



การใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการบริหารธุรกิจ:
กรณีศึกษา ธุรกิจร้านชาแบรนด์คนไทย

โดย

นางสาวอรรณ อภิรักษ์โยธิน

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บัญชีมหาบัณฑิต
สาขาบัญชี
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2565

THE USE OF ACCOUNTING INFORMATION FOR BUSINESS DECISION
MAKING: THE CASE OF THAI-OWNED
TEA CAFÉ SHOP

BY
MISS ALLWARIN APIRAKYOTHIN



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF ACCOUNTING
FACULTY OF COMMERCE AND ACCOUNTANCY
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2022

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวอรวริน อภิรักษ์โยธิน

เรื่อง

การใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการบริหารธุรกิจ: กรณีศึกษา ธุรกิจร้านชาแบรนด์คนไทย

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บัญชีมหาบัณฑิต

เมื่อ วันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2566

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

ศิริพร ศรีจันทร์เพชร

(รองศาสตราจารย์ ดร. ศิริพร ศรีจันทร์เพชร)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ธีรชัย อรุณเรืองศิริเลิศ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธีรชัย อรุณเรืองศิริเลิศ)

คณบดี

สมชาย สุภัทรกุล

(รองศาสตราจารย์ ดร. สมชาย สุภัทรกุล)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการบริหารธุรกิจ: กรณีศึกษา ธุรกิจร้านชาแบรนด์คนไทย
ชื่อผู้เขียน	นางสาวอรวริน อภิรักษ์โยธิน
ชื่อปริญญา	บัญชีมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	บัญชี พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธีรชัย อรุณเรืองศิริเลิศ
ปีการศึกษา	2565

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการบริหารธุรกิจของผู้บริหารธุรกิจร้านชาแบรนด์คนไทย โดยศึกษากรณีศึกษาและใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกออนไลน์กับผู้บริหารของธุรกิจร้านชา 3 แห่ง ช่วงเดือน สิงหาคม - ธันวาคม 2565 ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริหารเป็นผู้ดำเนินการตัดสินใจด้วยตนเอง จากการใช้ข้อมูลทางบัญชีในการประกอบการกระทำดังกล่าว ตั้งแต่การวางแผนกลยุทธ์โดยใช้ข้อมูลการตลาด งบประมาณและข้อมูลทางบัญชีย้อนหลัง ด้านการวางแผนงบประมาณจะใช้ข้อมูลทางบัญชีย้อนหลังและการควบคุมต้นทุนค่าใช้จ่าย ด้านการคำนวณต้นทุนและราคาสินค้าจะใช้ข้อมูลทางบัญชีย้อนหลัง และการวางแผนแต่ละส่วนงานตลอดจนการแก้ปัญหาต่าง ๆ

คำสำคัญ: การใช้ข้อมูลทางบัญชี, การบริหารธุรกิจ, ร้านชา

Independent Study Title	THE USE OF ACCOUNTING INFORMATION FOR BUSINESS DECISION MAKING: THE CASE OF THAI-OWNED TEA CAFÉ SHOP
Author	Miss Allwarin Apirakyothin
Degree	Master of Accounting
Department/Faculty/University	Accounting Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Assistant Professor Teerachai Arunruangsirilert, Ph.D.
Academic Year	2022

ABSTRACT

The Independent Study aims to examine the use of accounting information for business decision making of Thai-owned tea café shop. This case study was conducted through an online in-dept interview with three owners of café shops during August – December 2022. The findings are that all owners made the decision by themselves about all aspects of running the business. They use the marketing trend, budgeting and past accounting information for strategic planning, budgeting, costs and pricing and business solutions.

Keywords: the use of accounting information, Decision making, Café shop

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่องการใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการบริหารธุรกิจของผู้บริหารธุรกิจร้านชา แบรินด์คนไทย เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาบัญชีมหาบัณฑิต สาขาบัญชี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยการศึกษาสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีเนื่องด้วยความกรุณาเป็นอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อธิชัย อรุณเรืองศิริเลิศ ที่ได้สละเวลากรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ พร้อมทั้งคำปรึกษาและการตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่อง จนการค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จสมบูรณ์ รวมถึง รองศาสตราจารย์ ดร. ศิลปพร ศรีจันทเพชร ประธานกรรมการสอบค้นคว้าอิสระ ที่ให้คำแนะนำมาปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้การค้นคว้าอิสระนี้มีความถูกต้องและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

รวมทั้งขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้ และเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโททางการบัญชีทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และประสานงานตลอดระยะเวลาในการทำการค้นคว้าอิสระครั้งนี้

ท้ายที่สุดนี้ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ทุกคนในครอบครัว รวมถึงขอบคุณเพื่อน ๆ ของข้าพเจ้าที่ให้อำลัใจแก่ข้าพเจ้าเป็นอย่างดี ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการค้นคว้าอิสระครั้งนี้จะมีประโยชน์และมีคุณค่าต่อผู้ที่ต้องการนำข้อมูลไปทำการศึกษาหรือนำไปใช้ประโยชน์ และหากมีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

นางสาวอรรณวิน อภิรักษ์โยธิน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามวิจัย	2
1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.4 ขอบเขตการวิจัย	2
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	3
2.1 ความหมายของการบัญชี	3
2.2 ความหมายของข้อมูลทางบัญชี (Accounting information)	5
2.3 ประโยชน์ของข้อมูลทางบัญชี	6
2.4 ผู้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลทางบัญชี	6
2.5 การบัญชีบริหาร	9
2.6 ทฤษฎีการตัดสินใจ	9
2.6.1 ความหมายของการตัดสินใจ	9
2.6.2 ระดับของการตัดสินใจ	10
2.6.3 ประเภทของการตัดสินใจ	11

2.6.4 ขั้นตอนของการตัดสินใจ	12
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	17
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	17
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	17
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	18
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	19
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	28
5.1 สรุปผลการศึกษา	28
5.2 ข้อจำกัดงานวิจัย	30
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต	30
รายการอ้างอิง	31
ประวัติผู้เขียน	33

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ทฤษฎีการใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจของผู้ใช้ข้อมูล	15
5.1 การใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการบริหารธุรกิจของผู้บริหารร้านชาแบรนด์คนไทย	29



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กระแสความนิยมชานมไม่ได้มีเฉพาะในประเทศไทยได้เท่านั้น แต่ยังคงแพร่หลายความนิยมไปยังประเทศอื่น ๆ ทั้งในภูมิภาคเอเชีย และภูมิภาคยุโรป เป็นธุรกิจที่มีการขยายตัวทางการตลาดเพิ่มสูงขึ้น จากข้อมูลของสภาพัฒนาการค้าระหว่างประเทศได้หวั่น (กรุงเทพธุรกิจ, 2562) ในปี 2562 ตลาดชานมทั่วโลก มีมูลค่าอยู่ที่ 62,500 ล้านบาท และคาดการณ์ว่าภายในปี 2566 มูลค่าตลาดจะเติบโตไปอยู่ที่ 103,000 ล้านบาท สำหรับประเทศไทยเองกระแสชานมแรงอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีผู้เปิดร้านใหม่ของตัวเองเป็นจำนวนมาก และมูลค่าประมาณ 2,500 ล้านบาท (บริษัท อีเว้นท์ ป๊อปป จํากัด, 2562) และ ในปี 2563 การแข่งขันของธุรกิจร้านชานมนั้นมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ThaiSMEsCenter, 2563)

สภาวะเศรษฐกิจไทยในปี 2563 จะพบกับความท้าทายหลายด้าน ซึ่งส่งผลกระทบต่ออย่างหนักกับหลายอุตสาหกรรมทั้งจากทางตรงและทางอ้อม จนผู้ประกอบการรายใหญ่หลายรายต้องประกาศย้ายฐานการผลิตหรือประกาศลดจำนวนพนักงานลงบางส่วนเพื่อลดค่าใช้จ่าย ส่วน SME รายเล็ก ๆ ก็เลิกกิจการให้เห็นอยู่อย่างต่อเนื่อง (กนกพร ทองเครือ, 2563) แต่งานศึกษาที่จัดทำโดยบริษัท Momentum works ร่วมกับบริษัท qlub เทคโนโลยีโซลูชันชำระเงินดิจิทัลของสิงคโปร์ เผยผลการศึกษากำลังการซื้อชานมใน 6 ประเทศสมาชิกอาเซียน ปี 2564 พบว่า ประเทศไทยมาเป็นอันดับ 2 ที่มีการบริโภคชานมถึง 749 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี หรือกว่า 26,964 ล้านบาท ด้วยกระแสความนิยมร้านชานมไข่มุกที่มีมากกว่า 31,000 แห่งทั่วประเทศ (TNN ONLINE, 2565)

ธุรกิจร้านชานมสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ประเภทแฟรนไชส์ และประเภทสร้างแบรนด์เอง โดยทั้ง 2 รูปแบบมีทั้งความเหมือนและความแตกต่างกันในด้านการดำเนินงาน การบัญชีและการเงิน การขายและการตลาด ซึ่งในแต่ละรูปแบบนั้นขึ้นอยู่กับว่าผู้ที่สนใจจะประกอบธุรกิจร้านชานมนั้นจะเลือกธุรกิจแบบใดที่จะตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้

จากผลการศึกษาพบว่า การทำธุรกิจชานมแบบซื้อแฟรนไชส์จะมีดัชนีกำไรสูงกว่าการทำธุรกิจชานมแบบสร้างแบรนด์เอง ซึ่งผู้ประกอบการชานมแบบสร้างแบรนด์เองนั้นอาจจะต้องใช้กลยุทธ์ในเรื่องของการลดต้นทุน (Cost Leadership) เพื่อให้สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้ สามารถผลิตโดยใช้ต้นทุนที่ต่ำลงเพื่อให้สามารถมีกำไรได้เพิ่มมากขึ้น (พิชามญช์ ประชุมโชติ, 2563)

ดังนั้นการวิจัยนี้จึงได้ทำการศึกษาการใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการตัดสินใจของผู้บริหารในธุรกิจร้านชาแบรนด์คนไทย แบบสร้างแบรนด์เอง ว่ามีการใช้ข้อมูลทางบัญชีใดบ้าง อย่างไรบ้างในการวางแผนต่าง ๆ ในธุรกิจ เพื่อให้กิจการดำเนินการไปตามเป้าหมายที่วางไว้ และเพื่อให้กิจการยังดำรงต่อไปได้

1.2 คำถามวิจัย

ผู้บริหารร้านชาแบรนด์คนไทยใช้ข้อมูลทางการบัญชีใดเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อศึกษาการใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการตัดสินใจในธุรกิจร้านชาแบรนด์คนไทย

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้สรุปแนวคิดการบริหารงานของผู้บริหารธุรกิจร้านชาแบรนด์คนไทยโดยใช้ข้อมูลต่าง ๆ ของการบัญชีในการตัดสินใจ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ธุรกิจร้านชาแบรนด์คนไทยที่เปิดดำเนินการมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี และมียอดขายไม่ต่ำกว่า 10 ล้านบาทต่อปี โดยใช้การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยวิธีการสัมภาษณ์

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ผู้ที่สนใจในการประกอบธุรกิจร้านชาได้ทราบถึงการใช้ข้อมูลทางการบัญชี
2. เพื่อให้เกิดแนวทางในการประกอบธุรกิจร้านชาและการควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของกิจการ
3. เพื่อให้เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจเลือกประกอบธุรกิจร้านชา

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการบริหารธุรกิจ: กรณีศึกษาธุรกิจร้านชาแบรนด์คนไทย โดยได้ทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การศึกษาเชิงทฤษฎี โดยมีประเด็นดังต่อไปนี้

- 2.1 การบัญชี
- 2.2 ข้อมูลทางการบัญชี
- 2.3 ประโยชน์ของข้อมูลทางบัญชี
- 2.4 ผู้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลทางบัญชี
- 2.5 การบัญชีบริหาร
- 2.6 ทฤษฎีการตัดสินใจ
 - 2.6.1 ความหมายของการตัดสินใจ
 - 2.6.2 ระดับของการตัดสินใจ
 - 2.6.3 ประเภทของการตัดสินใจ
 - 2.6.4 ขั้นตอนในการตัดสินใจ
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 การบัญชี

ดวงสมร อรพินท์ และคณะ (2555) “*Summa de arithmetica, geometria, Proportioniet & proportionalita* ”(*Summary of Arithmetic, Geometry, Proportions and Proportionality*) — *Fra Luca Pacioli*

บิดาแห่งการบัญชีได้กล่าวไว้ว่า บัญชีนั้นคือการคำนวณเกี่ยวกับเลขคณิต พีชคณิต การแลกเปลี่ยนเงินตรา รวมทั้งการบัญชี ซึ่งเป็นแนวคิดพื้นฐานที่ยังคงต่อเนื่องมาถึงยุคปัจจุบัน ส่วน The American Institute of Certified Public Accountants (AICPA) หรือสมาคมนักบัญชีรับอนุญาตของอเมริกาได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับการบัญชีไว้ว่า การบัญชีเป็นศิลปะของการจัดบันทึก รายการหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับการเงินไว้ในรูปเงินตรา การจัดหมวดหมู่หรือจำแนกประเภทของ รายการเหล่านั้น การสรุปผลรวมทั้งการตีความหมายของผลเหล่านั้น

สมาคมนักบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย (2542) ได้ให้คำนิยามการบัญชี เป็นกระบวนการระบุ วัดค่า บันทึก และติดต่อสื่อสารเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทางเศรษฐกิจของกิจการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ข้อมูลทางการเงิน กระบวนการทางการบัญชีแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

1) การระบุ (Identifying) เป็นการเลือกเหตุการณ์ที่เกิดจากการดำเนินงานซึ่งมีผลกระทบต่อฐานะการเงินของกิจการ เหตุการณ์นี้ทางการบัญชีเรียกว่า รายการค้า (Business Transaction)

2) การวัดค่า (Measurement) เป็นการวัดค่ารายการค้าที่เกิดขึ้นในรูปหน่วยเงินตราสกุลต่างๆ รายการค้ามีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปตัวเงินของกิจการ

3) การบันทึกรายการค้า (Recording) เป็นการใช้หลักการบัญชีคู่การบันทึกรายการ

4) การติดต่อสื่อสาร (Communication) แบ่งออกได้เป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่

4.1 การจัดเตรียมรายงาน (Prepare Accounting Reports) เป็นการสรุปข้อมูลทางการบัญชีทั้งหมดที่ได้บันทึกไว้แล้วในรูปของรายงานการเงิน

4.2 การวิเคราะห์และตีความสำหรับผู้ใช้ (Analysis and Interpret for Users) เกี่ยวข้องกับการนำรายงานที่จัดทำแล้วมาวิเคราะห์ตีความสำหรับบุคคล นิติบุคคลหรือหน่วยงานต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ของการใช้งานนั้น ๆ

วิทยาลัยการอาชีพวิเชียรบุรี (2552) ได้ให้ความหมายการบัญชี (Book keeping) หมายถึง การจดบันทึกเหตุการณ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับการรับ-จ่ายเงิน หรือสิ่งของที่กำหนดมูลค่าเป็นเงินไว้เป็นหลักฐานไว้ในสมุดบัญชีอย่างสม่ำเสมอ จัดแยกประเภทต่าง ๆ ให้เป็นระเบียบถูกต้องตามหลักการและแสดงผลการดำเนินงาน และฐานะการเงินของกิจการในระยะเวลาหนึ่งได้ เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน ตลอดจนการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานนั้น

วรรณภา เอี่ยมสมบัติ (2554) ได้ให้ความหมายของการบัญชี หมายถึง ศิลปะของการเก็บรวบรวม บันทึก จำแนก และทำสรุปข้อมูลเกี่ยวกับเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจที่เป็นในรูปของตัวเงินไว้ในสมุดบัญชีอย่างสม่ำเสมอเป็นระเบียบถูกต้องตามหลักการ

โดยสรุป การบัญชี คือ กระบวนการระบุ วัดค่า บันทึก แยกประเภท และสรุปผลเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจของกิจการที่ตีค่าเป็นหน่วยเงินตราได้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ข้อมูลทางการเงิน

2.2 ข้อมูลทางการบัญชี

สวรยา พินเนียม (2548) ได้ให้ความหมายความข้อมูลทางการบัญชี คือ ข้อมูลที่ได้มาจากการบันทึก (Recording) การจัดหมวดหมู่ (Classifying) การสรุปผล (Summarizing) ตลอดจนการวิเคราะห์และการตีความ (Interpreting) ตามวิธีการหรือหลักการบัญชีของแต่ละธุรกิจและการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการจัดบันทึกเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ได้ ดังนั้นข้อมูลทางบัญชีต่าง ๆ ที่ได้มาจึงพอที่จะแยกได้ 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ

1) ข้อมูลทางการบัญชีที่ได้มาจากวิธีการบัญชีต้นทุน

ข้อมูลทางบัญชีต้นทุน จะได้มาจากการสะสมข้อมูลตามวิธีการบัญชีหรือหลักการบัญชีต้นทุนที่นำมาใช้ตามลักษณะของธุรกิจ

2) ข้อมูลทางการบัญชีที่ได้มาจากวิธีการบัญชีทั่วไป

ข้อมูลทางบัญชีอื่น ๆ ที่มีใช้ข้อมูลจากวิธีการบัญชีต้นทุนโดยที่ข้อมูลของการบัญชีทั่วไปได้มาจากการจัดบันทึก จัดหมวดหมู่ และสรุปผล ตามหลักการบัญชีที่ยอมรับกันทั่วไป

วิชนิพร เศรษฐสุกก (2543) กล่าวว่า ข้อมูลทางการบัญชี หมายถึง ข้อมูลที่ได้จากกระบวนการทางบัญชีที่ถูกจัดไว้อย่างเป็นระบบ เพื่อประมวลผลข้อมูลทางการเงิน แสดงฐานะและแสดงผลการดำเนินงานของกิจการ รวมถึงประมาณการต่าง ๆ อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งทั้งภายในและภายนอกกิจการ

ศิลปพร ศรีจันเพชร (2564) กล่าวว่า ข้อมูลทางการบัญชี คือ ข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ กล่าวคือ ผู้ใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ เช่น การลงทุน การซื้อขายสินค้า เป็นต้น ข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลในอดีต หากผู้ใช้ข้อมูลเข้าใจความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในอดีตแล้วก็จะสามารถคาดหมายในอนาคตได้ว่าอะไรจะเกิดขึ้น

คมกฤษ ภาวศุทธิพันธ์ (2557) กล่าวว่า ข้อมูลทางการบัญชีจัดเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ ที่ผู้บังคับการต้องการเพื่อนำมาใช้ประโยชน์สำหรับการวางแผนดำเนินงานของธุรกิจ การควบคุม การประเมินผล การตัดสินใจ ตลอดจนการนำไปใช้พัฒนาการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพที่ดีกว่าเดิม

โดยสรุป ข้อมูลทางการบัญชี คือ ข้อมูลที่มีลักษณะเป็นตัวเลขที่ถูกประมวลผลขึ้นมาจากเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมภายในองค์กร เพื่อการวิเคราะห์และตีความให้เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจของผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้บริหาร

2.3 ประโยชน์ของข้อมูลทางบัญชี

วัลลภ พิเชษฐกุลและคณะ (2548) ได้ระบุประโยชน์ของข้อมูลทางการเงินบัญชีไว้ดังนี้

1) ช่วยให้ทราบฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของกิจการ ทำให้สามารถใช้ข้อมูลในการตัดสินใจได้รวดเร็วถูกต้องและแม่นยำ

2) ผู้บริหารใช้สารสนเทศช่วยในการวางแผนธุรกิจด้านต่าง ๆ และช่วยให้สามารถปรับปรุงและพัฒนากิจการ

3) เป็นเครื่องมือสนับสนุนการหาแหล่งเงินทุน โดยเฉพาะการขอกู้เงินจากเจ้าหนี้

4) ช่วยให้สามารถวางแผนภาษีอากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5) ช่วยให้มีความรู้พื้นฐานทางการเงินครบถ้วน ถูกต้องเป็นระเบียบและสามารถตรวจสอบได้

6) ช่วยในการวางแผนการใช้และควบคุมการใช้สินทรัพย์ให้มีประสิทธิภาพ

วิชณีพร เศรษฐสกุลโก (2543) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของข้อมูลทางการเงินบัญชีไว้ดังต่อไปนี้

1) ข้อมูลทางบัญชีถูกใช้เพื่อการปฏิบัติงานประจำวันแก่ผู้บริหารระดับล่างและพนักงาน เพื่อใช้ในการประสานงาน ประเมินผลปฏิบัติงาน ควบคุมและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในหน้าที่งานหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบ

2) ข้อมูลทางบัญชีถูกใช้เพื่อใช้ในการตัดสินใจวางแผนและควบคุมการดำเนินงานทั้งระยะสั้นและระยะยาวแก่ผู้บริหารระดับสูงเพื่อนำไปใช้ประกอบกับข้อมูลที่ไม่เป็นตัวเลขทางการเงินสำหรับการบริหารงานด้านต่าง ๆ ของธุรกิจ

3) ข้อมูลทางบัญชีถูกใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานตามกฎหมายแก่ผู้ใช้ภายนอก ซึ่งประกอบด้วยงบกำไรขาดทุน งบดุลและรายงานทางการเงินอื่น ๆ ที่กำหนด

ชลิต ผลอินทร์หอม (2561) ข้อมูลทางบัญชีมีความสำคัญต่อผู้ที่จะใช้ประโยชน์จากข้อมูลในระบบบัญชี ทั้งผู้ใช้ข้อมูลภายในกิจการ และผู้ใช้ข้อมูลภายนอกกิจการ ข้อมูลทางบัญชีเกี่ยวข้องกับงบการเงินต่าง ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นทราบผลประกอบการของกิจการ

โดยสรุป ประโยชน์ของข้อมูลทางบัญชี คือ เพื่อแสดงให้เห็นทราบถึงผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของกิจการทำให้ผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้องได้ใช้ข้อมูลเพื่อประกอบการวางแผนกลยุทธ์ กำหนดทิศทางของกิจการ ควบคุมการทำงาน และการตัดสินใจด้านต่าง ๆ ภายในองค์กร

2.4 ผู้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลทางบัญชี

วิทยาลัยอาชีวศึกษาเชียงราย (2554) ข้อมูลการบัญชีมีประโยชน์ต่อกลุ่มบุคคล 2 กลุ่ม คือ กลุ่มบุคคลภายใน ได้แก่ ผู้บริหาร และกลุ่มบุคคลภายนอก ได้แก่ ผู้ลงทุน ลูกจ้าง ผู้ให้กู้ ผู้ขาย

สินค้าและเจ้าหนี้อื่น ลูกค้า รัฐบาลและหน่วยงานราชการ และสาธารณชน กลุ่มบุคคลเหล่านี้มีวัตถุประสงค์ในการใช้ข้อมูลการบัญชีที่แตกต่างกันแต่โดยรวมแล้วคือการใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อประกอบการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ

ศิลปพร ศรีจันเพชร (2564) ผู้ใช้ข้อมูลทางการบัญชีประกอบด้วย บุคคลหลายฝ่ายที่สนใจในกิจการ เช่น ผู้บริหารของกิจการ ผู้ลงทุน ผู้ให้กู้และเจ้าหนี้ ลูกจ้างหรือกลุ่มตัวแทน ลูกค้า รัฐบาลและหน่วยงานราชการ ผู้ใช้จะใช้ข้อมูลทางการบัญชีในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจเพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกัน เช่น

1) ผู้บริหารของกิจการ ต้องการข้อมูลทางการบัญชีเพื่อประโยชน์ในการวางแผนควบคุมและตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ เช่น วางแผนด้านการตลาด การผลิต การจัดซื้อ การเงิน และควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เป็นต้น ข้อมูลดังกล่าวอาจได้มาจากรายงานภายในหรือรายงานเพื่อการจัดการ

2) ผู้ลงทุน หมายถึง ผู้ลงทุนในปัจจุบันและผู้ที่จะตัดสินใจลงทุนในอนาคต ผู้ลงทุนต้องการข้อมูลทางการบัญชีเพื่อประเมินความเสี่ยงและผลตอบแทนจากการลงทุน รวมทั้งวิเคราะห์และประเมินผลการดำเนินงานของกิจการซึ่งจะช่วยให้พิจารณาตัดสินใจซื้อ ขาย หรือถือเงินลงทุนนั้นต่อไป

3) ผู้ให้กู้และเจ้าหนี้ ต้องการข้อมูลทางการบัญชีเกี่ยวกับทรัพยากรทางเศรษฐกิจเพื่อให้ทราบถึงความมั่นคงทางการเงิน สภาพคล่องและความสามารถของกิจการในการชำระหนี้

4) ลูกจ้างหรือกลุ่มตัวแทน เช่น สหภาพแรงงานต้องการข้อมูลเกี่ยวกับความมั่นคงและความสามารถในการทำกำไรของนายจ้าง เพื่อช่วยประเมินความสามารถของกิจการในการจ่ายค่าตอบแทน

5) ลูกค้า ต้องการทราบข้อมูลทางการบัญชีเกี่ยวกับการดำเนินงานต่อเนื่องของกิจการ โดยเฉพาะกรณีที่ต้องพึ่งพากิจการ หรือต้องการมีความสัมพันธ์อันยาวนานกับกิจการ

6) รัฐบาลและหน่วยงานราชการ ต้องการข้อมูลทางการบัญชีเกี่ยวกับการดำเนินงานของกิจการ เพื่อช่วยในการกำหนดนโยบายภาษีอากร การจัดสรรทรัพยากร และการกำกับดูแล

ดวงสมร อรพินท์ และคณะ (2555) ผู้ใช้ข้อมูลทางการบัญชีสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มได้แก่

1) ผู้ใช้ภายในกิจการ ได้แก่ ผู้ที่ทำงานในกิจการโดยตรง มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผนดำเนินงานการควบคุมและตัดสินใจ ผู้ใช้ภายในต้องใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อช่วยในการวางแผนกลยุทธ์ นอกจากนี้ ข้อมูลทางการบัญชียังบ่งบอกถึงความสำเร็จในการดำเนินงานอีกด้วย ผู้ใช้ภายในกิจการประกอบด้วย

1.1 ฝ่ายจัดการหรือเจ้าของ บุคคลเหล่านี้ต้องอาศัยข้อมูลทางการบัญชีโดยตรงในการบริหารธุรกิจ

1.2 พนักงาน หมายถึง พนักงานของกิจการซึ่งต้องการทราบว่ากิจการมีกำไรมากน้อยเพียงใด ความมั่นคงของกิจการ หน่วยงานในกิจการมีหลายหน่วยงานที่ต้องการข้อมูลโดยตรง เช่น ฝ่ายการเงิน ฝ่ายขาย ฝ่ายตรวจสอบภายใน เป็นต้น

2) ผู้ใช้ภายนอกกิจการ ได้แก่ บุคคลหรือหน่วยงานภายนอกที่ให้ความสนใจหรือเกี่ยวข้องกับทั้งทางตรงและทางอ้อมกับกิจการ ผู้ใช้ภายนอกกิจการ ประกอบด้วย

2.1 ผู้ลงทุน หมายถึง บุคคลที่เป็นเจ้าของเงินทุน ซึ่งต้องการจะนำเงินไปลงทุนในกิจการ ผู้ลงทุนต้องการทราบข้อมูลทางการบัญชีเพื่อช่วยตัดสินใจในการซื้อ ขายหรือถือหุ้นของกิจการ และประเมินความสามารถของกิจการในการจ่ายเงินปันผล

2.2 ผู้ให้กู้ หมายถึง บุคคลหรือกิจการอื่นที่ให้ผู้ยืมเงิน ผู้ให้กู้ต้องการทราบข้อมูลทางการบัญชีของกิจการเพื่อพิจารณาว่ากิจการสามารถจ่ายคืนเงินต้น และดอกเบี้ยตามกำหนดได้หรือไม่

2.3 ผู้ขายสินค้าและเจ้าหนี้อื่น ๆ หมายถึง ผู้ที่พิจารณาว่าจะขายสินค้าหรือให้สินเชื่อแก่กิจการได้หรือไม่ โดยพิจารณาจากข้อมูลทางการบัญชีของกิจการ

2.4 คู่แข่งขัน หมายถึง กิจการที่เป็นคู่แข่งในทางการค้า กิจการเหล่านั้นต้องการทราบข้อมูลทางการบัญชีของกิจการอื่นที่เป็นคู่แข่งกันเพื่อประเมินตนเองในเชิงการค้า

2.5 ผู้ตรวจสอบบัญชีอิสระของกิจการ หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ตรวจสอบบัญชีของกิจการโดยกิจการว่าจ้างมาเพื่อตรวจสอบการจัดทำงบการเงินและออกรายงานเพื่อแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของกิจการ

2.6 หน่วยงานราชการ หมายถึง หน่วยงานที่ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของกิจการเพื่อกำหนดนโยบายทางภาษีและการจัดเก็บภาษี

2.7 หนังสือพิมพ์ หมายถึง สื่อมวลชนแขนงหนึ่งที่ต้องการข้อมูลทางการบัญชีของกิจการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสือพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและการเงินซึ่งจะนำเสนอเป็นข่าวหรือข้อมูลทางธุรกิจ

โดยสรุป ผู้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลทางบัญชี แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้ใช้ภายในกิจการและนอกกิจการ โดยทั้งสองกลุ่มผู้ใช้นั้นนำข้อมูลทางการบัญชีไปตัดสินใจวางแผนในแต่ละแง่มุมต่าง ๆ ตามแต่ละวัตถุประสงค์

2.5 การบัญชีบริหาร

ดวงสมร อรพินท์ (2555) ได้ให้คำนิยาม การบัญชีบริหาร คือ กระบวนการปรับปรุงที่เพิ่มมูลค่าอย่างต่อเนื่องของการวางแผน การออกแบบ การวัดผล และการดำเนินงานทั้งระบบสารสนเทศทางการเงินและที่ไม่ใช่ทางการเงินที่ขึ้นำการดำเนินการจัดการ กระตุ้นพฤติกรรม และสนับสนุน สร้างค่านิยมทางวัฒนธรรมที่จำเป็นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ ยุทธวิธี และการดำเนินงานขององค์กร

กชกร เฉลิมกาญจนา (2552) ได้ให้คำนิยาม การบัญชีบริหาร (Management Accounting) คือ การบัญชีที่จัดทำขึ้นเพื่อให้ฝ่ายบริหารสามารถนำข้อมูลทางการบัญชีไปใช้ในกระบวนการบริหารองค์กร อันได้แก่ การวางแผน การสั่งการ การควบคุม และการตัดสินใจสำหรับการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ตลอดจนใช้ในการจัดสรรทรัพยากรขององค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ข้อมูลที่ผู้นาองค์กรเลือกมาใช้จะมีความหลากหลาย ขึ้นอยู่กับเหตุการณ์และปัญหาที่เกิดขึ้น

ดวงมณี โกมารทัต (2548) ได้ให้คำนิยาม การบัญชีบริหาร คือ การบัญชีเพื่อการจัดการ หรือการบัญชีบริหาร (Managerial Accounting) เป็นการบัญชีที่จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะช่วยฝ่ายบริหารในการวางแผน และควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งในการนี้จะมีการจัดทำรายงานทางการเงินและการบัญชีในลักษณะรูปแบบต่าง ๆ กันทั้งนี้ขึ้นกับความต้องการของฝ่ายบริหาร ข้อมูลดังกล่าวนี้อาจนำไปใช้ในการตัดสินใจแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ทั้งที่เกิดขึ้นเป็นประจำหรือเป็นกรณีพิเศษ

โดยสรุป การบัญชีบริหาร คือ ข้อมูลทางการบัญชีที่ถูกจัดทำเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการบริหารจัดการของผู้บริหารในระดับต่าง ๆ ซึ่งหน้าที่สำคัญในการบริหาร ได้แก่ หน้าที่ในการวางแผน การควบคุมและการสั่งการ รวมถึงการตัดสินใจ

2.6 ทฤษฎีการตัดสินใจ

2.6.1 ความหมายของการตัดสินใจ

วิชณุ ปัญญาสงค์ (2561) การตัดสินใจ เป็นคำที่มีความหมายตรงกับ การวินิจฉัยสั่งการ หรือการตัดสินใจ สั่งการตรงกับภาษาอังกฤษว่า Decision making

ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์ (2540) กล่าวว่า การตัดสินใจหรือการวินิจฉัยสั่งการ หมายถึง การเลือกปฏิบัติหรือดเว้นการปฏิบัติ หรือการเลือกทางดำเนินการที่เห็นว่าดีที่สุดทางใดทางหนึ่ง จากทางเลือกหลาย ๆ ทาง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ

ชนงกรณ์ กุณทลบุตร (2547) กล่าวว่า การตัดสินใจทางการจัดการ หมายถึง การที่ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในเรื่องใดเรื่องหนึ่งการทำการเลือกทางเลือกใดจากหลายทางเลือกเพื่อให้แผนการบรรลุวัตถุประสงค์

โดยสรุป การตัดสินใจ คือ กระบวนการที่ผู้บริหารตัดสินใจใช้ในการแก้ไขปัญหาขององค์กร หรือการกำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือความสำเร็จขององค์กร

2.6.2 ระดับของการตัดสินใจ

นงลักษณ์ สุทธิวัฒนพันธ์ (2544) กล่าวว่า ในการพิจารณาว่าผู้บริหารในระดับใดจำเป็นต้องมีทักษะด้านใด นั้นกำหนดจากบทบาทหน้าที่ขอบเขตของการตัดสินใจ คือ

1) ผู้บริหารระดับสูง (Top Management) นั้นจะเกี่ยวข้องอยู่กับการจัดทำแผนการจัดรูปองค์กรเพื่อการดำเนินงาน ผู้บริหารระดับนี้ต้องมีทักษะด้านความคิดสูงกว่าผู้บริหารระดับอื่น ๆ เพื่อใช้ในการกำหนดวัตถุประสงค์และภาพรวมของหน่วยงาน และเพื่อปรับปรุงองค์กรให้สามารถดำรงอยู่ได้

2) ผู้บริหารระดับกลาง (Middle Management) บุคคลที่อยู่ในตำแหน่งผู้บริหารระดับกลางนี้จะเป็นผู้ที่ปฏิบัติงานในลักษณะของผู้จัดแจง (Intermediary) ของผู้บริหารระดับสูงโดยเป็นผู้นำเอานโยบายต่าง ๆ รวมทั้งการตัดสินใจของผู้บริหารสูง และพัฒนาระบบและกระบวนการวิธีการปฏิบัติงาน ทำให้องค์กรทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) ผู้บริหารระดับหัวหน้างาน (Supervisory Management) ผู้บริหารระดับหัวหน้างานถือว่าเป็นกุญแจสำคัญในลำดับขั้นของการบังคับบัญชา ต้องรับผิดชอบดำเนินการภาคปฏิบัติให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย

ธงชัย สันติวงษ์ (2545) กล่าวว่า คนที่เป็นนักบริหารจะหมายถึงคนที่มีคุณสมบัติอยู่ 2 ประการ คือ

- 1) เป็นบุคคลซึ่งมีอำนาจหน้าที่เหนือบุคคลอื่น ๆ ทำงาน
- 2) เป็นบุคคลที่ทำหน้าที่สั่งการให้บุคคลอื่น ๆ ทำงานมีการจัดแบ่งนักบริหารออกเป็น 3 ระดับ คือ

2.1 นักบริหารระดับสูง

2.2 นักบริหารระดับกลาง

2.3 นักบริหารระดับต้น

คุณสมบัติที่สำคัญของนักบริหารทั้ง 3 ระดับ คือ การบริหารคน นั่นคือนักบริหารระดับต้น จะทำหน้าที่บริหารคนงานให้ทำงานให้ลุล่วงไปด้วยดี นักบริหารระดับกลางจะบริหารผู้บริหารระดับต้นอีกทีหนึ่ง ในขณะเดียวกันนักบริหารระดับกลางจะอยู่ภายใต้การบริหารงานของนักบริหารระดับสูง

โดยสรุป ระดับการตัดสินใจจะเป็นตัวชี้ให้เห็นระดับและขอบเขตของการตัดสินใจของผู้บริหารแต่ละระดับทั้ง 3 ระดับ ผู้ที่จะตัดสินใจจำเป็นต้องรู้ขอบเขตอำนาจหน้าที่ตัดสินใจ

2.6.3 ประเภทการตัดสินใจ

ธร สุนทรนุท (2551) กล่าวว่าประเภทการตัดสินใจสามารถพิจารณาได้หลายประการ ดังนี้

- 1) การตัดสินใจโดยเอกบุคคล เป็นการตัดสินใจโดยบุคคลคนเดียว ภาครัฐกิจที่มีเจ้าของประกอบการเพียงคนเดียว
- 2) การตัดสินใจโดยกลุ่ม ส่วนใหญ่เป็นรูปคณะกรรมการ เป็นการระดมความคิดเพื่อตัดสินใจทางธุรกิจ
- 3) การตัดสินใจในองค์กร ผู้นำการตัดสินใจจำเป็นต้องยึดมั่นในเป้าหมายขององค์กรที่จะต้องให้เกิดประสิทธิภาพประสิทธิผล
- 4) การตัดสินใจเชิงยุทธศาสตร์ คือ การตัดสินใจจัดอันดับตามศักยภาพในการจัดการกับความซับซ้อน และความไม่แน่นอน

วรพจน์ บุษราคัมวดี (2553) ได้กล่าวว่า จากความหมายของการตัดสินใจ ผู้บริหารแต่ละคนอาจให้ความหมายและความสำคัญของการตัดสินใจที่แตกต่างกันออกไปในรายละเอียดของแต่ละสถานการณ์ ดังนี้

- 1) กระบวนการตัดสินใจ เป็นการตัดสินใจที่ต้องผ่านกระบวนการวิเคราะห์และพิจารณาถึงข้อมูลที่เกิดขึ้นจากนั้นผู้บริหารจึงทำการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่เหมาะสมและดีที่สุด
- 2) การตัดสินใจเกี่ยวข้องกับทางเลือก เป็นความพยายามในการสร้างทางเลือกให้มากที่สุดเท่าที่ทำได้ การตัดสินใจเกี่ยวข้องกับทางเลือกซึ่งโดยทั่วไปจะเป็นการตัดสินใจที่ไม่ได้กำหนดแนวทางการปฏิบัติไว้ล่วงหน้า ดังนั้นผู้บริหารจึงต้องค้นหาแนวทางการตัดสินใจ
- 3) การตัดสินใจเกี่ยวข้องกับโครงสร้างขององค์กร ผู้บริหารในแต่ละระดับจะมีบทบาทและหน้าที่ในการตัดสินใจที่แตกต่างกัน เช่น ผู้บริหารระดับสูงจะเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ เป็นต้น การตัดสินใจเกี่ยวข้องกับโครงสร้างขององค์กรโดยทั่วไปจะเป็นกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ขั้นตอนการปฏิบัติ เป็นต้น
- 4) การตัดสินใจเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคลากร เป็นการตัดสินใจที่มีผลกระทบต่อบุคคล กลุ่มและทั้งองค์กร ผู้บริหารจะต้องมีความเข้าใจและมีจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับบุคคล

โดยสรุป ประเภทของการตัดสินใจขึ้นอยู่กับข้อมูลที่มีอยู่เป็นสำคัญและผู้บริหารมีหน้าที่ในการตัดสินใจเกี่ยวกับทางเลือกและเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด

2.6.4 ขั้นตอนในการตัดสินใจ

ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร (2547) ได้กล่าวถึงรายละเอียดในขั้นตอนของการตัดสินใจเพื่อแก้ไขปัญหา 6 ขั้นตอน ดังนี้

1) การกำหนดปัญหาและวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาให้เกิดความชัดเจนก่อนโดยระบุและกำหนดปัญหาให้ชัดเจนว่าเกิดจากสาเหตุอะไร ควรเตรียมการป้องกันและสามารถแก้ไขสำเร็จได้หรือไม่

2) การกำหนดทางเลือกต่าง ๆ ที่จะใช้แก้ปัญหา เมื่อผู้บริหารกำหนดปัญหาได้ชัดเจนแล้วจะต้องมีการกลั่นกรองข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาทั้งหมด ข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมดจะถูกนำมากำหนดเป็นทางเลือกเพื่อแก้ไขปัญหา

3) การประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ ที่ได้กำหนด ซึ่งเป็นแนวทางการนำปัญหาไปสู่การแก้ไข ในขั้นตอนนี้ผู้บริหารจะวิเคราะห์และประเมินว่าทางเลือกใดสามารถแก้ไขปัญหาได้ดีที่สุด ทางเลือกใดควรจะดำเนินการก่อนและหลัง

4) การตัดสินใจเลือกที่เหมาะสมที่สุด เป็นการนำเอาทางเลือกต่าง ๆ มาเปรียบเทียบว่า ทางเลือกใดจะเหมาะสมและเป็นไปได้มากกว่ากัน

5) ดำเนินการตามทางเลือกที่ตัดสินใจ เป็นการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดและมีความเหมาะสมมากที่สุด จากนั้นจึงนำผลการตัดสินใจสู่การปฏิบัติและประเมินต่อไป

6) ประเมินผลที่เกิดจากทางเลือกนั้น ๆ พิจารณาคูณค่าของผลงานและความแตกต่างระหว่างผลการปฏิบัติงานกับเกณฑ์ และมาตรฐานที่ได้เลือกจากทางเลือกที่ตัดสินใจ

เกศินี วิฑูรชาติ และคณะ (2550) การตัดสินใจเป็นกลไกการทำงานร่วมกันของทุก ๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในองค์กรที่จะต้องมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็น ให้ข้อเสนอแนะ ตลอดจนร่วมกันหาข้อสรุปโดยจะมีกระบวนการหรือขั้นตอน ดังนี้

1) การกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และเกณฑ์การประเมิน เป็นการกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการตัดสินใจและเมื่อตัดสินใจแล้วจะใช้เกณฑ์ใดในการประเมินผล ขั้นตอนนี้จะช่วยให้การตัดสินใจมีกระบวนการที่อยู่ในขอบเขต

2) การระบุปัญหาและการให้คำจำกัดความของปัญหา คือ การระบุว่าปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นคืออะไร

3) การลำดับความสำคัญ เป็นการพิจารณาว่าปัญหาใดที่มีผลกระทบมากที่สุดจึงต้องรีบตัดสินใจเพื่อปฏิบัติการด้วยความรวดเร็ว

4) การพิจารณาสาเหตุของปัญหา เป็นการพิจารณาหาสาเหตุที่แท้จริงของปัญหา ทำให้องค์กรสามารถที่จะหาแนวทางแก้ไขที่ดียิ่งขึ้น

5) การพัฒนาแนวทางหรือทางเลือกในการแก้ไขปัญหา โดยพิจารณาหาวิธีที่จะนำมาแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นโดยจะต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้ของทางเลือก

6) การประเมินทางเลือก ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในการตัดสินใจ เช่น การตัดสินใจภายใต้ความแน่นอน การตัดสินใจภายใต้ความเสี่ยง และการตัดสินใจภายใต้ความไม่แน่นอน เป็นต้น

7) การวัดค่าผลลัพธ์ ว่าได้บรรลุเป้าหมายหรือไม่

โดยสรุป ประเภทการตัดสินใจนั้นประกอบด้วยกระบวนการหลายขั้นตอน ตั้งแต่การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา จัดลำดับความสำคัญของปัญหา กำหนดทางเลือก ตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดมาแก้ไขปัญหา นั้น ๆ และประเมินผล

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุรชาติพย์ บุญเรืองและคณะ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพข้อมูลทางการบัญชีที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพทางการตัดสินใจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทธุรกิจบริการจำนวน 255 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ ใช้แบบสอบถาม และใช้สถิติในการสรุปผลการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี ได้แก่ ความเข้าใจได้ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความเชื่อถือได้ และการเปรียบเทียบได้ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการให้มีประสิทธิภาพ

สิรินพร คำเป็ง (2557) ได้ทำการศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการส่งออกลำไยในเขตภาคเหนือต่อการใช้ข้อมูลทางบัญชี จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่งออกลำไยนั้นมีการใช้ข้อมูลทางบัญชีนี้น้อยอยู่ในระดับมาก เพื่อการบริหารในการวางแผน เพื่อกำหนดเป้าหมายกำไรและวางแผนกำหนดสัดส่วนกิจกรรมการผลิตโดยวิเคราะห์ต้นทุน กำไร ด้านการส่งการโดยรายงานนั้นมีการนำเสนอรายงานตรงตามความต้องการและทันเวลา รายงานข้อมูลที่ได้รับนั้นยังนำไปใช้ในการควบคุมการจัดซื้อวัตถุดิบและใช้ในการตัดสินใจในด้านการผลิตในระยะสั้นมากที่สุด

ศศิวิมล แจบไธสง (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่องการใช้ข้อมูลทางการบัญชีในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจการผลิต ในเขตจังหวัดขอนแก่น จากการศึกษาพบว่า ข้อมูลทางการบัญชีที่ใช้มากที่สุดในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดซึ่งแบ่งเป็น 4 กลยุทธ์นั้น คือ การวางแผนกลยุทธ์ มุ่งเน้นการเจาะตลาดใช้ข้อมูลในการวิเคราะห์ต้นทุนมากที่สุด การวางแผนกลยุทธ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ มีระดับการใช้ข้อมูลวิเคราะห์จุดคุ้มทุนมากที่สุด การวางแผนกลยุทธ์พัฒนาตลาด มีระดับการใช้ข้อมูลในการประมาณการยอดขายและกำไรมากที่สุด และสุดท้ายคือการวางแผนกลยุทธ์ความแตกต่างหลากหลายมีการใช้ข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ต้นทุน ปริมาณ กำไรมากที่สุด

กัญญชิสา เรื่องจ้อย (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การบัญชีบริหารและการตัดสินใจของผู้บริหาร กรณีศึกษา ธุรกิจสตาร์ทอัพ ด้านเทคโนโลยีการศึกษา โดยทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 5 ราย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นธุรกิจขนาดเล็กที่ไม่จ้างพนักงานบัญชีบริหาร โดยผู้บริหารเป็นผู้ดำเนินการตัดสินใจ ระดมความคิดจากข้อมูลต่าง ๆ มาเปรียบเทียบกับ อีกทั้งยังใช้ข้อมูลย้อนหลังเพื่อมาวิเคราะห์ผลการดำเนินงานต่าง ๆ ที่ผ่านมาของกิจการโดยมุ่งเน้นการบริหารกระแสเงินสดและสภาพคล่องของกิจการเป็นหลัก ดังนั้นธุรกิจสตาร์ทอัพต้องอาศัยการใช้ข้อมูลการบริหารและการเงินเพื่อช่วยในการตัดสินใจ

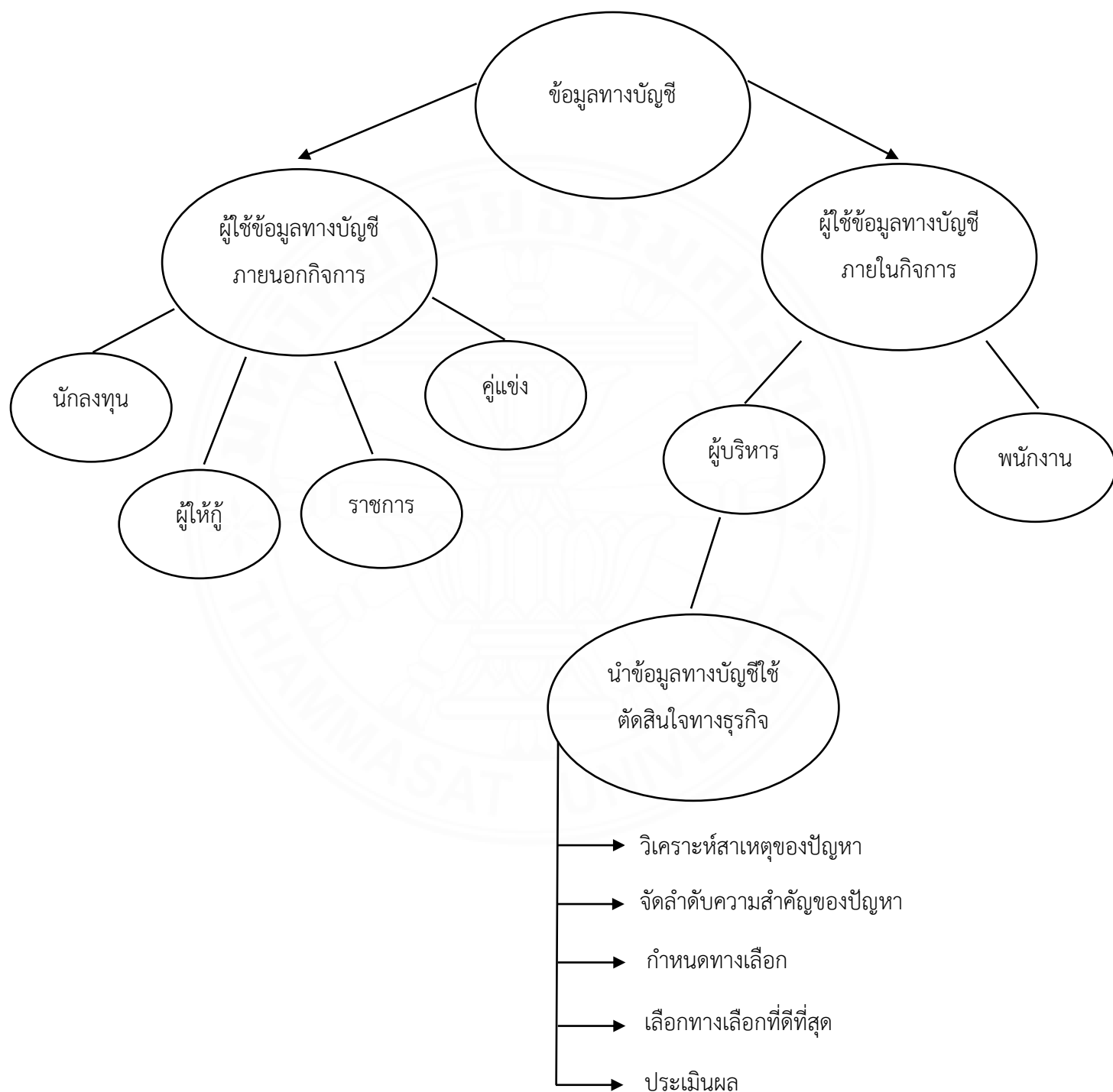
พิชามญช์ ประชุมโชติ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทางเลือกระหว่างการซื้อ Franchise หรือการสร้างแบรนด์เอง กรณีศึกษาخانมไข่มุก โดยทำการวิเคราะห์ทางการเงินของธุรกิจخانมไข่มุกที่เปิดดำเนินการมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี และมียอดขายไม่ต่ำกว่า 10 ล้านบาทต่อปี รวมถึงสัมภาษณ์ผู้ประกอบการخانมไข่มุกทั้งแบบซื้อแฟรนไชส์และสร้างแบรนด์เอง เพื่อรวบรวมข้อมูลด้านการลงทุน ผลการศึกษาพบว่า การทำธุรกิจخانมไข่มุกแบบซื้อแฟรนไชส์จะมีดัชนีกำไรสูงกว่าการทำธุรกิจخانมไข่มุกแบบสร้างแบรนด์เอง ผู้ประกอบการخانมไข่มุกแบบสร้างแบรนด์เองนั้น อาจจะต้องใช้กลยุทธ์ในเรื่องของการลดต้นทุนเพื่อให้สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้ สามารถผลิตโดยใช้ต้นทุนที่ต่ำลงเพื่อให้สามารถมีกำไรได้เพิ่มมากขึ้น

Chukwudi Theresa Otakpor (2004) ได้ทำการศึกษาการใช้ข้อมูลทางบัญชีเป็นเครื่องมือในการบริหารธุรกิจ กรณีศึกษาโครงการพัฒนาการเกษตรแห่งรัฐอานัมบราแห่งประเทศไนจีเรีย โดยการตอบแบบสอบถาม สัมภาษณ์และสังเกตการณ์การทำงานของพนักงานบัญชีและเหล่าผู้บริหาร ผลการศึกษาพบว่า ทุกธุรกิจกรมถูกบันทึกบัญชีอย่างถูกต้อง มีการจัดทำประมาณการยอดขาย ค่าใช้จ่าย งบการเงินและผู้บริหารนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้ในการตัดสินใจบริหารธุรกิจเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์และสร้างกำไรในอนาคต

Chidinma Caroline Maduekwe (2558) ได้ทำการศึกษาการใช้ข้อมูลบัญชีบริหารเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจ กรณีศึกษาธุรกิจรายย่อยในรัฐเคปทาวน์แห่งประเทศแอฟริกาใต้ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบปลายเปิดเพื่อรวบรวมการใช้ข้อมูลบัญชีบริหารต่อการบริหารธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างหลายธุรกิจใช้ข้อมูลบัญชีบริหารในการบริหารธุรกิจและนำไปตัดสินใจในเรื่องการวัดมูลค่าและการติดตามควบคุมผลการดำเนินงาน เนื่องจากการตัดสินใจสำหรับธุรกิจรายย่อยนั้นเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินงานในอนาคตให้มีประสิทธิภาพทั้งในส่วนของ การวางแผนงบประมาณ สินค้าคงเหลือ ค่าใช้จ่าย ค่าแรงงานและค่าการตลาด

โดยสรุป การตัดสินใจทางธุรกิจของผู้บริหารนั้นมีความจำเป็นที่จะต้องใช้อุปกรณ์ทางการบัญชีประกอบการตัดสินใจทั้งการวางแผนกลยุทธ์ การดำเนินงาน และการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ซึ่งสำหรับร้านค้าที่เปิดในรูปแบบสร้างแบรนด์เองนั้นต้องมีการวางแผนที่ดีเพื่อให้กิจการสามารถดำรงอยู่

ต่อไปและแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่น ๆ ได้ เพราะฉะนั้น ผู้บริหารอาจใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อการ
บริหารธุรกิจร้านชา



ภาพที่ 2.1 ทฤษฎีการใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจของผู้ใช้ข้อมูล

จากภาพที่ 2.1 สรุปได้ว่า ข้อมูลทางบัญชีนั้นถูกนำไปใช้โดยผู้ภายในและภายนอก
กิจการ โดยจะเน้นไปที่ผู้ใช้ข้อมูลทางบัญชีภายในกิจการที่จะนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการตัดสินใจ
ทางธุรกิจ ประกอบการแก้ปัญหาทางธุรกิจและประเมินผล



บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษาเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการบริหารธุรกิจ: ธุรกิจร้านชาแบรนด์คนไทยโดยการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกที่น่าเชื่อถือจากประสบการณ์จริงของผู้บริหารธุรกิจร้านชาแบรนด์คนไทย โดยนำกรอบแนวคิดของการบัญชีบริหาร บัญชีการเงินและการใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการบริหารธุรกิจร้านชา โดยมีรายละเอียดในแต่ละขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาแบบ กรณีศึกษา (Case study research) ทั้งหมด 3 กรณีศึกษาโดยมีผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยนี้ คือผู้ประกอบการธุรกิจร้านชาแบรนด์คนไทยที่เปิดดำเนินการมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี และมียอดขายไม่ต่ำกว่า 10 ล้านบาทต่อปี ได้แก่

- ร้านชา A เป็นแบรนด์ที่มีสาขามากกว่า 14 แห่งทั่วกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยก่อตั้งในปี พ.ศ. 2562
- ร้านชา B เป็นแบรนด์ชาพรีเมียมที่มีสาขา 7 แห่งทั่วกรุงเทพมหานคร โดยก่อตั้งในปี พ.ศ. 2562
- ร้านชา C เป็นแบรนด์ที่มีสาขา 7 แห่งทั่วพิษณุโลก โดยก่อตั้งในปี พ.ศ. 2560

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา (Case study research) ทั้งหมด 3 กรณีศึกษา โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลประเภทย่อยภูมิ โดยการตั้งคำถามปลายเปิด พร้อมทั้งใช้วิธีการบันทึกเสียงขณะสัมภาษณ์และการจดบันทึกโดยคาดว่าจะใช้เวลาไม่เกิน 1 ชั่วโมงต่อแบรนด์ อีกทั้งยังเก็บข้อมูลประเภทย่อยภูมิโดยการศึกษาค้นคว้า

จากเอกสาร เช่น ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า งานวิจัย บทความทางวิชาการ รวมถึงข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาสรุป วิเคราะห์และประมวลผล

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ได้นำผลการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับข้อมูลเชิงปริมาณด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่น่าเชื่อถือมากขึ้น และจากการรวบรวมคำตอบจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจร้านชาแบรนด์คนไทยจำนวน 3 ราย โดยดึงประเด็นที่เป็นสาระสำคัญและนำมาวิเคราะห์ ประมวลผลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ได้ข้อสรุปถึงการใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการบริหารร้านธุรกิจชาที่ดำเนินกิจการในประเทศไทยด้วย



บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การศึกษาการใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการบริหารธุรกิจ: กรณีศึกษา ธุรกิจร้านชาแบรนด์คนไทย ด้วยการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 3 ท่าน โดยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้สัมภาษณ์

- 1.1) ประวัติโดยสังเขป (ชื่อ-นามสกุล ประวัติการศึกษา และประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมา)
- 1.2) ตำแหน่งงานในปัจจุบันและหน้าที่ที่ได้รับมอบ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร

- 2.1) รูปแบบของธุรกิจว่ามีการดำเนินการอย่างไร (เจ้าของคนเดียว, ห้างหุ้นส่วน, ฯลฯ) เปิดดำเนินงานมาแล้วกี่ปี
- 2.2) มี Products มีอะไรบ้าง และเมนูขายดี
- 2.3) การจัดหาแหล่งเงินทุน และรายได้หลักมาจากไหนบ้าง

ส่วนที่ 3 การใช้ข้อมูลทางบัญชีในการตัดสินใจด้านต่าง ๆ

- 3.1) ด้านการวางแผนกลยุทธ์
- 3.2) ด้านการวางแผนงบประมาณ
- 3.3) ด้านการคำนวณต้นทุนและราคาผลิตภัณฑ์
- 3.4) ด้านการวางแผนเงินสดย่อย หรือการใช้เงินในแต่ละวันเพื่อการควบคุมการปฏิบัติงาน
- 3.5) ด้านการตัดสินใจแก้ปัญหาทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

ส่วนที่ 4 การใช้ข้อมูลทางบัญชีในการบริหารงานในแต่ละส่วนงาน

- 4.1) ฝ่ายขายและการตลาด มีแนวทางในการดำเนินการอย่างไร เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ และใช้ข้อมูลอะไรบ้างในการดำเนินการ และมีขั้นตอนอย่างไร
- 4.2) ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ มีแนวทางการตัดสินใจในการดำเนินการอย่างไรในการว่าจ้างจ่ายเงินเดือน หรือสวัสดิการ และใช้ข้อมูลอะไรบ้างในการดำเนินการ และมีขั้นตอนอย่างไร

- 4.3) ฝ่ายบัญชีและการเงิน มีแนวทางในการตัดสินใจในการดำเนินการอย่างไร ในการจัดสรรและควบคุมต้นทุนค่าใช้จ่าย หรือการบริหารลูกหนี้/เจ้าหนี้ การบริหารเงินสดหรือจัดทำงบประมาณอย่างไร
- 4.4) งานสนับสนุนกลยุทธ์ มีแนวทางในการตัดสินใจในการดำเนินการอย่างไร ในการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้สัมภาษณ์

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 3 ท่าน ในธุรกิจขาเบรนต์คนไทย

- ร้านชา A: ผู้สัมภาษณ์คนที่ 1 เรียนจบด้านบริหารธุรกิจ และเป็น Youtuber
- ร้านชา B: ผู้สัมภาษณ์คนที่ 2 เรียนจบทางด้านเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ และทำงานในธนาคาร ด้านตลาดทุน และมาเปิดร้านชา
- ร้านชา C: ผู้สัมภาษณ์คนที่ 3 เรียนจบบริหารธุรกิจสาขาการตลาด และเปิดร้านชา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานประกอบการ

2.1) รูปแบบของธุรกิจว่ามีการดำเนินการอย่างไร (เจ้าของคนเดียว, ห้างหุ้นส่วน, ฯลฯ) เปิดดำเนินงานมาแล้วกี่ปี

ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านอยู่ในกิจการธุรกิจร้านชาโดยดำเนินการในรูปแบบ บริษัทจำกัด มีทั้งขายผ่านช่องทางออนไลน์ (ผ่านตัวกลางผู้ให้บริการจัดส่งอาหารหรือแพลตฟอร์มสำหรับร้านขายของออนไลน์) และออฟไลน์ (มีหน้าร้าน) ดังนี้

“จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด และเปิดมาแล้ว 3 ปี โดยเริ่มจากความชอบกินชาดื่ม ไม่ม่ก็เลยพัฒนาสูตรขึ้นมาจนมั่นใจและเปิดสาขาแรกในปี 2562” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1)

“เป็นบริษัทจำกัด เปิดมาแล้ว 3 ปี เริ่มจากขายผ่านออนไลน์ช่วงโควิด-19 โดยที่ผ่านทำทานกันอยู่แล้วก็เลยลองขายดู แล้วก็เริ่มขายดีขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้เริ่มทยอยเปิดทีละสาขา” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2)

“รูปแบบบริษัทจำกัด ดำเนินเปิดกิจการมาแล้ว 5 ปี เริ่มต้นเปิดร้านที่มหาชัย แล้วก็กลับมาเปิดที่พิษณุโลกหลังเรียนจบ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3)

2.2) มี Products มีอะไรบ้าง และเมนูขายดี

ผลิตภัณฑ์ขายดีของแต่ละร้าน คือ เมนูชา ซึ่งแต่ละร้านจะมีจุดเด่นที่แตกต่างกัน และเป็นสูตรโดยเฉพาะที่รสชาติเป็นเอกลักษณ์ ดังนี้

“ซานม นมสด ชาใส ขนม snack ต่าง ๆ ส่วนเมนูที่ขายดีที่สุดก็คือซานมไข่มุก”
(ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1)

“Hero products ของเราก็คือ ชาไทยเย็น และชาไทยปั่นค่ะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2)

“เมนูหลัก ๆ จะเป็นเมนูชา ผสมกับกลิ่นสีต่าง ๆ เช่น โกโก้ ชาเขียว เป็นต้น โดยเมนูขายดีจะเป็น ซานมไต้หวัน ชาเขียวสตอเบอร์รี่ ชาใต้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3)

2.3) การจัดหาแหล่งเงินทุน และรายได้หลักมาจากไหนบ้าง

ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านเริ่มต้นที่เงินทุนส่วนตัวทั้งสิ้น โดยเริ่มจากร้านเล็ก ๆ และสามารถต่อยอด ขยายกิจการได้อย่างต่อเนื่อง มิได้มีการระดมทุนจากนักลงทุนในช่วงเริ่มแรก และรายได้หลักล้วนมาจากเมนูขายดี ดังนี้

“เริ่มต้นด้วยเงินทุนตัวเองมาคิดค้นสูตร ลองผิดลองถูกและก็เปิดสาขาแรก ใช้เงินที่ขายได้แต่ละวันหมุนไปในช่วงแรก ๆ และเมื่อต้องขยายกิจการก็กู้ธนาคารแทน ส่วนรายได้หลักมาจากเมนูซานมตัว signature ช่วงเล่นแคมเปญขายเครื่องดื่มคู่ขนม ตัวขนมก็ขายได้ดีขึ้น” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1)

“ไม่มีเลยค่ะ เริ่มจากเงินเก็บตัวเองเพียง 50,000 บาท ทำมาเรื่อย ๆ จนมาเจอช่วงโควิด-19 ซึ่งทางแบรนด์ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทำให้ยอดขายทะลุหลักล้านในแต่ละเดือนเลยมีเงินเก็บเยอะขึ้น แล้วนำเงินก้อนนี้มาเปิดหน้าร้านสาขาแรก ซึ่งรายได้หลักก็มาจาก Hero products ของเรา” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2)

“ในการเริ่มดำเนินธุรกิจสาขาแรก ได้แหล่งเงินทุนมาจากทางบ้านประมาณ 50,000 บาท ในช่วงเริ่มต้นดำเนินการด้วยตัวคนเดียว ไม่ได้จ้างพนักงาน เงินทุนนั้นนำไปจ่ายค่ามัดจำสำหรับการเช่าร้าน ซื้อเครื่องชิลแก้ว ถังต้มไข่มุก อุปกรณ์ในการขายต่าง ๆ ส่วนรายได้หลัก ๆ มาจากการขาย ซานม แต่บางสาขามีขายเบเกอรี่เพิ่มด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3)

ส่วนที่ 3 การใช้ข้อมูลทางบัญชีในการตัดสินใจด้านต่าง ๆ

3.1) ด้านการวางแผนกลยุทธ์

การวางแผนกลยุทธ์ของธุรกิจนั้นจะให้ความสำคัญกับตลาด เทรนเรื่องดื่มว่าตอนนี้ตลาดต้องการอะไรเพื่อตอบสนองความต้องการ ซึ่งต้องดูควบคู่ไปกับงบประมาณ เพื่อใช้พิจารณาต่อการตัดสินใจว่าดำเนินธุรกิจไปทิศทางใด อีกทั้งยังใช้ข้อมูลทางบัญชีย้อนหลังในการวางแผนงานในอนาคต

“ก็มีดูตลาดว่ามีเมนูใหม่ ๆ ที่กำลังฮิตบ้างไหม เราอาจจะ adapt ได้บ้าง หรือหากต้องทำใหม่ก็ดูที่งบประมาณเป็นหลักเพราะกว่าจะได้มาแต่ละเมนูก็ใช้เวลาสักพักเลย ไหนจะต้องดูทั้ง

ต้นทุนและการตั้งราคา หากในระยะยาวเราต้องประมาณการงบก่อนและวางแผนไปว่าจะทำอะไร” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1)

“พยายามควบคุมต้นทุนสินค้าและบริหารเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ แล้วค่อยมาตัดสินใจว่าจะทำอะไรต่อ ๆ ไปในไตรมาสต่อไปหรือในปีถัด ๆ ไป” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2)

“วางแผนเปิดสาขาเพิ่มขึ้น เวลาลงทุนในสาขาใหม่หรือจำเป็นต้องซื้ออุปกรณ์ในร้าน จะใช้เงินจาก Cashflow ของกิจการเป็นหลัก กลยุทธ์การเลือกทำเลเปิดร้านจะต้องอยู่ใกล้สถาบันการศึกษา โดยเน้นการเช่าระยะสั้นไม่เกิน 3 ปี แล้วสาขาไหนยังคงทำการขายได้อยู่ จะพิจารณาในการซื้อสาขาดังกล่าวไว้ โดยการจะตัดสินใจซื้อจะต้องคำนวณไม่ต่ำกว่า 50% เพื่อลดภาระการผ่อนเพราะไม่อยากเสียดอกเบี้ยให้ธนาคาร” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3)

3.2) ด้านการวางแผนงบประมาณ

ผู้สัมภาษณ์ทุกกิจการต่างมีความเห็นที่ตรงกันในส่วนการวางแผนงบประมาณโดยให้ความสำคัญกับ Cashflow เพราะต้องนำเงินก้อนนั้นมาลงทุนหมุนเวียนใช้ภายในกิจการเพื่อให้เกิดการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ โดยใช้ข้อมูลทางบัญชีในย้อนหลังเพื่อประกอบการตัดสินใจ

“นายอดชาย ค่าใช้จ่ายมาดูว่าเหลือกำไรเท่าไร เอาไปทำอะไรต่อ อาจจะไป develop ผลิตภัณฑ์ใหม่หรือหากเวลาที่เหมาะสมก็อาจจะเปิดสาขาใหม่ ตัวบ่งก่อสร้างค่อนข้าง fix ตามขนาดของแต่ละสาขาอยู่แล้วจึงค่อนข้างคงที่ในส่วนนี้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1)

“ที่ผ่านมาเราใช้เงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินการไปเรื่อย ๆ แต่ในแผนระยะยาว คาดว่ากลางปีหน้า (เดือนมิถุนายน 2566) ตั้งใจจะกู้เงินมาต่อยอดธุรกิจในอนาคตที่มีการพูดคุยไว้กับแบรนต์ต่างประเทศ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2)

“จะวางแผนงบประมาณเมื่อจะขยายสาขาหรือตอนจะตัดสินใจซื้อตึกเลย ส่วนวัตถุดิบใช้เงินสดในมือซื้ออาทิตย์ละครั้ง หรือสินค้าบรรจุภัณฑ์ เช่น แก้ว หลอด ซิลิโคนแก้ว จะซื้อในจำนวนมาก ๆ เพราะยังสั่งเยอะยังถูก แล้วใช้ได้ถึง 6 เดือนเลย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3)

3.3) ด้านการคำนวณต้นทุนและราคาผลิตภัณฑ์

สำหรับธุรกิจชานัน ต้นทุนสินค้าเป็นส่วนหลักในการคำนวณราคาผลิตภัณฑ์ ในส่วนค่าใช้จ่ายด้านอื่น ๆ เช่น ค่าจ้างแรงงาน นั้นด้วยฐานเงินเดือนที่ไม่สูง และแต่ละสาขาไม่ได้ต้องการพนักงานหน้าร้านมากไปกว่า 3-4 คน ทำให้ส่วนนี้จะเป็นเพียงส่วนเสริมเท่านั้น

“แต่ละเมนูมี margin ไม่เท่ากันเลยซึ่งเราก็เลือกสิ่งที่ดีที่สุดมาแล้ว ก็พยายามไปลดพวก packaging เอา สิ่งใดที่ไม่จำเป็นก็พยายามลดหรือหันมาใช้ของที่ย่อยสลายง่ายแทน เนื่องจากทั้งแก้ว

ปลา หลอดลว้นเป็นพลาสติกทั้งหมด ด้านราคาก็เทียบกับคู่แข่งในตลาด พยายามไม่ให้ต่ำหรือสูงเกินไป แต่เราเชื่อว่าลูกค้าค่อนข้าง loyalty” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1)

“หากมีการทำเมนูใหม่จะเริ่มต้นทุนที่ต้นทุนเพื่อให้ได้ margin เท่า ๆ กันในทุก products ส่วนด้านราคา นอกจากเริ่มจากต้นทุนแล้ว เราก็ดูราคาตลาดด้วย ซึ่งในแง่หนึ่ง แบรินด์เราถูกกว่า ส่วนอีกแง่หนึ่ง แบรินด์เราแพงกว่า ซึ่งเรามองว่า ลูกค้าเราไม่ sensitive ต่อราคา ทำให้เรายังขายได้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2)

“ในการคำนวณต้นทุนก็จะมีค่าแรงพนักงาน ค่าเช่าร้าน ค่าน้ำค่าไฟ ค่าแก๊ว ค่าไฟฟ้าแก๊วที่ใช้คำนวณในแต่ละเดือน หากขายได้เกิน 100 แก๊วต่อวันก็กำไร แต่ก็เฉลี่ยกันทุกสาขาซึ่งก็ไม่ขาดทุนเลย ส่วนในการกำหนดราคาก็อ้างอิงจากราคาตลาดและบวกเพิ่มกรณีที่ลูกค้าจะเพิ่ม Topping” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3)

3.4) ด้านการวางแผนเงินสดย่อย หรือการใช้เงินในแต่ละวันเพื่อการควบคุมการ

ปฏิบัติงาน

ทุกกิจการมีการกำหนดชัดเจนในส่วนของการบริหารเงินสดย่อย โดยพิจารณาจากข้อมูลทางบัญชีในอดีตว่าแต่ละสาขาต้องการเงินสดกี่บาทต่อวัน มีมาตรการควบคุมเงินสดชัดเจน เพื่อป้องกันการทุจริตหรือความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น

“มีการกำหนดเงินในเคหะเท่า ๆ กันทุกสาขา และทุกสิ้นวันก็จะให้พนักงานถ่ายสรุบบยอด และเงินสดทั้งหมดให้เราตรวจสอบกับระบบหลังบ้านอีกที และเราก็จะเข้าไปเอาเงินสดอาทิตย์ละครั้ง หรือฝากเมเนเจอร์นำมาให้ที่สำนักงานใหญ่บ้าง ตรงนี้เราก็ติดกล้องวงจรปิดเพื่อให้เค้ากลัวด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1)

“เงินสดย่อยของแต่ละสาขาจะเท่าไม่กัน อยู่ที่ประมาณ 3,000 – 5,000 บาท ที่เอาไว้เผื่อทอนให้ลูกค้า และมีการกำหนดให้พนักงานต้องส่งเงินให้กับสำนักงานใหญ่ในเช้าวันถัดไปและมีพนักงานบัญชีคอยกระทบยอดทุกเช้า” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2)

“เนื่องจากในแต่ละวัน ไม่มีการจ่ายออกเลย ทำให้เราทราบว่าวันนี้ขายได้กี่แก้ว เงินสดที่ควรจะได้ต้องตรงกับยอดขาย ซึ่งในการควบคุมส่วนนี้ก็ติดกล้องวงจรปิดควบคุมการปฏิบัติงาน พร้อมกับตรวจเครื่องซีลแก้ว จะมีตัวเลขแสดงอยู่ว่า วันนี้ขายไปกี่แก้ว และนำข้อมูลทั้งหมดมาเทียบกับเงินสดสิ้นวัน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3)

3.5) ด้านการตัดสินใจแก้ปัญหาทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

แต่ละกิจการเปิดดำเนินการมาอย่างน้อย 3 ปีทำให้มีประสบการณ์ในการวางแผนงานให้มีประสิทธิภาพและลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น แต่หากมีปัญหาจะพิจารณาเป็นกรณี และผู้สัมภาษณ์แต่ละท่านล้วนลงไปแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง

“ช่วงแรก ๆ ที่เจอปัญหา คือ สิ่งวัตถุดิบไม่ถูก ไม่รู้ว่าต้องสั่งแค่ไหน สต็อกของเท่าไร แคมเปญงานลาออกอีก ค่อนข้างงงในช่วงแรกแต่เราก็ปรับตัวได้ ดูจากยอดขายที่ผ่าน ๆ มากก็สามารถประมาณการได้แน่นอนว่าจะสั่งของยังไรเท่าไร ส่วนในระยะยาวก็ดูเรื่องเงินทุนเป็นหลักเพราะเราอยากโต อยากขยายสาขา ซึ่งมันต้องใช้เงินเพิ่ม” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1)

“ก่อนหน้านี้คิดว่าปัญหาใหญ่ของเราคือ คน เนื่องจากพนักงานลาออกค่อนข้างบ่อย ช่วงแรกก็รู้สึกสงสัยว่าทำไมถึงลาออก แต่หลังจากที่เจอปัญหานี้บ่อย ๆ ก็เริ่มเข้าใจและสามารถรับมือได้แล้ว นอกจากนั้นที่จะทำต่อเนื่องตลอดคือ คอยควบคุมรายได้ต่อเดือนและเงินทุนหมุนเวียนเพราะไม่อย่างกัหรือเพิ่มทุน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2)

“ปัญหาระยะสั้นก็จะมีเรื่องพนักงาน เนื่องจากรับ part-time ค่อนข้างเยอะ เป็นนักศึกษาจึงขาดงานค่อนข้างบ่อยจึงต้องมีการสลับพนักงานแต่ละสาขาหมุนเวียนกันไป จนกว่าจะหาพนักงานมาทดแทนกันได้ แต่หาไม่ยาก ในส่วนปัญหาระยะยาวจะเป็นเรื่องสัญญาเช่าร้าน เคยโดนยกเลิกสัญญาเช่ากระทันหัน ทำให้รู้แล้วว่าถ้าสาขาไหนอยู่ได้สัก 3 ปี จะพิจารณาในการซื้อตึก” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3)

ส่วนที่ 4 การใช้ข้อมูลทางบัญชีในการบริหารงานในแต่ละส่วนงาน

4.1) ฝ่ายขายและการตลาด มีแนวทางในการดำเนินการอย่างไร เช่น การโฆษณา

ประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ และใช้ข้อมูลอะไรบ้างในการดำเนินการ และมีขั้นตอนอย่างไร

ทุกกิจการล้วนใช้สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายนั้นสามารถเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ได้ง่าย และมีการจัดสรรงบประมาณด้านการตลาดตามประสบการณ์ของแต่ละกิจการ บางกิจการนำข้อมูลยอดขายเป็นตัวกำหนด บางกิจการนำเทรนของตลาดเป็นตัวกำหนด

“ทุก ๆ เดือนจะ fix ไปเลยว่ายัง ads ประมาณเท่าไร เดือนไหนมีวันสำคัญ ๆ เช่น วันวาเลนไทน์อาจจะยิง ads หนักกว่าเดิมเพราะเรามีแคมเปญที่ออกเมนูใหญ่ ก็อยากให้ลูกค้ามาลอง เพราะว่ามีขายแค่ช่วงสั้น ๆ เท่านั้น หรือวันฮาโลวีนเราก็มีการประยุกต์โกโก้ผสมสตรอเบอร์รี่ให้เข้าช่วงเทศกาลซึ่งไม่ใช่เมนูประจำนะ แค่ว่าช่วงนั้น จริง ๆ เราแอบเลือกเมนูที่ margin ปานกลางถึงสูงมาเล่นเพื่อกระตุ้นยอดขายและกำไรให้แก่งาน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1)

“ก่อนหน้านี้จะกำหนดงบ PR ไว้ที่ 10% ของรายได้ต่อเดือนแต่เนื่องจากเราเปิดมาประมาณ 3 ปีแล้วก็พอรู้มากขึ้นเลยสามารถ allocate PR budget ได้ดีขึ้นซึ่งก็ไม่ถึง 10% แล้วนอกจากนี้แล้วเรายังรู้ว่าเทรนหรือแนวโน้มรายได้ในแต่ละเดือนจะเป็นยังไง เช่น เรารู้ว่าเดือนมกราคม ขายไม่ดีเพราะคนกลับบ้านไปเที่ยว ส่วนเดือน มีนาคม ก็ขายไม่ดี ก็จะแบ่งงบ PR มากขึ้นมากกว่าปกติ เป็นต้น” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2)

“ในส่วนของการดำเนินการขายและการตลาด จะออกแคมเปญต่าง ๆ ด้วยตัวเอง ซึ่งจะพิจารณาจากวันสำคัญเป็นหลัก เช่น วันวาเลนไทน์ วันลอยกระทง วันเปิดเทอม เป็นต้น โดยการใช้ช่องทางประชาสัมพันธ์ทาง Social media เป็นหลัก” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3)

4.2) ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ มีแนวทางการตัดสินใจในการดำเนินการอย่างไรในการว่าจ้าง จ่ายเงินเดือน หรือสวัสดิการ และใช้ข้อมูลอะไรบ้างในการดำเนินการ และมีขั้นตอนอย่างไร

ผู้สัมภาษณ์ล้วนเจอปัญหาเดียวกัน คือ การลาออกของพนักงานหน้าร้าน ซึ่งทุกกิจการล้วนเข้าใจปัญหานี้ดีและพยายามจัดการให้ดีที่สุด แต่อย่างไรก็ตาม การทำงานหน้าร้านนั้นเน้นคนที่รักบริการ จึงสนใจคุณลักษณะนี้เป็นพิเศษ และอาจมีสวัสดิการเพิ่มเติมสำหรับพนักงานที่โดดเด่น

“แรก ๆ ก็เจอเหนื่อยเทรนพนักงานนิดนึงแต่พออยู่ตัวก็เริ่มเทรนง่ายขึ้น มีสูตรที่ตายตัว แต่พนักงานหน้าร้านค่อนข้างลาออกบ่อยแต่หาไม่ค่อยยาก อาจจะมีรับ part-time มาเสริมบ้างช่วงแรก ๆ ที่เปิดร้านเราเคยให้ incentive กับพนักงานด้วยแต่พักหลัง ๆ ก็ปรับเป็นเหมาจ่ายแทนเพื่อจูงใจให้เขาอยู่กับเรานาน ๆ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1)

“พนักงานในส่วนโรงงานตอนนี้ยัง shared human resources กับพนักงานของธุรกิจที่บ้านอยู่ ส่วนพนักงานหน้าร้านมี turnover ค่อนข้างสูง ถึงแม้เราจะจ่ายเงินเดือนที่ rate สูงกว่าที่อื่นแล้วแต่เราเข้าใจว่า งานบริการค่อนข้างน่าเบื่อทำให้พนักงานอยู่ได้ไม่นาน เราจึงยอมปล่อยไป ก็หาพนักงานใหม่ เพราะจริง ๆ เราไม่จำเป็นต้องเทรนหนัก ขอแค่รักบริการเป็นพอ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2)

“ใช้ช่องทาง Facebook ในการประกาศรับสมัครพนักงานหน้าร้าน หรือปิดประกาศตามสาขาเลย ซึ่งพนักงานส่วนใหญ่เป็น part-time เป็นนักศึกษาตามสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ใกล้เคียง และจ่ายค่าจ้างตามกฎหมายแรงงานขั้นต่ำ ส่วนสวัสดิการจะพิจารณาเป็นรายบุคคล เช่น บางสาขาเปิดในอาคารพาณิชย์ ถ้าพนักงานคนไหนสะดวกย้ายมาพักบนตึก เราก็ไม่ว่า แต่ให้จ่ายค่าน้ำค่าไฟเอง อาจจะมีสวัสดิการให้เงินกู้บ้างแต่ไม่เกิน 2 เดือนของค่าจ้าง” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3)

4.3) ฝ่ายบัญชีและการเงิน มีแนวทางในการตัดสินใจในการดำเนินการอย่างไร ในการจัดสรรและควบคุมต้นทุนค่าใช้จ่าย หรือการบริหารลูกหนี้/เจ้าหนี้ การบริหารเงินสดหรือจัดทำงบประมาณอย่างไร

การควบคุมต้นทุนสินค้าเป็นส่วนสำคัญที่สุดสำหรับธุรกิจร้านชา เนื่องจาก การแข่งขันในตลาดค่อนข้างสูงและความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทำให้ต้องมีการพิจารณาออกสินค้าใหม่ ๆ อยู่เสมอจึงทำให้ต้องมีการวางแผน ควบคุมต้นทุนสินค้า

“เน้นการบริหารเจ้าหนี้ด้วยการขอ credit term ที่ยาวขึ้นเนื่องจากก็ซื้อขายกันมานาน ซึ่งสิ่งนี้ก็ช่วยให้บริหารเงินได้ดีขึ้น ส่วนรายได้ก็มีผันผวน ไม่ได้เท่ากันทุกเดือนแต่ fixed cost ค่อนข้างคงที่เพราะก็มีค่าเช่า ค่าจ้างแรงงาน ค่าน้ำค่าไฟ ซึ่งเราก็คงรู้ว่าควรขายให้ได้กี่แก้วต่อเดือน ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1)

“มีการแยกหน้าที่ของพนักงานฝั่งรับ-จ่าย ส่วนเรื่องต้นทุน ค่าใช้จ่าย ถ้าไม่ meet margin ที่เราต้องการ เราจะไม่ขายจนกว่าเราจะหา perfect match supplier ที่ให้เราได้เท่านั้น ส่วนการจัดการเจ้าหนี้ นั้น เนื่องจากเราก็คงเปิดมาประมาณหนึ่งจึงสามารถ set วันจ่ายได้ เช่น ทุก ๆ วันที่ 15 จะจ่ายสินค้าที่ต้อง restock หรือวัน ๆ จะต้องจ่ายค่าเช่าร้านให้ห้าง เป็นต้น” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2)

“ทั้งบัญชีและการเงิน ทำแค่ตรวจสอบว่า มีค่าใช้จ่ายอะไรผิดปกติไหม หรือมีรายได้น้อยหรือเพิ่มขึ้นผิดปกติไหม คือพอทำมาสำกระยะนี้เราจะมองตัวเลขออกแล้วว่า มันเกิดเหตุการณ์ผิดปกติยังไง ในส่วนการควบคุมต้นทุนค่าใช้จ่าย หลักก็จะเป็นการส่งวัตถุดิบในปริมาณมากเพื่อให้ต้นทุนราคาต่ำที่สุด ซึ่งเราจ่ายสดเสมอ และก็มีภาระที่ต้องผ่อนตักกับธนาคารแต่ยังไม่ถึง 10% ของกำไรที่ทำได้ในแต่ละเดือน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3)

4.4) งานสนับสนุนกลยุทธ์ มีแนวทางการตัดสินใจในการดำเนินการอย่างไร ในการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

การวางแผนกลยุทธ์ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ผู้สัมภาษณ์ทุกท่านให้ความสำคัญกับการขยายสาขาเพิ่มขึ้น ซึ่งส่วนนี้จะต้องดู Cashflow เป็นหลักกว่ามีเพียงพอต่อการเปิดสาขาใหม่หรือไม่ โดยแต่ละกิจการมีการตัดสินใจกู้เงินเป็นส่วนใหญ่

“กลยุทธ์ในระยะสั้นก็เน้นไปทางเล่นแคมเปญต่าง ๆ ตามวันหยุด วันสำคัญ เน้นให้ลูกค้าได้ร่วมสนุกเพื่อสร้างประสบการณ์ดี ๆ มากกว่า ส่วนในระยะยาวก็มองเรื่องการขยายสาขาให้มากขึ้น” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1)

“แผนสำหรับต้นปี 2566 ตั้งใจจะเปิดอีกหนึ่งสาขา และกลางปีจะกู้เงินมาต่อยอดธุรกิจ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2)

“เราทำร้านชาวมมาค่อนข้างนานก็ทำให้รู้ว่าตอนนี้คู่แข่งเยอะขึ้นมาก ในระยะสั้นก็จะพยายามลด cost สู้ เน้นบริการ ในระยะยาวก็มองธุรกิจว่าเป็น *Passive Income* เนื่องจากมีอาคารพาณิชย์ที่ซื้อมา หากในอนาคตธุรกิจขานมไปไม่ไหวแล้วก็เอาตึกมาปล่อยเช่าแทน” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3)

กล่าวโดยสรุปแล้ว ผู้บริหารธุรกิจร้านชาทุกท่านจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด และเปิดกิจการมาแล้วอย่างน้อย 3 ปี โดยเริ่มต้นที่เงินลงทุนส่วนตัวและบริหารเงินทุนหมุนเวียนเพื่อต่อยอดธุรกิจ ซึ่งแต่ละร้านมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดเด่นที่แตกต่างกัน คือ ชาวม ชาไทย และชาผสมกลิ่นสีต่าง ๆ การวางแผนกลยุทธ์สำหรับร้านชาที่สร้างแบรนด์เองนั้นเป็นส่วนสำคัญโดยผู้บริหารให้ความสนใจกับเทรนของตลาดว่าผู้บริโภคให้ความสนใจกับเมนูเครื่องดื่มใด ณ เวลานั้น ๆ และนำข้อมูลทางการบัญชีใช้ประกอบการวางแผนกลยุทธ์ รวมไปถึงการวางแผนงบประมาณ เพื่อกำหนดต้นทุนและราคาสินค้า เนื่องจากธุรกิจร้านชาที่มีการแข่งขันที่ราคาค่อนข้างสูง นอกจากนี้แล้วการวางแผนเงินสดย่อยที่ใช้ในการปฏิบัติงานในแต่ละวันนั้นก็มีความสำคัญในการตรวจสอบยอดขายในแต่ละวันเพื่อป้องกันการทุจริต ส่วนการใช้ข้อมูลทางการบัญชีต่อการตัดสินใจในแต่ละส่วนงานนั้น ผู้บริหารพิจารณาใช้ยอดขายในการกำหนดแผนการตลาด ควบคุมต้นทุนสินค้าให้อยู่ในระดับที่รับได้ บริหาร Cashflow เพื่อนำไปตัดสินใจว่าจะวางแผนกลยุทธ์อย่างไรในระยะสั้นและระยะยาว

บทที่ 5

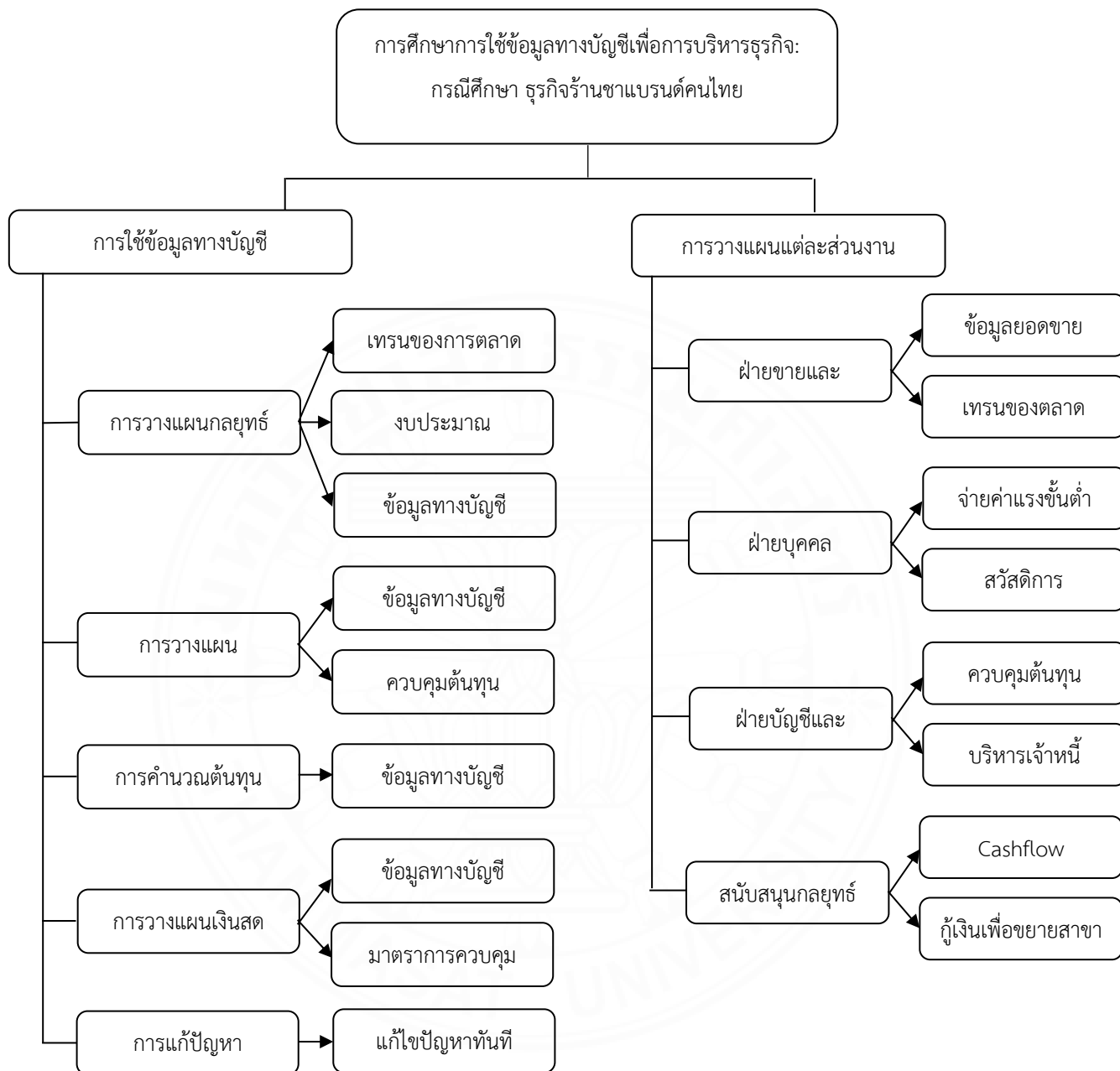
สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาการใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการบริหารธุรกิจ: กรณีศึกษา ธุรกิจร้านชาแบรนด์คนไทย ด้วยการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยทำการเก็บรวบรวมความคิดเห็นเพื่อให้สามารถสรุปผลการวิจัย ประโยชน์ของงานวิจัย รวมถึงข้อจำกัดงานวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต โดยนำเสนอหัวข้อดังต่อไปนี้

- 5.1 สรุปผลการศึกษา
- 5.2 ประโยชน์ของงานวิจัย
- 5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย
- 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

5.1 สรุปผลการศึกษา

งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ข้อมูลทางบัญชีต่อการตัดสินใจของผู้บริหารธุรกิจร้านชาแบรนด์คนไทยเพื่อให้ทราบถึงการคิด การตัดสินใจของผู้บริหารกับการใช้ข้อมูลต่าง ๆ ทางบัญชีว่ามีการคิดอย่างไรและใช้อย่างไร เพื่อให้กิจการสามารถสร้างกำไรและดำรงต่อไปได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารทั้ง 3 แห่ง ทำให้ทราบว่า ผู้บริหารตัดสินใจทางธุรกิจด้วยตนเอง ควบคุมงานเองทุกส่วน ทั้งยังมีการใช้ข้อมูลย้อนหลังนำมาวิเคราะห์ผลการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ที่ผ่านมาของกิจการ และนำไปตัดสินใจวางแผนกลยุทธ์ วางแผนงบประมาณ การคำนวณต้นทุนและราคาสินค้า ตลอดจนการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ข้อมูลทางการบัญชีที่ผู้บริหารใช้ในการตัดสินใจในด้านต่าง ๆ มีดังภาพที่ 5.1



ภาพที่ 5.1 แสดงแผนภาพการใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการบริหารธุรกิจของผู้บริหารร้านอาหารแบรนด์คนไทย

จากภาพที่ 5.1 แสดงให้เห็นว่า การศึกษาการใช้ข้อมูลทางบัญชีเพื่อการบริหารธุรกิจร้านค้านั้นแบ่งออกเป็น 2 หัวข้อใหญ่ๆ ได้แก่ การใช้ข้อมูลทางบัญชี และการวางแผนแต่ละส่วนงานนั้น จากการประมวลผลการศึกษานั้นพบว่า ผู้บริหารธุรกิจร้านชาลวันใช้ข้อมูลบัญชีในการตัดสินใจทางธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานและสร้างผลกำไรในอนาคต โดยผู้บริหารจะต้องวางแผนด้าน

ต้นทุนสินค้าเป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดและยังคงดำรงอยู่ต่อไปได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ศึกษาค้นคว้าจาก *ทางเลือกระหว่างการซื้อ Franchise หรือการสร้างแบรนด์เอง กรณีศึกษาชาวมโซ่มุก* โดย พิชามณูษ์ ประชุมโชติ (2563) และการใช้ข้อมูลบัญชีเพื่อเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจ โดย Chukwudi Theresa Otakpor (2547) และ Chidinma Caroline Maduekwe (2558) ที่ได้สรุปไว้ข้างต้น โดยสรุป ข้อมูลบัญชีนั้นมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจทางธุรกิจของผู้บริหารเป็นอย่างมาก

5.2 ข้อจำกัดงานวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) จากผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการธุรกิจแบรนด์ชาคนไทย มีข้อจำกัดในทางธุรกิจจึงไม่มีการเปิดเผยชื่อผู้สัมภาษณ์ และชื่อบริษัทในการใส่ข้อมูลต่าง ๆ ดังนั้น ข้อมูลจะถูกกลั่นกรองจากผู้ทำวิจัย อีกทั้งระยะเวลาในการทำวิจัยมีจำกัด จึงสามารถเก็บกลุ่มตัวอย่างได้น้อย

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

ในงานวิจัยครั้งต่อไป ควรมีกลุ่มตัวอย่างที่เพิ่มขึ้น และการสัมภาษณ์ในหัวข้อที่ลึกลงไปมากกว่านี้ อาจจะครอบคลุมหัวข้ออื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวไว้ในงานวิจัยฉบับนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจจะเปิดกิจการธุรกิจชาด้วยการสร้างแบรนด์เอง มีได้ชื่อแฟรนไชส์

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

- ดวงสมร อรพินท์ และคณะ. (2555). *การบัญชีการเงิน* (พิมพ์ครั้งที่ 8). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สวรรณยา พิณเนียม. (2548). *การบัญชีต้นทุน*. มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
- วัลลภ พิเชฐกุล และคณะ. (2548). *หลักการบัญชี* (พิมพ์ครั้งที่ 3). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- วัชนิพร เศรษฐฐักโก. (2543). *ระบบสารสนเทศทางการบัญชี* (พิมพ์ครั้งที่ 1). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- คมกฤช ภาวศุทธินนท์. (2557). *ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อการบริหาร* (พิมพ์ครั้งที่ 12). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- กชกร เฉลิมกาญจนา. (2552). *การบัญชีบริหาร (การบัญชีต้นทุน 2)* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ดวงมณี โกมารทัต. (2548). *การบัญชีต้นทุน* (พิมพ์ครั้งที่ 10). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วิชญ์ ปัญญาหยงค์. (2561). *หลักและเทคนิคการบริหารงานร่วมสมัย*. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- สุรชาติพิทย์ บุญเรืองและคณะ. (2562). คุณภาพข้อมูลทางบัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา
- กัญญ์ชิสรา เรืองจ้อย. (2564). การบัญชีบริหารและการตัดสินใจของผู้บริหาร: กรณีศึกษา ธุรกิจสตาร์ทอัพ ด้านเทคโนโลยี
- พิชามญช์ ประชุมโชติ. (2562). การศึกษาทางเลือกกระหว่างการซื้อ Franchise หรือการสร้างแบรนด์เอง : กรณีศึกษาخانมไผ่มูก.
- Chukwudi Theresa Otakpor. (2547). THE USE OF ACCOUNTING AS A MANAGEMENT TOOL
(A CASE STUDY OF ANAMBRA STATE AGRICULTURAL DEVELOPMENT PROJECT AWKA).
- Chidinma Caroline Maduekwe. (2558). THE USAGE OF MANAGEMENT ACCOUNTING TOOLS BY SMALL ENTERPRISES IN CAPE METROPOLE, SOUTH AFRICA.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรุงเทพธุรกิจ. (2562). 'ชาไข่มุกได้หัววัน' ทูบสถิติรายได้ทั่วโลกกว่า 1 พันล้านดอลลาร์.

<https://www.bangkokbiznews.com/news/849691>

Event pop. (2562). เทรนด์ชาไข่มุกในปี 2020 ควรลงทุนหรือแค่กระแส.

<https://www.eventpop.me/blogs/404-trend-bubbletea-in-thailand>

ThaiSMEsCenter. (2563). เหลียวหลังแลหน้า จากชาไข่มุกสู่เทรนด์ธุรกิจใหม่ปี 2020.

<https://www.thaismescenter.com/เหลียวหลังแลหน้า-จากชาไข่มุก-สู่เทรนด์ธุรกิจใหม่-ปี-2020/>

กนกพร ทองเครือ. (2563). 5 เคล็ดลับ เปิดร้านชาไข่มุกอย่างไรให้รอด.

https://www.kasikornbank.com/th/k-expert/knowledge/articles/loan/Pages/Biz_A032.aspx

TNN ONLINE. (2565). ธุรกิจชาไข่มุกในไทย ใหญ่อันดับ 2 ในอาเซียน!

www.tnnthailand.com/news/wealth/

วิทยาลัยการอาชีพวิเชียรบุรี. (2552). บัญชีเบื้องต้น 1.

www.wicec.ac.th/web/elearning/account1/

วรรณภา เอี่ยมสมบัติ. (2554). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการบัญชี.

<https://www.pw.ac.th/emedial/media/tech/accounting1/lesson1.php>

ศิลปพร ศรีจันทเพชร. (2564). ข้อมูลทางการบัญชีกับการบริหารธุรกิจ.

<https://www.sanpakornsarn.com/magazine-file/file162931199816293119986505.pdf>

ชลิท ผลอินทร์หอม. (2561). ประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชี.

<https://www.spu.ac.th/fac/account/th/content.php?cid=21360>

วิทยาลัยอาชีวศึกษา. (2554). การวิเคราะห์รายงานทางการเงิน.

https://www.cvc.ac.th/cvc2011/files/10112711111051_16051915154918.pdf

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ
วุฒิการศึกษา

นางสาวอรอริน อภิรักษ์โยธิน
ปีการศึกษา 2557: บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาการเงินและการธนาคาร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

