี่ยนตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Alonso-Almeida, Bremser, & Llach, 2015; Miles et al., 1978) ส่วนกลยุทธ์ผู้ตอบโต้ ถูกระบุว่า เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ไม่เหมาะสมกับการดำเนินงานในสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันสูง (Anwar & Hasnu, 2016; Dalwai & Salehi, 2021)

นอกจากนั้น ยังมีกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ถูกเสนอโดย Porter (1980, quoted in Dalwai & Salehi, 2021) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มุ่งเน้นผลลัพธ์ในการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจ โดยได้กำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจในลักษณะที่เป็นแนวทางการดำเนินงานที่กิจการเลือกที่จะเป็น ผู้นำทางด้านต้นทุนหรือผู้จัดหาผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากกิจการอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในกิจการ (Yuan et al., 2018) ซึ่งกลยุทธ์ทางธุรกิจตามแนวคิดนี้ ประกอบด้วย กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost leadership strategy) กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง (Differentiation strategy) และกลยุทธ์การมุ่งเน้น (Focus strategy) (Dalwai & Salehi, 2021; Kaliappen & Hilman, 2017) โดยกลยุทธ์ทางธุรกิจตามแนวคิดของ Porter เป็นแนวทางการปฏิบัติงานที่มุ่งเน้นในการทำกำไรของกิจการ เนื่องจาก กิจการที่ใช้ กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน มุ่งเน้นวิธีการที่ทำให้ต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่งเพื่อเพิ่ม อัตรากำไร ในขณะที่เดียวกัน กิจการที่ใช้กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง มีการมุ่งเน้นการจัดหา ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดทำให้อัตรากำไรเพิ่มขึ้น (Bansal & Bashir, 2023)

การใช้กลยุทธ์ทางธุรกิจตามแนวคิดของ Porter นั้น ระบุว่า กิจการสามารถ เลือกใช้กลยุทธ์ทางธุรกิจเพียงกลยุทธ์เดียวในการดำเนินงานในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เนื่องจาก กิจการที่เลือกใช้กลยุทธ์ที่เน้นการผลิตที่ทำให้ต้นทุนต่ำ อาจส่งผลกระทบต่อควบคุมคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ หรือการละเลยการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น ในขณะเดียวกัน กิจการที่มุ่งเน้น การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ มักส่งผลทำให้กิจการ ต้องสูญเสียต้นทุนสำหรับการพัฒนาคุณภาพและลักษณะของผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น (Alonso-Almeida et al., 2015; Gareche, Hosseini, & Taheri, 2017) นอกจากนี้ Porter ยังพยายาม จำแนกประเภทของกลยุทธ์ทางธุรกิจตามเป้าหมายการดำเนินงานของกิจการ โดยพยายามจัดกลุ่ม กลยุทธ์ทางธุรกิจเป็นกลยุทธ์นวัตกรรม (Innovation strategy) และกลยุทธ์ประสิทธิภาพ (Efficiency strategy) แต่ก็ยังไม่สามารถระบุตัวชี้วัดของแต่ละกลยุทธ์ได้อย่างชัดเจน (Yoshikuni & Albertin, 2018) ดังนั้น กลยุทธ์ทางธุรกิจตามแนวคิดของ Porter จึงได้รับการสนับสนุนใน ระยะแรกเท่านั้น (Anwar & Hasnu, 2016)

จากลักษณะของกลยุทธ์ทางธุรกิจตามแนวคิดของ Miles และคณะ และแนวคิด ของ Porter แสดงให้เห็นว่ากลยุทธ์ทางธุรกิจทั้ง 2 แนวคิดนี้ เป็นการมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยน แนวทางในการดำเนินธุรกิจ เพื่อรักษาศักยภาพในการดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม แนวคิดในการกำหนด กลยุทธ์ทางธุรกิจในระยะต่อมา ได้ถูกออกแบบในลักษณะที่เป็นแนวทางการดำเนินงานที่มุ่งเน้น การพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันมากขึ้น รวมทั้ง ให้ความสำคัญต่อการปรับนโยบายทางธุรกิจให้ เหมาะสมกับสถานะเศรษฐกิจที่มีความผันผวน อาทิเช่น แนวคิดของ March (1991) ที่ได้เสนอกลยุทธ์ การสำรวจ (Exploration strategy) ที่มุ่งเน้นการแข่งขันโดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาด และกลยุทธ์การแสวงหาประโยชน์ (Exploitation strategy) ที่มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากศักยภาพของกิจการที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Anwar & Hasnu, 2016; Bansal & Bashir, 2023)

นอกจากนั้น ยังมีกลยุทธ์ทางธุรกิจตามแนวคิดของ Treacy and Wiersema (1995, quoted in Dalwai & Salehi, 2021) โดยมีการจำแนกประเภทของกลยุทธ์ทางธุรกิจออกเป็น กลยุทธ์การปฏิบัติงานที่เป็นเลิศ (Operational excellence strategy) กลยุทธ์การสร้างความเป็นผู้นำด้านผลิตภัณฑ์ (Product leadership strategy) และกลยุทธ์ที่เน้นลูกค้า (Customer intimacy strategy) โดยกลยุทธ์การปฏิบัติงานที่เป็นเลิศ มุ่งเน้นการใช้ต้นทุนต่ำในการผลิตสินค้า รวมทั้งการรักษาประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ส่วนกลยุทธ์การสร้างความเป็นผู้นำด้านผลิตภัณฑ์ มุ่งเน้นการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น และกลยุทธ์ที่เน้นลูกค้า เป็นการมุ่งเน้นการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า (Bansal & Bashir, 2023)

จากที่กล่าวมานั้น แสดงให้เห็นถึงลักษณะของกลยุทธ์ทางธุรกิจที่สามารถจำแนกได้เป็น 2 ลักษณะคือ 1) กลยุทธ์ทางธุรกิจที่มุ่งเน้นให้กิจการเป็นผู้นำทางการตลาด โดยการพัฒนาคุณภาพและการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นกว่าคู่แข่ง ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมมากกว่ารักษาประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยกลยุทธ์ในลักษณะนี้ประกอบด้วย กลยุทธ์ผู้แสวงหา กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์การสำรวจ และกลยุทธ์การสร้างความเป็นผู้นำด้านผลิตภัณฑ์ และ 2) กลยุทธ์ทางธุรกิจที่มุ่งเน้นให้กิจการเป็นผู้นำทางการตลาด โดยการใช้ทรัพยากรภายในกิจการให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งมุ่งเน้นการรักษาประสิทธิภาพการดำเนินงานมากกว่าการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ โดยกลยุทธ์ในลักษณะนี้ประกอบด้วย กลยุทธ์ผู้ป้องกัน กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การแสวงหาประโยชน์ และกลยุทธ์การปฏิบัติงานที่เป็นเลิศ (Bansal & Bashir, 2023)

จากผลการศึกษาในประเด็นของกลยุทธ์ทางธุรกิจในระยะหลังนั้น โดยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาในลักษณะของกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มุ่งเน้นทั้งนวัตกรรมและประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่สามารถพัฒนาความเป็นเลิศทางการแข่งขัน รวมทั้ง ช่วยรักษาเสถียรภาพในการดำเนินงานของกิจการ โดยงานวิจัยของ Yuan et al. (2018) ได้ทำการศึกษากลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม และกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ โดยบูรณาการกลยุทธ์ทางธุรกิจตามแนวคิดของ Miles et al. (1978) ซึ่งกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมถูกอ้างอิงถึงกลยุทธ์ผู้แสวงหา ส่วนกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพนั้นถูกอ้างอิงถึงกลยุทธ์ผู้ป้องกัน แต่กลยุทธ์ผู้วิเคราะห์ และกลยุทธ์ผู้ตอบโต้ไม่ถูกนำมาศึกษา เนื่องจาก กลยุทธ์ผู้วิเคราะห์ เป็นกลยุทธ์ที่พยายามลดความเสี่ยงและเพิ่มโอกาสในการทำกำไรให้สูงสุดในเวลาเดียวกัน ซึ่งในสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวนนั้น การใช้แนวทางการดำเนินงานที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับความเป็นเลิศเฉพาะด้าน อาจทำให้กิจการไม่สามารถบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจได้ ส่วนกลยุทธ์ผู้ตอบโต้ ก็ถูกมองว่าเป็นกลยุทธ์ที่ไม่มีเสถียรภาพและไม่สามารถทำให้เกิดการปรับตัวของกิจการได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นเหตุผลที่ทำให้กิจการไม่สามารถเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานที่เหนือกว่าคู่แข่งได้

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้รูปแบบของกลยุทธ์ทางธุรกิจถูกพัฒนาให้เหมาะสมกับลักษณะของสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวน โดยไม่ได้มุ่งเน้นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ต้องการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการทำงานของกิจการเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีการปรับรูปแบบของธุรกิจให้มีศักยภาพตามสภาวะการแข่งขันในตลาด และพฤติกรรมของผู้บริโภคใน

ปัจจุบัน ดังนั้น กลยุทธ์ทางธุรกิจของการวิจัยนี้ จึงมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานภายในกิจการ และการพัฒนาคุณภาพและลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันได้ โดยอ้างอิงตามแนวคิดของ Yuan et al. (2018) ได้แก่ กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม (Innovation-oriented strategy) และกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ (Efficiency-oriented strategy) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม (Innovation-oriented strategy)

การสร้างนวัตกรรมเป็นหลักการสำคัญสำหรับการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ โดยการมุ่งเน้นการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ รวมทั้ง การสร้างสรรค์กระบวนการในการดำเนินงาน การจัดหา และรูปแบบการกระจายสินค้าที่มีความแตกต่างและโดดเด่น ดังนั้น หลักการของนวัตกรรม จึงถูกใช้สำหรับการกำหนดลักษณะของกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม (B. J. Ali & Anwar, 2021) โดยกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมถูกมองว่าเป็นแหล่งที่มาของการพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน ซึ่งถือเป็นพื้นฐานของกิจกรรมทางธุรกิจ ที่ช่วยเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจของกิจการ (Hilman & Kaliappen, 2015; Prajogo, 2016) โดยกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมถูกกำหนดในรูปแบบต่าง ๆ อาทิเช่น การพัฒนาสินค้าหรือวิธีการในการให้บริการใหม่ ๆ การคิดค้นวิธีการหรือกระบวนการการผลิตใหม่ ๆ หรือการพัฒนากระบวนการดำเนินงานให้ทันสมัย โดยกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีความยืดหยุ่น และมุ่งเน้นการแสวงหาตลาดใหม่อย่างต่อเนื่อง จึงทำให้กิจการที่ใช้กลยุทธ์ประเภทนี้ มีการดำเนินการด้านการวิจัยและพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่สามารถยกระดับศักยภาพทางการแข่งขันและผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนของกิจการได้ (Dalwai & Salehi, 2021; Yuan et al., 2018)

กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม เป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจในการสร้างสรรค์ ปรับปรุง ประดิษฐ์ และการแนะนำผลิตภัณฑ์หรือการเสนอบริการใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาด การบุกเบิกตลาดหรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมทั้ง การสร้างและรักษาชื่อเสียงของกิจการให้ลูกค้ารับรู้ ซึ่งกิจการที่ใช้กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมเป็นแนวทางการปฏิบัติงานนั้น จะทำให้กิจการมีศักยภาพทางธุรกิจและปรับปรุงผลลัพธ์ให้ดีขึ้น (B. J. Ali & Anwar, 2021; Hilman & Kaliappen, 2015; Prajogo, 2016) รวมทั้ง ช่วยให้กิจการเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ เนื่องจากกิจการสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมการบริโภคของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถบริหารจัดการทรัพยากรเพื่อสร้างผลกำไรในระยะยาว (Njoroge, Anderson, & Mbura, 2019) ดังนั้น การรักษาสรรถนะด้านนวัตกรรมอย่างสม่ำเสมอ จึงส่งเสริมให้กิจการบรรลุเป้าหมายด้านการแข่งขันได้ (Yuan et al., 2018)

การกำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม เป็นแนวคิดที่ประกอบด้วยนวัตกรรมประเภทต่าง ๆ อาทิเช่น นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เป็นการพัฒนาหรือการใช้ส่วนประกอบ กระบวนการและเทคโนโลยีใหม่ เพื่อการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของกิจการให้มีความโดดเด่นทั้งทางด้านคุณภาพและลักษณะ และนวัตกรรมกระบวนการ เป็นการปรับปรุงเทคโนโลยีหรือกระบวนการผลิตหรือวิธีการดำเนินงานของกิจการ (Prajogo, 2016) นอกจากนั้น ยังมีนวัตกรรมบริการ เป็นการออกแบบ

รูปแบบการบริการที่สร้างความแตกต่างให้แก่ลูกค้า (Hilman & Kaliappen, 2015) จากลักษณะของนวัตกรรมแต่ละประเภท สรุปได้ว่า กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม เป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ ที่สามารถเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์และสร้างกระบวนการในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า และมีความโดดเด่นให้แก่ผู้บริโภค โดยการพัฒนาหรือปรับปรุงคุณลักษณะของสินค้าหรือบริการ ด้วยกระบวนการหรือเทคโนโลยีที่ทันสมัย (Kaliappen & Hilman, 2017; Njoroge et al., 2019)

จากการศึกษาในประเด็นของกลยุทธ์ทางธุรกิจนั้น ชี้ให้เห็นว่า กิจกรรมที่มีการนำเอากลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมมาใช้มีหลากหลายลักษณะ อาทิเช่น การพัฒนาหรือการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในกระบวนการผลิต เพื่อเพิ่มคุณค่าหรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รวมทั้ง การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะที่แตกต่าง หรือสร้างความมั่นใจในผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภค (Ilmudeen & Bao, 2020; Prajogo, 2016; Yoshikuni & Albertin, 2018) ดังนั้น กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมในขอบเขตของการวิจัยนี้ จึงเป็นการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าและลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง เพื่อส่งมอบให้แก่ลูกค้า โดยความหมายของกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมของงานวิจัยนี้ หมายถึงแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่นำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในกระบวนการการพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อให้มีคุณภาพและลักษณะที่แตกต่างจากคู่แข่ง การแนะนำสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้า การนำเสนอสินค้าเข้าสู่ตลาดอย่างรวดเร็ว การค้นหาตลาดใหม่ ๆ และการพัฒนากระบวนการในการดำเนินงานให้ทันสมัย

2) กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ (Efficiency-oriented strategy)

กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ให้ความสำคัญต่อการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยเป็นแนวทางการดำเนินงานที่ต้องการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนทางธุรกิจ ซึ่งกิจการที่ใช้กลยุทธ์ทางธุรกิจประเภทนี้จะพยายามรักษามาตรฐานการดำเนินงาน การบริหารต้นทุน และใช้ทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด (Yuan et al., 2018) เพื่อรักษาประสิทธิภาพของกิจการมากกว่าการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง (Tenhiälä & Laamanen, 2018) ซึ่งกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพนี้ ไม่ใช่กลยุทธ์ที่ถูกกำหนดเป็นแนวคิดที่ชัดเจนอย่างเช่นกลยุทธ์ทางธุรกิจประเภทอื่น ๆ เช่น กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์ผู้แสวงหา กลยุทธ์การสำรวจ หรือกลยุทธ์การปฏิบัติงานที่เป็นเลิศ แต่กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพนั้น เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่เกิดจากการประยุกต์แนวคิดของกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มุ่งเน้นแนวทางในการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ โดยกลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์ผู้ป้องกัน กลยุทธ์การแสวงหาประโยชน์ และกลยุทธ์การปฏิบัติงานที่เป็นเลิศนั้น เป็นกลยุทธ์ที่สนับสนุนให้การดำเนินงานของกิจการเกิดประสิทธิภาพเหนือกว่าการเกิดนวัตกรรม (Bansal & Bashir, 2023) ดังนั้น กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ จึงมีลักษณะเป็นแนวทางการดำเนินงาน ที่ให้ความสำคัญกับตลาดผลิตภัณฑ์ในขอบเขตจำกัดแต่มีเสถียรภาพ โดยศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการที่ใช้กลยุทธ์ทางธุรกิจประเภทนี้ จะขึ้นอยู่กับศักยภาพของกิจการในการรักษามาตรฐานการดำเนินงาน โดยการพยายามจัดการความเสี่ยงและลดการใช้ทรัพยากรที่มากเกินไป จึงเป็นการมุ่งเน้นการสร้างรายได้เปรียบด้านราคามากกว่าการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Yoshikuni & Albertin, 2018; Yuan et al., 2018)

การใช้กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพของกิจการ ช่วยส่งเสริมกระบวนการในการปฏิบัติงาน รวมทั้ง พัฒนาศักยภาพทางธุรกิจที่เหนือกว่าคู่แข่งและผลลัพธ์ที่ดีในการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของกิจการ (Bansal & Bashir, 2023; Tjahjadi, Soewarno, Karima, & Sutarsa, 2023; Yuan et al., 2018) โดยรูปแบบกิจกรรมของกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพมีหลากหลายลักษณะ อาทิเช่น การปรับปรุงวิธีการแบบดั้งเดิมแทนการพัฒนาวิธีการใหม่ การกำหนดราคาที่สามารถแข่งขันได้โดยการบริหารจัดการต้นทุนให้เกิดประสิทธิภาพ การปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพเพื่อลดของเสีย การรักษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้ได้มาตรฐาน และการจัดหาสินค้าหรือวัตถุดิบในการดำเนินงานในปริมาณที่ประหยัดต่อขนาด (Ilmudeen & Bao, 2020; Keskin et al., 2021; Yoshikuni & Albertin, 2018)

จากลักษณะของกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพที่กล่าวมานั้น กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพของงานวิจัยนี้ จึงเป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจของกิจการให้ได้มาตรฐานและใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ดังนั้น กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพของงานวิจัยนี้ หมายถึง แนวทางในการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการรักษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน โดยการผลิตสินค้าในจำนวนมากเพื่อก่อให้เกิดการประหยัดต้นทุนต่อขนาด หรือการรักษามาตรฐานการบริการให้คงที่แต่ใช้ต้นทุนที่ลดลง การนำนวัตกรรมการผลิตมาใช้เพื่อลดต้นทุน การปรับปรุงกระบวนการผลิตหรือให้บริการที่มีประสิทธิภาพ และจัดหาปัจจัยในการดำเนินธุรกิจได้อย่างคุ้มค่า

2.3.1.2 อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีผลต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ

การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นแนวคิดในการรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจสำหรับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ของกิจการ (Obob & Ajibolade, 2017; Tirado & Mavlutova, 2023; Turner et al., 2017) โดยข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ถูกนำมาใช้ในการกำหนดแนวทางการดำเนินงาน เพื่อพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Kaneko & Yimruan, 2017; Turner et al., 2017) และเป็นวิธีการที่สามารถจัดหาข้อมูลที่สนับสนุนการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานะทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวน (Dang et al., 2021; Jaf et al., 2015; Sugiyarti & Asmilia, 2020) จากการศึกษาในอดีตพบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นวิธีการในการรวบรวมข้อมูลที่ช่วยส่งเสริมการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ ทั้งกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม และกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ (Oyewo, Ajibolade, & Omolehinwa, 2020; Sugiyarti & Asmilia, 2020)

นอกจากนั้น การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ยังเป็นแนวคิดสำหรับจัดหาข้อมูลทางธุรกิจที่จำเป็นต่อการออกแบบกลยุทธ์ทางธุรกิจ และบริหารจัดการการปฏิบัติงานของกิจการให้เหมาะสมกับสถานะทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวน เพื่อช่วยให้การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของกิจการบรรลุเป้าหมายสูงสุด และช่วยพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งได้ (Ditkaew, 2023; Pramono et al., 2023) ในขณะเดียวกัน การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ยังเป็นแนวคิดสำหรับการแสวงหาข้อมูลเชิงกลยุทธ์ที่ผู้บริหารใช้ในการประเมินศักยภาพของกิจการ ซึ่งเป็นข้อมูลที่จำเป็น

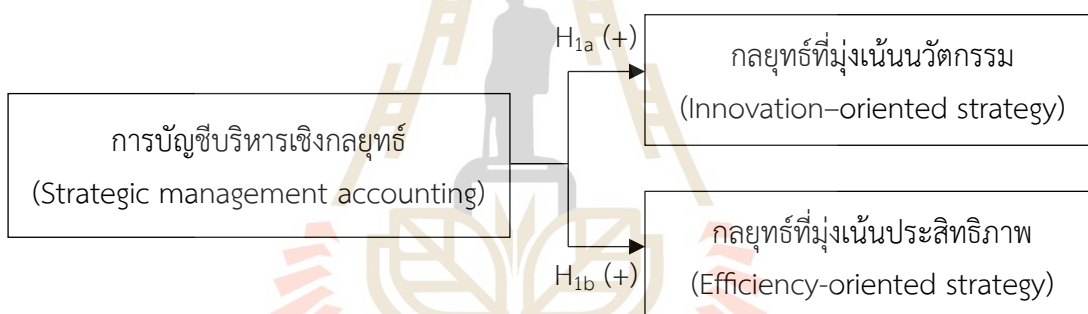
ต่อการบริหารจัดการภายในกิจการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และส่งเสริมให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนของกิจการ (Fahrizal et al., 2021; Thapayom, 2019)

จากความสำคัญของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ สรุปได้ว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นแนวคิดในการรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจ ที่สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจของกิจการให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นแนวทางในการดำเนินงานที่สามารถพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งได้ ดังนั้น จึงสามารถกำหนดสมมติฐานการวิจัย ได้ดังนี้

H1a: การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม

H1b: การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ

จากสมมติฐานการวิจัยข้างต้น สามารถแสดงเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยในส่วนนี้ (Correia et al., 2021; Jaf et al., 2015) ดังรูปที่ 2.3



รูปที่ 2.3 อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจของงานวิจัยนี้

2.3.2 การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขัน

การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่า ในลักษณะของข้อมูลทางธุรกิจที่สนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และใช้กำหนดแนวทางการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจที่เหนือกว่าคู่แข่ง และช่วยให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนของกิจการได้ (Thapayom, 2021; Wajdi & Arsajah, 2019) โดยรายละเอียดมีดังนี้

2.3.2.1 ความสามารถทางการแข่งขัน

การแข่งขันทางธุรกิจอย่างรุนแรงที่เกิดขึ้นทั่วโลกนั้น เกิดจากการพัฒนาของระบบการสื่อสารที่ไร้พรมแดน และการคมนาคมขนส่งที่สะดวกและรวดเร็ว ทำให้กิจการต่าง ๆ มีโอกาสทางธุรกิจเพิ่มขึ้น และก็เป็นได้ที่กิจการจะสูญเสียตำแหน่งทางการตลาดให้กับคู่แข่งอย่างรวดเร็วได้เช่นกัน ดังนั้น จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้กิจการต่าง ๆ ต้องหาวิธีในการบริหารจัดการ

ที่เหมาะสม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้กิจการต่าง ๆ อยู่รอดได้ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบัน (Gareche et al., 2017; Soosay et al., 2016) จากเหตุผลข้างต้น จึงทำให้การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของกิจการ (Organizational competitiveness) เป็นประเด็นที่ นักวิจัยและผู้ปฏิบัติงานให้ความสนใจ (Nunes, Estevão, & Nicolau Filipe, 2018; Zuñiga-Collazos, Castillo-Palacio, & Padilla-Delgado, 2019) โดยกิจการที่สามารถพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งได้อย่างยั่งยืนนั้น จะช่วยให้มูลค่าทางเศรษฐกิจของกิจการเพิ่มสูงขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มในการบรรลุเป้าหมายสูงสุดทางธุรกิจได้ เพื่อให้กิจการได้มาและรักษาความสามารถทางการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนนั้น กิจการจำเป็นต้องบริหารจัดการทรัพยากรทั้งหมดที่มีอยู่ภายในกิจการให้เกิดประโยชน์มากที่สุด (Alsoboa & Alalaya, 2015)

ความสามารถทางการแข่งขันเกิดขึ้นจากการนำเอาทรัพยากรของกิจการมาใช้อย่างคุ้มค่าและนำเอากลยุทธ์ทางธุรกิจมาปฏิบัติตามอย่างจริงจัง โดยกิจการที่สามารถจัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสมกับการปฏิบัติงานนั้น จะทำให้กิจการสามารถพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งช่วยเพิ่มผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนได้ เนื่องจาก กิจการสามารถออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งทำให้เกิดการซื้อซ้ำของลูกค้าปัจจุบัน และสามารถเพิ่มความสนใจของลูกค้าใหม่ได้ (Panjaitan et al., 2018; Thapayom, 2021) จากวรรณกรรมในอดีตแสดงให้เห็นว่า ความสามารถทางการแข่งขัน หมายถึง ศักยภาพของกิจการในการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ทั้งด้านคุณภาพ คุณสมบัติ และคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ในราคาที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมได้ (Alzoubi, 2021; Sukumar, Jafari-Sadeghi, Garcia-Perez, & Dutta, 2020; Xu & Au, 2023) จึงทำให้กิจการต่าง ๆ พยายามที่จะรักษาศักยภาพทางการแข่งขัน โดยการพัฒนานวัตกรรมและสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างและโดดเด่น เพื่อช่วยให้กิจการสามารถกำหนดตำแหน่งทางการตลาดและการดำรงอยู่ของกิจการในระยะยาวที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Quartey, 2019)

ดังนั้น ความสามารถทางการแข่งขัน จึงเป็นศักยภาพในการสร้างและค้นหาผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นทั้งลักษณะและคุณภาพ หรือแสดงถึงความสำเร็จทางธุรกิจเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง (Alzoubi, 2021; Correia et al., 2021; Gareche et al., 2017; Yuan et al., 2018) จากความหมายที่กล่าวมานั้น แสดงให้เห็นว่า ความสามารถทางการแข่งขัน หมายถึง ศักยภาพของกิจการในการสร้างสรรค์ จัดหา และส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า มีคุณภาพและลักษณะที่แตกต่าง ในราคาที่แข่งขันได้ในตลาด ซึ่งช่วยส่งเสริมให้กิจการสามารถกำหนดตำแหน่งทางการตลาดที่บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจของกิจการได้

โดยในส่วนของลักษณะที่ใช้วัดความสามารถทางการแข่งขันของกิจการมีหลากหลายประเด็น อาทิเช่น คุณภาพ ลักษณะ และราคาของผลิตภัณฑ์ ระยะเวลาในการเสนอผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด ความทันเวลาในการจัดหาผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า (Alsoboa & Alalaya, 2015; Amiri, Shirkavand, Chalak, & Rezaeei, 2017; Farida & Setiawan, 2022; Hossain et al., 2022; Oyewo, 2022) ประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ (Shafiee, 2022; Tian et al., 2021) ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ (Alonso-Almeida et al., 2015; Anning-Dorson, 2018) ความง่าย

ในการใช้งาน (Panjaitan et al., 2018; Syapsan, 2019) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Rahab et al., 2016) และความรวดเร็วในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้า (Zuñiga-Collazos et al., 2019) เป็นต้น

ดังนั้น จากความหมายและลักษณะการวัดที่กล่าวข้างต้นนั้น จึงกำหนดความหมายของความสามารถทางการแข่งขันของการวิจัยนี้ หมายถึง ศักยภาพของกิจการในการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและราคาที่สามารถแข่งขันในตลาดได้ รวมทั้ง การส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าได้ทันเวลา การนำเสนอสินค้าใหม่ที่แตกต่างเข้าสู่ตลาด และความรวดเร็วในการนำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ให้แก่ลูกค้าที่เหนือกว่าคู่แข่ง

2.3.2.2 อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสามารถทางการแข่งขัน

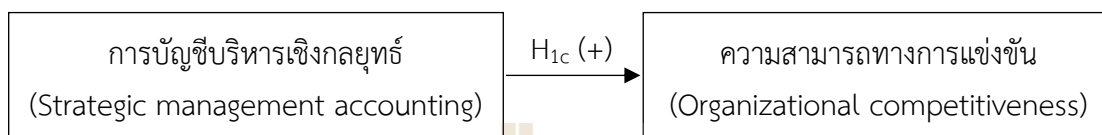
ข้อมูลสารสนเทศและองค์ความรู้ทางธุรกิจ เป็นแหล่งข้อมูลที่สนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการ (Hossain et al., 2022) ซึ่งการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ เป็นแนวคิดสำหรับการค้นหาและรวบรวมข้อมูลสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ที่ผู้บริหารนำมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนของกิจการ รวมทั้ง ประเมินโอกาสและอุปสรรคทางธุรกิจ เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งช่วยลดความล้มเหลวในการดำเนินงานของกิจการ (Turner et al., 2017; Valdiansyah & Augustine, 2021) นอกจากนี้ การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ยังเป็นข้อมูลที่ผู้บริหารใช้ในการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ โดยการหาวิธีเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น ซึ่งช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน และเสริมสร้างให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ดีเยี่ยมของกิจการ (Oyewo, 2022)

จากวรรณกรรมในอดีตพบว่า กิจการที่นำข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มาใช้ ในการกำหนดแนวทางการดำเนินงานอย่างจริงจังนั้น จะส่งเสริมให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ และเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการได้ เนื่องจาก เป็นข้อมูลทางธุรกิจที่แสดงถึงสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่รอบด้าน ซึ่งมีความสำคัญต่อการวางแผนเชิงกลยุทธ์ของกิจการ (Jaf et al., 2015; Oyewo, 2022; Panjaitan et al., 2018) รวมทั้ง เป็นข้อมูลที่ช่วยให้ผู้บริหารสามารถวิเคราะห์แนวโน้มการบริโภคของผู้บริโภค การติดตามการดำเนินธุรกิจของคู่แข่ง และการติดตามพัฒนาการของผลิตภัณฑ์ในตลาด ซึ่งเป็นข้อมูลที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจของกิจการ (Agustian et al., 2023; Oyun, Fatutu, Olawaye, Gabriel, & Ajao, 2021)

นอกจากนั้น ข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ยังเป็นการติดตามข้อมูลทางการตลาดเชิงลึกของกิจการที่ถูกลำเอียงนำมาใช้สำหรับการดำเนินธุรกิจ ที่สามารถเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Carson et al., 2020; Hendar et al., 2020) ดังนั้น การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์จึงมีความสำคัญต่อการส่งเสริมความสามารถทางการแข่งขันของกิจการ เนื่องจาก เป็นแนวคิดในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ ที่ครอบคลุมสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่รอบด้าน ซึ่งเป็นข้อมูลที่จำเป็นต่อการวางแผนเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการ จากที่กล่าวมานั้นจึงสามารถกำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

H_{1c}: การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน

จากสมมติฐานการวิจัยข้างต้น สามารถแสดงเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยในส่วนนี้ (Oyewo, 2022; Turner et al., 2017; Wajdi & Arsjah, 2019) ดังรูปที่ 2.4



รูปที่ 2.4 อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความสามารถทางการแข่งขันของงานวิจัยนี้

2.3.3 การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ เป็นแนวคิดสำหรับจัดหาและรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจโดยตรงและโดยอ้อม ซึ่งเป็นข้อมูลที่สนับสนุนการกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจของกิจการและวางแผนการปฏิบัติงานที่ดี ที่ส่งเสริมให้ผลลัพธ์ทางธุรกิจของกิจการเพิ่มขึ้น (Sugiyarti & Asmilia, 2020) โดยรายละเอียดมีดังนี้

2.3.3.1 ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

รูปแบบการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันถูกกระทบจากหลายสาเหตุ ทั้งเทคโนโลยี นวัตกรรมการผลิต การสื่อสาร รวมทั้ง ระบบการขนส่ง ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ทำให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว เป็นผลทำให้การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของกิจการต่าง ๆ กระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้กิจการต่าง ๆ ต้องดำเนินธุรกิจภายใต้แรงกดดันที่ต้องคำนึงถึงผลลัพธ์ทางธุรกิจในระยะสั้นต่าง ๆ ซึ่งทำให้การวัดความสำเร็จทางธุรกิจมีความแตกต่างจากอดีต โดยการวัดความสำเร็จทางธุรกิจในอดีตถูกวัดด้วยผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่การวัดความสำเร็จทางธุรกิจในปัจจุบันถูกวัดด้วยผลลัพธ์ด้านความยั่งยืน ซึ่งเกี่ยวกับการรักษาความสมดุลระหว่างการสร้างความมั่งคั่งด้านเศรษฐกิจของกิจการ การบริหารจัดการความเสี่ยงทางสังคม และการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม (Farchi, Touzi, Farchi, & Mousrij, 2021; Kazemian, Abdul Rahman, Mohd Sanusi, & Adewale, 2016) จากเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้กิจการต่าง ๆ เกิดความต้องการในการวัดผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นการวัดความสำเร็จอย่างแท้จริงของกิจการ (Ogunleye et al., 2021) โดยการวัดความสำเร็จด้วยความยั่งยืนได้นั้น กิจการต้องใช้เวลาและความรอบรู้ทางธุรกิจในการรักษาความสมดุลระหว่างผลลัพธ์ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม จึงจะทำให้กิจการบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนได้ (Farchi et al., 2021)

ความยั่งยืน (Sustainability) ตามความหมายโดยทั่วไปเป็นแนวคิดที่มีความหลากหลาย โดยครอบคลุมขอบเขตและหัวข้อต่าง ๆ ตั้งแต่การอนุรักษ์แหล่งที่อยู่อาศัย การใช้พลังงาน ตลอดจน การดูแลประโยชน์ของผู้ที่เกี่ยวข้อง (Farchi et al., 2021; Kazemian et al., 2016) โดยในประเด็น ของผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนนั้น หมายถึง ผลลัพธ์การดำเนินงานในมุมมองด้านเศรษฐกิจ สังคม และ สิ่งแวดล้อม (Egbunike et al., 2014; Ogunleye et al., 2021; Wilson, 2015) โดยการเพิ่ม ศักยภาพการดำเนินงาน เพิ่มค่านิยมที่ดีของกิจการต่อสังคม และลดของเสียในกระบวนการ การดำเนินธุรกิจที่มีต่อสิ่งแวดล้อม (Joy, 2020; Kazemian et al., 2016) ดังนั้น ผลการดำเนินงาน ที่ยั่งยืน จึงเป็นการแสดงถึงศักยภาพทางธุรกิจของกิจการในการบรรลุเป้าหมายสูงสุดทางธุรกิจ (Marota, Mulyani, Sukmadilaga, & Cahyandito, 2020; Thapayom, 2019)

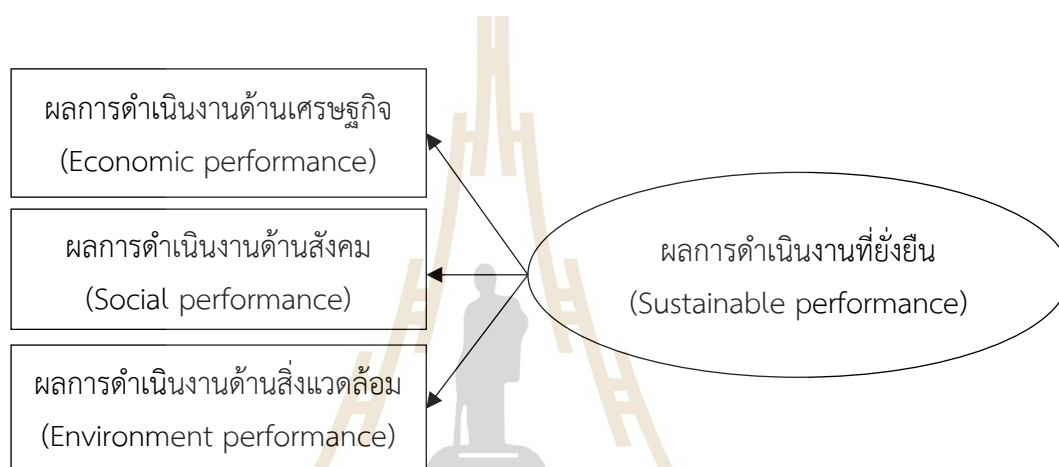
จากความหมายของผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการตามที่กล่าวมานั้น สอดคล้อง กับหลักการ “ไตรก้าไรสุทธิ (Trible bottom line)” ของ Elkington (1994, quoted in Rehman et al, 2021) ซึ่งเป็นแนวคิดในการวัดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนที่ประกอบด้วย เศรษฐกิจ สังคม และ สิ่งแวดล้อม (Wilson, 2015) หรือเป้าหมายการดำเนินงานที่เรียกว่า 3P คือ ด้านกำไร (Profit) มนุษย์ (People) และโลก (Planet) (เรวัต ต้นตยานนท์, 2560)

หลักการของไตรก้าไรสุทธิครอบคลุมมิติพื้นฐานที่ใช้ในการประเมินความยั่งยืน ของกิจการ (Farchi et al., 2021; Zgrzywa-Ziemak & Walecka-Jankowska, 2021) โดย ประกอบด้วย ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์ทางธุรกิจของกิจการในการแสวงหา และรักษาลูกค้า การปรับปรุงยอดขาย การสร้างศักยภาพในการทำกำไร และผลลัพธ์ทางธุรกิจที่เป็น ตัวเงินอื่น ๆ (Barbosa, Ladeira, de Oliveira, de Oliveira, & de Sousa, 2022; Farchi et al., 2021; Rehman et al., 2021) ถัดมาเป็นผลการดำเนินงานด้านสังคม เป็นผลลัพธ์ทางธุรกิจของ กิจการในการจัดการปัญหาด้านสังคมและข้อกังวลที่เกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึง ปลายน้ำ และบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการ (Farchi et al., 2021; Zgrzywa-Ziemak & Walecka-Jankowska, 2021) โดยผลการดำเนินงานด้านสังคมครอบคลุมทั้งผู้ลงทุน พนักงาน ลูกค้า และชุมชน (Barbosa et al., 2022; Rehman et al., 2021) ด้านสุดท้ายเป็นผลการดำเนินงาน ด้านสิ่งแวดล้อม เป็นผลลัพธ์การดำเนินงานของกิจการในการพัฒนาแนวปฏิบัติเพื่อจัดการการดำเนิน ธุรกิจของกิจการที่มีต่อสิ่งแวดล้อม และการดำเนินงานตามแนวปฏิบัติหรือมาตรการในการจัดการ ผลลัพธ์ที่มีต่อสิ่งแวดล้อม (Barbosa et al., 2022; Farchi et al., 2021; Rehman et al., 2021)

นอกจากความหมายของผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนตามที่กล่าวมานั้น จากการทบทวน งานวิจัยในอดีตพบว่า รูปแบบของการวัดผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนมีหลากหลายมิติ (Zgrzywa-Ziemak & Walecka-Jankowska, 2021) โดยผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ ถูกวัดด้วยผลลัพธ์ ทางธุรกิจที่เกี่ยวกับสถานะทางเศรษฐกิจของกิจการ อาทิเช่น มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ กำไร รายได้ กระแสเงินสดสุทธิ และสัดส่วนทางการตลาด เป็นต้น ส่วนการวัดผลการดำเนินงานด้านสังคม เป็นการวัดผลลัพธ์ทางธุรกิจจากการสนับสนุนและส่งเสริมชุมชนและสังคมให้มีคุณภาพ อาทิเช่น คุณภาพและความปลอดภัยในที่ทำงาน ความรับผิดชอบต่อลูกค้า และการจัดสรรผลตอบแทนให้ ผู้ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ในส่วนของการวัดผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม เป็นการมุ่งเน้นการจัดการ

สิ่งแวดล้อม เช่น การกำจัดของเสีย การจัดการด้านพลังงาน และการควบคุมการใช้วัตถุดิบอันตรายในการดำเนินงาน เป็นต้น

จากความหมายและตัวชี้วัดของผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน สรุปได้ว่า ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน หมายถึง ผลลัพธ์ของการดำเนินธุรกิจของกิจการที่มุ่งเน้นการรักษาสมดุลทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยงานวิจัยนี้วัดผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนตามหลักการของไตรกำไรสุทธิ (Triple bottom line) ดังนั้น ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของงานวิจัยนี้ หมายถึง ผลลัพธ์ในการบริหารจัดการทางธุรกิจของกิจการทั้งด้านเศรษฐกิจ (Economic performance) ด้านสังคม (Social performance) และด้านสิ่งแวดล้อม (Environment performance) โดยแสดงดังรูปที่ 2.5



รูปที่ 2.5 องค์ประกอบในการวัดผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของงานวิจัยนี้

2.3.2.2 อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีผลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

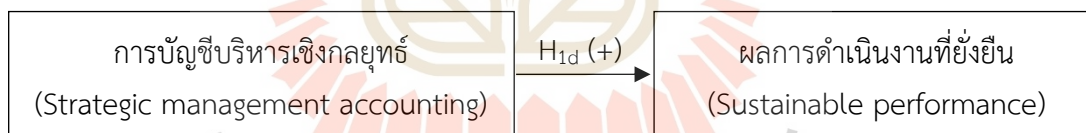
การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่า ที่ช่วยสนับสนุนการบริหารจัดการทางธุรกิจได้อย่างดีเยี่ยม ซึ่งช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง และส่งเสริมให้กิจการบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนได้ (Thapayom, 2021; Wajdi & Arsjah, 2019) นอกจากนี้ ยังเป็นแนวทางในการจัดหาข้อมูลทางธุรกิจ เพื่อสนับสนุนการกำกับดูแล วางแผน และกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ ที่ส่งเสริมความเป็นเลิศในการดำเนินงานของกิจการ (Phornlaphatrachakorn & Na-Kalasinth, 2020; Turner et al., 2017) รวมทั้ง ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มของกิจการ โดยผ่านการควบคุมกิจกรรมทางธุรกิจ การติดตามการดำเนินงานในทุก ระดับ และการประเมินตำแหน่งทางการตลาดของกิจการอย่างต่อเนื่อง (Thapayom, 2019) จากงานวิจัยในอดีต แสดงให้เห็นว่า ข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหาร (Obob & Ajibolade, 2017) ซึ่งช่วยยกระดับความสำเร็จทางธุรกิจของกิจการได้ (Alamri, 2019; Dang et al., 2021; Phornlaphatrachakorn & Na-Kalasinth, 2020; Turner et al., 2017; Wajdi & Arsjah, 2019)

นอกจากนั้น การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ยังมุ่งเน้นข้อมูลด้านการตลาดและข้อมูลสภาพแวดล้อมภายนอกกิจการ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ใช้ประเมินโอกาสทางธุรกิจได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อนำมาประกอบการกำหนดแนวทางการดำเนินงานที่สอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ผันผวน จนทำให้ผลลัพธ์ทางธุรกิจของกิจการบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืน (Stocker et al., 2021; Thapayom, 2019) และข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ที่ได้จากการติดตามข้อมูลทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ช่วยส่งเสริมให้ผลลัพธ์ทางธุรกิจของกิจการเพิ่มขึ้นได้ เนื่องจาก ทำให้กิจการสามารถปรับกิจกรรมทางธุรกิจในสภาพเศรษฐกิจที่ผันผวนได้อย่างรวดเร็วและทันเวลา ซึ่งส่งเสริมให้กิจการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและเกิดผลลัพธ์ด้านความยั่งยืน (Aldehayyat, 2015; Asikhia et al., 2019; Yu et al., 2019) อย่างไรก็ตาม ผลงานวิจัยในอดีตบางส่วนกลับพบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ไม่ได้ส่งเสริมให้ผลลัพธ์ทางธุรกิจเชิงดุลยภาพ (Balance scorecard) ของกิจการดีขึ้น (Sugiyarti & Asmilia, 2020)

จากความสำคัญของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่เป็นแนวคิดสำหรับรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจ ซึ่งถูกนำมาใช้สำหรับการกำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจ และการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ช่วยส่งเสริมศักยภาพทางการแข่งขันและผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนของกิจการได้ ดังนั้น สมมติฐานการวิจัยจึงกำหนดได้ดังนี้

H_{1d}: การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

จากสมมติฐานการวิจัยข้างต้นนั้น สามารถแสดงเป็นกรอบแนวคิดในส่วนนี้ (Egbunike et al., 2014; Ogunleye et al., 2021; Thapayom, 2021) ดังรูปที่ 2.6



รูปที่ 2.6 อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของงานวิจัยนี้

2.3.4 บทบาทคั่นกลางของกลยุทธ์ทางธุรกิจและความสามารถทางการแข่งขัน

จากความสำคัญของคุณค่าของข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ที่ใช้สนับสนุนการกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจ ซึ่งช่วยพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของกิจการ และส่งเสริมให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนของกิจการได้นั้น แต่จากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน ทำให้มีปัจจัยต่าง ๆ มากมายที่กระทบต่อผลลัพธ์ทางธุรกิจ จึงทำให้การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เพียงปัจจัยเดียว อาจไม่สามารถส่งเสริมให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่เพิ่มขึ้นได้โดยตรง (Phornlaphatrachakorn & Na-Kalasinth, 2020) จากวรรณกรรมในอดีต พบว่า กลยุทธ์ทางธุรกิจและความสามารถทางการแข่งขัน เป็นปัจจัยที่สามารถเชื่อมโยงทรัพยากรที่มีคุณค่ากับการสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืนของกิจการได้ (Thapayom, 2019; Turner et al., 2017; Wajdi & Arsjah, 2019)

โดยกลยุทธ์ทางธุรกิจเป็นแนวทางในการนำเอาทรัพยากรภายในกิจการมาใช้ในการดำเนินธุรกิจให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการ (Kocyiğit & Tabak, 2020) และเป็นทรัพยากรที่สามารถส่งเสริมประสิทธิภาพการดำเนินงาน ซึ่งช่วยทำให้ผลลัพธ์ทางธุรกิจของกิจการมีแนวโน้มที่ดีขึ้น (Farida & Setiawan, 2022; Keskin et al., 2021; Rashidirad & Salimian, 2020) อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์ทางธุรกิจแต่ละประเภท อาจกระทบต่อผลลัพธ์การดำเนินงานที่แตกต่างกัน (Yuan et al., 2018) จากผลของงานวิจัยในอดีต พบว่าการปฏิบัติงานตามกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม ช่วยส่งเสริมให้รูปแบบการดำเนินงานและลักษณะของผลิตภัณฑ์มีความแปลกใหม่และโดดเด่นเพิ่มขึ้น (Prajogo, 2016) เช่นเดียวกับ กลยุทธ์เชิงรุกที่เป็นผู้นำตลาดที่มุ่งเน้นการแสวงหาตลาดและลูกค้าใหม่ เป็นแนวทางการดำเนินงานที่สามารถพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขัน โดยเฉพาะในช่วงที่กิจการกำลังเผชิญกับวิกฤตทางเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง (Alonso-Almeida et al., 2015) อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์ทางธุรกิจบางประเภทไม่สามารถทำให้กิจการมีศักยภาพทางการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นได้ โดยเฉพาะกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ถูกกำหนดขึ้นในสถานการณ์ที่ถูกบังคับจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ หรือกลยุทธ์ทางธุรกิจมุ่งเน้นการควบคุมต้นทุนของผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว ซึ่งการดำเนินงานตามกลยุทธ์ทางธุรกิจในลักษณะดังกล่าว อาจทำให้ผลลัพธ์ทางธุรกิจของกิจการมีแนวโน้มที่ลดลง (Yoshikuni & Albertin, 2018)

จากความสำคัญของกลยุทธ์ทางธุรกิจ สรุปได้ว่า กลยุทธ์ทางธุรกิจถูกกำหนดขึ้นจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกทางธุรกิจและประเมินแนวโน้มทางเศรษฐกิจ เพื่อนำมากำหนดเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจที่มีความผันผวน ทำให้กิจการสามารถพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง และจากขอบเขตของงานวิจัยที่ทำการศึกษากลยุทธ์ทางธุรกิจที่มุ่งเน้นนวัตกรรมและมุ่งเน้นประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ทำให้ความสามารถทางการแข่งขันของกิจการดีขึ้น ดังนั้น สมมติฐานการวิจัยจึงกำหนดได้ดังนี้

H₂: กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน

H₃: กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน

นอกจากที่กล่าวข้างต้นว่า กลยุทธ์ทางธุรกิจเป็นแนวทางการดำเนินงานที่ช่วยเสริมศักยภาพทางธุรกิจของกิจการแล้วยังพบว่า ความสามารถทางการแข่งขันนั้นเป็นผลลัพธ์จากการใช้ทรัพยากรที่มีคุณค่าของกิจการ ที่ช่วยส่งเสริมการดำเนินงานที่ดีเยี่ยม (Hossain et al., 2022) โดยความสามารถทางการแข่งขัน เป็นทักษะและศักยภาพทางธุรกิจของกิจการที่เหนือกว่าคู่แข่ง ดังนั้น ความสามารถทางการแข่งขัน จึงช่วยส่งเสริมให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนได้ (Rahab et al., 2016) นอกจากนี้ ความสามารถทางการแข่งขันของกิจการ ยังช่วยให้กิจการสามารถรักษาสรรณะการแข่งขันได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งเสริมให้ผลลัพธ์ทางธุรกิจเพิ่มขึ้น (Thapayom, 2021; Valdiansyah & Augustine, 2021; Wajdi & Arsajah, 2019) จากความสำคัญของความสามารถ

ทางการแข่งขันที่ช่วยส่งเสริมผลการดำเนินงานของกิจการให้เพิ่มขึ้น จึงสามารถกำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

H₄: ความสามารถทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

ในสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวนอย่างต่อเนื่อง ทำให้กิจการต่าง ๆ แสวงหาข้อมูลทางธุรกิจที่ใช้ประกอบการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจที่สอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โดยข้อมูลทางธุรกิจดังกล่าวต้องสามารถสนับสนุนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ที่ช่วยเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันที่ยั่งยืน และทำให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ดีเยี่ยมได้ (Phornlaphatrachakorn, 2018) โดยการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ เป็นแนวทางในการรวบรวมข้อมูลที่ใช้สนับสนุนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ สำหรับกำหนดรูปแบบธุรกิจที่สร้างมูลค่าให้แก่กิจการ (Wajdi & Arsajah, 2019) นอกจากนี้ การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ยังเป็นการจัดหาข้อมูลด้านลูกค้า คู่แข่งขันและตลาด ซึ่งเป็นข้อมูลที่ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ

ภายใต้สถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรง อาจทำให้การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เพียงอย่างเดียวไม่สามารถส่งเสริมศักยภาพทางการแข่งขันและผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนได้ (Phornlaphatrachakorn & Na-Kalasindhu, 2020; Thapayom, 2021) จากวรรณกรรมในอดีต ชี้ให้เห็นว่า กลยุทธ์ทางธุรกิจสามารถเชื่อมโยงทรัพยากรภายในกิจการและความสามารถทางการแข่งขันได้ (Kocyiğit & Tabak, 2020) นอกจากนี้ กลยุทธ์ทางธุรกิจยังเป็นปัจจัยคั่นกลางที่เชื่อมโยงการติดตามข้อมูลทางธุรกิจ และข้อมูลด้านลูกค้ากับผลลัพธ์ทางธุรกิจของกิจการ (Correia et al., 2021; Herzallah et al., 2017) แต่มีงานวิจัยในอดีตบางส่วนที่พบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ช่วยเพิ่มผลการดำเนินงานของกิจการโดยไม่ผ่านกลยุทธ์ทางธุรกิจ แสดงให้เห็นว่า ข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นข้อมูลที่ส่งเสริมให้การปฏิบัติงานของกิจการมีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยให้ผลลัพธ์ทางธุรกิจเพิ่มขึ้นได้โดยตรง โดยไม่ต้องอาศัยกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Sugiyarti & Asmilia, 2020)

นอกจากกลยุทธ์ทางธุรกิจที่เป็นปัจจัยคั่นกลางระหว่างการบริหารเชิงกลยุทธ์กับผลลัพธ์ทางธุรกิจของกิจการแล้ว จากการทบทวนวรรณกรรมในอดีตพบว่า ความสามารถทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของกิจการ เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกัน โดยความสามารถทางการแข่งขันมีส่วนสนับสนุนให้ผลลัพธ์ทางธุรกิจของกิจการเพิ่มขึ้นได้ (Ferreira et al., 2021) และความสามารถทางการแข่งขันเป็นปัจจัยที่เชื่อมโยงการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ (Thapayom, 2021) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กิจการที่มีศักยภาพทางการแข่งขันที่เหนือกว่า คู่แข่งขันนั้น เกิดขึ้นจากการนำข้อมูลเชิงกลยุทธ์มาใช้ในบริหารจัดการธุรกิจ ซึ่งทำให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจของกิจการที่ดีเยี่ยมได้ นอกจากนี้ยังพบว่า ประสิทธิภาพของต้นทุนซึ่งเป็นลักษณะของความสามารถทางการแข่งขัน ช่วยส่งเสริมศักยภาพในการทำกำไรของกิจการให้มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น (Phornlaphatrachakorn, 2018) แต่ยังมีงานวิจัยในอดีตบางส่วนที่พบว่า ความสามารถทางการแข่งขัน

ไม่ใช่ปัจจัยคั่นกลางของข้อมูลด้านคู่แข่งและผลลัพธ์ทางธุรกิจของกิจการ (Valdiansyah & Augustine, 2021)

จากการทบทวนวรรณกรรมส่วนใหญ่พบว่า กลยุทธ์ทางธุรกิจและความสามารถทางการแข่งขันเป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการใช้ข้อมูลทางธุรกิจในการวางแผนธุรกิจ ที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีเยี่ยมของกิจการได้ ดังนั้น สมมติฐานการวิจัยจึงกำหนดได้ดังนี้

H_{5a}: กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมเป็นตัวแปรคั่นกลางของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขัน

H_{5b}: กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพเป็นตัวแปรคั่นกลางของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขัน

H_{5c}: ความสามารถทางการแข่งขันเป็นตัวแปรคั่นกลางของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

จากสมมติฐานการวิจัยนั้น สามารถแสดงเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยเกี่ยวกับบทบาทคั่นกลางของกลยุทธ์ทางธุรกิจและความสามารถทางการแข่งขัน (Correia et al., 2021; Herzallah et al., 2017; Thapayom, 2021) ดังรูปที่ 2.7



รูปที่ 2.7 บทบาทคั่นกลางของกลยุทธ์ทางธุรกิจและความสามารถทางการแข่งขัน

หมายเหตุ ——— หมายถึง ทดสอบอทธิพลทางตรง

----- หมายถึง ทดสอบอทธิพลทางอ้อม (บทบาทคั่นกลาง)

2.3.5 บทบาทกำกับของวัฒนธรรมการแข่งขันและความสามารถในการเรียนรู้

สถานะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีความผันผวนอย่างมาก ทำให้กิจการต่าง ๆ จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนนโยบายทางธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งทางธุรกิจ

และช่วยให้กิจการดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน (Alonso-Almeida et al., 2015) โดยกิจการที่จะสามารถรักษาความต่อเนื่องในการดำเนินงานได้นั้น ไม่ใช่เพียงแต่การพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่จำเป็นต้องสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขัน (Fantazy & Tipu, 2019) และมุ่งเน้นการพัฒนาความสามารถในการเรียนรู้ของบุคลากร ซึ่งเป็นสมรรถนะหลักที่ทำให้เกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรมภายในของกิจการที่ส่งเสริมให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนได้ (Ferreira et al., 2021) โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.3.5.1 วัฒนธรรมการแข่งขัน

วัฒนธรรมการแข่งขันเป็นรูปแบบของวัฒนธรรมองค์กรรูปแบบหนึ่ง ที่มุ่งเน้นการพัฒนาและหล่อหลอมให้บุคลากรของกิจการตระหนักถึงความจำเป็นในการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขัน ดังนั้น การกล่าวถึงวัฒนธรรมการแข่งขันควรเริ่มต้นจากการอธิบายลักษณะของวัฒนธรรมองค์กร เนื่องจาก เป็นพื้นฐานในการกำหนดลักษณะของวัฒนธรรมองค์กรในรูปแบบต่าง ๆ โดยวัฒนธรรมองค์กรเป็นลักษณะทางสังคม ทศนคติ พฤติกรรม ข้อตกลง และความคิดร่วมกันของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลภายในกิจการ (Barney, 1986) นอกจากนี้ วัฒนธรรมองค์กรยังแสดงถึงวิสัยทัศน์ของกิจการ ในการกำหนดเป้าหมายทางธุรกิจในอนาคต และทำหน้าที่ในการกำหนดกิจกรรมภายในกิจการที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลมากที่สุด (Gopalakrishnan & Zhang, 2017; Waheed et al., 2021) และวัฒนธรรมองค์กรยังมีบทบาทสำคัญในออกแบบการดำเนินธุรกิจ โดยการสร้างพฤติกรรมของพนักงานให้มีความกลมกลืนและสอดคล้องเข้าด้วยกันตามบริบทของกิจการ (Arokodare, Asikhia, & Makinde, 2019) จากการศึกษาความหมายของวัฒนธรรมองค์กร หมายถึง ค่านิยม ความเชื่อ ข้อสันนิษฐาน และสัญลักษณ์ที่กำหนดเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่เหมาะสมกับพันธกิจของกิจการ (Arokodare et al., 2019; Gopalakrishnan & Zhang, 2017) รวมทั้งเป็นขนบธรรมเนียม ประเพณีปฏิบัติ และบรรทัดฐาน ที่สมาชิกในกิจการมีลักษณะร่วมกัน (Lee & Kim, 2017) ซึ่งใช้เป็นแนวปฏิบัติด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล หรือแนวปฏิบัติด้านการจัดการที่มีการถ่ายทอดระหว่างบุคลากรกลุ่มต่าง ๆ ของกิจการ (B. J. A. Ali et al., 2016) นอกจากนี้ วัฒนธรรมองค์กรยังสามารถอธิบายได้ว่า เป็นทรัพยากรที่มีลักษณะเฉพาะของกิจการแต่ละแห่งที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อผลลัพธ์ทางการแข่งขันที่ดีขึ้น (Mushref, 2014)

จากลักษณะของวัฒนธรรมองค์กรข้างต้น แสดงให้เห็นว่า วัฒนธรรมองค์กรทำหน้าที่เป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ ที่มีข้อได้เปรียบบางประการที่ส่งเสริมสมรรถนะการดำเนินธุรกิจและความสำเร็จของกิจการ (Arokodare et al., 2019) รวมทั้ง เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดศักยภาพทางการแข่งขันที่ยั่งยืน และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานได้ โดยวัฒนธรรมองค์กรที่สามารถส่งเสริมให้เกิดศักยภาพทางการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นได้นั้น ควรมีลักษณะที่โดดเด่นกว่ากิจการอื่น ๆ และเป็นลักษณะที่ไม่สามารถเลียนแบบหรือทำซ้ำได้อย่างสมบูรณ์ ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า วัฒนธรรมขององค์กร สามารถทำให้กิจการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการมีวัฒนธรรมองค์กรในลักษณะดังกล่าวได้ (Barney, 1986) โดยวัฒนธรรมองค์กรสามารถจำแนกออกได้ 2 ลักษณะคือ วัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นผลลัพธ์จากการดำเนินธุรกิจ เป็นลักษณะของกิจการที่มุ่งเน้นการปฏิบัติงานภายในกิจการ

และการเพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากรในการสร้างผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ดีเยี่ยม และวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นตลาด ซึ่งเป็นลักษณะของกิจการที่มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการ (Gopalakrishnan & Zhang, 2017; Tsou & Chen, 2022)

วัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นตลาด เป็นค่านิยมของกิจการในการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจ โดยการสร้างคุณค่าที่ยอดเยี่ยมของผลิตภัณฑ์ที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้า เพื่อรักษาความสามารถทางการแข่งขันที่ยั่งยืนของกิจการ โดยวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นตลาดนี้เรียกว่า วัฒนธรรมการแข่งขัน (Competitive culture) (Tsou & Chen, 2022) โดยวัฒนธรรมการแข่งขัน เป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยส่งเสริมศักยภาพทางธุรกิจของกิจการ ที่เกิดจากประสบการณ์และการสร้างสรรค์ เพื่อรักษาชื่อเสียงที่ดีของกิจการในมุมมองของลูกค้า (Fantazy & Tipu, 2019) รวมทั้ง เป็นพฤติกรรมของบุคลากรในการพัฒนาแนวทางการทำงานใหม่ ๆ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเกิดจากการค้นหาวิธีการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ เพื่อส่งเสริมให้กิจการเกิดศักยภาพทางการแข่งขันที่ยั่งยืน (Tsou & Chen, 2022) ดังนั้น วัฒนธรรมการแข่งขันจึงถูกนำมาใช้งานวิจัยนี้ เนื่องจาก เป็นวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นให้บุคลากรค้นหาและปรับพฤติกรรมการทำงานให้เหมาะสมกับลักษณะทางธุรกิจ และเป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้กิจการสามารถแข่งขันในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้ และจากลักษณะของวัฒนธรรมการแข่งขันนั้น สรุปได้ว่า วัฒนธรรมการแข่งขัน เป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ของกิจการ ที่จำเป็นต่อการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขัน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น โดยวัฒนธรรมการแข่งขันของงานวิจัยนี้ หมายถึง ลักษณะของกิจการในการสร้างพฤติกรรมหรือบรรทัดฐานของบุคลากรให้ตระหนักถึงการรักษามูลค่าและการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการ

นอกจากนั้น วัฒนธรรมการแข่งขันยังเป็นลักษณะของกิจการที่ช่วยส่งเสริมการจัดการธุรกิจได้อย่างดีเยี่ยม ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนของกิจการมีแนวโน้มที่ดีขึ้น (Fantazy & Tipu, 2019) และในส่วนของผลการศึกษาในอดีตเกี่ยวกับวัฒนธรรมการแข่งขันและวัฒนธรรมองค์กรในบทบาทของตัวแปรกำกับ แสดงให้เห็นว่า วัฒนธรรมการแข่งขันเป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมให้ความรอบรู้ของกิจการสามารถอธิบายผลลัพธ์ด้านนวัตกรรมบริการได้เพิ่มขึ้น (Tsou & Chen, 2022) เช่นเดียวกับ วัฒนธรรมองค์กรเป็นปัจจัยที่ช่วยทำให้การดำเนินกิจกรรมด้านสังคมมีประสิทธิภาพ และสามารถปรับปรุงผลลัพธ์ทางธุรกิจของกิจการให้ดีขึ้นได้ (Lee & Kim, 2017; Waheed et al., 2021) รวมทั้ง วัฒนธรรมองค์กรยังช่วยสนับสนุนความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางปัญญาและผลลัพธ์ทางธุรกิจให้เพิ่มขึ้น (Mushref, 2014) ในขณะเดียวกัน วัฒนธรรมองค์กร เป็นทรัพยากรที่ช่วยส่งเสริมให้คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชีสามารถอธิบายผลลัพธ์ทางธุรกิจได้ดีขึ้น (B. J. A. Ali et al., 2016) จากลักษณะที่กล่าวมานั้น ชี้ให้เห็นว่า วัฒนธรรมการแข่งขัน เป็นวัฒนธรรมองค์กรรูปแบบหนึ่ง ที่มุ่งเน้นการพัฒนาและหล่อหลอมให้บุคลากรของกิจการตระหนักถึงความจำเป็นในการออกแบบกิจกรรมทางธุรกิจ ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งเป็นปัจจัยที่เสริมศักยภาพทางธุรกิจที่เหนือกว่าคู่แข่ง และช่วยให้กิจการบรรลุผลลัพธ์ทางธุรกิจอย่างยั่งยืนได้

จากวรรณกรรมในอดีตบางส่วน พบว่า วัฒนธรรมองค์กรบางลักษณะไม่ได้ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรหรือความสามารถของกิจการกับผลลัพธ์ทางธุรกิจในด้านต่าง ๆ ได้ อาทิเช่น วัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นผลลัพธ์จากการดำเนินธุรกิจ ไม่สามารถส่งเสริมประสิทธิภาพของความรู้ของพนักงานในการเพิ่มผลลัพธ์ด้านนวัตกรรมบริการได้ (Tsou & Chen, 2022) และวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นผลลัพธ์จากการดำเนินธุรกิจไม่ได้ส่งเสริมความสัมพันธ์ของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า และนวัตกรรมของผู้ขายให้ดีขึ้นได้ (Gopalakrishnan & Zhang, 2017) เช่นเดียวกับ วัฒนธรรมองค์กรไม่สามารถเสริมให้ข้อมูลทางการบัญชีอธิบายผลลัพธ์ทางธุรกิจของกิจการได้ดีขึ้น (B. J. A. Ali et al., 2016) ถึงแม้ว่า ผลการศึกษาในอดีตจะมีความแตกต่างกัน แต่โดยส่วนใหญ่ชี้ให้เห็นว่า วัฒนธรรมการแข่งขัน เป็นลักษณะของกิจการที่มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขัน และมีบทบาทที่ช่วยเสริมศักยภาพของทรัพยากรภายในกิจการในการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันที่ดีขึ้น ดังนั้น สมมติฐานการวิจัยจึงถูกกำหนดดังนี้

H_{6a}: วัฒนธรรมการแข่งขันเป็นตัวแปรกำกับของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขัน

2.3.5.2 ความสามารถในการเรียนรู้

ความสามารถในการเรียนรู้ เป็นสมรรถนะของบุคลากรที่สามารถปรับตัวตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวน (Pham & Hoang, 2019) รวมทั้ง เป็นการกระตุ้นกระบวนการรับรู้สิ่งใหม่ ๆ ของบุคลากร ที่นำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งทำให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่เพิ่มขึ้น (Zheng & Wang, 2017) นอกจากนั้น ความสามารถในการเรียนรู้ ยังเป็นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในการสร้างสรรค์นวัตกรรม ซึ่งจำเป็นต่อการรักษาตำแหน่งทางการตลาด ตลอดจนทำให้กิจการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ (Chahal & Bakshi, 2015) รวมทั้ง ช่วยทำให้บุคลากรเกิดการรับรู้ข้อมูลทางธุรกิจและสามารถนำข้อมูลเหล่านั้น ไปใช้แก้ไขปัญหาหรือสร้างโอกาสทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ช่วยให้กิจการมีศักยภาพทางการแข่งขัน (Hadi, 2023) โดยความสามารถในการเรียนรู้ของกิจการ ไม่ได้เป็นเพียงการเรียนรู้ของบุคคลใดบุคคลหนึ่งภายในกิจการ แต่เป็นการรวมทักษะและความรู้ของบุคลากรทั้งหมดของกิจการเข้าด้วยกัน และพัฒนาเป็นความเชี่ยวชาญของบุคลากรในภาพรวมของกิจการ (Sanhokwe, Chinyamurindi, & Muzurura, 2023) ดังนั้น ความสามารถในการเรียนรู้ของกิจการ (Organizational learning capability) จึงเป็นทักษะของของบุคลากรที่ส่งเสริมให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ดี ผ่านมุมมองการสร้างนวัตกรรม โดยทักษะของบุคลากรเป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมการบริหารจัดการองค์กรให้มีความโดดเด่น เพื่อให้สามารถรับมือกับความผันผวนทางเศรษฐกิจได้ (Khan, Majid, Yasir, & Javed, 2021)

จากวรรณกรรมในอดีต ชี้ให้เห็นว่า ความสามารถในการเรียนรู้ หมายถึง ทักษะ สมรรถนะ และศักยภาพของบุคลากร ในการพัฒนาพฤติกรรมการทำงานให้สอดคล้องกับแนวทางในการบริหารจัดการองค์กร (Dai, Arnulf, Lao, Liang, & Dai, 2021; Ferreira et al., 2021) นอกจากนั้น ความสามารถในการเรียนรู้ หมายถึง ศักยภาพของบุคลากรในการประมวลผลข้อมูล

ทางเศรษฐกิจ เพื่อสร้างองค์ความรู้ที่นำไปถ่ายโอนและประยุกต์ใช้ในทางธุรกิจ โดยมีเป้าหมายในการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน (Altinay, Madanoglu, De Vita, Arasli, & Ekinici, 2016; Migdadi, 2021; Pham & Hoang, 2019) รวมทั้ง เป็นทักษะของบุคลากรในการปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสมกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ (Sanhokwe et al., 2023) โดยการเรียนรู้ของบุคลากรในประเด็นทางธุรกิจเพิ่มเติม นั้น จะส่งเสริมให้บุคลากรมีองค์ความรู้เพิ่มขึ้น ซึ่งจำเป็นต่อการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจที่ช่วยส่งเสริมให้กิจการบรรลุผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ดีได้ (Khan et al., 2021) นอกจากนี้ ความสามารถในการเรียนรู้ ยังหมายถึง สมรรถนะในการเรียนรู้ที่แฝงอยู่ภายในของบุคลากร ที่ถูกนำมาสร้างเป็นองค์ความรู้ เพื่อพัฒนาทักษะและความเชี่ยวชาญของบุคลากรที่จำเป็นต่อการเติบโตของกิจการในอนาคต (Gomes, Seman, Berndt, & Bogoni, 2022)

ดังนั้น ความสามารถในการเรียนรู้ จึงเป็นศักยภาพของบุคลากรในการนำเอาหลักการหรือองค์ความรู้ใหม่ ๆ มาบูรณาการในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ รวมถึง การยอมรับคำวิจารณ์ เพื่อนำไปปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจให้เหมาะสมกับแนวทางการดำเนินงานที่เป็นเลิศ โดยยึดเป้าหมายในการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจด้านต่าง ๆ ดังนั้น ความสามารถในการเรียนรู้ของงานวิจัยนี้ หมายถึง ความสามารถของบุคลากรในการบูรณาการความรู้ใหม่ ๆ และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมปฏิบัติงานโดยการใช้ความรู้ใหม่ให้สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินธุรกิจของกิจการ

จากวรรณกรรมในอดีต แสดงให้เห็นว่า กิจการที่สามารถพัฒนาบุคลากรให้สามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมปฏิบัติงานได้อย่างรวดเร็ว จะทำให้ศักยภาพทางธุรกิจของกิจการเพิ่มสูงขึ้น และในขณะเดียวกัน ความสามารถในการเรียนรู้ก็เป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้ความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจสามารถอธิบายความสามารถด้านนวัตกรรมของกิจการให้เพิ่มขึ้นได้อีกด้วย จึงกล่าวได้ว่า ความสามารถในการเรียนรู้ ช่วยกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมของบุคลากรในการคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ ซึ่งจำเป็นต่อการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันให้เหนือกว่าคู่แข่งอื่น รวมทั้ง ช่วยให้ผลลัพธ์ทางธุรกิจของกิจการเพิ่มขึ้น (Ferreira et al., 2021; Migdadi, 2021; Pham & Hoang, 2019)

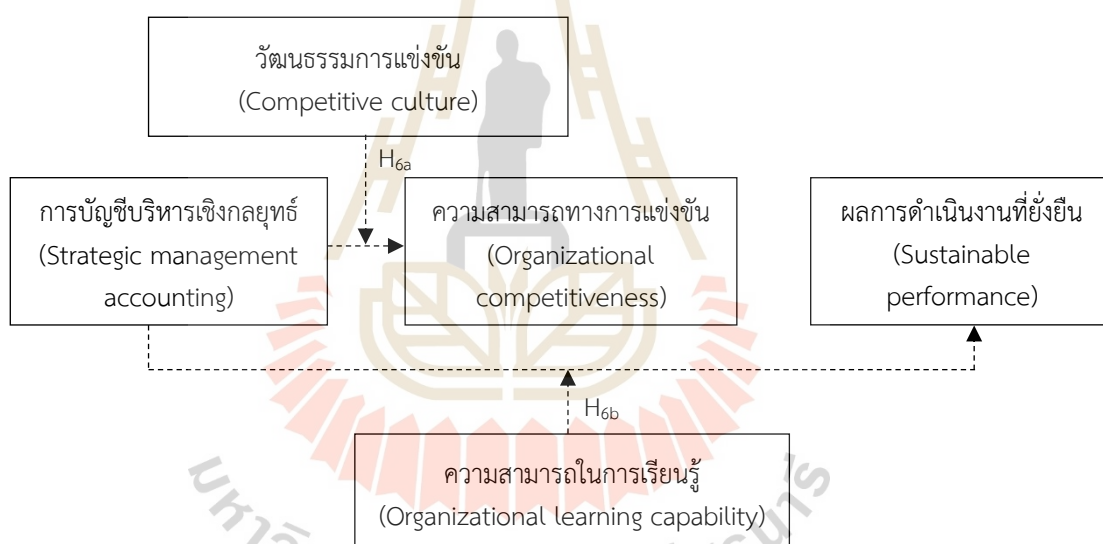
นอกจากนั้น ความสามารถในการเรียนรู้ ยังเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อผลลัพธ์ทางธุรกิจของกิจการเพิ่มขึ้น เนื่องจาก ความสามารถในการเรียนรู้เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาศักยภาพในการเข้าถึงข้อมูลเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ และการนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในทางธุรกิจ ทำให้กิจการสามารถประกอบธุรกิจได้อย่างคล่องตัว จนทำให้กิจการเกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ดีเยี่ยม (Hadi, 2023) และความสามารถในการเรียนรู้ ยังเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมทรัพยากรของกิจการให้สามารถพัฒนาผลลัพธ์ทางธุรกิจได้เพิ่มขึ้น เนื่องจาก ความสามารถในการเรียนรู้เป็นทักษะของบุคลากรในการค้นหาข้อมูล และพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ ๆ ทางด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการทำงานภายในกิจการที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นสาเหตุที่ช่วยทำให้ผลลัพธ์ทางธุรกิจของกิจการเพิ่มขึ้น (Chahal & Bakshi, 2015; Gomes et al., 2022)

ผลงานวิจัยในอดีตบางส่วน ยังพบว่า ความสามารถในการเรียนรู้ ไม่ได้เสริมประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจของกิจการ เมื่อผ่านนวัตกรรมขององค์กร (Migdadi, 2021) และความสามารถในการเรียนรู้ ไม่ได้ส่งเสริมให้เกิดการเติบโตของกิจการ และไม่ใช่อุปสรรคที่สนับสนุน

ความสามารถของกลยุทธ์ทางธุรกิจในการเพิ่มการเติบโตของกิจการ (Altinay et al., 2016) ถึงแม้ว่า ผลการวิจัยในอดีตจะมีความแตกต่างกันแต่โดยส่วนใหญ่แสดงให้เห็นว่า ความสามารถในการเรียนรู้มีบทบาทที่ช่วยส่งเสริมให้ทรัพยากรของกิจการในการสร้างผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ดีเยี่ยมได้ จึงเป็นไปได้ว่าความสามารถในการเรียนรู้ เป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ในการเพิ่มผลการดำเนินงานของกิจการได้ ดังนั้น สมมติฐานการวิจัยจึงสามารถกำหนดได้ดังนี้

H_{6b}: ความสามารถในการเรียนรู้เป็นตัวแปรกำกับของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

จากสมมติฐานการวิจัยข้างต้น สามารถแสดงเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยในส่วนของ การทดสอบบทบาทกำกับ (Ferreira et al., 2021; Oyewo, 2022; Turner et al., 2017; Wajdi & Arsjah, 2019) ดังรูปที่ 2.8



รูปที่ 2.8 บทบาทกำกับของวัฒนธรรมการแข่งขันและความสามารถในการเรียนรู้
หมายเหตุ ----- หมายถึง ทดสอบบทบาทกำกับ

ตารางที่ 2.4 สรุปสมมติฐานการวิจัย

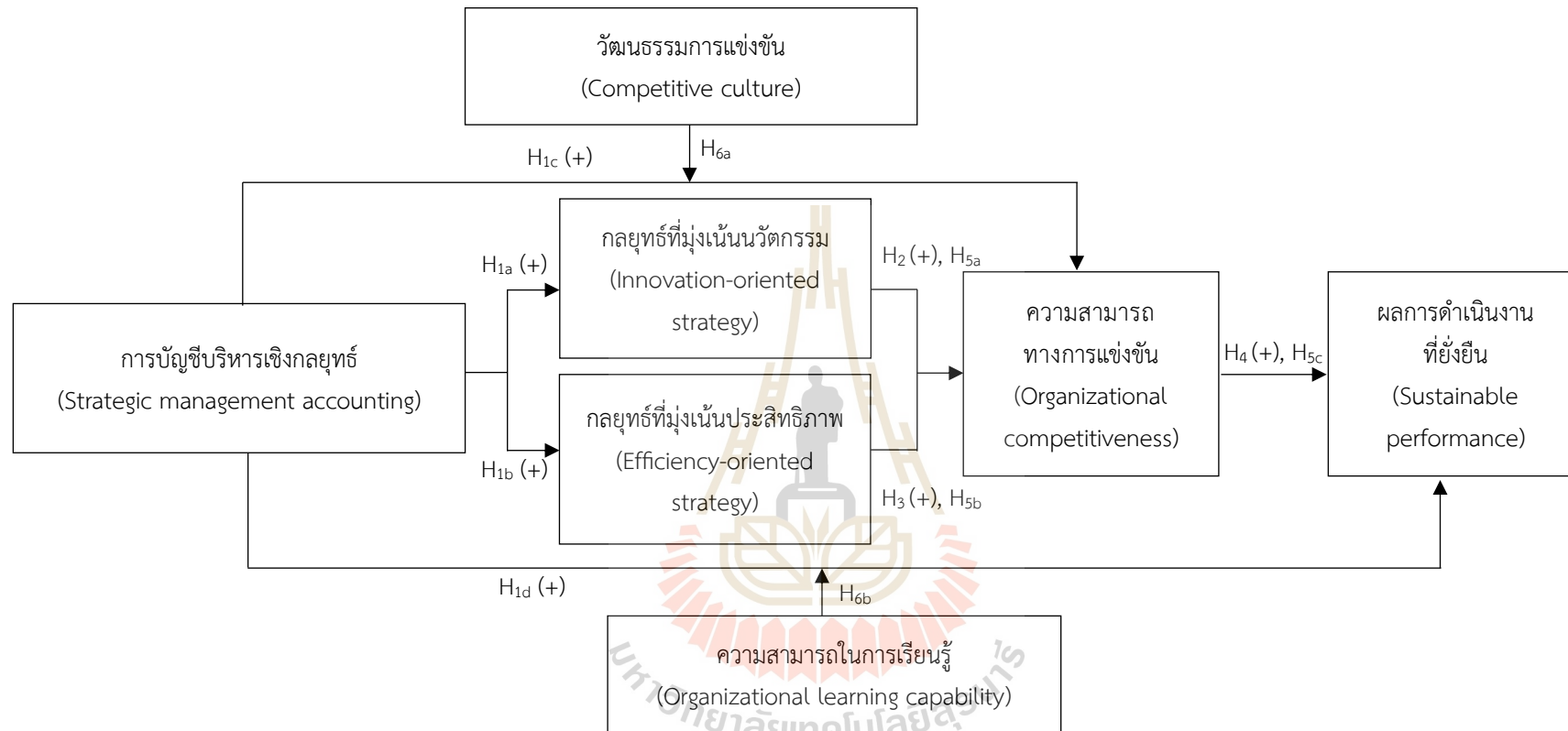
สมมติฐานการวิจัย	คำอธิบายสมมติฐานการวิจัย
H _{1a}	การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม
H _{1b}	การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ

ตารางที่ 2.4 สรุปสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	คำอธิบายสมมติฐานการวิจัย
H _{1c}	การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน
H _{1d}	การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน
H ₂	กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน
H ₃	กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน
H ₄	ความสามารถทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน
H _{5a}	กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมเป็นตัวแปรคั่นกลางของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขัน
H _{5b}	กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพเป็นตัวแปรคั่นกลางของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขัน
H _{5c}	ความสามารถทางการแข่งขันเป็นตัวแปรคั่นกลางของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน
H _{6a}	วัฒนธรรมการแข่งขันเป็นตัวแปรกำกับของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขัน
H _{6b}	ความสามารถในการเรียนรู้เป็นตัวแปรกำกับของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

การพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยและกำหนดสมมติฐานการวิจัย ถูกพัฒนาขึ้นโดยใช้ทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร มาเป็นหลักการในการอธิบายอิทธิพลของทรัพยากรของกิจการที่มีต่อผลลัพธ์ทางธุรกิจ โดยทรัพยากรของกิจการที่สนใจศึกษาในการวิจัยนี้คือ การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ส่วนผลลัพธ์ทางธุรกิจ ได้แก่ กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน รวมทั้ง การศึกษาบทบาทคั่นกลางของกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ และความสามารถทางการแข่งขัน และการศึกษาบทบาทกำกับของวัฒนธรรมการแข่งขันและความสามารถในการเรียนรู้ โดยกรอบแนวคิดการวิจัยแสดงดังรูปที่ 2.9



รูปที่ 2.9 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

บทนี้เป็นกรอธิบายถึงวิธีดำเนินการวิจัยของการวิจัยนี้ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และมีรูปแบบของงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยได้รับรองโครงการวิจัยในมนุษย์ จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี รหัสโครงการ EC-66-48 วันที่รับรอง 24 เมษายน 2566 ประกอบด้วยหัวข้อ ดังนี้

- 3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การสร้างและการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย
- 3.7 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือการวิจัย
- 3.8 ผลการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติของข้อมูล

3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง

บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยถูกนำมาใช้เป็นประชากร กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยนี้ ทั้งกลุ่มบริษัทขนาดใหญ่ที่เสนอขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Stock Exchange of Thailand: SET) และกลุ่มบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็กที่เสนอขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งที่สอง (Market for Alternative Investment: MAI) เนื่องจาก เป็นกิจการขนาดใหญ่ที่มีการจัดเก็บ รวบรวม และจัดทำรายงานประจำปีโดยหน่วยงานภายในของบริษัท รวมทั้งมีการนำเอาข้อมูลทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นมาใช้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ และนำไปใช้สนับสนุนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ซึ่งประกอบด้วย 8 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มทรัพยากร กลุ่มเทคโนโลยี กลุ่มธุรกิจการเงิน กลุ่มบริการ กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค และกลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง แต่ยกเว้นบริษัทที่ทำการเก็บข้อมูลเบื้องต้น (Pilot test) บริษัทที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการ กองทุนรวมและกองทรัสต์เพื่อการลงทุน โดยจำนวนประชากร กลุ่มตัวอย่างแสดงดังตารางที่ 3.1 (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2566)

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง	จำนวนบริษัท		
	SET	MAI	รวม
จำนวนบริษัทจดทะเบียนฯ	681	197	878
หัก บริษัทที่ทำการเก็บข้อมูลเบื้องต้น (Pilot test)	(24)	(6)	(30)
บริษัทที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูกิจการ	(3)	-	(3)
กองทุนรวมและกองทรัสต์ฯ	(61)	-	(61)
คงเหลือ	593	191	784

หมายเหตุ SET หมายถึง บริษัทที่เสนอขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

MAI หมายถึง บริษัทที่เสนอขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยแห่งที่สอง

โดยการกำหนดขนาดตัวอย่างตามเกณฑ์ของ Krejcie และ Morgan ที่ยอมรับความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างได้ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% สามารถคำนวณขนาดตัวอย่างได้เท่ากับ 258 ตัวอย่าง (Mehmetoglu & Jakobsen, 2017) นอกจากนั้น การกำหนดขนาดตัวอย่างตามเกณฑ์พื้นฐานของการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ควรมีขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 200 ตัวอย่าง (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2019) รวมทั้ง เพื่อให้สอดคล้องกับหลักการในการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่ควรได้รับอัตราการตอบกลับขั้นต่ำที่ยอมรับได้ ร้อยละ 20 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด (Pielsticker & Hiebl, 2019) จึงควรส่งแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 1,290 ฉบับ ($258 \times 100 / 20$) แต่เนื่องจาก ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้มีจำนวน 784 บริษัท ดังนั้น การวิจัยนี้จึงจำเป็นต้องทำการสุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งหมด 784 บริษัท เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างที่มีความเหมาะสมในการนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยจำนวนประชากร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม แสดงดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 จำนวนประชากร กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม

กลุ่มอุตสาหกรรม	จำนวน			ร้อยละ
	SET	MAI	รวม	
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	66	7	73	9.31
ทรัพยากร	65	12	77	9.82
เทคโนโลยี	42	18	60	7.65
ธุรกิจการเงิน	66	11	77	9.82
บริการ	119	53	172	21.94
สินค้าอุตสาหกรรม	89	40	129	16.45
สินค้าอุปโภคบริโภค	41	14	55	7.02
อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	105	36	141	17.99
รวม	593	191	784	100.00

3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยนี้ ประกอบด้วย การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ กลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน วัฒนธรรมการแข่งขัน ความสามารถในการเรียนรู้ และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.2.1 ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรอิสระ (Independent variable) คือ การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic management accounting: SMA) ซึ่งวัดด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่

1) การติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน (Environmental scanning: ES) มีตัวชี้วัดจำนวน 6 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย การค้นหา การรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน การนำไปใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ และการส่งเสริมให้มีการเรียนรู้สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน (Phornlaphatrachakorn & Na-Kalasindhu, 2020; YahiaMarzouk & Jin, 2022)

2) ความรอบรู้ทางเทคโนโลยี (Technology intelligence: TI) มีตัวชี้วัดจำนวน 7 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย การค้นหา การรวบรวมข้อมูลด้านเทคโนโลยี และการวิเคราะห์ผลกระทบของเทคโนโลยี การนำข้อมูลทางเทคโนโลยีมาใช้ในกิจการ และการเผยแพร่ข้อมูลที่ได้จากเทคโนโลยี (Phornlaphatrachakorn & Na-Kalasindhu, 2020; YahiaMarzouk & Jin, 2022)

3) ความรอบรู้ทางการตลาด (Market intelligence: MI) มีตัวชี้วัดจำนวน 6 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย การค้นหา การรวบรวม และการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด การเผยแพร่ข้อมูลให้

หน่วยงานภายใน และการส่งเสริมการนำข้อมูลทางการตลาดไปใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (Hendar et al., 2020; Talaja, Miočević, Alfirević, & Pavičić, 2017)

4) การนำเสนอข้อมูลในอนาคต (Forward-looking information: FLI) มีตัวชี้วัดจำนวน 5 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย การเปิดเผยข้อมูลในอนาคต การวิเคราะห์ข้อมูลในอนาคต และการสนับสนุนการใช้ข้อมูลในอนาคตมาใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (Phornlaphatrachakorn & Na-Kalasinth, 2020)

3.2.2 ตัวแปรคั่นกลาง

ตัวแปรคั่นกลาง (Mediator variables) ประกอบด้วย กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ และความสามารถทางการแข่งขัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม (Innovation-oriented strategy: IOS) มีตัวชี้วัดจำนวน 7 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการผลิตสินค้าหรือให้บริการเพื่อสร้างความแตกต่างและคุณภาพที่เหนือกว่า การแสวงหาตลาดใหม่ ๆ และการพัฒนาวิธีการใหม่ ๆ ในการดำเนินงานให้ทันสมัย (Ilmudeen & Bao, 2020; Yoshikuni & Albertin, 2018)

2) กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ (Efficiency-oriented strategy: EOS) มีตัวชี้วัด 6 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย การผลิตสินค้าหรือให้บริการในปริมาณที่ก่อให้เกิดการประหยัดต้นทุนต่อขนาด การใช้เทคโนโลยีเพื่อทำให้ต้นทุนลดลง และจัดหาปัจจัยการผลิตสินค้าหรือให้บริการได้อย่างคุ้มค่า (Ilmudeen & Bao, 2020; Keskin et al., 2021)

3) ความสามารถทางการแข่งขัน (Organizational competitiveness: OC) มีตัวชี้วัดจำนวน 8 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย ความสามารถในการกำหนดราคาที่สามารถแข่งขันได้ การจัดหาสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ การผลิตสินค้าหรือจัดหาสินค้าที่มีความทนทาน การส่งมอบสินค้าได้ทันเวลา และน่าเชื่อถือ และการนำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ ที่แตกต่างเข้าสู่ตลาดอย่างรวดเร็ว (YahiaMarzouk & Jin, 2022)

3.2.3 ตัวแปรกำกับ

ตัวแปรกำกับ (Moderator variables) ประกอบด้วย วัฒนธรรมการแข่งขัน และความสามารถในการเรียนรู้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) วัฒนธรรมการแข่งขัน (Competitives culture: CC) มีตัวชี้วัดจำนวน 7 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย การให้ความสำคัญในการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน การตระหนักถึงการสร้างความโดดเด่นและความแตกต่างผลิตภัณฑ์ การมุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการที่สามารถแข่งขันได้ การส่งเสริมให้พนักงานเข้าใจข้อมูลด้านการแข่งขัน การมุ่งเน้นให้พนักงานปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และการกระตุ้นพนักงานให้เกิดความกระตือรือร้นในการทำงาน (Tsou & Chen, 2022)

2) ความสามารถในการเรียนรู้ (Organizational learning capability: OLC) มีตัวชี้วัดจำนวน 6 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย การส่งเสริมให้พนักงานสามารถเรียนรู้วิธีการใหม่ ๆ การกำหนดนโยบายโดยให้พนักงานมีส่วนร่วม การให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้และทักษะของพนักงาน ศักยภาพของพนักงานในการแก้ไขข้อร้องเรียน การยอมรับคำวิจารณ์ในปฏิบัติงาน และศักยภาพในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ของพนักงาน (Ferreira et al., 2021)

3.2.4 ตัวแปรตาม

ตัวแปรตาม (Dependent variable) คือ ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน (Sustainable performance: SP) ที่วัดด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ (Ogunleye et al., 2021; Saqib & Zhang, 2021)

1) ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ (Economic performance: Ec) มีตัวชี้วัดจำนวน 4 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย ผลลัพธ์ในการบริหารต้นทุน ความสามารถในการทำกำไรและการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด การบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจและการขยายการดำเนินงาน และการได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนอย่างต่อเนื่อง

2) ผลการดำเนินงานด้านสังคม (Social performance: So) มีตัวชี้วัดจำนวน 4 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการ ผลลัพธ์ของการจัดการความเสี่ยงที่เกิดจากกิจกรรมทางธุรกิจ การสร้างความร่วมมืออันดีกับสังคมและชุมชน และการจัดสรรผลประโยชน์ให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับกิจการอย่างเหมาะสม

3) ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental performance: En) มีตัวชี้วัดจำนวน 3 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย การสร้างนวัตกรรมที่สามารถลดปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกิจกรรมทางธุรกิจ การบรรลุเป้าหมายด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม และการได้รับการรับรองหรือผ่านการตรวจสอบด้านสิ่งแวดล้อม

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยแบบสอบถามถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ของแบบสอบถามได้มีการพัฒนาจากข้อคำถามของงานวิจัยในอดีต เพื่อให้สามารถกำหนดข้อคำถามที่เหมาะสมในการนำมาทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยแบบสอบถามประกอบไปด้วยคำถามทั้งหมด 9 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารฝ่ายบัญชี โดยมีข้อคำถามทั้งหมด 4 ข้อ ประกอบด้วย ตำแหน่งงานในปัจจุบัน ระดับการศึกษาสูงสุด ประสบการณ์การทำงาน อำนาจและหน้าที่ในการวางแผนกลยุทธ์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของบริษัท โดยมีข้อความทั้งหมด 5 ข้อ ประกอบด้วย ประเภทของตลาดที่เสนอขายหลักทรัพย์ ประเภทของกลุ่มอุตสาหกรรม ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ จำนวนพนักงานของบริษัท และรางวัลที่บริษัทได้รับในการดำเนินธุรกิจ

โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 เป็นข้อความที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบที่สอดคล้องกับความเป็นจริงของผู้ให้ข้อมูล โดยเป็นข้อความแบบปลายปิด (Close ended question) ซึ่งมีลักษณะเป็นข้อมูลแบบมาตราวัดนามบัญญัติ (Nominal scale)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ เป็นข้อความในการวัดระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการนำเอาข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มาใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ โดยจำนวนข้อความที่ใช้ในการวัด ประกอบด้วย การติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน จำนวน 6 ข้อ ความรอบรู้ทางเทคโนโลยี จำนวน 7 ข้อ ความรอบรู้ทางการตลาด จำนวน 6 ข้อ และการนำเสนอข้อมูลในอนาคต จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ เป็นคำถามในการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางธุรกิจที่บริษัทใช้ในการดำเนินงาน ประกอบด้วยข้อความของกลยุทธ์ทางธุรกิจ 2 ประเภtdังนี้ กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม จำนวน 7 ข้อ และกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขัน เป็นคำถามในการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขันของบริษัทที่เหนือกว่าคู่แข่ง มีจำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมการแข่งขัน เป็นคำถามในการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมในการสร้างวัฒนธรรมการแข่งขันของบริษัท มีจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการเรียนรู้ เป็นคำถามในการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการเรียนรู้ของบริษัท มีจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 8 ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน เป็นข้อความในการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลลัพธ์ในการดำเนินงานในภาพรวมของกิจการ คำถามที่ใช้ในการวัดประกอบด้วยผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ จำนวน 4 ข้อ ผลการดำเนินงานด้านสังคม จำนวน 4 ข้อ และผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม จำนวน 3 ข้อ

แบบสอบถามส่วนที่ 3 ถึง ส่วนที่ 8 เป็นข้อความแบบปลายปิด (Close ended question) ที่มีการวัดค่าแบบอันตรภาค (Interval scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับตาม Likert scale โดยเกณฑ์การวัดคะแนนระดับความคิดเห็นมีดังนี้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง เห็นด้วยในระดับมาก
- 3 หมายถึง เห็นด้วยในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อย
- 1 หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

ในการแปลความหมายของระดับความคิดเห็นจะกำหนดจากความกว้างของแต่ละอันดับภาคชั้นของคะแนนเท่า ๆ กัน โดยคำนวณจากค่าพิสัย (Range) หารด้วยจำนวนอันดับภาคชั้นที่ต้องการวัดระดับความคิดเห็น ซึ่งค่าพิสัยคำนวณจากค่าสูงสุดของข้อมูลลบด้วยค่าต่ำสุดของข้อมูล โดยสูตรในการคำนวณความกว้างของอันดับภาคชั้นมีดังนี้ (ละเอียด ศิลา น้อย และกัณทิมาลย์ จินดาประเสริฐ, 2562)

$$I = \frac{R}{K}$$

โดยที่ I = ความกว้างของชั้น
 R = ค่าพิสัย (ค่าสูงสุด - ค่าต่ำสุด)
 K = จำนวนชั้น

ดังนั้น ความกว้างของแต่ละอันดับภาคชั้น คำนวณได้เท่ากับ

$$I = \frac{5-1}{5}$$

$$I = 0.80$$

จากสูตรในการคำนวณข้างต้น ได้ความกว้างของแต่ละอันดับภาคชั้นเท่ากับ 0.80 โดยสามารถนำมาเป็นเกณฑ์ในการอธิบายความหมายของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของคำถามแต่ละข้อ ดังนี้
 ค่าคะแนน 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยในระดับมากที่สุด
 ค่าคะแนน 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วยในระดับมาก
 ค่าคะแนน 2.61 – 3.40 หมายถึง เห็นด้วยในระดับปานกลาง
 ค่าคะแนน 1.81 – 2.60 หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อย
 ค่าคะแนน 1.00 – 1.80 หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 9 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม เป็นข้อคำถามปลายเปิด (Open ended question) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีอิสระในการแสดงความคิดเห็นอื่น ๆ

3.4 การสร้างและการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนของการสร้างและการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1) ทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ กลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน วัฒนธรรมการแข่งขัน ความสามารถในการเรียนรู้ และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

2) พัฒนาแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยจากข้อคำถามของงานวิจัยในอดีตที่มีการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นงานวิจัยที่เผยแพร่ในวารสารระดับนานาชาติ เนื่องจาก เป็นข้อคำถามที่มีตรวจสอบความเที่ยงตรงและการวิเคราะห์หาค่าประกอบแล้ว

3) นำแบบสอบถามที่ถูกพัฒนาเรียบร้อยแล้ว มาขอข้อเสนอแนะและตรวจสอบเบื้องต้นจากอาจารย์ที่ปรึกษา ในประเด็นที่เกี่ยวกับความสอดคล้องของเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม

4) ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม (Content validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (Index of item objective congruence: IOC) โดยประเมินจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ได้แก่

- รองศาสตราจารย์ ดร.กรไชย พรลภัสสรชกร คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนครพนม

- รองศาสตราจารย์ ดร.วิระพงษ์ จันทร์สนาม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขจิต ฌ กาศสินธุ์ คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนครพนม

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนัญญา สิ้นชื่น คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา สุคันธสิริกุล คณะเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

การประเมินของผู้เชี่ยวชาญจะพิจารณาจากความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อที่ใช้วัดตัวแปรของการวิจัยกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยการให้ค่าคะแนนความสอดคล้อง ดังนี้ (Rovinelli & Hambleton, 1976)

+1 คะแนน หมายถึง คำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

0 คะแนน หมายถึง คำถามอาจสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

-1 คะแนน หมายถึง คำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

หลังจากนั้น นำค่าคะแนนที่ได้ทั้งหมดมาคำนวณค่าคะแนนเฉลี่ยของคำถามแต่ละข้อ เพื่อแสดงเป็นค่า IOC โดยคำถามแต่ละข้อควรมีค่า IOC ไม่น้อยกว่า 0.5 จึงจะสรุปได้ว่า ข้อคำถามดังกล่าวมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ส่วนข้อคำถามที่มีค่า IOC น้อยกว่า 0.5 ต้องทำการปรับปรุงหรือตัดออกจากแบบสอบถาม เนื่องจาก เป็นข้อคำถามที่ไม่มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยผลการตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.60 – 1.00 ซึ่งข้อคำถามทุกข้อมีค่า IOC มากกว่าเกณฑ์ 0.50 แสดงว่าข้อคำถามที่ใช้วัดตัวแปรการวิจัยมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

5) ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability) เป็นการนำเอาแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขและผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาแล้ว มาทำการทดลองเก็บข้อมูลเบื้องต้น (Pilot test) จากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่ไม่ได้อยู่ในประชากร กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อนำมาวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งมีค่าระหว่าง 0.00 – 1.00 โดยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค ของข้อคำถามแต่ละตัวแปรตัวควรมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป จึงจะถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปเก็บข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยต่อไป (Hair et al., 2021) โดยผลการตรวจสอบพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัคของคำถามแต่ละข้อมีค่าอยู่ระหว่าง 0.894 - 0.967 และในภาพรวมของแบบสอบถามมีค่าเท่ากับ 0.981 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่า แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือหรือข้อคำถามมีความสอดคล้องกลมกลืนกัน ผลการทดสอบสรุปดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 ผลการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

รายละเอียด	จำนวนข้อคำถาม	Cronbach's Alpha Coefficient
การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์		0.966
การติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน	6	0.964-0.965
ความรู้ทางเทคโนโลยี	7	0.963-0.964
ความรู้ทางการตลาด	6	0.963-0.965
การนำเสนอข้อมูลในอนาคต	5	0.965-0.967
กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม	7	0.921-0.935
กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ	6	0.932-0.961
ความสามารถทางการแข่งขัน	8	0.894-0.933
วัฒนธรรมการแข่งขัน	7	0.949-0.964
ความสามารถในการเรียนรู้	6	0.932-0.950
ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน		0.945
ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ	4	0.937-0.945
ผลการดำเนินงานด้านสังคม	4	0.935-0.945
ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม	3	0.937-944
ภาพรวมของแบบสอบถาม		0.981

6) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความน่าเชื่อถือแล้วไปทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

การวิจัยนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ (Primary data) โดยใช้แบบสอบถามซึ่งผู้ให้ข้อมูล (Key informants) เป็นผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อาทิเช่น ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน ผู้จัดการฝ่ายบัญชี หรือตำแหน่งอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับส่วนงานบัญชี เนื่องจาก เป็นผู้ที่มีหน้าที่ในการกำกับดูแล จัดทำ รวบรวมข้อมูลด้านบัญชี และมีความเข้าใจลักษณะของข้อมูลด้านบัญชี รวมทั้ง มีความเป็นไปได้ในการนำเอาข้อมูลทางธุรกิจตามแนวคิดของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ไปใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามทางจดหมาย (Mail survey) ตามที่อยู่ที่ได้จากฐานข้อมูลในเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (www.set.or.th) โดยทำการส่งแบบสอบถามถึงผู้บริหารฝ่ายบัญชีในช่วงต้นเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2566 และได้ส่งจดหมายติดตามในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2566 เพื่อให้ได้จำนวนแบบสอบถามที่ส่งกลับตามขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม โดยในแบบสอบถามมีการชี้แจงให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบกลับได้ 2 รูปแบบคือการตอบกลับทางจดหมาย ซึ่งผู้วิจัยได้แนบซองจดหมายเพื่อส่งกลับแบบสอบถามตามที่อยู่ของผู้วิจัย หรือการตอบแบบสอบถามออนไลน์ โดยผู้วิจัยได้แนบสัญลักษณ์ในการเข้าตอบแบบสอบถามออนไลน์ (QR Code) จากการส่งแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 784 ฉบับ พบว่า มีจำนวนแบบสอบถามตีกลับจำนวน 3 ฉบับ คงเหลือแบบสอบถามที่ส่งถึงบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ทั้งหมดจำนวน 781 ฉบับ โดยมีแบบสอบถามที่ตอบกลับทางจดหมายจำนวน 153 ฉบับ และทางออนไลน์จำนวน 47 ฉบับ รวมทั้งหมดจำนวน 200 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 25.51 ซึ่งมากกว่าอัตราการตอบกลับขั้นต่ำที่ยอมรับได้ที่ไม่ควรน้อยกว่า 20% (Pielsticker & Hiebl, 2019)

หลังจากนั้นทำการตรวจสอบความครบถ้วนและสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับและนำแบบสอบถามมาทำการแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม เพื่อทำการทดสอบความไม่ลำเอียงในการตอบกลับแบบสอบถาม (Non-response bias) โดยใช้ค่าสถิติ t-test เพื่อทดสอบว่าความคิดเห็นของการตอบกลับแบบสอบถามของผู้ให้ข้อมูลไม่มีความแตกต่างกัน (Armstrong & Overton, 1977) สำหรับการวิจัยนี้ ทำการทดสอบโดยเปรียบเทียบความแตกต่างข้อมูลของบริษัท เนื่องจาก เป็นข้อมูลที่แสดงถึงลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย การเสนอขายหลักทรัพย์ ประเภทของกลุ่มอุตสาหกรรม ระยะเวลาในการดำเนินงานของบริษัท และจำนวนพนักงานของบริษัท ระหว่างแบบสอบถามที่ตอบกลับเร็วที่สุดและแบบสอบถามที่ตอบกลับช้าที่สุดอย่างละ 100 ชุด โดยผลการทดสอบพบว่า การตอบกลับแบบสอบถามของกลุ่มที่ตอบกลับเร็วและกลุ่มที่ตอบกลับช้าไม่มีความแตกต่างกัน ทั้งการเสนอขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (t-test=-0.302, p-value>0.05) ประเภทของกลุ่มอุตสาหกรรม (t-test=-1.630, p-value>0.05) ระยะเวลาในการดำเนินงานของบริษัท (t-test=-1.739, p-value>0.05) และจำนวนพนักงานของบริษัท (t-test=0.517, p-value>0.05) จากผลการทดสอบแสดงให้เห็นว่า ความคิดเห็น

ของกลุ่มผู้ตอบกลับแบบสอบถามเร็วและกลุ่มผู้ตอบกลับแบบสอบถามช้าไม่มีความแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบแสดงดังตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 การทดสอบความไม่ลำเอียงในการตอบกลับแบบสอบถาม

รายละเอียด	กลุ่ม	จำนวน ตัวอย่าง	\bar{X}	t-test	P-value
การเสนอขายหลักทรัพย์ในตลาด หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	กลุ่มแรก	100	1.310	-0.302	0.547
	กลุ่มหลัง	100	1.330		
ประเภทของกลุ่มอุตสาหกรรม	กลุ่มแรก	100	4.810	-1.630	0.740
	กลุ่มหลัง	100	5.290		
ระยะเวลาในการดำเนินงานของ บริษัท	กลุ่มแรก	100	3.470	-1.507	0.054
	กลุ่มหลัง	100	3.640		
จำนวนพนักงานของบริษัท	กลุ่มแรก	100	1.890	0.517	0.107
	กลุ่มหลัง	100	1.810		

หมายเหตุ จำนวนตัวอย่างทั้งหมด (n) = 200

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยที่ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative data analysis) ซึ่งแบบสอบถามถูกนำมาใช้ในการเก็บข้อมูล และนำข้อมูลมาวิเคราะห์สถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ประกอบด้วย 1) การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือการวิจัย ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ 2) การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติของข้อมูล 3) การทดสอบความเที่ยงตรงของแบบจำลอง ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง และการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก 4) การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของข้อมูลการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ 5) การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงชั้น โดยรายละเอียด มีดังนี้

3.6.1 การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือการวิจัย

การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือการวิจัย จะใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เพื่อสกัดและระบุองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้ที่มีความสัมพันธ์กัน หรือใช้ในการจัดกลุ่มตัวแปรสังเกตได้ที่ยังไม่เคยมีการจัดองค์ประกอบมาก่อน (ยุทธ ไกยวรรณ, 2563) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจถูกนำมาใช้งานวิจัยนี้ เพื่อเป็นการยืนยันความสอดคล้องของตัวแปรสังเกตได้ในแต่ละองค์ประกอบ เนื่องจาก

ข้อคำถามของแบบสอบถามถูกพัฒนาจากงานวิจัยที่เผยแพร่ในวารสารระดับนานาชาติ ซึ่งข้อคำถามผ่านการแปลเป็นภาษาไทย ดังนั้น การวิจัยนี้จึงทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ เพื่อทำการวัดความเที่ยงตรงของข้อคำถามกับองค์ประกอบในการวัดตัวแปรแฝง โดยใช้วิธีการสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีองค์ประกอบหลัก (Principal component analysis) ซึ่งเป็นวิธีการรวมกลุ่มตัวแปรโดยใช้ความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรที่ใช้เป็นข้อมูลขององค์ประกอบหลักทั้งหมด (ธีระดา ภิญญา, 2561) และหมุนแกนองค์ประกอบด้วยวิธี Varimax rotation ซึ่งเป็นวิธีที่ทำให้ได้องค์ประกอบที่มีโครงสร้างง่ายและได้องค์ประกอบเฉพาะที่ทำให้การแปลความหมายขององค์ประกอบสะดวกขึ้น (ยุทธ ไกยวรรณ, 2557) และใช้เกณฑ์ในการเลือกข้อคำถามที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) มากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 หากข้อคำถามที่ต่ำกว่า 0.50 จะทำการตัดข้อคำถามนั้น (Hair et al., 2019)

โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ จะพิจารณาจากค่าสถิติ Kaiser-Meyer-Olkin index (KMO) เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์องค์ประกอบ ซึ่งค่า KMO จะต้องมากกว่า 0.50 และค่าสถิติ Bartlett's Sphericity test เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรที่นำมาทดสอบในแต่ละองค์ประกอบ โดยทำการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ตัวแปรต่าง ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กัน

โดยในการทดสอบ Bartlett's Sphericity test หากพบว่ามีความสำคัญทางสถิติ (Sig. < 0.05) แสดงว่าตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ (Gomes et al., 2022)

3.6.2 การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติของข้อมูล

ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวกับตัวแปรตามที่มีหลายสมการมารวมวิเคราะห์ในโครงสร้างสมการเดียวกัน (ยุทธ ไกยวรรณ, 2563) ดังนั้น ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรดังกล่าว จึงต้องคำนึงถึงการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ ของข้อมูล เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่เหมาะสมและน่าเชื่อถือ (พงษ์ศักดิ์ ชิมมอนด์ส, 2560) โดยการทดสอบประกอบด้วย

1) การทดสอบการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (Normality test) เป็นการทดสอบว่าข้อมูลที่เก็บรวบรวมมีการกระจายแบบปกติ (Normal distribution) หรือไม่ โดยทดสอบการแจกแจงแบบปกติจากค่าความเบ้ (Skewness) ควรมีค่าอยู่ระหว่าง ± 3 และค่าความโด่ง (Kurtosis) ควรมีค่าอยู่ระหว่าง ± 10 จึงจะถือได้ว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ (Kline, 2016)

2) การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Collinearity test) เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย โดยตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามควรมีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความเกี่ยวข้องกันระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

โดยตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่ควรมีความสัมพันธ์สูงเกินไป (Little correlation among) เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาสถานะที่ตัวแปรอิสระมีความซ้ำซ้อนกัน (Multicollinearity) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ตัวแปรอิสระต้องเป็นอิสระจากกัน (พงษ์ศักดิ์ ชิมมอนด์ส, 2560) โดยสามารถพิจารณาได้จากค่าความสัมพันธ์ (Correlation) ควรมีค่าอยู่ระหว่าง ± 0.7 (Hair et al., 2019)

3.6.3 การตรวจสอบความเที่ยงตรงแบบจำลองการวัด

การตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบจำลองการวัด ประกอบด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis: CFA) การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) และการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant validity) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เป็นการวิเคราะห์เพื่อยืนยันความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างตัวแปรสังเกตได้ (Observed variable) กับตัวแปรแฝง (Latent variable) ของแต่ละองค์ประกอบ ซึ่งถูกอ้างอิงจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2562) ดังนั้น เพื่อเป็นการยืนยันองค์ประกอบจึงใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันในการตรวจสอบความสอดคล้องขององค์ประกอบ โดยเกณฑ์ในการพิจารณาความสอดคล้อง (Model fit) แสดงดังตารางที่ 3.5

ตารางที่ 3.5 เกณฑ์การพิจารณาความสอดคล้องของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

สถิติ	เกณฑ์
ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df)	<3
ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative fit index: CFI)	>0.90
ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker และ Lewis (Tucker-Lewis index: TLI)	>0.90
ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root mean square error of approximation: RMSEA)	<0.08
ค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบขนาดของความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมระหว่างตัวแปรของประชากร (Root mean square residual: RMR)	<0.08

หมายเหตุ จาก *Multivariate data analysis*, Hair, Babin, and Anderson, 2019, United Kingdom : Cengage Learning.

จากตารางที่ 3.5 เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแปรสังเกตได้กับตัวแปรแฝงของแต่ละองค์ประกอบ เมื่อผ่านเกณฑ์การพิจารณาแล้ว แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ในแต่ละองค์ประกอบสามารถวัดค่าตัวแปรแฝงได้ หลังจากวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแล้วก็ทำ

การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural equation model) เพื่อสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยต่อไป

ในส่วนของการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) ซึ่งเป็นการตรวจสอบว่าตัวแปรสังเกตได้ สามารถวัดโครงสร้างได้ตรงตามทฤษฎีหรือแนวคิดที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมหรือไม่ โดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง ประกอบด้วย การตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้และตัวแปรแฝง โดยพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized factor loadings) ≥ 0.50 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเสมือน (Convergent validity) เป็นการทดสอบว่าตัวแปรสังเกตได้มีความเหมาะสมในการวัดตัวแปรแฝง โดยพิจารณาจากค่าความเชื่อมั่นองค์ประกอบ (Composite reliability: CR) ≥ 0.70 และค่าความแปรปรวนเฉลี่ย (Average variance extracted: AVE) ≥ 0.50 (Hair et al., 2019) โดยคำนวณได้ดังนี้

การคำนวณค่าความเชื่อมั่นองค์ประกอบ

$$CR = \frac{(\sum L)^2}{(\sum L)^2 + \sum (1-L^2)}$$

การคำนวณค่าความแปรปรวนเฉลี่ย

$$AVE = \frac{\sum L^2}{m}$$

โดยที่ L = Standardized factor loading

m = จำนวนของ Factor loading

ส่วนการตรวจสอบความตรงเชิงจำแนก (Discriminant validity) เป็นการทดสอบว่าตัวแปรแฝงของแต่ละองค์ประกอบมีความแตกต่างกันหรือมีความสัมพันธ์กันจนทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity โดยพิจารณาจากรากที่สองของค่า AVE > ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) (Chahal & Bakshi, 2015)

3.6.4 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของการวิจัย โดยแสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง ในแบบสอบถามส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 ส่วนการนำเสนอค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) สำหรับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยทั้งหมด ซึ่งเป็นคำถามในแบบสอบถามส่วนที่ 3 – ส่วนที่ 8

3.6.5 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ เพื่ออธิบายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง เป็นสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 – 4 และ 2) การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงชั้น เป็นสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 5 โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.6.5.1 การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง

การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) เป็นการหาความสัมพันธ์เชิงเหตุผล ซึ่งใช้ในการทดสอบอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous variable) และตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous variable) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2562) ในการวิจัยนี้ ได้มีการกำหนดตัวแปรแฝงภายนอก คือ การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ส่วนตัวแปรแฝงภายในคือ กลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน โดยเกณฑ์ในการพิจารณาความสอดคล้องของการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง แสดงดังตารางที่ 3.6

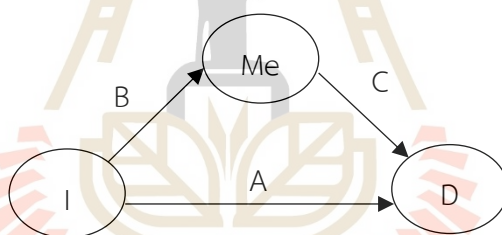
ตารางที่ 3.6 เกณฑ์การพิจารณาความสอดคล้องของการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง

สถิติ	เกณฑ์
ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df)	<3
ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative fit index: CFI)	>0.90
ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker และ Lewis (Tucker-Lewis index: TLI)	>0.90
ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root mean square error of approximation: RMSEA)	<0.08
ค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบขนาดของความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมระหว่างตัวแปรของประชากร (Root mean square residual: RMR)	<0.08

หมายเหตุ จาก *Multivariate data analysis*, Hair, Babin, and Anderson, 2019, United Kingdom : Cengage Learning.

จากตารางที่ 3.6 เป็นการแสดงเกณฑ์ในการพิจารณาความสอดคล้องของสมการโครงสร้าง เมื่อผลการทดสอบผ่านเกณฑ์การพิจารณาแล้ว จึงจะนำผลการวิเคราะห์ไปแปลผลทางสถิติและสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย แต่หากกรณีที่การทดสอบความสอดคล้องไม่เป็นไปตามเกณฑ์การพิจารณาในการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันและการวิเคราะห์สมการโครงสร้างที่แสดงดังตารางที่ 3.5 และ 3.6 จำเป็นต้องมีการปรับแบบจำลองเพื่อลดค่าไคสแควร์ (χ^2) และค่าองศาอิสระ (df) โดยพิจารณาปรับแบบจำลองจากค่า Modification ind (MI) ซึ่งเป็นการปรับค่าความแปรปรวนร่วมระหว่างตัวแปร 2 ตัว และทำการปรับให้ค่าความสอดคล้องของแบบจำลองให้เป็นไปตามเกณฑ์ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2562)

เมื่อข้อมูลเป็นไปตามเกณฑ์การพิจารณาแล้ว จึงทำการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยพิจารณาจากค่านัยสำคัญทางสถิติ (p-value) ของการทดสอบสัมประสิทธิ์ความถดถอย หากค่า p-value < 0.05 แสดงว่า ตัวแปรแฝงภายนอกมีอิทธิพลต่อตัวแปรแฝงภายใน และการสรุปทิศทางของค่าอิทธิพลและขนาดอิทธิพลพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางหรือค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (Path coefficient: β) ส่วนการทดสอบบทบาทของตัวแปรคั่นกลาง พิจารณาจากค่า p-value ของอิทธิพลทางอ้อม โดยรูปที่ 3.1 แสดงเส้นทางอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของตัวแปร เพื่อประกอบการอธิบายบทบาทของตัวแปรคั่นกลาง ซึ่งพิจารณาตามขั้นตอนดังนี้



รูปที่ 3.1 ความสัมพันธ์ของตัวแปร

หมายเหตุ I หมายถึง ตัวแปรอิสระ, D หมายถึง ตัวแปรตาม, Me หมายถึง ตัวแปรคั่นกลาง จาก *Multivariate data analysis*, Hair, Babin, and Anderson, 2019, United Kingdom : Cengage Learning.

1) ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงทั้งหมดตามรูปที่ 3.1 ซึ่งเป็นการทดสอบอิทธิพลทางตรง (Direct effect) โดยพิจารณาจากค่า p-value ของเส้นอิทธิพล A (I → D) เส้นอิทธิพล B (I → Me) และเส้นอิทธิพล C (Me → D) ในกรณีต่าง ๆ ดังนี้

(1) เส้นอิทธิพล A มีค่า p-value < 0.05 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรตาม

(2) เส้นอิทธิพล B มีค่า p-value < 0.05 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรคั่นกลาง

(3) เส้นอิทธิพล C มีค่า $p\text{-value} < 0.05$ แสดงว่าตัวแปรต้นกลางมีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรตาม

2) พิจารณาเส้นอิทธิพลทางอ้อม (Indirect effect) โดยดูจากค่า $p\text{-value}$ ของเส้นอิทธิพลทางอ้อม เมื่อนำตัวแปรต้นกลาง (Me) เข้าไปทดสอบในสมการ ผลการทดสอบสามารถเกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ ดังนี้

(1) เส้นอิทธิพล A ยังคงมีค่า $p\text{-value} < 0.05$ แต่เส้นอิทธิพล B หรือ C มีค่า $p\text{-value} > 0.05$ แสดงว่า Me ไม่มีบทบาทเป็นตัวแปรต้นกลางในสมการโครงสร้างนี้

(2) เส้นอิทธิพล A ยังคงมีค่า $p\text{-value} < 0.05$ และเส้นอิทธิพล B และ C มีค่า $p\text{-value} < 0.05$ แสดงว่า Me มีบทบาทเป็นตัวแปรต้นกลางแบบบางส่วน หรือ Partial mediation

(3) เส้นอิทธิพล A มีค่า $p\text{-value} > 0.05$ แต่เส้นอิทธิพล B และ C มีค่า $p\text{-value} < 0.05$ แสดงว่า Me มีบทบาทเป็นตัวแปรต้นกลางแบบเต็ม หรือ Full mediation

3.6.5.2 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงชั้น

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงชั้น (Hierarchical multiple regression analysis) เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม 1 ตัว (ยุทธ ไกยวรรณ, 2557) โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงชั้นถูกนำมาใช้ในการวิจัยนี้ เพื่อทดสอบบทบาทกำกับ (Moderator variable) ที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยตัวแปรกำกับของการวิจัยนี้คือ วัฒนธรรมการแข่งขันและความสามารถในการเรียนรู้ ซึ่งจะทำการทดสอบสมการที่ (1) และ (2) เป็นการทดสอบบทบาทกำกับของวัฒนธรรมการแข่งขัน ส่วนสมการที่ (3) และ (4) เป็นการทดสอบบทบาทกำกับของความสามารถในการเรียนรู้ โดยสมการถดถอยมีดังนี้

$$OC = a_1 + b_1SMA + b_2CC \quad (1)$$

$$OC = a_2 + b_3SMA + b_4CC + b_5SMA * CC \quad (2)$$

$$SP = a_3 + b_6SMA + b_7OLC \quad (3)$$

$$SP = a_4 + b_8SMA + b_9OLC + b_{10}SMA * OLC \quad (4)$$

โดยที่ SMA = การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์

CC = วัฒนธรรมการแข่งขัน

OLC = ความสามารถในการเรียนรู้

OC = ความสามารถทางแข่งขัน

SP = ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

SMA*CC = ตัวแปรปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และวัฒนธรรมการแข่งขัน

SMA*OLC = ตัวแปรปฏิสัมพันธ์ระหว่างการบัญชาบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถในการเรียนรู้

a = ค่าคงที่ (Constant) ของสมการถดถอย

b = ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย

ในการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณที่มีตัวแปรปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรกำกับของงานวิจัยนี้จะปรับค่าตัวแปรโดยการแปลงค่าสู่ศูนย์กลาง (Mean centering) เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันสูงเกินไป (Multicollinearity) (ฐณัฐ วงษ์สายเชื้อ, 2563) โดยคำนวณได้ดังนี้

ค่าสู่ศูนย์กลาง _{i} = ค่าเฉลี่ยของข้อมูลจริงที่ได้จากการเก็บข้อมูลของตัวแปร _{i} - ค่าเฉลี่ยทั้งหมดของตัวแปร _{i}

โดยที่ i = ตัวแปรอิสระและตัวแปรกำกับ

ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย จะพิจารณาจากค่านัยสำคัญทางสถิติ (p-value) ของการทดสอบสมการถดถอยพหุคูณที่มีตัวแปรปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรกำกับ และเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) ของสมการถดถอยพหุคูณที่มีตัวแปรปฏิสัมพันธ์และสมการถดถอยพหุคูณที่ไม่มีตัวแปรปฏิสัมพันธ์ สรุปได้ว่า หากค่านัยสำคัญทางสถิติ (p-value) ของสมการถดถอยพหุคูณที่มีตัวแปรปฏิสัมพันธ์มีค่าน้อยกว่า 0.05 และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจของสมการที่ (2) มากกว่าสมการที่ (1) แสดงว่า วัฒนธรรมการแข่งขันเป็นตัวแปรกำกับที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชาบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขัน เช่นเดียวกัน หากค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจของสมการที่ (4) มากกว่าสมการที่ (3) แสดงว่า ความสามารถในการเรียนรู้เป็นตัวแปรกำกับที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชาบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

3.7 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือการวิจัย

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจถูกนำมาใช้เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือการวิจัย เนื่องจาก ข้อคำถามในแบบสอบถามของการวิจัยนี้ ถูกพัฒนาจากคำถามที่รวบรวมจากงานวิจัยที่เผยแพร่ในวารสารระดับนานาชาติและถูกนำมาแปลเป็นภาษาไทย จึงจำเป็นต้องทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม เพื่อยืนยันความสอดคล้องด้านเนื้อหาและความหมายของข้อคำถามที่ใช้ในการวัดตัวแปรสังเกตได้ในแต่ละองค์ประกอบ โดยผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ แสดงในตารางที่ 3.7 ซึ่งพบว่า การวัดองค์ประกอบเชิงสำรวจของการบัญชาบริหารเชิงกลยุทธ์มีค่า KMO เท่ากับ 0.919 และค่า Bartlett's Sphericity test มีการแจกแจงแบบ Chi-Square มีค่าเท่ากับ 2774.171 และมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000 (Sig.<0.05) และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ที่มีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป พบว่า การติดตามสภาพแวดล้อม

ในการดำเนินงาน มีค่าระหว่าง 0.730 - 0.812 ความรอบรู้ทางเทคโนโลยี มีค่าระหว่าง 0.684 - 0.750 ความรอบรู้ทางการตลาด มีค่าระหว่าง 0.700 - 0.833 และการนำเสนอข้อมูลในอนาคต มีค่าระหว่าง 0.610 - 0.819 โดยองค์ประกอบด้านการติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน ถูกตัดข้อคำถามออกจำนวน 2 ข้อ ส่วนด้านความรอบรู้ทางเทคโนโลยี ด้านความรอบรู้ทางการตลาด และด้านการนำเสนอข้อมูลในอนาคต ถูกตัดข้อคำถามออกด้านละ 1 ข้อ เนื่องจาก มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบน้อยกว่า 0.50 ซึ่งเป็นคำถามที่เกี่ยวกับการเชื่อมั่นว่าข้อมูลมีความสำคัญต่อการวางแผนและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ซึ่งคำถามในประเด็นดังกล่าวอาจไม่ได้สะท้อนถึงพฤติกรรมในการนำข้อมูลไปใช้สนับสนุนการตัดสินใจหรือการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์

ส่วนผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม พบว่า ค่า KMO เท่ากับ 0.846 และค่า Bartlett's Sphericity test มีการแจกแจงแบบ Chi-Square มีค่าเท่ากับ 694.990 และมีค่านัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.000 (Sig.<0.05) และเมื่อตัดข้อคำถามที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่น้อยกว่า 0.50 แล้ว พบว่า กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.752 - 0.855 โดยมีข้อคำถามถูกตัดออกจำนวน 1 ข้อ โดยเป็นข้อคำถามที่เกี่ยวกับการพัฒนาวิธีการใหม่ ๆ ในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาด ซึ่งคำถามนี้อาจไม่ได้แสดงถึงแนวทางการดำเนินงานที่มุ่งเน้นนวัตกรรมอย่างชัดเจน ส่วนการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพมีค่า KMO เท่ากับ 0.870 และค่า Bartlett's Sphericity test มีการแจกแจงแบบ Chi-Square อยู่ที่ 867.820 และมีค่านัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.000 (Sig.<0.05) และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพมากกว่า 0.50 ทุกข้อ โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 0.710 - 0.885

นอกจากนั้น ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของความสามารถทางการแข่งขัน พบว่า ค่า KMO มีค่าเท่ากับ 0.832 และค่า Bartlett's Sphericity test มีการแจกแจงแบบ Chi-Square อยู่ที่ 617.247 และมีค่านัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.000 (Sig.<0.05) และเมื่อตัดข้อคำถามที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบน้อยกว่า 0.50 แล้ว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.538 - 0.859 โดยข้อคำถามที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบน้อยกว่า 0.50 ถูกตัดออกจำนวน 2 ข้อ ซึ่งเป็นข้อคำถามเกี่ยวกับการจัดหาสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ และการเปิดตัวเข้าสู่ตลาดอย่างรวดเร็ว ซึ่งเหตุผลที่ทำให้ข้อคำถามในประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องในระดับต่ำกับข้อคำถามอื่น ๆ อาจเนื่องจาก สินค้าหรือบริการของธุรกิจในบางอุตสาหกรรมมีขอบเขต มาตรฐาน หรือข้อบังคับของภาครัฐที่ควบคุมด้านคุณภาพหรือระยะเวลาในการนำเข้าสู่ตลาด จึงทำให้ประเด็นคุณภาพและการนำเสนอสินค้าหรือบริการเข้าสู่ตลาดอย่างรวดเร็วไม่ได้แสดงถึงการวัดความสามารถทางการแข่งขันได้

ในส่วนของผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของการวัดวัฒนธรรมการแข่งขัน พบว่า ค่า KMO มีค่า 0.846 และค่า Bartlett's Sphericity test มีการแจกแจงแบบ Chi-Square เท่ากับ 683.407 และมีค่านัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.000 (Sig.<0.05) และเมื่อตัดข้อคำถามที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบน้อยกว่า 0.50 แล้ว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง 0.837 - 0.892 ซึ่งข้อคำถามขององค์ประกอบการวัดวัฒนธรรมการแข่งขัน ถูกตัดออกจำนวน 2 ข้อ ซึ่งข้อคำถามเกี่ยวกับการส่งเสริมให้พนักงานเข้าใจข้อมูลด้านการแข่งขันและการให้รางวัลเมื่อประสบ

ความสำเร็จด้านการแข่งขัน โดยเหตุผลที่ทำให้คำถามในประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องในระดับต่ำกับข้อคำถามอื่น ๆ อาจเนื่องจาก การส่งเสริมและการให้รางวัลเป็นเพียงการกำหนดนโยบายหรือมาตรการของกิจการเพื่อจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ไม่ได้ทำให้พนักงานของกิจการตระหนักถึงความสำคัญของการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันที่ยั่งยืนได้ ในขณะเดียวกัน ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของการวัดความสามารถในการเรียนรู้ พบว่า ค่า KMO มีค่าเท่ากับ 0.805 และค่า Bartlett's Sphericity test มีการแจกแจงแบบ Chi-Square เท่ากับ 604.071 และมีค่านัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.000 (Sig.<0.05) และเมื่อตัดข้อคำถามที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบน้อยกว่า 0.50 พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง 0.756 - 0.860 ซึ่งข้อคำถามขององค์ประกอบของการวัดความสามารถในการเรียนรู้ ถูกตัดออกจำนวน 1 ข้อ โดยเป็นข้อคำถามที่เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกระดับในการกำหนดนโยบายการดำเนินงานของกิจการ ซึ่งเหตุผลที่อาจทำให้คำถามในประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องในระดับต่ำกับข้อคำถามอื่น ๆ อาจเนื่องจาก ผู้บริหารมีหน้าที่ในการเรียนรู้สถานการณ์ทางธุรกิจ เพื่อนำมากำหนดนโยบายของกิจการ ส่วนพนักงานในระดับปฏิบัติเป็นเพียงผู้ที่ได้รับการเผยแพร่และถ่ายทอดนโยบายเพื่อนำมาปฏิบัติเท่านั้น จึงทำให้ประเด็นการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายไม่ได้สะท้อนถึงความสามารถในการเรียนรู้ของพนักงานในทุกระดับ ส่วนผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของการวัดผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน พบว่า ค่า KMO มีค่าเท่ากับ 0.885 และค่า Bartlett's Sphericity test มีการแจกแจงแบบ Chi-Square เท่ากับ 1373.487 และมีค่านัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.000 (Sig.<0.05) และเมื่อตัดข้อคำถามที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบน้อยกว่า 0.50 แล้ว พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ มีค่าระหว่าง 0.855 - 0.907 ผลการดำเนินงานด้านสังคม มีค่าระหว่าง 0.756 - 0.858 และผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม มีค่าระหว่าง 0.630 - 0.877 โดยทำการตัดข้อคำถามของผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ และผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมออกด้านละ 1 ข้อ ซึ่งเป็นข้อคำถามเกี่ยวกับการบรรลุเป้าหมายด้านการบริหารจัดการต้นทุนและการบรรลุเป้าหมายด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยเหตุผลที่อาจทำให้ข้อคำถามในประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องในระดับต่ำกับข้อคำถามอื่น ๆ อาจเนื่องจาก การบรรลุเป้าหมายด้านต้นทุนและการจัดการสิ่งแวดล้อมไม่ได้สะท้อนถึงผลสำเร็จสูงสุดของกิจการ แต่เป็นการแสดงถึงประสิทธิภาพที่เกิดขึ้นในกระบวนการดำเนินงานเท่านั้น

จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวพบว่า องค์ประกอบในการวัดการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ ความสามารถทางการแข่งขัน วัฒนธรรมการแข่งขัน ความสามารถในการเรียนรู้ และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน มีข้อคำถามที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบน้อยกว่า 0.50 และได้ทำการตัดข้อคำถามดังกล่าวออก ซึ่งหลังจากทำการตัดข้อคำถามที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบไม่เป็นไปตามเกณฑ์แล้ว พบว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจมีค่า KMO อยู่ระหว่าง 0.805 - 0.919 ซึ่งมากกว่า 0.50 (Hair et al., 2019) และมีค่าสถิติ Bartlett's Sphericity test ที่มีการแจกแจงแบบ Chi-Square อยู่ระหว่าง 604.071 - 2774.171 และมีค่านัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 ทุกองค์ประกอบ (Gomes et al., 2022) โดยมีค่าน้ำหนัก

องค์ประกอบ อยู่ระหว่าง 0.538 - 0.907 จึงสรุปได้ว่า ตัวแปรสังเกตได้ในแต่ละองค์ประกอบมีความสอดคล้องกันและสามารถจัดอยู่ในองค์ประกอบเดียวกันได้

ตารางที่ 3.7 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

องค์ประกอบ	Factor loading	KMO	Bartlett's Sphericity test	
			Chi-square	Sig.
การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์		0.919	2774.171	0.000
การติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน	0.730-0.812			
ความรู้ทางเทคโนโลยี	0.684-0.750			
ความรู้ทางการตลาด	0.700-0.833			
การนำเสนอข้อมูลในอนาคต	0.610-0.819			
กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม	0.752-0.855	0.846	694.990	0.000
กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ	0.710-0.885	0.870	867.820	0.000
ความสามารถทางการแข่งขัน	0.538-0.859	0.832	617.247	0.000
วัฒนธรรมการแข่งขัน	0.837-0.892	0.846	683.407	0.000
ความสามารถในการเรียนรู้	0.756-0.860	0.805	604.071	0.000
ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน		0.885	1373.487	0.000
ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ	0.855-0.907			
ผลการดำเนินงานด้านสังคม	0.756-0.858			
ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม	0.630-0.877			

3.8 ผลการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติของข้อมูล

1) การทดสอบการแจกแจงแบบปกติของตัวแปรสังเกตได้ (Normality test) จำนวน 12 ตัวแปรของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 200 บริษัท โดยพิจารณาค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) จากตารางที่ 3.8 พบว่า ค่า Skewness มีค่าอยู่ระหว่าง (0.623) – (0.222) ซึ่งมีค่าอยู่ในช่วง ± 3 และค่า Kurtosis มีค่าอยู่ระหว่าง (0.679) – 1.052 ซึ่งมีค่าอยู่ในช่วง ± 10 แสดงว่าข้อมูลที่เก็บรวบรวมมีการแจกแจงแบบปกติ (Kline, 2016)

2) การทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ (Collinearity test) เป็นตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและการทดสอบความเป็นอิสระกันของตัวแปรอิสระ เพื่อไม่เกิดภาวะที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันสูงเกินไป (Multicollinearity) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson correlation) จากตารางที่ 3.8 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าระหว่าง 0.328 - 0.700 ซึ่งมีค่าในช่วง ± 0.700 (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010)

ตารางที่ 3.8 การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติของข้อมูล

ตัวแปร	ES	TI	MI	FLI	IOS	EOS	OC	CC	OLC	Ec	So	En
ES	1.000											
TI	0.652**	1.000										
MI	0.569**	0.640**	1.000									
FLI	0.543**	0.559**	0.669**	1.000								
IOS	0.430**	0.597**	0.656**	0.559**	1.000							
EOS	0.442**	0.482**	0.612**	0.609**	0.669**	1.000						
OC	0.341**	0.442**	0.577**	0.495**	0.672**	0.558**	1.000					
CC	0.412**	0.446**	0.440**	0.480**	0.519**	0.528**	0.471**	1.000				
OLC	0.528**	0.580**	0.590**	0.613**	0.645**	0.553**	0.626**	0.700**	1.000			
Ec	0.328**	0.496**	0.474**	0.402**	0.475**	0.336**	0.565**	0.499**	0.551**	1.000		
So	0.432**	0.452**	0.466**	0.498**	0.440**	0.484**	0.453**	0.623**	0.650**	0.574**	1.000	
En	0.424**	0.451**	0.529**	0.495**	0.508**	0.567**	0.524**	0.524**	0.661**	0.499**	0.645**	1.000
Skewness	-0.232	-0.623	-0.222	-0.415	-0.371	-0.557	-0.283	-0.418	-0.460	-0.373	-0.561	-0.547
Kurtosis	-0.557	1.052	-0.679	0.212	-0.145	0.484	-0.270	-0.255	0.411	-0.285	0.218	0.202

หมายเหตุ ES หมายถึง การติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน, TI หมายถึง ความรอบรู้ทางเทคโนโลยี, MI หมายถึง ความรอบรู้ทางการตลาด, FLI หมายถึง การนำเสนอข้อมูลในอนาคต, IOS หมายถึง กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม, EOS หมายถึง กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ, OC หมายถึง ความสามารถทางการแข่งขัน, CC หมายถึง วัฒนธรรมการแข่งขัน, OLC หมายถึง ความสามารถในการเรียนรู้, Ec หมายถึง ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ, So หมายถึง ผลการดำเนินงานด้านสังคม, En หมายถึง ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม
** p-value < 0.01

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผล

บทนี้เป็นการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย และการอภิปรายผลการวิจัย ซึ่งมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อทดสอบอิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน รวมทั้ง ทดสอบบทบาทคั่นกลางของกลยุทธ์ทางธุรกิจ และความสามารถทางการแข่งขัน และทดสอบบทบาทกำกับของวัฒนธรรมการแข่งขัน และความสามารถในการเรียนรู้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของข้อมูลการวิจัย

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

- 4.3 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบจำลองการวัด
- 4.4 ผลการทดสอบอิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ กลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน
- 4.5 ผลการทดสอบบทบาทคั่นกลางของกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ และความสามารถทางการแข่งขัน
- 4.6 ผลการทดสอบบทบาทกำกับของวัฒนธรรมการแข่งขันและความสามารถในการเรียนรู้
- 4.7 การอภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของข้อมูลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลและกลุ่มตัวอย่างด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ แสดงดังตารางที่ 4.1 และ 4.2

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
1. ตำแหน่งงานในปัจจุบัน		
- ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชี	82	41.00
- ผู้จัดการฝ่ายบัญชี	77	38.50
- อื่น ๆ	41	20.50
รวม	200	100.00
2. ระดับการศึกษาสูงสุด		
- ปริญญาตรี	90	45.00
- สูงกว่าปริญญาตรี	110	55.00
รวม	200	100.00
3. ประสบการณ์การทำงาน		
- น้อยกว่า 10 ปี	21	10.50
- 10 - 15 ปี	40	20.00
- 16 - 20 ปี	41	20.50
- มากกว่า 20 ปี	98	49.00
รวม	200	100.00
4. การมีอำนาจและหน้าที่ในการวางแผนกลยุทธ์ของบริษัทและควบคุมการดำเนินงานในระดับนโยบายของบริษัท		
- ใช่	122	61.00
- ไม่ใช่	78	39.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายบัญชี จำนวน 82 คน (ร้อยละ 41.00) รองลงมาคือ ผู้จัดการฝ่ายบัญชี จำนวน 77 (ร้อยละ 38.50) และตำแหน่งอื่น ๆ จำนวน 41 คน (ร้อยละ 20.50) ซึ่งประกอบด้วย ผู้บริหารสูงสุดด้านบัญชีและการเงิน ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายบัญชี และหัวหน้าส่วนงานบัญชี โดยส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 110 คน (ร้อยละ 55.00) มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 20 ปี จำนวน 98 คน (ร้อยละ 49.00) รองลงมาคือ 16-20 ปี จำนวน 41 คน (ร้อยละ 20.50) รวมทั้ง เป็นผู้มีอำนาจและหน้าที่ในการวางแผนกลยุทธ์ของบริษัทและควบคุมการดำเนินงานในระดับนโยบายของบริษัท จำนวน 122 คน (ร้อยละ 61.00) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล แสดงให้เห็นว่า ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้ที่มี

คุณสมบัติเหมาะสมสำหรับการวิจัยนี้ เนื่องจาก เป็นผู้มีส่วนที่ในการกำกับดูแลและรวบรวมข้อมูลด้านการบัญชี โดยเป็นผู้ที่มีความรู้และความเข้าใจในลักษณะของข้อมูลการบัญชี และสามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
1. การเสนอขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย		
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	136	68.00
- ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ	64	32.00
รวม	200	100.00
2. ประเภทของกลุ่มอุตสาหกรรม		
- เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	15	7.50
- ทรัพยากร	15	7.50
- เทคโนโลยี	19	9.50
- ธุรกิจการเงิน	16	8.00
- บริการ	49	24.50
- สินค้าอุตสาหกรรม	37	18.50
- สินค้าอุปโภคบริโภค	15	7.50
- อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	34	17.00
รวม	200	100.00
3. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ		
- น้อยกว่า 10 ปี	8	4.00
- 10 - 15 ปี	15	7.50
- 16 - 20 ปี	35	17.50
- มากกว่า 20 ปี	142	71.00
รวม	200	100.00
4. จำนวนพนักงานของบริษัท		
- น้อยกว่า 500 คน	107	53.50
- 500 – 1,000 คน	45	22.50
- 1,001 – 1,500 คน	19	9.50
- มากกว่า 1.500 คน	29	14.50
รวม	200	100.00

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
5. รางวัลที่บริษัทได้รับในการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ปี 2560 จนถึงปัจจุบัน	2560 จนถึงปัจจุบัน	
- รางวัลด้านความเป็นเลิศทางธุรกิจ	15	7.50
- รางวัลด้านความยั่งยืน	50	25.00
- อื่น ๆ	32	16.00
- ไม่ได้รับรางวัล	103	51.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่เสนอขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 136 บริษัท (ร้อยละ 68.00) โดยส่วนใหญ่อยู่ในอุตสาหกรรมบริการ จำนวน 49 บริษัท (ร้อยละ 24.50) รองลงมาคืออุตสาหกรรมสินค้า อุตสาหกรรม จำนวน 37 บริษัท (ร้อยละ 18.50) โดยมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 20 ปี จำนวน 142 บริษัท (ร้อยละ 71.00) รองลงมาคือ 16-20 ปี จำนวน 35 บริษัท (ร้อยละ 17.50) และมีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 500 คน จำนวน 107 บริษัท (ร้อยละ 53.50) รองลงมาคือ 500-1,000 คน จำนวน 45 บริษัท (ร้อยละ 22.50) โดยกลุ่มตัวอย่างครึ่งหนึ่งเป็นบริษัทที่ได้รับรางวัลด้านความยั่งยืน จำนวน 50 บริษัท (ร้อยละ 25.00) รางวัลด้านความเป็นเลิศทางธุรกิจ จำนวน 15 บริษัท (ร้อยละ 7.5) และบริษัทที่ได้รับรางวัลอื่น ๆ จำนวน 32 (ร้อยละ 16.00) ประกอบด้วย รางวัลด้านการกำกับดูแลกิจการ (บรรษัทและธรรมาภิบาลที่ดี การกำกับดูแลกิจการระดับดีเลิศ) รางวัลด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (โครงการทางสังคม ความยั่งยืนตลาดทุนไทย รางวัลอุตสาหกรรมเชิงนิเวศที่มีคุณค่าต่อสังคม และอุบัติเหตุเป็นศูนย์) และรางวัลด้านบริหารจัดการองค์กร (การพัฒนาคลัสสิกส์ยอดเยี่ยม รางวัลธุรกิจการเงินระดับสากล รางวัลการบริหารจัดการนวัตกรรมยอดเยี่ยม) จากผลการวิเคราะห์ แสดงให้เห็นว่า บริษัทที่นำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้มีความเหมาะสม เนื่องจาก เป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมาอย่างต่อเนื่องและยาวนาน ซึ่งความเป็นไปได้ที่ผู้บริหารจะนำเอาข้อมูลทางธุรกิจมาใช้สนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และการบริหารจัดการองค์กร เพื่อส่งเสริมให้เกิดศักยภาพทางการแข่งขันและผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนในด้านต่าง ๆ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

4.2.1 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์

ตารางที่ 4.3 แสดงผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ซึ่งประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัด ได้แก่ การติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน ความรอบรู้ทางเทคโนโลยี ความรอบรู้ทางการตลาด และการนำเสนอข้อมูลในอนาคต

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (s.d.)	ระดับ ความ คิดเห็น
การติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน			
ES2. บริษัทมีการค้นหาข้อมูลสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ทำให้บริษัทได้ข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจในการดำเนินงานอย่างครบถ้วน	4.270	0.655	มากที่สุด
ES3. บริษัทมีการรวบรวมข้อมูลสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ทำให้บริษัทมีข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่น่าเชื่อถือ	4.125	0.743	มาก
ES4. บริษัทมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน ทำให้สามารถระบุโอกาสและอุปสรรคที่มีผลต่อการดำเนินงานของบริษัทได้อย่างเหมาะสม	4.180	0.671	มาก
ES5. บริษัทมีการนำเอาข้อมูลสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน มาใช้สนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทสามารถวางแผนเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม	4.155	0.681	มาก
รวม	4.183	0.607	มาก
ความรอบรู้ทางเทคโนโลยี			
TI2. บริษัทมีการค้นหาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับลักษณะการดำเนินงาน ทำให้การนำเทคโนโลยีมาใช้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการดำเนินงานของบริษัท	4.285	0.683	มากที่สุด
TI3 บริษัทรวบรวมข้อมูลเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ทำให้บริษัทสามารถเลือกใช้ข้อมูลทางเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์	4.195	0.663	มาก
TI4. บริษัทมีการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของกิจการอย่างสม่ำเสมอ ทำให้บริษัทสามารถระบุผลกระทบได้อย่างชัดเจน	4.095	0.684	มาก

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (s.d.)	ระดับ ความ คิดเห็น
TI5. บริษัทมีการนำข้อมูลที่ได้จากเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินงาน (เช่น ระบบอินเทอร์เน็ต ปัญญาประดิษฐ์ หรือ Big data) ทำให้บริษัทสามารถตัดสินใจในการดำเนินงานได้อย่างรวดเร็ว	4.105	0.766	มาก
TI6. บริษัทมีการเผยแพร่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบของเทคโนโลยีให้กับหน่วยงานภายในได้รับรู้ ทำให้แต่ละหน่วยงานสามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม	3.975	0.786	มาก
TI7. บริษัทส่งเสริมให้มีการเรียนรู้และนำข้อมูลที่ได้จากเทคโนโลยีขั้นสูงไปใช้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ทำให้บริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม	4.075	0.763	มาก
รวม	4.122	0.584	มาก
ความรอบรู้ทางการตลาด			
MI2. บริษัทมีการค้นหาข้อมูลทางการตลาดที่หลากหลาย (เช่น ความต้องการของลูกค้า กลยุทธ์ของคู่แข่ง หรือสินค้าที่เป็นนวัตกรรม) ทำให้บริษัทได้ข้อมูลในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่เหมาะสม	4.335	0.660	มากที่สุด
MI3. บริษัทมีการรวบรวมข้อมูลทางการตลาดอย่างเป็นระบบ ทำให้ได้ข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างครบถ้วน	4.145	0.719	มาก
MI4. บริษัทมีการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดโดยใช้เทคนิคขั้นสูงอย่างสม่ำเสมอ ทำให้สามารถนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างรวดเร็ว	4.005	0.773	มาก
MI5. บริษัทมีการเผยแพร่ข้อมูลทางการตลาดให้หน่วยงานต่าง ๆ ภายในได้รับทราบ ทำให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผน การดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม	3.935	0.839	มาก

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (s.d.)	ระดับ ความ คิดเห็น
MI6. บริษัทส่งเสริมให้มีการนำข้อมูลทางการตลาดไปใช้สนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ทำให้สามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม	4.105	0.753	มาก
รวม	4.105	0.638	มาก
การนำเสนอข้อมูลในอนาคต			
FLI1. บริษัทเชื่อว่าการนำเสนอข้อมูลในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (เช่น แผนการดำเนินงานหรือข้อมูลทางการเงิน) จะทำให้บริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายสูงสุดของบริษัทได้	4.375	0.645	มากที่สุด
FLI2. บริษัทให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลสำหรับการคาดการณ์การดำเนินงานในอนาคต ทำให้บริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม	4.320	0.648	มากที่สุด
FLI3. บริษัทมีการนำเอาข้อมูลในอนาคตมาวิเคราะห์เพื่อระบุโอกาสและอุปสรรคในการดำเนินงาน ทำให้บริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม	4.175	0.712	มาก
FLI5. บริษัทสนับสนุนให้มีการใช้ข้อมูลในอนาคต ทำให้สามารถวางแผนและตัดสินใจในการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม	4.140	0.695	มาก
รวม	4.253	0.578	มากที่สุด
รวมทั้งสิ้น	4.165	0.505	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่ใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจในภาพรวมอยู่ในระดับระดับมาก ($\bar{X}=4.165$, s.d.=0.505) โดยด้านการนำเสนอข้อมูลในอนาคตมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน ด้านความรู้ทางเทคโนโลยี และด้านความรู้ทางการตลาด ตามลำดับ

ด้านการนำเสนอข้อมูลในอนาคตมีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.253$, s.d.=0.578) โดยความคิดเห็นที่ว่าบริษัทเชื่อว่าการนำเสนอข้อมูลในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (เช่น แผนการดำเนินงานหรือข้อมูลทางการเงิน) จะทำให้บริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงาน

ที่สอดคล้องกับเป้าหมายสูงสุดของบริษัทได้ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X}=4.375$, $s.d.=0.645$) รองลงมาคือบริษัทให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลสำหรับการคาดการณ์การดำเนินงานในอนาคต ทำให้บริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม ($\bar{X}=4.320$, $s.d.=0.648$) และบริษัทมีการนำเอาข้อมูลในอนาคตมาวิเคราะห์เพื่อระบุโอกาสและอุปสรรคในการดำเนินงาน ทำให้บริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม ($\bar{X}=4.175$, $s.d.=0.712$) ตามลำดับ

ด้านการติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานมีระดับความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X}=4.183$, $s.d.=0.607$) โดยความคิดเห็นที่ว่าบริษัทมีการค้นหาข้อมูลสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ทำให้บริษัทได้ข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจในการดำเนินงานอย่างครบถ้วน มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X}=4.270$, $s.d.=0.655$) รองลงมาคือ บริษัทมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน ทำให้สามารถระบุโอกาสและอุปสรรคที่มีผลต่อการดำเนินงานของบริษัทได้อย่างเหมาะสม ($\bar{X}=4.180$, $s.d.=0.671$) และบริษัทมีการนำเอาข้อมูลสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานมาใช้สนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทสามารถวางแผนเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม ($\bar{X}=4.155$, $s.d.=0.681$) ตามลำดับ

ด้านความรู้ทางเทคโนโลยีมีระดับความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X}=4.122$, $s.d.=0.584$) โดยความคิดเห็นที่ว่า บริษัทมีการค้นหาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับลักษณะการดำเนินงาน ทำให้การนำเทคโนโลยีมาใช้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการดำเนินงานของบริษัท มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X}=4.285$, $s.d.=0.683$) รองลงมาคือ บริษัทรวบรวมข้อมูลเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ทำให้บริษัทสามารถเลือกใช้ข้อมูลทางเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ($\bar{X}=4.195$, $s.d.=0.663$) และบริษัทมีการนำข้อมูลที่ได้จากเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินงาน (เช่น ระบบอินเทอร์เน็ต ปัญญาประดิษฐ์ หรือ Big data) ทำให้บริษัทสามารถตัดสินใจในการดำเนินงานได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X}=4.105$, $s.d.=0.766$) ตามลำดับ

ด้านความรู้ทางการตลาดมีระดับความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X}=4.105$, $s.d.=0.638$) โดยความคิดเห็นที่ว่า บริษัทมีการค้นหาข้อมูลทางการตลาดที่หลายหลาย (เช่น ความต้องการของลูกค้า กลยุทธ์ของคู่แข่ง หรือสินค้าที่เป็นนวัตกรรม) ทำให้บริษัทได้ข้อมูลในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่เหมาะสม มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X}=4.335$, $s.d.=0.660$) รองลงมาคือ บริษัทมีการรวบรวมข้อมูลทางการตลาดอย่างเป็นระบบทำให้ได้ข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างครบถ้วน ($\bar{X}=4.145$, $s.d.=0.719$) และบริษัทส่งเสริมให้มีการนำข้อมูลทางการตลาดไปใช้สนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ทำให้สามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม ($\bar{X}=4.105$, $s.d.=0.753$) ตามลำดับ

จากผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า บริษัทส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลในอนาคต และมั่นใจว่าข้อมูลการคาดการณ์การดำเนินงานในอนาคต เป็นข้อมูลเชิงกลยุทธ์ที่ผู้บริหารสามารถนำมาใช้ในการวางแผนการดำเนินงานของกิจการ เนื่องจาก ข้อมูลที่เกี่ยวกับการคาดการณ์ในอนาคตจะทำให้ผู้บริหารของกิจการสามารถระบุแนวโน้มและโอกาสที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินธุรกิจได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสามารถนำมากำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมการแข่งขันในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจของบริษัทต่าง ๆ ยังให้ความสำคัญกับการติดตามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทั่วไปในการดำเนินงาน รองลงมา เป็นการติดตามข้อมูลทางด้านเทคโนโลยี และการติดตามข้อมูลทางการตลาด โดยบริษัทมีการค้นหาข้อมูลที่มีความหลากหลายเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี และแนวโน้มทางการตลาด ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่ช่วยให้ผู้บริหารนำมาใช้ในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม

4.2.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม

ตารางที่ 4.4 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมที่ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (s.d.)	ระดับ ความ คิดเห็น
IOS1. บริษัทมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการผลิตสินค้าหรือให้บริการเพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์	4.115	0.751	มาก
IOS2. บริษัทมุ่งมั่นในการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าหรือบริการอย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	4.115	0.809	มาก
IOS3. บริษัทมุ่งเน้นการผลิตสินค้าหรือให้บริการที่มีความได้เปรียบด้านคุณภาพมากกว่าความได้เปรียบด้านราคา	4.195	0.755	มาก
IOS4. บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง	4.090	0.822	มาก
IOS5. บริษัทนำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดอย่างรวดเร็ว	3.820	0.89z84	มาก

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (s.d.)	ระดับ ความ คิดเห็น
IOS6. บริษัทมีการค้นหาช่องทางการตลาดใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างโอกาสในการขยายธุรกิจ	4.085	0.819	มาก
รวมทั้งสิ้น	4.070	0.652	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมที่ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.070$, s.d.=0.652) โดยความคิดเห็นที่ว่า บริษัทมุ่งเน้นการผลิตสินค้าหรือให้บริการที่มีความได้เปรียบด้านคุณภาพมากกว่าความได้เปรียบด้านราคา มีความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X}=4.195$, s.d.=0.755) รองลงมาคือ บริษัทมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการผลิตสินค้าหรือให้บริการเพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.115$, s.d.=0.751) และบริษัทมุ่งมั่นในการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าหรือบริการอย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับคู่แข่ง ($\bar{X}=4.115$, s.d.=0.809) ตามลำดับ จากผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า บริษัทที่ใช้กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมในการดำเนินงาน ให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าและให้บริการที่มีคุณภาพ และมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิตสินค้าหรือให้บริการให้มีความแตกต่าง และมีความโดดเด่นกว่าผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกัน

4.2.3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ

ตารางที่ 4.5 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพที่ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (s.d.)	ระดับ ความ คิดเห็น
EOS1. บริษัทมุ่งเน้นการจัดหาวัตถุดิบหรือสินค้าที่ใช้ในการดำเนินงานในปริมาณมาก เพื่อกระจายต้นทุนในการจัดหาหรือมีอำนาจในการต่อรองราคา	3.980	0.924	มาก
EOS2. บริษัทมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าหรือให้บริการได้ดีขึ้น (เช่น ผลิตสินค้าได้ในจำนวนมากขึ้นโดยใช้เวลาเท่าเดิม หรือการให้บริการที่รวดเร็วขึ้นแต่ยังคงคุณภาพในการให้บริการ)	4.030	0.844	มาก
EOS3. บริษัทมีการนำเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงมาใช้เพื่อลดต้นทุนในการผลิตสินค้าหรือการให้บริการ แต่ยังคงรักษาคุณภาพของสินค้าหรือการให้บริการที่คงเดิมหรือทำให้คุณภาพดีขึ้น	3.990	0.885	มาก
EOS4. บริษัทมีการปรับปรุงวิธีการที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือให้บริการให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง	4.105	0.805	มาก
EOS5. บริษัทมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรภายในบริษัทให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด	4.290	0.654	มากที่สุด
EOS6. บริษัทสามารถจัดหาปัจจัยที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือให้บริการในราคาและคุณภาพที่เหมาะสม	4.140	0.723	มาก
รวมทั้งสิ้น	4.089	0.680	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.089$, s.d.=0.680) โดยความคิดเห็นที่ว่า บริษัทมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรภายในบริษัทให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด มีความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X}=4.290$, s.d.=0.654) รองลงมาคือ บริษัทสามารถจัดหาปัจจัยที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือให้บริการในราคาและคุณภาพที่เหมาะสม ($\bar{X}=4.140$, s.d.=0.723) และบริษัทมีการปรับปรุงวิธีการที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือให้บริการให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X}=4.105$, s.d.=0.805) ตามลำดับ จากผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า บริษัทที่ใช้กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ ให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรภายในกิจการให้มีความคุ้มค่ามากที่สุด โดยการปรับปรุงวิธีการใช้การผลิตสินค้าหรือให้บริการ

ให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง รวมทั้ง จัดหาปัจจัยที่ใช้ในผลิตหรือให้บริการในราคาและคุณภาพที่เหมาะสม เพื่อรักษาคุณภาพและมาตรฐานของการผลิตและการดำเนินงานของกิจการ

4.2.4 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขัน

ตารางที่ 4.6 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขันของกิจการที่เหนือกว่าคู่แข่ง

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขัน

ข้อความ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (s.d.)	ระดับ ความ คิดเห็น
OC1. บริษัทสามารถกำหนดราคาสินค้าหรือบริการที่ต่ำกว่าคู่แข่ง	3.190	0.979	ปานกลาง
OC3. บริษัทสามารถผลิตหรือจัดหาสินค้าที่มีความทนทาน หรือให้บริการที่มีความแตกต่างหรือมีคุณค่าให้กับลูกค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	3.995	0.830	มาก
OC4. บริษัทสามารถผลิตสินค้าหรือให้บริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง	4.005	0.773	มาก
OC5. บริษัทใช้เวลาในการจัดส่งสินค้าหรือให้บริการแก่ลูกค้าน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	3.790	0.883	มาก
OC6. กระบวนการการขนส่งสินค้าของบริษัทมีความน่าเชื่อถือและได้มาตรฐานเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม	3.950	0.819	มาก
OC8. บริษัทสามารถปรับเปลี่ยนการผลิตสินค้าหรือให้บริการตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	3.720	0.941	มาก
รวมทั้งสิ้น	3.770	0.677	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขันในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.770$, s.d.=0.677) โดยบริษัทสามารถผลิตสินค้าหรือให้บริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง มีความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X}=4.005$, s.d.=0.773) รองลงมาคือ บริษัทสามารถผลิตหรือจัดหาสินค้าที่มีความทนทาน หรือให้บริการที่มีความแตกต่างหรือมีคุณค่าให้กับลูกค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ($\bar{X}=3.995$, s.d.=0.830) และกระบวนการ

การขนส่งสินค้าของบริษัทมีความน่าเชื่อถือและได้มาตรฐานเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม ($\bar{X}=3.950$, $s.d.=0.819$) ตามลำดับ จากผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่าการสร้างความสามารถทางการแข่งขันของบริษัทส่วนใหญ่เป็นการผลิตสินค้าหรือให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า การจัดหาสินค้าที่มีความโดดเด่นทางด้านคุณภาพหรือการให้บริการที่สร้างความแตกต่างให้กับลูกค้า รวมทั้ง การจัดการกระบวนการจัดส่งผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานและน่าเชื่อถือเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน

4.2.5 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมการแข่งขัน

ตารางที่ 4.7 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมการแข่งขันของกิจการ

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมการแข่งขัน

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (s.d.)	ระดับ ความ คิดเห็น
CC1. บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะที่จำเป็นในการสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจให้กับพนักงาน	4.220	0.681	มากที่สุด
CC2. บริษัทมุ่งเน้นให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินงานที่สร้างความโดดเด่นให้กับบริษัทและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง	4.175	0.668	มาก
CC3. บริษัทมุ่งเน้นให้พนักงานเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพของสินค้าหรือบริการให้ดียิ่งไปกว่าคู่แข่งอยู่เสมอ	4.315	0.631	มากที่สุด
CC5. บริษัทมุ่งมั่นให้พนักงานมีการปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อองค์กร	4.320	0.640	มากที่สุด
CC6. บริษัทกระตุ้นให้พนักงานเกิดความกระตือรือร้นในการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายสูงสุดขององค์กร	4.225	0.719	มากที่สุด
รวมทั้งสิ้น	4.251	0.574	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมการแข่งขันในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.251$, $s.d.=0.574$) โดยบริษัทมุ่งมั่นให้พนักงานมีการปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อองค์กรมีความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X}=4.320$, $s.d.=0.640$) รองลงมาคือ

บริษัทมุ่งเน้นให้พนักงานเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพของสินค้าหรือบริการ ให้ดีเยี่ยมกว่าคู่แข่งชั้นอยู่เสมอ ($\bar{X}=4.315$, s.d.=0.631) และบริษัทกระตุ้นให้พนักงาน เกิดความกระตือรือร้นในการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายสูงสุดขององค์กร ($\bar{X}=4.225$, s.d.=0.719) ตามลำดับ จากผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า บริษัทโดยส่วนใหญ่มีวัฒนธรรมการแข่งขัน โดยการมุ่งเน้นให้พนักงานเล็งเห็นความสำคัญของการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพสูงสุด รวมทั้ง การปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการที่โดดเด่นกว่าคู่แข่ง และส่งเสริมการปฏิบัติงานที่ช่วยเสริมให้กิจการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ

4.2.6 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการเรียนรู้

ตารางที่ 4.8 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการเรียนรู้

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการเรียนรู้

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (s.d.)	ระดับ ความ คิดเห็น
OLC1. บริษัทส่งเสริมให้พนักงานสามารถเรียนรู้วิธีการใหม่ ๆ ที่ใช้ในการดำเนินงานในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลง	4.155	0.703	มาก
OLC3. ต้นทุนในการพัฒนาความรู้และทักษะของพนักงานถือเป็นค่าใช้จ่ายที่สำคัญในการพัฒนาบริษัท	4.000	0.327	มาก
OLC4. บริษัทสามารถทำให้พนักงานเกิดการเรียนรู้และหาวิธีในการจัดการกับข้อร้องเรียนของลูกค้าหรือความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้าหรือบริการได้อย่างเหมาะสม	3.996	0.793	มาก
OLC5. พนักงานของบริษัทยอมรับคำวิจารณ์ในการทำงานและปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ	4.045	0.759	มาก
OLC6. พนักงานของบริษัทยอมรับและสามารถปรับตัวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงและแนวคิดใหม่ ๆ ได้อย่างง่ายดาย	3.950	0.788	มาก
รวมทั้งสิ้น	4.029	0.643	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการเรียนรู้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.029$, s.d.=0.643) โดยความคิดเห็นที่ว่า บริษัทส่งเสริมให้พนักงานสามารถเรียนรู้วิธีการใหม่ ๆ ที่ใช้ในการดำเนินงานในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงมีความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X}=4.155$, s.d.=0.703) รองลงมาคือ พนักงานของบริษัทยอมรับคำวิจารณ์ในการทำงานและปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ ($\bar{X}=4.045$, s.d.=0.759) และต้นทุนในการพัฒนาความรู้และทักษะของพนักงานถือเป็นค่าใช้จ่ายที่สำคัญในการพัฒนาบริษัท ($\bar{X}=4.000$, s.d.=0.327) ตามลำดับ จากผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า บริษัทโดยส่วนใหญ่มีการส่งเสริมให้พนักงานสามารถเรียนรู้วิธีการใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ในการปฏิบัติงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวน และยอมรับคำวิพากษ์วิจารณ์เพื่อการปรับปรุงการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง รวมทั้ง การให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้และสมรรถนะของบุคลากร โดยถือเป็นภารกิจสำคัญในการพัฒนาความยั่งยืนของกิจการ

4.2.7 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

ตารางที่ 4.9 แสดงการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยผลการดำเนินงานจำนวน 3 ตัวชี้วัด ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (s.d.)	ระดับ ความ คิดเห็น
ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ			
Ec2. กำไรและส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน	3.755	0.916	มาก
Ec3. บริษัทบรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจและสามารถขยายการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง	3.885	0.840	มาก
Ec4. บริษัทได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนที่โดดเด่นและสามารถทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง	3.705	0.961	มาก
รวม	3.782	0.846	มาก
ผลการดำเนินงานด้านสังคม			
So1. บริษัทมีภาพลักษณ์ที่ดีในการบริหารจัดการผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทที่มีต่อคุณภาพ และความปลอดภัยของพนักงาน	4.130	0.759	มาก

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (s.d.)	ระดับ ความ คิดเห็น
So2. บริษัทสามารถจัดการความเสี่ยงและผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินงานที่มีต่อสังคมหรือชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.075	0.750	มาก
So3. บริษัทมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสังคมหรือชุมชน โดยมุ่งเน้นการทำงานร่วมกับชุมชนเพื่อลดความขัดแย้งในการดำเนินงานและวิถีชีวิตของคนในชุมชน	4.160	0.766	มาก
So4. บริษัทสามารถสร้างผลประโยชน์ให้กับผู้มีส่วนได้เสีย โดยการรับฟังและตอบสนองต่อข้อเสนอของผู้มีส่วนได้เสีย ทุกกลุ่ม	4.100	0.737	มาก
รวม	4.116	0.672	มาก
ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม			
En1. บริษัทมีการสร้างนวัตกรรมหรือออกแบบกระบวนการการทำงานที่สามารถลดผลกระทบในการดำเนินงานที่มีต่อสิ่งแวดล้อม	3.965	0.804	มาก
En3. บริษัทได้รับการรับรองหรือผ่านการตรวจสอบด้านสิ่งแวดล้อมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ	3.915	0.945	มาก
รวม	3.940	0.754	มาก
รวมทั้งสิ้น	3.946	0.640	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.946$, s.d.=0.640) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผลการดำเนินงานด้านสังคมมีความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านเศรษฐกิจ ตามลำดับ โดยผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนด้านสังคมมีระดับความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X}=4.116$, s.d.=0.672) ซึ่งบริษัทมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสังคมหรือชุมชน โดยมุ่งเน้นการทำงานร่วมกับชุมชนเพื่อลดความขัดแย้งในการดำเนินงานและวิถีชีวิตของคนในชุมชน มีความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X}=4.160$, s.d.=0.766) รองลงมาคือ บริษัทมีภาพลักษณ์ที่ดีในการบริหารจัดการผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทที่มีต่อคุณภาพและความปลอดภัยของพนักงาน ($\bar{X}=4.130$, s.d.=0.759)

และบริษัทสามารถสร้างผลประโยชน์ให้กับผู้มีส่วนได้เสีย โดยการรับฟังและตอบสนองต่อข้อเสนอของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ($\bar{X}=4.100$, $s.d.=0.737$) ตามลำดับ


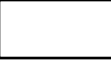


ส่วนผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมีระดับความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X}=3.940$, $s.d.=0.754$) โดยบริษัทมีการสร้างนวัตกรรมหรือออกแบบกระบวนการการทำงานที่สามารถลดผลกระทบในการดำเนินงานที่มีต่อสิ่งแวดล้อมมีความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X}=3.965$, $s.d.=0.804$) รองลงมาคือ บริษัทได้รับการรับรองหรือผ่านการตรวจสอบด้านสิ่งแวดล้อมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X}=3.915$, $s.d.=0.945$) ตามลำดับ นอกจากนี้ ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจมีระดับความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X}=3.782$, $s.d.=0.846$) โดยบริษัทบรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจและสามารถขยายการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องมีความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X}=3.885$, $s.d.=0.840$) รองลงมาคือ กำไรและส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ($\bar{X}=3.755$, $s.d.=0.916$) และบริษัทได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนที่โดดเด่นและสามารถทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง ($\bar{X}=3.705$, $s.d.=0.961$) ตามลำดับ

จากผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า บริษัทส่วนใหญ่คิดว่า ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนด้านสังคมมีความสำคัญมากที่สุด โดยมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน รวมทั้ง การบริหารจัดการที่ดีในด้านคุณภาพและความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน ส่วนผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมนั้น เป็นการมุ่งเน้นการออกแบบกระบวนการดำเนินงานใหม่ ๆ ที่ลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนด้านเศรษฐกิจถูกให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย โดยมุ่งเน้นการดำเนินงานที่บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ (กำไรและส่วนแบ่งการตลาด) เพื่อให้กิจการเติบโตอย่างต่อเนื่องและสามารถขยายธุรกิจได้ในระยะยาว

ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การทดสอบอรรถิพลทางตรงของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีผลต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน และการทดสอบอรรถิพลทางอ้อมเพื่อทดสอบบทบาทกึ่งกลางของกลยุทธ์ทางธุรกิจและความสามารถทางการแข่งขัน ซึ่งการทดสอบในส่วนนี้ใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง โดยอักษรย่อและสัญลักษณ์แสดงดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 อักษรย่อและสัญลักษณ์ของแบบจำลองสมการโครงสร้าง

อักษรย่อ/สัญลักษณ์	ความหมาย
	ตัวแปรแฝง (Latent variable)
	ตัวแปรสังเกตได้ (Observed variable)
	ค่าความคลาดเคลื่อน (error)
	เส้นทางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง
SMA	การบริหารเชิงกลยุทธ์
ES	การติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน
ES1 – ES6	ข้อคำถามการติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานข้อที่ 1 - ข้อที่ 6
TI	ความรู้ทางเทคโนโลยี
TI1 – TI7	ข้อคำถามความรู้ทางเทคโนโลยีข้อที่ 1 - ข้อที่ 7
MI	ความรู้ทางการตลาด
MI1 – MI6	ข้อคำถามความรู้ทางการตลาดข้อที่ 1 - ข้อที่ 6
FLI	การนำเสนอข้อมูลในอนาคต
FLI1 – FLI5	ข้อคำถามการนำเสนอข้อมูลในอนาคตข้อที่ 1 - ข้อที่ 5
IOS	กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม
IOS1 – IOS7	ข้อคำถามกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมข้อที่ 1 - ข้อที่ 7
EOS	กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ
EOS1 – EOS6	ข้อคำถามกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพข้อที่ 1 - ข้อที่ 6
OC	ความสามารถทางการแข่งขัน
OC1 – OC8	ข้อคำถามความสามารถทางการแข่งขันข้อที่ 1 - ข้อที่ 8
SP	ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน
Ec	ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ
Ec1 – Ec4	ข้อคำถามผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจข้อที่ 1 - ข้อที่ 4
So	ผลการดำเนินงานด้านสังคม
So1 – So4	ข้อคำถามผลการดำเนินงานด้านสังคมข้อที่ 1 - ข้อที่ 4
En	ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม
En1 – En3	ข้อคำถามผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมข้อที่ 1 - ข้อที่ 4

4.3 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบจำลองการวัด

การตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบจำลองการวัด ประกอบด้วย 1) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลองการวัด เป็นการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการวัดตัวแปรแฝงของแต่ละองค์ประกอบว่าเป็นไปตามทฤษฎีหรือไม่ และ 2) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเสมือน เป็นการตรวจสอบความสอดคล้องภายในของตัวแปรแฝงแต่ละตัวแปร และการตรวจสอบความตรงเชิงจำแนก เป็นการตรวจสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรแฝงในแบบจำลองสมการโครงสร้าง โดยรายละเอียดมีดังนี้

4.3.1 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างแบบจำลองการวัดการบริหารเชิงกลยุทธ์

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับ 2 ถูกนำมาใช้ตรวจสอบแบบจำลองการวัดของการบริหารเชิงกลยุทธ์ โดยแสดงดังตารางที่ 4.11 และรูปที่ 4.1



ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการวัดการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์

ตัวแปรแฝง	ES		TI		MI		FLI		SMA		R ²
	λ	S.E.	λ	S.E.	λ	S.E.	λ	S.E.	λ	S.E.	
ตัวแปรสังเกตได้											
ES2	0.742***	0.058									0.551
ES3	0.884***	-									0.782
ES4	0.859***	0.054									0.738
ES5	0.870***	0.054									0.757
TI2			0.715***	0.069							0.511
TI3			0.779***	0.065							0.607
TI4			0.772***	0.067							0.595
TI5			0.781***	0.075							0.609
TI6			0.820***	-							0.673
TI7			0.741***	0.073							0.550
MI2					0.758***	0.063					0.574
MI3					0.855**	0.066					0.731
MI4					0.862***	0.071					0.742
MI5					0.804***	-					0.646
MI6					0.777***	0.071					0.603
FLI1							0.604***	0.068			0.365
FLI2							0.750***	0.062			0.563
FLI3							0.876***	-			0.768
FLI5							0.890***	0.062			0.791

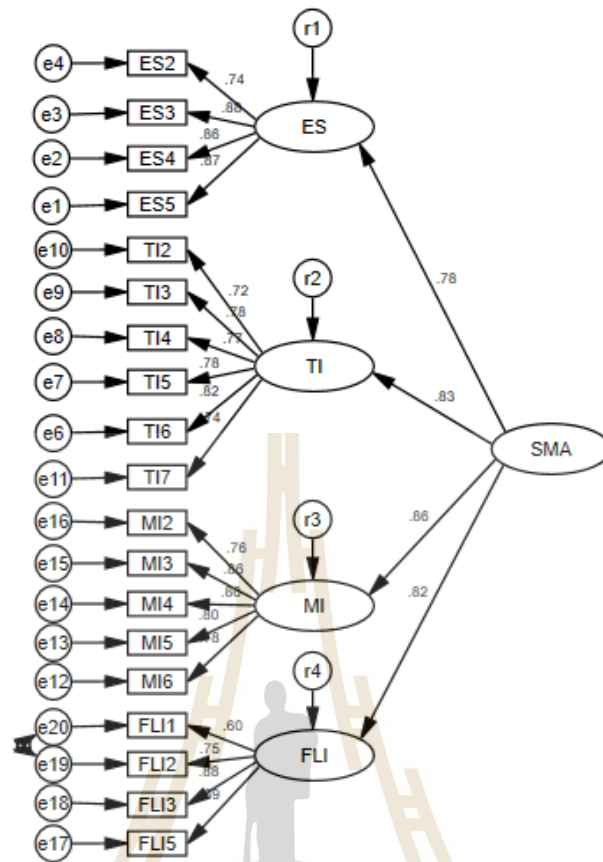
ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการวัดการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	ES		TI		MI		FLI		SMA		R ²
	λ	S.E.	λ	S.E.	λ	S.E.	λ	S.E.	λ	S.E.	
ตัวแปรสังเกตได้											
ES									0.777***	0.190	0.604
TI									0.834***	0.115	0.696
MI									0.862***	0.123	0.743
FLI									0.816***	-	0.665
	การปรับค่า MI		x^2	df	x^2/df	CFI	TLI	RMR	RMSEA		
เกณฑ์					<3	>0.90	>0.90	<0.08	<0.08		
ก่อนปรับ			349.292	148	2.360	0.926	0.914	0.027	0.083		
ปรับครั้งที่ 1 (e20-e19)			314.256	147	2.128	0.938	0.928	0.026	0.076		
	ผลการตรวจสอบ				ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน		

หมายเหตุ λ หมายถึง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading), S.E. หมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard error)

*p-value < 0.05, **p-value < 0.01, ***p-value < 0.001





รูปที่ 4.1 แบบจำลองการวัดองค์ประกอบของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์

จากตารางที่ 4.11 พบว่า การวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีค่าดัชนีความสอดคล้องก่อนปรับแบบจำลองการวัดไม่ผ่านเกณฑ์การพิจารณา แสดงว่าแบบจำลองการวัดยังไม่มี ความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงทำการปรับค่าความแปรปรวนร่วม (Covariance) ของความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร ซึ่งพิจารณาจากค่า Modification Indices (MI) ที่มีค่ามากที่สุด โดยการปรับดัชนีความสอดคล้องแสดงดังรูปที่ 4.1 และหลังจากปรับค่าดัชนีความสอดคล้องแล้วพบว่า ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 2.138 ซึ่งน้อยกว่า 3 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.938 และค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker และ Lewis (TLI) เท่ากับ 0.928 ซึ่งมากกว่า 0.90 และค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบขนาดของความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมระหว่างตัวแปรของประชากร (RMR) เท่ากับ 0.026 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.076 ซึ่งน้อยกว่า 0.08 ทำให้ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องทั้งหมดผ่านเกณฑ์การพิจารณา (Hair et al., 2019) จึงสรุปได้ว่า องค์ประกอบของการวัดการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ (SMA) ถูกวัดด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน (ES) ถูกวัดด้วย

ตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร 2) ความรอบรู้ทางเทคโนโลยี (TI) ถูกวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 6 ตัวแปร 3) ความรอบรู้ทางการตลาด (MI) ถูกวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร และ 4) การนำเสนอข้อมูลในอนาคต (FI) ถูกวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (λ) ระหว่าง 0.604–0.890 (p -value<0.001)

4.3.2 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างแบบจำลองการวัดกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับ 1 ถูกนำมาใช้ในการตรวจสอบแบบจำลองการวัดของกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม โดยแสดงดังตารางที่ 4.12 และรูปที่ 4.2

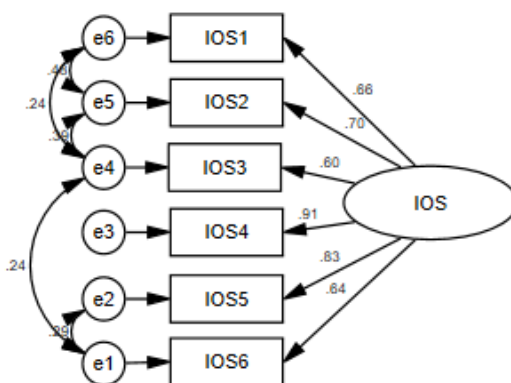
ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการวัดกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม

ตัวแปรสังเกตได้	ตัวแปรแฝง		IOS			R ²	
		λ	S.E.				
IOS1		0.658***	0.066			0.433	
IOS2		0.705***	0.070			0.497	
IOS3		0.603***	0.068			0.364	
IOS4		0.913***	-			0.833	
IOS5		0.826***	0.074			0.682	
IOS6		0.636***	0.075			0.405	
การปรับค่า MI	x ²	df	x ² /df	CFI	TLI	RMR	RMSEA
เกณฑ์			<3	>0.90	>0.90	<0.08	<0.08
ก่อนปรับ	87.014	9	9.668	0.887	0.812	0.039	0.209
ปรับครั้งที่ 1 (e5-e6)	52.898	8	6.612	0.935	0.878	0.033	0.168
ปรับครั้งที่ 2 (e4-e5)	36.229	7	5.176	0.958	0.909	0.027	0.145
ปรับครั้งที่ 3 (e1-e4)	29.657	6	4.943	0.966	0.914	0.025	0.141
ปรับครั้งที่ 4 (e1-e2)	17.145	5	3.429	0.982	0.947	0.020	0.110
ปรับครั้งที่ 5 (e4-e6)	6.740	4	1.685	0.996	0.985	0.011	0.059
ผลการตรวจสอบ			ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน

หมายเหตุ λ หมายถึง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading),

S.E. หมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard error)

* p -value < 0.05, ** p -value < 0.01, *** p -value < 0.001



รูปที่ 4.2 แบบจำลองการวัดองค์ประกอบของกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องก่อนปรับแบบจำลองการวัดไม่ผ่านเกณฑ์การพิจารณา จึงต้องปรับค่าดัชนีความสอดคล้องโดยพิจารณาจากค่า Modification Indices โดยการปรับดัชนีความสอดคล้องแสดงดังรูปที่ 4.2 หลังจากปรับค่าดัชนีความสอดคล้องแล้วพบว่า ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.685 ซึ่งน้อยกว่า 3 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.996 และค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker และ Lewis (TLI) เท่ากับ 0.985 ซึ่งมากกว่า 0.90 และค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบขนาดของความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมระหว่างตัวแปรของประชากร (RMR) เท่ากับ 0.011 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.059 ซึ่งน้อยกว่า 0.08 ทำให้ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องทั้งหมดผ่านเกณฑ์การพิจารณา (Hair et al., 2019) จึงสรุปได้ว่า องค์ประกอบในการวัดกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม (IOS) มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสามารถวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 6 ตัวแปร โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (λ) อยู่ระหว่าง 0.603 – 0.913 ($p\text{-value} < 0.001$)

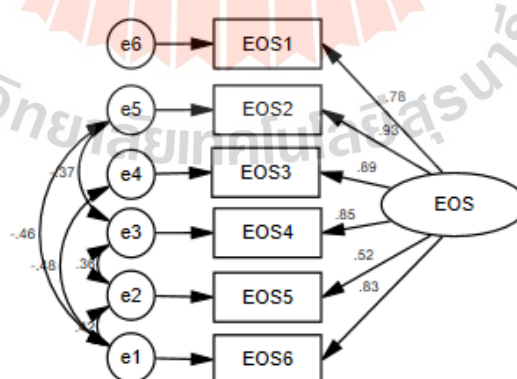
4.3.3 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างแบบจำลองการวัดกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับ 1 ถูกนำมาใช้ในการตรวจสอบแบบจำลองการวัดของกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ โดยแสดงดังตารางที่ 4.13 และรูปที่ 4.3

ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการวัดกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ

ตัวแปรสังเกตได้	ตัวแปรแฝง		EOS				R ²
		λ	S.E.				
EOS1		0.778***	0.064				0.605
EOS2		0.927***	0.055				0.859
EOS3		0.890***	-				0.792
EOS4		0.846***	0.055				0.715
EOS5		0.518***	0.055				0.268
EOS6		0.832***	0.060				0.692
การปรับค่า MI	χ^2	df	χ^2/df	CFI	TLI	RMR	RMSEA
เกณฑ์			<3	>0.90	>0.90	<0.08	<0.08
ก่อนปรับ	84.424	9	9.380	0.913	0.855	0.031	0.205
ปรับครั้งที่ 1 (e1-e2)	55.509	8	6.939	0.945	0.897	0.027	0.173
ปรับครั้งที่ 2 (e3-e5)	35.656	7	5.094	0.967	0.929	0.024	0.143
ปรับครั้งที่ 3 (e2-e3)	24.068	6	4.011	0.979	0.948	0.020	0.123
ปรับครั้งที่ 4 (e1-e4)	15.220	5	3.044	0.988	0.065	0.016	0.101
ปรับครั้งที่ 5 (e1-e5)	7.430	4	1.858	0.996	0.985	0.013	0.066
ผลการตรวจสอบ			ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน

หมายเหตุ λ หมายถึง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading),
 S.E. หมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard error)
 *p-value < 0.05, **p-value < 0.01, ***p-value < 0.001



รูปที่ 4.3 แบบจำลองการวัดองค์ประกอบของกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องก่อนปรับแบบจำลองการวัดไม่ผ่านเกณฑ์การพิจารณา จึงทำการปรับค่าดัชนีความสอดคล้องโดยพิจารณาจากค่า Modification Indices การปรับค่าดัชนีความสอดคล้องแสดงดังรูปที่ 4.3 หลังจากปรับค่าดัชนีความสอดคล้องแล้วพบว่า ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.858 ซึ่งน้อยกว่า 3 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.996 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker และ Lewis (TLI) เท่ากับ 0.985 ซึ่งมากกว่า 0.90 และค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบขนาดของความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมระหว่างตัวแปรของประชากร (RMR) เท่ากับ 0.013 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.066 ซึ่งน้อยกว่า 0.08 ทำให้ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องทั้งหมดผ่านเกณฑ์การพิจารณา (Hair et al., 2019) จึงสรุปได้ว่า องค์ประกอบในการวัดกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ (EOS) มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสามารถวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 6 ตัวแปร โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (λ) อยู่ระหว่าง 0.518 - 0.927 ($p\text{-value} < 0.001$)

4.3.4 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างแบบจำลองการวัดความสามารถทางการแข่งขัน

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับ 1 ถูกนำมาใช้ในการตรวจสอบแบบจำลองการวัดของความสามารถทางการแข่งขัน โดยแสดงดังตารางที่ 4.14 และรูปที่ 4.4

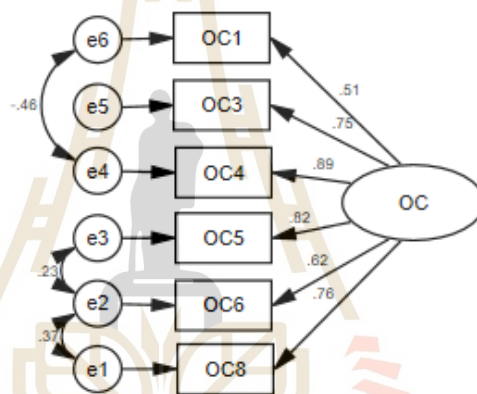
ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการวัดความสามารถทางการแข่งขัน

	ตัวแปรแฝง		R ²
	ตัวแปรสังเกตได้	OC	
	λ	S.E.	
OC1	0.515***	0.100	0.265
OC3	0.752***	0.074	0.566
OC4	0.885***	0.068	0.784
OC5	0.815***	-	0.665
OC6	0.625***	0.069	0.390
OC8	0.764***	0.083	0.584

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการวัดความสามารถทางการแข่งขัน (ต่อ)

การปรับค่า MI	χ^2	df	χ^2/df	CFI	TLI	RMR	RMSEA
เกณฑ์			<3	>0.90	>0.90	<0.08	<0.08
ก่อนปรับ	48.406	9	5.378	0.936	0.893	0.033	0.148
ปรับครั้งที่ 1 (e1-e2)	35.030	8	4.379	0.956	0.917	0.029	0.130
ปรับครั้งที่ 2 (e4-e6)	17.608	7	2.515	0.983	0.963	0.019	0.087
ปรับครั้งที่ 3 (e2-e3)	7.790	6	1.298	0.997	0.993	0.013	0.039
ผลการทดสอบ			ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน

หมายเหตุ λ หมายถึง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading),
 S.E. หมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard error)
 *p-value < 0.05, **p-value < 0.01, ***p-value < 0.001



รูปที่ 4.4 แบบจำลองการวัดองค์ประกอบของความสามารถทางการแข่งขัน

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องก่อนปรับแบบจำลองการวัดไม่ผ่านเกณฑ์การพิจารณา จึงทำการปรับค่าดัชนีความสอดคล้องโดยพิจารณาจากค่า Modification Indices ซึ่งการปรับค่าดัชนีความสอดคล้องแสดงดังรูปที่ 4.4 หลังจากปรับค่าดัชนีความสอดคล้องแล้ว พบว่า ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.298 ซึ่งน้อยกว่า 3 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.997 และค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker และ Lewis (TLI) เท่ากับ 0.993 ซึ่งมากกว่า 0.90 ค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบขนาดของความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมระหว่างตัวแปรของประชากร (RMR) เท่ากับ 0.013 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.039 ซึ่งน้อยกว่า 0.08 ทำให้ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องทั้งหมดผ่านเกณฑ์การพิจารณา (Hair et al., 2019) จึงสรุปได้ว่า องค์ประกอบของความสามารถทางการแข่งขัน (OC) มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ซึ่งสามารถวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 6 ตัวแปร โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (λ) อยู่ระหว่าง 0.515 - 0.885 (p-value<0.001)

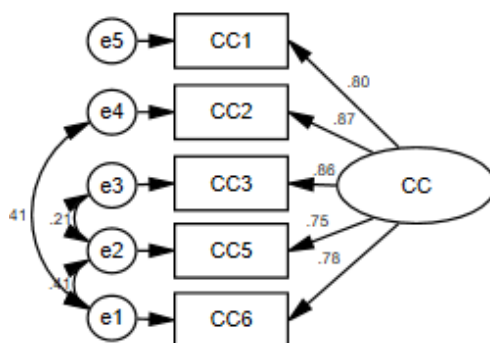
4.3.5 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างแบบจำลองการวัดวัฒนธรรมการแข่งขัน

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับ 1 ถูกนำมาใช้ในการตรวจสอบแบบจำลองการวัดของวัฒนธรรมการแข่งขัน โดยแสดงดังตารางที่ 4.15 และรูปที่ 4.5

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการวัดวัฒนธรรมการแข่งขัน

ตัวแปรสังเกตได้	ตัวแปรแฝง		CC			R ²	
		λ	S.E.				
CC1		0.802***	0.069			0.643	
CC2		0.875***	-			0.765	
CC3		0.863***	0.062			0.744	
CC5		0.754***	0.069			0.569	
CC6		0.778***	0.086			0.606	
การปรับค่า MI	χ^2	df	χ^2/df	CFI	TLI	RMR	RMSEA
เกณฑ์		<3	>0.90	>0.90	<0.08	<0.08	
ก่อนปรับ	49.610	5	9.924	0.935	0.869	0.020	0.212
ปรับครั้งที่ 1 (e1-e2)	18.428	4	4.607	0.979	0.947	0.013	0.135
ปรับครั้งที่ 2 (e1-e4)	8.003	3	2.668	0.993	0.976	0.007	0.092
ปรับครั้งที่ 3 (e2-e3)	2.545	2	1.273	0.999	0.996	0.005	0.037
ผลการตรวจสอบ		ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน

หมายเหตุ λ หมายถึง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading),
S.E. หมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard error)
*p-value < 0.05, **p-value < 0.01, ***p-value < 0.001



รูปที่ 4.5 แบบจำลองการวัดองค์ประกอบของวัฒนธรรมการแข่งขัน

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องก่อนปรับแบบจำลองการวัดไม่ผ่านเกณฑ์การพิจารณา จึงต้องทำการปรับค่าดัชนีความสอดคล้องโดยพิจารณาจากค่า Modification Indices โดยการปรับค่าดัชนีความสอดคล้องแสดงดังรูปที่ 4.5 หลังจากปรับค่าดัชนีความสอดคล้องแล้ว พบว่า ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.273 ซึ่งน้อยกว่า 3 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.999 และค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker และ Lewis (TLI) เท่ากับ 0.996 ซึ่งมากกว่า 0.90 ค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบขนาดของความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมระหว่างตัวแปรของประชากร (RMR) เท่ากับ 0.005 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.037 ซึ่งน้อยกว่า 0.08 ทำให้ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องทั้งหมดผ่านเกณฑ์การพิจารณา (Hair et al., 2019) จึงสรุปได้ว่า องค์ประกอบในการวัดวัฒนธรรมการแข่งขัน (CC) มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสามารถวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (λ) อยู่ระหว่าง 0.754 - 0.875 ($p\text{-value} < 0.001$)

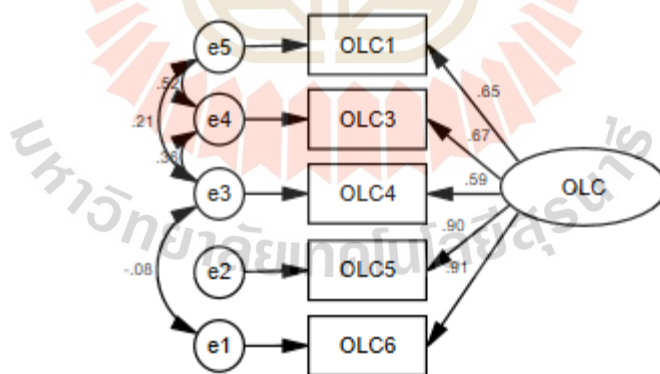
4.3.6 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างแบบจำลองการวัดความสามารถในการเรียนรู้

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับ 1 ถูกนำมาใช้ในการตรวจสอบแบบจำลองการวัดของความสามารถในการเรียนรู้ โดยแสดงดังตารางที่ 4.16 และรูปที่ 4.6

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการวัดความสามารถในการเรียนรู้

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรแฝง			OLC			R ²
	ตัวแปรสังเกตได้	λ	S.E.				
OLC1		0.651***	0.061				0.424
OLC3		0.666***	0.071				0.443
OLC4		0.595***	0.074				0.354
OLC5		0.905***	0.061				0.818
OLC6		0.915***	-				0.837
การปรับค่า MI	χ^2	df	χ^2/df	CFI	TLI	RMR	RMSEA
เกณฑ์			<3	>0.90	>0.90	<0.08	<0.08
ก่อนปรับ	75.485	5	15.09	0.883	0.766	0.041	0.266
ปรับครั้งที่ 1 (e4-e5)	28.854	4	7.214	0.959	0.897	0.036	0.177
ปรับครั้งที่ 2 (e3-e4)	10.965	3	3.655	0.987	0.956	0.021	0.116
ปรับครั้งที่ 3 (e3-e1)	8.114	2	4.057	0.990	0.949	0.017	0.124
ปรับครั้งที่ 4 (e3-e5)	1.518	1	1.518	0.999	0.991	0.003	0.051
ผลการตรวจสอบ			ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน

หมายเหตุ λ หมายถึง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading),
 S.E. หมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard error)
 *p-value < 0.05, **p-value < 0.01, ***p-value < 0.001



รูปที่ 4.6 แบบจำลองการวัดองค์ประกอบของความสามารถในการเรียนรู้

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องก่อนปรับแบบจำลองการวัดไม่ผ่านเกณฑ์การพิจารณา จึงทำการปรับค่าดัชนีความสอดคล้องโดยพิจารณาจากค่า Modification Indices ซึ่งการปรับค่าดัชนีความสอดคล้องแสดงดังรูปที่ 4.6 หลังจากปรับค่าดัชนีความสอดคล้องแล้วพบว่า ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.518 ซึ่งน้อยกว่า 3 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน

เปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.999 และค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker และ Lewis (TLI) เท่ากับ 0.991 ซึ่งมากกว่า 0.90 ค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบขนาดของความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมระหว่างตัวแปรของประชากร (RMR) เท่ากับ 0.003 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.051 ซึ่งน้อยกว่า 0.08 ทำให้ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องทั้งหมดผ่านเกณฑ์การพิจารณา (Hair et al., 2019) จึงสรุปได้ว่าองค์ประกอบในการวัดความสามารถในการเรียนรู้ (OLC) มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ซึ่งสามารถวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (λ) อยู่ระหว่าง 0.595 - 0.915 (p -value $<$ 0.001)

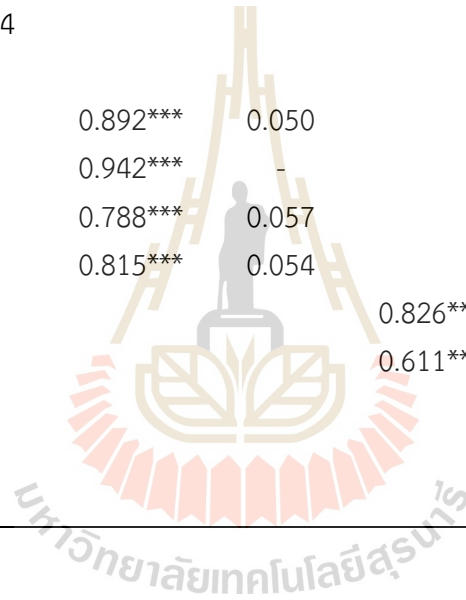
4.3.7 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างแบบจำลองการวัดผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับ 2 ถูกนำมาใช้ในการตรวจสอบแบบจำลองการวัดของผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน โดยแสดงดังตารางที่ 4.17 และรูปที่ 4.7



ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการวัดผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

ตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้	Ec		So		En		SP		R ²
	λ	S.E.	λ	S.E.	λ	S.E.	λ	S.E.	
Ec2	0.887***	0.045							0.786
Ec3	0.854***	0.044							0.729
Ec4	0.945***	-							0.892
So1			0.892***	0.050					0.795
So2			0.942***	-					0.853
So3			0.788***	0.057					0.621
So4			0.815***	0.054					0.664
En1					0.826***	-			0.682
En3					0.611***	0.118			0.373
Ec							0.786***	0.135	0.776
So							0.845***	0.110	0.714
En							0.881***	-	0.618



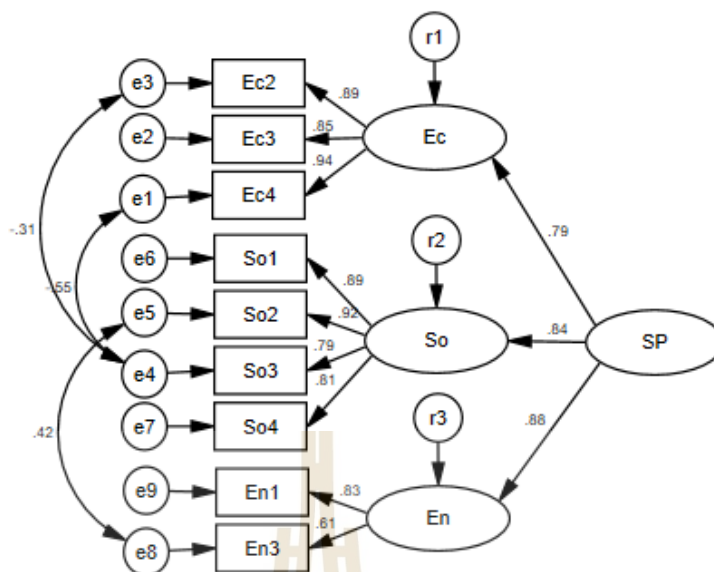
ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการวัดผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน (ต่อ)

การปรับค่า MI	χ^2	df	χ^2/df	CFI	TLI	RMR	RMSEA
เกณฑ์			<3	>0.90	>0.90	<0.08	<0.08
ก่อนปรับ	79.133	24	3.297	0.960	0.939	0.040	0.107
ปรับครั้งที่ 1 (e5-e8)	62.482	23	2.717	0.971	0.955	0.038	0.093
ปรับครั้งที่ 2 (e1-e4)	51.292	22	2.331	0.979	0.965	0.037	0.082
ปรับครั้งที่ 3 (e3-e4)	41.872	21	1.994	0.985	0.974	0.033	0.071
ผลการตรวจสอบ			ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน

หมายเหตุ λ หมายถึง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading), S.E. หมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard error)

*p-value < 0.05, **p-value < 0.01, ***p-value < 0.001





รูปที่ 4.7 แบบจำลองการวัดองค์ประกอบของผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องก่อนปรับแบบจำลองการวัดไม่ผ่านเกณฑ์การพิจารณา จึงทำการปรับค่าดัชนีความสอดคล้องโดยพิจารณาจากค่า Modification Indices ซึ่งการปรับค่าดัชนีความสอดคล้องแสดงดังรูปที่ 4.7 หลังจากปรับค่าดัชนีความสอดคล้องแล้ว พบว่า ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.994 ซึ่งน้อยกว่า 3 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.985 และค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker และ Lewis (TLI) เท่ากับ 0.974 ซึ่งมากกว่า 0.90 ค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบขนาดของความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมระหว่างตัวแปรของประชากร (RMR) เท่ากับ 0.033 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.071 ซึ่งน้อยกว่า 0.08 ทำให้ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องทั้งหมดผ่านเกณฑ์การพิจารณา (Hair et al., 2019) จึงสรุปได้ว่า องค์ประกอบของผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีตัววัดประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ ถูกวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร ผลการดำเนินงานด้านสังคม ถูกวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร และผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ถูกวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 2 ตัวแปร ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (λ) อยู่ระหว่าง 0.611 - 0.945 ($p\text{-value} < 0.001$)

4.3.8 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเสมือนและการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนกของแบบจำลองการวัด

การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเสมือน (Convergent validity) พิจารณาจากค่าความเชื่อมั่นองค์ประกอบ (Composite reliability: CR) และค่าความแปรปรวนเฉลี่ย (Average

variance extracted: AVE) และการตรวจสอบความตรงเชิงจำแนก (Discriminant validity) พิจารณาจากรากที่สองของค่า AVE ที่มากกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ผลการทดสอบ แสดงในตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเสมือนและการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก

ตัวแปร	SMA	IOS	EOS	OC	CC	OLC	SP	CR	AVE
SMA	0.823							0.893	0.677
IOS	0.668	0.732						0.871	0.536
EOS	0.640	0.669	0.809					0.917	0.655
OC	0.554	0.672	0.558	0.736				0.874	0.542
CC	0.529	0.519	0.528	0.471	0.786			0.890	0.618
OLC	0.688	0.645	0.553	0.626	0.700	0.759		0.868	0.576
SP	0.639	0.563	0.554	0.614	0.644	0.731	0.838	0.876	0.703

หมายเหตุ SMA หมายถึง การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์, IOS หมายถึง กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม, EOS หมายถึง กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ, OC หมายถึง ความสามารถทางการแข่งขัน, CC หมายถึง วัฒนธรรมการแข่งขัน, OLC หมายถึง ความสามารถในการเรียนรู้, SP หมายถึง ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน, CR หมายถึง ค่าความเชื่อมั่นองค์ประกอบ (Composite reliability), AVE หมายถึง ค่าความแปรปรวนเฉลี่ย (Average variance extracted), ตัวเลขตัวหนาแนวทแยง หมายถึง ค่ารากที่สองของ AVE, ตัวเลขตัวบางแนวทแยง หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

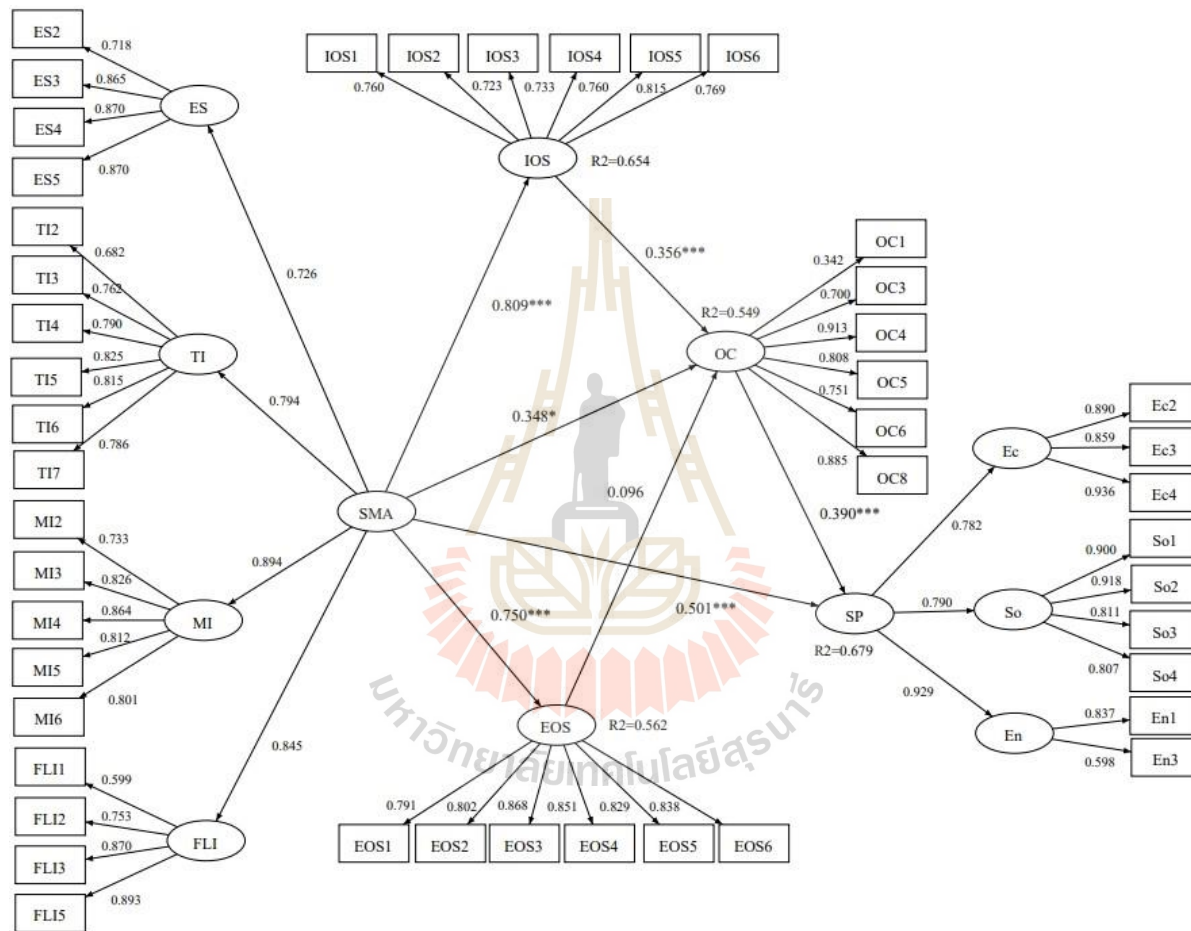
จากตารางที่ 4.18 แสดงการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเสมือน พบว่า ค่าความเชื่อมั่นองค์ประกอบ (CR) มีค่าระหว่าง 0.868 – 0.917 ซึ่งมากกว่า 0.70 และค่าความแปรปรวนเฉลี่ย (AVE) มีค่าระหว่าง 0.536 – 0.703 ซึ่งมากกว่า 0.50 สรุปได้ว่า ตัวแปรสังเกตได้มีความสอดคล้องกลมกลืนหรือมีความเหมาะสมในการวัดตัวแปรแฝงแต่ละตัว (Hair et al., 2019) นอกจากนั้น การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก พบว่า รากที่สองของค่าความแปรปรวนเฉลี่ย (AVE) มีค่าระหว่าง 0.732 – 0.838 ซึ่งมากกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของทุกตัวแปร โดยมีค่าระหว่าง 0.471 – 0.731 สรุปได้ว่า ตัวแปรแฝงของแต่ละองค์ประกอบมีความแตกต่างกันหรือไม่มี ความสัมพันธ์กัน สามารถนำไปใช้วิเคราะห์สมการโครงสร้างได้ (Chahal & Bakshi, 2015)

4.4 ผลการทดสอบอิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ กลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ $H_1 - H_5$ ใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation model: SEM) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย โดยผลการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองสมการโครงสร้างแสดงดังตารางที่ 4.19 และรูปที่ 4.8

ตารางที่ 4.19 การปรับดัชนีความสอดคล้องแบบจำลองสมการโครงสร้าง

การปรับค่า MI	χ^2	df	χ^2/df	CFI	TLI	RMR	RMSEA
เกณฑ์			<3	>0.90	>0.90	<0.08	<0.08
ก่อนปรับ	2124.346	975	2.179	0.846	0.837	0.042	0.077
ปรับครั้งที่ 10 (d1-d3)	1950.018	965	2.021	0.868	0.858	0.044	0.072
ปรับครั้งที่ 20 (a3-a13)	1811.011	955	1.896	0.885	0.876	0.044	0.067
ปรับครั้งที่ 30 (a15-a17)	1720.228	945	1.820	0.896	0.886	0.042	0.064
ปรับครั้งที่ 40 (c2-c5)	1665.653	935	1.781	0.902	0.892	0.041	0.063
ปรับครั้งที่ 50 (a7-a8)	1619.761	925	1.751	0.907	0.896	0.039	0.061
ปรับครั้งที่ 60 (b2-b4)	1574.671	915	1.721	0.912	0.900	0.039	0.060
ปรับครั้งที่ 62 (b4-b5)	1556.422	913	1.705	0.914	0.902	0.038	0.060
ผลการตรวจสอบ			ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน	ผ่าน



รูปที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

*p-value < 0.05, **p-value < 0.01, ***p-value < 0.001

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องก่อนปรับแบบจำลองสมการโครงสร้างยังไม่ผ่านเกณฑ์การพิจารณา จึงทำการปรับค่าดัชนีความสอดคล้องโดยพิจารณาจากค่า Modification Indices หลังจากปรับค่าดัชนีความสอดคล้องแล้ว พบว่า ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.705 ซึ่งน้อยกว่า 3 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.914 และค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker และ Lewis (TLI) เท่ากับ 0.902 ซึ่งมากกว่า 0.90 ค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบขนาดของความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมระหว่างตัวแปรของประชากร (RMR) เท่ากับ 0.038 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.060 ซึ่งน้อยกว่า 0.08 ทำให้ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องทั้งหมดผ่านเกณฑ์การพิจารณา (Hair et al., 2019) แสดงว่า แบบจำลองสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการวิจัย สามารถนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาทำการสรุปผลการวิจัยต่อไป ซึ่งผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบอิทธิพลทางตรงของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล (β)	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H _{1a} : SMA → IOS	0.809***	ยอมรับ
H _{1b} : SMA → EOS	0.750***	ยอมรับ
H _{1c} : SMA → OC	0.348*	ยอมรับ
H _{1d} : SMA → SP	0.501***	ยอมรับ
H ₂ : IOS → OC	0.356***	ยอมรับ
H ₃ : EOS → OC	0.096	ปฏิเสธ
H ₄ : OC → SP	0.390***	ยอมรับ

หมายเหตุ SMA หมายถึง การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์, IOS หมายถึง กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม, EOS หมายถึง กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ, OC หมายถึง ความสามารถทางการแข่งขัน, SP หมายถึง ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

*p-value < 0.05, **p-value < 0.01, ***p-value < 0.001

จากตารางที่ 4.20 พบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม ($\beta=0.809$, p-value<0.001) กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ ($\beta=0.750$, p-value<0.001) ความสามารถทางการแข่งขัน ($\beta=0.348$; p-value<0.05) และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน ($\beta=0.501$, p-value<0.001) ซึ่งยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ H_{1a}-H_{1d} จากผลการวิจัยสรุปได้ว่าการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นแนวคิดในการรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจ ซึ่งถูกนำมาใช้สนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ ทั้งกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมและกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ รวมทั้งเป็นแนวทางในการดำเนินงานที่ส่งเสริมความสามารถทางการแข่งขัน และทำให้เกิดผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนได้

นอกจากนั้น ยังพบว่า กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน ($\beta=0.356$, $p\text{-value}<0.001$) โดยยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ H_2 อย่างไรก็ตาม ผลการวิเคราะห์พบว่า กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพไม่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขัน ($\beta=0.096$, $p\text{-value}>0.05$) ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ H_3 จากผลการวิจัยกล่าวได้ว่า กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่ช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของกิจการได้ แต่กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจเพียงอย่างเดียว นั้น ไม่สามารถทำให้กิจการมี ความสามารถทางการแข่งขันเพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ความสามารถทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน ($\beta=0.390$, $p\text{-value}<0.001$) โดยยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ H_4 แสดงให้เห็นว่า ความสามารถทางการแข่งขันเป็นศักยภาพทางธุรกิจของกิจการที่เหนือกว่าคู่แข่ง ที่ส่งเสริมให้ผลการดำเนินงานของกิจการเพิ่มขึ้น ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

4.5 ผลการทดสอบบทบาทคั่นกลางของกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ และความสามารถทางการแข่งขัน

การวิเคราะห์สมการโครงสร้างถูกนำมาใช้ในการวิจัยนี้ เพื่อการทดสอบบทบาทคั่นกลางตามสมมติฐานการวิจัยที่ $H_{5a} - H_{5c}$ ซึ่งพิจารณาจากค่าอิทธิพลทางอ้อม และค่านัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value}$) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงดังนี้

4.5.1 การทดสอบบทบาทคั่นกลางของกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมและกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ

ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบบทบาทคั่นกลางของกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมและกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพที่มีผลต่อการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขัน เป็นการทดสอบตามสมมติฐานการวิจัย H_{5a} และ H_{5b} ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 ผลการทดสอบบทบาทคั่นกลางของกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมและกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ

ตัวแปร	อิทธิพลทางตรง	อิทธิพลทางอ้อม	ผลการทดสอบสมมติฐาน
SMA → OC	0.348*	-	-
SMA → IOS	0.809***	-	-
IOS → OC	0.356***	-	-
SMA → EOS	0.750***	-	-
EOS → OC	0.096	-	-
H _{5a} : SMA → IOS → OC	-	0.288***	ยอมรับ
H _{5b} : SMA → EOS → OC	-	0.072	ปฏิเสธ

*p-value < 0.05, **p-value < 0.01, ***p-value < 0.001

จากตารางที่ 4.21 พบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงต่อกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม ($\beta=0.809$, p-value<0.001) และกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการแข่งขัน ($\beta=0.356$, p-value<0.001) รวมทั้ง การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ยังมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการแข่งขัน ($\beta=0.348$, p-value<0.05) นอกจากนี้ การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถทางการแข่งขัน โดยผ่านกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม ($\beta=0.288$, p-value<0.001) จึงกล่าวได้ว่า กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมเป็นตัวแปรคั่นกลางที่มีอิทธิพลบางส่วน (Partial mediator) ต่อความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถในการแข่งขัน โดยยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ H_{5a} จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจที่รอบด้านตามแนวคิดของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ทั้งข้อมูลทางธุรกิจในปัจจุบันและในอนาคตนั้น เป็นแหล่งข้อมูลสารสนเทศที่ผู้บริหารใช้สนับสนุนการดำเนินธุรกิจที่สามารถเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันได้โดยตรง ในขณะเดียวกัน ยังเป็นข้อมูลที่ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มุ่งเน้นนวัตกรรม ซึ่งเป็นแนวทางการดำเนินงานที่สามารถเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการให้เหนือกว่าคู่แข่งได้

นอกจากนั้น การวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงต่อกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ ($\beta=0.750$, p-value<0.001) แต่กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการแข่งขัน ($\beta=0.096$, p-value>0.05) รวมทั้ง การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ไม่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถทางการแข่งขัน เมื่อผ่านกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ ($\beta=0.072$, p-value>0.05) จึงกล่าวได้ว่า กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพไม่เป็นตัวแปรคั่นกลางที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถในการแข่งขัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ H_{5b} จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน

อย่างครบถ้วน เป็นแหล่งข้อมูลที่ผู้บริหารใช้กำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันได้ แต่กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพไม่ได้เป็นแนวทางในการดำเนินงานที่สามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกิจการ

4.5.2 การทดสอบบทบาทคั่นกลางของความสามารถทางการแข่งขัน

การวิเคราะห์บทบาทคั่นกลางของความสามารถทางการแข่งขันที่มีผลต่อการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน เป็นการทดสอบตามสมมติฐานการวิจัยที่ H_{5c} ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบบทบาทคั่นกลางของความสามารถทางการแข่งขัน

ตัวแปร	อิทธิพลทางตรง	อิทธิพลทางอ้อม	ผลการทดสอบสมมติฐาน
SMA → SP	0.501***	-	-
SMA → OC	0.348*	-	-
OC → SP	0.390***	-	-
H _{5c} : SMA → OC → SP	-	0.136*	ยอมรับ

*p-value < 0.05, **p-value < 0.01, ***p-value < 0.001

จากตารางที่ 4.22 พบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการแข่งขัน ($\beta=0.348$, p-value<0.05) และความสามารถทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน ($\beta=0.390$, p-value<0.001) รวมทั้ง การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน ($\beta=0.501$, p-value<0.001) นอกจากนี้ การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน โดยผ่านความสามารถทางการแข่งขัน ($\beta=0.136$, p-value<0.05) จึงกล่าวได้ว่า ความสามารถทางการแข่งขันเป็นตัวแปรคั่นกลางที่มีอิทธิพลบางส่วน (Partial mediator) ต่อความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ H_{5c} แสดงให้เห็นว่า ข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ เป็นแหล่งข้อมูลที่น่ามาใช้ในการบริหารจัดการองค์กรให้เกิดผลการดำเนินงานที่เป็นเลิศได้โดยตรง และยังสามารถใช้สนับสนุนการวางแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการให้เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นเหตุผลที่ทำการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจที่ยั่งยืนได้เช่นกัน

4.6 ผลการทดสอบบทบาทกำกับของวัฒนธรรมการแข่งขันและความสามารถในการเรียนรู้

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงชั้น (Hierarchical multiple regression analysis) ถูกนำมาใช้เพื่อทดสอบบทบาทของตัวแปรกำกับ ตามสมมติฐานการวิจัยที่ H_{6a} และ H_{6b} โดยพิจารณาจากค่านัยสำคัญทางสถิติ (p-value) ของสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) และเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R²) ของสมการถดถอยพหุคูณ ผลการวิเคราะห์แสดงรายละเอียดดังนี้

4.6.1 การทดสอบบทบาทกำกับของวัฒนธรรมการแข่งขัน

ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ H_{6a} ที่ว่าวัฒนธรรมการแข่งขันเป็นตัวแปรกำกับของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขัน แสดงดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบบทบาทกำกับของวัฒนธรรมการแข่งขัน

ตัวแปรอิสระ	สมการ 1 ^a		สมการ 2 ^b	
	β	t-test	β	t-test
SMA	0.423***	6.245	0.422***	6.117
CC	0.248***	3.659	0.249***	3.591
SMA*CC			0.004	0.069
F-test		53.183***		35.278***
R ²		0.351		0.351
ΔR^2		-		-

หมายเหตุ SMA หมายถึง การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์, CC หมายถึง วัฒนธรรมการแข่งขัน, R² หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ,

ΔR^2 หมายถึง การเปลี่ยนแปลงของค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ

$${}^aOC = a_1 + b_1SMA + b_2CC$$

$${}^bOC = a_2 + b_3SMA + b_4CC + b_5SMA * CC$$

*p-value < 0.05, **p-value < 0.01, ***p-value < 0.001

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ค่าสถิติ F-test ของการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณเชิงชั้นของสมการ 1 และสมการ 2 เท่ากับ 53.183 และ 35.278 (p-value<0.001) ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์มีความสอดคล้องกับสมการถดถอย จึงสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรได้ และจากผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณเชิงชั้นของสมการ 1 พบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ($\beta=0.423$, p-value<0.001) และวัฒนธรรม

การแข่งขัน ($\beta=0.248$, $p\text{-value}<0.001$) มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.351

นอกจากนั้น การถดถอยพหุคูณเชิงชั้นสมการ 2 พบว่า ตัวแปรปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และวัฒนธรรมการแข่งขัน (SMA*CC) ไม่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขัน ($\beta=0.004$, $p\text{-value}>0.05$) สรุปได้ว่า วัฒนธรรมการแข่งขันเป็นตัวแปรกำกับของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ H_{6a} จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า วัฒนธรรมการแข่งขันไม่สามารถเสริมอิทธิพล หรือไม่สามารถทำให้ข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์สามารถส่งเสริมศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการให้เพิ่มขึ้นได้

4.6.2 การทดสอบบทบาทกำกับของความสามารถในการเรียนรู้

ผลการทดสอบบทบาทกำกับของความสามารถในการเรียนรู้ที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ H_{6b} สามารถแสดงดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบบทบาทกำกับของความสามารถในการเรียนรู้

ตัวแปรอิสระ	สมการ 3 ^c		สมการ 4 ^d	
	β	t-test	β	t-test
SMA	0.259***	4.020	0.259***	4.026
OLC	0.553***	8.585	0.556***	8.626
SMA*OLC			0.046	0.985
F-test	130.249***		87.147***	
R ²	0.569		0.572	
ΔR^2			0.002	

หมายเหตุ SMA หมายถึง การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์, OLC หมายถึง ความสามารถในการเรียนรู้, R² หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ,

ΔR^2 หมายถึง การเปลี่ยนแปลงของค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ

$${}^c\text{SP} = a_3 + b_6\text{SMA} + b_7\text{OLC}$$

$${}^d\text{SP} = a_4 + b_8\text{SMA} + b_9\text{OLC} + b_{10}\text{SMA} * \text{OLC}$$

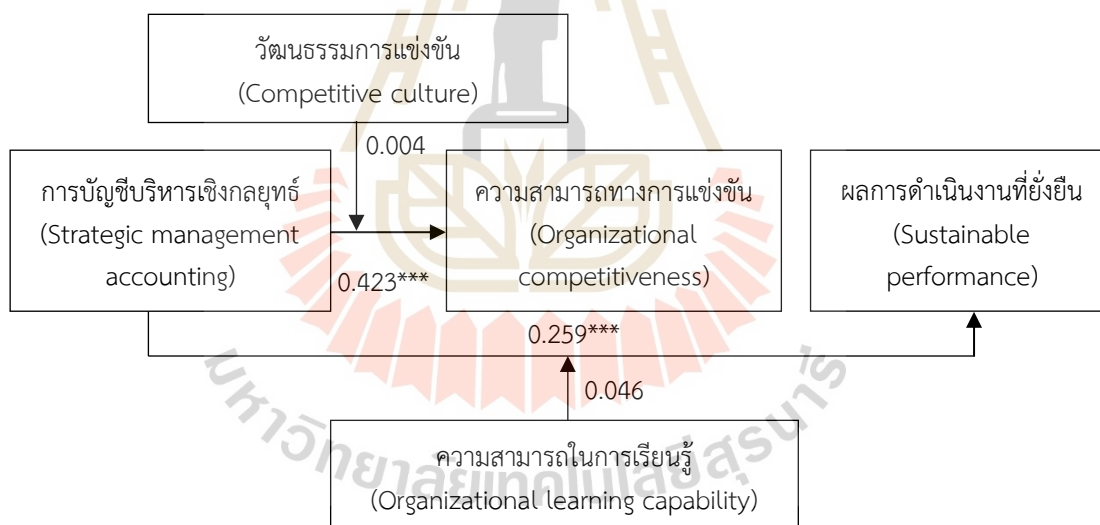
* $p\text{-value} < 0.05$, ** $p\text{-value} < 0.01$, *** $p\text{-value} < 0.001$

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ค่าสถิติ F-test ของการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณเชิงชั้นของสมการ 3 และสมการ 4 เท่ากับ 130.249 และ 87.147 ($p\text{-value}<0.001$) จึงกล่าวได้ว่า ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์มีความสอดคล้องกับสมการถดถอย ซึ่งสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาทดสอบ

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรได้ และจากผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณเชิงชั้นของสมการ 3 พบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ($\beta=0.259$, $p\text{-value}<0.001$) และความสามารถในการเรียนรู้ ($\beta=0.553$, $p\text{-value}<0.001$) มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.569

นอกจากนั้น การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงชั้นของสมการ 4 พบว่า ตัวแปรปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถในการเรียนรู้ (SMA*OLC) ไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน ($\beta=0.046$, $p\text{-value}>0.05$) สรุปได้ว่าความสามารถในการเรียนรู้ไม่เป็นตัวแปรกำกับที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ H_{6b} จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ความสามารถในการเรียนรู้ไม่สามารถเสริมอิทธิพล หรือไม่สามารถทำให้ข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ส่งผลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการเพิ่มขึ้นได้

ดังนั้น จากผลการทดสอบบทบาทกำกับของวัฒนธรรมการแข่งขันและความสามารถในการเรียนรู้ของการวิจัยนี้ สามารถแสดงรูปภาพผลการวิเคราะห์ ดังรูปที่ 4.9



รูปที่ 4.9 ผลการทดสอบบทบาทตัวแปรกำกับ

ตารางที่ 4.25 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยทั้งหมด โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4.25 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	คำอธิบายสมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ
H _{1a}	การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม	ยอมรับ
H _{1b}	การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ	ยอมรับ
H _{1c}	การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน	ยอมรับ
H _{1d}	การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน	ยอมรับ
H ₂	กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน	ยอมรับ
H ₃	กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน	ปฏิเสธ
H ₄	ความสามารถทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน	ยอมรับ
H _{5a}	กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมเป็นตัวแปรคั่นกลางของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขัน	ยอมรับ
H _{5b}	กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพเป็นตัวแปรคั่นกลางของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขัน	ปฏิเสธ
H _{5c}	ความสามารถทางการแข่งขันเป็นตัวแปรคั่นกลางของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน	ยอมรับ
H _{6a}	วัฒนธรรมการแข่งขันเป็นตัวแปรกำกับของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขัน	ปฏิเสธ
H _{6b}	ความสามารถในการเรียนรู้เป็นตัวแปรกำกับของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน	ปฏิเสธ

4.7 การอภิปรายผลการวิจัย

ในส่วนนี้เป็นการอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

4.7.1 วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 เพื่อทดสอบอิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ H_{1a}-H_{1d} จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม ($\beta=0.809$, $p\text{-value}<0.001$) และกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ ($\beta=0.750$, $p\text{-value}<0.001$) จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ H_{1a} และ H_{1b} สามารถอธิบายได้ว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นแนวคิดในการรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจที่ผู้บริหารของกิจการนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมการแข่งขันในปัจจุบัน เนื่องจาก ข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ เป็นการติดตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจอย่างรอบด้าน ซึ่งเป็นข้อมูลที่ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Oboh and Ajibolade (2017) พบว่า การใช้การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหาร และงานวิจัยของ Oyewo et al. (2020) และ Sugiyarti and Asmilia (2020) พบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจ ที่ใช้สนับสนุนการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจของกิจการ ทั้งด้านการสร้างนวัตกรรมและการรักษาประสิทธิภาพที่สอดคล้องกับความผันผวนของสภาพการแข่งขันทางธุรกิจ เช่นเดียวกับ งานวิจัยของ Pramono et al. (2023) พบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นการจัดหาและวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด โครงสร้างต้นทุนของกิจการ และต้นทุนของคู่แข่ง ซึ่งเป็นข้อมูลที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการกำหนดนโยบายของกิจการ เพื่อวางตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ในตลาดของกิจการให้ดีขึ้น

จากผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นแนวคิดในการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ซึ่งกิจการที่มีการรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจตามแนวคิดของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์อย่างต่อเนื่องนั้น จะช่วยให้ผู้บริหารสามารถวิเคราะห์เหตุการณ์ทางธุรกิจได้อย่างชัดเจน และยังเป็นข้อมูลสารสนเทศที่ช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพในการกำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรม รวมทั้งการกำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ

นอกจากนั้น การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ยังมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน ($\beta=0.348$, $p\text{-value}<0.05$) จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ H_{1c} แสดงให้เห็นว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นแนวคิดในการรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจ ที่ช่วยให้ผู้บริหารนำไปใช้ออกแบบการดำเนินงานที่สามารถแข่งขันทางธุรกิจได้ โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีโดดเด่นและมีคุณค่าในมุมมองของผู้บริโภค สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jaf et al. (2015) ที่กล่าวว่า ข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ เป็นข้อมูลที่ใช้ในการควบคุมกิจกรรมทางธุรกิจและการตัดสินใจ

วางแผนเชิงกลยุทธ์ในระยะยาวของกิจการ เพื่อพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจ และงานวิจัยของ Panjaitan et al. (2018) พบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นข้อมูลที่ใช้ในการวางแผนการดำเนินงานที่ช่วยพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจของกิจการให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ เช่นเดียวกับ งานวิจัยของ Fahrizal et al. (2021) พบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นการจัดหาข้อมูลสำหรับการบริหารจัดการ ต้นทุนและการปันส่วนทรัพยากรของกิจการ ซึ่งช่วยส่งเสริมให้การดำเนินธุรกิจมีประสิทธิภาพ และสามารถเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจที่ยั่งยืน

จากผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า ข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นข้อมูลทางธุรกิจที่จำเป็นซึ่งช่วยให้ผู้บริหารสามารถประเมินช่องทางและอุปสรรคทางธุรกิจได้อย่างถูกต้อง และสามารถนำมาปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวนซึ่งช่วยเสริมศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการ

นอกจากนั้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลยังพบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน ($\beta=0.501$, $p\text{-value}<0.001$) ซึ่งยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ H_{1d} จึงอธิบายได้ว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นแนวคิดในการรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจที่ผู้บริหารสามารถนำมาสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ และส่งเสริมให้ผลการดำเนินงานของกิจการด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wajdi and Arsjah (2019) และ Mohua, Yusoff, and Hafiz (2022) ที่กล่าวว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่า ที่ผู้บริหารนำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับบริหารจัดการองค์กรที่ส่งเสริมให้เกิดผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ เช่นเดียวกับ งานวิจัยของ Phomlaphatrachakorn and Na-Kalasinth (2020) ที่พบว่า การใช้ข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ช่วยให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยส่งเสริมให้ผลการดำเนินงานของกิจการเพิ่มขึ้น

จากผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นแนวคิดในการรวบรวมข้อมูลที่มีขอบเขตครอบคลุมทั้งสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั่วไป ข้อมูลทางเทคโนโลยี ข้อมูลสภาพแวดล้อมทางการตลาด และข้อมูลทางธุรกิจในอนาคต จึงทำให้ข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ สามารถนำมาใช้ประกอบการบริหารจัดการองค์กรที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนของกิจการได้

4.7.2 วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 เพื่อทดสอบอิทธิพลของกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีต่อความสามารถทางการแข่งขันของกิจการ

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ H_2 และ H_3 จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน ($\beta=0.356$; $p\text{-value}<0.001$) จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ H_2 สามารถอธิบายได้ว่า กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม เป็นแนวทางการดำเนินงานที่ให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือวิธีการทางธุรกิจใหม่ ๆ เพื่อส่งเสริมศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการให้เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ

Prajogo (2016) ที่กล่าวว่า การดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมส่งผลทำให้การดำเนินธุรกิจของกิจการมีความแตกต่างและโดดเด่นเพิ่มมากขึ้น และงานวิจัยของ Alonso-Almeida et al. (2015) ที่พบว่า กลยุทธ์เชิงรุกที่มุ่งเน้นการแสวงหาตลาดและลูกค้าใหม่เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ช่วยเสริมศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการให้เพิ่มขึ้น เนื่องจาก กลยุทธ์ทางธุรกิจในลักษณะนี้มีความยืดหยุ่นสูง และสามารถปรับตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวนในปัจจุบันได้ ซึ่งช่วยให้กิจการสามารถรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด และเพิ่มศักยภาพในการแสวงหาตลาดใหม่ ๆ ได้ ดังนั้น จากผลการวิจัยนี้ แสดงให้เห็นว่า กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมจะช่วยพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ เนื่องจาก เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มุ่งเน้นการผลิตสินค้าหรือให้บริการที่มีความแตกต่างทั้งด้านคุณภาพและลักษณะ และสามารถจัดหาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้

ในส่วนของการทดสอบอิทธิพลของกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพที่มีต่อความสามารถทางการแข่งขัน พบว่า กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพไม่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขัน ($\beta=0.096$, $p\text{-value}>0.05$) จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ H_3 สามารถอธิบายได้ว่า กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ เป็นแนวทางในการดำเนินงานที่ไม่สามารถส่งเสริมศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการให้เพิ่มขึ้นได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Yoshikuni and Albertin (2018) ที่กล่าวว่า กลยุทธ์ทางธุรกิจที่ถูกกำหนดขึ้นในสถานการณ์ที่ถูกบังคับให้มีการเปลี่ยนแปลง หรือกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ไม่ส่งเสริมให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นได้นั้น เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ทำให้ศักยภาพทางการแข่งขันและผลลัพธ์ทางธุรกิจโดยรวมของกิจการลดลง และงานวิจัยของ Wongchaiya and Pheunpha (2018) ที่พบว่า กลยุทธ์ทางธุรกิจที่ไม่สามารถสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ได้ เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ทำให้กิจการไม่สามารถผลิตสินค้าหรือบริการที่มีความโดดเด่นและมีความแตกต่างอันเป็นเอกลักษณ์ของกิจการได้ เนื่องจาก ความคาดหวังของลูกค้าในปัจจุบันให้ความสำคัญกับคุณภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์มากกว่าความได้เปรียบทางด้านราคา จึงทำให้กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพเพียงอย่างเดียวไม่สามารถพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ เช่นเดียวกับ งานวิจัยของ Sugiyarti and Asmillia (2020) ที่กล่าวว่า กลยุทธ์ทางธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการเป็นผู้นำด้านต้นทุนและด้านราคา ไม่สามารถส่งเสริมให้ศักยภาพทางธุรกิจของกิจการให้เพิ่มขึ้น ดังนั้น จากผลการศึกษารูปได้ว่า กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่ไม่สามารถเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของกิจการได้ เนื่องจาก เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการบริหารจัดการต้นทุน และการใช้ทรัพยากรของกิจการให้เกิดประสิทธิภาพมากกว่าการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ใช้ในการดำเนินงาน จึงทำให้กลยุทธ์ทางธุรกิจที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ ไม่สามารถสร้างความแตกต่างหรือคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการ

4.7.3 วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 3 เพื่อทดสอบอิทธิพลของความสามารถทางการแข่งขันที่มีต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 3 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ H₄ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความสามารถทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ ($\beta=0.390$, $p\text{-value}<0.001$) ซึ่งยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ H₄ จึงอธิบายได้ว่า ความสามารถทางการแข่งขัน เป็นศักยภาพทางธุรกิจของกิจการที่เหนือกว่าคู่แข่ง ที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hossain et al. (2022) ที่กล่าวว่า ความสามารถทางการแข่งขันเกิดจากศักยภาพของกิจการ ในการนำเอาทรัพยากรที่มีคุณค่ามาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อกำหนดตำแหน่งทางการตลาดให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด จนส่งผลต่อผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ดีเยี่ยมของกิจการ และงานวิจัยของ Rahab et al. (2016) พบว่า ความสามารถทางการแข่งขัน เป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างให้เกิดผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการได้ เช่นเดียวกับ งานวิจัยของ Valdiansyah and Augustine (2021) ที่พบว่า ความสามารถทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง จะช่วยให้กิจการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง ในสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง ซึ่งส่งเสริมให้ผลลัพธ์ทางธุรกิจเพิ่มขึ้น ดังนั้น ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า ความสามารถทางการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น ก่อให้เกิดผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ เนื่องจาก ความสามารถทางการแข่งขันเป็นศักยภาพของกิจการในการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ ทำให้กิจการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

4.7.4 วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 4 เพื่อทดสอบบทบาทคั่นกลางของกลยุทธ์ทางธุรกิจและความสามารถทางการแข่งขัน

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 4 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ H_{5a} - H_{5c} จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน ($\beta=0.348$, $p\text{-value}<0.05$) และการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถทางการแข่งขัน โดยผ่านกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม ($\beta=0.288$, $p\text{-value}<0.001$) จึงกล่าวได้ว่า กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมเป็นตัวแปรคั่นกลางที่มีอิทธิพลบางส่วนต่อความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ H_{5a} สามารถอธิบายได้ว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นแนวคิดในการรวบรวมข้อมูล ที่ช่วยส่งเสริมให้กิจการเกิดความสามารถทางการแข่งขันได้โดยตรง ในขณะเดียวกัน กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมที่เกิดจากการนำเอาข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มาใช้ในการตัดสินใจ ก็เป็นสื่อกลางที่ทำให้เกิดความสามารถทางการแข่งขันของกิจการได้เช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Koçyiğit and Tabak (2020) ที่พบว่า กลยุทธ์ทางธุรกิจสามารถเชื่อมโยงทรัพยากรภายในกิจการและช่วยทำให้ความสามารถทางการแข่งขันของกิจการเพิ่มขึ้น และงานวิจัยของ Correia et al. (2021) พบว่า

กลยุทธ์ทางธุรกิจเป็นสื่อกลางความสัมพันธ์ระหว่างการติดตามข้อมูลทางธุรกิจและประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการ เช่นเดียวกับ งานวิจัยของ Herzallah et al. (2017) ที่พบว่า กลยุทธ์ทางธุรกิจมีบทบาทคั่นกลางอิทธิพลของการติดตามข้อมูลด้านลูกค้าที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของกิจการ ดังนั้น จากผลการวิจัยนี้ แสดงให้เห็นว่า กิจการที่มีดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมที่ถูกกำหนดขึ้นจากการใช้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่รอบด้าน เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่สามารถเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันได้ เนื่องจาก การกำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมมีการนำเอาข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจ ข้อมูลด้านเทคโนโลยี ข้อมูลด้านการตลาด และข้อมูลทางธุรกิจที่จะเกิดขึ้นในอนาคตมาวิเคราะห์อย่างรอบด้าน จึงทำให้กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมเหมาะสมต่อการดำเนินงานในสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวนในปัจจุบัน โดยกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมเป็นแนวทางในการดำเนินงานที่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาสินค้าหรือบริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งสาเหตุที่ทำให้สินค้าหรือบริการของกิจการได้รับความสนใจจากลูกค้าที่มีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่า ทั้งด้านคุณภาพและลักษณะที่แตกต่างจากสินค้าหรือบริการทั่วไป จึงส่งผลทำให้กิจการที่ใช้กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมมีความสามารถทางการแข่งขันเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลยังพบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ไม่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถทางการแข่งขัน โดยผ่านกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ ($\beta=0.072$, $p\text{-value}>0.05$) จึงกล่าวได้ว่า กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพไม่เป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ H_{5b} สามารถอธิบายได้ว่า กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพไม่ได้เป็นแนวทางในการดำเนินงานที่มีอิทธิพลในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขัน โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yoshikuni and Albertin (2018) ที่กล่าวว่า กลยุทธ์ทางธุรกิจบางประเภทไม่สามารถส่งเสริมคุณค่าของทรัพยากรในการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการได้ โดยเฉพาะกลยุทธ์ที่ไม่ได้ส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ ซึ่งการใช้กลยุทธ์ดังกล่าวจะส่งผลทำให้ผลลัพธ์ทางธุรกิจในภาพรวมของกิจการลดลง และงานวิจัยของ Sugiyarti and Asmilina (2020) ที่พบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ไม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกิจการเมื่อผ่านกลยุทธ์ทางธุรกิจ หรือกลยุทธ์ทางธุรกิจไม่สามารถส่งเสริมลักษณะของข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีผลต่อการดำเนินงานได้

ในขณะเดียวกัน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลยังพบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน ($\beta=0.501$, $p\text{-value}<0.001$) และการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน โดยผ่านความสามารถทางการแข่งขัน ($\beta=0.136$, $p\text{-value}<0.05$) สรุปได้ว่า ความสามารถทางการแข่งขันเป็นตัวแปรคั่นกลางที่มีอิทธิพลบางส่วนต่อความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ H_{5c} ทำให้อธิบายได้ว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นแนวคิดในการรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจที่ผู้บริหารใช้สำหรับการบริหาร

จัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ จนส่งผลทำให้ผลการดำเนินงานในภาพรวมของกิจการบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืน และในขณะเดียวกัน ความสามารถทางการแข่งขันก็เป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการใช้ข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ในการตัดสินใจทางธุรกิจ จนส่งผลทำให้กิจการเกิดศักยภาพทางธุรกิจที่เหนือกว่าคู่แข่ง และส่งผลต่อการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการได้เช่นกัน โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ferreira et al. (2021) ที่กล่าวว่า ความสามารถทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของกิจการมีความเกี่ยวข้องกัน โดยความสามารถทางการแข่งขันมีส่วนช่วยส่งเสริมให้เกิดผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ และงานวิจัยของ Thapayom (2021) พบว่า ความสามารถทางการแข่งขันมีอิทธิพลคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ เช่นเดียวกับ งานวิจัยของ Phomlaphatrachakorn (2018) พบว่า ความสามารถทางการแข่งขันด้านประสิทธิภาพของต้นทุนมีอิทธิพลคั่นกลางความสัมพันธ์ของการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์และความสามารถในการทำกำไรของกิจการ จากผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า ความสามารถทางการแข่งขัน เป็นศักยภาพของกิจการในการบริหารจัดการองค์กร ซึ่งกิจการที่มีการนำเอาข้อมูลสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน จะทำให้ผู้บริหารของกิจการสามารถคาดการณ์และวิเคราะห์สถานการณ์ทางเศรษฐกิจได้อย่างรอบด้านและชัดเจน จนสามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม ซึ่งส่งผลทำให้กิจการมีศักยภาพทางแข่งขันและบรรลุเป้าหมายการดำเนินงานที่ยั่งยืนได้

4.7.5 วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 5 เพื่อทดสอบบทบาทกำกับของวัฒนธรรมการแข่งขันและความสามารถในการเรียนรู้

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 5 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ H_{6a} และ H_{6b} จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ($\beta=0.423$, $p\text{-value}<0.001$) และวัฒนธรรมการแข่งขัน ($\beta=0.248$, $p\text{-value}<0.001$) มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขัน ($R^2=0.351$) แต่พบว่าตัวแปรปฏิสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์กับวัฒนธรรมการแข่งขันไม่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขัน ($\beta=0.004$, $p\text{-value}>0.05$) จากผลการวิจัยนี้ สรุปได้ว่า วัฒนธรรมการแข่งขันไม่เป็นตัวแปรกำกับที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันของกิจการ จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ H_{6a} สามารถอธิบายได้ว่า วัฒนธรรมการแข่งขันไม่สามารถเสริมอิทธิพลหรือทำให้ค่าอิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันเพิ่มขึ้น โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tsou and Chen (2022) ที่พบว่า วัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นผลการดำเนินงานไม่สามารถส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างองค์ความรู้ของกิจการและนวัตกรรมบริการได้ และงานวิจัยของ Gopalakrishnan and Zhang (2017) พบว่า วัฒนธรรมที่มุ่งเน้นผลการดำเนินงานไม่ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลด้านลูกค้าและความสามารถในการดำเนินงานด้านนวัตกรรมของกิจการให้เพิ่มขึ้นได้ เช่นเดียวกับ งานวิจัยของ B. J. A. Ali et al. (2016) ที่พบว่า วัฒนธรรมองค์กรไม่ได้ช่วยส่งเสริม

อิทธิพลของคุณภาพของข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลลัพธ์ทางธุรกิจของกิจการได้จากผลการวิจัยนี้จึงแสดงให้เห็นว่า วัฒนธรรมการแข่งขันไม่ใช่ปัจจัยที่เสริมอิทธิพลข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความสามารถทางการแข่งขันของกิจการให้เพิ่มขึ้น เนื่องจากวัฒนธรรมการแข่งขันเป็นลักษณะของบุคลากร ซึ่งเกิดจากนโยบายในการบริหารทรัพยากรบุคคลของกิจการที่มุ่งเน้นให้บุคลากรเล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขัน ซึ่งไม่ได้เกิดจากการใช้ข้อมูลทางธุรกิจโดยตรง ดังนั้น วัฒนธรรมการแข่งขันจึงไม่สามารถเสริมศักยภาพของทรัพยากรของกิจการในการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันได้ (Waheed et al., 2021)

นอกจากนั้น ผลการวิเคราะห์ยังพบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ($\beta=0.259$, $p\text{-value}<0.001$) และความสามารถในการเรียนรู้ ($\beta=0.553$, $p\text{-value}<0.001$) มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน ($R^2=0.569$) แต่พบว่า ตัวแปรปฏิสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถในการเรียนรู้ไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน ($\beta=0.046$, $p\text{-value}<0.05$) จึงกล่าวได้ว่าความสามารถในการเรียนรู้ไม่เป็นตัวแปรกำกับที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ H_{6b} สามารถอธิบายได้ว่า ความสามารถในการเรียนรู้ไม่สามารถเสริมอิทธิพลหรือทำให้ค่าอิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนเพิ่มขึ้นได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Migdadi (2021) ที่กล่าวว่า ความสามารถในการเรียนรู้ไม่สามารถทำให้อิทธิพลของความสามารถทางธุรกิจของกิจการส่งผลต่อผลลัพธ์ทางธุรกิจให้เพิ่มขึ้นได้ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Altinay et al. (2016) ที่พบว่า ความสามารถในการเรียนรู้ของกิจการไม่สามารถที่ทำให้อัตราการเติบโตของกิจการเพิ่มขึ้น และไม่ได้เป็นตัวแปรที่สนับสนุนความสามารถของกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีต่อการสร้างความเติบโตของกิจการ ดังนั้น จากผลการวิจัยนี้ แสดงให้เห็นว่าความสามารถในการเรียนรู้ของกิจการไม่ได้เป็นตัวแปรที่สามารถเสริมอิทธิพลของข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีผลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ เนื่องจาก ความสามารถในการเรียนรู้ เป็นปัจจัยที่ช่วยให้บุคลากรสามารถสร้างองค์ความรู้ที่ดีให้เกิดขึ้นภายในกิจการ ซึ่งความสามารถในการเรียนรู้นั้นเป็นทักษะและความเชี่ยวชาญของบุคลากรในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการปฏิบัติงานให้เหมาะสมกับความผันผวนของสถานการณ์ทางเศรษฐกิจได้อย่างรวดเร็ว จึงทำให้ความสามารถในการเรียนรู้ไม่สามารถส่งเสริมความสามารถของทรัพยากรของกิจการในการก่อให้เกิดผลการดำเนินงานได้โดยตรง แต่อาจเป็นปัจจัยที่ใช้ในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่ส่งเสริมศักยภาพในการบริหารจัดการองค์กร ซึ่งทำให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ดีเยี่ยมของกิจการได้ (Zhang, Chu, Ren, & Xing, 2023)

จากแนวคิดของทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากรที่กล่าวว่า ทรัพยากรของกิจการที่มีลักษณะเป็นทรัพยากรที่สร้างมูลค่า หาไม่ได้โดยทั่วไป ไม่สามารถทำซ้ำได้ง่าย และไม่สามารถหาทรัพยากรอื่นมาทดแทนได้อย่างสมบูรณ์นั้น จะช่วยส่งเสริมให้กิจการเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ (Barney, 1991) และจากผลการศึกษาที่กล่าวข้างต้น

แสดงให้เห็นว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและมีลักษณะเฉพาะของแต่ละกิจการที่ไม่สามารถเลียนแบบได้ง่าย ซึ่งเป็นลักษณะของทรัพยากร ตามทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร จึงทำให้การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์สามารถพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งได้ เนื่องจาก ทรัพยากรดังกล่าวเกิดจากความรู้ ความสามารถและทักษะของบุคลากรที่ได้รับการถ่ายทอด และการเรียนรู้จากประสบการณ์ในการทำงาน ที่สามารถนำมากำหนดหรือออกแบบวิธีการที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยส่งเสริมศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการ และก่อให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนของกิจการได้ จึงกล่าวได้ว่า อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีผลต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนนั้น สอดคล้องกับหลักการของทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากรที่กล่าวข้างต้น



บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

บทนี้เป็นการสรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะของงานวิจัยนี้ โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อทดสอบ 1) อิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน 2) อิทธิพลของกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีต่อความสามารถทางการแข่งขัน 3) อิทธิพลของความสามารถทางการแข่งขันที่มีต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน 4) บทบาทคั่นกลางของกลยุทธ์ทางธุรกิจและความสามารถทางการแข่งขัน และ 5) บทบาทกำกับของวัฒนธรรมการแข่งขันและความสามารถในการเรียนรู้ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากประชากร กลุ่มตัวอย่างจำนวน 784 บริษัท ซึ่งได้รับแบบสอบถามตอบกลับจำนวน 200 บริษัท ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลเบื้องต้น

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ทำงานในตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายบัญชี เป็นผู้มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และมีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 20 ปี รวมทั้ง เป็นผู้ที่มีอำนาจและหน้าที่ในการวางแผนกลยุทธ์ของบริษัทและควบคุมการดำเนินงานในระดับนโยบายของบริษัท นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่เสนอขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งแรก ซึ่งเป็นบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมบริการ และมีอายุในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 20 ปี โดยจำนวนพนักงานน้อยกว่า 500 คน รวมทั้ง เป็นบริษัทที่ได้รับรางวัลด้านความเป็นเลิศทางธุรกิจ ด้านความยั่งยืน และด้านการบริหารจัดการที่ดี

ส่วนผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ กลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน วัฒนธรรมการแข่งขัน ความสามารถในการเรียนรู้ และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์อยู่ในระดับมาก โดยเห็นว่าการนำเสนอข้อมูลในอนาคตเป็นข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์มากที่สุด และความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมและกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกับ ความสามารถทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งโดยรวมอยู่ในระดับมาก รวมถึง วัฒนธรรมการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนความสามารถในการเรียนรู้โดยรวมอยู่ในระดับมาก และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนโดยรวม

อยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนด้านสังคมเป็นผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความสำคัญมากที่สุด

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 พบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ ความสามารถทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน ซึ่งยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ H_{1a}-H_{1d} จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นข้อมูลทางธุรกิจที่ผู้บริหารใช้ประกอบการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจที่เหมาะสมกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวนรวมทั้ง ใช้ในการวางแผนเชิงกลยุทธ์และการบริหารจัดการองค์กรให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนได้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 พบว่า กลยุทธ์ทางธุรกิจที่มุ่งเน้นนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการแข่งขัน โดยยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ H₂ แต่กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพไม่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ H₃ นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 3 พบว่า ความสามารถทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน ซึ่งยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ H₄ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ความสามารถทางการแข่งขันเป็นศักยภาพทางธุรกิจของกิจการ โดยความสามารถทางการแข่งขันเกิดจากการใช้กลยุทธ์ทางธุรกิจที่มุ่งเน้นนวัตกรรมเป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจ เพื่อพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งซึ่งช่วยส่งเสริมผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนของกิจการได้ เนื่องจาก เป็นกลยุทธ์ที่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 4 พบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน และการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถทางการแข่งขัน โดยผ่านกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม จึงสรุปว่า กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมเป็นตัวแปรคั่นกลางที่มีอิทธิพลบางส่วน (Partial mediator) ต่อความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขัน โดยยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ H_{5a} อย่างไรก็ตาม การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ไม่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถทางการแข่งขันเมื่อผ่านกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ จึงสรุปได้ว่า กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพไม่มีบทบาทคั่นกลางของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ H_{5b} ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจเป็นแนวทางการดำเนินงานที่ถูกกำหนดขึ้นจากการนำเอาข้อมูลทางธุรกิจที่ครอบคลุมเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจทั้งในปัจจุบันและอนาคตมาใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ โดยกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มุ่งเน้น การสร้างนวัตกรรมช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการได้

นอกจากนั้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลยังพบว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน และการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน โดยผ่านความสามารถทางการแข่งขัน จึงสรุปได้ว่าความสามารถทางการแข่งขันเป็นตัวแปรคั่นกลางที่มีอิทธิพลบางส่วน (Partial mediator) ต่อความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน โดยยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ H_{5c} ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ความสามารถทางการแข่งขัน เกิดจากการนำข้อมูลทางธุรกิจอย่างรอบด้านมาใช้ในการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งช่วยส่งเสริมให้ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการเพิ่มขึ้นได้

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 5 พบว่า ตัวแปรปฏิสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และวัฒนธรรมการแข่งขันไม่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขัน จึงสรุปได้ว่า วัฒนธรรมการแข่งขันไม่มีบทบาทกำกับที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์กับความสามารถทางการแข่งขัน นอกจากนี้ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถในการเรียนรู้ไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน จึงสรุปได้ว่า ความสามารถในการเรียนรู้ไม่มีบทบาทกำกับที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์กับผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ H_{6a} และ H_{6b} ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า วัฒนธรรมการแข่งขัน เป็นทัศนคติหรือธรรมเนียมปฏิบัติของบุคลากรภายในกิจการ เช่นเดียวกับ ความสามารถในการเรียนรู้ เป็นทักษะและความสามารถของบุคลากรในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โดยทั้งวัฒนธรรมการแข่งขันและความสามารถในการเรียนรู้ไม่ได้เกิดจากการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรของกิจการ แต่เกิดจากวิธีการในการหล่อหลอมและพัฒนาบุคลากรให้เล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติที่สร้างความเป็นเลิศให้แก่กิจการ

ตารางที่ 5.1 สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สรุปผลการวิจัย
วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 ทดสอบอิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ		
H _{1a}	ยอมรับ	<p>การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม (H_{1a}) กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ (H_{1b}) ความสามารถทางการแข่งขัน (H_{1c}) และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน (H_{1d})</p> <p>สรุปได้ว่า การใช้ข้อมูลทางธุรกิจที่ถูกรวบรวมตามแนวคิดของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เพิ่มขึ้นนั้น ช่วยให้การกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจมีความเหมาะสม และช่วยส่งเสริมความสามารถในการดำเนินงานและทำให้ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการเพิ่มขึ้น</p>
H _{1b}	ยอมรับ	
H _{1c}	ยอมรับ	
H _{1d}	ยอมรับ	
วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 ทดสอบอิทธิพลของกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีต่อความสามารถทางการแข่งขันของกิจการ		
H ₂	ยอมรับ	<p>กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน (H₂) แต่กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพไม่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขัน (H₃)</p> <p>สรุปได้ว่า กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมช่วยส่งเสริมให้ศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการเพิ่มขึ้น แต่กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพไม่ได้ทำให้กิจการมีศักยภาพทางการแข่งขันเพิ่มขึ้น</p>
H ₃	ปฏิเสธ	
วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 3 ทดสอบอิทธิพลของความสามารถทางการแข่งขันที่มีต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ		
H ₄	ยอมรับ	<p>ความสามารถทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน (H₄) สรุปได้ว่า ความสามารถทางการแข่งขันเป็นศักยภาพในการดำเนินงานของกิจการที่เหนือกว่าคู่แข่งอื่น ที่ช่วยส่งเสริมให้ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการเพิ่มขึ้น</p>

ตารางที่ 5.1 สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สรุปผลการวิจัย
วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 4 ทดสอบบทบาทคั่นกลางของกลยุทธ์ทางธุรกิจและความสามารถทางการแข่งขัน		
H _{5a}	ยอมรับ	การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการแข่งขัน
H _{5b}	ปฏิเสธ	และการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถทางการแข่งขัน โดยผ่านกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม (H _{5a}) แต่การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ไม่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถทางการแข่งขัน เมื่อผ่านกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ (H _{5b})
H _{5c}	ยอมรับ	การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน และการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน โดยผ่านความสามารถทางการแข่งขัน (H _{5c})
สรุปได้ว่า กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมเป็นตัวแปรคั่นกลางที่มีอิทธิพลบางส่วน แต่กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพไม่เป็นตัวแปรคั่นกลางของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขัน และความสามารถทางการแข่งขันเป็นตัวแปรคั่นกลางที่มีอิทธิพลบางส่วนต่อการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน		

ตารางที่ 5.1 สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สรุปผลการวิจัย
วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 5 ทดสอบบทบาทกำกับของวัฒนธรรมการแข่งขันและความสามารถในการเรียนรู้		
H _{6a}	ปฏิเสธ	<p>การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และวัฒนธรรมการแข่งขันมีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขัน แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์กับวัฒนธรรมการแข่งขันไม่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขัน (H_{6a})</p> <p>การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถในการเรียนรู้มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน แต่ตัวแปรปฏิสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์กับความสามารถในการเรียนรู้ไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน (H_{6b})</p>
H _{6b}	ปฏิเสธ	<p>สรุปได้ว่า วัฒนธรรมการแข่งขันไม่เป็นตัวแปรกำกับที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และความสามารถในการแข่งขัน เช่นเดียวกับ ความสามารถในการเรียนรู้ไม่เป็นตัวแปรกำกับที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน</p>

5.2 ข้อจำกัดของการวิจัย

ข้อจำกัดของวิจัยนี้คือ การเก็บข้อมูล เนื่องจาก ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้บริหารฝ่ายบัญชี ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดเตรียมข้อมูลด้านการบัญชีและการนำเสนอการเงินต่อผู้บริหารสูงสุดของกิจการ และเปิดเผยต่อสาธารณชน ซึ่งระยะเวลาในการเก็บข้อมูลการวิจัยเป็นช่วงเวลาของการจัดทำงบการเงินเพื่อตรวจทานงบการเงินระหว่างปี รวมทั้ง จัดทำข้อมูลเพื่อยื่นภาษีกลางปี จึงทำให้อัตราการตอบกลับแบบสอบถามมีจำนวนน้อยและได้รับตอบกลับช้า ดังนั้น การทำวิจัยที่เก็บข้อมูลจากผู้มีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านบัญชี ควรกำหนดช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามให้เหมาะสม เพื่อให้ได้รับแบบสอบถามตอบกลับในอัตราที่เพียงพอและรวดเร็ว

5.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีความสำคัญอย่างมากในการเพิ่มประสิทธิภาพการตัดสินใจและการวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน ที่ช่วยส่งเสริมศักยภาพทางการแข่งขัน และทำให้ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนของกิจการเพิ่มขึ้นในบริบทของธุรกิจในประเทศไทย ซึ่งผลการวิจัยนี้สามารถเติมเต็มการศึกษาในอดีต โดยการศึกษาการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ในลักษณะที่เป็นแนวคิดในการรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจที่ครอบคลุมทั้งสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงและโดยอ้อมต่อการดำเนินธุรกิจ รวมทั้ง ข้อมูลสถานการณ์ในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของกิจการ นอกจากนี้ การทดสอบสมมติฐานของการวิจัยนี้เพื่อสรุปว่า แนวคิดของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่รวบรวมข้อมูลที่ครอบคลุมสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในทุกด้านนั้น จะช่วยสนับสนุนการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจในลักษณะที่แตกต่างกันอย่างใด และกลยุทธ์ทางธุรกิจที่แตกต่างกันนั้น จะช่วยส่งเสริมความสามารถทางการแข่งขันของกิจการด้วยหรือไม่ ดังนั้น การประยุกต์ผลการวิจัยนี้จึงประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

5.3.1 การประยุกต์ใช้เชิงทฤษฎี

การวิจัยนี้ใช้ทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากรในการพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย เพื่อทดสอบอิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีผลต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ รวมทั้ง วัฒนธรรมการแข่งขันและความสามารถในการเรียนรู้ ซึ่งเป็นลักษณะของกิจการที่ช่วยเสริมความสามารถของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ในการอธิบายความสามารถทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ โดยการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ถูกวัดด้วย การติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน ความรอบรู้ทางเทคโนโลยี ความรอบรู้ทางการตลาด และการนำเสนอข้อมูลในอนาคต และกลยุทธ์ทางธุรกิจมีการกำหนดใน 2 ลักษณะ คือ กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม และกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ

ในบริบทของประเทศไทยนั้น การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นแหล่งข้อมูลที่ช่วยให้การกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจมีความเหมาะสมกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ และยังเป็นแหล่งข้อมูลที่ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหาร ในการดำเนินงานที่เพิ่มความสามารถทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานในภาพรวมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นทรัพยากรของกิจการที่มีลักษณะเป็นข้อมูลสารสนเทศ ที่ถูกพัฒนาและออกแบบจากความรู้ ความสามารถ ทักษะและประสบการณ์ของบุคลากรของกิจการ ที่ถูกนำมาใช้ในการรวบรวมข้อมูลสารสนเทศให้เหมาะสมกับบริบทของกิจการ และสอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวนในปัจจุบัน โดยข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ เป็นทรัพยากรที่ไม่สามารถจัดหาได้ทั่วไปและมีลักษณะเฉพาะ ซึ่งมีคุณค่าที่ช่วยให้กิจการสามารถพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันที่เหนือกว่ากิจการอื่น จึงกล่าวได้ว่า การบัญชีบริหาร

เชิงกลยุทธ์เป็นทรัพยากรตามทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร ซึ่งเป็นทรัพยากรที่ช่วยส่งเสริมศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการให้เหนือกว่าคู่แข่ง และเป็นเหตุผลที่ทำให้ผลลัพธ์ทางธุรกิจของกิจการดีเยี่ยม (Dang et al., 2021)

นอกจากนั้น แนวคิดของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ยังช่วยให้สามารถกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม โดยกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมนั้นเป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจที่ช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการ แต่ในทางกลับกัน กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพไม่สามารถเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของกิจการได้ จากผลการวิจัยนี้จึงกล่าวได้ว่า การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ แต่กลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีลักษณะต่างกั้ส่งผลทำให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่แตกต่างกัน ดังนั้น กลยุทธ์ทางธุรกิจก็เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าของกิจการ เนื่องจาก เป็นแผนธุรกิจที่กิจการได้พัฒนาและออกแบบมาเพื่อช่วยให้กิจการสามารถพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันให้เหนือกว่าคู่แข่ง แต่จากผลการวิจัยในบริบทของประเทศไทยนั้นแสดงให้เห็นว่า กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและมีลักษณะเฉพาะที่ใช้เป็นแนวทางการดำเนินงานที่ช่วยส่งเสริมให้ความสามารถทางการแข่งขันของกิจการเพิ่มขึ้นซึ่งมีลักษณะของทรัพยากรตามทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร แต่กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพอาจไม่ใช่ทรัพยากรตามทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร เนื่องจาก ไม่สามารถเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของกิจการได้ จึงกล่าวได้ว่า ความสามารถทางการแข่งขันเป็นผลที่เกิดจากการใช้ทรัพยากรของกิจการในการดำเนินงานทั้งการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรม ซึ่งความสามารถทางการแข่งขันช่วยให้กิจการเกิดผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนได้

ดังนั้น ความสัมพันธ์ของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่เป็นแหล่งข้อมูลที่ช่วยสนับสนุนการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มุ่งเน้นนวัตกรรม เป็นปัจจัยที่ทำให้กิจการเกิดความสามารถทางการแข่งขัน และทำให้ผลการดำเนินงานของกิจการเกิดความยั่งยืน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมได้ จึงสอดคล้องกับแนวคิดของทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากรที่ระบุว่า ทรัพยากรภายในกิจการที่มีคุณค่า หาไม่ได้โดยทั่วไป ไม่สามารถทำซ้ำได้ง่าย และไม่สามารถหาทรัพยากรอื่นมาทดแทนได้อย่างสมบูรณ์ เป็นทรัพยากรที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานที่ดีเยี่ยมของกิจการ (Barney, 1986)

5.3.2 การประยุกต์ใช้เชิงปฏิบัติการ

1) ข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ มีความสำคัญอย่างมากต่อการวางแผนการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ เพื่อให้กิจการสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องในสภาวะการณ์ที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง ซึ่งการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ เป็นแนวคิดที่สำคัญในการรวบรวมข้อมูลสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ครอบคลุมทั้งด้านสภาพแวดล้อมการดำเนินงาน เทคโนโลยี การตลาด และข้อมูลการคาดการณ์ในระยะยาว ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่ช่วยสนับสนุนการกำหนดแนวทางการดำเนินงาน

และการสร้างความสามารถทางการแข่งขัน รวมทั้ง ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ ดังนั้น กิจการควรให้ความสำคัญกับการออกแบบการรวบรวมข้อมูลสภาพแวดล้อมทางธุรกิจอย่างครบถ้วน และต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหาร และปรับปรุงการดำเนินงานให้สามารถแข่งขันและอยู่รอดได้ในสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวน

2) กลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีลักษณะแตกต่างกัน ทำให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่แตกต่างกัน โดยกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ เป็นแนวทางการดำเนินงานที่ช่วยทำให้กิจการเกิดความสามารถทางการแข่งขันในสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน และส่งเสริมให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืนของกิจการได้ แต่กลยุทธ์ที่ให้ความสำคัญกับการรักษาประสิทธิภาพในการดำเนินงานอาจไม่ช่วยทำให้ความสามารถทางการแข่งขันของกิจการเพิ่มขึ้นได้ ในบริบทของประเทศไทย เนื่องจาก กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมนั้น เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เหนือกว่า กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพเพียงอย่างเดียว ดังนั้น ผู้บริหารของกิจการต้องคำนึงถึงลักษณะข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจและรูปแบบของกลยุทธ์ทางธุรกิจที่กำหนดขึ้นให้เหมาะสมกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน เพื่อช่วยให้ผู้บริหารนำมาใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม และส่งเสริมความสามารถทางการแข่งขันของกิจการได้อย่างยั่งยืน

5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยที่พัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรมในอดีต เพื่อทำการศึกษาเพิ่มเติมและต่อยอดองค์ความรู้ และเป็นแนวทางในการประยุกต์ใช้ทั้งในเชิงทฤษฎี และเชิงปฏิบัติ โดยจากผลการวิจัยผู้วิจัยได้ทำการเสนอแนะในประเด็นที่สำคัญสำหรับการวิจัยต่อไป ดังนี้

5.4.1 ผลการวิจัยนี้เป็นการยืนยันว่าการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่วัดด้วยองค์ประกอบของการติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน ความรอบรู้ทางเทคโนโลยี ความรอบรู้ทางการตลาด และการนำเสนอข้อมูลในอนาคต ซึ่งถือได้ครอบคลุมข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อโดยตรงและโดยอ้อมต่อการดำเนินงานของกิจการในปัจจุบัน แต่เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีความผันผวนอยู่ตลอดเวลาจึงทำให้มีเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมากมาย ดังนั้น การวิจัยในอนาคตควรทำการศึกษาองค์ประกอบอื่น ๆ เพิ่มเติม อาทิเช่น การติดตามสภาวะด้านสิ่งแวดล้อมหรือการบัญชีสิ่งแวดล้อม การติดตามแนวโน้มในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัลขั้นสูง เป็นต้น

5.4.2 ผลการวิจัยนี้เป็นการทดสอบภาพรวมของการนำเอาข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มาใช้กำหนดแนวทางการดำเนินงานและการบริหารจัดการองค์กร ดังนั้น การวิจัยในอนาคตควรทดสอบแยกรายด้าน เพื่อยืนยันว่าแต่ละองค์ประกอบของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นข้อมูลที่สามารถนำมาสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้

5.4.3 การวิจัยนี้เป็นการศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้างเพื่ออธิบายอิทธิพลเชิงสาเหตุของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีผลต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนเป็นการศึกษาในบริบทของประเทศไทยเท่านั้น ซึ่งอาจไม่เหมาะสมในการนำไปวิเคราะห์กับการดำเนินธุรกิจของบริษัทของประเทศอื่น ดังนั้น การวิจัยในอนาคตควรทำการเปรียบเทียบแบบจำลองสมการโครงสร้างระหว่างกิจการในภูมิภาคที่แตกต่างกัน เพื่อยืนยันผลการวิเคราะห์ของแบบจำลองสมการโครงสร้างของการวิจัยนี้

5.4.4 ตามทฤษฎีมุมมองฐานความรู้ เป็นหลักการที่อธิบายว่าความรู้และความเชี่ยวชาญของบุคลากรภายในกิจการสามารถส่งเสริมศักยภาพในการดำเนินธุรกิจได้ ดังนั้น การวิจัยในอนาคตควรทำการทดสอบบทบาทกำกับของวัฒนธรรมการแข่งขันและความสามารถในการเรียนรู้ที่ช่วยเสริมความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทุกตัวแปรตามกรอบแนวคิดการวิจัยนี้ เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่ชัดเจนเกี่ยวกับบทบาทของวัฒนธรรมการแข่งขันและความสามารถในการเรียนรู้

5.4.5 การวิจัยนี้ได้พัฒนาขึ้นมาจากทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร เพื่อทดสอบอิทธิพลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ซึ่งเป็นทรัพยากรของกิจการที่มีผลลัพธ์ทางธุรกิจในลักษณะต่าง ๆ แต่จากการทบทวนวรรณกรรมในอดีตนั้น พบว่า การศึกษาเกี่ยวกับการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อผลลัพธ์ทางธุรกิจของกิจการที่มีการนำเอาทฤษฎีหรือแนวคิดอื่น ๆ มาใช้เป็นแนวคิดพื้นฐาน ดังนั้น การวิจัยในอนาคตควรทำการศึกษาตามแนวคิดหรือทฤษฎีอื่น ๆ เพิ่มเติม อาทิเช่น ทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic capability theory) ทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์ (Contingency theory) ทฤษฎีการตัดสินใจที่มีข้อจำกัด (Bounded Rationality theory) เป็นต้น เพื่อให้ได้ผลการศึกษาและองค์ความรู้ในเชิงวิชาการที่มีความหลากหลาย



รายการอ้างอิง

รายการอ้างอิง

- กรไชย พรภักดิ์สรชกร. (2565). *นวัตกรรมการบัญชีเพื่อการจัดการเชิงกลยุทธ์*. มหาสารคาม: ตักสิลาการพิมพ์.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2562). *การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สามลดา.
- ฐณัฐ วงศ์สายเชื้อ. (13 กันยายน 2563). การสร้างตัวแปร Mean centering [วีดิทัศน์โปสต์ในบล็อก]. สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=PRkhKCWW1g4>
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2566). *รายชื่อบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. สืบค้นจาก <https://classic.set.or.th/th/company/companylist.html>.
- ธีระดา ภิญโญ. (2561). เทคนิคการแปลผลการวิเคราะห์องค์ประกอบสำหรับงานวิจัย. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*. 10(พิเศษ), 292-304.
- พงษ์ศักดิ์ ชิมมอนต์ส. (2560). การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นตรง. *วารสารวิจัยและพัฒนาหลักสูตร*, 7(2) กรกฎาคม-ธันวาคม, 20-37.
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2557). *การวิเคราะห์สถิติหลายตัวแปรสำหรับงานวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2563). *การวิเคราะห์สถิติหลายตัวแปรด้วย SPSS*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เรวัต ต้นตยานนท์, (31 พฤษภาคม 2560). ไตรก่าไรสุทธิ. *กรุงเทพธุรกิจ*. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/116339>
- ละเอียด ศิลาน้อย, และกันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ. (2562). การใช้มาตรฐานค่าในการศึกษาวิจัยทางสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ การโรงแรม และการท่องเที่ยว. *วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 8, 112-126.
- อภิชาติ คุณวัฒน์บัณฑิต. (2561). *ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติของประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)*. สืบค้นจาก https://www.researchgate.net/publication/339167415_payhathangkdhmaykeiywkabkarcadthayuththsastrchatikhngprathesthiy_LEGAL_PROBLEMS_ON_NATIONAL_STRATEGIES_PREPARATION_ACT_BE_2560_2017

- Abdullah, N. H. N., Said, J., Rahman, I. K. A., & Matd, T. Z. T. (2020). Strategic management accounting practice as a mediating role between strategy formation capability and value creation. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(11), 405-429.
- Agustian, K., Mubarak, E. S., Zen, A., Wiwin, W., & Malik, A. J. (2023). The impact of digital transformation on business models and competitive advantage. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 1(2), 79-93. doi:10.61100/tacit.v1i2.55
- Alamri, A. M. (2019). Association between strategic management accounting facets and organizational performance. *Baltic Journal of Management*, 14(2), 212-234. doi:10.1108/bjm-12-2017-0411
- Aldehayyat, J. S. (2015). Environmental scanning in business organisations. *Management Research Review*, 38(5), 459-481. doi:10.1108/mrr-02-2014-0032
- Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). Business strategy: The influence of strategic competitiveness on competitive advantage. *International Journal of Electrical, Electronics and Computers*, 6(2), 1-10. doi:10.22161/eec.62.1
- Ali, B. J. A., Omar, W. A. W., & Bakar, R. (2016). Accounting information system (AIS) and organizational performance: Moderating effect of organizational culture. *International Journal of Economics, Commerce and Management* 5(4), 138-158. Retrieved from <http://ijecm.co.uk/>
- Ali, G. A., Hilman, H., & Gorondutse, A. H. (2020). Effect of entrepreneurial orientation, market orientation and total quality management on performance. *Benchmarking: An International Journal*, 27(4), 1503-1531. doi:10.1108/bij-08-2019-0391
- Alonso-Almeida, M. d. M., Bremser, K., & Llach, J. (2015). Proactive and reactive strategies deployed by restaurants in times of crisis. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(7), 1641-1661. doi:10.1108/ijchm-03-2014-0117
- Alsoboa, S. S., & Alalaya, M. M. (2015). Practices of competitor accounting and its influence on the competitive advantages: An empirical study in Jordanian manufacturing companies *Global Journal of Management and Business Research: D Accounting and Auditing*, 15(3), 12-23.

- Altinay, L., Madanoglu, M., De Vita, G., Arasli, H., & Ekinici, Y. (2016). The interface between organizational learning capability, entrepreneurial orientation, and SME growth. *Journal of Small Business Management*, 54(3), 871-891. doi:10.1111/jsbm.12219
- Alzoubi, A. (2021). The impact of process quality and quality control on organizational competitiveness at 5-star hotels in Dubai. *International Journal of Technology, Innovation and Management*, 1(1), 57-72. Retrieved from <https://journals.gaftim.com/index.php/ijtim/issue/view/1>
- Amiri, N. S., Shirkavand, S., Chalak, M., & Rezaeei, N. (2017). Competitive intelligence and developing sustainable competitive advantage. *AD-minister*, 173-194. doi:10.17230/ad-minister.30.9
- An, J., Kim, K., Mortara, L., & Lee, S. (2018). Deriving technology intelligence from patents: Preposition-based semantic analysis. *Journal of Informetrics*, 12(1), 217-236. doi:10.1016/j.joi.2018.01.001
- Anning-Dorson, T. (2018). Innovation and competitive advantage creation. *International Marketing Review*, 35(4), 580-600. doi:10.1108/imr-11-2015-0262
- Anwar, J., & Hasnu, S. A. F. (2016). Business strategy and firm performance: a multi-industry analysis. *Journal of Strategy and Management*, 9(3), 361-382. doi:10.1108/jsma-09-2015-0071
- Armstrong, J. S., & Overton, T. S. (1977). Estimating nonresponse bias in mail surveys. *Journal of Marketing Research*, 14, 396-402. Retrieved from https://repository.upenn.edu/marketing_papers
- Arokodare, M. A., Asikhia, O. U., & Makinde, G. O. (2019). Strategic agility and firm performance: The moderating role of organisational *Business Management Dynamics*, 9(3), 1-12.
- Asikhia, O. A., Magaji, N., & Muritala, A. S. (2019). Technological intelligence and organisational performance: Moderating role of process innovation. *Open Journal of Economics and Commerce*, 2(1), 25-31.
- Bansal, M., & Bashir, H. A. (2023). Business strategy and classification shifting: Indian evidence. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 13(1), 69-92. doi:10.1108/jaee-03-2021-0099

- Barbosa, M. W., Ladeira, M. B., de Oliveira, M. P. V., de Oliveira, V. M., & de Sousa, P. R. (2022). The effects of internationalization orientation in the sustainable performance of the agri-food industry through environmental collaboration: An emerging economy perspective. *Sustainable Production and Consumption*, 31, 407-418. doi:10.1016/j.spc.2022.03.013
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Barney, J. (1986). Organizational culture: Can it be a source of sustained competitive advantage?. *Academy of Management Review*, 11(3), 656-665.
- Berliantiningrum, R., Sunaryanto, H., & Pratikto, H. H. (2017). The effect of strategic management and strategic management accounting system on the performance of manufacturing companies in east Java (Using the perspective of institutional theory). *International Journal of Business, Economics and Law*, 12(1), 44-51.
- Bravo, F. (2016). Forward-looking disclosure and corporate reputation as mechanisms to reduce stock return volatility. *Revista de Contabilidad*, 19(1), 122-131. doi:10.1016/j.rcsar.2015.03.001
- Carson, G., O'Connor, C., & Simmons, G. (2020). The crucial role of market intelligence in the development of small business marketing capabilities. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 27(5), 797-816. doi:10.1108/jsbed-12-2019-0394
- Chahal, H., & Bakshi, P. (2015). Examining intellectual capital and competitive advantage relationship. *International Journal of Bank Marketing*, 33(3), 376-399. doi:10.1108/ijbm-07-2013-0069
- Correia, R. J., Dias, J. G., & Teixeira, M. S. (2021). Dynamic capabilities and competitive advantages as mediator variables between market orientation and business performance. *Journal of Strategy and Management*, 14(2), 187-206. doi:10.1108/jsma-12-2019-0223
- Dai, W., Arnulf, J. K. K., lao, L., Liang, M., & Dai, H. (2021). Developing a measurement scale for organizational learning capabilities in China. *Nankai Business Review International*, 12(3), 434-457. doi:10.1108/nbri-04-2020-0015

- Dalwai, T., & Salehi, M. (2021). Business strategy, intellectual capital, firm performance, and bankruptcy risk: evidence from Oman's non-financial sector companies. *Asian Review of Accounting*, 29(3), 474-504. doi:10.1108/ara-01-2021-0008
- Dang, L. A., Le, T. M. H., Le, T. H., & Pham, T. B. T. (2021). The effect of strategic management accounting on business performance of sugar enterprises in Vietnam. *Accounting*, 7, 1085-1094. doi:10.5267/j.ac.2021.2.031
- Dibua, E. C., Chiekezie, O. M., Chinelo, N. S., & Maureen, O. N. (2023). Environmental scanning and performance of brewing firms in South-East, Nigeria. *Journal of Public Administration, Policy and Governance Research*, 1(3), 22-34. Retrieved from <https://jppagr.com/index.php/research>
- Ditkaew, K. (2023). Strategic Management Accounting on Competitive Advantage. *International Journal of Asian Business and Information Management*, 14(1), 1-17. doi:10.4018/ijabim.321193
- Egbunike, F. C., Ogbodo, O. C. Y., & Onyali, C. I. (2014). Utilizing strategic management accounting techniques (SMATs) for sustainability performance measurement. *Research Journal of Finance and Accounting* 5(13), 140-153.
- Fahrizal, A., Lindrianasari, Yuliansyah, & Dewi, F. G. (2021). The effectiveness of strategic management accounting on financial performance in the financial services sector. *Multicultural Education*, 7(1), 48-54. doi:10.5282/zenodo.5644257
- Fantasy, K., & Tipu, S. A. A. (2019). Exploring the relationships of the culture of competitiveness and knowledge development to sustainable supply chain management and organizational performance. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(6), 936-963. doi:10.1108/jeim-06-2018-0129
- Farchi, C., Touzi, B., Farchi, F., & Mousrij, A. (2021). Sustainable performance assessment: A systematic literature review. *Journal of Sustainable Development of Transport and Logistics*, 6(2), 124-142. doi:10.14254/jsdtl.2021.6-2.8
- Farida, I., & Setiawan, D. (2022). Business strategies and competitive advantage: The role of performance and innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3). doi:10.3390/joitmc8030163

- Ferreira, J., Cardim, S., & Coelho, A. (2021). Dynamic capabilities and mediating effects of innovation on the competitive advantage and firm's performance: the moderating role of organizational learning capability. *Journal of the Knowledge Economy*, 12(2), 620-644. doi:10.1007/s13132-020-00655-z
- Firmansyah, A., & Irwanto, A. (2020). Do income smoothing, forward-looking disclosure, and corporate social responsibility decrease information uncertainty. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(7), 9514-9525. doi:10.37200/IJPR/V24I7/PR270955
- Gareche, M., Hosseini, S. M., & Taheri, M. (2017). A comprehensive literature review in competitive advantages of businesses. *International Journal of Advanced Studies in Humanities and Social Science*, 6(4), 312-329. Retrieved from www.ijashss.com
- Gomes, G., Seman, L. O., Berndt, A. C., & Bogoni, N. (2022). The role of entrepreneurial orientation, organizational learning capability and service innovation in organizational performance. *Revista de Gestão*, 29(1), 39-54. doi:10.1108/rega-11-2020-0103
- Gopalakrishnan, S., & Zhang, H. (2017). Client dependence and vendor innovation: The moderating role of organizational culture. *Industrial Marketing Management*, 66, 80-89. doi:10.1016/j.indmarman.2017.07.012
- Hadi, P. (2023). Effect of product innovation on SME's performance. *International Journal of Business Ecosystem & Strategy* (2687-2293), 5(2), 47-54. doi:10.36096/ijbes.v5i2.405
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. (7th ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis*. (8th ed.). United Kingdom: Cengage Learning.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) Using R. doi:10.1007/978-3-030-80519-7

- Hendar, H., Ratnawati, A., Ab Razak, W. M. W., & Abdullah, Z. (2020). Market intelligence on business performance: The mediating role of specialized marketing capabilities. *Journal of Intelligence Studies in Business*, 10(1), 42-58. Retrieved from <https://ojs.hh.se/index.php/JISIB/article/view/519>
- Herzallah, A., Gutierrez-Gutierrez, L. J., & Rosas, J. F. M. (2017). Quality ambidexterity, competitive strategies, and financial performance: An empirical study in industrial firms. *International Journal of Operations & Production Management*, 37(10), 1496-1519. doi:10.1108/IJOPM-01-2016-0053
- Hilman, H., & Kaliappen, N. (2015). Innovation strategies and performance: are they truly linked? *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 11(1), 48-63. doi:10.1108/WJEMSD-04-2014-0010
- Hossain, M. S., Hussain, K., Kannan, S., & Nair, S. K. K. R. (2022). Determinants of sustainable competitive advantage from resource-based view: implications for hotel industry. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 5(1), 79-98. doi:10.1108/jhti-08-2020-0152
- Ilmudeen, A., & Bao, Y. (2020). IT strategy and business strategy mediate the effect of managing IT on firm performance: empirical analysis. *Journal of Enterprise Information Management*, 33(6), 1357-1378. doi:10.1108/jeim-03-2019-0068
- Jaf, R. A. S., Sabr, S. A., & Nader, K. A. (2015). Impact of management accounting techniques on achieve competitive advantage. *Research Journal of Finance and Accounting*, 6(4), 84-98. Retrieved from www.iiste.org
- Joy, V. (2020). Corporate Sustainability. *The International Journal of Social Quality*, 10(1), 87-104. doi:10.3167/ijsq.2020.100105
- Kaliappen, N., & Hilman, H. (2017). Competitive strategies, market orientation types and innovation strategies: finding the strategic fit. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 13(3), 257-261. doi:10.1108/wjemsd-11-2016-0048
- Kalkhouran, A. A. N., Nedaei, B. H. N., & Rasid, S. Z. A. (2017). The indirect effect of strategic management accounting in the relationship between CEO characteristics and their networking activities, and company performance. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 13(4), 471-491. doi:10.1108/jaoc-05-2015-0042

- Kaneko, P., & Yimruan, S. (2017). Combination of strategic management accounting implementation, organizational culture, and human resource accounting capabilities on sustainable competitive advantage: Literature review on Thai Traditional Puppetry Businesses. *PSAKU International Journal of Interdisciplinary Research*, 6(1), 67-78.
- Katsikea, E., Theodosiou, M., & Makri, K. (2019). The interplay between market intelligence activities and sales strategy as drivers of performance in foreign markets. *European Journal of Marketing*, 53(10), 2080-2108. doi:10.1108/ejm-06-2017-0402
- Kazemian, S., Abdul Rahman, R., Mohd Sanusi, Z., & Adewale, A. A. (2016). Role of market orientation in sustainable performance. *Humanomics*, 32(3), 352-375. doi:10.1108/h-03-2016-0028
- Keskin, H., Ayar Şentürk, H., Tatoglu, E., Gölgeci, I., Kalaycioglu, O., & Etliglu, H. T. (2021). The simultaneous effect of firm capabilities and competitive strategies on export performance: the role of competitive advantages and competitive intensity. *International Marketing Review*, 38(6), 1242-1266. doi:10.1108/imr-09-2019-0227
- Khan, S. H., Majid, A., Yasir, M., & Javed, A. (2021). Social capital and business model innovation in SMEs: do organizational learning capabilities and entrepreneurial orientation really matter? *European Journal of Innovation Management*, 24(1), 191-212. doi:10.1108/ejim-04-2020-0143
- Kline, R. B. (2016). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (4th ed). New York: The Guilford Press.
- Koçyiğit, Y., & Tabak, A. (2020). The interaction among organizational flexibility, competitive strategy and competitive advantage: A path analytic study. In *Agile Business Leadership Methods for Industry 4.0* (pp. 303-326).
- Lee, M., & Kim, H. (2017). Exploring the Organizational Culture's Moderating Role of Effects of Corporate Social Responsibility (CSR) on Firm Performance: Focused on Corporate Contributions in Korea. *Sustainability*, 9(10). doi:10.3390/su9101883
- Loh, Y. W., & Mortara, L. (2017). How to measure technology intelligence?. *International Journal of Technology Intelligence and Planning*, 11(3), 187-211. doi:10.1504/IJTIP.2017.085478

- March, J. G. (1991). Exploration and exploitation in organizational learning. *Organization Science*, 2(1), 71-87. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/2634940>
- Marota, R., Mulyani, S., Sukmadilaga, C., & Cahyandito, M. F. (2020). Does the quality of accounting information impact the corporate sustainability? Lesson experiences from 124 manufacturers in Java, Indonesia. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 25(12), 28-39. doi:10.5281/zenodo.4280082
- Mehmetoglu, M., & Jakobsen, T. G. (2017). *Applied statistics using stata: A guide for the social sciences*. (1st ed.). United Kingdom: SAGE Publications Inc.
- Menicucci, E. (2018). Exploring forward-looking information in integrated reporting. *Journal of Applied Accounting Research*, 19(1), 102-121. doi:10.1108/jaar-01-2016-0007
- Migdadi, M. M. (2021). Organizational learning capability, innovation and organizational performance. *European Journal of Innovation Management*, 24(1), 151-172. doi:10.1108/ejim-11-2018-0246
- Miles, R. E., Snow, C. C., Meyer, A. D., & Coleman, H. J. (1978). Organizational strategy, structure, and process. *The Academy of Management Review*, 3(3), 546-562. Retrieved from <http://links.jstor.org/sici?sici=0363-7425%28197807%293%3A3%3C546%3AOSSAP%3E2.0.CO%3B2-3>
- Mohammed, B. A. H., Maelah, R., & Amir, A. M. (2019). Strategic management accounting information and performance of private hospitals in Malaysia. *International Journal of Economics, Management and Accounting*, 27(2), 473-502.
- Mohua, M. J., Yusoff, W. F. W., & Hafiz, N. (2022). How can determinants of strategic management accounting enhance sustainable business performance? A literature review. *Empirical Economics Letters*, 21(1), 89-98.
- Motaleghi, N. A., Alikhani, R., Maranjory, M., & Samadi, M. (2023). The effects of forward-looking information disclosure on future profitability of firms. *International Journal of Finance and Managerial Accounting*, 8(30), 153-164.
- Mushref, A. M. (2014). The moderator role of organizational culture between intellectual capital and business performance: An empirical study in Iraqi industry. *Net Journal of Social Sciences*, 2(3), 82-91.

- Nartey, S. N., & Van der Poll, H. M. (2021). Innovative management accounting practices for sustainability of manufacturing small and medium enterprises. *Environment, Development and Sustainability*, 23(12), 18008-18039. doi:10.1007/s10668-021-01425-w
- Navarro-García, A., Peris-Oritz, M., & Barrera-Barrera, R. (2016). Market intelligence effect on perceived psychic distance, strategic behaviours and export performance in industrial SMEs. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 31(3), 365-380. doi:10.1108/jbim-03-2013-0065
- Nayak, B., Bhattacharyya, S. S., & Krishnamoorthy, B. (2022). Integrating the dialectic perspectives of resource-based view and industrial organization theory for competitive advantage – a review and research agenda. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 38(3), 656-679. doi:10.1108/jbim-06-2021-0306
- Nik Abdullah, N. H., Krishnan, S., Mohd Zakaria, A. A., Morris, G., & Ntim, C. G. (2022). Strategic management accounting practices in business: A systematic review of the literature and future research directions. *Cogent Business & Management*, 9(1). doi:10.1080/23311975.2022.2093488
- Njoroge, M., Anderson, W., & Mburu, O. (2019). Innovation strategy and economic sustainability in the hospitality industry. *The Bottom Line*, 32(4), 253-268. doi:10.1108/bl-03-2019-0080
- Noordin, R., Zainuddin, Y., Fuad, M., & Sariman, N. K. (2015). Performance outcomes of strategic management accounting Information usage in Malaysia: Insights from electrical and electronics companies. *Procedia Economics and Finance*, 31, 13-25. doi:10.1016/s2212-5671(15)01127-2
- Novianty, I. (2015). Strategic management accounting: Challenges in accounting practices *Research Journal of Finance and Accounting*, 6(9), 7-13.
- Nunes, S., Estevão, C., & Nicolau Filipe, M. (2018). Determinant factors of competitiveness in the hotel sector: the case of Portugal. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 28(2), 122-135. doi:10.1108/cr-07-2016-0043
- Oanh, L. T. T., Phong, T. T. T., Dao, H. M., & Nguyen, L. A. T. (2023). Impact of strategic management accounting on operating performance: Research in Public Universities of Vietnam. *International Journal of Professional Business Review*, 8(8). doi:10.26668/businessreview/2023.v8i8.3269

- Oboh, C. S., & Ajibolade, S. O. (2017). Strategic management accounting and decision making: A survey of the Nigerian Banks. *Future Business Journal*, 3(2), 119-137. doi:10.1016/j.fbj.2017.05.004
- Ogunleye, O. J., Fagboro, G. D., & Oparinde, D. O. (2021). The impact of strategic management accounting on corporate sustainability in Nigerian Banks. *Global Journal of Accounting*, 7(1), 69-79.
- Okwemba, J. A., & Njuguna, D. N. (2021). Effect of environmental scanning on performance of chemelil sugar company in Kisumu County, Kenya. *Journal of Strategic Management*, 5(4), 57-69. doi:10.53819/81018102t5037
- Oyewo, B. (2022). Contextual factors moderating the impact of strategic management accounting on competitive advantage. *Journal of Applied Accounting Research*. doi:10.1108/jaar-04-2021-0108
- Oyewo, B., & Ajibolade, S. (2019). Does the use of strategic management accounting techniques creates and sustains competitive advantage? Some empirical evidence. *Annals of Spiru Haret University. Economic Series*, 19(2), 61-92. doi:10.26458/1923
- Oyewo, B., Ajibolade, S., & Omolehinwa, E. (2020). The usage of customer accounting as a source of sustainable competitive advantage: Some evidence from quoted manufacturing companies in Nigeria. *International Journal of Accounting & Finance*, 9(1), 18-46.
- Oyun, O. S., Fatutu, O., Olawaye, O. A., Gabriel, O. O., & Ajao, S. (2021). Strategic management accounting practices and performance of manufacturing firms in Nigeria. *Fuoye Journal of Accounting and Management*, 4(2). Retrieved from www.fjam.fuoye.edu.ng
- Panjaitan, D., Lesmana, D., & Maimunah, M. (2018). Effect of use of management accounting systems on competitive advantages: business unit performance as a mediator (Study of MSMEs in Palembang city). *Journal of Accounting and Strategic Finance*, 1(01), 33-44. doi:10.33005/jasf.v1i01.22
- Pham, L. T., & Hoang, H. V. (2019). The relationship between organizational learning capability and business performance. *Journal of Economics and Development*, 21(2), 259-269. doi:10.1108/jed-10-2019-0041

- Phornlaphatrachakorn, K. (2018). Strategic cost management and firm profitability: An empirical investigation of instant foods and convenience foods businesses in Thailand. *International journal of business*, 23(4), 357-371.
- Phornlaphatrachakorn, K., & Na-Kalasinth, K. (2020). Strategic management accounting and firm performance: evidence from finance businesses in Thailand. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 309-320. doi:10.13106/jafeb.2020.vol7.no8.309
- Pielsticker, D. I., & Hiebl, M. R. W. (2019). Survey response rates in family business research. *European Management Review*, 17(1), 327-346. doi:10.1111/emre.12375
- Prajogo, D. I. (2016). The strategic fit between innovation strategies and business environment in delivering business performance. *International Journal of Production Economics*, 171, 241-249. doi:10.1016/j.ijpe.2015.07.037
- Pramono, A. J., Suwarno, Amyar, F., & Lisdiono, P. (2023). The effect of strategic management accounting on strategic supply chain through internal and external orientation. *Uncertain Supply Chain Management*, 11, 1075-1084. doi:10.5267/j.uscm.2023.4.014
- Quartey, S. H. (2019). Knowledge and sustainable competitive advantage of the Eyre Peninsula's fishing industry in Australia. *Knowledge and Process Management*, 26(2), 86-97. <https://doi.org/10.1002/kpm.1592>
- Rahab, R., Anwar, N., & Priyono, R. E. (2016). Effect of core competence on sustainable competitive advantages of Batik Banyumas Small and Medium Enterprises. *Journal of Comparative International Management*, 19(1), 19-34.
- Rashidirad, M., & Salimian, H. (2020). SMEs' dynamic capabilities and value creation: the mediating role of competitive strategy. *European Business Review*, 32(4), 591-613. doi:10.1108/eb-06-2019-0113
- Rehman, S. U., Bhatti, A., Kraus, S., & Ferreira, J. J. M. (2021). The role of environmental management control systems for ecological sustainability and sustainable performance. *Management Decision*, 59(9), 2217-2237. doi:10.1108/md-06-2020-0800

- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1976). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Paper presented at the Annual Meeting of the American Educational Research Association (60th, San Francisco, California, April 19-23, 1976), [Online]*. Retrieved from <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED121845.pdf>. Retrieved Nov 30, 2022
- Safdari Ranjbar, M., & Tavakoli, G. R. (2015). Toward an inclusive understanding of technology intelligence: a literature review. *Foresight*, 17(3), 240-256. doi:10.1108/FS-11-2014-0072
- Sanhokwe, H., Chinyamurindi, W., & Muzurura, J. (2023). Evaluating the quality of the organisational learning capability measurement model. *Journal of Workplace Learning*, 35(5), 401-416. doi:10.1108/jwl-08-2022-0102
- Saqib, Z. A., & Zhang, Q. (2021). Impact of sustainable practices on sustainable performance: the moderating role of supply chain visibility. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 32(7), 1421-1443. doi:10.1108/jmtm-10-2020-0403
- Shafiee, M. M. (2022). Competitive advantage via intellectual capital: a moderated mediation analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 23(5), 957-997. doi:10.1108/jic-05-2020-0152
- Soosay, C., Arijit Bhattacharya, D. W. C. D., Nunes, B., Bennett, D. J., Sohal, A., Jabar, J., & Winroth, M. (2016). Strategies for sustaining manufacturing competitiveness. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 27(1), 6-37. doi:10.1108/jmtm-04-2014-0043
- Stocker, F., Zanini, M. T., & Reis Irigaray, H. A. (2021). The role of multi-stakeholders in market orientation and sustainable performance. *Marketing Intelligence & Planning*, 39(8), 1091-1103. doi:10.1108/mip-05-2021-0157
- Sudirjo, F. (2023). Marketing strategy in improving product competitiveness in the global market. *Journal of Contemporary Administration and Management*, 1(2), 63-69. doi:10.61100/adman.v1i2.24
- Sugiyarti, L., & Asmilia, N. (2020). Managerial performance: The mediating role of strategy management accounting techniques on competitive advantage and organization performance. *Economics and Accounting Journal*, 3(2), 80-89.

- Sukumar, A., Jafari-Sadeghi, V., Garcia-Perez, A., & Dutta, D. K. (2020). The potential link between corporate innovations and corporate competitiveness: evidence from IT firms in the UK. *Journal of Knowledge Management*, 24(5), 965-983. doi:10.1108/jkm-10-2019-0590
- Syapsan. (2019). The effect of service quality, innovation towards competitive advantages and sustainable economic growth. *Benchmarking: An International Journal*, 26(4), 1336-1356. doi:10.1108/bij-10-2017-0280
- Talaja, A., Miočević, D., Alfirević, N., & Pavičić, J. (2017). Market orientation, competitive advantage and business performance: Exploring the indirect effects. *Drustvena istrazivanja*, 26(4). doi:10.5559/di.26.4.07
- Tenhiälä, A., & Laamanen, T. (2018). Right on the money? The contingent effects of strategic orientation and pay system design on firm performance. *Strategic Management Journal*, 39(13), 3408-3433. doi:10.1002/smj.2953
- Thapayom, A. (2019). Strategic management accounting techniques and organizational sustainable performance: evidence from industrial estates in Rayong area, Thailand. *Journal of Modern Management Science*, 21(1), 51-74. Retrieved from <https://www.tci-thaijo.org/index.php/JMMS>
- Thapayom, A. (2021). Strategic cost management as a valuable approach for achieving organizational sustainability: Evidence from industrial businesses in Rayong. *Journal of Accounting Profession*, 17(53), 98-125. doi:10.14456/jap.2021.5
- Tian, H., Otchere, S. K., Dogbe, C. S. K., Addy, W. O., & Hammond, F. (2021). New product creativity mediating the relationship between organizational bricolage and the competitive advantage of SMEs. *Journal of Competitiveness*, 13(4), 151-166. doi:10.7441/joc.2021.04.09
- Tirado, J. S., & Mavlutova, I. (2023). The impact of strategic management accounting on the financial performance of low-cost airlines. *Wseas Transactions on Environment and Development*, 19, 786-797. doi:10.37394/232015.2023.19.74
- Tjahjadi, B., Soewarno, N., Karima, T. E., & Sutarsa, A. A. P. (2023). Business strategy, spiritual capital and environmental sustainability performance: mediating role of environmental management process. *Business Process Management Journal*, 29(1), 77-99. doi:10.1108/bpmj-11-2021-0718

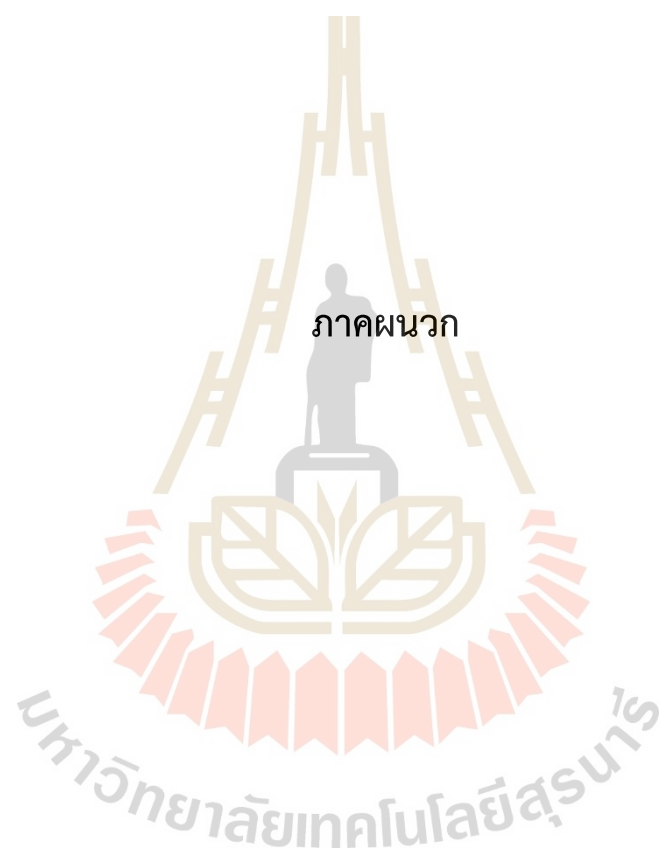
- Tsou, H.-T., & Chen, J.-S. (2022). An examination of the effect of knowledge utilization on service innovation: The moderating roles of performance-orientation culture and competitiveness culture. *Journal of Competitiveness*, 14(4), 44-60. doi:10.7441/joc.2022.04.03
- Turner, M. J., Way, S. A., Hodari, D., & Witteman, W. (2017). Hotel property performance: The role of strategic management accounting. *International Journal of Hospitality Management*, 63, 33-43. doi:10.1016/j.ijhm.2017.02.001
- Valdiansyah, R. H., & Augustine, Y. (2021). Modelling of beyond budgeting, competitor accounting, transparency, competitive advantage, and organizational performance: The case of Indonesia SMEs *Technium Social Sciences Journal*, 22(August), 334-349. Retrieved from www.techniumscience.com
- Vărzaru, A. A., Bocean, C. G., Mangra, M. G., & Mangra, G. I. (2022). Assessing the effects of innovative management accounting tools on performance and sustainability. *Sustainability*, 14(9), 1-16. doi:10.3390/su14095585
- Waheed, A., Zhang, Q., Zafar, A. U., Zameer, H., Ashfaq, M., & Nusrat, A. (2021). Impact of internal and external CSR on organizational performance with moderating role of culture: empirical evidence from Chinese banking sector. *International Journal of Bank Marketing*, 39(4), 499-515. doi:10.1108/ijbm-04-2020-0215
- Wajdi, F., & Arsjah, R. J. (2019). The influence of organizational capabilities, strategic management accounting on organizational performance mediated by competitive advantage in companies in Indonesia. *Research Journal of Finance and Accounting*, 10(22), 141-151. doi:10.7176/rjfa/10-22-17
- Wang, C., Brabenec, T., Gao, P., & Tang, Z. (2021). The business strategy, competitive advantage and financial Strategy: A perspective from corporate maturity mismatched investment. *Journal of Competitiveness*, 13(1), 164-181. doi:10.7441/joc.2021.01.10
- Waweru, F. W., Memba, F. S., & Njeru, A. (2016). Relationship between forward-looking information disclosure and financial performance of non-financial firms listed in Nairobi Securities Exchange, Kenya. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 6(11). doi:10.6007/IJARBSS/v6-i11/2449

- Wilson, J. P. (2015). The triple bottom line: Undertaking and economic, social, and environmental retail sustainability strategy. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 43(4/5), 432-447. doi:10.1108/ijrdm-11-2013-0210
- Wongchaiya, S., & Pheunpha, P. (2018). The influences of business strategies and entrepreneur characteristics on the business success of Small and Medium Enterprises. *Journal of the Association of Researchers*, 23(2), 139-152.
- Xu, J. B., & Au, T. (2023). Destination competitiveness since 2010: research themes, approaches, and agenda. *Tourism Review*, 78(3), 665-696. doi:10.1108/TR-10-2022-0494
- YahiaMarzouk, Y., & Jin, J. (2022). Impact of environmental scanning on organizational resilience and competitive advantage: a study of Egyptian SMEs. *Continuity & Resilience Review*, 4(2), 192-223. doi:10.1108/crr-10-2021-0037
- Yoshikuni, A. C., & Albertin, A. L. (2018). Effects of strategic information systems on competitive strategy and performance. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 67(9), 2018-2045. doi:10.1108/ijppm-07-2017-0166
- Yu, W., Chavez, R., Jacobs, M., Wong, C. Y., & Yuan, C. (2019). Environmental scanning, supply chain integration, responsiveness, and operational performance. *International Journal of Operations & Production Management*, 39(5), 787-814. doi:10.1108/ijopm-07-2018-0395
- Yuan, Y., Lu, L. Y., Tian, G., & Yu, Y. (2018). Business strategy and corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 162(2), 359-377. doi:10.1007/s10551-018-3952-9
- Zgrzywa-Ziemak, A., & Walecka-Jankowska, K. (2021). The relationship between organizational learning and sustainable performance: an empirical examination. *Journal of Workplace Learning*, 33(3), 155-179. doi:10.1108/jwl-05-2020-0077
- Zhang, X., Chu, Z., Ren, L., & Xing, J. (2023). Open innovation and sustainable competitive advantage: The role of organizational learning. *Technological Forecasting & Social Change* 186(2023), 2-11. doi:10.1016/j.techfore.2022.122114

Zheng, B., & Wang, Z. (2017). Perceived overqualification and its outcomes: The moderating role of organizational learning. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 45(10), 1675-1690. doi:10.2224/sbp.6349

Zuñiga-Collazos, A., Castillo-Palacio, M., & Padilla-Delgado, L. M. (2019). Organizational competitiveness: The conceptualization and its evolution. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 7(1). doi:10.15640/jthm.v7n1a19





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามการวิจัย



ภาคผนวก ก



แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรินทร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำการวิจัยเรื่อง การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์ท่านในการตอบแบบสอบถามเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา และเป็นแนวทางในการนำข้อมูลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ไปใช้ในการดำเนินงานต่อไป แบบสอบถามนี้ประกอบด้วยชุดข้อคำถามทั้งหมด 9 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารฝ่ายบัญชีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขันของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมการแข่งขันของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ส่วนที่ 7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการเรียนรู้ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ส่วนที่ 8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ส่วนที่ 9 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ท่านสามารถตอบแบบสอบถามโดยการตอบในแบบสอบถามที่แนบมาพร้อมนี้และได้โปรดพับแบบสอบถามที่ต้องแล้วใส่ซองจดหมายที่แนบมาพร้อมนี้แล้วส่งกลับตามที่อยู่ที่ระบุหรือสแกน QR Code เพื่อทำแบบสอบถามออนไลน์ตามที่แนบมาพร้อมนี้โดยข้อมูลในแบบสอบถามจะถูกนำมาวิเคราะห์และสรุปเป็นภาพรวม และจะไม่มีการใช้ข้อมูลใด ๆ ที่เปิดเผยเกี่ยวกับตัวท่านในการรายงานข้อมูล รวมทั้งไม่มีการใช้ข้อมูลดังกล่าวกับบุคคลภายนอกอื่นใดโดยไม่ได้รับอนุญาตจากท่านและผู้วิจัยขอรับรองว่าข้อมูลในการตอบแบบสอบถามของท่านจะถือเป็นความลับ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างยิ่งที่ได้กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามอย่างถูกต้องและครบถ้วน ข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัยในครั้งนี้ หากท่านมีข้อสงสัยประการใดเกี่ยวกับแบบสอบถามโปรดติดต่อผู้วิจัย นางสาวสุมาลี เอกพล โทรศัพท์ 086-241 2956 หรือ E-mail: sumalee.ak@gmail.com



QR code เพื่อทำแบบสอบถามออนไลน์

นางสาวสุมาลี เอกพล
นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (การจัดการ)
สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารฝ่ายบัญชีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านเพียงข้อเดียว

1.1 ตำแหน่งงานในปัจจุบัน

- ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชี ผู้จัดการฝ่ายบัญชี
 อื่น ๆ (โปรดระบุ)

1.2 ระดับการศึกษาสูงสุด

- ระดับปริญญาตรี สูงกว่าระดับปริญญาตรี

1.3 ประสบการณ์การทำงาน

- น้อยกว่า 10 ปี 10 – 15 ปี
 16 – 20 ปี มากกว่า 20 ปี

1.4 ท่านมีอำนาจและหน้าที่ในการวางแผนกลยุทธ์ของบริษัทและควบคุมการดำเนินงานในระดับนโยบายของบริษัท

- ใช่ ไม่ใช่

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของบริษัทเพียงข้อเดียว

2.1 การเสนอขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

2.2 ประเภทของกลุ่มอุตสาหกรรม

- เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ทริพยากร
 เทคโนโลยี ธุรกิจการเงิน
 บริการ สินค้าอุตสาหกรรม
 สินค้าอุปโภคบริโภค อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง

2.3 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

- น้อยกว่า 10 ปี 10 – 15 ปี
 16 – 20 ปี มากกว่า 20 ปี

2.4 จำนวนพนักงานของบริษัท

- น้อยกว่า 500 คน 500 – 1,000 คน
 1,001 – 1,500 คน มากกว่า 1,500 คน

2.5 รางวัลที่บริษัทได้รับในการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ปี 2560 จนถึงปัจจุบัน

- รางวัลด้านความเป็นเลิศทางธุรกิจ (Business Excellence)
 รางวัลด้านความยั่งยืน (Sustainability Excellence)
 อื่น ๆ (โปรดระบุ)

ไม่ได้รับรางวัล

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในตารางที่ตรงตามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบัญชีบริหาร
เชิงกลยุทธ์ของบริษัทมากที่สุด

การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
การติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน					
1. บริษัทเชื่อมั่นว่าการติดตามข้อมูลสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ (เช่น เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย หรือ สังคม) จะช่วยให้บริษัทวางแผนการดำเนินงานและสามารถตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม					
2. บริษัทมีการค้นหาข้อมูลสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ทำให้บริษัทได้ข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจในการดำเนินงานอย่างครบถ้วน					
3. บริษัทมีการรวบรวมข้อมูลสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานอย่างเป็นระบบทำให้บริษัทมีข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่น่าเชื่อถือ					
4. บริษัทมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน ทำให้สามารถระบุโอกาสและอุปสรรคที่มีผลต่อการดำเนินงานของบริษัทได้อย่างเหมาะสม					
5. บริษัทมีการนำเอาข้อมูลสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน มาใช้สนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทสามารถวางแผนเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม					

ส่วนที่ 3 (ต่อ)

การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
6. บริษัทส่งเสริมให้มีการเรียนรู้และทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน ทำให้สามารถนำข้อมูลสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานไปใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
ความรู้ทางเทคโนโลยี					
1. บริษัทเชื่อว่าการติดตามข้อมูลทางเทคโนโลยี จะทำให้บริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงานและตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม					
2. บริษัทมีการค้นหาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับลักษณะการดำเนินงาน ทำให้การนำเทคโนโลยีมาใช้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการดำเนินงานของบริษัท					
3. บริษัทรวบรวมข้อมูลเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ทำให้บริษัทสามารถเลือกใช้ข้อมูลทางเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์					
4. บริษัทมีการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของกิจการอย่างสม่ำเสมอ ทำให้บริษัทสามารถระบุผลกระทบได้อย่างชัดเจน					
5. บริษัทมีการนำข้อมูลที่ได้จากเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินงาน (เช่น ระบบอินเทอร์เน็ต ปัญญาประดิษฐ์ หรือ Big data) ทำให้บริษัทสามารถตัดสินใจในการดำเนินงานได้อย่างรวดเร็ว					

ส่วนที่ 3 (ต่อ)

การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
6. บริษัทมีการเผยแพร่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบของเทคโนโลยีให้กับหน่วยงานภายในได้รับรู้ ทำให้แต่ละหน่วยงานสามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม					
7. บริษัทส่งเสริมให้มีการเรียนรู้และนำข้อมูลที่ได้จากเทคโนโลยีขั้นสูงไปใช้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ทำให้บริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม					
ความรู้ทางการตลาด					
1. บริษัทเชื่อว่าการติดตามข้อมูลทางการตลาด (เช่น ข้อมูลลูกค้า ข้อมูลคู่แข่ง หรือข้อมูลสินค้า) จะทำให้บริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงานและตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม					
2. บริษัทมีการค้นหาข้อมูลทางการตลาดที่หลากหลาย (เช่น ความต้องการของลูกค้า กลยุทธ์ของคู่แข่ง หรือสินค้าที่เป็นนวัตกรรม) ทำให้บริษัทได้ข้อมูลในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่เหมาะสม					
3. บริษัทมีการรวบรวมข้อมูลทางการตลาดอย่างเป็นระบบ ทำให้ได้ข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างครบถ้วน					
4. บริษัทมีการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดโดยใช้เทคนิคขั้นสูงอย่างสม่ำเสมอ ทำให้สามารถนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างรวดเร็ว					

ส่วนที่ 3 (ต่อ)

การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
5. บริษัทมีการเผยแพร่ข้อมูลทางการตลาดให้หน่วยงานต่าง ๆ ภายในได้รับทราบ ทำให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนการดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม					
6. บริษัทส่งเสริมให้มีการนำข้อมูลทางการตลาด ไปใช้สนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ทำให้สามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม					
การนำเสนอข้อมูลในอนาคต					
1. บริษัทเชื่อว่าการนำเสนอข้อมูลในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (เช่น แผนการดำเนินงานหรือข้อมูลทางการเงิน) จะทำให้บริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายสูงสุดของบริษัทได้					
2. บริษัทให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลสำหรับการคาดการณ์การดำเนินงานในอนาคต ทำให้บริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม					
3. บริษัทมีการนำเอาข้อมูลในอนาคตมาวิเคราะห์เพื่อระบุโอกาสและอุปสรรคในการดำเนินงาน ทำให้บริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม					
4. บริษัทมีการจัดเตรียมข้อมูลที่ใช้ในการคาดการณ์ข้อมูลทางธุรกิจในอนาคตอย่างเป็นระบบ ทำให้บริษัทมีข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่น่าเชื่อถือและครบถ้วน					

ส่วนที่ 3 (ต่อ)

การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
5. บริษัทสนับสนุนให้มีการใช้ข้อมูลในอนาคต ทำให้สามารถวางแผนและตัดสินใจในการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม					

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
 คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในตารางที่ตรงตามความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัทมากที่สุด

กลยุทธ์ทางธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม					
1. บริษัทมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการผลิตสินค้าหรือให้บริการเพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์					
2. บริษัทมุ่งมั่นในการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าหรือบริการอย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับคู่แข่ง					
3. บริษัทมุ่งเน้นการผลิตสินค้าหรือให้บริการที่มีความได้เปรียบด้านคุณภาพมากกว่าความได้เปรียบด้านราคา					
4. บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง					
5. บริษัทนำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดอย่างรวดเร็ว					

ส่วนที่ 4 (ต่อ)

กลยุทธ์ทางธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
6. บริษัทมีการค้นหาช่องทางการตลาดใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างโอกาสในการขยายธุรกิจ					
7. บริษัทมีการพัฒนาวิธีการใหม่ ๆ ในการดำเนินงานที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดในการจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการ					
กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ					
1. บริษัทมุ่งเน้นการจัดหาวัตถุดิบหรือสินค้าที่ใช้ในการดำเนินงานในปริมาณมาก เพื่อกระจายต้นทุนในการจัดหาหรือมีอำนาจในการต่อรองราคา					
2. บริษัทมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าหรือให้บริการได้ดีขึ้น (เช่น ผลิตสินค้าได้ในจำนวนมากขึ้นโดยใช้เวลาเท่าเดิมหรือการให้บริการที่รวดเร็วขึ้นแต่ยังคงคุณภาพในการให้บริการ)					
3. บริษัทมีการนำเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงมาใช้ เพื่อลดต้นทุนในการผลิตสินค้าหรือการให้บริการ แต่ยังคงรักษาคุณภาพของสินค้าหรือการให้บริการที่คงเดิมหรือทำให้คุณภาพดีขึ้น					
4. บริษัทมีการปรับปรุงวิธีการที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือให้บริการให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง					
5. บริษัทมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรภายในบริษัทให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด					

ส่วนที่ 4 (ต่อ)

กลยุทธ์ทางธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
6. บริษัทสามารถจัดหาปัจจัยที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือให้บริการในราคาและคุณภาพที่เหมาะสม					

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขันของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในตารางที่ตรงตามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขันของบริษัทมากที่สุด

ความสามารถทางการแข่งขัน	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
1. บริษัทสามารถกำหนดราคาสินค้าหรือบริการที่ต่ำกว่าคู่แข่ง					
2. บริษัทสามารถจัดหาสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้					
3. บริษัทสามารถผลิตหรือจัดหาสินค้าที่มีความทนทาน หรือให้บริการที่มีความแตกต่าง หรือมีคุณค่าให้กับลูกค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง					
4. บริษัทสามารถผลิตสินค้าหรือให้บริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง					
5. บริษัทใช้เวลาในการจัดส่งสินค้าหรือให้บริการแก่ลูกค้าน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง					

ส่วนที่ 5 (ต่อ)

ความสามารถทางการแข่งขัน	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
6. กระบวนการการขนส่งสินค้าของบริษัทมีความน่าเชื่อถือและได้มาตรฐานเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม					
7. บริษัทสามารถเปิดตัวสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง					
8. บริษัทสามารถปรับเปลี่ยนการผลิตสินค้าหรือให้บริการตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง					

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมการแข่งขันของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในตารางที่ตรงตามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมการแข่งขันของบริษัทมากที่สุด

วัฒนธรรมการแข่งขัน	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
1. บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะที่จำเป็นในการสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจให้กับพนักงาน					
2. บริษัทมุ่งเน้นให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินงานที่สร้างความโดดเด่นให้กับบริษัทและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง					

ส่วนที่ 6 (ต่อ)

วัฒนธรรมการแข่งขัน	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
3. บริษัทมุ่งเน้นให้พนักงานเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพของสินค้าหรือบริการให้ดีเยี่ยมกว่าคู่แข่งอยู่เสมอ					
4. บริษัทส่งเสริมให้พนักงานเข้าใจข้อมูลด้านการแข่งขันและแนวโน้มของอุตสาหกรรม					
5. บริษัทมุ่งมั่นให้พนักงานมีการปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อองค์กร					
6. บริษัทกระตุ้นให้พนักงานเกิดความกระตือรือร้นในการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายสูงสุดขององค์กร					
7. บริษัทมีการให้รางวัลหรือผลตอบแทนพิเศษแก่พนักงาน หากบริษัทสามารถดำเนินงานให้ประสบผลสำเร็จในการแข่งขันได้					

ส่วนที่ 7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการเรียนรู้ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในตารางที่ตรงตามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการเรียนรู้ของบริษัทมากที่สุด

ความสามารถในการเรียนรู้	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. บริษัทส่งเสริมให้พนักงานสามารถเรียนรู้วิธีการใหม่ ๆ ที่ใช้ในการดำเนินงานในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลง					

ส่วนที่ 7 (ต่อ)

ความสามารถในการเรียนรู้	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
2. บริษัทมีการกำหนดนโยบายในการดำเนินงาน โดยรับฟังความคิดเห็นจากพนักงานทุกระดับ					
3. ต้นทุนในการพัฒนาความรู้และทักษะของพนักงานถือเป็นค่าใช้จ่ายที่สำคัญในการพัฒนาบริษัท					
4. บริษัทสามารถทำให้พนักงานเกิดการเรียนรู้ และหาวิธีในการจัดการกับข้อร้องเรียนของลูกค้าหรือความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้าหรือบริการได้อย่างเหมาะสม					
5. พนักงานของบริษัทยอมรับคำวิจารณ์ในการทำงานและปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ					
6. พนักงานของบริษัทยอมรับและสามารถปรับตัวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงและแนวคิดใหม่ ๆ ได้อย่างง่ายดาย					

ส่วนที่ 8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในตารางที่ตรงตามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของบริษัทมากที่สุด

ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. บริษัทบรรลุเป้าหมายในการบริหารจัดการต้นทุนในการผลิตหรือการให้บริการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดได้อย่างต่อเนื่อง					
2. กำไรและส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน					
3. บริษัทบรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจและสามารถขยายการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง					
4. บริษัทได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนที่โดดเด่นและสามารถทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง					
5. บริษัทมีภาพลักษณ์ที่ดีในการบริหารจัดการผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทที่มีต่อคุณภาพและความปลอดภัยของพนักงาน					
6. บริษัทสามารถจัดการความเสี่ยงและผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินงานที่มีต่อสังคมหรือชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
7. บริษัทมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสังคมหรือชุมชนโดยมุ่งเน้นการทำงานร่วมกับชุมชนเพื่อลดความขัดแย้งในการดำเนินงานและวิถีชีวิตของคนในชุมชน					
8. บริษัทสามารถสร้างผลประโยชน์ให้กับผู้มีส่วนได้เสียโดยการรับฟังและตอบสนองต่อข้อเสนอของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม					

ส่วนที่ 8 (ต่อ)

ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
9. บริษัทมีการสร้างนวัตกรรมหรือออกแบบกระบวนการการทำงานที่สามารถลดผลกระทบในการดำเนินงานที่มีต่อสิ่งแวดล้อม					
10. บริษัทบรรลุเป้าหมายด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (เช่น มลพิษทางอากาศ การกำจัดขยะมูลฝอย หรือมลพิษทางเสียง) ได้อย่างต่อเนื่อง					
11. บริษัทได้รับการรับรองหรือผ่านการตรวจสอบด้านสิ่งแวดล้อมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ					

ส่วนที่ 9 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของท่านสำหรับการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข
ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือการวิจัย



ภาคผนวก ข

ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือการวิจัย
การวิจัยเรื่อง การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน
ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารฝ่ายบัญชี			
1. ตำแหน่งงานในปัจจุบัน - ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชี - ผู้จัดการฝ่ายบัญชี - อื่น ๆ (โปรดระบุ)	1.0	ผ่าน	
2. ระดับการศึกษาสูงสุด - ระดับปริญญาตรี - สูงกว่าระดับปริญญาตรี	1.0	ผ่าน	
3. ประสบการณ์การทำงาน - น้อยกว่า 10 ปี - 10 – 15 ปี - 16 – 20 ปี - มากกว่า 20 ปี	1.0	ผ่าน	
4. ท่านมีอำนาจและหน้าที่ในการวางแผนกลยุทธ์ของบริษัทและควบคุมการดำเนินงานในระดับนโยบายของบริษัท - ใช่ - ไม่ใช่	0.8	ผ่าน	
ข้อมูลทั่วไปของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย			
1. การเสนอขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย - ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย - ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ	1.0	ผ่าน	การเสนอขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
ข้อมูลทั่วไปของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ต่อ)			
2. ประเภทของกลุ่มอุตสาหกรรม - เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร - ทรัพยากร - เทคโนโลยี - ธุรกิจการเงิน - บริการ - สินค้าอุตสาหกรรม - สินค้าอุปโภคบริโภค - อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	1.0	ผ่าน	
3. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ - น้อยกว่า 10 ปี - 10 – 15 ปี - 16 – 20 ปี มากกว่า 20 ปี	1.0	ผ่าน	
4. จำนวนพนักงานของบริษัท - น้อยกว่า 500 คน - 500 – 1,000 คน - 1,001 – 1,500 คน - มากกว่า 1,500 คน	1.0	ผ่าน	
5. รางวัลที่บริษัทได้บริษัทได้รับในการดำเนินงานธุรกิจตั้งแต่ปี 2560 จนถึงปัจจุบัน - รางวัลด้านความเป็นเลิศทางธุรกิจ (Business Excellence) - รางวัลด้านความยั่งยืน (Sustainability Excellence) - อื่น ๆ (โปรดระบุ)	0.6	ผ่าน	เพิ่มเติมตัวเลือก “ไม่ได้รับรางวัล”

ตัวแปรที่ 1 การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
การติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน			
1. บริษัทเชื่อมั่นว่าการติดตามข้อมูลสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ (เช่น เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย หรือ สังคม) จะช่วยให้บริษัทวางแผนการดำเนินงานและสามารถตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม	1.0	ผ่าน	
2. บริษัทมีการค้นหาข้อมูลสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ทำให้บริษัทได้ข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจในการดำเนินงานอย่างครบถ้วน	1.0	ผ่าน	
3. บริษัทมีการรวบรวมข้อมูลสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ทำให้บริษัทมีข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่น่าเชื่อถือ	1.0	ผ่าน	
4. บริษัทมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน ทำให้สามารถระบุโอกาสและอุปสรรคที่มีผลต่อการดำเนินงานของบริษัทได้อย่างเหมาะสม	1.0	ผ่าน	
5. บริษัทมีการนำเอาข้อมูลสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน มาใช้สนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทสามารถวางแผนเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม	1.0	ผ่าน	
6. บริษัทส่งเสริมให้มีการเรียนรู้และทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน ทำให้สามารถนำข้อมูลสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานไปใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1.0	ผ่าน	

ตัวแปรที่ 1 (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
ความรู้ทางเทคโนโลยี			
1. บริษัทเชื่อว่าการติดตามข้อมูลทางเทคโนโลยี จะทำให้บริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงานและตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม	1.0	ผ่าน	
2. บริษัทมีการค้นหาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับลักษณะการดำเนินงาน ทำให้การนำเทคโนโลยีมาใช้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการดำเนินงานของบริษัท	1.0	ผ่าน	
3. บริษัทรวบรวมข้อมูลเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ทำให้บริษัทสามารถเลือกใช้ข้อมูลทางเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์	1.0	ผ่าน	
4. บริษัทมีการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของกิจการอย่างสม่ำเสมอ ทำให้บริษัทสามารถระบุผลกระทบได้อย่างชัดเจน	1.0	ผ่าน	
5. การลงทุนในเทคโนโลยี (เช่น ระบบอินเทอร์เน็ต ระบบปัญญาประดิษฐ์ หรือฐานข้อมูลขนาดใหญ่) ที่ใช้ในการดำเนินงาน ทำให้บริษัทตัดสินใจในการดำเนินงานได้อย่างรวดเร็ว	0.8	ผ่าน	การลงทุนในเทคโนโลยี (เช่น ระบบอินเทอร์เน็ต ปัญญาประดิษฐ์ หรือ Big data) ที่ใช้ในการดำเนินงาน ทำให้บริษัทตัดสินใจในการดำเนินงานได้อย่างรวดเร็ว
6. บริษัทมีการเผยแพร่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบของเทคโนโลยีให้กับหน่วยงานภายในได้รับรู้ ทำให้แต่ละหน่วยงานสามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม	0.8	ผ่าน	

ตัวแปรที่ 1 (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
ความรู้ทางเทคโนโลยี (ต่อ)			
7. บริษัทส่งเสริมให้มีการเรียนรู้และนำข้อมูลทางเทคโนโลยีไปใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ทำให้สามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม	0.8	ผ่าน	บริษัทส่งเสริมให้มีการเรียนรู้และนำข้อมูลที่ได้จากเทคโนโลยีขั้นสูงไปใช้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ทำให้บริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม
ความรู้ทางการตลาด			
1. บริษัทเชื่อว่าการติดตามข้อมูลทางการตลาด (เช่น ข้อมูลลูกค้า ข้อมูลคู่แข่ง หรือข้อมูลสินค้า) จะทำให้บริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงานและตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม	1.0	ผ่าน	
2. บริษัทค้นหาข้อมูลทางการตลาดที่หลากหลาย (เช่น ความต้องการของลูกค้า กลยุทธ์ของคู่แข่ง หรือสินค้าที่เป็นนวัตกรรม) ทำให้บริษัทได้ข้อมูลในการวางแผนเชิงกลยุทธ์อย่างเหมาะสม	1.0	ผ่าน	
3. บริษัทมีการรวบรวมข้อมูลทางการตลาดอย่างเป็นระบบ ทำให้ได้ข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างครบถ้วน	1.0	ผ่าน	
4. บริษัทมีการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดอย่างสม่ำเสมอ ทำให้สามารถนำข้อมูลมาใช้ตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างรวดเร็ว	1.0	ผ่าน	บริษัทมีการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดโดยใช้เทคนิคขั้นสูงอย่างสม่ำเสมอ ทำให้สามารถนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างรวดเร็ว

ตัวแปรที่ 1 (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
ความรู้ทางการตลาด (ต่อ)			
5. บริษัทมีการเผยแพร่ข้อมูลทางการตลาดให้หน่วยงานต่าง ๆ ภายในได้รับทราบ ทำให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนการดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม	0.8	ผ่าน	
6. บริษัทมีการส่งเสริมให้มีการนำข้อมูลทางการตลาด ไปใช้สนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ทำให้สามารถวางแผน การดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม	0.8	ผ่าน	
การนำเสนอข้อมูลในอนาคต			
1. บริษัทเชื่อว่าการนำเสนอข้อมูลในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (เช่น แผนการดำเนินงานหรือการคาดการณ์ข้อมูลทางการเงิน) จะทำให้บริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายสูงสุดของบริษัทได้	1.0	ผ่าน	
2. บริษัทมีการนำเสนอข้อมูลสำหรับการคาดการณ์การดำเนินงานในอนาคต ทำให้บริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม	0.6	ผ่าน	
3. บริษัทมีการนำเอาข้อมูลในอนาคตมาวิเคราะห์เพื่อระบุโอกาสและอุปสรรคในการดำเนินงาน ทำให้บริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม	1.0	ผ่าน	
4. บริษัทมีการจัดเตรียมข้อมูลที่ใช้ในการคาดการณ์ข้อมูลทางธุรกิจในอนาคตอย่างเป็นระบบ ทำให้การบริหารงานในปัจจุบันบรรลุเป้าหมายสูงสุดของบริษัทได้	0.6	ผ่าน	
5. บริษัทสนับสนุนให้มีการใช้ข้อมูลในอนาคต ทำให้สามารถวางแผนและตัดสินใจในการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม	0.6	ผ่าน	

ตัวแปรที่ 2 กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
1. บริษัทมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการผลิตสินค้าหรือให้บริการเพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์	1.0	ผ่าน	
2. บริษัทมุ่งมั่นในการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าหรือบริการอย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	1.0	ผ่าน	
3. บริษัทมุ่งเน้นการผลิตสินค้าหรือให้บริการที่มีความได้เปรียบด้านคุณภาพมากกว่าความได้เปรียบด้านราคา	1.0	ผ่าน	
4. บริษัทให้ความสำคัญกับการแนะนำสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง	0.6	ผ่าน	
5. บริษัทนำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดอย่างรวดเร็ว	1.0	ผ่าน	บริษัทนำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดอย่างรวดเร็วกว่าคู่แข่ง
6. บริษัทมีการค้นหาช่องทางการตลาดใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างโอกาสในการขยายธุรกิจ	1.0	ผ่าน	
7. บริษัทมีการพัฒนาวิธีการใหม่ ๆ ในการดำเนินงานที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดในการจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการ	1.0	ผ่าน	

ตัวแปรที่ 3 กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
1. บริษัทมุ่งเน้นการผลิตสินค้าในปริมาณมากเพื่อกระจายต้นทุนในการผลิต	0.6	ผ่าน	
2. บริษัทมีการกำหนดราคาของสินค้าหรือบริการ ที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้	0.6	ผ่าน	

ตัวแปรที่ 3 (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
3. บริษัทมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าหรือให้บริการได้ดีขึ้น	0.6	ผ่าน	บริษัทมีการนำเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงมาใช้เพื่อลดต้นทุนในการผลิตสินค้าหรือการให้บริการ แต่ยังคงรักษาคุณภาพของสินค้าหรือการให้บริการที่คงเดิมหรือทำให้คุณภาพดีขึ้น
4. บริษัทนำเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงมาใช้เพื่อลดต้นทุนในการผลิตสินค้าหรือการให้บริการ	0.8	ผ่าน	
5. บริษัทมีการปรับปรุงวิธีการที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือให้บริการให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง	1.0	ผ่าน	
6. บริษัทมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรภายในบริษัทให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด	1.0	ผ่าน	
7. บริษัทสามารถจัดหาปัจจัยที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือให้บริการในราคาและคุณภาพที่เหมาะสม	1.0	ผ่าน	

ตัวแปรที่ 4 ความสามารถทางการแข่งขัน

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
1. บริษัทสามารถกำหนดราคาสินค้าหรือบริการที่ต่ำกว่าคู่แข่ง	1.0	ผ่าน	
2. บริษัทสามารถจัดหาสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้	1.0	ผ่าน	
3. บริษัทสามารถผลิตหรือจัดหาสินค้าที่มีความทนทานเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	0.8	ผ่าน	
4. บริษัทสามารถผลิตสินค้าหรือให้บริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง	1.0	ผ่าน	

ตัวแปรที่ 4 (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
5. บริษัทใช้เวลาในการจัดส่งสินค้าหรือให้บริการแก่ลูกค้าน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	1.0	ผ่าน	
6. กระบวนการการขนส่งสินค้าของบริษัทมีความน่าเชื่อถือและได้มาตรฐานเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม	1.0	ผ่าน	
7. บริษัทสามารถเปิดตัวสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ ได้อย่างรวดเร็วเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	0.8	ผ่าน	
8. บริษัทสามารถปรับเปลี่ยนการผลิตสินค้าหรือให้บริการตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	1.0	ผ่าน	

ตัวแปรที่ 5 วัฒนธรรมการแข่งขัน

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
1. บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะที่จำเป็นในการสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจให้กับพนักงาน	0.6	ผ่าน	
2. บริษัทมุ่งเน้นให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินงานที่สร้างความโดดเด่นให้กับบริษัทและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง	1.0	ผ่าน	
3. บริษัทมุ่งเน้นให้พนักงานเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพของสินค้าหรือบริการให้ดียิ่งขึ้น	1.0	ผ่าน	
4. บริษัทส่งเสริมให้พนักงานเข้าใจข้อมูลด้านการแข่งขันและแนวโน้มของอุตสาหกรรม	1.0	ผ่าน	
5. บริษัทมุ่งมั่นให้พนักงานมีการปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อองค์กร	1.0	ผ่าน	

ตัวแปรที่ 5 (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
6. บริษัทกระตุ้นให้พนักงานเกิดความกระตือรือร้นในการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายสูงสุดขององค์กร	1.0	ผ่าน	
เพิ่ม “ข้อ 7. บริษัทมีการให้รางวัลหรือผลตอบแทนพิเศษแก่พนักงานหากบริษัทสามารถดำเนินงานให้ประสบผลสำเร็จในการแข่งขันได้”			

ตัวแปรที่ 6 ความสามารถในการเรียนรู้

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
1. บริษัทเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจที่สำคัญ	0.6	ผ่าน	
2. นโยบายของบริษัทได้รับอิทธิพลอย่างมากจากมุมมองของพนักงาน	0.6	ผ่าน	
3. บริษัทสามารถทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของพนักงานในการตัดสินใจที่สำคัญของบริษัท	0.6	ผ่าน	
4. ต้นทุนในการพัฒนาความรู้และทักษะของพนักงานถือเป็นค่าใช้จ่ายที่สำคัญในการพัฒนาบริษัท	0.8	ผ่าน	
5. พนักงานของบริษัทยอมรับคำวิจารณ์ในการทำงานและปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ	1.0	ผ่าน	
6. พนักงานของบริษัทยอมรับและสามารถปรับตัวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงและแนวคิดใหม่ ๆ ได้อย่างง่ายดาย	1.0	ผ่าน	

ตัวแปรที่ 7 ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
1. บริษัทบรรลุเป้าหมายในการลดต้นทุนในการผลิตหรือการให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง	0.6	ผ่าน	
2. ยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน	0.8	ผ่าน	กำไรและส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน
3. บริษัทบรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ และสามารถขยายการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง	1.0	ผ่าน	
4. บริษัทได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนที่โดดเด่นและสามารถทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง	1.0	ผ่าน	
5. บริษัทมีภาพลักษณ์ที่ดีในการบริหารจัดการผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทที่มีต่อคุณภาพและความปลอดภัยของพนักงานหรือชุมชน	1.0	ผ่าน	
6. บริษัทสามารถลดความเสี่ยงและผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินงานที่เกิดกับสังคมหรือชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ	0.8	ผ่าน	
7. บริษัทมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสังคมหรือชุมชน โดยมุ่งเน้นการทำงานร่วมกับชุมชนเพื่อลดความขัดแย้งในการดำเนินงานและวิถีชีวิตของคนในชุมชน	1.0	ผ่าน	
8. บริษัทสามารถสร้างผลประโยชน์ให้กับผู้มีส่วนได้เสีย โดยการรับฟังและตอบสนองต่อข้อเสนอของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม	0.8	ผ่าน	
9. บริษัทมีการสร้างนวัตกรรมหรือออกแบบกระบวนการการทำงานที่สามารถลดผลกระทบในการดำเนินงานที่มีต่อสิ่งแวดล้อม	0.6	ผ่าน	

ตัวแปรที่ 7 (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
10. บริษัทบรรลุเป้าหมายด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (เช่น มลพิษทางอากาศ การกำจัดขยะมูลฝอย หรือมลพิษทางเสียง) ได้อย่างต่อเนื่อง	1.0	ผ่าน	
11. บริษัทได้รับการรับรองหรือผ่านการตรวจสอบด้านสิ่งแวดล้อมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ	1.0	ผ่าน	



ภาคผนวก ค
ผลการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม



ภาคผนวก ค

ตัวแปรที่ 1 การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์

ข้อคำถาม	Cronbach's Alpha Coefficient
การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์	0.966
การติดตามสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน	
1. บริษัทเชื่อมั่นว่าการติดตามข้อมูลสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ (เช่น เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย หรือสังคม) จะช่วยให้บริษัทวางแผนการดำเนินงานและสามารถตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม	0.965
2. บริษัทมีการค้นหาข้อมูลสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ทำให้บริษัทได้ข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจในการดำเนินงานอย่างครบถ้วน	0.964
3. บริษัทมีการรวบรวมข้อมูลสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ทำให้บริษัทมีข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่น่าเชื่อถือ	0.964
4. บริษัทมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน ทำให้สามารถระบุโอกาสและอุปสรรคที่มีผลต่อการดำเนินงานของบริษัทได้อย่างเหมาะสม	0.964
5. บริษัทมีการนำเอาข้อมูลสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน มาใช้สนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง ทำให้บริษัทสามารถวางแผนเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม	0.964
6. บริษัทส่งเสริมให้มีการเรียนรู้และทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน ทำให้สามารถนำข้อมูลสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานไปใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	0.964
ความรู้ทางเทคโนโลยี	
1. บริษัทเชื่อว่าการติดตามข้อมูลทางเทคโนโลยี จะทำให้บริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงานและตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม	0.964
2. บริษัทมีการค้นหาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับลักษณะการดำเนินงาน ทำให้การนำเทคโนโลยีมาใช้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการดำเนินงานของบริษัท	0.963
3. บริษัทรวบรวมข้อมูลเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ทำให้บริษัทสามารถเลือกใช้ข้อมูลทางเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์	0.964

ตัวแปรที่ 1 (ต่อ)

ข้อความ	Cronbach's Alpha Coefficient
4. บริษัทมีการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงานของกิจการอย่างสม่ำเสมอ ทำให้บริษัทสามารถระบุผลกระทบ ได้อย่างชัดเจน	0.964
5. บริษัทมีการนำข้อมูลที่ได้จากเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินงาน (เช่น ระบบอินเทอร์เน็ต ปัญญาประดิษฐ์ หรือ Big data) ทำให้บริษัทสามารถ ตัดสินใจในการดำเนินงานได้อย่างรวดเร็ว	0.964
6. บริษัทมีการเผยแพร่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบ ของเทคโนโลยีให้กับหน่วยงานภายในได้รับรู้ ทำให้แต่ละหน่วยงานสามารถ วางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม	0.964
7. บริษัทส่งเสริมให้มีการเรียนรู้และนำข้อมูลที่ได้จากเทคโนโลยีขั้นสูงไป ใช้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ทำให้บริษัทสามารถวางแผนการ ดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม	0.964
ความรู้ทางการตลาด	
1. บริษัทเชื่อว่าการติดตามข้อมูลทางการตลาด (เช่น ข้อมูลลูกค้า ข้อมูล คู่แข่งขัน หรือข้อมูลสินค้า) จะทำให้บริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงาน และตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม	0.965
2. บริษัทมีการค้นหาข้อมูลทางการตลาดที่หลากหลาย (เช่น ความต้องการ ของลูกค้า กลยุทธ์ของคู่แข่ง หรือสินค้าที่เป็นนวัตกรรม) ทำให้บริษัทได้ ข้อมูลในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่เหมาะสม	0.964
3. บริษัทมีการรวบรวมข้อมูลทางการตลาดอย่างเป็นระบบ ทำให้ได้ข้อมูล ที่ใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างครบถ้วน	0.964
4. บริษัทมีการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดโดยใช้เทคนิคขั้นสูงอย่างสม่ำเสมอ ทำให้สามารถนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างรวดเร็ว	0.963
5. บริษัทมีการเผยแพร่ข้อมูลทางการตลาดให้หน่วยงานต่าง ๆ ภายใน ได้รับทราบ ทำให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนการดำเนินงานใน ส่วนที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม	0.964
6. บริษัทส่งเสริมให้มีการนำข้อมูลทางการตลาด ไปใช้สนับสนุนการตัดสินใจ เชิงกลยุทธ์ ทำให้สามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม	0.964

ตัวแปรที่ 1 (ต่อ)

ข้อความ	Cronbach's Alpha Coefficient
การนำเสนอข้อมูลในอนาคต	
1. บริษัทเชื่อว่าการนำเสนอข้อมูลในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับองค์กร (เช่น แผนการดำเนินงานหรือข้อมูลทางการเงิน) จะทำให้บริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายสูงสุดของบริษัทได้	0.964
2. บริษัทให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลสำหรับการคาดการณ์การดำเนินงานในอนาคต ทำให้บริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม	0.964
3. บริษัทมีการนำเอาข้อมูลในอนาคตมาวิเคราะห์เพื่อระบุโอกาสและอุปสรรคในการดำเนินงาน ทำให้บริษัทสามารถวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม	0.967
4. บริษัทมีการจัดเตรียมข้อมูลที่ใช้ในการคาดการณ์ข้อมูลทางธุรกิจในอนาคตอย่างเป็นระบบ ทำให้บริษัทมีข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่น่าเชื่อถือและครบถ้วน	0.964
5. บริษัทสนับสนุนให้มีการใช้ข้อมูลในอนาคต ทำให้สามารถวางแผนและตัดสินใจในการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม	0.964

ตัวแปรที่ 2 กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม

ข้อความ	Cronbach's Alpha Coefficient
1. บริษัทมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการผลิตสินค้าหรือให้บริการเพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์	0.929
2. บริษัทมุ่งมั่นในการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าหรือบริการอย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	0.922
3. บริษัทมุ่งเน้นการผลิตสินค้าหรือให้บริการที่มีความได้เปรียบด้านคุณภาพมากกว่าความได้เปรียบด้านราคา	0.929
4. บริษัทมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง	0.935
5. บริษัทนำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดอย่างรวดเร็ว	0.932
6. บริษัทมีการค้นหาช่องทางตลาดใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างโอกาสในการขยายธุรกิจ	0.928

ตัวแปรที่ 2 กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม (ต่อ)

ข้อความ	Cronbach's Alpha Coefficient
7. บริษัทมีการพัฒนาวิธีการใหม่ ๆ ในการดำเนินงานที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดในการจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการ	0.921

ตัวแปรที่ 3 กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ

ข้อความ	Cronbach's Alpha Coefficient
1. บริษัทมุ่งเน้นการจัดการวัตถุดิบหรือสินค้าที่ใช้ในการดำเนินงานในปริมาณมาก เพื่อกระจายต้นทุนในการจัดหาหรือมีอำนาจในการต่อรองราคา	0.944
2. บริษัทมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าหรือให้บริการได้ดีขึ้น (เช่น ผลิตสินค้าได้ในจำนวนมากขึ้นโดยใช้เวลาเท่าเดิม หรือการให้บริการที่รวดเร็วขึ้นแต่ยังคงคุณภาพในการให้บริการ)	0.938
3. บริษัทมีการนำเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงมาใช้ เพื่อลดต้นทุนในการผลิตสินค้าหรือการให้บริการ แต่ยังคงรักษาคุณภาพของสินค้าหรือการให้บริการที่คงเดิมหรือทำให้คุณภาพดีขึ้น	0.932
4. บริษัทมีการปรับปรุงวิธีการที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือให้บริการให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง	0.937
5. บริษัทมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรภายในบริษัทให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด	0.961
6. บริษัทสามารถจัดหาปัจจัยที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือให้บริการในราคาและคุณภาพที่เหมาะสม	0.935

ตัวแปรที่ 4 ความสามารถทางการแข่งขัน

ข้อความ	Cronbach's Alpha Coefficient
1. บริษัทสามารถกำหนดราคาสินค้าหรือบริการที่ต่ำกว่าคู่แข่ง	0.933
2. บริษัทสามารถจัดหาสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้	0.908

ตัวแปรที่ 4 (ต่อ)

ข้อความ	Cronbach's Alpha Coefficient
3. บริษัทสามารถผลิตหรือจัดหาสินค้าที่มีความทนทาน หรือให้บริการที่มีความแตกต่างหรือมีคุณค่าให้กับลูกค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	0.906
4. บริษัทสามารถผลิตสินค้าหรือให้บริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง	0.921
5. บริษัทใช้เวลาในการจัดส่งสินค้าหรือให้บริการแก่ลูกค้าน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	0.904
6. กระบวนการการขนส่งสินค้าของบริษัทมีความน่าเชื่อถือและได้มาตรฐานเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม	0.909
7. บริษัทสามารถเปิดตัวสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	0.894
8. บริษัทสามารถปรับเปลี่ยนการผลิตสินค้าหรือให้บริการตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	0.897

ตัวแปรที่ 5 วัฒนธรรมการแข่งขัน

ข้อความ	Cronbach's Alpha Coefficient
1. บริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะที่จำเป็นในการสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจให้กับพนักงาน	0.950
2. บริษัทมุ่งเน้นให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการดำเนินงานที่สร้างความโดดเด่นให้กับบริษัทและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง	0.951
3. บริษัทมุ่งเน้นให้พนักงานเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพของสินค้าหรือบริการให้ดียิ่งกว่าคู่แข่งอยู่เสมอ	0.949
4. บริษัทส่งเสริมให้พนักงานเข้าใจข้อมูลด้านการแข่งขันและแนวโน้มของอุตสาหกรรม	0.951
5. บริษัทมุ่งมั่นให้พนักงานมีการปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อองค์กร	0.952
6. บริษัทกระตุ้นให้พนักงานเกิดความกระตือรือร้นในการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายสูงสุดขององค์กร	0.957
7. บริษัทมีการให้รางวัลหรือผลตอบแทนพิเศษแก่พนักงาน หากบริษัทสามารถดำเนินงานให้ประสบผลสำเร็จในการแข่งขันได้	0.964

ตัวแปรที่ 6 ความสามารถในการเรียนรู้

ข้อคำถาม	Cronbach's Alpha Coefficient
1. บริษัทส่งเสริมให้พนักงานสามารถเรียนรู้วิธีการใหม่ ๆ ที่ใช้ในการดำเนินงานในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลง	0.994
2. บริษัทมีการกำหนดนโยบายในการดำเนินงาน โดยรับฟังความคิดเห็นจากพนักงานทุกระดับ	0.950
3. ต้นทุนในการพัฒนาความรู้และทักษะของพนักงานถือเป็นค่าใช้จ่ายที่สำคัญในการพัฒนาบริษัท	0.938
4. บริษัทสามารถทำให้พนักงานเกิดการเรียนรู้และหาวิธีในการจัดการกับข้อร้องเรียนของลูกค้าหรือความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้าหรือบริการได้อย่างเหมาะสม	0.935
5. พนักงานของบริษัทยอมรับคำวิจารณ์ในการทำงานและปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ	0.932
6. พนักงานของบริษัทยอมรับและสามารถปรับตัวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงและแนวคิดใหม่ ๆ ได้อย่างง่ายดาย	0.937

ตัวแปรที่ 7 ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

ข้อคำถาม	Cronbach's Alpha Coefficient
ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน	0.945
ผลการดำเนินงานเศรษฐกิจ	
1. บริษัทบรรลุเป้าหมายในการบริหารจัดการต้นทุนในการผลิตหรือการให้บริการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดได้อย่างต่อเนื่อง	0.937
2. กำไรและส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน	0.945
3. บริษัทบรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจและสามารถขยายการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง	0.942
4. บริษัทได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนที่โดดเด่นและสามารถทำกำไรได้อย่างต่อเนื่อง	0.939
ผลการดำเนินงานด้านสังคม	
5. บริษัทมีภาพลักษณ์ที่ดีในการบริหารจัดการผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินงานของบริษัทที่มีต่อคุณภาพและความปลอดภัยของพนักงาน	0.935

ตัวแปรที่ 7 (ต่อ)

ข้อความ	Cronbach's Alpha Coefficient
6. บริษัทสามารถจัดการความเสี่ยงและผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินงานที่มีต่อสังคมหรือชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ	0.937
7. บริษัทมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสังคมหรือชุมชน โดยมุ่งเน้นการทำงานร่วมกับชุมชนเพื่อลดความขัดแย้งในการดำเนินงานและวิถีชีวิตของคนในชุมชน	0.945
8. บริษัทสามารถสร้างผลประโยชน์ให้กับผู้มีส่วนได้เสีย โดยการรับฟังและตอบสนองต่อข้อเสนอของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม	0.942
ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม	
9. บริษัทมีการสร้างนวัตกรรมหรือออกแบบกระบวนการการทำงานที่สามารถลดผลกระทบในการดำเนินงานที่มีต่อสิ่งแวดล้อม	0.937
10. บริษัทบรรลุเป้าหมายด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม (เช่น มลพิษทางอากาศ การกำจัดขยะมูลฝอย หรือมลพิษทางเสียง) ได้อย่างต่อเนื่อง	0.939
11. บริษัทได้รับการรับรองหรือผ่านการตรวจสอบด้านสิ่งแวดล้อมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ	0.944





ภาคผนวก ง
ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงของเครื่องมือการวิจัย
(การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ)

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ภาคผนวก ง

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของการบัญชีเชิงกลยุทธ์

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.919
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2774.171
	df	171
	Sig.	.000

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
TI6	.750			
TI5	.743			
TI2	.725			
TI3	.724			
TI4	.713			
TI7	.684			
MI3		.833		
MI4		.758		
MI5		.745		
MI6		.714		
MI2		.700		
ES2			.812	
ES4			.790	
ES3			.785	
ES5			.730	
FL2				.819
FL1				.804
FL3				.702
FL5				.610

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นนวัตกรรม

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.846
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	694.990
	df	15
	Sig.	.000

Component Matrix^a

	Component
	1
IOS1	.781
IOS2	.849
IOS3	.776
IOS4	.855
IOS5	.831
IOS6	.752

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.870
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	867.820
	df	15
	Sig.	.000

Component Matrix^a

	Component
	1
EOS1	.842
EOS2	.874
EOS3	.869
EOS4	.885
EOS5	.710
EOS6	.851

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความสามารถทางการแข่งขัน

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.832
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	617.247
	df	15
	Sig.	.000

Component Matrix^a

	Component
	1
OC1	.538
OC3	.795
OC4	.846
OC5	.859
OC6	.780
OC8	.856

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจวัฒนธรรมการแข่งขัน

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.846
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	683.407
	df	10
	Sig.	.000

Component Matrix^a

	Component
	1
CC1	.847
CC2	.849
CC3	.892
CC5	.875
CC6	.837

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของความสามารถในการเรียนรู้

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.805
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	604.071
	df	10
	Sig.	.000

Component Matrix^a

	Component
	1
LC1	.825
LC3	.855
LC4	.756
LC5	.860
LC6	.860

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.885
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1373.487
	df	36
	Sig.	.000

Rotated Component Matrix^a

	Component		
	1	2	3
SP2		.907	
SP3		.855	
SP4		.887	
SP5	.756		
SP6	.842		
SP7	.858		
SP8	.802		
SP9			.630
SP11			.877



ภาคผนวก จ

เอกสารรับรองโครงการวิจัยในมนุษย์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ภาคผนวก จ

COA no. 40/2566



คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

เอกสารรับรองโครงการวิจัยในมนุษย์

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ดำเนินการให้การรับรองการพิจารณาจริยธรรมแบบเร่งรัดโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ที่เป็นมาตรฐานสากล ได้แก่ Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline, International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP) and 45CFR 46.101(b)

- โครงการ** : การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- รหัสโครงการ** : EC-66-48
- ชื่อหัวหน้าโครงการ** : นางสาวสุมาลี เอกพล
- สังกัด** : สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม
- วิธีทบทวน** : Expedited review
- รายงานความก้าวหน้า** : ส่งรายงานความก้าวหน้าอย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี หรือส่งรายงานฉบับสมบูรณ์หากดำเนินโครงการเสร็จสิ้นก่อน 1 ปี
- เอกสารรับรอง** : ข้อเสนอโครงการ, เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย, หนังสือแสดงเจตนายินยอมแบบสอบถาม (version 2.0, 19 เมษายน 2566)

ลงชื่อ.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เบญจมาศ จิตรสมบูรณ์)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

วันที่รับรอง : 24 เมษายน 2566

วันหมดอายุ : 23 เมษายน 2567

ทั้งนี้ การรับรองนี้มีเงื่อนไขดังที่ระบุไว้ด้านหลังทุกข้อ (ดูด้านหลังของเอกสารรับรองโครงการวิจัย)



ผ่านการพิจารณาจาก
คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี แล้ว

นักวิจัยทุกท่านที่ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยต้องปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการวิจัยตามที่ระบุไว้ในโครงการวิจัยอย่างเคร่งครัด
2. ใช้เอกสารชี้แจงข้อมูลอาสาสมัคร และหนังสือแสดงเจตนายินยอม (และเอกสารเชิญเข้าร่วมวิจัยหรือใบโฆษณา (ถ้ามี)) แบบสัมภาษณ์ และ/หรือแบบสอบถาม เฉพาะที่มีตราประทับของคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์เท่านั้น
3. รายงานเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ร้ายแรงที่เกิดขึ้นหรือการเปลี่ยนแปลงกิจกรรมวิจัยใด ๆ ต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ภายในระยะเวลาที่กำหนดในวิธีดำเนินการมาตรฐาน (SOPs)
4. ส่งรายงานความก้าวหน้าต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ตามเวลาที่กำหนดหรือเมื่อได้รับการร้องขอ
5. หากการวิจัยไม่สามารถดำเนินการเสร็จสิ้นภายในกำหนด ผู้วิจัยต้องยื่นขออนุมัติใหม่ก่อน อย่างน้อย 30 วัน
6. เอกสารทุกฉบับที่ได้รับการรับรองครั้งนี้ หมดอายุตามอายุของโครงการวิจัยที่ได้รับการรับรองก่อนหน้านี้ (EC-66-48)
7. หากการวิจัยเสร็จสมบูรณ์ผู้วิจัยต้องแจ้งปิดโครงการตามแบบฟอร์มของคณะกรรมการจริยธรรมในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี



ผ่านการพิจารณาจาก
คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี แล้ว

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ประวัติผู้เขียน

นางสาวสุมาลี เอกพล

ภูมิลำเนา: จังหวัดอุดรธานี

ที่อยู่ปัจจุบัน: บ้านเลขที่ 1158 ถนนสุนทราราม ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

ประวัติการศึกษา:

- 2548 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาวิชาการบัญชี) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
- 2551 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติการทำงาน:

- 2551 – 2563 อาจารย์ประจำสาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา
- 2564 – ปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา

ผลงานวิชาการ:

- สุมาลี เอกพล สมเกียรติ ฉายพระพิภตร และกิตติมา ทางนะที. (2562). การศึกษาเปรียบเทียบวิธีการวัดมูลค่าภายหลังการรับรู้รายการของที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ กับผลการดำเนินงานในอนาคตของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา*, ปีที่ 8 (ฉบับที่ 1): 20-42.
- สุมาลี เอกพล อัจฉรา ชนากลาง สมเกียรติ ฉายพระพิภตร และพรศรี เวศสุวรรณ. (2563). ผลกระทบของการวัดมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนกับค่าสอบบัญชี: หลักฐานจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิชาชีพบัญชี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, ปีที่ 16(ฉบับที่ 52): 5-23.
- Sareeya Wichitsathian, Sumalee Ekkaphol. (2022). Management accounting system utilized to encounter COVID-19: A case of small enterprises in the service sector in Thailand. *Journal of Asian finance, Economics and Business*, 9(6): 363-372.

Sumalee Ekkaphol, Sareeya Wichisathian. (2024). Strategic management accounting and sustainable performance: The serial mediating role of business strategies and competitiveness. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(6), 3453: 1-20.

