

บทที่ 3

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม
และการแสวงหาโอกาสใหม่ทางธุรกิจ

เนื้อหา

1. ความหมายของการวิเคราะห์

สภาพแวดล้อม

2. การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกทางธุรกิจ

3. การวิเคราะห์ปัจจัยภายในทางธุรกิจ

4. การแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ

5. แหล่งที่มาของโอกาสทางธุรกิจ

6. แนวความคิดทางธุรกิจ

7. ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม

เอื้อประโยชน์กับธุรกิจใหม่

8. กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดอุตสาหกรรมใหม่

ความหมาย...การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อม

วิเคราะห์สภาพแวดล้อม หมายถึง การมีโครงสร้างองค์กรและสภาพแวดล้อมที่ดี ซึ่งเป็นรากฐานที่สำคัญของระบบการควบคุมภายในที่มีประสิทธิผล จึงมีความจำเป็นที่ต้องสร้างสภาวะหรือปัจจัยต่างๆ เพื่อเอื้อให้ระบบควบคุมภายในดำเนินงานไปได้ตามที่บริษัทมุ่งหวัง เป็นการสร้างบรรยากาศ การควบคุมเพื่อส่งเสริมให้ทุกคนในบริษัท ตระหนักถึงความจำเป็นของระบบการควบคุมภายใน **วิเชียร วิทยอุดม (2558)**

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ หมายถึง ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการดำเนินงานขององค์กร โดยเฉพาะในสถานการณ์ปัจจุบันที่สร้างความได้เปรียบ และความเสียเปรียบทางธุรกิจสามารถเกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจึงเป็นความจำเป็นที่ผู้บริหารในทุกองค์กรต้องให้ความสนใจ เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่เกิดขึ้น **ณัฐพันธ์ เขจรนันท์ (2552)**

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ หมายถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานขององค์กร

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจอาจก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ ต่อการดำเนินงานใน

ปัจจุบัน ก่อให้เกิดจุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) หรืออุปสรรค

(Threat) ต่อองค์กร ซึ่งการศึกษาด้านกลยุทธ์ธุรกิจจะแบ่งการพิจารณาสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อ

การดำเนินงานขององค์กรออกเป็น สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร และสภาพแวดล้อมภายใน

องค์กร

สรุปการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ หมายถึง ปัจจัยต่าง ๆ ที่อยู่รอบ ๆ

องค์กร เป็นแรงผลักดันที่มีผลกระทบต่อการบริหารจัดการองค์กร ปัจจัยเหล่านี้รวมตัวกัน

กลายเป็นสภาพแวดล้อม แบ่งออกเป็น สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) และ

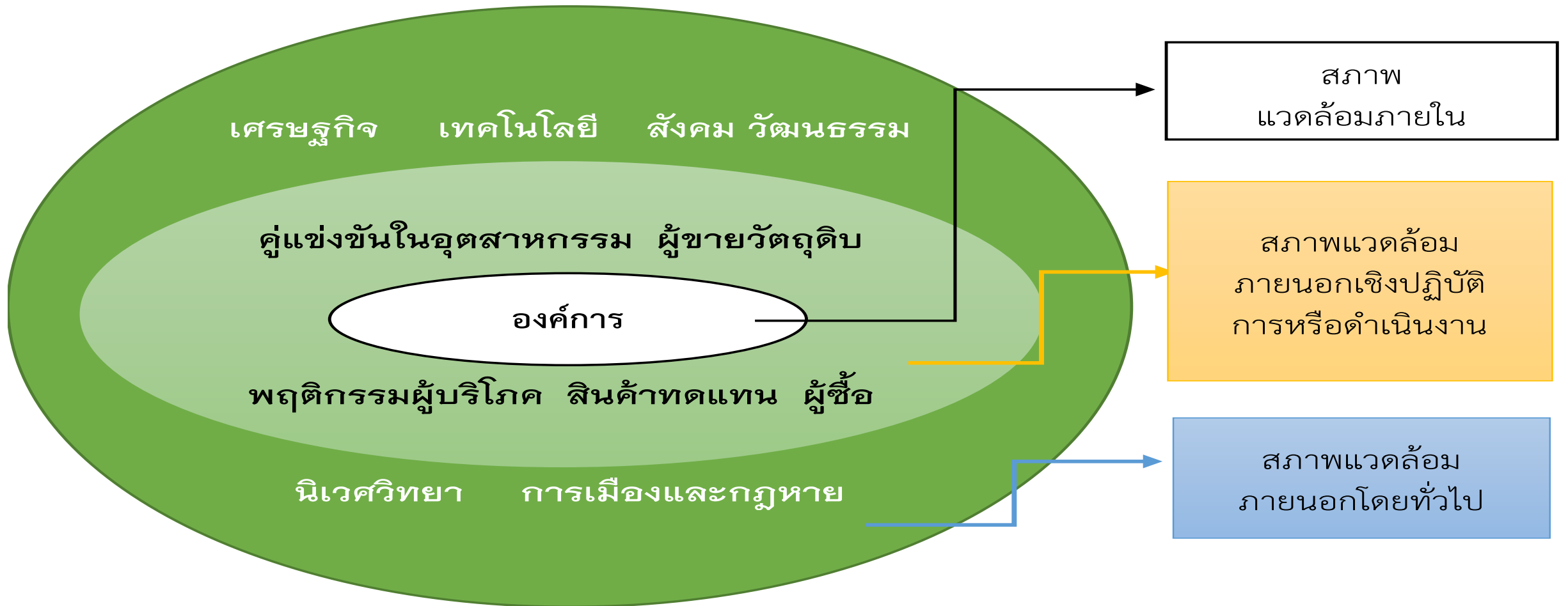
สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

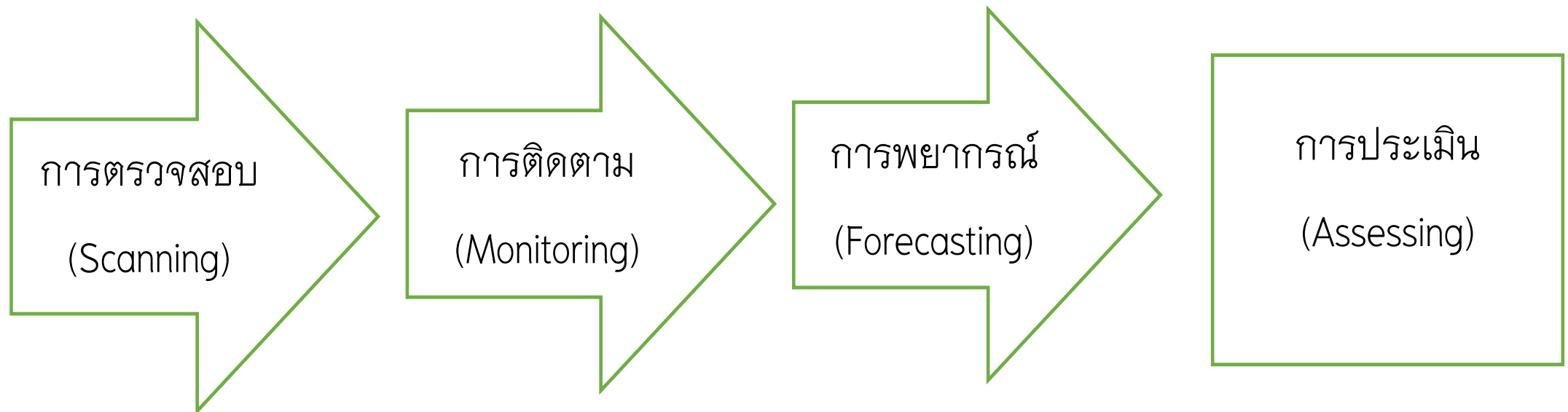
(External Environment Analysis)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) หมายถึง สภาพแวดล้อมที่อยู่ภายนอกขององค์กรที่สามารถส่งผลกระทบต่อองค์กร ทางบวก เรียกว่า โอกาส (Opportunities = O) ส่วนผลกระทบแนวทางลบเรียกว่า อุปสรรคหรือข้อจำกัด (Threats = T) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กร สามารถแบ่งการวิเคราะห์เป็น 2 ระดับ คือ สภาพแวดล้อมภายนอกโดยทั่วไป (General Environment) และสภาพแวดล้อมภายนอกเชิงปฏิบัติการ หรือสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน (Operating Environment)

สภาพแวดล้อมภายนอก (General Environment Analysis)



กระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก



ปัจจัยสภาพ แวดล้อมภายนอก	ตรวจสอบ ผลกระทบ (ปัจจุบัน)	ติดตามผล กระทบที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต	พยากรณ์แนวโน้ม ที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต	ผลการ ประเมิน (O /T)

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก

1. ด้านเศรษฐกิจ

- เศรษฐกิจภายในประเทศ
- การเติบโตภาคอุตสาหกรรมที่กิจการดำเนินอยู่
- อัตราดอกเบี้ย
- รายได้ประชาชาติ
- อัตราการแลกเปลี่ยน
- ระดับค่าจ้าง และเงินเดือน
- อัตราการว่างงาน ฯลฯ

2. ด้านสังคม และวัฒนธรรม

- ค่านิยมและทัศนคติของสังคม
- วิธีการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนไป
- การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค
- โครงสร้างประชากร
- อัตราการเกิดของประชากร
- การดูแลสุขภาพคุณภาพ อนามัย ฯลฯ

3. ด้านการเมือง และ กฎหมาย

- นโยบายของรัฐบาลในด้านต่างๆ
- กฎหมายต่างๆที่มีผล กระทบโดยตรงต่อธุรกิจ
- ทักษะคติต่อบริษัทข้ามชาติ กฎหมายภาษีอากร
- กฎหมายห้ามการผูกขาด
- กฎหมายแรงงาน / แรงงานข้าม ชาติ
- การมีเสถียรภาพของรัฐบาล ฯลฯ

4. ด้านเทคโนโลยี

- ความเจริญก้าวหน้าทางด้าน การสื่อสาร
- โครงสร้างพื้นฐานทางโทรคมนาคม
- การค้นพบสิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรมทางเทคโนโลยี
- การพัฒนาการใหม่ๆทางด้าน เทคโนโลยี
- การป้องกันสิทธิบัตร ฯลฯ

5. ด้านนิเวศวิทยา

- ผลกระทบจากภาวะ โลกร้อน
- ผลกระทบจากมลภาวะ
- องค์กรที่ไม่ใช่ของรัฐ
- กฎหมายป้องกันสภาพแวดล้อม ฯลฯ

6. ด้านปฏิบัติการหรือการดำเนินงาน

- การแข่งขันระหว่างอุตสาหกรรมเดียวกัน
- การวิเคราะห์ภัยคุกคามของผู้เข้ามาใหม่
- การวิเคราะห์อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ
- การวิเคราะห์สินค้าหรือบริการทดแทน
- การวิเคราะห์อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ ฯลฯ

ตัวอย่าง เทคนิคการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Environmental Analysis Techniques)

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก	ตรวจสอบผลกระทบ (ปัจจุบัน)	ติดตามผล กระทบที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต	พยากรณ์แนวโน้ม ที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต	ผลการประเมิน (O /T)
<p><u>ด้านเศรษฐกิจ</u></p> <p>1. เศรษฐกิจภายในประเทศ</p>	<p>✓</p>	<p>มีผลกระทบในระดับมาก</p>	<p>เศรษฐกิจภายในประเทศไทยใน 2 ไตรมาสของปีมีขยายตัวร้อยละ 3.8 ผู้บริโภคมุ่งมั่นในการจับจ่ายใช้สอยเพื่อการอุปโภคบริโภคมากขึ้น เพิ่มโอกาสในการขายสินค้า</p>	<p>O</p>

<p>ปัจจัยสภาพ แวดล้อมภายนอก</p>	<p>ตรวจสอบ ผลกระทบ (ปัจจุบัน)</p>	<p>ติดตามผล กระทบที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต</p>	<p>พยากรณ์แนวโน้ม ที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต</p>	<p>ผลการ ประเมิน (O /T)</p>
<p>2. การเติบโตภาคอุตสาหกรรมที่กิจการดำเนินอยู่</p>	<p>✓</p>	<p>มีผลกระทบในระดับ มาก</p>	<p>แนวโน้มการเติบโตของ ตลาด และกลุ่มเป้าหมายมี การซื้อสินค้าปริมาณมาก ขึ้นต้องเพิ่มกำลังการผลิตอย่างต่อเนื่อง</p>	<p>O</p>

<p>ปัจจัยสภาพ แวดล้อมภายนอก</p>	<p>ตรวจสอบ ผลกระทบ (ปัจจุบัน)</p>	<p>ติดตามผล กระทบที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต</p>	<p>พยากรณ์แนวโน้ม ที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต</p>	<p>ผลการ ประเมิน (O /T)</p>
<p><u>ด้านสังคม และวัฒนธรรม</u> 1. การเปลี่ยนแปลงของผู้บริ โภค</p>	<p>✓</p>	<p>มีผลกระทบในระดับ มาก</p>	<p>พฤติกรรมของผู้บริ โภค เน้นความสะดวกสบาย รวดเร็ว ส่งผลให้สินค้า ใหม่ตอบสนองความ ต้องการของลูกค้าได้ดี</p>	<p>O</p>

ปัจจัยสภาพ แวดล้อมภายนอก	ตรวจสอบ ผลกระทบ (ปัจจุบัน)	ติดตามผล กระทบที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต	พยากรณ์แนวโน้ม ที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต	ผลการ ประเมิน (O /T)
2. การดูแลรักษาสุขภาพ และอนามัย	✓	มีผลกระทบในระดับ มาก	กระแสการรักสุขภาพ การ ดูแล รูปร่าง ที่เกิดขึ้นทั้ง ชายและหญิง ทำให้เพิ่ม โอกาสในการเสนอขาย สินค้า และเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น	O

<p>ปัจจัยสภาพ แวดล้อมภายนอก</p>	<p>ตรวจสอบ ผลกระทบ (ปัจจุบัน)</p>	<p>ติดตามผล กระทบที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต</p>	<p>พยากรณ์แนวโน้ม ที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต</p>	<p>ผลการ ประเมิน (O /T)</p>
<p><u>ด้านการเมือง และ กฎหมาย</u> 1 .กฎหมายแรงงาน / แรง งานข้ามชาติ</p>	<p>✓</p>	<p>มีผลกระทบในระดับ มาก</p>	<p>รัฐมีมาตรการ ปรับ ค่าแรงขั้นต่ำ ทำให้ อุตสาหกรรมต้องแบกรับ ต้นทุนสินค้าเพิ่มขึ้นส่งผล กระทบกับการต้องปรับ ราคาสินค้าเพิ่มขึ้น</p>	<p>T</p>

ปัจจัยสภาพ แวดล้อมภายนอก	ตรวจสอบ ผลกระทบ (ปัจจุบัน)	ติดตามผล กระทบที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต	พยากรณ์แนวโน้ม ที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต	ผลการ ประเมิน (O /T)
2. นโยบายของรัฐบาลใน ด้าน แก้ไขปัญหาวิกฤตการณ์โควิด - 19	✓	มีผลกระทบในระดับ มาก	รัฐบาลไม่มีนโยบายใน การแก้ไขปัญหา โควิด- 19 ที่ชัดเจน ส่งผลต่อกิจการ ต้องปิดดำเนินงานตาม นโยบายภาครัฐทำให้ ผล ประกอบการ ลดลง	T

ปัจจัยสภาพ แวดล้อมภายนอก	ตรวจสอบ ผลกระทบ (ปัจจุบัน)	ติดตามผล กระทบที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต	พยากรณ์แนวโน้ม ที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต	ผลการ ประเมิน (O /T)
<p style="text-align: center;"><u>ด้านเทคโนโลยี</u></p> <p>1. ความเจริญก้าวหน้าทางด้านการสื่อสาร</p>	✓	มีผลกระทบในระดับ มาก	การล้ำหน้าทันสมัยของเทคโนโลยี ทำให้เกิดการเชื่อมโลกให้เป็นหนึ่งเดียวกัน ทำให้สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้ในวงกว้างองค์กรสามารถสร้างการรับรู้ และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายได้มากขึ้น	O

<p>ปัจจัยสภาพ แวดล้อมภายนอก</p>	<p>ตรวจสอบ ผลกระทบ (ปัจจุบัน)</p>	<p>ติดตามผล กระทบที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต</p>	<p>พยากรณ์แนวโน้ม ที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต</p>	<p>ผลการ ประเมิน (O /T)</p>
<p>2. การพัฒนาการทางด้าน เทคโนโลยี</p>	<p>✓</p>	<p>มีผลกระทบในระดับ มาก</p>	<p>ช่องทางการสื่อสารและ ช่องทางการขายในปัจจุบัน เข้าถึงง่ายและหลากหลาย เช่น ช่องทางขายสินค้าทาง ออนไลน์ ทำให้เข้าถึงกลุ่ม ลูกค้าได้ง่ายขึ้น</p>	<p>O</p>

<p>ปัจจัยสภาพ แวดล้อมภายนอก</p>	<p>ตรวจสอบ ผลกระทบ (ปัจจุบัน)</p>	<p>ติดตามผล กระทบที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต</p>	<p>พยากรณ์แนวโน้ม ที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต</p>	<p>ผลการ ประเมิน (O /T)</p>
<p><u>ด้านนิเวศวิทยา</u> 1. กฎหมายป้องกันสภาพ แวดล้อม</p>	<p>✓</p>	<p>มีผลกระทบในระดับ มาก</p>	<p>การมีกฎหมายหรือมาตรการ การของรัฐเกี่ยวข้องกับบรรจุ ภัณฑ์ห้ามใช้บรรจุภัณฑ์ที่ ทำลายสิ่งแวดล้อมโดย เฉพาะ พลาสติก หรือ โฟม จึงส่งผลกระทบต่อต้นทุนบรรจุ ภัณฑ์ที่สูงขึ้น ต้นทุนเพิ่ม ขึ้น</p>	<p>O</p>

<p>ปัจจัยสภาพ แวดล้อมภายนอก</p>	<p>ตรวจสอบ ผลกระทบ (ปัจจุบัน)</p>	<p>ติดตามผล กระทบที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต</p>	<p>พยากรณ์แนวโน้ม ที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต</p>	<p>ผลการ ประเมิน (O /T)</p>
<p><u>ด้านปฏิบัติการหรือการดำเนินงาน</u></p> <p>1. การแข่งขันระหว่าง อุตสาหกรรมเดียวกัน</p>	<p>✓</p>	<p>มีผลกระทบในระดับ มาก</p>	<p>การแข่งขันในอุตสาหกรรม เดียวกัน มีการแข่งขัน ขั้นที่ค่อนข้างรุนแรง และมี คู่แข่งจำนวนมาก</p>	<p>T</p>

ปัจจัยสภาพ แวดล้อมภายนอก	ตรวจสอบ ผลกระทบ (ปัจจุบัน)	ติดตามผล กระทบที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต	พยากรณ์แนวโน้ม ที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต	ผลการ ประเมิน (O /T)
2. การวิเคราะห์ภัยคุกคาม ของผู้เข้ามาใหม่	✓	มีผลกระทบในระดับ มาก	ขนาดตลาด (Market Size) มีขนาดใหญ่ กว่า 50% คือ คู่แข่งชั้นรายใหญ่มีเงินทุน สูง สามารถขายสินค้าได้ หลากหลายช่องทางและ สามารถประชาสัมพันธ์ได้ ดีกว่า	T

ปัจจัยสภาพ แวดล้อมภายนอก	ตรวจสอบ ผลกระทบ (ปัจจุบัน)	ติดตามผล กระทบที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต	พยากรณ์แนวโน้ม ที่จะเกิดขึ้น ปัจจุบัน - อนาคต	ผลการ ประเมิน (O /T)
3. การวิเคราะห์สินค้าหรือ บริการทดแทน	✓	มีผลกระทบในระดับ มาก	กลุ่มตลาดเป้าหมายมีทางเลือกมาก เพราะมีสินค้าทดแทนหลากหลาย ทางตรงและทางอ้อม	T

สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment)

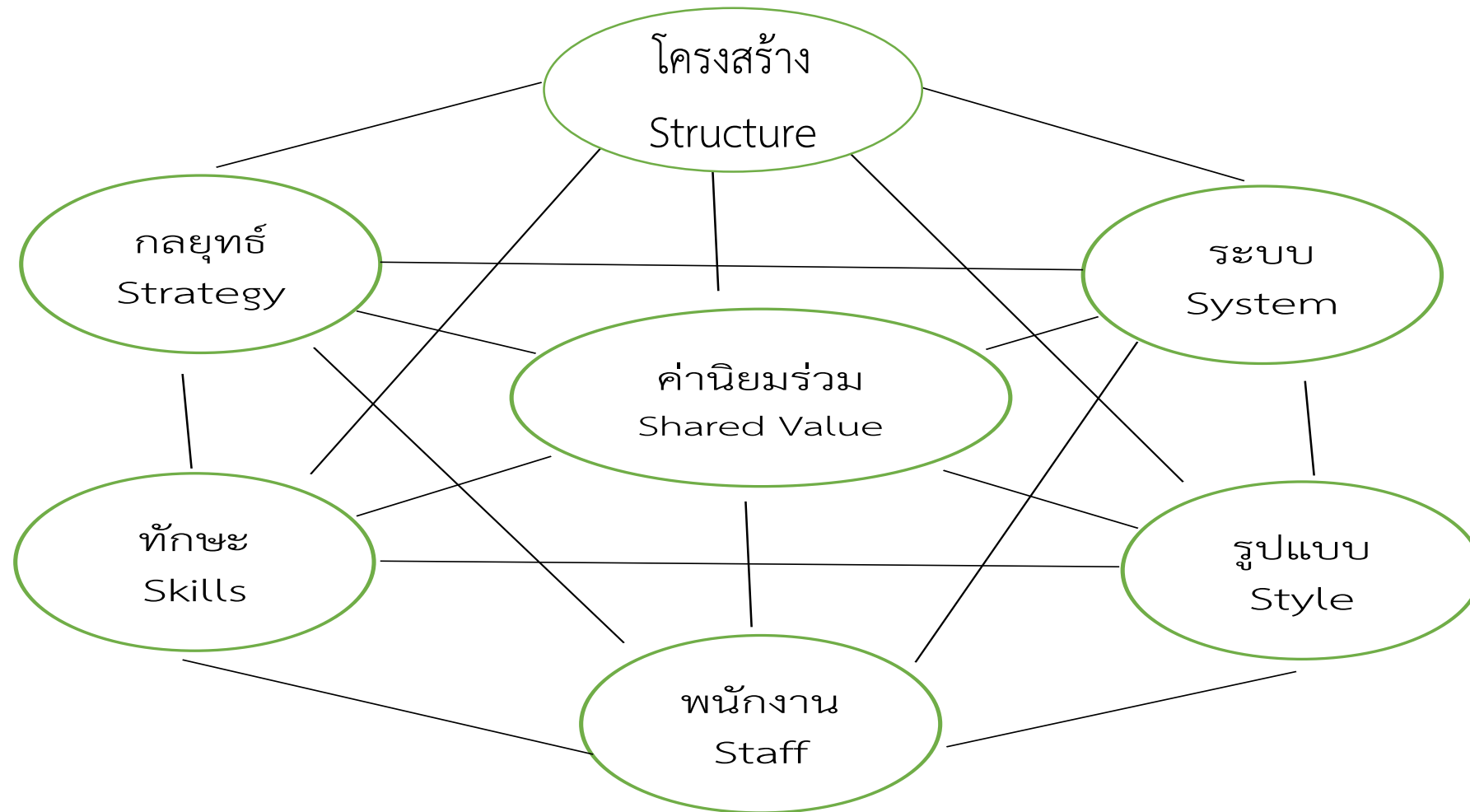
หมายถึง สภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลภายในองค์การธุรกิจ ซึ่งผู้บริหารองค์การต้องควบคุมให้ได้เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบในทางลบต่อการดำเนินธุรกิจ เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในที่นิยมนำมาใช้ในการวิเคราะห์มีหลายวิธี ได้แก่

1. การวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Analysis)
2. การวิเคราะห์แบบจำลอง 7s ของแมคคินซี (7s Model Analysis)
3. การวิเคราะห์ตามสายงาน (Scanning Functional Resources Analysis)

การวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Analysis)



การวิเคราะห์แบบจำลอง 7s ของแมคคินซี (7s Model Analysis)



การวิเคราะห์ตามสายงาน (Scanning Functional Resources Analysis)

- ❖ โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Basic Organization Structure)
- ❖ หน้าที่ทางการตลาด (Marketing Functions)
- ❖ หน้าที่ทางการเงิน (Finance Functions)
- ❖ หน้าที่ทางด้านการผลิตและการดำเนินงาน (Production and Operations Functions)
- ❖ หน้าที่ทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources Functions)
- ❖ หน้าที่ทางด้านระบบสารสนเทศ (Information System Functions)

การแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ

ผู้ประกอบการทางธุรกิจ แสวงหาแนวความคิด มีความตั้งใจ และต้องศึกษาเกี่ยวกับประเภทของธุรกิจ เพื่อการแสวงหาโอกาสในการทำธุรกิจ

- ธุรกิจการผลิต
- ธุรกิจซื้อขายไปหรือธุรกิจการค้า
- ธุรกิจให้บริการ

แหล่งที่มาของโอกาสทางธุรกิจ

แหล่งที่มาของโอกาส อันเป็นจุดเริ่มต้นของธุรกิจใหม่ (Origins of New Venture) เกิด

จาก 2 แหล่ง

- ❑ เกิดจากคนเป็นผู้ให้ข้อมูลบอกแนวทางที่น่าจะเป็นโอกาสที่ดีในการประกอบธุรกิจใหม่
- ❑ เกิดจากการเปลี่ยนแปลงจากสิ่งแวดล้อมภายนอก (External Changes)



เกิดจากการเปลี่ยนแปลงจากสิ่งแวดล้อมภายนอก (External Changes)

- ❖ การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี (Technological Change)
- ❖ การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและกฎหมาย (Political and Regulatory Change)
- ❖ การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมและประชากรศาสตร์ (Social and Demographic Change)
- ❖ การเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากแนวโน้มในสังคมสมัยใหม่

(Emerging Trends in Contemporary Society)

- ❑ การเติบโตของทางด่วนข้อมูล
- ❑ การมุ่งเน้นในเรื่องสุขภาพอนามัย ร่างกายได้สัดส่วนและความงาม
- ❑ การเปลี่ยนแปลงบทบาทของผู้ชายและผู้หญิง
- ❑ การเปิดกิจการธุรกิจที่บ้านและสำนักงานในอนาคต
- ❑ การมุ่งเน้นการพักผ่อนหย่อนใจมากขึ้น

แนวความคิดทางธุรกิจ

- ❑ ผู้ประกอบการมีพื้นฐาน และบริบทการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันไป
- ❑ การสมดุลระหว่างผลลัพธ์และความสมเหตุสมผล
- ❑ การประยุกต์ใช้ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Adaptability)
- ❑ การเรียนรู้จากความผิดพลาดของธุรกิจ (Learning from Business Failure)

ทิศทางการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อการก่อตั้งธุรกิจใหม่ พิจารณาได้จากลักษณะสำคัญ 4 ด้าน

1. สภาพทางด้านความรู้
2. สภาพด้านความต้องการของตลาด (Demand Conditions)
3. วงจรชีวิตของอุตสาหกรรม (Industry Life Cycle)
4. โครงสร้างอุตสาหกรรม (Industry Structure)

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดอุตสาหกรรมใหม่

□ กลยุทธ์การเข้าสู่อุตสาหกรรมที่มีธุรกิจกระจายตัว

- ❖ อุตสาหกรรมซึ่งประกอบ ด้วยบริษัทขนาดเล็ก ขนาดกลาง มากมาย กระจายอยู่ทั่วไปในอุตสาหกรรมต่าง ๆ
- ❖ เช่น อุตสาหกรรมร้านอาหาร อู่ซ่อมรถยนต์ และคลินิกแพทย์ เป็นต้น
- ❖ ไม่มีผู้นำในการกำหนดทิศทางในการแข่งขัน
- ❖ กลยุทธ์มุ่งเน้นตลาดเป้าหมายโดยเฉพาะ (Focus Strategy)

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดอุตสาหกรรมใหม่

□ กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดใหม่

- กลยุทธ์นำร่อง หรือกลยุทธ์ผู้บุกเบิก (Pioneer Strategy)
- กลยุทธ์ผู้ตาม (Follow Strategy)

สรุป

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการ และการแสวงหาโอกาสใหม่ทางธุรกิจ ผู้ประกอบการจะมุ่งแสวงหาโอกาสทองในการดำเนินธุรกิจ โดยส่วนใหญ่แหล่งที่มาของโอกาสจะมาจาก “คน” เป็นผู้ชี้แนะแนวทางให้เห็น โอกาสดี ๆ ก็มาจากความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการแสวงหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี การเมืองและกฎหมาย และกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ ด้านสังคมและประชากรศาสตร์ และการเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากแนวโน้มที่เกิดขึ้นในสังคมสมัยใหม่

จบการบรรยาย

คำถามทบทวน

- 1.อธิบายความหมายของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ TOWS Analysis
- 2.จงอธิบายถึงสภาพแวดล้อมทางภายนอกคืออะไร ประกอบด้วยอะไรบ้าง
- 3.จงยกตัวอย่างประกอบ สภาพแวดล้อมทางภายนอกที่มีผลกระทบกับธุรกิจมาพอเข้าใจ
- 4.ให้อธิบายถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในทางธุรกิจ คืออะไร ประกอบด้วยอะไรบ้าง
- 5.ให้ยกตัวอย่างสภาพแวดล้อมภายในทางธุรกิจ และอธิบายประกอบว่ามีผลกระทบอย่างไรต่อการดำเนินธุรกิจ

6.อธิบายถึงการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ คืออะไร เพราะอะไร

7.อภิปรายแหล่งที่มาของโอกาสทางธุรกิจ คืออะไร มีความจำเป็นอย่างไรต่อการดำเนินธุรกิจ

8.อธิบายแนวความคิดทางธุรกิจ คืออะไร มีความสำคัญอย่างไร อธิบาย

9.ให้อธิบายถึง ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมที่เอื้อประโยชน์กับธุรกิจใหม่ คืออะไร
ทำไมถึงเป็นเช่นนั้น

10.ให้อธิบายถึง กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดอุตสาหกรรมใหม่ ว่ามีปัจจัยใดบ้าง อธิบายอย่างละเอียด

เอกสารอ้างอิง

- กตัญญู หิรัญญูสมบุญ. (2563). **การจัดการธุรกิจขนาดย่อม SME & Start Up**. กรุงเทพฯ: ยูเพรส.
- ณัฐสุพันธ์ เขจรนันท์. (2552). **การจัดการเชิงกลยุทธ์ (ฉบับปรับปรุงใหม่)**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ธนวุฒ พิมพิกิ. (2556). **การเป็นผู้ประกอบการทางธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- พิบูล ทีปะपाल และธนวัฒน์ ทีปะपाल(2552). **การเป็นผู้ประกอบการ** กรุงเทพฯ อมรการพิมพ์ _____ . (2559). **การจัดการเชิงกลยุทธ์ (ปรับปรุงใหม่)**. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- วิเชียร วิทยอุดม. (2558). **การจัดการสมัยใหม่**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Adam, Sara. (2017). The relationship between entrepreneurial orientation, marketing innovation and competitive marketing advantage of female entrepreneurs in Egypt. **International Journal of Technology Management & Sustainable Development**, 2, 157-174.
- Baron, Robert A. & Scott A. Shane. (2008). **Entrepreneurship: A Process Perspective**. (2nd ed.). USA: Thomson South-Western.
- David, R., Fred. (2001). **Strategic Management: Concepts** (8th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentic Hall.
- Hanna, N. & Wozniak, R. (2001). **Consumer Behavior: An Applied Approach**. New Jersey: Addison Wesley.

Rogers, R. (1983). *Diffusion of innovations*. New York: Free Press.

Thomas L. Wheenlen., J. David Hunger., Alan N. Hoffman, & Charles E. Bamford.

(2560). **การจัดการเชิงกลยุทธ์ Strategic Management and Business Policy.**

แปลและเรียบเรียง โดยวิรัช สงวนวงศ์วาน. กรุงเทพฯ: ท้อป.

Walker, Orville C., Boyd Harper W., Mullins, John, & Larreche, Jean-Claude. (2003).

Marketing Strategy: A Decision- Focused Approach (4th ed.). Boston: McGraw-Hill.