

การใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนและการใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
ของธุรกิจโรงสีข้าวที่ผลิตและจำหน่ายข้าวหอมมะลิไทยที่ได้มาตรฐาน
The Use of Cost Management Strategies and the Use of Accounting Data
to Create a Competitive Advantage for the Rice Mill Business
that Produces and Selling Standard Thai jasmine Rice

ลลิตา พิมพ์า^{1*} โชคชัย ศรีชัย²

^{1,2}คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

Lalita pimta^{1*} Chokchai Srichai²

^{1,2}Accounting Faculty of Business Administration and Accounting Roi Et Rajabhat University

*Corresponding Author E-mail: lalitapimta@hotmail.com

(Received: November 18, 2024; Revised: January 8, 2025; Accepted: January 15, 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุน 2) ศึกษาการใช้ข้อมูลทางการบัญชี และ 3) ศึกษาระดับการให้ความสำคัญในการใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนและการใช้ข้อมูลทางการบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าว กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวที่ผลิตและจำหน่ายข้าวหอมมะลิไทยที่ได้มาตรฐาน จำนวน 115 ราย ใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวที่ผลิตและจำหน่ายข้าวหอมมะลิไทยใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุน จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.56 ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการผลิต วางแผนการผลิตและควบคุมการผลิตให้เหมาะสม ด้านการเงิน ลดระยะเวลาการให้เครดิตกับลูกค้าที่ซื้อสินค้าเป็นเงินสด ด้านการตลาด ลดต้นทุนการตลาดโดยใช้การสร้างเครือข่ายหรือสร้างช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ ลดค่าใช้จ่ายในการจัดส่งวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสม ด้านการจัดการ ส่งเสริมพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากร พนักงานทุกระดับ และผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวใช้ข้อมูลทางการบัญชี จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.56 ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการวางแผน ใช้ข้อมูลรายงานการสั่งซื้อจากในอดีต ปัจจุบันเพื่อวางแผนสั่งซื้อวัตถุดิบ สินค้า ด้านการสั่งการใช้ข้อมูลสั่งการให้เพิ่มขีดความสามารถกับคู่แข่งทางการค้า ด้านการตัดสินใจ ใช้ข้อมูลคิดค้นหาวิธีในการนำเศษซากวัตถุดิบมาใช้ให้เกิดประโยชน์และเพิ่มมูลค่า ด้านการควบคุม ใช้ข้อมูลใบสั่งซื้อสินค้าเพื่อควบคุมการตรวจนับสินค้าก่อนที่จะส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า

คำสำคัญ: กลยุทธ์การบริหารต้นทุน, ข้อมูลทางการบัญชี, ธุรกิจโรงสีข้าว

Abstract

This research aimed to 1) study the use of cost management strategies, 2) study the use of accounting information, and 3) study the level of importance placed on these practices by rice mill operators. The sample group consisted of 115 rice mill operators who produce and distribute standard Thai Jasmine rice. Data were collected using a questionnaire and analyzed using percentages, means, and standard deviations.

The research results revealed that there were 115 cases of Entrepreneurs in the rice mill business which is 84.56 percent that produce and distribute Thai jasmine rice use cost management strategies. They give overall importance at a high level, including, the production which emphasizing production planning and appropriate production control, finance which is reducing the credit period for customers who purchase products on credit, marketing which is reducing marketing costs by leveraging networks and various communication channels, Transportation and Logistics which is reduce the cost of delivering raw materials or products appropriately, and management which is promoting the development of personnel's knowledge and skills at all levels. Regarding the use of accounting information, all 115 rice mill operators (84.56 percent) reported giving it a high level of importance. The key areas of focus included, planning which is using past and current data to plan the ordering of raw materials and products, command which is leveraging data to issue orders that enhance competitive advantage over competitors, Decision-Making which utilizing data to identify methods for minimizing raw material waste and increasing value, and control which using purchase order data to monitor inventory levels before delivering goods to customers.

Keywords: Cost Management Strategy, Accounting Information, Rice Mill Business

บทนำ

“ข้าว” เป็นสินค้าเกษตรส่งออกหลักของประเทศที่ครอบคลุมพื้นที่เพาะปลูกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.7 ของพื้นที่เกษตรทั้งหมดของประเทศ และครอบคลุมครัวเรือนถึง 5.1 ล้านครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 63.6 ของจำนวนครัวเรือนภาคเกษตรทั้งหมด ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกข้าวที่สำคัญของโลก โดยปี 2564 - 2565 ไทยมีผลผลิตข้าวสูงเป็นอันดับ 6 ของโลก คิดเป็นร้อยละ 4 ของผลผลิตข้าวทั่วโลกและไทยเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 2 ของโลก อย่างไรก็ตามช่วงปี 2566 - 2568 อุตสาหกรรมข้าวโดยรวมเผชิญปัจจัยท้าทายมากขึ้นจากปริมาณฝนที่น้อยลง ทำให้ปริมาณผลผลิตมีแนวโน้มลดลง แม้ว่าราคาจะยังมีทิศทางเพิ่มขึ้น แต่ต้นทุนการผลิตและการแข่งขันที่สูงจะเป็นปัจจัยกดดันผลกำไรของผู้ประกอบการตลอดห่วงโซ่ การผลิตข้าวของไทยตั้งแต่เกษตรกรผู้ประกอบการโรงสีข้าว ไซโล และร้านค้าปลีกข้าว โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ซึ่งธุรกิจโรงสีข้าว คือ สถานประกอบการที่ดำเนินการหลักเกี่ยวกับการสีข้าว การผัดข้าว การขัดข้าว การผลิตข้าวเหนียวและข้าวตาก เพื่อขายให้แก่ผู้บริโภคทั่วไป อย่างไรก็ตามโรงสีข้าวต้องเผชิญกับการทำกำไรที่ยังมีข้อจำกัดจากปัญหากำลังสีข้าวส่วนเกินในระบบที่อยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็กมักเสียเปรียบรายกลาง - รายใหญ่ ด้านอำนาจต่อรองในการซื้อวัตถุดิบทำให้มีต้นทุนรับซื้อข้าวสูงกว่า ดังนั้นกลุ่มที่แข่งขันได้จึงเป็นโรงสีข้าวขนาดใหญ่/ครบวงจร และโรงสีข้าวขนาดกลางที่สามารถบริหารจัดการต้นทุนได้ดี (ธนากรกรุงศรี, 2566)

การบริหารจัดการต้นทุนของธุรกิจโรงสีข้าวมักใช้การลดต้นทุนโดยใช้กระบวนการจัดการด้านโลจิสติกส์ โดยการนำเครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาใช้ การนำเอาวัตถุดิบเหลือทิ้งกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการปฏิบัติงานเพื่อลดความผิดพลาดและให้เกิดความคุ้มค่าที่สุด (ท้าวขันธ์ จุลสวัสดิ์ อุษณี จิตติมณี และภาสกร รอดแผล, 2564) การบริหารต้นทุนของธุรกิจผลิตสินค้า ผู้บริหารจำเป็นต้องนำกลยุทธ์การบริหารต้นทุนมาใช้เพื่อให้องค์กรที่ผลิตสินค้ามีการดำเนินงานในการบริหารต้นทุนให้มีประสิทธิภาพเพื่อต่อสู้กับการแข่งขันและเพื่อให้สามารถอยู่รอดต่อสู่กับผลกระทบของสภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ (สุนันทา สังขทัตน์, 2564) ซึ่งการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานโดยรวมและทุกด้านของกิจการ (ไตรรงค์ สวัสดิ์กุล และนภาพร พลนิกรกิจ, 2562)

โดยเฉพาะความสามารถในการผลิต ทรัพยากรบุคคล การตลาด และการเงินที่ต้องได้รับการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ได้รับกลยุทธ์ ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน ซึ่งการจัดการกลยุทธ์เป็นสิ่งสำคัญที่จะชนะการแข่งขันและเป็นความพยายามในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Pratama & Indrawati, 2019) โดยการประยุกต์ใช้ข้อมูลการบัญชีบริหารเชิงรุกมี 4 มิติ ได้แก่ ด้านการวางแผนด้านการจัดการองค์กร ด้านการควบคุม และด้านการตัดสินใจ (Alvarez et al., 2021) ซึ่งการใช้กลยุทธ์ในการบริหารต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจนำมาใช้มากที่สุดคือ ด้านการผลิต ส่วนการใช้ข้อมูลทางการบัญชีนำมาใช้มากที่สุดคือ ด้านการควบคุม (จตุพร อภิโชติภูตินันท์ และคณะ, 2561)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวต้องใช้กลยุทธ์การบริหารจัดการต้นทุน การผลิตอย่างเหมาะสมและใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน การบริหารต้นทุนถือเป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจ ซึ่งหากผู้ประกอบการสามารถบริหารต้นทุนให้มีคุณภาพและต่ำกว่าผู้ประกอบการรายอื่น ๆ แล้ว ผู้ประกอบการดังกล่าวก็จะสามารถดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จและมีผลกำไรตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวและจำหน่ายข้าวหอมมะลิไทยที่ได้มาตรฐาน
2. เพื่อศึกษาการใช้ข้อมูลทางการบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวและจำหน่ายข้าวหอมมะลิไทยที่ได้มาตรฐาน
3. เพื่อศึกษาระดับการให้ความสำคัญในการใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนและการใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อการบริหารจัดการธุรกิจ

ทบทวนวรรณกรรม

การบริหารต้นทุนและการใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุน

การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ เป็นเครื่องมือสำคัญในการใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง โดยมีการนำไปประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลายเนื่องจากเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การดำเนินงานเกิดประสิทธิภาพตามความต้องการของลูกค้า (ไตรรงค์ สวัสดิกุล และนภภรณ์ พลนิกรกิจ, 2562) ซึ่งข้อมูลทางด้านบัญชีต้นทุนที่ทันสมัยและมีความเหมาะสมต่อการตัดสินใจจะขึ้นอยู่กับวิธีการวิเคราะห์ต้นทุนที่ถูกต้อง การวางแผนและควบคุมโดยใช้ข้อมูลทางด้านต้นทุนถือว่าเป็นหน้าที่ที่สำคัญอย่างมากของผู้บริหารในระดับกิจการต่าง ๆ (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2563)

เทคนิคการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญ ได้แก่ (จตุพร อภิโชติภูตินันท์ และคณะ, 2561)

1. กลยุทธ์ด้านการผลิต คือ การวางแผนกิจกรรมการผลิต ทำการควบคุม ตรวจสอบและกำหนดการใช้งานของแรงงาน วัตถุดิบ เครื่องจักรและอุปกรณ์ ด้วยวิธีอันเหมาะสมและชาญฉลาดให้มากที่สุด ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ “ต้นทุนที่ต่ำที่สุด”
2. กลยุทธ์ด้านการเงิน คือ การหาแหล่งเงินทุนมีต้นทุนต่ำ ปรับปรุงโครงสร้างทางการเงินให้มีอัตราส่วนทางการเงินที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว
3. กลยุทธ์ด้านการจัดการ คือ การปรับโครงสร้างการบริหารองค์กร การจัดสายความรับผิดชอบการบริหารงาน เพื่อให้สามารถประเมินผลการดำเนินงานได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น
4. กลยุทธ์ด้านการตลาด คือ กลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ซึ่งเป็นส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือที่เรียกว่า 8P's ซึ่งต้องมีแนวทางความคิดทางการสื่อสารการตลาด (IMC)

5. กลยุทธ์ด้านโลจิสติกส์ คือ กลยุทธ์สมรรถนะหลักที่ผนวกการจัดการด้านการเงิน งานบุคลากร งานด้านการตลาด และงานด้านการผลิตเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งต้องออกแบบงานให้สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้า

ข้อมูลทางการเงินและการใช้ข้อมูลทางการเงิน

ข้อมูลทางการเงิน (Accounting Information) คือ เครื่องมือที่ช่วยในการวางแผนตัดสินใจและควบคุมการดำเนินงานผู้บริหาร และมีความสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจเนื่องจากเป็นงานที่รวบรวมข้อมูลจากกิจกรรมธุรกิจในทุก ๆ ด้าน เช่น ด้านการผลิต การตลาด การเงิน การบริหารทรัพยากรบุคคล เป็นต้น กระบวนการบริหารประกอบด้วยหน้าที่หลักคือ การวางแผน การจัดองค์การ การสั่งการและการจูงใจ การควบคุม และการตัดสินใจ (ศิลปพร ศรีจันทร์เพชร, 2564)

ดังนั้นความต้องการใช้ข้อมูลทางการเงินของผู้บริหารธุรกิจจึงนำไปใช้ในด้านต่อไปนี้ (ชนิตา ศรีชื่นและคณะ, 2563)

1. ด้านทั่วไป คือ การใช้ข้อมูลทางการเงินจากงบการเงินโดยตรง การบริหารงาน การวิเคราะห์ทางการเงิน การใช้ข้อมูลทางการเงินแบบแยกส่วนในแต่ละเรื่อง
2. ด้านการวางแผน คือ วางแผนกำหนดเป้าหมายด้านการเงิน การบริการสินค้าคงคลัง การผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า การจัดทำมาตรฐานในการปฏิบัติงานด้านการผลิตและการบริการ
3. ด้านการสั่งการและจูงใจ คือ สั่งการดำเนินการตามแนวทางที่กำหนดเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ สั่งการตามแผนการดำเนินงาน จัดทำรายงานเกี่ยวกับข้อมูลทางการเงิน ดำเนินการลดต้นทุนวัตถุดิบ
4. ด้านการควบคุม คือ ควบคุมการสั่งซื้อ และต้นทุนในการสั่งซื้อ ควบคุมสินค้าคงคลัง ทั้งในด้านการจัดซื้อวัตถุดิบ และการผลิต ควบคุมงบประมาณด้านการจัดซื้อเครื่องมือ ควบคุมค่าล่วงเวลาในการทำงาน
5. ด้านการตัดสินใจ คือ ตัดสินใจด้านการวางแผนการผลิต นโยบายเป้าหมาย วัตถุประสงค์ การกำหนดราคาขาย การผลิต เช่น ยอมรับคำสั่งซื้อพิเศษ

การใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุน (จตุพร อภิโชติภูตินันท์ และคณะ, 2561)

- | | |
|------------------|-------------------|
| 1.1 ด้านการผลิต | 1.2 ด้านการจัดการ |
| 1.3 ด้านการขนส่ง | 1.4 ด้านการเงิน |
| และโลจิสติกส์ | 1.5 ด้านการตลาด |

การใช้ข้อมูลทางการเงิน (ชนิตา ศรีชื่น และคณะ, 2563)

- | | |
|-------------------|---------------------|
| 2.1 ด้านการวางแผน | 2.2 ด้านการสั่งการ |
| 2.3 ด้านการควบคุม | 2.4 ด้านการตัดสินใจ |

การสร้างรายได้เปรียบเทียบการ
แข่งขันของธุรกิจโรงสีข้าวที่ผลิต
และจำหน่ายข้าวหอมมะลิไทย
ที่ได้มาตรฐาน

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวที่ผลิตและจำหน่ายข้าวหอมมะลิไทยที่ได้มาตรฐานจากกรมการค้าต่างประเทศอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองข้าวหอมมะลิไทย (กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, 2565) มีจำนวนกิจการทั้งสิ้น

136 ราย โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าว (ผู้จัดการบริษัท ผู้จัดการสหกรณ์ หัวหน้าผู้จัดการ ประธานวิสาหกิจชุมชน/กลุ่มผู้ผลิตข้าว) ทั้งหมด และได้รับการตอบรับกลับมา จำนวน 115 ราย เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวที่ผลิตและจำหน่ายข้าวหอมมะลิไทยที่ได้รับมาตรฐานมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .83 ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวและลักษณะธุรกิจโรงสีข้าว ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ในการบริหารต้นทุนและระดับการให้ความสำคัญในการใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุน ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลทางการบัญชีและระดับการให้ความสำคัญในการใช้ข้อมูลทางการบัญชี โดยส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 เป็นแบบมาตรประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert, 1976)

การประเมินคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) การสร้างและพัฒนาแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ทำการตรวจสอบ IOC เพื่อหาความเหมาะสมของการใช้ภาษาในแบบสอบถาม และคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนี IOC ตั้งแต่ .66-1.00 จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ไปทำการทดลองใช้ (Try-Out) กับผู้ประกอบการธุรกิจอื่นที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประชากร

2) การหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) โดยมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .838 ซึ่งการให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์การบริหารต้นทุน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .788 และการใช้ข้อมูลทางการบัญชี มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .703 สอดคล้องกับ (Nunnally & Bernstein, 1994) ได้เสนอว่าเกณฑ์การพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแบบสอบถามที่เกินกว่า .70 ยอมรับได้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวที่ผลิตและจำหน่ายข้าวหอมมะลิไทยที่ได้มาตรฐานทั้งสิ้น 136 ราย และได้รับตอบกลับหลังส่งแบบสอบถามเป็นระยะเวลา 2 เดือน จำนวน 115 ชุด อัตราตอบกลับร้อยละ 84.56 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker & Day (2001) ที่ระบุว่าอัตราการตอบกลับของการสำรวจด้วยจดหมาย หากมีอัตราการตอบกลับเกินกว่าร้อยละ 20 ถือว่ายอมรับได้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวและลักษณะธุรกิจโรงสีข้าว

ผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าว โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 มีอายุ 36-45 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 37.40 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 38.30 และมีตำแหน่งเป็นหัวหน้าผู้จัดการ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 33.91

ลักษณะธุรกิจโรงสีข้าว โดยส่วนใหญ่มีลักษณะธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.91 มีทุนจัดตั้งธุรกิจมากกว่า 1 ล้านบาท จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.60 มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจอยู่ระหว่าง 6-10 ปี จำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.00 และมีสถานที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.10

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ในการบริหารต้นทุนและระดับการให้ความสำคัญในการใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวที่ผลิตและจำหน่ายข้าวหอมมะลิไทย

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวที่ผลิตและจำหน่ายข้าวหอมมะลิไทยที่ได้มาตรฐานใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการจัดการ ด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ ด้านการเงิน และด้านการตลาด จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.56 โดยระดับการให้ความสำคัญต่อการใช้กลยุทธ์ในการบริหารต้นทุน แยกตามลักษณะของธุรกิจ แสดงผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับการให้ความสำคัญในการใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนของธุรกิจโรงสีข้าวที่ผลิตและจำหน่ายข้าวหอมมะลิไทย

กลยุทธ์การบริหารต้นทุน	ระดับความสำคัญ				ระดับความสำคัญ(รวม)		แปลค่า
	แยกตามลักษณะธุรกิจ				$\bar{x}$	SD.	
	บริษัท จำกัด	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	สหกรณ์ จำกัด	วิสาหกิจชุมชน/ กลุ่มผู้ผลิตข้าว			
ด้านการผลิต	4.52	4.43	4.61	4.39	4.48	.38	มาก
ด้านการจัดการ	3.76	3.81	3.85	3.94	3.83	.22	มาก
ด้านการขนส่งและโลจิสติกส์	4.43	4.43	4.54	4.11	4.37	.30	มาก
ด้านการเงิน	4.45	4.54	4.47	4.45	4.47	.37	มาก
ด้านการตลาด	4.44	4.48	4.41	4.39	4.43	.42	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.32	4.34	4.38	4.25	4.32	.34	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวที่ผลิตและจำหน่ายข้าวหอมมะลิไทยที่ได้มาตรฐานมีระดับการให้ความสำคัญในการใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านและรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ดังนี้ ด้านการผลิต ($\bar{X} = 4.48$) มีการวางแผนการผลิตและควบคุมการผลิตให้เหมาะสม ผลิตสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ด้านการเงิน ($\bar{X} = 4.47$) ลดระยะเวลาการให้เครดิตกับลูกค้าที่ซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อ สรุปข้อมูลทางการเงินเพื่อใช้ในการตรวจสอบความถูกต้อง ชำระหนี้ให้กับเจ้าหนี้ตรงตามเวลาที่กำหนด และประหยัดต้นทุนโดยการจัดซื้อวัตถุดิบจากเกษตรกรผู้ผลิตข้าวโดยตรง ด้านการตลาด ($\bar{X} = 4.43$) มีการลดต้นทุนการตลาดโดยใช้การสร้างเครือข่ายหรือสร้างช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ ($\bar{X} = 4.37$) ลดค่าใช้จ่ายในการจัดส่งวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสม และมีการส่งมอบสินค้าและบริการได้ทันเวลา ด้านการจัดการ ($\bar{X} = 3.83$) ลดค่าใช้จ่ายในการลงทุน และลงทุนในกิจกรรมที่เหมาะสม และส่งเสริมพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากร พนักงานทุกระดับ และการนำเทคโนโลยีมาใช้

เมื่อพิจารณาแยกตามลักษณะธุรกิจ พบว่า สหกรณ์จำกัด มีระดับการให้ความสำคัญในการใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมากที่สุด ($\bar{X} = 4.38$) รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ($\bar{X} = 4.34$) บริษัทจำกัด ($\bar{X} = 4.32$) และวิสาหกิจชุมชนและกลุ่มผู้ผลิตข้าว ($\bar{X} = 4.25$) ตามลำดับ ดังนี้

1. สหกรณ์จำกัด ผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวมีระดับการให้ความสำคัญในการใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$) ดังนี้ มีการนำระบบการผลิตแบบทันเวลาพอดี (Just in Time) มาประยุกต์ใช้ ลดต้นทุนด้วยการจัดซื้อจำนวนมากต่อผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย มีการส่งมอบสินค้าและบริการได้ทันเวลา ชำระหนี้ให้กับ

เจ้าหน้าที่ตรงตามเวลาที่กำหนด รักษาลูกค้ากลุ่มเดิมและขยายฐานลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง มีการบริการหลังการขายอย่างเหมาะสม และฝึกอบรมพนักงาน บุคลากรให้มีความสามารถในการทำงานสูงขึ้น

2. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวมีระดับการให้ความสำคัญในการใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.34$) ดังนั้น บริหารจัดการและควบคุมการปฏิบัติงานของพนักงาน บุคลากร และการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อลดต้นทุนลดระยะเวลาการให้เครดิตกับลูกค้าที่ซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อ และประหยัดต้นทุนโดยการจัดซื้อวัตถุดิบจากเกษตรกรผู้ผลิตข้าวโดยตรง มีการบริการหลังการขายอย่างเหมาะสม และมีการลดต้นทุนการตลาดโดยใช้การสร้างเครือข่ายหรือสร้างช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ผลิตสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และมีการส่งมอบสินค้าและบริการได้ทันเวลา ลดค่าใช้จ่ายในการจัดส่งวัตถุดิบ

3. บริษัทจำกัด ผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวมีระดับการให้ความสำคัญในการใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.32$) ดังนั้น มีการวางแผนการผลิตและควบคุมการผลิตให้เหมาะสม ผลิตสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ลดระยะเวลาการให้เครดิตกับลูกค้าที่ซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อ รายงานทางการเงินเพื่อใช้ในการตรวจสอบความถูกต้อง มีการลดต้นทุนการตลาดโดยใช้การสร้างเครือข่ายหรือสร้างช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ มีการส่งมอบสินค้าและบริการได้ทันเวลา และลดจำนวนพนักงาน ลดค่าใช้จ่ายเพื่อลดต้นทุน

4. วิสาหกิจชุมชนและกลุ่มผู้ผลิตข้าว ผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวมีระดับการให้ความสำคัญในการใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.25$) ดังนั้น ลดระยะเวลาการให้เครดิตกับลูกค้าที่ซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อ และประหยัดต้นทุนโดยการจัดซื้อวัตถุดิบจากเกษตรกรผู้ผลิตข้าวโดยตรง มีการลดต้นทุนการตลาดโดยใช้การสร้างเครือข่ายหรือสร้างช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ลดราคาขายสินค้าเมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้าแต่ละครั้งในจำนวนมาก ลดต้นทุนด้วยการจัดซื้อจำนวนมากต่อผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย และส่งเสริมพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลทางการบัญชีและระดับการให้ความสำคัญในการใช้ข้อมูลทางการบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวที่ผลิตและจำหน่ายข้าวหอมมะลิไทย

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวที่ผลิตและจำหน่ายข้าวหอมมะลิไทยที่ได้มาตรฐานใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้แก่ ด้านการวางแผน ด้านการสั่งการ ด้านการควบคุม และด้านการตัดสินใจ จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.56 โดยระดับการให้ความสำคัญต่อการใช้ข้อมูลทางการบัญชี แยกตามลักษณะของธุรกิจ แสดงผลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับการให้ความสำคัญในการใช้ข้อมูลทางการบัญชีของธุรกิจโรงสีข้าวที่ผลิตและจำหน่ายข้าวหอมมะลิไทย

การใช้ข้อมูลทางการบัญชี	ระดับความสำคัญ แยกตามลักษณะธุรกิจ				ระดับความสำคัญ(รวม)		แปลค่า
	บริษัท จำกัด	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	สหกรณ์ จำกัด	วิสาหกิจชุมชน/ กลุ่มผู้ผลิตข้าว	$\bar{x}$	S.D.	
ด้านการวางแผน	4.44	4.43	4.54	4.48	4.47	.37	มาก
ด้านการสั่งการ	4.39	4.62	4.46	4.38	4.46	.93	มาก
ด้านการควบคุม	4.40	4.42	4.40	4.39	4.40	.45	มาก
ด้านการตัดสินใจ	4.45	4.49	4.50	4.21	4.41	.49	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.42	4.49	4.48	4.36	4.44	.56	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวที่ผลิตและจำหน่ายข้าวหอมมะลิไทยที่ได้มาตรฐานมีระดับการให้ความสำคัญในการใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.44$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน และรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ดังนี้ ด้านการวางแผน ($\bar{x} = 4.47$) ใช้ข้อมูลรายงานการสั่งซื้อจากในอดีต ปัจจุบันเพื่อการวางแผนสั่งซื้อวัตถุดิบและสินค้า ด้านการสั่งการ ($\bar{x} = 4.46$) ใช้ข้อมูลเพื่อสั่งการให้เพิ่มขีดความสามารถกับคู่แข่งทางการค้าได้เป็นอย่างดี ด้านการตัดสินใจ ($\bar{x} = 4.41$) ใช้ข้อมูลคิดค้นหาวิธีในการนำเศษซากวัตถุดิบมาใช้ให้เกิดประโยชน์และเพิ่มมูลค่าด้านการควบคุม ($\bar{x} = 4.40$) ใช้ข้อมูลใบสั่งซื้อสินค้าเพื่อควบคุมการตรวจนับสินค้าก่อนที่จะส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า

เมื่อพิจารณาแยกตามลักษณะธุรกิจ พบว่า ห้างหุ้นส่วนจำกัด มีระดับการให้ความสำคัญในการใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมากที่สุด ($\bar{x} = 4.49$) รองลงมาคือ สหกรณ์จำกัด ($\bar{x} = 4.48$) บริษัทจำกัด ($\bar{x} = 4.42$) และวิสาหกิจชุมชนและกลุ่มผู้ผลิตข้าว ($\bar{x} = 4.36$) ตามลำดับ ดังนี้

1. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวมีระดับการให้ความสำคัญในการใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.49$) ดังนี้ ใช้ข้อมูลเพื่อสั่งการให้เพิ่มขีดความสามารถกับคู่แข่งทางการค้าได้เป็นอย่างดี ใช้ข้อมูลคิดค้นหาวิธีในการนำเศษซากวัตถุดิบมาใช้ให้เกิดประโยชน์และเพิ่มมูลค่า ใช้ข้อมูลรายงานการขายสินค้าจากในอดีต ปัจจุบันเพื่อการวางแผนการขายสินค้า ใช้ข้อมูลให้มีการปฏิบัติงานเป็นไปตามนโยบายที่กิจการกำหนดไว้ และส่งเสริมให้มีการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2. สหกรณ์จำกัด ผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวมีระดับการให้ความสำคัญในการใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.48$) ดังนี้ ใช้ข้อมูลรายงานการสั่งซื้อจากในอดีต ปัจจุบันเพื่อการวางแผนสั่งซื้อวัตถุดิบและสินค้า และใช้ข้อมูลรายงานการสั่งซื้อจากลูกค้าในอดีต ปัจจุบันเพื่อวางแผนพัฒนาสินค้า ใช้ข้อมูลโดยมีการจัดเตรียมข้อมูลผลการตัดสินใจในอดีตมาใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้ประกอบการในอนาคต ใช้ข้อมูลรายงานการสั่งซื้อจากในอดีต ปัจจุบันเพื่อสั่งซื้อวัตถุดิบและสินค้า และใช้ข้อมูลเพื่อควบคุมการสั่งซื้อวัตถุดิบและสินค้า

3. บริษัทจำกัด ผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวมีระดับการให้ความสำคัญในการใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.42$) ดังนี้ ใช้ข้อมูลคิดค้นหาวิธีในการนำเศษซากวัตถุดิบมาใช้ให้เกิดประโยชน์และเพิ่มมูลค่า ใช้ข้อมูลเพื่อวางแผนรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของฤดูกาล และใช้ข้อมูลรายงานการสั่งซื้อจากลูกค้าในอดีต ปัจจุบันเพื่อวางแผนพัฒนาสินค้า ใช้ข้อมูลใบสั่งซื้อสินค้าเพื่อควบคุมการตรวจนับสินค้าก่อนที่จะส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า และใช้ข้อมูลเพื่อสั่งการบันทึกการขาย การซื้อวัตถุดิบและสินค้า

4. วิสาหกิจชุมชนและกลุ่มผู้ผลิตข้าว ผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวมีระดับการให้ความสำคัญในการใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.36$) ดังนี้ ใช้ข้อมูลรายงานการขายสินค้าจากในอดีต ปัจจุบันเพื่อการวางแผนการขายสินค้า ใช้ข้อมูลให้มีการปฏิบัติงานเป็นไปตามนโยบายที่กิจการกำหนดไว้ และส่งเสริมให้มีการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ใช้ข้อมูลเพื่อสั่งการให้เพิ่มขีดความสามารถกับคู่แข่งทางการค้าได้เป็นอย่างดี และใช้ข้อมูลคิดค้นหาวิธีในการนำเศษซากวัตถุดิบมาใช้ให้เกิดประโยชน์และเพิ่มมูลค่า

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 36-45 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีตำแหน่งหุ้นส่วนผู้จัดการ ลักษณะธุรกิจโรงสีข้าว โดยส่วนใหญ่มีลักษณะธุรกิจเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด มีทุนจัดตั้งธุรกิจมากกว่า 1 ล้านบาท มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจอยู่ระหว่าง 6-10 ปี และมีสถานที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในจังหวัดศรีสะเกษ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวที่ผลิตและจำหน่ายข้าวหอมมะลิไทยที่ได้มาตรฐานใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนและใช้ข้อมูลทางด้านการบัญชีเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยภาพรวม จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.56 และให้ความสำคัญในการใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$) และเมื่อพิจารณาแยกตามลักษณะธุรกิจ พบว่า สหกรณ์จำกัด มีระดับการให้ความสำคัญในการใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมากที่สุด และมีการใช้ข้อมูลทางการบัญชีโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.44$) ซึ่งเมื่อพิจารณาแยกตามลักษณะธุรกิจ พบว่า ห้างหุ้นส่วนจำกัด มีระดับการให้ความสำคัญในการใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

1) ผลการศึกษาการใช้กลยุทธ์ในการบริหารต้นทุนและระดับการให้ความสำคัญในการใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนของผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวที่ผลิตและจำหน่ายข้าวหอมมะลิไทย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ จำนวน 115 ราย มีระดับการให้ความสำคัญในการใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$) โดยให้ความสำคัญในการใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุน ด้านการผลิต มากที่สุดคือ ใช้วางแผนการผลิตและควบคุมการผลิตให้เหมาะสม รองลงมาคือ ด้านการเงิน ใช้ลดระยะเวลาการให้เครดิตกับลูกค้าที่ซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อ ด้านการตลาด มีการลดต้นทุนการตลาดโดยใช้การสร้างเครือข่ายหรือสร้างช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ ลดค่าใช้จ่ายในการจัดส่งวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสม และมีการส่งมอบสินค้าและบริการให้ทันเวลา และด้านการจัดการ ส่งเสริมพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากร พนักงานทุกระดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจตุพร อภิโชติภูตินันท์ และคณะ (2561) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจสมุนไพรในเขตภาคใต้มีการใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านการผลิต ผลิตสินค้าให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า ด้านการเงิน ใช้ข้อมูลทางการเงินเพื่อติดตามผลการดำเนินงานขององค์กร และชำระหนี้ให้กับเจ้าหนี้ตรงตามเวลา ด้านการตลาด ลดปริมาณสินค้าคงคลังและสินค้าคงเหลือ ด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ มีการส่งมอบสินค้าและบริการให้ทันเวลา และด้านการบริหารจัดการ ฝึกให้พนักงานมีจิตสำนึกด้านคุณภาพ ด้านการลดต้นทุน และอบรมพนักงานให้มีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของไพฑูรย์ อินตะขันธุ์ (2564) กล่าวว่า ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในต้นทุนและผลการดำเนินงานที่ดีให้กับองค์กรต่อไป ซึ่งงานวิจัยของ Pratama & Indrawati (2019) พบว่า กลยุทธ์ที่ทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จคือ การเป็นผู้นำที่มีต้นทุนต่ำ และงานวิจัยของ Ditkaew (2023) พบว่า กลยุทธ์ทางธุรกิจต่อการบัญชีการจัดการเชิงกลยุทธ์ (SMA) มีส่วนสำคัญต่อการสนับสนุนการบริหารจัดการของธุรกิจส่งออกข้าวและสามารถสนับสนุนองค์กรต่าง ๆ ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

2) ผลการศึกษาการใช้ข้อมูลทางการเงินและระดับการให้ความสำคัญในการใช้ข้อมูลทางการเงินของผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวที่ผลิตและจำหน่ายข้าวหอมมะลิไทย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวที่ผลิตและจำหน่ายข้าวหอมมะลิไทยที่ได้มาตรฐานใช้ข้อมูลทางการเงินเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ จำนวน 115 ราย มีระดับการให้ความสำคัญในการใช้ข้อมูลทางการเงินโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.44$) โดยให้ความสำคัญในการใช้ข้อมูลทางการเงิน ด้านการวางแผน มากที่สุดคือ ใช้ข้อมูลรายงานการสั่งซื้อจากในอดีต ปัจจุบันเพื่อการวางแผนสั่งซื้อวัตถุดิบและสินค้า รองลงมาคือ ด้านการสั่งการ ใช้ข้อมูลเพื่อสั่งการให้เพิ่มขีดความสามารถกับคู่แข่งทางการค้าได้เป็นอย่างดี ด้านการตัดสินใจ ใช้ข้อมูลตัดสินใจในการนำเศษซากวัตถุดิบมาใช้ให้เกิด

ประโยชน์และเพิ่มมูลค่า และด้านการควบคุม ใช้ข้อมูลใบสั่งซื้อสินค้าเพื่อควบคุมการตรวจนับสินค้าก่อนที่จะส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจตุพร อภิโชติภูตินันท์ และคณะ (2561) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจสมุนไพรในเขตภาคใต้มีการใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านการควบคุม ได้ใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อควบคุมด้านการจัดการธุรกิจ ด้านการสั่งการ ได้ใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อสั่งการด้านการผลิต ด้านการตัดสินใจ ได้ใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อตัดสินใจด้านการผลิตและด้านการวางแผน ได้ใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อวางแผน สอดคล้องกับงานวิจัยของชนิตา ศรีชื่น และคณะ (2563) พบว่า ความต้องการใช้ข้อมูลทางบัญชีในภาพรวมระดับความต้องการมาก คือ ใช้ข้อมูลทางบัญชีจากงบการเงินโดยตรง ใช้วางแผนกำหนดเป้าหมาย ใช้ควบคุมการสั่งซื้อและต้นทุนในการสั่งซื้อ ใช้สั่งการดำเนินการตามแนวทางที่กำหนดเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ และใช้ตัดสินใจด้านการวางแผนการผลิต นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของชุตินา เพชรคง และคณะ (2566) พบว่า ความต้องการใช้ข้อมูลทางการบัญชีของผู้บริหารธุรกิจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งศิลปพร ศรีจันเพชร (2564) ได้กล่าวว่า ผู้บริหารของกิจการต้องการข้อมูลทางการบัญชีเพื่อประโยชน์ในการวางแผน ควบคุม และตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวควรให้ความสำคัญกับการใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุน เพราะกลยุทธ์การบริหารต้นทุนทำให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่ดีขององค์กรและอยู่รอดในสถานะเศรษฐกิจที่ตกต่ำได้
2. ผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวควรให้ความสำคัญกับการใช้ข้อมูลทางการบัญชีซึ่งเป็นสารสนเทศทางการบัญชีที่แสดงข้อมูลตัวเลขการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อประกอบการตัดสินใจในเชิงธุรกิจ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

งานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาถึงเครื่องมือหรือเทคนิควิธีการจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้กิจการลดต้นทุนได้มากที่สุด เช่น การผลิตแบบลีน การผลิตแบบทันเวลาพอดี การใช้ต้นทุนมาตรฐาน

เอกสารอ้างอิง

- กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. (2565). รายชื่อโรงสีที่ผลิตและจำหน่ายข้าวหอมมะลิไทยที่ได้รับมาตรฐานในแหล่งเพาะปลูกภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือ ซึ่งได้รับการรับรองจากจังหวัด. สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2565 จาก <https://www.dft.go.th/th-th>.
- จตุพร อภิโชติภูตินันท์ และคณะ. (2561). รายงานวิจัยเรื่อง การใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนและการใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสมุนไพรในเขตภาคใต้. สงขลา: คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- ชุตินา เพชรคง และคณะ. (2566). ศึกษาการใช้ข้อมูลทางการบัญชีในการบริหารวิสาหกิจชุมชนในเขตอำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา. วารสารสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยทักษิณ, 12(1), 100-118.
- ชนิตา ศรีชื่น และคณะ. (2563). ความต้องการใช้ข้อมูลทางบัญชีของผู้บริหารธุรกิจในเขตนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด (ระยอง). ใน สมาน อัสวภูมิ (บรรณาธิการ), การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 5 (211-222). อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชธานี.

- ไทรรงค์ สวัสดิกุล และ นภาพรณ พลนิกรกิจ. (2562). ผลกระทบของเทคนิคการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ต่อผลการดำเนินงานของกิจการ. *วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์*, 13(19), 43-58.
- ธนาคารกรุงศรี. (2566). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม 2566-2568: อุตสาหกรรมข้าว*. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2566 จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/agriculture/rice/io/io-rice-2023-2025>.
- ท้าววงศ์ จุลสวัสดิ์ อุษณิ จิตติมณี และภาสกร รอดแผล. (2564). การลดต้นทุนของโรงงานสีข้าวโดยใช้กระบวนการการจัดการด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม. *วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 12(3), 65-80.
- ไพฑูรย์ อินตะชน. (2564). อิทธิพลของการจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์ต่อความได้เปรียบในต้นทุนและผลการดำเนินงาน: หลักฐานจากสถานประกอบการที่ได้รับรอง GMP. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 5(3), 25-43.
- ศิลปพร ศรีจันทเพร. (2564). ข้อมูลทางการบัญชีกับการบริหารธุรกิจ. *สรรพากรสาร*, 68(7), 85-90.
- สุนันทา สังขทัต. (2564). กลยุทธ์การบริหารต้นทุนของธุรกิจผลิตสินค้าในสถานการณ์โควิด-19. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 7(1), 1-13.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2563). *การบัญชีต้นทุน*. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล.
- Aaker, D. A., Kumar, V. & Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. New York: John Wiley & Sons.
- Alvarez, P. et al. (2021). Management Accounting Practices and Performance of SMEs in the Hotel Industry: Evidence from an Emerging Economy. *International Journal of Business and Social Science*, 12(2), 24-35.
- Ditkaew, K. (2023). Strategic Management Accounting on Competitive Advantage. *International Journal of Asian Business and Information Management*, 14(1), 1-17.
- Likert, R. (1976). *New Way of Managing Conflict*. New York: McGraw-Hill.
- Nunnally, J. C. & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory*. (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Pratama. C. F., Salim. U. & Indrawati. K. N. (2019). Creating Competitive Advantage in Management Strategies for Rice Mills. *Journal of Applied Management (JAM)*, 17(2), 295-302.