

โมเดลเชิงสาเหตุของความสามารถในการปรับตัวและความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจซื้อขายไป (เทรดดิ้ง) ของประเทศไทย

The Causal Model of Adaptability and Survivability of Entrepreneur Trading Business of Thailand

บันลือ เครือโชติกุล<sup>1</sup> เสาวนีย์ สมันต์ตรีพร<sup>2</sup> วัชรพล บุษมงคล<sup>3</sup> และพนธ์ พุทธานุกร<sup>4</sup>

Banlue Krue-Chotekul, Saowanee Samantreeporn, Watcharapol Bussamongkol  
and Pon Putthanukorn

Received: September 10, 2022 Revised: October 15, 2022

Accepted: November 19, 2022

บทคัดย่อ (Abstract)

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุของความสามารถในการปรับตัวที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจซื้อขายไป (เทรดดิ้ง) ของประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยอาศัยแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจซื้อขายไปที่จดทะเบียนนิติบุคคล จำนวน 251 ราย โดยอาศัยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.626 และผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability)

---

<sup>1</sup>นักวิจัยอิสระ, Independent Researcher, E-mail: bnb@solimacgroup.com

<sup>2</sup>บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์, Graduate School Southeast Asia University, E-mail: film.phd5@gmail.com

<sup>3</sup>นักวิจัยอิสระ, Independent Researcher, E-mail: watcharapol-b@hotmail.com

<sup>4</sup>บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์, Graduate School Southeast Asia University, E-mail: ponpo@gmail.com

เท่ากับ 0.91 สำหรับผลการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) พบว่า (1) แบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ( $\chi^2 = 18.16$ ,  $df = 16$ ,  $\chi^2/df = 1.13$ ,  $P\text{-value} = 0.32$ ,  $RMR = 0.160$ ,  $GFI = 0.963$ ,  $RMSEA = 0.045$  และ  $CFI = 0.988$ ) และ (2) อิทธิพลความสามารถในการปรับตัว มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจซื้อขายไป (เทรดดิ้ง) ของประเทศไทย มีค่าเท่ากับ 0.39 สรุปได้ว่า การที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อความสามารถในการปรับตัวในด้านการบริหารจัดการ การบริหารเงินทุน และการตลาดและการขาย จะช่วยให้ผู้ประกอบการอยู่รอดในธุรกิจซื้อขายไปได้และยังช่วยให้ธุรกิจมีผลดำเนินงานที่ดีขึ้นได้

**คำสำคัญ:** ความสามารถในการปรับตัว ความอยู่รอดของผู้ประกอบการ ธุรกิจซื้อขายไป

## Abstract

This research aims to analyze the causal model of adaptability and survivability of entrepreneur trading business of Thailand. This research was the survey research testing 251 respondents who entrepreneurs in trading business company registration. The research sampling was purposive sampling. The index of item-objective congruence (IOC) was 0.626 and reliability value of 0.94. The hypothesis testing used confirmatory factor analysis (CFA) and structural equation modeling (SEM). According to the analysis, (1) the causal relationship model was congruent with the empirical data ( $\chi^2 = 18.16$ ,  $df = 16$ ,  $\chi^2/df = 1.13$ ,  $P\text{-value} = 0.32$ ,  $RMR = 0.160$ ,  $GFI = 0.963$ ,  $RMSEA = 0.045$  and  $CFI = 0.988$ ), (2) the influence of adaptability on survivability of entrepreneur trading business of Thailand with regression coefficient 0.39. Conclusion that the entrepreneurs focus on adaptability in terms of management. capital management and marketing and sales would be help entrepreneurs to survive and better performance in trading business.

**Keywords:** Adaptive capability, Survival of entrepreneur, Trading business

## บทนำ (Introduction)

ธุรกิจซื้อมาขายไป (เทรดดิ้ง) คือหนึ่งประเภทของการทำธุรกิจโดยที่เจ้าของธุรกิจไม่จำเป็นต้องมีความรู้ในส่วนของการผลิตสินค้าด้วยตัวเอง เจ้าของธุรกิจสามารถซื้อสินค้าโดยตรงจาก “ผู้ผลิตสินค้า” หรือ “พ่อค้าคนกลาง” แล้วนำสินค้ามาขายต่อโดยการเพิ่มราคาเพื่อรับกำไร ทั้งนี้ก็เป็นเพราะผู้ผลิตบางรายอาจจะเป็นผู้เชี่ยวชาญในส่วนของการผลิตสินค้า แต่อาจจะไม่ได้เชี่ยวชาญหรือมีความสามารถมากเพียงพอในการนำสินค้าไปจำหน่ายในท้องตลาดหรือนำสินค้าไปสู่มือผู้บริโภคได้โดยตรง (สมปราชญ์ กุลนรัตน์, 2554) เจ้าของธุรกิจรายย่อยหรือพ่อค้าคนกลางจึงเป็นตัวแปรสำคัญที่จะทำให้สินค้าของผู้ผลิตเหล่านั้นไปถึงมือผู้บริโภคได้อย่างสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ธุรกิจซื้อมาขายไปจึงเป็นธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อขายสินค้าหรือเป็นคนกลางในการซื้อขายสินค้านี้ระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค หรือจากผู้ขายส่งอีกต่อหนึ่ง ธุรกิจซื้อมาขายไปจะมีสินค้าหลากหลายประเภทให้เลือกซื้อมาขายต่อ และมีผู้ประกอบการหลาย ๆ คนขายสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ แต่ก็ไม่ใช่ว่าสินค้าทุกอย่างจะขายออนไลน์แล้วขายดี เนื่องจากสินค้าบางอย่างขายหน้าร้านได้มากกว่าการขายออนไลน์ แต่ก่อนจะเริ่มทำธุรกิจซื้อมาขายไป ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญต่อวางกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การหาทำเลที่มีคนสัญจร คู่แข่งที่ขายสินค้าประเภทเดียวกันยังน้อย และลูกค้ามีโอกาสจะหยุดดูสินค้าเราได้ด้วย สินค้าที่นำมาวางขายต้องเป็นสินค้าที่กลุ่มเป้าหมายกำลังต้องการ เป็นต้น (เกรียงศิริรัตน์ จินตามณี, 2560) นอกจากนี้ สิ่งที่จะทำให้ธุรกิจซื้อมาขายไปสามารถปรับตัวและความอยู่รอดอยู่ได้ภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วได้ก็คือการบริหารจัดการร้านโดยเฉพาะอย่างยิ่งบริหารสต็อกสินค้าและเทคนิคการขายสินค้าเพราะจะช่วยให้ผู้ประกอบการได้รับผลกำไรมากขึ้น (พงศธร ธนบดีภัทร, 2564)

ธุรกิจซื้อมาขายไปมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศมาอย่างยาวนาน และเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญของผู้ผลิตในการกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย ขณะเดียวกันภาวะการแข่งขันในธุรกิจก็ทวีความรุนแรงขึ้นเช่นกัน ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจซื้อมาขายไปต้องเผชิญกับความท้าทายในการดำเนินธุรกิจท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของตลาดอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องมีความพร้อมรับมือสถานการณ์ที่เข้ามากระทบต่อธุรกิจเพื่อเพิ่ม

ศักยภาพในการแข่งขันให้สูงขึ้น ดังนั้น การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจซื้อขายไปจึงเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดได้ในอนาคต ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาโมเดลเชิงสาเหตุของความสามารถในการปรับตัวที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจซื้อขายไป (เทรดดิ้ง) ของประเทศไทย เพื่อแนวทางให้กับผู้ประกอบการธุรกิจซื้อขายไป (เทรดดิ้ง) หรือบุคคลทั่วไปที่มุ่งหวังจะประกอบอาชีพนี้ ได้พิจารณาถึงรูปแบบการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในยุคปัจจุบันเพื่อความอยู่รอดของของผู้ประกอบการธุรกิจซื้อขายไป (เทรดดิ้ง) ของไทยต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives)

เพื่อวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุของความสามารถในการปรับตัวที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจซื้อขายไป (เทรดดิ้ง) ของประเทศไทย

### สมมติฐานการวิจัย

1. โมเดลเชิงสาเหตุของความสามารถในการปรับตัวที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจซื้อขายไป (เทรดดิ้ง) ของประเทศไทย สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์
2. ความสามารถในการปรับตัว มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจซื้อขายไป (เทรดดิ้ง) ของประเทศไทย

### วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

#### ประชากร

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจซื้อขายไป (เทรดดิ้ง) ที่จดทะเบียนนิติบุคคล ซึ่งมีสถานประกอบการในประเทศไทยดำเนินธุรกิจหลักการซื้อขายไป (เทรดดิ้ง) จำนวน 127,494 ราย ณ วันที่ 31 ตุลาคม 2565 (ข้อมูลกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ณ 31 ตุลาคม 2562) เหตุผลที่เลือกศึกษากับกลุ่มประชากรดังกล่าวเนื่องจากเป็นกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็กที่ผ่านวิกฤติการโควิด-19

### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างตามเงื่อนไขของการวิเคราะห์สมการโครงสร้างต้องมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 200 ตัวอย่างขึ้นไปในกรณีที่ไม่เดลไม่มีความซับซ้อน (Hair et al., 2014) และควรมีขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 200 ตัวอย่างหรือ 5 เท่าของข้อคำถาม (Kline, 2016) ในการวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 5 ตัวแปร 45 ข้อคำถาม ขนาดกลุ่มตัวอย่างจึงไม่ควรน้อยกว่า 225 ตัวอย่าง (45 ข้อคำถาม  $\times$  5 เท่า) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 251 ราย ถือได้ว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามเงื่อนไข

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือวิจัยในครั้งนี้คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบ เป็นการวัดข้อมูลระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำธุรกิจ และช่องทางจำหน่ายทางออนไลน์ในช่วงสถานการณ์โควิด-19

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความสามารถในการปรับตัว จำนวน 30 ข้อ แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ การบริหารจัดการ จำนวน 10 ข้อ การบริหารเงินทุน จำนวน 10 ข้อ และการตลาดและการขาย จำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความอยู่รอดของธุรกิจ จำนวน 9 ข้อแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การจัดการความรู้ จำนวน 5 ข้อ และการจัดการนวัตกรรม จำนวน 4 ข้อ

โดยแบบสอบถามตอนที่ 2 และตอนที่ 3 เป็นคำถามแบบเรียงลำดับ (Interval Scale) 5 ระดับ ได้แก่ ระดับ 5 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง ถึงระดับ 1 คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

### การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามชุดนี้ผ่านการทดสอบความเที่ยงของเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญโดยใช้การวัดดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) โดยเกณฑ์ที่ยอมรับได้ของค่าดัชนีความสอดคล้องควรเท่ากับหรือมากกว่า 0.5 ซึ่งได้ค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.626 หลังจากนั้นมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่า

สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient;  $\alpha$ ) โดยผลการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่น ด้านความสามารถในการปรับตัว เท่ากับ 0.89 และด้านความอยู่รอดของธุรกิจเท่ากับ 0.92 ตามลำดับ ทั้งนี้ผลการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.91 แสดงว่า แบบสอบถามฉบับนี้มีประสิทธิภาพสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจริง พร้อมกับชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจชื่อมาขายไป (เทรดดิ้ง) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 251 ตัวอย่าง เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้วทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการรวบรวมข้อมูล และหนังสือทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย การใช้สถิติ และประกอบการวิเคราะห์ผลการวิจัย

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) เพื่อยืนยันตัวบ่งชี้ของตัวแปรสังเกตได้ สามารถอธิบายตัวแปรแฝง ซึ่งได้แก่ ความสามารถในการปรับตัว และความอยู่รอดของธุรกิจ และ 2) การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความสามารถในการปรับตัวที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจชื่อมาขายไป (เทรดดิ้ง) ของประเทศไทย

### ผลการวิจัย (Research Results)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจชื่อมาขายไป (เทรดดิ้ง) พบว่า เป็นเพศหญิง 177 คน (ร้อยละ 70.52) มีอายุ 40-49 ปี 82 คน (ร้อยละ 32.67) การศึกษาปริญญาตรี 244 (ร้อยละ 97.21) มีประสบการณ์ทำธุรกิจน้อยกว่า 5 ปี 194 คน (ร้อยละ

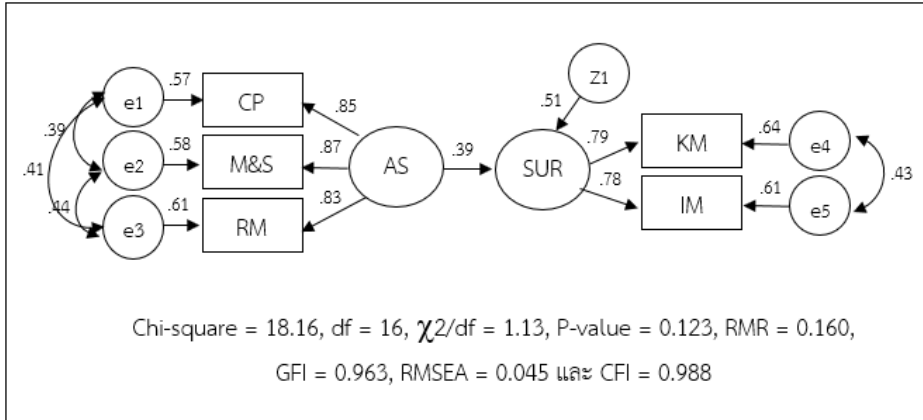
77.29) และใช้ช่องทางออนไลน์ Face book 151 คน (ร้อยละ 60.16) สำหรับผลการวิเคราะห์ มีดังนี้

### 1. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐานโมเดลเชิงสาเหตุของความสามารถในการปรับตัวมีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจซื้อขายไป (เทรดดิ้ง) ของประเทศไทย สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวบ่งชี้องค์ประกอบตัวแปรแฝงในโมเดลการวัดมีความสอดคล้องระหว่างข้อมูลเชิงทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของตัวแปร มีรายละเอียดดังนี้ ความสามารถในการปรับตัว มีค่า  $\chi^2/df$  เท่ากับ 1.01 ค่า p-value เท่ากับ .52 ค่า GFI เท่ากับ .99 ค่า AGFI เท่ากับ .97 ค่า RMR เท่ากับ .01 และค่า RMSEA เท่ากับ .01 และความอยู่รอดของธุรกิจ มีค่า  $\chi^2/df$  เท่ากับ .98 ค่า p-value เท่ากับ .47 ค่า GFI เท่ากับ 1.00 ค่า AGFI เท่ากับ .97 ค่า RMR เท่ากับ .01 และค่า RMSEA เท่ากับ .00 และทุกตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงทุกตัวแปรมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < .01$ ) ดังนั้นตัวแปรสังเกตได้ที่นำมาใช้วัดตัวแปรแฝงสำหรับการวิจัยในครั้งนี้มีความสอดคล้องตามเงื่อนไขของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

### 2. การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling)

ผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถในการปรับตัว มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจซื้อขายไป (เทรดดิ้ง) ของประเทศไทย พบว่า แบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์สอดคล้องคือ  $\chi^2 = 18.16$ ,  $df = 16$ ,  $\chi^2/df = 1.13$ ,  $P\text{-value} = 0.32$  แสดงว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่า RMR = 0.160, GFI = 0.963, RMSEA = 0.045 และ CFI = 0.988 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน



ภาพที่ 2 การวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุของความสามารถในการปรับตัวที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจซื้อขายไป (เทรดดิ้ง) ของประเทศไทย

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของตัวแปรที่สังเกตได้ของความสามารถในการปรับตัว (AS) พบว่า ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบความสำคัญมากที่สุดคือการตลาดและการขาย (0.87) รองลงมาคือ การบริหารเงินทุน (0.85) และการบริหารจัดการ (0.83) ตามลำดับ

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของตัวแปรที่สังเกตได้ของความอยู่รอดของผู้ประกอบการ (SUR) พบว่า ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบความสำคัญมากที่สุดคือ การจัดการความรู้ (0.79) รองลงมาคือ การจัดการนวัตกรรม (0.78)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความสามารถในการปรับตัว (AS) ส่งผลต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการ (SUR) ด้วยค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.39 สามารถอธิบายความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจซื้อขายไป (เทรดดิ้ง) ได้ร้อยละ 51

## อภิปรายผล (Research Discussion)

การวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุของความสามารถในการปรับตัวที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจซื้อขายไป (เทรดดิ้ง) ของประเทศไทยอภิปรายผลได้ดังนี้



ความสามารถในการปรับตัว กับความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจเข้ามาขายไป (เทรตดิง) ของประเทศไทยมีปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือ การบริหารจัดการ โดยให้ความสำคัญกับการบริหารเงินทุน และการตลาดและการขาย ข้อค้นพบนี้บ่งชี้ว่าในการดำเนินธุรกิจไม่มีผู้ประกอบการใดที่สามารถอยู่รอดได้ตลอดโดยไม่มีการปรับตัว ผู้ประกอบการธุรกิจเข้ามาขายไปที่มีความสามารถในการปรับตัวทั้งในด้านการบริหารจัดการ การบริหารเงินทุน และการตลาดและการขาย จะสามารถรับมือกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วได้ไม่ว่าจะเป็นการปรับตัวในเรื่องการผลิตสินค้า บริการ การตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย บุคลากร และการเงิน รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งความสามารถในการปรับตัวนี้จะส่งผลให้ธุรกิจมีผลดำเนินงานที่ดีขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Dewin (2019) พบว่าความสามารถในการปรับตัวส่งผลกระทบต่อความอยู่รอด ซึ่งบ่งชี้ว่าในระยะยาวผู้ประกอบการตระหนักว่าการปรับตัวเป็นเรื่องจำเป็นในการประกอบธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaehler, C., et al. (2014) พบว่า ความสามารถในการปรับตัวมีผลต่อกลยุทธ์ของธุรกิจและมีความสัมพันธ์กับการปรับตัวของธุรกิจในระดับสูง

ขณะเดียวกันความในการปรับตัวมีอิทธิพลต่อความอยู่รอดในด้านการจัดการความรู้ ซึ่งจะช่วยให้บริษัทฯ สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานให้บรรลุประสิทธิภาพด้วยต้นทุน/ค่าใช้จ่ายของที่ลดลง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Haider & Kayani (2020) และ Migdadi (2020) ที่พบว่า ธุรกิจต้องเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าเพื่อที่จะได้ตอบสนองลูกค้าด้วยต้นทุนที่เหมาะสม ส่วนด้านการจัดการนวัตกรรม ช่วยให้เกิดการพัฒนาและการเพิ่มช่องทางการตลาดใหม่ ๆ ที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มีมากขึ้น และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Gyemang & Emeagwali (2020); Migdadi (2020) และ Gallegos, Salvador Duran & Soria Gomez (2020) ที่พบว่านวัตกรรมทำให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการบริหารจัดการที่ช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจและช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดในธุรกิจได้

## ข้อเสนอแนะ (Research Suggestions)

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผู้ประกอบการธุรกิจเข้ามาขายไป (เทรตดิง) สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันให้กับธุรกิจได้

2. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาโมเดลเชิงสาเหตุของความสามารถในการปรับตัวที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจซื้อมาขายไป (เทรดดิ้ง) ของประเทศไทย แต่ในการดำเนินธุรกิจจริงความอยู่รอดของผู้ประกอบการนั้นธุรกิจยังต้องให้ความสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ และการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า อีกด้วย

3.

### **ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป**

ควรศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจซื้อมาขายไป (เทรดดิ้ง) ของประเทศไทย

## เอกสารอ้างอิง (References)

- เกรียงศิริรัตน์ จินตามณี. (2560). **ซื้อมาขายไป ทำอย่างไรให้รุ่งเรืองไม่ใช่รุ่งจริง!!**. ค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2565, จาก : <https://taokaemai.com/ซื้อมาขายไป-ทำอย่างไรให้/>
- \_\_\_\_\_. (2564). **ทำธุรกิจแบบผู้ชนะ ในทุกสถานการณ์**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เครืออมรินทร์.
- สมปราชญ์ กุลนรัตน์และคณะ. (2554). **การบัญชีภาคปฏิบัติ : ธุรกิจซื้อมาขายไป**. กรุงเทพฯ : แมคกรอฮิล.
- Caves, R. & Porter, M. (1977). From entry barriers to mobility barriers: Conjectural decisions and contrived deterrence to new competition. **The Quarterly Journal of Economics**, 91, 241-262.
- Dess, G. G., Lumpkin. G. T., & Eisner, A. B. (2007). **Strategic management**. Text & Case (3rd ed.)
- Dewi, R. S. (2019). The Role of Adaptive Ability in Firm Performance: Moderating Effect of Firm Size and Age. **Asian Economic and Financial Review**, 9(7), 807-823.
- Drucker, P.F. (1985). Innovation & Entrepreneurship: Practice & Principles. **Harvard Business Review**.7(6), 149-157.
- Gallegos, J. F. D. C., Salvador Durand, A., & Soria Gomez, E. (2020). Organizational Innovation and Tech Innovation Persistence. **Journal of technology management & innovation**, 15(3), 52-61.
- Gyemang, M., & Emeagwali, O. (2020). The roles of dynamic capabilities, innovation, organizational agility and knowledge management on competitive performance in telecommunication industry. **Management Science Letters**, 10(7), 1533-1542.
- Haider, S. A., & Kayani, U. N. (2020). The impact of customer knowledge management capability on project performance-mediating role of strategic agility. **Journal of Knowledge Management**, 25(2), 298-312.

- H.E. Aldrich, and L.A. Keister. (2006). Access (not) denied: The impact of financial, human and cultural capital on entrepreneurial entry in the United States. **Small Business**vol. 27, issue 1, 5-22.
- Jovanovic (1982). "Selection and the Evolution of Industry," *Econometrica*, **Econometric Society**, vol. 50(3), 649-670.
- Kaehler, C., Busatto, F., Becker, G. V., Hansen, P. B., & Santos, J. L. S. (2014). Relationship between adaptive capability and strategic orientation: An empirical study in a Brazilian company. **iBusiness**. 6, 1-9.
- Migdadi, M. M. (2020). Knowledge management, customer relationship management and innovation capabilities. **Journal of Business & Industrial Marketing**, 36(1), 111-124.
- Nelson, R. R., & Winter, S. G. (1982). **An evolutionary theory of economic change**. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Wickham, L. (2004). **An action research study on the effects of cooperative paired reading on learners with Special Educational needs**. Dissertation Abstract International-A, 63(10), 3