

แนวทางการจัดการระบบบัญชีของธุรกิจการค้าปลีกในยุคดิจิทัลด้วยกลยุทธ์POSDCoRB

Guidelines for Managing the Accounting System of Retail Businesses in the Digital Age with the POSDCoRB Strategy

ปิราภรณ์ ก้อนคำ^{1,*} อนุชมา ฐูปแก้ว² จันทร์เพ็ญ ต้นสกุลอารี³ สุตวิวรรณ กัลยา⁴ และ อัญชลี ปรีชาอนุสรณ์⁵
Piraporn Konkhum^{1,*} Anuchama Toobkaew² Chanphen Tonsakun-aree³ Suttiwan Kanlaya⁴ and Unchalee Preechaanusorn⁵

Received : March 31, 2024 Revised : June 9, 2024 Accepted : June 18, 2024

บทคัดย่อ

แนวทางการจัดการระบบบัญชีในธุรกิจค้าปลีกในยุคดิจิทัลด้วยกลยุทธ์ POSDCoRB วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา POSDCoRB มาเป็นกลยุทธ์ในการจัดการระบบบัญชีในธุรกิจการค้าสมัยใหม่ ใช้ข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ ทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและผลงานจากแหล่งต่าง ๆ การวิเคราะห์ ใช้แบบวิเคราะห์เอกสารเป็นเครื่องมือวิจัย และรายงานผลด้วยการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ ได้ผลการศึกษา ดังนี้ 1) Planning การวางแผนอย่างมีประสิทธิภาพช่วยให้ธุรกิจค้าปลีกสามารถเลือกใช้ซอฟต์แวร์บัญชีและระบบ POS ที่เหมาะสม เพิ่มความแม่นยำและประสิทธิภาพในการบันทึกข้อมูลการขายและการจัดการสินค้าคงคลัง นอกจากนี้ การกำหนดเป้าหมายทางการเงินที่ชัดเจนยังช่วยให้ธุรกิจมีแนวทางในการดำเนินงานที่ชัดเจน 2) Organizing การจัดการโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจนช่วยให้การทำงานของพนักงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ 3) Staffing การสรรหาและฝึกอบรมพนักงานที่มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เป็นไปอย่างถูกต้อง 4) Directing การใช้เทคโนโลยีในการบริหารเพิ่มความสะดวกในการติดตามและการบริหารงาน 5) Coordinating การใช้ระบบดิจิทัลในการประสานงานระหว่างแผนกที่มีประสิทธิภาพ ช่วยลดความสับสนและความผิดพลาด 6) Reporting การสร้างรายงานการเงินแบบเรียลไทม์ติดตามสถานะทางการเงิน ช่วยในการตัดสินใจทางการเงินที่ถูกต้อง 7) Budgeting การจัดทำและติดตามงบประมาณช่วยให้ธุรกิจสามารถควบคุมการใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ การปรับเปลี่ยนงบประมาณตามสถานการณ์จริงช่วยให้การใช้จ่ายเป็นไปตามแผนที่วางไว้ สรุปผล สรุปผล การศึกษาการนำกลยุทธ์ POSDCoRB มาใช้ จะช่วยให้การบริหารจัดการทางด้านการบัญชีและการเงิน ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในยุคดิจิทัล ส่งผลให้ธุรกิจอยู่รอดต่อไปได้ อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : ระบบบัญชีธุรกิจการค้าปลีก ยุคดิจิทัล POSDCoRB

^{*,2,3,4,5} อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

^{*,2,3,4,5} Lecturer, Faculty of Business Administration, Kasem Bundit University.

* Corresponding Author Email: piraporn.kon@kbu.ac.th

Abstract

Guidelines for Managing Accounting Systems in Retail Businesses in the Digital Era Using POSDCoRB Strategy. The objective is to study POSDCoRB as a strategy for managing accounting systems in modern retail businesses. This study uses secondary data, conducting research from various documents and sources. Document analysis is employed as the research tool, and results are reported through analytical descriptions. The study findings are as follows. 1) Planning Effective planning allows retail businesses to select appropriate accounting software and POS systems, enhancing the accuracy and efficiency of sales data recording and inventory management. Additionally, setting clear financial goals provides businesses with a definitive operational direction. 2) Organizing A well-defined organizational structure helps ensure that employees work efficiently. 3) Staffing Recruiting and training employees with digital technology skills increases work efficiency and accuracy. 4) Directing The use of technology in management facilitates easier tracking and administration. 5) Coordinating Utilizing digital systems for effective inter-departmental coordination helps reduce confusion and errors. 6) Reporting Real-time financial reporting helps track financial status and supports accurate financial decision-making. 7) Budgeting Creating and monitoring budgets enables businesses to control spending efficiently. Adjusting budgets based on actual situations ensures that spending aligns with the planned objectives. Conclusion Implementing the POSDCoRB strategy will enhance the efficiency of accounting and financial management, increasing competitiveness in the digital era. This contributes to the sustainable survival of the business.

Keywords : Accounting system of Retail Business, Digital Era, POSDCoRB

1. บทนำ (Introduction)

จากการวิเคราะห์ของ ธนาคารไทยพาณิชย์(Economic Intelligence Center) ภาพรวมมูลค่าธุรกิจค้าปลีกมีแนวโน้มเติบโตดีขึ้นต่อเนื่องในปี 2023 คาดว่ามูลค่าตลาดจะเติบโตราว 10% จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นและการฟื้นตัวของการบริโภค โดยคาดว่าจะมีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 3.7 ล้านล้านบาท โดยกลุ่ม ร้านค้าแบบมีหน้าร้าน (Store-base retailing) จะกลับมามีมูลค่าเท่ากับก่อนช่วงโรคระบาดในปี 2024 ส่วน ร้านค้าแบบไม่มีหน้าร้าน(Non-store retailing) ยังคงเติบโตต่อเนื่อง ครึ่งแรกของปี 2023 ธุรกิจค้าปลีกสามารถเพิ่มยอดขายจากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ และคาดการณ์ว่านักท่องเที่ยวจีนจะเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้นในครึ่งหลังของปี 2023 อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยที่ต้องระวัง เช่น ราคาสินค้าและหนี้ภาคครัวเรือนที่ยังอยู่ในระดับสูง ทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคยังมีความเปราะบาง อัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้น ทำให้ต้นทุนด้านการเงินเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มที่มีระดับการกู้ยืมสูง การอ่อนค่าของเงินบาทที่กระทบกลุ่มสินค้านำเข้า และการเติบโตของการขายออนไลน์(E-commerce) ยังคงเป็นไปอย่างต่อเนื่องและยังมีแนวโน้มแข่งขันรุนแรง แม้จะมีการชะลอตัวลงหลังจากผู้บริโภคกลับมาใช้ชีวิตใกล้เคียงกับก่อนช่วงโรคระบาด และพฤติกรรมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงมาเป็นการซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น เนื่องจากมีความสะดวกสบาย โดยเฉพาะกลุ่มตลาดค้าปลีกในโซเชียลมีเดีย(Marketplace retailers) ที่มีสินค้าที่หลากหลายจากผู้ขายหลายราย ทำให้ผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบราคาและบริการของแต่ละร้านค้า(ชญาณิศ สมสุข, 2565)

ปัจจุบันเป็นยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงดิจิทัล(Digital Disruption) ทำให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตเปลี่ยนไป และระบบนิเวศของธุรกิจค้าปลีกในประเทศและทั่วโลกกำลังอยู่ระหว่างการเปลี่ยนแปลง ส่วนใหญ่เกิดจากเทคโนโลยีดิจิทัล ส่งผลกระทบต่อความต้องการของลูกค้าของอุตสาหกรรมการค้าปลีก เช่น มุมมองของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ แปรนตร์ การใช้จ่ายแบบเสมือน (Virtual

Spending) และอื่น ๆ ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลที่พัฒนาอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจจึงต้องมีการปรับเปลี่ยน เพื่อประสบความสำเร็จในอุตสาหกรรม และเติบโตอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน (Wachira Thongsuk, 2023) การบูรณาการเทคโนโลยี เพื่อนำมาใช้บริหารจัดการในธุรกิจค้าปลีก การตลาด รวมถึงสินค้าคงคลัง การจัดการ การมีส่วนร่วมของลูกค้า และประสบการณ์ในร้านค้า และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง เช่น ระบบ ณ จุดขาย ซอฟต์แวร์การจัดการสินค้าคงคลัง ซอฟต์แวร์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) และแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ต่าง ๆ เช่น Lazada Shopee TikTok และเพื่อปรับปรุงการดำเนินงานของกิจการ และปรับปรุงการบริการที่มอบให้กับลูกค้า และประสบการณ์ของลูกค้า ในธุรกิจค้าปลีก คือ 1) จุดสัมผัสและข้อมูลของลูกค้าที่ขาดช่วง 2) อุปสรรคในด้านการบริการลูกค้า 3) งบประมาณและผลตอบแทนการลงทุน (ROI) การดำเนินธุรกิจค้าปลีกในยุคดิจิทัลผู้ประกอบการต้องมีความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน และต้องเข้าใจ เรื่อง พื้นฐานของการค้าปลีกในทุก ๆ ด้านสินค้าและบริการมีคุณภาพ ระบบการทำงานทั้งการเดินบัญชี การสต็อกสินค้า สินค้าไหนขายดี/ไม่ดี การเสียภาษี ระบบทุกอย่างดีและถูกต้องแล้วหรือยัง ก่อนไปถึงเรื่องเทคโนโลยีออนไลน์ต่าง ๆ (วรฤทธิ ชุ่มใจ, 2562) การดำเนินธุรกิจค้าปลีกในยุคดิจิทัลประกอบด้วยกิจกรรมและกลยุทธ์ที่หลากหลาย จะเน้นไปที่การจัดการการขายธุรกิจการค้าปลีกในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลง และการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ การผสานรวมช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ (Omni-channel) ก้าวสู่อนาคตแห่งการค้าปลีก เชื่อมต่อลูกค้าแบบไร้การสัมผัสด้วยแบบผสมผสานหลายช่องทาง (Techsauce Team, 2021)

สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ (2562) ได้กล่าวถึง การเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัล(Digital Transformation) สำหรับนักบัญชีในยุคดิจิทัลและการเปลี่ยนแปลงธุรกิจดิจิทัลและการจัดการบุคลากร (Digital Business Transformation and People Management) ได้ระบุถึงการนำระบบ Optical Character Recognition (OCR) มาช่วยในการอ่านเอกสารทางบัญชีและแปลงเป็นไฟล์ข้อความเพื่อเตรียมพร้อมในการทำงานและบันทึกบัญชี ปัญญาประดิษฐ์(Artificial Intelligence) (AI) มาช่วยในการบันทึกรายการทางบัญชีและใช้ดุลยพินิจเบื้องต้นในการแสดงและจัดประเภทรายการทางบัญชี ระบบอัตโนมัติด้วยกระบวนการหุ่นยนต์ (Robotic Process Automation) (RPA) มาทำงานแทนคนในการบันทึก กระทบบยอด ปรับปรุงรายการทางบัญชี ระบบบัญชีสมัยในยุคดิจิทัล มีระบบที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้า ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลการขาย และทำให้เข้าใจความต้องการของลูกค้า รูปแบบการซื้อ เพื่อนำมาปรับปรุงการทำการตลาดให้ตรงกับพฤติกรรมลูกค้า และกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลให้กิจการมีผลตอบแทนทางธุรกิจที่กำไร และเติบโตยั่งยืนต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ธนภรณ์ แสงโชติ (2561) การนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อช่วยระบบทางการเงิน เช่น การยื่นเอกสารผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการนำ อุปกรณ์ เครื่องมือ ทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีอยู่ในปัจจุบัน มาใช้ในการสื่อสาร การปฏิบัติงาน และการทำงานร่วมกันหรือ การพัฒนากระบวนการทำงานนำมาใช้พัฒนาระบบขององค์กรเพื่อให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพ และจากผลสำรวจของ บริษัทดีลอยท์ จำกัด ที่ทำการสำรวจผู้บริหารสายบัญชีการเงินกว่า 600 บริษัท พบว่า บุคลากรด้านบัญชีและการเงินใช้เวลากว่า 48% ของชั่วโมงการทำงานทั้งหมด ในการจัดทำรายงานต่าง ๆ มีเพียง 18% เท่านั้น ที่ใช้เวลาไปกับการวิเคราะห์ข้อมูลที่แสดงในรายงานเพื่อทำการตัดสินใจทางธุรกิจ (วิชัย สุขในบุญ, 2565)

ดังนั้น ระบบบัญชีถือเป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญและสำหรับธุรกิจค้าปลีก และในยุคดิจิทัลในการบริหารจัดการต้องนำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อช่วยให้มั่นใจด้านการควบคุมทางการเงิน ระบบบัญชีที่ดี ช่วยให้สามารถวิเคราะห์การวางแผน ในการจัดการสินค้าคงคลัง สนับสนุนการตัดสินใจ แนวทางการตรวจสอบ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าในเชิงลึก และการปฏิบัติตามกฎหมาย การบริหารจัดการของธุรกิจเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ต้องใช้กลยุทธ์ที่หลากหลาย และ POSDCoRB ซึ่งย่อมาจาก Planning (การวางแผน) Organizing (การจัดระเบียบองค์กร) Staffing (การสรรหาบุคลากร) Directing (การกำกับ) Coordinating (การประสานงาน) Reporting (การรายงาน) และ Budgeting (งบประมาณ) พัฒนาโดย Luther Gulick และ Lyndall Urwick ในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 เป็นแนวทางที่ผู้ประกอบการใช้เป็นกลยุทธ์ในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพในการช่วยให้ธุรกิจปลีกในการปรับตัวและวางระบบบัญชีในยุคดิจิทัลได้ดี

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา POSDCoRB มาเป็นกลยุทธ์ในการจัดการระบบบัญชีในธุรกิจการค้าสมัยใหม่ ใช้ข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ ทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและผลงานจากแหล่งต่าง ๆ การวิเคราะห์ ใช้แบบวิเคราะห์เอกสาร เป็นเครื่องมือวิจัย และรายงานผลด้วยการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ ขอบเขตการศึกษา ได้แก่ ระบบบัญชีของธุรกิจค้าปลีก ยุคดิจิทัล ธุรกิจค้าปลีกในยุคดิจิทัล และกลยุทธ์ POSDCoRB

2. ระบบบัญชีของธุรกิจการค้าปลีก

ธุรกิจการค้าปลีก

Kotler (1997) ได้ให้ความหมาย คำปลีก คือ กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือบริการโดยตรงแก่ผู้บริโภค คนสุดท้ายเพื่อการใช้ส่วนตัวและไม่ใช่เป็นการใช้เพื่อธุรกิจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และศุภร เสรีรัตน์ (2546) ได้ให้ความหมาย การค้าปลีก คือ กิจกรรมที่เพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการที่ขายให้กับผู้บริโภค เพื่อการใช้ส่วนตัวหรือใช้ในครัวเรือนหรือเป็นการนำเสนอสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย เพื่อการใช้ในครัวเรือน หรือใช้ส่วนตัว โดยการจัดหาสินค้าในปริมาณมากและทยอยขายให้กับผู้บริโภคในปริมาณน้อย

ฉัตรชัย ดวงรัตนพันธ์ และคณะ (2561) ได้ให้ความหมายของการค้าปลีก (Retailing) ไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือการให้บริการโดยตรงแก่ผู้บริโภคคนสุดท้าย (End User) ซึ่งผู้บริโภคคนสุดท้ายนี้จะซื้อสินค้าหรือรับบริการเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ของบุคคลภายในครอบครัวหรือของบุคคลในสังคม หรือผู้บริโภคเอง และไม่ได้เป็นการซื้อเพื่อจำหน่ายต่อ

ระบบบัญชี

พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ.2543 รูปแบบของการประกอบธุรกิจ และประเภทของธุรกิจ เช่น ธุรกิจการค้าขายปลีก หรือธุรกิจการพาณิชย์ ธุรกิจบริการ และธุรกิจอุตสาหกรรม การวางระบบบัญชีช่วยให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนถูกต้องตามที่กฎหมาย และตามกฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ที่กำหนดโดยหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมนักบัญชีไทย สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมสรรพากร เป็นต้น ดังนั้นการวางระบบบัญชีต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับบัญชี มีความรู้ด้านกฎหมายธุรกิจ และกฎระเบียบ ความสามารถด้านวิชาชีพการบัญชีที่ครอบคลุมด้านบัญชีการเงิน บัญชีบริหาร บัญชีภาษีอากร การตรวจสอบบัญชี และด้านระบบสารสนเทศทางการบัญชี และการวางระบบบัญชีในปัจจุบันของธุรกิจหลายประเภท ได้นำโปรแกรมที่เกี่ยวข้องมาใช้ในคอมพิวเตอร์เพื่อช่วยในงานด้านบัญชีให้สมบูรณ์และ การใช้งานได้สะดวกรวดเร็ว และครบถ้วนตามข้อกำหนดของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แบบฟอร์มหรือเอกสารทางการบัญชีมีรูปแบบที่ทันสมัย เช่น สมุดบัญชี รายงานทางการเงิน (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2563)

ระบบบัญชี (Accounting Systems) หมายถึง ระบบบริหารจัดการข้อมูลทางการเงิน และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงาน การบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน การรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล การกำกับดูแลกิจการ และการตัดสินใจของผู้บริหารและผู้มีส่วนได้เสียหลัก โดยครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล การบันทึกข้อมูล การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล การจัดทำรายงาน รวมถึงจัดทำรายงานและการเปิดเผยข้อมูลเพื่อความยั่งยืน การใช้งาน การสื่อสารข้อมูล ตลอดจนการจัดเก็บข้อมูล การทำลายข้อมูล และการติดตามตรวจสอบการจัดการและการใช้ข้อมูล (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2566)

การวางระบบบัญชี (Accounting Systematization) หมายถึง กระบวนการศึกษารวบรวมข้อมูลและความต้องการวิเคราะห์ ออกแบบจัดหาหรือสร้าง ติดตั้ง ใช้งาน ติดตามผล และปรับปรุงระบบบัญชี เพื่อให้มั่นใจว่าระบบบัญชีสอดคล้องกับวัฒนธรรมและความต้องการ ขององค์กรตั้งแต่ระดับกลยุทธ์จนถึงระดับปฏิบัติการ และสนับสนุนการกำกับดูแลกิจการที่ดีในการสร้างคุณค่าให้แก่กิจการอย่างยั่งยืน รวมไปถึงการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและก้าวทันการเปลี่ยนแปลง (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2566)

ระบบบัญชีของธุรกิจค้าปลีก

การบริหารจัดการในธุรกิจการค้าปลีกหรือการซื้อมาเพื่อขายปลีก การวางระบบบัญชีที่ดีและเหมาะสม เป็นสิ่งสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของกิจการ คือการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมีการเชื่อมโยงกันในแต่ละหน่วยงานของกิจการ มีองค์ประกอบสำคัญสรุปได้ดังนี้

แผนกบัญชี: แผนกนี้มีหน้าที่จัดการและบันทึกธุรกรรมทางการเงินของกิจการ รวมถึงการเก็บรวบรวมเอกสารข้อมูลเกี่ยวกับรายรับและรายจ่าย การบันทึกข้อมูลต้องเป็นไปตามหลักการทางบัญชีที่ถูกต้องเพื่อได้ข้อมูลทางการเงินที่เชื่อถือได้ เช่น ใบสำคัญจ่าย, ใบสำคัญรับเงิน, รายงานการเงิน เป็นต้น

แผนกจัดซื้อ: แผนกนี้มีหน้าที่เลือกซื้อสินค้าหรือวัตถุดิบที่เหมาะสมและมีราคาที่ดีที่สุดสำหรับกิจการ การบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อสินค้า เช่น ใบสั่งซื้อ, ใบรับของ, การตรวจรับสินค้า เป็นต้น

แผนกขาย: แผนกนี้มีหน้าที่สร้างกลยุทธ์การขายสินค้า รวมถึงการบันทึกการขายสินค้า การเรียกเก็บเงินจากลูกค้า เช่น ใบกำกับภาษีขาย, ใบแจ้งหนี้ เป็นต้น

การจัดสต็อกสินค้า: การจัดการสินค้าให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงการบันทึกสินค้าเข้า-ออก ตรวจสอบคลังสินค้า เป็นต้น

การจัดการระบบบัญชีและการเก็บรวบรวมเอกสารที่ถูกต้องมีความสำคัญอย่างมาก โดยเอกสารเหล่านี้จะเป็นหลักฐานที่ใช้ในการทำบัญชีและเพื่อการตรวจสอบ ตัวอย่าง เช่น:

ใบเสร็จรับเงิน: หลักฐานการรับเงินจากลูกค้า

ใบแจ้งหนี้: หลักฐานการแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงยอดค้างชำระ

ใบกำกับภาษีขาย: หลักฐานการเรียกเก็บภาษีขายจากลูกค้า

ใบกำกับภาษีซื้อ: หลักฐานการจ่ายภาษีต่อผู้ขาย

ใบสำคัญจ่าย: หลักฐานการจ่ายเงินต่าง ๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในกิจการ

ใบสำคัญรับ: หลักฐานการรับเงินจากการขายสินค้าหรือบริการ

ใบเบิกเงินสดย่อย: หลักฐานการเบิกใช้เงินสดในกิจการ

ดังนั้น การบริหารจัดการธุรกิจการค้าปลีกต้องมีการบันทึกรายจ่ายและรายได้ เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล และข้อมูลที่ได้นำมาใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจ การปฏิบัติตามกฎหมายด้านภาษีเป็นสิ่งสำคัญอีกด้วย การป้องกันความผิดพลาดในด้านการเสียภาษีเงินหรือขาด ดังนั้น การมีระบบบัญชีเพื่อการบันทึกและการตรวจสอบ เป็นสิ่งที่จำเป็นเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการบริหารจัดการธุรกิจการค้าปลีกอย่างมีประสิทธิภาพและความน่าเชื่อถือในธุรกิจได้ในระยะยาว

3. ธุรกิจการค้าปลีกในยุคดิจิทัล

ยุคดิจิทัล เป็นยุคที่มีการใช้เทคโนโลยี การใช้ระบบอัตโนมัติ ปัญญาประดิษฐ์ และบูรณาการใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตได้ง่ายขึ้น ผ่านทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เช่น มือถือ คอมพิวเตอร์ แพลตฟอร์มต่าง ๆ และนำมาใช้ในภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น การผลิต การค้า การบริการ การขนส่ง การเงินธนาคาร การดูแลสุขภาพ และการบันเทิง เป็นต้น นอกจากนี้แล้วยุคดิจิทัลยังเป็นยุคที่มีการใช้ข้อมูลในการบริหารจัดการ เช่น การใช้ข้อมูลมาวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค วิเคราะห์แนวโน้มทางการตลาด โดยรวมแล้ว ยุคดิจิทัลนำมาซึ่งโอกาส สำหรับการเชื่อมต่อ และความสะดวกสบาย และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และในการประกอบธุรกิจในยุคดิจิทัลผู้ประกอบการต้องรู้ถึงทักษะความสามารถสำหรับการรู้ดิจิทัล และทักษะการรู้ดิจิทัลนั้น สามารถแบ่งเป็น 4 ส่วนที่สำคัญ ได้แก่ ใช้ (Use) เข้าใจ (Understand) สร้าง (Create) และเข้าถึง (Access) เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังนี้ (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2562) และMcKinsey (2020) ได้กล่าวถึง ความมุ่งมั่นของผู้นำ ความมุ่งมั่นของผู้นำ

ต่อการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลเป็นสิ่งสำคัญ ผู้นำต้องเป็นผู้นำด้วยการเป็นตัวอย่างและแสดงความมุ่งมั่นในการนำเครื่องมือและแนวปฏิบัติดิจิทัลมาใช้

ธุรกิจการค้าปลีกในยุคดิจิทัล (Digital Retailing) ต้องอาศัยการบูรณาการระหว่างหลักการทางธุรกิจแบบเดิมและการปรับตัวให้เข้ากับลักษณะทางเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา สำหรับการจัดการธุรกิจการค้าปลีกอย่างมีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัลนั้น สำหรับการจัดการธุรกิจการค้าปลีกอย่างมีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัล เป็นการปรับเปลี่ยนวิธีการนำเสนอสินค้าและบริการในธุรกิจการค้าปลีกให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมและการใช้ชีวิตปัจจุบัน วรวุฒิ ชุนใจ (2562) ประธานสมาคมผู้ค้าปลีกไทย ได้กล่าวถึง คำว่า ค้าปลีกยุคใหม่(New Retail) และแบบหลายช่องทาง(Omni Channel) ในภาคค้าปลีกไทย คือ เป็นการนำค้าปลีกแบบออฟไลน์และออนไลน์มาผสมผสานกัน โดยใช้เทคโนโลยีเป็นตัวกลางในการเชื่อมต่อเพื่อให้เกิดธุรกิจค้าปลีกหลากหลายช่องทางแบบไร้รอยต่อ บริษัทที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่ อเมซอนที่เปิด 'อเมซอน โก' และอาลีบาบาที่เปิด 'เหอหม่า ซูเปอร์มาร์เก็ตดิจิทัล' สำหรับธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย มีปัญหาหลักๆ ที่ทำให้ยังต้องมีการพัฒนาทักษะในการใช้ช่องทางออนไลน์ได้แก่ การพัฒนาทักษะด้านเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content) เป็นกระบวนการที่มีความสำคัญมากในยุคดิจิทัลปัจจุบัน เนื่องจากช่วยเสริมสร้างความสามารถในการสร้าง จัดการ และเผยแพร่เนื้อหาที่มีคุณภาพสูง บนแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ การพัฒนาทักษะด้านข้อมูลขนาดใหญ่(Big Data) เป็นกระบวนการที่สำคัญสำหรับการจัดการและวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ที่มีความซับซ้อนและหลากหลาย เพื่อให้สามารถใช้ข้อมูลเหล่านี้ในการตัดสินใจและการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการพัฒนาทักษะด้านโลจิสติกส์ (Logistics) เป็นสิ่งสำคัญในยุคปัจจุบัน เนื่องจากโลจิสติกส์เกี่ยวข้องกับการจัดการกระบวนการต่าง ๆ ที่ช่วยให้สินค้าหรือบริการสามารถเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ แจ็คหม่า เจ้าพ่อแห่ง Alibaba อ้างอิงใน (Business Plus, 2021) ได้นิยามคำว่า ค้าปลีกยุคใหม่(New Retail)ว่า เป็นการนำ ค้าปลีกแบบออฟไลน์และออนไลน์มาผสมผสานกัน โดยใช้เทคโนโลยีเป็นตัวกลางในการเชื่อมต่อ เพื่อให้การค้าปลีกไร้เส้นแบ่งระหว่างออฟไลน์กับออนไลน์ ฉัตรชัย ตวงรัตนพันธ์ (2565) ได้กล่าวถึงค้าปลีกยุคใหม่ คือการเอาเทคโนโลยีมาเสริมพลังให้กับร้านค้าปลีกแบบออฟไลน์ เพื่อมอบประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับลูกค้า คือการเชื่อมต่อประสบการณ์ระหว่างการช้อปปิ้งออนไลน์กับออฟไลน์แบบไร้รอยต่อ เพียงแค่นี้ ค้าปลีกแบบหลายช่องทาง (Omni Channel) ยังไม่พอ ค้าปลีกยุคใหม่ต้องมีแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันที่เชื่อมต่อการค้าขาย (Commerce) การชำระเงินบนแอปทุกรูปแบบ การจัดส่งสินค้า (Logistics) ช่องทางการรับสินค้าที่มีให้เลือกหลายช่องทาง จะไปรับสินค้าที่สาขาหน้าร้าน หรือส่งถึงหน้าบ้าน รวมถึง เป็นช่องทางการสื่อสารและบริการลูกค้าที่หลากหลายและเชื่อมโยงกันให้เป็นหนึ่งเดียวทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ ซึ่งช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูลของลูกค้าทั้งหมดเอาไว้ เพื่อให้การเข้าถึงข้อมูลลูกค้าเป็นไปได้ง่ายและรวดเร็ว จากนั้น ก็พัฒนาสู่การเป็น Super App Commerce แอปที่สามารถทำได้ทุกอย่าง มีทุกอย่างอยู่ในแอปเดียว เช่น ซื้อสินค้า การสั่งอาหาร จองเครื่องบิน ส่งสินค้า ฯลฯ ทำทุกอย่างได้ ขยายบริการครบจบที่เดียว Wachira Thongsuk (2023) กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงดิจิทัล(Digital Disruption) หมายถึง ผลกระทบที่เทคโนโลยีดิจิทัลมีต่ออุตสาหกรรมการค้าปลีก ผ่านการใช้ช่องทางดิจิทัลและการยอมรับวิธีการซื้อขายสินค้าหรือบริการที่เป็นนวัตกรรมใหม่ๆ และลักษณะที่เด่นชัดของการเปลี่ยนแปลงนี้ ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของระบบอีคอมเมิร์ซ การค้าขายบนมือถือ และค้าปลีกแบบหลายช่องทาง (Omni-channel Retailing) รวมถึงการใช้ข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อปรับแต่งประสบการณ์ของลูกค้า ในการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี(Digital Transformation) เป็น กระบวนการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้กับทุกส่วนของธุรกิจ หรือนำเทคโนโลยีรวมเข้ากับความต้องการของลูกค้า เพื่อตอบสนองพฤติกรรมต่อผู้บริโภคและสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาด ซึ่งเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนแรกของกระบวนการทำงาน การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ การตลาด วัฒนธรรมองค์กร และการกำหนดเป้าหมายในการเติบโตในอนาคต เพื่อให้ธุรกิจปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว (IDMCouncil, 2023)

ดังนั้น ธุรกิจการค้าปลีกในยุคดิจิทัล เป็นการขายสินค้าหรือการให้บริการเพื่อให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย ซึ่งเป็นผู้ที่ซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อการใช้ส่วนตัวหรือใช้ในครอบครัว ไม่ใช่เพื่อธุรกิจ ที่ผ่านการผสมผสานทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการใช้

เทคโนโลยี โดยบูรณาการของการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบและยืดหยุ่น เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ มีความสะดวกรวดเร็ว และทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ และการดำเนินการทางธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องมีทักษะการรู้ดิจิทัล และเพิ่มทักษะด้านเนื้อหาทางการตลาด การวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้ข้อมูลมาช่วยในการตัดสินใจ และต้องมีทักษะด้านการจัดการโลจิสติกส์ จะทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขัน และอยู่รอดอย่างยั่งยืนต่อไปได้ในยุคดิจิทัล

4. ระบบบัญชีของธุรกิจการค้าปลีกในยุคดิจิทัล

ระบบบัญชีของธุรกิจการค้าปลีกในยุคดิจิทัล ต้องอาศัยการบูรณาการระหว่างหลักการทางธุรกิจแบบเดิมและการปรับตัวให้เข้ากับลักษณะทางเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา สำหรับการจัดการระบบบัญชีอย่างมีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัล นั้นต้องมีทักษะการรู้ดิจิทัล สามารถเลือกใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีมาช่วยในระบบบัญชีของกิจการ จะส่งผลต่อการบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัล ในการประกอบธุรกิจงานด้านการบัญชีมีความสำคัญอย่างมาก เป็นงานที่รวบรวมข้อมูล ด้านการเงิน การตลาด การผลิต การจัดการ และทรัพยากรบุคคล แล้วนำมาประมวลผลเป็นสารสนเทศทางการบัญชี ซึ่งมีประโยชน์ต่อผู้ใช้งานในกิจการ เช่น ผู้บริหาร และพนักงาน รวมทั้งผู้ใช้นอกกิจการ เช่น นักลงทุน ผู้ถือหุ้นสถาบันการเงิน หน่วยงาน ราชการ เจ้าหนี้ คู่แข่ง นักวิชาการ วิชาชีพ เศรษฐศาสตร์ (2562) อ้างใน (สุพัตรา หารญดา, 2563) ในยุคดิจิทัลเทคโนโลยีได้มีบทบาทในธุรกิจ ขวภาพ สุขสมัย (2563) ได้กล่าวถึง เทคโนโลยีกับการบัญชีในยุค 4.0 ประโยชน์ของเทคโนโลยีที่มีต่อการบัญชี 1) ช่วยธุรกิจให้รวบรวมข้อมูลตัวเลขทางบัญชีที่มีความซับซ้อนให้สะดวกง่ายขึ้นได้ 2) ช่วยการประมวลผลได้รวดเร็วขึ้นถูกต้อง และแม่นยำเพื่อลดข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น 3) ช่วยให้กิจการสรุปข้อมูลให้สั้นกะทัดรัดในรูปแบบที่กิจการต้องการ จัดพิมพ์และนำเสนอเป็นรูปรายงานที่สวยงาม เป็นระเบียบและสะอาด โดยที่กิจการสามารถขยายการทำงานของคอมพิวเตอร์ได้อีกด้วยในกรณีที่มียางมากขึ้น 4) ทำให้ผู้ใช้ข้อมูลทางการเงินได้ข้อมูลที่สะดวกขึ้นและรวดเร็ว และมีการวิเคราะห์ข้อมูลให้ด้วย 5) ทำให้กระบวนการทางธุรกิจเปลี่ยนแปลงไป และมีผลต่อการรวบรวมข้อมูลรายได้ รายจ่าย เพื่อนำมาบันทึกบัญชี ข้อมูลจะวิ่งมาเป็นแบบอิเล็กทรอนิกส์ ในการส่งต่อข้อมูลไม่ต้องมีการป้อนใส่กระดาษ และไม่สิ้นเปลืองทรัพยากร และขวภาพ สุขสมัย (2563) ยังได้กล่าวถึง การเลือกใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์กับงานบัญชี สามารถเลือกได้ 2 รูปแบบคือ 1) การประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปของสำนักงานประเภทตารางงาน (Spread Sheet) การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปยกตัวอย่างโปรแกรมที่มีลิขสิทธิ์และเป็นนิยมนกันแพร่หลาย เช่น โปรแกรม excel แต่การเลือกใช้โปรแกรมรูปแบบนี้ผู้ใช้ต้องมีความรู้พื้นฐานทางด้านบัญชีและการใช้งานโปรแกรมในระดับดีจึงสามารถเขียนสูตรหรือเลือกใช้ฟังก์ชัน ช่วยในการทำงานให้รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพได้อย่างแท้จริง และไม่เป็นการเพิ่มภาระงานให้มากขึ้นกว่าเดิม 2) การเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปบัญชีที่มีผู้พัฒนาขึ้นมา ชัยณรงค์ อดิสรณ์ (2564) ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธุรกิจดิจิทัล SME Bank ได้กล่าวว่า หากธุรกิจมีการดึงเทคโนโลยี เช่น ระบบบัญชีออนไลน์ มาช่วยในการจัดการข้อมูลหรือระบบบัญชี ก็ยิ่งจะทำให้ข้อมูลเป็นระบบมากขึ้น และส่งผลต่อการขอสินเชื่อ “ธุรกิจในปัจจุบัน ถ้าคุณใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยคุณจะได้อะไรมากกว่า” เป็นต้น

ดังนั้น ระบบบัญชีของธุรกิจการค้าปลีก กิจการมีความจำเป็นเป็นสิ่งที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับยุคดิจิทัล และระบบบัญชีที่ดี สำคัญอย่างมากในการทำให้ธุรกิจเติบโตได้ ทั้งใช้ในการหาแหล่งเงินทุน และการช่วยลดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ยิ่งในยุคที่มี e-Solution ต่าง ๆ มาช่วย (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564) และธุรกิจค้าปลีกในยุคดิจิทัล เช่นเดียวกับธุรกิจในยุคอื่น ๆ จำเป็นต้องจัดทำระบบบัญชี การจัดทำระบบบัญชีสำหรับธุรกิจค้าปลีกในยุคดิจิทัล จะเป็นการผสมผสานหลักการบัญชีแบบเดิม เข้ากับเครื่องมือเทคโนโลยีที่ทันสมัย การวางระบบบัญชีที่เหมาะสมเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจค้าปลีกในการติดตามการเงินอย่างถูกต้อง จัดการสินค้าคงคลัง และทำการตัดสินใจอย่างมีข้อมูล และแนวทางการวางระบบบัญชีของธุรกิจการค้าปลีกในยุคดิจิทัล ที่สรุปได้จากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ มีดังนี้

1) เลือกซอฟต์แวร์บัญชีที่เหมาะสม การเลือกซอฟต์แวร์บัญชีที่เหมาะสมเป็นขั้นตอนแรก มีหลายตัวเลือกที่ออกแบบมาสำหรับธุรกิจค้าปลีก พิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ด้านต้นทุน คุณลักษณะ ความสามารถในการปรับขนาด และความสะดวกในการใช้งาน เช่น QuickBooks Retail หรือ QuickBooks Point of Sale หรือ Xero ให้คุณสมบัติการจัดการสินค้าคงคลัง การออกใบแจ้งหนี้ และการรายงาน หรือ NetSuite โซลูชัน ERP ที่ครอบคลุมซึ่งรวมถึงการบัญชี สินค้าคงคลัง CRM และอีคอมเมิร์ซ

2) กระบวนการอัตโนมัติ เช่น ระบบการเชื่อมโยงบัญชีธนาคารของเจ้าของกิจการ กับซอฟต์แวร์บัญชีของกิจการเพื่อการนำเข้าธุรกรรมอัตโนมัติ การสร้างใบแจ้งหนี้ ใช้ซอฟต์แวร์เพื่อสร้างและส่งใบแจ้งหนี้โดยอัตโนมัติ และการติดตามค่าใช้จ่าย ใช้แอปหรือซอฟต์แวร์สแกนใบเสร็จและติดตามค่าใช้จ่ายแบบดิจิทัล

3) ใช้การจัดการสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ เช่น การติดตามแบบเรียลไทม์ รวมซอฟต์แวร์บัญชีของกิจการเข้ากับระบบการจัดการสินค้าคงคลังเพื่อต้นทุนขาย (COGS) และการประเมินค่าที่แม่นยำ การสแกนบาร์โค้ด ใช้เครื่องสแกนบาร์โค้ดเพื่ออัปเดตจำนวนสินค้าคงคลังโดยอัตโนมัติ ตั้งค่าซอฟต์แวร์ของกิจการ เพื่ออัปเดตระดับสินค้าคงคลังโดยอัตโนมัติเมื่อมีการขาย และเลือกวิธีการคิดต้นทุนสินค้าคงคลัง คือ เข้าก่อน ออกก่อน (FIFO) และใช้หน่วยที่จำแนกประเภทสินค้าที่เป็นการช่วยแยกความแตกต่างของสินค้า เพื่อวัตถุประสงค์ในการติดตามสินค้าในคลังสินค้าที่เรียกว่า SKU (Stock Keeping Unit) หรือที่เป็นบาร์โค้ด ใช้ระบบเพื่อระบุผลิตภัณฑ์ที่ไม่ซ้ำกัน โดยมีการแจ้งเตือนอัตโนมัติสำหรับระดับสต็อกต่ำ และบูรณาการกับซัพพลายเออร์เพื่อการสั่งซื้อใหม่อัตโนมัติ

4) ปรับปรุงกระบวนการขายและการชำระเงิน เช่น การบูรณาการระบบขายหน้าร้าน (POS) เชื่อมโยงระบบ POS ณ จุดขาย ของกิจการกับซอฟต์แวร์บัญชีเพื่อการบันทึกการขาย การคืนสินค้า ส่วนลด และภาษีโดยอัตโนมัติ เพื่อสร้างรายงานยอดขายรายวันเพื่อการติดตามประสิทธิภาพของธุรกิจ การยอมรับการชำระเงินดิจิทัล และเป็นทางเลือกต่าง ๆ เช่น บัตรเครดิต กระเป๋าเงินดิจิทัล และการชำระเงินออนไลน์เพื่อการทำธุรกรรมที่รวดเร็วยิ่งขึ้น

5) การตรวจสอบกระแสเงินสด

1. การพยากรณ์กระแสเงินสด ใช้ซอฟต์แวร์เพื่อคาดการณ์กระแสเงินสดตามการขาย ค่าใช้จ่าย และเงื่อนไขการชำระเงิน การใช้ระบบอัตโนมัติเพื่อกระทบยอดบัญชีธนาคาร ธุรกรรมบัตรเครดิต เพื่อการติดตามค่าใช้จ่ายอัตโนมัติ เช่น ประเภท ค่าใช้จ่ายค่าเช่า ค่าสาธารณูปโภค เงินเดือน วัสดุสิ้นเปลือง เป็นต้น และใบแจ้งหนี้และการชำระบิลของผู้จำหน่าย ซึ่งช่วยประหยัดเวลาและลดข้อผิดพลาด ตั้งค่ารายงานที่เกิดขึ้นเพื่อติดตามตัวชี้วัดหลัก เช่น แนวโน้มการขาย อัตรากำไรขั้นต้น การหมุนเวียนสินค้าคงคลัง รูปแบบการซื้อของลูกค้า

2. การแจ้งเตือนและการแจ้งเตือน ตั้งค่าการแจ้งเตือนสำหรับยอดคงเหลือต่ำ การชำระล่าช้า หรือธุรกรรมที่ผิดปกติ

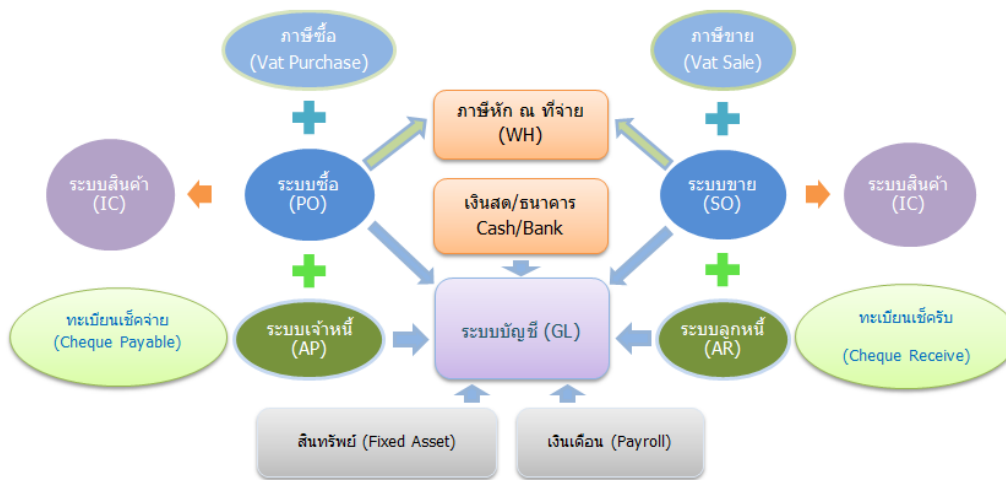
6) การใช้บัญชีบนคลาวด์ การใช้บัญชีบนคลาวด์ มีความยืดหยุ่นและการเข้าถึง สามารถเข้าถึงข้อมูลทางการเงินของกิจการได้ทุกที่ทุกเวลาและปลอดภัยกว่าการจัดเก็บข้อมูลในเครื่อง เพื่อประโยชน์ในการอัปเดตแบบเรียลไทม์และการทำงานร่วมกันกับสมาชิกในทีมหรือนักบัญชี การสำรองข้อมูลอัตโนมัติและมาตรการรักษาความปลอดภัยข้อมูล และความสามารถในการขยายขนาดเมื่อธุรกิจเติบโตขึ้น ในการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี (Digital Transformation) สิ่งที่ต้องคำนึงถึงมี เมื่อนำระบบ Cloud มาใช้ (ชฎาพา สุขสมัย, 2563)

7) การตรวจสอบการปฏิบัติตามข้อกำหนดทางด้านการบัญชี การติดตามข่าวสารล่าสุดเกี่ยวกับกฎหมายและข้อบังคับด้านภาษีที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจค้าปลีก ใช้คุณสมบัติด้านภาษีของซอฟต์แวร์เพื่อการคำนวณภาษีการขาย (ตามข้อกำหนดหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขในการยื่นคำขอมีเลขประจำตัวซอฟต์แวร์เข้าสู่ ของ คำสั่งกรมสรรพากร) (กรมสรรพากร, 2021) และจัดเก็บบันทึกให้เป็นระเบียบสำหรับการตรวจสอบทางการเงิน หรือการตรวจสอบภายในและภายนอก และทบทวนและปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ คือ การตรวจสอบกระบวนการทางบัญชีและประสิทธิภาพของระบบของกิจการเป็นระยะ ปรับปรุงประสิทธิภาพและความถูกต้อง อัปเดตระบบอยู่เสมอเพื่อให้ระบบมีคุณสมบัติและการอัปเดตใหม่จากผู้ให้บริการซอฟต์แวร์บัญชีของกิจการ

8) การฝึกอบรมและการสนับสนุน การจัดทำให้มีการฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับการใช้ซอฟต์แวร์บัญชีใช้ โดยการทำเป็น คลิปช่วยสอนออนไลน์ คู่มือการใช้งาน และการสนับสนุนลูกค้า และการพัฒนาทักษะของพนักงานเป็นประจำเพื่อประสิทธิภาพ ของข้อมูลที่ถูกต้องและแม่นยำ เพื่อลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้

9) ปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญเมื่อจำเป็น บริการด้านบัญชี พิจารณาจ้างงานผู้บัญชีที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องที่ซับซ้อน เช่น การวางแผนภาษีและการวิเคราะห์ทางการเงิน

จากแนวทางการวางระบบบัญชีของธุรกิจการค้าปลีกในยุคดิจิทัล กิจการสามารถได้รับข้อมูลและรายงานที่เกี่ยวข้อง กับการดำเนินธุรกิจที่แม่นยำและถูกต้อง เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจและวางแผนทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งรายงานที่ได้ จากขั้นตอนการทำงานตามตัวอย่าง และตามแสดงในรูปภาพประกอบ 1



รูปภาพประกอบ 1

ตัวอย่างโครงสร้างโปรแกรมบัญชี Smile Account เชื่อมโยงแต่ละระบบอัตโนมัติ

ที่มา : <https://www.realtobiz.com/Home/Product>

จากรูปภาพประกอบ 1 ระบบบัญชีเป็นองค์ประกอบพื้นฐานสำหรับธุรกิจค้าปลีก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคดิจิทัล ด้วย การทำตามขั้นตอนเหล่านี้และใช้เครื่องมือที่ทันสมัย ธุรกิจค้าปลีกสามารถจัดการระบบบัญชีในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประหยัดเวลา ลดข้อผิดพลาด และได้รับข้อมูลเชิงลึกมั่นใจในการควบคุมทางการเงิน การปฏิบัติตามกฎหมาย ช่วยให้สามารถ วิเคราะห์และวางแผน ช่วยในการจัดการสินค้าคงคลัง สนับสนุนการตัดสินใจ ให้แนวทางการตรวจสอบ และยังสามารถให้ข้อมูล เชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าได้ สรุปตัวอย่างตามแสดงตามภาพประกอบ 2 ดังนี้

ระบบบัญชีของธุรกิจการค้าปลีกในยุคดิจิทัล	
ระบบบัญชีของธุรกิจการค้าปลีก ผสมผสานเข้ากับเครื่องมือเทคโนโลยีที่ทันสมัย	1. การเลือกซอฟต์แวร์บัญชีที่เหมาะสมกับกิจการ
	2. กระบวนการอัตโนมัติ
	3. ใช้การจัดการสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ
	4. ปรับปรุงกระบวนการขายและการชำระเงิน
	5. การตรวจสอบกระแสเงินสด
	6. การใช้บัญชีบนคลาวด์
	7. การตรวจสอบการปฏิบัติตามข้อกำหนดทางด้านการบัญชี
	8. การฝึกอบรมและการสนับสนุน
	9. บริการจากผู้เชี่ยวชาญเมื่อจำเป็น



รูปภาพประกอบ 2

สรุปตัวอย่างระบบบัญชีของธุรกิจการค้าปลีกในยุคดิจิทัล

4. การจัดการระบบบัญชีของธุรกิจการค้าปลีกในยุคดิจิทัลด้วยกลยุทธ์ POSDCoRB

POSDCoRB เป็นแนวทางการบริหารจัดการ พัฒนาโดย Luther Gulick และ Lyndall Urwick ในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 เป็นแนวทางที่มีโครงสร้างสำหรับผู้ประกอบการในการจัดการกับองค์ประกอบสำคัญต่าง ๆ ของการจัดการที่มีประสิทธิภาพ POSDCoRB ซึ่งย่อมาจาก Planning, Organizing, Staffing, Directing, Coordinating, Reporting, และ Budgeting มีองค์ประกอบดังแสดงในรูปภาพประกอบ 3 ดังนี้

POSDCoRB	P-Planning
	O-Organizing
	S-Staffing
	D-Directing
	Co- Coordinating
	R-Reporting
	B-Budgeting

รูปภาพประกอบ 3

องค์ประกอบของ POSDCoRB

POSDCoRB มีองค์ประกอบแสดงถึงลักษณะสำคัญของหน้าที่การบริหารจัดการ มีความหมาย สอดคล้องกับ รัฐนิศรภาพ บัศวรี (2562) ดังนี้ Planning (การวางแผน) เกี่ยวข้องกับการกำหนดวัตถุประสงค์และการกำหนดแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย การวางแผนช่วยให้องค์กรคาดการณ์ความต้องการในอนาคตและจัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ Organizing (การจัดองค์กร) หมายถึง การจัดทรัพยากร งาน และความรับผิดชอบเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งรวมถึงการสร้างลำดับชั้น การแบ่งงาน และกลไกการประสานงาน Staffing (การจัดหาพนักงาน) เกี่ยวข้องกับการได้มา การฝึกอบรม และพัฒนาบุคลากรที่มีความสามารถ การจัดหาพนักงานทำให้มั่นใจได้ว่าองค์กรมีคนที่เหมาะสมในตำแหน่งที่เหมาะสม

เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ Directing (การกำกับ) ครอบคลุมการให้คำแนะนำ ความเป็นผู้นำ และแรงจูงใจแก่พนักงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร การกำกับเกี่ยวข้องกับการออกคำสั่ง การตัดสินใจ และการแก้ไขข้อขัดแย้ง Coordinating (การประสานงาน) เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและความพยายามที่ประสานกันในส่วนต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อให้มั่นใจถึงความสอดคล้องและการทำงานร่วมกัน การประสานงานช่วยป้องกันความพยายามที่ซ้ำซ้อนและทำให้แน่ใจว่าทรัพยากรถูกใช้อย่างมีประสิทธิภาพ Reporting (การรายงาน) หมายถึง กระบวนการรวบรวม วิเคราะห์ และสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร การรายงานจะให้ข้อเสนอแนะแก่ฝ่ายบริหารและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และอำนวยความสะดวกในการตัดสินใจ และ Budgeting (การจัดทำงบประมาณ) เกี่ยวข้องกับการจัดสรรทรัพยากรทางการเงินให้กับกิจกรรมและโปรแกรมต่าง ๆ ตามลำดับความสำคัญและวัตถุประสงค์ขององค์กร การจัดทำงบประมาณช่วยควบคุมต้นทุน จัดลำดับความสำคัญการใช้จ่าย และรับประกันความยั่งยืนทางการเงิน

POSDCoRB เป็นกรอบการบริหารจัดการ ซึ่งเป็นหน้าที่พื้นฐานของการจัดการ และใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์และปรับปรุงประสิทธิภาพขององค์กร ด้านการวางแผน จัดระบบ การสรรหาทีมงาน การประสานงาน การรายงานผล การควบคุม และการจัดสรรงบประมาณ ให้กับธุรกิจอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ

การใช้กลยุทธ์ POSDCoRB ใช้ในการวิเคราะห์และปรับปรุงกระบวนการขององค์กร คือ Planning, Organizing, Staffing, Directing, Coordinating, Reporting, และ Budgeting เพื่อมาใช้เป็นกลยุทธ์การจัดการระบบบัญชีของธุรกิจการค้าปลีกในยุคดิจิทัล ได้ดังนี้

P-Planning (การวางแผน)

1. กำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของระบบบัญชีค้าปลีกของกิจการให้ชัดเจน ซึ่งอาจรวมถึงการปรับปรุงประสิทธิภาพ ความถูกต้อง และความทันเวลาของการรายงานทางการเงิน

2. การประเมินเทคโนโลยี ประเมินเครื่องมือและเทคโนโลยีการบัญชีดิจิทัลล่าสุดที่มีอยู่ในตลาด เลือกสิ่งที่เหมาะสมกับความต้องการของธุรกิจค้าปลีกของกิจการมากที่สุด เช่น ซอฟต์แวร์บัญชีบนคลาวด์ ระบบ ณ จุดขาย (POS) พร้อมคุณสมบัติการบัญชีในตัว และเครื่องมือป้องกันข้อมูลอัตโนมัติ

O-Organizing (การจัดระเบียบ)

1. โครงสร้างทีม จัดระเบียบทีมบัญชีของกิจการให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ดิจิทัล ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับการจ้างพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านเครื่องมือและซอฟต์แวร์บัญชีดิจิทัล

2. Data Organization วางระบบจัดระเบียบข้อมูลทางการเงินดิจิทัล สร้างโปรโตคอลสำหรับจัดเก็บ สำรองข้อมูล และรักษาความปลอดภัยข้อมูลเพื่อให้มั่นใจว่าสอดคล้องกับกฎระเบียบ เช่น GDPR หรือกฎหมายคุ้มครองข้อมูลอื่น ๆ

S-Staffing (การจัดหาพนักงาน)

1. การฝึกอบรม ให้การฝึกอบรมแก่เจ้าหน้าที่บัญชีของกิจการเกี่ยวกับวิธีการใช้เครื่องมือดิจิทัลที่เลือกอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจรวมถึงทั้งการฝึกอบรมเบื้องต้นและการศึกษาต่อเนื่องเพื่อติดตามการอัปเดตและฟีเจอร์ใหม่ๆ

2. การพัฒนาทักษะ ส่งเสริมให้พนักงานพัฒนาทักษะความรู้ด้านดิจิทัล โดยเฉพาะในบริบทของซอฟต์แวร์บัญชีและเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล

D-Directing (การกำกับ)

1. การเพิ่มประสิทธิภาพเวิร์กโฟลว์ กำหนดทิศทางการใช้งานเวิร์กโฟลว์ที่มีประสิทธิภาพโดยใช้เครื่องมือดิจิทัล ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนผังว่าข้อมูลไหลจากจุดขายไปยังบันทึกทางบัญชีอย่างไร เพื่อให้มั่นใจในความถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

2. การตรวจสอบ กำกับกับการตรวจสอบตัวชี้วัดประสิทธิภาพหลัก (KPI) ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารบัญชีการค้าปลีกของกิจการ ซึ่งอาจรวมถึงตัวชี้วัด เช่น เวลาในการปิดบัญชี อัตราข้อผิดพลาด และการประหยัดต้นทุนจากการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล

Co- Coordinating (การประสานงาน)

1. การบูรณาการ การบูรณาการเครื่องมือดิจิทัลต่าง ๆ ภายในระบบบัญชีการค้าปลีกของกิจการ การไหลเวียนของข้อมูลที่ราบรื่นระหว่างระบบ POS ซอฟต์แวร์การบัญชี ระบบการจัดการสินค้าคงคลัง และแพลตฟอร์มอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. การทำงานร่วมกัน ส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างแผนกต่าง ๆ (เช่น การเงิน การดำเนินงาน การขาย) เพื่อให้มั่นใจว่าทุกคนเข้าใจถึงประโยชน์และข้อกำหนดของกระบวนการบัญชีดิจิทัลใหม่

R-Reporting (การรายงาน)

1. การรายงานแบบเรียลไทม์ใช้ความสามารถในการรายงานแบบเรียลไทม์ที่นำเสนอโดยเครื่องมือบัญชีดิจิทัล ช่วยให้ได้รับข้อมูลเชิงลึกทางการเงินที่ทันสมัย ช่วยในการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว
2. การปรับแต่ง ปรับแต่งรายงานเพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกเฉพาะสำหรับการค้าปลีก เช่น แนวโน้มการขาย การหมุนเวียนสินค้าคงคลัง และการวิเคราะห์อัตรากำไรขั้นต้น

B-Budgeting (การจัดทำงบประมาณ)

1. การจัดสรรทรัพยากร ใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อการจัดสรรงบประมาณที่ดีขึ้น วิเคราะห์ข้อมูลย้อนหลังเพื่อคาดการณ์ค่าใช้จ่ายในอนาคตได้อย่างแม่นยำ
2. ประหยัดต้นทุน การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลโดยการนำเทคโนโลยี มาใช้ในการบริหารจัดการสามารถนำไปสู่การประหยัดต้นทุน เช่น ลดการใช้กระดาษ ลดข้อผิดพลาดในการป้อนด้วยตนเอง และเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการสินค้าคงคลัง

ดังนั้น การจัดการตามกลยุทธ์ POSDCoRB เพื่อการวางระบบบัญชีสำหรับธุรกิจค้าปลีกในยุคดิจิทัล เกี่ยวข้องกับการใช้ซอฟต์แวร์บัญชีสมัยใหม่ในการวางแผน จัดระเบียบ พนักงาน สิ่งการ ประสานงาน รายงาน และจัดทำงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ แนวทางนี้จะช่วยให้ปรับปรุงการดำเนินงาน ปรับปรุงการควบคุมทางการเงิน และขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจสู่กลยุทธ์ POSDCoRB ในการวางระบบบัญชีสำหรับธุรกิจค้าปลีกในยุคดิจิทัล แสดงในรูปภาพประกอบ 4 ดังนี้

กลยุทธ์ POSDCoRB						
P - Planning	O - Organizing	S - Staffing	D - Directing	Co - Coordinating	R-Reporting	B-Budgeting
- กำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของระบบบัญชีการค้าปลีกของกิจการให้ชัดเจน - ประเมินเครื่องมือและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีดิจิทัลล่าสุด	- จัดโครงสร้างทีมบัญชีของกิจการให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีดิจิทัล - วางระบบจัดระเบียบข้อมูลทางการเงินดิจิทัล	- ให้การฝึกอบรมแก่เจ้าหน้าที่บัญชี - ส่งเสริมให้พนักงานพัฒนาทักษะความรู้ด้านดิจิทัล	- กำหนดทิศทางการใช้งานเวิร์กโฟลว์ที่มีประสิทธิภาพ - กำกับการตรวจสอบตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพหลัก (KPI)	- การบูรณาการเครื่องมือดิจิทัลต่างๆ ภายในระบบบัญชีการค้าปลีกของกิจการ - ส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างแผนกต่างๆ	- การรายงานแบบเรียลไทม์ - ปรับแต่งรายงานเพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกเฉพาะสำหรับการค้าปลีก	- การจัดสรรทรัพยากร - ประหยัดต้นทุน เช่น ลดการใช้กระดาษ ลดข้อผิดพลาดในการป้อนด้วยตนเอง และเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการสินค้าคงคลัง

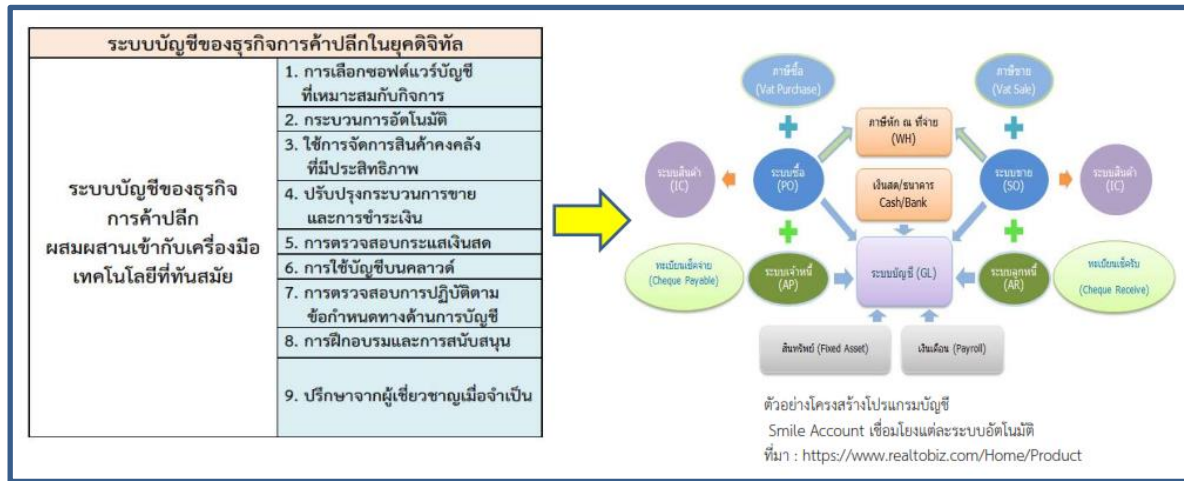
รูปภาพประกอบ 4

กลยุทธ์ POSDCoRB เพื่อการวางระบบบัญชีสำหรับธุรกิจค้าปลีกในยุคดิจิทัล

5. แนวทางการนำไปประยุกต์ใช้

การจัดการระบบบัญชีของธุรกิจการค้าปลีกในยุคดิจิทัลสามารถทำได้ด้วยกลยุทธ์ POSDCoRB ซึ่งเป็นแนวทางที่ช่วยให้ธุรกิจทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ แสดงในรูปภาพประกอบ 5 ดังนี้

แนวทางการจัดการระบบบัญชีของธุรกิจการค้าปลีกในยุคดิจิทัลด้วยกลยุทธ์ POSDCoRB



กลยุทธ์ POSDCoRB						
P - Planning	O - Organizing	S - Staffing	D - Directing	Co - Coordinating	R-Reporting	B-Budgeting
- กำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของระบบ - ระบุข้อดีของกิจการให้ชัดเจน - ประเมินเครื่องมือและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีดิจิทัลล่าสุด	- จัดโครงสร้างทีมบัญชีของกิจการให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีดิจิทัล - วางระบบจัดระเบียบข้อมูลทางการเงินดิจิทัล	- ให้การฝึกอบรมแก่เจ้าหน้าที่บัญชี - ส่งเสริมให้พนักงานพัฒนาทักษะความรู้ด้านดิจิทัล	- กำหนดทิศทางการใช้งานเวิร์กโฟลว์ที่มีประสิทธิภาพ - กำกับตรวจสอบตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพหลัก (KPI)	- การบูรณาการเครื่องมือดิจิทัลต่างๆ ภายในระบบบัญชีการค้าปลีกของกิจการ - ส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างแผนกต่างๆ	- การรายงานแบบเรียลไทม์ - ปรับแต่งรายงานเพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกเฉพาะสำหรับการค้าปลีก	- การจัดสรรทรัพยากร - ประหยัดต้นทุน เช่น ลดการใช้กระดาษ ลดข้อผิดพลาดในการป้อนด้วยตนเอง และเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการสินค้าคงคลัง

รูปภาพประกอบ 5

แนวทางการจัดการระบบบัญชีของธุรกิจการค้าปลีกในยุคดิจิทัลด้วยกลยุทธ์ POSDCoRB

ตัวอย่าง แนวทางการจัดการระบบบัญชีของธุรกิจการค้าปลีกในยุคดิจิทัลด้วยกลยุทธ์ POSDCoRB ไปประยุกต์ใช้ได้ ดังนี้

กิจการต้องวางแผนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสมกับกิจการและงบประมาณ คือ เลือกซอฟต์แวร์บัญชีที่สามารถรวมเข้ากับระบบ POS ได้ เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการบันทึกข้อมูลการขายและสินค้าคงคลัง ที่สามารถเชื่อมต่อกับระบบบัญชีได้อย่างมีประสิทธิภาพ กำหนดเป้าหมายทางการเงิน คือวางแผนงบประมาณและตั้งเป้าหมายยอดขายและกำไร จัดตั้งแผนกบัญชีดิจิทัลภายในองค์กร โดยแบ่งหน้าที่ชัดเจน เช่น การบันทึกบัญชี การตรวจสอบ และการรายงาน ให้ระบบคลาวด์สำหรับการจัดเก็บและสำรองข้อมูลบัญชี เพื่อความปลอดภัยและการเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก จัดทีมงาน หรือรับสมัครพนักงานที่มีทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีและบัญชี จัดอบรมเกี่ยวกับการใช้ซอฟต์แวร์บัญชีและระบบ POS ให้ทีมงานด้านบัญชี รวมถึงพนักงานที่

เกี่ยวข้องในทุกฝ่ายที่ต้องมีการปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกันในแต่ละแผนกต่าง ๆ เช่น แผนกขาย(แคชเชียร์) แผนกคลังสินค้า เป็นต้น ให้มีทักษะในการใช้ เทคโนโลยีและซอฟต์แวร์บัญชีที่ได้เลือกใช้ได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ หรือจัดตั้งทีมที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการจัดการบัญชีดิจิทัลและเทคโนโลยี ทั้งนี้ต้องมีผู้จัดการบัญชีให้คำแนะนำพนักงานในการใช้ซอฟต์แวร์บัญชี และตรวจสอบการบันทึกข้อมูลให้ถูกต้องตามมาตรฐานของบัญชี รวมถึงการใช้เทคโนโลยีในการช่วยบริหาร เช่น แอปพลิเคชันการจัดการเพื่อมอบหมายงานและติดตามการดำเนินงานของพนักงาน เป็นต้น ส่วนการประสานงานระหว่างแผนก ใช้ระบบสื่อสารภายในองค์กร เช่น ระบบแชท หรือแอปพลิเคชันการจัดการโครงการ เพื่อประสานงานระหว่างแผนกบัญชีและแผนกอื่น ๆ ใช้ซอฟต์แวร์ที่ช่วยในการติดตามสถานะของงานและการอัปเดตข้อมูลต่าง ๆ แบบเรียลไทม์ ใช้ซอฟต์แวร์บัญชีในการสร้างรายงานทางการเงินที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว เช่น รายงานยอดขาย รายงานกำไร-ขาดทุน กิจกรรมอาจใช้เครื่องมือ BI (Business Intelligence) หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าระบบธุรกิจอัจฉริยะ เป็นเทคโนโลยีที่มีความสามารถในการแปลงข้อมูลปกติให้เป็นข้อมูลเชิงลึกได้ โดยสามารถเรียกดูได้จากระบบซอฟต์แวร์ที่กิจการเลือกใช้ ซึ่งประกอบด้วยระบบบัญชีการเงิน ระบบคลังสินค้า ระบบการผลิต ในการวิเคราะห์ข้อมูลการเงินและการขาย เพื่อสรุปผลและนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่เข้าใจง่าย ใช้ซอฟต์แวร์จัดทำงบประมาณในการวางแผนและติดตามการใช้งบประมาณ เพื่อให้การใช้จ่ายเป็นไปตามแผนที่วางไว้ ใช้เครื่องมือวิเคราะห์การใช้จ่ายเพื่อปรับเปลี่ยนงบประมาณตามสถานการณ์จริง เช่น ปรับลดหรือลงทุนเพิ่มเติมในส่วนที่มีการเติบโต

ตัวอย่างนี้แสดงให้เห็นว่าการใช้กลยุทธ์ POSDCoRB ในการจัดการระบบบัญชีในธุรกิจค้าปลีกยุคดิจิทัลสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการและการตัดสินใจทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความถูกต้องมากขึ้น

6. สรุปผลและอภิปราย (Conclusion and Discussion)

แนวทางการจัดการระบบบัญชีในธุรกิจค้าปลีกในยุคดิจิทัลด้วยกลยุทธ์ POSDCoRB วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา POSDCoRB มาเป็นกลยุทธ์ในการจัดการระบบบัญชีในธุรกิจการค้าสมัยใหม่ สรุปผลและอภิปรายได้ดังนี้

1. การวางแผน (Planning) การวางแผนใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพช่วยให้ธุรกิจค้าปลีกสามารถเลือกใช้ซอฟต์แวร์บัญชีและระบบ POS ที่เหมาะสม เพิ่มความแม่นยำและประสิทธิภาพในการบันทึกข้อมูลการขายและการจัดการสินค้าคงคลัง นอกจากนี้ การกำหนดเป้าหมายทางการเงินที่ชัดเจนยังช่วยให้ธุรกิจมีแนวทางในการดำเนินงานที่ชัดเจน

การวางแผนที่ดีจะเป็นพื้นฐานสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับตัวในยุคดิจิทัลได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ การนำเทคโนโลยีมาใช้ควรมีการวางแผนอย่างละเอียดรอบคอบเพื่อหลีกเลี่ยงการลงทุนที่ไม่จำเป็นและลดความเสี่ยง

2. การจัดองค์กร (Organizing) การจัดการโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจนช่วยให้การทำงานของพนักงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดเก็บข้อมูลบัญชีบนคลาวด์เพิ่มความปลอดภัยและสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล ลดความเสี่ยงจากการสูญหายของข้อมูล

การจัดองค์กรที่ดีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและลดความสับสนในการบันทึกข้อมูล การใช้เทคโนโลยีคลาวด์ช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นและความปลอดภัยในการจัดการข้อมูล

3. การจัดบุคลากร (Staffing) การสรรหาและฝึกอบรมพนักงานที่มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ทำให้การบันทึกข้อมูลบัญชีและการใช้ซอฟต์แวร์ต่าง ๆ เป็นไปอย่างถูกต้อง

การมีบุคลากรที่มีทักษะในด้านเทคโนโลยีเป็นสิ่งสำคัญในยุคดิจิทัล การฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องช่วยให้พนักงานสามารถปรับตัวและใช้งานเทคโนโลยีได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

4. การกำกับ/การชี้นำ (Directing) การให้คำแนะนำและตรวจสอบการทำงานของพนักงานช่วยให้การบันทึกข้อมูลบัญชีเป็นไปตามมาตรฐาน การใช้เทคโนโลยีในการบริหารเพิ่มความสะดวกในการติดตามและการบริหารงาน

การแนะนำที่ดีช่วยเพิ่มความมั่นใจในการทำงานของพนักงานและลดความผิดพลาดในการบันทึกข้อมูล การใช้เทคโนโลยีในการบริหารช่วยให้การติดตามงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

5. การประสานงาน (Coordinating) การใช้ระบบดิจิทัลในการประสานงานระหว่างแผนกช่วยเพิ่มความรวดเร็วและความถูกต้องในการบันทึกข้อมูล การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพช่วยลดความสับสนและความผิดพลาด

การประสานงานที่ดีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กร การใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารช่วยให้ข้อมูลถูกต้องและทันเวลา

6. การรายงาน (Reporting) การใช้ซอฟต์แวร์ในการสร้างรายงานการเงินแบบเรียลไทม์ช่วยให้ธุรกิจสามารถติดตามสถานะทางการเงินได้อย่างต่อเนื่อง การวิเคราะห์ข้อมูลช่วยในการตัดสินใจทางการเงินที่ถูกต้อง สอดคล้องกับ

ธนภรณ์ แสงโชติ (2561) การนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อช่วยระบบทางการเงิน เช่น การยื่นเอกสารผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการนำอุปกรณ์ เครื่องมือทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีอยู่ ในปัจจุบัน มาใช้ในการสื่อสาร การปฏิบัติงาน และการทำงานร่วมกันหรือ การพัฒนาระบบงานการทำงานนำมาใช้พัฒนาระบบขององค์กรเพื่อให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพ ปรับแต่งรายงานเพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกเฉพาะสำหรับการค้าปลีก เช่น แนวโน้มการขาย การหมุนเวียนสินค้าคงคลัง และการวิเคราะห์อัตรากำไรขั้นต้น

การรายงานที่มีประสิทธิภาพช่วยให้ธุรกิจสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว การวิเคราะห์ข้อมูลอย่างถูกต้องช่วยให้การตัดสินใจทางการเงินเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

7. การจัดทำงบประมาณ (Budgeting) การใช้ซอฟต์แวร์ในการจัดทำและติดตามงบประมาณช่วยให้ธุรกิจสามารถควบคุมการใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ การปรับเปลี่ยนงบประมาณตามสถานการณ์จริงช่วยให้การใช้จ่ายเป็นไปตามแผนที่วางไว้

การจัดทำงบประมาณที่ดีช่วยให้ธุรกิจสามารถควบคุมการใช้จ่ายและปรับเปลี่ยนงบประมาณได้ตามสถานการณ์ การใช้เทคโนโลยีในการติดตามและวิเคราะห์งบประมาณช่วยให้การวางแผนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

การใช้กลยุทธ์ POSDCoRB ในการจัดการระบบบัญชีในธุรกิจค้าปลีกยุคดิจิทัล ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการ การบันทึกข้อมูลที่ต้องการ การประสานงานที่มีความสะดวกคล่องตัว และการตัดสินใจทางการเงินที่ถูกต้องแม่นยำ โดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในทุกกระบวนการ ทำให้การบริหารจัดการทางด้านการบัญชีและการเงิน มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในยุคดิจิทัล ส่งผลให้ธุรกิจอยู่รอดต่อไปได้ อย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

กรมสรรพากร. (2021). *เรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการยื่นคำขอมีเลขประจำตัวขอพดว้ร้ร้ร้*.

กรมสรรพากร. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2566, จาก <https://www.rd.go.th/27996.html>

ฉัตรชัย ดวงรัตนพันธ์ และคณะ. 2561. นานาสาระการค้าปลีก All About 5 Retail. บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน), กรุงเทพฯ.

ฉัตรชัย ดวงรัตนพันธ์. (2022). *10 ปรากฏการณ์ห้ามพลาดของตลาดค้าปลีกไทย*. Brand Age online.

ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2566, จาก <https://www.brandage.com/article/29236>

ชญานิศ สมสุข. (2565). *ธุรกิจค้าปลีกโตต่อเนื่อง จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และการฟื้นตัว ของการบริโภค*.

ธนาคารไทยพาณิชย์, Economic Intelligence. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2566, จาก

<https://www.scbeic.com/th/detail/product/retail-trade-040823>

ชญาพา สุขสมัย. (2563). *เทคโนโลยีกับการบัญชีในยุค 4.0*. บริษัทสอบบัญชีธรรมนิติจำกัด.

ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2566, จาก <https://www.daa.co.th/en/news/audit-news/item/219>

ชญาพา สุขสมัย. (2563). *ในยุค Digital Transformation สิ่งที่ต้องกรต้องมื เมื่อนำระบบ Cloud มาใช้*. บริษัทสอบบัญชี

ธรรมนิติจำกัด. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2566, จาก

<https://www.daa.co.th/en/news/audit-news/item/360-digital-transformation-organizations-cloud.html>

- ฐานิศรา กาบบัวศรี. (2562). เทคนิคและกระบวนการ POSDCoRB. *วารสารสมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหาร การศึกษาแห่งประเทศไทย*, 1(3), 15-22. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2566,
จาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JAPDEAT/article/view/250849/170388>
- ธนกรณ แสงโชติ. (2561). *การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษาเทคโนโลยี MyMo MobileBanking บริษัท ธนาคารออมสิน. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2566,*
จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2018/TU_2018_5623030110_9462_10118.pdf
- บริษัท เรียลทูบิซ จำกัด. *โครงสร้างโปรแกรมบัญชี Smile Account. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2566,*
จาก <https://www.realtobiz.com/Home/Product>.
- ประสุตา นาดี และคณะ. (2564). สมรรถนะของนักบัญชีในยุคดิจิทัล: ทักษะการปรับตัวในโลกที่เปลี่ยนแปลง. *วารสาร ศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ*, 8(2), 19-32. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2566, จาก
file:///C:/Users/Administrator_/Downloads/famktk,+Journal+manager,+001c.pdf
- วรวิภา อยู่นใจ. (2019). *เปิดสูตรความสำเร็จ SME คำปลื้มยุคใหม่ ไปต่ออย่างไรในยุคดิจิทัล. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2566, จาก* <https://marketeeronline.co/archives/113789>.
- วิชัย สุขในบุญ. (2022). *ระบบรายงานทางการเงินในยุคดิจิทัล. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2566,*
จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/finance/investment/1036909>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และศุภร เสรีรัตน์. (2546). *การบริการการค้าปลีก. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.*
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2563). *พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ.2543. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2566,*
จาก <https://www.tfac.or.th/Article/Detail/77007>.
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2019). *Digital Transformation สำหรับนักบัญชีในยุคดิจิทัล 2019. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2566, จาก* <https://www.tfac.or.th/en/Article/Detail/135088>
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2021). *Digital Transformation สำหรับนักบัญชีในยุคดิจิทัล. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2566,*
จาก https://www.tfac.or.th/en/Article/Detail/135088?fbclid=IwAR2QonE_XT-krIL4QQNXwHahX4hfS7HebRcxhNiUPZ4Zcue0r8EMX1ALvNA
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2566). *คำจำกัดความสำคัญ. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2566,*
จาก <https://www.tfac.or.th/Article/Detail/166959>
- สุพัตรา หารัญดา. (2563). *คุณลักษณะนักบัญชียุคดิจิทัลที่ต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชี สำนักงานบัญชี คุณภาพ ในประเทศไทย. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 13(2), 240-253.
ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2566, จาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/article/view/264367/180021>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). *ธุรกิจจะยังปัง หากให้ความสำคัญกับระบบบัญชี. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2566,*
จาก <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/The-New-Way-of-Finance.aspx?feed=590fb9ad-c550-4bc5-9a56-459ad4891d74>
- Anonymous. (2014). *Account by pattaratida. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2566,*
จาก <http://pattaratida.blogspot.com/2014/06/accounting-federation-of-accounting.html>
- Business Plus. (2021). *“New Retail” แนวคิดใหม่ของวงการค้าปลีก. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2566,*
จาก <https://www.businessplus.co.th/Activities>
- Flowaccount. (2021). *วางระบบบัญชี ทำไม SMEs ถึงต้องให้ความสำคัญ. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2566,*

- จาก <https://flowaccount.com/blog/set-up-a-small-business-accounting-system/>
- IDMCouncil. (2023). *Digital Transformation*. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2566, จาก <https://idmcouncil.com/blog/business-digital-transformation/>
- Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. 9th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- McKinsey. (2020). *Diversity wins: How inclusion matters*. London: Sara Prince. MIT Sloan Management Review.
- (2016). [online]. "Investing for a Sustainable Future". cited 30 October 2023. Available from: <https://www.fundacionseres.org>
- Techsauce Team. (2021). *ก้าวสู่อนาคตแห่งการค้าปลีก: เชื่อมต่อลูกค้าแบบไร้การสัมผัสด้วย Omnichannel*. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2566, จาก <https://techsauce.co/pr-news/to-change-retail-business-with-omnichannel>
- Wachira Thongsuk. (2023). *ส่อง Digital Disruption ในอุตสาหกรรมค้าปลีก พร้อมโอกาสใหม่ที่ไฉไลกว่า*. ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2566, จาก <https://talkataalka.com/blog/digital-disruption-in-retail/>