

SCISO

SOCIETIES

ปีที่2 ฉบับที่4 มกราคม 2564

BACK TO
ONLINE CLASS!

ARE YOU
READY?



Editor's LETTER

เรามาสู่จุลสาร SCISO Societies ฉบับที่สี่ในปีนี มาพร้อมกับช่วงเวลาปีใหม่ที่ยังมีกลิ่นอายการเฉลิมฉลองวนเวียนอยู่ ถึงแม้จะไม่เต็มที่ เพราะสถานการณ์โรคไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID-2019) จำนวนตัวเลขผู้ติดเชื้อยังคงเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทำให้เรายังคงต้องเฝ้าระวัง และดูแลตนเองกันแบบเข้มข้น

ในฉบับนี้ทางกองบรรณาธิการขอนำเสนอความรู้ เรื่องราว น่าสนใจ และสาระรอบตัวให้ทุกท่านได้อ่านกันเช่นเคย

กองบรรณาธิการขอขอบคุณผู้อ่านทุกท่านที่ติดตามจุลสาร SCISO Societies ของคณะวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์มาตลอด หากมี คำติชมหรือข้อเสนอแนะใด ๆ สามารถแจ้งเข้ามายังกองบรรณาธิการได้โดย ผ่านช่องทางต่างๆของคณะวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์ ทางกอง บรรณาธิการยินดีที่จะแก้ไขและปรับปรุงจุลสารนี้ให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้นต่อไป

พบกันใหม่ฉบับหน้า สวัสดีค่ะ

กองบรรณาธิการ

CONTENTS

LANGUAGE WORLD

The World of Roots

อ.พีรเดช คุ่มวงศ์ไทย

IT HAPPY LIFE

“แอปฯ ออมเงิน”

ออมเงินในวันนี้เพื่อสุขภาพการเงินที่ดีในวันข้างหน้า แนะนำ 5 แอปฯ ดี ๆ

จัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย

ดร. พัทธวดี พูลสำราญ

HR CORNER

Strategic Planning: กลยุทธ์ความสำเร็จแห่งกระบวนการทางธุรกิจ

ผศ.ดร.นิรุชา ศิริวิรัชกุล

BORDER TRADE & LOGIS TRICK

ผลกระทบของร้านอาหารในห้างสรรพสินค้ากลุ่ม Street Mall ภายหลังการแพร่ระบาดของ
สถานการณ์ Covid-19 รอบแรก

ผศ.ดร.ปรีชาวดี ผลเอนก

ในบทความวิชาการฉบับนี้ ขอนำทุกท่านเข้าสู่เรื่องของคำที่เป็นรากศัพท์ (Roots / Stems) โดยถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในคำศัพท์ภาษาอังกฤษตามที่ได้เกริ่นไว้ในช่วงท้ายของบทความฉบับที่แล้ว รากศัพท์เรียกได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของคำที่จะกำหนดความหมายใจความหลักของคำศัพท์คำนั้น การมีความรู้ความเข้าใจในด้านรากศัพท์จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งทั้งในแง่ของการทำความเข้าใจความหมายของคำศัพท์ที่ได้พบจากการฟังและการอ่านโดยไม่จำเป็นจะต้องเปิดพจนานุกรมภาษาอังกฤษเพื่อตีความหมาย ซึ่งหลักการดังกล่าวนี้จะต้องบูรณาการเข้ากับการใช้ควบคู่ไปกับหลักของคำ Prefix และคำ Suffix จึงจะสามารถตีความหมายของคำศัพท์ได้อย่างถูกต้องและสมบูรณ์มากขึ้น

นอกจากนี้ ความรู้ความเข้าใจในรากศัพท์จะเป็นประโยชน์กับผู้ใช้งานภาษาทั้งในแง่ของการเลือกใช้คำในทักษะการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนได้ดียิ่งขึ้น อีกทั้ง มีคลังคำศัพท์เพื่อเลือกใช้ในกระบวนการสื่อสารที่กว้างขวางมากขึ้นและยังช่วยเป็นเทคนิคการจดจำคำศัพท์อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ อีกด้วย

คำรากศัพท์ หรือ Roots/Stems หมายถึง คำหลักที่จะให้ความหมายในคำนั้นๆ เมื่อเติมคำอุปสรรค (Prefix) เข้าไว้ด้านหน้าของคำหลัก ความหมายของคำรากศัพท์จะเปลี่ยนแปลงไปตามคำนำหน้าที่ได้เติม ยกตัวอย่างเช่น คำว่า 'Immortal' โดยมีรากศัพท์มาจากคำว่า 'Mort' ซึ่งทำหน้าที่เป็นคำคุณศัพท์ (Adjective) มีความหมายว่า 'ตาย' เมื่อมีคำ Prefix เติมข้างหน้าโดยใช้คำว่า 'Im' แปลว่า 'ไม่' และมีคำ 'Suffix' ตามหลังคือคำว่า 'Al' ซึ่งทำให้คำดังกล่าวทำหน้าที่เป็นคำคุณศัพท์ (Adjective) คำว่า 'Immortal' จึงเป็นคำคุณศัพท์ (Adjective) ให้ความหมายว่า 'ที่เป็นอมตะ' หรือ 'ที่ไม่สามารถตายได้' เป็นต้น ยกตัวอย่างอีกหนึ่งคำคือ คำว่า 'Untouchable' มีรากศัพท์มาจากคำว่า 'Touch' ซึ่งทำหน้าที่ได้ทั้งคำกริยา (Verb) และคำนาม มีความหมายว่า 'สัมผัส' เมื่อใส่คำ Prefix ไว้ด้านหน้าโดยใช้คำว่า 'Un' แปลว่า 'ไม่' และใส่คำ Suffix ไว้ด้านหลังของคำรากศัพท์ซึ่งใช้คำว่า 'Able' จึงทำให้คำดังกล่าวทำหน้าที่เป็นคำคุณศัพท์ (Adjective) คำว่า 'Untouchable' จึงเป็นคำคุณศัพท์ แปลว่า 'ไม่สามารถจับต้องหรือสัมผัสได้'

ตัวอย่างคำรากศัพท์ (Root/Stem) ที่นิยมใช้กับคำในภาษาอังกฤษมีดังต่อไปนี้

คำว่า: **aud** ให้ความหมายว่า 'to hear' หรือ 'ได้ยิน'

EX: **audio** **audible** **audience** **audition**

คำว่า: **cred** ให้ความหมายว่า 'believe' หรือ 'เชื่อ'

EX: **credit** **credible** **credential** **credibility**

คำว่า: **dem** ให้ความหมายว่า 'people' หรือ 'คน'

EX: **democracy** **demographic** **demonstrator** **demolition**

คำว่า: **dict** ให้ความหมายว่า 'to say' หรือ 'บอก' / 'พูด'

EX: **dictionary** **dictation** **dictator** **dictate**

คำว่า: **duc, duct** ให้ความหมายว่า 'to lead' หรือ 'เกี่ยวกับการนำ'

EX: **conduct** **introduction** **induct** **product**

คำว่า: gram, graph ให้ความหมายว่า 'to write' หรือ 'การเขียน'

EX: telegraph paragraph biography telegraph

คำว่า: hydra, hydro ให้ความหมายว่า 'water' หรือ 'น้ำ'

EX: hydrogen hydrofoil hydroelectric hydroxide

คำว่า: jac, ject ให้ความหมายว่า 'to throw' หรือ 'ขว้าง/โยน'

EX: eject reject projector subjective

คำว่า: jud ให้ความหมายว่า 'to judge' หรือ 'ตัดสิน'

EX: judge judicial judgement prejudice

คำว่า: mobil, mot ให้ความหมายว่า 'to move' หรือ 'เคลื่อนที่'

EX: mobility mobilize mobile phone motivation

คำว่า: port ให้ความหมายว่า 'to carry' หรือ 'ถือ'

EX: portable portal transportation portfolio

คำว่า: rupt ให้ความหมายว่า 'to break' หรือ 'แตก'

EX: bankrupt eruption corruption disruption

คำว่า: scrip/script ให้ความหมายว่า 'to write' หรือ 'เขียน'

EX: inscription prescription description subscription

คำว่า: struct ให้ความหมายว่า 'to build' หรือ 'สร้าง'

EX: instruction construction destruction restructure

คำว่า: voc ให้ความหมายว่า 'to call' / sound หรือ 'เรียก' 'เสียง'

EX: vocal vocation advocate provocation

จากตัวอย่างที่นำเสนอข้างต้น คำรากศัพท์เหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งกับผู้ใช้ภาษาในการสื่อสารทั้งในแง่ของการจดจำและการทำความเข้าใจในความหมายของคำศัพท์ กล่าวคือหากผู้ใช้ภาษามีความรู้ความเข้าใจในความหมายในคำรากศัพท์ เมื่อได้พบกับคำศัพท์จากบทความภาษาอังกฤษหรือการสื่อสารในรูปแบบอื่นๆ คำรากศัพท์จะช่วยให้ผู้ใช้ภาษาสามารถเดาความหมายของคำแล้วนำมาประกอบกับคำอุปสรรค (Prefix) และ/หรือ คำปัจจัย (Suffix) เพื่อช่วยในการเข้าใจความหมายของคำได้ดียิ่งขึ้น และมีคลังความรู้คำศัพท์ที่กว้างขวางขึ้นจนสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการสื่อสารต่างๆ ได้อย่างมีความคล่องแคล่วและเชี่ยวชาญมากขึ้น

References:

- Swales, J.M., and Feak, C. B. (2008). Academic Writing for Graduate Students: Essential Tasks and Skills. 2nd ed. USA: Michigan University Press.
- Boonyopakorn, J. (2013). English for Technological Learning. Thailand: OS Printing House.
- รมนี กอวัฒนา. 2543. การเขียนประโยคต่างๆ และอนุเจตสั้นๆ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ອອມເງິນໃນວັນນີ້เพื่อสุขภาพการเงินที่ดีในวันข้างหน้า แนะนำ 5 แอปฯ ดี ๆ

จัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย

ดร.พัชรวิทย์ พูลสำราญ

เมื่อย้อนเวลาไปในช่วงปลายปี พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมา ประเทศไทยรวมทั้งอีกหลายประเทศทั่วโลกประสบกับเหตุการณ์ที่คาดไม่ถึงเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) หรือที่เรียกกันคุ้นปากว่า “โควิด 19” ที่มีการแพร่เชื้ออย่างรวดเร็วและรุนแรงอาจส่งผลกระทบต่อชีวิตได้ ด้วยเกิดผลกระทบต่อเนื่องทำให้ภาพรวมเศรษฐกิจทั่วโลกซบเซา จากการติดตามข่าวอยู่สม่ำเสมอจะเคยได้ยินว่า มีหลายธุรกิจที่เจ้าของกิจการต้องตัดสินใจปิดกิจการลงและเลิกจ้างพนักงาน ในขณะที่บางธุรกิจหลักผันเพื่อองผู้ค้าขายได้มากขึ้น และในทุกวิกฤตย่อมมีโอกาสเสมอคงจะเห็นว่าการก่อเกิดธุรกิจในรูปแบบใหม่ๆ มากขึ้น หากมองลึกลงไปในแต่ละคนที่ได้รับผลกระทบก็เช่นกัน หลายคนมีความโชคดียังคงมีงานทำต่อเนื่อง มีความมั่นคงในหน้าที่การงาน บางคนถูกให้หยุดงานชั่วคราวจนกว่าจะพ้นวิกฤตหรืออาจจะถูกเลิกจ้างเลยก็มี แต่อีกหลายคนสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปได้โดยการสร้างอาชีพใหม่หรือเปลี่ยนวิถีชีวิตใหม่ อย่างไรก็ตาม ความหลากหลายในการแก้ปัญหาเฉพาะเหล่านี้ สิ่งที่เป็นคำถามชวนคิดสำหรับทุกคน ก็คือ “ก่อนหน้านี้เราได้เตรียมพร้อมรับมือกับสิ่งที่คาดไม่ถึงได้มากน้อยเพียงใด” มีคนไทยจำนวนไม่น้อยที่ร้องขอและรอคอยความช่วยเหลือจากผู้อื่นด้วยความหมดสิ้นหนทาง แต่ยังคงมีคนไทยอีกจำนวนไม่น้อยที่มีการวางแผนการเงินที่ดี มีเงินเก็บเงินออม มีทรัพย์สินเพียงพอสำหรับการดูแลตนเองและครอบครัวในยามฉุกเฉินได้ ดังนั้น หากเราเปิดใจตนเองและถอดบทเรียนจากการแพร่เชื้อโควิด 19 วิกฤตนี้อาจเป็นโอกาสที่ดีที่ทุกคนจะได้สำรวจและปรับเปลี่ยนการใช้ชีวิตของตนเอง หากในภายภาคหน้ามีเหตุการณ์ที่ไม่คาดถึงเกิดขึ้นอีก เราทุกคนจะได้พร้อมรับมือได้มากขึ้น ซึ่ง “การออมเงิน” เป็นทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจสำหรับการฝึกวินัยทางการเงินเพื่อรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉินในอนาคตได้

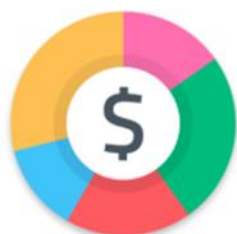
อันดับแรกเราต้องมาทำความเข้าใจเกี่ยวกับการออมเงินกันก่อน หลายคนอาจบอกว่ามีการเก็บออมเงินอยู่ประจำทุกเดือน เมื่อมีเงินรายได้เข้ามาแล้วหักเป็นค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ส่วนที่เหลือจึงจะเก็บเป็นเงินออมสะสมไว้ หากมีหลักคิดในลักษณะนี้ขอแบ่งปันให้ลองปรับวิธีคิดใหม่ คือ เมื่อได้รับเงินรายได้เข้ามาให้หักส่วนหนึ่งเก็บเป็นเงินออมทันที จากนั้นจึงค่อยวางแผนการใช้เงินส่วนที่เหลืออย่างเหมาะสม สมการการออมเงินของเราจะเปลี่ยนไปจากเดิม “เงินรายได้ - เงินออม = ค่าใช้จ่าย” หลายคนอาจมีมุมมองว่า มีค่าใช้จ่ายจำเป็นจำนวนมากเกิดขึ้นในทุก ๆ วันซึ่งจะทำให้เงินค่าใช้จ่ายไม่เพียงพอ คำถามชวนคิดอีกข้อก็คือ “เราได้มีการจัดบันทึกบัญชีรายรับ-รายจ่ายหรือบัญชีครัวเรือนหรือไม่” ถ้าคนไหน/บ้านใดมีการจัดบันทึกข้อมูลรายรับ-รายจ่ายอย่างสม่ำเสมอ ข้อมูลเหล่านี้จะทำให้สามารถรู้ได้ว่า ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น “จำเป็น” หรือ “ฟุ่มเฟือย” สิ่งที่คุณสามารถปรับตนเองให้มีวินัยทาง

การเงินให้มากขึ้นก็คือ ตัดรายจ่าย เพิ่มรายได้ แล้วความสุขก็จะเพิ่มมากขึ้น หมายความว่า ให้ทุกคนพยายามตัดค่าใช้จ่ายฟุ่มเฟือยออก หรือพยายามลดค่าใช้จ่ายฟุ่มเฟือยลงก็ได้ เช่น ค่าอาหารสุนัข ค่าตกแต่งรถยนต์ เป็นต้น และในขณะเดียวกัน ถ้าพยายามตัดค่าใช้จ่ายฟุ่มเฟือยแล้วแต่ยังไม่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตประจำวัน หรือบางคนต้องการมีเงินออมมากขึ้นก็ให้พยายามหารายได้เสริมจากความถนัดของตนเอง เช่น ปลุกต้นไม้ขาย ทำขนมขาย เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายจำเป็นและค่าใช้จ่ายฟุ่มเฟือยของแต่ละคนหรือแต่ละครอบครัวไม่เหมือนกัน ค่าใช้จ่ายที่ฟุ่มเฟือยของคนหนึ่งอาจเป็นค่าใช้จ่ายที่จำเป็นของอีกคน ในทางกลับกัน ค่าใช้จ่ายที่จำเป็นของคนหนึ่งกลายเป็นค่าใช้จ่ายที่ฟุ่มเฟือยของอีกคนก็ได้ ดังนั้น เราต้องเริ่มต้นจากการจดบันทึกบัญชีรายรับ-รายจ่ายแล้วลองพิจารณาดูค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นให้เหมาะสมกับตนเองว่า สิ่งไหนจำเป็น สิ่งไหนฟุ่มเฟือย สำหรับในยุคดิจิทัลที่มีความพร้อมในการใช้สมาร์ทโฟน (Smart phone) กันอย่างแพร่หลายจึงขอแนะนำแอปฯ ยอดนิยมที่ช่วยให้การจดบันทึกบัญชีรายรับ-รายจ่ายเป็นเรื่องง่ายขึ้น



1. MeTang by krapaotang แอปพลิเคชันมีตังค์เป็นผลงานของคนไทยที่ได้รับรางวัล Best Personal Growth Apps ประจำปี พ.ศ. 2562 มีคุณลักษณะเด่นที่น่าสนใจคือ สามารถบันทึกข้อมูลรายรับ-รายจ่ายโดยการสั่งงานด้วยเสียงพูด สามารถสร้างได้หลายบัญชี แยกตามประเภทเงินสด เงินฝาก และบัตรเครดิตได้ มีสกุลเงินรองรับหลายประเทศ พร้อมทั้งการแสดงผลในรูปแบบกราฟได้อีกด้วย

2. Piggipo แอปพลิเคชันปิกกะโปะนี้เหมาะสมสำหรับผู้ที่ใช้จ่ายเงินผ่านบัตรเครดิต โดยเฉพาะผู้ที่มีบัตรเครดิตหลายใบ ซึ่งในบางครั้งที่มีการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตหลายใบ อาจทำให้เจ้าของบัตรใช้เงินเกินงบค่าใช้จ่ายโดยไม่รู้ตัว ดังนั้นแอปฯ นี้จะช่วยให้สามารถรวบรวมและบันทึกข้อมูลการใช้จ่ายได้ทั้งแบบอัตโนมัติโดยเชื่อมต่อกับข้อมูลธนาคาร หรือหากไม่ต้องการให้มีการเชื่อมต่ออัตโนมัติก็สามารถที่จะบันทึกด้วยตนเองได้เช่นกัน



3. Spendee Budget & Money Tracker หรือเรียกสั้น ๆ ว่า แอปฯ Spendee ซึ่งมีคุณลักษณะเด่นคือ สามารถติดตามการใช้จ่ายด้วยการเชื่อมต่อกับบัญชีธนาคาร สามารถกำหนดแผนวงเงินค่าใช้จ่ายแบ่งเป็นหมวดต่าง ๆ กำหนดเวลาการจ่ายบิล พร้อมทั้งสามารถวิเคราะห์รายรับ-รายจ่ายเป็นรายเดือน และแสดงผลเป็นภาพอินโฟกราฟิกที่สวยงาม

4. Money Lover แอปพลิเคชันหม้อออมสินนี้เป็นอีกหนึ่งแอปฯ ที่ยอดนิยม เนื่องจากใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน มีหมวดหมู่เป็นไอคอนสวยงามให้เลือกใช้ สามารถบันทึกรายรับ-รายจ่าย พร้อมวางแผนเงินออมล่วงหน้าได้อีกด้วย จุดเด่นที่สำคัญนั่นคือ แอปฯ นี้ได้รับรางวัล Editor's Choice : SIMPLE WAY TO MANAGE MONEY BETTER ของปี พ.ศ. 2563



5. Weple Money แอปพลิเคชันนี้มีจุดที่แตกต่างจากแอปฯ ก่อนหน้านี้อือ แอปฯ แนะนำไว้ก่อนสามารถใช้ได้ทั้งสมาร์ทโฟนที่มีระบบปฏิบัติการ iOS หรือ Android แต่สำหรับแอปฯ ตัวสุดท้ายที่จะแนะนำนี้เหมาะสมสำหรับผู้ที่ใช้สมาร์ทโฟนที่มีระบบปฏิบัติการ iOS เท่านั้น โดยคุณลักษณะเด่นที่น่าสนใจคือ การแสดงผลเป็นปฏิทินแจกแจงเป็นรายรับ-รายจ่ายแบบวันต่อวัน และยังสามารถแยกเป็นค่าใช้จ่ายแบบเงินสด

หรือบัตรเครดิตได้อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม หากไม่สะดวกในการใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ในการจดบันทึกข้อมูลรายรับ-รายจ่าย การใช้วิธีการลงสมุดบัญชีรายรับ-รายจ่ายหรือบัญชีครัวเรือนก็ยังสามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี ซึ่งมีหลายหน่วยงานให้การสนับสนุนและส่งเสริมการออมเงิน เช่น สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส) เป็นต้น

ท้ายที่สุดนี้ แอปฯ หรืออาจมีเครื่องมือวิเคราะห์การเงินอื่นใดก็ตาม สิ่งเหล่านี้เป็นเพียงตัวช่วยสนับสนุนการบันทึกข้อมูลต่าง ๆ เท่านั้น การออมเงินเป็นวินัยของนักออมเงินทุกคน ขอให้ทุกคนมีสุขภาพการเงินที่ดี

ข้อมูลอ้างอิง

วรารณ เลิศธิกริจ และเศรษฐพงษ์ ลีเลิศพงษ์. (2563). “รู้จักวิธีการออมและการลงทุนเพื่อความมั่นคงทางการเงิน”. เอกสารประกอบการบรรยาย หลักสูตรเสริมสร้างความรู้เครือข่าย ก.ล.ต. ภาคประชาชน, สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 3 กันยายน 2563.

ข้อมูลแอปพลิเคชันของ Google Play. สามารถสืบค้นได้จาก <https://play.google.com/store/apps?hl=th>

ข้อมูลแอปพลิเคชันของ Apple Store. สามารถสืบค้นได้จาก <https://www.apple.com/ios/app-store/>

จากบทความเดิมที่ผู้เขียนได้เล่าถึงรายละเอียดของเครื่องมือการบริหารจัดการที่เป็นที่นิยมนำมาใช้ในการสร้างความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจที่มีการรายงานของ Management Tools & Trends 2017 ที่จัดทำโดย Bain & Company โดยการวิจัยเครื่องมือทางการบริหารยอดนิยม 25 ชนิด จากการเก็บข้อมูลของผู้บริหารระดับสูงบริษัทชั้นนำทั่วโลก 1,268 แห่ง ซึ่งรายงานปีล่าสุดได้ระบุว่า เครื่องมือการบริหารจัดการที่องค์กรนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ 10 อันดับแรกเปรียบเทียบในปี 1993, 2000, 2014 และ 2017 โดยอันดับหนึ่งของเครื่องมือที่เป็นที่นิยมก็คือ การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic planning) ในครั้งนี้ผู้เขียนจึงขอเล่าถึงรายละเอียดของความหมาย ความสำคัญ การนำมาใช้ ผลลัพธ์ของการวางแผนเชิงกลยุทธ์ รวมไปถึงตัวอย่างการศึกษางานวิจัยในต่างประเทศ

การวางแผนเชิงกลยุทธ์ มีผู้ได้ให้คำนิยามไว้ในหลายความหมาย อาทิเช่น McDonald (1996) กล่าวว่า การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Planning) หมายถึง “การที่องค์กรมีกิจกรรมทางธุรกิจ ภายใต้สภาพแวดล้อมที่จะทำธุรกิจเกิดอุปสรรคน้อยที่สุดหรือ เกิดโอกาสมากที่สุด ทั้งนี้กิจกรรมขององค์กรจะต้องสอดคล้องกับทรัพยากรขององค์กรด้วย” นอกจากนั้น Johnson and Scholes (1997) อธิบายว่า การวางแผนเชิงกลยุทธ์ หมายถึง “ทิศทางและขอบเขตที่องค์กรต้องการให้เกิดความได้เปรียบ โดยการใชทรัพยากรที่มีอยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและบรรลุความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder)” เมื่อกล่าวโดยสรุป การวางแผนเชิงกลยุทธ์ หมายถึง การวางแผนทางในการดำเนินธุรกิจ โดยใช้เทคนิคหรือเครื่องมือ (กลยุทธ์) ช่วยสร้างความสำเร็จหรือการบรรลุตาม วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่องค์กรได้กำหนดไว้ แล้วการวางแผนเชิงกลยุทธ์สำคัญอย่างไรกับองค์กร ตามแนวคิดของนักวิชาการหลายท่านดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 1: แนวคิดและมุมมองในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ของนักวิชาการ

แนวคิด/มุมมอง	นักวิชาการ
ภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่ต่อเนื่องของสภาพแวดล้อมภายนอก การวางแผนเชิงกลยุทธ์ช่วยให้เกิดความสมดุล (Balance) ความเหมาะสม (Fit) กับสภาพแวดล้อมภายนอก	Proctor (1997)
ในสภาพแวดล้อมที่มีความเป็นพลวัต (Dynamic) หรือมีความเคลื่อนไหว แผนจะช่วยให้การบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง โดยช่วยในการปรับปรุง (Modification) แก้ไข (Revision) กลั่นกรอง (Refinement) ปัญหาในการดำเนินงานของผู้บริหารระดับสูง	Henderson (1989)

แนวคิด/มุมมอง	นักวิชาการ
การวางแผนเชิงกลยุทธ์เป็นกระบวนการที่องค์กรนำมาช่วยให้องค์กรสามารถได้รับผลลัพธ์ตามที่องค์กรคาดหวังทางธุรกิจและเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมอีกด้วย	Hewlett (1999)

กระบวนการของการวางแผนเชิงกลยุทธ์มีการศึกษามานานกว่า 30 ปีแล้ว ซึ่งนักวิชาการด้านกลยุทธ์ได้สนับสนุนแนวคิดว่าการวางแผนเชิงกลยุทธ์เป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยให้เกิดการบรรลุงานตามหน้าที่ การดำเนินธุรกิจ ซึ่งความหลากหลายของเครื่องมือและเทคนิคการวางแผนเชิงกลยุทธ์นี้จะช่วยให้เกิดประโยชน์ในหลายด้านแก่ผู้บริหารองค์กรดังนี้

- ✓ เพิ่มการตระหนัก และให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ
- ✓ ให้ความสำคัญกับประเด็นทางกลยุทธ์
- ✓ การทราบโอกาสและอุปสรรคทำให้องค์กรลดความเสี่ยงเพื่อให้เกิดความแน่นอนในการตัดสินใจที่ชัดเจนขึ้น
- ✓ องค์กรขนาดใหญ่ต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกในการวางแผนเชิงกลยุทธ์

แล้วการวางแผนเชิงกลยุทธ์ควรนำมาใช้อย่างไร ใช้เมื่อใดกับองค์กร ใช้แล้วเกิดผลลัพธ์อย่างไร ผู้เขียนขอยกตัวอย่างผลการศึกษางานวิจัยของ Wilson and Eilertsen (2010) ซึ่งได้เก็บข้อมูลการดำเนินธุรกิจในช่วงเวลา 18 เดือนจากเกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจในปี 2007-2009 พบว่าธุรกิจได้ใช้เครื่องมือการบริหารจัดการที่สำคัญคือ การวางแผนเชิงกลยุทธ์ ผู้วิจัยได้กล่าวว่า “Organizations that embrace strategic planning are better able to pursue growth opportunities in a time of crisis” โดยการวิจัยครั้งนี้ผู้ตอบข้อมูลเป็นผู้บริหารธุรกิจที่มุ่งกิจกรรมในช่วงเกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจ 2 แบบคือ

- (1) โอกาสทางการเติบโตและการลงทุน (Growth and Investment Opportunity) ได้แก่
 - ✓ Introduced new products or services-แนะนำผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ (47%)
 - ✓ Expanded to new markets-การขยายตลาดใหม่ๆ (35%)
 - ✓ Changed pricing-การเปลี่ยนแปลงราคา (28%)
 - ✓ Invested in new production/operations capability-การลงทุนผลิตภัณฑ์ใหม่/ความสามารถในการผลิต การดำเนินงาน (21%)
 - ✓ Increased marketing budget – การลงทุนการตลาดเพิ่ม (14%)
- (2) กิจกรรมในการตั้งรับหรือการป้องกัน (Defensive Action)
 - ✓ Reduced operational costs-การลดต้นทุนการผลิต (66%)
 - ✓ Stopped new hiring-งดการจ้างงาน (42%)
 - ✓ Laid off employees-การลาออกของพนักงาน (40%)
 - ✓ Reduced training and development expenses-ลดค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและพัฒนา (40%)
 - ✓ Put larger projects on hold-ชะลอโครงการใหญ่ (39%)

		Organization Outcomes				
		Financial Results	Proactive Response	Preparedness	Optimism: One-year	Optimism: Three-year
		Our revenue and profit rose during most recent period compared to prior year	We pursued growth as opposed to taking defensive actions in response to the crisis	We were prepared for the changes in the global economic environment	Our profit, revenue, and competitive situation will improve over the next 12 months	Our competitive situation will improve over the next three years
Planning Drivers	Structure	○	○	+	+	+
	Embrace	○	+++	+++	+	+
	Reliance	+	+++	+++	+++	+

รูปภาพที่ 1: แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการวางแผนเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจและผลลัพธ์ขององค์กร

ที่มา: Wilson, J.W. and Eilertsen S. How did strategic planning help during the economic crisis?. *Strategic & Leadership*. Vol.38 (2), 5-14.

2010.

ผลการศึกษางานวิจัยดังกล่าวได้สรุปผลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการวางแผนเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจและผลลัพธ์ขององค์กรตามภาพด้านบนว่า หากองค์กรมีโครงสร้างของกระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์โดยมีการใช้ภาวะผู้นำที่เป็นเลิศจะทำให้เกิดผลลัพธ์ ได้แก่ องค์กรมีการเตรียมพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจระดับโลกและเกิดกำไร รายได้ขององค์กร และสถานการณ์ความได้เปรียบดีขึ้นเกินกว่า 12 เดือนถัดไป นอกจากนี้ยังมีความได้เปรียบและสถานการณ์การเงินขององค์กรจะดีขึ้นเกินกว่า 3 ปีถัดไป และเมื่อมีการนำกระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ไปใช้ (Embrace) องค์กรจะสามารถกำหนดอนาคตได้อย่างแท้จริงและเกิดการจัดสรรทรัพยากร ซึ่งทำให้เกิดผลลัพธ์ อันได้แก่ การตอบสนองเชิงรุกที่มุ่งการเติบโต พร้อมทั้งเป็นการป้องกันในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจและการเตรียมพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจระดับโลก และในส่วนของความน่าเชื่อถือ (Reliance) จากการที่องค์กรที่มีกระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์นั้น องค์กรจะมีประสิทธิภาพสูง เกิดผลลัพธ์ ได้แก่ องค์กรมุ่งการเติบโต เพื่อเป็นการป้องกันในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจและมีการเตรียมพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจระดับโลก รวมไปถึงเกิดกำไรขององค์กร รายได้ และสถานการณ์ความได้เปรียบดีขึ้นเกินกว่า 12 เดือนถัดไป

อ้างอิง

- [1] Rigby, D. and Bilodeau, B. Bain and Company's Management tools and Trends. 2013, 2014 and 2017. สืบค้นวันที่ 26 สิงหาคม พ.ศ. 2563 แหล่งที่มา <https://www.bain.com>
- [2] McDonald, M. Strategic marketing planning: theory, practice and research agendas. *Journal of marketing management*. Vol.12, pp. 5-28. 1996.
- [3] Johnson, G. and Scholes, K. *Exploring Corporate Strategy: Text and Cases*. Prentice-Hall. Cambridge.1997.
- [4] Proctor, T. Establishing a strategic direction: a review. *Management Decision*. Vol. 35(2). pp. 143-154.1997.

- [5] Henderson, B.D. The origin of strategy. **Harvard Business Review**. Vol. 67(6). pp. 139-143.1989.
- [6] Hewlett, C.A. Strategic planning for real estate companies. **Journal of Property Management**. Vol. 64 (1). pp. 26-29.1999.
- [7] Wilson, J.W. and Eilertsen S. How did strategic planning help during the economic crisis?. **Strategic & Leadership**. Vol.38 (2), 5-14. 2010.

Border-Trade & Logis Trick

ผลกระทบของร้านอาหาร ในห้างสรรพสินค้ากลุ่ม Street Mall ภายหลังการแพร่ระบาดของสถานการณ์ Covid-19 รอบแรก

ผศ.ดร.ปรียาวดี ผลเอนก

วันนี้ผู้เขียนได้รับเกียรติจากคนดังซึ่งก็คือ Mr. Khoo Pei Cong หนุ่มน้อยชาวฮ่องกง หรือที่วัยรุ่นไทยหลายคนรู้จักกันในนามพี่เวฟ หากใครที่ชื่นชอบในซีรีส์วาย หรือสาย Entertainment มักจะพบเห็นพี่เวฟ ในบทบาทพิธีกรในงานแสดงคอนเสิร์ตหรืองาน Fan Meeting ต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็น พิธีญาปาร์ตี้ Sotus Reunion ฯลฯ นอกจากงานในวงการบันเทิงแล้ว พี่เวฟยังมีอีกบทบาทหนึ่งในฐานะเจ้าของธุรกิจทางด้านร้าน สปาและร้านอาหาร ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 ที่ผ่านมานั้น พี่เวฟเองต้องเผชิญหน้ากับสถานการณ์ที่ไม่คาดฝันดังกล่าว วันนี้ผู้เขียนมีนัดกับพี่เวฟที่ร้านอาหาร Little Hong Kong ซึ่งเป็นร้านอาหารจีนสไตล์ฮ่องกง เราลองมาทำความรู้จักกับพี่เวฟในมุมมองของเจ้าของธุรกิจที่มีต่อผลกระทบของร้านอาหารในห้างกลุ่ม Community Mall ภายหลังการแพร่ระบาดของสถานการณ์ Covid-19 ในรอบแรกกันค่ะ



ภาพที่ 1 พี่เวฟและร้านอาหาร Little HongKong

1. ในปัจจุบันพี่เวฟมีธุรกิจอะไรบ้าง

พี่เวฟ: ร้านอาหาร Little Hong Kong และข้าวมันไก่สามพี่น้อง ซึ่งตั้งอยู่ที่เดอะ สตรีท รัชดา ร้านแบบบุสซา สุขุมวิท 26

2. ทำไมจึงเลือกเปิดธุรกิจในประเทศไทย

พี่เวฟ: ผมรักประเทศไทย ชอบอยู่ที่นี่ จริงๆ ผมเคยอยู่มาหลายๆ ประเทศ ประเทศไทยเป็นประเทศที่อยู่แล้วผมสบายใจที่สุด อยู่แล้วมีความสุขที่สุด ผมรู้สึกว่าคนไทยมีเสน่ห์ คนไทยหลายๆ คนช่วยเหลือโดยไม่หวังอะไรตอบแทน มีน้ำใจ สอนเรา ช่วยเหลือเรา คนไทยหลายๆ คนรู้จักคำว่าพอดี ผมอยากจะอยู่ที่นี่ ผมไม่อยากขอเงินพ่อแม่ใช้ อยากดูแลพ่อแม่ ซึ่งพ่อแม่ผมเองไม่มีเงินมากพอที่จะส่งผม

3. ก่อนสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 ธุรกิจร้านอาหารมีลักษณะเป็นอย่างไร

พี่เวฟ: ก่อนที่จะเกิดการแพร่ระบาดของ Covid-19 บรรยากาศร้านอาหารจะคึกคัก ผู้คนจะออกมาใช้จ่าย ออกมาทานอาหารเป็นครอบครัว กลุ่มเพื่อน พอเกิดสถานการณ์ Covid-19 ทุกอย่างก็สะดุด



ภาพที่ 2 ร้านชาวมันไก่สามพี่น้อง

4. ในช่วงการแพร่ระบาดของสถานการณ์ Covid-19 ร้านได้รับผลกระทบอย่างไรบ้าง

พี่เวฟ: ในช่วงแรกคือ ธุรกิจสแปดต้องปิดตามรัฐบาลประกาศ แต่การที่เราปิดร้านไม่ได้นิ่งนอนใจ ผมเรียกพนักงานมาคุย อันดับแรกคือ เราประชุมสัปดาห์ละครั้ง-2 ครั้ง ซึ่งเราก็จะได้กำลังใจ มีการส่งกับข้าวให้พนักงานทานบ้าง เข้ามาแล้วเราทำความสะอาดร้าน เพราะผมเชื่อว่าสุดท้ายแล้ว เราก็ต้องเปิดกิจการ ต้องดำเนินธุรกิจต่อ เพราะฉะนั้นในช่วงที่เราออกแบบไม่รู้ขอบเขตของวันที่ๆ เราจะกลับมาเปิดร้าน เราต้องทำความสะอาดและดูแลสถานที่เพื่อพร้อมเปิดเสมอ ถ้าเราปล่อยร้านไว้จะโหมม ดังนั้นจะต้องกลับมาทำความสะอาดสม่ำเสมอ ในส่วนที่ 2 นั้น ผมถือโอกาสในช่วงโควิดมาปรับปรุงร้านให้ดีกว่าเดิม ไม่ใช่แค่ระบบบริหารจัดการ หรือ Display ตัวร้าน ผมปรับปรุงจุดพักรับรองลูกค้าใหม่ ทำให้พอผ่านช่วงสถานการณ์โควิดมาทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการมีความมั่นใจ รู้สึก Wow ไปกับเรา เราทำให้เขารู้สึกว่าเราไม่ได้ทอดทิ้งพวกเขาและยังจะสู้ต่อไป ส่วนธุรกิจร้านอาหารเองนั้นมีบางสาขาที่จำเป็นต้องปิดร้าน เช่น Central World, Central Pattaya ที่เราจำเป็นต้องปิดตัวลง เพราะเป็นจุดที่ขายนักท่องเที่ยว พอมาเจอสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด นักท่องเที่ยวไม่มีมา ยังไงธุรกิจเราก็อยู่ไม่รอด จึงจำเป็นต้องปิดตัวหลายสาขา ถือเป็นครั้งแรกในชีวิตผมที่เจอ

สถานการณ์แบบนี้ การที่เราเปิดร้านโดยที่ไม่รู้ว่าพຽນนี้จะเป็นอย่างไร ตอนแรกๆ ผมเปิดร้านอาหาร Little Hong Kong 2-3 สาขา พอไปๆ มาๆ ไม่รอดต้องค่อยๆ ปิดตัวลง ในช่วงแรกผมคำนวณตัวเลขร้านแล้วพบว่า การทำ Delivery จะไม่ค่อยเป็นการดีสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ ยกเว้นร้านมีมอเตอร์ไซด์ส่งเอง ถ้าไม่อย่างนั้นต้องใช้ Platform คือ Grab, Food Panda ซึ่งเขาจะกินเรา 30% จากยอดขายจริง สำหรับผม 30% ไม่ได้เป็นปัญหา แต่ค่าใช้จ่ายตรงนี้ต้องรวมกับค่าเช่าที่ที่เป็นต้นทุนคงที่ (Fix Cost) ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่สูงอยู่แล้ว ช่วงสถานการณ์โควิดร้านอาหารให้เปิดได้แต่ค่าเช่าพื้นที่ไม่ได้ลดมาก ลดเพียงแค่นิดเดียว คิดยังไงก็ไม่คุ้มกับต้นทุนที่เป็นอาหารของเรา ซึ่งถ้าสมมติเราทำ Delivery ที่บ้านก็จะดีมากเพราะว่าเราพร้อมที่จะจ่าย 30% เราจะไม่มีความเสี่ยง เราใช้แค่คนที่บ้านน่าจะสบายกว่า พอมี Fix Cost แบบนี้จะยาก เราต้องรับมือกับการที่ 1) เราต้องห้ามหยุด ห้ามเกียจคร้าน เพราะถ้าเราเกียจคร้าน เทรนด์ (Trend) เราจะไม่ดี จะไม่มีใครจำแบรนด์เราได้ อย่างไรก็ตามช่วงสถานการณ์โควิดเป็นช่วงที่คนเสพสื่อออนไลน์ ซึ่งถ้าคุณปิดคุณจะไม่ทำอะไรมาโฆษณา คุณจะได้แต่รอ รอ และรอ เพราะฉะนั้นเราจำเป็นต้องทำ Delivery และอาศัยเพื่อนๆ ศิลปิน ดารา หรือคนที่เคยช่วยเหลือเรามาช่วยกัน Review โฆษณา ซึ่งจะช่วยให้คนรู้จักร้านเรามากขึ้น ในส่วนที่ 2) ในช่วงโควิดเรามีการปรับปรุงร้าน เช่น ร้าน Little Hong Kong ได้มีการบูรณะเบื้องพื้น ผมอยากให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการหลังโควิดคลี่คลายแล้วรู้สึก Fresh มีอะไรใหม่ๆ ซึ่งทางร้านได้มีการตกแต่งร้านใหม่หลายอย่างๆ เช่น ทำตู้ใหม่ ทาสี ทำความสะอาด ฯลฯ นี่คือนสิ่งที่ร้านเราได้ปรับปรุง เราพยายามหางานให้พนักงานได้ทำในช่วงนี้ ตารางการเข้างานของพนักงานก็จะสลับกัน เข้ามาทำงานไม่ตรงกัน เราไม่ได้ลดเงินเดือนพนักงานลง แต่เราลดเวลาทำงานลง



ภาพที่ 3 ซาลาเปาไส้ลาวาช้เค็ม กุ้งผัดพริกเกลือ และบะหมี่เกี๊ยวกุ้งฮ่องกง ร้าน Little Hong Kong

5. หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Covid-19 พฤติกรรมลูกค้าเป็นอย่างไรและทางร้านมีวิธีการดึงดูดลูกค้าอย่างไร

พี่เวฟ: พอกลับมาดำเนินธุรกิจแล้วสิ่งที่ร้านอาหารทุกร้านต้องเผชิญหน้าก็คือ ความไม่แน่นอน พฤติกรรมลูกค้าใช้จ่ายน้อยลง ทางร้านต้องใช้วิธีการตลาดที่ดีที่สุดคือการ Save Cost ให้มากที่สุด วิธีการตลาดที่ดีคือ การเน้นคุณภาพอาหาร และรสชาติอาหาร เป็นหลัก ช่วงสถานการณ์โควิดผมใช้เวลาในการพัฒนาสูตรอาหาร มีการถ่ายรูปเพื่อลง Social เปลี่ยนเมนูใหม่ๆ มีการ Develop Product ใหม่ๆ ให้ลูกค้าได้ลองชิม เพราะผมรู้สึกว่าเป็นหัวใจสำคัญที่เราจะอยู่รอดหรือไม่ ในช่วงโควิดเราเจ็บตัวมาเยอะ เพราะฉะนั้นเราไม่สามารถใช้เงินไปกับการกับการซื้อโฆษณามากมาย เราอาศัยหัวใจหลักของเราคือ อาหาร ซึ่งอาหารนั้นสำคัญที่สุด จึงต้องมีการพัฒนาสูตรใหม่เรื่อยๆ



ภาพที่ 4 เมนูข้าวผัดหอยเชลล์และก๋วยเตี๋ยวหลอดกุ้งร้าน Little Hong Kong

การแพร่ระบาดของสถานการณ์ Covid-19 เป็นเหตุการณ์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆ ไม่คาดฝันว่าจะเกิด แต่เมื่อเกิดขึ้นมาแล้วผู้ประกอบการแต่ละคนต่างมีแนวทางในการรับมือแตกต่างกันไป ธุรกิจของพี่เวฟเองอาจมีแนวทางการรับมือที่แตกต่างกับร้านอาหารที่เป็น Chain ใหญ่ๆ แต่ด้วยความใจสู้ของพี่เวฟ รวมไปถึงรสชาติที่แสนอร่อยของอาหาร ทั้ง 2 ร้าน บวกกับพลังกลุ่มแฟนคลับของนักแสดงในค่ายจีเอ็มเอ็มทีวี เช่น คริส พีรวัส แสงโพธิรัตน์ ฯลฯ ซึ่งเป็นหนึ่งในหุ้นส่วนร้านข้าวมันไก่สามพี่น้อง ฯลฯ หรือแม้กระทั่งแฟนคลับของพี่เวฟเอง ที่เข้ามาอุดหนุนพี่เวฟไม่ขาดสายทั้งร้านข้าวมันไก่สามพี่น้อง และร้าน Little Hong Kong ส่งผลให้ธุรกิจค่อยๆ พื้นตัวดีขึ้นเรื่อยๆ ในปัจจุบันนี้สถานการณ์การระบาดระลอกที่ 2 ของสถานการณ์โควิด 19 กำลังลุกลาม พี่เวฟได้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ตารางการทำงานของพนักงาน และนโยบายทางการบริหารเพื่อความปลอดภัยของผู้มาใช้บริการในร้าน ผู้เขียนขอเป็นกำลังใจให้พี่เวฟและผู้ประกอบการธุรกิจทุกท่านสามารถฝ่าฟันอุปสรรคในครั้งนี้ได้เป็นอย่างดีนะคะ
