

Unusseraการ

วารสาร MBA-KKU ปีที่ 14 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2564) มีบทความที่น่าสนใจเกี่ยวกับ การบริหารจัดการเชิงธุรกิจในช่วงการเปลี่ยนแปลง อุตสาหกรรม และการแข่งขัน การหารูปแบบธุรกิจ แผนการตลาด การขยายสาขา กลยุทธ์การเพิ่มยอดขาย และรูปแบบการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการจัดการธุรกิจ แบบคลัสเตอร์ ดังนี้

รูปแบบธุรกิจ กรณีศึกษา บริษัท ธนกรการท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น ของ **สุรารัตน์ สา และ ศักดิ์ชัย เจริญศิริพรกุล** เป็นการศึกษาพฤติกรรม การท่องเที่ยว และปัจจัยการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทนี้ เพื่อกำหนดรูปแบบธุรกิจให้กับบริษัท จากการสำรวจผู้บริโภคด้วยแบบสอบถาม อิเลคทรอนิกส์ วิเคราะห์เอกสารร่วมกับสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจท่องเที่ยว ในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งมีการจัดนำเที่ยววันครุฑ กัมพูชา ไม่มากนัก และสังเคราะห์ รูปแบบธุรกิจ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ รายได้เฉลี่ย 20,000 บาท ต่อเดือน เคยเที่ยวต่างประเทศกับครอบครัวและเพื่อน เฉลี่ยปีละครั้ง จึงได้รูปแบบ ธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นข้าราชการ โดยเน้นการส่งมอบประสบการณ์ที่ดี เลิศแก่ลูกค้า 30 คนซึ่งคาดว่าจะมีลูกค้าเพิ่มขึ้นเดือนละ 5 คน ในปีต่อไป

ความสามารถเชิงพลวัตที่มีต่อการดำเนินงานของธุรกิจในอนาคต เครื่องดื่มภายใต้การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม ตามพระราชบัญญัติภาษี สรรพสามิต พ.ศ. 2560 โดยผ่านกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของ **นิชาภัทร ชัยชนะ กฤตชน วงศ์รัตน์ และ วัชร เวชประสิทธิ์** เพื่อศึกษา ความสามารถเชิงพลวัตที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจในอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ผ่านกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เก็บข้อมูลจากธุรกิจเครื่องดื่ม ที่จดทะเบียนในระบบของกรมสรรพสามิต จำนวน 400 แห่ง โดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์สถิติ และตัวแบบสมการโครงสร้าง พบว่า ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพล ทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเครื่องดื่ม ซึ่งมี อิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการดำเนินงานของธุรกิจเครื่องดื่ม ผลที่ได้สามารถนำไป

กำหนดแนวทางดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันให้เกิดผล
การดำเนินงานที่ดี

**แนวทางการเพิ่มยอดขายธุรกิจร้านค้าออนไลน์โดยประยุกต์ใช้
สุนทรียสาธก กรณีศึกษา ร้าน doyoulike_shopping ของ นิชาภา วงศ์สำแดง
และ อัจฉริยะ อุปการกุล** เพื่อค้นหาความประทับใจ และประสบการณ์เชิงบวก
ในมุมมองของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อสินค้า และกำหนดแนวทางการเพิ่มยอดขาย
โดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 50 คน ค้นหาจุดร่วม จุดเด่น วิเคราะห์สภาพแวดล้อม
วิเคราะห์ข้ออาร์ และออกแบบโมเดลธุรกิจ พบว่า ปัจจัยที่เป็นจุดร่วม คือ สินค้า
มีคุณภาพตรงกับภาพถ่าย ร้านมีความน่าเชื่อถือ บริการดี ส่งสินค้าเร็ว จุดเด่น คือ
ความจริงใจ และบริการหลังการขาย จากข้อมูลที่ได้นำมาทดลองปฏิบัติตามโครงการ
ทำให้ได้ยอดขายเพิ่มขึ้นสูงกว่าเป้าหมาย ส่งผลให้เกิดโครงการต่อเนื่อง

**รูปแบบการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการจัดการธุรกิจแบบคลัสเตอร์
กรณีศึกษา คลัสเตอร์แฟชั่นและไลฟ์สไตล์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
ของ กิ่งพร ทองใบ และ บริบูรณ์ ปิ่นประยงค์** เพื่อศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วม
ของสมาชิกในการจัดการธุรกิจแบบคลัสเตอร์ สังเคราะห์รูปแบบการมีส่วนร่วม
ของสมาชิกที่เหมาะสม และสังเคราะห์กลยุทธ์การมีส่วนร่วมของสมาชิก โดยการ
สัมภาษณ์สมาชิกซึ่งเป็นกรรมการบริหาร วิเคราะห์เนื้อหาหลักตัวแบบเพชร SWOT
และ TOWS Matrix พบว่ารูปแบบการมีส่วนร่วม โดยเลือกตัวแทนสมาชิกเป็น
คณะกรรมการบริหาร และรูปแบบการมีส่วนร่วมที่เหมาะสม เป็นไปตามข้อบังคับ
ของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กลยุทธ์การมีส่วนร่วมประกอบด้วย 4 กลยุทธ์
ทั้งกลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์เชิงรับ กลยุทธ์เชิงแก้ไข และกลยุทธ์เชิงป้องกัน

**การศึกษาความเป็นไปได้ในการขยายสาขาร้านบรรจุภัณฑ์ของ
บริษัท ดวงพร พลาสติก จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ของ ปาณทั
มมหาชน และ ภัทรขวัญ พิลางาม** เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการขยายสาขา
ร้านบรรจุภัณฑ์ค้าปลีก ในด้านการตลาด ด้านเทคนิค ด้านการจัดการ และด้านการเงิน
โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มผู้ซื้อสินค้า และกลุ่มพ่อค้าแม่ค้าในตลาดบางลำภู
พบว่า ผู้ใช้บริการ และพ่อค้าแม่ค้าสนใจใช้บริการ วิเคราะห์สภาพแวดล้อม และ
ส่วนประสมทางการตลาด รวมทั้ง SWOT มีผลกระทบในเชิงบวก จึงมีความเป็นไปได้

ด้านการตลาด และด้านเทคนิคที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ติดถนน เข้าถึงสะดวก มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย และด้านการจัดการที่มีโครงสร้างองค์กรที่เป็นระบบ มีเงินลงทุน ซึ่งมีระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 9 เดือน อัตราผลตอบแทนเท่ากับ 75.73% จึงมีความเป็นไปได้ในการขยายสาขา

แผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายอุปกรณ์เครื่องเขียน และแบบเรียน ร้านศึกษาภัณฑ์มุกดาหาร อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร ของ สโรชา เดชฤทธิ์ และ อัมพน ห่อนาค เพื่อวางแผนการตลาดในการเพิ่มยอดขายโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปด้วย PEST วิเคราะห์คู่แข่งด้วย 5 Forces Model วิเคราะห์ SWOT พบว่า ผู้ซื้อเป็นนักเรียน นักศึกษา ข้าราชการ และพนักงาน ซื้อเครื่องเขียน อุปกรณ์งานศิลปะ กระดาษ อุปกรณ์สำนักงาน ใช้บริการเพราะความสะดวกในการเดินทาง แต่ทางร้านขาดการส่งเสริมทางการตลาด จึงกำหนดแผนการตลาด 5 โครงการ ซึ่งคาดว่าจะสามารถทำยอดขายเพิ่มขึ้นได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของปีที่ผ่านมา

หนังสือแนะนำฉบับนี้คือ ADKAR สดุดยอดโมเดลเพื่อการเปลี่ยนแปลง เขียนโดย เจฟฟี่ เอ็ม ไฮแอตต์ แปลโดย จันทรวิภา พิพัฒน์กุล โมเดล ADKAR พัฒนาขึ้นจากศูนย์การเรียนรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่ผ่านกระบวนการวิจัยมากมายทำให้พบว่า การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจะเริ่มจากการรับรู้ (Awareness) ตามมาด้วย ความปรารถนา (Desire) ความรู้ (Knowledge) ความสามารถ (Ability) และแรงสนับสนุน (Reinforcement) การให้ความรู้และการอบรมเพื่อสร้างความเข้าใจในการจัดการการเปลี่ยนแปลงให้แก่องค์กร จึงเป็นโมเดลที่ช่วยทำให้บุคคลสามารถผ่านการเปลี่ยนแปลงไปได้สำเร็จ และให้ผลประโยชน์สูงสุดแก่องค์กรได้อย่างยั่งยืน

วารสาร MBA KKU มุ่งมั่นที่จะให้เนื้อหาสาระจากผลงานวิจัย และผลงานวิชาการที่เป็นประโยชน์ในการบริหารจัดการต่างๆ และยินดีที่จะได้ตอบรับบทความด้านการบริหารจัดการที่มีคุณภาพ จากนักวิจัยและนักวิชาการทุกองค์กร โดยทุกบทความกำหนดให้มีการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องก่อนการตีพิมพ์ โดยท่านผู้สนใจสามารถติดต่อผ่าน <https://www.tci-thaijo.org/index.php/mbakkujournal/index> ได้