

ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการของบริษัคนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม

The Corporate Entrepreneurship Factors of Small and Medium Tour Operator

ชญานันท์ ไสกระจ่าง *

เกศรา สุกเพชร**

บทคัดย่อ

ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (Corporate Entrepreneurship) มีบทบาทต่อความอยู่รอดขององค์กรธุรกิจ โดยนำพาองค์กรให้บรรลุเป้าหมายด้านความสำเร็จและสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Sustainable Competitive Advantage) บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรของบริษัคนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม ผ่านการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic Review) จากฐานข้อมูลทั้งในประเทศและต่างประเทศ ฐานข้อมูลในประเทศ ได้แก่ ห้องสมุดสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ฐานข้อมูลเอกสารฉบับเต็มในรูปอิเล็กทรอนิกส์ของไทย (Thai Digital Collection) และฐานข้อมูลต่างประเทศ ได้แก่ ScienceDirect, Emerald, Hospitality & Tourism Complete, Business Source Complete, Academic Search Complete และ Google Scholar ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร ประกอบด้วยตัวบ่งชี้ที่ถูกระบุถึงมากที่สุดในงานวิจัยจำนวน 5 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ การสร้างธุรกิจใหม่ (New Business Venturing), การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness), การปรับองค์กรใหม่ (Reorganization), การดำเนินงานเชิงรุก (Proactive Management) และการกล้าเผชิญความเสี่ยง (Risk Management)

คำสำคัญ: ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร, ประสิทธิภาพขององค์กร, บริษัคนำเที่ยว

* นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

** อาจารย์ประจำคณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Abstract

Corporate Entrepreneurship plays a significant role in the organization to exist and support the organization to successful achievement and gaining sustainable competitive advantage.

The purpose of this study is to explore the Corporate Entrepreneurship factors affecting the Performance Effectiveness of small and medium tour operator through the method of systematic review of national databases including Library and Information Center of National Institute of Development Administration (NIDA) and Thai Digital Collection and international databases including Science Direct, Emerald, Hospitality & Tourism Complete, Business Source Complete, Academic Search Complete and Google Scholar. The results shows that the Corporate Entrepreneurship has a five-dimension consisting of new business venturing, innovativeness, reorganization, proactive management, and risk management that affecting the Performance Effectiveness of small and medium tour operator.

This study will be used to develop a thesis on "Guidelines in Developing Effectiveness of Small and Medium Tour Operator with the Entrepreneurship Reinforcement"

Keywords : Corporate Entrepreneurship, Organizational Effectiveness, Tour Operator

บทนำ

ในปี 2555 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้สูงเป็นอันดับหนึ่งของภาคการค้าบริการรวมของประเทศ โดยก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) จำนวนทั้งสิ้น 479,206 ล้านบาท ซึ่งจำนวน 445,661 ล้านบาท หรือร้อยละ 93.0 ดังกล่าว เป็นผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จากข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2555 พบว่า สถานประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีจำนวนทั้งสิ้น 499,214 แห่ง และ ร้อยละ 99.9 ของสถานประกอบการดังกล่าว ล้วนเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและ

ขนาดย่อม ดังนั้นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงมีบทบาทสำคัญต่อมิติทางด้านเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยที่เป็นแหล่งจ้างงาน สร้างรายได้ และเป็นกลไกในการแก้ไขปัญหาความยากจนให้แก่ประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2555)

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดังกล่าว มีธุรกิจอยู่หลายประเภทด้วยกัน สามารถจำแนกออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ ธุรกิจสนับสนุน ซึ่งสนับสนุนให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง เป็นธุรกิจที่ได้รับประโยชน์จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจสวนสนุก ธุรกิจสปา ธุรกิจของที่ระลึก และประเภทสุดท้าย คือ ธุรกิจหลัก ซึ่งเป็นแหล่งรายได้หลักและเป็นธุรกิจที่มีจำนวนสถานประกอบการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.8 ของจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งหมดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ธุรกิจดังกล่าว ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมที่พัก ธุรกิจภัตตาคารร้านอาหาร และธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2555) ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ เป็นหนึ่งในธุรกิจหลักที่มีอิทธิพลมากที่สุดในโซ่อุปทานท่องเที่ยว เนื่องจากทำหน้าที่เสมือนเป็นตัวกลาง (Focal Point) คอยเชื่อมโยงระหว่างอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) ของนักท่องเที่ยวและผู้ส่งมอบปัจจัยการผลิต นอกจากนี้ยังเป็นผู้ที่มีอำนาจในการต่อรองสูงสุด มีบทบาทในการบริหารจัดการผู้เกี่ยวข้องภายในโซ่อุปทาน (Sigala, 2008) ที่ผ่านมารธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator) เหล่านี้ เคยอาศัยความได้เปรียบทางด้านทรัพยากรธรรมชาติและต้นทุนแรงงานที่มีราคาต่ำ แต่ปัจจุบันความได้เปรียบดังกล่าวกลับกลายเป็นข้อจำกัด ทำให้ต้องเผชิญกับภาวะการถดถอยทางการแข่งขัน เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีความอ่อนไหวง่ายต่อปัจจัยลบทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ ซ้ำยังต้องเผชิญกับปัญหาด้านการตัดราคากระหว่างบริษัทนำเที่ยวด้วยกันเอง รวมถึงการตัดราคาจากบริษัทตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agency) ประกอบกับธุรกิจนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่ไม่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากก็สามารถจัดตั้งธุรกิจได้โดยง่าย ทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ธุรกิจและออกจากธุรกิจอยู่บ่อยครั้ง โดยล่าสุด สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ระบุว่า ในหกเดือนแรกของปี 2555 มีผู้ประกอบการขอยกเลิกใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวไปแล้ว กว่า 263 ราย ซึ่งถือเป็นจำนวนที่เพิ่มมากขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน (สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์, 2555)

จากสถานการณ์ดังกล่าว จะเห็นว่าบริษัทนำเที่ยวไม่สามารถนำกลยุทธ์การแข่งขันรูปแบบเดิมมาใช้ได้อีกต่อไป จำเป็นต้องปรับตัวใหม่เพื่อให้อยู่รอดท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของ

สภาพแวดล้อมภายนอก (External environment) โดยการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนขึ้น (Sustainable Competitive Advantage) (Kuratko, Morris and Covin, 2011)

ความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนดังกล่าว มุ่งเน้นที่การพัฒนาองค์การจากฐานทรัพยากรภายใน (Resource-based) และความสามารถที่มีอยู่ (Capability) ให้เกิดเป็นขีดความสามารถหลัก (Core Competency) ที่เกิดจากการสร้างคุณค่า (Value Added) ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะหาได้ยากจากคู่แข่ง (Rareness) จนไม่สามารถลอกเลียนแบบ (Costly to Imitate) และไม่สามารถหาสิ่งใดมาทดแทนได้ (Non-substitutable) (Porter, 1985) ซึ่งปัจจุบันแนวคิดที่กำลังได้รับความนิยมและถูกกล่าวถึงเป็นอย่างมากในวารสารด้านธุรกิจระดับโลก (दनय तेयन पृष्ठ, 2553) รวมถึงได้รับความสนใจจากแวดวงนักวิชาการว่าสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน คือ ความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ (Corporate Entrepreneurship) (Kuratko et al, 2011)

ความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ (CE) เป็นกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้เพื่อสร้างคุณค่าให้ธุรกิจจากการใช้ทรัพยากรภายใน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพและความสามารถของบุคลากรภายในให้สามารถคิดและแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เสมือนกับเป็นผู้ประกอบการเองโดยตรง (Hill and Hlavacek, 1972; Peterson and Berger, 1972; Hanan, 1976 อ้างถึงใน Morris and Kuratko, 2002) ดังนั้น ความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ (CE) จึงมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อความอยู่รอดขององค์การธุรกิจ เพราะเป็นผู้ที่รับผิดชอบโดยตรงต่อความเสี่ยงและความไม่แน่นอนจากการดำเนินธุรกิจ และนำพาองค์การให้บรรลุจุดมุ่งหมายด้านผลกำไรและความสำเร็จ (Kuratko, 2009)

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ (CE) ส่วนใหญ่ถูกใช้อธิบายถึงคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ (Kuratko et al, 2011) แต่มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความเห็นแย้งว่าการศึกษาวิเคราะห์เรื่องความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ (CE) ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะประสบผลสำเร็จมากกว่าเนื่องจากวิสาหกิจขนาดใหญ่มีโครงสร้างองค์การที่ซับซ้อนและมีลำดับชั้นการบังคับบัญชาที่มากเกินไปทำให้ยากต่อการจัดการธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ (Schmelter, Mauer, Borsch and Brettel, 2010) ดังนั้นการเลือกศึกษาเรื่องความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ (CE) ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงก่อให้เกิดประโยชน์มากกว่า (Carrier, 1994; Antoncic and Hisrich, 2001) เพราะความเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสำคัญ และจำเป็นต่อการปรับตัวเพื่อ

สร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องให้องค์กรสามารถอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน (Schmelter et al, 2010) โดยแนวทางการปรับตัวดังกล่าว ได้แก่ ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CE) นั้นเอง (Covin and Slevin, 1991) เนื่องจากความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CE) มีความสัมพันธ์โดยตรงกับประสิทธิผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ (Eser, Demirbag and Yozgat, 2012)

แม้ว่ากระแสความสนใจศึกษาเรื่อง ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CE) จะได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนเกี่ยวกับ องค์ประกอบของความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CE) และอิทธิพลของความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CE) ที่มีต่อประสิทธิผลขององค์กรธุรกิจ นอกจากนี้งานวิจัยส่วนใหญ่ที่พบในประเทศไทยจะมุ่งศึกษาเฉพาะคุณลักษณะทางจิตวิทยาของผู้ประกอบการ ซึ่งมีหน่วยการวิเคราะห์ในระดับบุคคล มากกว่าที่จะศึกษาความเป็นผู้ประกอบการในระดับองค์กร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CE) ที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการดำเนินงานโดยรวมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทยยังมีอยู่เพียงจำนวนน้อย (ก้องเกียรติ บุรณศรี, 2553) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ดังนั้น เพื่อให้บริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถปรับตัวเพื่อความอยู่รอดท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และมีขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน อีกทั้งเพื่อตอบสนองนโยบายการพัฒนาประเทศไทยภายใต้ยุทธศาสตร์ แผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รายสาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (พ.ศ.2555 - 2559) ที่มุ่งเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ผู้ประกอบการให้มีศักยภาพและองค์ความรู้ในการดำเนินธุรกิจและกำหนดกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2555) จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำการศึกษาเพื่อให้ทราบถึง ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร ของบริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเสริมสร้างประสิทธิผลการดำเนินงานให้แก่บริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร ของบริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม

การทบทวนวรรณกรรม

ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (Corporate Entrepreneurship)

ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CE) ถูกเรียกในหลากหลายชื่อ เช่น Intrapreneuring, Intrapreneurship, Internal Entrepreneurship, Corporate Venturing, Corporate entrepreneurial, Internal Entrepreneurship และ Corporate Entrepreneurship (Ozdemirci, 2011) ซึ่งในปัจจุบันการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการนั้นมีแนวทางในการศึกษาอยู่ 3 ระดับด้วยกัน ได้แก่ ระดับประเทศ (National Level Entrepreneurship) ที่ให้ความสำคัญกับระบบเศรษฐกิจมหภาค เช่น การจัดสรรทรัพยากร อัตราการว่างงานของคนในประเทศ และการอพยพย้ายถิ่นฐาน ระดับปัจเจกบุคคล (Individual Level Entrepreneurship) ที่มุ่งศึกษาถึงคุณลักษณะของเจ้าของกิจการขนาดเล็ก และระดับองค์กร (Organization Level Entrepreneurship) ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพและความสามารถของบุคลากรภายในให้สามารถคิดและแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เสมือนกับเป็นผู้ประกอบการเองโดยตรง เพื่อให้องค์กรมีศักยภาพพร้อมที่จะสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันได้ในระยะยาว (Belinda, Martie-Louise, and Kate, 2007) ซึ่งในระดับองค์กรนี้ ความเป็นผู้ประกอบการจะส่งผลโดยตรงต่อความอยู่รอดขององค์กรธุรกิจ

ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (Corporate Entrepreneurship: CE) จึงเป็นกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้เพื่อสร้างคุณค่าให้ธุรกิจจากการใช้ทรัพยากรภายใน และได้รับการยอมรับว่าสามารถทำให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลการดำเนินงานด้านการเงินที่เมื่อเวลาผ่านไประยะหนึ่งแล้ว จะยิ่งทวีคูณเพิ่มมากขึ้น (Zahra and Covin, 1995) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ก้องเกียรติ บุณยศรี (2553) ที่พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานขององค์กรทั้งด้านการเงิน และด้านอื่นๆ กล่าวคือ ผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้ ด้านลูกค้า และด้านกระบวนการภายใน รองลงมาตามลำดับ โดยจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า มีนักวิชาการจำนวนมากได้นำเสนอมิติหรือตัวบ่งชี้ที่สำคัญ สำหรับใช้ในการศึกษาในเรื่อง ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CE) ดังแสดงไว้ใน ตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การรวบรวมตัวบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CE)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ตัวบ่งชี้ CE													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	Zahra and Covin (1997)		X	X					X						
2	Ozdemirci (2011)	X	X				X	X							
3	Antoncic and Hisrich (2003)		X	X		X	X	X	X	X					
4	Mokaya (2012)	X	X	X			X	X							
5	Antoncinc and Hisrich (2000)	X	X	X			X	X							
6	Antoncic and Hisrich (2001)	X	X				X	X							
7	Luo and Zhou (2005)	X	X	X											
8	Zahra (1993)	X					X	X							
9	Zahra (1995)	X					X	X							
10	Lumpkin and Dess (2001)	X	X	X	X	X									
11	Yang, Zhang and Wang (2007)	X	X				X	X							
12	Guth and Ginsberg (1990)	X						X							
13	Narayanan, Yang and Zahra (2009)	X						X							
14	Hornsby, Naffziger, Kuratko and Montagno (1993)			X	X						X	X	X		

ตารางที่ 1 การรวบรวมตัวบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CE) (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ตัวบ่งชี้ CE													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
15	ก้องเกียรติ บุณศรี (2553)	X	X	X											
16	Wang and Zhang (2009)	X	X				X	X							
17	กฤตกร จิรภาณุเมศ (2553)		X	X		X								X	
18	ภาณี อุบลศรี (ม.ป.ป.)			X							X				X
19	Longnecker and Moore (1991)			X							X				X
20	Rodermund and Silbereisen (1999)			X							X				
21	อาทิตย์ วุฒิกะโร (2543)			X							X				X
22	อุบลวรรณ ภาวกานันท์ (2553)	X		X	X	X					X				
23	ปรารธนา ไชลิต (2554)			X							X				X
24	ปรัชนันท์ กังวานปิยศักดิ์ (2550)			X										X	
25	Simsek, Lubatkin, Veiga, and Dino (2009)	X					X	X							
26	Rojas, Morales and Sanchez (2011)	X	X				X	X							

ตารางที่ 1 การรวบรวมตัวบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CE) (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อผู้ศึกษา	ตัวบ่งชี้ CE													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
27	Cemal Zehir; Muceldili and Songul Zehir (2012)	X	X	X											
28	Saly (2001)	X	X	X			X	X							
29	Zhang, Wan and Jia (2008)	X					X	X							
รวมจำนวนตัวบ่งชี้ CE		19	15	18	3	4	13	15	2	1	7	1	1	2	4



ภาพที่ 1 สรุปผลรวมจำนวนตัวบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CE)

ตัวบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CE)
1 =Innovativeness
2 = Proactive Management
3 = Risk Management
4 =Autonomy
5 = Competitive aggressiveness
6 =Reorganiza- tion
7 = New Business Venturing
8 = Product/ service innovation
9 = Process innovation
10 = Need for achievement
11 = Goal orientation
12 = Internal Locus of control
13 = Independence
14 = Self Confidence

จากภาพที่ 1 สามารถสรุปตัวบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CE) ที่ถูกอ้างอิงถึงมากที่สุด จำนวน 5 ตัวบ่งชี้ เรียงตามลำดับได้แก่ การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness), การกล้าเผชิญความเสี่ยง (Risk Management), การสร้างธุรกิจใหม่ (New Business Venturing), การดำเนินงานเชิงรุก (Proactive Management) และการปรับองค์กรใหม่ (Reorganization) ซึ่งตัวบ่งชี้ที่สังเคราะห์ได้ดังกล่าว พบว่า สอดคล้องกับโมเดลความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CE) ที่ Antoncic and Hisrich (2000) ได้ศึกษาไว้ก่อนหน้านี้ ปัจจัยของความเป็นผู้ประกอบการตามโมเดลของ Antoncic and Hisrich ประกอบด้วยตัวบ่งชี้ที่สำคัญ ดังนี้

(1) การสร้างธุรกิจใหม่ (New Business Venturing)

การสร้างธุรกิจใหม่ เป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญซึ่งแสดงถึงคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่เด่นชัดที่สุด เนื่องจากเป็นตัวบ่งชี้ที่ทำให้เกิดการนำสินค้าหรือบริการขององค์กรที่มีอยู่เดิม มาสร้างประโยชน์ให้เกิดเป็นธุรกิจใหม่ที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน และแข่งขันในตลาดใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม โดยมีตัวชี้วัดที่แสดงถึงการสร้างธุรกิจใหม่ หลากหลายตัวชี้วัด ได้แก่ อัตราส่วนของรายได้ที่

เพิ่มขึ้นจากธุรกิจใหม่, จำนวนธุรกิจใหม่ที่องค์การสร้างขึ้น, ส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นจากธุรกิจใหม่, การขยายสายธุรกิจใหม่ในอุตสาหกรรมเดิม, การขยายสายธุรกิจใหม่ในอุตสาหกรรมใหม่, การสร้างสายผลิตภัณฑ์ใหม่ และการสร้างความแปลกใหม่ให้แก่สินค้าและบริการในตลาดเดิม เป็นต้น (Zahra, 1995; Ozdemirci, 2011; (Yang, Li-Hua, Zhang and Wang, Y, 2007)

(2) การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness)

การสร้างนวัตกรรมครอบคลุมถึง การสร้างผลิตภัณฑ์นวัตกรรม (Productive Innovation), นวัตกรรมในกระบวนการดำเนินงาน (Process Innovation) และนวัตกรรมในการบริการ (Service Innovation) นอกจากนี้ การสร้างนวัตกรรมยังถือเป็นอีกหนึ่งตัวบ่งชี้ที่สำคัญที่สุดที่แสดงถึงความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ (CE) (Antoncic and Hisrich, 2000) โดยมีตัวชี้วัดที่แสดงถึงการสร้างนวัตกรรมขึ้นในองค์การ ได้แก่ จำนวนผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้น, จำนวนครั้งในการร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์กับบุคคลภายนอก, จำนวนครั้งในการฝึกอบรมการสร้างนวัตกรรม, ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา และการจัดหาเครื่องจักรอุปกรณ์นวัตกรรม เป็นต้น (ก้องเกียรติ บุรณศรี, 2553)

(3) การปรับองค์การใหม่ (Reorganization)

การปรับองค์การใหม่ เป็นการปรับโครงสร้างขององค์การ หรือเปลี่ยนแนวคิดทางธุรกิจ เปลี่ยนกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ หรือเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานทั้งระบบ โดยมีนักวิชาการหลายท่าน (Ozdemirci, 2011; Mokaya, 2012; Yang et al., 2007) ได้นำเสนอตัวชี้วัดที่แสดงถึงการปรับองค์การใหม่ ได้แก่ การปรับเปลี่ยนโครงสร้างขององค์การ, การปรับเปลี่ยนแผนกหรือหน่วยงานเพื่อสร้างนวัตกรรมเพิ่ม, การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการแข่งขัน, ความมีอิสระในการสร้างสรรค์นวัตกรรมของหน่วยธุรกิจขององค์การ, และการสร้างกระบวนการติดตามตรวจสอบการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ เป็นต้น

(4) การดำเนินงานเชิงรุก (Proactive Management)

การดำเนินงานเชิงรุก เป็นคุณลักษณะสำคัญที่องค์การควรพัฒนาให้เกิดขึ้นในตัวพนักงาน เพื่อให้สามารถเตรียมการรับมือกับโอกาสและอุปสรรคที่จะเกิดขึ้น อันจะช่วยป้องกันความเสียหายหรือตัดทวงผลประโยชน์ที่เกิดจากสถานการณ์ที่ไม่คาดฝันได้อย่างทันท่วงที สำหรับตัวชี้วัดที่แสดงถึงการดำเนินงานเชิงรุก ได้แก่ การตัดสินใจที่กล้าหาญหรือแข็งขัน, ความเป็นผู้นำเมื่อเทียบกับคู่แข่ง และการแข่งขันที่พร้อมขจัดคู่แข่ง เป็นต้น (Mokaya, 2012)

(5) การกล้าเผชิญความเสี่ยง (Risk Management)

การกล้าเผชิญความเสี่ยง เป็นคุณลักษณะเชิงกลยุทธ์ที่ผู้บริหารจะต้องตัดสินใจอย่างรวดเร็วภายใต้สภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอน เพื่อแสวงหาโอกาสในการเอาตัวรอดจากการแข่งขันที่รุนแรง สำหรับตัวชี้วัดที่แสดงถึงการกล้าเผชิญความเสี่ยง ได้แก่ การกล้าเผชิญความเสี่ยงจากสภาพแวดล้อมและตลาด, การกล้าเผชิญความเสี่ยงจากกระบวนการดำเนินงาน, การกล้าเผชิญความเสี่ยงด้านการเงิน และการกล้าเผชิญความเสี่ยงด้านกฎหมาย เป็นต้น (Zhan, 2006)

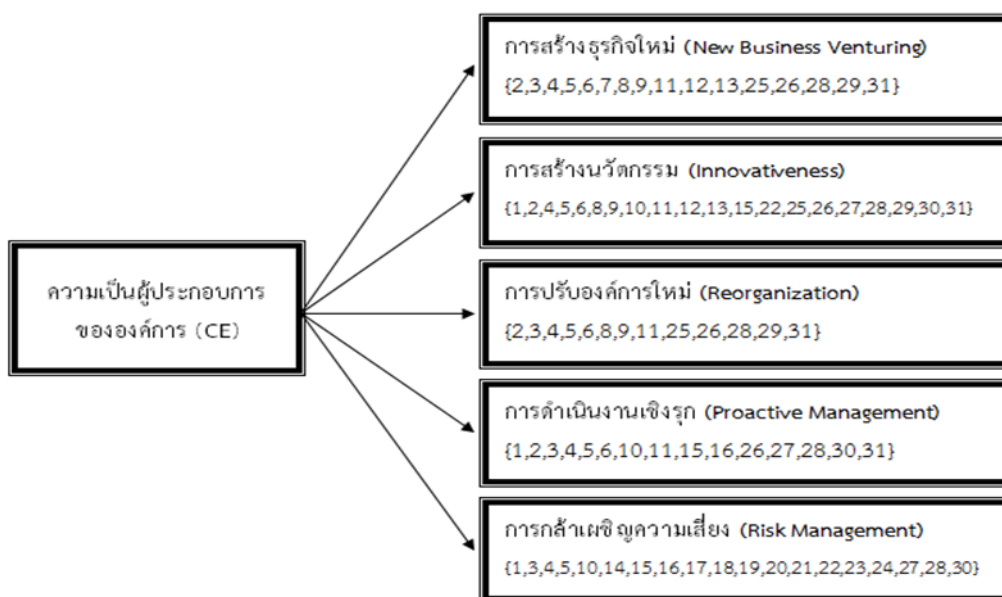
วิธีการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพที่มีการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic Review) โดยมีกระบวนการขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การสืบค้นงานวิจัย วิทยานิพนธ์ บทความทางวิชาการ และหลักฐานทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (Corporate entrepreneurship)
2. แหล่งข้อมูลงานวิจัย โดยสืบค้นจากฐานข้อมูลของห้องสมุดสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ และฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Resource) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยฐานข้อมูลในประเทศ ได้แก่ ฐานข้อมูลเอกสารฉบับเต็มในรูปอิเล็กทรอนิกส์ของไทย (Thai Digital Collection) และฐานข้อมูลต่างประเทศ ได้แก่ ScienceDirect, Emerald, Hospitality & Tourism Complete, Business Source Complete, Academic Search Complete และ Google Scholar
3. คำสำคัญในการสืบค้น (Key words) โดยกำหนดคำสำคัญในการสืบค้น ได้แก่ ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร, Corporate entrepreneurship, Corporate entrepreneurial, Corporate Venturing, Internal Entrepreneurship, Intrapreneurship และ Intrapreneuring
4. การสังเคราะห์ข้อมูลจากงานวิจัยเพื่อรวบรวมตัวบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (Corporate entrepreneurship)

ผลการศึกษา

จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถสรุปเป็นปัจจัยวัดความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ (CE) ซึ่งประกอบด้วยตัวบ่งชี้ที่ถูกอ้างอิงถึงมากที่สุดในงานวิจัย จำนวน 5 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ การสร้างธุรกิจใหม่ (New Business Venturing), การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness), การปรับองค์การ (Reorganization), การดำเนินงานเชิงรุก (Proactive Management) และการกล้าเผชิญความเสี่ยง (Risk Management) ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงปัจจัยวัดความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ (CE)

จากภาพที่ 2 แสดงปัจจัยวัดความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ (CE) ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้กับบริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม ดังความหมายต่อไปนี้

ความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ (CE) หมายถึง ความสามารถโดยรวมของบริษัทนำเที่ยวในการแสวงหาวิธีการใหม่ๆ โดยใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สร้างคุณค่าให้แก่สินค้าหรือบริการ และปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้น โดยวัดจากคุณลักษณะของบริษัทนำเที่ยวที่มีความเป็นผู้ประกอบการขององค์การจาก 5 ตัวบ่งชี้ ได้แก่

(1) การสร้างธุรกิจใหม่ (New Business Venturing) หมายถึง การสร้างความแปลกใหม่ให้แก่สินค้าหรือบริการในธุรกิจนำเที่ยวหรือธุรกิจใหม่ ที่อยู่ในตลาดเดิมหรือขยายตลาดใหม่ เพื่อตอบสนอง

ความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยวัดได้จากตัวชี้วัด คือ จำนวนธุรกิจใหม่ที่บริษัทนำเที่ยวสร้างขึ้น, การขยายสายธุรกิจใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว, การขยายสายธุรกิจใหม่ในอุตสาหกรรมใหม่, การสร้างสายผลิตภัณฑ์ใหม่ และการสร้างความแปลกใหม่ให้แก่สินค้าและบริการในตลาดเดิม เป็นต้น (Ozdemirci, 2011; Antoncic and Hisrich, 2000; 2001; 2003; Mokaya, 2012; Zahra, 1993; 1995; Yang et al., 2007; Guth and Ginsberg, 1990; Narayanan, Yang and Zahra, 2009; Wang and Zhang, 2009; Simsek et al., 2009; Rojas, Morales and Sanchez, 2011; Saly, 2001; Zhang, Wan and Jia, 2008)

(2) การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness) หมายถึง การรวบรวม หรือการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ที่เกี่ยวกับการเพิ่มคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์ การบริการ และกระบวนการดำเนินงานของบริษัทนำเที่ยว โดยวัดได้จากตัวชี้วัด คือ จำนวนผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้น, จำนวนครั้งในการร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์กับบุคคลภายนอก, จำนวนครั้งในการฝึกอบรมการสร้างนวัตกรรม, ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา และการจัดหาเครื่องจักรอุปกรณ์นวัตกรรม เป็นต้น (Ozdemirci, 2011; Mokaya, 2012; Antoncinc and Hisrich, 2000; 2001; Luo and Zhou, 2005; Zahra, 1993; 1995; Lumpkin and Dess, 2001; Yang et al., 2007; Guth and Ginsberg, 1990; Narayanan et al., 2009; ก้องเกียรติ บุณยศรี, 2553; Wang and Zhang, 2009; อุบลวรรณ ภาวนันท์, 2553; Simsek et al., 2009; Rojas et al., 2011; Cemal Zehir, Busra Muceldili and Songul Zehir, 2012; Saly, 2001; Zhang et al., 2008)

(3) การปรับองค์การใหม่ (Reorganization) หมายถึง การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ การเปลี่ยนโครงสร้างของบริษัทนำเที่ยว เปลี่ยนแนวคิดทางธุรกิจ หรือเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินงานใหม่ เพื่อให้เอื้อต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมให้บริษัทนำเที่ยวสามารถแข่งขันได้ในระยะยาว ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวถือเป็นการเปลี่ยนแปลงภายในองค์การ โดยวัดได้จากตัวชี้วัด คือ การปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์การ, การปรับเปลี่ยนแผนกหรือหน่วยงานเพื่อสร้างนวัตกรรมเพิ่ม, การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการแข่งขัน และควมมีอิสระในการสร้างสรรค์นวัตกรรมของหน่วยธุรกิจ在公司นำเที่ยว เป็นต้น (Ozdemirci, 2011; Mokaya, 2012; Antoncic and Hisrich, 2000; 2001; 2003; Zahra, 1993; 1995; Yang et al., 2007; Wang and Zhang, 2009; Simsek et al., 2009; Rojas et al., 2011; Saly, 2001; Zhang et al., 2008)

(4) การดำเนินงานเชิงรุก (Proactive Management) หมายถึง การเป็นบริษัทนำเที่ยวที่มีความพยายามเป็นผู้บุกเบิกริเริ่มทดลองทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งก่อนบริษัทอื่น เพื่อแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ และสร้างความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับคู่แข่ง อันจะช่วยสร้างการเจริญเติบโตให้แก่บริษัทนำเที่ยวสามารถแข่งขันได้ในระยะยาว โดยวัดได้จากตัวชี้วัด คือ การตัดสินใจที่กล้าหาญหรือแข็งขัน, ความเป็นผู้นำเมื่อเทียบกับคู่แข่ง และการแข่งขันที่พร้อมจัดคู่แข่ง เป็นต้น (Zahra and Covin, 1997; Ozdemirci, 2011; Mokaya, 2012; Antoncic and Hisrich, 2000; 2001; 2003; Luo and Liu, 2005; Lumpkin and Dess, 2001; Yang et al., 2007; ก้องเกียรติ บุรณศรี, 2553; Wang and Zhang, 2009; กฤตกร จิรานุเมศ, 2553; Rojas et al, 2011; Cemal Zehir et al., 2012; Saly, 2001)

(5) การกล้าเผชิญความเสี่ยง (Risk Management) หมายถึง ความสามารถของผู้บริหารหรือบริษัทนำเที่ยวในการประเมินความเสี่ยงเกี่ยวกับการดำเนินงานของกิจการภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอนอย่างชาญฉลาด โดยตั้งใจที่จะยอมแลกทรัพยากรของบริษัทกับโอกาสที่จะทำได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการ เมื่อพิจารณาแล้วมีความคุ้มค่าที่จะเสี่ยง โดยวัดได้จากตัวชี้วัด คือ การกล้าเผชิญความเสี่ยงจากสภาพแวดล้อมและตลาด, การกล้าเผชิญความเสี่ยงจากกระบวนการดำเนินงาน, การกล้าเผชิญความเสี่ยงด้านการเงิน และการกล้าเผชิญความเสี่ยงด้านกฎหมาย เป็นต้น (Zahra and Covin, 1997; Mokaya, 2012; Antoncic and Hisrich, 2000; 2003; Luo and Zhou, 2005; Lumpkin and Dess, 2001; Hornsby, Naffziger, Kuratko and Montagno, 1993; ก้องเกียรติ บุรณศรี, 2553; กฤตกร จิรานุเมศ, 2553; ภาณี อุบลศรี, ม.ป.ป.; Longnecker and Moore, 1991; Rodermund and Silbereisen, 1999; อาทิตย์ วุฒิศะโร, 2543; อุบลวรรณ ภวากานันท์, 2553; ปราบธาดา ไชยสิทธิ์, 2554; ปรัชนันท์ กังวานปิยศักดิ์, 2550; Cemal Zehir et al., 2012; Saly, 2001)

บทสรุป

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่มีสถานประกอบการเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งมีธุรกิจอยู่หลายประเภทด้วยกัน ทั้งธุรกิจสนับสนุน ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง และธุรกิจหลัก ซึ่งธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ เป็นหนึ่งในธุรกิจหลักที่มีอิทธิพลมากที่สุดในโซ่อุปทานท่องเที่ยว เนื่องจากทำหน้าที่เป็นตัวกลาง (Focal Point) คอยเชื่อมโยงระหว่างอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) ทั้งยังเป็นธุรกิจที่มีความอ่อนไหวง่ายต่อปัจจัยลบทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ ทำให้ในปัจจุบันต้องเผชิญกับภาวะการถดถอยทางการแข่งขัน ดังนั้น การที่ธุรกิจนำเที่ยวเหล่านี้จะสามารถอยู่รอด

ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้ จำเป็นต้องปรับตัวเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนให้เกิดขึ้น (Sustainable Competitive Advantage) โดยแนวทางการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนที่กำลังได้รับความนิยมและถูกกล่าวถึงเป็นอย่างมากจากทั้งองค์การภาคธุรกิจและนักวิชาการ คือ ความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ (Corporate Entrepreneurship)

ความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ (CE) มีบทบาทสำคัญต่อความอยู่รอดขององค์การธุรกิจ เพราะเป็นผู้ที่รับผิดชอบโดยตรงต่อความเสี่ยงและความไม่แน่นอนจากการดำเนินธุรกิจ และนำพาองค์การให้บรรลุจุดมุ่งหมายด้านผลกำไรและความสำเร็จ ดังนั้น ความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ (CE) จึงมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์การธุรกิจ จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาพบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ที่พบในประเทศไทยมุ่งศึกษาเฉพาะคุณลักษณะทางจิตวิทยาของผู้ประกอบการ ซึ่งมีหน่วยการวิเคราะห์ในระดับบุคคล มากกว่าที่จะศึกษาความเป็นผู้ประกอบการในระดับองค์การ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ (CE) ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวมขององค์การธุรกิจ ยังมีอยู่เพียงจำนวนน้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่ยังไม่พบว่ามีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ (CE) ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวมของบริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ ของบริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม ผ่านการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic Review) จากฐานข้อมูลทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ ประกอบด้วยตัวบ่งชี้สำคัญที่ถูกอ้างอิงถึงมากที่สุดจากการสังเคราะห์งานวิจัย จำนวน 5 ตัวบ่งชี้ที่สามารถนำมาปรับใช้กับบริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานให้สูงขึ้น ได้แก่ การสร้างธุรกิจใหม่ (New Business Venturing), การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness), การปรับองค์กรใหม่ (Reorganization), การดำเนินงานเชิงรุก (Proactive Management) และการกล้าเผชิญความเสี่ยง (Risk Management) พร้อมทั้งได้มีข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไปว่า ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ทั้งปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการขององค์การและประสิทธิภาพขององค์การ พร้อมกำหนดขอบเขตและนิยามศัพท์คำว่า “บริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม” ให้มีความชัดเจน ว่าหมายถึงบริษัทนำเที่ยวที่มีลักษณะอย่างไร ซึ่ง

การศึกษาเพิ่มเติมและการนิยามศัพท์ให้กับประชากรและตัวอย่างดังกล่าวจะทำให้การศึกษามีความชัดเจนและเหมาะสมกับบริบทของธุรกิจมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ประการแรก ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ทั้งปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน เนื่องจากจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรและประสิทธิผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งการศึกษาเพิ่มเติมดังกล่าวจะช่วยให้บริษัทนำเที่ยวมีแนวทางในการพัฒนาประสิทธิผลที่สอดคล้องกับบริบทขององค์กรมากขึ้น

ประการที่สอง การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นั้น โดยทั่วไปมักนิยมใช้เกณฑ์การแบ่งขนาดวิสาหกิจจากพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 200 คน และมีจำนวนสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 200 ล้านบาท ซึ่งเกณฑ์ดังกล่าวอาจไม่สามารถนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทบริษัทนำเที่ยวได้ เพราะบริษัทนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีข้อจำกัดในเรื่องของจำนวนการเข้า - ออกของพนักงานที่ไม่แน่นอน และเป็นธุรกิจที่ไม่จำเป็นต้องมีสินทรัพย์ถาวรหรือเงินลงทุนจำนวนมากก็สามารถจัดตั้งธุรกิจได้โดยง่าย ดังนั้น หากผู้ศึกษาจะกำหนดประชากรและตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป จึงจำเป็นที่จะต้องกำหนดขอบเขตและนิยามศัพท์คำว่า “บริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม” ให้มีความชัดเจน ว่าหมายถึงบริษัทนำเที่ยวที่มีลักษณะอย่างไร เช่น เป็นบริษัทนำเที่ยวที่เปิดดำเนินกิจการมาแล้วไม่ต่ำกว่ากี่ปี มีกิจกรรมทางธุรกิจกี่กิจกรรม และเป็นบริษัทนำเที่ยวประเภทใด บริษัทนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่ บริษัทนำเที่ยวในประเทศ หรือบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ หรือทั้งสามประเภท เป็นต้น ซึ่งการกำหนดขอบเขตและนิยามศัพท์ดังกล่าวจะทำให้การศึกษามีความชัดเจนและเหมาะสมกับบริบทของธุรกิจมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศรา สุกเพชร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษา ตรวจสอบ และดูแลให้การช่วยเหลือในทุกด้านของการทำวิจัย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

บรรณานุกรม

- ก้องเกียรติ บุณยศรี. (2553). ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และผลการดำเนินงานของสถานประกอบการอุตสาหกรรมการผลิตขนาดกลางและขนาดใหญ่ในพื้นที่การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. ปรินญาบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- กฤตกร จิรานุเมศ. (2553). ผลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และกลยุทธ์ที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงาน การศึกษาเชิงประจักษ์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- ดนัย เทียนพุฒ. (2553). ความเป็นผู้ประกอบการในองค์กร (Corporate Entrepreneurship :CE).(Online),20กรกฎาคม 2556. From <http://biz2all.blogspot.com/2010/06/corporate-entrepreneurshipce.html>
- ปรีชนันท์ กังวานปิยศักดิ์. (2550). การศึกษาขีดความสามารถและความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทสถานประกอบการสพามาตรฐานในภาคตะวันออก. ปรินญาการจัดการ มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปรารถนา โสสิโต. (2554). การเปรียบเทียบลักษณะบุคลิกภาพ ลักษณะความเป็นผู้ประกอบการและความเชื่อในประสิทธิภาพแห่งตนของบัณฑิตที่มีสถานภาพการจ้างงานแตกต่างกันแบบวัดลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ. ปรินญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภาณี อุบลศรี. (ม.ป.ป). การเปรียบเทียบลักษณะความเป็นผู้ประกอบการและวิธีการจัดการระหว่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงและต่ำในการดำเนินธุรกิจการค้าและบริการขนาดย่อมและขนาดกลางใน จ.เชียงใหม่. ปรินญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2555). แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รายสาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- อาทิตย์ วุฒิกะโร. (2543). อุดมศึกษากับการสร้างบัณฑิตให้เป็นผู้ประกอบการ. *Chulalongkorn Review*, 12(46), 1-30.
- อุบลวรรณ ภาวนันท์. (2553). ปัจจัยทางจิตวิทยาของความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมธุรกิจการท่องเที่ยวและที่พัก: ระยะที่ 2. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- Antoncic, B. & Hisrich, R. D. (2000). Intrapreneurship Modeling in Transition Economics: A Comparison of Slovenia and the United States. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 5(January), 21-40.
- Antoncic, B. & Hisrich, R. D. (2001). Intrapreneurship: Construct Refinement and Cross Cultural Validation. *Journal of Business Venturing*, 16(September), 495-527.
- Antoncic, B. & Hisrich, R. D. (2003). Corporate Entrepreneurship Contingencies and Organizational Wealth Creation. *Journal of Management Development*, 23(November), 518-550.
- Belinda, L., Martie-Louise, V. & Kate, K. (2007). Measuring the Benefits of Entrepreneurship at Different Level of Analysis. *Journal of Management & Organization*, 13(April), 312-330.
- Carrier, C. (1994). Intrapreneurship in Large Firms and SMEs: A Comparative Study. *International Small Business Journal*, 12(November), 54-61.
- Cemal Zehir, Busra Muceldili & Songul Zehir. (2012). The Impact of Corporate Entrepreneurship on Organizational Citizenship Behavior and Organizational Commitment: Evidence from Turkey SMEs. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58(October), 924-933.
- Covin, J. G. & Slevin, D. P. (1991). A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(November), 47-63.
- Eser, G., Demirbag, O. & Yozgat, U. (2012). The Impact of Corporate Entrepreneurship on Organizational Citizenship Behavior and Organizational Commitment: Evidence from Turkey SMEs. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58(October), 924-933.
- Guth, W. & Ginberg, A. (1990). Guest Editor's Introduction: Corporate Entrepreneurship. *Strategies Management Journal*, 11, 5-16.
- Hornsby, J. S., Naffziger, D. W., Kuratko, D. F. & Montagno, R.V. (1993). An interactive model of the corporate entrepreneurship process. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(2), 29-37.
- Kuratko, D. F. (2009). *The Entrepreneurial Imperative of the 21st Century*. *Business Horizons*, 52 (June), 421-428.
- Kuratko, D. F., Morris, M. H. & Covin J. G. (2011). *Corporate Innovation and Entrepreneurship*. South-Western: Cengage Learning.

- Longnecker, J. G. & Moore, C. W. (1991). *Small business management: An entrepreneurial emphasis*. South-Western: College Division.
- Lumpkin, G. T. & Dess, G. G. (2001). Linking to Dimensions of Entrepreneurial Orientation to Firm Performance: The Moderating role of Environment and Industry Life Cycle. *Journal of Business Venturing*, 16(September), 429-451.
- Luo, X. & Zhou, L. (2005). Entrepreneurial firms in the context of China's transition Economy. *Journal of Business Research*, 58(March), 277-284.
- Mokaya, S. O. (2012). Corporate Entrepreneurship and Organizational Performance: Theoretical Perspectives, Approaches and Outcomes. *International Journal of Art and Commerce*, 1 (September), 133-143.
- Morris, M. H. & Kuratko, D. F. (2002). *Corporate Entrepreneurship*. Orlando, Florida: Harcourt College Publishers.
- Narayanan, V., Yang, Y. & Zahra, S. A. (2009). Corporate venturing and value creation: a review and proposed framework. *Research Policy*, 38, 58-76.
- Ozdemirci, A. (2011). Corporate Entrepreneurship and Strategy Process- A Performance Based Research on Istanbul Market. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 24, 611-626.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. NewYork: Free Press.
- Rodermund, E. & Silbereisen, F. W. (1999). *Successful Entrepreneurs-What Makes the Difference?*. (ออนไลน์). Retrieved August 1, 2013 from http://www2.unijena.de/sww/devpsy/projects/entre_e.html
- Rojas, R. M., Morales, V. J. & Sanchez, E. G. (2011). The Influence on Corporate Entrepreneurship of Technological Variables. *Industrial Management & Data Systems*, 111(7), 984-1005.
- Saly, A. W. (2001). *Corporate Entrepreneurship: Antecedents and Consequences of Entrepreneurship in Large Firms Amsterdam*. Rotterdam: Erasmus University.
- Schmelter, R., Mauer, R., Borsch, C. & Brettel M. (2010). Boosting Corporate Entrepreneurship Through HRM Practices: Evidence from German SMEs. *Human Resource Management*, 49(July), 715-741.

- Sigala, M. (2008). A supply chain management approach for investigating the role of tour operators on sustainable tourism: the case of TUI. *Journal of Cleaner Production*, 16(June), 1589-1599.
- Simsek, Z., Lubatkin, M. H., Veiga, J. F. & Dino R. N. (2009). The Role of an Entrepreneurially Alert Information System in Promoting Corporate Entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 62(August), 810-817.
- Wang, Y. & Zhang, X. (2009). Operationalization of Corporate Entrepreneurship and Its Performance Implications in China An Empirical Study. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 1(1), 8 -20.
- Yang, Z.; Li-Hua, R; Zhang, X. and Wang, Y. (2007). Corporate Entrepreneurship and Market Performance: An Empirical Study in China. *Journal of Technology Management*. 2 (June): 154-162.
- Zahra, S. A. (1993). Environment, Corporate Entrepreneurship, and Financial Performance: A Taxonomic Approach. *Journal of Business Venturing*, 8(July), 319-340.
- Zahra, S. A. (1995). Corporate Entrepreneurship and Financial Performance - The Case of Management Leveraged Buyouts. *Journal of Business Venturing*, 10(July), 225-247.
- Zahra, S. A. & Covin, J. G. (1995). Contextual Influences on the Corporate Entrepreneurship Performance Relationship - A Longitudinal Analysis. *Journal of Business Venturing*, 10 (January), 43-58.
- Zahra, S. A. & Covin, J. G. (1997). Contextual Influences on the Corporate Entrepreneurship – Performance Relationship- A Longitudinal Analysis. *Journal of Business Venturing*, 10 (January), 43-58.
- Zhan, J. (2006). *Development of Theory on Entrepreneurial Orientation: Empirical Evidence from Hebei, China and Flanders, Belgium*. Doctor in Applied Economic Sciences. Ghent University, Gent, Ghent University.
- Zhang, Z., Wan, D. & Jia, M. (2008). Do High-Performance Human Resource Practices Help Corporate Entrepreneurship? The Mediating Role of Organizational Citizenship Behavior. *The Journal of High Technology Management Research*, 19(2), 128-138.