

POTENTIAL OF THE OWNERS OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE OF PRODUCT IMPORT AND EXPORT BETWEEN THAILAND AND PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

Watcharee Kamjudsrok^{1*}, Sarunya Lertputtarak¹

¹Graduate School of Commerce, Burapha University, Chon Buri 20131, Thailand

ABSTRACT

The research had objectives to study the small and medium enterprise's owners who had success strategies. The sample consisted of 13 entrepreneurs. In-depth interview and group discussion were used for data collection.

The findings revealed that for the entrepreneurs' potential, they had ability of business management, ability of thought and intelligence, speech and negotiation skills, moral skills, and ability of knowledge and effort. For the potential of the awareness of opportunities, it was found that the entrepreneurs had the following opportunities: marketing, products, good advice, geography and population size, and the national trade policy. For the potential of the ability to overcome obstacles, it was found that the entrepreneurs were able to overcome the obstacles of product quality, documents, labor, risks, and terms of delivery and shipping. For the entrepreneurs' potential of human and social capital management, it was found that the factors that entrepreneurs did or had were as follows: furthering their studies; attending short training courses regularly; gaining experiences, responsibilities, culture and tradition, lifestyle, moral, honesty, diligence, punctuality; maintaining good health; giving suitable compensation and proper care; having good human resource management, good relationship and alliances, ability to communicate and negotiate in Chinese; having trust, and knowing how to exchange knowledge, and having systems of thought and knowledge.

Keywords: Entrepreneur competencies, import-export business

*Corresponding author: E-mail address: au1979@hotmail.com

ศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการประกอบธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่าง ประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

วัชรီ กำจัดโสทรก¹, ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์¹

¹วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ชลบุรี 20131, ประเทศไทย

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการประกอบธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้ากับประเทศจีน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 13 ราย และโดยการสนทนากลุ่ม

ผลการวิจัย พบว่า ศักยภาพด้านความสามารถของตนเอง ผู้ประกอบการมีทั้งความสามารถด้านการบริหารจัดการทางธุรกิจ ความสามารถทางความคิดและสติปัญญาความสามารถทางการพูดและการเจรจาความสามารถทางด้านคุณธรรมจริยธรรม และความสามารถทางด้านความกล้าและความพยายาม ศักยภาพด้านการตระหนักรู้ถึงโอกาส พบว่า ผู้ประกอบการมีโอกาสทางด้านการตลาด โอกาสจากตัวผลิตภัณฑ์หรือตัวสินค้า โอกาสจากคำแนะนำที่ดี โอกาสด้านภูมิประเทศและขนาดประชากร และโอกาสจากนโยบายทางการค้าของประเทศ ศักยภาพด้านความสามารถในการฟื้นฟูอุปสรรค พบว่า ผู้ประกอบการมีความสามารถในการฟื้นฟูอุปสรรคทางด้านคุณภาพสินค้า เอกสาร แรงงาน ความเสี่ยง ระยะเวลาการจัดส่งสินค้าและการขนส่งสินค้า ศักยภาพด้านการจัดการทุนมนุษย์และทุนทางสังคม พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น ศึกษาหลักสูตรระยะสั้น เรียนรู้รวดเร็ว และตลอดเวลา มีประสบการณ์ มีสุขภาพอนามัยที่ดี มีความรับผิดชอบ การฝึกอบรม วัฒนธรรม ประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต ศีลธรรม ความซื่อสัตย์ ขยัน ตรงต่อเวลา มีคำตอบแทนและการดูแลที่เหมาะสม ระบบบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ดี การมีมนุษยสัมพันธ์หรือการมีพันธมิตรที่ดี การสื่อสารด้วยภาษาจีน การเจรจาต่อรอง ความไว้วางใจ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระบบความคิดและความรู้

คำสำคัญ: ศักยภาพของผู้ประกอบการ, ธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้า

บทนำ

ในสภาวะการแข่งขันทางเศรษฐกิจทั้งในระดับประเทศ ระดับภูมิภาคและระดับโลกที่มีการแข่งขันกันมากขึ้น และโดยเฉพาะประเทศไทยที่กำลังจะเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 จะต้องพบกับภาวะ การแข่งขันทางธุรกิจ มีความรุนแรงขึ้น ประกอบการกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ อาทิ ราคาน้ำมัน อัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยน

เงินตราต่างประเทศ ฯลฯ ประเทศไทยหรือองค์กรธุรกิจ บริษัทเอกชน หรือแม้แต่ผู้ประกอบการจะต้องมีการปรับกลยุทธ์ในการบริหารงาน ดังนั้นถ้าผู้ประกอบการหรือองค์กรธุรกิจสามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับกิจการได้ จะมีโอกาส ที่จะเจริญเติบโตอย่างมั่นคง

สำหรับแนวโน้มทางเศรษฐกิจในปี 2557 นั้น เศรษฐกิจไทยจะขยายตัวในกรณีพื้นฐานที่ประมาณ 4.5 %

โดยสัญญาณเศรษฐกิจโลกที่ทยอยเริ่มมีภาพด้านบวกตั้งแต่ช่วงครึ่งหลังของปี 2556 จะช่วยหนุนให้ภาคการส่งออกของ ไทยเติบโตในอัตราที่สูงขึ้นมาที่ 7.0 % อย่างไรก็ดี การใช้ ง่ายภาคครัวเรือนในปี 2557 อาจขยายตัวในระดับที่ใกล้เคียง กับปี 2556 ส่วนงบการลงทุนในปี 2557 นั้น อาจมีมากขึ้น หากภาครัฐสามารถผลักดันการลงทุนได้ตามเป้าหมาย (บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2556)

โดยเฉพาะหากสามารถขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศ ได้จะเป็นการสร้างเสริมความเข้มแข็งของธุรกิจได้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะประเทศจีนเป็นประเทศหนึ่งที่มีความน่าสนใจ ในการขยายธุรกิจ ด้วยขนาดพื้นที่และจำนวนประชากร ที่มาก ทำให้หลายประเทศต้องการเข้าไปลงทุนทำธุรกิจ หรือเจาะตลาดในประเทศจีนให้ได้ ในช่วง 25 ปีที่ผ่านมา จีนมีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่เร็วที่สุดในโลก ด้วยอัตราการเติบโตของ GDP เฉลี่ยที่ 9 % ซึ่งอัตราการ เจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่รวดเร็วกว่าประชากรประมาณ 1.3 พันล้านคนนับว่ามีนัยสำคัญต่อบริบทด้านเศรษฐกิจ ของโลก นับตั้งแต่โอกาสทางธุรกิจมากมายที่จะเป็น ตัว คึงคุณักธุรกิจนับล้านคนจากทั่วโลกเข้าสู่จีน (Xiaowen, 2007)

ปัจจุบันจีนมีความสัมพันธ์ทางการค้ากับประเทศ ต่าง ๆ เกือบทั่วโลกในทุกภูมิภาคโดยมีประเทศในอาเซียน เป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจที่ใหญ่ที่สุด ตามมาด้วยกลุ่ม ประเทศยุโรปและอเมริกาเหนือตามลำดับ คุณลักษณะ ที่โดดเด่นที่สุดของพัฒนาการของธุรกิจระหว่างประเทศ ในจีนในปีที่ผ่านมาคือการไหลเข้ามาอย่างมากของ บรรษัทข้ามชาติและการเติบโตของการลงทุนโดยตรงจาก ต่างประเทศ (Xiaowen, 2007)

โอกาสของสินค้าและบริการที่เหมาะสมกับ ผู้ประกอบการไทย มีศักยภาพเพียงพอในการเข้าสู่ตลาดจีน และสามารถใช้ประโยชน์จากข้อตกลงเขตการค้าเสรี อาเซียน-จีน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน ได้แบ่งออกเป็น กลุ่มวัตถุดิบ กลุ่มสินค้า และกลุ่มบริการ ซึ่งประกอบด้วย มันสำปะหลัง ยางพารา เม็ดพลาสติก อัญมณีเครื่องประดับ ผลไม้สดและแปรรูป อาหารแช่แข็ง และแปรรูปของข้วยของชำรวยของตกแต่งบ้าน ร้านอาหาร ร้านสปาและนวดไทยแผนโบราณ ผลิตภัณฑ์สปาและบำรุง

ความงามจากธรรมชาติ โดยการวางจุดเด่นของสินค้าไทย ให้อิงวัฒนธรรมไทยสะท้อนวิถีชีวิต จารีตประเพณีไทย ซึ่งได้รับการยอมรับในตลาดจีน (กรมส่งเสริมการค้า ระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, 2556)

การที่จะทำธุรกิจกับประเทศจีนนั้น ผู้ประกอบการ ต้องมีการพัฒนาศักยภาพด้านต่าง ๆ วิฑูรย์ สิมะโชคคี (2542) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของ “เก้าอี้ใหม่” หรือการเป็น ผู้ประกอบการที่มีแนวโน้มจะประสบความสำเร็จนั้น สามารถสรุปคุณสมบัติขั้นต่ำได้ 7 ประการ คือ ต้องเป็น นักแสวงหาโอกาส ต้องเป็นนักเสี่ยง ต้องเป็นคนที่มีความ คิดริเริ่ม ต้องเป็นคนที่ไม่ท้อถอยง่าย ต้องเป็นคนที่ใฝ่รู้ อยู่เสมอ ต้องเป็นคนมีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีจุดมุ่งหมาย ในอนาคตที่ชัดเจน และต้องมีเครือข่ายดี หมายถึงมีเพื่อน ผู่ มีคนช่วยชี้แนะ ช่วยสนับสนุนช่วยเหลือ และมีแหล่ง ข้อมูลมากมาย เช่นเดียวกันกับวิมล ประคัลภ์พงศ์, สมชาย เบ็ญจวรรณ และสุรัชย์ ภัทรบรรเจ็ด (2545) ที่ได้ระบุว่า ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ผู้ที่ต้องการ ทำธุรกิจเป็นของตนเองจำเป็นจะต้องมีสัญชาตญาณของ ความเป็นผู้ประกอบการ และมีความขวนขวายในการหา ช่องทองในการลงทุน ทำธุรกิจอยู่เสมอ ดังนั้นผู้ที่จะเป็น ผู้ประกอบการ จำเป็นจะต้องไม่สะทกสะท้านกับปัญหา อุปสรรค ใด ๆ ที่จะเกิดขึ้นมีแต่ความตั้งใจแน่วแน่ว่าจะทำ

Brush & Chaganti (1999) ซึ่งให้เห็นว่าผู้ประกอบการ ที่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพประสบความสำเร็จ เพราะมีแรงจูงใจหลายอย่าง เช่น การมีนิสัยที่ชอบเสี่ยง การสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ (Stewart, Watson, Carland, & Carland, 1999) ความสามารถในการปรับตัว และการ อดทนต่อการสถานการณ์ต่าง ๆ (Bhidé, 2000) นอกจากนี้ ที่เชื่อมโยงไปสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการ คือ การรับรู้ ความสามารถของตนเอง (Chen et al., 1998 and Markman et al., 2003) การตระหนักถึงโอกาส (Busenitz, 1999 and Kirzner, 1997) ความสามารถในการฟันฝ่าอุปสรรค (Markman & Baron, 2003) ทุนมนุษย์และทุนทางสังคม (Honig, 1998) และทักษะทางสังคม (Baron & Markman, 2000) ด้วยเหตุผล ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญในการศึกษาค้นคว้าถึง การรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีในตัวผู้ประกอบการ การตระหนักถึงโอกาส ความสามารถในการฟันฝ่าอุปสรรค

ทุนมนุษย์และทุนทางสังคมที่มีผลต่อการทำธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในประเทศจีน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาบุคคลหรือทรัพยากรมนุษย์ให้กับผู้ประกอบการหรือองค์กรธุรกิจอื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

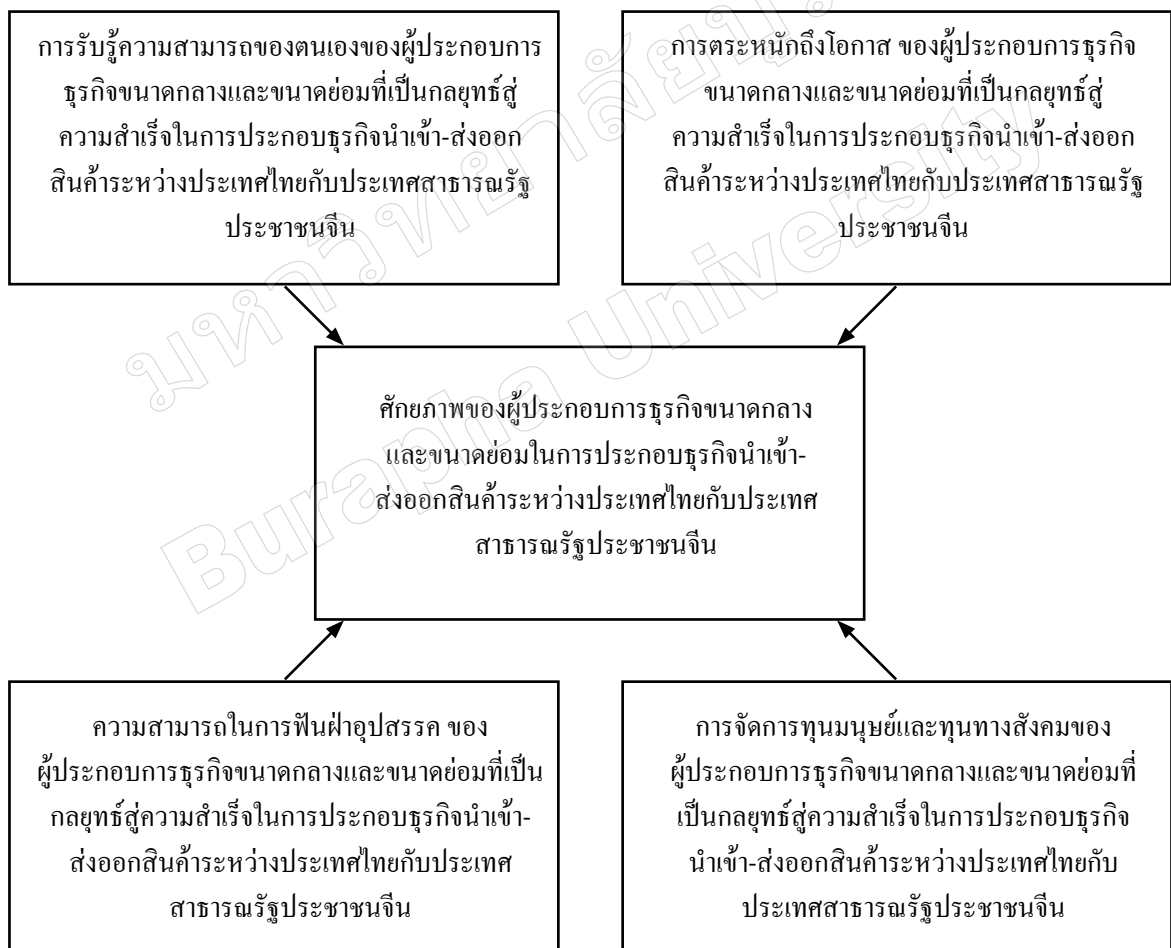
1. เพื่อศึกษาศึกษาสภาพของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นกลยุทธ์สู่ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศไทย

กับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

- 1.1 ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง
- 1.2 ด้านการตระหนักถึงโอกาส
- 1.3 ด้านความสามารถในการฟันฝ่าอุปสรรค
- 1.4 ด้านการจัดการทุนมนุษย์และทุนทางสังคม
2. เพื่อนำเสนอข้อเสนอแนะในการประกอบธุรกิจ

ขนาดกลางและขนาดย่อมนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนให้ประสบความสำเร็จ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทำให้ทราบถึงศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแต่ละบุคคลที่ทำให้ประสบความสำเร็จ

สำเร็จในการประกอบธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาผู้ประกอบการต่อไป

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถของตนเอง

Bandura (1977) ได้ระบุถึงการรับรู้ความสามารถของตนเองว่า คือ ความคาดหวังความสามารถของตนเอง (Efficacy Expectation) ในลักษณะที่เฉพาะเจาะจง เป็นตัวกำหนดการแสดงออกของพฤติกรรม ต่อมา ในปี 1989 Bandura ระบุเพิ่มเติมว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Perceived Self-Efficacy) เป็นการที่บุคคลตัดสินใจเกี่ยวกับความสามารถของตนเองที่จะจัดการและดำเนินการกระทำพฤติกรรมให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ (สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต, 2553)

Bandura (1989) มีความเชื่อว่า การรับรู้มีความสามารถของตนเองนั้น มีผลต่อการกระทำของบุคคล บุคคลอาจมีความสามารถไม่ต่างกัน แต่อาจแสดงออกในลักษณะที่แตกต่างกันได้ ถ้าพบว่าคน 2 คนนี้มีการรับรู้ความสามารถของตนเองแตกต่างกัน ในคน ๆ เดียวกันก็เช่นกัน ถ้ารับรู้ความสามารถของตนเองในแต่ละสภาพการณ์แตกต่างกัน อาจแสดงพฤติกรรมออกมาได้แตกต่างกัน

ความสามารถของคนเรานั้นไม่ตายตัว หากแต่ยืดหยุ่นตามสภาพการณ์ ดังนั้นสิ่งที่กำหนดประสิทธิภาพของการแสดงออก จึงขึ้นอยู่กับ การรับรู้ความสามารถของตนเอง ในสภาพการณ์นั้น ๆ นั่นคือถ้ามีการรับรู้ความสามารถ จะแสดงออกถึงความสามารถนั้น โดยคนที่รับรู้ว่าจะมีความอดทน อุตสาหะ ไม่ท้อถอยและจะประสบความสำเร็จในที่สุด (Evans & Jovanovic, 1989)

แนวคิดเกี่ยวกับการตระหนักถึงโอกาส

Chen, Greene, and Creek (1998) and Markman (2000) เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ การตระหนักถึงโอกาส ไว้ว่า โดยทั่วไปบุคคลมีความสามารถในการใช้ข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพแตกต่างกัน แนวคิดเกี่ยวกับการตระหนักถึงโอกาสจะทำให้สามารถระบุอุปสรรคก่อนที่จะกลายเป็นปัญหา และนำไปสู่การสร้างสรรคสิ่งใหม่ เนื่องจากความแปลกใหม่และความไม่แน่นอนของตลาดเป็นสิ่งที่สร้างแรงจูงใจอย่างมหาศาลแก่ผู้ประกอบการในการแสวงหาข้อมูลที่เหนือว่า ผู้ประกอบการที่มีความตื่นตัวและสามารถรับรู้ ติดตามความเคลื่อนไหวของข้อมูลข่าวสารจะมีโอกาสที่ดีกว่า สร้างโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจ

ดังนั้น ผู้ประกอบการที่ประสบผลสำเร็จคือผู้ที่มองเห็นโอกาสและไม่ปล่อยให้โอกาสหลุดลอยไป

Sambasivan, Abdul, and Yusop (2009) ศึกษาเรื่องผลกระทบของความสามารถส่วนบุคคลและทักษะการจัดการของผู้ประกอบการในการร่วมทุนในมาเลเซีย พบว่าการตระหนักถึงโอกาส เป็นสิ่งสำคัญเป็นทักษะที่สามารถสอนได้ (Baron, 2007, p. 104 อ้างถึงใน Sambasivan, Abdul, & Yusop, 2009) การฝึกอบรมที่เหมาะสม จะทำให้ผู้ประกอบการกลายเป็น ผู้ประกอบการที่เชี่ยวชาญในการตระหนักถึงโอกาสและแสดงให้เห็นว่าทักษะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการตระหนักถึงโอกาส (Ardichvili et al., 2003; Baum et al., 2001; Kickul & Walters, 2002; Ozgen & Minsky, 2006; Park, 2005 อ้างถึงใน Sambasivan, Abdul, & Yusop, 2009) การตระหนักถึงโอกาส มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการบริหารงานขององค์กร (Chandler & Jansen, 1992; Park, 2005 อ้างถึงใน Sambasivan, Abdul, & Yusop, 2009) ดังนั้นโปรแกรมการฝึกอบรม การออกแบบการฝึกอบรมให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงโอกาส จึงต้องคำนึงถึงความสามารถส่วนบุคคลและทักษะการบริหารจัดการของผู้เข้าร่วมอบรม จะทำให้ผู้ประกอบการมีความคิดริเริ่มและรู้จักการโอกาสที่ดีกว่าผู้อื่น โดยเฉพาะการสร้างความมั่นใจในตนเอง การมองโลกในแง่ดี การกำหนดเป้าหมาย การสร้างแรงจูงใจ และทัศนคติด้านการเผชิญความเสี่ยง ทักษะความเป็นผู้นำ และกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม

แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการฟันฝ่าอุปสรรค

Busenitz and Barney (1997) and Kirzner (1997) เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ ความสามารถในการฟันฝ่าอุปสรรค ไว้ว่า ผู้ประกอบการมีความพยายามในการสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ ผู้ประกอบการต้องมีความอดทนและแบกรับต่อภาวะความยากลำบาก การตลาดที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ถึงความแน่นอนและคู่แข่งที่ไม่รู้จัก ภายใต้สถานการณ์ที่ท้าทายบุคคลที่มีความพยายามสูงจะสามารถปรับตัวได้ดีกว่า การที่จะประสบความสำเร็จนั้น ผู้ประกอบการต้องอยู่เหนืออุปสรรค รวมถึงต้องทำงานอย่างต่อเนื่องถึงแม้ว่าอาจมีความไม่แน่นอนในผลลัพธ์ที่

Stoltz (1997) ได้นำเสนอว่า ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค (Adversity Quotient หรือ AQ)

ถือเป็นแนวคิดใหม่ที่เชื่อว่าคนที่มี AQ ในระดับสูงจะมองว่าอุปสรรคว่าเป็นความท้าทาย ทำให้เกิดโอกาส และกรณีมีโอกาสคือหนทางที่นำไปสู่ความสำเร็จ ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคเป็นทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์ที่สามารถนำมาประยุกต์ในโลกความเป็นจริงได้ จึงทำให้ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค

แนวคิดเกี่ยวกับทุนมนุษย์และทุนทางสังคม

Markman & Baron (2003) and Stoltz (2000) ได้เสนอแนวคิดในเรื่องของ ทุนมนุษย์และทุนทางสังคมไว้ว่า ความสามารถพิเศษของมนุษย์ที่เรียกว่า ทุนมนุษย์เป็นสิ่งสำคัญ ความรู้จากการศึกษาและประสบการณ์ ทุนทางปัญญา และกำลังแรงงานที่มีความสามารถ ถือเป็นหัวใจสำคัญขององค์กรธุรกิจ (Rivette & Kline, 2000) และบุคคลที่สามารถเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้ดีจะเป็นกำลังสำคัญในการเป็นผู้นำในการสร้างธุรกิจ (Shane & Venkataraman, 2000; Brabander & Witteloostuijn (1996 อ้างถึงใน Markman & Baron, 2003) พบว่า ความเป็นมืออาชีพก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการในระดับได้อย่างต่อเนื่อง

ทุนทางสังคม หมายถึงโอกาสที่เกิดขึ้นทางสังคม (Markman, 2000) เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันของเครือข่ายทางสังคม การที่องค์กรมีเครือข่ายมากจะช่วยอำนวยความสะดวกต่อการเรียนรู้สภาพตลาดและคู่แข่ง มีความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทรัพยากร เป็นปัจจัยสนับสนุนให้ประสบความสำเร็จ (Nahapiet & Ghoshal, 1998) นอกจากนี้ผู้ประกอบการที่มีทุนทางสังคมสูงมีโอกาสที่จะได้รับเงินทุนจากนายทุนสูงกว่าผู้ที่ไม่มีทุนทางสังคม (Cable & Shane, 1997)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภาสกร แซ่มประเสริฐ (2546) ได้ศึกษาภูมิหลังและลักษณะความเป็นผู้ประกอบการระหว่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูง และต่ำ ในการดำเนินกิจการอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ขึ้นทะเบียนตามทำเนียบโรงงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2542 พบว่า ลักษณะความเป็นผู้ประกอบการนั้นมีความเกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการดำเนินกิจการ กลุ่มผู้ประกอบการ

ที่ประสบความสำเร็จสูงจะมีลักษณะความเป็นผู้ประกอบการสูงกว่ากลุ่มผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการอย่างชัดเจน และยังพบว่าภูมิหลังบางด้านคือ ในด้านเพศ ระดับช่วงอายุ และการเป็นสมาชิกสมาคมหรือชมรมเท่านั้น ที่ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการสูงแตกต่างจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต่ำ

Steier (2000 อ้างถึงใน Markman & Baron, 2003) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Entrepreneurship and the evolution of angel financial network พบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่ มีความเกี่ยวข้องกับองค์กรประกอบทางสังคม การเพิ่มทุนทางสังคม ทำให้พนักงานมีความมุ่งมั่นและกระตือรือร้นที่จะทำงาน และการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกับผู้คนมากมาย ดึงดูดความสนใจจากลูกค้า ซึ่งเป็นการพัฒนาเครือข่ายและความสัมพันธ์ทางธุรกิจสร้างความไว้วางใจ ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเจรจาต่อรอง และ จัดการกับ ประเด็นต่าง ๆ ที่หลากหลายได้ เมื่อมีการสร้างบริษัทใหม่ จะสร้างความสามารถในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในบริบทที่หลากหลาย ภายได้ การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เป็นส่วนที่สำคัญในการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการ

Rissal (1992, p. 1516) ได้ทำการศึกษาเรื่อง A Study of Characteristics of Entrepreneurs in Indonesia ได้ทำการศึกษาถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการในประเทศอินโดนีเซีย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ประกอบการจำนวน 27 คน ในกิจการประเภทต่าง ๆ และใช้วิธีวิเคราะห์เชิงคุณภาพ พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ใช้เป็นกรอบการอ้างอิงในการประกอบอาชีพกิจการส่วนตัวได้แก่ สภาพแวดล้อมแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความคิดริเริ่ม ทักษะและความรู้ด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ ทักษะในการบริหารองค์กร และความพากเพียร (ขยัน) นอกจากนี้ยังพบว่าพื้นฐานทางการศึกษายังเป็นปัจจัยสำคัญที่เกื้อหนุนการเป็นผู้ประกอบการ

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

กับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการประกอบธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนจำนวน 13 คน และยังทำการเก็บข้อมูลโดยการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการประกอบธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนจำนวน 6 คน ผู้วิจัยได้พัฒนาข้อคำถามจากการเก็บรวบรวมข้อมูลทฤษฎีบททวนวรรณกรรม นำมากำหนดกรอบประเด็นคำถามและผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน และกรรมการจริยธรรมเพื่อประเมินความถูกต้องและความสมบูรณ์ของคำถามก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล

หลักเกณฑ์การคัดเลือกผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการประกอบธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 13 ราย

ผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการประกอบธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ที่ประสบความสำเร็จในการลงทุนทำธุรกิจ จำนวน 13 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่ม

ตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ โดยกลุ่มตัวอย่างมีคุณสมบัติ ดังนี้

1. เป็นเจ้าของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือเป็นส่วนหนึ่งของกิจการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือมีตำแหน่งงานบริหารที่เกี่ยวข้อง ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการประกอบธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

2. เป็นกิจการที่ดำเนินธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้านำเข้าไม่ต่ำกว่า 5 ปี

3. เป็นผู้ประกอบการที่นำเข้า-ส่งออกสินค้าอื่นนอกเหนือจากสินค้าที่มีศักยภาพ 10 อันดับแรกในการเข้าสู่ตลาดจีน โดยการสำรวจของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ของสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. 2556 อาทิ สินค้าอุปกรณ์วิทยุสื่อสาร อุปกรณ์เครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้าง เครื่องจักรและอุปกรณ์ วัสดุดิบประเภทผ้า ผลไม้ อาหารและเครื่องดื่มสำเร็จรูป เนื่องจากเป็นสินค้าที่น่าสนใจและผู้ประกอบการมีศักยภาพและมีกำลังการผลิตเพียงพอในการทำตลาดในประเทศจีน อีกทั้งยังเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตและเป็นสินค้าที่จำเป็นในการพัฒนาเศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคต

ผู้ประกอบการ	ประเภทธุรกิจ	จำนวนปีในการประกอบธุรกิจกับประเทศจีน	ทุนจดทะเบียน
ENT 1	นำเข้าอุปกรณ์วิทยุสื่อสาร	21	2 ล้าน ถึง 100 ล้านบาท
ENT 2	นำเข้าชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	16-20	2 ล้าน ถึง 100 ล้านบาท
ENT 3	นำเข้าอุปกรณ์/เครื่องมือช่าง และวัสดุก่อสร้าง	5-10	ไม่เกิน 2 ล้านบาท
ENT 4	นำเข้าวัตถุดิบประเภทผ้า	5-10	2 ล้าน ถึง 100 ล้านบาท
ENT 5	นำเข้าอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ประเภทรีโมทคอนโทรล	11-15	2 ล้าน ถึง 100 ล้านบาท
ENT 6	นำเข้าอุปกรณ์เครื่องมือช่างและอุปกรณ์ไฟฟ้า	5-10	2 ล้าน ถึง 100 ล้านบาท
ENT 7	ส่งออกวัตถุดิบอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	11-15	2 ล้าน ถึง 100 ล้านบาท

ผู้ประกอบการ	ประเภทธุรกิจ	จำนวนปีในการประกอบธุรกิจ กับประเทศจีน	ทุนจดทะเบียน
ENT 8	ส่งออกผลไม้	16-20	ไม่เกิน 2 ล้านบาท
ENT 9	ส่งออกเครื่องดื่มสมุนไพร	16-20	ไม่เกิน 2 ล้านบาท
ENT 10	ส่งออกอาหารและเครื่องดื่มสำเร็จรูป	16-20	2 ล้าน ถึง 100 ล้านบาท
ENT 11	ส่งออกบรรจุภัณฑ์จากกระดาษ	11-15	2 ล้าน ถึง 100 ล้านบาท
ENT 12	นำเข้าและส่งออกอาหารและเครื่องเทศ	16-20	ไม่เกิน 2 ล้านบาท
ENT 13	นำเข้าและส่งออกเครื่องจักรและอุปกรณ์	5-10	2 ล้าน ถึง 100 ล้านบาท

หลักเกณฑ์การคัดเลือกผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการประกอบธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยการสุ่มขนาดกลุ่ม จำนวน 6 ราย

ผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ใช้วิธีการเลือกกลุ่ม

ตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 6 คน โดยเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เข้ากับกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 3 คนและเป็นกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ไม่เข้ากับกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 3 คน เนื่องจากผู้วิจัยต้องการให้ได้ข้อมูลหรือข้อคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้ประกอบการธุรกิจอื่น เพื่อสนับสนุนข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาแล้ว

ผู้ประกอบการ	ประเภทธุรกิจ	จำนวนปีในการประกอบธุรกิจ กับประเทศจีน	ทุนจดทะเบียน
COMP 1	นำเข้าชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์	10 ปีขึ้นไป	2 ล้าน ถึง 100 ล้านบาท
COMP 2	นำเข้าอุปกรณ์เครื่องมือช่าง/วัสดุก่อสร้าง	5-10	ไม่เกิน 2 ล้านบาท
COMP 3	นำเข้าเครื่องจักรและอุปกรณ์	5-10	2 ล้าน ถึง 100 ล้านบาท
COMP 4	ส่งออกน้ำมันหล่อลื่น	5-10	ไม่เกิน 2 ล้านบาท
COMP 5	นำเข้าเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย	5-10	ไม่เกิน 2 ล้านบาท
COMP 6	นำเข้าเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย	5-10	ไม่เกิน 2 ล้านบาท

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพด้านความสามารถของตนเอง ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในการประกอบธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศไทย กับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ประกอบด้วย 1) ความสามารถด้านการตลาด 2) ความสามารถด้านการ

มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ 3) ความสามารถด้านการมีมนุษยสัมพันธ์และการสร้างเครือข่ายพันธมิตร 4) ความสามารถด้านการถ่ายทอดความรู้ 5) ความสามารถด้านการเจรจาต่อรอง 6) ความสามารถด้านภาษาจีน 7) ความสามารถด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สร้างความแตกต่าง วิจัยและพัฒนาสินค้า และปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา 8) ความสามารถด้านการบริหารองค์กรและบริหารต้นทุน 9) ความสามารถด้านความกล้าคิดกล้าทำ กล้าเสี่ยง 10) ความสามารถด้านคุณธรรม จริยธรรม อาทิ ตรงต่อเวลา สื่อสัตย์สุจริต มีความพยายาม และรอบคอบ ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยสอดคล้องกับการเก็บข้อมูลจากการสนทนากลุ่มที่เก็บรวบรวมข้อมูลได้ว่าศักยภาพด้านความสามารถของตนเองของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการประกอบธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ประกอบด้วย 1) ความสามารถด้านการมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ 2) ความสามารถด้านการมีมนุษยสัมพันธ์และการสร้างเครือข่ายพันธมิตร 3) ความสามารถด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สร้างความแตกต่างของสินค้า วิจัยและพัฒนาสินค้า 4) ความสามารถด้านการบริหารองค์กรและบริหารต้นทุน 5) ความสามารถด้านภาษาจีน 6) ความสามารถด้านความกล้าคิดกล้าทำ กล้าเสี่ยง นอกจากนี้ยังมีประเด็นเพิ่มเติมในเรื่องของการรับรู้ความสามารถของตนเอง ที่ได้จากการสนทนากลุ่มคือ ต้องมีความรวดเร็ว และมีความแม่นยำในการทำงาน

ศักยภาพด้านการตระหนักถึงโอกาส พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการประกอบธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ประกอบด้วยโอกาส ดังนี้ 1) เห็นช่องทางการตลาด 2) คุณภาพและราคาของสินค้า 3) นวัตกรรมของสินค้า 4) คำแนะนำที่ดีจากผู้มีประสบการณ์ 5) ขนาดพื้นที่และจำนวนประชากรของประเทศจีน 6) นโยบายเปิดประเทศของประเทศจีน 7) รู้จักแหล่งวัตถุดิบและแหล่งผลิตราคาถูก 8) รูปแบบการค้าที่หลากหลาย 9) ศักยภาพและวัฒนธรรมในการซื้อขายของคนจีน

ศักยภาพด้านความสามารถในการฟื้นฟ้อุปสรรค พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการประกอบธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ประกอบด้วยความสามารถในการฟื้นฟ้อุปสรรคดังนี้ 1) ตรวจสอบคุณภาพสินค้าหลาย ๆ ครั้งก่อนส่งถึงมือลูกค้า 2) กักตุนสินค้าคุณภาพไว้ก่อนการเปลี่ยนแรงงานฝีมือ 3) ทดลองสั่งซื้อสินค้าเพียงเล็กน้อยเพื่อทดสอบคุณภาพ ความน่าเชื่อถือ และระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า 4) สร้างเครือข่ายโดยการให้พันธมิตรในประเทศจีนเป็นผู้ตรวจสอบสินค้า 5) เปิดออฟฟิศที่ประเทศจีน 6) ทำข้อตกลงเบื้องต้นถึงความรับผิดชอบต่อความเสียหายของสินค้า 7) สร้างความภักดีองค์กรเพื่อลดการลาออกของพนักงาน 8) ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยแทนแรงงานคน 9) จ้างคนจีนมาทำงาน และเรียนภาษาจีนเพิ่มเติม 10) เปิด LC ผ่านธนาคาร เพื่อลดความเสี่ยงทางการเงิน 11) ตรวจสอบเอกสารให้ถูกต้องเพื่อลดปัญหาความล่าช้าในการส่งมอบสินค้า 12) เพิ่มมูลค่าให้สินค้าของประเทศไทย ในเรื่องของความประณีตสวยงาม และรูปแบบ 13) ทำข้อตกลงในการขนส่งสินค้า 14) ทำการขนส่งสินค้าเองเพื่อลดต้นทุน

ศักยภาพด้านการจัดการทุนมนุษย์และทุนทางสังคม พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการประกอบธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ประกอบด้วยทุนมนุษย์และทุนทางสังคม ดังนี้ 1) ศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น หรือศึกษาหลักสูตรระยะสั้น เพื่อนำความรู้ที่ได้มาถ่ายทอดให้กับพนักงานในองค์กร 2) เรียนรู้รวดเร็ว และเรียนรู้ตลอดเวลา 3) ประสบการณ์ด้านการทำธุรกิจนำเข้า-ส่งออกกับประเทศจีน 4) การเรียนรู้จากประสบการณ์ 5) ค่าตอบแทน สวัสดิการ ตำแหน่งที่สูงขึ้น รวมถึงการดูแลชีวิตความเป็นอยู่ที่เหมาะสม 6) การมีสุขภาพอนามัยที่ดีทั้งทางกายและจิตใจ 7) ความรักและภักดีต่อองค์กร 8) ความเอาใจใส่ในงาน และการมีความรับผิดชอบ 9) การฝึกอบรมและการฝึกทักษะความชำนาญ 10) การทำวิทยุกับโรงเรียนที่สอนทางด้านช่างเทคนิค 11) วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีการดำเนินชีวิต 12) ศีลธรรม ความสัตย์ ขยัน และตรงต่อเวลา 13) ระบบบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ดี

14) มีมนุษยสัมพันธ์หรือการมีพันธมิตรที่ดี 15) การเปิดสาขาในประเทศจีน เพื่อแสดงความมีตัวตนจริงของธุรกิจ 16) สื่อสารด้วยภาษาจีน 17) ทักษะการเจรจาต่อรองที่ดี การมีวาทศิลป์ 18) ความไว้วางใจและความเชื่อใจ 19) เทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย 20) การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าหรือการศึกษาดูงานเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 21) วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี 22) ความสามัคคี ความมีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เห็นอกเห็นใจกัน 23) ระบบความคิดและความรู้ 24) การสื่อสารด้วยภาษาจีน

ข้อเสนอแนะที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการที่จะประกอบธุรกิจกับประเทศจีนให้ประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย 1) ต้องศึกษาภูมิประเทศ เส้นทางต่าง ๆ ในประเทศจีน และช่องทางในการทำตลาด 2) ต้องเรียนรู้ ภาษา วัฒนธรรม ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ความชอบของคนจีน และต้องยอมรับวัฒนธรรม หรือนวัตกรรมใหม่ ๆ 3) ต้องศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ข้อกำหนดและข้อจำกัดต่าง ๆ 4) ต้องรู้จักปรับปรุง และพัฒนาวิธีการบริหารงานให้ทันกับยุคสมัย 5) เปิดโลกทัศน์ด้วยการศึกษาหาความรู้ใหม่ ๆ ศึกษาดูงานในงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ 6) ต้องสร้างพันธมิตร และสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมธุรกิจ และสร้างความน่าเชื่อถือความไว้วางใจต่อกันให้ได้ 7) หมั่นหาประสบการณ์ และแนวทางในการดำเนินธุรกิจจากแหล่งต่าง ๆ ให้มาก 8) ต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจในคุณภาพสินค้าของประเทศจีน เพื่อนำไปวิเคราะห์และวางแผนการทำธุรกิจ 9) ต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ รวมถึงการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาไม่ให้สินค้าถูกลอกเลียนแบบได้ 10) ต้องมีความกล้าตัดสินใจ กล้าคิดกล้าทำ และกล้าเสี่ยง

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพด้านความสามารถของตนเอง ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการประกอบธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ ทั้งจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มประกอบด้วย

1) มีความรู้ในช่องทางการตลาดหรือการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ 2) มีพันธมิตรและเครือข่ายธุรกิจในต่างประเทศ 3) มีความรู้ด้านภาษาจีนและสามารถใช้ภาษาจีนในการเจรจาธุรกิจได้ 4) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และมีความสามารถในการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า สอดคล้องกับ บุญมัน หนาสุภวัฒน์ (2553) ที่ระบุว่า ผู้ประกอบการต้องเป็นผู้มีความรู้ ทางด้านบริหารธุรกิจ ประกอบไปด้วยความรู้พื้นฐานทางด้านการจัดการ เศรษฐศาสตร์ การเงิน บัญชี การตลาด การบริหารงานบุคคล ความรู้ทางด้านสถิติและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ นอกจากนี้ Chandler and Jansen (1992) ได้ระบุถึงสมรรถนะในการจัดการองค์กร ประกอบด้วย สมรรถนะด้านการบริหารคนและการบริหารการเงิน McGregor, Tweed, and Henley-King (2000) พบว่าสมรรถนะด้านการสร้างความสัมพันธ์ (Relationship Competencies) คือการสื่อสาร การชักจูงใจ และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นก่อให้เกิดความไว้วางใจ สามารถเจรจาต่อรองทางธุรกิจ สามารถรักษาเครือข่ายความสัมพันธ์ส่วนตัวจากการติดต่อธุรกิจ และสามารถเข้าใจผู้อื่นโดยการพิจารณาจากพฤติกรรมและคำพูด Steinhoff, and Burgess (1993) ได้แสดงข้อคิดเห็นเกี่ยวกับบุคลิกภาพของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย (1) มีความเชื่อมั่นตนเอง คือ ชอบทำงานอิสระ ทำงานหนัก และเข้าใจถึงภาวะความเสี่ยง (2) มีความสามารถจัดองค์การ คือ กำหนดเป้าหมายสนใจผลลัพธ์และรับผิดชอบต่อผลลัพธ์ของความพยายาม (3) มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (4) มีความสนุกกับงานที่ทำและแสวงหาความสำเร็จ คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จ ประกอบด้วย (1) มีความรับผิดชอบต่อความสำเร็จและล้มเหลว (2) พัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า พนักงาน ผู้ขายสินค้า และบุคคลที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ (3) ทำงานหนักด้วยความรู้สึกที่เร่งด่วน (4) มีการวางแผนและการจัดการ (5) เต็มใจที่จะรับความเสี่ยงทั้งหมดด้านเวลาและด้านเงิน (6) มีเป้าหมายทางธุรกิจหรือวิสัยทัศน์

ผลการวิจัย ศักยภาพด้านการตระหนักถึงโอกาสพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการประกอบธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ที่ได้จากการวิจัย

ครั้งนี้ทั้งจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มประกอบด้วย 1) เห็นว่า นวัตกรรมของสินค้าจากประเทศจีนมีความแปลกใหม่เป็นที่น่าสนใจ 2) ประเทศจีนเป็นแหล่งวัตถุดิบและสินค้าราคาถูก 3) ประเทศจีนมีขนาดพื้นที่ใหญ่ มีจำนวนประชากรมากทำให้มีศักยภาพในการซื้อขายสูงจึงเป็นที่สนใจของนักลงทุนต่างชาติ 4) ประเทศจีนมีหลายมณฑลจึงมีรูปแบบการค้าที่หลากหลายสามารถเสนอขายสินค้าได้หลากหลายแบบสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kuratko and Hodgetts (2007) อ้างถึงใน Hossein, Seidmehdi, Farideh, & Hamideh, (2012) พบว่าผู้ประกอบการควรจะปรารถนาในการเปลี่ยนแปลง มีความคิดสร้างสรรค์

ผลการวิจัยศักยภาพด้านความสามารถในการฟื้นฟ้อุปสรรค พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการประกอบธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ทั้งจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มประกอบด้วย 1) คุณภาพของสินค้าที่ไม่คงที่เนื่องจากเปลี่ยนฝีมือแรงงานบ่อยและสินค้าเสียหายก่อนส่งถึงมือลูกค้า 2) ไม่สามารถใช้ภาษาจีนในการสื่อสารได้ 3) ปริมาณของสินค้าหากเป็นธุรกิจส่งออกจะไม่สามารถส่งสินค้าในปริมาณมากให้กับลูกค้าได้เนื่องจากขนาดของธุรกิจที่ยังมีกำลังการผลิตไม่พอ หรือหากเป็นธุรกิจนำเข้าจะต้องส่งสินค้าจากจีนในปริมาณมากเพื่อลดต้นทุนด้านการขนส่ง 4) การส่งมอบสินค้าไม่ตรงตามเวลาที่กำหนดด้วยความซับซ้อนของระบบผ่านทางหรือข้อจำกัดต่างๆ ของประเทศจีน สอดคล้องกับ Bygrave (2004) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะสำคัญของ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จไว้ว่า ผู้ประกอบการสร้างความท้าทายด้วยการทดลอง การฟื้นฟ้อความยากลำบากของผู้ประกอบการ เป็นสิ่งที่จำเป็นในการเริ่มต้นธุรกิจผู้ประกอบการต้องสามารถจัดการกับอุปสรรคต่าง ๆ ได้ และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตติกรณ์ จงวิศาล (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างคุณลักษณะทางจิตวิทยาการทำงานเป็นทีม และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจพบว่า ผู้นำหรือผู้บริหารจำเป็นต้องมีเชาวน์อารมณ์ (Emotional Intelligence หรือ EQ) ในการเข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของตนเองและผู้อื่น โดยสามารถสร้าง

สัมพันธ์ภาพอันดีกับผู้อื่นได้ นอกจากนี้ Hatten (1997) ได้ศึกษาเรื่อง Small Business Management ได้กล่าวถึงคุณสมบัติเฉพาะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จว่าจะต้องมีคุณสมบัติเฉพาะดังนี้ 1. ความมุ่งมั่นปรารถนาและพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้สำเร็จให้ได้ (Passion) 2. มีความสามารถในการตัดสินใจในภาวะวิกฤตด้วยการตรวจสอบทุกอย่างอย่างรอบคอบ (Determination) ไม่ปล่อยให้ตนเองตกอยู่ในโชคชะตาหรือพรหมลิขิตต้องเชื่อมั่นว่าตนเองจะฝ่าฟันอุปสรรคและประสบความสำเร็จได้

ผลการวิจัยศักยภาพด้านการจัดการทุนมนุษย์ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการประกอบธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ทั้งจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มประกอบด้วย 1) การถ่ายทอดความรู้หรือการสอนงาน โดยการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น หรือศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจด้วยหลักสูตรระยะสั้น เพื่อนำความรู้ที่ได้มาถ่ายทอดให้กับพนักงานในองค์กร เป็นองค์ความรู้ต่อไป 2) การมีระบบบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ดี เช่น การให้ตำแหน่งหรือค่าตอบแทนหรือสวัสดิการที่สูงขึ้น และมีการดูแลชีวิตความเป็นอยู่ของพนักงานที่เหมาะสม จะทำให้พนักงานเกิดความรักในองค์กร 3) ความเอาใจใส่ในงานและความรับผิดชอบจะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพ ส่งผลดีกับการดำเนินธุรกิจ 4) ประสบการณ์ด้านการทำธุรกิจนำเข้า - ส่งออก กับประเทศจีน จะทำให้เกิดทักษะความชำนาญ โดยเฉพาะการเรียนรู้จากสิ่งที่ได้พบเจอ เรียนรู้จากปัญหาที่พบ และเรียนรู้จากการแก้ไขปัญหา นั้นจะเป็นแนวทางในการปฏิบัติให้กับตัวผู้ประกอบการ 5) การฝึกอบรมและการฝึกทักษะความชำนาญ จะช่วยให้เกิดองค์ความรู้และความเชี่ยวชาญในการทำงานมากขึ้น 6) วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีการดำเนินชีวิต เป็นส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดทุนมนุษย์ ต้องเข้าใจในวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มบุคคล จะทำให้เข้าถึงวิธีการที่จะพัฒนาได้ สอดคล้องกับ Baron & Markman (2000) ที่ศึกษาเรื่อง Beyond social capital: the role of social competence in entrepreneurs' success พบว่าทุนมนุษย์ที่มีความสามารถในการดำเนินการ ความรู้ ความเชี่ยวชาญ กำลังแรงงานที่มี

ความสามารถถือเป็นหัวใจสำคัญขององค์กรธุรกิจ

ด้านทุนทางสังคม ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับทุนทางสังคมที่เป็นสิ่งสำคัญ ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ทั้งจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มประกอบด้วย 1) การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี หรือการมีพันธมิตรที่ดีจะนำไปสู่เครือข่ายอีกมากมาย เพราะธุรกิจในประเทศจีน เป็นระบบเครือญาติ หากสามารถเข้าถึงได้หนึ่งบริษัท จะทำให้ได้พันธมิตรอีกหลายบริษัทตามมา 2) วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ความมีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เห็นอกเห็นใจกัน ความสามัคคี และระบบความคิด และความรู้ หากเรียนรู้และเข้าใจประเทศจีนในส่วนนี้ได้ จะทำให้การเจรจาธุรกิจเป็นไปได้โดยง่าย 3) เทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย เป็นส่วนหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงศักยภาพการบริหารงาน การติดต่อสื่อสารทำให้สามารถสร้างความมั่นใจและ พันธมิตรทางการผลิต และการจำหน่ายได้ไม่ยาก 4) ความไว้วางใจและความเชื่อใจกันเป็นพื้นฐานของการสร้างเครือข่ายทางสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับทุนทางสังคมอย่างหนึ่ง ที่จะสามารถพัฒนาให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ 5) การสื่อสารด้วยภาษาจีน จะทำให้คนจีนรู้สึกอยากคุย อยากร่วมทำธุรกิจด้วย เพราะคุยกันได้ง่ายกว่า รู้สึกได้ถึงความสนิทสนม ความเป็นเพื่อน และมิตรต่อกันได้ สอดคล้องกับ Hatten (1997) ที่ระบุว่า การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Close Relationship to Customers) ความใกล้ชิดกับลูกค้า เป็นโอกาสของผู้ประกอบการ ที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการศึกษาไปใช้

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. สำหรับธุรกิจนำเข้าสินค้าจากประเทศจีน ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่าผู้ประกอบการควรพัฒนาตนเองให้มีความรู้และความสามารถดังนี้ 1) มีความรู้ทางด้านบริหารธุรกิจ หรือเคยประกอบธุรกิจนำเข้าหรือกำลังประกอบธุรกิจนำเข้าอยู่ 2) มีความสามารถทางการเจรจาต่อรอง สามารถใช้วาทศิลป์ในการเจรจาทางธุรกิจหรือใช้ภาษาจีนได้ 3) มีความขยัน มานะ อดทน 4) ปฏิบัติตนอยู่ในศีลธรรม มีวินัยในตนเอง ตรงต่อเวลาและซื่อสัตย์ 5) มีความพยายาม กล้าคิด กล้าตัดสินใจที่จะลงทุนและยอมรับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น

ได้ 6) มีกลยุทธ์ทางการตลาด 7) เรียนรู้ข้อกำหนด ระเบียบ หรือข้อจำกัดและข้อบังคับต่าง ๆ ของรัฐบาลจีนให้แม่นยำ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความผิดพลาดด้านเอกสาร และลดความล่าช้าในการขนส่งสินค้า 8) ให้ค่าตอบแทนและดูแลชีวิตความเป็นอยู่ของพนักงานให้เหมาะสม 9) สร้างความรักและผูกพันในเกิดแก่พนักงานเพื่อลดการลาออก 10) ลดความเสี่ยงในการสูญเสียเงินและเวลาโดยใช้วิธีการเปิด LC (Letter of Credit) ผ่านธนาคาร 11) ทำข้อตกลงอย่างชัดเจนต่อการรับผิดชอบในการขนส่งสินค้าให้ตรงเวลา หรือความเสียหายของสินค้า 12) ผู้ประกอบการควรศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น หรือศึกษาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อนำความรู้มาพัฒนาตนเอง และถ่ายทอดให้กับพนักงาน 13) เรียนรู้รวดเร็วและเรียนรู้ตลอดเวลา 14) มีสุขภาพอนามัยที่ดี มีความรับผิดชอบ มีมนุษยสัมพันธ์หรือมีพันธมิตรที่ดี 15) เรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณี วิธีการดำเนินชีวิตของผู้ร่วมธุรกิจทั้งในองค์กรและนอกองค์กร

2. สำหรับธุรกิจส่งออกสินค้าไปประเทศจีน ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่าผู้ประกอบการควรมีความรู้และความสามารถดังนี้ 1) มีความรู้ทางด้านบริหารธุรกิจ หรือเคยประกอบธุรกิจส่งออกหรือกำลังประกอบธุรกิจส่งออกสินค้าอยู่ 2) มีความสามารถทางการเจรจาต่อรอง สามารถใช้วาทศิลป์ในการเจรจาทางธุรกิจหรือใช้ภาษาจีนได้ 3) มีความขยัน มานะ อดทน 4) ปฏิบัติตนอยู่ในศีลธรรม มีวินัยในตนเอง ตรงต่อเวลาและซื่อสัตย์ 5) มีความพยายาม กล้าคิด กล้าตัดสินใจที่จะลงทุนและยอมรับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นได้ 6) ต้องแสวงหาโอกาสทางการตลาด และมีกลยุทธ์ทางการตลาด 7) เรียนรู้ข้อกำหนด ระเบียบ หรือข้อจำกัดและข้อบังคับต่าง ๆ ของรัฐบาลจีนให้แม่นยำ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความผิดพลาดด้านเอกสาร และลดความล่าช้าในการขนส่งสินค้า 8) ให้ค่าตอบแทนและดูแลชีวิตความเป็นอยู่ของพนักงานให้เหมาะสม 9) สร้างความรักและผูกพันในเกิดแก่พนักงานเพื่อลดการลาออก 10) ลดความเสี่ยงในการสูญเสียเงินและเวลาโดยใช้วิธีการเปิด LC (Letter of Credit) ผ่านธนาคาร 11) ทำข้อตกลงอย่างชัดเจนต่อการรับผิดชอบในการขนส่งสินค้าให้ตรงเวลา หรือความเสียหายของสินค้า 12) ควรศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นหรือศึกษาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อนำความรู้มาพัฒนาตนเอง และ

ถ่ายทอดให้กับพนักงาน 13) เรียนรู้รวดเร็วและเรียนรู้ตลอดเวลา 14) มีสุขภาพอนามัยที่ดี มีความรับผิดชอบ มีมนุษยสัมพันธ์หรือมีพันธมิตรที่ดี 15) เรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณี วิธีการดำเนินชีวิตของผู้ร่วมธุรกิจทั้งในองค์กร และนอกองค์กร

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาเรื่อง ศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการประกอบธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐ

ประชาชนจีน ครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยเน้นศึกษากลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เท่านั้น การศึกษาครั้งต่อไปควร ศึกษาจากกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนในธุรกิจขนาดใหญ่ ทั่วประเทศ และเพิ่มการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อสนับสนุนข้อมูลเชิงคุณภาพ หรือศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศอื่น ๆ ต่อไป

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. (2556). *การส่งเสริมพัฒนา SMEs ไทยสู่ตลาดจีน*. เข้าถึงได้จาก <http://www.ditp.go.th/index.php/market/main-asia-china/asia-china-data/asia-china-investment?aid=74816>
- บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2556). *เศรษฐกิจไทยครึ่งปีหลัง...คาดการณ์ส่งออกฟื้นตัว ช่วยหนุนภาพรวมเศรษฐกิจทั้งปี 2556 เติบโต 4.0% (มองเศรษฐกิจฉบับที่ 3447) 19 สิงหาคม 2013*. เข้าถึงได้จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/keconanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=31674>
- บุญมัน ธานีวัฒน์. (2553). *จิตวิทยาธุรกิจ* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์, โอ.เอส. พรีเมียม เฮ้าส์.
- ภาสกร แซ่มประเสริฐ. (2546). *การเปรียบเทียบภูมิหลังและลักษณะความเป็นผู้ประกอบการระหว่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงและต่ำในการดำเนินกิจการอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลาง ในจังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รัตติกรณ์ จงวิศาล. (2551). *ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างคุณลักษณะทางจิตวิทยาการทำงานเป็นทีม และความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์บัณฑิต สาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ สาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ สาขาส่งเสริมการเกษตรและคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2542). *SMEs: เสาหลักของอุตสาหกรรมกู่ชาติ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี ไทย-ญี่ปุ่น.
- วิมล ประคัลภ์พงศ์, สมชาย เบ็ญจวรรณ และสุรัชย์ ภัทรบรรเจิด. (2545). *การเงินธุรกิจ = Business Finance*. กรุงเทพฯ: สุภา.
- สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต. (2553). *ทฤษฎีและเทคนิคการปรับพฤติกรรม* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Ardichvili, A., Cardoza, R. N., Harmon, B., Vadakath, S., (2003). *Towards a theory of new venture growth*. In *Babson entrepreneurship research conference, Ghent, Belgium*, 21-23.
- Bandura, A. (1989). Regulation of cognitive process through perceived self-efficiency. *Development Psychology*, 25(5), 725-735.
- _____. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Baron, R. A. & Markman, G.D. (2000). Beyond social capital: the role of social competence in entrepreneurs' success. *Academy of Management Executive*, 14 (1), 106-116.
- Baum, R. J., Locke, E. A., Smith, K. G., (2001). A Multidimensional model of venture growth. *Academy of Management Journal* 44(2), 292-303.
- Bhide, A. (2006). How novelty aversion affects financing options. *Capitalism and Society*, 1(1): article 1.
- Brabander, B. & Witteloostuijn, V. A. (1996). *Individual-level heterogeneity and macro-level outcomes*. Antwerp: University of Antwerp, Durham Business School and Utrecht University.
- Brush, C. G., & Chaganti, R. (1999). Businesses without glamour? An analysis of resources on performance by size and age in small service and retail firms. *Journal of business venturing*, 14(3), 233-257.
- Busenitz, L.W., Barney, J. B., (1999). Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: biases and heuristics decision-making. *Journal of business venturing*, 12(1), 9-30.

- Bygrave, W. D. (2004). *Entrepreneurship*. Wellesley, MA: Babson College.
- Cable, D. M., & Shane, S. (1997). A prisoner's dilemma approach to entrepreneur-venture capitalist relationships. *Academy of Management Review*, 22, 147-176.
- Chandler, G.N. and Jansen, E. (1992). The Founder's Self-assessed Competence and Venture Performance, *Journal of Business Venturing*, 7(3), 223-236.
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Creek, A., (1998). Does self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295-316.
- Evans & Jovanovic, B., (1989). Estimates of a Model of Entrepreneurial Choice under Liquidity Constraints. *Journal of Political Economy*, forthcoming August, 97(4), 808-827.
- Hatten, S. T. (1997). *Small Business Management*. Hongton: Mufflin College.
- Hisrich, R. D., & Michael, P. P. (1993). *Entrepreneurship: Starting, Developing and Managing a New Enterprise* (3rd ed.). MA: Irwin. Boston.
- Honig, B. (1998). What determines ? , Examining the human financial, and social capital of Jamaican microentrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 13, 371-394.
- Hosseini, M. Z., Seidmehdi, V., Farideh K., & Hamideh S. (2012). Examining the Entrepreneurship Spirit Condition among the Students of West Universities of Iran. *International Business Research*. 5(8), 208-213.
- Kickul, J., Walters, J., (2002). Recognizing new opportunities and innovation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 8(6), 292-308.
- Kirzner, I. M. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal of economic Literature*, 35(1), 60-85.
- Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (1992). *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*. Fort Worth: Thomson South-Western.
- Markman, D. (2000). Who accumulates directorships of big business firms in Israel?: Organizational structure, social capital and human capital. *Human Relations*, 53(5), 603-630.
- Markman, G. D. & Baron, R. A. (2003). Beyond social capital: the role of entrepreneurs' social competence in their financial success. *Journal of Business Venture*, 18, 41-60.
- McGregor, J., D., Tweed, D. Kolb, & Henley-King, J. (2000). Gender and Managerial Competence: A Comparative Study of Male and Female Manufacturers. Paper submitted to the British Academy of Management, The Management School, the University of Edinburgh, September 13-15.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
- Ozgen, E., Minsky, B. D., (2006). A perspective into entrepreneurial opportunity recognition in high technology domains: technical competencies, as source of information. *Journal of Business and Entrepreneurship March*, 5(7), 1-13.
- Park, J. S., (2005). *Opportunity recognition and product innovation in entrepreneurial hi-tech start-ups: a new perspective and supporting case study*. *Technovation* 25(7), 739-752.
- Rivette, K. G., & Kline, D. (2000). *Rembrandts in the attic*. Boston, MA: Harvard Business School,

- Sambasivan, M., Abdul, M. & Yusop, Y. (2009). Impact of personal qualities and management skills of entrepreneurs on venture performance in Malaysia : Opportunity recognition skill as a mediating factor. *Technovation*, 29(11), 798-805.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-266.
- Steier, L. (2000). Entrepreneurship and the evolution of angel financial network. *Organization Studies*, 21(1), 163-192.
- Stewart, J. R., Watson, J. C., Carland, J. W. & Carland. (1999). Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization. *Journal of Business venturing*. 14(2), 189-214,
- Steinhoff, D., & Burgess, J. F. (1993), *Small Business Management Fundamentals* (6thed.). New York: McGraw-Hill/ Irwin.
- Stoltz, P. G. (1997). *Adversity Quotient: Turning Obstacles into Opportunities*. New York: John Wiley & Sons.
- Xiaowen, Tian. (2007). *Managing International Business in China: The Edinburgh Build, China Statistical Yearbook 2005*. Cambridge: Cambridge University Press.