

Unusannakhar

วารสาร MBA-KKU ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 นี้มีบทความด้านการจัดการที่หลากหลายมุมมอง ทั้งในด้านการตลาด การบริหารจัดการองค์กรธุรกิจ และการบริหารจัดการตามแนวคิดทางธุรกิจใหม่ๆ ที่พัฒนาขึ้นตามความเจริญทางเทคโนโลยี ซึ่งทุกบทความผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้อง เพื่อการปรับปรุงให้เป็นบทความที่มีคุณภาพทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่แก่ผู้สนใจทั่วไป ดังนี้

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายการคงค้างโดยดุลยพินิจของผู้บริหารกับกำไรในอนาคตภายใต้วงจรชีวิตธุรกิจ ของ **วิศิรา สุวรรณรัตน์** และ **เนตรดาว ชัยเขต** โดยการแบ่งการบริหารจัดการตามแนวคิดวงจรชีวิตธุรกิจเป็น 3 ช่วง และการบริหารกำไรผ่านรายการคงค้างเป็น 3 แบบ จากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 317 บริษัท และใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่าในช่วงเจริญเติบโตคงที่ และช่วงถดถอยพบความสัมพันธ์ในทางตรงข้ามระหว่างรายการคงค้างโดยดุลยพินิจของผู้บริหารกับกำไรในอนาคต และมูลค่ากิจการในอนาคต ซึ่งผู้บริหารอาจนำเทคนิคการบริหารกำไรผ่านรายการคงค้างเข้ามาสร้างกำไรให้เป็นไปตามที่คาดหวังได้

การรับรู้ความยุติธรรมและคุณภาพชีวิตการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน กรณีศึกษา อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ของ **สกุลทิพย์ อินทร์พิทักษ์** และ **ฐิติมา ไชยะกุล** เป็นการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 416 คน โดยวิเคราะห์ค่าสถิติและการถดถอยพหุคูณ พบว่า การรับรู้ความยุติธรรม และคุณภาพชีวิตการทำงานมีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พฤติกรรมของคนทำงานกับการใช้แอปพลิเคชันสำหรับลดความเสี่ยงจากออฟฟิศซินโดรมในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ของ **กุลิสรา อนันต์นัย** และ **วรัญญา ติโลกะวิชัย** โดยสอบถามจากพนักงานออฟฟิศ 400 คน ใช้สถิติไคสแควร์ในการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ส่วนใหญ่พนักงานออฟฟิศใช้เวลาอยู่หน้าจอคอมพิวเตอร์วันละ 7 - 9 ชั่วโมง การนั่ง การก้มคอและหลัง ระหว่างการทำงาน

แบบพิมพ์ไม่เหมาะสม ถ้าอ้อมีพนัก ทำให้พนักงานออฟฟิศมีประสบการณ์ในการเป็นออฟฟิศซินโดรม รูปแบบและการเผยแพร่เนื้อหาบนแอปพลิเคชัน พบว่าการมีฟังก์ชันที่ผู้ใช้เลือกปรับแต่งได้ตามความต้องการ ส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันมากที่สุด

คุณลักษณะการบริหารที่ส่งผลต่อประสบการณ์เชิงอารมณ์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่เรียนมวยไทยในจังหวัดภูเก็ต ของ นิमित ชื่นสัน ห่าวหาญ ทวีแสง และ จิรวัดณ์ ทิพยรส โดยการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเรียนมวยไทยในจังหวัดภูเก็ต 345 คน วิเคราะห์ด้วยโมเดลสมการโครงสร้างเชิงสาเหตุ พบว่า เครือข่ายสนับสนุน ความพร้อมของหลักสูตร บุคลากร และความรู้ทางวิทยาศาสตร์การกีฬามีอิทธิพลต่อประสบการณ์เชิงอารมณ์ และความพึงพอใจ จึงสามารถนำไปพัฒนาารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้

อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดดั้งเดิม และการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ต่อระดับคุณค่าตราสินค้าธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ประเภทร้านสะดวกซื้อในมุมมองของผู้บริโภค เขตภาคตะวันออก ของ ชวัลรัตน์ บัวคำป้อ และ สมบัติ อารังสินถาวร เป็นการสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 397 คน วิเคราะห์ค่าสถิติ พบว่า อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดดั้งเดิม และการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์มีผลต่อคุณค่าตราสินค้าธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ทั้งในด้านความตระหนักต่อตราสินค้า การเชื่อมโยงตราสินค้า และการรับรู้คุณภาพต่อตราสินค้า ซึ่งควรวางรูปแบบกลยุทธ์ของการสื่อสารให้แตกต่างกัน

แนวทางการพัฒนาคุณสมบัติของแรงงานเจนเนอเรชั่นเอกซ์สายวิชาชีพ สถาบันในประเทศไทยให้เป็นที่ต้องการในอนาคต ของ ชยกร มงคลธนากุล และ ศักดิ์ชัย เจริญศิริพรกุล เป็นการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่มกับสถาบัน และอาจารย์ประจำคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ใช้หลักการวิเคราะห์สามเส้า และใช้โปรแกรมประมวลผล Atlas.ti และวิเคราะห์แนวทางพัฒนาด้วย SWOT พบว่า ด้านทัศนคติต้องสนับสนุนให้เกิดการยอมรับความแตกต่าง ให้ทักษะในการตัดสินใจแก้ปัญหาด้วยตนเอง และการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ในงานของตนเอง

การแปรรูปข้าวพื้นบ้านในพื้นที่เขตอำเภอราษีไศล จังหวัดศรีสะเกษ
ที่ตอบสนองการบริโภคในปัจจุบัน ของ ชูติมา เมฆวัน เป็นการเก็บข้อมูลจาก ผู้เกี่ยวข้องในเรื่องข้าวสำหรับการบริโภค ทั้ง ผู้ผลิต ผู้แปรรูป และผู้บริโภค โดยการ สัมภาษณ์ และการระดมความคิดเห็น พบว่า การแปรรูปข้าวจากการบูรณาการ ภูมิปัญญาพื้นบ้านเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย โดยคงคุณค่าสารพฤกษเคมีของข้าว สามารถแปรรูปได้ทั้งที่เป็นเครื่องสำอาง เครื่องดื่ม อาหารและขนม การพัฒนา บรรจุกัณฑ์ ตราสินค้า และแปรรูปข้าวให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น

หนังสือแนะนำประจำฉบับ คือ **ทักษะการตลาดออนไลน์ แบบแบรนด์ ใหญ่ที่ไม่เคยมีใครบอกคุณ** ของ **นฐมน ก้อง ธนานนท์ และ คมจักร กำธรพสนี** ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดออนไลน์เสนอความรู้สำหรับ SME ในโลกการตลาดออนไลน์ เพราะปัจจุบันสื่อออนไลน์เป็นสื่อที่เข้าถึงได้ทุกเพศ ทุกวัย และทุกระดับชนชั้น ซึ่งจะเป็นทางหลักที่ทำให้ธุรกิจเติบโตได้ไกลกว่าเดิม จากความเชื่อที่แท้จริงว่า “ทุกวันนี้เงินลอยอยู่ในอากาศ ใครคว้าได้คว้าเอา”

เนื้อหาที่หลากหลายในฉบับอาจเป็นแนวทางสำหรับใครบางคนในการ พัฒนาธุรกิจของตนเอง และเป็นความรู้สำหรับผู้สนใจทั่วไป กองบรรณาธิการวารสาร MBA-KKU จึงขอเชิญชวนนักคิด นักเขียน นักวิชาการ และนักวิจัยจากทุกสถาบัน ทุกองค์กรส่งบทความที่เกี่ยวข้องกับการบริหารธุรกิจ เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ สำหรับการ เรียนรู้ และการพัฒนาธุรกิจต่างๆ ทุกบทความจะได้รับการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ ที่เกี่ยวข้องในสาขานั้นๆ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ซึ่งสามารถติดต่อ และติดตามได้ที่

<https://www.tci-thaijo.org/index.php/mbakkujournal/index>

