

อิทธิพลของความสามารถในการดูดซับความรู้ต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ: บทบาทของ ความสามารถเชิงพลวัตในฐานะตัวแปรส่งผ่าน ในธุรกิจนำเข้าและตัวแทนจัดจำหน่าย

เอกรัตน์ สิงห์ทอง^{1*}

วันที่รับบทความ : 10 พ.ค. 2569

วันแก้ไขบทความ : 9 มิ.ย. 2569

วันที่ตอบรับบทความ : 17 มิ.ย 2569

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงของความสามารถในการดูดซับความรู้ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจและความสามารถเชิงพลวัต รวมถึงศึกษาอิทธิพลส่งผ่านของความสามารถเชิงพลวัตที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการดูดซับความรู้และผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในธุรกิจนำเข้าและตัวแทนจัดจำหน่าย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการหรือผู้บริหารในธุรกิจนำเข้าและตัวแทนจัดจำหน่าย ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 351 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่และค่าร้อยละ และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation Analysis) การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Ordinary Least Squares Regression Analysis) และการทดสอบ Sobel Test

ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถในการดูดซับความรู้ส่งผลเชิงบวกต่อความสามารถเชิงพลวัตและผลการดำเนินงานของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ ความสามารถเชิงพลวัตยังส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นเดียวกัน อีกทั้งผลการทดสอบอิทธิพลส่งผ่านพบว่า ความสามารถเชิงพลวัตเป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วนในความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการดูดซับความรู้กับผลการดำเนินงานของธุรกิจ แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจที่สามารถแสวงหา เรียนรู้ และใช้ประโยชน์จากความรู้ภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะช่วยส่งเสริมความสามารถในการปรับตัว การสร้างนวัตกรรม และการจัดสรรทรัพยากร ซึ่งนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและตัวแทนจัดจำหน่ายในการพัฒนาความรู้ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจในยุคดิจิทัลได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ความสามารถในการดูดซับความรู้; ความสามารถเชิงพลวัต; ผลการดำเนินงานของธุรกิจ; ธุรกิจนำเข้าและตัวแทนจัดจำหน่าย

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผู้ประสานงานหลัก : Ekkaratibbin@gmail.com

The Influence of Absorptive Capacity on Business Performance: The Mediating Role of Dynamic Capabilities in Tour Operators and Travel Agencies

Ekkarat Singthong^{1*}

Received : 10 May 2026

Revised : 9 Jun 2026

Accepted : 17 Jun 2026

Abstract

This study aimed to examine the direct influence of absorptive capacity on business performance and dynamic capabilities, as well as to investigate the mediating role of dynamic capabilities in the relationship between absorptive capacity and business performance among tour operators and travel agencies. This research employed a quantitative research design. The sample consisted of 351 entrepreneurs and executives of tour operators and travel agencies in Bangkok, selected through simple random sampling. Data were analyzed using descriptive statistics, including frequency and percentage, and inferential statistics, including Pearson correlation analysis, Ordinary Least Squares regression analysis, and the Sobel test.

The findings revealed that absorptive capacity had a positive and statistically significant influence on both dynamic capabilities and business performance. In addition, dynamic capabilities had a positive and statistically significant influence on business performance. The results of the mediation analysis further indicated that dynamic capabilities partially mediated the relationship between absorptive capacity and business performance. These findings suggest that firms capable of effectively acquiring, learning from, and utilizing external knowledge are more likely to enhance their adaptability, innovation capability, and resource reconfiguration, which subsequently contribute to improved business performance. The findings can be applied as a guideline for entrepreneurs and executives of tour operators and travel agencies in developing organizational knowledge, utilizing digital technology, and strengthening business competitiveness in the digital era in a sustainable manner.

Keywords: Absorptive Capacity; Dynamic Capabilities; Business Performance; Tour Operators and Travel Agencies

¹Master's Degree Student, Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development Administration

*Corresponding Author : E-mail: Ekkarattribbin@gmail.com

1. บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของนานาประเทศ รวมทั้งประเทศไทย ซึ่งธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย นับเป็นองค์ประกอบสำคัญของระบบการท่องเที่ยว เนื่องจากทำหน้าที่เชื่อมโยงนักท่องเที่ยว ผู้ให้บริการ และแหล่งท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน ทั้งในด้านการจัดโปรแกรมการเดินทาง การอำนวยความสะดวก และการให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์ได้ส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก โดยนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูล จองบริการ และวางแผนการเดินทางได้ด้วยตนเองผ่านระบบออนไลน์ ส่งผลให้ธุรกิจนำเที่ยวต้องเผชิญกับการแข่งขันและความท้าทายที่รุนแรงมากขึ้น (ธนาภรณ์ ตรีชู และฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2564)

แนวโน้มของนักท่องเที่ยวแบบอิสระ (Free Independent Traveler) ที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้การใช้บริการผ่านบริษัทนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่ายลดลงอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจนำเที่ยวจึงจำเป็นต้องปรับตัวทั้งในด้านการดำเนินงาน (ธนาภรณ์ ตรีชู และฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2564) การใช้เทคโนโลยี และการพัฒนารูปแบบบริการใหม่ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและรักษาความสามารถในการแข่งขันได้ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ความรู้และความสามารถในการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมภายนอกกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวและอยู่รอดในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อีกทั้งสถานการณ์ความไม่แน่นอนที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่ายอย่างรุนแรง ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ทำให้รายได้ของธุรกิจลดลงและรูปแบบการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป ผู้ประกอบการจึงต้องให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยง การปรับรูปแบบบริการ การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ การสร้างความมั่นใจด้านสุขภาพและความปลอดภัย ตลอดจนการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ที่เชื่อมโยงกับห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว (โรจนา ลิ้มสกุลวานิจ, 2565) ภายใต้ระบบการท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่ายเป็นองค์ประกอบสำคัญของห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว เนื่องจากทำหน้าที่เชื่อมโยงนักท่องเที่ยว ผู้ให้บริการขนส่ง โรงแรม แหล่งท่องเที่ยว ชุมชน และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกัน บทบาทของธุรกิจกลุ่มนี้ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการจัดจำหน่ายรายการนำเที่ยว แต่รวมถึงการออกแบบประสบการณ์การเดินทาง การคัดเลือกพันธมิตรบริการ การจัดการข้อมูลข่าวสาร การประสานความเสี่ยง และการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การขยายตัวของแพลตฟอร์มดิจิทัล ระบบจองบริการออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ และระบบตัวแทนกลางการท่องเที่ยว (Online Travel Agencies) ได้เปลี่ยนโครงสร้างการแข่งขันของธุรกิจนำเที่ยวอย่างสิ้นเชิง นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูล เปรียบเทียบราคา จองบริการ และวางแผนการเดินทางได้ด้วยตนเองมากขึ้น (Buhalis & Law, 2008; Gretzel et al., 2015) ส่งผลให้ธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่ายแบบดั้งเดิมต้องเผชิญกับภาวะการลดบทบาทของตัวเองลง ในขณะเดียวกันก็เกิดโอกาสใหม่ในการพัฒนาบริการเฉพาะบุคคล การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ และการใช้ข้อมูลลูกค้าเพื่อออกแบบข้อเสนอคุณค่าที่แตกต่างจากคู่แข่ง

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบันเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากเทคโนโลยีดิจิทัล พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่พึ่งพาข้อมูลออนไลน์มากขึ้น และการแข่งขันจากแพลตฟอร์มดิจิทัล ส่งผลให้ธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่ายต้องอาศัยความรู้จากภายนอกในการปรับตัวและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ความสามารถในการดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity) จึงเป็นแนวคิดสำคัญในฐานะความสามารถของธุรกิจในการแสวงหา ตีความ แปลงสภาพ และใช้ประโยชน์จากความรู้ภายนอก เช่น ข้อมูลลูกค้า แนวโน้มตลาด เทคโนโลยีการจองออนไลน์ และเครือข่ายพันธมิตร เพื่อนำไปพัฒนาสินค้าและบริการ และกระบวนการดำเนินงาน (Zahra & George, 2002; Ma et al., 2021; López-Gamero et al., 2025) อย่างไรก็ตาม ความรู้ดังกล่าวจะนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อธุรกิจมีความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capabilities) ในการบูรณาการ ปรับเปลี่ยน และจัดสรรทรัพยากรให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง (Lichtenthaler, 2016; Senivongse et al., 2019) ดังนั้น ความสามารถในการดูดซับความรู้จึงทำหน้าที่เป็นฐานของการเรียนรู้เชิงกลยุทธ์ ขณะที่ความสามารถเชิงพลวัตทำหน้าที่แปลงความรู้ไปสู่การปรับตัว

นวัตกรรมบริการ และความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งนำไปสู่ผลการดำเนินงานของธุรกิจที่ดีขึ้นในระยะยาว (Wu et al., 2024; Verawati et al., 2026)

แม้ว่างานวิจัยที่ผ่านมาได้ให้ความสำคัญกับความสามารถในการดูดซับความรู้ ความสามารถเชิงพลวัต และผลการดำเนินงานของธุรกิจ แต่ยังพบช่องว่างการวิจัยที่สำคัญ ด้วยงานวิจัยจำนวนมากมุ่งศึกษาโรงแรม แหล่งท่องเที่ยว หรือธุรกิจบริการโดยรวม ขณะที่ธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่ายซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวกลางในระบบการท่องเที่ยวยังได้รับความสนใจอย่างจำกัด ดังนั้น การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของความสามารถในการดูดซับความรู้ต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ บทบาทของความสามารถเชิงพลวัตในฐานะตัวแปรสื่อกลางในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย จึงมีความสำคัญ เนื่องจากสามารถอธิบายได้ว่า ความสามารถในการดูดซับความรู้ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโดยตรงหรือไม่ และความสามารถเชิงพลวัตมีบทบาทในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ดังกล่าวอย่างไร ในระบบการท่องเที่ยวผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่ายในการพัฒนาองค์ความรู้ การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ การใช้เทคโนโลยี และการยกระดับผลการดำเนินงานให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในยุคดิจิทัล

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงของความสามารถในการดูดซับความรู้ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ และความสามารถเชิงพลวัต ในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลส่งผ่านของความสามารถเชิงพลวัตที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการดูดซับความรู้ และผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย

3. การทบทวนวรรณกรรมและการพัฒนาสมมติฐาน

3.1 แนวคิดความสามารถในการดูดซับความรู้

ความสามารถในการดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity) เป็นกรอบแนวคิดภายใต้มุมมองฐานความรู้ของธุรกิจ (Knowledge-Based View) หมายถึง ความรู้เป็นทรัพยากรหลักที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจ โดยธุรกิจไม่ได้พึ่งพาเพียงความรู้ภายในเท่านั้น แต่ยังต้องสามารถรับและใช้ประโยชน์จากความรู้ภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Lichtenthaler, 2016) แนวคิดนี้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่ออธิบายความสามารถขององค์กรในการรับรู้คุณค่าของความรู้ใหม่ การดูดซับ และการนำไปใช้เพื่อสร้างมูลค่าทางธุรกิจ ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Ma et al., 2021)

โดยทั่วไป ความสามารถในการดูดซับความรู้ถูกเป็นกระบวนการหลายขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการแสวงหา (Acquisition) การกลืนซึม (Assimilation) การแปลง (Transformation) และการใช้ประโยชน์ (Exploitation) ของความรู้จากภายนอก (Ma et al., 2021) กระบวนการเหล่านี้ช่วยให้ธุรกิจสามารถนำความรู้ใหม่มาผสมผสานกับความรู้เดิม เพื่อพัฒนาเป็นนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Chen et al., 2015) อีกทั้งความสามารถในการดูดซับความรู้ยังถูกมองว่าเป็นความสามารถทางกระบวนการที่ประกอบด้วยกิจกรรมสำคัญหลายขั้นตอน ได้แก่ การระบุความรู้ใหม่ การรับรู้คุณค่า การได้มาซึ่งความรู้ การกลืนซึม การปรับเปลี่ยน และการนำไปใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Senivongse et al., 2019) ซึ่งกระบวนการเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า ความสามารถในการดูดซับความรู้ ไม่ใช่เพียงทรัพยากร แต่เป็นความสามารถเชิงพลวัตที่ต้องอาศัยการเรียนรู้และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Ma et al., 2021) ความสามารถในการดูดซับความรู้ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยการดูดซับและใช้ประโยชน์จากความรู้ช่วยให้ธุรกิจสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น (Ibarra-Cisneros et al., 2021) โดยเฉพาะในบริบทที่การแข่งขันและเทคโนโลยีดิจิทัล

เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ความสามารถในการดูดซับความรู้ช่วยให้ธุรกิจสามารถเปลี่ยนข้อมูลจากภายนอกให้เป็นความรู้เชิงปฏิบัติ นำไปสู่การออกแบบรายการนำเที่ยวใหม่ การพัฒนาประสบการณ์ลูกค้า การปรับช่องทางจัดจำหน่าย และการสร้างนวัตกรรมบริการได้ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจใช้ประโยชน์จากความสัมพันธ์และเครือข่ายภายนอกเพื่อกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์และยกระดับความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจท่องเที่ยว (Córcoles Muñoz et al., 2023)

นอกจากนี้ การใช้ทรัพยากรจำนวนมากในการพัฒนาและรักษาความสามารถนี้ รวมถึงความเสี่ยงที่ธุรกิจจะพึ่งพาความรู้เดิมมากเกินไปจนลดโอกาสในการเรียนรู้สิ่งใหม่ (Lichtenthaler, 2016) ดังนั้น ธุรกิจจำเป็นต้องสร้างสมดุลระหว่างการใช้ความรู้เดิมและการแสวงหาความรู้ใหม่ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากความสามารถในการดูดซับความรู้ (Lichtenthaler, 2016) ความสามารถในการดูดซับความรู้เป็นความสามารถเชิงกลยุทธ์ที่มีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรในยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ เนื่องจากช่วยให้ธุรกิจสามารถรับรู้ เรียนรู้ และใช้ประโยชน์จากความรู้ภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรม ความสามารถเชิงพลวัต และผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น (Lichtenthaler, 2016; Senivongse et al., 2019)

3.2 แนวคิดความสามารถเชิงพลวัต

ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capabilities) หมายถึง ความสามารถของธุรกิจในการบูรณาการ สร้าง ปรับเปลี่ยน และจัดสรรทรัพยากรหรือความสามารถทั้งภายในและภายนอกธุรกิจ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้อย่างเหมาะสม โดย Ma et al. (2021) กล่าวว่า ความสามารถเชิงพลวัตช่วยให้ธุรกิจสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมการทำงาน ผ่านการปรับโครงสร้างและการใช้ทรัพยากรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ใหม่ อีกทั้งยังสนับสนุนการเรียนรู้ การทดลอง การบูรณาการทรัพยากร และการเปลี่ยนแปลงระบบเดิมเพื่อนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น นอกจากนี้ ความสามารถเชิงพลวัตยังเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการสร้าง และการปรับเปลี่ยนสมรรถนะทั้งภายในและภายนอก เพื่อรับมือกับภัยคุกคามจากตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Senivongse et al., 2019) รวมถึงการตัดสินใจใช้ประโยชน์จากโอกาส และการปรับเปลี่ยนทรัพยากรเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Zehir & Vural, 2025)

ความสามารถเชิงพลวัตมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากธุรกิจต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนจากวิกฤตการณ์ภายนอก การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เทคโนโลยีดิจิทัล และการแข่งขันจากแพลตฟอร์มออนไลน์ Prayag et al. (2024) กล่าวว่า ในช่วงวิกฤตโควิด-19 ธุรกิจท่องเที่ยวต้องกระตุ้นความสามารถเชิงพลวัตหลายรูปแบบ เช่น การบูรณาการทรัพยากร การปรับโครงสร้าง การสร้างบริการใหม่ การพัฒนาความรู้ การซึมซับข้อมูลภายนอก การปรับตัว และการสร้างนวัตกรรม เพื่อเสริมสร้างความยืดหยุ่นขององค์กร ทั้งในด้านเครือข่ายและความสัมพันธ์ ภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์กร และความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ดังนั้น ความสามารถเชิงพลวัตจึงเป็นความสามารถสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัว สร้างนวัตกรรม และรักษาความสามารถในการแข่งขันในสภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอนได้ (Senivongse et al., 2019) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจที่ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของตลาด เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง (Ma et al., 2021; Zehir & Vural, 2025)

3.3 แนวคิดผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Firm Performance) เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของธุรกิจที่สะท้อนถึงความสามารถในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายทั้งด้านการเงิน การตลาด และความสามารถในการแข่งขัน (Yahaya, 2026) Ma et al. (2021) กล่าวว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจเกี่ยวข้องกับความสามารถขององค์กรในการใช้ทรัพยากร เทคโนโลยี และความรู้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และสร้างผลลัพธ์ที่ดีให้แก่องค์กร ทั้งในด้านกำไร การเติบโต และความสามารถในการตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง

นอกจากนี้ ผลการดำเนินงานของธุรกิจไม่ได้พิจารณาเฉพาะผลลัพธ์ทางการเงินเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงความสามารถในการพัฒนานวัตกรรม การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และการตอบสนองต่อความต้องการของตลาด

(Chen et al., 2015) โดยธุรกิจที่สามารถใช้ความรู้และทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการใหม่ที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้ยิ่งขึ้น ในขณะเดียวกัน Lichtenthaler (2016) อธิบายว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจมีความสัมพันธ์กับความสามารถของธุรกิจในการแสวงหาและใช้ประโยชน์จากความรู้ภายนอก เนื่องจากธุรกิจที่มีความสามารถในการเรียนรู้และปรับตัวสูง จะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและรักษาประสิทธิภาพการดำเนินงานในระยะยาวได้ (Farrell et al., 2026) อย่างไรก็ตาม หากองค์กรไม่สามารถบริหารจัดการทรัพยากรและความรู้ได้อย่างเหมาะสม อาจส่งผลให้ต้นทุนสูงขึ้นและกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจได้

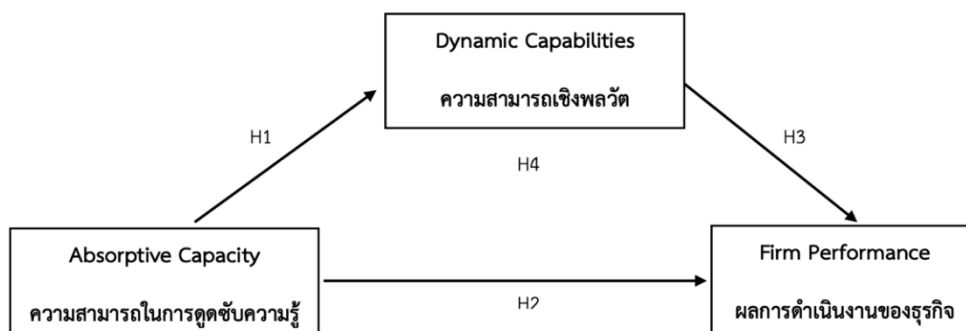
3.4 สมมติฐานการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ อิทธิพลของความสามารถในการดูดซับความรู้ต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ บทบาทของความสามารถเชิงพลวัตในฐานะตัวแปรส่งผ่าน ในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย จึงสามารถสร้างเป็นสมมติฐานการวิจัยได้ ดังนี้

1. สมมติฐานที่ 1 ความสามารถในการดูดซับความรู้ส่งผลต่อความสามารถเชิงพลวัต ในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย
2. สมมติฐานที่ 2 ความสามารถในการดูดซับความรู้ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย
3. สมมติฐานที่ 3 ความสามารถเชิงพลวัตส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย
4. สมมติฐานที่ 4 ความสามารถเชิงพลวัตเป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการดูดซับความรู้กับผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย

3.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ อิทธิพลของความสามารถในการดูดซับความรู้ต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ บทบาทของความสามารถเชิงพลวัตในฐานะตัวแปรส่งผ่าน ในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย จึงสามารถสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย ความสามารถในการดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity) ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capabilities) ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Firm Performance) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงของความสามารถในการดูดซับความรู้ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ และความสามารถเชิงพลวัตในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย และเพื่อศึกษาอิทธิพลส่งผ่านของความสามารถเชิงพลวัต ที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์

ระหว่างความสามารถในการดูดซับความรู้ และผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีหน้าที่บริหารจัดการในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 4,035 ราย ข้อมูลจากกรมการท่องเที่ยว ปี 2569 (Department of Tourism, 2026) วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ .05 จำนวน 351 คน (Krejcie & Morgan, 1970) โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Sample Random Sampling) เพื่อให้เหมาะสมกับการวิจัย และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้มีการพัฒนาเครื่องมือหรือแบบสอบถามจากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลของความสามารถในการดูดซับความรู้ต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ: บทบาทของความสามารถเชิงพลวัตในฐานะตัวแปรสื่อกลางในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย ซึ่งประกอบด้วย ความสามารถในการดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity) จำนวน 12 ตัวชี้วัด ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capabilities) จำนวน 9 ตัวชี้วัด และผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Firm Performance) จำนวน 9 ตัวชี้วัด โดยตัวชี้วัดได้รับการพัฒนาและปรับปรุงจากมาตรวัดของ Chen et al. (2014) Chen et al. (2015) & Kump et al. (2019) จากนั้นดำเนินการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (Content Validity) โดยใช้ Index of Item-Objective Congruence (IOC) ซึ่งผ่านการทดสอบจากผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการและผู้ประกอบการในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย จำนวน 3 ท่าน และข้อคำถามทุกข้อมีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.50 ทุกข้อ ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำไปใช้ได้ (Rovinelli & Hambleton, 1977) และดำเนินการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง (Try Out) จำนวน 30 คน และนำมาทดสอบความเชื่อมั่นด้วยเทคนิคการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาค (Coefficient Alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.90 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ใช้ได้ (Hair et al., 2010)

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 351 คน ด้วยตัวเอง โดยมีการคัดกรองกลุ่มตัวอย่างผ่านการใช้คำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย 1) ท่านมีอายุมากกว่า 20 ปี 2) ท่านมีประสบการณ์เป็นผู้ประกอบการ หรือผู้บริหารในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย อย่างน้อย 1 ปี ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบ “ไม่ใช่” ในข้อใดข้อหนึ่ง จะถือว่าไม่เข้าเกณฑ์การเป็นกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบ “ใช่” ทั้ง 2 ข้อ จะถือว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด หลังจากนั้น ผู้วิจัยจึงดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถามให้ครบตามจำนวนที่กำหนด ตรวจสอบความครบถ้วนและความสมบูรณ์ของข้อมูลในแบบสอบถาม ก่อนนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยต่อไป

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ในการอธิบายข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม และสถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรการวิเคราะห์การถดถอย (Ordinary Least Squares Regression) และการทดสอบ Sobel Test (Sobel, 1982)

5. ผลการวิจัย

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลส่วนมากเป็นเพศชายจำนวน 217 คน ร้อยละ 61.8 มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 96 คน ร้อยละ 27.4 มีสถานภาพสมรส 291 คน ร้อยละ 82.9 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี 270 คน ร้อยละ 76.9 และมีประสบการณ์ทำงานในธุรกิจนำเข้าและตัวแทนจัดจำหน่ายมากกว่า 10 ปี จำนวน 237 คน ร้อยละ 67.5

5.2 ผลการทดสอบการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation Analysis)

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความสามารถในการดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity) ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capabilities) และผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Firm Performance)

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ของความสามารถในการดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity) ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capabilities) และผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Firm Performance)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation)		
	(X1)	(X2)	(Y)
ความสามารถในการดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity) (X1)	1		
ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capabilities) (X2)	.620**	1	
ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Firm Performance) (Y)	.705**	.575**	1

จากตาราง 1 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความสามารถในการดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity) (X1) ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capabilities) (X2) และผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Firm Performance) (Y) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร มีค่าอยู่ระหว่าง 0.575** - 0.705** ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ตีความเหมาะสมแก่การนำไปวิเคราะห์การวิเคราะห์การถดถอย (Ordinary Least Squares Regression)

5.3 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบอิทธิพลทางตรงของความสามารถในการดูดซับความรู้ส่งผลต่อความสามารถเชิงพลวัต ในธุรกิจนำเข้าและตัวแทนจัดจำหน่าย

Variable	ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capabilities) (X2)			
	B	Beta	t	Sig.
α	4.607		5.094	<.001
ความสามารถในการดูดซับความรู้ (X1)	.656	.890	36.485	<.001
R = .890, R Square = .792, Adjusted = .792, Std. Error of the Estimate 2.278, Durbin-Watson = 2.029 Sig = <.001**				

จากตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นของความสามารถในการดูดซับความรู้ (X1) ที่ส่งผลต่อความสามารถเชิงพลวัต (X2) ในธุรกิจนำเข้าและตัวแทนจัดจำหน่าย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย มีค่าเท่ากับ 0.656 ซึ่งมีระดับนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ 0.001

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ความสามารถในการดูดซับความรู้ (X1) ส่งผลเชิงบวกและมีอิทธิพลต่อความสามารถเชิงพลวัต (X1) ในธุรกิจนำเข้าและตัวแทนจัดจำหน่าย อีกทั้ง ตัวแปรความสามารถในการดูดซับความรู้ (X1) สามารถพยากรณ์อิทธิพลต่อความสามารถเชิงพลวัต (X2) ในธุรกิจนำเข้าและตัวแทนจัดจำหน่ายได้ร้อยละ 79.2

5.4 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

ตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบอิทธิพลทางตรงของความสามารถในการดูดซับความรู้ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในธุรกิจนำเข้าและตัวแทนจัดจำหน่าย

Variable	ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Firm Performance) (Y)			
	B	Beta	t	Sig.
α	3.373		3.008	.003
ความสามารถในการดูดซับความรู้ (X1)	.683	.854	30.618	<.001
R = .854, R Square = .729, Adjusted = .728, Std. Error of the Estimate 2.825, Durbin-Watson = 1.784 Sig = <.001**				

จากตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นของความสามารถในการดูดซับความรู้ (X1) ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Y) ในธุรกิจนำเข้าและตัวแทนจัดจำหน่าย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย มีค่าเท่ากับ 0.683 ซึ่งมีระดับนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ 0.001

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ความสามารถในการดูดซับความรู้ (X1) ส่งผลเชิงบวกและมีอิทธิพลต่อส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Y) ในธุรกิจนำเข้าและตัวแทนจัดจำหน่าย อีกทั้ง ตัวแปรความสามารถในการดูดซับความรู้ (X1) สามารถพยากรณ์อิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Y) ในธุรกิจนำเข้าและตัวแทนจัดจำหน่ายได้ร้อยละ 72.8

5.5 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3

ตารางที่ 4 แสดงผลการทดสอบอิทธิพลทางตรงของความสามารถเชิงพลวัตส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในธุรกิจนำเข้าและตัวแทนจัดจำหน่าย

Variable	ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Firm Performance) (Y)			
	B	Beta	t	Sig.
α	1.736		1.679	.094
ความสามารถเชิงพลวัต (X2)	.956	.881	34.797	<.001
R = .881, R Square = .776, Adjusted = .776, Std. Error of the Estimate 2.565, Durbin-Watson = 1.743 Sig = <.001**				

จากตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นของความสามารถเชิงพลวัต (X2) ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Y) ในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย มีค่าเท่ากับ 0.956 ซึ่งมีระดับนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ 0.001

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ความสามารถเชิงพลวัต (X2) ส่งผลเชิงบวกและมีอิทธิพลต่อส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Y) ในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย อีกทั้ง ตัวแปรความสามารถเชิงพลวัต (X2) สามารถพยากรณ์อิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Y) ในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่ายได้ร้อยละ 77.6

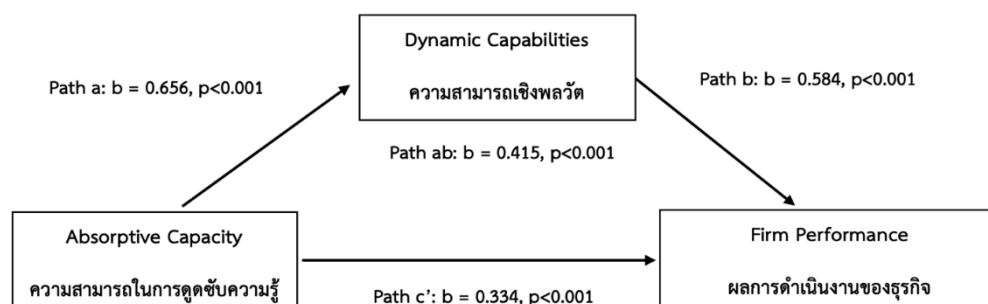
5.6 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4

การทดสอบอิทธิพลส่งผ่าน (Mediating Effect) ทดสอบสมมติฐานที่ 4 ความสามารถเชิงพลวัต (X2) เป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการดูดซับความรู้ (X1) กับผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Y) ในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่ายโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอย ซึ่งเป็นการหาค่า Path b (Path X2 --> Y) และ Path c (Path X1 --> Y) รวมถึงการทดสอบโซเบล (Sobel Test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001

ตารางที่ 5 แสดงผลการทดสอบอิทธิพลทางอ้อมของความสามารถเชิงพลวัตเป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการดูดซับความรู้กับผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย

Variable	ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Firm Performance) (Y)				Collinearity Statistic	
	B	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
α	.456		.456	.649		
ความสามารถในการดูดซับความรู้ (X1)	.267	.334	6.345	<.001	.208	4.814
ความสามารถเชิงพลวัต (X2)	.633	.584	11.080	<.001	.208	4.814
R = .894, R Square = .799, Adjusted = .798, Std. Error of the Estimate 2.432, Durbin-Watson = 1.711 Sig = <.001**						

การทดสอบอิทธิพลส่งผ่าน (Mediating Effect) ของความสามารถเชิงพลวัตซึ่งเป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการดูดซับความรู้กับผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย เป็นการคำนวณค่าจากผลของ Path a: b มีค่าเท่ากับ 0.656 Path b: b มีค่าเท่ากับ 0.584 ดังนั้น พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยทางอ้อม หรือ Path ab มีค่าเท่ากับ 0.415 จากนั้นเป็นการวิเคราะห์ด้วย Sobel Test พบว่า ค่าทางสถิติจากการทดสอบโซเบล มีค่าเท่ากับ 10.623 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 จึงสามารถกล่าวได้ว่า อิทธิพลส่งผ่านของความสามารถเชิงพลวัต (X2) หรือ Path ab แสดงการส่งผ่านจากความสามารถในการดูดซับความรู้ (X1) สู่ ความสามารถเชิงพลวัต (X2) และผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Y) ในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย



ภาพที่ 2 อิทธิพลทางอ้อมของความสามารถเชิงพลวัตเป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการดูดซับความรู้กับผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย

เมื่อพิจารณาอิทธิพลรวม โดยให้ c แทนอิทธิพลทั้งหมด และ c' แทนอิทธิพลทางตรงหลังจากควบคุมตัวแปรส่งผ่าน จะได้ว่า $c = ab + c'$ ดังนี้

$$c = .415 + .267 = .682$$

ซึ่งสอดคล้องกับค่าอิทธิพลรวมของความสามารถในการดูดซับความรู้ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย เนื่องจากค่า $c' \neq 0$ และค่า $c' < c$ คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของความสามารถในการดูดซับความรู้ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย ลดลงจาก 0.683 เหลือเพียง 0.267 แต่ยังคงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่า .001 จึงแสดงให้เห็นว่า ความสามารถเชิงพลวัตเป็นตัวแปรส่งผ่านและมีอิทธิพลบางส่วน หรือ Partial Mediation Effect ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 4 ความสามารถเชิงพลวัตเป็นตัวแปรส่งผ่านที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการดูดซับความรู้กับผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางอ้อม หรือ Indirect Effect คือ อิทธิพลที่ตัวแปรอิสระส่งผ่านตัวแปรคั่นกลางไปยังตัวแปรตาม หรือที่เรียกว่า Path ab กล่าวคือ ความสามารถในการดูดซับความรู้ส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านความสามารถเชิงพลวัตไปยังผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ทางอ้อมเท่ากับ 0.415

6. สรุปผลและอภิปราย

6.1 สรุปผลการวิจัย

ความสามารถในการดูดซับความรู้มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาความสามารถเชิงพลวัตและผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย โดยธุรกิจที่สามารถแสวงหา เรียนรู้ ตีความ และนำความรู้จากภายนอกมาใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะสามารถปรับเปลี่ยนทรัพยากร กระบวนการ และกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ส่งผลให้เกิดความสามารถในการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น ความสามารถเชิงพลวัตยังส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยช่วยให้องค์กรสามารถบูรณาการ ปรับเปลี่ยน และจัดสรรทรัพยากรได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งพัฒนานวัตกรรมบริการและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า ความสามารถเชิงพลวัตทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วนระหว่างความสามารถในการดูดซับความรู้กับผลการดำเนินงานของธุรกิจ แสดงให้เห็นว่า ความรู้จากภายนอกจะสร้างผลลัพธ์ทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นเมื่อองค์กรสามารถแปลงความรู้นั้นไปสู่การปรับตัว การสร้างนวัตกรรม และการจัดการทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม ดังนั้น ความสามารถในการดูดซับความรู้และความสามารถเชิงพลวัตจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างผลการดำเนินงานและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจท่องเที่ยวในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง

6.2 อภิปรายผลการวิจัย

สมมติฐานที่ 1: ความสามารถในการดูดซับความรู้ส่งผลต่อความสามารถเชิงพลวัต ในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย

ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถในการดูดซับความรู้ส่งผลเชิงบวกต่อความสามารถเชิงพลวัตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ สืบเนื่องมาจากธุรกิจที่สามารถแสวงหา รับรู้ กลืนซึม และนำความรู้จากภายนอกมาใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะสามารถนำความรู้ดังกล่าวมาปรับปรุงกระบวนการทำงาน พัฒนาระบบการดำเนินงาน และสร้างความสามารถในการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Ma et al. (2021) ที่พบว่าความสามารถในการดูดซับความรู้ช่วยส่งเสริมความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรผ่านการเรียนรู้และการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Chen et al. (2015) ที่กล่าวว่า การดูดซับและใช้ประโยชน์จากความรู้ภายนอกมีส่วน

ช่วยให้องค์กรสามารถพัฒนาความสามารถในการปรับตัวและสร้างนวัตกรรมได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงสอดคล้องกับ Senivongse et al. (2019) ที่พบว่า ความสามารถในการดูดซับความรู้เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างและปรับเปลี่ยนสมรรถนะเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

สมมติฐานที่ 2: ความสามารถในการดูดซับความรู้ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย

ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถในการดูดซับความรู้ส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งธุรกิจที่สามารถเรียนรู้และนำความรู้จากภายนอกมาประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะสามารถพัฒนาสินค้าบริการ และกระบวนการดำเนินงานให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ Lichtenthaler (2016) ที่พบว่า ความสามารถในการดูดซับความรู้ช่วยให้ธุรกิจสามารถใช้ประโยชน์จากความรู้ภายนอกเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและสร้างคุณค่าทางธุรกิจ ขณะที่ Ibarra-Cisneros et al. (2021) ที่พบว่า องค์กรที่มีความสามารถในการดูดซับความรู้สูง จะสามารถพัฒนากลยุทธ์และเพิ่มผลการดำเนินงานขององค์กรได้ดียิ่งขึ้น อีกทั้ง Ma et al. (2021) ยังกล่าวว่า ความสามารถในการดูดซับความรู้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรผ่านการพัฒนาการเรียนรู้และนวัตกรรมขององค์กร

สมมติฐานที่ 3: ความสามารถเชิงพลวัตส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย

ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถเชิงพลวัตส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ความสามารถเชิงพลวัตเป็นความสามารถในการบูรณาการ ปรับเปลี่ยน และจัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทาง และตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Gupta et al. (2024) ที่พบว่า ความสามารถเชิงพลวัตช่วยเสริมผลของความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อผลการดำเนินงานของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่า ความสามารถเชิงพลวัตเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้ทรัพยากร ข้อมูล และเทคโนโลยีถูกแปลงเป็นผลลัพธ์เชิงธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับ Ferreira et al. (2020) ที่กล่าวว่า ความสามารถเชิงพลวัตช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับเปลี่ยนทรัพยากรและสร้างนวัตกรรมเพื่อนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Zehir and Vural (2025) ที่พบว่า ความสามารถเชิงพลวัตมีบทบาทสำคัญต่อการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

สมมติฐานที่ 4: ความสามารถเชิงพลวัตเป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการดูดซับความรู้กับผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย

ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถเชิงพลวัตเป็นตัวแปรส่งผ่านบางส่วนในความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการดูดซับความรู้กับผลการดำเนินงานของธุรกิจ ความสามารถในการดูดซับความรู้ช่วยให้ธุรกิจสามารถแสวงหาและใช้ประโยชน์จากความรู้ภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาความสามารถในการปรับตัว การสร้างนวัตกรรม และการจัดสรรทรัพยากรของธุรกิจ และนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นในที่สุด ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ Ma et al. (2021) ที่พบว่า ความสามารถในการดูดซับความรู้และความสามารถเชิงพลวัตมีบทบาทร่วมกันในการพัฒนาผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยความสามารถเชิงพลวัตทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเปลี่ยนความรู้และทรัพยากรขององค์กรให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Ferreira et al. (2020) ที่อธิบายว่า ความสามารถเชิงพลวัตเป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรและความรู้เพื่อนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น ขณะที่ Teece (2007) กล่าวว่า ธุรกิจจำเป็นต้องมีความสามารถในการรับรู้โอกาส ใช้ประโยชน์จากโอกาส และปรับเปลี่ยนทรัพยากรเพื่อสร้างความได้เปรียบในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับ Verawati et al. (2026) ที่พบว่า ความสามารถในการดูดซับความรู้มีบทบาทในการเชื่อมโยงปัจจัยภายในองค์กรไปสู่ความได้เปรียบทางการ

แข่งขันในภาคการท่องเที่ยว ดังนั้น ในบริบทธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย ความสามารถเชิงพลวัตจึงเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยแปลงความรู้ภายนอกให้กลายเป็นการปรับตัว นวัตกรรมบริการ ความสามารถในการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน

7. ข้อเสนอแนะ

1) ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ ผลการวิจัยนี้ช่วยขยายองค์ความรู้ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์และการจัดการความรู้ในบริบทธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่าย โดยชี้ให้เห็นว่า ความสามารถในการดูดซับความรู้เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมผลการดำเนินงานของธุรกิจ และความสามารถเชิงพลวัตมีบทบาทเป็นกลไกส่งผ่านที่ช่วยแปลงความรู้จากภายนอกไปสู่การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ นวัตกรรมบริการ และความสามารถในการแข่งขัน ผลการศึกษาจึงช่วยเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการดูดซับความรู้ ความสามารถเชิงพลวัต และผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยเฉพาะในบริบทธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งยังมีการศึกษาในประเด็นดังกล่าวอย่างจำกัด

2) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่ายควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาความสามารถในการดูดซับความรู้ โดยเฉพาะการแสวงหา เรียนรู้ ตีความ และใช้ประโยชน์จากข้อมูลภายนอก เช่น พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เทคโนโลยีดิจิทัล ข้อมูลจากแพลตฟอร์มออนไลน์ และเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อนำไปพัฒนาสินค้า บริการ และกระบวนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ขณะเดียวกัน ธุรกิจควรเสริมสร้างความสามารถเชิงพลวัตผ่านการพัฒนาทักษะบุคลากร การใช้เทคโนโลยี การสร้างนวัตกรรมบริการ การปรับโครงสร้างการดำเนินงาน และการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดอย่างรวดเร็ว เพื่อยกระดับผลการดำเนินงานและสร้างความยั่งยืนทางการแข่งขันในระยะยาว นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบมาตรการสนับสนุนผู้ประกอบการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล เช่น การพัฒนาทักษะดิจิทัล การส่งเสริมระบบข้อมูลตลาด และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ

3) ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดจากการเก็บข้อมูลเฉพาะธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจัดจำหน่ายในกรุงเทพมหานคร จึงควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังพื้นที่อื่นหรือธุรกิจท่องเที่ยวประเภทอื่น เช่น โรงแรม ธุรกิจขนส่งท่องเที่ยว ธุรกิจแพลตฟอร์มท่องเที่ยว หรือธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษาและเพิ่มความสามารถในการอธิบายเชิงบริบท นอกจากนี้ ควรพิจารณาตัวแปรเพิ่มเติม เช่น นวัตกรรมองค์กร ความสามารถด้านดิจิทัลภาวะผู้นำ การจัดการความรู้ ความยืดหยุ่นขององค์กร หรือความสามารถด้านเครือข่าย เพื่อพัฒนาแบบจำลองการวิจัยให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น รวมถึงควรใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยเพิ่มการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม เพื่อทำความเข้าใจกระบวนการเรียนรู้ การดูดซับความรู้ และการปรับตัวเชิงพลวัตของธุรกิจนำเที่ยวได้อย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- ธนาภรณ์ ทรายชู และฉลอมศรี พิมพ์สมพงศ์. (2564). การพัฒนาความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจนำเที่ยวไทย เพื่อตอบสนองอุปสงค์การท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 14(1), 14-23.
- โรจนา ลิ้มสกุลวานิจ. (2565). การพัฒนาธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศหลังการแพร่ระบาดโควิด-19 (COVID-19). *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*, 4(1), 64-78.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.

- Chen, Y.-S., Chang, C.-H., & Lin, Y.-H. (2014). The determinants of green radical and incremental innovation performance: Green shared vision, green absorptive capacity, and green organizational ambidexterity. *Sustainability*, 6(11), 7787-7806.
- Chen, Y.-S., Lin, Y.-H., Lin, C.-Y., & Chang, C.-W. (2015). Enhancing green absorptive capacity, green dynamic capacities and green service innovation to improve firm performance: An analysis of structural equation modeling (SEM). *Sustainability*, 7(11), 15674-15692.
- Córcoles Muñoz, M. M., Parra Requena, G., García Villaverde, P. M., & Ruiz Ortega, M. J. (2023). Relational antecedents of sustainability orientation in hospitality and tourism firms: The mediating role of absorptive capacity. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(3), 778-800.
- Department of Tourism. (2026). *List of tour business operators*.
- Farrell, M., Willis, C. H., Siangchokyo, N., Klinger, R. L., Kreugel, J., Usta, H., Tian, T. R., Thaviphoke, Y., & Wilson, S. (2026). Board attributes, firm performance, and the moderating role of national culture: A meta-analysis. *Corporate Governance: An International Review*, 34(2), 310-337.
- Ferreira, J., Coelho, A., & Moutinho, L. (2020). Dynamic capabilities, creativity and innovation capability and their impact on competitive advantage and firm performance: The moderating role of entrepreneurial orientation. *Technovation*, 92-93, 102061.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25, 179-188.
- Gupta, R., Nair, K., Mishra, M., Ibrahim, B., & Bhardwaj, S. (2024). Adoption and impacts of generative artificial intelligence: Theoretical underpinnings and research agenda. *International Journal of Information Management Data Insights*, 4(1), 100232.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Prentice Hall.
- Ibarra-Cisneros, M.-A., Demuner-Flores, M. del R., & Hernández-Perlines, F. (2021). Strategic orientations, firm performance and the moderating effect of absorptive capacity. *Journal of Strategy and Management*, 14(4), 582-611.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Kump, B., Engelmann, A., Kessler, A., & Schweiger, C. (2019). Toward a dynamic capabilities scale: Measuring organizational sensing, seizing, and transforming capacities. *Industrial and Corporate Change*, 28(5), 1149-1172.
- Lichtenthaler, U. (2016). Absorptive capacity and firm performance: An integrative framework of benefits and downsides. *Technology Analysis & Strategic Management*, 28(6), 664-676.
- López-Gamero, M. D., Molina-Azorín, J. F., Tari, J. J., & Pereira-Moliner, J. (2025). Identifying the role of absorptive capacity in the relationship between quality management and sustainability: Evidence from the tourism industry. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 32(1), 325-340.

- Ma, F., Khan, F., Khan, K. U., & XiangYun, S. (2021). Investigating the impact of information technology, absorptive capacity, and dynamic capabilities on firm performance: An empirical study. *SAGE Open*, 11(4), 1-18.
- Prayag, G., Jiang, Y., Chowdhury, M., Hossain, M. I., & Akter, N. (2024). Building dynamic capabilities and organizational resilience in tourism firms during COVID-19: A staged approach. *Journal of Travel Research*, 63(3), 713-740.
- Rovinelli, R. J. & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 1(2), 49-60.
- Senivongse, C., Bennet, A., & Mariano, S. (2019). Clarifying absorptive capacity and dynamic capabilities dilemma in high dynamic market IT SMEs. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 49(3), 372-396.
- Sobel, M. E. (1982). Asymptotic confidence intervals for indirect effects in structural equation models. *Sociological Methodology*, 13, 290-312.
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of sustainable enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319-1350.
- Verawati, D. M., Mujib, M., Achsa, A., Fitriana, Y. R., & Hazanah, E. Y. (2026). Inclusive leadership and adaptive-innovation capability: A dynamic capabilities approach to gaining competitive advantage in the tourism sector. *Cogent Business & Management*, 13(1), 2646769.
- Wu, Y., Hizam-Hanafiah, M., & Zhang, Y. (2024). The mediating role of dynamic capability between sustainable development and competitive advantage in tourism enterprises in Henan Province (China). *Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society*, 38(2), 69-94.
- Yahaya, O. A. (2026). Climate risk governance and firm performance of listed Nigerian firms. *Journal of Accounting, Finance and Auditing*, 17(3), 10-44.
- Zahra, S. A., & George, G. (2002). Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. *Academy of Management Review*, 27(2), 185-203.
- Zehir, C., & Vural, C. A. (2025). *Dynamic capabilities and organizational competitiveness. Journal of Business Research*, 45(2), 120-135.