



โดย นายกฤษฎา วรสรณะภาคิ

รองกรรมการผู้จัดการฝ่ายการเงินและบัญชี บริษัท โออิชิ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
กรรมการในคณะกรรมการวิชาชีพบัญชีด้านการทำบัญชี
คณะทำงานพัฒนาและศึกษาความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเพื่อการทำบัญชี

นักบัญชีกับการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อใช้ประโยชน์ภาคธุรกิจ

ในปัจจุบันมีการพูดถึงเรื่องการใช้ข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ให้เห็นโอกาสในการแก้ปัญหาหรือพัฒนาธุรกิจต่าง ๆ อย่างแพร่หลาย หรือที่เรารู้จักในศัพท์ภาษาอังกฤษว่า “Data Analytics” ซึ่งเพื่อน ๆ นักบัญชีหรือสมาชิกสภาวิชาชีพบัญชีหลาย ๆ ท่านคงได้ติดตามจากการถ่ายทอดความรู้ผ่าน Facebook Live หรือ คอร์สอบรมจากทางสภาวิชาชีพบัญชีมาบ้างแล้ว ซึ่งน่าจะทำให้เกิดความเข้าใจเบื้องต้นพอสมควร จึงขออนุญาตนำความรู้บางส่วนในเชิงภาคปฏิบัติมาถ่ายทอดให้เพื่อน ๆ ได้เข้าใจและเห็นภาพว่า นักบัญชีนั้นจะสามารถนำเรื่อง Data Analytics มาประยุกต์ใช้กับงานให้เกิดประโยชน์ในธุรกิจหรือกิจการได้อย่างไร

ทุกท่านเคยสงสัยบ้างไหมครับว่าเหตุใดนักบัญชีอย่างเรา ๆ จึงต้องเริ่มมาใส่ใจเรื่องการวิเคราะห์ข้อมูลกันมากขึ้นในปัจจุบัน ส่วนหนึ่งคงเป็นเพราะการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันนั้นมีการเก็บข้อมูลจากรายการธุรกิจ ในลักษณะเป็นรูปแบบดิจิทัลมากขึ้น เช่น การค้าขายออนไลน์ ธุรกิจทางโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการประมวลผลเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลก็มีมากมายและต้นทุนไม่สูงเมื่อเทียบกับอดีต ดังนั้น กิจการต่าง ๆ จึงหันมาให้ความสำคัญกับการเก็บฐานข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อที่จะสามารถวิเคราะห์และหาโอกาสทางธุรกิจเพื่อเพิ่มรายได้ ลดค่าใช้จ่าย หรือพัฒนาการผลิต การบริการให้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้น จึงเป็นสิ่งที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ว่า ฝ่ายบัญชีหรือนักบัญชีเองก็ถูกความคาดหวังจากฝ่ายธุรกิจอื่น ๆ ว่าจะเป็นผู้ที่สามารถจะช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ให้เกิดภาพที่บูรณาการ (Integration View) ในการตอบคำถามทางธุรกิจได้อย่างเกิดประโยชน์และทันต่อเวลา และที่สำคัญที่สุด สามารถบอกผลกระทบทางการเงินจากการตัดสินใจธุรกิจต่าง ๆ ได้อย่างแม่นยำและรวดเร็ว

มีบทความหนึ่งที่นำเสนอเกี่ยวกับเรื่อง Data Analytic ที่ผู้เขียน ได้ให้มุมมองว่า การวิเคราะห์ข้อมูลในอนาคตก็คือ “การวิเคราะห์ข้อมูลแบบให้คำแนะนำ (Prescriptive Analytics)” แล้วมันแตกต่างจากการวิเคราะห์ข้อมูลแบบอื่นอย่างไร

ก่อนอื่นในบทความนั้น ได้พูดถึงวิธีวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปใน 3 รูปแบบ

01

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบพื้นฐาน (Descriptive Analytics) คือ การที่สรุปข้อมูลเชิงบรรยาย เช่น ยอดขาย จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ และจำนวนรายการการตลาด เป็นต้น การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะนี้ จะให้เห็นว่าเกิดอะไรขึ้นซึ่งส่วนใหญ่เป็นข้อมูลในอดีตที่เกิดขึ้นแล้ว นักบัญชีเราก็จะมีคุ้นเคย การวิเคราะห์ประเภทนี้ ก็คือ งบการเงินที่เราจัดทำทุก ๆ ไตรมาส หรือประจำปี หรือรายงานยอดขาย และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในกิจการ เป็นต้น

02

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบพยากรณ์ (Predictive Analytics) คือ การวิเคราะห์เพื่อพยากรณ์ว่าจะเกิดเหตุการณ์อะไรขึ้น ตัวอย่างที่มักจะเห็นกับบ่อยครั้งก็คือ ข้อมูลประมาณการต่าง ๆ เช่น ยอดขาย และจำนวนลูกค้าที่จะเข้าใช้บริการจากข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ซึ่งใช้เครื่องมือในการรวบรวมประมวลผลเพื่อจะสร้างประมาณการจากแนวโน้มของข้อมูลที่ตั้งกล่าว



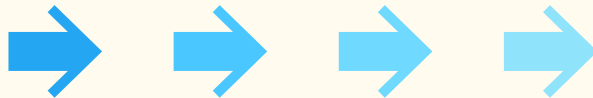


03

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบให้คำแนะนำ (Prescriptive Analytics) คือ การวิเคราะห์ที่มีความซับซ้อนมากขึ้น จาก Predictive Analytics และใช้ในภาคธุรกิจปัจจุบันมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากสามารถที่จะบอกได้ว่า หากมีการปรับเปลี่ยนปัจจัยในการทำธุรกิจต่าง ๆ ไปแล้ว ทั้งภายในและภายนอก จะเกิดผลกระทบอย่างไรต่อกิจการและมีทางเลือกใดบ้างที่เราจะสามารถจัดการหรือเตรียมพร้อมในการดำเนินการได้ล่วงหน้า สำหรับหลาย ๆ สถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งตรงนี้เป็นจุดที่ทำให้เราเห็นว่า การวิเคราะห์ลักษณะนี้ จะต้องมีการวางฐานข้อมูลที่อย่างเป็นระบบและมีการตั้งคำถามทางธุรกิจสำหรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น อย่างครบถ้วน เพื่อที่จะสามารถวิเคราะห์และสรุปออกมาเป็นแนวทางการแก้ไขปัญหา หรือแนวทางพัฒนาธุรกิจต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันต่อเวลา

เมื่อเราได้ทบทวนเนื้อหาวิธีการวิเคราะห์แล้ว ผมขอแนะนำเข้าสู่ขั้นตอนที่ใช้กันโดยทั่วไปในทางธุรกิจสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งเกี่ยวข้องกับนักบัญชีทุกท่าน นั่นก็คือ การวิเคราะห์เพื่อตอบโจทย์หรือปัญหาทางธุรกิจ ตัวอย่างเช่น หาก CEO ของบริษัทมีกลยุทธ์ที่จะเพิ่มยอดขายและกำไรในปีหน้า และมอบหมายให้ฝ่ายบัญชี ช่วยเสนอข้อแนะนำว่ามีแนวทางอย่างไรบ้าง

ก่อนอื่นเราคงต้องจะเริ่มตั้งหลักก่อนว่า โจทย์ของท่าน CEO นั้นจริง ๆ แล้ว เราในฐานะนักบัญชีจะสามารถให้ข้อเสนอแนะสำหรับกลยุทธ์ในปีหน้าในมุมไหนได้บ้าง แน่แน่นอนว่าต้องเป็นเรื่องของตัวเองเลขไม่ว่าจะเป็นทั้งยอดขายและกำไร ซึ่งมองเผิน ๆ อาจจะเข้าใจได้ว่า คงวาดหวังให้เราจัดทำประมาณการยอดขายและกำไรสำหรับกลยุทธ์ดังกล่าว โดยอิงจากตัวเลขแนวโน้มต่าง ๆ แต่แค่นี้อาจจะไม่พอเพียงในการตัดสินใจทางธุรกิจ เพราะยังไม่ได้ภาพที่เชื่อมโยงกับฝ่ายอื่น ๆ ในองค์กรไม่ว่าจะเป็น ฝ่ายขาย ฝ่ายตลาด หรือฝ่ายผลิต เป็นต้น การวิเคราะห์ข้อมูลที่นักบัญชีควรที่จะพิจารณานั้นน่าจะเริ่มจากขั้นตอนดังนี้



01

อะไรคือคำถามที่แท้จริงของธุรกิจที่ต้องพิจารณา (What is business question?) ในที่นี้เราต้องพิจารณาว่าคำถามของท่าน CEO นั้นก็คือ เพิ่มยอดขาย และเพิ่มกำไรในปีหน้า

02

ข้อมูลอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องที่จะนำมาวิเคราะห์เกี่ยวกับคำถามดังกล่าว (What kind of data are related to?) เมื่อทราบโจทย์ เราก็ควรเริ่มพิจารณาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น สินค้าที่ขายมีกี่ชนิด ช่องทางการขายสินค้า มีที่ไหนบ้าง ค่าใช้จ่ายในการขาย เป็นอย่างไร ประเภทไหนบ้าง การทำกำไรของสินค้าต่าง ๆ เป็นอย่างไร

03

แหล่งข้อมูลอยู่ที่ไหน (Where is source of data?) เมื่อเราพอจะทราบว่าจะสามารถที่จะเก็บหรือรวบรวมข้อมูลมาจากที่ได้ ซึ่งอาจจะข้อมูลจากระบบบัญชีของฝ่ายบัญชี หรือข้อมูลของระบบวางแผนทรัพยากรขององค์กรที่เรียกว่า Enterprise Resource Planning (ERP) หรือข้อมูลจากฝ่ายขาย และฝ่ายการตลาด

04

อะไรคือสมมติฐานหรือสิ่งที่ได้จาก การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับคำถาม (What is potential finding?)

05

จัดทำข้อสรุปหรือคำแนะนำให้ท่าน CEO เพื่อประกอบการพิจารณาจัดทำกลยุทธ์ขององค์กร (Make a recommendation)

มาถึงตรงนี้ทุกท่านคงจะพอให้ภาพได้บ้างว่า การให้ข้อแนะนำที่เกิดจากการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ก็มีลักษณะเช่นเดียวกับวิธีการวิเคราะห์ตามแบบ Prescriptive Analytics คือ การให้คำแนะนำที่จะสามารถบอกได้ถึงการทำกิจกรรมในข้อสมมติฐานในรูปแบบต่าง ๆ และจะเกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจอย่างไร ต้องทำสิ่งใดก่อนหลัง หรือแม้แต่ว่าต้องเตรียมทรัพยากรหรือปัจจัยอะไร เพื่อที่จะสามารถช่วยให้กิจการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้อย่างครบถ้วนและมีประสิทธิภาพ