

ENTREPRENEURIAL CHARACTERISTICS AND SUCCESS OF WALKIE-TALKIE ENTERPRISE IN THAILAND

Nathawut Wongsasathain^{1*}, Penphicha Kasemphongthongdee¹

¹T. C. Radio and Communication Co., Ltd. Bangkok 10110,Thailand

ABSTRACT

This research aims firstly to examine the entrepreneurial characteristics and success of Walkie-Talkie enterprise and secondly to analyze the relation between the characteristics and the success. The samples consist of 268 Walkie-Talkie enterprises in Thailand. Questionnaire is used for collecting the data. One hundred and sixty nine completed questionnaire sets are returned. The findings show that the overall image of characteristics of the Walkie-Talkie entrepreneurs in Thailand in terms of attitude, activity, and aspiration is in moderate level. When considered by aspect and by item, the entrepreneurial characteristic is rated moderate. When considered by aspect, startup skill and opportunity perception are both rated in high level. Both overall success and individual aspect (financial performance, response to customer need, building quality products and services, encouraging innovation and creativity, gaining employee commitment, increasing potential of human resource) of success of the enterprise are rated in moderate level.

The analysis of relation between entrepreneurial characteristics and success of the enterprise can be featured in 7 equations of simple regression. When considered by aspect, Opportunity Startup most positive relate to financial performance, response to customer need and overall success of walkie-talkie enterprise. While opportunity perception most positive relate to building quality products and services of enterprise. And competition most positive relate to encouraging innovation and creativity of enterprise. At last new product most positive relate to gaining employee commitment and increasing potential of human resource of enterprise.

Keywords: Entrepreneurial characteristics, success, walkie-talkie enterprise

*Corresponding author: E-mail address:Nathawut@tccom.co.th

คุณลักษณะผู้ประกอบการและความสำเร็จของการประกอบการ วิสาหกิจในประเทศไทย

นัฐวุฒิ วงศาเสถียร¹, เพ็ญพิชชา เกษมพงษ์ทองดี¹

¹บริษัท ที. ซี. เเรดิโอ แอนด์ คอมมิวนิเคชั่น จำกัด, กรุงเทพมหานคร 10110, ประเทศไทย

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะผู้ประกอบการและความสำเร็จของการประกอบการของธุรกิจวิสาหกิจ และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จของการประกอบการวิสาหกิจ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจในประเทศไทย จำนวน 268 ราย โดยได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 169 ราย ผลการศึกษา พบว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการวิสาหกิจ ด้านทัศนคติ ด้านการปฏิบัติ ด้านความทะเยอทะยาน ภาพรวม และรายชื่ออยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านทัศนคติในการฝึกฝนทักษะ และการรับรู้ในโอกาส อยู่ในระดับมาก สำหรับความสำเร็จของการประกอบการด้านการเงิน ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านการสร้างสินค้าและบริการมีคุณภาพดี ด้านการส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ด้านการได้รับความเชื่อมั่นจากพนักงาน ด้านการเพิ่มขึ้นของศักยภาพด้านทรัพยากรมนุษย์ ภาพรวม และรายชื่อแต่ละด้านอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ สร้างเป็นตัวแทนสมการทำนายความสัมพันธ์ 7 สมการโดยคุณลักษณะด้านการเข้าหาโอกาสมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จด้านการเงิน ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และภาพรวมมากที่สุด คุณลักษณะด้านการรับรู้ในโอกาสมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จด้านการสร้างสินค้าและบริการมีคุณภาพดีมากที่สุด คุณลักษณะด้านการแข่งขันมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จด้านการส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์มากที่สุด และคุณลักษณะด้านผลิตภัณฑ์ใหม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จด้านการได้รับความเชื่อมั่นจากพนักงาน และด้านการเพิ่มขึ้นของศักยภาพด้านทรัพยากรมนุษย์ มากที่สุด

คำสำคัญ: คุณลักษณะผู้ประกอบการ, ความสำเร็จ, การประกอบการธุรกิจวิสาหกิจ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) เป็นกระบวนการพลวัตของการมีวิสัยทัศน์ การเปลี่ยนแปลง และการสร้างสรรค์ จำเป็นต้องใช้พลัง และความกระตือรือร้น เพื่อนำแนวความคิดใหม่ไปสู่การปฏิบัติ และการแก้ปัญหาที่สร้างสรรค์ (Frederick, Karatko & Hodgetts, 2007) ซึ่งจะต้องมีผู้ประกอบการเป็นแรงผลักดัน ที่ทำให้เกิดการระดมทรัพยากรทั้งภายในและภายนอก ในการประกอบการธุรกิจ (Hatten, 2009) โดยผู้ประกอบการที่มีศักยภาพจะใช้ความรู้และกลยุทธ์เพื่อค้นหาความรู้ ทำความเข้าใจในโอกาสที่เกิดขึ้นเพื่อนำมาพัฒนาดำเนิน

กิจการได้ รวมถึงทำการประเมินโอกาสนั้นเพื่อประกอบการธุรกิจเชิงพาณิชย์ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการประกอบการ (McMullen & Shepherd, 2006) โดย Acs and Szerb (2010) ได้มีงานวิจัยจาก Imperial College Business School, London, uk ได้ศึกษาดัชนีชี้วัด การพัฒนาและการเป็นผู้ประกอบการระดับโลกไว้ได้แก่ ทัศนคติ (Attitudes) การปฏิบัติ (Activity) และความทะเยอทะยาน (Aspiration) ซึ่งจะมีผลต่อความเติบโตขององค์กรที่ต้องการจะยึดหลักการประกอบการต่อไป

สำหรับธุรกิจการสื่อสารในปัจจุบันนับว่ามีการเติบโตและความก้าวหน้าด้วยเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย โดยเฉพาะ



การใช้วิทยุสื่อสารเป็นเครื่องมือติดต่อสื่อสารเพื่อช่วยเหลือเหยื่อผู้ประสบเคราะห์จากเหตุภัยพิบัติให้รอดชีวิตและลดการสูญเสียชีวิตให้น้อยที่สุด (Lien, Chi, & Shaw, 2009) โดยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงสนพระราชหฤทัยการติดต่อสื่อสารทางวิทยุในโครงการวิทยุสมัครเล่นได้รับสัญญาอนุญาตเรียกขาน “VR009” ด้วยพระราชประสงค์ของพระองค์ท่าน ว่าเมื่อมีความจำเป็นในโอกาสที่เสด็จแปรพระราชฐานและโทรศัพท์ที่ใช้ไม่ได้ จะต้องมีเครื่องมือสื่อสารใช้งานได้ เพื่อให้ได้ทราบถึงเหตุการณ์ต่างๆ โดยเฉพาะข่าวสารสาธารณภัยที่เกิดขึ้นกับประชาชน จะได้ทรงพระราชทานความช่วยเหลือได้ทันการณ์ ดังเช่น ภัยจากคลื่นสึนามิ ประเทศไทยได้รับผลจากคลื่นสึนามิ ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2547 ส่งผลให้ 11 ประเทศในทวีปเอเชีย และทวีปแอฟริกาได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงมีผู้เสียชีวิตมากกว่า 216,000 คน สำหรับประเทศไทยได้รับผลกระทบในเขต 6 จังหวัด ชายฝั่งทะเลอันดามัน ทำให้ประชาชนเสียชีวิต 5,401 คน บาดเจ็บ 11,775 คน สูญหาย 2,921 คน มูลค่าความเสียหาย 14,491 ล้านบาท และความสูญเสียต่อระบบเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากกว่า 30,000 ล้านบาท (กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย, 2557) จากปัญหาภัยพิบัติที่เกิดขึ้นส่งผลให้กระแสไฟฟ้าในพื้นที่ประสบภัยถูกตัดและดับ เป็นระยะเวลาอันยาวนาน การติดต่อสื่อสารเพื่อขอรับความช่วยเหลือจากผู้ประสบภัยเป็นไปได้ อย่างลำบากเมื่อเกิดเหตุการณ์สื่อสารล่มสลายแต่กลับพบว่าวิทยุสื่อสารเป็นเครื่องมือสื่อสารที่สามารถรองรับในกรณีฉุกเฉินหรือในสถานการณ์เกิดภัยพิบัติได้เป็นอย่างดี (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2557)

โดยผู้ที่ใช้วิทยุสื่อสารต้องมีการขออนุญาตจากสำนักงาน กสทช. โดยอัตราค่าธรรมเนียมขึ้นอยู่กับกำลังส่งของวิทยุสื่อสาร อาทิเช่น กำลังส่งไม่เกิน 5 วัตต์ ค่าธรรมเนียม 500 บาท กำลังส่งไม่เกิน 10 วัตต์ ค่าธรรมเนียม 1,000 บาท ซึ่งเป็นภาระค่าใช้จ่ายของผู้ใช้วิทยุสื่อสาร (คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, ม.ป.ป.) ประกอบกับตัวเลขสถิติที่มีการขออนุญาตเครื่องหมายแสดงความสอดคล้องตามมาตรฐาน (Label) ของวิทยุสื่อสารใน

ปี 2555 มีจำนวนทั้งสิ้น 4,025,511 ดวง แต่ในปี พ.ศ. 2556 กลับมีจำนวนลดลงอยู่ที่ 3,800,657 ดวง (คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2557) ซึ่งจะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการธุรกิจวิทยุสื่อสารมีการนำเข้าน้อยลงเนื่องจากยังมีตลาดเฉพาะกลุ่ม ทำให้มีความท้าทายเนื่องจากประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ความเป็นนานาชาติ ธุรกิจวิทยุสื่อสารจึงต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดเช่นกัน จึงทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิทยุสื่อสารในประเทศไทย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มผู้ประกอบการวิทยุสื่อสารในประเทศไทยที่สามารถนำมาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะของผู้ประกอบการเพื่อก่อให้เกิดความสำเร็จของการประกอบการทั้งในด้านการเงิน ลูกค้า สินค้าและบริการ พนักงาน และทรัพยากรมนุษย์ ต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาคุณลักษณะผู้ประกอบการและความสำเร็จของการประกอบการของธุรกิจวิทยุสื่อสาร
2. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จของการประกอบการวิทยุสื่อสาร

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
ประชากร คือ สถานประกอบการวิทยุสื่อสารที่ขึ้นทะเบียนการค้าวิทยุสื่อสารกับ กสทช.สำรวจ ณ.วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ.2556 จำนวนทั้งสิ้น 268 สถานประกอบการ กลุ่มตัวอย่างคือ ประชากรทั้งหมดโดยแบบสอบถามที่ได้รับและมีความสมบูรณ์จำนวน 169 ชุด คิดเป็นร้อยละ 63.06
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา
 - 2.1 ตัวแปรอิสระ คุณลักษณะความสำเร็จของผู้ประกอบการ ได้แก่ ด้านทัศนคติ ด้านการปฏิบัติและด้านความทะเยอทะยาน
 - 2.2 ตัวแปรตาม ความสำเร็จของการประกอบการ ได้แก่ ด้านผลสำเร็จทางการเงิน ด้านการตอบสนอง

ความต้องการลูกค้า ด้านการสร้างสินค้าและบริการ คุณภาพดี ด้านการส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ด้านความยืดหยุ่นผูกพันจากพนักงานและด้านการเพิ่มขึ้นของศักยภาพทรัพยากรมนุษย์

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ตอนที่ 2 คุณลักษณะผู้ประกอบการ และ ตอนที่ 3 ความสำเร็จของการประกอบการวิสาหกิจ

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยดำเนินการส่งแบบสอบถามให้ผู้ประกอบการ หรือตัวแทนผู้บริหารระดับสูง ทางไปรษณีย์ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือการเข้าพบ แล้วแต่กรณี จำนวน 268 ชุด

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ใช้การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

3.2 การวิเคราะห์คุณลักษณะผู้ประกอบการ และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองกลุ่ม ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณตอน (Multiple regression analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานว่าคุณลักษณะผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการวิสาหกิจที่สื่อสารพบว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจ จำนวน 169 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 60.40 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 39.60 โดยส่วนใหญ่มีอายุ 35 ปี-ยังไม่ถึง 45 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 30.80 รองลงมาอายุ 45 ปี-ยังไม่ถึง 55 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 อายุ 25 ปี-ยังไม่ถึง 35 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 16.60 อายุ 55 ปีขึ้นไปจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 10.70 ตามลำดับ และด้านการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปริญญาตรี จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 37.30 รองลงมามัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 29.60 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 23.70 และต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 ตามลำดับ ส่วนระยะเวลาในการเปิดดำเนินธุรกิจพบว่าส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดดำเนินธุรกิจวิสาหกิจ 10 ปีแต่ยังไม่ถึง 15 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 รองลงมา 15 ปีแต่ยังไม่ถึง 20 ปี และต่ำกว่า 5 ปี จำนวนอย่างละ 36 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 5 ปีแต่ยังไม่ถึง 10 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 18.30 และ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 ตามลำดับ สำหรับจำนวนลูกจ้างส่วนใหญ่มีจำนวนลูกจ้างไม่เกิน 5 คน จำนวน 75 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 44.40 รองลงมา 6-10 คน จำนวน 51 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 30.20 16-20 คน จำนวน 24 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 14.20 มากกว่า 20 คนขึ้นไป จำนวน 11 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 6.50 และ 11-15 คน จำนวน 8 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 4.70 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 คุณลักษณะผู้ประกอบการ

ตารางที่ 1 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คุณลักษณะผู้ประกอบการ

คุณลักษณะผู้ประกอบการ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปลผล
	ไม่เคย	น้อย	บ้าง ครั้ง	ปกติ	ตลอด เวลา			
1. ด้านทัศนคติ (Attitudes)	-	-	-	-	-	3.44	0.79	ปานกลาง
1.1 การรับรู้ในโอกาส (Opportunity perception: OP)	0	32	22	60	55	3.82	1.09	มาก
1.2 การฝึกฝนทักษะ (Startup Skill: SS)	25	0	10	62	72	3.92	1.35	มาก
1.3 ความไม่กลัวต่อความล้มเหลว (Nonfear of Failure: NF)	40	36	25	40	28	2.88	1.43	ปานกลาง
1.4 การสร้างเครือข่าย (Networking: NW)	22	25	29	53	40	3.38	1.34	ปานกลาง
1.5 การส่งเสริมวัฒนธรรม (Cultural Support: CS)	-	-	-	-	-	3.21	0.90	ปานกลาง
2. ด้านการปฏิบัติ (Activity)	-	-	-	-	-	2.91	0.98	ปานกลาง
2.1 การเข้าหาโอกาส (Opportunity Startup: OS)	28	47	32	43	19	2.87	1.28	ปานกลาง
2.2 เทคโนโลยี (Technology Sector: TS)	25	44	43	42	15	2.87	1.20	ปานกลาง
2.3 ทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ (Quality of Human Resource: QH)	18	30	55	34	32	3.19	1.24	ปานกลาง
2.4 การแข่งขัน (Competition: CP)	32	47	43	31	16	2.72	1.24	ปานกลาง
3. ด้านความทะเยอทะยาน (Aspiration)	-	-	-	-	-	2.88	1.06	ปานกลาง
3.1 ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product: NP)	31	47	25	31	35	2.95	1.43	ปานกลาง
3.2 เทคโนโลยีใหม่ (New Technology: NT)	35	44	21	48	21	2.86	1.36	ปานกลาง
3.3 การเจริญเติบโตสูงขึ้น (High Growth: HG)	25	50	48	20	26	2.83	1.27	ปานกลาง
3.4 ความเป็นนานาชาติ (Internationalization: IN)	27	46	35	35	26	2.92	1.32	ปานกลาง
3.5 การเสี่ยงเงินลงทุน (Risk Capital: RC)	-	-	-	-	-	2.82	0.93	ปานกลาง
รวม	-	-	-	-	-	3.07	0.82	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 แสดงว่าระดับคุณลักษณะผู้ประกอบการวิद्यุสื่อสารด้านทัศนคติ ($\bar{X}=3.44$, $SD = 0.79$) ด้านการปฏิบัติ ($\bar{X}=2.91$, $SD=0.98$) และด้านความทะเยอทะยาน ($\bar{X}=2.88$, $SD = 1.06$) และในภาพรวม ($\bar{X}=3.07$, $SD = 0.82$) อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีคุณลักษณะด้านทัศนคติ

ในการฝึกฝนทักษะ ($\bar{X}=3.92$, $SD = 1.35$) และการรับรู้ในโอกาส ($\bar{X}=3.82$, $SD = 1.09$) อยู่ในระดับมาก ส่วนคุณลักษณะผู้ประกอบการรายด้านและรายข้ออื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 3 ความสำเร็จของการประกอบการ

ตารางที่ 2 จำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความสำเร็จของการประกอบการ

คุณลักษณะผู้ประกอบการ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปลผล
	ไม่เคย	น้อย	บางครั้ง	ปกติ	ตลอดเวลา			
1. ผลสำเร็จทางการเงิน (Financial Performance)	-	-	-	-	-	2.79	1.06	ปานกลาง
1.1 การสร้างผลกำไรอย่างต่อเนื่อง	35	41	47	32	14	2.70	1.23	ปานกลาง
1.2 ยอดขายที่สูงขึ้นกว่าเดิม	24	36	63	37	9	2.83	1.09	ปานกลาง
1.3 ส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น	28	54	27	34	26	2.86	1.34	ปานกลาง
2. การตอบสนองความต้องการลูกค้า (Response to Customer Need)	-	-	-	-	-	2.98	1.17	ปานกลาง
2.1 ลูกค้าส่วนใหญ่แสดงความพึงพอใจ	30	45	30	35	29	2.93	1.37	ปานกลาง
2.2 สินค้าและบริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เสมอ	22	49	35	30	33	3.02	1.33	ปานกลาง
2.3 จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	21	44	38	49	17	2.98	1.21	ปานกลาง
3. การสร้างสินค้าและบริการคุณภาพดี (Building Quality Products and Services)	-	-	-	-	-	2.93	1.30	ปานกลาง
3.1 สถานประกอบการมีมาตรฐานสูงกว่ารายอื่น	28	52	35	24	30	2.86	1.35	ปานกลาง
3.2 สินค้ามีความแข็งแรงทนทานกว่ารายอื่น	34	53	28	21	33	2.80	1.41	ปานกลาง
3.3 บริการหลังการขายดีกว่ารายอื่นๆ	21	51	27	27	43	3.12	1.41	ปานกลาง
4. การส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ (Encouraging Innovation and Creativity)	-	-	-	-	-	3.01	1.16	ปานกลาง
4.1 ตราสินค้าและรุ่นมีความหลากหลายเพิ่มขึ้น	6	55	42	23	43	3.25	1.25	ปานกลาง
4.2 ลูกค้าพึงพอใจในความแปลกใหม่สินค้าอยู่เสมอ	20	51	36	33	29	3.00	1.29	ปานกลาง
4.3 สินค้ามักถูกลอกเลียนแบบเพราะความแปลกใหม่อยู่เสมอ	28	55	39	22	25	2.77	1.29	ปานกลาง
5. ความยึดมั่นผูกพันจากพนักงาน (Gaining Employee Commitment)	-	-	-	-	-	2.61	1.10	ปานกลาง
5.1 ลูกจ้างมีการอุทิศตนเพื่อการทำงานอย่างเต็มที่	29	51	45	31	13	2.69	1.18	ปานกลาง
5.2 ลูกจ้างมีความผูกพันโดยไม่คิดจะลาออก	38	44	51	22	14	2.59	1.21	ปานกลาง
5.3 ลูกจ้างเอาใจใส่และรับผิดชอบต่องานที่ทำ	50	34	34	42	9	2.56	1.29	ปานกลาง
6. การเพิ่มขึ้นของศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ (Increasing Potential of Human Resource)	-	-	-	-	-	2.69	1.14	ปานกลาง
6.1 พนักงานชายมีความรู้ ความชำนาญงานเพิ่มขึ้น	33	52	25	47	12	2.72	1.26	ปานกลาง
6.2 พนักงานซ่อมวิเคราะห์และซ่อมสินค้าอย่างถูกต้องและรวดเร็วเพิ่มมากขึ้น	32	46	37	36	18	2.78	1.28	ปานกลาง
6.3 พนักงานอบรมเฉพาะด้านเพิ่มเติมอยู่เสมอ	39	50	39	26	15	2.57	1.25	ปานกลาง
รวม	-	-	-	-	-	2.83	1.08	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 แสดงว่า ความสำเร็จของการประกอบการด้านการเงิน ($\bar{X}=2.79$, $SD = 1.06$) ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ($\bar{X}=2.98$, $SD = 1.17$) ด้านการสร้างสินค้าและบริการให้มีคุณภาพดี ($\bar{X}=2.93$, $SD = 1.30$) ด้านการส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ($\bar{X}=3.01$, $SD=1.16$) ด้านการได้รับความยึดมั่นผูกพันจากพนักงาน ($\bar{X}=2.61$, $SD = 1.10$) ด้านการเพิ่มขึ้นของศักยภาพด้านทรัพยากรมนุษย์ ($\bar{X}=2.69$, $SD = 1.14$)

ภาพรวม ($\bar{X}=2.83$, $SD = 1.08$) และรายชื่อแต่ละด้านอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะผู้ประกอบการกับความสำเร็จของการประกอบการวิทยุสื่อสาร ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression Analysis)

$$\text{จากสมการ Standardized Coefficients } \hat{Y} = b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \dots + b_n X_n$$

เมื่อ \hat{Y} แทน ค่าตัวแปรตาม

X_1 แทน ค่าตัวแปรอิสระตัวที่ 1 b_1 แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของ X_1

X_n แทน ค่าตัวแปรอิสระตัวที่ n b_n แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของ X_n

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะผู้ประกอบการกับความสำเร็จด้านการเงิน

คุณลักษณะผู้ประกอบการ	ความสำเร็จด้านการเงิน		
	Standardized Coefficients Beta	t-value	Sig (2-tailed)
(Constant)		-1.01	0.31
1. ด้านทัศนคติ (Attitudes)			
- การรับรู้ในโอกาส (Opportunity perception: OP)	0.13	3.62	0.00**
2. ด้านการปฏิบัติ (Activity)			
- การเข้าหาโอกาส (Opportunity Startup: OS)	0.30	5.69	0.00**
- การแข่งขัน (Competition: CP)	0.10	1.99	0.04*
3. ด้านความทะเยอทะยาน (Aspiration)			
- ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product: NP)	0.15	2.77	0.00**
- เทคโนโลยีใหม่ (New Technology: NT)	0.20	4.23	0.00**
- ความเป็นนานาชาติ (Internationalization: IN)	0.29	5.30	0.00**
R Square, Adjusted R Square	0.80, 0.79		
F-value	0.00**		

จากตารางที่ 3 แสดงค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.79 แสดงว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการ ได้แก่ การรับรู้ในโอกาส การเข้าหาโอกาส การแข่งขัน ผลิตภัณฑ์ใหม่ เทคโนโลยีใหม่ และความเป็นนานาชาติสามารถอธิบาย

ความผันแปรความสำเร็จด้านการเงินได้ร้อยละ 79 เขียนเป็นสมการดังนี้

$$\text{ผลสำเร็จด้านการเงิน} = 0.13*OP + 0.30*OS + 0.10*CP + 0.15*NP + 0.20*NT + 0.29*IN$$

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์คุณลักษณะผู้ประกอบการกับความสำเร็จด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า

คุณลักษณะผู้ประกอบการ	ความสำเร็จด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า		
	Standardized Coefficients Beta	t-value	Sig (2-tailed)
(Constant)		-0.17	0.86
1. ด้านทัศนคติ (Attitudes)			
- ความไม่กลัวต่อความล้มเหลว (Nonfear of Failure: NF)	0.12	2.76	0.00**
- การสร้างเครือข่าย (Networking: NW)	0.17	4.76	0.00**
2. ด้านการปฏิบัติ (Activity)			
- การเข้าหาโอกาส (Opportunity Startup: OS)	0.42	10.16	0.00**
3. ด้านความทะเยอทะยาน (Aspiration)			
- เทคโนโลยีใหม่ (New Technology: NT)	0.11	2.89	0.00**
- ความเป็นนานาชาติ (Internationalization: IN)	0.31	6.86	0.00**
R Square, Adjusted R Square	0.85, 0.85		
F-value	0.00**		

จากตารางที่ 4 แสดงค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.85 แสดงว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการ ได้แก่ ความไม่กลัวต่อความล้มเหลว การสร้างเครือข่าย การเข้าหาโอกาส เทคโนโลยีใหม่ และความเป็นนานาชาติ สามารถอธิบาย

ความผันแปรความสำเร็จด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า ได้ร้อยละ 85 เขียนเป็นสมการดังนี้

$$\text{การตอบสนองความต้องการของลูกค้า} = 0.12 * NF + 0.17 * NW + 0.42 * OS + 0.11 * NT + 0.31 * IN$$

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์คุณลักษณะผู้ประกอบการกับความสำเร็จด้านการสร้างสินค้าและบริการคุณภาพดี

คุณลักษณะผู้ประกอบการ	ความสำเร็จด้านการสร้างสินค้าและบริการคุณภาพดี		
	Standardized Coefficients Beta	t-value	Sig (2-tailed)
(Constant)		-2.23	0.02*
1. ด้านทัศนคติ (Attitudes)			
- การรับรู้ในโอกาส (Opportunity perception: OP)	0.76	2.11	0.03*
- ความไม่กลัวต่อความล้มเหลว (Nonfear of Failure: NF)	0.19	4.12	0.00**
2. ด้านการปฏิบัติ (Activity)			
- การเข้าหาโอกาส (Opportunity Startup: OS)	0.37	7.96	0.00**
- การแข่งขัน (Competition: CP)	0.28	5.68	0.00**
3. ด้านความทะเยอทะยาน (Aspiration)			
- เทคโนโลยีใหม่ (New Technology: NT)	-0.09	-2.09	0.03*
- ความเป็นนานาชาติ (Internationalization: IN)	0.31	6.11	0.00**
R Square, Adjusted R Square	0.82, 0.81		
F-value	0.00**		

จากตารางที่ 5 แสดงค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.81 แสดงว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการ ได้แก่ การรับรู้ในโอกาส ความไม่กลัวต่อความล้มเหลว การเข้าหาโอกาส การแข่งขัน เทคโนโลยีใหม่ และความเป็นนานาชาติ สามารถอธิบายความผันแปรความสำเร็จด้านการสร้าง

สินค้าและบริการคุณภาพดี ได้ร้อยละ 81 เขียนเป็นสมการดังนี้

$$\text{การสร้างสินค้าและบริการคุณภาพดี} = 0.76*OP + 0.19*NF + 0.37*OS + 0.28*CP - 0.09*NT + 0.31*IN$$

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์คุณลักษณะผู้ประกอบการกับความสำเร็จด้านการส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์

คุณลักษณะผู้ประกอบการ	ความสำเร็จด้านการส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์		
	Standardized Coefficients Beta	t-value	Sig (2-tailed)
(Constant)		1.11	0.26
1. ด้านทัศนคติ (Attitudes)			
- การสร้างเครือข่าย (Networking: NW)	0.11	3.50	0.00**
2. ด้านการปฏิบัติ (Activity)			
- การเข้าหาโอกาส (Opportunity Startup: OS)	0.28	6.92	0.00**
- เทคโนโลยี (Technology Sector: TS)	-0.11	-2.99	0.00**
- การแข่งขัน (Competition: CP)	0.30	8.35	0.00**
3. ด้านความทะเยอทะยาน (Aspiration)			
- ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product: NP)	0.23	5.15	0.00**
- ความเป็นนานาชาติ (Internationalization: IN)	0.29	7.23	0.00**
R Square, Adjusted R Square	0.88, 0.88		
F-value	0.00**		

จากตารางที่ 6 แสดงค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.88 แสดงว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการ ได้แก่ การสร้างเครือข่าย การเข้าหาโอกาส เทคโนโลยี การแข่งขัน ผลิตภัณฑ์ใหม่ และความเป็นนานาชาติ สามารถอธิบายความผันแปรความสำเร็จด้านการส่งเสริมนวัตกรรมและ

ความคิดสร้างสรรค์ ได้ร้อยละ 88 เขียนเป็นสมการดังนี้

$$\text{การส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์} = 0.11*NW + 0.28*OS - 0.11*TS + 0.30*CP + 0.23*NP + 0.29*IN$$

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะผู้ประกอบการกับความสำเร็วด้านความยึดมั่นผูกพันจากพนักงาน

คุณลักษณะผู้ประกอบการ	ความสำเร็วด้านความยึดมั่นผูกพันจากพนักงาน		
	Standardized Coefficients Beta	t-value	Sig (2-tailed)
(Constant)		-0.74	0.45
1. ด้านทัศนคติ (Attitudes)			
- การรับรู้ในโอกาส (Opportunity perception: OP)	0.09	2.06	0.04*
2. ด้านการปฏิบัติ (Activity)			
- การเข้าหาโอกาส (Opportunity Startup: OS)	0.18	2.71	0.00**
- การแข่งขัน (Competition: CP)	0.19	3.25	0.00**
3. ด้านความทะเยอทะยาน (Aspiration)			
- ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product: NP)	0.28	4.15	0.00**
- เทคโนโลยีใหม่ (New Technology: NT)	0.14	2.65	0.00**
- การเจริญเติบโตสูงชัน (High Growth: HG)	0.20	2.90	0.00**
<i>R Square, Adjusted R Square</i>		0.72, 0.71	
<i>F-value</i>		0.00**	

จากตารางที่ 7 แสดงค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.71 แสดงว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการ ได้แก่ การรับรู้ในโอกาส การเข้าหาโอกาส การแข่งขัน ผลิตภัณฑ์ใหม่ เทคโนโลยีใหม่และการเจริญเติบโตสูงชัน สามารถอธิบาย

ความผันแปรความสำเร็วด้านความยึดมั่นผูกพันจากพนักงาน ได้ร้อยละ 71 เขียนเป็นสมการดังนี้

$$\text{ความยึดมั่นผูกพันจากพนักงาน} = 0.09*OP + 0.18*OS + 0.19*CP + 0.28*NP + 0.14*NT + 0.20*HG$$

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะผู้ประกอบการกับความสำเร็วด้านการเพิ่มขึ้นของศักยภาพทรัพยากรมนุษย์

คุณลักษณะผู้ประกอบการ	ความสำเร็วด้านการเพิ่มขึ้นของศักยภาพทรัพยากรมนุษย์		
	Standardized Coefficients Beta	t-value	Sig (2-tailed)
(Constant)		0.40	0.68
1. ด้านทัศนคติ (Attitudes)			
- การสร้างเครือข่าย (Networking: NW)	0.17	3.69	0.00**
- การส่งเสริมวัฒนธรรม (Cultural Support: CS)	-0.15	-3.04	0.00**
2. ด้านการปฏิบัติ (Activity)			
- เทคโนโลยี (Technology Sector: TS)	0.10	2.19	0.03*
- ทรัพยากรมนุษย์มีคุณภาพ (Quality of Human Resource: QH)	0.11	2.04	0.04*
- การแข่งขัน (Competition: CP)	0.19	3.80	0.00**
3. ด้านความทะเยอทะยาน (Aspiration)			
- ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product: NP)	0.35	5.13	0.00**
- เทคโนโลยีใหม่ (New Technology: NT)	0.11	2.12	0.03*
- ความเป็นนานาชาติ (Internationalization)	0.20	3.81	0.00**
<i>R Square, Adjusted R Square</i>		0.81, 0.80	
<i>F-value</i>		0.00**	

จากตารางที่ 8 แสดงค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.80 แสดงว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการ ได้แก่ การสร้างเครือข่าย การส่งเสริมวัฒนธรรม เทคโนโลยี ทรัพยากรมนุษย์มีคุณภาพ การแข่งขัน ผลิตภัณฑ์ใหม่ เทคโนโลยีใหม่ และความเป็นนานาชาติ สามารถอธิบายความผันแปร

ความสำเร็จด้านการเพิ่มขึ้นของศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ได้ร้อยละ 80 เขียนเป็นสมการดังนี้

$$\text{การเพิ่มขึ้นของศักยภาพทรัพยากรมนุษย์} = 0.17*NW - 0.15*CS + 0.10*TS + 0.11*QH + 0.19*CP + 0.35*NP + 0.11*NT + 0.20*IN$$

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะผู้ประกอบการกับความสำเร็จด้านภาพรวม

คุณลักษณะผู้ประกอบการ	ความสำเร็จด้านภาพรวม		
	Standardized Coefficients Beta	t-value	Sig (2-tailed)
(Constant)		-1.90	0.05
1. ทักษะคติ (Attitudes)			
- การรับรู้ในโอกาส (Opportunity perception: OP)	0.05	1.99	0.04*
- ความไม่กลัวต่อความล้มเหลว (Nonfear of Failure: NF)	0.08	2.28	0.02*
- การสร้างเครือข่าย (Networking: NW)	0.10	3.44	0.00**
2. การปฏิบัติ (Activity)			
- การเข้าหาโอกาส (Opportunity Startup: OS)	0.31	8.80	0.00**
- ทรัพยากรมนุษย์มีคุณภาพ (Quality of Human Resource: QH)	0.08	2.65	0.00**
- การแข่งขัน (Competition: CP)	0.20	6.37	0.00**
3. ความทะเยอทะยาน (Aspiration)			
- ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product: NP)	0.09	2.07	0.04*
- ความเป็นนานาชาติ (Internationalization: IN)	0.29	7.96	0.00**
R Square, Adjusted R Square	0.91, 0.91		
F-value	0.00**		

จากตารางที่ 9 แสดงค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.91 แสดงว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการ ได้แก่ การรับรู้ในโอกาส ความไม่กลัวต่อความล้มเหลว การสร้างเครือข่าย การเข้าหาโอกาส ทรัพยากรมนุษย์มีคุณภาพ การแข่งขัน ผลิตภัณฑ์ใหม่ และความเป็นนานาชาติ สามารถอธิบายความผันแปรความสำเร็จด้านภาพรวมได้ร้อยละ 91 เขียนเป็นสมการดังนี้

ความสำเร็จของการประกอบการวิद्यุสื่อสาร
ด้านภาพรวม = $0.05*OP + 0.08*NF + 0.10*NW +$

$$0.31*OS + 0.08*QH + 0.20*CP + 0.09*NP + 0.29*IN$$

สรุปและอภิปรายผล

สรุป ผลการวิเคราะห์ได้ตัวแบบสมการทำนายความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จของการประกอบการ 7 สมการ ดังนี้

$$1. \text{ด้านการเงิน} = 0.13*\text{การรับรู้โอกาส} + 0.30*\text{การเข้าหาโอกาส} + 0.10*\text{การแข่งขัน} + 0.15*\text{ผลิตภัณฑ์ใหม่} + 0.20*\text{เทคโนโลยีใหม่} + 0.29*\text{ความเป็นนานาชาติ}$$

2. ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า
 $= 0.12 * \text{ความไม่กลัวต่อความล้มเหลว} + 0.17 * \text{การสร้างเครือข่าย} + 0.42 * \text{การเข้าหาโอกาส} + 0.11 * \text{เทคโนโลยีใหม่} + 0.31 * \text{ความเป็นนานาชาติ}$

3. ด้านการสร้างสินค้าและบริการคุณภาพดี
 $= 0.76 * \text{การรับรู้ในโอกาส} + 0.19 * \text{ความไม่กลัวต่อความล้มเหลว} + 0.37 * \text{การเข้าหาโอกาส} + 0.28 * \text{การแข่งขัน} - 0.09 * \text{เทคโนโลยีใหม่} + 0.31 * \text{ความเป็นนานาชาติ}$

4. ด้านการส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์
 $= 0.11 * \text{การสร้างเครือข่าย} + 0.28 * \text{การเข้าหาโอกาส} - 0.11 * \text{เทคโนโลยี} + 0.30 * \text{การแข่งขัน} + 0.23 * \text{ผลิตภัณฑ์ใหม่} + 0.29 * \text{ความเป็นนานาชาติ}$

5. ด้านความยึดมั่นผูกพันจากพนักงาน
 $= 0.09 * \text{การรับรู้ในโอกาส} + 0.18 * \text{การเข้าหาโอกาส} + 0.19 * \text{การแข่งขัน} + 0.28 * \text{ผลิตภัณฑ์ใหม่} + 0.14 * \text{เทคโนโลยีใหม่} + 0.20 * \text{การเจริญเติบโตสูงขึ้น}$

6. ด้านการเพิ่มขึ้นของศักยภาพทรัพยากรมนุษย์
 $= 0.17 * \text{การสร้างเครือข่าย} - 0.15 * \text{การส่งเสริมวัฒนธรรม} + 0.10 * \text{เทคโนโลยี} + 0.11 * \text{ทรัพยากรมนุษย์มีคุณภาพ} + 0.19 * \text{การแข่งขัน} + 0.35 * \text{ผลิตภัณฑ์ใหม่} + 0.11 * \text{เทคโนโลยีใหม่} + 0.20 * \text{ความเป็นนานาชาติ}$

7. ความสำเร็จของผู้ประกอบการด้านภาพรวม
 $= 0.05 * \text{การรับรู้ในโอกาส} + 0.08 * \text{ความไม่กลัวต่อความล้มเหลว} + 0.10 * \text{การสร้างเครือข่าย} + 0.31 * \text{การเข้าหาโอกาส} + 0.08 * \text{ทรัพยากรมนุษย์มีคุณภาพ} + 0.20 * \text{การแข่งขัน} + 0.09 * \text{ผลิตภัณฑ์ใหม่} + 0.29 * \text{ความเป็นนานาชาติ}$

จากสมการทั้ง 7 สมการ พบว่า คุณลักษณะด้านการเข้าหาโอกาสมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จด้านการเงิน ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และภาพรวมมากที่สุด คุณลักษณะด้านการรับรู้ในโอกาสมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จด้านการสร้างสินค้าและบริการมีคุณภาพดีมากที่สุด คุณลักษณะด้านการแข่งขันมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จด้านการส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์มากที่สุด และคุณลักษณะด้านผลิตภัณฑ์ใหม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จด้านการได้รับความยึดมั่นผูกพันจากพนักงาน และด้านการเพิ่มขึ้นของศักยภาพด้านทรัพยากรมนุษย์มากที่สุด

อภิปรายผล

จากสมการความสำเร็จด้านการเงิน คุณลักษณะผู้ประกอบการจะต้องประกอบไปด้วยการรับรู้และการเข้าหาโอกาส การแข่งขันในการออกผลิตภัณฑ์ การใช้เทคโนโลยีใหม่ และความเป็นนานาชาติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของBrentani (2001) ที่กล่าวไว้ว่าการแข่งขันในตลาด รวมถึงการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมาอย่างต่อเนื่อง ด้วยเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาปรับปรุงอยู่เสมอ จะเป็นกุญแจแห่งความสำเร็จขององค์การทางการเงิน และสอดคล้องกับแนวคิดของ Singh (2000) ที่กล่าวไว้ว่าการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ (Opportunity recognition) คือ สิ่งที่ได้มาจากการรู้จักเป็นสิ่งที่สามารถนำไปดำเนินธุรกิจและเป็นสิ่งที่มีศักยภาพ มีความคุ้มค่าต่อการลงทุน และสามารถสร้างกำไรให้ผู้ประกอบการ และยังไม่ชงจากนี้ Porter & Kramer (2011) ยังกล่าวไว้ว่า องค์การที่ประสบความสำเร็จและเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเงิน ผู้ประกอบการจะต้องมีความมุ่งมั่นที่จะขยายกิจการของตนให้กว้างขึ้นกว่าเดิมเพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่ๆตามหลักการแห่งโลกาภิวัตน์ รวมทั้งสอดคล้องกับแนวคิดของ กฤษฎา เสกตระกูล (2557) ที่กล่าวไว้ว่า การระบุได้ถึงโอกาสถือเป็นขั้นแรกของกระบวนการในการเป็นผู้ประกอบการ โดยบุญทวารณ วิงวอน (2556) ได้กล่าวถึงการที่ผู้ประกอบการนำความคิดของตนมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จะทำให้เกิดผลคุ้มค่าเชิงพาณิชย์

ส่วนความสำเร็จด้านผลการตอบสนองความต้องการของลูกค้า คุณลักษณะผู้ประกอบการที่มีความสัมพันธ์มากที่สุดคือการเข้าหาโอกาส และความเป็นนานาชาติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Knight & Cavusgil (2004). ที่กล่าวได้ว่า การที่ผู้ประกอบการพยายามแสวงหาโอกาสในการเข้าสู่ตลาดใช้ความสามารถในการผลิตสินค้าที่มีความหลากหลายจากทรัพยากรอันจำกัดขององค์การจะส่งผลทำให้องค์การประสบความสำเร็จสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้หลายระดับและยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Walters & Davies (2007) ที่กล่าวถึงการความสำเร็จของตอบสนองความต้องการลูกค้าต้องไม่จำกัดแค่เพียงกลุ่มลูกค้าภายในพื้นที่ แต่รวมไปถึงลูกค้านอกพื้นที่ หรือต่างประเทศ ดังนั้น



องค์การจะต้องใช้กลยุทธ์ในการแสวงหาการสร้างตราสินค้าที่เป็นที่ยอมรับและมาตรฐานการให้บริการที่สม่ำเสมอเพื่อตอบสนองคาดหวังของลูกค้าได้ทั่วทุกพื้นที่

จากสมการความสำเร็จด้านการสร้างสินค้าและบริการคุณภาพดี คุณลักษณะผู้ประกอบการที่มีความสัมพันธ์มาก คือ การเข้าหาโอกาส และความเป็นนานาชาติ สอดคล้องกับแนวคิดของ Grimes (2003) ที่กล่าวถึงผู้ประกอบการต้องมีการแสวงหาและเข้าหาโอกาส พร้อมทั้งรับมือในการแข่งขันจากบริษัทอื่นนอกเขตพื้นที่ตั้งขององค์กร ถึงแม้ว่าจะเป็นองค์กรเล็กๆผู้ประกอบการก็สามารถแสวงหาและนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาประกอบใช้ได้เพื่อให้เกิดความสำเร็จในการลงทุนผลิตสินค้าและบริการที่ดีมีคุณภาพก่อนให้ส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มมากขึ้นและเติบโตก้าวหน้าในที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Oviatt and McDougall (2005) ที่ได้นิยามบทบาทหนึ่งผู้ประกอบการสากลไว้ว่าผู้ประกอบการที่มีการรับรู้ในโอกาสและมุ่งมั่นในการใช้โอกาสในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ผลิตทั่วโลกจะทำให้องค์กรนั้นก้าวเข้าสู่การผลิตสินค้าที่มีความทันสมัยมีคุณภาพ เป็นที่ต้องการของลูกค้าด้วยความรวดเร็ว

จากสมการความสำเร็จด้านการส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ คุณลักษณะผู้ประกอบการจะต้องประกอบด้วย การสร้างเครือข่าย การเข้าหาโอกาส เทคโนโลยี การแข่งขัน ผลิตภัณฑ์ใหม่ ความเป็นนานาชาติ โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์มาก คือ การแข่งขัน ความเป็นนานาชาติและการเข้าหาโอกาส ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Boyle (2002) ที่กล่าวถึงการที่องค์กรจะประสบความสำเร็จในด้านการส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ได้ ต้องอาศัยแรงผลักดันจากปัจจัยภายนอก โดยเฉพาะคู่แข่ง เพราะเมื่อองค์กรมีคู่แข่ง ผู้ประกอบการจะต้องแสวงหาโอกาสในการปรับตัว เปลี่ยนแปลงเพื่อการสร้างสรรคสิ่งใหม่ให้แตกต่างจากผลิตภัณฑ์หรือบริการเดิม ๆ ด้วยความรวดเร็ว ดีกว่าและถูกกว่า (Faster, Better and Cheaper) เพื่อสร้างความได้เปรียบกับเชิงการแข่งขัน และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Kelly (2007) ที่มีมุมมองในเรื่องขององค์กรแห่งการเรียนรู้จะมีความคิดสร้างสรรค์ มีนวัตกรรมได้ ต้องอาศัยบุคคลที่มีแนวคิดสร้างสรรค์ ต้องมีโอกาสได้พบเจอสิ่งใหม่ๆ หรือขยายไปสู่พื้นที่หรือ

สภาพแวดล้อมใหม่อยู่ตลอดเวลาไม่คงอยู่แต่ในสิ่งเดิมๆ หรือกลุ่มคนเดิมๆ

จากสมการความสำเร็จของด้านความยืดหยุ่นผูกพันจากพนักงาน คุณลักษณะผู้ประกอบการที่มีความสัมพันธ์มาก คือ ผลลัพธ์ที่ใหม่สอดคล้องกับแนวคิดของ Dess and Lumpkin (2005) ที่กล่าวถึงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการที่มีการลงทุนกับสินค้านวัตกรรม จะทำให้ได้เปรียบคู่แข่ง สร้างความมั่นคงให้กับองค์กร สามารถรักษาให้พนักงานยึดติดกับองค์กรได้ยาวนาน

จากสมการความสำเร็จการเพิ่มขึ้นของศักยภาพด้านทรัพยากรมนุษย์ คุณลักษณะผู้ประกอบการที่มีความสัมพันธ์มาก คือ ผลลัพธ์ที่ใหม่สอดคล้องกับ Bessant and Tidd (2011) ที่กล่าวถึง การเปลี่ยนแปลง การปฏิบัติ ปฏิรูป และการนำเสนอวิทยาการใหม่ๆ เพื่อแสวงหานวัตกรรมของเจ้าของกิจการ จะส่งผลกระทบต่อพนักงานที่มีการสมรรถนะเพิ่มขึ้น

จากสมการความสำเร็จของผู้ประกอบการวิทยุสื่อสารในด้านภาพรวมคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีความสัมพันธ์มาก คือ การเข้าหาโอกาสและความเป็นนานาชาติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zahra, Korri and Yu (2005) ที่กล่าวถึงผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจระหว่างประเทศ จะรับรู้และใช้ประโยชน์จากโอกาสในตลาดต่างประเทศ เป็นตัวแปรไปสู่ความเป็นบริษัทสากลและผลลัพธ์ทางการเงินและไม่ใช้การเงิน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านการรับรู้โอกาส ด้านการเข้าหาโอกาส ด้านการแข่งขัน ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ มีความสัมพันธ์มากที่สุดกับความสำเร็จในการประกอบการ ดังนั้น ผู้ประกอบการวิทยุสื่อสารจึงต้องให้ความสำคัญกับการฝึกฝนในการรับรู้ได้ว่าสภาพแวดล้อมขององค์กรใดเป็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจ และวิ่งเข้าหาโอกาสนั้นด้วยความรวดเร็ว รวมถึงการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อนำมาแข่งขันทำให้เป็นผู้นำในตลาดวิทยุสื่อสาร ผู้ประกอบการจะมีความสำเร็จทั้งในด้านการเงิน ลูกค้า สินค้าและบริการ พนักงาน และทรัพยากรมนุษย์ แม้ว่าสภาพแวดล้อมจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่หยุดนิ่ง

บรรณานุกรม

- กฤษฎา เสกตระกูล. (2557). *การแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ*. เข้าถึงได้จาก [http:// www.tsi-thailand.org/](http://www.tsi-thailand.org/).
- กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย. (2557). *รายงานการประชุมกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ประจำเดือนมิถุนายน 2557*. เข้าถึงได้จาก <http://www.disaster.go.th/>.
- คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2557). *คู่มือผู้ใช้บริการงานวิทยุสมัครเล่นและความถี่ประชาชน*. เข้าถึงได้จาก <http://www.nbt.go.th/>.
- บุญทวารณ วิงวอน. (2556). *การเป็นผู้ประกอบการยุคโลกาภิวัตน์*. กรุงเทพฯ: แอคทีฟ พรินท์.
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2557). *เทคโนโลยีสื่อสาร เครื่องมือสำคัญช่วยผู้ประกอบการวิจัยพีบีดี*. เข้าถึงได้จาก <http://www.nstda.or.th>,
- Acs, Z. J., & Szerb, L. (2010). *The global entrepreneurship and development index (GEDI). Opening Up Innovation: Strategy, Organization and Technology*. London: Imperial College.
- Boyle, J. (2002). *Working faster, better, cheaper: a federal research agency in transition* (Doctoral dissertation, NASA).
- Brentani, U. (2001). Innovative versus incremental new business services: different keys for achieving success. *Journal of Product Innovation Management*, 18(3), 169-187.
- Dess, G. G., & Lumpkin, G. T. (2005). The role of entrepreneurial orientation in stimulating effective corporate entrepreneurship. *The Academy of Management Executive*, 19(1), 147-156.
- Frederick, H. H., Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (2007). *Entrepreneurship: Theory, Process and Practice*. Australia: Thomson.
- Grimes, S. (2003). The digital economy challenge facing peripheral rural areas. *Progress in Human Geography*, 27(2), 174-193.
- Hatten, T. S. (2009). *Small Business Management: Entrepreneurship and Beyond* (4th ed). Ohio: South-Western, USA.
- Kelly, T. (2007). *The art of innovation: lessons in creativity from IDEO, America's leading design firm*. Random House LLC.
- Knight, G.A., & Cavusgil, S.T. (2004). Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. *Journal of International Business Studies*, 35(2), 124-141.
- Lien, Y. N., Chi, L. C., & Shaw, Y. S. (2009, December). A walkie-talkie-like emergency communication system for catastrophic natural disasters. In *Pervasive Systems, Algorithms, and Networks (ISPAN), 2009 10th International Symposium on* (pp. 309-314). IEEE.
- McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management review*, 31(1), 132-152.
- Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (2005). Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(5), 537-554.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard business review*, 89(1/2), 62-77.
- Singh, J. (2000). Performance productivity and quality of frontline employees in service organizations. *Journal of marketing*, 64(2), 15-34.
- Whitla, P., Walters, P. G., & Davies, H. (2007). Global strategies in the international hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 26(4), 777-792.
- Zahra, S. A., Korri, J. S., & Yu, J. (2005). Cognition and international entrepreneurship: implications for research on international opportunity recognition and exploitation. *International business review*, 14(2), 129-146.