



**ผลกระทบของการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร
ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม**
**Effects of Strategic Cost Management on Organizational Performance
of Small and Medium Enterprises in Nakhon Phanom**

สกลวรรณ อุปเสน^{1*} และ สายทิพย์ จะโนภาช²
Sakolwat Aupsen^{1*} and Saithip Janopat²

Article History

Receive: March 1, 2025

Revised: May 15, 2025

Accepted: May 19, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายบัญชีของธุรกิจ จำนวน 173 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมถึงการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์ต้นทุนและด้านการวิเคราะห์ตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร จากผลการวิจัยในครั้งนี้ ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ในทุกมิติ เนื่องจากการจัดการต้นทุนและการวัดผลการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีผลอย่างมากต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ โดยเฉพาะการควบคุมต้นทุนสินค้าและบริการ รวมทั้งต้นทุนการดำเนินงานสามารถช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้และการสร้างคุณค่าสูงสุดแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

คำสำคัญ : การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์; ผลการดำเนินงานขององค์กร; ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม; ผู้บริหารฝ่ายบัญชี; จังหวัดนครพนม

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนครพนม, Master's Degree Student in Accounting, Faculty of Management, Sciences and Information Technology, Nakhon Phanom University

² อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนครพนม, Lecturer, Faculty of Management Sciences and Information Technology, Nakhon Phanom University

*Corresponding author E-mail: Sakolwat_2533@hotmail.com



ABSTRACT

The objective of this research is to test the impact of strategic cost management on the organizational performance of small and medium enterprises (SMEs) in Nakhon Phanom Province. A questionnaire was used as the data collection tool to collect data from 173 accounting executives. The statistical methods used for data analysis included descriptive statistics, percentage, mean, standard deviation, multiple correlation analysis, and multiple regression analysis. The findings revealed that strategic cost management-particularly cost driver analysis and strategic positioning analysis had a positive relationship and impact on organizational performance. Based on these findings, businesses should place importance on all dimensions of strategic cost management, as effective cost management and performance measurement significantly contribute to building competitive advantage. In particular, controlling product and service costs, as well as operational costs, can help organizations achieve their goals and create maximum value for stakeholders.

Keywords : Strategic Cost Management; Organizational Performance; Small and Medium Enterprises; Accounting Executives; Nakhon Phanom Province

บทนำ

ปัจจุบัน ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยกำลังเผชิญกับการแข่งขันที่มีความเข้มข้นสูง โดยเฉพาะภาคการค้าและบริการ แม้จะมีสัดส่วนของจำนวนกิจการมากถึงร้อยละ 97 ของจำนวนกิจการทั้งหมดในภาคธุรกิจดังกล่าว แต่กลับมีส่วนแบ่งรายได้เพียงร้อยละ 20 และร้อยละ 27 ตามลำดับ (SCB Economic Intelligence Center, 2022) สะท้อนถึงข้อจำกัดในการแข่งขันกับกิจการขนาดใหญ่ที่มีทรัพยากรและศักยภาพในการเข้าถึงตลาดที่ดีกว่า จังหวัดนครพนม ซึ่งเป็นพื้นที่ได้รับการพัฒนาเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ การมีจำนวนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากส่งผลให้การแข่งขันในตลาดท้องถิ่น มีความเข้มข้นเป็นพิเศษ ผู้ประกอบการจำนวนมากดำเนินธุรกิจในตลาดเดียวกัน จึงต้องเผชิญกับอุปสรรคและข้อจำกัดในการเข้าถึงตลาดในวงกว้าง เช่น การขาดแคลนทรัพยากรทางการเงิน เทคโนโลยี และแรงงาน รวมถึงการขาดระบบบริหารจัดการต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ สอดคล้องกับ Doncheva & Stoyancheva (2021) พบว่า การบริหารต้นทุนในอุตสาหกรรมบริการเป็นสิ่งสำคัญในการควบคุมค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในกระบวนการให้บริการที่ไม่สามารถใช้ระบบเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพในการติดตามและควบคุมต้นทุน เป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กไม่สามารถรักษาระดับต้นทุนที่เหมาะสมได้ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนการดำเนินงานสูงและขาดความสามารถในการแข่งขันในตลาด สอดคล้องกับ Vetchagool et al. (2020) พบว่า การใช้ ABC อย่างกว้างขวางสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานและประสิทธิภาพทางการเงินได้โดยตรง และยังมีผลทางอ้อมผ่านการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน ผลลัพธ์ดังกล่าวมีความคล้ายคลึงกันทั้งในธุรกิจการผลิตและธุรกิจที่ไม่ใช่การผลิต รวมถึงทั้งในธุรกิจขนาดใหญ่และ SMEs งานวิจัยในอดีตได้ชี้ให้เห็นถึงประเด็นที่ท้าทายจำเป็นต้องได้รับการแก้ไขผ่านการพัฒนาความสามารถของผู้บริหาร ดังนั้น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรม การใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ และการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง โดยนำการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Cost Management) เข้ามาปรับใช้ เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน ลดต้นทุน และเพิ่มความคล่องตัวขององค์กร กลยุทธ์ดังกล่าวช่วยให้ธุรกิจสามารถจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ลดต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการ ตลอดจนสนับสนุนการวางแผนเชิงกลยุทธ์อย่างเป็นระบบ (Zhao et al., 2019) ประกอบด้วย ด้านการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า ด้านการวิเคราะห์ตัวหลักต้นทุน และด้านการวิเคราะห์ตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ ซึ่งช่วยให้ธุรกิจสามารถกำหนดทิศทางในการพัฒนาองค์กรได้อย่างเหมาะสม (Phonlapatsarachakorn, 2022) นอกจากนี้ การวัดผลการดำเนินงานขององค์กร (Organizational Performance) ถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญสำหรับการติดตามและประเมินผลความสำเร็จขององค์กร ในหลากหลายด้าน ประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการทำงานในธุรกิจ และด้านการเรียนรู้และเติบโต (Techoyothin et al., 2020) ช่วยให้ผู้บริหารสามารถปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์และบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาผลกระทบของการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม โดยมุ่งเน้นการพัฒนาและส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ซึ่งส่วนใหญ่มีขนาดเล็กและประสบปัญหาด้านการเข้าถึงแหล่งทุน การพัฒนาเทคโนโลยี และการฝึกอบรมทักษะต่างๆ การศึกษานี้จะช่วยให้เห็นถึงความจำเป็นในการใช้กลยุทธ์การจัดการต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และช่วยให้สามารถเติบโตได้ในระยะยาวในการแข่งขันของธุรกิจท้องถิ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กรหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม ผลลัพธ์ที่ได้จะสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงการบริหารต้นทุนให้มีประสิทธิภาพ และเสริมสร้างความสำเร็จในระยะยาว นอกจากนี้ยังเป็นแนวทางในการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและผู้สนใจศึกษาในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อทดสอบผลกระทบของการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Cost Management Theory : SCM)

การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Cost Management: SCM) เป็นแนวคิดทางการบริหารต้นทุนที่พัฒนาขึ้นเพื่อรองรับการแข่งขันในบริบทของธุรกิจยุคใหม่ ซึ่งไม่เพียงเน้นการลดต้นทุน แต่ยังให้ความสำคัญกับการใช้ข้อมูลต้นทุนเพื่อสนับสนุนการกำหนดกลยุทธ์และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้การบริหารจัดการต้นทุนเป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงระหว่างการทำงานและทิศทางเชิงกลยุทธ์ขององค์กร Shank & Govindarajan (1993) ประกอบด้วยเครื่องมือหลัก 3 ประการ ได้แก่ การวิเคราะห์ต้นทุนต้นทุน (Cost Driver Analysis) ซึ่งช่วยให้องค์กรเข้าใจต้นเหตุของต้นทุนและสามารถจัดการต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ การวิเคราะห์สายคุณค่า (Value Chain Analysis) ซึ่งมุ่งวิเคราะห์กิจกรรมตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำเพื่อตรวจสอบการสร้างมูลค่าในแต่ละกระบวนการ และการวิเคราะห์ตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ (Strategic Positioning Analysis) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการวางตำแหน่งขององค์กรในตลาด เช่น การเป็นผู้นำด้านต้นทุนหรือการใช้กลยุทธ์ความแตกต่าง (Porter, 1985) ในประเทศไทย Vetchagool et al. (2020) ได้ศึกษาผลกระทบของการใช้แนวคิด SCM ผ่านเครื่องมือ Activity-Based Costing (ABC) และพบว่าการใช้แนวคิดดังกล่าวส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพขององค์กรทั้งในด้านการดำเนินงานและด้านการเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีข้อจำกัดด้านทรัพยากร การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์สามารถช่วยลดต้นทุนแฝง เพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจ และส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันขององค์กรได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ Lasom & Banggeen (2024) ได้ศึกษากรณีศึกษาขององค์กรภาคการผลิตแห่งหนึ่งในประเทศไทย และพบว่าการใช้การวิเคราะห์สายคุณค่าและจุดคุ้มทุนควบคู่กับระบบ ABC ช่วยให้สามารถปรับปรุงกระบวนการผลิต ลดต้นทุนที่ไม่จำเป็น และเพิ่มความสามารถในการวางแผนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น จากการศึกษาดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ทฤษฎีการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นแนวคิดที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในยุคที่การแข่งขันทางธุรกิจมีความเข้มข้น โดยเฉพาะในบริบทของอุตสาหกรรมที่ต้องการความยืดหยุ่นในการบริหารต้นทุนและความชัดเจนในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ การนำทฤษฎีดังกล่าวมาประยุกต์ใช้จึงสามารถยกระดับประสิทธิภาพขององค์กรได้อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

งานวิจัยนี้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีดังกล่าวเป็นฐานคิดในการวิจัย โดยมีข้อสมมติว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม เมื่อเผชิญการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมในการประกอบธุรกิจ ถ้าปรับใช้วิธีการหรือแนวทางการจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นการปรับองค์กรตามสถานการณ์จะส่งผลให้องค์กรมีข้อได้เปรียบในต้นทุน ใช้ต้นทุนให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีผลการดำเนินงานที่ดีและเติบโตได้ต่อไป

การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Cost Management)

เป็นแนวทางในการนำกลยุทธ์มาปรับใช้กับการควบคุมต้นทุนขององค์กร โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสูงสุด ในกระบวนการผลิตและกิจกรรมการดำเนินงานต่างๆ ภายในองค์กร แนวทางนี้มุ่งเน้นการลดต้นทุนที่ไม่จำเป็น ขณะเดียวกัน



เน้นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ ผ่านการพิจารณาความเชื่อมโยงของกิจกรรมภายในองค์กรอย่างเป็นระบบ และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว (Horngren et al., 2015) นอกจากนี้ การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ยังถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการทบทวนและปรับปรุงกิจกรรมต่างๆ ภายในองค์กร เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันให้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการแข่งขันอย่างเข้มข้น การนำเทคนิคเชิงกลยุทธ์ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจ จะช่วยให้การใช้ทรัพยากรขององค์กรเป็นไปอย่างประหยัด คุ่มค่า และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน การเพิ่มกำไรและผลประกอบการ ตลอดจนสนับสนุนการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว (Phonlapatsarachakorn, 2023) นอกจากนี้ การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับตัวได้รวดเร็วต่อสภาวะตลาดที่เปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภค หรือการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ และประเด็นสำคัญคือการมีข้อมูลต้นทุนที่ถูกต้องและละเอียดช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างแม่นยำมากขึ้นช่วยให้ผู้ประกอบการใช้ทรัพยากรอย่างระมัดระวัง และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นปัจจัยที่ช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดและเติบโตในระยะยาวในสภาวะตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันสูง ผู้ประกอบการที่มีการบริหารต้นทุนที่ดีจะสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันและสร้างโอกาสในการเติบโตได้ Ditsakaew & Phonphanumas (2025) สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งโดยทั่วไปมีโครงสร้างการบริหารที่ไม่ซับซ้อนและมีความยืดหยุ่นสูงในการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงการนำกลยุทธ์ด้านการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์มาใช้จึงเป็นแนวทางที่เหมาะสมและจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะสามารถช่วยเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันทั้งในระดับระยะสั้นและระยะยาว อีกทั้งยังช่วยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจให้มีความยั่งยืน ท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดท้องถิ่นและระดับภูมิภาคที่มีข้อจำกัดด้านทรัพยากรอย่างเด่นชัด (Thapayom, 2022) ดังนั้น การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Cost Management) จึงเป็นวิธีการ กระบวนการ แนวทางการวิเคราะห์ การวางแผนประเมินกิจกรรมด้านต้นทุนตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดการปันส่วนต้นทุนให้มีความถูกต้องและชัดเจน เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันทางด้านการลดต้นทุน การพัฒนาสินค้าและบริการที่แตกต่าง ออกเลียนแบบยาก สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร นอกจากนี้ยังสามารถนำไปสู่ผลสัมฤทธิ์ทางธุรกิจที่สอดคล้องกับผลการดำเนินงานและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยงานวิจัยนี้ประยุกต์ใช้ ทฤษฎีการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Cost Management) ที่พัฒนาโดย Shank & Govindarajan (1993) เป็นฐานในการศึกษา โดยมีข้อสมมติว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม ซึ่งดำเนินกิจการในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว เช่น ด้านการแข่งขัน การบริโภคของผู้บริโภค และต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการ จำเป็นต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดและการเติบโตในระยะยาว การประยุกต์ใช้แนวคิด การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ช่วยให้ธุรกิจสามารถมีการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่เน้นเพียงการลดต้นทุนในเชิงปริมาณเท่านั้น แต่ยัง เชื่อมโยงต้นทุนเข้ากับกลยุทธ์ทางธุรกิจ เช่น การเลือกใช้วัตถุดิบที่เหมาะสม การจัดกระบวนการผลิตและบริการที่สอดคล้องกับความสามารถขององค์กร และการกำหนดราคาที่เหมาะสมมูลค่าจริงของสินค้าและบริการ เมื่อธุรกิจสามารถใช้ต้นทุนอย่างเหมาะสมและสร้างคุณค่าสูงสุด จะส่งผลให้เกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขัน ช่วยยกระดับผลการดำเนินงานซึ่งทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน โดยการวิจัยนี้ได้ใช้กรอบแนวคิดการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของ Phonlapatsarachakorn (2023) ประกอบด้วย

1. ด้านการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) เป็นกระบวนการในการพิจารณาประเมินกิจกรรมด้านต้นทุนตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุด เพื่อกำหนดและระบุกิจกรรมที่สนับสนุน ส่งเสริม ผลักดัน ให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในระยะยาว และสามารถสร้างมูลค่าให้กับสินค้าและบริการเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในตลาด

2. ด้านการวิเคราะห์ตัวผลักดันต้นทุน (Cost Driver Analysis) เป็นการประเมิน ทบทวน ตรวจสอบ สาเหตุ และปัจจัยที่ทำให้เกิดต้นทุน ของแต่ละกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงไปถึงการผลิตสินค้าและบริการทั้งหมดที่เกิดขึ้นทำให้การปันส่วนต้นทุนให้มีความถูกต้องและชัดเจนมากยิ่งขึ้นสะท้อนความเป็นจริงทุกกิจกรรมในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการทำให้การกำหนดราคาขายสินค้าและบริการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

3. ด้านการวิเคราะห์ตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ (Strategic Positioning Analysis) เป็นเทคนิค วิธีการ กระบวนการ และแนวทางการเป็นผู้นำด้านการลดต้นทุน การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในการส่งเสริม การพัฒนาสินค้าและบริการที่แตกต่าง ออกเลียนแบบยาก เหนือกว่า โดดเด่นกว่า มีความแปลกใหม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร

ดังนั้น จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Cost Management) จึงเป็นกระบวนการวิเคราะห์ วางแผน และประเมินกิจกรรมด้านต้นทุนอย่างเป็นระบบตั้งแต่ต้นจนถึงการปันส่วนต้นทุน เพื่อให้เกิดความถูกต้องและชัดเจน โดยมีเป้าหมายในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ผ่านการลดต้นทุน การพัฒนาสินค้าและบริการที่มีความแตกต่างและยากต่อการลอกเลียนแบบ ตลอดจนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร ทั้งนี้ยังส่งผลให้ธุรกิจสามารถบรรลุผลการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการดำเนินงานขององค์กร (Organizational Performance)

การประเมินผลหรือการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรเพื่อดูว่าได้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ โดยการประเมินผลนี้สามารถครอบคลุมหลายด้าน เช่น การเติบโตทางการเงิน ประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร ความสามารถในการแข่งขัน ความพึงพอใจของลูกค้า และผลกระทบต่อสังคม การประเมินผลการดำเนินงานมีความสำคัญในการช่วยให้ผู้บริหารตัดสินใจเกี่ยวกับทิศทางหรือกลยุทธ์ในอนาคตขององค์กรได้ดีขึ้น (Meyer et al., 2020) นอกจากนี้ ยังสะท้อนถึงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในอดีตและปัจจุบัน ซึ่งสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงานในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ผลการดำเนินงานขององค์กรยังสามารถแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ โดยแบ่งออกเป็นผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (Financial Performance) และผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน (Non-Financial Performance) แนวคิดการวัดผลการดำเนินงานในอดีตนิยมใช้การวัดผลของตัวเลขทางการเงินของในภาพรวมของธุรกิจ เช่น กำไรประจำงวด อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน อัตราส่วนของสินทรัพย์ต่อหนี้สิน ฯลฯ ต่อมาได้พัฒนาการวัดผลการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเน้นการวัดผลการดำเนินงานของหน่วยงานให้ตรงกับกิจกรรมหลักของหน่วยงานนั้น จึงได้เกิดแนวคิดการบัญชีตามความรับผิดชอบ (Responsibility Accounting) โดยแบ่งออกเป็น ศูนย์กำไร ศูนย์รายได้ ศูนย์ต้นทุน และศูนย์การลงทุน ซึ่งพบว่าผลการวัดผลการดำเนินงานดังกล่าวช่วยให้เกิดการนำข้อมูลไปตัดสินใจและเกิดการปรับปรุงคุณภาพของการปฏิบัติงานทำให้เกิดกำไร และนำไปสู่การประหยัดต้นทุนขององค์กรในอนาคต (Sreewichian et al., 2024) แต่ในปัจจุบันการวัดผลการดำเนินงานได้เปลี่ยนไปเพื่อให้การวัดผลสะท้อนความเป็นจริงของผลการดำเนินงานของกิจการทั่วทุกมุมมองจึงได้มีแนวคิดการวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balance Scorecard) ตามแนวคิดของ Kaplan & Norton (1996) ซึ่งเป็นแนวคิดการวัดผลการดำเนินงานที่ได้ถูกนำมาใช้กับองค์กรหลากหลายรูปแบบ และเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ผู้บริหารสามารถนำผลการประเมินมาประกอบการตัดสินใจในการปรับปรุง พัฒนา รวมถึงการสร้างกลยุทธ์การแข่งขันให้กับองค์กรได้ในทุกมิติ ดังนั้น ผลการดำเนินงานขององค์กรจึงเป็นเครื่องมือที่ช่วยวัดความสำเร็จหรือความล้มเหลวจากการปฏิบัติงานที่ผ่านมา รวมถึงเป็นข้อมูลที่ใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อบรรลุเป้าหมายในอนาคต (Techoyothin et al., 2020) ซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านลูกค้า (Customer Perspective) เป็นผลลัพธ์จากความสามารถในการปฏิบัติงานขององค์กร ที่ก่อให้เกิดจากการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของจำนวนลูกค้า ส่วนแบ่งทางการตลาด การรักษาฐานลูกค้ารายเดิมให้คงอยู่ การแสวงหาฐานลูกค้ารายใหม่ รวมถึงการสร้างการรับรู้ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์ซ้ำ
2. ด้านการเงิน (Financial Perspective) เป็นผลลัพธ์จากการเพิ่มขึ้นของรายได้ ยอดขาย กำไร และการลดลงของต้นทุนต่อผลิตภัณฑ์และบริการ แสดงให้เห็นถึงธุรกิจมีการขยายตัวทำให้ผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสียเกิดความมั่นคง
3. ด้านกระบวนการทำงานในธุรกิจ (Internal Business Process) เป็นผลลัพธ์การวัดผลการปฏิบัติงาน การติดตามการปรับปรุง ลดขั้นตอนการดำเนินงานให้มีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าเกิดประโยชน์สูงสุดเป็นไปตามวัตถุประสงค์เป้าหมายขององค์กรช่วยเพิ่มคุณภาพสินค้าและบริการ โดยปราศจากข้อร้องเรียนจากลูกค้า สร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้แก่ลูกค้า

4. ด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Learning and Growth) เป็นผลลัพธ์จากความรู้หรือทักษะใหม่ๆ ที่ได้รับจากประสบการณ์ นำมาพัฒนาการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพประสิทธิผลตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้ แสดงถึงการขยายฐานกิจการที่มีสินทรัพย์และเงินลงทุนที่เพิ่มอย่างต่อเนื่อง

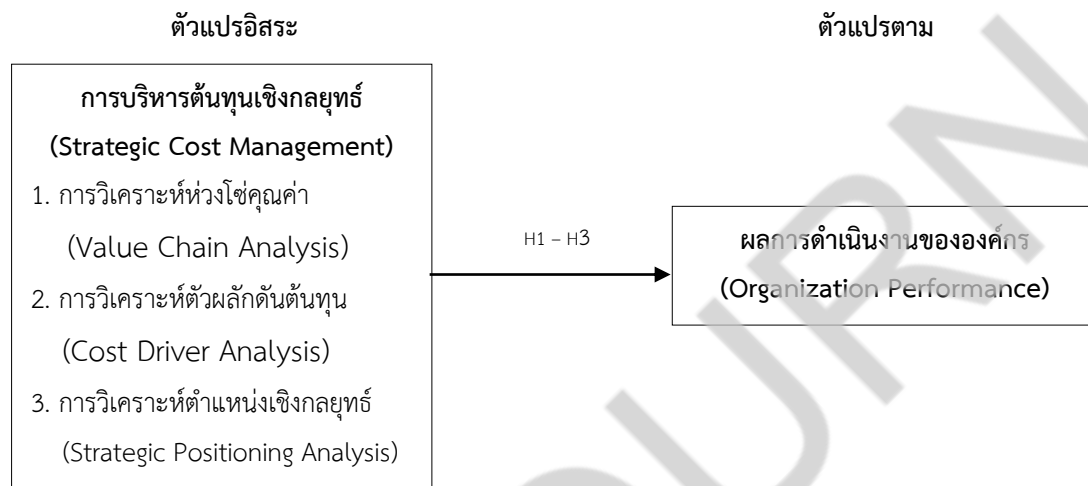
ดังนั้น ผลการดำเนินงานขององค์กร (Organizational Performance) จึงเป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จ ความสำเร็จ ในการปฏิบัติงานที่ผ่านมาในอดีตจนถึงปัจจุบันและเป็นตัวช่วยในการนำข้อมูลในอดีตไปปรับปรุง แก้ไข ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่องค์กรตั้งเป้าหมายไว้ รวมถึงเป็นตัวกำหนดทิศทางการปฏิบัติงานในอนาคตขององค์กร โดยการวิจัยนี้ ประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดของ Techoyothin et al. (2020) ประกอบด้วย ด้านลูกค้า (Customer Perspective) ด้านการเงิน (Financial Perspective) ด้านกระบวนการทำงานในธุรกิจ (Internal Business Process) และด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Learning and Growth) ดังนั้น ปัจจัยเหล่านี้จึงเป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่ดี สามารถ



วัดผลการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและยังทำให้ผู้บริหารทราบถึงปัญหาอุปสรรคที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ตลอดจนเป็นตัวช่วยให้ผู้บริหารตัดสินใจได้ดียิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำหลักการของการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Cost Management) มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยกำหนดให้การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์เป็นตัวแปรอิสระ และผลการดำเนินงานขององค์กร (Organization Performance) เป็นตัวแปรตาม โดยประยุกต์ใช้แนวคิดการวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสอง ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

- H₁ : การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านห่วงโซ่คุณค่า มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร
H₂ : การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการวิเคราะห์ตัวผลักดันต้นทุน มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร
H₃ : การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการวิเคราะห์ตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม โดยจำแนกตามประเภทธุรกิจ ธุรกิจผลิตสินค้า ธุรกิจบริการ และธุรกิจค้าปลีก-ส่ง จำนวน 1,159 ราย (Department of Business Development, 2023) ข้อมูล ณ วันที่ 22 มีนาคม 2566

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม โดยจำแนกตามประเภทธุรกิจ ธุรกิจผลิตสินค้า ธุรกิจการค้า และธุรกิจบริการ จำนวน 291 ราย โดยใช้สูตร Krejcie & Morgan (1970) กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และยอมรับความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่าง ไม่เกินร้อยละ 0.05 ได้จำนวนตัวอย่าง 291 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Krejcie & Morgan (1970) ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้ทำการส่งแบบสอบถามเพิ่มเป็น จำนวน 400 ฉบับ เพื่อเป็นการรองรับปัญหาการสูญเสียข้อมูล (Non-response / Missing Data) ในการเก็บข้อมูลจริง เช่น แบบสอบถามไม่สมบูรณ์ ผู้ตอบไม่ให้ความร่วมมือ และเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและความสมบูรณ์ของข้อมูล (Data Robustness) และการวิจัยนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ได้แก่ ธุรกิจผลิตจำนวน 133 ราย ธุรกิจบริการ จำนวน 230 ราย และธุรกิจค้าปลีก-ส่ง จำนวน 37 ราย ซึ่งมีผู้ตอบกลับแบบสอบถาม จำนวน

173 ชุด คิดเป็นร้อยละ 43.25 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker et al. (2001) ได้เสนอว่าการส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราการตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารฝ่ายบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม วัดโดยใช้แบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งงานในปัจจุบัน

2. ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม วัดโดยใช้แบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ประกอบด้วย ประเภทธุรกิจ จำนวนทุนในการดำเนินธุรกิจ จำนวนพนักงานในปัจจุบัน ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ รายได้จากการดำเนินธุรกิจเฉลี่ยตลอดทั้งปี

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 15 ข้อ โดยแบ่งค่าคะแนนตามระดับค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เป็น 5 ระดับ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับมาก และค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด Srisaard (2013) โดยครอบคลุมเนื้อหาการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า จำนวน 5 ข้อ ด้านการวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์ต้นทุน จำนวน 5 ข้อ และด้านการวิเคราะห์ตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ จำนวน 5 ข้อ โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.55-0.91 และผลการดำเนินงานขององค์กร ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.77-0.96 ซึ่งสอดคล้องกับ ซึ่งสอดคล้อง Tayraukham (2012) ได้เสนอเกณฑ์การพิจารณาค่าอำนาจจำแนกมีค่ามากกว่า 0.40 ขึ้นไป ถือว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงสามารถนำมาใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อทำวิจัยได้

4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 20 ข้อ โดยครอบคลุมผลการดำเนินงาน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการเงิน จำนวน 5 ข้อ ด้านลูกค้า จำนวน 5 ข้อ ด้านกระบวนการทำงานในธุรกิจ จำนวน 5 ข้อ และด้านการเรียนรู้และการเติบโต จำนวน 5 ข้อ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient Method) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.91-0.93 และผลการดำเนินงานขององค์กร ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.93-0.97 ซึ่งสอดคล้อง Hair et al. (2010) ได้เสนอว่าค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือมีค่าเกิน 0.70 ขึ้นไป แสดงว่าแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพนำมาใช้เก็บข้อมูลเพื่อทำวิจัยได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีส่งแบบสอบถามไปทางไปรษณีย์ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม จำนวน 400 ฉบับ ตั้งแต่ เดือน 1 เมษายน ถึง 30 มิถุนายน 2567 จำนวนแบบสอบถามที่ได้รับตอบกลับคืนมาทั้งสิ้น 173 ชุด คิดเป็นร้อยละ 43.25

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติในการทดสอบคุณลักษณะของตัวแปร ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบความสัมพันธ์เชิงพหุระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity Test) โดยพิจารณาจากค่า Variance Inflation Factors (VIFs) และสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)



ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบกลับมาของบริหารฝ่ายบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 57.23) อายุ 41-50 ปี (ร้อยละ 43.35) รองลงมา อายุ 30-40 ปี (ร้อยละ 27.17) สถานภาพ สมรส (ร้อยละ 79.77) รองลงมา โสด (ร้อยละ 11.56) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 72.83) รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 15.03) ประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 15 ปี (ร้อยละ 44.50) รองลงมา 11-15 ปี (ร้อยละ 27.17) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 45,000 บาท (ร้อยละ 39.31) รองลงมา 35,001-45,000 บาท (ร้อยละ 30.06) และตำแหน่งงานในปัจจุบัน ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชี (ร้อยละ 46.82) รองลงมา ผู้จัดการฝ่ายบัญชี (ร้อยละ 43.93)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบกลับมาของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม ส่วนใหญ่มีประเภทธุรกิจ เป็นบริการ (ร้อยละ 46.82) รองลงมา ธุรกิจการผลิต (ร้อยละ 43.93) จำนวนทุนในการดำเนินธุรกิจ 5,000,000-10,000,000 บาท (ร้อยละ 30.64) รองลงมา ต่ำกว่า 5,000,000 บาท (ร้อยละ 28.90) จำนวนพนักงานในปัจจุบัน น้อยกว่า 50 คน (ร้อยละ 63.60) รองลงมา 50-100 คน (ร้อยละ 25.43) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5-10 ปี (ร้อยละ 30.10) รองลงมา มากกว่า 15 ปี (ร้อยละ 28.32) และรายได้จากการดำเนินธุรกิจเฉลี่ยต่อปี ต่ำกว่า 5,000,000 บาท (ร้อยละ 45.66) รองลงมา 5,000,000-10,000,000 บาท (ร้อยละ 27.74)

ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ โดยรวมและเป็นรายด้านของผู้บริหารฝ่ายบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์โดยรวมและรายด้าน และผลการดำเนินงานขององค์กรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์	4.15	0.56	มาก
1. ด้านการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า	4.34	0.55	มาก
2. ด้านการวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์ต้นทุน	4.11	0.70	มาก
3. ด้านการวิเคราะห์ตำแหน่งเชิงกลยุทธ์	4.00	0.75	มาก
ผลการดำเนินงานขององค์กร	4.05	0.72	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.15$) ระดับมาก และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D. = 0.56$) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่ค่อนข้างสอดคล้องกันในเรื่องนี้ โดยส่วนใหญ่เห็นว่าการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์มีความสำคัญและมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กร เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า ($\bar{X} = 4.34$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D. = 0.55$) ซึ่งบ่งชี้ถึงการประเมินในเชิงบวกต่อการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าในองค์กร โดยมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันในระดับที่สูง ด้านการวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์ต้นทุน ($\bar{X} = 4.11$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D. = 0.70$) ซึ่งแสดงถึงการเห็นคุณค่าของการวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์ต้นทุนในระดับสูง อย่างไรก็ตาม ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ค่อนข้างสูงบ่งชี้ถึงความหลากหลายของความคิดเห็นในด้านนี้ และด้านการวิเคราะห์ตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ ($\bar{X} = 4.00$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D. = 0.75$) ซึ่งแสดงถึงความคิดเห็นในเชิงบวก แต่ก็มีความแตกต่างกันมากขึ้นในบางแง่มุมของการประเมิน และผู้บริหารฝ่ายบัญชีของธุรกิจมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมดเท่ากับ ($\bar{X} = 4.05$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D. = 0.72$) ซึ่งบ่งชี้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่างค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดีในระดับมาก ถึงแม้จะมีความแตกต่างในการประเมินผลการดำเนินงานในบางด้าน ดังนั้น ค่าเฉลี่ยของทุกตัวแปรที่กล่าวถึง ล้วนอยู่ในระดับ มาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเชิงบวกต่อการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานขององค์กร ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ต่ำแสดงถึงความคิดเห็นที่มีความสอดคล้องกันระหว่างผู้ตอบแบบสอบถาม ในขณะที่ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่สูงบ่งชี้ถึงความคิดเห็นที่หลากหลายมากขึ้นในบางด้าน เช่น การวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์ต้นทุนและการวิเคราะห์ตำแหน่งเชิงกลยุทธ์

การวิจัยนี้ได้ทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์กับผลการดำเนินงานขององค์กรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และสร้างสมการพยากรณ์ ตามที่ได้ตั้งสมมติฐาน ดังนี้ (1) H_1 : การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ด้านห่วงโซ่อุปทาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (PMA) (2) H_2 : การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ด้านการวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์ต้นทุน มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (PMA) (3) H_3 : การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการวิเคราะห์ตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (PMA) ซึ่งมีรายละเอียดผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล ดังตารางที่ 2 และ ตารางที่ 3

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ ของการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์กับการผลการดำเนินงานขององค์กรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม

ตัวแปร	PMA	VCA	DCA	SPA	VIFs
$\bar{X}$	4.05	4.33	4.11	4.00	
S.D.	0.72	0.54	0.70	0.75	
PMA		0.32*	0.84*	0.84*	
VCA			0.34*	0.25*	1.16
DCA				0.91*	6.68
SPA					6.30

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจเกิดเป็น Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ มีค่าตั้งแต่ 1.16-6.68 ซึ่งสอดคล้องกับ (Black, 2006) ได้เสนอไว้ว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่มีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ในแต่ละด้าน พบว่ามีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานขององค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.32-0.84 จากนั้น เมื่อนำไปทดสอบวิเคราะห์การถดถอยของแบบพหุคูณของการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของของตัวแปรการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม

การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์	ผลการดำเนินงานขององค์กร (PMA)			t	sig
	สัมประสิทธิ์การถดถอยไม่ปรับมาตรฐาน (B)	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.E)	สัมประสิทธิ์การถดถอยแบบปรับมาตรฐาน (Beta)		
ค่าคงที่ (a)	0.16	0.24		0.67	0.50
ด้านการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน (VCA)	0.10	0.05	0.16	1.95	0.06
ด้านการวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์ต้นทุน (DCA)	0.36	0.10	0.10	3.61	0.00*
ด้านการวิเคราะห์ตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ (SPA)	0.48	0.09	0.36	5.23	0.00*
F = 172.28 p = 0.00 AdjR ² = 0.74					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการทดสอบผลกระทบของ การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (VCA) ($B1 = 0.10$) ด้านการวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์ต้นทุน (DCA) ($B2 = 0.36$) และด้านการวิเคราะห์ตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ (SPA) ($B3 = 0.48$) มีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร (PMA) เมื่อพิจารณาค่า $AdjR^2$ เท่ากับ 0.74 และเมื่อพิจารณาด้านที่มีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม ที่สุดทางสถิติ คือ ด้านการวิเคราะห์ตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ (SPA) ($B3 = 0.36$)

การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์ต้นทุน มีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร (PMA) (สัมประสิทธิ์การถดถอยแบบปรับมาตรฐาน = 0.10, sig = 0.00) เนื่องจาก การระบุและการทำความเข้าใจ ปัจจัยที่ขับเคลื่อนต้นทุนในแต่ละกิจกรรมช่วยให้ผู้บริหารธุรกิจสามารถจัดการต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ การวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์ต้นทุนช่วยในการระบุถึงกิจกรรมที่มีต้นทุนสูงหรือไม่คุ้มค่าในกระบวนการผลิตและการดำเนินงาน ซึ่งทำให้สามารถปรับปรุงกระบวนการต่าง ๆ เช่น การลดต้นทุนที่ไม่จำเป็น การเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงาน หรือการปรับกลยุทธ์การผลิต ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sreewichian et al. (2023) พบว่า การบริหารต้นทุนสมัยใหม่ด้านการวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์ต้นทุนมีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านลูกค้า กระบวนการภายใน และการเรียนรู้และการเติบโต ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความยั่งยืนให้แก่องค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jafari et al. (2020) กล่าวว่า การวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์ต้นทุนช่วยให้องค์กรสามารถระบุและจัดการกับปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายและต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลให้สามารถปรับปรุงการใช้ทรัพยากร ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น และเพิ่มความสามารถในการทำกำไรในระยะยาว การบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพยังช่วยให้องค์กรสามารถเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม และนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Intakhan (2021) พบว่า การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์มีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความได้เปรียบด้านต้นทุนและผลการดำเนินงานขององค์กร และการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงมีบทบาทเป็นตัวกลาง (Moderator) ที่สำคัญในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์และความได้เปรียบด้านต้นทุน ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Phonlapatsarachakorn (2022) กล่าวว่า การวิเคราะห์ตัวผลิตภัณฑ์ต้นทุนช่วยให้การกำหนดต้นทุนในการผลิตสินค้าและบริการมีความถูกต้องและสะท้อนถึงความเป็นจริงของแต่ละกิจกรรมในกระบวนการผลิต ซึ่งทำให้ธุรกิจสามารถตั้งราคาที่เหมาะสมและปรับปรุงกระบวนการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนที่ไม่จำเป็นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อการเติบโตและการเพิ่มผลกำไรให้กับองค์กรในระยะยาว จึงยอมรับสมมติฐานที่ H₂

การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการวิเคราะห์ตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร (PMA) (สัมประสิทธิ์การถดถอย = 0.36, sig = 0.00) เนื่องจากการใช้เทคนิคการวิเคราะห์ตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ ช่วยให้ธุรกิจสามารถกำหนดตำแหน่งทางการตลาดที่ชัดเจนและโดดเด่น ซึ่งสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีเอกลักษณ์และยากที่จะลอกเลียนแบบได้ การกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อสร้างความแตกต่าง และเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการสามารถช่วยเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าและตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างตรงจุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Phon-inhom & Penwutikul (2022) พบว่า เครื่องมือการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ รวมถึงการวิเคราะห์ตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ขององค์กรที่ใช้ตำแหน่งทางการตลาดชัดเจนสามารถสร้างผลการดำเนินงานที่เหนือกว่าองค์กรที่ไม่มีทิศทางกลยุทธ์ที่ชัดเจน นอกจากนี้ยัง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chitt-arthan (2023) พบว่า องค์กรที่ใช้กลยุทธ์ด้านต้นทุนที่ชัดเจน และมีทิศทางในการเลือกตำแหน่งทางการตลาด ส่งผลให้ผลการดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งด้านภายในองค์กรและการสร้างความยั่งยืน นอกจากนี้ยัง สอดคล้องกับแนวคิดของ Phonlapatsarachakorn (2022) กล่าวไว้ว่า การวิเคราะห์ตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ยังส่งผลต่อการกำหนดราคาที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ โดยการลดต้นทุนในกิจกรรมที่ไม่จำเป็นและมุ่งเน้นการลงทุนในกิจกรรมที่สร้างมูลค่าสูงให้แก่ธุรกิจ ซึ่งช่วยให้การดำเนินงานขององค์กรมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและผลกำไรที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ การวางตำแหน่งทางการตลาดที่เหมาะสมยังช่วยเสริมสร้างการเติบโตและความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาว และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ahmed et al. (2021) พบว่า การวิเคราะห์ตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ช่วยให้องค์กรสามารถเข้าใจสถานะของตนในตลาดและทิศทางการพัฒนาในระยะยาวได้ดีขึ้น การระบุและใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมตามตำแหน่งขององค์กรในตลาดสามารถช่วยให้การใช้ทรัพยากรเกิดประสิทธิภาพสูงสุดและส่งผลให้การดำเนินงานขององค์กรดีขึ้น เช่น การลดต้นทุนและการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาด การจัดการที่ดีในด้านนี้สามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกทั้งในระยะสั้นและระยะยาว จึงยอมรับสมมติฐานที่ H₃

การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ด้านการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร (PMA) (สัมประสิทธิ์การถดถอย = 0.16, sig = 0.06) เนื่องจาก หลายธุรกิจมองว่าไม่จำเป็นต้องดำเนินการวิเคราะห์ดังกล่าว ซึ่งส่งผลให้กิจกรรมต่างๆ ภายในองค์กรขาดการพิจารณาอย่างเป็นระบบและอาจไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างชัดเจน การไม่ดำเนินการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าอาจทำให้กิจกรรมที่มีต้นทุนสูงหรือไม่จำเป็นไม่ได้รับการปรับปรุง ทำให้ประสิทธิภาพของกระบวนการทำงานโดยรวมไม่ได้รับการพัฒนาอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับแนวคิดของ Porter (1985) กล่าวว่า ในบางองค์กรอาจไม่ได้ให้ข้อมูลที่จำเป็นหรือเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน หากกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าทั้งหมดไม่ได้สร้างมูลค่าที่ชัดเจนหรือไม่สอดคล้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีเป้าหมายชัดเจน การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าที่ไม่ได้เชื่อมโยงกับความต้องการของตลาดหรือไม่สามารถตอบสนองกับการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อาจทำให้ผลลัพธ์ที่ได้ไม่ผลบวกต่อผลการดำเนินงานโดยรวม และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chia et al. (2020) พบว่า หากองค์กรไม่สามารถทำการปรับเปลี่ยนหรือใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่สามารถแก้ไขปัญหาหรือความไม่สมดุลในห่วงโซ่คุณค่าได้ ผลการดำเนินงานอาจไม่ได้รับการปรับปรุงตามที่คาดหวัง นอกจากนี้ ความสำเร็จในการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น กลยุทธ์ที่ใช้ความสามารถในการแข่งขัน และการบริหารทรัพยากร ซึ่งอาจทำให้การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าไม่สามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกได้เสมอไป จึงปฏิเสธสมมุติฐานที่ H₁

สรุปผลการวิจัย

การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ในด้านการวิเคราะห์ตัวหลักต้นทุนและการวิเคราะห์ตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ มีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร โดยช่วยให้ผู้บริหารสามารถระบุปัจจัยที่มีผลต่อต้นทุนในกระบวนการผลิตและการดำเนินงานได้อย่างชัดเจน ทำให้สามารถตัดสินใจลดต้นทุนที่ไม่จำเป็น และปรับปรุงประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีระบบ นอกจากนี้ยังสนับสนุนการกำหนดกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและความสำเร็จของธุรกิจโดยรวม อย่างไรก็ตาม การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ในด้านการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า กลับไม่พบความสัมพันธ์หรือผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรในบริบทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ เพื่อทดสอบผลกระทบของการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม โดยอาศัยข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ และผลการดำเนินงานขององค์กรอยู่ในระดับมากทุกด้าน สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ในการเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจ ทั้งนี้ ข้อมูลจากการศึกษายังสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบวางแผน และการบริหารต้นทุนขององค์กร เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันอย่างยั่งยืนในระยะยาวของธุรกิจต่อไป

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ช่วยให้ผู้บริหารสามารถระบุและวิเคราะห์ปัจจัยที่ขับเคลื่อนต้นทุนในแต่ละกิจกรรมภายในองค์กร ซึ่งสนับสนุนการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพในการลดต้นทุนที่ไม่จำเป็นและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดได้ผ่านการควบคุมต้นทุนและการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ยังช่วยให้สามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยลดการสูญเสียที่ไม่จำเป็น ส่งผลให้ธุรกิจสามารถจัดการต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาว อีกทั้งยังสามารถสร้างมูลค่าให้กับลูกค้าและองค์กรผ่านการปรับปรุงกระบวนการต่างๆ โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือดิจิทัลในการพัฒนากระบวนการผลิต

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบหลักได้แก่ การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า การวิเคราะห์ตัวหลักต้นทุน และการวิเคราะห์ตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานมีคุณภาพและสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



2. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีธุรกิจควรให้ความสำคัญกับข้อมูลต้นทุนที่ถูกต้อง เพราะจะช่วยให้การวางแผนและควบคุมการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อศักยภาพในการแข่งขันและความสำเร็จของธุรกิจได้ในระยะยาว

3. ผู้บริหารฝ่ายบัญชีธุรกิจควรสนับสนุนการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการวางแผน ควบคุมการตัดสินใจ และการวัดผลการดำเนินงาน ซึ่งจะช่วยให้มั่นใจได้ว่าการดำเนินงานจะบรรลุเป้าหมายและให้ประโยชน์สูงสุดแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งนี้ นักวิจัยได้ศึกษาผลกระทบของการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานในกลุ่มธุรกิจอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน ทำให้นักวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ตรงตามเป้าหมายมากขึ้นสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน

2. ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ดังนั้น ควรเพิ่มวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม เป็นการสอบถามแบบเชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำให้ได้ข้อมูลที่ลงลึกถึงพฤติกรรม ทศนคติ มุมมองความคิดเห็น ความต้องการ ความรู้สึก ความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านที่ถนัด และ ที่สำคัญทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึก สามารถนำผลการวิจัย ดังกล่าวไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตรงกับความต้องการ และก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

3. ในการวิจัยครั้งถัดไป ควรศึกษาถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ เช่น ปัจจัยภายนอก ตลาด เทคโนโลยี กฎหมายและปัจจัยภายใน วัฒนธรรมองค์กร ทักษะของบุคลากร เพื่อให้สามารถสร้างความได้เปรียบคู่แข่งในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ พร้อมทั้งมีข้อมูลที่มีคุณภาพในการตัดสินใจบริหารองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อจำกัดการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบข้อจำกัดสำคัญคือ อัตราการตอบกลับแบบสอบถามจากกลุ่มธุรกิจบริการมีจำนวนมากกว่ากลุ่มธุรกิจการผลิต ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากลักษณะโครงสร้างเศรษฐกิจของจังหวัดนครพนมที่มุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่งผลให้ธุรกิจบริการ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และร้านกาแฟ มีสัดส่วนมาก และส่วนใหญ่เป็นกิจการขนาดเล็กถึงขนาดกลาง ซึ่งเจ้าของสามารถบริหารจัดการและให้ข้อมูลได้โดยตรง จึงตอบแบบสอบถามได้สะดวกกว่าธุรกิจการผลิตที่มีภูมิโครงสร้างองค์กรซับซ้อนและลำดับขั้นการตัดสินใจที่มากกว่า ดังนั้น เพื่อให้การประยุกต์ใช้แนวทางการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์มีความเหมาะสมกับลักษณะของแต่ละกลุ่มธุรกิจ จึงควรมีการศึกษาและวิเคราะห์เชิงลึกเพิ่มเติมในกลุ่มธุรกิจการผลิต เป็นต้น

References

- Aaker, D. A., Kumar, V. & Day, G. S. (2001). *Marketing research*. John Wiley & Sons.
- Ahmed, M., Khan, A. & Ali, S. (2021). *Strategic positioning analysis and its impact on organizational performance: A comprehensive study*. Retrieved April 2025, from <https://www.globalresearchnetwork.us/index.php/ajebm/article/view/566>
- Black, K. (2006). *Business statistics: Contemporary decision making* (6th ed.). John Wiley & Sons.
- Chia, J. B., Tan, T. M. & Lim, L. M. (2020). *The impact of value chain analysis on organizational performance: Challenges and strategic implications*. Retrieved April 2025, from <https://ejournal.ukm.my/pengurusan/issue/view/1093>
- Chitt-arthan, K. (2023). *Strategic cost management under corporate social responsibility and its effect on balanced organizational performance*. Retrieved April 2025, from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jevrd/article/view/248229>
- Department of Business Development. (2023). *DBD Data Warehouse*. Retrieved January 2023, from <https://www.dbd.go.th>
- Ditsakaew, K. & Phonphanumas, A. (2025). *Strategic cost management and the creation of sustainable competitive advantage among entrepreneurs in Thailand*. Retrieved April 2025, from <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/hsrnj/article/view/278143>



- Doncheva, D. & Stoyancheva, D. (2021). Cost and profit efficiency: The case of Bulgarian hotel industry. *Eastern Journal of European Studies*, 12(2), 190-212. <https://doi.org/10.47743/ejes-2021-0210>
- Hair, J. F., Black, W. C. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Pearson Education International.
- Hornngren, C. T., Datar, S. M. & Rajan, M. V. (2015). *Cost accounting: A managerial emphasis* (15th ed.). Pearson Education.
- Intakhan, P. (2021). *Effects of strategic cost management on cost advantage and firm performance: Evidence from firms to be recognized in Good Manufacturing Practice (GMP)*. Retrieved April 2025, from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/kkbsjournal/article/view/248229>
- Jafari, M., Fathian, M., Rezaei, M. & Karimi Mazidi, A. (2020). *Cost driver analysis and its impact on organizational performance: An empirical study in industrial firms*. Retrieved April 2025, from <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJPPM-11-2019-0381/full/html>
- Kaplan, R. S. & Norton, D. P. (1996). *The balanced scorecard: Translating strategy into action*. Harvard Business Press.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610. <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>
- Lasom, S. & Banggeen, W. (2024). *Application of activity-based costing and break-even points analysis for selection of advanced planning and scheduling for planning production of products: A case study of ABC Company Limited*. Retrieved April 2025, from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/iba/article/view/275433>
- Meyer, M. W., Gaba, V. & Colwell, K. A. (2020). *Organizational performance: A complex and multilevel phenomenon*. Retrieved April 2025, from <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/annals.2018.0043>
- Phon-inhom, C. & Penwutikul, P. (2022). *Strategic cost management tools and firm performance in industrial estates in Thailand*. Retrieved April 2025, from <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/umt-poly/article/view/242967>
- Phonlapatsarachakorn, K. (2023). *Accounting innovation for strategic management*. Thaksila Printing.
- Phonlapatsarachakorn, K. (2022). *Strategic cost management: A tool for competitive advantage in SMEs*. Retrieved April 2025, from https://www.researchgate.net/publication/329375905_Strategic_cost_management_and_firm_profitability_An_empirical_investigation_of_instant_foods_and_convenience_foods_businesses_in_Thailand
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- SCB Economic Intelligence Center. (2022). *SMEs face intense market competition, yet they still possess opportunities for growth if they can effectively leverage their strengths*. Retrieved April 2025, from <https://www.scbeic.com/th/detail/product/7941>
- Srisaard, B. (2013). *Basic research* (9th ed.). Suweeriyasan Publishing.
- Shank, J. K. & Govindarajan, V. (1993). *Strategic cost management: The new tool for competitive advantage*. Free Press.
- Sreewichian, T., Sudsomboon, S., Ketwongsa, K. & Inoonchote, I. (2024). *The impact of modern cost management on operational performance of SMEs in the Thai textile industry*. Retrieved April 2025, from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMMS/article/view/260896>
- Sreewichian, N., Somboonpakron, P. & Jantarakolica, N. (2023). *Modern cost management and business sustainability*. Retrieved April 2025, from <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/mbs/article/view/248229>
- Tayraukham, S. (2012). *Research methodology for social sciences and humanities* (5th ed.). Mahasarakham University Press.



- Techoyothin, W., Supatakul, S. & Phadungsit, M. (2020). *Cost management*. Physics Enter Publishing.
- Thapayom, A. (2022). *The relationships among target cost management, cost advantage, customer satisfaction, and sustainable competitive advantage of micro, small and medium-sized enterprises (MSMEs) in Thailand*. Retrieved April 2025, from https://so02.tci-thaijo.org/index.php/mbs/article/view/252222?utm_source=chatgpt.com
- Vetchagool, W., Augustyn, M. M. & Tayles, M. (2020). *Impacts of activity-based costing on organizational performance: Evidence from Thailand*. Retrieved April 2025, from <https://doi.org/10.1108/ARA-08-2018-0159>
- Zhao, S., Sheehan, C., De Cieri, H. & Cooper, B. (2019). *A comparative study of HR involvement in strategic decision-making in China and Australia*. Retrieved April 2025, from <https://doi.org/10.1108/CMS-08-2018-0643>