

ศักยภาพในการแข่งขัน ผู้ประกอบการ นวัตกรรมจัดการและการฟื้นตัว
ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย
Competitive Advantage Entrepreneurs Potential Innovative Management and
Resilience influencing Successful Sportswear and Accessory Business in
Thailand

สุกกร ตันวารวุดิชัย^{1*}, ชัยรัตน์กร ภาวิศพิริยะภักติ²ม ลิทธิ์ อีรสรณ์³ และ ปิยะพันธุ์ ชะบา⁴
Supakorn Tunvaravuttichai^{1*}, Chaithanaskorn Phawitpiriyakliti², Sid Terason³
and Piyapan Chaba⁴

วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand

Corresponding Author, Email: supakorn.tu@ssru.ac.th^{1}

Received: June 5, 2024

Revised: December 28, 2024

Accepted: December 30, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ศักยภาพในการแข่งขัน ผู้ประกอบการ นวัตกรรมจัดการ และการฟื้นตัว ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย ในการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจการขายปลีกเครื่องกีฬาในร้านค้าเฉพาะในประเทศไทย จำนวน 300 คน สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เก็บข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย โดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ตัวแบบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย มีดังนี้ ศักยภาพในการแข่งขัน ผู้ประกอบการ และการฟื้นตัว โดยสามารถอธิบายถึงความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย ได้ร้อยละ 78.7 เมื่อนำองค์ประกอบทั้งหมดมาทำการสังเคราะห์ผลการวิจัยจะเกิดเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบ ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย ซึ่งให้ความสำคัญกับตัวแปรศักยภาพในการแข่งขัน มากที่สุด ประกอบด้วย สินค้ามีคุณภาพ ภาพลักษณ์ที่ดีจากลูกค้า และอำนาจทางการตลาด สามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของตัวแปร การฟื้นตัว ผู้ประกอบการ และนวัตกรรมจัดการ ในการส่งเสริมความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: ศักยภาพในการแข่งขัน, ผู้ประกอบการ, นวัตกรรมจัดการ, การฟื้นตัว, ธุรกิจอุปกรณ์กีฬา

Abstract

The purpose of the research is to study the competitive potential, entrepreneurship, management innovation, and recovery factors that influence the success of the sports equipment business in Thailand. This quantitative research used multiple regression analysis with a sample of 300 entrepreneurs in the retail sports equipment business in specialized

stores in Thailand. The sample was collected through a multi-stage process using an online survey.

The research findings revealed that the factors influencing the success of the sports equipment business in Thailand include competitive potential, entrepreneurship, and recovery. These factors can explain 78.7% of the success of the sports equipment business in Thailand. When synthesizing all the elements, the research results lead to a development framework for the success factors of the sports equipment business in Thailand. This framework emphasizes the importance of competitive potential, which includes product quality, good customer image, and market power. It also links the relationships between recovery, entrepreneurship, and management innovation to effectively promote the success of the sports equipment business in Thailand.

Keywords: Competitive Advantage, Entrepreneurs Potential, Innovative Management, Resilience, Sportswear and Accessory Business

บทนำ

อุตสาหกรรมกีฬาหรือธุรกิจกีฬา เป็นแหล่งที่มีมูลค่าสูงอย่างสำคัญ เนื่องจากมีความเชื่อมโยงกับหลายด้านของธุรกิจ รวมถึงธุรกิจท่องเที่ยวทางกีฬา การผลิตและการค้าปลีก โรงงานผลิตผลิตภัณฑ์กีฬา นักกีฬามืออาชีพ ตลาดสินค้าและบริการ และผู้สนับสนุนกีฬา การที่กีฬาได้รับความนิยมอย่างมากขึ้นทั่วโลกในทุกๆ วัน มีผู้ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาในหลากหลายบทบาท เช่น นักกีฬา ผู้จัดการ ผู้ตัดสิน ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ และมีผู้สนใจที่เป็นผู้ชมจำนวนมากที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การแข่งขันกีฬาอาชีพในปัจจุบันได้รับการยอมรับและรับรองไปทั่วโลก ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นเหมือนงานแสดงกีฬาระดับโลก สร้างกระแสด้านสุขภาพและทำให้ผลิตภัณฑ์กีฬาเป็นที่น่าสนใจมากขึ้น และสร้างกลุ่มแฟนกีฬาหรือผู้ที่ชื่นชอบการเล่นกีฬาใหม่อีกมากมาย (ศรีณยู ยงพานิช และปิยะรัตน์ เจริญบุปผา, 2562)

การแข่งขันกีฬาในประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมแนวโน้มให้ผลิตภัณฑ์ชุดกีฬาเติบโตขึ้น เนื่องจากมีการเพิ่มรูปแบบการแข่งขันให้เป็นกีฬาอาชีพมากขึ้นในปัจจุบัน ทำให้กระแสกีฬาภายในประเทศมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มความตื่นตัวให้กับผู้ที่สนใจกีฬา ซึ่งจะส่งผลต่อความสนใจในชุดกีฬาที่เป็นที่สนใจของแฟนกีฬาหรือผู้ที่ชื่นชอบการเล่นกีฬา อีกทั้ง กระแสรักสุขภาพที่มีความสำคัญในวัฒนธรรมไทย และการส่งเสริมการออกกำลังกายผ่านสื่อต่าง ๆ ได้ส่งผลให้ชุดกีฬากลายเป็นสิ่งที่ต้องการของคนที่รักสุขภาพและการออกกำลังกาย นอกจากนี้ การออกแบบชุดกีฬาที่มีความแฟชั่นมากขึ้น และสามารถใส่ได้ในทุกๆ โอกาสไม่จำกัดเพียงแค่การเล่นกีฬาเท่านั้น ยังสามารถใส่เป็นชุดลำลองได้อีกด้วย ซึ่งช่วยเพิ่มความถี่ในการใช้ประโยชน์จากชุดกีฬา และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุดกีฬาในประเทศไทยได้ขยายฐานลูกค้าไปสู่กลุ่มต่าง ๆ เช่น สถานศึกษา สโมสรกีฬา หน่วยงานราชการ และสปอนเซอร์ ทำให้ความต้องการชุดกีฬาเพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ตลาดของผลิตภัณฑ์ชุดกีฬาในประเทศไทยได้แบ่งออกเป็นหลายกลุ่มตามราคาและลักษณะการใช้งาน เช่น ชุดกีฬาสำหรับตลาดบนที่มีแบรนด์ชั้นนำและราคาสูง ชุดกีฬาสำหรับตลาดกลางที่มีราคาที่เหมาะสมและมีการลอกเลียนแบบแบรนด์ชั้นนำ และชุดกีฬาสำหรับตลาดล่างที่มีราคาถูกและไม่มีแบรนด์ นี่เป็นตัวอย่างของการเติบโตของตลาดผลิตภัณฑ์ชุดกีฬาในประเทศไทยที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต (ธัญญ์ ชัยพร และคณะ, 2563)

สรุปประเด็นปัญหาการวิจัยนี้มุ่งเน้นไปที่การเติบโตและความต้องการในตลาดชุดกีฬาในประเทศไทย ในด้าน อุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทยมีการเติบโตและเชื่อมโยงกับหลายธุรกิจ ทั้งธุรกิจท่องเที่ยว กีฬา การผลิตและการค้าปลีกผลิตภัณฑ์กีฬา รวมถึงการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน ซึ่งส่งผลให้กีฬาได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในระดับสากลและในประเทศ การเติบโตของตลาดชุดกีฬาอาชีพในประเทศไทยและกระแสการรักสุขภาพได้ส่งผลให้ความต้องการชุดกีฬาที่ตอบโจทย์ทั้งด้านฟังก์ชันและแฟชั่นเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มผู้รักสุขภาพและผู้ออกกำลังกาย กลุ่มลูกค้าและตลาดเป้าหมายมีความหลากหลาย ทั้งตลาดบนที่มีแบรนด์ชั้นนำ ตลาดกลางที่มีราคาที่เหมาะสม และตลาดล่างที่มีราคาถูก ซึ่งแสดงถึงการขยายตัวของตลาดชุดกีฬาในกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย รวมถึงการออกแบบและการใช้งาน ชุดกีฬาไม่เพียงแต่ใช้ในการแข่งขันกีฬา แต่ยังได้รับการออกแบบให้สามารถใส่ในชีวิตประจำวันได้ เช่น เป็นชุดลำลอง ซึ่งช่วยเพิ่มความถี่ในการใช้และการซื้อผลิตภัณฑ์

จากปัจจัยดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬา รวมถึงความตื่นตัวในการออกกำลังกายและการเล่นกีฬาของประชากรได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ศักยภาพในการแข่งขัน ผู้ประกอบการ นวัตกรรมการจัดการ และการฟื้นฟู ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย เพื่อทำให้ธุรกิจเหล่านี้สามารถเข้าถึงตลาดที่กว้างขวางขึ้น และวางแผนการตลาดที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มยอดขาย โดยใช้เทคโนโลยีและการตลาดออนไลน์เพื่อเชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ การสร้างแบรนด์ที่มีคุณภาพและชื่อเสียง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่นวัตกรรมและทันสมัย และการสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจในผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญในการทำให้ธุรกิจอุปกรณ์กีฬาเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนในประเทศไทย โดยมีการใช้แนวทางการตลาดที่เฉพาะเจาะจงและปรับตัวตามสภาพการเปลี่ยนแปลงของตลาดอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

ศักยภาพในการแข่งขัน

ความหมายของศักยภาพในการแข่งขัน

ศักยภาพในการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถของธุรกิจในการสร้างสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของตลาด รวมถึงความสามารถในการแข่งขันทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยเน้นที่คุณภาพของสินค้า อำนาจทางการตลาด และภาพลักษณ์ที่ดีจากลูกค้า (Khalil et al., 2017)

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อศักยภาพในการแข่งขัน

คุณภาพสินค้า คุณค่าของสินค้าและการผลิตที่มีมาตรฐานสามารถสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า เช่น การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ (Bentivoglio et al., 2018)

อำนาจทางการตลาด ความได้เปรียบในการแข่งขันที่เกิดจากสินค้าที่มีคุณภาพและการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง (Hutabarat et al., 2018)

ภาพลักษณ์ที่ดี ทักษะจิตบวกของลูกค้าที่สะท้อนผ่านประสบการณ์การใช้สินค้า ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ (Zahan and Kano, 2018)

กลยุทธ์ในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ธุรกิจควรนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในกระบวนการผลิต การบริหาร และการบริการ การพัฒนาผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการที่มีวิสัยทัศน์เชิงพลวัตและพร้อมปรับตัวตามความเปลี่ยนแปลงในตลาดสามารถสร้างความยั่งยืนให้ธุรกิจได้ การสร้างความยั่งยืน การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถสร้างความยอมรับและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจ (Taheripour et al., 2019)

สรุปได้ว่า ศักยภาพในการแข่งขัน เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความสำเร็จและความยั่งยืนของธุรกิจ โดยเฉพาะในบริบทของอุตสาหกรรมอุปกรณ์กีฬาของประเทศไทย ธุรกิจที่สามารถพัฒนาสินค้า บริการ และกระบวนการด้วยการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและนวัตกรรมที่สร้างสรรค์ จะมีความสามารถในการแข่งขันสูง และสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ.

ผู้ประกอบการ

ความหมายของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความสามารถในการจัดการธุรกิจ สร้างแนวคิดเชิงพลวัต และพัฒนากระบวนการต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยมุ่งเน้นคุณภาพของสินค้าและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Dermawan and Hospes, 2018)

คุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมักมีลักษณะเด่น ดังนี้

วิสัยทัศน์เชิงพลวัต ความสามารถในการปรับเปลี่ยนแนวทางและกลยุทธ์ของธุรกิจให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงของตลาดและความต้องการของลูกค้า (Kadarusman and Herabadi, 2018)

การใช้เทคโนโลยี การนำเทคโนโลยีมาใช้ในทุกกระบวนการ เช่น การผลิต การจัดการ และการบริการลูกค้า ทำให้ธุรกิจมีความคล่องตัวและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน (Sagar et al., 2019)

การพัฒนาสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการที่มุ่งมั่นพัฒนาสินค้าและบริการโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความยั่งยืนให้กับธุรกิจ (Begum et al., 2019)

บทบาทของผู้ประกอบการในธุรกิจ

ผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญในหลายด้าน เช่น การสร้างความยั่งยืนในธุรกิจ: การใช้แนวคิดที่เน้นความยั่งยืน เช่น การลดของเสียในกระบวนการผลิตและการป้องกันมลพิษ (Abdullah et al., 2017)

การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาด และการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง (Taheripour et al., 2019)

การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและคู่ค้า ความสำเร็จของผู้ประกอบการยังขึ้นอยู่กับ การสร้างเครือข่ายและการตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Ramadhani and Santoso, 2019)

สรุปว่า ผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญในความสำเร็จของธุรกิจ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง เช่น อุตสาหกรรมอุปกรณ์กีฬา การมีวิสัยทัศน์เชิงพลวัต การใช้เทคโนโลยี และการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็ว เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืนในตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

นวัตกรรมการจัดการ

ความหมายของนวัตกรรมการจัดการ

นวัตกรรมการจัดการหมายถึงการนำแนวคิดใหม่ ๆ หรือวิธีการใหม่ ๆ มาปรับใช้ในการดำเนินงาน การผลิต การบริการ และการจัดการธุรกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Khalil et al., 2017)

ลักษณะสำคัญของนวัตกรรมการจัดการ

การพัฒนากระบวนการผลิต การใช้เทคโนโลยีและวิธีการใหม่ในการผลิตที่ช่วยเพิ่มคุณภาพสินค้า ลดต้นทุน และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Zahan and Kano, 2018)

การบริหารจัดการเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาโครงสร้างการจัดการที่สามารถปรับเปลี่ยนตามความต้องการของตลาดได้รวดเร็ว (Lim and Biswas, 2018)

การบริการลูกค้า การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับลูกค้า เช่น ระบบอัตโนมัติในกระบวนการบริการ (Bentivoglio et al., 2018)

บทบาทของนวัตกรรมจัดการในธุรกิจ

เพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขัน นวัตกรรมช่วยให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและสร้างความได้เปรียบในตลาด (Megashah et al., 2018)

สร้างความยั่งยืน การปรับใช้กระบวนการผลิตและการบริหารที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสามารถเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจและสร้างความยั่งยืนในระยะยาว (Rhebergen et al., 2018; Siwar et al., 2018)

ตอบสนองตลาดโลก นวัตกรรมช่วยให้ธุรกิจเข้าสู่ตลาดโลกได้ง่ายขึ้น โดยการพัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพสูงและสามารถแข่งขันในระดับสากลได้ (Choo et al., 2018)

สรุปว่า นวัตกรรมจัดการมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพของธุรกิจ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่ต้องการความยืดหยุ่นและการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพสูงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความสำเร็จในระยะยาวให้กับธุรกิจ

การฟื้นตัว

ความหมายของการฟื้นตัว

การฟื้นตัว หมายถึง ความสามารถของบุคคลหรือองค์กรในการปรับตัวและเอาชนะความยากลำบาก อุปสรรค หรือสถานการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ โดยการสร้างแนวทางใหม่ ๆ เพื่อฟื้นคืนสภาพการดำเนินงานและเดินไปสู่ความสำเร็จ (Chandra, 2021)

ลักษณะสำคัญของการฟื้นตัว ประกอบไปด้วย 1) ความยืดหยุ่น ความสามารถในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและการฟื้นฟูจากสถานการณ์ที่ไม่คาดฝัน 2) การปรับตัว การวางแผนและปรับปรุงกลยุทธ์เพื่อตอบสนองต่อปัญหาและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง 3) การพัฒนาทัศนคติที่เป็นบวก การมองหาโอกาสในวิกฤติและใช้ปัญหาเป็นแรงผลักดันสู่ความสำเร็จ (Bennett et al., 2019)

สรุปว่า การฟื้นตัวเป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยให้องค์กรหรือบุคคลสามารถก้าวผ่านความยากลำบากและวิกฤตต่าง ๆ โดยอาศัยความยืดหยุ่น การปรับตัว และวิสัยทัศน์ของผู้นำ องค์กรที่สามารถฟื้นตัวได้สำเร็จมักจะมีที่ยืนในตลาด มีความภักดีจากลูกค้า และสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาว

ความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย

ความหมายของความสำเร็จของธุรกิจ

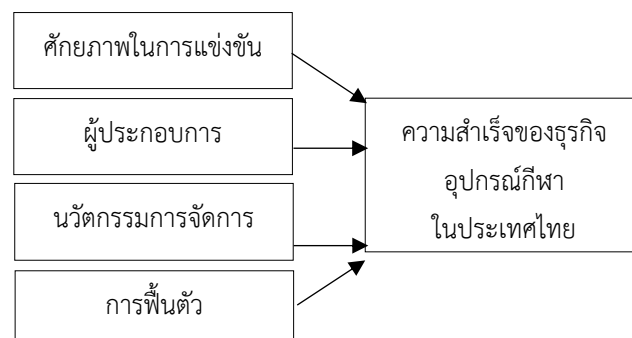
ความสำเร็จของธุรกิจหมายถึงการบรรลุเป้าหมายหลักทางธุรกิจ เช่น การเพิ่มรายได้ ความยั่งยืนในตลาด การได้รับความพึงพอใจและความภักดีจากลูกค้า รวมถึงการสร้างอำนาจทางการตลาด (Bennett et al., 2019)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย

ปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมความสำเร็จของธุรกิจ ได้แก่ 1) ศักยภาพในการแข่งขัน คุณภาพสินค้า สินค้าที่มีคุณภาพสูงและตอบสนองความต้องการของตลาดช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน อำนาจทางการตลาด ธุรกิจที่สามารถควบคุมส่วนแบ่งการตลาดและรักษาความนิยมของสินค้าได้มักมีความยั่งยืนในระยะยาว (Abdullah et al., 2017) 2) การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการผลิตและบริการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า นวัตกรรมในการจัดการ เช่น การออกแบบสินค้าใหม่หรือการพัฒนากระบวนการผลิตที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม (Lim and Biswas, 2018) 3) ความสามารถของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการที่มีวิสัยทัศน์เชิงพลวัตและพร้อมปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาดสามารถพัฒนาธุรกิจให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Dermawan and Hospes, 2018) 4) การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ความภักดีของลูกค้าเกิดจากความพึงพอใจในสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จในระยะยาว (Bennett et al., 2019)

สรุปว่า ความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น ศักยภาพในการแข่งขัน การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ความสามารถของผู้ประกอบการ และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้าและธุรกิจ ธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนจะมีโอกาสประสบความสำเร็จในระยะยาว

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจการขายปลีกเครื่องกีฬาในร้านค้าเฉพาะ จำนวน 850 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2567) กลุ่มตัวอย่างด้วยการประมาณค่า จากตัวแปรสังเกต (Observation Variable) ในสัดส่วน 1 ต่อ 15 ในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกต จำนวน 20 ตัวแปร ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จำนวน 300 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบหลายขั้นตอน จากผู้ประกอบการธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งโครงสร้างคำถามเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขัน ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับศักยภาพผู้ประกอบการ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับเกี่ยวกับนวัตกรรมการจัดการ ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการฟื้นตัว ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจอุปกรณกีฬาทันสมัยในประเทศไทย ทั้ง 5 ส่วน เป็นแบบสอบถามที่ใช้มาตราวัดแบบ Rating Scale ตามรูปแบบของ Likert Scale โดยให้ผู้ตอบคำถามเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว มี 5 ระดับ ใช้ระดับในการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale)

การตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการวิจัยไปทำการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ส่วน คือ ค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามดังนี้

1) ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) โดยการนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปปรึกษากับอาจารย์หรือผู้เชี่ยวชาญช่วยตรวจสอบความถูกต้องและความครอบคลุมของเนื้อหาที่ต้องการศึกษา โดยมีผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) > 0.5

2) ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาไปทำการทดสอบ (Pilot test) จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มคือ ผู้ประกอบการธุรกิจอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ธุรกิจการขายปลีกเครื่องกีฬาในร้านค้าเฉพาะ เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการและมีความเหมาะสมหรือไม่ จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) โดยคำถามในแต่ละตัวแปรมีระดับความเชื่อมั่นมากกว่า 0.7 และค่าความเชื่อมั่น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.856

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

ขั้นที่ 1 ผู้วิจัยขอความร่วมมือ และอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาภายในแบบสอบถามรวมทั้งวิธีการตอบแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม ขั้นที่ 2 ผู้วิจัยเก็บข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย โดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่านเว็บไซต์กูเกิลฟอร์ม (Google Form) และส่งให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถาม ขั้นที่ 3 รวบรวมเก็บแบบสอบถามและประเมินจำนวนแบบสอบถามที่ได้กลับมามีความสมบูรณ์และมีจำนวนครบตามที่ได้ออกแบบไว้ คือ 300 ชุดหรือไม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อวิเคราะห์หาค่าสถิติ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณกีฬาทันสมัยในประเทศไทย ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ปัจจัยศักยภาพในการแข่งขัน ผู้ประกอบการ นวัตกรรมจัดการ และการฟื้นตัว ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณกีฬาทันสมัยในประเทศไทย (Multiple Regression Analysis)

1. การตรวจสอบปัจจัยศักยภาพในการแข่งขัน ผู้ประกอบการ นวัตกรรมจัดการ และการฟื้นตัว ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณกีฬาทันสมัยในประเทศไทย

การตรวจสอบความเหมาะสมปัจจัยศักยภาพในการแข่งขัน ผู้ประกอบการ นวัตกรรมจัดการ และการปรับตัว ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย โดยแรงงานสัมพันธ์ ใช้ค่า VIF (Variance Inflation Factor) มีค่าไม่เกิน 5 ค่า Tolerance มีค่าไม่ต่ำกว่า 0.2 และค่า Eigen Value มีค่าไม่เกิน 10.0 เพื่อให้ตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัว ไม่มีความสัมพันธ์กัน และไม่เกิดความสัมพันธ์เชิงพหุปัจจัย (Multicollinearity) ผลการทดสอบ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการตรวจสอบความเหมาะสมปัจจัยศักยภาพในการแข่งขัน ผู้ประกอบการ นวัตกรรมจัดการ และการปรับตัวที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย

ลำดับ	แบบจำลอง	B	t	Collinearity	Statistic
				Tolerance	VIF
Model 3	ค่าคงที่	.340	2.703		
	การปรับตัว	.434	8.106	.426	4.755
	ผู้ประกอบการ	.264	4.490	.252	4.000
	ศักยภาพในการ	.227	4.353	.245	3.813
	แข่งขัน				

*หมายเหตุ ค่าสูงสุดของ Eigen Value ของ Model ทั้ง 3 แบบ = 1.994, 2.992, 3.989

จากตารางที่ 1 ผลการตรวจสอบความสัมพันธ์ปัจจัยทุกปัจจัยของแบบจำลองที่ 1 – แบบจำลองที่ 3 พบว่า ค่า VIF (Variance Inflation Factor) ที่สูงสุด เท่ากับ 4.755 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 5 ค่า Tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุด เท่ากับ .245 ซึ่งไม่ต่ำกว่า 0.2 และค่า Eigen Value ที่สูงสุด เท่ากับ 3.989 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 10.0 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระที่ทำการวิเคราะห์ในแบบจำลองไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งไม่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์เชิงพหุระหว่างปัจจัย (Multicollinearity) ข้อมูลจึงมีความเหมาะสมในการใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

2.การวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขัน ผู้ประกอบการ นวัตกรรมจัดการ และการปรับตัว ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย

การวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขัน ผู้ประกอบการ นวัตกรรมจัดการ และการปรับตัว ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) โดยนำตัวแปรเข้าไปพยากรณ์ในตัวแบบ (Model) ทีละตัว ผลการทดสอบได้แบบจำลอง ดังตารางที่ 2

สมมติฐาน ศักยภาพในการแข่งขัน ผู้ประกอบการ นวัตกรรมจัดการ และการปรับตัว ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ตัวแบบที่เหมาะสมของความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย

ความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย	Model 1	Model 2	Model 3
ค่าคงที่	.832	.443	.340
การฟื้นตัว	.796	.550	.434
ผู้ประกอบการ		.348	.264
ศักยภาพในการแข่งขัน			.227
R ²	.748	.774	.787
S.E.	.221	.208	.202
F	886.153	36.892	18.950
P-value of F	.000	.000	.000

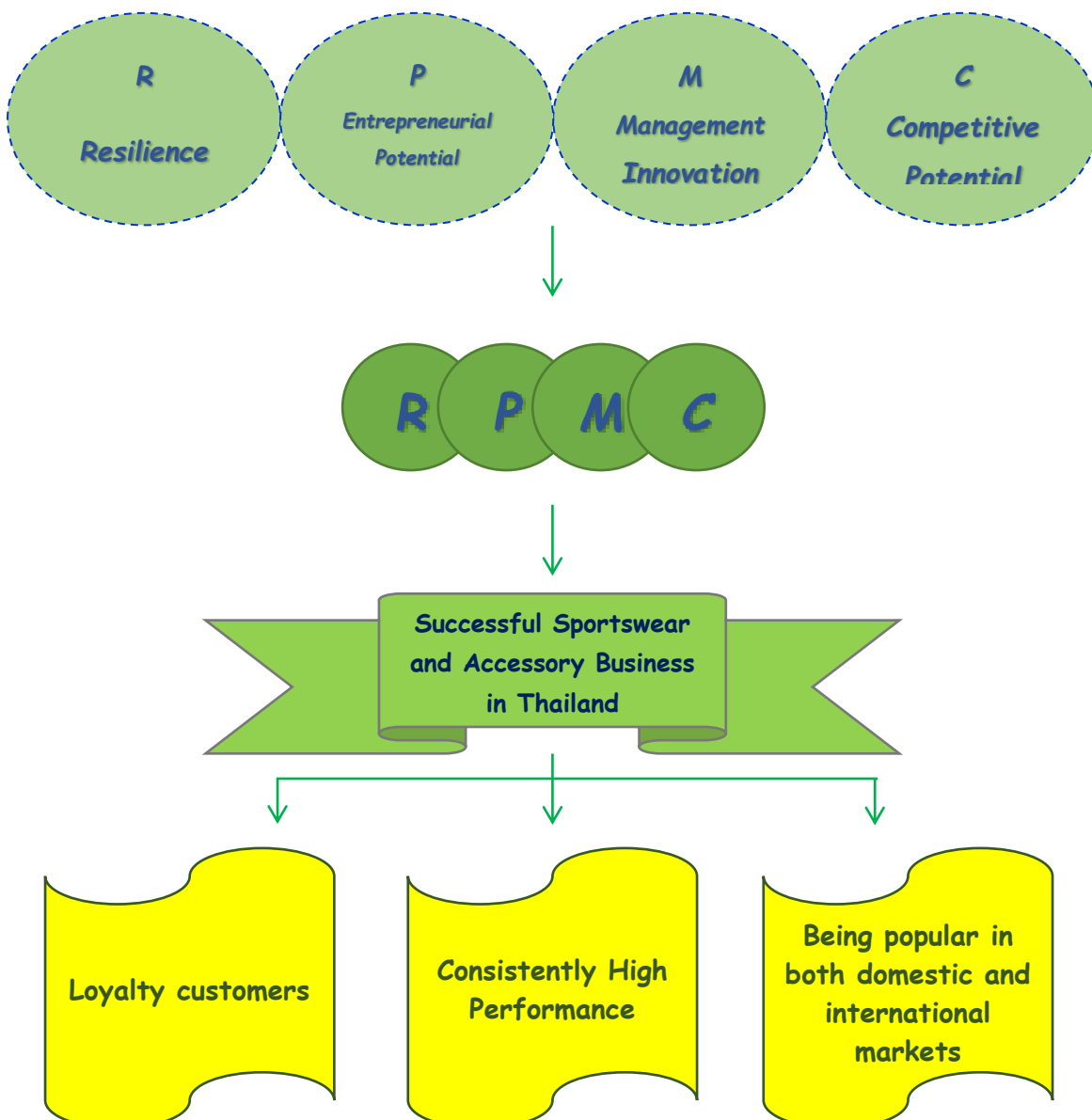
จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยศักยภาพในการแข่งขัน ผู้ประกอบการ นวัตกรรมการจัดการ และการฟื้นตัว ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย การวิเคราะห์ตัวแบบจำลองที่ 3 เมื่อนำตัวแปร การฟื้นตัว ผู้ประกอบการ และศักยภาพในการแข่งขัน เข้ามาวิเคราะห์เพิ่มเติม พบว่า อำนาจในการอธิบายความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทยเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 78.7 มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ $\pm .202$ โดยพบว่า การฟื้นตัว ผู้ประกอบการ และศักยภาพในการแข่งขัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์กีฬา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ส่วนนวัตกรรมจัดการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การซื้อผลิตภัณฑ์กีฬา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 และภายหลังเมื่อนำตัวแปร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เข้ามาวิเคราะห์ร่วมกันระดับ .01 เช่นกัน ซึ่งหมายความว่า ศักยภาพในการแข่งขัน ผู้ประกอบการ และการฟื้นตัว ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย โดยสามารถเขียนเป็นสมการถดถอยในรูปแบบของคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้ และ นวัตกรรมจัดการ ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย แต่เมื่อนำมาตรวจสอบความเหมาะสม พบว่า ทำให้แรงงานสัมพันธ์ VIF (Variance Inflation Factor) มีค่าเกิน 5 ค่า Tolerance มีค่าต่ำกว่า 0.2 และค่า Eigen Value มีค่าเกิน 10.0 จึงทำให้ต้องตัดตัวแปรนวัตกรรมจัดการออก

อภิปรายผล

เพื่อศึกษาศักยภาพในการแข่งขัน ผู้ประกอบการ นวัตกรรมจัดการ และการฟื้นตัว ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย มีดังนี้ ศักยภาพในการแข่งขัน ผู้ประกอบการ และการฟื้นตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย ได้ร้อยละ 78.7 โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ $\pm .202$ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Sagar et al. (2019) พบว่า ศักยภาพในการแข่งขันทั้งด้านผลิตภัณฑ์ โดยการขยายการผลิตอย่างยั่งยืน แนวทางแบบบูรณาการดังกล่าวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ Taheripour et al. (2019) พบว่า ผู้ประกอบการใช้ศักยภาพด้านวิสัยทัศน์ที่พร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาในการพัฒนาอุตสาหกรรมสินค้าให้ตอบสนองตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศโดยคำนึงถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและลดระดับการปล่อยคาร์บอน ทำให้อุตสาหกรรมมีภาพลักษณ์ที่ดีเป็นการส่งเสริม

ความสำเร็จให้กับธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ Sood and Varkey (2011) พบว่า การฟื้นตัวถือเป็นทักษะที่สามารถพัฒนาได้ ในทางที่บุคคลอาจแสดงการฟื้นตัวระดับสูงเมื่อเผชิญกับความยากลำบากหนึ่ง แต่อาจไม่สามารถแสดงการฟื้นตัวเมื่อเผชิญกับสิ่งกีดขวางอื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

โดยเมื่อนำองค์ประกอบทั้งหมดมาทำการสังเคราะห์ผลการวิจัยจะเกิดเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย ซึ่งในการส่งเสริมความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทยนั้นต้องให้ความสำคัญกับตัวแปรศักยภาพในการแข่งขันมากที่สุด เพราะตัวแปรศักยภาพในการแข่งขัน ที่ประกอบด้วย สินค้ามีคุณภาพ ภาพลักษณ์ที่ดีจากลูกค้า และอำนาจทางการตลาด สามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของตัวแปร การฟื้นตัว ผู้ประกอบการ และนวัตกรรมการจัดการในการส่งเสริมความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังแสดง ในภาพที่ 1



รูปที่ 2 แสดงองค์ประกอบโดยรวมของ RPMC Model (R = Resilience, E = Entrepreneurial Potential, I = Innovation Management, C = Competitive Advantage) เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอุปกรณ์กีฬาในประเทศไทย

สรุป

การศึกษาเรื่อง ศักยภาพในการแข่งขัน ผู้ประกอบการ นวัตกรรมจัดการ และการฟื้นฟู ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจผู้ประกอบการในในประเทศไทย สรุปผลได้ดังนี้

ตัวแบบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจผู้ประกอบการในในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจผู้ประกอบการในประเทศไทย มีดังนี้ ศักยภาพในการแข่งขัน ผู้ประกอบการ และการฟื้นฟู โดยสามารถอธิบายถึงความสำเร็จของธุรกิจผู้ประกอบการในประเทศไทย ได้ร้อยละ 78.7 และมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ $\pm .202$ และนวัตกรรมจัดการ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจผู้ประกอบการในประเทศไทย แต่เมื่อนำมาตรวจสอบความเหมาะสม พบว่า ทำให้แรงงานสัมพันธ์ VIF (Variance Inflation Factor) มีค่าเกิน 5 ค่า Tolerance มีค่าต่ำกว่า 0.2 และค่า Eigen Value มีค่าเกิน 10.0 จึงทำให้ต้องตัดตัวแปรนวัตกรรมจัดการออก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับศักยภาพในการแข่งขัน เพราะมีองค์ประกอบในเรื่องของสินค้ามีคุณภาพ ภาพลักษณ์ที่ดีจากลูกค้า และอำนาจทางการตลาด เนื่องจาก ช่วยให้ผู้ธุรกิจอยู่รอดและเติบโตในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง ธุรกิจที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูงจะมีโอกาสรอดและเติบโตมากกว่าธุรกิจที่มีศักยภาพในการแข่งขันต่ำเนื่องจากสามารถดึงดูดลูกค้า รักษาฐานลูกค้าไว้และสร้างรายได้กำไรได้อย่างยั่งยืนและสร้างรายได้กำไรได้อย่างยั่งยืน

2) ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับ ผู้ประกอบการ เพราะมีองค์ประกอบในเรื่องของ วิสัยทัศน์เชิงพลวัต นำเทคโนโลยีมาใช้ในธุรกิจ ก้าวทันความเปลี่ยนแปลงของตลาด เพราะผู้ประกอบการที่มีองค์ประกอบดังกล่าวจะมีโอกาสประสบความสำเร็จในธุรกิจสูงนอกจากนี้ ยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ ที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ เช่น ทักษะการบริหารจัดการ ทักษะการเงิน ทักษะการเจรจาต่อรอง ด้วยเช่นกัน

3) ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับ การฟื้นฟู เพราะมีองค์ประกอบในเรื่องของ การรับรู้สถานการณ์ การปรับตัวเชิงบวก กลยุทธ์การวางแผน ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจมีความเสถียรและยั่งยืนในระยะยาวๆ นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับพนักงานและลูกค้าอีกด้วย เนื่องจากสามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ รวมถึงปัจจัยภายนอกเพิ่มเติม ที่สามารถนำมาใช้ในองค์กร เช่น การใช้เทคโนโลยีที่ก้าวหน้า การบริหารจัดการองค์กร

2) ในการวิจัยครั้งต่อไปผู้ศึกษาควรทำการศึกษากลยุทธ์ของธุรกิจผู้ประกอบการในต่างประเทศด้วย เพื่อนำผลการวิจัยมาปรับใช้เป็นแนวทางพัฒนาธุรกิจภายในประเทศไทยให้มีความทัดเทียมกับต่างประเทศมีชื่อเสียง

3) การศึกษางานวิจัยต่อยอดควรเจาะลึกเป็นลึกแต่ละธุรกิจผู้ประกอบการของประเทศไทย เนื่องจากในแต่ละรูปแบบของธุรกิจการค้านั้นมีความแตกต่างกันออกไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2567). *การขายปลีกเครื่องกีฬาในร้านค้าเฉพาะ*. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. ค้นจาก <https://datawarehouse.dbd.go.th/business/47630>
- ธัญย์ ชัยพร วีริยา บุญมาเลิศ และ บุญยาพร ภูทอง. (2563). โมเดลสมการโครงสร้างการส่งเสริมความภักดีของลูกค้ากลุ่มวัยทำงานที่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในอำเภอพุทธมณฑลจังหวัดนครปฐม. *วารสารชุมชนวิจัย*, 15(3) (กรกฎาคม - กันยายน 2564).
- ศรัณยู ยงพานิช และ ปิยะรัตน์ เจริญปรีชา. (2562). *การบริหารจัดการทีมฟุตบอลอาชีพ กรณีศึกษา สโมสรชลบุรี*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.
- Abdullah, I., Wan Mahmood, W. H., Md Fauadi, H. F., Ab Rahman, M. N. & Mohamed, S.B. (2017). Sustainable manufacturing practices in Malaysian palm oil mills: Priority and current performance, *Journal of Manufacturing Technology Management*, 28(3), 278-298. <https://doi.org/10.1108/JMTM-09-2016-0128>.
- Sagar, H. S. S. C., Mabano, A., Roopa, R., Sharmin, M., Richard, F.-J., & Clause, J. (2019). India in the Oil Palm Era: Describing India's Dependence on Palm Oil, Recommendations for Sustainable Production, and Opportunities to Become an Influential Consumer. *Trop. Conserv. Sci*, 12, 1-9.
- Sood, A., & Varkey, P. (2011). Resilience Training and Physician Well-Being. *Journal of general internal medicine*, 26, 1245-1245.
- Taheripour, F., Hertel, T.w., & Ramankutty, N. (2019). *Market-mediated responses confound policies to limit deforestation from oil palm expansion in Malaysia and Indonesia*. Proc. Natl. Acad. Sci. USA 2019, 1163-19199.