

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง สภาวะแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการเป็นผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของนักศึกษา โปรแกรมวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย ราชภัฏสวนดุสิต มีแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาช่วยเป็นแนวทางในการศึกษา ได้แก่

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจ
3. การประยุกต์ความรู้เรื่องความต้องการและแรงจูงใจ
4. ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
5. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ

คำว่า “ต้องการ” ในพจนานุกรมภาษาไทยฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (2526 : 323) กล่าวถึง “ความต้องการ” ว่า หมายถึง ความอยากได้ ใคร่ได้หรือประสงค์จะได้ และเมื่อเกิดความรู้สึกดังกล่าวจะทำให้ร่างกายเกิดการขาดความสมดุลเนื่องมาจากมีสิ่งรบกวนมากระตุ้น มีแรงขับภายในเกิดขึ้น ทำให้ร่างกายไม่อาจอยู่นิ่งต้องพยายามดิ้นรน และแสวงหาเพื่อตอบสนองความต้องการนั้นๆ เมื่อร่างกายได้รับตอบสนองแล้ว ร่างกายมนุษย์ก็กลับสู่ภาวะสมดุลอีกครั้งหนึ่ง และก็จะเกิดความต้องการใหม่ๆ เกิดขึ้นมาทดแทนวนเวียนอยู่ไม่มีที่สิ้นสุด

A.S. Hornby and E.C. Pamwell (http://eltj.oxfordjournals.org/cgi/issue_pdf/frontmatter_pdf/xxvII/3.pdf) ได้ให้ความหมายคำว่า “ต้องการ” ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า want และ need ไว้ใน An English-Reader's Dictionary of Oxford University Press ไว้ดังนี้

- | | |
|------------|---------------------------|
| “want” คือ | 1. ขาดแคลน อัดคัด ขัดสน |
| | 2. ต้องการ สิ่งที่ต้องการ |
| “need” คือ | 1. ต้องการ |
| | 2. ทำให้เป็นหนี้บุญคุณ |
| | 3. จำเป็นต้อง |

want และ need ที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น พอที่จะสรุปความหมายโดยรวม คือ ความต้องการหรือความรู้สึกว่าต้องการ และเป็นความจำเป็นอย่างหนึ่ง ซึ่งได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น

ความต้องการ หรือ ต้องการ ที่ตรงกับภาษาอังกฤษว่า want และ need นั้น มีผู้ให้ความหมายและพูดถึงคำดังกล่าวในหลายประเด็นดังนี้

Denis A. Goulet (http://www.nd.edu/~econplCy/faculty_staffg/toulet.htm/) ได้จำแนกความต้องการของมนุษย์ไว้ดังนี้

ความต้องการของมนุษย์มี 3 ลำดับ คือ

ความต้องการลำดับที่ 1 (Needs of First Order) เป็นความต้องการความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สิน

ความต้องการลำดับที่ 2 (Enhancement Need) เป็นความต้องการที่จะแสดงออกซึ่งความสามารถและความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ

ความต้องการลำดับที่ 3 (Luxury Need) เป็นความต้องการในด้านความสะดวกสบายหรือหรูหราเป็นพิเศษ

ชัยพร วิชาวุธ (2547) แบ่งความต้องการออกเป็น 2 ประเภทคือ ความต้องการทางกาย และความต้องการทางจิต

1. ความต้องการทางกาย

ทุกชีวิตที่เกิดมาในโลกมีเป้าหมายพื้นฐานเดียวกัน คือ ความต้องการอาหาร อากาศ น้ำ อุณหภูมิที่พอเหมาะแก่ร่างกาย การขับถ่าย การเคลื่อนที่ การพักผ่อน การผสมพันธุ์ และการปราศจากความเจ็บป่วย เมื่อร่างกายได้รับการตอบสนองความต้องการเหล่านี้เพียงพอ ร่างกายจะอยู่ในสภาพสมดุลไม่คืนรน แต่ถ้าเมื่อใดร่างกายพร่องในสิ่งที่ต้องการ ก็จะเกิดแรงขับทางกาย (Physiological Drive) ซึ่งแรงขับทางกายที่สำคัญมี 2 ประการคือ

แรงขับความหิว (Hunger Drive)

ร่างกายของคนเราต้องการอาหารเพื่อความเจริญเติบโตของร่างกาย และซ่อมแซมเนื้อเยื่อต่างๆ การทำงานของอวัยวะส่วนต่างๆ ของร่างกายต้องการพลังงานที่ได้มาจากอาหาร ดังนั้น เมื่อร่างกายต้องการอาหารเราจะรู้สึกหิว

แรงขับทางเพศ (Sex Drive)

แรงขับทางเพศนับเป็นแรงขับทางกายที่ทำให้เกิดพฤติกรรมต่อเนื่อง และมีเป้าหมายเช่นเดียวกับแรงขับความกระหายและแรงขับความหิว แต่จะต่างกันที่แรงขับทางเพศเกิดขึ้นเพราะระดับฮอร์โมน (Hormone) เพศสูง อันจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางเพศ

แรงขับทั้ง 2 ข้างต้นนี้ เป็นสิ่งที่ทำให้ร่างกายมนุษย์เกิดความต้องการทางกายคือ แรงขับทางความหิวทำให้มนุษย์ทราบและรับรู้ในขณะนั้นๆ ว่า ร่างกายของมนุษย์กำลังต้องการอาหารเพื่อไปหล่อเลี้ยงร่างกายและแรงขับทางเพศนั้น เป็นแรงขับที่เกิดเองโดยธรรมชาติ คือ มนุษย์ทุกคนย่อมมีความต้องการทางเพศ

2. ความต้องการทางจิต

ในสังคม มนุษย์มิได้ตื่นนอนเสาะแสวงหาสิ่งต้องการทางกายเท่านั้น แต่ภายในร่างกายของมนุษย์ยังมีความต้องการอีกประเภทหนึ่ง ที่คอยผลักดันพฤติกรรม ความต้องการนั้นคือ ความต้องการทางจิต เช่น ความต้องการอยากรู้อยากเห็น

นอกจากแนวความคิดเหล่านี้ ยังมีนักคิดคนสำคัญที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีความต้องการนั้นคือ เอ็มริค มัสโลว์ ซึ่งเป็นผู้คิดทฤษฎีการจูงใจที่เรียกว่า “Maslow’s General Theory of Human Motivation” ขึ้นเป็นคนแรก โดยอธิบายถึงความต้องการของมนุษย์เป็นลำดับและเขียนเป็นรูปพีระมิดแห่งความต้องการไว้เพื่อ แสดงความต้องการพื้นฐานของมนุษย์

ความต้องการตามแนวคิดของมาสโลว์

Maslow (<http://geocities.com/social2000/maslow1.html>) ได้กล่าวถึง ความต้องการของมนุษย์โดยมีสมมติฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์ดังนี้ (กาญจนา เรืองรจิตปรกรณ์, 2530 : 227)

1. ความต้องการจำเป็นทางร่างกาย (Physiological Needs) ซึ่งสามารถแยกออกเป็นประเภทหนึ่งต่างหากเป็นเอกเทศ จากการจูงใจประเภทอื่นๆ ได้เพราะเป็นความต้องการพื้นฐานที่ทุกคนต้องการเหมือนกัน

2. ความต้องการจำเป็น (Need) ทางกายเป็นความต้องการหลักของทุกคน

3. ความต้องการ (Needs) อย่างอื่นๆ จะอันตรายเกินไป ตราบใดที่ความต้องการทางกายของมนุษย์ยังไม่ได้รับการตอบสนองตามความพอใจ เพราะยังถูกรอบงำด้วยความจำเป็นทางสรีระอยู่

4. ความต้องการอย่างอื่นที่สูงขึ้นไปจะเริ่มปรากฏเมื่อความต้องการทางร่างกายได้รับการสนองตอบเพียงพอแล้ว ขณะที่ความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอย่างอื่นก็จะเข้ามาแทนที่

5. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองเพียงพอแล้ว จะไม่เป็นอุปสรรคต่อความต้องการระดับสูงกว่า ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นแรงจูงใจสำหรับพฤติกรรมนั้นอีกต่อไปและอินทรีย์นั้นจะถูกครอบงำด้วยความต้องการอื่นที่ยังไม่เพียงพอ ความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้นที่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมมนุษย์

6. บุคคลส่วนใหญ่ในสังคมมนุษย์ ต้องการ โลกที่มีแต่ความปลอดภัยมีระเบียบแบบแผน และสามารถพยากรณ์ล่วงหน้าได้

7. คนที่ทำลายความต้องการทางด้านความรัก และการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม หมายถึงคนที่ไม่ต้องการความรักและไม่ชอบการเข้าสังคมเป็นการกระทำของบุคคลที่ปรับตัวเองไม่ได้ และเป็นโรคประสาท

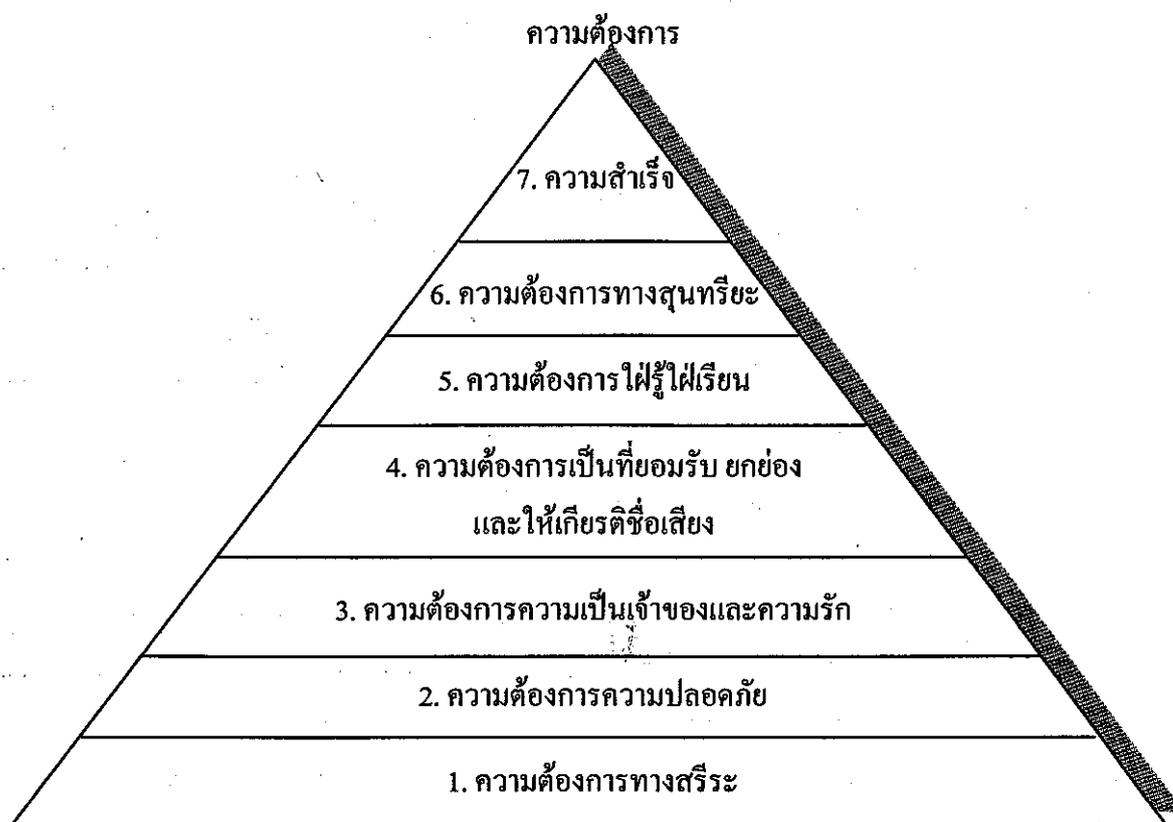
8. ทุกๆ คนในสังคมย่อมต้องการและปรารถนาที่จะมีความเป็นอยู่อย่างมั่นคง ได้รับการเคารพนับถือ ยกย่อง สรรเสริญ ประเมินค่าตน และมีความต้องการความแข็งแรง ความสำเร็จ ฉลาด ปราดเปรื่อง ต้องการมีเกียรติยศชื่อเสียง มีฐานะ มีเกียรติภูมิ มีความสำคัญ และเป็นที่ยอมรับของสังคม

9. มนุษย์ทุกคนมีความต้องการ และความต้องการนี้มีอยู่ตลอดเวลาเป็นกระบวนการที่ไม่มีสิ้นสุด เริ่มตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย ขณะที่ความต้องการใด ได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการอย่างอื่นจะเกิดขึ้นมาแทนที่

10. ความต้องการของมนุษย์มีลักษณะเป็นลำดับขั้นตามลำดับความสำคัญ (A Hierarchy of Needs) จากต่ำไปหาสูง กล่าวคือ เมื่อความต้องการในระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการระดับสูงก็จะเรียกร้องให้มีการตอบสนองทันที

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs)

มาสโลว์ (Abraham H.Maslow) (<http://gcouties.com/social/2000/maslow/1.html>) เป็นนักวิทยากลุ่มมนุษยนิยม ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของเขาอธิบายว่า มนุษย์มีความต้องการเป็นลำดับขั้นและพบว่ามนุษย์จะคืนรนตอบสนองความต้องการขั้นต่ำสุดก่อน และเมื่อได้รับการตอบสนองแล้ว จึงแสวงหาความต้องการขั้นสูงขึ้นไปตามลำดับ ในยุคแรกที่มาสโลว์ทำการศึกษา เขาแบ่งความต้องการมนุษย์เป็น 5 ลำดับ ลำดับที่ 1-4 เป็นความต้องการขั้นต้น ลำดับที่ 5 เป็นความต้องการระดับสูง ในยุคต่อมาเขาได้ทำการศึกษาเพิ่มเติมและแบ่งความต้องการลำดับที่ 5 ให้ละเอียดออกไปอีก 3 ระดับ รวมใหม่ทั้งหมดเป็น 7 ลำดับดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2.1 ภาพพีระมิดแสดงลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์ 7 ลำดับชั้น
ลำดับ 1 – 4 เป็นความต้องการระดับต้นหรือระดับขาดแคลน ลำดับที่ 5-7
เป็นความต้องการระดับสูงหรือระดับสร้างความสมบูรณ์แบบให้ชีวิต
ที่มา : <http://geocifies.comsocial 2000/maslow1 htm 1>

จากภาพที่ 2.1 อธิบายลำดับชั้นความต้องการตามแนวคิดของมาสโลว์ ได้ดังนี้
ลำดับชั้นที่ 1 ความต้องการทางสรีระ (Physical Needs) คือความต้องการตอบสนอง
ความหิวกระหาย ความเหนื่อย ความง่วง ความต้องการทางเพศ ความต้องการขับถ่าย ความต้องการมี
กิจกรรมทางร่างกายและความต้องการสนองความสุขของประสาทสัมผัส

ลำดับชั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) คือความต้องการการ
คุ้มครองปกป้องรักษา ความอบอุ่นใจ ความปลอดภัยจากอันตรายและต้องการหลีกเลี่ยงความวิตก
กังวล

ลำดับชั้นที่ 3 ความต้องการความเป็นเจ้าของ และความรัก (Belongingness and Love
Needs) คือความอยากมีเพื่อน มีกลุ่มมีครอบครัว และมีความรัก ชั้นนี้จัดเป็นความต้องการทางสังคม

ลำดับขั้นที่ 4 ความต้องการเป็นที่ยอมรับ ยกย่อง และเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs) คือ ความอยากมีชื่อเสียง มีหน้ามีตา มีคนยกย่องเลื่อมใส มีความเค่งคั่ง และต้องการความรู้สึที่ดีของคนอื่นต่อตน

ลำดับขั้นที่ 5 ความต้องการใฝ่รู้ใฝ่เรียน (Need to Know and Understand) คือความอยากรู้ อยากเข้าใจ อยากมีความสามารถ อยากมีประสบการณ์

ลำดับขั้นที่ 6 ความต้องการทางสุนทรียะ (Aesthetic Needs) ได้แก่ความต้องการด้านความดี ความงาม คุณธรรม และความละเอียดอ่อนทางจิตใจ

ลำดับขั้นที่ 7 ความต้องการความสำเร็จ หรือความสมบูรณ์แบบในชีวิต (Self Actualization Needs) ขั้นนี้ถือว่าเป็นความต้องการสูงสุดแห่งความเป็นมนุษย์ ซึ่งความต้องการลำดับขั้นนี้จะเกิดขึ้นได้ต้องปูพื้นฐานให้บุคคลได้รับการตอบสนองความต้องการจากลำดับขั้นที่ 1 เป็นลำดับมาจนถึงระดับสูง บุคคลประเภทนี้มักได้รับประสบการณ์สูงสุดด้วยตนเองจนตระหนักถึงสภาพความเป็นจริงของชีวิต

ทฤษฎีความต้องการสามชนิดของแมคคลีแลนด์ (McClelland's Three Needs Theory)

เดวิท แมคคลีแลนด์ (<http://dit.dru.ac.th/home/023/psychology/chap5.html>) ได้ให้นิยามเกี่ยวกับความต้องการรวมทั้งศึกษาทฤษฎีเรื่องแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และอธิบายการจูงใจของบุคคลที่กระทำการเพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการความสำเร็จไว้ว่า

1. ความต้องการทางด้านอำนาจ (Power Need) เป็นความต้องการที่จะมีอิทธิพลเหนือคนอื่น สามารถสั่งการให้ผู้อื่นกระทำตามเพื่อจุดมุ่งหมายของตนและส่วนรวม บุคคลเหล่านี้มักมีความมุ่งมั่นในอาชีพการบริหารธุรกิจและที่น่าสนใจคือ อาชีพสอนหนังสือ

2. ความต้องการเป็นที่ชอบพอ (Affiliation Need) เป็นความต้องการที่จะอยู่กับคนอื่น มีมิตรสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นและไม่ถูกปฏิเสธจากผู้อื่น

3. ความต้องการสำเร็จ (Achievement Need) เป็นความต้องการที่จะทำงานให้สำเร็จสูง พยายามทำให้ได้ตามเป้าหมายที่ตนกำหนดไว้ และพยายามจะปรับปรุงงานให้ดีที่สุด

ในบรรดาความต้องการทั้ง 3 ความต้องการสำเร็จจะเป็นความต้องการที่สำคัญและจะช่วยพัฒนาความเจริญก้าวหน้ามาสู่สังคม ทั้งนี้เป็นเพราะบุคคลที่มีความต้องการสำเร็จสูงนั้น เมื่อจับงานขึ้นมาทำหรือนำมาประคองจู้จี้กันว่า เขาจะพยายามทำงานบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ฉะนั้นหากสังคมมีบุคคลมุ่งสำเร็จสูงมาก จะทำให้กิจกรรมงานต่างๆ ในสังคมสำเร็จลุล่วงได้ดี

แมคคลีแลนด์ ตำรวจคุณสมบัติของผู้มีความต้องการสำเร็จสูง ดังนี้

- (1) ชอบงานท้าทายความสามารถ งานส่วนใหญ่จะมีระดับค่อนข้างมากที่จะต้องใช้ความพยายามจึงจะสำเร็จ พวกเขาจะไม่เลือกงานที่ยากเกินไปหรือง่ายเกินไปต่อความสามารถของเขา
- (2) เมื่อลงมือทำงานแล้ว จะต้องทำเสร็จทุกครั้ง
- (3) เสาะแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับผลงานที่ทำไป (Feedback) เพื่อนำไปพัฒนางานให้ดีขึ้นกว่าเดิม
- (4) พัฒนาแผนงานเพื่อบรรลุเป้าหมาย
- (5) หาโอกาสที่จะทำให้สำเร็จ
- (6) ชอบเสี่ยง แต่ต้องสามารถควบคุมปัจจัยต่างๆ ได้

แนวคิดและทฤษฎีเรื่องการจูงใจ

คำว่า “จูงใจ (Motivation)” ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ให้นิยามไว้ว่า “ชักนำหรือเกลี้ยกล่อมเพื่อให้เห็นคล้อยตาม”

แอนนิต้า อี วูลฟอล์ค (Anita E. Woolfolk, 1995 : 130) ได้ให้ความหมายของการจูงใจไว้ว่า การจูงใจเป็นภาวะภายในของบุคคลที่ถูกกระตุ้นให้กระทำพฤติกรรมอย่างมีทิศทางและต่อเนื่อง

ไมเคิล ดอมจาน (Domjan, 1996 : 199) ได้อธิบายว่าการจูงใจเป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรมกระทำหรือกิจกรรมของบุคคล โดยบุคคลจงใจกระทำพฤติกรรมนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

โซโลมอน (Solomon, 2002 : 530) กล่าวว่า การจูงใจเป็นสภาพจิตใจภายในบุคคลซึ่งผลักดันให้เกิดพฤติกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย การจูงใจเกิดภายในตัวบุคคลแต่อาจถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก

จากคำอธิบายและความหมายดังกล่าว สรุปได้ว่าการจูงใจเป็นกระบวนการที่บุคคลถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าโดยจูงใจให้กระทำหรือดิ้นรนเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์บางอย่าง ซึ่งพฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจ มิใช่พฤติกรรมที่เกิดจากการตอบสนองสิ่งเร้าปกติธรรมดาเหมือนกับการหันไปมองเมื่อมีเสียงดังด้านหลัง แต่พฤติกรรมที่จัดว่าเกิดจากแรงจูงใจจะเป็นพฤติกรรมที่มีความเข้มข้น มีทิศทางและมีเป้าหมายที่ต้องการไปสู่จุดใด มิใช่พฤติกรรมทั่วไปที่เกิดจากการตอบสนองสิ่งเร้าธรรมดา เช่น การพยายามทำยอดขายประจำเดือนให้ได้มากที่สุดเพื่อให้ได้รับรางวัลและคำชมจากหัวหน้างาน และพฤติกรรมจูงใจที่เกิดขึ้นนั้นยังเป็นผลมาจากแรงผลักดันหรือแรงกระตุ้นที่เรียกว่า แรงจูงใจ (Motives) ซึ่งแรงจูงใจมี 2 ลักษณะ คือ

1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motives)

แรงจูงใจภายในเป็นสิ่งผลักดันจากภายในตัวบุคคล ซึ่งอาจจะเป็นเจตคติ ความคิดเห็น ความสนใจ ความตั้งใจ การมองเห็นคุณค่า ความพอใจ ความต้องการ ฯลฯ สิ่งต่างๆ ดังกล่าวมาเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมค่อนข้างถาวร เช่น พนักงานเห็นคุณค่าของงาน มองว่าองค์การคือ สถานที่ให้ชีวิตแก่เขาและครอบครัว เขาจึงมีความจงรักภักดีต่อองค์การ พยายามทำให้องค์การเจริญก้าวหน้า พฤติกรรมเช่นนี้เกิดจากแรงจูงใจภายใน

2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motives)

แรงจูงใจภายนอกเป็นสิ่งผลักดันภายนอกตัวบุคคลที่มากระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม อาจจะเป็นการได้รับรางวัล เกียรติยศ ชื่อเสียง คำชม การได้รับการยกย่อง ฯลฯ แรงจูงใจนี้ไม่คงทนถาวรต่อพฤติกรรม บุคคลจะแสดงพฤติกรรมดังกล่าวเพื่อตอบสนองเฉพาะกรณีที่ต้องการรางวัล ชื่อเสียง เกียรติยศ คำชม ฯลฯ

แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมในมนุษย์ไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัวแน่นอน แรงจูงใจอย่างเดียวกันอาจทำให้เกิดพฤติกรรมที่แตกต่างกัน หรือพฤติกรรมอย่างหนึ่งเกิดขึ้นจากแรงจูงใจหลายอย่างและในบุคคลต่างสังคมกัน ก็มีที่มาของแรงจูงใจที่ต่างกัน สาเหตุของที่มาของแรงจูงใจสามารถแยกออกได้หลายๆ สาเหตุ คือ

1. ความต้องการ (Needs) เป็นสภาพที่บุคคลขาดสมดุล เกิดแรงผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเอง เช่น คนที่รู้สึกเมื่อยขาเมื่อต้องเดินมากๆ ก็แก้ด้วยการนั่งพัก หรือเหนื่อยกระหายน้ำต้องการน้ำดื่ม ความต้องการมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม กล่าวได้ว่าสิ่งที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่างๆ ส่วนใหญ่เนื่องมาจากความต้องการทั้งนั้น และโดยทั่วไปแล้วเราแบ่งความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ได้ 2 ประเภทคือ

1.1 ความต้องการทางกาย (Physical Needs) เป็นความต้องการที่เกิดจากธรรมชาติของร่างกาย เช่น ต้องการอาหาร ต้องการการขับถ่าย ความต้องการทางกายทำให้บุคคลเกิดแรงจูงใจกระทำการเพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าว เรียกแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการทางกายนี้ว่า แรงจูงใจทางสรีระ (Biological Motives)

1.2 ความต้องการทางสังคมหรือความต้องการทางจิตใจ (Social or Psychological Need) เป็นความต้องการที่เกิดจากการเรียนรู้ทางสังคม เช่น ต้องการความมั่นคง ต้องการความสำเร็จ ต้องการเป็นที่ยอมรับในองค์กร ฯลฯ ความต้องการเหล่านี้เป็นเหตุให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อ ไปสู่จุดมุ่งหมายปลายทางได้ และเพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการดังกล่าว ทำให้เกิดแรงจูงใจที่เรียกว่า แรงจูงใจทางสังคม (Social Motives)

2. แรงขับ (Drives) เป็นแรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการทางกายและสิ่งเร้าจากภายในตัวบุคคล ความต้องการและแรงขับมักเกิดคู่กัน คือเมื่อเกิดความต้องการแล้ว ความต้องการนั้นๆ ไปผลักดันให้เกิดพฤติกรรม เราเรียกว่าเป็นแรงขับ

3. สิ่งล่อใจ (Incentives) เป็นสิ่งชักนำบุคคลให้กระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ จัดเป็นแรงจูงใจภายนอก เช่น การจัดสรรรางวัลให้พนักงานดีเด่นประจำปี สิ่งล่อใจนั้นอาจเป็นวัตถุ สัญลักษณ์หรือคำพูดที่ทำให้บุคคลพึงพอใจ

4. การตื่นตัว (Arousal) เป็นภาวะที่บุคคลพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรม สมอพร้อมที่จะคิด และกล้ามเนื้อพร้อมที่จะเคลื่อนไหว เช่น พ่อครัวเตรียมพร้อมที่จะปรุงอาหารตามรายการที่ลูกค้าสั่ง บุคลากรในองค์กรถ้ามีความตื่นตัวในการทำงานย่อมส่งผลต่อการทำงานที่ดีขึ้น จากการศึกษาพฤติกรรมธรรมชาติของมนุษย์พบว่า การตื่นตัวมี 3 ระดับ คือการตื่นตัวระดับสูง ซึ่งถ้าตื่นตัวมากเกินไปจะกลายเป็นตื่นตกใจ การตื่นตัวระดับกลางซึ่งนักจิตวิทยาพบว่าเป็นการตื่นตัวที่ดีที่สุด และการตื่นตัวระดับต่ำ ซึ่งมักจะส่งผลให้ทำงานได้ช้า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตื่นตัว อาจเกิดจากสิ่งเร้าภายนอกและสิ่งเร้าภายในตัวได้ เช่น ลักษณะส่วนตัวของบุคคลแต่ละคน ทั้งในส่วนที่เป็นบุคลิกภาพ ลักษณะนิสัยและระบบสรีระภายในของผู้นั้น

5. การคาดหวัง (Expectancy) เป็นการตั้งความปรารถนาของบุคคลในสิ่งที่จะเกิดขึ้นต่อไป เช่น พนักงานคาดหวังว่าจะได้รับเงินเดือนขึ้น 10 % ในปลายปี การคาดหวังนี้จะส่งผลให้บุคคลสมหวังหรือในบางครั้งการผิดหวัง เนื่องจากการคาดหวังและสิ่งที่เกิดขึ้นจริงมักไม่ตรงกันเสมอไป การคาดหวังก่อให้เกิดแรงผลักดันหรือแรงจูงใจที่สำคัญต่อพฤติกรรมอีกส่วนหนึ่ง

6. การตั้งเป้าหมาย (Goal Settings) เป็นการกำหนดทิศทางและจุดหมายปลายทางของการกระทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งของบุคคล จัดเป็นแรงจูงใจจากภายในของบุคคลนั้น การตั้งเป้าหมายในการทำงานไว้ล่วงหน้าจะส่งผลให้ทำงานอย่างมีแผนและสามารถดำเนินสู่ความสำเร็จ

จะเห็นได้ว่าที่มาของแรงจูงใจไม่ว่าจะเป็นความต้องการ แรงขับ สิ่งล่อใจ การตื่นตัว การคาดหวังและการตั้งเป้าหมายมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจมากมาย ดังทฤษฎีที่จะนำมาอ้างถึงดังต่อไปนี้

ทฤษฎีการจูงใจของแมคเกรเกอร์ (McGregor's Theory X and Theory Y)

แมคเกรเกอร์ (Douglas McGregor) ศาสตราจารย์วิชาการบริหาร ณ สถาบันเทคโนโลยีแมสซาชูเซตส์ สหรัฐอเมริกาศึกษาวิจัยพฤติกรรมการทำงานของมนุษย์ และได้สร้างทฤษฎี การจูงใจในการทำงานเป็น 2 ทฤษฎี (<http://www.hongsa.com/GB 700/chapter 2.htm>)

ทฤษฎี X

แนวคิดของทฤษฎีนี้มองมนุษย์ในแง่ไม่ดี โดยมีแนวคิดที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. มนุษย์ไม่ชอบทำงาน หากมีโอกาสหลีกเลี่ยงได้จะหลีกเลี่ยง
2. มนุษย์จะทำงานได้นั้น ต้องใช้วิธีบังคับ ควบคุม ช่มชู้ สั่งการและลงโทษเพื่อ ให้งาน

บรรลุวัตถุประสงค์

3. มนุษย์ส่วนใหญ่ชอบเป็นผู้ตามมากกว่าผู้นำ พยายามหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบไม่หวังความก้าวหน้า ทะเยอทะยานน้อย แต่สิ่งที่ต้องการเหนือสิ่งอื่นคือ ความมั่นคงปลอดภัย

ทฤษฎี Y

แนวคิดของทฤษฎีมองความเป็นมนุษย์ในแง่ดี โดยมีแนวคิดที่สำคัญ 6 ประการคือ

1. โดยธรรมชาติมนุษย์ส่วนใหญ่มีความมานะ พยายามทางจิตใจและร่างกาย
2. มนุษย์มิได้รังเกียจการทำงาน เห็นว่างานช่วยสนองความต้องการของตน บางครั้งมีการหลีกเลี่ยงงานก็เนื่องจากลักษณะของการควบคุมภายในหรือการควบคุมจากภายนอก

3. มนุษย์โดยทั่วไปให้ความสำคัญกับงานเป็นกลุ่ม เป็นทีม เป็นคณะทำงาน

4. มนุษย์มักยึดมั่นกับวัตถุประสงค์ของงาน เมื่อทำงานสำเร็จตามวัตถุประสงค์จะเกิดความพอใจ

5. มนุษย์เกิดการเรียนรู้จากสถานการณ์ที่เหมาะสมพร้อมต่อการยอมรับในความรับผิดชอบของงาน หากใครทำการหลีกเลี่ยง น่าจะเกิดจากอิทธิพลของสิ่งผลักดันบางอย่าง

6. บุคคลในองค์กรแต่ละคน มักมีคุณลักษณะในตัวเองทั้งนั้น ในด้านความสามารถทางการคิด ความฉลาด การสร้างจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์

การประยุกต์ความรู้เรื่องความต้องการและแรงจูงใจ

จากแนวคิดทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ ตามทฤษฎีอ้างถึงความต้องการระดับสูงขึ้นไปจะยังไม่เกิดขึ้น หากความต้องการระดับต้นๆ ไม่ได้รับการตอบสนอง ดังนั้นในการจะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม บุคคลควรทำความเข้าใจก่อนว่ามีความต้องการอยู่ในระดับใด แล้วนำสิ่งที่สนองความต้องการดังกล่าวมาเป็นสิ่งจูงใจในการทำงาน ซึ่งในแต่ละระดับขั้นตอนอาจมีส่วนประกอบต่างๆ กันดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1 ลำดับชั้นความต้องการตามทฤษฎีของมาสโลว์

ลำดับชั้นความต้องการ	สิ่งที่ต้องการ	สิ่งจูงใจ
1. ความต้องการทางกาย	อาหาร น้ำ การพักผ่อน อากาศ เพศ การขับถ่าย	- ค่าตอบแทน ค่าจ้าง เงินเดือน วันหยุด เวลาพัก สวัสดิการ
2. ความต้องการความปลอดภัย	ความปลอดภัย ความมั่นคง การคุ้มครอง	- เงินสงเคราะห์ ความมั่นคง ของงาน เงื่อนไขของหน่วยงาน ในการรักษาความปลอดภัย การประกันภัย ประกันชีวิต
3. ความต้องการความเป็นเจ้าของและความรัก	กลุ่ม พวกพ้อง ครอบครัว มีส่วนร่วมในสังคม ความรัก การเอาใจใส่	- สัมพันธภาพที่ดีในหน่วยงาน การทำงานเป็นทีม ไม่ตรีจิต ของผู้ร่วมงาน
4. ความต้องการการยอมรับ	สถานะในสังคม การยก ย่องชมเชย	- ตำแหน่งงาน การยอมรับจากสังคม ผลสัมฤทธิ์ในงาน โล่ห์รางวัล คำชมเชย การได้เป็นพนักงานดีเด่น
5. ความต้องการความสำเร็จและใฝ่รู้ใฝ่เรียน	ความสามารถ ทักษะ ประสบการณ์ ความคิด สร้างสรรค์	- กิจกรรมฝึกอบรมงานที่ท้าทาย งาน ที่ตัดสินใจเองได้ งานที่รับผิดชอบ เอง
6. ความต้องการทางสุนทรียะ	ความละเอียดอ่อนในจิตใจ ความงาม ความดี ความสุข ทางใจ	- งานที่นำไปสู่สิ่งสร้างสรรค์และ พัฒนาทางสังคม
7. ความต้องการความสำเร็จและความสมบูรณ์แบบในชีวิต	สัมฤทธิ์ผลในงาน ความ ภาคภูมิใจในตนเอง คุณธรรม ค่านิยมส่วนตน	- งานเพื่องาน งานเพื่อความดีในตัว ของมันเอง

ที่มา : [http:// dit.dra.ac.th/home/023.psychology/chap. html](http://dit.dra.ac.th/home/023.psychology/chap.html)

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นว่าความต้องการในแต่ละลำดับชั้น นำไปสู่การทำงานเพื่อให้ได้มาในสิ่งต่างๆ แม้บางขั้นตอนจะมีความคาบเกี่ยวกันอยู่บ้าง แต่ก็พอจะมองเห็นความแตกต่างในรายละเอียดได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในขั้นที่ 5-7 ซึ่งเดิมแยกจากกัน จัดเป็นขั้นที่ 5 ด้วยกันหมด ต่อมาจึงแบ่งให้ละเอียดออกไป ดังนั้นในขั้นที่ 5-7 ดังกล่าวจะเป็นขั้นตอนเดียวกันได้

ในส่วนแนวคิดทฤษฎีความต้องการสามชนิดของแมคคิลเลนด็อันเป็นทฤษฎีซึ่งเน้นจุดสำคัญที่ความต้องการความสำเร็จของบุคคล มิได้หวังรางวัลตอบแทนจากผลสำเร็จนั้น หากมีความสุข ความพอใจกับผลงานที่สำเร็จ ในการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ต่อเนื่องของครอบครัว โดยเป็นผู้ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบกิจการต่อไป การจูงใจในการทำงานที่เหมาะสมคือการเปิดโอกาสให้ผู้ดำเนินธุรกิจต่อนั้นเข้าไปรับผิดชอบในการทำงาน ให้ได้ทำงานตามความสามารถไม่่ง่ายหรือยากเกินไป รับทราบผลการทำงานของงานอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความมั่นใจในความมั่นคงของความก้าวหน้าในงาน ซึ่งในที่นี้ไม่ใช่ค่าตอบแทน แต่หมายถึง ผลสัมฤทธิ์ต่อเนื่องจากการทำธุรกิจของครอบครัว

นอกจากนี้ทฤษฎีการจูงใจของแมคเกรเกอร์ได้สร้างทฤษฎีออกเป็นทฤษฎี X และทฤษฎี Y ในส่วนที่เป็นที่ยอมรับคือทฤษฎี Y ที่กล่าวว่ามนุษย์มีความมีมานะพยายาม ตั้งใจในการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ มีความรับผิดชอบ มีความสามารถ มีความต้องการเจริญก้าวหน้า ดังนั้นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมควรมีความรับผิดชอบต่องาน มีความมั่นใจในตนเอง และมีอิสระในการวางแผนงาน เพื่อให้งานประสบผลสำเร็จและเจริญก้าวหน้า

ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มาจากภาษาอังกฤษว่า Small and Medium Enterprises หรือเรียกย่อๆว่า SMEs ซึ่งครอบคลุมกิจการ 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่

1. กิจการการผลิต (Production Sector) ครอบคลุมการผลิตในภาคเกษตรกรรม (Agricultural Processing) ภาคอุตสาหกรรม (Manufacturing) และเหมืองแร่ (Mining)
2. กิจการการค้า (Trading Sector) ครอบคลุมการค้าส่ง (Wholesale) และการค้าปลีก (Retail)
3. กิจการบริการ (Service Sector)

และหากใช้เกณฑ์การจ้างงานเป็นตัวแบ่งขนาดของธุรกิจ ธุรกิจขนาดกลางหมายถึง กิจการการผลิตและการบริการที่มีการจ้างงาน 51-200 คน กิจการค้าส่ง 26-50 คน กิจการค้าปลีก 16-30 คน ส่วนธุรกิจขนาดย่อมมีการจ้างงานในกิจการการผลิตและการบริการไม่เกิน 50 คน กิจการค้าส่งไม่เกิน 25 คน และกิจการค้าปลีกไม่เกิน 15 คน

ความสำคัญของ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต่อระบบเศรษฐกิจ

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นธุรกิจที่มีความเหมาะสม มีความคล่องตัวในการปรับสภาพให้เข้ากับสถานการณ์ทั่วไปของประเทศ อีกทั้งยังเป็นธุรกิจที่ใช้เงินทุนในจำนวนที่ต่ำกว่า

ธุรกิจขนาดใหญ่ และในต่างจังหวัดยังช่วยรองรับแรงงานจากภาคเกษตรกรรมเมื่อหมดฤดูกาลเพาะปลูก รวมถึงเป็นแหล่งที่สามารถรองรับแรงงานเข้ามาใหม่ เป็นการป้องกันการอพยพของแรงงานเข้ามาหางานทำในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งช่วยกระจายการกระจุกตัวของโรงงานกิจการวิสาหกิจในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลไปสู่ภูมิภาค ก่อให้เกิดการพัฒนาความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งในส่วนภูมิภาคและของประเทศอย่างยั่งยืนต่อไป อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจคือ

1. ช่วยการสร้างงาน
2. สร้างมูลค่าเพิ่ม
3. สร้างเงินตราต่างประเทศ
4. ช่วยประหยัดเงินตราต่างประเทศ โดยการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ
5. เป็นจุดเริ่มต้นในการลงทุน และสร้างเสริมประสบการณ์
6. ช่วยเชื่อมโยงกับกิจกรรมขนาดใหญ่ และภาคการผลิตอื่นๆ เช่น ภาคเกษตรกรรม
7. เป็นแหล่งพัฒนาทักษะฝีมือ

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้มีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศมาเป็นเวลานานและเป็นรากฐานสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศ แต่ในสถานะที่ประเทศกำลังประสบกับปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจทำให้ทรัพยากรบุคคลประสบกับปัญหาการถูกเลิกจ้างงาน ประกอบกับประเทศไทยยังขาดการพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างต่อเนื่องและเป็นธรรม การเปิดโอกาสในการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่จากผู้ที่ถูกเลิกจ้าง แต่มีพื้นฐานความรู้และประสบการณ์ทางธุรกิจและสนใจจะเป็นผู้ประกอบการ รวมทั้งผู้ประกอบการรายใหม่ที่ไม่เคยมีประสบการณ์ทางการทำงานธุรกิจเลยได้มีโอกาสจัดตั้งธุรกิจใหม่ จะมีส่วนช่วยบรรเทาปัญหาทางการว่างงานได้

จากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจตกต่ำตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ทำให้มีคนตกงานจากงานประจำเดิมเป็นจำนวนมาก ทำให้บุคคลเหล่านี้หันหาอาชีพใหม่ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงเป็นจุดเริ่มต้นที่น่าสนใจเนื่องจากสามารถเริ่มต้น จากธุรกิจเล็กๆ ที่ใช้เงินลงทุนไม่สูงนัก จากข้อมูลของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) พบว่าในปี พ.ศ. 2547 แสดงให้เห็นถึงการเจริญเติบโตในธุรกิจนี้ ประกอบกับภาครัฐก็ทำการส่งเสริมให้เกิดมีผู้ประกอบการรายใหม่ และสนับสนุนผู้ประกอบการที่ดำเนินการอยู่ เช่น การจัดตั้งสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Institute for SMEs Development) ขึ้น เมื่อวันที่ 5 เมษายน 2542 ซึ่งเป็นสถาบันที่อยู่ภายใต้

การกำกับดูแลของกระทรวงอุตสาหกรรม ผู้ประกอบธุรกิจทั่วไปรู้จักและเรียกสั้นๆ ว่า “สถาบันพัฒนา SMEs หรือ ESMED”

การจัดตั้งสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขึ้น เพื่อใช้เป็นแหล่งให้ความรู้ที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการ SMEs และผู้ปฏิบัติงาน รวมทั้งการดำเนินกิจกรรมอื่นๆ ที่จะสนับสนุนกลุ่ม SMEs นอกจากนี้สถาบันฯ ยังเป็นแหล่งให้บริการคำปรึกษา ให้คำแนะนำ เป็นแหล่งศึกษาวิจัยและรวบรวมข้อมูลการประกอบการสำคัญ คือ เป็นหน่วยงานให้การรับรองมาตรฐานประกอบอาชีพ นักประเมินและวิเคราะห์ธุรกิจ ฯลฯ โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือ

1. ผู้ประกอบการ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ดำเนินกิจการอยู่แล้ว
2. ผู้ที่สนใจจะจัดตั้งธุรกิจใหม่หรือเป็นผู้ประกอบการรายใหม่
3. นักศึกษาและบัณฑิตใหม่ของสถาบันการศึกษาที่มีศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการใหม่ หรือเป็นที่ปรึกษาแก่โรงงาน
4. กลุ่มผู้ถูกเลิกจ้าง ที่มีพื้นฐานความรู้ด้านการจัดการ หรือด้านอื่นที่เหมาะสม และมีความประสงค์จะเป็นผู้ประกอบการหรือประกอบอาชีพอิสระหรือต้องการดำเนินอาชีพในการสนับสนุนและส่งเสริม SMEs ในฐานะที่ปรึกษาหรือวิทยากร
5. ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เช่น ที่ปรึกษาธุรกิจ ที่ปรึกษาด้านระบบบัญชีและการเงิน ที่ปรึกษาปรับปรุง หรือแก้ไขปัญหาการผลิต ฯลฯ

สถาบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนี้มีเครือข่ายของสถาบันอยู่ในภาคต่างๆ ของประเทศไทย คือ

1. ภาคกลาง
 - สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
 - สำนักพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
 - คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 - คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 - คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
 - ศูนย์ฝึกอบรมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. ภาคเหนือ
 - ศูนย์พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 - ภาควิชาพาณิชยศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
3. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
 - ศูนย์อำนวยการบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

- เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- 4. ภาคตะวันออก
 - สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยบูรพา
- 5. ภาคใต้
 - คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

วัตถุประสงค์ของเครือข่ายสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คือให้การฝึกอบรม ปรึกษาแนะนำและบริการต่างๆ แก่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ครอบคลุมทั่วประเทศในปริมาณและคุณภาพที่สามารถรองรับความต้องการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ นอกจากนี้เครือข่ายเหล่านี้ยังทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในท้องที่เพื่อนำผลการวิจัยไปพัฒนาแลปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (<http://www.ismed.or.th/SME/src/bin/Controller.php?view=first.first>)

นอกจากนี้ยังมีองค์กรเอกชนและสถาบันการศึกษาอื่นๆ ซึ่งเล็งเห็นความสำคัญของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อันได้แก่

1. หอการค้าไทยและสภาหอการค้าไทย จัดตั้งสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการไทย (Thai Entrepreneur Development Institute) โดยมีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมพัฒนาขีดความสามารถ และสร้างโอกาสให้แก่องค์กรของรัฐและผู้ประกอบการ ทั้งที่เป็นสมาชิกสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย หอการค้าไทยและผู้ประกอบการธุรกิจรวมทั้งผู้ที่เริ่มประกอบการเพื่อยกระดับธุรกิจไทยให้ก้าวไกลสู่สากล

2. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม จัดตั้งโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่แห่งชาติ (New Entrepreneurs Creation : NEC) อันเป็นโครงการร่วมมือจากองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนตามแนวทาง “พี่เลี้ยงน้อง สร้างผู้ประกอบการใหม่” โดยให้วิสาหกิจที่มีความแข็งแรง (พี่) ช่วยเป็นพี่เลี้ยงให้แก่ผู้ประกอบการใหม่ (น้อง) ในการเริ่มต้นธุรกิจและให้โอกาสทางการตลาดเป็นเบื้องต้นอันจะทำให้ผู้ประกอบการใหม่ สามารถเติบโตและอยู่ได้ยั่งยืนในอนาคต โดยกลุ่มเป้าหมายของโครงการนี้ คือ

- ผู้มีความรู้ทางวิชาชีพเฉพาะทาง
- ผู้ประกอบการใหม่ ซึ่งดำเนินธุรกิจมาแล้วไม่เกิน 2 ปี
- ทายาทเจ้าของกิจการ
- ผู้ว่างงาน
- นักศึกษาปีสุดท้ายของสถาบันอุดมศึกษา หรือบัณฑิตจบใหม่
- ผู้ถูกเลิกจ้าง

- ผู้เกษียณอายุ
- ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน

3. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมร่วมกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าจัดตั้งโครงการบ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้วยวัตถุประสงค์จะยกระดับความสามารถในการแข่งขันธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เชื่อมโยงเครือข่ายการค้าและการบ่มเพาะผู้ประกอบการที่เกิดขึ้นใหม่และที่มีอยู่เดิมให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความยั่งยืนในระยะยาว

4. มหาวิทยาลัยมหาสารคามจัดตั้งโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ (New Entrepreneurs Creation : NEC) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สาขาอุตสาหกรรมทั่วไป จำนวน 3 ราย โดยการสนับสนุนผู้ผ่านการฝึกอบรมระยะสั้นหรือระยะยาวในโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ บัณฑิตใหม่ ผู้ว่างงาน ผู้ที่ถูกลออกจากงาน ผู้ถูกเลิกจ้าง และพนักงานลูกจ้างที่มีพื้นฐานการศึกษาคือเป็นผู้มีศักยภาพ ให้มีโอกาสประกอบธุรกิจได้ด้วยตนเอง และมีความเป็นผู้ประกอบการ อีกทั้งยังก่อให้เกิดการจ้างงาน และส่งผลต่อการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ และนอกจากนี้ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างเสริมความเข้มแข็งให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ดำเนินกิจการอยู่แล้ว ให้มีขีดความสามารถเพิ่มขึ้นเพื่อที่จะพัฒนากิจการให้เจริญก้าวหน้าและแข่งขันได้ทั้งระดับภายในประเทศและระดับสากล

และนอกจากนี้มหาวิทยาลัยมหาสารคามยังได้มีโครงการจัดทำฐานข้อมูลเพื่อบริการและให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการทำธุรกิจ (Business Opportunity Center : BOC) โดยมีวัตถุประสงค์จะช่วยเหลือผู้ที่สนใจในการลงทุน หรือผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจอยู่ให้ได้รับทราบข้อมูลพื้นฐานที่มีส่วนช่วยในการลงทุน การจัดตั้งธุรกิจ การแก้ไขปัญหาต่างๆ รวมทั้งการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินธุรกิจ

5. สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จัดตั้งศูนย์ธุรกิจครบวงจรซึ่งเป้าหมายและหน้าที่หลักของศูนย์ธุรกิจครบวงจรที่จะจัดตั้งนี้ มี 3 ประการ คือ การเป็นศูนย์กลางการจัดจำหน่ายให้แก่ผู้ประกอบการผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และการให้การสนับสนุนแก่ผู้ประกอบการเหล่านี้ในด้านการพัฒนาสินค้าให้เป็นที่นิยมของตลาดในวงกว้าง และการเพิ่มพูนความรู้ด้านการจัดการธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ

ผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) ตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 หมายถึง บุคคลที่จัดตั้งองค์กรธุรกิจ โดยยอมรับความเสี่ยงภัยเพื่อหวังผลกำไร ในการประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นผลสำเร็จที่ได้ย่อมมาจากผู้ประกอบการ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีภูมิหลัง คุณลักษณะผู้ประกอบการและความสามารถทางการจัดการที่ทำให้การดำเนินวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประสบผลสำเร็จ บุคคลผู้มุ่งหวังจะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ย่อมต้องพิจารณาถึงปัญหา ความท้าทาย ความไม่แน่นอนในการทำธุรกิจ โดยมีสิ่งที่ต้องพิจารณาเบื้องต้น 3 ประการ คือ

1. ต้องการผลตอบแทนใดจากการเป็นเจ้าของธุรกิจ
2. ตรวจสอบอุปสรรคต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในการประกอบธุรกิจ
3. ประเมินทักษะความสามารถตนเองที่จะช่วยให้ประสบความสำเร็จ

เหตุผลที่บุคคลต้องการเป็นผู้ประกอบการเอง

1. กำไรและความมั่นคง (Profit and Wealth) การเป็นเจ้าของกิจการเองทำให้ได้รับกำไรเต็มเม็ดเต็มหน่วยโดยไม่ต้องแบ่งให้ใคร แต่กิจการที่มีโอกาสทำกำไรสูง ก็ย่อมมีความเสี่ยงสูงเช่นกัน
2. ความพอใจส่วนบุคคล (Personal Satisfaction) ผู้ประกอบการมักต้องการทำงานที่ตนเองพอใจ และสนุกกับการแก้ไขปัญหา
3. ความเกี่ยวข้องกับครอบครัว (Family Involvement) ธุรกิจขนาดย่อมมักจะเริ่มกันในครอบครัว สามีภรรยาช่วยกันทำงาน นอกจากทำให้ความสัมพันธ์ในครอบครัวดีขึ้น ยังเป็นประสบการณ์และสร้างพัฒนาการของสมาชิกในครอบครัวให้รู้จักทำงานและรับผิดชอบมากขึ้น
4. อิสระและอำนาจ (Independence Power) การประกอบธุรกิจเอง เป็นเจ้านายตัวเองสามารถที่จะเลือกทำงานได้ตามเวลาที่ตนเองต้องการ มีอิสระและอำนาจในการตัดสินใจโดยตัวเองคนเดียว ไม่ว่าจะเป็นการจัดหาเงินทุน การดำเนินการผลิตการเลือกผู้จัดจำหน่าย หรือการจัดการองค์การ
5. สถานภาพทางสังคม (Social Status) การเป็นเจ้าของกิจการเองทำให้เกิดการติดต่อทางสังคมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจ ดังนั้นจึงเกิดการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของชมรมต่างๆ ถือว่าเป็นช่องทางส่งเสริมธุรกิจสร้างชื่อเสียงให้ผู้ประกอบการ ซึ่งไม่มีทางเป็นไปได้ถ้ายังคงเป็นลูกจ้างอยู่

อย่างไรก็ตาม การเป็นผู้ประกอบการไม่ได้มีเฉพาะข้อดีเพียงอย่างเดียว ผู้ประกอบการยังต้องพบกับปัญหาอุปสรรคต่างๆ อันล้วนแต่เป็นความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้เมื่อประกอบธุรกิจ

ความเสี่ยงในการเป็นผู้ประกอบการ

ความเสี่ยงในด้านต่างๆ ที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องเผชิญ ได้แก่

1. การสูญเสียทางการเงิน การประกอบธุรกิจทุกประเภทย่อมมีความเสี่ยง โดยเฉพาะทางการเงินเพราะทั่วไปแล้วช่วง 1-2 ปีแรกมักอยู่ในภาวะขาดทุนหรือ คู่มีทุนเท่านั้น และจะเริ่มมีกำไรในช่วงปีที่ 3 ดังนั้นผู้ประกอบการต้องเตรียมพร้อมทางการเงินและความรู้ลึกเพื่อรองรับการสูญเสียทางธุรกิจในช่วงที่ธุรกิจกำลังตั้งตัว
2. การขาดความมั่นคงในการทำงาน เพราะการทำงานในธุรกิจขนาดใหญ่ หรือหน่วยงานรัฐจะมีความมั่นคงในการทำงาน มีชั่วโมงการทำงานที่แน่นอนและรายได้ที่สม่ำเสมอ แต่การประกอบการธุรกิจขนาดย่อมมีชั่วโมงการทำงานที่ไม่แน่นอนอาจต้องเปิดดำเนินการทุกวันและผู้ประกอบการอาจต้องประสบกับการที่มีรายได้ที่ไม่แน่นอนขึ้นกับภาวะทางเศรษฐกิจ
3. สภาพแวดล้อมที่ไม่สามารถควบคุมได้ ผู้ประกอบการต้องทราบและให้ความสนใจสภาพแวดล้อมและปัจจัยภายนอกต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจเพราะอยู่เหนือการควบคุมของผู้ประกอบการเช่น ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ อัตราดอกเบี้ยที่เปลี่ยนแปลง กฎหมายสิ่งแวดล้อม ความสะอาด สุขอนามัย สังคมและวัฒนธรรม และการแข่งขันจากผู้ประกอบการรายใหญ่และต่างประเทศเพราะธุรกิจขนาดย่อมมีความจำกัดบางอย่างที่สินค้า หรือบริการเพียงประเภทเดียว และยากที่จะปรับธุรกิจเพื่อรองรับวิทยาการและการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ได้
4. การที่ต้องทำงานหลายด้านและใช้เวลามาก เพราะผู้ประกอบการเป็นผู้รับผิดชอบต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของกิจการ จึงจำเป็นต้องทำงานหนักและทุ่มเทกับธุรกิจ ในปีแรกๆ ต้องจัดการทางด้านบัญชี การผลิต การตลาด การบริหารงานบุคคล งานธุรการ ผู้ประกอบการต้องควบคุมดูแลการปฏิบัติงานอย่างใกล้ชิดและใช้เวลามาก ต่างไปจากการเป็นลูกจ้างกิจการขนาดใหญ่ที่รับผิดชอบเฉพาะด้านตามความชำนาญเท่านั้น แต่ผู้ประกอบการต้องทำงานในชั่วโมงที่ยาวนานขึ้น และได้พักผ่อนน้อยลง
5. ผลกระทบต่อครอบครัว แม้การประกอบธุรกิจขนาดย่อมก่อให้เกิดความร่วมมือในครอบครัว แต่ภาระความเสี่ยงและความเครียดอาจทำให้เกิดการแตกแยกกันในครอบครัวเพราะคนในครอบครัวไม่มีเวลาพักผ่อนและเวลาส่วนตัวต้องทุ่มเทเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจในช่วงที่เกิดภาวะการณ์ขาดทุน ขาดสภาพคล่องทางการเงิน หรือการสูญเสียพนักงาน ดังนั้นคนในครอบครัวเดียวกันต้องพยายามเข้าใจและให้การสนับสนุน

โอกาสความสำเร็จของผู้ประกอบการ

การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมก็เหมือนกับการเล่นเกม แต่เป็นเกมการเสี่ยงทางการเงิน ซึ่งมีลักษณะที่ต้องมีการพนันขั้นต่อด้วย ผู้ที่จะเล่นเกมต้องใช้ความพยายามวิริยะอุตสาหะของตนเอง เวลา และเงินทุนที่สะสมมาเป็นเดิมพัน ดังนั้นผู้ประกอบการที่ไม่มีความพร้อมก็เท่ากับล้มเหลวไปแล้วครึ่งหนึ่ง ในทุกๆ ปีจะมีธุรกิจเกิดขึ้นใหม่ก่อตั้งเป็นจำนวนมาก แต่ก็มีการเลิกกิจการหรือ เปลี่ยนผู้บริหาร และร้อยละ 60 ของธุรกิจเกิดใหม่อาจเลิกภายใน 5 ปี ถ้าธุรกิจสามารถอยู่รอดเกิน 5 ปี ก็มีแนวโน้มจะสามารถอยู่รอดได้ในระยะยาว ได้มีการศึกษาสาเหตุของการล้มเลิกกิจการ (<http://www.bus.ubu.ac.th/SME/Data/Week>) สรุปได้ดังนี้

1. ไร้สมรรถภาพในการทำงาน	42.3 %
2. ประสบการณ์ไม่กว้างขวางพอ	23.0 %
3. ขาดประสบการณ์ในสาขาธุรกิจตนเอง	13.8 %
4. ขาดประสบการณ์ด้านบริหาร	13.0 %
5. เกิดอุบัติเหตุทางธุรกิจ	0.8 %
6. ขาดการดูแลเอาใจใส่	0.8 %
7. คดโกง	0.5 %
8. ไม่ปรากฏเหตุผล	5.8 %

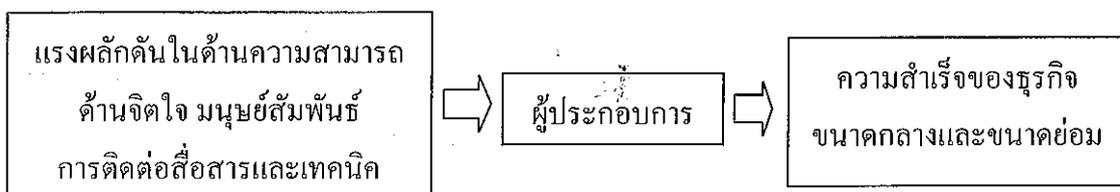
จากการสำรวจดังกล่าว จะเห็นได้ว่าสาเหตุของการล้มเหลวของกิจการขนาดกลางและขนาดย่อมมาจากการไร้สมรรถภาพและไร้ประสบการณ์สูงถึง 91.3 % ผู้ประกอบการที่ต้องการประสบความสำเร็จต้องทำดังนี้

1. ศึกษาวิธีประกอบธุรกิจ อาจศึกษาวิชาการบริหารธุรกิจ
2. สะสมประสบการณ์ในธุรกิจที่สนใจจะประกอบการ โดยอาจทำงานเป็นลูกจ้างในธุรกิจนั้นแต่ไม่ควรน้อยกว่า 1 ปี
3. พยายามเรียนรู้งานในตำแหน่งผู้บริหารในสาขาธุรกิจนั้นเพื่อเข้าใจปัญหา และอุปสรรคต่างๆ ในการบริหารงานเช่น การตลาด การจัดซื้อ การผลิต การควบคุมสินค้าคงเหลือ การเงิน เป็นต้น

คุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อม

คุณสมบัตินักธุรกิจนั้น นอกเหนือประสบการณ์ ความรู้ ความชำนาญ และความสามารถในการทำธุรกิจแล้วยังจะต้องมีคุณสมบัติ

1. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ขยันขันแข็ง สามารถทำงานหนักและทำงานเกินเวลาได้อย่างทุ่มเท
 2. กล้าเสี่ยงกล้าตัดสินใจภายใต้ภาวะการณ์ต่างๆ
 3. มีความรู้ความชำนาญในทักษะด้านเทคนิค และการบริหาร
 4. มุ่งมั่นและทะเยอทะยานที่จะประสบความสำเร็จ โดยต้องการกำไรจากการประกอบการที่ได้ลงทุนและแรงไป
 5. เชื้อมั่นในตนเอง เอาจริงเอาจัง และมีวินัยในการทำงาน
- ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จนั้นต้องมีปัจจัยภายในเป็นแรงผลักดันพร้อมกับความสามารถด้านจิตใจและมีปัจจัยภายนอกด้านความสามารถ ด้านมนุษยสัมพันธ์ ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร และความรู้ทางเทคนิค ดังภาพที่ 2.2 ต่อไปนี้



ภาพที่ 2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ที่มา : [Http://SETJAT.set.or.th](http://SETJAT.set.or.th)

จากภาพที่ 2.2 แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอันประกอบไปด้วย แรงผลักดัน ความสามารถด้านจิตใจ ความสามารถด้านมนุษยสัมพันธ์ และความรู้ด้านเทคนิค

แรงผลักดัน คือ แรงจูงใจให้บุคคลทำงานในลักษณะของความรับผิดชอบ ภาวะกระตือรือร้น ความคิดริเริ่ม ความเพียรพยายามและความทะเยอทะยาน ผู้ประกอบการที่มีแรงผลักดันจะมีโอกาสประสบความสำเร็จมากกว่าผู้ประกอบการที่ปล่อยปละละเลยและทำงานแบบตามบุญตามกรรม

ความสามารถด้านจิตใจ ประกอบด้วยสติปัญญา ความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการวิเคราะห์คือ สามารถปรับการกระทำให้สอดคล้องกับความต้องการทางธุรกิจในสถานการณ์ต่างๆ ได้รวดเร็วและเหมาะสม

ความสามารถด้านมนุษยสัมพันธ์ เป็นความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและพนักงาน ประกอบด้วยความมั่นคงทางด้านอารมณ์ ความสามารถการเข้าสังคม การผ่อน

นักเขา ผู้บริหารที่มีมนุษยสัมพันธ์ดีย่อมสร้างความร่วมมือในหมู่พนักงานให้เกิดขึ้น ลูก้ามีความพอใจในการบริการ

ความรู้ทางด้านเทคนิค เป็นความรู้ในการดำเนินธุรกิจ รู้ขั้นตอนการทำงานและสามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การประเมินความพร้อมที่จะเป็นผู้ประกอบการ

ก่อนที่ผู้ประกอบการจะตัดสินใจประกอบธุรกิจหรือไม่ ผู้ประกอบการควรเริ่มต้นถามตนเองก่อนว่าตนเองมีความพร้อมมากน้อยเพียงใดการประเมินความพร้อมของผู้ประกอบการโดยทั่วไปจะมุ่งประเมินโดยยึดหลักดังต่อไปนี้

1. ความพร้อมส่วนบุคคล โดยผู้ที่เข้ามาสู่การประกอบธุรกิจขนาดกลางและย่อมย่อมควรที่จะ

- มีเป้าหมายชัดเจน สมเหตุสมผลกับทรัพยากรที่มีอยู่
- ประสบการณ์ หรือการฝึกอบรมทางด้านบริหาร
- เต็มใจที่จะทำงานหนัก และพร้อมที่จะมีชั่วโมงการทำงานมากขึ้น
- สุขภาพดีทั้งร่างกายและจิตใจ
- มั่นใจในตัวเอง เข้าใจและรู้ถึงจุดอ่อนของตัวเอง
- สามารถที่จะตัดสินใจได้รวดเร็วและส่วนใหญ่ถูกต้อง
- เป็นผู้เริ่มต้นด้วยตัวเองและมีความคิดสร้างสรรค์
- เต็มใจปฏิบัติงานทุกอย่างทางธุรกิจตั้งแต่การล้างห้องน้ำจนถึงการตัดสินใจใน

ฐานะผู้บริหาร

- ชอบทำงานเกี่ยวกับคน รู้สึกสนุกกับการเรียนรู้สิ่งใหม่
- ได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวตัวเอง
- สามารถแยกแยะปัญหาทางธุรกิจและอาชีพออกจากชีวิตส่วนตัวและ

ครอบครัวได้

2. ข้อพิจารณาทางการเงิน ผู้ประกอบการต้องทราบฐานะทางการเงิน และวิเคราะห์ว่าธุรกิจต้องการใช้เงินในการเริ่มต้นและดำเนินการเท่าใด มีค่าใช้จ่ายอะไรบ้าง ต้องการกำไรเท่าใดเพื่อการดำเนินธุรกิจให้อยู่รอดและเติบโตและจะต้องมีส่วนในการพิจารณาทางการเงินดังนี้

- เงินทุนที่มี หรือแหล่งเงินทุนที่สามารถนำมาใช้ในการประกอบการ ทั้งในเวลาปกติและในช่วงเวลาฉุกเฉิน

- สามารถคาดคะเนรายรับ รายจ่าย และกำไรที่สมเหตุสมผล

- การเก็บบันทึกทางการเงิน การทำงบการเงิน และการบริหารตัดสินใจทางการเงิน
- การจัดทำงบประมาณ สำหรับใช้ในการดำเนินการธุรกิจและจัดเตรียมเงินทุนหรือรายจ่ายพิเศษที่อาจเกิดขึ้นใน 2-3 เดือนแรก
- เข้าใจความแตกต่างระหว่างการใช้เงินทุนส่วนตัวและการก่อกำหนดเพื่อการจัดหาเงินทุนมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ

ผู้ประกอบการที่ไม่ให้ความสนใจทางการเงิน และไม่สนใจในการจัดทำงบประมาณการเงินจะมีโอกาสการล้มเหลวได้มาก ผู้ประกอบการจึงต้องมีความพร้อมทางการเงินด้วย

3. ข้อพิจารณาทางการตลาด หลายครั้งที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านการผลิต สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดีออกมาได้ แต่กลับไม่สามารถทำตลาดได้ตามเป้าที่วางไว้ การตลาดเป็นช่องทางก่อให้เกิดรายได้ ที่สำคัญผู้ประกอบการต้องรู้จักตัวสินค้า การกำหนดราคา การจัดจำหน่ายและส่งเสริมการขาย ซึ่งผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จควรมีคุณสมบัติดังนี้

- รู้และเข้าใจวิธีการประเมินตลาดและความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- สามารถระบุคู่แข่งที่มีความสำคัญ จุดอ่อนและแข็งของคู่แข่ง และกลยุทธ์ทางการตลาดที่คู่แข่งใช้อยู่
- จัดการความสัมพันธ์ทางกลยุทธ์ของสินค้า ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย
- เข้าใจสิ่งที่ดึงดูดลูกค้าให้ทำการซื้อสินค้าและบริการจากธุรกิจและต่อต้านการซื้อสินค้าจากธุรกิจอื่น
- แสวงหากลยุทธ์ใหม่ๆ ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ
- เข้าใจการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางด้านราคาและคุณค่าของสินค้าและบริการ
- ทำการวิจัยทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป และรู้ถึงการตัดสินใจซื้อสินค้าเพื่อตัดสินใจลูกค้า

4. ข้อพิจารณาทางการบริหารทั่วไป เป็นการบริหารและจัดการเกี่ยวกับการวางแผนการเงิน งานบุคคล การจัดการทรัพยากรและวัสดุอุปกรณ์ รวมถึงการจัดคนเข้าทำงานและควบคุมการปฏิบัติงานเพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีความสามารถดังนี้

- ความสามารถในการกำหนดนโยบายสำหรับการปฏิบัติการออกกฏระเบียบควบคุมการปฏิบัติงาน

- เข้าใจเทคนิคและทักษะทางด้านบริหารเพื่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพ
- ทราบและเข้าใจถึงวิธีการการมอบหมายอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในการดำเนินงาน
- คิดค้นวิธีการทำให้พนักงานมีส่วนร่วมในความสำเร็จทางธุรกิจ
- มีวิธีการคัดสรรบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถให้เข้ามาทำงานในองค์กร และมีวิธีการจูงใจบุคคลให้พร้อมที่จะทำงานให้บรรลุเป้าหมายของการดำเนินการทั้งในส่วนบุคคล เป้าหมายระยะสั้น และในระยะยาว
- มีวิธีการประเมิน ผลการปฏิบัติงาน ทั้งในส่วนของตัวบุคคล ทีมงาน และภาพโดยรวม

การทดสอบความพร้อมว่าจะสามารถเป็นผู้ประกอบการได้หรือไม่นั้น สามารถกำหนดเป็นค่าคะแนนได้โดยกำหนดค่าคะแนนว่า

มากที่สุด	4	คะแนน
มาก	3	คะแนน
ปานกลาง	2	คะแนน
น้อย	1	คะแนน
ไม่มีเลย	0	คะแนน

เมื่อพิจารณาคูส่วนประกอบในความพร้อมแต่ละประเภท ว่าตนเองนั้นมีความพร้อมในด้านนั้นๆ มากน้อยเพียงใด ให้คะแนนตนเองไว้ หลังจากนั้นสามารถทำการประเมินได้ โดยรวมคะแนนทั้งหมดและพิจารณาว่า

- ถ้าได้คะแนนไม่เกิน 30 คะแนน จงเป็นลูกจ้างดีกว่า
- ถ้าได้ 30-50 คะแนน ก็จะดีในการทำงานในธุรกิจครอบครัวในฐานะของผู้รับคำสั่ง
- ถ้าได้ 51-65 คะแนน แสดงว่ามีคุณสมบัติที่ดีในการเป็นผู้ร่วมทุน
- ถ้าได้ 66 คะแนนขึ้นไป แสดงว่ามีความเหมาะสมที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจได้เอง จงรีบเร่งทำธุรกิจนั้นได้เลย

ในสหัสวรรษใหม่นี้มีการพบว่าผู้ประกอบการที่จะสามารถประสบผลสำเร็จได้นั้น ต้องสามารถทำตัวให้โดดเด่นจากคู่แข่ง และชนะใจลูกค้าได้เท่านั้น ซึ่งการจะทำเช่นนั้นได้ ต้องอาศัย ความรู้และทักษะความสามารถ ผู้ประกอบการจึงต้องมุ่งมั่นพัฒนาตนเองสู่ความเป็นเลิศอยู่เสมอ ด้วยยุทธศาสตร์ 5 ประการ ต่อไปนี้

1. สำรจรรอบด้าน

การสำรจรรอบด้านเป็นหนึ่งในกุญแจสู่ความสำเร็จ เมื่อได้สำรจรรอบด้านแล้ว ก็เท่ากับว่าได้เริ่มต้นด้วยความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเหมาะสม

2. ฟังฐานความรู้

ต้องรู้จักนำทักษะและความรู้มาใช้ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และเสนอบริการที่โดดเด่นกว่าผู้ประกอบการรายอื่นๆ ในตลาด

3. ชูความแปลกใหม่

ต้องรู้จักคิดอย่างสร้างสรรค์ในการขายผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นมา ที่สำคัญคือต้องรู้จักเพิ่มมูลค่าแก่สินค้าและบริการ การรู้จักคิดหาแนวคิดที่แปลกใหม่ในการประกอบธุรกิจ ย่อมช่วยเสริมเพิ่มคุณค่าสินค้าและบริการ ผลก็คือลูกค้าจะตั้งใจในคุณภาพที่โดดเด่น

4. ใช้เครื่องทุนแรง

ต้องขวนขวายหาความรู้และรู้จักใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อจะได้ขยายกิจการให้รุ่งเรืองสอดคล้องกับยุคเศรษฐกิจใหม่ การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาผสานเข้ากับธุรกิจเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่งเพราะจะช่วยให้มีการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานธุรกิจและผลิตสินค้าให้ทันยุคทันสมัยอยู่เสมอ

5. แข็งแกร่งด้วยพันธมิตร

การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจมีความสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จก้าวหน้าของกิจการ ท่านต้องมีการกระชับความสัมพันธ์กับลูกค้าและพันธมิตรเดิมให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น พร้อมๆ กับการขยายฐานลูกค้าและเครือข่ายพันธมิตรให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ซึ่งจะทำให้ท่านนำหน้าอยู่เสมอท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ต้องแข่งขันอยู่ตลอดเวลา

นอกจากผู้ประกอบการจะเป็นตัวจักรสำคัญในการสร้างผลสำเร็จให้กับกิจการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแล้ว เรื่องของกลยุทธ์ทางการตลาดก็ยังเป็นปัญหาสำคัญของผู้ประกอบการด้วย ในอดีตผู้ผลิตมักเน้นจำนวนสินค้าที่ผลิตให้มีจำนวนมาก ต่อมา มุ่งเน้นที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ต่อมาได้มีการใช้ความพยายามในการขายสินค้าเนื่องจากสินค้าผลิตออกมามากเกินความต้องการของลูกค้า จึงต้องพยายามขายสินค้าให้ได้มากที่สุด ดังนั้นธุรกิจจึงเน้นด้านการขาย แต่การขายสินค้าก็ต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าซึ่งต้องอาศัยเครื่องมือทางการตลาดเพื่อให้เกิดการตอบสนองความต้องการและให้ลูกค้าพอใจในที่สุด ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแต่เป็นแนวคิดการตลาด (สมชาย หิรัญกิตติ : 124)

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่ทำหน้าที่ผลิตบัณฑิตมาเป็นเวลากว่า 70 ปี โดยถือกำเนิดมาจากการเป็น โรงเรียนการเรือน ซึ่งเป็นโรงเรียนที่ได้ตระเตรียมความชำนาญให้แก่สตรีในสมัยก่อน มีการพัฒนาการศึกษาเรื่อยมาจนเป็นวิทยาลัยครูสวนดุสิต สถาบันราชภัฏสวนดุสิตและจนถึงปัจจุบันเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ซึ่งนับเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีลักษณะเด่นในด้านการมีระบบสารสนเทศ (IT) ที่สมบูรณ์ทั้งในรูปแบบของการจัดการศึกษาและการให้บริการวิชาการ วิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตประกอบไปด้วย

1. เป็นมหาวิทยาลัยเฉพาะทางที่เน้นให้สาขาวิชาที่มีความเชี่ยวชาญและเป็นเลิศสามารถสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมให้เป็นที่ยอมรับได้ทั้งในและต่างประเทศ
2. เป็นมหาวิทยาลัยที่เน้นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในการจัดการเรียนการสอน และการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ
3. พัฒนาและสร้างสรรค์บุคลากรให้เป็นบุคลากรที่มีความรู้ (Knowledge Worker) เพื่อเป็นทุน (Human Capital) ในการสร้างความมั่นคงทางปัญญาขององค์กร (Intellectual Wealth)

ในแต่ละปีการศึกษา จะมีบัณฑิตจำนวนมากที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตในสาขาวิชาต่างๆ มหาวิทยาลัยมุ่งให้เสรีภาพในการเลือกลักษณะวิชาเรียนตามความถนัดและความสนใจภายใต้เงื่อนไขของหลักสูตร โดยปัจจุบันเปิดทำการสอนในระดับอนุปริญญาตรี ปริญญาตรี และปริญญาโท แบ่งเป็น 3 สาขาวิชา คือ สาขาวิชาการศึกษาศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ ซึ่งมีทั้งหมด 6 คณะดังนี้ คณะครุศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการและบัณฑิตวิทยาลัย

นอกจากนี้ยังมีการเปิดการเรียนการสอนนอกสถาบันซึ่งประกอบไปด้วยศูนย์การศึกษา นอกสถาบันฯ ทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด จำนวน 21 ศูนย์ ศูนย์จรัลสนิทวงศ์ สุขุทัย พงษ์สวัสดิ์ ดุสิตพัฒนชยการ พัฒนชยการสันติราษฎร์ เช่นทรลปิ่นเกล้า รางน้ำ ธาราลงกรณ์ บุษยามาส ลุมพินี ปราจีนบุรี นครนายก ชลบุรี พัทยา สระบุรี ลำปาง ระนอง 2 วิทยาเขตพิษณุโลก ตรัง หนองคาย สุพรรณบุรี

ในส่วนของคณะวิทยาการจัดการนั้นเริ่มแรกมีการก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2527 และได้เปิดสอน 3 โปรแกรมวิชา คือ โปรแกรมวิชาการจัดการทั่วไป โปรแกรมวิชานิเทศศาสตร์ และโปรแกรมวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในปีการศึกษา 2533 ได้เปิดโปรแกรมวิชาการบริหารธุรกิจ ในปี 2546 ได้เปิดสอนโปรแกรมวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ และเปิดโปรแกรมวิชาการบัญชีในปี 2547 ปัจจุบันคณะวิทยาการจัดการ จัดการศึกษา 3 สาขาวิชา คือ สาขาวิชาศิลปศาสตร์ ซึ่งมี 2 หลักสูตร (ปัจจุบันคำว่าโปรแกรมวิชาใช้คำว่า “หลักสูตร” แทน) คือ หลักสูตรนิเทศศาสตร์ และหลักสูตร

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว สาขาวิชาการบริหารธุรกิจมี 3 หลักสูตรคือ หลักสูตรการจัดการทั่วไป หลักสูตรวิชาบริหารธุรกิจ และหลักสูตรเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ และสาขาวิชาการบัญชี

สำหรับหลักสูตรวิชาบริหารธุรกิจ มีการจัดการเรียนการสอน โดยแบ่งออกเป็น หลักสูตร 2 ปี และหลักสูตร 4 ปี มีการแบ่งแขนงวิชาเรียนออกเป็น แขนงการเงินการธนาคาร แขนงคอมพิวเตอร์ธุรกิจ แขนงบริหารทรัพยากรมนุษย์ แขนงตลาด แขนงธุรกิจระหว่างประเทศและ แขนงบัญชี (http://dusithost.Dusit.ac.th/~manage-sci/web_new/page/history/php)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรานี เวสสุนทรเทพ (2542) ศึกษาเรื่อง ความต้องการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมของพนักงานตงงานจาก 56 สถาบันเงิน พบว่าจากจำนวนพนักงานตงงาน จำนวน 550 คน มีผู้ต้องการประกอบธุรกิจขนาดย่อมจำนวน 336 คน หรือร้อยละ 65.12 และพนักงานตงงานที่สนใจประกอบธุรกิจขนาดย่อมมากที่สุดร้อยละ 50.13 เป็นผู้สำเร็จการศึกษาด้านบริหารธุรกิจ นิเทศศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ วิทยาการจัดการ คอมพิวเตอร์ และธุรกิจขนาดย่อมที่ต้องการเป็นประเภทค้าขาย ได้แก่ เปิดร้านอาหาร ขายของชำ ขายเสื้อผ้า ขายต้นไม้ ธุรกิจเปิดท้ายขายของ

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเครือข่าย มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2544) ทำโครงการวิจัยการศึกษาวิเคราะห์ เรื่อง “ความต้องการของผู้ประกอบการ SMEs เบื้องต้น (ขอนแก่น)” พบว่า จากจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยทั้งสิ้น 2,657 ราย ประมาณร้อยละ 70 ของผู้ประกอบการ ต้องการรับบริการจากสถาบันฯ โดยรูปแบบบริการที่ผู้ประกอบการต้องการมากที่สุดคือ การช่วยเหลือปรับปรุงกิจการ รองลงมาได้แก่ บริการปรึกษาแนะนำ บริการฝึกอบรม และการบริการข่าวสารทางวิชาการ ตามลำดับ ในส่วนความต้องการบริการฝึกอบรมในภาพรวมพบว่า ประมาณ 2 ใน 3 ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สนใจที่จะเข้ารับการฝึกอบรมจากสถาบันฯ โดยมีความต้องการฝึกอบรมด้านการบริหารจัดการทางการเงินและการลงทุนมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านตลาด ส่วนสถานที่จัดบริการฝึกอบรมที่เหมาะสมที่สุดคือ สถาบันการศึกษาในท้องถิ่น รองลงมาได้แก่โรงแรมในท้องถิ่น โดยระยะเวลาในการจัดฝึกอบรมที่เหมาะสมเฉลี่ยประมาณ 2 วัน เป็นวันเสาร์ – อาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 9.00-16.00 น. และประเด็นหัวข้อที่ผู้ประกอบการ ต้องการรับบริการปรึกษานำมากที่สุดคือ หัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการเงินการลงทุน รองลงมาได้แก่ การตลาด การค้าและบริการ และระบบบัญชี/ภาษี นอกจากนี้ ผลการสำรวจความคิดเห็นขององค์กรที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ พบว่า สถาบันการศึกษาในพื้นที่ยังมีการดำเนินงานเกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจประเภทนี้ น้อย ทั้งในหลักสูตรการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการ ปัญหาหลักคือ บุคลากรและ

ประสบการณ์ความเชี่ยวชาญต่อปัญหาของการประกอบธุรกิจ ยังมีจำนวนน้อย อย่างไรก็ตาม สถาบันการศึกษาในพื้นที่ก็มีทิศทางและแนวโน้มการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับ ปัญหาและการพัฒนา การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้นในระยะหลัง

นอกจากนี้สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเครือข่ายจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้ทำการศึกษาโครงการวิจัย เรื่อง “ความต้องการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : ด้านการฝึกอบรม” (<http://www.ismed.or.th/knowledge/showcontent.php?id=1693,17/5/2548>) โดยศึกษาจากผู้ประกอบการใน 4 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ กลุ่มอุตสาหกรรมพลาสติกและกลุ่มอุตสาหกรรมเซรามิก โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 200 สถานประกอบการ พบว่าผู้ประกอบการมีความต้องการโครงการฝึกอบรมมากที่สุด 10 โครงการคือ

1. การบริหารการผลิตให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน
2. การบริหารคุณภาพโดยรวม (TQM)
3. กลยุทธ์ด้านการพัฒนาองค์กรและทรัพยากรบุคคล
4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต
5. เทคนิคการบำรุงรักษาและการควบคุมมาตรฐาน
6. การลดความสูญเปล่าในโรงงาน/การผลิต
7. ระบบภาษีอากรและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
8. การคิดต้นทุนผลิตภัณฑ์และการวิเคราะห์ต้นทุน
9. เทคนิคการสอนงาน
10. การทำงานเป็นทีม

ส่วนด้านปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการไม่ต้องการเข้ารับการอบรมฝึกอบรม ได้แก่ ปัจจัยด้านเนื้อหาหลักสูตร ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ฝึกอบรม ปัจจัยด้านวิทยากร ปัจจัยด้านระยะเวลาที่จัดไม่เอื้ออำนวยกับการทำงาน และปัจจัยด้านจำนวนของผู้เข้ารับการอบรม

อาภา อรรถบูรณ์วงศ์ (2543) ศึกษาเรื่อง “ความต้องการ (ความช่วยเหลือ) ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษา จังหวัดนนทบุรี” โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 94 ตัวอย่าง พบว่า ปัญหาในการดำเนินธุรกิจที่พบมากที่สุดคือ ปัญหาการจัดการและการขยายตลาด รองลงมาคือ ปัญหาบุคลากรในองค์กรที่ขาดความรู้หรือทักษะ ส่วนเรื่องเงินกู้หรือสินเชื่อไม่ใช่ประเด็นปัญหาหลักในยุคปัจจุบันแล้ว ดังนั้นความช่วยเหลือในด้านการจัดการด้านการตลาดและรู้แหล่งข้อมูล

ข่าวสารเพื่อขยายตลาดจึงเป็นความต้องการความช่วยเหลือมากที่สุด รองลงมาคือความช่วยเหลือด้านการลดต้นทุนการผลิตและสำคัญสุดท้ายคือการพัฒนาบุคลากร

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้ศึกษาวิเคราะห์ “ความต้องการของผู้ประกอบ SMEs เบื้องต้น พื้นที่จังหวัดนครราชสีมา” (<http://www.ismed.or.th/knowledge.showcontent.php?id=1767,17/5/2548>) โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อให้สถาบันเครือข่าย สถาบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นำไปใช้ประโยชน์ในการจัดทำแผนปฏิบัติการ จัดกิจกรรมให้บริการต่างๆ แก่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในพื้นที่ได้ตรงตามความต้องการและก่อให้เกิดการสร้างเป้าหมายร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ต่อไป

กลุ่มเป้าหมายที่ทำการศึกษา แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (เดิม) และผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ใหม่) จำนวน 152 ราย ผลการศึกษา พบว่าทั้ง 2 กลุ่มเป้าหมาย มีปัญหาและความต้องการเป็นไปในแนวทางเดียวกันคือ ในส่วนของปัญหาพบว่า ปัญหาด้านการผลิต ประกอบด้วย การขาดแคลนวัตถุดิบ เทคนิคการผลิตต่ำ การค้นหาวิธีคิดต้นทุนการผลิต ปัญหาด้านการตลาด ประกอบด้วย การมีคู่แข่งจำนวนมากทำให้มีส่วแบ่งการตลาดต่ำ ขาดความรู้ด้านการวางแผนและหากกลยุทธ์ทางการตลาด ปัญหาด้านการเงิน ประกอบด้วย การขาดเงินทุนหมุนเวียน และขาดความรู้ด้านการบริหารทางการเงิน ปัญหาด้านการบัญชี ประกอบด้วย การไม่มีความรู้ด้านการจัดทำบัญชีอย่างถูกต้อง และปัญหาสุดท้ายคือ ปัญหาด้านการจัดการองค์กรธุรกิจ การไม่สามารถจัดหายุทธศาสตร์ให้เหมาะสมกับงานได้

สิ่งที่กลุ่มเป้าหมายทั้ง 2 กลุ่ม ต้องการคือ ด้านการผลิต มีความต้องการด้านวิธีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ และวิธีการคิดและควบคุมต้นทุนการผลิต ด้านการตลาด มีความต้องการด้านการเพิ่มส่วนแบ่งในตลาด การฝึกอบรมและให้ความรู้ด้านการตลาดเบื้องต้นและในระดับสูง ด้านการเงินมีความต้องการการได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากสถาบันการเงินต่างๆ ด้านการบัญชี ต้องการได้รับการอบรมด้านการบัญชีทุกประเภท และสุดท้ายคือความต้องการการพัฒนาคนงานให้มีฝีมือและความชำนาญเพิ่มขึ้น

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2545) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์และเครื่องมือทางการตลาดที่เหมาะสมกับธุรกิจขนาดย่อมในประเทศไทย” โดยเลือกทำการวิจัยด้วยการทำการวิจัยเชิงเอกสารร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ประกอบการขนาดย่อมใน 10 กลุ่มธุรกิจรวม 241 ตัวอย่าง คือ กลุ่มอาหาร กลุ่มยานยนต์ กลุ่มไอที กลุ่มแฟชั่น/เครื่องประดับ กลุ่มท่องเที่ยว กลุ่มวัสดุก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ กลุ่มสินค้าและบริการความงาม กลุ่มของขวัญ ของตกแต่ง และเฟอร์นิเจอร์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการขนาดย่อมไม่ว่าจะมีพื้นฐานการศึกษาในระดับใดก็ตาม ไม่ว่าจะเคยศึกษาหรืออบรมด้านการตลาดมาหรือไม่

ต่างก็ไม่เคยได้นำหลักในด้านการจัดการทางการตลาดจากในตำราที่เรียนมาใช้ในการดำเนินธุรกิจมากนัก ผู้ประกอบการที่มีพื้นฐานการศึกษาด้านการตลาดหรือบริหารธุรกิจในช่วงเริ่มต้นจะนำหลักหรือกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้ในการวางแผน แต่เมื่อดำเนินธุรกิจจริงส่วนใหญ่มีความเห็นว่าตามแผนงานที่กำหนดไว้ใช้การได้ไม่มากนักและต้องปรับเปลี่ยนแผนใหม่ตามสถานการณ์ตามคู่แข่งหรือตามความคิดของผู้บริหาร โดยกลยุทธ์และเครื่องมือที่ช่วยให้กิจการประสบความสำเร็จก็ไม่ได้อยู่ในตำราหรือจากการเรียนและผู้ประกอบการที่ไม่ได้ศึกษาหรืออบรมทางการตลาดก็สามารถคิดหรือใช้กลยุทธ์ในลักษณะเดียวกันได้ โดยเรียนรู้จากการวิเคราะห์และลอกเลียนหรือปรับปรุงให้เข้ากับลักษณะธุรกิจของตนเอง

เมื่อพิจารณาจากกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ประกอบการขนาดย่อมนำมาใช้และผู้ประกอบการเห็นว่าช่วยให้กิจการประสบความสำเร็จ พอจะสรุป 5 กลยุทธ์หลักๆ ได้ดังนี้

1. การออกงานแสดงสินค้า เป็นกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการในเกือบทุกกลุ่มธุรกิจเห็นว่าเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ได้ผลเพราะสามารถจำหน่ายสินค้าได้ เป็นช่องทางในการขยายตลาด เพราะมีโอกาสพบผู้แทนจำหน่ายใหม่ๆ ผู้ซื้อแฟรนไชส์และยังช่วยให้ได้พบ ได้รับทราบความต้องการและปัญหาของสินค้าโดยตรงจากลูกค้า อีกทั้งยังเป็นแหล่งให้รับทราบข้อมูลสินค้าและบริการของคู่แข่งที่มาออกงานเพื่อนำไปปรับปรุงสินค้าของตนเองโดยการออกงานแสดงสินค้านี้

2. การสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เป็นอีกเครื่องมือหนึ่งทางการตลาดสำหรับกิจการขนาดย่อม การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า การให้ส่วนลด หรือ บริการพิเศษแก่ลูกค้าประจำ จะช่วยให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าหรือบริการซ้ำและยังแนะนำเพื่อนๆ มาใช้บริการซึ่งผู้ประกอบการมองว่า การบอกต่อแบบปากต่อปากของลูกค้าเป็นสื่อโฆษณาสำคัญที่ทำให้ได้ลูกค้าเข้ามาเพิ่ม

3. บริการ ถ้ากิจการขนาดเล็กผู้ประกอบการจึงมักจะมีเวลาลงมาจำหน่ายสินค้า หรือ ให้บริการลูกค้าด้วยตนเองทำให้มาตรฐานการให้บริการสร้างความประทับใจลูกค้าทำได้ดีกว่ากิจการขนาดใหญ่ที่ผู้จำหน่าย หรือผู้ให้บริการเป็นเพียงลูกจ้าง

4. การให้ส่วนลด เป็นกลยุทธ์ที่ช่วยรักษาและดึงดูดลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจแฟชั่น จะอาศัยการลดราคาเพื่อระบายสินค้าเก่า สินค้าคงรุ่น ออกจากร้าน หรือในธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ที่สินค้าไม่มีข้อแตกต่างกันมากนัก ผู้ประกอบการจึงเห็นว่าราคาเป็นเครื่องมือสำคัญทางการตลาด

5. การประชาสัมพันธ์ กิจการผ่านสื่อมวลชน เป็นกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการเห็นว่าช่วยให้สินค้าหรือร้านค้าเป็นที่รู้จักโดยไม่มีค่าใช้จ่าย เช่น การให้สัมภาษณ์หรือได้ลงในคอลัมน์ของหนังสือพิมพ์ ผู้ประกอบการบางรายใช้วิธีการแลกเปลี่ยนสินค้าของกิจการกับผู้ประกอบการใน

ธุรกิจสื่อเพื่อให้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์กิจการของตน เช่น การให้ยืมสินค้าไปใช้ประกอบใน
ละคร

มีการศึกษาวิจัยในต่างประเทศเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยที่มีมุมมองว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเปรียบเสมือนประชากรส่วนใหญ่ในประเทศ การเพิ่มขึ้นหรือลดลง รวมทั้งการเจริญเติบโตของธุรกิจประเภทนี้มีผลกระทบต่อความมั่นคงของ เศรษฐกิจในประเทศค่อนข้างมาก ในประเทศสหรัฐอเมริกา จากการสำรวจของ Small Business Administration (SBA), Department of Commerce พบว่าในประเทศมีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ถึง 25 ล้านแห่ง จำนวนของนายจ้างที่อยู่ในธุรกิจนี้คิดเป็นร้อยละ 99.7 ของนายจ้างทั้งหมด จำนวน แรงงานที่มีอยู่ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคิดเป็นร้อยละ 53 ของแรงงานในภาคเอกชน ทั้งหมด ร้อยละ 67 ของผู้ที่เพิ่งหางานจะเริ่มทำธุรกิจประเภทนี้ อีกทั้งยังเป็นแหล่งจ้างงานสำหรับผู้ ต้องการทำงานไม่เต็มเวลา (Part-Time) (สำนักงานส่งเสริมการค้า ณ เมืองไมอามี, 2545) รัฐบาล สหรัฐฯ จึงให้ความสำคัญและมีมาตรการส่งเสริมให้ธุรกิจมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น เช่น มาตรการ ช่วยเหลือทางการเงิน ด้านการให้ข้อมูลตลอดจนเทคนิคต่างๆ ในการประกอบการ ด้าน การตลาดรวมทั้งการจัดการฝึกอบรม

ปัจจุบันประเทศต่างๆ ต่างก็ตระหนักถึงความสำคัญของการประกอบธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมเป็นอย่างดี หลายประเทศเล็งเห็นถึงความสำคัญของการมีโอกาสได้ฝึกฝนและเรียนรู้ เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตั้งแต่วัยเรียน แม้แต่ในหน่วยงาน Economic and Social Council ขององค์การสหประชาชาติก็มีการกล่าวถึงว่า เป้าหมายของการศึกษา ในยุคก่อนๆ มักที่จะมุ่งเน้นไปที่การเรียนตามหลักสูตร โดยมีความหมายเพื่อสอบเข้าเรียนต่อ มหาวิทยาลัยให้ได้ แต่ช่วงระยะเวลาสิบปีที่ผ่านมา แนวความคิดแบบนี้เริ่มเปลี่ยนไป ดังสุภาษิต ภาษิตที่กล่าวว่า “เราไม่ได้เรียนเพื่อสอบแต่เรียนเพื่อดำรงชีวิต” (We learn not for school, but for life) (<http://www.young-enterprise.org.uk.nome.asp>) หลักสูตรการเรียนเกี่ยวกับการเป็นผู้ ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลายเป็นวิชาที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป

ในประเทศอังกฤษ มีการจัดหลักสูตรทางธุรกิจที่เรียกว่า “The Young Enterprise” ตาม โรงเรียนต่างๆ เป้าหมายของหลักสูตรคือต้องการให้เด็กได้มีความรู้และได้รับประสบการณ์จริง ทางธุรกิจจากผู้ประกอบการจริง มีการจัดหลักสูตรหลายระดับเริ่มตั้งแต่เด็กนักเรียนอายุ 14 ปี จนถึง ระดับมหาวิทยาลัยคือ 18-25 ปี ในแต่ละปีจะมีโรงเรียนจากทั่วประเทศมากกว่า 5,500 โรงเรียน และ เด็กมากกว่า 32,000 คน นับตั้งแต่ระดับประถมศึกษาจนถึงระดับมหาวิทยาลัยที่เข้าร่วมในหลักสูตร นี้ มีการศึกษาวิจัยถึงผลที่ได้รับจากเข้าเรียนในหลักสูตรนี้ในปีการศึกษา 2005/06 โดยทำการ สอบถามจากครูผู้สอนและอาสาสมัครที่เป็นนักธุรกิจผู้เข้ามาช่วยสอนในหลักสูตรนี้ พบว่า

ครูผู้สอนมีความเห็นว่า นักเรียนมีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร 84 % สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น 87 % สามารถปรับปรุงและเรียนรู้ด้วยตนเอง 74 % สามารถแก้ไขปัญหาได้ 73 % สิ่ง que ผู้เข้าเรียนสามารถปรับปรุงให้ดีขึ้น คือ การตัดสินใจ 76 % การทำงานร่วมกับผู้อื่น 77 % การวิเคราะห์ข้อมูล 64 % การตั้งเป้าหมาย 62 % ในส่วนของอาสาสมัครที่เป็นนักธุรกิจ พบว่า 98 % ของอาสาสมัครคิดว่าผู้เข้าเรียนในหลักสูตรจะมีความสามารถในการเชื่อมต่อระหว่างสิ่งที่ได้เรียนรู้และการทำงานในอนาคต 95 % คิดว่าหลักสูตรที่เรียนจะสามารถทำให้ผู้เข้าเรียนใช้เป็นแนวทางในการหางานและค้นพบงานที่ตนถนัดได้ 87 % คิดว่าสิ่งที่เรียนรู้ จะทำให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ไปใช้ในชีวิตการทำงานได้ (<http://www.young – enterprise.org.uk/pub/>)

มีการศึกษาวิจัยเรื่อง A Longitudinal Analysis of Young Entrepreneurs in Canada (Industry Canada, 2000) โดยทำการสำรวจจากผู้ประกอบการด้วยตนเองในช่วงปี ค.ศ. 1982 ถึง 1995 พบว่าในปี ค.ศ. 1990 มีผู้ประกอบการที่เป็นผู้หญิงมีจำนวนมากขึ้นกว่าผู้ชายทั้งที่อยู่ในระหว่างอายุ 20-29 ปี และอายุ 30-59 ปี ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เลือกประกอบธุรกิจของตนเองประกอบด้วย รายได้ที่ได้รับมากกว่าการทำงานประจำ นอกจากนี้ปัจจัยด้านสภาวะครอบครัวพบว่า ในครอบครัวที่มีบิดา-มารดาที่มีการประกอบธุรกิจเองนั้น มีผลทำให้สมาชิกคนอื่นๆ เลือกทำงานประเภทเดียวกัน มีการสังเกตว่าในส่วนปัจจัยทางเพศ พบว่าผู้หญิงหากมีบุตร จะเลือกประกอบธุรกิจด้วยตนเองมากกว่าทำงานประจำ เพราะทำให้สามารถมีความคล่องตัวในการเลี้ยงบุตรมากกว่า (<http://Strategis ic.gc.ca/epic/site/sbrp-pppe.nsf/en/rdoo229e.htm/>)

