

สมเกียรติ ฉายพระพักตร์ : การบัญชีเพื่อการจัดการสมัยใหม่และการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ
: หลักฐานจากบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย (MODERN MANAGEMENT ACCOUNTING
AND BUSINESS GOAL ACHIEVEMENT: EVIDENCE FROM LISTED FIRMS IN THAILAND)
อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรียา วิจิตรเสถียร, 211 หน้า

คำสำคัญ: การบัญชีเพื่อการจัดการสมัยใหม่/การบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ทดสอบอิทธิพลของการบัญชีเพื่อการจัดการสมัยใหม่ที่มีต่อการตอบสนองลูกค้า การกีดกันคู่แข่ง การยอมรับของตลาด ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ 2) ทดสอบอิทธิพลของการตอบสนองลูกค้า การกีดกันคู่แข่ง และการยอมรับของตลาด ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน 3) ทดสอบอิทธิพลของความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีต่อการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ และ 4) ทดสอบบทบาทกำกับของสมรรถนะการเรียนรู้ขององค์กรที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีเพื่อการจัดการสมัยใหม่กับความได้เปรียบทางการแข่งขัน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทยจำนวน 217 ตัวอย่าง ทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างและการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบเชิงชั้น ผลการศึกษานี้พบว่า 1) การบัญชีเพื่อการจัดการสมัยใหม่ ด้านการบัญชีที่อ้างอิงตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อการตอบสนองลูกค้าและการยอมรับของตลาด ด้านการบัญชีที่มุ่งเน้นคู่แข่งมีอิทธิพลทางตรงต่อการกีดกันคู่แข่ง ด้านการบัญชีที่เน้นนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ และด้านการบัญชีที่เน้นสารสนเทศเป็นศูนย์กลางมีอิทธิพลทางตรงต่อการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ 2) การตอบสนองลูกค้าและการยอมรับของตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน 3) ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ และ 4) สมรรถนะการเรียนรู้ขององค์กรมีบทบาทกำกับความสัมพันธ์ระหว่างการบัญชีเพื่อการจัดการสมัยใหม่กับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผลการศึกษานี้ยืนยันว่าการบัญชีเพื่อการจัดการสมัยใหม่เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าสำหรับองค์กรธุรกิจ ช่วยเสริมสร้างความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าจนได้รับการยอมรับของตลาด ส่งผลให้มีความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งและบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ

ปีการศึกษา 2568

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

นายณัฏฐ์
Sarun

SOMKIAT CHAYPRAPAK : MODERN MANAGEMENT ACCOUNTING AND BUSINESS
GOAL ACHIEVEMENT: EVIDENCE FROM LISTED FIRMS IN THAILAND. THESIS
ADVISOR : ASST. PROF. SAREEYA WICHITSATHIAN, Ph.D., 211 PP.

KEYWORDS: MODERN MANAGEMENT ACCOUNTING/BUSINESS GOAL ACHIEVEMENT

This research aimed to 1) examine the influence of modern management accounting on customer response, competitive obstruction, market acceptance, competitive advantage, and business goal achievement; 2) investigate the influence of customer response, competitive obstruction, and market acceptance on competitive advantage; 3) examine the influence of competitive advantage on business goal achievement; and 4) test the moderating role of organizational learning competency in the relationship between modern management accounting and competitive advantage. Data were collected through questionnaires received from 217 listed firms in Thailand. The research hypotheses were tested using structural equation modeling (SEM) and hierarchical multiple regression analysis. The results revealed that: 1) Modern management accounting has a direct influence on several outcomes. Specifically, its market-based accounting dimension directly influences customer response and market acceptance; its competitive-oriented accounting dimension directly influences competitive obstruction; its innovation-focused accounting dimension directly influences both competitive advantage and business goal achievement; and its information-centered accounting dimension directly influences business goal achievement. 2) Customer response and market acceptance directly influence competitive advantage. 3) Competitive advantage directly influences business goal achievement. 4) Organizational learning competency moderates the relationship between modern management accounting and competitive advantage. These findings confirm that modern management accounting is a valuable resource for business organizations, as it enhances the ability to respond to customer needs, thereby gaining market acceptance. This process enables

organizations to build a superior competitive advantage over rivals and ultimately achieve their business goals effectively.



School of Management Technology
Academic Year 2025

Student's Signature.....*Somkiat*.....
Advisor's Signature.....*Somkiat*.....