

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่ประสบผลสำเร็จในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลพบุรี เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าเป็นไปตามขั้นตอน ผู้วิจัยจึงกำหนดลำดับหัวข้อเรื่องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับองค์การธุรกิจ
 - 1.1 ความหมายขององค์การธุรกิจ
 - 1.2 รูปแบบขององค์การธุรกิจ
 - 1.3 โครงสร้างขององค์การธุรกิจ
 - 1.4 การดำเนินงานขององค์การธุรกิจ
 - 1.5 ปัจจัยที่มีต่อความสำเร็จขององค์การธุรกิจ
2. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดย่อม
 - 2.1 ความหมายธุรกิจขนาดย่อม
 - 2.2 รูปแบบของธุรกิจขนาดย่อม
 - 2.3 ประเภทของธุรกิจขนาดย่อม
 - 2.4 ประโยชน์ของธุรกิจขนาดย่อม
 - 2.5 ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อม
 - 2.6 การสนับสนุนของรัฐบาลต่อธุรกิจขนาดย่อม
3. แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม
 - 3.1 ความหมายของคุณลักษณะผู้ประกอบการ
 - 3.2 คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจโดยทั่วไป
 - 3.3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม
 - 3.4 คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่ประสบผลสำเร็จ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 4.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

แนวคิดเกี่ยวกับองค์การธุรกิจ

1. ความหมายขององค์การธุรกิจ

อรุณ รักธรรม (2525, หน้า 137) ได้ให้ความหมายของบุคคลที่เป็นสมาชิกและสมาชิกทุกคนในองค์การต่างก็แสวงหาความก้าวหน้า ความสำเร็จ ตลอดจนความสุขในชีวิต จึงแสดงพฤติกรรมออกมาแตกต่างกันไป ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของคนหรือได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ

ไพสิน ผ่องใส (2532, หน้า 202) องค์การได้ให้ความหมายของระบบสังคมตั้งอยู่บนรากฐานของผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างสมาชิกทั้งหลายขององค์การ

สมคิด บางโม (2538, หน้า 145) ได้ให้ความหมายขององค์การ คือ กลุ่มบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปร่วมกันทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกัน การรวมกันนั้นจะเป็นไปด้วยความสมัครใจหรือไม่ก็ตาม เมื่อร่วมกันทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งอย่างถาวรย่อมเรียกว่า องค์การทั้งสิ้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, และคนอื่นๆ (2541, หน้า 251) ได้ให้ความหมายขององค์การ คือ โครงสร้างที่ได้ตั้งขึ้นตามกระบวนการ โดยมีการรับพนักงานให้เข้ามาทำงานร่วมกันในฝ่ายต่างๆ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ หมายถึง กลุ่มบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปที่มีความผูกพันกัน ซึ่งใช้ความหมายหรือความสามารถร่วมกันในการผลิตสินค้าหรือบริการ เพื่อให้ประสบผลสำเร็จ หรือหมายถึง การจัดระเบียบให้กับบุคคลต่างๆ ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปเพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ เพราะฉะนั้นการจัดองค์การจึงหมายถึง ความพยายามของผู้บริหารที่จะต้องหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเพื่อที่จะมอบหมายงาน (delegation) และอำนาจหน้าที่ในการปฏิบัติงาน (authority) โดยมีการใช้ทรัพยากรต่างๆ อย่างระมัดระวัง

อุทัย หิรัญโค (2546, หน้า 28) ได้ให้ความหมายขององค์การ คือ กลุ่มคนที่ร่วมกันประกอบกิจการงานอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยมีการจัดระเบียบไว้

วิรัช สงวนวงศ์วาน (2546, หน้า 6) ได้ให้ความหมายขององค์การ คือ การรวมกลุ่มกันของคนเพื่อดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันในองค์การทั่วไปจึงต้องมีวัตถุประสงค์ (purpose) มีคน (people) และมีโครงสร้าง (structure) ในองค์การสมัยใหม่ การดำเนินงานจะมีความยืดหยุ่น (flexible) มีการติดต่อสื่อสาร (communication) ตลอดทั่วถึงทั้งภายในและกับภายนอกองค์การ และมีความสามารถในการตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงทั้งปวง

บาร์นาร์ด (Barnard, 1970, p.2) ได้ให้ความหมายขององค์การที่เป็นแบบแผน หมายถึง ความร่วมมือกันระหว่างบุคคลหลายคนซึ่งมีความตั้งใจจริงที่จะร่วมกันดำเนินกิจกรรมให้บรรลุวัตถุประสงค์

เอ็ดชอยนิ (Etzioni, 1996, p.28) ได้ให้ความหมายขององค์การ หมายถึง หน่วยสังคมหรือกลุ่มบุคคลที่ตั้งขึ้นอย่างจงใจ เพื่อทำงานให้บรรลุเป้าหมายที่แน่นอนอย่างใดอย่างหนึ่ง

สรุปได้ว่าองค์การ หมายถึง การที่บุคคลร่วมกันจัดกิจกรรมขึ้นในรูปของหน่วยงาน เพื่อดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ เช่น บริษัทจำกัด องค์การค้า คุรุสภาและกรมทะเบียนการค้า เป็นต้น

2. รูปแบบขององค์การธุรกิจ

ถัฏฐพันท์ เขจรนันทน์ (2545, หน้า 24-28) ได้ความหมายของรูปแบบขององค์การจะมีการเอกลักษณ์และความแตกต่างทั้งในเรื่องของขนาดโครงสร้าง ความซับซ้อน เป้าหมายและรูปแบบการดำเนินงาน แต่ทุกองค์การต่างมีรูปแบบทั่วไปที่คล้ายคลึงกัน ดังนี้

1. ส่วนประกอบขององค์การ (features of organization) หมายถึง กลุ่มสังคมที่เกิดจากบุคคลต่างๆ มารวมกัน โดยมีการกำหนดขอบเขตที่ชัดเจน มีเป้าหมายเป็นเครื่องชี้นำในการดำเนินงานและมีโครงสร้างของกิจกรรมอย่างมีระบบ เช่น องค์การค้าโลก องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย หรือองค์การพัฒนาเอกชน เป็นต้น จากความหมายดังกล่าวทำให้สามารถแบ่งการพิจารณาส่วนประกอบขององค์การออกเป็น 4 ส่วนคือ

- 1.1 องค์การเป็นกลุ่มสังคม
- 1.2 องค์การมีขอบเขตที่ชัดเจน
- 1.3 องค์การมีเป้าหมายเป็นเครื่องชี้นำ
- 1.4 องค์การมีโครงสร้างของกิจกรรมอย่างเป็นระบบ

2. องค์การเป็นระบบ (organizations as systems) เป็นวิธีที่ดีที่สุดในการทำความเข้าใจองค์การและรูปแบบการทำงานขององค์การในแต่ละส่วน เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นโดยที่ระบบ (system) หมายถึง การรวมหน่วยย่อยตั้งแต่ 2 หน่วยที่ต้องพึ่งพาอาศัยกันในสภาพแวดล้อมที่ใหญ่ขึ้น ซึ่งสามารถแบ่งการพิจารณาระบบต่างๆ ออกเป็น 2 ระบบ คือ

- 2.1 ระบบปิด คือ ระบบที่สามารถดำรงอยู่ได้ด้วยตนเองและมีสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานของตนเองอย่างสมบูรณ์
- 2.2 ระบบเปิด คือ กลุ่มของส่วนประกอบและสภาพแวดล้อมที่มีความเกี่ยวข้องและติดต่อสัมพันธ์กัน ปกติระบบเปิดจะต้องการปัจจัยนำเข้าจากสภาพแวดล้อมเพื่อทำการเปลี่ยนแปลงปัจจัยเหล่านั้นให้เป็นผลลัพธ์

สรุปได้ว่า รูปแบบขององค์การธุรกิจ หมายถึง การประกอบธุรกิจการค้าทั้งโดยบุคคลคนเดียวเป็นเจ้าของกิจการ ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบที่สำคัญหลายประการด้วยกัน เช่น ลักษณะของกิจการค้า เงินทุน ความรู้ความสามารถในการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น

3. โครงสร้างขององค์การธุรกิจ

วิชัย โถสุวรรณจินดา (2535, หน้า 12-13) โครงสร้างขององค์การ คือ แบบแผนความสัมพันธ์ทางด้านบทบาท การจัดสรรกิจกรรมให้กับแผนกงานต่างๆ ที่แยกจากกัน การสรรอำนาจหน้าที่ระหว่างตำแหน่งหน้าที่การบริหารต่างๆ และสายใยการติดต่อสื่อสารที่เป็น

ทางการ เพื่อให้บรรลุถึงการแบ่งงานกันทำและการประสานกิจกรรมต่าง ๆ ของบุคคลในองค์การอย่างมีประสิทธิภาพ ลักษณะโครงสร้างประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การแบ่งงานกันทำ เป็นการกำหนดความรับผิดชอบระหว่างบุคคลในองค์การ เพื่อมิให้เกิดความซ้ำซ้อนและก่อให้เกิดการประสานต่อเนื่องในการทำงานระหว่างกัน ลักษณะการแบ่งงานกันทำในแนวนานจะทำให้เกิดการแบ่งแยกหน้าที่อย่างชัดเจน ส่วนการแบ่งงานในแนวตั้งจะก่อให้เกิดสายการบริหารสองระดับหรือมากกว่าภายในองค์การ

2. ขนาดของการควบคุม (span of control) เป็นการกำหนดขนาดหรือจำนวนของผู้ใต้บังคับบัญชาที่ผู้บริหารได้รับมอบ โดยขนาดการควบคุมที่แคบ (จำนวนผู้ใต้บังคับบัญชามีน้อย) จะทำให้ระดับชั้นการบริหารมีมากแต่ถ้าองค์กรมีขนาดควบคุมที่กว้างมากเกินไปก็จะมีปัญหาการประสานงานและการควบคุมการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

เชาวิ ไพร์พิตุณโรจน์ (2541, หน้า 83) แนวความคิดในการจัดโครงสร้างขององค์กรนั้นมีหลายแบบ ซึ่งแต่ละแบบก็มีข้อดีข้อเสีย ฉะนั้นการที่ผู้บริหารจะวางแผนในการจัดโครงสร้างสามารถแบ่งแยกออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 5 ประเภท ดังนี้

1. โครงสร้างองค์การตามหน้าที่การงาน (functional organization structure) หมายถึง โครงสร้างที่จัดตั้งขึ้น โดยแบ่งไปตามประเภทหรือหน้าที่การงานเพื่อแสดงให้เห็นว่าในแต่ละแผนกนั้นมีหน้าที่ที่จะต้องทำอะไรบ้าง ซึ่งจะก่อให้เกิดการได้คนมีความสามารถทำงานในแผนกนั้นๆ

2. โครงสร้างองค์การตามสายงานหลัก (line organization structure) หมายถึง จัดรูปโครงสร้างให้มีสายงานหลัก และมีการบังคับบัญชาจากบนลงล่างเป็นชั้นๆ จะไม่มีการสั่งการแบบข้ามชั้นตอนในสายงาน ซึ่งโครงสร้างแบบนี้เหมาะสมสำหรับองค์กรต่างๆ ที่ต้องการให้มีการขยายตัวในอนาคตได้

3. โครงสร้างองค์การแบบสายงานที่ปรึกษา (staff organization structure) หมายถึง การจัดโครงสร้างองค์การหรือหน่วยงานหลักเฉพาะ ให้เป็นสายงานช่วยเสนอแนะหรือให้ข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าวิจัยแก่ผู้บริหารในสายงานหลัก

4. โครงสร้างการจัดองค์กรแบบเมทริกซ์ (matrix organization structure) หมายถึง การจัดโครงสร้างองค์การแบบงานหรือโครงการ โดยผสมผสานโครงสร้างแบบต่างๆ เข้าด้วยกัน ได้แก่ โครงสร้างแบบสายงานหลัก สายงานที่ปรึกษา และสายงานตามหน้าที่ ในลักษณะเฉพาะกิจหรือไม่ช่วงเวลาหนึ่งจนกว่างานหรือโครงการจะสำเร็จ

5. โครงสร้างองค์การแบบคณะกรรมการบริหาร (committees organization structure) หมายถึง การจัดโครงสร้างองค์การโดยให้มีการบริหารงานในลักษณะคณะกรรมการ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2544, หน้า 94) ได้ให้ความหมายของโครงสร้างขององค์การ (organizational structure) เป็นองค์ประกอบขององค์การที่แสดงให้เห็นถึงระบบความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและตำแหน่งต่างๆ ภายในองค์การนั้นๆ ซึ่งระบบ

ความสัมพันธ์เช่นนี้จะประกอบการด้วยตัวบุคคลและบทบาทต่างๆ อันได้แก่ ตำแหน่งที่บุคคลแต่ละคนครอบครองอยู่ รวมถึงพฤติกรรมที่อาจเกิดขึ้นจากบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งหรือบทบาทนั้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดลักษณะการแบ่งงานกันทำตามความชำนาญเฉพาะด้าน การประสานร่วมมือ การบูรณาการและลักษณะอื่นๆ ที่จะเป็นกลไกในการตรวจสอบควบคุมให้บุคคลทุกคนสามารถปฏิบัติงานให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายได้

วิทยา ด้านธำรงกุล (2546, หน้า 172) ได้ให้ความหมายของกระบวนการของการจัดองค์การนำไปสู่การกำหนดโครงสร้างองค์การ หมายถึง แบบแผนที่กำหนดไว้อย่างเป็นทางการเพื่อป้องกันโครงสร้าง 3 โครงสร้างดังนี้

1. งานที่กำหนดให้หน่วยงานและพนักงาน
2. ความสัมพันธ์ในเชิงการบังคับบัญชา
3. ระบบที่มีประสิทธิภาพในการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ

วิรัช สงวนวงศ์วาน (2546, หน้า 101) ได้ให้ความหมายของโครงสร้างองค์การ (organizational structure) คือ กรอบโครงงานขององค์การที่กำหนดงาน กลุ่มงาน และความสัมพันธ์ของงานไว้

ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร (2547, หน้า 87-88) ได้ให้ความหมายของการจัดโครงสร้างองค์การนั้น หมายถึง การวางแผนในการที่จะแบ่งกลุ่มงาน โดยพิจารณาจากงานและความรับผิดชอบ รวมทั้งการประสานงานระหว่างกลุ่มงานต่างๆ ที่ได้แบ่งหลักการในการจัดโครงสร้างองค์การควรประกอบด้วยขั้นตอน 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. พิจารณางานต่างๆ ซึ่งจะต้องมีในองค์การ โดยรวมกันเป็นกลุ่มงาน กล่าวคืองานที่มีลักษณะคล้ายกันให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน
2. จัดแบ่งความรับผิดชอบ โดยระวางการเข้าซ้อนของงานหรือบางงานไม่มีผู้รับผิดชอบหรือความขัดแย้งที่จะเกิดขึ้น
3. พิจารณาสายการบังคับบัญชาของงานในแต่ละกลุ่ม ซึ่งอาจมีผลให้สายการบังคับบัญชาจากระดับสูงสู่ระดับล่างมีหลายขั้นตอนหรือมีผลให้สายการบังคับบัญชาจากระดับสูงสู่ระดับล่างมีขั้นตอนที่สั้น
4. กำหนดกระบวนการสื่อสารซึ่งจะเกิดขึ้นทั้งจากระดับสูงมายังระดับล่าง เป็นการกำหนดกระบวนการในการสั่งการ หรือจากระดับล่างขึ้นไปยังระดับสูง เป็นการกำหนดกระบวนการรายงานผล ซึ่งจะส่งผลไปยังกระบวนการในการควบคุมหรือการสื่อสารในระดับเดียวกันซึ่งจะเป็นกระบวนการในการประสานงาน
5. พิจารณาอำนาจหน้าที่ สำหรับแต่ละตำแหน่งและพิจารณาระดับการกระจายอำนาจอย่างเหมาะสม อำนาจหมายถึง อำนาจในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตำแหน่งงานนั้นอย่างเป็นทางการ การกระจายอำนาจลงมายังระดับล่างอย่างเหมาะสม จะทำให้ผู้บริหารระดับสูงไม่ต้องทำงานระดับล่าง และทำให้พนักงานระดับล่างได้พัฒนาตนเอง

ศิริอร ชันท์หัตถ์ (2547, หน้า 32) ได้ให้ความหมายขององค์การมีลักษณะคล้ายมนุษย์ คือ จะต้องมีการถูกเป็นโครงสร้าง คือ ทุกองค์การจะต้องมีโครงสร้างซึ่งเป็นสายใยให้องค์การดำรงอยู่ได้เช่นเดียวกับโครงกระดูก ซึ่งเป็นโครงสร้างของร่างกายมนุษย์เราให้มีชีวิตอยู่ได้ทุกวันนี้ โครงสร้างขององค์การจะประกอบด้วยส่วนสำคัญดังต่อไปนี้

1. ภารกิจหน้าที่ (function) องค์การทุกประเภทที่จัดตั้งขึ้นย่อมจะมีหน้าที่หรือวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างบางองค์การเมื่อปฏิบัติภารกิจสำคัญแล้วทำให้องค์การสลายตัวไปก็มี แต่โดยทั่วไปแล้วภารกิจหรือหน้าที่ขององค์การจะกำหนดไว้อย่างถาวรมากกว่าจะกำหนดชั่วคราว

2. การแบ่งงานกันทำ (division of work) หมายถึง การแบ่งงานออกเป็นชิ้นๆ แล้วมอบให้แก่แต่ละคนหรือแต่ละหน่วยงานรับผิดชอบอย่างเป็นกิจจะลักษณะและจัดให้มีการประสานงานกันอย่างมีระบบ

3. สายการบังคับบัญชา (hierarchy) หมายถึง ความสัมพันธ์ตามลำดับชั้นระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อแสดงให้เห็นทราบว่าใครมีอำนาจหน้าที่มากกว่ากันอย่างไรสายการบังคับบัญชาจะบอกให้ทราบว่าตำแหน่งใดมีความรับผิดชอบลดหลั่นกันอย่างไรใครรับผิดชอบต่อใคร

4. ช่วงการควบคุม (span of control) คือ สิ่งที่แสดงให้เห็นว่าผู้บังคับบัญชาคณหนึ่งมีขอบเขตแห่งอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบเพียงไรมีผู้ใต้บังคับบัญชาที่ตนมีหน่วยงานที่อยู่ในการรับผิดชอบที่หน่วยการจัดช่วงการควบคุมเป็นเทคนิคที่สำคัญในการจัดองค์การ

5. เอกภาพในการบังคับบัญชา (unity of command) หมายถึง อำนาจการควบคุมบังคับบัญชารวมอยู่ที่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือคณะบุคคลหนึ่งบุคคลใดอย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อทำให้เกิดเอกภาพในการบริหารและป้องกันมิให้การปฏิบัติหน้าที่ก้าวก่ายกัน

สรุปได้ว่า โครงสร้างองค์การ หมายถึง กระบวนการในการจัดโครงสร้างซึ่งครอบคลุมเรื่องการแบ่งงาน การกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบให้ผู้ปฏิบัติงาน การกำหนดกลุ่มงาน การกำหนดความสัมพันธ์ในสายการบังคับบัญชา และการประสานงานของหน่วยงานต่างๆ รวมทั้งการจัดสรรทรัพยากรให้กับหน่วยงานต่างๆ

4. การดำเนินงานขององค์การธุรกิจ

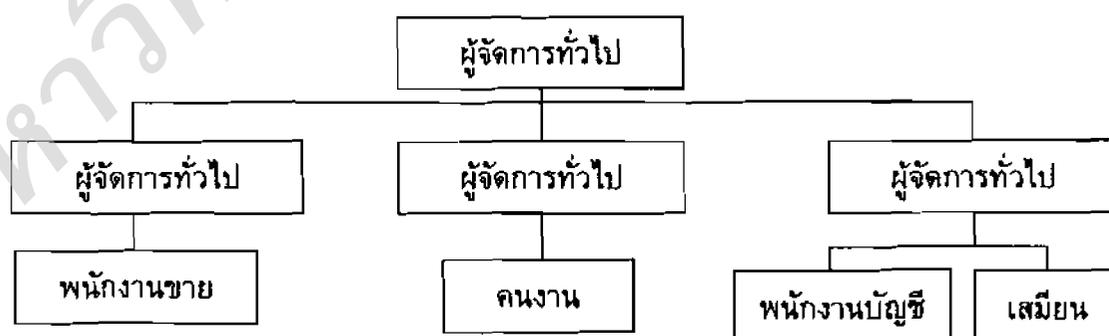
กัตญูญ หิรัญญสมบุรณ์ (2547, หน้า 215-219) ได้ให้ความหมายของการประกอบธุรกิจขนาดย่อม ซึ่งอยู่ในขั้นตอนของการเริ่มต้นหรือในธุรกิจที่มีขนาดเล็กมาก มักจะไม่เห็นความสำคัญของการจัดองค์การอย่างเป็นทางการ ไม่มีการวางแผน และไม่มีการแบ่งอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบให้ชัดเจน การดำเนินงานในกิจกรรมต่างๆ เป็นไปตามความจำเป็นโครงสร้างองค์การอย่างไม่เป็นทางการถูกจัดขึ้นอย่างง่าย ๆ และค่อยพัฒนาไปที่ละเล็กทีละน้อยตามความเจริญเติบโตของธุรกิจ จนกลายเป็นโครงสร้างอย่างเป็นทางการเมื่อธุรกิจขยายตัวขึ้น

อย่างไรก็ดีไม่ว่าธุรกิจนั้นจะมีขนาดใหญ่ เล็ก หรือจะมีโครงสร้างอย่างเป็นทางการหรือไม่ก็ตาม ก็ควรดำเนินการหลักการองค์การที่ดี

1. การแบ่งงานให้รับผิดชอบเฉพาะด้าน (division of work) เป็นการจำแนกงาน ออกเป็นส่วนแล้วให้ผู้ที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านรับผิดชอบปฏิบัติงานนั้น ซึ่งจะ ทำให้ผลของงานมีประสิทธิภาพ พนักงานแต่ละคนได้ทำงานเฉพาะด้าน อันเป็นผลดี ในการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการอบรม

2. การมีผู้บังคับบัญชาคนเดียว (unity of command) เป็นการกำหนด สายการบังคับบัญชาให้พนักงานแต่ละคนขึ้นตรงกับผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียว เพื่อป้องกัน ความสับสนในการสั่งการและมอบหมายงาน แต่สำหรับธุรกิจขนาดย่อมแบบธุรกิจครอบครัว มักจะมีการละเลยหลักการนี้เสมอจนก่อให้เกิดปัญหาแก่พนักงานซึ่งไม่รู้จักทำตามคำสั่งผู้ใด ดังนั้นธุรกิจขนาดย่อมจึงควรแยกแยะความรับผิดชอบให้ชัดเจน เพื่อให้พนักงานเข้าใจว่าตน ต้องฟังคำสั่งใครและขึ้นตรงกับหัวหน้างานคนใด

3. การสร้างสายการบังคับบัญชา (chain of command) เป็นการแบ่งระดับ การบังคับบัญชาลดหลั่นกันลงมาตามระดับชั้นของความรับผิดชอบสายการบังคับบัญชา ที่ปรากฏอยู่ในแผนผังองค์การ (organization chart) ช่วยให้พนักงานเข้าใจขอบเขตของงานแต่ละ ฝ่ายตลอดจนความรับผิดชอบตามอำนาจหน้าที่ของแต่ละตำแหน่งงานได้ดี ดังนั้นธุรกิจขนาด ย่อมควรแสดงสายการบังคับบัญชาตามหน่วยงานหลักอย่างชัดเจนให้พนักงานได้รับรู้โดยทั่วไป ดังภาพ 2



ภาพ 2 สายการบังคับบัญชาตามหน่วยงานหลัก (line organization)

ที่มา (กัตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ 2547, หน้า 219)

4. การมอบหมายอำนาจหน้าที่ (delegation of authority) เป็นการมอบภาระงาน ทั้งอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบให้ผู้อื่นกระทำแทน เพื่อลดภาระงานของผู้บริหารให้มีเวลา ในการวางแผนและดำเนินการในเรื่องที่สำคัญมากยิ่งขึ้น เพื่อให้พนักงานได้เรียนรู้งาน และฝึกฝนเพิ่มพูนความสามารถให้เกิดประสบการณ์มากขึ้น ผู้ประกอบการของธุรกิจขนาดย่อม มักจะมีปัญหาในการไม่มอบหมายงานเพราะเคยชินกับการต้องรับผิดชอบงานทุกอย่าง

ด้วยตนเอง ตั้งแต่ช่วงแรกเริ่มก่อตั้งกิจการ พนักงานจึงเป็นได้แค่ลูกมือที่ไม่เคยลงมือปฏิบัติงานจึงรับผิดชอบได้ไม่เต็มที่และไม่เกิดการพัฒนามือถือการทำงาน ส่วนผู้ประกอบการก็ต้องทำงานอย่างเหน็ดเหนื่อยและรับผิดชอบทุกอย่างจนไม่สามารถขยายกิจการได้เป็นผลให้กิจการไม่มีการพัฒนาระบบงานและผลิตภัณฑ์เท่าที่ควร ผู้ประกอบการจึงควรมอบหมายและสอนงานแก่พนักงานด้วย

5. การมีขนาดของการควบคุม (span of control) ที่เหมาะสมเป็นจำนวนผู้บังคับบัญชาหนึ่งคนสามารถควบคุมได้ ซึ่งจะมีไม่เท่ากันแล้วแต่ลักษณะของงาน ลักษณะของผู้บังคับบัญชา และลักษณะของผู้ใต้บังคับบัญชา เช่น ผู้ประกอบการบางคนเป็นคนที่มีความปรารถนาในการจูงใจ จึงสามารถมีจำนวนผู้ใต้บังคับบัญชามากได้ พนักงานที่มีวินัยในการทำงานจะไม่ก่อให้เกิดปัญหาในการปกครอง จึงไม่ต้องถูกควบคุมบังคับบัญชาอย่างใกล้ชิด ดังนั้นผู้บริหารจึงสามารถมีขนาดของการควบคุมที่กว้างได้

6. การมีวัตถุประสงค์เดียวกัน (unity of objective) แม้ว่าแต่ละฝ่ายอาจมีเป้าหมายเฉพาะฝ่ายที่แตกต่างกัน แต่ทุกคนต้องมีวัตถุประสงค์หลักร่วมกันและปฏิบัติงานด้วยการประสานงานกันอย่างสอดคล้องกลมกลืน จึงจะช่วยให้ธุรกิจขนาดย่อมสามารถก้าวไปสู่ความสำเร็จที่มุ่งมั่นไว้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิผลยิ่งขึ้น

สรุปได้ว่า การดำเนินงานขององค์การธุรกิจ หมายถึง การประกอบธุรกิจขนาดย่อมจะต้องมีการดำเนินงานเพื่อให้องค์การธุรกิจมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน และการดำเนินงานที่ถูกต้องอาจเป็นหัวใจหลักขององค์การ เพราะองค์การทุกองค์การต้องมีการวางแผนในการดำเนินงานทุกองค์การ

5. ปัจจัยที่มีต่อความสำเร็จขององค์การธุรกิจ

ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์ (2543, หน้า 136-137) ได้ให้ความหมายของความสำเร็จของการพัฒนาองค์การขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น

1. ความตั้งใจของผู้บริหารที่จะมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อปัญหาที่มีอยู่ในองค์การ
2. ความเข้าใจของผู้บริหารเกี่ยวกับเรื่องแรงจูงใจในการทำงานของมนุษย์
3. ทักษะของผู้บริหารเกี่ยวกับหลักการบริหารการเปลี่ยนแปลง ผู้บริหารทุกคนต้องเตรียมการสำหรับการบริหารการเปลี่ยนแปลง ความสามารถขององค์การใดองค์การหนึ่งในการปรับปรุงและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงย่อมขึ้นอยู่กับผู้บริหาร
4. โครงสร้างขององค์การต้องสามารถปรับเปลี่ยนแก้ไขได้ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ โครงสร้างขององค์การควรผูกผันตามวัตถุประสงค์ขององค์การที่ต้องปรับเปลี่ยนได้ตามข้อมูลย้อนกลับที่ได้จากการประเมินผลการพัฒนาองค์การ
5. ระบบการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในองค์การ
6. ต้องมีการวางแผนหรือแม่แบบไว้ทั้งระบบและเป็นโครงการระยะยาวที่ต่อเนื่อง

เบคฮาร์ด (Beckhard, 1980, p.137) ได้เสนอเงื่อนไขต่อความสำเร็จของการพัฒนาองค์การดังนี้คือ

1. การพัฒนาองค์การจะต้องเป็นการวางแผนการเปลี่ยนแปลงทั้งระบบ มิใช่มองแต่ระบบย่อยใดระบบย่อยหนึ่งเท่านั้น
 2. การพัฒนาองค์การจะต้องเป็นความพยายามระยะยาวอย่างต่อเนื่อง
 3. ผู้บริหารระดับสูงต้องรับทราบ รับรู้ เต็มใจเข้ามามีส่วนร่วม ตั้งแต่เริ่มต้นการวางแผนงานจนถึงขั้นการลงมือปฏิบัติงานและขั้นวัดผลประเมินผล
 4. การเปลี่ยนแปลงต้องมีความสัมพันธ์กับนโยบาย เป้าหมายขององค์การ
 5. การพัฒนาองค์การต้องมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรม
 6. เทคนิคการพัฒนาองค์การที่นำมาใช้ควรเสริมด้วยประสบการณ์ที่ได้จากกิจกรรมการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นในองค์การด้วย
 7. มุ่งพัฒนาทีมงาน เน้นความรับผิดชอบของงานที่กลุ่มมากกว่ารายบุคคล
- เซน (Schein, 1989, p.137) ได้เขียนข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเงื่อนไขต่อความสำเร็จของการพัฒนาองค์การไว้ดังนี้

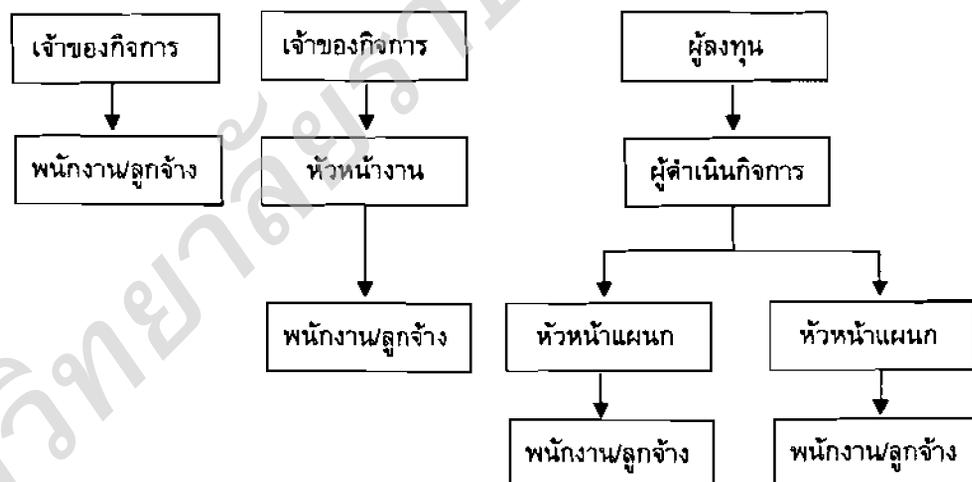
1. ความเข้าใจของผู้บริหารเกี่ยวกับเรื่องแรงจูงใจของมนุษย์ และทัศนคติของผู้บริหารเกี่ยวกับการบริหาร
2. ความตั้งใจจริงของผู้บริหารที่จะมีส่วนรับผิดชอบต่อปัญหาที่มีอยู่ในองค์การ หรือสิ่งที่ส่วนร่วมคิดว่าเป็นปัญหาที่น่าจะนำขึ้นมาพิจารณา
3. ลักษณะโครงสร้างขององค์การ

3.1 องค์การสมัยปัจจุบัน

องค์กรในสมัยนี้ค่อนข้างแตกต่างจากเมื่อก่อนอย่างมาก และก็เชื่อแน่นอนว่าองค์กรสมัยใหม่ก็ย่อมแตกต่างจากองค์กรสมัยนี้ และจะมีความละเอียดลึกซึ้งมากกว่าปัจจุบันอย่างมาก สิ่งหนึ่งที่ทำให้คิดเช่นนั้น เพราะองค์กรสมัยปัจจุบัน เริ่มมีการตรวจวัดอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น และมีการตรวจสอบมากขึ้นในอนาคต อีกไม่นานจากนี้ก็จะเห็นรูปแบบขององค์กรใหญ่ๆ จะเปลี่ยนแปลงไปแต่ก็ยังคงรูปแบบเดิม เพียงแต่สามารถตรวจวัดและสามารถมองเห็นสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นในองค์กรอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น

องค์กรพื้นฐาน นั้น ส่วนใหญ่เป็นการบริหารองค์กรอย่างง่าย ๆ โดยมีเพียงเจ้าของดำเนินกิจการเอง (ร้านค้า) ซึ่งอาจจะมีลูกจ้างหรือไม่ก็แล้วแต่ ซึ่งจะเห็นว่าการตัดสินใจทั้งหมดขึ้นกับเจ้าของกิจการไม่ว่าจะเป็นการออกคำสั่งลูกน้อง การควบคุมกิจการ การให้สิทธิกับลูกค้าหรืออะไรต่างๆ ก็ขึ้นกับการตัดสินใจของเจ้าของกิจการทั้งนั้น ซึ่งยังคงเห็นได้จากธุรกิจส่วนตัวโดยทั่วไปหรือไม่ก็ธุรกิจขนาดเล็กๆ เมื่อธุรกิจเติบโตขึ้น การรวมอำนาจเอาไว้เพียงคนเดียวทำให้องค์กรไม่สามารถเติบโตต่อไปได้ เมื่อถึงจุดนี้เจ้าของกิจการจึงเริ่มจ้างให้มีหัวหน้างานรับผิดชอบหรือไม่ก็จะหาหุ้นส่วนมาลงทุนและทำกิจการร่วมกัน (ห้างหุ้นส่วน) ซึ่งหัวหน้างาน

ส่วนใหญ่จะมาจากพนักงานที่ทำด้วยกันมานาน หรือทำงานได้ดีในหน้าที่ ๆ รับผิดชอบหรือมีแนวคิดที่ดี ซึ่งการขึ้นของหัวหน้างานนั้นก็สุดแล้วแต่เจ้าของกิจการว่าชอบคนลักษณะใด จุดนี้เป็นจุดเริ่มต้นขององค์กรที่เริ่มมีการสลับซับซ้อนกันมากขึ้น เริ่มมีการแบ่งชั้นขององค์กรมากขึ้นและแน่นอนการกระจายอำนาจของเจ้าของกิจการมากน้อยเพียงใดก็ต้องขึ้นกับวิสัยทัศน์และความจำเป็นขององค์กรนั้นๆ เมื่องานต่างๆ เริ่มมีความสลับซับซ้อนมากขึ้นหรือองค์กรใหญ่มากขึ้น การควบคุมเพียงคนสองคนไม่สามารถทำได้ ดังนั้น จึงเริ่มแยกการควบคุมออกเป็น ส่วนๆ ตามหน้าที่ที่จำเป็นสำหรับองค์กร เช่น บัญชี การผลิต การขาย การตลาด ฯลฯ และนี่ก็จะเริ่มแบ่งสายงานควบคุมกันมากขึ้น เจ้าของกิจการมีทั้งการจัดการด้วยตนเองหรือให้หุ้นส่วนเป็นคนจัดการให้ ทำให้เกิดการแบ่งผู้มีอำนาจออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนของผู้ลงทุน และส่วนของผู้ปฏิบัติการ และส่วนใหญ่ขององค์กรธุรกิจปัจจุบันก็จะแบ่งลักษณะดังภาพ 3

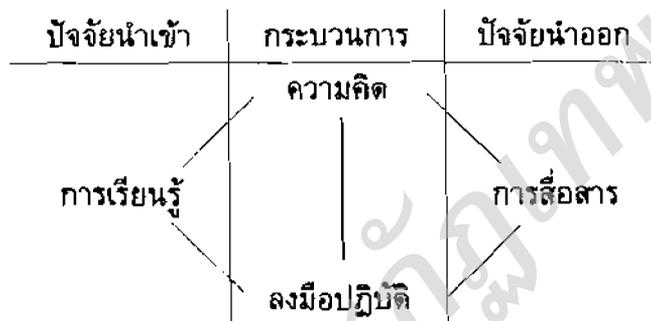


ภาพ 3 สายงานผู้ลงทุนกิจการ
ที่มา (Schein, 1989, p.137)

สร้างนิสัยการกระทำ 4 อย่าง เพื่อให้องค์กรธุรกิจประสบความสำเร็จ
ความสำเร็จของคนทำงาน หรือ ประกอบธุรกิจ ที่สำคัญๆ มีอยู่ 4 อย่าง แบ่งออกเป็น
3 ส่วน

1. การนำเข้า (input) หรือการรับข้อมูลเข้า ประกอบด้วยการเรียนรู้ต่างๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์
2. กระบวนการ (process) หรือการประมวลผล ประกอบด้วยเอาความรู้ต่างๆ ที่ได้เพื่อทำการคิดและสร้างสรรค์สิ่งต่างๆขึ้นมา และลงมือปฏิบัติเพื่อให้ความคิดนั้นๆ หรือสิ่งที่เรียนมานั้นเป็นจริงเป็นรูปร่างขึ้นมา

3. การนำออก (output) หรือการแสดงผล ซึ่งก็หมายถึง การสื่อสารให้คนอื่นรับทราบถึง แนวความคิด สิ่งของที่เราสร้างเราทำเพื่อให้คนอื่นรับทราบ หรือ กลุ่มเป้าหมายรับทราบเพื่อจะได้ จัดซื้อ เข้าใจถึงการกระทำและการตัดสินใจ ดังภาพ 4



ภาพ 4 การประมวลผลการทำงาน
ที่มา (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2546, หน้า 5)

3.2 การเรียนรู้ - จุดเริ่มต้นของความสำเร็จ

มนุษย์เรียนรู้กันมาตั้งแต่เกิด ดังนั้น องค์การหรือนักธุรกิจที่ยัง พัฒนาการเรียนรู้จะสร้างแนวความคิดและมุมมองได้กว้างมากกว่าบุคคลที่หยุดการเรียนรู้ไป การเรียนรู้ทำให้เข้าใจในตัวเรา คนอื่น รวมทั้งระบบงานและความเป็นไปมากขึ้น เช่น การเรียนรู้ ทางด้านธุรกิจ การเรียนรู้ทางด้านบริหาร ฯลฯ ประสบการณ์จริงก็เป็นการเรียนรู้ที่คืออย่างหนึ่ง การรับฟังความคิดเห็น เป็นการเรียนรู้อย่างหนึ่ง เรียนรู้ในทุกสิ่งที่ยังไม่เรียนรู้ แล้วเอาสิ่งที่รู้ มาปรับปรุงเพื่อใช้งานจริง แล้วจะพบว่าความรู้ที่แท้จริงยังไม่เพียงพอ ยังต้องการเรียนรู้อีกมาก การเรียนรู้ทุกอย่างในสิ่งที่สนใจ สามารถนำมาใช้งานกับชีวิตได้จริง ตัวอย่างเช่น นอกจากเรื่อง บริหารและการจัดการยังสนใจทางด้านตกแต่งภายในเป็นพิเศษ รวมทั้งการออกแบบ ของสถาปนิกด้วย อีกทั้งยังชอบทำให้องค์การธุรกิจและนักธุรกิจประสบความสำเร็จในปัจจุบัน

3.3 ความคิด - หัวใจหลัก หากต้องการประสบความสำเร็จ

ความคิดเป็นหัวใจหลักเป็นงานประมวลผลที่สำคัญที่สุด ก็เนื่องจากว่า คนเราต่างจากสัตว์ทั่วไปก็ตรงที่เรามีความคิด ความคิดของคนที่จะประสบความสำเร็จมีดังนี้

- 1) ความคิดในเชิงบวก
- 2) ความคิดที่เป็นระบบระเบียบ
- 3) ความคิดสร้างสรรค์
- 4) ความคิดที่แตกต่าง
- 5) คิดถึงเหตุการณ์ล่วงหน้า
- 6) คิดให้ตนเองและผู้อื่นได้ดี

- 7) ทบทวนสิ่งที่ผ่านมา - ประสบการณ์จะสอนสิ่ง และนำมาคิดใหม่
- 8) มีความคิดเป็นกลาง ไม่เบี่ยงเบน
- 9) คิดถึงความสำเร็จในอนาคต
- 10) คิดและทำความเข้าใจถึงเหตุ และผล ของทุกๆสิ่ง

3.4 ลงมือการปฏิบัติ

หากต้องการประสบความสำเร็จ ไม่ว่าจะหาความรู้มาได้ หรือมีความคิดเพื่อการทำสิ่งใดๆ นั้น หากไม่มีการปฏิบัติ ไม่ยอมทำให้เกิดขึ้น ไม่ทำฝันให้เป็นจริงก็ไม่มีประโยชน์หรือผลลัพธ์อะไรที่เป็นขึ้นเป็นอัน เหมือนไม่ได้คิด ไม่ได้เรียนรู้มา ดังนั้น จึงเห็นว่าการปฏิบัติถึงแม้ไม่ใช่สิ่งแรกที่มีแต่สำคัญมากในความสำเร็จเช่นกัน การมีความรู้ท่วมหัว มีความคิดดีๆ สามารถสร้างกันได้ การกระทำทางธุรกิจนั้น มีหลักการทำงานดังนี้

- 1) หาข้อมูลคือการเรียนรู้ที่กล่าวไว้ในเบื้องต้นแล้ว
- 2) วางแผนงานเป็นกระบวนการของความคิด จัดผัง โครงร่าง

ระบบงาน ฯลฯ

3) สมมุติปัญหาและทางแก้ไขว่าจะมีปัญหาคิด และจะหาทางแก้ไขได้อย่างไร หากมีปัญหาก็แก้ไขไม่ได้ก็คุยกับผู้เชี่ยวชาญเพื่อหาข้อสรุป จากนั้นเมื่อปัญหาใหญ่ๆ สามารถจัดการได้แล้วก็ไม่น่าจะมีปัญหาทางด้านการปฏิบัติ

4) ทดสอบไม่ว่าทำวิจัยหรือการทดสอบตลาดก็ตาม เป็นสิ่งที่จำเป็น เราไม่สามารถหาคำตอบก่อนการเกิดเหตุจริงๆ ได้ ดังนั้น เลยต้องมีการทดสอบเพื่อให้ทราบถึงเหตุการณ์ที่นอกเหนือความคาดหมาย เพื่อนำมาศึกษาต่อว่าถ้าทำใหญ่หรือมากกว่านี้ จะมีผลอะไรตามมา

5) ทบทวนและหาปัญหาที่เกิดขึ้นจากการทดสอบ เมื่อได้ทดสอบแล้วก็นำข้อมูลที่ได้มาทบทวนอีกครั้งและหามุมมองอื่นๆ ที่อาจเป็นปัญหา และหาทางแก้ไขไว้ก่อน บางครั้งก็มีบางครั้งก็ไม่มี แต่อย่างน้อยได้ทบทวน แต่แนะนำถึงขั้นตอนนี้ก็ควรมีตัวเลขต่างๆ สนับสนุนมากพอควรที่จะเดินต่อไป

6) ลงมือปฏิบัติจริง ทำจริง ให้เกิดขึ้น ทำตามที่เราคิด คิดใหญ่ ทำใหญ่ เงินก็ก้อนใหญ่ขึ้น

7) หาหนทางเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เมื่อทำจริงก็จะพบปัญหาจริงๆ ต่างๆ ที่ตามมา การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าก็เกิดขึ้นในขั้นตอนปฏิบัติ อันนี้มองให้เป็นเรื่องธรรมชาติปัญหาไว้สร้างปัญญาไว้เพื่อแก้และในส่วนตัว เมื่อเจอปัญหามักจะบอกให้ใครต่อใครรับทราบไว้มันเป็นของสนุกถ้าไม่มีสินาเบื่อกับดักที่จะทำให้เราไม่สามารถปฏิบัติให้สำเร็จได้มีดังนี้

(1) อดีต เพราะอดีตทำให้เราไม่กล้าที่จะทำความผิดพลาดที่คอยจะทิ่มแทงให้หมดความมั่นใจ เรื่องที่ผ่านมาก็ให้ผ่านไป การเริ่มทำในสิ่งใหม่ๆ สิ่งที่คุณจะทำมันไม่เกี่ยวกับอดีตที่ผ่านมาแต่ขึ้นกับปัจจุบันมากกว่าว่าคุณทำแล้วหรือยัง

(2) อนาคต บางคนกลัวอนาคต กลัวในสิ่งที่ยังไม่เกิดขึ้น กลัวจึงกลัวไม่ได้เงินคืน กลัวไปต่างๆ นาๆ ซึ่งมีความกลัวก็ดี แต่การที่กลัวจนไม่กล้าไม่แนะนำความกลัวสามารถกำจัดให้หมดได้ โดยใช้ข้อมูลหาข้อมูลให้มากเพื่อสนับสนุนความคิดลดความกลัวลง เพื่อจะได้เริ่มกระทำให้สำเร็จสักที

(3) ข้อมูลและคำแนะนำ การมีข้อมูลมากๆ หรือการรับฟังคำแนะนำมากๆ มีทั้งดีและไม่ดีบางครั้งมันจะทำให้ไม่สามารถตัดสินใจสิ่งใดได้อย่างเด็ดขาด มีความหวาดระแวงแต่ถ้าไม่มีข้อมูลก็ยังหวาดระแวงเหมือนกัน เรื่องนี้ต้องใช้ความตั้งใจและความแน่วแน่มั่นคงทางจิตใจเป็นตัวขับเพื่อสร้างภูมิของตัวเองพร้อมที่จะเผชิญหน้ากับสิ่งที่จะเกิดขึ้น

3.5 การสื่อสารเพื่อให้ประสบความสำเร็จ

ไม่ว่าจะเรียนรู้มาได้อย่างดี มีข้อมูลมากมาย มีความคิดดีๆ หรือมีสินค้าอย่างเยี่ยมยอด หากไม่สื่อให้คนอื่นรับทราบในสิ่งที่คุณมี ในสินค้าที่คุณทำมันก็เหมือนกับเพชรที่ยังไม่เจียรใน คนที่เห็นคุณค่าต้องเป็นคนที่มีการประสบการณ์จริงๆ แต่ส่วนใหญ่ก็ยังไม่มีคนเห็นคุณค่าในส่วนของคนทำงาน ทำไมต้องสื่อสาร ส่วนหนึ่งก็เพื่อลดการทำงานซ้ำซ้อนหรือผิดพลาดไม่เข้าใจที่จุดไหนก็ถามจะได้มีคนอธิบายให้เข้าใจและอีกส่วนหนึ่ง คือ การสื่อสารให้คนอื่นรู้ว่ามีความสามารถ มีความคิดอย่างไร จะสื่อต้องมีสารเพราะสารที่ว่าระบุถึงความต้องการที่จะสื่อออกไป ดังนั้น อยากรู้ให้ตรงถึงข้อมูลที่เป็นจริง เกิดประโยชน์เหมาะสมกับกาลเทศะ สุภาพและนอบน้อมแบบไทยๆ ทางด้านธุรกิจหากไม่มีการสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าแล้ว อนาคตของสินค้าก็ดูเหมือนมืดมน อยากรู้ให้เห็นความสำคัญของทั้ง 4 ส่วน เพื่อให้ประสบความสำเร็จในชีวิตหน้าที่การงานให้ดีขึ้นต่อไป

3.6 องค์การธุรกิจควรมีลักษณะนิสัยของเลขาคี่ดี

เลขาคี่ดีๆ เก่งๆ นั้น ส่วนใหญ่ก็ขึ้นกับบุคลิกนิสัยว่า มีนิสัยไปทางเลขามากเพียงใด เรื่องอายุและความรับผิดชอบนั้นมันต้องสังเกตหรือสอบถาม ธุรกิจคุณลักษณะนิสัยของเลขาคี่ ควรมีพื้นฐานนิสัยอย่างไร ถึงจะทำงานเลขาคี่ดี

1) ละเอียดย คนที่เป็นคนละเอียดย เรื่องเล็กๆน้อยๆ ไม่ปล่อยให้ผ่านเลยไป หรือเป็นคนที่ใส่ใจกับงานมากๆ แม้นกระทั่งใส่ใจกับคนรอบข้างและตนเอง ส่วนใหญ่แล้วเหมาะกับการเป็นเลขาคี่ เพราะจะเอาความสามารถทางด้านนี้เพื่อจัดการสิ่งต่างๆ ให้เจ้านายได้อย่างดี

2) เรียบร้อย ไม่ใช้กริยามารยาทเรียบร้อย บางคนแก่นๆ ก็ทำงานทางด้านเลขาคี่ดีเช่นกัน แต่ที่เรียบร้อย คือ การทำงานได้อย่างเรียบร้อย เป็นระบบ โต๊ะไม่รก ต้องจัดแจงให้เรียบร้อย ซึ่งความเรียบร้อยนี้จะจัดงานทางด้านเอกสารต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

3) ขอบจตชอบทำ เป็นหน้าที่ของเลขาคือต้องเกี่ยวกับการจต แต่สิ่งที่เน้นคือ จตจำได้ดี เนื่องจากบางทีเลขาคงไม่ได้มีสมุดจตอยู่ในมือ ก็ต้องใช้ความจำที่ดีนี้แหละ เพื่อช่วยให้เจ้านายแคล้วคลาดจากการสูญเสียมานักต่อนักแล้ว แต่จตจำอย่างเดียวไม่พอแน่ๆ เพราะหัวสมองของคนเรานั้นไม่สามารถจตจำได้ทั้งหมด ก็เลยต้องจตไว้ด้วยเสมอๆ และการรับคำสั่งจากเจ้านายนั้นไม่ใช่จตมาอย่างเดียวต้องเป็นคนชอบที่จะทำ ชอบที่จะจัดการเรื่องนั้นเรื่องนี้ให้เสร็จตามกำหนดอยู่เสมอ ประเภทต้องลุยก็ลุยได้ ต้องงมก็งมพร้อม เพราะบางทีต้องออกไปประชุมข้างนอกกับเจ้านาย ก็เลยต้องงมเพื่อเป็นหน้าเป็นตาและเป็นเหยื่อทางสายตาให้กับลูกค้ำมาติดกับ

4) คิดตาม ชอบทำอย่างเดียวยังไม่ได้ เพราะคนๆ เดียวจะทำทุกอย่างก็คงเป็นไปได้ดังนั้น เลขาคที่ดีควรมีนิสัยชอบติดตามงานประเภทจิกไม่ปล่อย แต่ไม่ใช่จู้จี้จุกจิก ไม่เลิกชะทุกอย่างต้องตั้งมั่นในเหตุและผล

5) ติดต่อกันที่ขอบพูดขอบคุย ส่วนใหญ่ทำงานทางด้านเลขาคงได้ดี เพราะจะนำเอาการที่ขอบติดต่อกันเหล่านั้นมาสื่อสารให้กับคนที่เกี่ยวข้องให้ได้เข้าใจหรือติดต่อเพื่อให้ได้มาถึงวัตถุประสงค์ของเจ้านายที่ต้องการ

สรุปได้ว่าปัจจัยที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ คือ การมีกระบวนการหรือการประมวลผลด้วยการเอาความรู้ต่างๆ ที่ได้เพื่อทำการคิดและสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ขึ้นมา และที่สำคัญต้องมีความคิด - หัวใจหลักในการที่จะให้องค์กรธุรกิจประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีไม่ว่าจะเป็นเลขานุการ พนักงานจ้างต้องมีลักษณะและนิสัยที่ดีเพื่อองค์กรจะได้มีปัจจัยที่นำมาสู่ความสำเร็จ

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดย่อม

1. ความหมายของธุรกิจขนาดย่อม

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และ สุนี เลิศแสงกิจ (2541, หน้า 2) ได้ให้ความหมายของธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจที่เป็นอิสระมีเอกชนเป็นเจ้าของดำเนินการโดยผู้ประกอบการไม่เป็นเครื่องมือของธุรกิจใดและไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคลหรือธุรกิจอื่น

วีรวิฐ มาณะศิริานนท์ (2543, หน้า 14) ได้ให้ความหมายของธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยยังไม่มีหน่วยงานหรือสถาบันใดกำหนดได้อย่างชัดเจน แต่ที่คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาได้กำหนดหลักเกณฑ์ไว้ได้แก่

1. มีการบริหารงานอย่างอิสระ โดยปกติแล้วตัวผู้จัดการมักจะมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของธุรกิจนั้นอยู่ด้วย

2. เจ้าของธุรกิจและเงินลงทุนมักจะมาจากเจ้าของเพียงคนเดียวหรืออาจจะเป็นคนกลุ่มเล็กๆ ที่มาร่วมลงทุนกัน

3. พื้นที่ปฏิบัติการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นจะอยู่ในบริเวณท้องถิ่นต่างๆ ทั้งเจ้าของและคนทำงาน (ลูกจ้าง) ส่วนใหญ่ก็จะอาศัยอยู่ในชุมชนท้องถิ่นนั้น แต่ที่สำคัญการตลาดของผลิตภัณฑ์กลับเปิดกว้างออกไปทั่วประเทศหรือทั่วโลก

4. การกำหนดแบ่งขนาดธุรกิจไว้อย่างชัดเจน ดายตัว จึงจะเรียกว่าธุรกิจขนาดกลางหรือขนาดย่อม ซึ่งถ้าอยู่ในธุรกิจประเภทเดียวกันก็อาจจะพอเปรียบเทียบกันไปแต่กับธุรกิจนานาชาติแล้วขนาดย่อมของประเทศธุรกิจหนึ่งอาจจะกลายเป็นขนาดกลางในธุรกิจประเภทอื่นก็เป็นไปได้

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจ (2543, หน้า 14-15) ได้ให้ความหมายของขนาดของสินทรัพย์ถาวรในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมว่าเป็นสินทรัพย์ถาวรที่ไม่ใช่ขนาดของทุนจดทะเบียน เพื่อใช้เป็นบรรทัดฐานในการประเมินมูลค่าและกำหนดขนาดของกิจการที่จะมีส่วนสัมพันธ์กับระดับของการได้รับการสนับสนุนทั้งด้านเงินทุนและการให้คำปรึกษาเพื่อพัฒนาธุรกิจตามพระราชบัญญัติ ดังแสดงตาราง 2 ต่อไปนี้

ตาราง 2 แสดงเกณฑ์ขนาดของทรัพย์สินถาวรในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2543

ประเภทกิจการ	สินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท)	
	ขนาดกลาง	ขนาดย่อม
1. การผลิต	ไม่เกิน 200	ไม่เกิน 50
2. การค้า		
2.1 คำส่ง	ไม่เกิน 100	ไม่เกิน 50
2.2 คำปลีก	ไม่เกิน 60	ไม่เกิน 30
3. การบริการ	ไม่เกิน 200	ไม่เกิน 50

ที่มา (พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจ, 2543, หน้า 15)

วรนาถ แสงมณี (2544, หน้า 15) ได้ให้ความหมายของธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจเล็กๆ ที่ก่อตั้งโดยบุคคลคนเดียวหรือกลุ่มบุคคลไม่กี่คน มีสินทรัพย์ของกิจการค่อนข้างจำกัด และบริหารงานอย่างอิสระด้วยตัวเจ้าของเอง ซึ่งอาจมีลูกจ้างพนักงานจำนวนหนึ่งมาช่วยดำเนินงานบ้างเล็กน้อย

วิชัย โกลสุวรรณจินดา (2545, หน้า 1) ได้ให้ความหมายธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจที่มีลักษณะดังนี้

1. มีการบริหารอย่างอิสระและผู้บริหารมักเป็นเจ้าของกิจการเอง
2. เงินลงทุนที่นำมาทำธุรกิจเป็นเงินทุนส่วนตัวหรือได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มคนกลุ่มเล็ก ๆ
3. ขอบเขตการดำเนินการกระทำในพื้นที่ภายในท้องถิ่นเป็นส่วนมาก พนักงานและเจ้าของอาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกันแต่ตลาดของสินค้าและบริการไม่จำเป็นต้องอยู่ในท้องถิ่นนั้นก็ได้

4. ธุรกิจมีขนาดเล็กเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน ทั้งทางด้านจำนวนพนักงานเงินลงทุนทรัพย์สินและยอดขาย

วินิจ วีรยางกูร (2545, หน้า 2) ได้ให้ความหมายธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจที่เป็นอิสระมีเอกชนเป็นเจ้าของดำเนินการโดยเจ้าของเองไม่เป็นเครื่องมือของธุรกิจใดและไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคลอื่นหรือธุรกิจอื่น

เกศินี วิฑูรชาติ (2546, หน้า 4) ได้ให้ความหมายของธุรกิจขนาดย่อม 4 ข้อคือ

1. การบริหารงานอิสระ เจ้าของเป็นผู้บริหารเอง
2. บุคคลคนเดียวหรือกลุ่มเล็ก ๆ กลุ่มหนึ่งจัดหาเงินทุนและเป็นเจ้าของธุรกิจ
3. ขอบเขตการดำเนินงานอยู่ในท้องถิ่นเป็นส่วนมาก พนักงานและเจ้าของอาศัยในชุมชนเดียวกันแต่ตลาดของสินค้าหรือบริการไม่จำเป็นต้องอยู่ในท้องถิ่นนั้นก็ได้
4. ธุรกิจขนาดเล็กเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในธุรกิจประเภทเดียวกัน หลักเกณฑ์ที่ใช้วัดอาจจะเป็นจำนวนพนักงาน ยอดขายหรือทรัพย์สิน

กัตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2547, หน้า 1) ได้ให้ความหมายของธุรกิจขนาดย่อม นอกเหนือจากปัจจัยด้านจำนวนพนักงานและจำนวนเงินทุนแล้ว คณะกรรมการพัฒนาระดับเศรษฐกิจ (the committee for economic development หรือ CED) แห่งสหรัฐอเมริกา ได้ให้การจำกัดความลักษณะของธุรกิจขนาดย่อมว่า ธุรกิจขนาดย่อมจะต้องมีลักษณะอย่างน้อยที่สุด 2 ประการ จากลักษณะ 4 ประการ ดังต่อไปนี้

1. การบริหารงานเป็นไปอย่างอิสระ ส่วนใหญ่แล้วผู้ประกอบการหรือเจ้าของจะบริหารงานเอง
 2. เงินทุนในการดำเนินงานค่อนข้างจำกัด เพราะมาจากเงินทุนของผู้ประกอบการเองหรือเกิดจากการระดมทุนจากกลุ่มบุคคลเล็ก ๆ
 3. ขอบเขตการดำเนินงานของธุรกิจขนาดย่อมอยู่ในเขตพื้นที่ท้องถิ่นหนึ่งเท่านั้น
 4. ธุรกิจขนาดเล็กจะมีผลกระทบต่อธุรกิจอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ น้อยมาก
- เมตาเม็น และสก๊อต (Bateman, & Scott, 1999, p.51) ได้ให้ความหมายว่าถ้ามีจำนวนคนไม่เกิน 100 คน ให้ถือเป็นธุรกิจขนาดย่อม

สรุปได้ว่า ธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจเล็กๆ ที่ก่อตั้งโดยบุคคลคนเดียวหรือกลุ่มบุคคลไม่กี่คน มีสินทรัพย์ของกิจการค่อนข้างจำกัด และบริหารงานอย่างอิสระด้วยตัวเจ้าของเอง

2. รูปแบบของธุรกิจขนาดย่อม

สมชาย หิรัญกิตติ (2542, หน้า 26-30) ได้ให้ความหมายของรูปแบบของกิจการธุรกิจขนาดย่อมในการดำเนินงาน 3 รูปแบบดังนี้

1. กิจการเจ้าของคนเดียว (sole proprietorship) เป็นกิจการขนาดย่อมที่ดำเนินงานโดยบุคคลคนเดียวเป็นผู้รับผิดชอบงานทั้งหมด ผลตอบแทนที่ได้เป็นของเจ้าของ แต่ถ้าขาดทุนก็ขาดทุนเพียงผู้เดียว

2. กิจการประเภทห้างหุ้นส่วน (partnerships) จำแนกได้ 2 ลักษณะดังนี้

2.1 ห้างหุ้นส่วนสามัญ ห้างหุ้นส่วนสามัญนี้จัดตั้งไว้ง่ายเพียงแต่ผู้ดำเนินการตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปตกลงกันจะเป็นตัววาจาหรือลายลักษณ์อักษรก็ได้

2.2 ห้างหุ้นส่วนจำกัด ประกอบด้วย หุ้นส่วน 2 ประเภท คือ

2.2.1 หุ้นส่วนจะเป็นคนเดียวหรือหลายคนก็ได้ ที่จำกัดความรับผิดเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตกลงจะนำมาลงทุนในห้างหุ้นส่วน

2.2.2 หุ้นส่วนประเภทที่รับผิดในหนี้สินของห้างหุ้นส่วน โดยไม่จำกัดจำนวนจะมีกี่คนก็ได้ ซึ่งเรียกว่า หุ้นส่วนไม่จำกัดความรับผิด

2.3 กิจการประเภทบริษัทจำกัด (corporation) ธุรกิจขนาดย่อมที่จะจดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัทจำกัดต้องมีการแบ่งทุนเป็นหุ้นมีมูลค่าเท่าๆ กัน และผู้ถือหุ้นต่างรับผิดโดยจำกัดเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ยังใช้ไม่ครบมูลค่าหุ้นที่ถือ

ถาวร ศรีสุขะโต (2543, หน้า 70-80) ได้แบ่งรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจไว้ 3 แบบคือ

1. การประกอบการโดยเจ้าของคนเดียว หมายถึงธุรกิจที่บุคคลคนเดียวเป็นเจ้าของและดำเนินงาน เพื่อผลกำไรการประกอบการโดยเจ้าของคนเดียวเป็นรูปแบบความเป็นเจ้าของแบบธรรมดาที่สุด การประกอบการโดยเจ้าของคนเดียวมีประโยชน์ในกรณีต่อไปนี้

1.1 เงินทุนที่ต้องการมีจำนวนน้อย

1.2 การบริหารงานไม่ซับซ้อนและดำเนินงานโดยเจ้าของคนเดียวได้

1.3 ความสัมพันธ์ส่วนตัวระหว่างเจ้าของกับลูกค้าเป็นเรื่องสำคัญ

2. ห้างหุ้นส่วน หมายถึงการประกอบการที่มีบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปทำสัญญาร่วมกันและกระทำกิจกรรมเพื่อวัตถุประสงค์ในการแบ่งผลกำไรระหว่างกัน

3. ห้างหุ้นส่วนจำกัด หมายถึงห้างหุ้นส่วนที่ประกอบด้วยหุ้นส่วน 2 ประเภทดังนี้

3.1 หุ้นส่วนคนเดียวหรือหลายคนซึ่งจำกัดความรับผิดไม่เกินจำนวนเงินที่ตนรับจะลงทุนในห้างหุ้นส่วนนั้น (limited partner)

3.2 หุ้นส่วนคนเดียวหรือหลายคนซึ่งต้องรับผิดชอบร่วมกันในบรรดาหนี้สินของห้างหุ้นส่วน โดยไม่จำกัดจำนวนอีกประเภทหนึ่ง (unlimited partner)

วินิจฉัย วิจารณ์ (2545, หน้า 41) ได้แบ่งรูปแบบในการดำเนินธุรกิจได้ 3 แบบคือ

1. แบบเจ้าของคนเดียว (sole proprietorships) เป็นรูปแบบในการดำเนินธุรกิจที่นิยมกันมากที่สุดในประเทศไทย การดำเนินธุรกิจประเภทนี้เจ้าของคนเดียวเป็นผู้ที่รับผลกำไร รับผิดชอบต่อหนี้สิน รับผิดชอบต่อความเสี่ยงที่จะเกิดแก่ธุรกิจแต่เพียงผู้เดียว

2. แบบห้างหุ้นส่วน (partnerships) ผู้ประกอบการจะต้องลงทุนร่วมกับผู้อื่นในการดำเนินงานเพื่อแสวงหากำไร สัญญาจัดตั้งห้างหุ้นส่วนจะมีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการคือ

2.1 ต้องมีสัญญาระหว่างบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป

2.2 ตกกลงเข้ากัน

2.3 กระทำกิจกรรมร่วมกัน

2.4 ด้วยประสงค์จะแบ่งกำไรอันจะพึงได้แก่กิจการนั้น

3. แบบบริษัทจำกัด (corporations) ต้องมีการจดทะเบียนเสนอไป บริษัทจำกัดนั้น ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1095 ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า บริษัทประเภทซึ่งตั้งขึ้นด้วยแบ่งทุนเป็นหุ้นมีมูลค่าต่างกัน ผู้ถือหุ้นต้องรับผิดชอบจำกัดเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ส่งใช้ไม่ครบมูลค่าของหุ้นที่ถือ

วิชัย โสสุวรรณจินดา (2545, หน้า 52-59) ได้แบ่งรูปแบบของธุรกิจขนาดย่อม อาจทำได้ 3 รูปแบบ ดังต่อไปนี้

1. กิจการประเภทเจ้าของคนเดียว (sole proprietorship) เป็นแบบที่เจ้าของคนเดียวเป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมด

2. กิจการประเภทห้างหุ้นส่วน (partnerships) กิจการห้างหุ้นส่วนแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 ห้างหุ้นส่วนสามัญ เป็นกิจการที่มีผู้ร่วมดำเนินการตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยอาจตกลงด้วยวาจาหรือเป็นลายลักษณ์อักษรก็ได้ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะทำกิจการเพื่อแบ่งกำไรขาดทุนร่วมกัน

2.2 ห้างหุ้นส่วนจำกัด เป็นห้างหุ้นส่วนที่ต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล โดยมีหุ้นส่วน 2 ประเภท คือ ประเภทจำกัดความรับผิด และประเภทไม่จำกัดความรับผิด

3. กิจการประเภทบริษัทจำกัดเป็นธุรกิจขนาดย่อมที่มีการจดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัทจำกัด โดยมีการแบ่งทุนเป็นหุ้นมีมูลค่าเท่าๆ กัน และผู้ถือหุ้นต่างรับผิดชอบโดยไม่จำกัดเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ยังส่งใช้ไม่ครบมูลค่าหุ้นที่ถือ

ศิริอร ชันธหัตต์ (2547, หน้า 20-25) ได้แบ่งรูปแบบของกิจการได้ ดังนี้

1. กิจการเจ้าของคนเดียว (sole proprietorship) เป็นกิจการขนาดย่อมที่ดำเนินงานโดยบุคคลคนเดียวเป็นผู้รับผิดชอบงานทั้งหมด โดยไม่ได้จดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดและเป็นบริษัทจำกัด

2. กิจการประเภทห้างหุ้นส่วน (partnership) เป็นกิจการประเภทห้างหุ้นส่วนจำแนกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

2.1 ห้างหุ้นส่วนสามัญ ผู้ดำเนินการตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ตกลงด้วยวาจาหรือลายลักษณ์อักษรในการลงทุนร่วมกันดำเนินกิจการ โดยมีวัตถุประสงค์จะแบ่งกำไรและขาดทุนที่เกิดจากกิจการนั้นๆ ผู้เป็นหุ้นส่วนจะมีกี่คนก็ได้ แต่ต้องมีอย่างน้อย 2 คน และหุ้นส่วนทั้งหมดจะต้องมีสัญชาติไทย ทั้งนี้สามารถจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลได้เรียกว่าห้างหุ้นส่วนสามัญจดทะเบียนถือเป็นบุคคลตามกฎหมายมีสิทธิดำเนินการได้ตามกฎหมาย

2.2 ห้างหุ้นส่วนจำกัด เกิดจากการจดทะเบียน ประกอบด้วย 2 หุ้นส่วน คือ

2.2.1 หุ้นส่วนจะเป็นคนเดียวหรือหลายคนก็ได้ที่จำกัดความรับผิดชอบเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตกลงนำมาลงทุนให้ห้างหุ้นส่วน นอกเหนือจากนี้ไม่ต้องรับผิดชอบหุ้นส่วนประเภทนี้ เรียกว่า หุ้นส่วนจำกัดความรับผิดชอบ ซึ่งจะลงทุนด้วยแรงงานในการประกอบกิจการไม่ได้

2.2.2 หุ้นส่วนประเภทที่รับผิดชอบในหนี้สินของห้างหุ้นส่วน โดยไม่จำกัดจำนวนจะมีกี่คนก็ได้ ซึ่งจะเรียกว่าหุ้นส่วนไม่จำกัดความรับผิดชอบ

สรุปได้ว่า รูปแบบของธุรกิจขนาดย่อม หมายถึงการจัดตั้งรูปแบบขององค์กรขึ้นไม่ว่าจะเป็นองค์กรที่ดำเนินงานโดยบุคคลคนเดียวหรือกลุ่มคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปร่วมกันบริหารกิจการ ซึ่งสามารถจัดตั้งได้หลายรูปแบบผู้ประกอบการจะต้องทำการจดทะเบียนจัดตั้งและดำเนินงานภายใต้การควบคุมดูแล ซึ่งได้มีการออกกฎหมายควบคุมดูแลและคุ้มครองสิทธิต่างๆ องค์กรธุรกิจมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับของกฎหมาย เช่น การเสียภาษี การจัดทำบัญชีการเงิน

3. ประเภทของธุรกิจขนาดย่อม

สุสดี รุมาคม (2540, หน้า 7-9) ได้แบ่งประเภทของธุรกิจขนาดย่อม มีอยู่ในภาคเอกชนทุกภาคระบบเศรษฐกิจ แบ่งออกได้ 3 ประเภท โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ธุรกิจการผลิต ธุรกิจการผลิตเป็นธุรกิจที่ได้รับวัตถุดิบในลักษณะหนึ่งหลักจากการแปรสภาพวัตถุดิบเหล่านั้นแล้ว ธุรกิจจะจำหน่ายเป็นสินค้าในลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไป แม้ว่าธุรกิจขนาดใหญ่ครอบครองการผลิต และมีประสิทธิภาพมากที่สุด ในอุตสาหกรรมแต่ต้องการเงินลงทุนมาก

2. ธุรกิจการจำหน่าย ธุรกิจขนาดย่อมครอบครองการค้าส่ง คือ พ่อค้าส่งคนกลาง ที่อยู่ในช่องทางการจำหน่ายสินค้าร้านค้าปลีก เป็นองค์กรธุรกิจที่มีเป็นจำนวน

มากกว่าองค์การธุรกิจประเภทอื่นๆ การเติบโตของการค้าส่งยังไม่ทันกับการเพิ่มขึ้นของประชาชนเช่นเดียวกับภาคการผลิตของระบบเศรษฐกิจ

3. ธุรกิจให้บริการ คือ สินค้าทางเศรษฐกิจที่จับต้องไม่ได้ ไม่สามารถเอากลับคืนได้ มูลค่าบริการไม่ได้ขึ้นอยู่กับวัตถุ สิ่งของการให้บริการ

ตำราศักดิ์ ชัยสนิท และสุณี เลิศแสงวงกิจ (2541, หน้า 4-5) ได้แบ่งประเภทของธุรกิจขนาดย่อม สามารถแบ่งธุรกิจขนาดย่อม ออกเป็น 4 ประเภทดังนี้

1. ธุรกิจการผลิตหรืออุตสาหกรรม (manufacturing) ซึ่งผลผลิตของธุรกิจประเภทนี้ มักจะเป็นสินค้าอุปโภคหรือสินค้าของผู้ผลิตแล้วแต่กรณีผลผลิตจะนำออกขายโดยตรงแก่ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีกและผู้อุปโภคบริโภคโดยตรง

2. ธุรกิจค้าส่ง (wholesaling) ผู้ค้าส่งนับเป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตกับผู้ค้าปลีก ซึ่งตามปกติก็มักจะรับซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหลายราย

3. ธุรกิจการค้าปลีก (retailing) ผู้ค้าปลีกจะซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้ค้าส่งและนำออกมาขายให้แก่ผู้อุปโภคบริโภคโดยตรง

4. ธุรกิจบริการ (business services) เป็นธุรกิจที่เสนอบริการต่างๆ แก่ผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีกและผู้อุปโภคบริโภค

ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์ (2542, หน้า 12-15) ได้แบ่งประเภทของธุรกิจขนาดย่อม ได้เป็น 5 ประเภท โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ธุรกิจการผลิต (manufacturing) เป็นธุรกิจที่เปลี่ยนรูปวัตถุดิบให้เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปด้วยกระบวนการผลิต จำเป็นต้องใช้วัตถุดิบในการแปรรูปให้เป็นสินค้าเพื่อการอุตสาหกรรม และสินค้าอุปโภคบริโภค ทั้งที่ใช้เครื่องจักรในการแปรรูปหรือใช้แรงงาน และมีมือในการแปรรูป เช่น โรงงาน ร้านอาหารพร้อมปรุง การทำหัตถกรรม เป็นต้น

2. ธุรกิจเหมืองแร่ (mining) เป็นธุรกิจเกี่ยวกับขุดหาทรัพยากรธรรมชาติแหล่งแร่ วัตถุดิบจากพื้นดินทั้งที่เป็นโลหะหรือโลหะทุกชนิด ทุกประเภท

3. ธุรกิจค้าส่ง (wholesaling) หมายถึง ธุรกิจที่ตรงกลางดำเนินการโดยขายสินค้าต่อให้คนกลาง ผู้ใช้ในอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรมเป็นจำนวนครั้งละมากๆ แต่ไม่ขายให้ผู้บริโภคคนสุดท้ายหรือเป็นการจัดจำหน่ายสินค้า ทั้งสินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าอุตสาหกรรมในปริมาณครั้งละมากๆ เช่น การค้าส่งอะไหล่ เครื่องนุ่งห่ม เวชภัณฑ์ เป็นต้น

4. ธุรกิจค้าปลีก (retail) หมายถึง ธุรกิจซึ่งขายสินค้าจำนวนเล็กน้อยแก่ผู้บริโภคคนสุดท้ายโดยตรง และจะเป็นคนกลางระหว่างผู้ค้าส่งหรือผู้ผลิตกับผู้บริโภคคนสุดท้ายและกิจกรรมทั้งสิ้นที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการขายสินค้า หรือบริการให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย

5. ธุรกิจบริการ (service) หมายถึง กิจการที่จำหน่ายสินค้าในรูปบริการให้แก่ผู้บริโภคหรือผู้ผลิต ธุรกิจบริการส่วนใหญ่ไม่มีตัวตน มักถูกบริโภคในขณะเดียวกับที่ผลิตขึ้นมา

เป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ถูกใช้แล้วก็หมดไป มักเป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับการศึกษา, การคมนาคมขนส่ง, การติดต่อสื่อสารและการบริการข้อมูล, ความบันเทิง, กีฬา, การเงิน ฯลฯ

วินิจ วีรยางกูร (2545, หน้า 4) ได้แบ่งประเภทธุรกิจขนาดย่อม ได้เป็น 4 ประเภทคือ

1. ธุรกิจการผลิตหรืออุตสาหกรรม (manufacturing) ซึ่งผลผลิตของธุรกิจประเภทนี้มักจะเป็นสินค้าอุปโภคหรือสินค้าของผู้ผลิตแล้วแต่กรณีผลผลิตจะนำออกขายโดยตรงแก่ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีกและผู้อุปโภคบริโภคโดยตรง
2. ธุรกิจค้าส่ง (wholesaling) ผู้ค้าส่งนับเป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตกับผู้ค้าปลีกซึ่งตามปกติก็มักจะรับซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหลายราย
3. ธุรกิจการค้าปลีก (retailing) ผู้ค้าปลีกจะซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้ค้าส่งและนำออกมาขายให้แก่ผู้อุปโภคบริโภคโดยตรง
4. ธุรกิจบริการ (business services) เป็นธุรกิจที่เสนอบริการต่างๆ แก่ผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีกและผู้อุปโภคบริโภค เช่น ธุรกิจประเภทสำนักงานทนายความ สำนักงานตรวจสอบบัญชี สำนักงานวิจัยธุรกิจ บริการรถเช่าและอื่นๆ

กตัญญู ทิรัญญสมบูรณ์ (2547, หน้า 4) ได้แบ่งประเภทของธุรกิจขนาดย่อมได้ 3 ประเภท ดังนี้

1. ธุรกิจการผลิต เป็นธุรกิจที่นำเอาวัตถุดิบ ชิ้นส่วน อะไหล่และปัจจัยนำเข้าต่างๆ มาผ่านกระบวนการแปรรูปจนกลายเป็นสินค้าสำเร็จรูป เพื่อนำไปจำหน่ายต่อไป ลักษณะการประกอบการของธุรกิจการผลิตที่เป็นธุรกิจขนาดย่อมจะเป็นโรงงานขนาดเล็ก เช่น โรงงานผลิตขนมโมจิ โรงงานทำทุเรียนกวน โรงงานทอผ้าพื้นเมือง ฯลฯ ซึ่งแม้จะไม่มีฐานะมั่นคงไม่มีการใช้เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าหรือไม่มีการผลิตในปริมาณที่สูงเช่นเดียวกับธุรกิจขนาดใหญ่ แต่ก็สามารถดำรงกิจการอยู่ได้ด้วยการตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าประจำหรือเจาะตลาดในกลุ่มลูกค้าเฉพาะ (niche market) และจะสามารถประหยัดต้นทุนบางอย่างได้ เช่น การใช้แรงงานผู้ประกอบการและครอบครัวในการดำเนินงาน นอกจากนี้ธุรกิจการผลิตขนาดย่อมยังเป็นแหล่งวัตถุดิบและส่วนประกอบให้แก่ธุรกิจขนาดใหญ่ โดยที่ธุรกิจขนาดใหญ่แต่ละแห่งจะสั่งซื้อปัจจัยนำเข้าจากธุรกิจขนาดย่อมหลายประเภทแตกต่างกันไป เมื่อธุรกิจขนาดใหญ่มีความเจริญเติบโตขึ้น ย่อมสร้างโอกาสทางธุรกิจที่ดีแก่ธุรกิจการผลิตขนาดย่อมด้วยเช่นกัน

2. ธุรกิจการจำหน่าย เป็นธุรกิจที่ทำหน้าที่ของคนกลางที่อยู่ในช่องทางจำหน่าย ทั้งที่เป็นการค้าส่งและการค้าปลีก เช่น ร้านขายของชำ ร้านขายหนังสือ ร้านขายเครื่องใช้ในครัวเรือน ร้านขายเสื้อผ้า และร้านค้าส่งข้าวสารอาหารแห้งในตลาดประจำจังหวัด ธุรกิจขนาดย่อมจำนวนมากเป็นธุรกิจการจำหน่าย โดยเฉพาะในท้องถิ่นที่อยู่ห่างไกลจากผู้ผลิตสินค้ามากๆ ร้านค้าส่งและค้าปลีกเหล่านี้จะเป็นผู้นำเอาสินค้าจากผู้ผลิตส่งให้ถึงผู้บริโภค

อย่างทั่วถึงทุกท้องถิ่นทุกภูมิภาค โดยอาศัยความชำนาญในพื้นที่ภูมิประเทศหรือสายสัมพันธ์กับบุคคลในถิ่นเดียวกัน ซึ่งช่วยให้ธุรกิจขนาดใหญ่ได้ขยายตลาดอย่างกว้างขวาง โดยไม่ต้องลงทุนสร้างสำนักงานขายของผู้ประกอบการ

3. ธุรกิจให้บริการ เป็นธุรกิจที่ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าด้วยบริการที่ไม่มีตัวตนทางกายภาพ ธุรกิจขนาดย่อมที่เป็นธุรกิจให้บริการมีอยู่มากมายหลากหลายชนิด เพราะเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่มากแต่ต้องอาศัยแรงงาน และมีมือของบุคลากร เช่น ร้านซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า ร้านตัดเสื้อผ้า ร้านตัดผม ร้านซักกรีด สำนักงานบัญชีและกฎหมาย ร้านทันตแพทย์ คลินิกรักษาโรค สำนักจัดหางาน บริษัทย้อมและพนักงานทำความสะอาด สถานพยาบาลคนชราและดูแลเด็กเล็ก ฯลฯ ธุรกิจให้บริการเฉพาะทางที่ต้องอาศัยความสามารถเฉพาะบุคคลของพนักงานจะขยายตัวได้ยากและมีผลผลิตค่อนข้างต่ำ นอกจากนั้นธุรกิจให้บริการเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดของช่างฝีมือเฉพาะอาชีพที่จะเปลี่ยนตนเองมาสู่ความต้องการบริการที่เพิ่มขึ้นจะผลักดันให้เกิดการก่อตั้งธุรกิจบริการแห่งใหม่ ซึ่งจะก่อให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ด้วย และปรากฏว่าในปัจจุบันธุรกิจบริการมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างรวดเร็วกว่าธุรกิจประเภทอื่น

สรุปได้ว่า ประเภทของธุรกิจขนาดย่อมมีอยู่หลายประเภทที่สำคัญและเกี่ยวกับธุรกิจการผลิต ธุรกิจการให้บริการ ธุรกิจการจำหน่ายและธุรกิจอื่นๆ ที่สำคัญ เพราะประเภทของธุรกิจขนาดย่อมจะเป็นธุรกิจที่มีการแปรรูป และให้ความสำคัญของการบริการ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่เข้ามารับการบริการให้เกิดความภาคภูมิใจของธุรกิจ

4. ประโยชน์ของธุรกิจขนาดย่อม

ชาญชัย อาจินสมาจาร (2541, หน้า 16) ได้ให้ความหมายของประโยชน์ธุรกิจขนาดย่อมในประเทศที่พัฒนาแล้วและกำลังพัฒนา ธุรกิจขนาดย่อมถือเป็นกระดูกสันหลังของเศรษฐกิจของประเทศ มีบทบาทที่สำคัญในการทำประโยชน์แก่ผลผลิตของประเทศ ตลอดจนการก่อให้เกิดการจ้างงานแก่ประชาชน

สมชาย หิรัญกิตติ (2542, หน้า 11 - 12) ได้ให้ความหมายของประโยชน์ของธุรกิจขนาดย่อมว่าเป็นเสมือนส่วนหนึ่งของธุรกิจชุมชน จะเป็นส่วนช่วยด้านสวัสดิการทางเศรษฐกิจของประชาชน เพราะมีการผลิตจำนวนมากถึง 50 เปอร์เซ็นต์ ของสินค้าและบริการทั้งหมด ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจของธุรกิจขนาดย่อมจะเหมือนธุรกิจขนาดใหญ่ คือสร้างรายได้ให้กับชุมชนและประเทศ ช่วยจัดการงานใหม่ นำเสนอนวัตกรรม กระตุ้นการแข่งขัน ช่วยเหลือธุรกิจขนาดใหญ่ ตลอดจนผลิตสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การสร้างงานใหม่ (providing new job) ธุรกิจขนาดย่อมจะเป็นธุรกิจที่สร้างงานใหม่ๆ จึงถือได้ว่าเป็นโอกาสสำหรับตลาดแรงงานมีการเพิ่มงานอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจขนาดย่อมสามารถสร้างงานได้ในลักษณะ 2 ลักษณะ คือ การลงทุนในธุรกิจใหม่ๆ การขยายธุรกิจเดิม

2. การสร้างนวัตกรรม (Introducing innovation) งานประดิษฐ์ใหม่ๆ มักเกิดจากห้องทดลองในธุรกิจขนาดย่อม

3. การกระตุ้นการแข่งขันทางเศรษฐกิจ (stimulating economic competition) ธุรกิจขนาดย่อมทำให้เกิดแข่งขันทางด้านราคา และสร้างตัวเลือกที่หลากหลายให้ผู้บริโภค

4. ช่วยเหลือธุรกิจขนาดใหญ่ให้ผลิตสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น (aiding big business) หน้าที่บางประการของธุรกิจขนาดย่อมสามารถทำได้ดีกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ทั้งในด้านการจัดจำหน่าย การขาย ปัจจัยการผลิตและด้านการบริการ

5. การผลิตสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพ (producing good and service efficiently) ธุรกิจขนาดย่อมช่วยเสริมจุดด้อยของธุรกิจขนาดใหญ่

วิชัย โสสุวรรณจินดา (2545, หน้า 4 – 5) ได้ให้ความหมายของประโยชน์ของธุรกิจขนาดย่อมว่าแม้จะมีขนาดเล็กแต่ก็มีจำนวนมากและกระจายไปทั่วประเทศ จึงมีบทบาทสำคัญต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศดังต่อไปนี้

1. การสร้างงานใหม่ ธุรกิจขนาดย่อมเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นได้ง่าย จึงมีส่วนสนับสนุนผู้ที่ต้องการเริ่มธุรกิจของตัวเอง โดยเฉพาะเมื่อเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจคนที่ต้องว่างงานมักจะหันมาเริ่มต้นธุรกิจขนาดย่อมได้ง่าย และธุรกิจขนาดย่อมเองในไม่ช้าก็อาจเติบโตเป็นธุรกิจขนาดกลางหรือธุรกิจขนาดใหญ่ต่อไปได้

2. การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ นักประดิษฐ์คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มักเริ่มต้นการผลิตและการขายด้วยธุรกิจขนาดย่อมก่อนที่จะขยายกิจการออกไปเมื่อผลิตภัณฑ์นั้นได้รับการยอมรับตัวอย่างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ผลิตโดยธุรกิจขนาดย่อม ได้แก่ ยาแก้โรคเบาหวาน ยาเพนนิซิลิน หลอดสูญญากาศ การอัดรูป เครื่องบินเจ็ต เฮลิคอปเตอร์ ฟิล์มถ่ายรูปสี และปากกาลูกลื่น เป็นต้น

3. การเพิ่มการแข่งขัน การที่มีธุรกิจขนาดย่อมเข้ามาในตลาด ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ธุรกิจขนาดย่อมจึงมีส่วนเพิ่มระดับการแข่งขันในทางเศรษฐกิจ

4. การสนับสนุนธุรกิจขนาดใหญ่ในการผลิตสินค้าและบริการ โดยธุรกิจขนาดย่อมจะมีส่วนช่วยเหลือและสนับสนุนธุรกิจขนาดใหญ่ในด้านต่างๆ

5. การเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าและบริการโดยเฉพาะในกิจการที่ต้องการความประณีตและใช้ฝีมือธุรกิจขนาดย่อมจะทำได้ดีกว่าและถือเป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนาความสามารถในการประกอบการด้วย

6. การกระจายการพัฒนาประเทศธุรกิจขนาดย่อมมักจะมีการจัดตั้งกระจายกันไปตามชุมชนต่างๆ จึงมีบทบาทในการส่งเสริมการกระจายความเจริญเติบโตของท้องถิ่น ทั้งยังนำไปสู่การผลิตสินค้าพื้นบ้านหรือสินค้าประเภทหัตถกรรมของชุมชนได้ด้วย

7. เพิ่มการระดมทุน ธุรกิจขนาดย่อมเป็นการรวบรวมเงินทุนทั้งที่เป็นผู้ประกอบการและญาติมิตรมาก่อนให้เกิดประโยชน์ในทางธุรกิจ จึงเป็นจุดเริ่มในการระดมทุนและเพิ่มความสามารถในการผลิตของประเทศด้วย

กัตัญญ หิริญญสมบุรณ (2547, หน้า 5) ได้ให้ความหมายของประโยชน์ธุรกิจขนาดย่อม ดังต่อไปนี้

1. ธุรกิจขนาดย่อมเพิ่มการว่าจ้างแรงงานในระบบเศรษฐกิจ โดยช่วยสร้างงานใหม่ให้พนักงานตามกลยุทธการเข้าสู่ธุรกิจแบบเลือกตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ซึ่งจะต้องใช้ความชำนาญและทักษะผสมผสานกันในลักษณะที่แตกต่างจากการทำงานให้ธุรกิจขนาดใหญ่

2. เป็นแหล่งที่มาของประดิษฐ์กรรมใหม่ของตลาดจำนวนมากถึงแม้ว่าธุรกิจขนาดย่อมไม่มีการใช้เทคโนโลยีในระดับสูงหรือห้องปฏิบัติการวิจัยและพัฒนาราคาแพง แต่ด้วยความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการและความร่วมมือของพนักงานก็อาจสร้างงานที่เป็นนวัตกรรมได้นวัตกรรมใหม่หลายอันบังเกิดขึ้นจากธุรกิจขนาดย่อม เช่น รถสามล้อเครื่องหรือเรือหางยาว เป็นต้น

3. ส่งเสริมการแข่งขันเสรี กระตุ้นให้เกิดการแข่งขันระหว่างผู้ผลิต ซึ่งทำให้ผู้บริโภคได้ประโยชน์มากที่สุด เพราะการที่ระบบเศรษฐกิจประกอบด้วยธุรกิจขนาดใหญ่เพียงไม่กี่รายจะนำไปสู่การผูกขาดทางการค้า ซึ่งไม่เป็นผลดีแก่ผู้บริโภคและสังคมส่วนรวม นอกจากนั้นธุรกิจขนาดย่อมยังสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่หลากหลาย ทั้งด้านคุณภาพและราคา ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกและความต้องการที่แตกต่างกันของคนทุกกลุ่มได้รับการตอบสนองโดยทั่วถึง

4. ธุรกิจขนาดย่อมมักมีความสัมพันธ์ในเชิงสนับสนุนการดำเนินการของธุรกิจขนาดใหญ่ด้านกระจายสินค้า การป้องกันอุบัติเหตุและการบริการ โดยอยู่ในวงจรของธุรกิจขนาดใหญ่ ลักษณะพึ่งพาอาศัยกัน เช่น ร้านค้าปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้า (dealer) เป็นตัวแทนจำหน่ายช่วยบริษัทใหญ่ที่ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าขยายตลาดสู่แต่ละพื้นที่

5. ช่วยพัฒนาศักยภาพในด้านสติปัญญาและความมานะพยายามของบุคคลทั้งตัวผู้ประกอบการและพนักงานที่จะต่อสู้ให้ได้มาซึ่งความสำเร็จของธุรกิจ เพราะการประกอบธุรกิจขนาดย่อมมีเงินทุนน้อย บุคลากรที่ทำงานก็มีจำนวนจำกัด อิทธิพลในตลาดก็มีน้อย การประสบความสำเร็จในธุรกิจขนาดย่อมจึงไม่ใช่เรื่องบังเอิญแต่เกิดขึ้นจากความสามารถที่แท้จริงของทรัพยากรบุคคลของประเทศชาติเป็นสำคัญ

6. ช่วยกระจายรายได้และความรู้ความชำนาญให้แก่ประชาชนกลุ่มใหญ่ของประเทศไปถึงชุมชนและท้องถิ่นต่างๆ อย่างทั่วถึง ซึ่งเท่ากับช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแก่ประเทศชาติด้วย

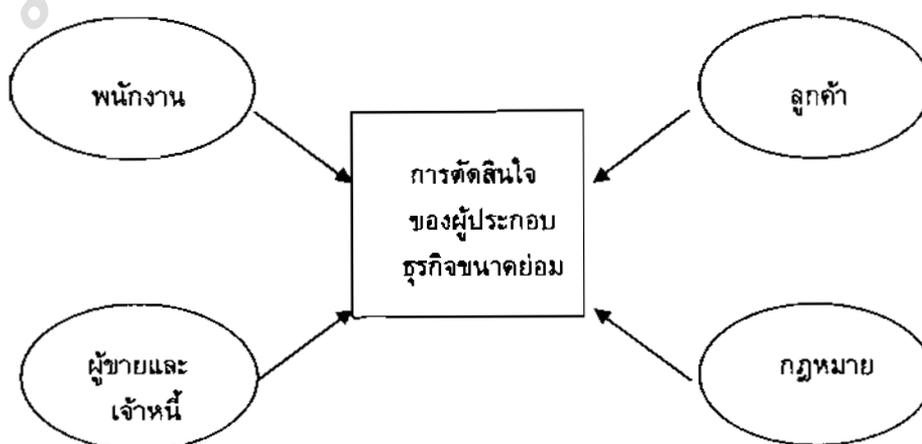
สรุปได้ว่า ประโยชน์ของธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจขนาดย่อมเป็นธุรกิจแบบเลือกตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะต้องใช้ความชำนาญและทักษะผสมผสานกันในลักษณะที่แตกต่างจากการทำงานทั่วไปและธุรกิจขนาดย่อมมีเทคโนโลยีในระดับปานกลาง แต่ด้วยความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการและความร่วมมือของพนักงานก็อาจสร้างงานที่เป็นนวัตกรรมใหม่ที่เกิดขึ้นจากธุรกิจขนาดย่อม

5. ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อม

มุสตี รุมาคม (2540, หน้า 15 – 22) ได้ให้ความหมายของการที่บุคคลบางคนตัดสินใจเลือกประกอบธุรกิจขนาดย่อมนั้นจะต้องมีมูลเหตุจูงใจบางประการ ซึ่งทำให้บุคคลเหล่านั้นต้องการประกอบธุรกิจของตนเองมากกว่าการรับจ้างทำงานให้ผู้อื่น ธุรกิจขนาดย่อมมีข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของการประกอบธุรกิจขนาดย่อม ประกอบด้วย

1. ข้อได้เปรียบของธุรกิจขนาดย่อม ดังนี้

1.1 ความเป็นอิสระ การประกอบธุรกิจของตนเองนั้นมีความเป็นอิสระเจ้าของธุรกิจสามารถกระทำสิ่งที่คิดว่าดีที่สุดเมื่อเผชิญกับปัญหาทางธุรกิจ เจ้าของธุรกิจจะตอบคำถามเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ได้ทำไป เจ้าของธุรกิจขนาดย่อมไม่ได้มีอิสระที่กระทำอะไรได้ตามใจชอบเสมอ เพราะจะต้องปฏิบัติตามความต้องการของบุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคมด้วย เช่น การทำให้ลูกค้าพอใจ การปฏิบัติตามเงื่อนไขของเจ้าหน้าที่และผู้จำหน่ายสินค้า การพิจารณาความรู้สึกและความคิดเห็นของพนักงานและการเคารพกฎหมายที่กระทบต่อธุรกิจ ผู้ประกอบธุรกิจขนาดย่อมถูกกระทบจากปัจจัยต่างๆ เช่นเดียวกับธุรกิจอื่นๆ ดังภาพ 5 ดังนี้



ภาพ 5 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจของผู้ประกอบขนาดย่อม
ที่มา (มุสตี รุมาคม, 2540, หน้า 15)

1.2 การตัดสินใจ เจ้าของธุรกิจขนาดย่อมเป็นผู้ตัดสินใจทุกเรื่องที่มีผลกระทบต่อธุรกิจของผู้ประกอบการในขณะที่ผู้บริหารของบริษัทขนาดใหญ่จะต้องเสนอเรื่องต่างๆ ให้ผู้บริหารของบริษัทขนาดเล็กสามารถตัดสินใจอย่างตรงจุด ซึ่งการกระทำเช่นนี้เป็นข้อได้เปรียบที่สำคัญเป็นพิเศษ ในกรณีที่ผู้บริหารจะต้องตัดสินใจอย่างรวดเร็ว

1.3 กำไรเปรียบเสมือนเงินเดือน สิ่งจูงใจที่สำคัญอย่างหนึ่งของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมการเป็นนายและทำงานเพื่อตัวผู้ประกอบการ ดังนั้น กำไรที่ได้รับจากการดำเนินงานของธุรกิจจึงเปรียบเสมือนรางวัลอย่างหนึ่งของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ ธุรกิจขนาดย่อมบางแห่งสามารถทำกำไรได้มากที่สุด เพราะว่ากำไรจะเป็นเงินทุนแก่เจ้าของผู้ประกอบการซึ่งช่วยให้ครอบครัวมีความสุขความสบายเป็นอยู่ที่ดี

1.4 ความคล่องตัวและความไม่เป็นทางการ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมมีความคล่องตัวมากกว่าการเป็นพนักงานของบริษัทขนาดใหญ่ เช่น เวลาทำงานของพนักงานอาจจะยืดหยุ่นได้มากกว่าการทำงานในบริษัทใหญ่

1.5 สายการติดต่อสื่อสารสั้นธุรกิจขนาดย่อมมักจะมีระดับการบริหารเพียงระดับเดียว ดังนั้นการติดต่อแบบเผชิญหน้าโดยตรงระหว่างผู้บริหารกับพนักงานในการออกคำสั่งหรือการอภิปรายปัญหาที่สัมพันธ์กับธุรกิจจึงมีทางเป็นไปได้ ความสัมพันธ์ของการติดต่อสื่อสารแบบหนึ่งต่อหนึ่งช่วยลดหรือกำจัดปัญหาด้านการติดต่อสื่อสารเป็นจำนวนมากที่บริษัทขนาดใหญ่ประสบอยู่ได้เป็นอย่างมาก

1.6 การติดต่อที่ใกล้ชิดกับพนักงานและลูกค้า เจ้าของธุรกิจขนาดย่อมมีโอกาสที่จะสร้างสรรค์และรักษาความสัมพันธ์ในการทำงานที่สามัคคีกลมเกลียวกับพนักงาน เนื่องจากธุรกิจมักจะมีระดับการบริหารเพียงระดับเดียว การปฏิบัติต่อกันโดยตรงระหว่างผู้บริหารและพนักงานสามารถเป็นไปได้และโดยความสัมพันธ์นี้ เจ้าของธุรกิจขนาดย่อมมีโอกาสที่จะเข้าใจความจำเป็นและความต้องการของพนักงานได้มากขึ้น

1.7 การเข้าไปประกอบธุรกิจได้ง่าย ลักษณะที่ดึงดูดอย่างหนึ่งของ การดำเนินธุรกิจขนาดย่อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประกอบการโดยเจ้าของคนเดียว คือ การที่บุคคลคนหนึ่งสามารถเข้าไปประกอบธุรกิจได้ง่าย สิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการในการประกอบธุรกิจ คือ ท่าเลที่ตั้งใบอนุญาตประกอบกิจการและเงินทุนจำนวนหนึ่งการเข้าไปประกอบธุรกิจขนาดย่อมโดยทั่วไปจะไม่มีข้อจำกัดอื่นใดเลย

1.8 ประกอบการอยู่ในตลาดขนาดเล็กได้ ธุรกิจขนาดย่อมสามารถประกอบกิจการอยู่ในตลาดเล็ก เช่น ตลาดในท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง ซึ่งบริษัทขนาดใหญ่ไม่สามารถทำได้ เพราะว่าต้องมีการขายสินค้าในปริมาณมากในตลาดขนาดใหญ่ และธุรกิจขนาดย่อมสามารถผูกขาดตลาดที่มีอยู่ได้ โดยใช้ความสัมพันธ์เป็นการส่วนตัวกับลูกค้า ซึ่งช่วยให้ทราบความต้องการของท้องถิ่นนั้นเป็นอย่างดี

1.9 ความยืดหยุ่นด้านการผลิต การตลาดและการให้บริการผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม หากตัดสินใจกระทำสิ่งใดแล้วอาจจะเปลี่ยนแปลงได้ง่ายกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ และสามารถแนะนำสินค้าหรือบริการใหม่ๆ ออกสู่ตลาดได้ดีกว่า เพราะที่ใช้เงินทุนแต่เพียงเล็กน้อย จึงสามารถเสี่ยงกับความล้มเหลวได้มากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งใช้เงินทุนเป็นจำนวนมาก

2. ข้อเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อมคือ

2.1 การจัดหาเงินทุน ธุรกิจขนาดย่อมมีความเสี่ยงภัยจากการสูญเสียเงินทุน ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมเป็นจำนวนมากรู้สึกว่าการจัดหาเงินทุนจะประสบผลสำเร็จได้ ถ้าหากมีการจัดหาเงินทุนที่เพียงพอ แต่เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมมีโอกาสของความอยู่รอดน้อยกว่า ดังนั้น โอกาสของการได้รับเงินทุนและสินเชื่อจึงมีน้อยกว่าธุรกิจขนาดใหญ่

2.2 การขาดความสามารถและความลึกซึ้งทางการบริการ เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่จัดตั้งโดยบุคคลก็ได้ที่มีเงินทุนเริ่มแรก ดังนั้น ธุรกิจขนาดย่อมจึงมีความเป็นเจ้าของและดำเนินงานโดยบุคคลที่ขาดการศึกษา การฝึกอบรมและบุคลิกภาพที่จำเป็นซึ่งเป็นที่ต้องการเพื่อความสำเร็จของธุรกิจ

2.3 ความยากลำบากในการได้และรักษาตัวบุคคลเป็นจำนวนมาก พอใจที่จะทำงานในธุรกิจขนาดใหญ่ที่เสนอค่าจ้างให้สูงกว่า มีผลประโยชน์พิเศษอย่างอื่นมากกว่าและมีความมั่นคงในการทำงานมากกว่า ดังนั้น ธุรกิจขนาดย่อมจึงมีจุดอ่อนที่ไม่สามารถรักษาพนักงานที่มีความสามารถไว้ได้

2.4 ปัญหาส่วนตัวอื่นๆ ร้านขายของชำเล็กๆ สามารถแข่งขันกับร้านซูเปอร์มาร์เก็ตได้ โดยการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าโทรศัพท์และจัดส่งสินค้าไปให้หรือโดยการตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการซื้อมากกว่า แต่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมต้องประสบกับความยากลำบากในการได้รับความช่วยเหลือและการจัดหาเงินทุนให้เพียงพอ ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องใช้ความพยายามเป็นอย่างมากและมีความวิตกกังวลอยู่ตลอดเวลา

2.5 การจำกัดตัวเองและชั่วโมงการทำงานที่ยาวนาน

2.6 ธุรกิจขนาดย่อมขาดเงินทุนในการทำวิจัยทางธุรกิจด้านต่าง ๆ

2.7 ธุรกิจขนาดย่อมมีความเสี่ยงและต้นทุนการผลิตต่อหน่วยสูงกว่าธุรกิจขนาดใหญ่

ตำราศักดิ์ ชัยสนิท และสุณี เลิศแสงกิจ (2541, หน้า 11) ได้ให้ความหมายของข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อม ดังนี้

1. ข้อได้เปรียบเทียบของธุรกิจขนาดย่อม

1.1 มีความเป็นอิสระ

1.2 เจ้าของหรือผู้จัดการเป็นผู้ตัดสินใจทุกเรื่อง

1.3 กำไรเป็นสิ่งจูงใจที่ดีและเปรียบเสมือนเงินเดือน

1.4 มีความคล่องตัวในการดำเนินการมากกว่าและมีความไม่เป็นทางการ

1.5 สายการติดต่อสื่อสารสั้น
 1.6 ความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับลูกค้าและเจ้าของเป็นอย่างดีใกล้ชิดและเป็นกันเอง

1.7 การเริ่มประกอบธุรกิจทำได้ง่าย

1.8 สามารถประกอบการอยู่ในตลาดขนาดเล็กได้

2. ข้อเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อม ดังนี้

2.1 มีโอกาสได้รับเงินทุนและสินเชื่อต่ำกว่า

2.2 ขาดความสามารถและความลึกซึ้งในการบริหาร

2.3 ความยากลำบากในการได้มาและการรักษาด้านบุคคล

2.4 ประสบความยากลำบากในการขอความช่วยเหลือด้านต่าง ๆ เจ้าของจะต้องใช้ความพยายามเป็นอย่างมากและจะมีความวิตกกังวลอยู่ตลอดเวลา

2.5 ต้องปฏิบัติงานใหญ่ด้วยตนเอง ต้องทำงานหนักมีเวลาพักผ่อนและเวลาเป็นของตนเองน้อย ถ้าผู้จัดการเกิดเจ็บป่วยก็จะเป็นปัญหาในการดำเนินการอย่างมาก

2.6 ขาดเงินทุนในการทำการวิจัยงานด้านต่าง ๆ

2.7 มีความเสี่ยงและต้นทุนการผลิตต่อหน่วยจะสูงกว่า

2.8 มีความยืดหยุ่นในด้านการผลิต การตลาดและการให้บริการ

สมชาย หิรัญภิตติ (2542, หน้า 17 - 18) ได้ให้ความหมายของข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของการประกอบธุรกิจขนาดย่อม ประกอบด้วย

1. ข้อได้เปรียบของการประกอบธุรกิจขนาดย่อม ประกอบด้วย

1.1 มีความเป็นอิสระในการบริหารงานอย่างเต็มที่ ธุรกิจขนาดใหญ่จำเป็นต้องกำหนดกฎเกณฑ์ในการปฏิบัติงานที่แน่นอนทำให้ในการปฏิบัติงานขาดความเป็นอิสระหรือขาดความยืดหยุ่นในการบริหาร

1.2 จัดตั้งได้ง่ายขั้นตอนในการจัดตั้งธุรกิจไม่ซับซ้อนยุ่งยากและใช้เวลาต่ำกว่าธุรกิจขนาดใหญ่

1.3 ไม่มีปัญหาในการแบ่งปันผลประโยชน์ เนื่องจากมีผู้ถือหุ้นน้อยกว่า

1.4 การติดต่อสื่อสารใกล้ชิดกับพนักงานและลูกค้า ทำให้ทราบปัญหาในการทำงานของพนักงานและเจ้าของกิจการใกล้ชิดกับลูกค้าและเข้าใจความต้องการของลูกค้า

1.5 ตลาดมีขนาดเล็กก็สามารถดำเนินธุรกิจได้

2. ข้อเสียเปรียบของการประกอบธุรกิจขนาดย่อม ประกอบด้วย

2.1 ขาดแคลนเงินทุนในการประกอบการหรือหาแหล่งเงินทุนยากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ทำให้การขยายตัวทำได้ยากกว่า เพราะมีหลักทรัพย์และความสามารถที่ต่ำกว่า

2.2 ผู้บริหารธุรกิจขนาดย่อมยังขาดประสบการณ์และความลึกซึ้งในการบริหาร (poor management) เจ้าของธุรกิจอาจขาดความรู้ความเข้าใจ ทักษะ

การบริหารงาน ในขณะที่ธุรกิจขนาดใหญ่สามารถจ้างนักบริหารมืออาชีพที่มีประสบการณ์การบริหารอย่างดีมาช่วย

2.3 การจ้างงานถูกแข่งขันจากธุรกิจขนาดใหญ่ มีโอกาสแย่งบุคลากรไปได้มากกว่า เพราะผู้สมัครงานมักจะสนใจธุรกิจขนาดใหญ่มากกว่า เนื่องจากมีความมั่นคงสูง ให้สวัสดิการมากกว่า มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ฯลฯ

2.4 ธุรกิจขนาดย่อมไม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากเท่ากับธุรกิจขนาดใหญ่ ทำให้โอกาสในการแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่มีน้อยกว่าการลงทุนมีความเสี่ยงสูงกว่า

2.5 ขาดข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการวางแผนทำให้กำหนดแผนไม่รัดกุม เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมขาดหน่วยงานหรืองบประมาณที่จะนำมาใช้เพื่อเก็บข้อมูลต้องอาศัยประสบการณ์เป็นสำคัญ และได้แสดงตารางความแตกต่างระหว่างธุรกิจขนาดย่อมกับธุรกิจใหญ่ ดังตาราง 3 ดังนี้

ตาราง 3 ความแตกต่างระหว่างธุรกิจขนาดย่อมกับธุรกิจขนาดใหญ่

ธุรกิจขนาดย่อม	ธุรกิจขนาดใหญ่
1. โดยทั่วไปเจ้าของกิจการจะเป็นผู้จัดการเอง	1. เจ้าของกิจการไม่บริหารงานด้วยตนเอง
2. ดำเนินกิจการอยู่ภายใต้ท้องถิ่นของตน หรือมีสาขาไม่มาก	มักจ้างนักบริหารมืออาชีพมาเป็นผู้จัดการ
3. การจัดองค์การเป็นแบบง่าย ๆ	2. มีการดำเนินธุรกิจอย่างกว้างขวาง ครอบคลุมทั่วประเทศ
4. ส่วนใหญ่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว	3. การจัดตั้งองค์กรมีความซับซ้อน
5. เจ้าของกับลูกจ้างมีความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด	4. การจัดตั้งส่วนใหญ่อยู่ในรูปบริษัทหรือบริษัทมหาชน
6. มีความเสี่ยงในการที่จะประสบความล้มเหลวได้มาก	5. เจ้าของกิจการอาจไม่สามารถรู้จักใกล้ชิดกับพนักงานเนื่องจากมีพนักงานมาก หรือมีสาขาอยู่ห่างไกลกัน
7. เจ้าของมักจะเป็นผู้บริหารงานในด้านต่าง ๆ ของกิจการเกือบทั้งหมด คือทำงานหลายอย่างหลายหน้าที่	6. มีความเสี่ยงต่อการล้มเหลวน้อย
	7. มีการแบ่งงานกันทำตามความถนัดแยกเฉพาะความสามารถของแต่ละคน

ที่มา (สมชาย หิรัญภิตติ, 2542, หน้า 12)

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2542, หน้า 29) ได้ให้ความหมายของข้อได้เปรียบของธุรกิจขนาดย่อมว่า โดยทั่วไปจะมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน เนื่องจากความสามารถในการแสวงหาช่องว่างทางตลาดมีความคล่องตัวในการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตและระบบ

บริหารเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็ว ในขณะที่เดียวกันก็มีต้นทุนในการปรับตัวต่ำและมีการดำเนินการที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ง่าย

วิชัย โทสุวรรณจินดา (2545, หน้า 5 – 7) ได้ให้ความหมายของข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของการประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในด้านต่อไปนี้

1. จัดตั้งได้ง่ายเพราะใช้เงินทุนน้อยและมีความคล่องตัวในการตัดสินใจ ทั้งมีความยืดหยุ่นในการทำงาน
2. มีความเป็นอิสระเพราะเจ้าของเป็นผู้บริหารเอง การบริหารไม่สลับซับซ้อน เมื่อตัดสินใจผิดก็ไม่เสียหายมากนัก จึงมีความเสี่ยงน้อยกว่ากิจการขนาดใหญ่
3. ไม่มีปัญหาการแบ่งประโยชน์โดยเจ้าของมีเพียงคนเดียว ความขัดแย้งจึงมีน้อย กว่าที่ทำได้จึงเปรียบเหมือนรางวัลหรือผลตอบแทนผู้ประกอบการโดยตรง
4. มีการติดต่อสื่อสารใกล้ชิดกับพนักงานและลูกค้า โดยเน้นการติดต่อที่ไม่เป็นทางการ และเจ้าของให้บริการลูกค้าเอง จึงรู้ถึงความต้องการของลูกค้าและความสามารถนำมาใช้ปรับปรุงกิจการได้โดยตรง

5. แม้ตลาดมีขนาดเล็กก็สามารถดำเนินกิจการได้ ธุรกิจขนาดย่อมจึงสามารถจัดตั้งขึ้นได้ในทุกชุมชนและหากสินค้าไม่ติดตลาดก็สามารถปรับเปลี่ยนได้ง่ายกว่า

ข้อเสียเปรียบของการประกอบการธุรกิจขนาดย่อม ในด้านต่อไปนี้

1. การขาดแคลนเงินทุน ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมมักขาดโอกาสที่จะได้รับเงินทุนและสินเชื่อจากสถาบันการเงิน เพราะมีอัตราการเสี่ยงภัยสูงและขาดหลักทรัพย์ค้ำประกัน จึงจำเป็นต้องอาศัยเงินทุนส่วนตัวเป็นหลัก ซึ่งอาจไม่เพียงพอในการประกอบธุรกิจ
2. ผู้บริหารมักขาดประสบการณ์ในการบริหาร เพราะธุรกิจขนาดย่อมมักมาจากผู้เริ่มกิจการใหม่ จึงขาดประสบการณ์และความสามารถและการทำงานเองทั้งหมด ทำให้ขาดความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน นอกจากนี้เมื่อผู้ประกอบการตายลงก็อาจขาดผู้สืบทอดที่มีความสนใจในธุรกิจนี้ ทำให้ต้องเลิกกิจการไป
3. การรักษาคณทำได้ยาก แม้ธุรกิจขนาดย่อมจะมีการจ้างคนเข้ามาทำงาน แต่คนเหล่านั้นก็มักหาช่องทางไปทำงานกับกิจการที่มีขนาดใหญ่กว่าและมั่นคงกว่าประกอบธุรกิจขนาดย่อม มีชั่วโมงทำงานที่ยาวนาน ค่าจ้างต่ำและขาดการพัฒนาบุคลากร จึงทำให้การเข้าออกของคนมีอัตราสูง คนงานที่มีประสบการณ์ก็อาจถูกกิจการขนาดใหญ่ซื้อตัวไป
4. การแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ ทำให้ธุรกิจขนาดย่อมอยู่ในภาวะลำบากและหากไม่ปรับตัวก็ยากจะอยู่ได้ โดยเฉพาะเมื่อธุรกิจขนาดใหญ่พยายามเพิ่มความสะดวกสบายแก่ลูกค้าและเพิ่มการให้บริการแบบส่งถึงที่มากขึ้น

สรุปได้ว่า ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อม คือ ในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันปัญหาการว่างงานปัญหาการกระจายรายได้ที่ไม่เสมอภาค และปัญหาการผูกขาดในการดำเนินธุรกิจ นับเป็นปัญหาที่มีความสำคัญมากที่สุดในการบรรเทา

ปัญหาต่างๆ ที่เผชิญอยู่ ธุรกิจขนาดย่อมนับเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยลดหรือขจัดปัญหาเหล่านี้ลงได้ เพราะธุรกิจขนาดย่อมมีลักษณะที่สำคัญ คือ เป็นธุรกิจที่มีจำนวนมากมายทำให้สามารถกระจายความเป็นเจ้าของไปยังประชาชนส่วนใหญ่ได้ เป็นช่องทางความคิดเกี่ยวกับสินค้าและบริการชนิดใหม่ ทำให้เกิดการพัฒนาค้าและบริกรมมากขึ้น เป็นพลังต่อรองไม่ให้เกิดการผูกขาด ในการดำเนินธุรกิจและมักใช้ขบวนการผลิตที่เน้นการใช้แรงงานมากกว่าธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ ดังนั้นธุรกิจขนาดย่อมจึงจัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจของเรา ธุรกิจขนาดย่อมจัดตั้งได้ง่ายมีความเป็นอิสระในการบริหารงาน มีการปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว เพื่อให้ตนเองอยู่รอดได้และพยายามพัฒนาตัวเองขึ้นให้แข็งแกร่งพอที่จะสามารถยืนหยัดต่อสู้กับธุรกิจขนาดใหญ่ ธุรกิจขนาดย่อมที่มีคุณภาพจะทำให้ธุรกิจนั้นตั้งอยู่ได้อย่างมั่นคง เศรษฐกิจของประเทศต้องพึ่งพธุรกิจ เมื่อธุรกิจขนาดย่อมมีการเจริญเติบโตก้าวหน้าขึ้นอย่างรวดเร็วและเกิดขึ้นอย่างมากมายก็จะช่วยเพิ่มพูนผลผลิต ซึ่งเป็นผลก่อให้เกิดรายได้ ประชาชาติเพิ่มขึ้น มีงานทำมากขึ้นช่วยเศรษฐกิจของประเทศโดยไม่จำเป็นต้องพึ่งธุรกิจขนาดใหญ่เพียงอย่างเดียว

6. การสนับสนุนของรัฐบาลต่อธุรกิจขนาดย่อม

กัตัญญุ หิริญญสมบุรณ์ (2547, หน้า 3 - 4) ได้ให้ความหมายของวัตถุประสงค์การดำเนินงานส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระดับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศ รัฐบาลไทยได้ออกพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 ซึ่งเป็นกฎหมายเพื่อส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นฉบับแรกของประเทศไทย มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2543 พรบ.ฉบับนี้ก่อให้เกิดมาตรการสนับสนุน 3 ประการคือ

1. มาตรการการสนับสนุนทางการเงิน โดยมีวงเงินสินเชื่อในลักษณะต่างๆ ผ่านหน่วยงานดังต่อไปนี้

1.1 บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (IFCT)

1.2 บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (บสย.)

ซึ่งเดิมคือ บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.)

1.3 ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดย่อมกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว. หรือ SME Bank) ซึ่งเปลี่ยนสถานะจากบริษัทประกันสินค้าน้ำเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)

1.4 ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (ธสน.)

1.5 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.)

1.6 ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ตามโครงการร่วมพัฒนาทุนเกื้อหนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1.7 ธนาคารออมสิน ตามโครงการธนาคารประชาชน

1.8 การสนับสนุนผ่านธนาคารพาณิชย์ เช่น ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารทหารไทย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ฯลฯ

นอกจากนั้น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้จัดตั้งตลาดหลักทรัพย์ใหม่ (market for alternative investment หรือ MAI) เพื่อพัฒนาตลาดเงินทุนไทย โดยเปิดโอกาสให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถระดมทุนด้วยวิธีการเสนอขายหลักทรัพย์ต่อประชาชน ซึ่งเป็นวิธีการจัดหาเงินทุนระยะยาวโดยปราศจากภาระดอกเบี้ย ช่วยเพิ่มเครดิตทางการเงินและความสามารถในการกู้ยืมเงิน สามารถสร้างอำนาจต่อรองทางการเงินกับสถาบันการเงิน อันเป็นผลจากความน่าเชื่อถือในมาตรฐานการดำเนินงานและความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูล

2. มาตรการอบรมให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษา เพื่อเพิ่มขีดความสามารถธุรกิจและผู้ประกอบการโดยดำเนินการผ่านหน่วยงานดังต่อไปนี้

2.1 สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นสถาบันอิสระเพื่อการพัฒนาขีดความสามารถผู้ประกอบการที่ดำเนินการอยู่แล้ว และสร้างผู้ประกอบการที่มีศักยภาพรายใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นด้วยกระบวนการฝึกอบรมระบบเรียนรู้รวมทั้งการปรึกษาแนะนำและการสนับสนุนด้านข้อมูล (จากการศึกษาวิจัย) ซึ่งเป็นการร่วมมือระหว่างกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมกับสถาบันอุดมศึกษาทั่วประเทศ

2.2 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

2.3 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3. การจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรม (SMEs) การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยได้ช่วยส่งเสริมการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรม เพื่อพัฒนาพื้นที่ตั้งของกิจการผลิต การค้า และการบริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีความพร้อมของระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการและสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน โดยมีการจัดแบ่งที่ดินเป็นแปลงย่อยหรือจัดที่ดินพร้อมอาคารโรงงานมาตรฐานในรูปแบบอาคารเดี่ยว อาคารแถว อาคารแฝด หรืออาคารหลายชั้นให้ผู้ประกอบการเช่าหรือเช่าซื้อ

เพื่อให้ความช่วยเหลือสมบูรณ์แบบครบวงจร จึงมีการฝึกและประสานงานทำงานร่วมกันของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ไม่ว่าจะเป็นกระทรวงอุตสาหกรรม (ซึ่งรวมทั้งสถาบันอิสระเฉพาะทาง เช่น สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ สถาบันอาหาร สถาบันยานยนต์ สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ สถาบันรับรองมาตรฐาน ISO สถาบันไทย – เยอรมัน สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ สถาบันพัฒนา SMEs) กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม กระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน สถาบันการเงินพิเศษ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย เป็นต้น

แนวโน้มของธุรกิจขนาดย่อม จากการสนับสนุนของภาครัฐ ซึ่งมีการระดมทรัพยากรทุกด้านในการพัฒนาให้ธุรกิจขนาดย่อมเจริญเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้ธุรกิจขนาดย่อมในประเทศไทยมีอนาคตที่ชัดเจนมากขึ้น จึงมีการวางแผนพัฒนาธุรกิจขนาดย่อมในแนวทางดังต่อไปนี้

1. ธุรกิจขนาดย่อมจะประยุกต์ใช้เทคโนโลยีต่างๆ เช่น ระบบเครื่องจักรแบบอัตโนมัติ ทำให้สามารถใช้พนักงานจำนวนลดลง การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการส่งเสริมการขายเผยแพร่ข้อมูลหรือใช้เป็นช่องทางในการขายตรงมากขึ้น เช่น การขายปลาทุแม่กลอง
2. ธุรกิจขนาดย่อมมุ่งสู่ตลาดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่นิยมสินค้าและบริการที่มีคุณภาพหรือมีความต้องการเฉพาะกลุ่ม เพราะมีความชำนาญในส่วนตลาดเฉพาะ (niche-market) มากกว่าตลาดมวลชนส่วนรวม (mass market) ซึ่งการเจาะความต้องการเฉพาะกลุ่มนี้ธุรกิจขนาดใหญ่มักไม่สนใจที่จะทำหรือมีความยืดหยุ่นในการปรับกลยุทธ์น้อยกว่าธุรกิจขนาดเล็ก
3. ธุรกิจขนาดย่อมหลายธุรกิจจะรวมตัวในลักษณะของพันธมิตรทางธุรกิจ (strategic alliance) เป็นลักษณะของธุรกิจขนาดย่อมหลายธุรกิจที่เข้ามาร่วมกันดำเนินงานแบบพึ่งพาอาศัยกัน เช่น ร้านกาแฟขายคู่อยู่กับร้านอาหาร ร้านมินิมาร์ทเปิดอยู่ในสถานีบริการน้ำมัน ผู้ประกอบการซึ่งขายสินค้าหลายชนิดนัดกันไปออกร้านที่ตลาดนัดให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อได้หลากหลายครบครัน

การรวมกลุ่มทางธุรกิจ (cluster) เป็นลักษณะของธุรกิจขนาดย่อมที่รวมตัวกันหลายธุรกิจ โดยพึ่งพาอาศัยกันหรือเกื้อกูลกันในห่วงโซ่ของสินค้า เช่น ธุรกิจร้านค้าปลีกที่รวมตัวกันจัดซื้อเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองกับผู้ผลิต ธุรกิจทำตะเกียบไม้ไผ่ผลิตตะเกียบขายให้ธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยว โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ชุมชนจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่รัฐบาลสนับสนุน ซึ่งควรผลิตแต่ละสินค้าที่ไม่ซ้ำซ้อนและไม่แข่งขันกันเอง แต่ควรเกื้อหนุนกันและกันอย่างมีระบบ
4. ธุรกิจขนาดย่อมต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรง รวมทั้งข้อกีดกันทางการค้าจากตลาดสากลและผู้ประกอบการรายใหญ่ภายในประเทศ คู่แข่งขันที่เป็นธุรกิจขนาดย่อมด้วยกัน จึงต้องพยายามพัฒนารูปแบบของสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่ทันสมัยเป็นที่ยอมรับของลูกค้า
5. ธุรกิจขนาดย่อมต้องยึดหลักธรรมาภิบาลในการดำเนินงาน เช่น คิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เอง โดยคำนึงถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นหลัก แทนการลอกเลียนแบบหรือละเมิดลิขสิทธิ์ทางการค้าของผู้อื่น รวมทั้งปรับตัวให้สามารถผลิตได้มากแบบหลากหลายผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็วและมีต้นทุนที่ต่ำด้วยการนำระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2549, หน้า 13) มาตรการส่งเสริม (small and medium enterprise : SMEs) ที่รัฐบาลได้ดำเนินการ การส่งเสริมและพัฒนา (SMEs) เป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาล ในระยะ 1 ปีที่ผ่านมา รัฐบาลได้ดำเนินมาตรการหลายเรื่อง เพื่อส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการเดิม เพิ่มจำนวนผู้ประกอบการใหม่และดูแลแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ให้แก่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งอาจแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

1. การดำเนินงานตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 เพื่อวางรากฐานสร้างกลไกและระบบการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้เกิดเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ต่อเนื่องมีความเชื่อมโยงและบูรณาการการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนให้ขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อลดความซ้ำซ้อน เพิ่มประสิทธิภาพและกระจายผลสู่ธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) ได้ทั่วถึง กว้างขวางยิ่งขึ้น ซึ่งสรุปกลไกการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายใต้กฎหมายฉบับนี้ได้คือ

1.1 การดำเนินงานตามบทเฉพาะกาลของพระราชบัญญัติ ซึ่งกฎหมายได้กำหนดให้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมทำหน้าที่เป็นสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมทำหน้าที่ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งเป็นกรรมการและเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) ด้วย ซึ่งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้ดำเนินงานด้านการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมาอย่างต่อเนื่อง โดยได้จัดทำแผนบทบาทพัฒนาเสนอคณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบตั้งแต่ 11 เมษายน 2543 และคณะกรรมการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้มีมติรับเป็นนโยบายและแผนส่งเสริมภายใต้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจ พ.ศ. 2543 เมื่อวันที่ 13 กันยายน 2543

1.2 คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งแต่งตั้งกรรมการเต็มองค์ประกอบเมื่อเดือนสิงหาคม 2543 เป็นคณะกรรมการระดับนโยบาย เพื่อพิจารณาประเด็นสำคัญที่ต้องการการตัดสินใจระดับนโยบายในรัฐบาลนี้ ชพนช รองนายกรัฐมนตรีสมคิด จาคูศรีพิทักษ์ ได้รับมอบหมายให้เป็นประธานคณะกรรมการ ซึ่งจากการประชุมคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) ทั้ง 2 ครั้ง คือ

1.2.1 ครั้งที่ 1/2544 เมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2544 คณะกรรมการได้ให้ความเห็นชอบการแต่งตั้งนายวิวัฒน์ วินิจฉัยกุล เป็นผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และการติดตามความคืบหน้าการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) ตามผลการสัมมนาเชิงปฏิบัติการเมื่อวันที่ 8 - 9 มิถุนายน 2544

1.2.2 ครั้งที่ 2/2544 เมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2545 ให้ความเห็นชอบแผนการใช้จ่ายเงินกองทุนจำนวน 100 ล้านบาท และมอบหมายภารกิจเร่งด่วน ให้แก่สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) ในการจัดทำฐานข้อมูลวิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) แห่งชาติ การจัดทำแผนงาน / โครงการเร่งด่วนของสำนักงานเพื่อฟื้นฟูวิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) การสร้างความเชื่อมโยงระหว่างโครงการต่าง ๆ ที่รัฐได้ลงทุนไปแล้วกับสถาบันการเงิน การตลาดทุนเพื่อให้การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) ครบกระบวนการ

1.3 การจัดตั้งกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม ซึ่งกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) จะเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) ไปสู่เป้าหมาย กฎหมายได้กำหนดให้กองทุนมีแหล่งที่มาของเงินลงทุนจากเงินทุนประเดิมพัฒนาของรัฐบาลเงินอุดหนุนประจำปีที่รัฐบาลจัดสรรให้จากงบประมาณรายจ่ายประจำปีเงินหรือทรัพย์สินที่มีผู้มอบให้หรือดอกผลและรายได้ของกองทุน ในปีงบประมาณ 2544 กระทรวงอุตสาหกรรมได้ขอจัดสรรงบประมาณเพื่อเข้ากองทุนฯ ในวงเงิน 5,000 ล้านบาทได้รับการจัดสรร 100 ล้านบาท และไม่ได้รับจัดสรรในปี 2545 ซึ่งทำให้สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม ที่จัดตั้งขึ้นมีงบประมาณในการดำเนินงานที่จำกัด สำหรับปี 2546 คาดว่าจะได้รับการจัดสรร 1,000 ล้านบาท

1.4 ความคืบหน้าการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จัดตั้งขึ้นตาม พ.ร.บ.ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 เป็นนิติบุคคลและเป็นหน่วยงานของรัฐที่ไม่เป็นส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจ มีคณะกรรมการบริหารสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 15 ท่าน โดยมีปลัดกระทรวงอุตสาหกรรมเป็นประธานกรรมการ ซึ่งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมดำเนินงานในหน้าที่ของสำนักงาน และอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้ทำหน้าที่ผู้อำนวยการสำนักงาน จนกระทั่งได้มีการแต่งตั้งนายวิวัฒน์ วินิจฉัยกุล เป็นผู้อำนวยการตั้งแต่วันที่ 15 พฤศจิกายน 2544 ซึ่งมีความคืบหน้าการดำเนินงาน ดังนี้

1.4.1 การจัดทำนโยบายและแผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต่อจากที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยเพิ่มขอบเขตของแผนให้ครอบคลุมทั้งภาคการผลิต การค้าและการบริการ ซึ่งคาดว่าจะแล้วเสร็จภายในเดือนมิถุนายนและจะจัดทำร่างแผนแม่บทสัมมนาพิจารณาหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการทั่วประเทศ

1.4.2 การจัดทำรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม รายไตรมาส สำนักงานได้จัดจ้างที่ปรึกษาจาก (TDRT) มาร่วมกับเจ้าหน้าที่ของสำนักงานในการจัดทำรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) เพื่อนำเสนอต่อรัฐบาลรัฐสภาและประชาชนทั่วไป ขณะนี้เริ่มดำเนินการแล้วเสร็จภายในเดือน

สิงหาคม 2545 และได้เตรียมการร่วมกับสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ในการจัดทำดัชนีชี้วัดภาวะวิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อมรายไตรมาสด้วย

1.4.3 หรือร่วมกับการสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาคมนักบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ในการปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม

1.4.4 การติดตามความคืบหน้าการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์การพัฒनावิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จากผลการสัมมนาเชิงปฏิบัติการเมื่อวันที่ 8 – 9 มิถุนายน 2544 ซึ่งเป็นภารกิจที่ต่อเนื่องจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งมีหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน รายงานความคืบหน้า รวม 34 หน่วยงาน เป็นการดำเนินงานในรูปโครงการรวม 48 โครงการ และเป็นงานประจำ 45 กิจกรรม

1.4.5 จัดสัมมนาระดมสมองเรื่อง แนวทางการใช้เวทีเอเปคแก้วิกฤตวิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) ไทย เพื่อรวบรวมความเห็นจากองค์การด้านส่งเสริมและพัฒनावิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อมเกือบ 100 องค์การมาเป็นข้อมูลจัดทำหลักและหัวข้อย่อยของการประชุมเอเปควิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม 2003 เสนอต่อรัฐบาล (ไทยจะเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมดังกล่าวที่จังหวัดเชียงใหม่ ในระหว่างวันที่ 5 – 9 สิงหาคม 2546)

1.4.6 ดำเนินโครงการจัดตั้ง “ฐานข้อมูล วิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) แห่งชาติ” ซึ่งคณะกรรมการส่งเสริมได้มอบหมายภารกิจให้สำนักงานจัดตั้งฐานข้อมูลวิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) แห่งชาติขึ้น เพื่อให้ทุกฝ่ายในประเทศมีข้อมูลวิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) ที่สามารถค้นหาได้สะดวกใช้ประโยชน์ในการวางแผนและทำธุรกิจได้ ซึ่งสำนักงานได้จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2545 เพื่อวางรูปแบบการเชื่อมโยงข้อมูลซึ่งกันและกัน ทั้งนี้เพื่อให้การใช้ทรัพยากรของประเทศเกิดประโยชน์สูงสุด

2. จัดทำยุทธศาสตร์การพัฒनावิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) โดยร่วมกับภาคเอกชนและนักวิชาการระดมความคิดเห็นในการสัมมนาเชิงปฏิบัติการเมื่อวันที่ 8 – 9 มิถุนายน 2544 และจัดทำเป็นยุทธศาสตร์ การพัฒनावิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม ซึ่งจากยุทธศาสตร์ดังกล่าวได้มีการมอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องรับไปดำเนินการทั้งในรูปของโครงการที่ต้องเร่งรัดผลักดัน การขยายผลและการริเริ่มโครงการใหม่ โดยกระทรวงอุตสาหกรรมเป็นแกนนำในการประสานและติดตามความคืบหน้า เพื่อรายงานให้ฯพณฯ นายกรัฐมนตรีทราบอย่างต่อเนื่อง ทุก 3 เดือน

ความคืบหน้าการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์การพัฒनावิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม (จากผลการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ 8 – 9 มิถุนายน 2544)

1. การสนับสนุนให้ธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศและได้สรุปการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

1.1 โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม) เป้าหมายอบรมผู้มีศักยภาพที่จะเป็นผู้ประกอบการ 5,000 คน ถึงสิ้นเดือนมีนาคม มีผู้เข้ารับการอบรม จำนวน 2,800 คน จะอบรมต่อเนื่องจนถึงสิ้นเดือนสิงหาคม 2545

1.2 การจัดตั้งศูนย์บริการวิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม (SMEs service center) โดยสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้เริ่มเปิดให้บริการเมื่อวันที่ 18 มกราคม 2545

1.3 การส่งเสริมร้านค้าชุมชนในจังหวัดต่างๆ (กรมการค้าภายใน) เป้าหมายให้ทุนส่งเสริมร้านค้าชุมชน 150 แห่ง ตลอดปีงบประมาณ 2545 ขณะนี้ให้ทุนไปแล้ว 18 แห่ง ใน 11 จังหวัด

1.4 โครงการด้านการจัดที่ปรึกษาเพื่อให้คำแนะนำแก่โรงงานในการปรับปรุงประสิทธิภาพและยกระดับมาตรฐานการผลิต เช่น โครงการปรับปรุงประสิทธิภาพวิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม โครงการพัฒนาผู้ผลิตชิ้นส่วนมีเป้าหมายในการช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม ในปี 2545 จำนวนไม่น้อยกว่า 3,000 คน ขณะนี้ได้เริ่มดำเนินการประมาณ 60 – 70 เปอร์เซ็นต์

1.5 การกำหนดสินค้าเป้าหมายสำหรับประเทศในการพัฒนาและส่งออก มีหน่วยงานหลักที่ดำเนินงานในด้านนี้ทั้งกระทรวงอุตสาหกรรม ในโครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา โครงการจัดทำ competitive benchmarking ของอุตสาหกรรม 13 สาขา และกระทรวงพาณิชย์ซึ่งมีแผนการส่งเสริมการส่งออกทั้งรายสินค้าและตลาด

2. มาตรการด้านการเงิน

2.1 การจัดตั้งธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย เป็นธนาคารวิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม ที่สามารถให้บริการทางการเงินได้ครบวงจร ใกล้เคียงกับธนาคารพาณิชย์ อาทิ การรับฝากเงินและโอนเงินทางบัญชีกระแสรายวัน มีบริการสินเชื่ออื่นนอกเหนือจากการให้กู้ยืมโดยตรง เช่น การทำแฟลคตอริงและลิสซิ่ง การทำธุรกิจเงินตราต่างประเทศเพื่อให้บริการแก่วิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อมที่มีธุรกิจด้านการส่งออกและการค้ากับต่างประเทศ สามารถเข้าร่วมทุนในกิจการวิสาหกิจที่มีศักยภาพ ตลอดจนการให้บริการปรึกษาแนะนำและการให้บริการอื่นๆ ที่จำเป็น เพื่อเป็นความช่วยเหลือและสนับสนุนธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อมได้อย่างทั่วถึงและมากยิ่งขึ้น ขณะนี้ร่างกฎหมายได้พิจารณาโดยคณะกรรมการวิสามัญสภาผู้แทนราษฎรครบทั้ง 52 มาตราแล้ว และดำเนินการแก้ไขบางมาตราอยู่ในระหว่างดำเนินการจัดตั้งธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม คือ เร่งรัดการสนับสนุนด้านการเงินตามเป้าหมายรัฐบาล และเพิ่มบทบาทในการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและ

ธุรกิจขนาดย่อม และได้ให้เป้าหมายผลการดำเนินงานด้านสินเชื่อปี 2544,2545
ดังตาราง 4 ดังนี้

ตาราง 4 การดำเนินงานด้านสินเชื่อปี พ.ศ. 2544 และ พ.ศ 2545

หน่วย : ล้านบาท

ปี	เป้าหมายสินเชื่อ	ผลการปล่อยสินเชื่อ
2544	7,500	6,443.21
2545	24,000	2,734.07

ที่มา (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2549, หน้า 102)

กระทรวงอุตสาหกรรม (2549, หน้า 1 – 2) ได้ให้ความหมายของนโยบายและการส่งเสริมอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ 9 ข้อ หรือ 9s ได้แก่

1. บริการ (service) หมายถึง การมุ่งสร้างสรรค์การทำงานสู่ภาคอุตสาหกรรมด้วยจิตวิญญาณของผู้ให้บริการ (service mind) อุตสาหกรรมอันหมายถึง ข้าราชการและพนักงานในหน่วยงานในสังกัดทุกหน่วยงาน จะต้องมุ่งปรับเปลี่ยนการปฏิบัติงานให้บริการในฐานะลูกค้าที่ต้องอำนวยความสะดวกอย่างรวดเร็ว ไม่ชักช้า ให้ข้อปรึกษาแนะนำหากมีปัญหาเน้นปรัชญา “ส่งเสริมพัฒนา” หรือเปลี่ยนบทบาท “การควบคุมจับผิด” มาเป็น “การกำกับเชิงแนะนำสร้างสรรค์”

2. ประสิทธิภาพ (strengthen) หมายถึง การเร่งรัดพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมไทย โดยเร่งดำเนินการภายใต้แผนปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สถาบันอิสระเฉพาะทาง รวมทั้งสำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย คงจะต้องผนึกกำลังช่วยอุตสาหกรรมต่างๆ ให้มีศักยภาพที่จะแข่งขันในตลาดโลก

3. มาตรฐาน (standard) หมายถึง การมุ่งส่งเสริมมาตรฐานสินค้าไทยและมาตรฐานการจัดการของภาคอุตสาหกรรมมาตรฐานสากล ทั้งมาตรฐานผลิตภัณฑ์มาตรฐาน ISO 9000 ISO 14000 และ ISO 18000 เป็นต้น บทบาทด้านนี้สำนักงานและสถาบันรับรองมาตรฐาน ISI จะเป็นแม่ข่ายหลักในการรณรงค์ส่งเสริมมาตรฐานดังกล่าวให้ขยายตัวมากยิ่งขึ้น

4. การพัฒนาบุคคล (self – sustained) หมายถึง กระทรวงอุตสาหกรรมจะให้ความสำคัญมากยิ่งขึ้นกับการมุ่งพัฒนาอุตสาหกรรมไทยหรือในชนบทให้เกิดความยั่งยืนและอุตสาหกรรมเหล่านั้นต้องไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การพัฒนาดังกล่าวจะเป็นการส่งเสริมความเข้มแข็งในการดำเนินงานพึ่งพาตนเองได้และช่วยเสริมสร้างการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมชุมชน ซึ่งการพัฒนาอุตสาหกรรมในรูปแบบการพัฒนาในลักษณะ 3 ลักษณะ

ประสานระหว่างภาครัฐบาล คือ กระทรวงอุตสาหกรรม ภาคธุรกิจเอกชนและกลุ่มราษฎร ในอุตสาหกรรมและสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด ได้ดำเนินการอยู่ในขณะนี้นับเป็นรูปแบบที่ดี และควรขยายการดำเนินงาน

5. สังคม (social) หมายถึง การส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมของกระทรวง อุตสาหกรรม กล่าวคือ หน่วยงานที่กำกับดูแลอันได้แก่ กรมโรงงานอุตสาหกรรม กรมทรัพยากรธรณี และสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด ให้โรงงานอุตสาหกรรมหรือกิจการเหมืองแร่ ก่อให้เกิด ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมต่อประชาชน ต่อสังคม และต่อธรรมชาติรวมทั้งในโรงงานและ ความปลอดภัยของแรงงาน นอกจากนี้สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมควรจะต้อง เข้ามาดูแลในเรื่องสินค้าอุปโภคบริโภคให้ได้ตามมาตรฐานที่กำหนดอีกด้วย ในการนี้หน่วยงาน ที่รับผิดชอบควรเผยแพร่ชี้แจงทำความเข้าใจและให้เกี่ยวข้องกับดูแลเหตุการณ์ที่เกิดผลกระทบ ต่อสังคม ต่อประชาชน จะต้องรับรายงานผู้บริหารระดับสูงโดยรวดเร็ว

6. ระบบ (system) หมายถึง การส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมให้มีการผลิตและ การจัดการอุตสาหกรรม สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและสถาบัน เพิ่มผลผลิตแห่งชาติจะต้องรับงานหนักในเรื่องนี้ ในกระทรวงอุตสาหกรรมเองซึ่งอยู่ในฐานะ ผู้ส่งเสริมพัฒนา ก็จะต้องจัดระบบงานให้กระฉับกระเฉง มีขั้นตอนการทำงานที่รวดเร็ว และประสิทธิผลได้อย่างไม่ล่าช้า เรื่องนี้จะต้องมีการพัฒนาปรับปรุงระบบฐานข้อมูล เพื่อการบริหารและการให้บริการ โดยนำเทคโนโลยีหน่วยงานของกระทรวง รวมทั้งสร้าง เครือข่ายเชื่อมโยงกันอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

7. ความปลอดภัย (security) หมายถึง การรักษาความมั่นคงความปลอดภัยหรือ การรักษาความสงบเรียบร้อย แต่กระทรวงอุตสาหกรรมในการสร้างความมั่นคง สร้างความมั่นใจ ในเรื่องการสำรวจ แสวงหา พัฒนาอนุรักษ์ และทรัพยากรพลังงานของประเทศ เพื่อให้ประเทศ และภาคอุตสาหกรรมไทยสามารถพึ่งพาทรัพยากรเหล่านี้ได้ และการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย จะเป็นองค์กรหลักที่จะดูแลรับผิดชอบ

8. การรวมพลัง (synergy) หมายถึง การทำงานส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรม ของกระทรวงอุตสาหกรรมในยุค 2000 ต้องมุ่งผนึกทำงานร่วมกันทั้งหน่วยงานภายในกระทรวง อุตสาหกรรมและองค์กรภายนอก ทั้งภาครัฐและเอกชน โดยมุ่งมองไปสู่อนาคต เพื่อเดินหน้า ไปสู่จุดหมายปลายทางร่วมกัน คือ พัฒนาอุตสาหกรรมไทยให้เข้มแข็งและยั่งยืน

9. วิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม "SMEs" หรือ "small and medium enterprises" หมายถึง กระทรวงอุตสาหกรรมได้ให้ความสำคัญและมาตรการส่งเสริม พัฒนาต่างๆ ดังนั้น กระทรวงอุตสาหกรรมจะสนองนโยบายในงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และย่อมให้มีประสิทธิภาพ มีความเชื่อมโยงหรือรองรับกับกิจการขนาดใหญ่และเป็นรากฐาน การพลิกฟื้นและพัฒนาเศรษฐกิจเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาในแนวนอกที่แฝงอยู่ในสาขา การผลิตต่างๆ ซึ่งทุกหน่วยงานในกระทรวงอุตสาหกรรมและสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง

และขนาดย่อมจะต้องรับบทบาทหน้าที่ในเรื่องนี้ นอกจากนี้การนิคมอุตสาหกรรมมาร่วม
ในกระบวนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม โดยสนับสนุนการจัดตั้งนิคม
อุตสาหกรรมวิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม เพื่อรองรับการพัฒนาในอนาคต
นโยบายรัฐบาลเกี่ยวกับด้านการสร้างรายได้

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2549, หน้า 1 – 3) ได้ให้
ความหมายการแก้ปัญหาหนี้สินของประเทศต้องแก้ด้วยการสร้างรายได้ ดังนั้น รัฐบาลจะ
สนับสนุนและผลักดันให้มีกระบวนการสร้างรายได้ให้กับประชาชนทุกระดับ โดยจะส่งเสริม
แนวทางเศรษฐกิจพอเพียงตามศักยภาพของชุมชนในระดับฐานรากของประเทศตั้งแต่การผลิต
เพื่อการบริโภค นำผลผลิตที่เหลือออกจำหน่าย เพื่อสร้างรายได้ในระดับครอบครัว ส่งเสริม
การรวมตัวเพื่อดำเนินเศรษฐกิจระดับชุมชน เร่งพัฒนาผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก
รวมทั้งส่งเสริมการเชื่อมโยงอย่างเกื้อกูล และสนับสนุนซึ่งกันและกันกับธุรกิจขนาดใหญ่สุดลาด
ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อสร้างเสริมกระบวนการสร้างรายได้ให้กับประชาชน
อย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ รัฐบาลจะสนับสนุนให้เกิดการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิตทั้งภาคเกษตร
อุตสาหกรรม อุตสาหกรรมและการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดยุคใหม่
โดยคำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติที่อยู่ และศักยภาพของทักษะที่ประเทศมีความโดดเด่น
เชี่ยวชาญ ทั้งนี้ เพื่อสร้างฐานการจ้างงาน กระจายโอกาสและกระจายความเสี่ยง สร้างฐาน
การผลิตของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยมีแผนนโยบายครอบคลุม 3 ด้าน
ดังต่อไปนี้

1. ด้านเกษตรกรรม ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 พื้นฟูและเสริมสร้างความเข้มแข็งของเกษตรกร

1.1 ปรับโครงสร้างสินเชื่อ และเงินทุนภาคเกษตรให้สอดคล้องกับวงจร
การผลิตเร่งรัดการแก้ไขหนี้สินของเกษตรกร และพักชำระหนี้และยกเว้นดอกเบี้ยเป็นเวลา 3 ปี
แก่เกษตรกรรายย่อย

1.2 ส่งเสริมการทำเกษตรผสมผสาน เกษตรทางเลือกและเกษตรอินทรีย์
รวมทั้งส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้แก่เกษตรกร

1.3 ส่งเสริมให้เกษตรกรมีที่ดินทำกินอย่างพอเพียง โดยการวางแผนการใช้
ที่ดินอย่างมีประสิทธิภาพ และการจัดการใช้ที่ดินรกร้างว่างเปล่าให้เกิดประโยชน์สูงสุด
รวมทั้งพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำในทุกระดับให้เหมาะสมต่อระบบ
การผลิตและสอดคล้องกับสภาพพื้นที่ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างเต็มที่
ในการฟื้นฟูอนุรักษ์ และพัฒนาพื้นที่ต้นน้ำและลุ่มน้ำ แหล่งกักน้ำ คูคลองส่งน้ำ คุณภาพน้ำ และ
ชลประทาน ระบบท่อ รวมทั้งควบคุมดูแลการใช้น้ำผิวดินและน้ำใต้ดินให้เกิดประสิทธิภาพและ
เป็นระบบโดยเฉพาะอย่างยิ่งในโครงการพัฒนาแหล่งน้ำขนาดใหญ่

ส่วนที่ 2 การพัฒนาตลาดในประเทศและการปฏิรูปชนบท

1.1 มุ่งพัฒนาการผลิตภาคชนบทและสร้างความเข้มแข็งแก่เศรษฐกิจชุมชน โดยเชื่อมโยงการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านแห่งละ 1 ล้านบาท เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนหมุนเวียนระยะยาวสำหรับการลงทุนและสร้างรายได้แก่ประชาชนในชนบท

1.2 พัฒนาระบบการตลาดสินค้าเกษตรสมัยใหม่ สนับสนุนการจัดตั้งยุ้งฉางลานตากของกลุ่มเกษตรกรในชุมชน รวมทั้งส่งเสริมระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทางการเกษตร และความสามารถในการเข้าถึงสารสนเทศด้านการตลาดสินค้าเกษตร เพื่อให้สามารถวางแผนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 ส่งเสริมการสหกรณ์ ธุรกิจชุมชน สถาบันเกษตรกร และองค์กรชุมชน ให้เข้มแข็งให้มีส่วนร่วมในการกำหนดแผนนโยบายมาตรการด้านการเกษตร และการวิจัยพัฒนาด้านการเกษตร

1.4 เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตด้วยการส่งเสริมการวิจัยและการเรียนรู้ จากภูมิปัญญาไทยและวิทยาการสมัยใหม่

1.5 ส่งเสริมและสนับสนุนการทำเกษตรกรรม รวมทั้งเกษตรอุตสาหกรรม ให้เหมาะสมกับสภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และสอดคล้องความต้องการของตลาดและศักยภาพของประชาชนในพื้นที่

ส่วนที่ 3 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคเกษตรในตลาดโลก

1.1 ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรและพัฒนาคุณภาพ มาตรฐาน รูปแบบ และบรรจุภัณฑ์ของสินค้าเกษตรและเกษตรอุตสาหกรรม

1.2 ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ รวมทั้งส่งเสริมการจัดทะเบียนสิทธิบัตรที่เกี่ยวกับการผลิตทางการเกษตรในทุกด้านเพื่อรองรับการเปิดเสรีสินค้าเกษตรในอนาคต

1.3 พัฒนาการตรวจสอบคุณภาพ มาตรฐาน และความปลอดภัยของสินค้าเกษตรทั้งการนำเข้าและส่งออก รวมทั้งสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพเพื่อยกระดับผลผลิตทางการเกษตรให้มีคุณภาพ ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศ

1.4 ส่งเสริมการประมงชายฝั่งและการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ รวมทั้งการประมงนอกน่านน้ำ ด้วยการสร้างความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน การพัฒนากองเรือ ประมงอุตสาหกรรม ห้องเย็นและการแปรรูปสินค้าประมง รวมทั้งส่งเสริมการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรและระบบนิเวศน์ทางทะเล

2. ด้านอุตสาหกรรม

ปรับโครงสร้างการผลิตในภาคอุตสาหกรรมและการส่งเสริมการลงทุนให้สอดคล้องกับเป้าหมายและยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศ โดยคำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติ

ทักษะฝีมือ ภูมิปัญญาไทย ศักยภาพในการผลิตและการตลาด และ การใช้วัตถุดิบภายในประเทศให้สอดคล้องกับการพึ่งพาจากต่างประเทศ

เสริมสร้างให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมพื้นฐาน และเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่จะก่อให้เกิดผลต่อเนื่องต่อการปรับโครงสร้างการผลิตภาคอุตสาหกรรม

พัฒนาบุคลากรและแรงงานภาคอุตสาหกรรมให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมในอนาคต สนับสนุนมาตรการเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าอุตสาหกรรม รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนากระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานและไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ โดยจัดการให้มีความโปร่งใสและมีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ

พัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็กให้มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมของประเทศ โดยให้การสนับสนุนและส่งเสริมความร่วมมือในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และเทคโนโลยีระหว่างภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา รวมทั้งผลักดันให้เกิดเครือข่ายสารสนเทศเกี่ยวกับปัจจัยการผลิตและการตลาด

ส่งเสริมบทบาทของสถาบันการเงิน รวมถึงสนับสนุนการจัดตั้งและการดำเนินงานของกองทุนร่วมทุน ตลอดจนระบบการค้าประกันสินเชื่อ เพื่อพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็ก

สนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ ๆ ในธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็กสำหรับเศรษฐกิจใหม่ที่ใช้ความรู้เป็นฐาน

3. ด้านการบริการและการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว คือ หนทางสำคัญของการนำรายได้และกระแสเงินสดเข้าสู่ประเทศ ดังนั้น รัฐบาลจึงมีนโยบายในการส่งเสริมคุณภาพและมาตรฐานของการบริการ เพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการและการท่องเที่ยว และการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการและการท่องเที่ยว ดังนี้

3.1 ด้านการพัฒนาภาคบริการ

3.1.1 ปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยพื้นฐานอันจำเป็นต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการไทย ทั้งด้านการผลิตและพัฒนาบุคลากร ภาคบริการการพัฒนา รูปแบบการให้บริการ และการพัฒนาเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐาน

3.1.2 จัดให้หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องร่วมกันพัฒนาศักยภาพ เพื่อให้มีการใช้ศักยภาพบริการอย่างเต็มที่ ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นแหล่งสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศและรายได้ท้องถิ่น อาทิ การท่องเที่ยว การศึกษา การรักษาพยาบาล การส่งเสริมสุขภาพ การกีฬาและนันทนาการ

3.1.3 เร่งรัดพัฒนาผู้ประกอบการด้านบริการให้มีความรู้และทักษะ ทั้งด้านภาษามาตรฐานการบริการและการจัดการ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของความตกลงระหว่างประเทศด้านการบริการ

3.2 ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

3.2.1 เร่งฟื้นฟูระดับความสัมพันธ์และร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้ไทยเป็นประตูทางผ่านหลักของการท่องเที่ยวในภูมิภาคทั้งด้านการตลาด การขนส่ง การลงทุน การบริหารจัดการ รวมถึงการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว

3.2.2 บริหารการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุกโดยสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวทั้งระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศ เชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดเล็ก และธุรกิจชุมชน พัฒนาคุณภาพการบริการท่องเที่ยว และยกระดับประเทศไทย ให้เป็นศูนย์กลางการประชุมการสัมมนา และการแสดงสินค้าของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

3.2.3 เร่งพัฒนาบูรณะฟื้นฟูมรดกและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ทั้งใน เขตเมืองและนอกเมือง เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจับจ่ายซื้อสินค้าของ นักท่องเที่ยว โดยจะส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวและ วิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง

3.2.4 เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ ท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดสหกรณ์การท่องเที่ยว และการพัฒนาพื้นที่ชุมชน เป็นแหล่งท่องเที่ยว

3.2.5 เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย และ ป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของ นักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม

1. ความหมายของคุณลักษณะผู้ประกอบการ

มุสตี รุมาคม (2538, หน้า 29) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่จัดตั้งองค์การธุรกิจโดยยอมรับความเสี่ยงภัยเพื่อหวังกำไร ผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่มีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม เป็นบุคคลที่ค้นพบความคิดและโอกาสทางธุรกิจ ใหม่ ๆ เป็นผู้รวบรวมเงินทุนเพื่อจัดตั้งธุรกิจ จัดระเบียบภายในธุรกิจ และบริหารการดำเนินงาน ของธุรกิจเพื่อจัดหาสินค้าและบริการให้แก่สาธารณชน

วิทยากร เชียงกุล (2538, หน้า 156) ได้ให้ความหมายของกลุ่มที่วิเคราะห์ผู้ประกอบการว่า เป็นผู้บริหารจัดการในองค์การขนาดใหญ่ แนวทัศน์นี้จะมุ่งเน้นความสนใจในบทบาทของผู้บริหารจัดการ ซึ่งเปี่ยมไปด้วยทักษะความสามารถภายในองค์การขนาดใหญ่ ที่ซับซ้อนบุคคลเหล่านี้จะได้รับหน้าที่ให้เป็นผู้บริหารจัดการในบริษัทขนาดใหญ่ เป็นผู้ที่ได้รับอำนาจหน้าที่เต็ม มีเสรีภาพและได้รับการสนับสนุนทางการเงิน งบประมาณเพื่อก่อให้เกิดการสร้างผลผลิต บริการ และระบบการทำงานใหม่ๆ ผู้บริหารเหล่านี้จะเป็นอิสระจากงานประจำวันและข้อจำกัดของบริษัท

สมคิด บางโม (2538, หน้า 90) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการ คือ ผู้เสี่ยงต่อการขาดทุนที่เข้ามาทำการผลิตโดยใช้ความรู้ความสามารถ มีความรู้ในด้านการบริหาร การวางแผน การจัดองค์การ การบริหารบุคคล การอำนวยความสะดวก และการควบคุมติดตามงาน มาทำการผลิตสินค้าและบริการเสนอตลาดเพื่อขายให้ได้กำไร อาจจะเป็นเจ้าของตนเองหรือไม่ใช่เจ้าของทุนก็ได้

คณาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจ (2540, หน้า 10) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการ คือ ผู้ริเริ่มหรือผู้ดำเนินการในการก่อตั้งประกอบกิจการธุรกิจ ถ้าเป็นการก่อตั้งการประกอบกิจการแบบบุคคลผู้เดียวเป็นเจ้าของและแบบหุ้นส่วน ผู้ประกอบการจะต้องรับความเสี่ยงภัยที่อาจเกิดขึ้น คือ ถ้ามีกำไรหรือขาดทุนเกิดขึ้นจากการดำเนินงาน ผู้ประกอบการประเภทนี้จะเป็นผู้รับแต่เพียงผู้เดียว แต่ถ้าเป็นการประกอบกิจการในรูปของบริษัทผู้ถือหุ้นจะเป็นผู้รับความเสี่ยงภัย

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท, และสุณี เลิศแสวงกิจ (2541, หน้า 15) ได้ให้ความหมายของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่มีความคิดที่จะทำธุรกิจและเป็นผู้ก่อตั้งธุรกิจนั้นขึ้นมา และคอยดูแลประคับประคองให้ธุรกิจที่ดั่งขึ้นมานั้นดำเนินไปได้ด้วยดี

วินิจ วีรยางกูร (2545, หน้า 20) ได้ให้ความหมายของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ดำเนินธุรกิจต่อโดยที่ผู้ประกอบการคนเดิมครบเกษียณอายุ ตายหรือขายกิจการ โดยที่ผู้เข้ามาใหม่นั้นจะต้องพยายามให้ธุรกิจนั้นๆ ดำเนินต่อไปและผู้ดำเนินธุรกิจในรูปของการรับสิทธิในการดำเนินธุรกิจให้แก่ผู้ผลิตสินค้าหรือบริการ โดยได้รับค่านายหน้าหรือกำไรแล้วแต่จะตกลงกัน

วิชัย โถสุวรรณจินดา (2545, หน้า 15) ได้ให้ความหมายของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่จัดตั้งองค์การธุรกิจขึ้นโดยยอมรับความเสี่ยงภัยเพื่อหวังกำไรโดยมีสิ่งที่จะพิจารณาเบื้องต้นอยู่ 3 ประการ คือ ต้องการสิ่งใดเป็นผลตอบแทนจากการเป็นเจ้าของธุรกิจตรวจสอบอุปสรรคต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น และประเมินทักษะความสามารถของตนเองที่จะช่วยให้ประสบความสำเร็จ

อำนาจ วีระวนิช (2546, หน้า 6) ได้ให้ความหมายของคุณลักษณะของผู้ประกอบการไว้ว่า การที่ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่ต้องรับผิดชอบโดยตรงต่อความเสี่ยงและ

ความไม่แน่นอนจากการดำเนินกิจการ และเป็นผู้นำในการนำพากิจการให้บรรลุจุดหมายในด้านกำไรและการเติบโตโดยแสวงหาโอกาสจากสภาพแวดล้อมที่กิจการเผชิญอยู่ภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด

สรุปได้ว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่จะทำธุรกิจและเป็นผู้ก่อตั้งธุรกิจนั้นขึ้นมา และคอยดูแลรับผิดชอบโดยตรงต่อความเสี่ยงและความไม่แน่นอน จากการดำเนินกิจการเป็นผู้นำในการนำพากิจการให้บรรลุจุดหมายในด้านกำไร และการเติบโต ผู้ประกอบการ พยายามให้ธุรกิจนั้นๆ ดำเนินต่อไปในรูปของการรับผิดชอบต่อสังคม การดำเนินธุรกิจให้แก่ผู้ผลิตสินค้าหรือบริการ

2. คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจทั่วไป

คณาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจ (2540, หน้า 7) ได้ให้ความหมายของการประกอบธุรกิจ หมายถึง การผลิตสินค้าและบริการ และการนำสินค้าและบริการนั้นมาจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค ฉะนั้นถ้าการผลิตสินค้าหรือบริการนั้นๆ ได้ถูกนำมาใช้บริโภคเอง ไม่ได้นำไปขายหรือจำหน่ายจะเรียกว่า การอุปโภคบริโภค แต่ถ้าการผลิตสินค้าและบริการได้ถูกนำไปขายหรือจำหน่ายต่อไปจะเรียกว่า การค้า การประกอบธุรกิจ

ผู้ประกอบการธุรกิจมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญพอจะแยกออกได้เป็น 2 ประการ คือ

1. การประกอบธุรกิจเพื่อมุ่งหวังกำไร (profit earning)
2. การประกอบธุรกิจโดยไม่มุ่งหวังกำไร (social prestige) อาทิเช่น กิจการ

ประเภทสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ

จุดมุ่งหมายของธุรกิจพอสรุปได้ดังนี้

1. ให้บริการแก่ผู้บริโภค
2. นำผลกำไรมาสู่ผู้ลงทุน
3. เป็นหลักประกันทางด้านเศรษฐกิจให้แก่พนักงาน
4. ให้บริการแก่ท้องถิ่นและเสริมสร้างความเจริญให้แก่สังคมส่วนรวม
5. อยู่ในขอบเขตที่รัฐบาลกำหนด
6. ประพฤติปฏิบัติให้เป็นไปตามจรรยาบรรณของอาชีพ

ประเภทของธุรกิจ สามารถจำแนกออกเป็นประเภทต่างๆ ตามชนิดของการทำธุรกิจได้ดังนี้

1. ธุรกิจการเกษตร
2. ธุรกิจการผลิตวัตถุดิบ
3. ธุรกิจการผลิตสินค้าสำเร็จรูป
4. ธุรกิจการก่อสร้าง
5. ธุรกิจส่งและค้าปลีก
6. ธุรกิจการคมนาคมและการขนส่ง

7. ธุรกิจการเงิน การประกันภัย และการจัดสรรที่ดินบ้านเช่า
8. ธุรกิจการให้บริการ
9. ธุรกิจที่ดำเนินการโดยรัฐบาล

ธุรกิจทุกประเภทจะประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลว ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ คือ

1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ซึ่งประกอบด้วยวัฏจักรของธุรกิจเงินทุน การบริโภคของลูกค้ำ ภาวะทางเศรษฐกิจ การจัดจำหน่าย รายได้ประชาชาติ ภาวะทางการเงินของประเทศและของโลก แรงงาน ราคา การผลิต กำไร อุปสงค์ และอุปทาน มูลค่าของสินค้า

2. ปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งประกอบด้วย คู่แข่ง การขนส่ง ภาวะการณตลาด สภาพการเมือง ดินฟ้าอากาศ แหล่งวัตถุดิบ ชนิดของวัตถุดิบ ภาวะทางสังคม นโยบายของรัฐ และการเปลี่ยนแปลงทางกฎหมาย

3. ปัจจัยภายใน ซึ่งเป็นปัจจัยที่อาจควบคุมได้ด้วยการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจัยประเภทนี้ประกอบด้วย การบริหารและการประสานงาน ท่าเลที่ตั้ง การเงิน การผลิต และควบคุมการผลิต การส่งเสริมการขาย การค้นคว้าวิจัยรูปแบบและชนิดของสินค้า

วรรณารณ แสงมณี (2544, หน้า 3) ได้ให้ความหมายของธุรกิจ หมายถึง กิจกรรมทุกอย่างซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับในวงการของสถาบัน เพื่อที่จะจำหน่ายและให้บริการภายใต้กฎเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ โดยมีความสัมพันธ์กับบริการอื่นและกลุ่มผู้กระทำงานร่วม เพื่อให้บรรลุถึงจุดหมายอันเดียวกันคือความสำเร็จของหน่วยงาน

สรุปได้ว่า ธุรกิจทั่วไป หมายถึง ธุรกิจเกี่ยวข้องกับการผลิต การซื้อขายสินค้าและบริการ ธุรกิจจะต้องจัดให้มีสินค้าและบริการแก่สังคม การดำเนินธุรกิจต้องเป็นกิจกรรมที่ต่อเนื่องกันไม่ใช่ทำชั่วคราวชั่วคราว และมีแรงจูงใจในการดำเนินธุรกิจคือกำไร เป็นต้น

3. คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม

อำนาจ ชีระวนิช (2546, หน้า 6 – 8) ได้ให้ความหมายของการที่ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่ต้องรับผิดชอบ โดยตรงต่อความเสี่ยงและความไม่แน่นอนจากดำเนินกิจการและเป็นผู้ดำเนินการนำพากิจการให้บรรลุจุดหมายในด้านกำไรและการเติบโตโดยแสวงโอกาสจากสภาพแวดล้อมที่กิจการเผชิญอยู่ภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด ดังนั้นปกติผู้ประกอบการมักจะเป็นลักษณะผู้ที่ต้องการที่จะประสบความสำเร็จสูง ยอมรับความเสี่ยงในระดับปานกลางและมีความเชื่อ เป็นต้น จากลักษณะดังกล่าวจะแบ่งลักษณะผู้ประกอบการ ดังนี้

1. ความต้องการความสำเร็จ หลายคนมักคิดว่าเงินคือปัจจัยผลักดันในการเข้ามาประกอบแต่โดยข้อเท็จจริงแล้วความต้องการความสำเร็จ (need for achievement) ถือเป็นแรงผลักดันพื้นฐานผลต่อแรงจูงใจ (motivation) ของผู้ประกอบการ ดังนั้น เมื่อพิจารณาในประเด็นนี้เงินจึงเป็นเพียงส่วนประกอบส่วนหนึ่งของสัญลักษณ์แห่งความสำเร็จเท่านั้น

2. ความต้องการที่จะรับผิดชอบ ผู้ประกอบการโดยทั่วไปเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบส่วนบุคคลต่อผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการกระทำของผู้ประกอบการพอใจ

ต่อการควบคุมและใช้ทรัพยากรให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดขึ้น และเป็นผู้ที่ผูกมัดตนเองต่อธุรกิจอย่างเต็มที่

3. การยอมรับความเสี่ยง ความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการได้รับในการเริ่มหรือดำเนินการในธุรกิจของตนเองจะมีความแตกต่างกัน ถ้าผู้ประกอบการลงทุนด้วยเงินทุนของตนเอง ย่อมจะมีความเสี่ยงทางการเงิน แต่ถ้าลาออกจากงานเดิมจะต้องประสพความเสี่ยงในด้านอาชีพ นอกจากนั้น ความเครียดและเวลาที่ทุ่มเทในการเริ่มและดำเนินธุรกิจอาจสร้างปัญหาให้กับครอบครัวได้

4. ความเชื่อมั่นตนเอง บุคคลที่มีความเชื่อมั่นตนเองจะมีความรู้สึกว่าจะสามารถเผชิญกับสิ่งที่ท้าทายได้ จากการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีแนวโน้มเป็นบุคคลที่มีความเชื่อมั่นตนเอง โดยเป็นผู้ซึ่งเมื่อเห็นปัญหาที่เขาต้องเผชิญกับความเสี่ยงแล้ว เชื่อว่าผู้ประกอบการมีความสามารถที่จะชนะปัญหาที่เกิดขึ้นได้ โดยทั่วไปผู้ประกอบการที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถที่จะประสบความสำเร็จเป็นผู้ที่โน้มเอียงไปในทางมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับโอกาสในความสำเร็จบนพื้นฐานความเป็นจริง

5. ความต้องการตอบสนองอย่างทันทีทันใด ซึ่งเป็นเสมือนจิตใต้สำนึกเพราะเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น ผู้ประกอบการจะไม่ใช่เป็นผู้ที่จําแนกต่อปัญหา แต่จะตอบสนองต่อปัญหาอย่างทันทีทันใด การต่อสู้กับปัญหาต่างๆ ที่ระดมเข้ามาเสมือนหนึ่งรู้ว่าเขาจะทำอะไรและอย่างไร

6. การมีพลังในระดับสูง ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีพลังส่วนตัวมากกว่าบุคคลทั่วไป ซึ่งพลังนี้จะพบอยู่เสมอๆ ในช่วงเริ่มเปิดกิจการที่จะเห็นผู้ประกอบการได้ใช้ความพยายามทั้งหมดที่มีอยู่อย่างไม่น่าเชื่อ ทั้งความคิด ความทุ่มเท ความกระตือรือร้นและการทำงานที่หนักยากจะพบเห็นในบุคคลทั่วไป

7. การมุ่งเน้นที่อนาคต การที่ผู้ประกอบการต้องทำงานอย่างทุ่มเทนั้นไม่ใช่เพื่อความสำเร็จในช่วงสั้นๆ แต่เขาเป็นผู้ที่มุ่งเน้นที่อนาคต โดยค้นหาโอกาสและสร้างกิจการของตนจากธุรกิจขนาดย่อม

8. การอดทนต่อแรงเสียดทานและความยืดหยุ่น ผู้ประกอบการถือเป็นผู้ที่มีความอดทนต่อแรงเสียดทานสูงกว่าบุคคลทั่วไป เพราะเป็นผู้ที่ต้องเผชิญกับปัญหาต่างๆ อย่างรอบด้าน โดยเฉพาะการที่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว แรงกดดันยังต้องมีเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น ความสามารถในด้านความอดทนและความยืดหยุ่นจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการในยุคปัจจุบัน

อำนาจ วีระวนิช (2546, หน้า 19) ได้ให้ความหมายของลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดย่อม ตาราง 5 ดังต่อไปนี้

ตาราง 5 ลักษณะของผู้ประกอบการ

ช่วงเริ่มต้นกิจการ	ช่วงเติบโต
<p>1. เป้าหมายและแผนพื้นฐานเพื่อความอยู่รอด เช่น สร้างพัฒนาและเสนอความคิดสู่ตลาด</p> <p>ลักษณะของผู้ประกอบการ</p> <p>1. เห็นอนาคตมากกว่าปัจจุบัน พยายามก้าวไปสู่กรอบระยะปานกลางถึงระยะยาว</p> <p>2. ยอมรับความเสี่ยงในระดับปานกลางด้วยความอดทนสูงต่อแรงกดดันและการเปลี่ยนแปลง</p> <p>3. ความสามารถในการคิดบุกเบิกสิ่งใหม่ๆ เพื่อสนองความพอใจลูกค้า</p> <p>4. ความรู้ทางเทคนิคและประสบการณ์ในการประดิษฐ์คิดค้น</p> <p>แบบขององค์กร</p> <p>1. โครงสร้างแบบง่าย ๆ สายการบังคับบัญชาน้อยช่องทางการติดต่อสื่อสารในแนวระดับ</p> <p>2. อำนาจการตัดสินใจอยู่ที่ผู้ประกอบการ</p> <p>3. ระบบการควบคุมแบบไม่เป็นทางการ</p>	<p>1. เป้าหมายคือการเติบโตแบบปกติ มีประสิทธิภาพและกำไร รวมถึงแผนเพื่อบรรลุเป้าหมาย ดังกล่าว</p> <p>ลักษณะของผู้ประกอบการ</p> <p>1. เหมือนช่วงเริ่มต้นกิจการ</p> <p>2. เหมือนช่วงเริ่มต้นกิจการ</p> <p>3. ความสามารถในการฟันฝ่าอุปสรรคในช่วงเติบโตอย่างรวดเร็วมีความชัดเจนและรับผิดชอบต่อองค์กร</p> <p>4. ความรู้ทางการจัดการและประสบการณ์กับคนและทรัพยากรอื่น</p> <p>แบบขององค์กร</p> <p>1. โครงสร้างตามหน้าที่หรือแนวตั้งตลอดจนยังมีช่องทางการติดต่อสื่อสารแนวระดับแบบไม่เป็นทางการ</p> <p>2. มอบหมายการตัดสินใจให้กับระดับรองลงมา</p> <p>3. การควบคุมแบบกึ่งเป็นทางการ</p>

ที่มา (อำนาจ วีระวนิช, 2546, หน้า 19)

4. คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่ประสบผลสำเร็จ

ความสำเร็จของผู้ประกอบการ ในหมู่ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมจะมีความแตกต่างในเรื่องอารมณ์และแรงจูงใจเช่นเดียวกับในหมู่ของลูกจ้าง อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาจะพบว่าโดยทั่วไปนักธุรกิจขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จจะมีบุคลิกภาพเฉพาะบุคคลที่แน่นอนได้มีกลุ่มนักจิตวิทยา กลุ่มหนึ่งได้ทำการศึกษาผู้บริหารระดับหัวหน้าของธุรกิจขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จโดยใช้การตั้งคำถามและการทดสอบอย่างลึกซึ้ง และได้สามารถถอดองค์ประกอบของมิติการวัดนี้ได้ 8 ด้าน

1. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

ธงชัย สันติวงษ์ (2531, หน้า 23) ได้ให้ความหมายของความคิดริเริ่ม คือ การช่วยคิดริเริ่มของคณงานทุกคนภายในขอบเขตที่ตนเองนั้นพึงมี จะเป็นพลังอันสำคัญที่จะทำให้องค์การเข้มแข็งขึ้น ตลอดจนแผนงานและเป้าหมายต่างๆ ก็จะถูกทำให้สำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดด้วย

จรรยา ทองถาวร (2536, หน้า 106) ได้ให้ความหมายของการสร้างสรรค์ หมายถึง มีความคิดและการกระทำที่สร้างสรรค์ไม่ใช่ความคิดที่คอยทำลายล้างกันแก่งแย่งหรือห่วงเหนี่ยวความก้าวหน้าของผู้อื่นไม่ใช่ตัวเราไม่ทำพอเห็นคนอื่นทำแล้วจะได้ดีคอยแก่งแย่งคอยถ่วงหรือคอยทำลาย

เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฐ์ (2537, หน้า 30) ได้ให้ความหมายของการสร้างความคิดริเริ่ม คือ ความคิดริเริ่มเป็นจุดสำคัญที่ทำให้เกิดการปรับปรุงงาน ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์จะเป็นแรงผลักดันที่ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในการทำงานและนำความคิดที่ได้มานั้นมาใช้ในการปฏิบัติงานจริง ความคิดริเริ่มอาจจะเกิดจากการจดจำในสิ่งที่ดีและนำมาปรับปรุง การหาเหตุผลการวิเคราะห์เพื่อแก้ไข การเป็นคนชอบสงสัย การมีความคิดใหม่ๆ แปลกๆ เพื่อหาวิธีการที่ดีกว่า

ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์ (2543, หน้า 34) หลักความคิดริเริ่ม คือ เปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องใช้ความคิดริเริ่มของตนบ้าง ให้คณงานได้มีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาขององค์การ เพราะฉะนั้นการช่วยคิดริเริ่มของคณงานทุกคน จะเป็นพลังอันสำคัญที่จะทำให้องค์การเข้มแข็งขึ้น แผนงานและข้อเสนอต่างๆ จะเป็นเครื่องช่วยให้คนแสดงออกซึ่งความคิดริเริ่มดังกล่าวได้

กัตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2547, หน้า 10) ได้ให้ความหมายของความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถคิดนอกกรอบได้โดยไม่ซ้ำแนวทางกับผู้อื่นเคยปฏิบัติมา แล้วสานฝันให้ประสบความสำเร็จ

ยุศดา รักไทย, และสุภาวดี วิทยาประพันธ์ (2547, หน้า 193) ได้ให้ความหมายของการคิดริเริ่ม คือ การคิดริเริ่มทุกอย่างต้องมีการประเมินความเสี่ยง ประเมินขนาด และลักษณะธรรมชาติของงาน ความสามารถที่จะทำให้สำเร็จตามความคิด ความเสี่ยงเฉพาะตัว

และประเมินว่ากิจกรรมน่าจะก่อให้เกิดผลอะไร นอกจากนี้บุคคลก็ต้องยืนยันหยัดที่จะทำให้เกิดความคิดของตนเกิดเป็นโครงการด้วย

สรุปได้ว่า ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ หมายถึง มีความคิดริเริ่มให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารและคิดค้นหาเทคนิคใหม่ๆ ให้เกิดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ การคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล การมีความคิดใหม่ๆ เพื่อหาวิธีการที่ดีกว่า ความคิดริเริ่มและความสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรม การคิดริเริ่มสิ่งใหม่ๆ ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างมีเหตุผล ความคิดริเริ่มทันต่อเหตุการณ์ในปัจจุบัน

2. กล้าเสี่ยง

วีรนาถ มานะกิจ (2533, หน้า 45) ได้ให้ความหมายของกล้าเสี่ยง คือ ความกล้าพอประมาณน่าจะเป็นสิ่งเดียวที่พรรณนาลักษณะของคนที่ประสบความสำเร็จในระดับสูง โดยผิวเผินนั้นดูเหมือนว่าผู้ประสบความสำเร็จระดับสูงจะต้องเสี่ยงในระดับสูงเพื่อที่จะต้องกล้างลงทุนกับสิ่งที่ทำลงไป เช่น การทำธุรกิจการค้า เป็นต้น

ศิวาพร มัณฑุกานนท์ (2533, หน้า 16) ได้ให้ความหมายของกล้าเสี่ยง ธุรกิจใหญ่ๆ จะได้ความคิดใหม่ๆ ก็ต่อเมื่อได้รับการพิจารณาอย่างรอบคอบและเปรียบเทียบทางเลือกหลายๆ ทาง นักธุรกิจขนาดย่อมก็ควรทำเช่นนี้ด้วย แต่ก็ยังมีหลายอย่างที่ยังต้องคิดถึงต่อเหตุผลและคำแนะนำในการแสดงความคิด ซึ่งเป็นเพราะว่าชอบใช้ความคิดส่วนตัวเป็นใหญ่ คุณค่าส่วนตัวจะต้องได้รับการบังคับมากกว่าการคำนวณเรื่องความกล้าเสี่ยง และก็มีตัวอย่างบ่อยครั้งที่การตัดสินใจได้รับการแก้ไขโดยความคิดของผู้ประกอบการซึ่งประสบความสำเร็จในวันปลาย

อำนาจ ชีระวิช (2544, หน้า 373) ได้ให้ความหมายของกล้าเสี่ยง คือ เงื่อนไขหนึ่งๆ ซึ่งมีความเป็นไปได้ที่จะเกิดสิ่งที่หักเหในทางตรงกันข้ามจนมีผลทำให้ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นไม่เป็นไปตามคาดหวังไว้ สถานการณ์ของธุรกิจขนาดย่อมจะเห็นได้ว่าการดำเนินงานต้องคงอยู่ภายใต้ภาวะความเสี่ยงหลายอย่างด้วยกัน จนอาจมีผลทำให้กิจการต้องสูญเสียสินทรัพย์และศักยภาพของผลกำไร ซึ่งสินทรัพย์ในที่นี้มิใช่เฉพาะแต่สินค้าคงคลัง สิ่งก่อสร้างและเครื่องจักรเครื่องมือเท่านั้น แต่ยังรวมถึงบุคลากรและชื่อเสียงของกิจการอีกด้วย

ภัทรกิตติ์ เนตินิยม (2546, หน้า 228) ได้ให้ความหมายของกล้าเสี่ยง คือ ความไม่แน่นอนที่อาจจะนำมาซึ่งความสูญเสียในฐานะของผู้ประกอบการ

วีรวุฑ มาฆะศิริานนท์ (2546, หน้า 129) ได้ให้ความหมายของกล้าเสี่ยง คือ อันตรายหรือความสูญเสียที่อาจจะเกิดขึ้นได้ โดยมีปัจจัยสำคัญคือ ความไม่แน่นอนเป็นพื้นฐานการวิเคราะห์ความกล้าเสี่ยง จึงเป็นการประเมินวัดความไม่สามารถที่จะดำเนินงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ภายใต้วงเงินงบประมาณ กำหนดเวลา และเทคโนโลยีที่จะใช้รวมถึงภายใต้ข้อจำกัดทางด้านสภาวะการณ์แวดล้อมขององค์กรตลอดจนวัฒนธรรมขององค์กรนั้นๆ

กตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2547, หน้า 10) ได้ให้ความหมายของกล้าเสี่ยง กล้าตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ต่างๆ ชูรักรักกับความเสี่ยงเป็นของคู่กัน แต่นักธุรกิจที่ดี ต้องวางแผนให้การดำเนินงานตั้งอยู่บนพื้นฐานความเสี่ยงที่น้อยลงและต้องตั้งตนอยู่ในความไม่ประมาท

ยุดา รักไทย และสุภาวดี วิทยาประพันธ์ (2547, หน้า 220) ได้ให้ความหมายของกล้าเสี่ยง คือ คนที่ไม่ชอบคิดแบบสมมติ (ซึ่งเป็นพวกที่ชอบเสี่ยง) จำเป็นต้องกล้ารับความเสี่ยงมากขึ้น โดยการยอมรับความเสี่ยงเล็กๆ ก่อน แล้วค่อยเพิ่มระดับความเสี่ยงขึ้นไป

สรุปได้ว่า กล้าเสี่ยง หมายถึง กล้าตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ต่างๆ มีการวางแผนในการดำเนินงานเสมอ กล้าลองในสิ่งที่แปลกใหม่ นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการบริหาร กล้าเสี่ยงในการขยายกิจการ การวิเคราะห์ความเสี่ยงด้านการลงทุนและการขยายกิจการ

3. ความชำนาญ

กตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2547, หน้า 10) ได้ให้ความหมายของความชำนาญ ทั้งในทักษะด้านวิชาชีพ และทักษะด้านบริหาร การเริ่มต้นประกอบการต้องอาศัยการลงมือลงแรงของเจ้าของเองเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น ความสามารถเชิงวิชาชีพจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นที่จะช่วยให้ประหยัดค่าจ้างพนักงานลงได้ และในการบริหารจะทำให้ธุรกิจฟันฝ่าอุปสรรคอยู่รอดและเจริญเติบโตได้

ยุดา รักไทย และสุภาวดี วิทยาประพันธ์ (2547, หน้า 196) ได้ให้ความหมายของความชำนาญ คือ โดยพิจารณาความสามารถที่ปรากฏชัดและสมรรถนะในการวินิจฉัยเป็นหลัก

สรุปได้ว่า ความชำนาญ หมายถึง ความรู้ความชำนาญในการประกอบกิจการด้านทักษะ มีทักษะในการบริหาร บริหารด้วยความมั่นคงและปลอดภัย ในทรัพย์สิน การบริหารด้วยความเอาใจใส่ผู้ใช้บริการทุกครั้ง พิจารณาความสามารถและความชำนาญในการทำงานของลูกจ้าง ความสามารถเชิงวิชาชีพที่จะช่วยให้ประหยัดค่าจ้างพนักงานลงได้ การบริหารงานให้มีจุดประสงค์และบรรลุการตั้งเป้าหมาย

4. ความมุ่งมั่นทะเยอทะยาน

กตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2547, หน้า 10) ได้ให้ความหมายของการมีความมุ่งมั่นทะเยอทะยานที่จะประสบความสำเร็จโดยต้องการกำไรจากการประกอบการจากการลงทุนลงแรงทำงาน ผู้ประกอบการต้องมีความรู้สึกต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตอันเป็นพลังผลักดันให้ผู้ประกอบการลุกขึ้นมาดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย โดยความต้องการสังเกตได้อย่างชัดเจนว่าจะไม่เหมือนกับความต้องการของคนธรรมดาทั่วไป นอกจากนั้น ยังต้องอดทนกับอุปสรรคนานาประการที่ถาโถมเข้ามาอย่างต่อเนื่อง

สรุปได้ว่า ความมุ่งมั่นทะเยอทะยาน หมายถึง อดทนกับอุปสรรค มีความมานะพยายามและผลักดันให้บรรลุความสำเร็จ มีความมุ่งมั่นทะเยอทะยานในด้านความตั้งใจเพื่อที่ประสบผลสำเร็จ ต้องการเป็นที่ยอมรับและมีเกียรติของสังคม ต้องการให้ห้างร้านมีความมั่นคงและสร้างกำไร มีพลังผลักดันดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย มีความรู้สึกต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต มีความตื่นตัวต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมและเศรษฐกิจ

5. ความขยันขันแข็ง

จรรยา ทองถาวร (2536, หน้า 106) ได้ให้ความหมายของความขยันขันแข็ง คือ ขยันต่อการทำงานตามภาระหน้าที่ มีความรับผิดชอบ ไม่เป็นคนเกียจคร้าน ซึ่งจะทำให้ภาพพจน์และการได้รับความนิยมนิยมเสื่อมสลดน้อยลงไป

กัตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2547, หน้า 10) ได้ให้ความหมายของการขยันขันแข็งสามารถทำงานหนัก และทำงานเกินเวลาได้อย่างไม่ย่อท้อ ความสำเร็จไม่ได้มาถึงในเวลาอันสั้น ผู้ประกอบการบางคนใช้เวลาครึ่งชีวิตในการสร้างธุรกิจให้เป็นปีกแผ่น ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ คือ บุคคลที่ไม่ล้มเลิกอะไรง่าย ๆ แม้อาจจะล้มเหลวหลายครั้งก็ตาม

สรุปได้ว่า ความขยันขันแข็ง หมายถึง ทำงานด้วยความทุ่มเทไม่ย่อท้อ มีความกระตือรือร้นและความขยันหมั่นเพียร ไม่ท้อต่ออุปสรรคต่างๆ นานา มีความเพียรพยายามและมีความรับผิดชอบในการทำงาน มีความมานะ อดทน และกล้าหาญ ซื่อสัตย์สุจริต และตั้งใจจริงในการทำงาน มีความมุ่งมั่นในการทำงานอย่างเต็มที่

6. ความเชื่อมั่นในตนเอง

อำนาจ ชีระวนิช (2544, หน้า 7) ได้ให้ความหมายของความเชื่อมั่นตนเอง คือ บุคคลที่มีความเชื่อมั่นตนเองจะมีความรู้สึกที่สามารถเผชิญกับสิ่งที่ท้าทายได้ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีแนวโน้มเป็นบุคคลที่มีความเชื่อมั่นตนเอง โดยเป็นผู้ซึ่งเมื่อเห็นปัญหาที่ต้องเผชิญความเสี่ยงแล้ว เชื่อว่ามีความสามารถที่จะชนะปัญหาที่เกิดขึ้นได้ โดยทั่วไป ผู้ประกอบการที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถที่จะประสบความสำเร็จเป็นผู้โน้มเอียงไปในทางมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับโอกาสในความสำเร็จบนพื้นฐานความเป็นจริง

กัตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2547, หน้า 10) ได้ให้ความหมายของความเชื่อมั่นในตนเองสูงมาก และเชื่อมั่นว่าความสำเร็จจะเป็นของผู้ที่ตั้งใจมั่นอย่างแท้จริง

ยุดา รักไทย และสุภาวดี วิทยาประพันธ์ (2547, หน้า 32) ได้ให้ความหมายของความเชื่อมั่นเป็นแรงขับ คือ ผู้นำที่มีประสิทธิผลจะยืนยันยึดเพื่อบางสิ่งบางอย่าง ทำในสิ่งที่ถูกต้องด้วยเหตุผลที่เหมาะสม แบ่งปันความเชื่อ ความมั่นใจ และเหตุผลในการทำสิ่งนั้นกับผู้อื่นเพื่อให้รู้ถึงทิศทางและขอบเขตของงาน ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นต่อการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปได้ว่า ความเชื่อมั่นในตนเอง หมายถึงมีความเชื่อมั่นในตนเองสูง การบริหารอย่างมีความน่าเชื่อถือและถูกต้อง ทำงานด้วยความตั้งใจเพื่อที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ

การบริหารด้วยความยุติธรรม มีความสามารถที่จะชนะปัญหาที่เกิดขึ้นได้ ผู้นำมองโลกในแง่ดีเพื่อความสำเร็จในชีวิต มีความสามารถในการตัดสินใจรวดเร็วและถูกต้อง มีความเด็ดขาดกับตนเองและผู้อื่น สามารถทำงานให้เกิดประสิทธิภาพได้

7. ความเอาใจจริงเอาใจและมีวินัยในการทำงาน

กัตญญุ หิริญญสมบุรณ (2547, หน้า 10) ได้ให้ความหมายของความเอาใจจริงเอาใจและมีวินัยในการทำงาน ความสำเร็จเกิดจากความพากเพียรอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งต้องบังเกิดจากผู้ประกอบการที่มีนิสัยขยันหมั่นเพียรและการปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่พนักงานคนอื่น

สรุปได้ว่า ความเอาใจจริงเอาใจและมีวินัยในการทำงาน หมายถึง มีความขยันหมั่นเพียรในการทำงาน ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่พนักงาน มีความกระตือรือร้นในการทำงาน เป็นคนตรงต่อเวลาเสมอ มีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ ศึกษาค้นคว้างานที่จะต้องทำให้เกิดผลสำเร็จอย่างสม่ำเสมอ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการทำงาน

8. ความสามารถหาโอกาสในวิกฤต

กัตญญุ หิริญญสมบุรณ (2547, หน้า 10) ได้ให้ความหมายของการสามารถหาโอกาสในวิกฤต ประกอบการที่ดีต้องมองว่าการเปลี่ยนแปลง คือโอกาสที่จะเป็นจุดเริ่มต้นของสิ่งใหม่ๆ และต้องสามารถใช้การเปลี่ยนแปลงให้เกิดประโยชน์

ยุดา รักไทย และสุภาวดี วิทยาประพันธ์ (2547, หน้า 220) ได้ให้ความหมายของการใช้โอกาสให้เป็นประโยชน์ คือ ในโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การรู้จักฉวยโอกาสเป็นสิ่งจำเป็น คนเราต้องรู้จักปรับปรุงการตอบสนองของตนเอง และให้มีการสร้างสรรค์ การใช้โอกาสให้เป็นประโยชน์จะทำให้ความคิดของผู้นั้นเกิดการคิดชัด คือ คิดอะไรไม่ค่อยออกภายหลัง

สรุปได้ว่า ความสามารถหาโอกาสในวิกฤต หมายถึง สามารถปรับเปลี่ยนวิกฤตเป็นโอกาสเสมอ มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งแปลกใหม่และนำความสำเร็จมาให้เสมอ ได้ผลประโยชน์ที่น่าพึงพอใจ การรู้จักฉวยโอกาสปรับปรุงในสิ่งที่ดีเสมอ หากความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจที่ล้มเหลวและประสบผลสำเร็จในภายหลัง สร้างจุดแข็งและปรับปรุงแก้ไขจุดอ่อนในการประกอบธุรกิจ การใช้วิสัยทัศน์ในการพัฒนาคุณภาพของการปฏิบัติงาน นำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล หากจุดอ่อนของผู้ประกอบการอื่นมาสร้างจุดแข็งให้กับธุรกิจของตนเอง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในประเทศ

มาลี บุษยะมา (2539, บทคัดย่อ) ได้ให้ความหมายของการศึกษาหัวข้อคุณลักษณะที่ต้องการของผู้ปฏิบัติงานในสถานประกอบการเอกชนตามทัศนะของผู้จัดการฝ่ายบุคคล ศึกษาความต้องการกำลังคนระดับปริญญาตรีและคุณลักษณะที่ต้องการของผู้ปฏิบัติงานกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้จัดการฝ่ายบุคคล หรือ ผู้อำนวยการฝ่ายบุคคลจำนวน 219 ท่าน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS/PC) ผลการวิจัยพบว่า สถานประกอบการเอกชนมีความต้องการบัณฑิตสาขาวิชาบริหารธุรกิจมากที่สุด รองลงมาคือ วิทยาการคอมพิวเตอร์ ภาษาอังกฤษ การจัดการทั่วไป คอมพิวเตอร์ศึกษา สถิติประยุกต์นิเทศศาสตร์ เคมี จิตวิทยา และการแนะแนว ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ส่วนสาขาวิชาอื่นๆ มีความต้องการพอสมควรและที่น่าสนใจคือ บัณฑิตคุณวุฒิ ค.บ. ก็ยังมีบางสถานประกอบการต้องการรับเข้าทำงานอยู่บ้าง ส่วนคุณลักษณะด้านนิสัย ทัศนคติ บุคลิกภาพสถานประกอบการเอกชนต้องการผู้ปฏิบัติงานที่มีความรับผิดชอบ ต่องานในหน้าที่และความกระตือรือร้นที่จะทำงานมากที่สุด รองลงมาคือ ความซื่อสัตย์ ความมีวินัย ความรอบคอบหมั่นเรียนรู้และพัฒนางานให้ดีขึ้น รักในงาน ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี ใส่ใจเรียนรู้ งานในหน้าที่ให้ดี มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความอดุสาหะ พากเพียรพยายาม และมีความคิดสร้างสรรค์ คุณลักษณะด้านการปฏิบัติสถานประกอบการเอกชนต้องการผู้ปฏิบัติงานที่มีความคล่องแคล่ว ว่องไว กระฉับกระเฉง เฉลียวฉลาด ไหวพริบดี เรียนรู้งานได้รวดเร็ว รู้จักประยุกต์ความรู้มาใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติและสามารถวิเคราะห์ปัญหาและแก้ปัญหาได้

วลีมาศ แซ่อิ่ง (2544, บทคัดย่อ) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อคุณลักษณะของบัณฑิตสถาบันราชภัฏคณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏสวนดุสิต การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ประกอบการในหน่วยงาน / สถานประกอบการ ภาครัฐบาล ภาครัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน ในหน่วยงาน / สถานประกอบการขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ที่มีต่อคุณลักษณะของบัณฑิตสถาบันราชภัฏสวนดุสิต ในสาขาวิชาการศึกษา สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ และสาขาวิชาศิลปศาสตร์ใน 4 ด้าน โดยภาพรวมและรายด้าน คือ (1) ด้านความรู้ความสามารถและทักษะวิชาชีพ (2) ด้านความรู้ความสามารถพิเศษ (3) ด้านบุคลิกภาพ (4) ด้านคุณธรรม จริยธรรม และการมีวินัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยผู้บริหารของสถานประกอบการที่ได้รับบัณฑิตจากสถาบันราชภัฏสวนดุสิตเข้าทำงาน จำนวน 293 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างง่าย (simple random sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลประกอบด้วยแบบสอบถามชนิดตรวจสอบรายการ (check list) แบบสอบถามชนิดมาตรฐานส่วนประมาณค่า (rating scale) และแบบสอบถามชนิดปลายเปิด (open-ended) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS for windows) คำนวณค่า ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (X) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVE) และการทดสอบของเชฟเฟ (Scheffe test)

สิทธิโชค ชำเมือง (2547, บทคัดย่อ) ได้ให้ความหมายของการศึกษาหัวข้อคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของช่างอุตสาหกรรมแปรรูปโลหะ ตามความต้องการของผู้บริหารวิสาหกิจขนาดย่อมและขนาดกลาง (SMEs) จังหวัดปทุมธานี โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมแปรรูปโลหะ จังหวัดปทุมธานี จำนวนทั้งสิ้น 148 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบประมาณค่าที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมุติฐานด้วยสถิติ t-Test f และ F-Test ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดปทุมธานีมีความต้องการเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของช่างอุตสาหกรรมแปรรูปโลหะ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เพื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทั้งสิ้นด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย คือ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านคุณธรรมและจริยธรรม รองลงมาได้แก่ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านมนุษยสัมพันธ์ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านบุคลิกภาพ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านวิชาการและวิชาชีพตามลำดับ (2) ผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอุตสาหกรรมแปรรูปโลหะ จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามสถานภาพที่แตกต่างกัน มีความต้องการเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของช่างอุตสาหกรรมแปรรูปโลหะ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันด้วยความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (3) ผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและผู้บริหารวิสาหกิจขนาดย่อมในอุตสาหกรรมแปรรูปโลหะจังหวัดปทุมธานี มีความต้องการเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของช่างอุตสาหกรรมแปรรูปโลหะ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันด้วยความเชื่อมั่นร้อยละ 95

2. งานวิจัยต่างประเทศ

บรัช และฮิชริช (Brush & Hishrich, 1991, p.9) ได้ศึกษาหัวข้อเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ผู้ประกอบการหญิงจำนวน 172 คน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ธุรกิจยังคงดำเนินอยู่รอดจำนวน 133 คน กับกลุ่มที่ต้องล้มเลิกกิจการไปจำนวน 39 คน กับตัวแปรตาม คือการเจริญเติบโตของธุรกิจ ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของยอดขาย รายได้และจำนวนคนงานที่ทำงานแบบเต็มเวลาตลอดช่วงเวลา 6 ปีที่ผ่านมา พบว่าผู้ประกอบการหญิงที่ประสบความสำเร็จสูงจะมีระดับการศึกษาสูงด้วย สอดคล้องกับการศึกษาของเบ็กเลย์ (Begley & Boyd, 1985, p.452) ที่วิจัยธุรกิจขนาดย่อมจำนวน 1,000 บริษัทกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการชายมากกว่าร้อยละ 95 จากการศึกษาคุณลักษณะของผู้บริหารระดับสูง (CEO) กับผลการดำเนินงานด้านการเงิน พบว่าบริษัทที่ผู้บริหารระดับสูงมีระดับการศึกษาสูง

จะมีการเจริญเติบโตในระดับสูง เช่นเดียวกับเวสเพอร์ (Vesper, 1990,p.27) พบว่าระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับผลกำไร

ชอร์ด้า และเพอราเลส (Chorda & Perales, 1997, p. 145) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ประกอบการหญิง จำนวน 172 คน พบว่า ผู้ประกอบการหญิงที่มีประสบการณ์ในด้านธุรกิจจะประสบความสำเร็จในธุรกิจมากกว่าผู้ประกอบการหญิงที่ไม่มีประสบการณ์ในด้านธุรกิจ สอดคล้องกับเวสเพอร์ (Vesper, 1990,p.27) ที่ศึกษาถึงความสำเร็จในธุรกิจ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารของธุรกิจที่กำลังริเริ่มกิจการกับธุรกิจที่ดำเนินการอยู่แล้ว พบว่าประสบการณ์ของผู้บริหารมีความสัมพันธ์กับผลกำไร

ไมเนอร์, สมิท และแบรคเคอร์ (Miner, Smith, & Bracker, 1998, p.544) ได้ศึกษาหัวข้อเรื่อง แรงจูงใจในการประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจประเภทเน้นนวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยี กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 118 คนเปรียบเทียบกับกลุ่มผู้จัดการและนักวิทยาศาสตร์จำนวน 41 คน ใช้เกณฑ์การเจริญเติบโตขององค์การหลายอย่าง ประกอบด้วย (1) ค่าเฉลี่ยรายปีของการขยายตัวด้านการจ้างงาน (2) ค่าเฉลี่ยรายปีของการเจริญเติบโตของยอดขาย

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการประกอบธุรกิจขนาดย่อม เพื่อต้องการประสบความสำเร็จ ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องมีคุณลักษณะที่ดี มีความสามารถในการทำงาน ความคล่องแคล่ว ว่องไว เฉลียวฉลาด ไหวพริบดี ความรับผิดชอบ ความกระตือรือร้นในการทำงาน ความเป็นผู้นำในการประกอบการธุรกิจ และรู้จักประยุกต์ใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงานได้ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพ