

องค์ประกอบของความเป็นผู้ประกอบการในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ในประเทศไทย

ENTREPRENEURSHIP COMPONENTS OF TOURISM BUSINESS IN THAILAND

ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์*

Sivanun Sivapituk*

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ และปริญญาเอก วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

* Assistant Professor and D.B.A., College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University

* Email: nopsivanun@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของตัวบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ประชากรกลุ่มเป้าหมาย (Target Population) คือ พนักงานระดับผู้จัดการในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 9,134 แห่ง ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและเก็บตัวอย่างได้จำนวน 400 คน จากการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองด้วยโปรแกรม AMOS ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า โมเดลการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ค่าน้ำหนักหองค์ประกอบเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ การสร้างสรรค์นวัตกรรม (0.95) การดำเนินงานเชิงรุก (0.91) และด้านการกล้าเสี่ยง (0.86) แสดงว่า โมเดลสมการเชิงโครงสร้างอันดับที่สองของความเป็นผู้ประกอบการในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี

คำสำคัญ: ความเป็นผู้ประกอบการ ธุรกิจท่องเที่ยว

Abstract

The objectives of this research were to investigate of validity and reliability the accuracy of indicators for Entrepreneurship. The target population was managers who worked in tourism business's Thailand in 9,134 firms. The questionnaires were utilized as a research instrument. A total of 400 completed questionnaires were returned. Second order confirmatory factor analysis by AMOS was used to analyze the data. The results of this study showed that this measurement model was well fitted to the empirical data. Factor loadings of Innovativeness, Proactiveness, and Risk Taking were 0.95, 0.91, and 0.86 respectively. Thus, this model exhibited acceptable levels of fitted.

Keywords: Entrepreneurship, Tourism and Guide Business

บทนำ

โลกปัจจุบันเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพราะเกิดการแข่งขันที่สูง อีกทั้งมีความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการขาดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการบริหารจัดการดำเนินงานแบบดั้งเดิม จึงทำให้องค์กรต่างๆ ต้องเตรียมการแก้ปัญหาอันเนื่องมาจากการแข่งขันที่ยากลำบากและมีความรุนแรงมากขึ้น ดังนั้น การที่องค์กรใดจะสามารถดำรงอยู่ต่อไปได้ในระยะยาว จำเป็นต้องสร้างความสามารถเชิงการแข่งขันอย่างยั่งยืน และต้องมีความสามารถในการปรับตัวอย่างรวดเร็วให้เกิดขึ้นภายในองค์กรนั้น จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา นั้น ได้มีผู้วิจัยที่ให้ความสำคัญศึกษาทฤษฎีความเป็นผู้ประกอบการมาอย่างต่อเนื่อง อาทิ Antoncic and Hisrich (2003a) รวมถึง Morris, Kuratko and Covin, (2008, p. 8) เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์ที่หลากหลายตามศาสตร์ต่างๆ เช่น ด้านสังคมศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ จิตวิทยา และสาขาอื่นๆ ซึ่งมีข้อค้นพบที่น่าสนใจว่า คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจ นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยที่ศึกษาพบว่า ความเป็นผู้ประกอบการสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้กับองค์การทุกประเภททั้งภาครัฐและภาคธุรกิจ (Matthew and Bahaudin, 2007) ซึ่งจะทำให้้องค์กรเหล่านั้นเกิดประสิทธิภาพ สามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ที่ดีขึ้นกว่าเดิม และสามารถพัฒนาต่อไปอย่างยั่งยืน Yitshaki (2012) ได้ขยายความเพิ่มเติมว่า ในยุคสมัยแรกของแนวคิดเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการเกิดขึ้นเมื่อประมาณกว่า 30 ปีที่ผ่านมา ในขณะที่นักการจัดการและผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มให้ความสำคัญต่อการสร้างทีมธุรกิจใหม่ เพื่อพัฒนาการบริการและผลิตภัณฑ์สินค้าออกใหม่โดยใช้ทรัพยากรจากภายในองค์กร งานวิจัยในยุคนี้จึงให้ความสำคัญต่อการศึกษาค้นคว้าคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของเจ้าของกิจการในอุตสาหกรรมขนาดเล็ก แต่เมื่อระยะเวลาผ่านไป เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รวมทั้งนวัตกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วที่ ้องค์กรธุรกิจต้องเปลี่ยนแปลงเพื่อความอยู่รอดในการประกอบธุรกิจ

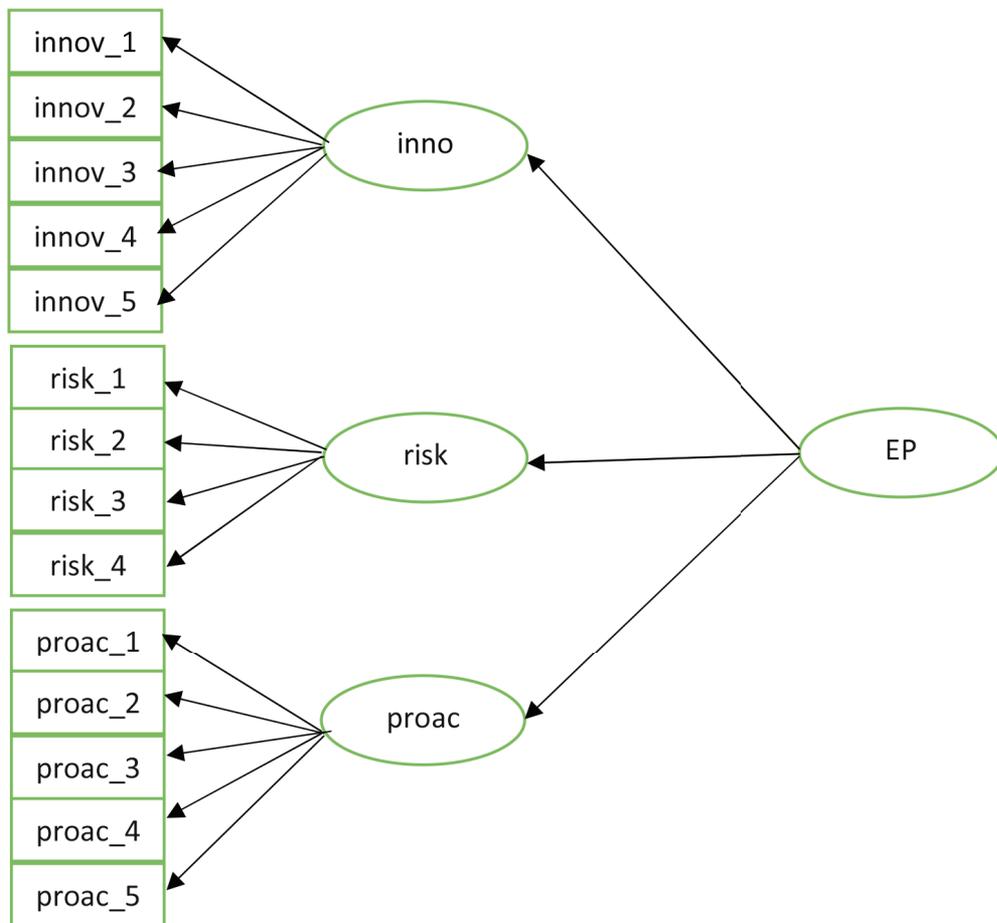
ถึงแม้ว่าในปัจจุบันกระแสความสนใจเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการจะได้รับความสนใจมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ที่อธิบายถึงตัวบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วยด้านใดบ้าง เพราะมีนักวิชาการเสนอแนะเกี่ยวกับตัวบ่งชี้ อาทิ การสร้างสรรค์นวัตกรรม การกล้าเผชิญความเสี่ยงอย่างชาญฉลาด การดำเนินงานเชิงรุก การสร้างธุรกิจใหม่ หรือการฟื้นฟูกิจการเชิงกลยุทธ์ เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตาม ตัวบ่งชี้ที่ได้รับความนิยมจากนักวิจัยส่วนใหญ่ อาทิ Covin and Slevin (1991) Daniel et al. (2007) Zahra (1991) คือ การสร้างสรรค์นวัตกรรม การกล้าเผชิญความเสี่ยง และการดำเนินงานเชิงรุก ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาเพื่อยืนยันองค์ประกอบความเป็นผู้ประกอบการจากตัวบ่งชี้ทั้ง 3 ดังกล่าวข้างต้น นอกจากนี้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้ประกอบการที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารทางวิชาการส่วนมากศึกษาจากต่างประเทศ ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีงานวิจัยที่ศึกษาความเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทยมากขึ้น แต่เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยในวารสารวิชาการแล้วยังมีจำนวนน้อยกว่ามาก โดยเฉพาะการศึกษาความเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยว จากสาเหตุดังกล่าว จึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาตัวบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่ดำเนินกิจการในประเทศไทย โดยการตรวจสอบยืนยันตัวบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการว่ามีความเที่ยงตรงหรือไม่ ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยคาดว่าจะได้ข้อสรุปที่น่าสนใจ คือ ช่วยยืนยันความถูกต้องของตัวบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่ผ่านมาในอดีต จากที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยไว้ว่า “โมเดลสมการเชิงโครงสร้างอันดับที่สองของความเป็นผู้ประกอบการในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีความเหมาะสมพอดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์” ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อนักวิจัยและผู้สนใจที่จะนำตัวบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการมาปรับใช้ในองค์กรธุรกิจหรือองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์

เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของตัวบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

Morris, Kuratko และ Covin (2008) ได้อธิบาย ความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship: EP) หมายถึง ความสามารถโดยรวมของเจ้าของกิจการหรือตัวแทนระดับผู้บริหารที่ใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ แสวงหาวิธีการหรือลู่วางใหม่ๆ เพื่อพัฒนาสินค้าหรือบริการ กระบวนการทำงานด้านธุรกิจท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้น โดยสังเกตคุณลักษณะของผู้ประกอบการจากตัวบ่งชี้ 3 ตัว คือ 1. การสร้างนวัตกรรม (Innovation: inno) 2. การกล้าเผชิญความเสี่ยง (Risk Taking: risk) และ 3. การดำเนินงานเชิงรุก (Proactive: proac) ผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาพัฒนาเป็นแบบสอบถามในการวัดตัวบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการให้เหมาะสมกับธุรกิจนำท่องเที่ยวในประเทศไทย มีค่าถ้ามวัดการสร้างนวัตกรรม 5 ข้อ การกล้าเผชิญความเสี่ยง 4 ข้อ และการดำเนินงานเชิงรุก 5 ข้อ เมื่อนำตัวแปรทั้งหมดมาสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของตัวบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานระดับผู้จัดการในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว รายใหม่ในประเทศไทย (จดทะเบียนระหว่าง 6 เม.ย. 2551 – ม.ค. 2558) จำนวน 9,134 แห่ง สาเหตุที่ใช้พนักงานระดับผู้จัดการเป็นตัวแทนสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นพนักงานในระดับบริหารมีความรู้กลยุทธ์การดำเนินงานขององค์กรได้ และจะต้องมีความรับผิดชอบดูแลทุกแผนกให้มีผลการดำเนินงานตามที่องค์กรต้องการโดยเป็นสถานประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพฯ ที่มีรายชื่อในฐานข้อมูล (www.tourismcentre.go.th) ของสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรมการท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว, 2558) สำหรับตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้มาโดยการคัดเลือกองค์กรธุรกิจนำเที่ยวแบบหลายขั้นตอน และการวิจัยครั้งนี้ต้องวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้างอันดับสองด้วยโปรแกรม AMOS เพื่อประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธีโลคัลลิฮูดสูงสุด (Maximum Likelihood) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากพนักงานระดับผู้จัดการในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวรายใหม่ในประเทศไทยเป็นตัวแทนองค์การในการตอบแบบสอบถาม และการเลือกตัวอย่างได้ใช้ค่านวนจาก Yamane (1970 อ้างถึงในธนินทร์ ศิลป์จารุ, 2548, น.49) ต้องไม่น้อยกว่า 384 ชุด แต่เพื่อความแกร่งของโมเดลการวิจัยจึงใช้ตัวอย่าง 400 ชุด ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ตอน เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามสร้างข้อคำถามตามนิยามเชิงปฏิบัติการ ในกรณีตัวแปรที่มีผู้ทำการพัฒนาเครื่องมือวัดและทดลองใช้มาแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อความในเครื่องมือนั้นมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับบริบทและประชากรที่ใช้ในการศึกษา โดยการทำความเข้าใจเนื้อหาของแบบสอบถามเดิมซึ่งเป็นภาษาต่างประเทศ (ภาษาอังกฤษ) จากนั้นจึงแปลเนื้อหาข้อความของแบบสอบถามให้เป็นภาษาไทยและดำเนินการปรับเนื้อหาของคำถามให้เหมาะสมกับการปฏิบัติงานขององค์กรธุรกิจนำเที่ยว คำถามเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการ (EP) จำนวน 14 ข้อ ซึ่งมีระดับคะแนน 4 ระดับ ดังนี้ คะแนนระดับมาก (3.26 – 4.00) คะแนนระดับค่อนข้างมาก (2.26 – 3.25) คะแนนระดับค่อนข้างน้อย (1.76 – 2.25) และคะแนนระดับน้อย (1.0 – 1.75) และให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงพิ้นิจ (Face Validity) ซึ่งผลการตรวจสอบแบบสอบถามอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ และได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย คือ ความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถามโดยผลการวิเคราะห์ขั้นตอนวิธีผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับได้

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ตัวบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรมี 3 ตัวบ่งชี้ได้แก่ (1) การสร้างนวัตกรรม (inno) มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 5 ข้อ (2) การกล้าเผชิญความเสี่ยงอย่างชาญฉลาด (risk) มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 4 ข้อ และ (3) การดำเนินงานเชิงรุก (proac) มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 5 ข้อ เมื่อทำการตรวจสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 14 ตัวแปร รวม 91 คู่ พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้ง 91 คู่ แต่มีค่าค่อนข้างต่ำถึงปานกลางระหว่าง 0.129 - 0.789 ผลการวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ด้วย Bartlett's test of Sphericity ได้ค่า Chi-Square = 3190.90, df = 91, p = 0.00 ซึ่งแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าดัชนี Overall Kaiser - Mayer - Olkin (KMO) = 0.908 แสดงว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ไม่ใช่เมทริกซ์เอกลักษณ์ และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีมากพอที่จะนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบได้ ดังแสดงค่าสถิติในตารางที่ 1

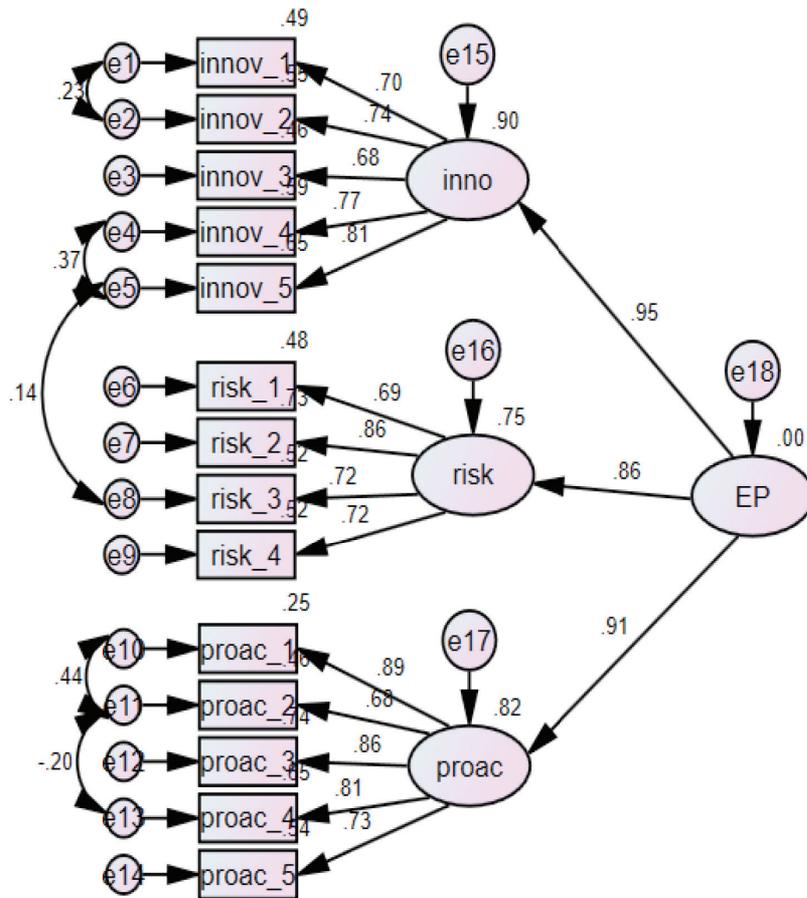
ตารางที่ 1 เมทริกซ์สหสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ในแต่ละการวิจัย

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1. innov_1	1.00													
2. innov_2	.751**	1.000												
3. innov_3	.733**	.738**	1.000											
4. innov_4	.732**	.692**	.789**	1.000										
5. innov_5	.614**	.627**	.665**	.723**	1.000									
6. risk_1	.351**	.297**	.300**	.316**	.320**	1.000								
7. risk_2	.312**	.256**	.325**	.314**	.257**	.426**	1.000							
8. risk_3	.275**	.230**	.310**	.277**	.266**	.377**	.454**	1.000						
9. risk_4	.255**	.248**	.224**	.261**	.249**	.270**	.321**	.303**	1.000					
10. proac_1	.377**	.406**	.383**	.344**	.318**	.289**	.240**	.223**	.209**	1.000				
11. proac_2	.349**	.329**	.295**	.306**	.279**	.263**	.234**	.215**	.183**	.549**	1.000			
12. proac_3	.418**	.420**	.362**	.352**	.335**	.275**	.240**	.303**	.227**	.541**	.555**	1.000		
13. proac_4	.389**	.428**	.404**	.387**	.366**	.307**	.228**	.284**	.192**	.524**	.445**	.597**	1.000	
14. proac_5	.285**	.316**	.273**	.300**	.321**	.170**	.210**	.129**	.253**	.444**	.416**	.384**	.400**	1.000
MEAN	3.03	3.00	2.95	3.03	3.07	3.12	2.99	3.03	3.11	3.17	3.14	3.18	3.12	3.16
S.D.	.75	.78	.76	.76	.76	.60	.61	.66	.68	.65	.68	.74	.70	.81

Bartlett's test of Sphericity Chi-Square = 3190.90, df = 91 , p = 0.000, KMO = 0.908

หมายเหตุ * หมายถึง $p < 0.05$, ** หมายถึง $p < 0.01$

สำหรับผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของโมเดลสมการเชิงโครงสร้าง ความเป็นผู้ประกอบการในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีตัวแปรแฝง 4 ตัวคือ ความเป็นผู้ประกอบการ (EP) การสร้างสรรค์นวัตกรรม (inno) การกล้าเผชิญความเสี่ยง (risk) การดำเนินงานเชิงรุก (proac) และมีตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 14 ตัว พบว่า โมเดลสมการเชิงโครงสร้างอันดับสองของความเป็นผู้ประกอบการมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่า Chi-Square มีค่าเท่ากับ 91.52 มีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.11 ที่องศาอิสระเท่ากับ 68 (df = 68) นั่นคือ ค่าไค-สแควร์แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญ แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่าโมเดลสมการเชิงโครงสร้างอันดับที่สองของความเป็นผู้ประกอบการในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (fit) โดยมีดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.97 ค่าดัชนี CFI เท่ากับ 0.97 ค่าดัชนี NFI เท่ากับ 0.99 และค่า RMSEA เท่ากับ 0.01 และเมื่อพิจารณา ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของทุกองค์ประกอบมีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าตั้งแต่ 0.68 – 0.89 ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวซึ่งวัดได้จากค่า R² และความแปรปรวนร่วมขององค์ประกอบความเป็นผู้ประกอบการมีความแปรปรวนระดับปานกลาง รายละเอียดแสดงในภาพที่ 2 และตารางที่ 2



Chi square = 91.52,df = 68, p = 0.11, GFI = 0.97, CFI = 0.97, NFI = 0.99, RMSEA = 0.01

ภาพที่ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของโมเดลการวัดความเป็นผู้ประกอบการ

สำหรับผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง พบว่า องค์ประกอบหลักทั้ง 3 ได้แก่ ตัวแปรการสร้างสรรคนวัตกรรม (inno) การกล้าเผชิญความเสี่ยง (risk) และการดำเนินงานเชิงรุก (proac) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเป็นบวก โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกด้านและมีขนาดสูง คือ 0.95, 0.86 และ 0.91 ตามลำดับ และมีความแปรผันร่วมกับความเป็นผู้ประกอบการ ร้อยละ 59 51 และ 56 ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 2 จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจึงสรุปได้ว่า โมเดลการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 2 ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลสมการเชิงโครงสร้างสร้างความเป็นผู้ประกอบการ

ตัวแปร	องค์ประกอบ ความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ			
	สัมประสิทธิ์	S.E.	t	
ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับหนึ่ง				
innov_1	0.70	0.05	14.0	0.69
innov_2	0.74	0.04	18.5	0.67
innov_3	0.68	0.05	13.6	0.80
innov_4	0.77	0.05	15.4	0.76
innov_5	0.81	0.05	16.2	0.56
risk_1	0.69	0.10	6.9	0.39
risk_2	0.86	0.11	7.8	0.46
risk_3	0.72	0.11	6.5	0.41
risk_4	0.72	0.11	6.5	0.23
proac_1	0.89	0.06	14.8	0.52
proac_2	0.68	0.08	8.5	0.53
proac_3	0.86	0.08	10.75	0.59
proac_4	0.81	0.08	10.12	0.58
proac_5	0.73	0.09	8.1	0.30
ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับสอง				
inno	0.95	0.05	19.0	0.59
risk	0.86	0.06	14.3	0.51
proac	0.91	0.06	15.1	0.56
Chi square = 91.52, df = 68, p = 0.11, GFI = 0.97, CFI = 0.97, NFI = 0.99, RMSEA = 0.01				

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยที่พบว่า โมเดลสมการเชิงโครงสร้างอันดับที่สองของความเป็นผู้ประกอบการในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และโมเดลการวิจัยมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง แสดงว่า ตัวบ่งชี้ การสร้างสรรค์นวัตกรรม (Innovativeness) การกล้าเผชิญความเสี่ยง (Risk taking) และการดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness) มีความเหมาะสมในการใช้เป็นตัวบ่งชี้ ความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นว่า ผลการวิจัยที่ได้สามารถยืนยันถึงความเป็นสากลของแนวคิด ความเป็นผู้ประกอบการของ Covin and Slevin (1991), Daniel, Matthew and Gretchen (2007), Zahra (1991) ที่สามารถนำมาใช้ในบริบทและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันได้ดังเช่น ประเทศไทย รวมทั้งสามารถนำมาศึกษาความเป็นผู้ประกอบการในภาคธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งอยู่ในอุตสาหกรรมบริการได้ การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการตรวจสอบไขว้ความถูกต้องของโมเดล (Cross validation) โดยใช้โมเดลทางเลือกอื่น ๆ ซึ่งมีพื้นฐานทางทฤษฎีแตกต่างไปจากทฤษฎีหรือแนวคิดที่ผู้วิจัยนำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ประชากรเดียวกันหรือต่างกลุ่มเพื่อหาโมเดลที่เหมาะสมที่สุด

สำหรับข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติเพื่อให้เจ้าของกิจการหรือผู้จัดการในองค์กรธุรกิจท่องเที่ยวมีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการระดับสูงยิ่งขึ้น ควรให้ความสำคัญต่อการสร้างนวัตกรรมและการดำเนินงานเชิงรุก โดยเจ้าของกิจการหรือผู้จัดการควรส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานนำเที่ยวมีส่วนร่วมในการพัฒนาระบบการทำงานใหม่ๆ ที่แตกต่างไปจากเดิม อาทิ การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ รวมทั้งพยายามทำให้ขั้นตอนการปฏิบัติงานลื่นไหล แต่ยังคงประสิทธิผลเท่าเดิมหรือดีกว่า ตลอดจนสร้างแนวทางหรือเปิดโอกาสให้ผู้ร่วมงานมีโอกาส ถ่ายทอดข้อมูลการปฏิบัติงานร่วมกับเพื่อนร่วมงาน หรือทีมงานแผนกอื่นๆ เสมอ อีกทั้งควรมีการสนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ร่วมงานมีความกล้าที่จะเสนอแนะวิธีการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานก่อนจะเกิดสภาวะการถดถอย

บรรณานุกรม

- ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ. (2548). *การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: บริษัท วิ.อินเตอร์ พรีน.
- สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรมการท่องเที่ยว. (2558). *สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวรายใหม่ในประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อ 24 ธันวาคม 2558, จาก <http://www.tourism.go.th/home/listcategory/6/163>
- Antonic, B., & Hisrich, R. D. (2003a). Clarifying the intrapreneurship concept. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(1), 7.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16,7-25.
- Daniel, T. H., Matthew, W. R., & Gretchen, R. C. (2007). Corporate Entrepreneurship: An Empirical Look at Individual Characteristics, Context, and Process. *Journal of Leadership & Organizational*, 13, 40-55.
- Matthew, K., & Bahaudin, G. M. (2007). Understanding Corporate Entrepreneurship and development: A Practitioner View of Organizational Intrapreneurship. *The Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 12(3), 73-88.
- Morris, M. H., Kuratko, D. F., & Covin, J. G. (2008). *Corporate entrepreneurship & Innovation*. Mason, Ohio: Thomson South-Western.
- Yitshaki, R. (2012). How Do Entrepreneurs' Emotional Intelligence and Transformational Leadership Orientation Impact New Ventures' Growth?. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 25(3), 357-374.
- Zahra, S. A. (1991). Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: an exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 6, 259-285.