

ความสัมพันธ์ของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการต่อผลของการดำเนินกิจการของธุรกิจ การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

Relationships Between Entrepreneurial Orientation and Tourism and Hospitality Business Performance in Thailand

◆ สิริศักดิ์ พลสิมมา

นักศึกษาลัทธิการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ
คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Sirisak Polsimma

Master's Candidate in Integrated Tourism and Hospitality Management

Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development

Administration, E-mail: sirisakutcc@gmail.com

◆ เกศรา สุกเพชร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Kassara Sukpet

Assistant Professor, Ph.D. in Hospitality Industry Administration

Director of Center for Government System Reform and Project Evaluation Research

National Institute of Development Administration, E-mail: kassara70@gmail.com

Received: December 8, 2019 ; Revised: December 22, 2019 ; Accepted: December 30, 2019

Abstract

This research aims to analyze the relationships between Entrepreneurial orientations on the business performance of the tourism and hospitality SME business in Thailand. The analysis of the influence of variables using statistical methods infer By means of multiple regression analysis in data analysis

The research results showed Entrepreneurial orientation the tourism and hospitality SME business in Thailand that influences the effectiveness of the operation of the business, entrepreneurial features, courage, face risks, influence the effectiveness of operations of business Which is related to the effectiveness of the operation of high-level financial businesses, which most entrepreneurs see that running a business with high risk will result in high returns.

Keywords : Entrepreneurial Orientations, Competitive Advantage, Tourism and Hospitality SME Business

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการต่อผลของการดำเนินกิจการของธุรกิจการให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ใช้การวิเคราะห์ค่าอิทธิพลของตัวแปรโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน โดยวิธีการใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการดำเนินงานของกิจการ ได้แก่ คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการด้านความกล้าเผชิญความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการดำเนินงานของกิจการด้านการเงินระดับสูงซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าการดำเนินธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูงจะทำให้ได้รับผลตอบแทนที่สูง เช่นเดียวกับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการด้านการสร้างนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของการดำเนินงานของกิจการด้านกระบวนการภายในระดับสูงซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าควรให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีด้านการให้บริการให้เหนือคู่แข่งอยู่เสมอ สอดคล้องกับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการด้านการดำเนินกิจการเชิงรุกมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของการดำเนินงานของกิจการด้านการเงินระดับสูง ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความพยายามอย่างมากที่จะทำให้กิจการมีความเป็นผู้นำทางธุรกิจเหนือคู่แข่ง เนื่องจากการดำเนินกิจการเชิงรุกมีการติดตามและตรวจสอบรวมไปถึงการระบุแนวโน้มความต้องการของลูกค้าที่มีอยู่ในตลาดเดิม

คำสำคัญ : คุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ธุรกิจบริการ

บทนำ

ภายใต้การเปลี่ยนแปลงรูปแบบในการพัฒนาเศรษฐกิจที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี มาเป็นปัจจัยผลักดันสำคัญที่ทำให้เกิดสภาวะการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว แนวทางหนึ่งในการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ คือ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศ (The Office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2017) ในยุคโลกไร้พรมแดน (Borderless World) ภาคธุรกิจจำเป็นต้องให้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อความอยู่รอดภายใต้การแข่งขัน และการสร้างความเจริญเติบโตให้แก่ธุรกิจ (Sutheera Atawongsa, 2014) โดยผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ส่งผลให้เกิด ความเจริญเติบโตให้และประสบความสำเร็จแก่ธุรกิจ องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการประสบความสำเร็จในกิจการเหล่านี้ คือผู้ประกอบการ ขณะที่ยังคงประกอบอื่น ๆ เป็นเพียงปัจจัยส่งเสริมให้เกิดความสมบูรณ์เท่านั้น (Janthima Jatupornstearakul, 2011) เนื่องจากผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนดทิศทาง เป้าหมาย วิสัยทัศน์ ต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ธุรกิจนั้น ๆ ดำเนินอยู่เพื่อผลักดันให้ธุรกิจของตนเกิดความสำเร็จได้ตามความมุ่งหวัง ความเป็นผู้ประกอบการนั้นมีอิทธิพลโดยตรงต่อธุรกิจ แสดงให้เห็นว่า

ผู้ประกอบการที่มีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้นเท่าใด ยิ่งส่งผลให้การทำงานในสถานประกอบการของธุรกิจนั้น ๆ มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น และเป็นผลให้เกิดการพัฒนาผลประกอบการและความเติบโตของธุรกิจในที่สุด (Sutheera Atawongsa, 2014) จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ทฤษฎีเกี่ยวกับ คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของ Miller (1983) ประกอบด้วย คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ 3 คุณลักษณะ ได้แก่ การสร้างนวัตกรรม การกล้าเผชิญกับความเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก ซึ่งเป็นปัจจัยที่ได้รับการยอมรับกันอย่างแพร่หลาย (Sutheera Atawongsa, 2014)

การเล็งเห็นถึงประโยชน์ของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ จากการศึกษาของนักวิชาการได้มีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการทบทวนวรรณกรรมที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดเกี่ยวกับประโยชน์ของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ คือ ผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานที่บริษัทในบริษัท (J. Covin & D. Slevin, 1991) การศึกษาจำนวนมากได้ พบความสัมพันธ์ในเชิงบวกระหว่างคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ และประสิทธิภาพการทำงาน แต่ยังเป็นผลลัพธ์ที่พบความสัมพันธ์แบบผสมผสาน (Rauch, Wiklund, Lumpkin, & Frese, 2009) เป็นผลที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ กับประสิทธิภาพการทำงานที่ยังไม่เฉพาะเจาะจง และเนื่องจากคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ เป็นทรัพยากรขององค์กรในลักษณะของกลยุทธ์ที่จับต้องไม่ได้ (J. Covin & D. Slevin, 1991) ดังนั้นจึงมีความจำเป็น ที่จะต้องศึกษาเพิ่มเติมที่เน้นบริษัทบางชนิด และเพื่อให้เข้าใจ เกี่ยวกับผลกระทบของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ วิธีการนี้สามารถให้เข้าใจผลกระทบของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ต่อธุรกิจบริการเพื่อการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น และหากธุรกิจประเภทการให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวพัฒนาการใช้คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ อาจก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกแก่กิจการได้

จากรายงานสถานการณ์ เกียวบทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในปี 2560 ของ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2560) การขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.2 ซึ่งมีการเติบโตในทิศทางที่ดีขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการขยายตัวร้อยละ 2.9 ในปีก่อนหน้า รวมทั้งภาคท่องเที่ยวยังคงเติบโตโดยมูลค่า GDP ปี 2559 เท่ากับ 14,366,557 ล้านบาท ซึ่งชี้ให้เห็นว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีสัดส่วนการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยว ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมบทบาทสูงสุด ด้วยเหตุนี้เพื่อให้การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยว ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเอง และ ตอบสนองวิสัยทัศน์และพันธกิจในการพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.) โดยส่งเสริมให้มีการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ กับประเทศเพื่อนบ้านกลุ่ม ASEAN ผู้วิจัยจึงได้เลือกทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาผลการดำเนินงาน ด้วยการเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ในผู้ประกอบการธุรกิจการให้บริการเพื่อการท่องเที่ยว

ขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อเป็นข้อมูลในสร้างรูปแบบการพัฒนาผู้ประกอบการในธุรกิจการให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป

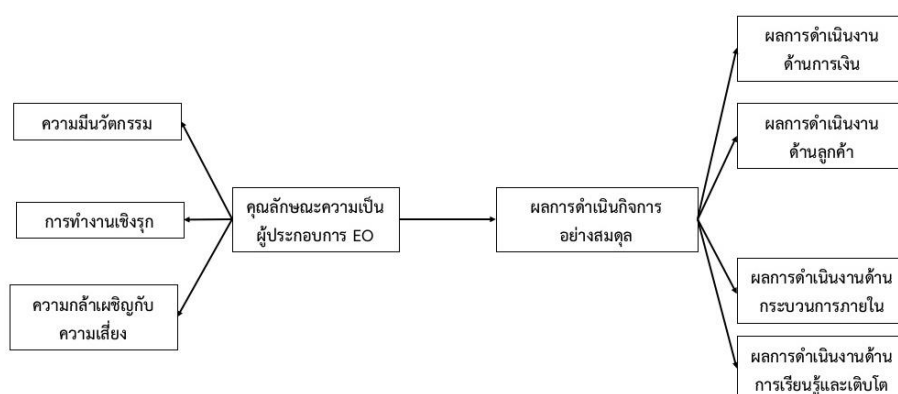
วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการต่อผลของการดำเนินกิจการของธุรกิจการให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา 1) คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ตามการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการศึกษาเรื่องคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ และการวัดประสิทธิผลการดำเนินกิจการ โดยการใช้การวัดผลการดำเนินกิจการอย่างสมดุล ตามแนวคิดของ Kaplan and Norton (1996) ที่มีการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างรอบด้าน ที่ไม่ได้วัดเพียงกำไรหรือรายได้ของการประกอบการ แต่ยังวัดครอบคลุมถึง 4 ด้าน ได้แก่ ผลการดำเนินงานในมุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต (The Learning and Growth Perspective) ผลการดำเนินงานในมุมมองด้านกระบวนการทำงานภายในองค์กรเอง (The Business Process Perspective) ผลการดำเนินงานในมุมมองด้านลูกค้า (The Customer Perspective) และผลการดำเนินงานในมุมมองด้านการเงิน (The Financial Perspective) ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการในธุรกิจการให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนพาณิชย์ในไทย จำนวน 851,306 ราย (The Office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2017)

กรอบแนวคิด



นิยามศัพท์

ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) หมายถึง การเน้นนวัตกรรมในกระบวนการของการเป็นผู้ประกอบการโดยใช้กระบวนการ “การทำลายแบบสร้างสรรค์” (Creative Destruction) คือ การสร้างความมั่งคั่งด้วยความคิดใหม่ ๆ โดยการทำลายสิ่งที่มีอยู่เดิม โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างผลกำไรให้เพิ่มขึ้นให้แก่องค์กร ซึ่งสามารถมีส่วนในการช่วยให้องค์กรเติบโตขององค์กร โดยกระบวนการการทำลายแบบสร้างสรรค์ (Creative

Destruction) นั้นริเริ่มโดยผู้ประกอบการซึ่งทำให้ ความมีนวัตกรรมเป็นหนึ่งในปัจจัยความสำเร็จแก่ประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ความกล้าเผชิญกับความเสี่ยง (Task-Taking) หมายถึง ความสามารถของผู้ประกอบการในการบริหารความเสี่ยง โดยการประเมินแนวโน้มที่จะสนับสนุนโครงการที่ไม่แน่นอน ในผลตอบแทนที่กิจการคาดหวัง ประกอบด้วยความเสี่ยง 3 ประเภทได้แก่ ความเสี่ยงทางธุรกิจ ความเสี่ยงทางการเงิน และความเสี่ยงส่วนบุคคล

การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) หมายถึง การที่ธุรกิจในอนาคตต้องพึ่งพาและบริการ มีความพยายามที่จะเป็นผู้ริเริ่มดำเนินการตามกลยุทธ์ก่อนเป็นกลยุทธ์ที่ดีที่สุด สำหรับการพึ่งพาโอกาสทางการตลาด เป็นการริเริ่มการคาดการณ์และการดำเนินการใหม่การใช้ประโยชน์จากโอกาส การสร้างตลาดใหม่ ๆ หรือเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมในการทำธุรกิจ กระบวนการที่มุ่งหวังและตอบสนองความต้องการในอนาคตโดยการค้นหาโอกาสใหม่ ๆ

คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur Orientation) หมายถึง ความสามารถของผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ โดยใช้กระบวนการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่มีคุณค่า ซึ่งมีการจัดสรรทรัพยากรและเวลาที่มีอยู่อย่างเหมาะสมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่คิดขึ้นกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องการ และการได้รับผลตอบแทนจากการประกอบการ โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น โดยมีผู้ประกอบการเป็นผู้ที่ตัดสินใจในการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ โดยพิจารณาความเสี่ยงที่จะใช้ทรัพยากรและเวลาในการสร้างสรรค์และการหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ธุรกิจ โดยสังเกตจาก ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) ความกล้าเผชิญกับความเสี่ยง (Task-Taking) และการทำงานเชิงรุก (Proactiveness) เป็นต้น

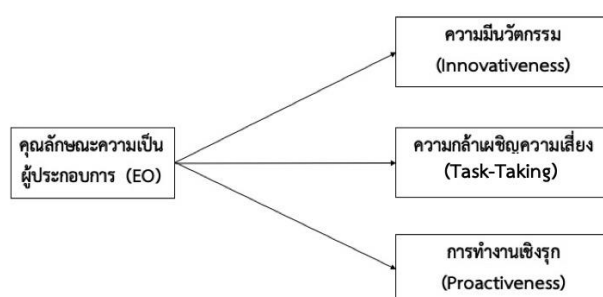
แนวทางพัฒนาผลการดำเนินงานอย่างสมดุล ด้วยการเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการในผู้ประกอบการธุรกิจการให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง แนวทางการพัฒนาผลการดำเนินงานที่ได้จากการศึกษาสภาพปัจจุบันของธุรกิจการให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม

ผลของการดำเนินงาน หมายถึง ผลการดำเนินงานของกิจการในธุรกิจท่องเที่ยวและบริการขนาดกลางและขนาดย่อม โดยอาศัยแนวคิดการวัดผลจาก การวัดผลการดำเนินงานแบบสมดุล (BSC) ซึ่งเป็นแนวทางในการวัดผลการดำเนินงาน ที่ให้ความสำคัญของผลการดำเนินงานทั้งที่อยู่ในรูปของการวัดผลทางด้านตัวเงิน และผลจากการวัดผลที่ไม่ใช่ตัวเงิน โดยครอบคลุมถึง การวัดผลทั้งในระยะสั้นและการวัดผลในระยะยาวโดยแบ่งการวัดผลออกเป็น 4 ด้าน ผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Financial Performance) ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า (Customer Performance) ผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Performance) และ ผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Learning and Growth Performance)

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการของ Kuratko et al. (2011) ได้รวบรวมนิยามคำจำกัดความที่ได้อธิบายความเป็นผู้ประกอบการไว้ 7 ประการ ได้แก่ 1) การสร้างความมั่งคั่งให้แก่ผู้ประกอบการ (Creation of Wealth) 2) การสร้างธุรกิจใหม่ (Creation of Enterprise) 3) การสร้างนวัตกรรม (Creation of Innovation) 4) การสร้างโอกาสในการเปลี่ยนแปลง (Creation of Change) 5) การสร้างงานใหม่ (Creation of Jobs) 6) การสร้างคุณค่าให้ลูกค้า (Creation of Value) 7) การสร้างความเติบโต แก่ยอดขาย รายได้สินทรัพย์และการจ้างงาน (Creation of Growth) และยังได้ศึกษาความหมายของความเป็นผู้ประกอบการโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยสรุปแล้ว ความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ส่วนใหญ่ใช้ในความหมายว่า หมายถึง การจัดตั้งธุรกิจหรือสร้างธุรกิจใหม่ โดยใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์แสวงหาโอกาสในการทำกำไรจากความเสี่ยงที่ผ่านกระบวนการวิเคราะห์มาแล้ว โดยการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณค่าส่งมอบให้แก่ลูกค้า ซึ่งความหมายของคำว่า ความเป็นผู้ประกอบการดังกล่าว มักใช้กับองค์การขนาดเล็กที่เพิ่งก่อตั้ง หรือริเริ่มประกอบกิจการใหม่เท่านั้น โดยเหตุผลในการเลือกคำจำกัดความนี้ในการศึกษา เพราะสามารถที่จะสนับสนุนแนวคิด และมีมิติของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) ได้ ตามที่ G.T. Lumpkin, Brigham, and Moss (2010) ได้กล่าวไว้ว่า ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) สามารถที่จะนำองค์กรไปสู่โอกาสที่มีศักยภาพได้ แต่ทว่าการทำงานเชิงรุก (Proactiveness) เป็นความสามารถในการประเมินและแสวงหาผลประโยชน์จากโอกาสนั้นได้ แนวความคิดทั้งหมดในการจัดการทรัพยากรที่ยังไม่เคยมีมาก่อนรวมถึงแนวความคิดที่จำเป็นที่จะต้องเผชิญกับความเสี่ยง (Lumpkin et al., 2010) การศึกษาเกี่ยวกับมิติของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (Dimensions of entrepreneurial orientation) ประกอบด้วย ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) ตามที่ G.T. Lumpkin and Dess (1996) ได้กล่าวไว้ซึ่งถือเป็นหนึ่งในคนแรก ที่เน้นบทบาทของนวัตกรรมในกระบวนการผู้ประกอบการ (Schumpeter, 1934) อธิบายถึง กระบวนการ “ทำลายอย่างสร้างสรรค์” (Creative Destruction) คือ การสร้างความมั่งคั่งเกิดขึ้นโดย เมื่อมีการคิดสิ่งใหม่ ๆ ทำลายสิ่งที่มีอยู่เดิม โดยทั้งหมดนี้มีเป้าหมายเพื่อสร้างกำไรเพิ่มขึ้นให้กับองค์กรซึ่งจะช่วยให้การเติบโตของ บริษัทใหม่ ๆ G.T. Lumpkin and Dess (1996) ยืนยันว่ากระบวนการของ การทำลายอย่างสร้างสรรค์ (Creative Destruction) ที่ริเริ่มโดยผู้ประกอบการซึ่ง ทำให้นวัตกรรมเป็นปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญภายใน คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ความกล้าเผชิญกับความเสี่ยง (risk-taking) ถือเป็นความเต็มใจที่จะติดตามโอกาสที่มีความสำคัญ ความเป็นไปได้ที่อาจจะเกิดความสูญเสียหรือความแตกต่างของผลการดำเนินงาน (Morris, Kuratko, & Covin, 2008) ความเสี่ยงโดยทั่วไปเกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากแนวคิดเรื่อง การประกอบการในรูปแบบเดิมประกอบไปด้วยสมมติฐานเกี่ยวกับการเสี่ยงภัยส่วนบุคคล (G.T. Lumpkin & Dess, 1996) ในระดับบริษัทการบริหารความเสี่ยงหมายถึงแนวโน้มที่จะสนับสนุนโครงการที่ไม่แน่นอน ใน

ผลตอบแทนที่คาดหวัง (Walter, Auer, & Ritter, 2006) และการทำงานเชิงรุก (proactiveness) Lieberman and Montgomery (1988) ระบุว่าผู้ที่ริเริ่มดำเนินการตามกลยุทธ์ก่อน คือ กลยุทธ์ที่ดีที่สุดสำหรับการพึ่งพาโอกาสทางการตลาด หากบริษัท เห็นโอกาสในตลาดและเป็นครั้งแรก การดำเนินการดังกล่าวจะทำให้เกิดผลกำไรที่ผิดปกติ และได้รับประโยชน์จากการรับรู้แบรนด์ (Lumpkin and Dess, 1996) (G.T. Lumpkin & Dess, 1996) ดังนั้นการดำเนินการเชิงรุกซึ่งหมายถึงการริเริ่มการคาดการณ์และการดำเนินการใหม่ โอกาสและการสร้างตลาดใหม่ ๆ หรือการมีส่วนร่วมในกลุ่มที่เกิดขึ้นใหม่ก็เกี่ยวข้องด้วย ผู้ประกอบการและเป็นผู้มีมติที่สำคัญของ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (M. Entrialgo, Fernández, & Vázquez, 2000; Walter & Auer, 2006) ตามที่ G.T. Lumpkin and Dess (1996) อภิปรายไว้ว่า การมีส่วนร่วมในการทำธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญสำหรับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากมุมมองเชิงคาดการณ์ล่วงหน้า บริษัทเชิงรุก สามารถระบุปัญหาที่เกิดขึ้นได้ และหาคำตอบสำหรับพวกเขาในการดำเนินกิจการ (G.G. Dess & Lumpkin, 2005) ด้วยเหตุนี้การทำการเชิงรุกจึงสามารถเป็นกุญแจสำคัญได้ เนื่องจากคู่แข่งจำเป็นต้องตอบสนองต่อความคิดริเริ่มที่ประสบความสำเร็จของผู้บุกเบิก (G.G. Dess & Lumpkin, 2005) ผู้บุกเบิกอาจประสบความสำเร็จในการรักษาลูกค้าเนื่องจากค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนแปลงของลูกค้าสูง (High Switching Costs) (Smith, Ferrier, & Grimm, 2001) โดยผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาตัวบ่งชี้คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ จากการศึกษาของนักวิชาการก่อนหน้านี้ไว้ โดยพบว่ามีการศึกษาดัชนีตัวชี้วัด คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ในมิติต่าง ๆ ประกอบด้วย การสร้างนวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก ความสามารถในการแข่งขัน ความอิสระในการทำงาน เติบโตขึ้นกับโอกาสทางการตลาด ความก้าวร้าวในการแข่งขัน ความสามารถในการวิเคราะห์ การป้องกันอนาคต กิจกรรมการวางกลยุทธ์ การระบุความต้องการของลูกค้า การกำหนดวิสัยทัศน์ ความสัมพันธ์ด้านการตลาด สามารถสรุปการสร้างโมเดลการวัดคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ จากการศึกษาของนักวิชาการก่อนหน้านี้ได้ จากการทบทวนวรรณกรรม ที่ผ่านมามีตัวบ่งชี้ถึงคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ที่ถูกอ้างในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมากที่สุด 3 ตัวบ่งชี้ ตัวบ่งชี้ดังกล่าวจะถูกนำไปสร้างเป็นกรอบแนวคิดงานวิจัย ต่อไป



ภาพที่ 1 โมเดลคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ

การวัดผลการดำเนินงานแบบสมดุล (Balance Scorecard: BSC)

คือ ระบบหรือกระบวนการในการบริหารงานชนิดหนึ่งที่สำคัญการกำหนดตัวชี้วัด (KPI) เป็นกลไกสำคัญ Kaplan and Norton (1992) ได้ให้นิยามล่าสุดของ Balanced Scorecards ไว้ว่า “เป็นเครื่องมือทางด้านการจัดการที่ช่วยในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ (Strategic Implementation) โดยอาศัยการวัดหรือประเมิน (Measurement) ที่จะช่วยทำให้องค์กรเกิดความสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และมุ่งเน้นในสิ่งที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร (Alignment and Focused)” ซึ่งประกอบไปด้วย

มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) เป็นการพิจารณาถึงผลตอบแทนที่เกิดจากความสามารถในการบริหารงบประมาณขององค์กรว่า การดำเนินการด้านการเงินนั้น เกิดผลลัพธ์ที่บรรลุเป้าหมายเพียงใด โดยสามารถวัดได้จากความสามารถในการทำกำไร (Profitability) การสร้างคุณค่าร่วมแก่ผู้ถือหุ้น (Shareholder Value) และการเติบโต (Growth) มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) จึงประกอบด้วย วัตถุประสงค์ที่สำคัญได้แก่ ด้านการเพิ่มขึ้นของรายได้ (Revenue Growth) ด้านการลดลงของต้นทุน (Cost Reduction) การเพิ่มขึ้นของประสิทธิภาพ (Productivity Improvement) การใช้งานจากสินทรัพย์ (Asset Utilization) ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด รวมถึงการบริหารความเสี่ยง (Risk Management) มุมมองด้านการเงินยังคงเป็นความสำคัญอย่างมากต่อองค์กรของธุรกิจ (R. S. Kaplan & Norton, 1996) องค์กรจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการเพิ่มขึ้นของรายได้ว่าองค์กรมีแนวทางในการเพิ่มรายได้อย่างไร

มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) พสุ เดชะรินทร์ (2544) อธิบายมุมมองด้านลูกค้าไว้ว่า ลูกค้าเป็นแหล่งรายได้ที่จะทำให้บริษัทหรือองค์กรมีกำไร ข้อมูลจากลูกค้าช่วยในการปรับกลยุทธ์ในการทำงานให้เท่าทันคู่แข่งซึ่งในอดีตเราไม่เคยให้ความสำคัญแก่ลูกค้าและไม่ทราบความต้องการของลูกค้า แต่ปัจจุบันการรู้จักลูกค้าถือว่าเป็นความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจไปแล้ว เห็นได้จากการลงทุนในระบบลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) เพื่อเข้าถึงและให้บริการลูกค้ามากขึ้นโดยเน้นกลยุทธ์ไปที่การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการไม่ว่าจะเป็นเวลาที่รวดเร็วคุณภาพสินค้าที่ได้มาตรฐานราคาสินค้าที่เหมาะสมและความรับผิดชอบในการให้บริการ กลยุทธ์รักษาลูกค้าเดิมและแสวงหาลูกค้าใหม่เป็นต้น โดยสรุป ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า (Customer Performance) หมายถึง การประเมินผลการดำเนินงานในด้านการลูกค้าของธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม โดยวัดผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Financial Performance) ได้จากตัวชี้วัดดังนี้ ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) คุณภาพการบริการ (Service Quality) จากตัวชี้วัดดังกล่าว ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและสังเคราะห์แล้ว สามารถนำไปใช้สร้างแบบสอบถามเพื่อวัดผลการดำเนินงานด้านลูกค้าของธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป

มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) มุมมองด้านนี้เน้นการบริหารจัดการภายในองค์กรวิธีในการรักษาลูกค้า พร้อมทั้ง ดึงดูด หรือแสวงหาลูกค้าใหม่ ๆ ซึ่งต้องมีกระบวนการที่ดี

ในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าและบุคลากรในองค์กรซึ่งจะสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรด้านการเงินตามมา อย่างไรก็ตามการจัดการที่มุ่งเน้นการทำงานเฉพาะด้านที่มากเกินไปก็อาจประสบปัญหาให้กับองค์กรได้สิ่งที่แตกต่างไปจากกระบวนการทำงานแบบเดิมที่เรามักจะตรวจสอบติดตามกำกับและปรับปรุง กระบวนการทำงานที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้น โดยใช้ข้อมูลจากผลตอบแทนทางการเงินเป็นหลักในการปรับปรุงคุณภาพและเวลาดังนั้น ในด้านกระบวนการภายในมุ่งเน้นไปที่การบริหารจัดการและการทำงานที่ส่งผลให้ลูกค้าพึงพอใจหรือการบริการที่ยืดความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก ตัวชี้วัด (KPI) ด้านมุมมองด้านกระบวนการภายใน เช่น ผลิตภาพ (Productivity) หรือประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร กระบวนการขนส่งภายใน การเก็บรักษาและวงจรเวลา (Cycle Time) เป็นต้น โดยสามารถนำแนวคิดห่วงโซ่แห่งคุณค่าภายใต้กระบวนการภายใน (Value Chain) ของ Porter (1985)

มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) Kaplan and Norton (1992) ได้กล่าวว่า “ความสามารถในการสร้างสรรค์ พัฒนาการเรียนรู้ในสิ่งใหม่ จะเกี่ยวเนื่องโดยตรงกับคุณค่าของกิจการ” คือ ถ้ากิจการสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือการบริการใหม่ ๆ หรือเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์หรือการบริการของตน และมีการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่องแล้ว กิจการก็จะสามารถหาตลาดใหม่ ๆ หรือเพิ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ ให้กับกิจการของตน ก็จะส่งผลให้เกิดรายได้ และกิจการของตนเจริญเติบโตในที่สุดผลการรวบรวมตัวชี้วัดการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการพัฒนาในอุตสาหกรรมบริการ

สถานการณ์เกี่ยวกับบทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในปี 2560 ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2560) การขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.2 ซึ่งมีการเติบโตในทิศทางที่ดีขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการขยายตัวร้อยละ 2.9 ในปีก่อนหน้า รวมทั้งภาคท่องเที่ยวยังคงเติบโตโดยมูลค่า GDP ปี 2559 เท่ากับ 14,366,557 ล้านบาท ซึ่งชี้ให้เห็นว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการท่องเที่ยวในประเทศ มีสัดส่วนการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยว ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมบทบาทสูงสุด หากพิจารณาอัตราการเติบโตโดยวัดจากมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแยกตามภาคการประกอบกิจการต่าง ๆ นั้น สำหรับในภาคบริการผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศในภาคการบริการเอกชน ในปี 2559 มีมูลค่ารวมเท่ากับ 4,927,673 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34.3 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ เมื่อพิจารณามูลค่า GDP ตามขนาดวิสาหกิจพบว่า มูลค่า GDP ในภาคการบริการเอกชน จากวิสาหกิจขนาดใหญ่และอื่น ๆ เท่ากับ 2,467,913 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 50.1 ขณะที่มูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเท่ากับ 2,459,760 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 49.9 โดยเป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดย่อม 1,939,807 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39.3 และวิสาหกิจขนาดกลาง เท่ากับ 519,953 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.6 (The Office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2017)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative Research) เนื่องจากการศึกษาดังกล่าวเป็นการศึกษาข้อมูลจากตัวผู้บริหารหรือผู้ประกอบการเอง หรือผู้ที่มีความเชี่ยวชาญมีประสบการณ์ในด้านในการดำเนินการธุรกิจมาอย่างยาวนานเนื่องจากเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในทุกกลยุทธ์การดำเนินการขององค์กรและยังสามารถทราบข้อมูลเชิงลึกที่เป็นความลับของบริษัทได้ (Armesth et al., 2014) โดยการใช้เครื่องมือเป็นแบบทดสอบเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ ในการตอบแบบสอบถามพร้อมแบบสอบถามไปยังองค์กรธุรกิจที่ดำเนินกิจการบริการด้านการท่องเที่ยว โดยการสืบค้นรายชื่อผู้ประกอบการผ่านสมาคมการค้าต่าง ๆ ประกอบด้วย สมาคมโรงแรมไทย สมาคมภัตตาคารไทย สมาคมสปาไทย และสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว โดยมีวิธีการสุ่มตัวอย่าง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบสุ่ม (Purposive Sampling) โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญดังกล่าวจะต้องมีคุณสมบัติคือเป็นผู้ประกอบการหรือผู้บริหารองค์กรหรือนักวิชาการธุรกิจการให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม และการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงความเหมาะสมของข้อมูลโดยแบ่งกลุ่มของผู้ให้ข้อมูลออกเป็นกลุ่มละ 100 คน จำแนกตามโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวไทย (Kassara Sukpet, 2014) จำแนกเป็นธุรกิจที่พัก (Accommodation) ธุรกิจการขนส่ง (Transportation) ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร (Restaurant) และผู้ประกอบการธุรกิจกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และธุรกิจนำเที่ยว ที่เป็นสิ่งดึงดูดใจ กิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการต่าง ๆ (Attractions Activities and Ancillary Services and Tour Operator) โดยกำหนดคุณลักษณะของกลุ่มประชากรที่เป็นตัวอย่างในการศึกษาโดยคัดกรองจากคำถามที่ใช้ในการศึกษาเพื่อคัดเลือกผู้ที่เหมาะสมในการวิจัย พร้อมทั้งพิจารณาระยะเวลาการดำเนินกิจการที่จะต้องดำเนินกิจการมาแล้วไม่น้อยกว่า 5 ปี นับตั้งแต่วันเริ่มต้นกิจการ โดยการส่งแบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาข้อมูลทั่วไปของการตอบแบบสอบถามของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นตัวแทนของบริษัทที่ประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและบริการขนาดกลางและขนาดย่อม ส่วนที่ 2 สภาพการดำเนินงานด้านความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้วัดตัวแปร คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 3 ตัวแปรได้แก่ ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) ความกล้าเผชิญความเสี่ยง (Risk-Taking) และ การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) ส่วนที่ 3 ผลการดำเนินงานขององค์กรมีจำนวน 4 ตัวแปร ประกอบด้วย ผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Financial Performance) ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า (Customer Performance) ผลการดำเนินการด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Performance) และ ผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Learning and Growth Performance) และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยคำถามในแต่ละข้อที่กล่าวมาในส่วนที่ 1 ถึง 3 เป็นการให้คะแนนผลการดำเนินงาน แบบ 5 ระดับ โดยผลการดำเนินกิจการ ลดลงมากเมื่อเปรียบเทียบกับเป้าหมายของกิจการ มีค่าคะแนนเท่ากับ 1 คะแนน และหากผลการดำเนินกิจการเพิ่มขึ้นมากเมื่อเทียบกับเป้าหมายของกิจการ มีค่าคะแนนเท่ากับ 5 คะแนน และมีการทดสอบความตรงของเนื้อหา (Content

Validity) ใช้วิธีการเลือกวิเคราะห์ผลเพื่อหาดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามงานวิจัย จากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน มีค่าอยู่ ระหว่าง 0.66-1.00 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ (Kanjawasee, S , 2000) ผ่านการส่งเอกสารทางไปรษณีย์ อีเมลล์ และทางโทรสาร โดยส่งรายละเอียดการตอบกลับแบบสอบถามไปพร้อมกับแบบสอบถามนี้ด้วย วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานด้วยสถิติพรรณนา เพื่อทราบถึงลักษณะการแจกแจงของตัวอย่างด้วยสถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ และตัวแปรประสิทธิผลการดำเนินงาน ทั้งค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะ การแจกแจง และการกระจายตัวของตัวแปรในแต่ละด้านดังกล่าว การวิเคราะห์ค่าอิทธิพลของตัวแปรโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน เพื่อทราบถึงค่าอิทธิพลของตัวแปรคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการต่อตัวแปร ประสิทธิผลการดำเนินงาน ว่ามีผลต่อกันมากน้อยเพียงใด โดยวิธีการใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สรุปผลการวิจัย

ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลของการดำเนินงานของกิจการกับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานของธุรกิจกับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ด้วยการทดสอบสถิติ Pearson Correlation แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลของการดำเนินงานของกิจการกับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ

		ประสิทธิผลของการดำเนินงานของกิจการ			
		ด้านการเงิน	ด้านลูกค้า	ด้านกระบวนการภายใน	ด้านการเรียนรู้และการเติบโต
คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ	การดำเนิน	0.712	0.678	0.578	0.491
	กิจการเชิงรุก	(<0.001*)	(<0.001*)	(<0.001*)	(<0.001*)
	การสร้างนวัตกรรม	0.621	0.630	0.745	0.619
	ความกล้า	(<0.001*)	(<0.001*)	(<0.001*)	(<0.001*)
	เผชิญความเสี่ยง	0.716	0.607	0.626	0.635
		(<0.001*)	(<0.001*)	(<0.001*)	(<0.001*)
โดยรวม		0.840			
		(<0.001*)			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลของการดำเนินงานของกิจการกับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ พบว่า ปัจจัยประสิทธิผลของการดำเนินงานของกิจการโดยรวมมี

ความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($r = 0.840$) เมื่อแบ่งเป็นรายด้านมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการด้านการดำเนินกิจการเชิงรุก พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับค่อนข้างสูง กับปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการเงินและด้านลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($r = 0.712$ และ $r = 0.678$ ตามลำดับ) และมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง กับปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ด้านกระบวนการภายในและด้านการเรียนรู้และการเติบโต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($r = 0.578$ และ $r = 0.491$ ตามลำดับ)

ปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการด้านการสร้างนวัตกรรม พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับค่อนข้างสูง กับปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในและด้านการเรียนรู้และการเติบโต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($r = 0.621$, $r = 0.630$, $r = 0.745$ และ $r = 0.619$ ตามลำดับ)

ปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการด้านความกล้าเผชิญความเสี่ยง พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับค่อนข้างสูง กับปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในและด้านการเรียนรู้และการเติบโต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($r = 0.716$, $r = 0.607$, $r = 0.626$ และ $r = 0.635$ ตามลำดับ)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลของการดำเนินงานของกิจการกับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ พบว่า ปัจจัยประสิทธิผลของการดำเนินงานของกิจการโดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูง กับปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($r = 0.840$) เมื่อแบ่งปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการเป็นรายด้านพบว่า

ด้านการดำเนินกิจการเชิงรุกมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับค่อนข้างสูง กับปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการเงิน และด้านลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($r = 0.712$ และ $r = 0.678$ ตามลำดับ) และมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง กับปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการเติบโต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($r = 0.578$ และ $r = 0.491$ ตามลำดับ)

ด้านการสร้างนวัตกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับค่อนข้างสูงกับปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในและด้านการเรียนรู้และการเติบโต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($r = 0.621$, $r = 0.630$, $r = 0.745$ และ $r = 0.619$ ตามลำดับ)

ด้านความกล้าเผชิญความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับค่อนข้างสูงกับปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในและด้านการเรียนรู้และการเติบโต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($r = 0.716$, $r = 0.607$, $r = 0.626$ และ $r = 0.635$ ตามลำดับ)

ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการดำเนินงานของกิจการ พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับปัจจัยด้านประสิทธิผลของการดำเนินงานของกิจการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 สรุปได้ว่า คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการดำเนินงานของกิจการ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการดำเนินงานของกิจการ คือ ความกล้าเผชิญความเสี่ยง (X_1) การสร้างนวัตกรรม (X_2) และการดำเนินกิจการเชิงรุก (X_3) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.425, 0.378 และ 0.250 ตามลำดับ ซึ่งตัวแบบนี้มีประสิทธิภาพต่อการทำนายประสิทธิผลของการดำเนินงานของกิจการ ได้ร้อยละ 71 (Adjusted $R^2 = 0.710$) เมื่อนำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมาเขียนในรูปสมการคะแนนมาตรฐานเพื่อทำนายประสิทธิผลของการดำเนินงานของกิจการ ได้ดังต่อไปนี้ $Z'_{\text{EFFECT}} = 0.461(Z_{\text{ความกล้าเผชิญความเสี่ยง}}) + 0.319(Z_{\text{การสร้างนวัตกรรม}}) + 0.201(Z_{\text{การดำเนินกิจการเชิงรุก}})$ โดยสามารถอธิบายผลการศึกษาดังกล่าวได้ว่า ความกล้าเผชิญความเสี่ยง การสร้างนวัตกรรม และการดำเนินกิจการเชิงรุกมีอิทธิพลต่อผลของการดำเนินกิจการของธุรกิจการให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังนั้นผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับความกล้าเผชิญความเสี่ยงในการลงทุน สร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่นำหน้าคู่แข่ง และดำเนินกิจการเชิงรุกให้สามารถเป็นผู้นำทางธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของตนเองให้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น การดำเนินกิจการเชิงรุก มีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับประสิทธิผลของการดำเนินงานของกิจการด้านการเงิน ดังนั้นหากต้องการให้มีประสิทธิผลด้านการเงิน มีการเติบโตของยอดขาย รายได้หรือกำไรสุทธิ ต้องให้ความสำคัญกับความกล้าเผชิญความเสี่ยงและการดำเนินกิจการเชิงรุก การสร้างนวัตกรรม มีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับประสิทธิผลของการดำเนินงานของกิจการด้านการกระบวนกรภายใน ดังนั้นหากต้องการให้มีประสิทธิผลด้านการกระบวนกรภายใน ประสิทธิภาพในการดำเนินงานนวัตกรรมกรบริการ ความปลอดภัยและการติดตามตรวจสอบ ต้องให้ความสำคัญกับด้านการสร้างนวัตกรรม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจการให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวขนาดกลาง และขนาดย่อมที่มีอิทธิพลต่อผลของการดำเนินกิจการของธุรกิจการให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ความกล้าเผชิญความเสี่ยง การสร้างนวัตกรรม และการดำเนินกิจการเชิงรุกมีอิทธิพลต่อผลของการดำเนินกิจการของธุรกิจการให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังนั้นผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับความกล้าเผชิญความเสี่ยงในการลงทุน สร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่นำหน้าคู่แข่ง และดำเนินกิจการเชิงรุกให้สามารถเป็นผู้นำทางธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของตนเองให้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น โดยการ เป็นผู้เริ่มสิ่งใหม่ในกิจการของท่านก่อนคู่แข่งในกิจการเดียวกัน เช่น การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกิจการก่อนคู่แข่ง ใช้การบริหารงานและเทคนิคการทำงานใหม่ ๆ มาพัฒนาบริการเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าก่อนคู่แข่ง มองหาโอกาสใหม่ ๆ ทางธุรกิจอยู่เสมอเพื่อการพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการด้านกล้าเผชิญความเสี่ยงและด้านการดำเนินกิจการเชิงรุก มีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับประสิทธิผลของการดำเนินงานของกิจการด้านการเงิน ดังนั้นหากต้องการให้มีประสิทธิผลด้านการเงิน มีการเติบโตของยอดขาย รายได้หรือกำไรสุทธิ ต้องให้ความสำคัญกับความกล้าเผชิญความเสี่ยงและการดำเนินกิจการเชิงรุก โดยการทดลองดำเนินการในความเสี่ยงสูง เพราะจะได้รับผลตอบแทนที่สูง หรือ เสนอการบริการใหม่ ๆ ในกิจการของท่านเป็นเจ้าแรก ให้ออกสู่ตลาดทั้งที่ยังไม่มีความแน่นอน

คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการด้านการสร้างนวัตกรรม มีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับประสิทธิผลของการดำเนินงานของกิจการด้านกระบวนการภายใน ดังนั้นหากต้องการให้มีประสิทธิผลด้านกระบวนการภายใน ประสิทธิภาพในการดำเนินงานนวัตกรรมบริการ ความปลอดภัยและการติดตามตรวจสอบ ต้องให้ความสำคัญกับด้านการสร้างนวัตกรรม โดยการศึกษาค้นคว้า ทดลอง เพื่อพัฒนารูปแบบการให้บริการใหม่ ๆ เพื่อให้เป็นผู้นำเทคโนโลยีด้านการบริการ เปิดโอกาสให้พนักงานเสนอแนะแนวความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการในที่ประชุม หรือ ปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานใหม่เพื่อประโยชน์แก่ลูกค้าและกิจการ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการวิจัยโดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ ลูกค้า หรือลูกค้า เพื่อให้ได้ข้อมูลของผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ใช้ข้อมูลจากการประเมินตนเองของผู้ประกอบการเท่านั้น อาจทำให้ผลการประเมินย่อไปในทิศทางที่ดี และเสนอแนะให้ทำการวิจัยในเชิงคุณภาพเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีสังเกต การสนทนากลุ่ม หรือการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกอย่างแท้จริง

References

- Armash, H., Wei, C. C., & Marthandan, G. (2014). Corporate Entrepreneurship Antecedents and Firm Performance in Iranian Manufacturing SMEs: Mediating Role of Corporate Entrepreneurship. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 4(5), 36-51.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). *A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior* (Vol. 16).
- Janthima Jatupornstearakul (2011). The study of Entrepreneur orientation and Business Strategy that related to the Success of Drug Store Business of Thai pharmacists who are the owner of drugstore. Master Thesis. Thammasat University.
- Kaplan, & Norton. (1992). *The Balance Scorecard Measures that Drive Performance* Boston: Harvard Business School Press.

- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The Balance Scorecard: Translating Strategy into Action*. Boston: Harvard Business School Press.
- Kassara Sukpet.(2014) *Thai tourism supply chain management strategy to support quality Chinese tourists*. Center for Government System Reform and Project Evaluation Research: National Institute of Development Administration.
- Kuratko, D. F., Morris, M. H., & Covin, J. G. (2011). *Corporate Innovation and Entrepreneurship*. South-Western: Cengage Learning.
- Lumpkin, G. T., Brigham, K. H., & Moss, T. W. (2010). *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(3-4), 241-264.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. *The Academy of Management Review*, 21(1), 35-172.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770-791.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial Orientation and Business Performance: An Assessment of Past Research and Suggestions for the Future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 761–787.
- Sirichai Kanjanawasee. (2000). *How to use the SPSS computer program for research: analysis and interpretation*: Chulalongkorn University press.
- Sutheera Atawongsa.(2014) Effects of Entrepreneurial Orientation and Enterprise Characteristics Toward Thai SMEs' Growth. *Suthiparithat Journal*, 28(85), 61-79.
- The Office of Small and Medium Enterprises Promotion (2017).*Gross Domestic Product of SMEs report 201.7*
- Walter, A., Auer, M., & Ritter, T. (2006). The impact of network capabilities and entrepreneurial orientation on university spin-off performance. *Journal of Business Venturing*, 21(4), 541–567.



Sirisak Polsimma, B.B.A. (Entrepreneurship), Director of Partnership and Operation, Appservation Company Limited.



Assistant Professor, Kassara Sukpet, Ph.D., Ph.D. in Hospitality Industry Administration Director of Center for Government System Reform and Project Evaluation Research National Institute of Development Administration.