



รูปแบบ

ความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีอิทธิพล ต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจโซลาร์เซลล์ ในประเทศไทย

กนกวรรณ นราแห้ว^{1*}สุชาติ ปรัชญานนท์²บุรพร กำบุญ³ทิพย์ลาวัลย์ แก้วนิล⁴

รับบทความ: 6 กุมภาพันธ์ 2568 แก้ไขบทความ: 20 เมษายน 2568 ตอรับบทความ: 22 เมษายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานกลุ่มธุรกิจโซลาร์เซลล์ 2) วิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานกลุ่มธุรกิจโซลาร์เซลล์ และ 3) พัฒนารูปแบบความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจโซลาร์เซลล์ ในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 460 ราย วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างโดยโปรแกรมลิสมเรล

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเติบโตของธุรกิจโซลาร์เซลล์ในประเทศไทย ได้แก่ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การจัดการความรู้ การจัดการนวัตกรรม คุณภาพการขายและการบริการ และความได้เปรียบในการแข่งขัน 2) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การจัดการความรู้ การจัดการนวัตกรรม คุณภาพการขายและการบริการ และความได้เปรียบในการแข่งขัน มีอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมต่อการเติบโตของธุรกิจโซลาร์เซลล์ในประเทศไทย ซึ่งค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องของโมเดลผลการวิเคราะห์มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และ 3) รูปแบบความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจโซลาร์เซลล์ในประเทศไทย ซึ่งมีความสัมพันธ์กันเมื่อพิจารณาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของการปรับโมเดล

คำสำคัญ: การเติบโตของธุรกิจ ผลการดำเนินงานธุรกิจ ธุรกิจโซลาร์เซลล์

¹⁻⁴ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

* อีเมล: kanokwan_narawaew@hotmail.com

Model of Competitive Advantage Influencing Performance of Solar Cell Business Groups in Thailand

Kanokwan narawaew ^{1*}

Suchart Prakthayanon ²

Buraporn Kumboon ³

Tiplawan Kaewnin ⁴

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study the direct, indirect, and total influences of factors influencing solar cell business growth, 2) to analyze variables influencing the growth of solar cell business market players, and 3) to develop causal relationships between factors influencing the growth of solar cell business players in Thailand. This research methodology was quantitative using a stratified sampling method from a population of 460 respondents. Data collection tools are questionnaires. The statistics used in this study are average percentages. Standard deviation and structural equation model analysis by Lisrel program

Research shows that 1) factors influencing the growth of solar cell business in Thailand include human resource management, knowledge management, innovation, sales and service quality, and competitive advantages. 2) Human resource management, knowledge management, innovation, sales and service quality, and competitive advantages have direct influence, indirect influence and total influence on the growth of the solar cell business in Thailand. The analysis results are consistent with empirical data. 3) Competitive advantage models that influence the performance of solar cell businesses in Thailand, are related when considering the correlation between the variables of model adjustment.

Keywords: Competitive Advantage, Business Performance, Solar Cell Business

¹⁻⁴ Bangkok Thonburi University

* Email: kanokwan_narawaew@hotmail.com

บทนำ

โซลาร์เซลล์มีความสำคัญอย่างมากต่อประเทศไทยเนื่องจากสามารถลดการพึ่งพาพลังงานฟอสซิล ลดมลพิษ และช่วยสร้างความยั่งยืนในด้านพลังงาน นอกจากนี้ยังช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานในระยะยาวและเสริมสร้างความมั่นคงทางพลังงานของประเทศ โซลาร์เซลล์มีบทบาทสำคัญในการสร้างความยั่งยืนทางพลังงาน ลดมลพิษ และเพิ่มความมั่นคงทางพลังงาน ประเทศไทยควรเพิ่มการสนับสนุนและส่งเสริมการใช้พลังงานแสงอาทิตย์เพื่อสร้างความมั่นคงทางพลังงานในอนาคต ปัญหาของธุรกิจโซลาร์เซลล์ในประเทศไทยคือการขาดการสนับสนุนที่เพียงพอจากรัฐบาล แม้ว่าจะมีนโยบายและโครงการสนับสนุน แต่บางครั้งการดำเนินการยังไม่เพียงพอและขาดความต่อเนื่อง ทำให้การลงทุนในโซลาร์เซลล์ยังไม่เป็นที่น่าสนใจเท่าที่ควร ต้นทุนการติดตั้งสูงแม้ว่าเทคโนโลยีโซลาร์เซลล์จะพัฒนาและมีราคาถูกลง แต่ต้นทุนในการติดตั้งยังคงสูง โดยเฉพาะสำหรับครัวเรือนและธุรกิจขนาดเล็ก ขาดการสนับสนุนทางการเงิน การเข้าถึงเงินทุนสำหรับการลงทุนในโซลาร์เซลล์ยังคงเป็นปัญหาใหญ่ โดยเฉพาะสำหรับประชาชนทั่วไปและผู้ประกอบการรายย่อย การขาดความรู้และความเข้าใจ ประชาชนและผู้ประกอบการบางกลุ่มยังขาดความรู้เกี่ยวกับประโยชน์และวิธีการใช้โซลาร์เซลล์ ทำให้การนำมาใช้งานยังไม่แพร่หลาย ปัญหาด้านการอนุญาตและกฎระเบียบ การขออนุญาตติดตั้งโซลาร์เซลล์ยังมีขั้นตอนที่ซับซ้อนและใช้เวลานาน เกิดความล่าช้า ปัญหาด้านเทคโนโลยีการบำรุงรักษาและการซ่อมแซมแผงโซลาร์เซลล์ยังคงเป็นเรื่องท้าทาย เนื่องจากขาดผู้เชี่ยวชาญและทรัพยากรในการดูแลรักษาอย่างมีประสิทธิภาพ ข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์ บางพื้นที่ในประเทศไทยอาจไม่เหมาะสมกับการติดตั้งโซลาร์เซลล์ เนื่องจากมีแสงแดดไม่เพียงพอหรือมีสภาพอากาศที่ไม่เอื้ออำนวย การแก้ไขปัญหาเหล่านี้จำเป็นต้องมีการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาชน เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาและการใช้งานโซลาร์เซลล์อย่างยั่งยืนในประเทศไทย (Gedamu, H. & Tafere, Y. 2019)

นโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมโซลาร์เซลล์ของประเทศไทยนั้น การสนับสนุนอุตสาหกรรมโซลาร์เซลล์ในประเทศไทยมีความสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทนและลดการพึ่งพาพลังงานฟอสซิล นโยบายสนับสนุนจากรัฐบาลมีบทบาทสำคัญในการเร่งการพัฒนาและการใช้งานพลังงานแสงอาทิตย์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยนโยบายและโครงการจากรัฐบาล แผนพัฒนาพลังงานทดแทน (AEDP) รัฐบาลไทยได้จัดทำแผนพัฒนาพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือก (Alternative Energy Development Plan) เพื่อกำหนดเป้าหมายการใช้พลังงานทดแทนให้เพิ่มขึ้น โดยมีการสนับสนุนการติดตั้งโซลาร์เซลล์ในภาคครัวเรือนและภาคอุตสาหกรรม โครงการสนับสนุนการติดตั้งโซลาร์รูฟท็อป โครงการนี้มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมให้ครัวเรือนและธุรกิจขนาดเล็กสามารถติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคาได้โดยง่าย โดยมีการให้เงินสนับสนุนและสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ การประกันราคาพลังงาน (Feed-in Tariff - FIT) รัฐบาลได้กำหนดระบบประกันราคาพลังงานไฟฟ้าที่ผลิตจากพลังงานแสงอาทิตย์ โดยการรับซื้อไฟฟ้าที่ผลิตได้จากโซลาร์เซลล์ในราคาที่คงที่และแน่นอน ทำให้ผู้ลงทุนมั่นใจได้ในรายได้จากการขายไฟฟ้า มาตรการลดภาษีและสิทธิประโยชน์ทางภาษี รัฐบาลได้มีการลดภาษีนำเข้าแผงโซลาร์เซลล์และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับ

ผู้ลงทุนในโครงการพลังงานแสงอาทิตย์ การสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนา การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีโซลาร์เซลล์ รัฐบาลและหน่วยงานต่างๆ ได้ให้การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีโซลาร์เซลล์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนในการผลิต ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและภาคเอกชน การร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัย รวมถึงภาคเอกชน เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการผลิตและการจัดการพลังงานแสงอาทิตย์ การส่งเสริมการรับรู้และการศึกษา การให้ความรู้และการฝึกอบรม การจัดโปรแกรมฝึกอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับการติดตั้ง การบำรุงรักษา และการใช้งานแผงโซลาร์เซลล์ให้กับประชาชนและผู้ประกอบการ การส่งเสริมการรับรู้เกี่ยวกับพลังงานทดแทน การสร้างความตระหนักรู้และการสนับสนุนการใช้พลังงานทดแทนผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ประชาชนเข้าใจถึงประโยชน์และความสำคัญของพลังงานแสงอาทิตย์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาโครงข่ายไฟฟ้า การพัฒนาและปรับปรุงโครงข่ายไฟฟ้าให้สามารถรองรับการเชื่อมต่อและการกระจายพลังงานที่ผลิตจากโซลาร์เซลล์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2567)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงนำมาสู่ความสนใจของผู้วิจัยที่จะศึกษารูปแบบความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจโซลาร์เซลล์ในประเทศไทย เพื่อให้เกิดความเข้าใจและสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับกลุ่มธุรกิจโซลาร์เซลล์ในประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานกลุ่มธุรกิจโซลาร์เซลล์ ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานกลุ่มธุรกิจโซลาร์เซลล์ในประเทศไทย
3. เพื่อพัฒนารูปแบบความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจโซลาร์เซลล์ในประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

1. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจโซลาร์เซลล์
2. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจโซลาร์เซลล์ ผ่านคุณภาพของการขายและการบริการ
3. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจโซลาร์เซลล์ ผ่านความได้เปรียบในการแข่งขัน
4. การจัดการความรู้ มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจโซลาร์เซลล์
5. การจัดการความรู้ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจโซลาร์เซลล์ ผ่านคุณภาพของการขายและการบริการ

6. การจัดการความรู้ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจโซลาร์เซลล์ ผ่านความได้เปรียบในการแข่งขัน
7. การจัดการนวัตกรรม มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจโซลาร์เซลล์
8. การจัดการนวัตกรรม มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจโซลาร์เซลล์ ผ่านคุณภาพของการขายและการบริการ
9. การจัดการนวัตกรรม มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจโซลาร์เซลล์ ผ่านความได้เปรียบในการแข่งขัน

วรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของความได้เปรียบในการแข่งขัน

เชมมารี รักษ์ชูชีพ (2551) กล่าวว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน คือ กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Level Strategy) ซึ่งเป็นแผนการปฏิบัติงานที่นำมาใช้ในบริษัท โดยการนำทรัพยากรและสมรรถนะของบริษัทมาพัฒนา เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

Porter (1980) กล่าวว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน คือ การรวมกันระหว่างเป้าหมายและนโยบายขององค์กรที่มีความมุ่งมั่น จะนำไปสู่ความสำเร็จ โดยแต่ละองค์กรจะมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความสามารถและปัจจัยที่แตกต่างกัน

กล่าวโดยสรุป ความได้เปรียบในการแข่งขัน คือ คุณลักษณะของธุรกิจที่ดึงดูดและเข้าถึงลูกค้าได้มากกว่าคู่แข่ง ทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขันมากกว่า และสามารถตอบสนองความต้องการบางอย่างให้แก่ลูกค้าโดยที่คู่แข่งไม่มีหรือไม่สามารถเสนอได้

กลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขัน

กลยุทธ์ที่สร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเกิดจากการดำเนินงานที่ทำให้บริษัทมีโอกาสสร้างกำไรได้มากกว่าคู่แข่ง โดยอาศัยการจัดการที่มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความได้เปรียบ พร้อมทั้งประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร

Porter และ Millar (1985) แบ่งกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันออกเป็น 3 ประเภท

1. กลยุทธ์ความแตกต่าง (Differentiation) - การสร้างจุดเด่นในสินค้าหรือบริการให้แตกต่างจากคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยอาจใช้ความแตกต่างในด้านรูปแบบสินค้า เทคโนโลยี หรือการบริการลูกค้า
2. กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) - การมุ่งเน้นสร้างความได้เปรียบจาก Economies of Scope (การใช้ทรัพยากรร่วมกันภายในธุรกิจเพื่อลดต้นทุน) และ Economies of Scale (การผลิตในปริมาณมากเพื่อลดต้นทุนต่อหน่วย)
3. กลยุทธ์มุ่งตลาดเฉพาะส่วน (Focus) – การกำหนดกลุ่มลูกค้าเฉพาะเพื่อทำความเข้าใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริงและมีประสิทธิภาพสูงสุด

พิบูล ทีปะปาล (2559) ระบุว่า กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ประกอบด้วย

1. กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership Strategy) คือ การผลิตสินค้าและบริการด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง ทำให้บริษัทสามารถขายสินค้าในราคาต่ำกว่า หรือขายในราคาเท่ากันแต่ได้กำไรมากกว่า

2. กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) คือ การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีความพิเศษ (Uniqueness) และคุณค่า (Value) ที่โดดเด่นกว่าคู่แข่ง โดยอาศัยการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อออกแบบสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

3. กลยุทธ์เน้นกลุ่มลูกค้าเฉพาะ (Focus หรือ Market Niche Strategy) คือ การผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเฉพาะ โดยใช้หลักการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) ในการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

กล่าวโดยสรุป กลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขัน หมายถึงแนวทางการดำเนินงานที่องค์กรใช้สร้างความเหนือกว่าทางธุรกิจ โดยอาศัยการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อประเมินศักยภาพภายในและสร้างโอกาสในการทำกำไรที่สูงกว่าคู่แข่ง ตามแนวคิดของนักวิชาการพบว่ามีกลยุทธ์หลัก 3 ประการ ได้แก่ กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุนที่เน้นการผลิตด้วยต้นทุนต่ำ กลยุทธ์สร้างความแตกต่างโดยพัฒนาสินค้าและบริการให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น และกลยุทธ์เน้นกลุ่มลูกค้าเฉพาะที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มอย่างแท้จริง นอกจากนี้ยังต้องผนวกกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการความรู้ และการจัดการนวัตกรรมเพื่อสร้างความได้เปรียบที่ยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการของสถานประกอบการธุรกิจโซลาร์เซลล์ ในประเทศไทย ที่ขึ้นทะเบียนการค้า (สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2566) โดยจดทะเบียนในรูปแบบนิติบุคคล จำนวนทั้งสิ้น 2,762 แห่ง ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจนของ (Hair, et al, 2010) จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 460 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย ผ่าน Google form

2. เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม จำนวน 6 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ตอนที่ 2 การจัดการความรู้ ตอนที่ 3 การจัดการนวัตกรรม ตอนที่ 4 คุณภาพของการขายและการบริการ ตอนที่ 5 ความได้เปรียบในการแข่งขัน และตอนที่ 6 ผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจ

3. การตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามด้วยค่า IOC จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านระเบียบวิธีวิจัย จำนวน 2 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารธุรกิจ จำนวน 3 ท่าน ผลการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามเท่ากับ 0.91 สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ หลังจากนั้นนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน จากกลุ่มผู้ประกอบการโซลาร์เซลล์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของประเด็นคำถามที่ใช้ในการวิจัยจากการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มธุรกิจโซลาร์เซลล์ในประเทศไทย ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.87 ซึ่งถือว่าสามารถนำไปใช้ในการวิจัยได้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม เกี่ยวกับผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจโซลาร์เซลล์ในประเทศไทย จำนวน 460 แห่ง โดยประสานงานเพื่อขอข้อมูลผู้ประกอบการที่จดทะเบียนกับสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ หลังจากนั้นได้ส่งเอกสารแนะนำตัว และแบบสอบถามผ่านทางอีเมลล์ของผู้ประกอบการ และนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และถูกต้องก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม LISREL โดยใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา สถิติการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร สถิติวิเคราะห์ความเที่ยงของตัวแปรแฝงและค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกต้องได้ และสถิติการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา พบว่า บริษัทโซลาร์เซลล์ส่วนใหญ่จัดตั้งบริษัทในรูปแบบนิติบุคคล จำนวน 285 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.96 และบุคคลธรรมดา/คณะบุคคล 175 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.04

ด้านขนาดของกิจการที่แบ่งตามจำนวนลูกค้า พบว่า เป็นขนาดกลาง (31-100 ราย) จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 46.52 ขนาดใหญ่ (มากกว่า 100 ราย) จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 23.70 ขนาดเล็ก (11 – 30 ราย) จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 16.09 และขนาดเล็กมาก (ไม่เกิน 10 ราย) จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 13.70 ตามลำดับ

ด้านระยะเวลาในการให้บริการขาย ติดตั้ง และบริการหลังการขาย ส่วนใหญ่มีระยะเวลาดำเนินงานมากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีจำนวน 266 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.83 ที่เหลือมากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 มีจำนวน 121 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.30 และน้อยที่สุดไม่เกิน 5 ปี มีจำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.22 ตามลำดับ

ด้านจำนวนช่างเทคนิค ส่วนใหญ่มีจำนวนมากกว่า 5 คน ขึ้นไป มีจำนวน 205 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.57 รองลงมา มีมากกว่า 2 คน แต่ไม่เกิน 5 คน จำนวน 139 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.22 ที่เหลือมีไม่เกิน 2 คน จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.00 และน้อยที่สุดไม่มี มีจำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.22 ตามลำดับ

ด้านทุนจดทะเบียนของบริษัท ส่วนใหญ่ 5 ล้านบาท มีจำนวน 229 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.78 มากกว่า 5 ล้านบาท มีจำนวน 117 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.43 และต่ำกว่า 5 ล้านบาท มีจำนวน 114 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.78 ตามลำดับ

ด้านคุณวุฒิการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คุณวุฒิปริญญาตรี มีจำนวน 279 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.65 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 104 คิดเป็นร้อยละ 22.61 และสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.74 ตามลำดับ

ด้านคุณวุฒิการศึกษาในสาขาไฟฟ้า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีจำนวน 197 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.83 รองลงมาได้แก่ ระดับปริญญาตรี มีจำนวน 160 คิดเป็นร้อยละ 34.78 ไม่มีวุฒิการศึกษา มีจำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.65 ปริญญาโท จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.22 และน้อยที่สุดระดับปริญญาเอก มีจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.52

ด้านลักษณะการปฏิบัติงานของผู้บริหาร พบว่า ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานเต็มเวลา มีจำนวน 336 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.04 ที่เหลือปฏิบัติงานไม่เต็มเวลามีจำนวน 124 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.96 ตามลำดับ

ด้านประสบการณ์การบริหาร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์การบริหารไม่เกิน 5 ปี จำนวน 269 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.48 รองลงมา มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี มีจำนวน 142 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.87 และมากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีจำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.65 ตามลำดับ

2. การสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยโดยเรียงตามลำดับของวัตถุประสงค์การวิจัยที่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจโซลาร์เซลล์ ในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างโดยรวม พบว่า ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการความรู้ คุณภาพของการขายและการบริการ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.33, S.D. = 0.63) นวัตกรรมอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.45, S.D. = 0.67) ความได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.43, S.D. = 0.65) และผลการดำเนินงานของบริษัท อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.24, S.D. = 0.62)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน กลุ่มธุรกิจโซลาร์เซลล์ ในประเทศไทย

ผลการวิจัย พบว่า โมเดลเชิงสาเหตุความได้เปรียบในการแข่งขันที่สร้างขึ้นมีความสอดคล้องกับโมเดลเชิงประจักษ์โดยมีค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 733.53 ที่องศาอิสระ (df) 212 ค่าความน่าจะเป็น (p-value) เท่ากับ 0.00000 ไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 3.4 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.87 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) เท่ากับ 0.84 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.93 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือมาตรฐาน (SRMR) เท่ากับ 0.040 ค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.073

เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทโซลาร์เซลล์ พบว่า ตัวแปรคุณภาพการขายและการบริการของกลุ่มธุรกิจบริษัทโซลาร์เซลล์ ได้รับอิทธิพลจากตัวแปรคุณภาพการขายและการบริการมากที่สุด แสดงว่า เมื่อบริษัทโซลาร์เซลล์มีคุณภาพการขายและการบริการระบบใหม่ที่ดี กระทบการ บริหารจัดการมากขึ้น เป็นสาเหตุให้มีผลการดำเนินงานของบริษัทโซลาร์เซลล์ ที่ดีขึ้น เมื่อพิจารณาอิทธิพลของตัวแปรการจัดการความรู้ พบว่ามีอิทธิพลทางบวกโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของบริษัทโซลาร์เซลล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า เมื่อบริษัทโซลาร์เซลล์มีความรู้และทักษะ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ มีการให้รางวัล มีวัฒนธรรมและการสื่อสารเกี่ยวกับการจัดการความรู้และการสนับสนุนของฝ่ายบริหาร ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้มากขึ้น เป็นสาเหตุให้มีได้เปรียบในการแข่งขันสูงขึ้น ส่วนตัวแปรการจัดการทรัพยากรมนุษย์ มีอิทธิพลทางลบต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน อย่างไม่มีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทโซลาร์เซลล์ พบว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการความรู้ และการจัดการนวัตกรรม ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทโซลาร์เซลล์ ผ่านคุณภาพของการขายและการบริการ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผลต่อตัวแปรการดำเนินงานของบริษัท ผ่านตัวแปรความสามารถในการแข่งขัน พบว่า ตัวแปรการจัดการทรัพยากรมนุษย์ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจบริษัทโซลาร์เซลล์ ผ่านตัวแปรความสามารถในการแข่งขันและตัวแปรคุณภาพของการขายและการบริการ ในทางลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า เมื่อมีการจัดการทรัพยากรมนุษย์สูงขึ้น เป็นสาเหตุให้ความได้เปรียบในการแข่งขันลดลง และส่งผลให้การดำเนินงานของบริษัทลดลงตามไปด้วย และพบว่าการจัดการความรู้ มีอิทธิพลทางบวกโดยอ้อมต่อตัวแปรการดำเนินงานของบริษัท ผ่านตัวแปรความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า เมื่อมีการจัดการความรู้มากขึ้น ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น และส่งผลให้การดำเนินงานสูงขึ้นด้วย ส่วนตัวแปรการจัดการนวัตกรรม พบว่า มีอิทธิพลทางบวกโดยอ้อมต่อตัวแปรการดำเนินงานของสำนักงาน ผ่านตัวแปรความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญ แสดงว่า เมื่อมีการจัดการนวัตกรรมมากขึ้น เป็นสาเหตุให้ความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้นซึ่งส่งผลให้การดำเนินงานของบริษัทสูงขึ้นด้วย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อพัฒนารูปแบบความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจโซลาร์เซลล์ ในประเทศไทย พบว่า ได้พัฒนารูปแบบความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจบริษัทโซลาร์เซลล์ ในประเทศไทย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการและโอกาสทางการค้า จะทำให้ลักษณะที่ผลิตและการบริการมากขึ้น ต้นทุนต่ำลงย่อมมีโอกาสมากขึ้น ตลอดทั้งการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจและอุตสาหกรรมเพื่อรองรับการแข่งขันและเพื่อพัฒนาปรับปรุงองค์ความรู้ด้านต่าง ๆ เช่น ด้านบริหารธุรกิจ ด้านการค้าการลงทุน ด้านวิชาชีพ ให้มีความทันสมัย มีความเป็นสากล และมีความพร้อมเพื่อสร้างประโยชน์ในวงการศึกษาของไทยในอนาคต

อภิปรายผล

ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายผล โดยแบ่งหัวข้อการอภิปรายผลการวิจัยเป็น 5 กลุ่มคือ 1) ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ 2) ด้านการจัดการความรู้ 3) ด้านการจัดการนวัตกรรม 4) ด้านคุณภาพของการขายและการบริการ และ 5) ด้านความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของบริษัท

1. ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ มีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายผลโดยเรียงลำดับตามค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของตัวแปร สอดคล้องกับผลการวิจัยสอดคล้องกับทฤษฎีเชิงบูรณาการของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทั้งนี้ เมื่อบริษัทโซลาร์เซลล์มีการพัฒนาทักษะความรู้ให้คนในบริษัทโซลาร์เซลล์ตามหุ้นและยอมรับการเปลี่ยนแปลง และทำงานตามเกณฑ์และวิธีทำใหม่กัน มีความผูกพันกับงานที่ทำการจัดการทรัพยากรมนุษย์เริ่มจากการคัดเลือกคนดี คนเก่ง เข้าทำงาน บริษัทให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมพนักงาน มีการประเมินผลการปฏิบัติงาน มีการปรับปรุงการออกแบบงาน และกำหนดหน้าที่การปฏิบัติงานในตำแหน่งต่าง ๆ ให้ชัดเจน รวมทั้งมีการจ่ายค่าตอบแทนเพื่อจูงใจในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับ Barney and Tyler (1991) ที่กล่าวว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์การให้มีความรู้ ความสามารถมีประสบการณ์และรอบรู้ เป็นปัจจัยในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ได้รับการจัดการเรียนรู้

2. ด้านการจัดการความรู้มีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายผลโดยเรียงลำดับตามค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของตัวแปร สอดคล้องกับการจัดการความรู้มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความได้เปรียบในการแข่งขันผ่านคุณภาพของการขายและการบริการอย่างไม่มีนัยสำคัญ

3. ด้านคุณภาพของการขายและการบริการ มีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายผลโดยเรียงลำดับตามค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของตัวแปร สอดคล้องกับคุณภาพของการขายและการบริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน จากผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างต่อคุณภาพของการขายและการบริการ เมื่อพิจารณาคูณภาพของการขายและ

การบริการ พบว่า เมื่อบริษัทโซลาร์เซลล์ดำเนินงานกิจกรรมภายในและภายนอกกิจการที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งระยะสั้นและระยะยาว ด้านการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งภายในองค์กรหรือภายนอกองค์กร ในอันที่จะอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างยั่งยืนปกตีสุข โดยคำนึงถึงจริยธรรมและความซื่อสัตย์สุจริต

4. ด้านการจัดการนวัตกรรม มีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

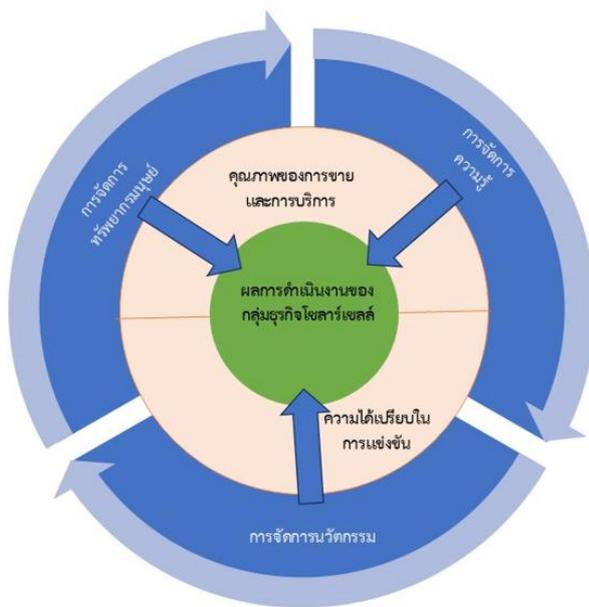
ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายผลโดยเรียงลำดับตามค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของตัวแปร ผลการวิจัยสอดคล้องกับทฤษฎีเชิงบูรณาการของนักวิชาการหลายท่านที่กล่าวว่า การจัดการนวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน กล่าวคือความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม และนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขัน Drucker and Maciariello (2004, pp. 240-251) Barney and Tyler (1991) กล่าวว่า การสร้างนวัตกรรมเป็นที่มาของความสามารถในการแข่งขัน กล่าวคือ องค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบ โดยครอบครองความสามารถและทรัพยากรที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ ไม่สามารถทดแทนได้หายาก และมีคุณค่า นวัตกรรมมีอิทธิพลทางอ้อมต่อคุณภาพของการขายและการบริการ

5. ด้านความได้เปรียบในการแข่งขันมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายผลโดยเรียงลำดับตามค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของตัวแปร ผลการวิจัยสอดคล้องกับทฤษฎีการสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขันของ Porter (1998) และทฤษฎีนวัตกรรม ซึ่งเน้นถึงการพัฒนาระบบการจัดการและพัฒนารูปแบบใหม่ ๆ ของ Drucker (1995) ดังนั้น บริษัทโซลาร์เซลล์ควรมองหาช่องทางการสร้างเครือข่าย และการรวมกลุ่ม ตลอดจนบริษัทโซลาร์เซลล์ควรติดตามความก้าวหน้าของนวัตกรรมของวิชาชีพด้านบัญชีและสอบบัญชี เพื่อช่วยการปฏิบัติงานให้มีคุณภาพและรวดเร็ว

องค์ความรู้ใหม่

ผู้บริหารบริษัทโซลาร์เซลล์ขนาดกลางและขนาดย่อม จะต้องเน้นการทำงานเป็นทีม และการมีส่วนร่วมของลูกจ้าง การยอมรับซึ่งกันและกัน การเคารพในความคิดเห็นของผู้อื่น สร้างองค์การที่มีการสื่อสารวัฒนธรรมองค์กรจากรุ่นสู่รุ่นที่ยั่งยืน และเน้นการทำงานแบบบูรณาการ สำหรับด้านคุณภาพของการขายและการบริการ ต้องยึดความถูกต้องและยุติธรรมในการปฏิบัติงาน ดูแลคุณภาพชีวิตและความสุขในการทำงานของพนักงาน ให้สังคมรับรู้ถึงสิ่งที่ต้องปฏิบัติ หรือระมัดระวังสิ่งที่มีความเสี่ยงได้ ทั้งด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการจัดการความรู้ การจัดการนวัตกรรม และด้านคุณภาพของการขายและการบริการ เพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจบริษัทโซลาร์เซลล์ ในประเทศไทยได้ ดังแสดงตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงรูปแบบความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจบริษัทโซลาร์เซลล์ ในประเทศไทย

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่าการพัฒนาบริษัทโซลาร์เซลล์ที่สามารถพัฒนาอย่างบูรณาการทางภาครัฐร่วมกับภาคเอกชน ในการกำหนดกลยุทธ์ศาสตร์ที่จะต้องร่วมกลุ่มเป็นคัสเตอร์เพื่อให้เกิดอำนาจในการต่อรองของวิศวกร ภาครัฐจึงจำเป็นต้องกำหนดยุทธศาสตร์ระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว ในการพัฒนาบุคลากรทั้งในภาคการศึกษาและปฏิบัติให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงทางด้านการจัดการนวัตกรรมได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านการจัดการนวัตกรรม จากการศึกษา พบว่า ตัวแปรความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจบริษัทโซลาร์เซลล์ ได้รับอิทธิพลจากตัวแปรนวัตกรรมมากที่สุด โดยมีอิทธิพลทางบวกในระดับนัยสำคัญ ดังนั้นผู้วิจัยขอให้ผู้บริหารบริษัทโซลาร์เซลล์ให้ความสำคัญกับปัจจัยนวัตกรรมให้มากที่สุด

2. ด้านการจัดการความรู้ จากการศึกษาอิทธิพลของตัวแปรการจัดการความรู้ พบว่ามีบริษัทโซลาร์เซลล์ไทยมีความรู้และทักษะที่เกี่ยวกับการจัดการความรู้ การให้รางวัล มีวัฒนธรรมการสื่อสารที่เกี่ยวกับการจัดการความรู้และมีการสนับสนุนของฝ่ายบริหารที่เกี่ยวกับการจัดการความรู้มากขึ้น จะเป็นสาเหตุให้มี

ความสามารถในการแข่งขันของบริษัทโซลาร์เซลล์ไทยสูงขึ้น ดังนั้น การจัดการความรู้น่าจะเป็นตัวแปรที่สามารถนำบริษัทโซลาร์เซลล์เข้าสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันเช่นเดียวกัน

3. ด้านความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน จากการศึกษา พบว่า ความสามารถในการแข่งขันของบริษัทโซลาร์เซลล์ มีอิทธิพลทางบวกโดยตรงต่อตัวแปรการดำเนินงานของบริษัทโซลาร์เซลล์ไทย เมื่อบริษัทโซลาร์เซลล์ไทย มีความสามารถในการแข่งขันในด้านความได้เปรียบด้านต้นทุน และมีการสร้างความแตกต่างสูง ก็จะเป็นสาเหตุให้การดำเนินงานของบริษัทโซลาร์เซลล์ไทยสูงขึ้นด้วย

ดังนั้น ปัจจัยชี้วัดความสามารถในการแข่งขันซึ่งประกอบด้วย การมีความได้เปรียบด้านต้นทุนและการมีบริการที่แตกต่างจากบริษัทอื่น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมโดยใช้กรอบแนวคิดนี้ เพื่อศึกษาถึงความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อวัดผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจบริษัทโซลาร์เซลล์ไทยให้ชัดเจน

2. ควรมีการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านอื่น ๆ เพิ่มเติมจากกรอบแนวคิดในงานวิจัย อาทิเช่น นอกจากคุณภาพของการขายและการบริการ แล้วควรนำปัจจัยเรื่องการสร้างมูลค่าร่วม หรือ Crating Shared Value หรือ CSV มาศึกษาเพิ่มเติมด้วย เพื่อขยายขอบเขตของการศึกษา

บรรณานุกรม

เขมมาวีร์ รักษ์ชูชีพ. (2551). *การบริหารเชิงกลยุทธ์*. ธนาเพรส.

พิบูล ทิปะपाल. (2559). *การจัดการเชิงกลยุทธ์ (ปรับปรุงใหม่)*. อมรรการพิมพ์

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2567). *ภาวะอุตสาหกรรมรายไตรมาสและรายปี 2567*.

<https://www.oie.go.th>

สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (2566). *บริการด้านทะเบียนธุรกิจ*. สำนักงาน.

<https://datawarehouse.dbd.go.th/index>

Barney, J. B., & Tyler, B. (1991). The prescriptive limits and potential for applying strategic management theory. *Managerial and Decision Economics*, 17(1), 99-120.

Drucker, P. F. (1995). *People and performance: The best of peter drucker on management*. Routledge.

Drucker, P. F. & Maciariello, J. A. (2004). *The Daily Drucker: 366 Days of Insight and Motivation for Getting the Right Things Done*. Elsevier

Gedamu, H. & Tafere, Y. (2019). Assessment of knowledge, attitude, and practice of sunlight exposure of infants among mothers attending in governmental health facilities in

farta district, South Gondar Zone, Northwest Ethiopia, 2018.

International Journal of Reproductive Medicine Articles, 2019(1), 1-7.

Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Prentice-Hall.

Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.

_____. (1998) The Competitive Advantage of Nations. *Macmillan Business*, 33, 1-21.

_____, and Millar, V.E. (1985) How information gives you competitive advantage. *Harvard Business Review*, 63, 149-160.