

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	3
ABSTRACT	4
กิตติกรรมประกาศ	5
สารบัญ	6
สารบัญตาราง	8
สารบัญภาพ	11
บทที่ 1 บทนำ	12
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	12
1.2 คำถามการวิจัย	15
1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	16
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	16
1.5 ขอบเขตของการศึกษา	17
1.6 ข้อตกลงเบื้องต้น	17
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
2.1 แนวคิดและทฤษฎีความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (Corporate Entrepreneurship: (CE))	19
2.2 แนวคิดและทฤษฎีประสิทธิผลขององค์กร	48
2.3 แนวคิดและทฤษฎีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	66
2.4 แนวคิดและทฤษฎีธุรกิจนำเที่ยว	71
2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	80
บทที่ 3 กรอบแนวคิดและวิธีการวิจัย	89
3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	90
3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยตามกรอบแนวคิดในการวิจัย	90
3.3 สมมติฐานการวิจัย	91

3.4	นิยามเชิงปฏิบัติการ	92
3.5	ประชากรและตัวอย่าง	96
3.6	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	98
3.7	การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ	104
3.8	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	105
3.9	วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	106
3.10	สรุป	107
บทที่ 4	ผลการศึกษา	109
4.1	คุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	131
4.2	คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร และผลการดำเนินงานของ บริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม	134
4.3	อิทธิพลของความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร ต่อประสิทธิผลของบริษัทนำ เที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม	139
4.4	แนวทางการพัฒนาประสิทธิผลของบริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม ด้วยการเสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการ	153
บทที่ 5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	161
5.1	สรุปผลการวิจัย	149
5.2	อภิปรายผลการวิจัย	152
5.3	ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	164
5.4	ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	165
บรรณานุกรม		167
ภาคผนวก		204
	ภาคผนวก ก หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ	205
	ภาคผนวก ข ผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม	209
	ภาคผนวก ค แบบสอบถาม	214
	ภาคผนวก ง ภาพการจัดเสวนากลุ่ม (Focus Group)	221
ประวัติผู้เขียน		224

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 จำนวนการอ้างอิง ความหมายความเป็นผู้ประกอบการ	21
2.2 ความหมายของความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CE)	24
2.3 ข้อสรุปความเหมือนระหว่างความเป็นผู้ประกอบการกับความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CE)	28
2.4 ข้อสรุปความแตกต่างที่สำคัญระหว่างความเป็นผู้ประกอบการกับความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CE)	29
2.5 ความแตกต่างระหว่างความเป็นผู้ประกอบการกับความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CE) โดยพิจารณาวัตถุประสงค์ของการศึกษา	31
2.6 การรวบรวมตัวบ่งชี้ของความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CE)	33
2.7 สรุปผลการจัดลำดับตัวบ่งชี้ที่ถูกอ้างอิงมากที่สุดจากการทบทวนวรรณกรรม	35
2.8 ตัวชี้วัดการสร้างนวัตกรรมขององค์กรธุรกิจ	38
2.9 ประเภทความเสี่ยงทางธุรกิจ	41
2.10 การรวบรวมตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านการเงินในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	52
2.11 แสดงลำดับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านการเงินในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	54
2.12 การรวบรวมตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านลูกค้าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	57
2.13 แสดงลำดับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านลูกค้าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	58
2.14 การรวบรวมตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการเติบโตในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	63
2.15 แสดงลำดับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการเติบโตในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	64
2.16 เกณฑ์การกำหนดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	67
2.17 แสดงค่าอิทธิพล (Effect Size) ของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	84
2.18 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	85
3.1 ค่าอิทธิพล (Effect Size)	97

3.2	เกณฑ์ในการแปลความหมายสภาพการดำเนินงานด้านความเป็นผู้ประกอบการ ขององค์กร	100
3.3	เกณฑ์ในการแปลความหมายผลการดำเนินงานขององค์กร	101
3.4	แหล่งที่มาของแบบสอบถาม	101
3.5	เกณฑ์การแปลความหมายค่าอิทธิพลของตัวแปร	106
4.1	ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง	132
4.2	แสดงคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร	134
4.3	แสดงผลการดำเนินงานของบริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม	137
4.4	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร	140
4.5	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการของ องค์กรและประสิทธิผลของบริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม	141
4.6	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรต่อ ประสิทธิผลของบริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมโดยรวม	142
4.7	แสดงค่าความแปรปรวนปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรต่อประสิทธิ ผลของบริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม	143
4.8	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรในแต่ละ ด้านต่อประสิทธิผลของบริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม	143
4.9	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ของความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรต่อผลการ ดำเนินงานด้านการเงิน	145
4.10	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ของความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรต่อผลการ ดำเนินงานด้านลูกค้า	146
4.11	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ของความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรต่อผลการ ดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน	147

- | | | |
|------|---|-----|
| 4.12 | แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ของความเป็นผู้ประกอบการขององค์การต่อผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการเติบโต | 148 |
| 4.13 | แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ของความเป็นผู้ประกอบการขององค์การต่อผลการดำเนินงานทั้ง 4 ด้าน | 150 |

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 โมเดลความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CE)	47
2.2 แนวโน้มการนำตัวบ่งชี้การวัดผลการดำเนินงานแบบสมดุลไปใช้ในธุรกิจ โรงแรม	50
2.3 โมเดลวัดผลการดำเนินงานด้านการเงินของบริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาด ย่อม	55
2.4 โมเดลวัดผลการดำเนินงานด้านลูกค้าของบริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาด ย่อม	59
2.5 โมเดลวัดผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กรธุรกิจ	65
2.6 บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมในอุตสาหกรรมองค์กรธุรกิจ ขนาดย่อมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	68
2.7 จำนวนสถานประกอบการและจำนวนการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	69
2.8 แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยว	70
2.9 โซ่อุปทานท่องเที่ยว	74
2.10 อันดับธุรกิจนำเที่ยวในปี 2004	75
2.11 สรุปปัญหาและความท้าทายของบริษัทนำเที่ยวในปี 2014	77
2.12 จำนวนธุรกิจนำเที่ยวทั้งหมดในประเทศไทยแบ่งตามประเภท	79
2.13 ธุรกิจนำเที่ยวที่ขอยกเลิกใบอนุญาตประกอบธุรกิจ	80
3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	90
4.1 ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของ บริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมในแต่ละด้าน	151
4.2 ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของ บริษัทนำเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อม	152