

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสาร ตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาสังเคราะห์สรุปแนวคิด ในการกำหนดแนวคิดการวิจัยและดำเนินการวิจัย ซึ่งเสนอเป็นลำดับดังนี้

- 2.1. ความหมายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2.2. ความหมายและบทบาทของผู้ประกอบการ
- 2.3. การก่อตั้งธุรกิจและการอยู่รอดการเจริญเติบโตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2.4. ภาพรวมของจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2.5. การสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2.6. คุณลักษณะของผู้ประกอบการ
- 2.7. วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และโดยลำดับเนื้อหา ดังนี้
- 2.8 สมมติฐานในการวิจัย

2.1 ความหมายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and medium enterprises) ตามที่ปรากฏในพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 เป็นกิจการที่มีการผลิตสินค้าและบริการครอบคลุมกิจการ 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ 1) กิจการผลิตสินค้า หมายความว่าครอบคลุมถึงการผลิตที่เป็นลักษณะของการประกอบการอุตสาหกรรมทุกประเภท โดยความหมายที่เป็นสากลของการผลิตก็คือการเปลี่ยนรูปวัตถุดิบให้เป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ด้วยเครื่องจักรกล หรือเคมีภัณฑ์ โดยไม่คำนึงว่างานนั้นทำโดยเครื่องจักรหรือด้วยมือ ทั้งนี้กิจการผลิตสินค้าในที่นี้รวมถึงการแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรอย่างง่ายที่มีลักษณะเป็นการอุตสาหกรรมการผลิตที่มีลักษณะเป็นวิสาหกิจชุมชน และการผลิตที่เป็นการประกอบอุตสาหกรรมในครัวเรือนด้วย 2) กิจการให้บริการ หมายความว่าครอบคลุมถึง การศึกษา การสุขภาพ การบันเทิง การขนส่ง การก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ การโรงแรมและที่พัก การภัตตาคาร การขายอาหาร การขายเครื่องดื่มของภัตตาคารและร้านอาหาร การให้บริการเช่าสิ่งบันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจ การให้บริการส่วนบุคคล บริการในครัวเรือน บริการที่ให้กับธุรกิจ การซ่อมแซมทุกชนิด และการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว และ 3) กิจการค้าส่งและค้าปลีก หมายความว่า การให้บริการเกี่ยวกับการค้า โดยที่การค้าส่ง หมายความว่า การขายสินค้าใหม่และสินค้าใช้แล้วให้แก่ ผู้ค้าปลีก ผู้ใช้ในงานอุตสาหกรรม งานพาณิชย์กรรม สถาบัน ผู้ใช้ในงานวิชาชีพ และรวมทั้งการขายให้แก่ผู้ค้าส่งด้วยตนเอง ส่วนการค้าปลีก หมายความว่า การขายโดยไม่มี การเปลี่ยนรูปสินค้าทั้งสินค้าใหม่และสินค้าใช้แล้วให้กับประชาชนทั่วไปเพื่อการบริโภคหรือการใช้ประโยชน์เฉพาะส่วนบุคคลในครัวเรือน การค้าในที่นี้มีความหมายรวมถึงการเป็นนายหน้าหรือตัวแทนการซื้อขาย สถานีบริการน้ำมัน และสหกรณ์ผู้บริโภค (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550 ; มนุ เลี้ยวไพโรจน์, 2542)

สำหรับเกณฑ์การจำแนกขนาดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย ขึ้นอยู่กับจำนวนแรงงานและมูลค่าขั้นสูงของสินทรัพย์ถาวร ตามประกาศกฎกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง กำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2545 กล่าวคือธุรกิจขนาดย่อม มีสินทรัพย์ไม่เกิน 50 ล้านบาท ขนาดกลาง ไม่เกิน 200 ล้านบาท และแรงงานธุรกิจขนาดย่อมไม่เกิน 50 คน ขนาดกลางไม่เกิน 200 คน (เมนู เสียวไพโรจน์, 2542) สำหรับเกณฑ์เชิงคุณภาพที่ธุรกิจขนาดย่อม ควรใช้ตรวจสอบ ประกอบด้วย 1) มีผู้จัดการกับเจ้าของเป็นคนเดียวกัน ซึ่งจะทำให้การบริหารกิจการเป็นไปอย่างอิสระไม่ขึ้นกับใคร 2) เงินทุนที่ใช้ก่อตั้งกิจการหรือใช้ดำเนินงานมาจากบุคคล 1 คน หรือกลุ่มบุคคลขนาดเล็กจำนวน 2-3 คน 3) มีสถานที่ตั้งของกิจการหรือแหล่งที่มาของวัตถุดิบอยู่ในท้องถิ่น แต่ตลาดของกิจการสามารถมีขอบเขตกว้างขวางกว่าในท้องถิ่น และ 4) มีขนาดของกิจการ โดยเปรียบเทียบเล็กกว่าคู่แข่งชั้นที่เป็นรายใหญ่ในอุตสาหกรรมค่อนข้างมาก (Hodgetts and Kuratko, 1995)

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความคล่องตัวและสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆได้อย่างรวดเร็ว ใช้เงินลงทุนน้อยกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ สามารถรองรับแรงงานอพยพที่เข้ามาทำงานในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การกระจายตัวของผู้ประกอบการและธุรกิจทำให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค นอกจากนี้ยังสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและลดการนำเข้าจากต่างประเทศได้อีกด้วย อย่างไรก็ตามแม้ว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จะมีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม แต่ก็ประสบปัญหาอีกมากมายประการซึ่งสรุปพอสังเขปได้ 8 ด้านด้วยกัน คือ 1) ปัญหาด้านการตลาด 2) ขาดแคลนเงินทุน 3) ปัญหาด้านแรงงาน 4) ปัญหาข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิต 5) ข้อจำกัดด้านการจัดการ 6) ปัญหาการเข้าถึงบริการการส่งเสริมของรัฐ 7) ปัญหาข้อจำกัดด้านบริการส่งเสริมพัฒนาขององค์การภาครัฐและเอกชน และ 8) ปัญหาข้อจำกัดในการรับรู้ข่าวสารข้อมูล (ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย, 2549; สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550) การกระตุ้นให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ เพื่อหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจ และมีการลดการพึ่งพิงธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งจะส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจมีเสถียรภาพมากขึ้น และช่วยลดความรุนแรงเมื่อเกิดความผันผวนทางเศรษฐกิจในอนาคต แม้ว่าธุรกิจขนาดย่อมจะเป็นผู้นำเสนอสินค้าและบริการเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจได้เช่นเดียวกับธุรกิจขนาดใหญ่ แต่ก็มีบทบาทบางประการที่ทำหน้าที่ได้ดีกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ (กฤษฎา เสกตระกูล, 2548) ทำให้ค่านิยมของการได้เป็นเจ้าของธุรกิจของตนเองเพิ่มสูงขึ้นอย่างมากในปัจจุบัน จนสามารถเรียกได้ว่าเป็นยุคของผู้ประกอบการ (The age of entrepreneur) ได้อย่างแท้จริง โดยมีแรงจูงใจมาจาก 1) ความเป็นอิสระ (Independence) การทำธุรกิจของตนเอง ทำให้ได้ทำในสิ่งที่ตนเองชอบ และกลายเป็นนายของตนเอง หลุดพ้นจากความเป็นลูกจ้างซึ่งต้องอยู่ภายใต้กรอบกฎเกณฑ์ที่คนอื่นกำหนด 2) ความร่ำรวย (Financial Opportunities) การเป็นเจ้าของกิจการเองทำให้มีโอกาสในการสร้างรายได้ได้มากกว่าการเป็นลูกจ้าง 3) ความมั่นคง (Job security) การทำงานกับกิจการของตนเอง สามารถทำได้นานตราบเท่าที่ต้องการ ไม่ต้องกลัวว่าจะมีคนมาไล่เรออก จึงเกิดความมั่นคงขึ้นอย่างมากในชีวิตการทำงาน 4) สร้างงานให้กับครอบครัว (Family employment) เมื่อสร้างธุรกิจให้เกิดขึ้นมาแล้ว ผู้ประกอบการแทบทั้งนั้นจะพยายามผลักดันให้ธุรกิจอยู่รอดให้ได้และเติบโตต่อไป เพื่อเป็นแหล่งงานและหลักประกันรายได้ให้กับทายาทและ

สมาชิกในครอบครัวในอนาคตต่อไป 5) ความท้าทาย (Challenge) การตั้งและดำเนินธุรกิจของตนเอง ให้ประสบความสำเร็จเป็นไปตามที่ฝันของผู้ประกอบการทุกคน (Ryan et al., 1999: 2)

2.2 ความหมายและบทบาทของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการเป็นผู้มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่จัดองค์กร จัดการและรับผลของความเสี่ยงทางธุรกิจ หรือกิจการ บุคคลที่สนใจกับการเป็นผู้ประกอบการเนื่องจาก ความต้องการความสำเร็จ หวังผลกำไรจากการดำเนินงาน และความเจริญเติบโต จากสาเหตุดังกล่าวส่งผลให้ผู้ประกอบการพัฒนาพฤติกรรมในด้าน การคิดริเริ่มสร้างสรรค์และแนวทางในการจัดการธุรกิจ (Megginson, Byrd, and Megginson, 2000: 11) โดยยอมรับความเสี่ยงเพื่อต้องการกำไร และความคิดริเริ่มด้วยตนเอง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังนำเงินทุนในการริเริ่มธุรกิจมารวมกัน เป็นบุคคลที่ค้นพบความคิดและโอกาสทาง ธุรกิจใหม่ๆ เป็นผู้รวบรวมเงินทุนเพื่อจัดตั้งธุรกิจ จัดระเบียบภายในธุรกิจ และบริหารการดำเนินงาน ของธุรกิจเพื่อจัดสินค้าและบริการให้แก่ผู้บริโภคและสาธารณชนทางเศรษฐกิจ (ผุสดี รุมาคม, 2544 ; นิมิตร นนทพันธ์, 2528 ; ชุติภา โอภาสานนท์, 2543) ความเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurship) หมายถึง ความพยายามของบุคคล กลุ่มบุคคล หรือธุรกิจที่มีอยู่แล้ว ในการ สร้างธุรกิจใหม่ไม่ว่าจะเป็นกิจการส่วนตัว การตั้งองค์กรธุรกิจใหม่ หรือการขยายธุรกิจจากเดิมที่ทำอยู่ (ธนพล วีราสา และคณะ, 2550 : 2) โดยที่ความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่แล้วเป็นผลมาจาก พลังและความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการซึ่งดำเนินการอยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมของวิสาหกิจ เอกชน (ผุสดี รุมาคม, 2544 ; นิมิตร นนทพันธ์, 2528) การผลิตสินค้าชนิดใหม่ขึ้นมาเสนอขาย ในตลาดด้วยการนำเอาขบวนการผลิตใหม่ๆที่มีประสิทธิภาพดีกว่าเดิมเข้ามาใช้หรือด้วยการปรับปรุง องค์กร แสวงหาเงินทุน รวบรวมปัจจัยในการผลิตและการจัดการบริหารเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ (ชุติ ภา โอภาสานนท์, 2543) การเริ่มต้นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการ มีความสำคัญ ยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจและธุรกิจเหล่านี้จะเติบโตเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ต่อไป ซึ่งผู้ประกอบการมักจะ ปฏิบัติภารกิจในบทบาทของนักลงทุน บทบาทของผู้จัดการ บทบาทของผู้ผู้นำ บทบาทของผู้สร้างสรรค์ สังคม (Longenecker et al., 1997: 23-29)

กระบวนการในการสร้างผู้ประกอบการใหม่ (Entrepreneurial Process) มักจะเริ่มต้น จากลักษณะของตัวผู้ประกอบการซึ่งก่อให้เกิดพลังในการจะสร้างธุรกิจใหม่ ความคิดในการสร้างธุรกิจ ใหม่ (Idea Development) ซึ่งเหมาะกับโอกาส (Opportunities) จะทำให้ธุรกิจที่คิดจะเริ่ม สร้างใหม่นั้น มีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จมากหากได้รับการสนับสนุนและเข้าถึงแหล่งทรัพยากร ต่างๆ (Resource Development and Acquisition) การที่จะวางแผนในการบริหารเพื่อที่จะเข้าถึง ทรัพยากรและลดความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจ จำเป็นที่จะต้องสร้างแผนธุรกิจ (Business Plan) หลังจากนั้นก็จะระดมทุนเข้ามาใช้ในการก่อตั้งกิจการ (Capitalization) และลักษณะใหม่ของการสร้าง ธุรกิจใหม่มีแนวโน้มที่จะเน้นในด้านเทคโนโลยีมากขึ้น จึงทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันการศึกษา กับภาคอุตสาหกรรมสูงขึ้นโดยที่มหาวิทยาลัยจะเปลี่ยนบทบาทจากการให้คำปรึกษา (Consultation) ในรูปแบบจากการทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงาน (Liaison Office) เปลี่ยนเป็นการถ่ายทอดเทคโนโลยี การสร้างสิทธิบัตรและทรัพย์สินทางปัญญาในรูปแบบของการมีเทคโนโลยี การทำหน้าที่เผยแพร่

(Transfer Office) และ มหาวิทยาลัยหลายแห่งมีบทบาทเพิ่มขึ้นในการที่จะให้การส่งเสริมธุรกิจใหม่ ในลักษณะของการมีหน่วยบ่มเพาะ (Incubator Unit) และยังสามารถกล่าวถึงแนวความคิดการเริ่มต้นและการขยายธุรกิจของผู้ประกอบการมีองค์ประกอบของแนวคิดผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ 7 ลักษณะ กล่าวคือ กล่าวคือ 1) บุคลิกและพฤติกรรมของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ 2) วิธีคิดและการแก้ไขปัญหา 3) จริยธรรมของผู้ประกอบการ 4) วิธีการคิดและกระบวนการการเรียนรู้ในการสร้างธุรกิจใหม่ 5) กระบวนการตัดสินใจและการสร้างธุรกิจใหม่ 6) ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ 7) สามารถวิเคราะห์โอกาสและการเปลี่ยนแปลง (อ้างอิงจาก ไว จามรมาน และคณะ, 2548) มีกระบวนการตัดสินใจส่วนบุคคล ในการเข้าไปประกอบธุรกิจ ซึ่งก่อนที่จะทำการตัดสินใจเพื่อเริ่มต้นธุรกิจขนาดย่อม คาดหวังว่าจะเป็นเจ้าของธุรกิจจำเป็นจะต้องมีวัตถุประสงค์ในการกำไรและความมั่นคง ความพอใจส่วนบุคคล ความเกี่ยวข้องของครอบครัว ความเป็นอิสระและอำนาจ และสถานภาพทางสังคม (ผู้สตี รุมาคม, 2544) โดยวัฏจักรธุรกิจ (Business Cycle) แบ่งออกได้เป็น 4 ช่วง คือ 1) ช่วงขยายตัว (Expansion) มีการขยายการลงทุนว่าจ้างงานเพิ่ม ระดับราคาสินค้าเพิ่ม 2) ช่วงเจริญรุ่งเรืองสูงสุด (Peak) มีการจ้างงานเต็มที่จนถึงขั้นทำให้ขาดแคลนแรงงาน ค่าแรงเพิ่ม ราคาสินค้าเพิ่ม เกิดเงินเฟ้อ 3) ช่วงหดตัว (Contraction) ลดการผลิต ลดการจ้างงาน และ 4) ช่วงต่ำสุด (Revival) มีการว่างงาน ระดับราคาสินค้าเพิ่มสูง เงินฝืด ซึ่งวัฏจักรหนึ่งๆจะนับจากจุดต่ำสุดหนึ่งถึงอีกจุดต่ำสุดหนึ่ง หรือวัดจากจุดสูงสุดหนึ่งถึงอีกจุดหนึ่งจะกินเวลานานตั้งแต่ 1-20 ปี ความสำคัญของการหมุนเวียนเปลี่ยนแปลงของธุรกิจก็เปรียบเหมือนกับการหมุนเวียนของชีวิตมนุษย์ที่มีการเกิดเจริญเติบโต แก่ชราและตายไป ซึ่งก็จะมีชีวิตใหม่เกิดขึ้นหมุนเวียนเช่นนี้เรื่อยไปไม่มีที่สิ้นสุด (ประพันธ์ เสวตนันท์ และไพศาล เล็กอุทัย, 2535)

2.3 การก่อตั้งธุรกิจและการอยู่รอดเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.3.1 การก่อตั้งธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การเข้าไปเป็นเจ้าของในการก่อตั้งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการควรเรียนรู้ว่าวิธีการก่อตั้งธุรกิจใหม่เป็นของตนเองนั้นทำได้ 4 วิธี ได้แก่ ก่อตั้งธุรกิจใหม่ ซื้อกิจการอื่น ซื้อเฟรนไชน์ และการขยายธุรกิจของครอบครัว (กฤษฎา เสกตระกูล, 2548 : 8-11) โดยผู้ประกอบการจะมีกระบวนการเรียนรู้ในการที่จะสร้างธุรกิจจะต้องอยู่ในกรอบของการเตรียมความพร้อมในการเตรียมตัวการเริ่มกิจการ (Entrepreneurial Preparedness) หมายถึง ความซบซึ้งของการเรียนรู้ที่ทำให้ผู้ประกอบการดำเนินขบวนการสร้างธุรกิจใหม่ได้สำเร็จ ขบวนการดังกล่าวนี้ประกอบด้วยประสบการณ์และการเรียนรู้ในการเตรียมความสามารถของตนเองทั้งในด้านทัศนคติ ปรัญญาการบริหาร ความสามารถที่ใช้ในการเริ่มกิจการ และเรื่องประสบการณ์การเรียนรู้ (Learning History) สำหรับผู้ประกอบการนั้นหมายถึงวิธีการที่ผู้ประกอบการจะเข้าใจสภาพแวดล้อมธุรกิจ โดยการเรียนรู้จากประสบการณ์เป็นกระบวนการซึ่งเกี่ยวข้องกับกระบวนการเรียนรู้ที่เคยมีมาก่อนเป็นสิ่งที่สะสมมาอยู่ในชีวิตของผู้ประกอบการซึ่งกลายเป็นความรู้ที่สำคัญ ทำให้เข้าใจความรู้และเรื่องเนื้อหาการเรียนรู้ (Learning task) เป็นการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับการเข้าใจตนเอง เข้าใจธุรกิจ เข้าใจสภาพแวดล้อมและเครือข่ายธุรกิจ เข้าใจการจัดการ เข้าใจการบริหารความสัมพันธ์ภายในองค์กรและภายนอกองค์กร (Cope, 2003) ซึ่งการดำเนินธุรกิจทั่วไปที่มีกลิ่นเหลวในช่วงระยะแรกของการเริ่มต้น

ธุรกิจเกิดจากการไม่มีสภาพคล่องที่เพียงพอ ซึ่งสาเหตุปัญหาโดยทั่วไปเกิดจากการวางแผนทางการเงินผิดพลาด (Dunn, Cheatham, 1993) ซึ่งสาระสำคัญของทฤษฎีการเติบโตของธุรกิจเป็นไปตามลำดับ 5 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การเริ่มเข้าสู่ธุรกิจ โดยจะต้องคำนึงถึงจำนวนลูกค้า เงินลงทุนในการขยายกิจการ การบริการและความสามารถในการบริหารจัดการ ในขั้นตอนแรกนี้ยังไม่ค่อยมีปัญหาซับซ้อน เพราะการดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างง่าย ๆ ขั้นตอนที่ 2 ความอยู่รอด เมื่อธุรกิจดำเนินมาถึงขั้นนี้แสดงว่าธุรกิจดำเนินการไปได้ มีลูกค้าเพียงพอ สินค้าและบริการเป็นที่พอใจ ในขั้นตอนนี้ควรคำนึงถึงรายได้และรายจ่ายที่มีความคุ้มทุน มีเงินสดหมุนเวียนเพียงพอและสามารถเจาะตลาดได้เพิ่มมากขึ้น ธุรกิจจะขยายตัวขึ้นและทำกำไรให้กับธุรกิจได้มากขึ้น ขั้นตอนที่ 3 ความสำเร็จ ปัจจัยสำคัญในขั้นตอนนี้ คือ การสร้างความเจริญเติบโตให้กับธุรกิจที่ดำเนินการมาถึงขั้นตอนนี้ แสดงว่ามีการเติบโตและขยายตัวใหญ่ขึ้นถึงขั้นที่ต้องหาผู้จัดการหลายฝ่ายมาช่วยดำเนินงานมากขึ้น เจ้าของธุรกิจจะต้องมีแผนมออบหมายงาน แผนร่วมธุรกิจและแผนสร้างความมั่นคงของธุรกิจ ขั้นตอนที่ 4 การขยายตัวของธุรกิจอย่างรวดเร็ว ปัจจัยของขั้นตอนนี้ คือ แผนการมออบหมายอำนาจหน้าที่ เนื่องจากการจัดการธุรกิจเริ่มมีความยุ่งยากมากขึ้นเจ้าของไม่สามารถดูแลได้ทั่วถึง เจ้าของธุรกิจจะต้องเพิ่มความสามารถในการจัดการการเงิน และจัดการธุรกิจจนสามารถเติบโตเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ได้ ขั้นตอนที่ 5 การอ้อมตัวของธุรกิจ ปัจจัยสำคัญของขั้นตอนนี้ คือ การรวมตัวของธุรกิจเพื่อให้เติบโตอย่างรวดเร็ว ต้องคำนึงถึงหลักการจัดการงบประมาณ กลยุทธ์ในการวางแผนการจัดการธุรกิจ การกระจายอำนาจ การแสวงหาผู้ช่วยที่มีความรู้ความสามารถ ในขั้นตอนนี้เจ้าของธุรกิจจะแยกตัวออกจากธุรกิจ เมื่อธุรกิจดำเนินมาถึงขั้นตอนนี้ แสดงว่าได้บรรลุถึงเป้าหมายแล้ว หากยังไม่บรรลุเป้าหมายก็จะเข้าสู่ขั้นตอนที่ 6 คือธุรกิจหยุดนิ่ง เป็นลักษณะขาดการตัดสินใจในธุรกิจใหม่ๆ การหลบเลี่ยงต่อความเสี่ยงทุกชนิด เป็นธุรกิจที่มีส่วนแบ่งการตลาดและแหล่งเงินทุนเพียงพอธุรกิจคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงจนกว่าสิ่งแวดล้อมจะเปลี่ยนแปลง (Neil and Virginia, 1983: 4-8)

2.3.2 การอยู่รอดและเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เกี่ยวข้องกับความสำเร็จและการอยู่รอดของธุรกิจ การเจริญเติบโตเป็นเครื่องมือวัดความสำเร็จในธุรกิจอย่างง่าย แต่การเจริญเติบโตที่แท้จริงต้องวัดจากการอยู่รอดธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมที่เกิดขึ้นใหม่ ยิ่งกว่านั้นการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสำคัญสำหรับความสำเร็จของเป้าหมายทางการเงินอื่นๆของธุรกิจด้วย ซึ่งหากธุรกิจที่เกิดขึ้นมาใหม่ ไม่สามารถอยู่รอดและเจริญเติบโตมั่นคงได้ ก็จะส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจในระยะยาวด้วย (Pfeifer, 2009) การประเมินความอยู่รอดของธุรกิจ เจ้าของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นผู้ที่มีความสำคัญยิ่งต่อความอยู่รอดของธุรกิจ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น หากเจ้าของธุรกิจมุ่งทำแต่ธุรกิจแบบเดินหน้าไปอย่างเดียวไม่สนใจกับส่วนประกอบหรือสภาวะแวดล้อมด้านต่างๆ ของธุรกิจ ก็อาจทำให้ธุรกิจก้าวไปสู่ความเสี่ยงได้โดยไม่รู้ตัว (เรวัต ต้นตายนนท์, 2549) โดยธุรกิจขนาดย่อมที่มุ่งการเจริญเติบโต สามารถอยู่รอดในธุรกิจได้ต้องมีตัวชี้วัดความอยู่รอดของธุรกิจ (Ed Martin., 2010) โดยเริ่มต้นการประเมินความอยู่รอดของธุรกิจสรุปได้ 6 ประเด็นได้แก่ 1) สถานภาพของธุรกิจที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน โดยการตรวจประเมินจากสภาพปัจจุบันของธุรกิจ ยอดขายหลัก ที่มาของกำไรส่วนใหญ่ นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาถึงการบริหารจัดการในเรื่องสภาพคล่องของธุรกิจ โดยเฉพาะในการบริหารลูกหนี้และเจ้าหนี้ ซึ่งจะทำให้ธุรกิจสามารถมีกระแสเงินสดหมุนเวียนมาใช้ได้โดยคล่อง 2) กลยุทธ์การตลาดที่ใช้อยู่ โดย

การทบทวนแนวโน้มเติบโตของขนาดของตลาดสินค้า ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งธุรกิจ กลุ่มเป้าหมายหลักโดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงของลักษณะที่เกี่ยวกับ อายุ เพศ รายได้ และรสนิยมเดิมที่เคยกำหนดไว้ วงจรชีวิตของสินค้ายังอยู่ในช่วงชีวิตเดิม หรือกำลังเติบโตไปสู่ช่วงชีวิตถัดไปแล้ว ความเหมาะสมของวิธีการส่งเสริมการขาย วิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ใช้แล้วยังให้ผลดีตามต้องการ 3) ราคาสินค้า ประเมินเกี่ยวกับระดับราคาสินค้าในปัจจุบันเทียบกับคู่แข่งในตลาด ความเหมาะสมของวิธีการตั้งราคา เนื่องจากราคาสินค้าจะเป็นตัวที่จะทำให้เรามีความสามารถในการสร้างกำไรได้ และยังเป็นตัวกำหนดภาพลักษณ์หรือตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่สำคัญอีกตัวหนึ่งด้วย 4) ตัวสินค้าและการผลิต ประเมินเกี่ยวกับการพัฒนาสินค้า ทั้งในด้านของการปรับปรุงคุณภาพบรรจุภัณฑ์ หีบห่อ ฉลากให้ดีขึ้น รูปลักษณ์ทันสมัยขึ้น หรือการใช้งานที่สะดวกมากขึ้น หรือใช้งานได้เพิ่มเติมหลากหลายมากขึ้น และความนิยมสินค้าใหม่ และการพัฒนาการผลิตสินค้าบริหารจัดการการผลิต การใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ๆ ในกระบวนการผลิต การผลิตตามมาตรฐานบังคับ การบริหารปัจจัยการผลิต มีการตัดแบ่งงานให้บุคคลภายนอกเพื่อช่วยงานผลิต ปัญหาเกี่ยวกับเรื่องสิทธิบัตรหรือการลอกเลียนแบบการผลิต 5) ลูกค้าและคู่แข่งเปรียบเสมือนปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่จะมีผลโดยตรงต่อการสร้างผลกำไรให้กับธุรกิจ ซึ่งก็หมายถึงความอยู่รอดและความสามารถของธุรกิจที่จะเติบโตขยายตัวต่อไปได้ในอนาคต ควรทบทวนหรือประเมินเกี่ยวกับลูกค้าและคู่แข่ง ได้แก่ ความต้องการของลูกค้า สาเหตุการเลือกและตัดสินใจซื้อของลูกค้า ความคาดหวังของลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขาย การวัดระดับความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า การได้รับสิ่งที่แตกต่างและดีขึ้นของลูกค้า ข้อมูลจำนวนลูกค้ารายใหม่เกิดขึ้น ข้อมูลจำนวนคู่แข่งทั้งหมด และบทบาทของสินค้าทดแทนต่อธุรกิจ และ 6) การบริหารจัดการธุรกิจ ประเด็นสำคัญเป็นเรื่องของระบบบัญชีและการเงิน การบริหารจัดการคนและการพัฒนาคน ซึ่งควรทบทวนเกี่ยวกับ สถานะทางการเงินของกิจการ การเคลื่อนไหวของงบดุล งบกำไรขาดทุน และงบกระแสเงินสด ความสามารถนำเงินมาใช้ในการวางแผนธุรกิจ จุดคุ้มทุนของธุรกิจ ทิศทางของพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลง รายจ่ายในแต่ละเดือน ความชัดเจนของกฎระเบียบในการว่าจ้างพนักงาน การรับพนักงานใหม่ การเลื่อนตำแหน่งงาน การปรับเงินเดือน ปัญหาเกี่ยวกับความประพฤติของพนักงาน ปัญหาแรงงานสัมพันธ์ หรือปัญหาเกี่ยวกับกฎหมายแรงงาน การพัฒนาพนักงานหรือผู้บริหาร (เรวัต ตันตยานนท์, 2549) และต้องมีตัวชี้วัดความอยู่รอดของธุรกิจ ดังนี้ 1) ธุรกิจมีกำไรเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง 2) มีหนี้ที่ต้องจ่ายลดลง 3) การโฆษณาที่ได้ทำไปมีผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้น 4) เปรียบเทียบผลการประกอบการต่อปี ประกอบด้วย มียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีจำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น 5) ธุรกิจเป็นหนึ่งในผู้นำของธุรกิจเดียวกัน 6) สินค้าที่ผลิตมีการปรับปรุงคุณภาพและได้รับความพึงพอใจจากลูกค้า 7) ลูกค้ามีความพึงพอใจและมีการซื้อสินค้าซ้ำ 8) พนักงานมีความภูมิใจที่ได้ทำงานกับบริษัท และ 9) มีการปรับปรุงการทำงานภายในบริษัทอย่างเหมาะสม (Ed Martin, 2010) ปัจจัยการอยู่รอดเจริญเติบโตของธุรกิจมีผลกระทบมาจาก 1) ความสามารถในการปรับตัวการของประกอบการ (entrepreneur's growth orientation) 2) ความพอเพียงของสินทรัพย์สำหรับการเจริญเติบโตของธุรกิจ (adequate firm resources for growth) และ 3) การคงอยู่ของโอกาสการเติบโตของตลาด (the existence of the market opportunity for growth) (Priyanka, 2009)

2.3.3 การประเมินความอยู่รอดของธุรกิจ

อัตราการอยู่รอดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเมื่อเปรียบเทียบกับกิจการส่วนที่เหลือในแต่ละช่วงของกิจการ พบว่าอัตราการอยู่รอดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสูง

กว่าร้อยละ 90 ของกิจการส่วนที่เหลือ ซึ่งจะเห็นว่าอัตราการอยู่รอดจะมีอัตราสูงสุดในช่วงปีที่ 1 ถึงร้อยละ 97.2 ในกิจการที่จัดตั้งในปี 2545 และอยู่ในระดับใกล้เคียงกันในปี 2546-2550 และข้อมูลในแต่ละช่วงพบว่าอัตราการอยู่รอดจะต่ำสุดในช่วงปีที่ 2 และ 3 และมีอัตราการอยู่รอดสูงขึ้นเมื่อกิจการมีอยู่มากกว่า (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2552 : 21)

ความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันของผู้ประกอบการ (Entrepreneurs) ธุรกิจอาจจะเป็นได้ในหลายมิติ เช่น การมีนวัตกรรม ตำแหน่งทางการตลาด การมีลูกค้าจำนวนมากและการยากที่จะลอกเลียนแบบในตัวสินค้าหรือบริการ ในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมขึ้นในหมู่ผู้ประกอบการหรือธุรกิจในทุกๆ ประเภท ทั้งในลักษณะของการยกระดับนวัตกรรม การส่งเสริมวัฒนธรรมนวัตกรรม และการสร้างระบบและองค์การนวัตกรรม เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งทางด้านความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันของประเทศ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2549) ซึ่งธุรกิจที่สามารถสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันได้ ควรมีลักษณะเป็นองค์กรนวัตกรรมหรือมีความสามารถในการแข่งขัน (Dorf & Byers, 2008) เมื่อก้าวถึงนวัตกรรมความหมายและความสำคัญจะเน้นในเรื่องของการทำสิ่งใหม่ที่ต้องใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นฐาน (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2549) ดังนั้น การสร้างความรู้ และการจัดการความรู้เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาวัตกรรมขององค์กร จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากจะทำให้ธุรกิจสามารถที่จะสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันที่ยั่งยืนได้ (Nonaka, 1991, 1994; Nonaka & Toyama, 2003; Johannessen & Olsen, 2003) อย่างไรก็ตามความสำเร็จและความอยู่รอดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นผลมาจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการ เนื่องจากผู้ประกอบการควรมีความสามารถทางการจัดการและประสบการณ์ (Siropolis & Nicholas, 1994: 12) ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญในการอยู่รอดและความสำเร็จของผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดย่อมในการสร้างวัฒนธรรมองค์กร (Schein, 1983) ขนาดของเงินลงทุนของธุรกิจเป็นองค์ประกอบสำคัญ ไม่ว่าจะกำหนดโดยสินทรัพย์หมุนเวียนหรือจำนวนพนักงาน (Evans and Jovanovic, 1989; Ganguly, 1985; Cressy, 1996) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการอยู่รอดของธุรกิจมาจากความสามารถเบิกเงินเกินบัญชีจากธนาคาร และที่มีความสำคัญเกิดจากผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจเอง (Frankish, 2007)

ในส่วนของความสำเร็จและความล้มเหลวเป็นเครื่องมือวัดและความสำเร็จของการจัดการธุรกิจ เพื่ออธิบายความมั่นคงทางการเงิน อย่างไรก็ตามยังไม่มีนิยามอย่างเป็นทางการซึ่งยอมรับกันโดยทั่วไปของความสำเร็จและความสำเร็จธุรกิจมีการอธิบายกันหลากหลาย (Foley & Green, 1989) อย่างน้อยที่สุดพิจารณาจาก 2 ประการ ดังนี้ 1) ความสำเร็จด้านการเงิน (Financial vs. other Success) และ 2) ความสำเร็จในระยะสั้นหรือระยะยาว (Short-Long term success) ดังนั้นความสำเร็จจึงพิจารณาได้แตกต่างกัน เช่น การอยู่รอดของธุรกิจ (Survival) ผลกำไร (Profit) ผลตอบแทนการลงทุน (Return on investment) การเติบโตของยอดขาย (Sales growth) จำนวนพนักงาน (Number of employed) ความสุข (Happiness) ชื่อเสียงของธุรกิจ (Reputation) และอื่นๆ กล่าวอีกอย่างหนึ่งได้ว่าความสำเร็จมีความเห็นที่หลากหลายและแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ จากการศึกษาปัจจัยของความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศด้อยพัฒนา โดยทำการศึกษาในประเทศบังคลาเทศ (Factors Affecting Business Success of Small & Medium Enterprises) เพื่อทำความเข้าใจความสำเร็จโดยทั่วไป มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จตามระยะเวลาเป้าหมายและจุดประสงค์ที่กำหนดในการจัดการธุรกิจ

ซึ่งความสำเร็จและความล้มเหลวเป็นเครื่องมือวัดและสามารถอธิบายการบริหารจัดการธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ โดยส่วนมากจะใช้แนว ความคิดความมั่งคั่งทางการเงิน อย่างไรก็ตามยังไม่มีนิยามชัดเจนที่ยอมรับกันโดยทั่วไป และมีผู้อธิบายจำนวนมากมาย (Foley & Green, 1989) กล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ยังมีความเห็นที่หลากหลายและแตกต่างกันเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจ โดยขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ จึงได้ศึกษาปัจจัยของความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศด้อยพัฒนา โดยทำการศึกษาในประเทศบังคลาเทศ เพื่อทำความเข้าใจธุรกิจปัจจัยความสำเร็จที่มีผลต่อการเริ่มต้นธุรกิจ เพื่อสนับสนุนความช่วยเหลือที่จะลดการเสี่ยงของความล้มเหลวของธุรกิจและการเพิ่มโอกาสของความสำเร็จในการเริ่มต้นธุรกิจสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการและผู้กำหนดนโยบายของประเทศ โดยศึกษาจาก 6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ 1) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Characteristic of SMEs) 2) การจัดการและความชำนาญ (Management and know-how) 3) ผลิตภัณฑ์และการบริการ (Products and services) 4) ความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจ (Way of doing business and cooperation) 5) สินทรัพย์และการจัดหาเงินทุน (Resources and finance) และ 6) สิ่งแวดล้อมภายนอก (External environment) พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์และการบริการ 2) ความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจ 3) การจัดการและความชำนาญ และ 4) สิ่งแวดล้อมภายนอก (Mathew, 2010)

สำหรับการวิจัยการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Entrepreneur in SME Growth Strategies) เกี่ยวกับความสำเร็จและการอยู่รอดและการเจริญเติบโต โดยมีจุดมุ่งหมายศึกษาความแตกต่างของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เริ่มดำเนินกิจการกับดำเนินธุรกิจมานาน จากการศึกษาพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีอายุการดำเนินธุรกิจมานานจะมีกลยุทธ์การเจริญเติบโตของธุรกิจมากกว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เริ่มธุรกิจใหม่ (Sharma, 2009) โดยที่ Frankish (2007) ได้วิจัยการอยู่รอดของธุรกิจและการเรียนรู้ของผู้ประกอบการ (Business Survival and Entrepreneurial Learning) จากแนวความคิดด้านการค้า (Trading) ซึ่งเป็นแนวคิดจาก Jovanovic, (1982); Ericson & Pakes (1989) โดยพิจารณาจากความเป็นไปได้ของระยะเวลาที่ผู้ประกอบการสามารถจัดการธุรกิจทำให้กิจการดีขึ้น โดยประเมินจากอยู่รอดทางธุรกิจจากผู้ประกอบการที่เริ่มธุรกิจใหม่ระยะเวลา 6 เดือนไม่เกิน 2 ปี ซึ่งมีอัตราการอยู่รอดต่ำกว่าผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจนานเกิน 2 ปี และได้ศึกษาเพิ่มเติมจากรายละเอียดและหลักฐานที่สนับสนุนการเรียนรู้ของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial learning) ที่นำความรู้ไปใช้เพื่อลดความเสี่ยงในการเลิกกิจการ ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการลดค่าใช้จ่ายทางการเงินของธุรกิจ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการอยู่รอดทางธุรกิจในช่วงหกเดือนไม่เกินสองปี ประกอบด้วย 1) การเจริญเติบโตและการสร้างโอกาสทางการค้าอย่างต่อเนื่อง 2) ความสามารถในการควบคุมความผันผวนทางการค้า 3) ข้อจำกัดการเบิกเงินเกินบัญชี และปัจจัยหนึ่งที่ไม่เคยปรากฏขึ้น ได้แก่ ตัวของผู้ประกอบการเอง

โดยสรุป ปัจจัยการอยู่รอดทางธุรกิจในสองปีหลังจากที่เริ่มต้นธุรกิจขึ้นอยู่กับความสามารถในการบริหารการเงินเป็นไปตามจุดมุ่งหมาย มีการซื้อขายอย่างต่อเนื่องและการเรียนรู้ปรับเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดเติบโต

การวิจัยเกี่ยวกับทฤษฎีของความสัมพันธ์ระหว่างความกล้าเสี่ยงและการตัดสินใจของผู้ประกอบการมีผลกระทบต่อความอยู่รอดของการดำเนินธุรกิจ (The Impact of Risk Attitudes on Entrepreneurial Survival) กล่าวคือ ผู้ประกอบการที่มีความกล้าเสี่ยงสูงจะมีโอกาสความอยู่รอดของผู้ประกอบการสูงตามไปด้วย ผลจากการวิจัยสรุปได้ว่า ความกล้าเสี่ยงเป็นคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ซึ่งตรงกันข้ามกับการวิจัยของ Frankish (2007) ที่กล่าวว่าความอยู่รอดของธุรกิจขึ้นอยู่กับตัวผู้ประกอบการ และความกล้าเสี่ยงของผู้ประกอบการมีผลกระทบต่ออัตราความอยู่รอดและความล้มเหลวการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ยังพบว่า ความกล้าเสี่ยงของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม (Caliendo, Fossen & Kritikos, 2008)

การศึกษาวงจรชีวิตธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเกี่ยวกับขั้นตอนที่ธุรกิจล้มเหลวหรือประสบความสำเร็จ (SME's Life Cycle-Steps to Failure or Success) ถึงแม้ว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน แต่ในการเริ่มต้นธุรกิจมักพบกับความท้าทายและวิกฤตใหม่เสมอ ซึ่งต้องมีการบริหารธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ หากธุรกิจสามารถอยู่รอดและประสบความสำเร็จ วิกฤตเหล่านั้นก็จะกลายเป็นเรื่องธรรมดา (Plateaus) ซึ่งต้องจัดการธุรกิจนั้นอย่างรอบคอบ เพื่อให้ธุรกิจพร้อมสำหรับการเติบโตระยะถัดไป และถ้าบริหารจัดการเหมือนที่ผ่านมา ธุรกิจก็จะไม่สามารถอยู่รอด ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ช่วงชีวิตของการดำเนินธุรกิจที่ไม่มีการพัฒนาการบริหารจัดการจะมีความอยู่รอดเฉลี่ยเพียง 5 ปี และยังอ้างอิงถึงการศึกษาของ Mason (2009) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า สถิติในความล้มเหลวทางธุรกิจมากกว่าครึ่งหนึ่งของธุรกิจใหม่จะหายไป 5 ปี ซึ่งสาเหตุสำคัญเกิดจากการจัดการธุรกิจ และขาดแคลนเงินทุนในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ โดยมีข้อเสนอแนะให้มีการจัดฝึกอบรมสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเป็นผู้ประกอบการที่จะสามารถต่อสู้กับความท้าทายและวิกฤตที่จะหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพื่อให้อยู่รอดและประสบความสำเร็จและพร้อมสำหรับระยะการเจริญเติบโตต่อไป (Jones, 2009)

การศึกษากิจกรรมที่ทำให้ธุรกิจขนาดย่อมอยู่รอด (Small Firms' Actions and their Survival Probabilities) ซึ่งเป็นการศึกษาภาคสนามของการเริ่มต้นธุรกิจใหม่โดยใช้ข้อมูลจากภาคสนามนี้ โดยวิเคราะห์ทางเศรษฐมิติของการปฏิบัติและความเป็นไปได้ธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อมที่เริ่มต้นใหม่ดำเนินธุรกิจอยู่รอดในช่วง 3 ปี ซึ่งพบว่า นอกจากด้านการตลาด การเงิน องค์กรนวัตกรรมและอื่นๆ แล้ว ส่วนที่มีความสำคัญที่ทำให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถดำเนินธุรกิจได้ ต้องพิจารณาจาก 1) ความรวดเร็วของการจ่ายเงินหนี้ 2) การยอมเสียสละการเติบโตของกำไรระยะสั้น 3) การควบคุมอย่างรัดกุมใน 4) การทำงานเต็มเวลาของพนักงานและจ่ายค่าจ้างจะเป็นสิ่งที่ทำให้คงอยู่ในธุรกิจได้ (Reid, 1997: 1)

การวิจัยความพึงพอใจของพนักงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Measuring Employee Satisfaction in Small and Medium Sized Enterprises) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของพนักงาน และประเมินผลความพึงพอใจของพนักงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยรวบรวมข้อมูลจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศตุรกี การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้กรอบแนวคิดความพึงพอใจของพนักงานความสัมพันธ์ 5 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย 1) การจ่ายเงินและผลประโยชน์ (Pay and benefits) 2)

ความพึงพอใจจากเพื่อนร่วมงาน (Satisfaction from peers) 3) ความพึงพอใจจากการจัดการ (Satisfaction from management) 4) ความพึงพอใจจากสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Satisfaction from working environment) 5) ความพึงพอใจจากผู้บังคับบัญชา (Satisfaction from superior) ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ความพึงพอใจของพนักงานมีผลกระทบโดยตรงกับความจงรักภักดีของพนักงาน อย่างไรก็ตามการจ่ายเงินและผลประโยชน์เป็นเกณฑ์ที่สำคัญที่สุด ตามด้วยความพึงพอใจจากการจัดการและความพึงพอใจจากสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยในการเปรียบเทียบความจงรักภักดีของพนักงานโดยรวม พบว่า ความพึงพอใจจากเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชามีผลกระทบน้อย (Zaim & Zaim, 2009)

การอยู่รอดและความสำเร็จขององค์กรขึ้นอยู่กับความสามารถในการแข่งขันมากขึ้นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทสำคัญทั้งในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องนำกลยุทธ์และการจัดการนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้เพื่อความอยู่รอด ในการหาวิธีในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันและการผลิต การใช้เทคโนโลยีการผลิตขั้นสูง (Advanced Manufacturing Technologies) เป็นหนึ่งในทางเลือกวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในรัฐปัญญา ประเทศอินเดียให้ยังคงแข่งขันได้ โดยเป็นการศึกษาให้เห็นว่าแรงจูงใจที่สำคัญที่สุด คือ ความพอใจลูกค้า สรุปจากการศึกษา 1) แรงจูงใจหลักของการดำเนินการเป็นการใช้เทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงทำให้ลูกค้าความพึงพอใจ 2) สามารถพิสูจน์ได้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าสูงขึ้น เนื่องจากการใช้เทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงสามารถทำให้คุณภาพของสินค้าและจัดส่งสินค้าได้ดีขึ้นมากกว่าที่กำหนดไว้ (Gill. et.al., 2010)

งานวิจัยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของผู้บริโภค : กรณีศึกษาพื้นที่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ นครราชสีมา ภูเก็ต โดยมีวัตถุประสงค์ 2 ประการได้แก่ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ในจังหวัด นครราชสีมา จังหวัดภูเก็ต กรุงเทพมหานครและจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของผู้บริโภคชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของผู้บริโภคชาวไทย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาได้แก่ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเมื่อทดสอบสมมติฐานที่ว่าปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในปัจจัยทางการตลาดและปัจจัยอื่นๆ พบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพและภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และภูมิลำเนาที่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยด้านราคาและช่องทางการจัดจำหน่าย อายุ ระดับการศึกษา และภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับการศึกษา สถานภาพ และภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยอื่นๆในที่นี้หมายถึง ประสบการณ์ที่ได้รับขณะซื้อสินค้า สำหรับสมมติฐานที่ว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเกี่ยวกับร้านค้าปลีก ความถี่ ช่วงเวลา ค่าใช้จ่ายบุคคลที่ไปซื้อสินค้าด้วย ผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ การชำระเงิน การรับข้อมูล และรูปแบบการจัดรายการส่งเสริมการขาย พบว่า อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องทั้งหมด (จิรวรรณ ดีประเสริฐ และคณะ, 2552)

2.4 ภาพรวมของจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จำนวนวิสาหกิจรวมทั้งประเทศ ณ สิ้นปี 2555 มีจำนวนทั้งสิ้น 2,781,945 ราย โดยมีลักษณะการกระจายตัวอยู่ในกลุ่ม ภาคการขายปลีกขายส่ง การซ่อมแซมขยายยนต์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.6 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งประเทศ รองลงมาอยู่ในภาคบริการ ร้อยละ 37.8 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งประเทศ และอยู่ในภาคการผลิต ร้อยละ 18.7 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งประเทศ

เมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัด โดยเฉพาะกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 2 ซึ่งประกอบด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ ยโสธร ศรีสะเกษ อำนาจเจริญ และอุบลราชธานี สามารถจำแนกได้ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 จำนวนวิสาหกิจจำแนกรายจังหวัด ตามขนาดของวิสาหกิจ

จังหวัด	SE	ME	SMEs	LE	N/A	Total
ยโสธร	19,150	49	19,199	18	466	19,683
ศรีสะเกษ	37,118	125	37,243	115	1,181	38,539
อำนาจเจริญ	11,261	44	11,305	11	742	12,058
อุบลราชธานี	52,802	181	52,983	111	1,388	54,482
รวม	120,331	399	120,730	255	3,777	124,762

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ, สำนักงานประกันสังคม, กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

(ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2555)

2.5 การสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นตั้งแต่กลางปี 2540 ซึ่งเริ่มจากสถาบันการเงินก่อนจะลุกลามไปสู่ธุรกิจเกือบทุกสาขาทั้งกิจการขนาดใหญ่และขนาดเล็กล้วนได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นด้วยกันทั้งสิ้น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นภาคการผลิตที่แท้จริงก็ได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจเช่นเดียวกัน ซึ่งล้วนประสบปัญหาขาดสภาพคล่องจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทำให้อำนาจซื้อการบริโภคของประชาชนลดน้อยลงเป็นผลให้กิจการต้องชะลอหรือลดการผลิต การจำหน่ายหรือถึงขั้นปิดกิจการไปในที่สุด โดยกลุ่มที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดคือ กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นการรับช่วงการผลิตจากกลุ่มอุตสาหกรรมสนับสนุน ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมขนาดกลางที่ใช้เทคโนโลยีที่พึ่งพาจากต่างประเทศ ส่วนกลุ่มวิสาหกิจ

ขนาดกลางและขนาดย่อมที่พึ่งพาตนเองได้และมักจะใช้ภูมิปัญญาไทยเป็นพื้นฐานมาจากครอบครัวจะสามารถดำรงธุรกิจอยู่ได้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550) นโยบายเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ เริ่มหันมาให้ความสำคัญต่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (กฤษฎา เสกตระกูล, 2548 ; จีรพรรณ โอฬารธนาเศรษฐ์ และคณะ, 2551) เพื่อเป็นกลไกในการสนับสนุนเศรษฐกิจให้เติบโตมีเสถียรภาพและยั่งยืน เนื่องจากมีความคล่องตัวในเรื่องการจัดการเทคนิคการผลิต การจำหน่าย ซึ่งมักจะมีที่ยืดหยุ่นในการปรับตัว เพื่อรับมือกับภาวะวิกฤติเศรษฐกิจได้ดีกว่า หากภาครัฐไม่ยื่นมือเข้าช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเหล่านี้ก็จะทยอยปิดกิจการไปเรื่อยๆ กระทั่งกลายเป็นปัญหาเรื้อรังทางเศรษฐกิจและส่งผลต่อปัญหาสังคมในที่สุด (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550) การพลิกฟื้นเศรษฐกิจของประเทศไทยรวมทั้งแนวทางการพัฒนาต่อไปในอนาคต ควรจะให้ความสำคัญกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากยิ่งขึ้น ซึ่งไม่ได้หมายความว่ากิจการขนาดใหญ่จะไม่ให้การสนับสนุนอีกต่อไป แต่ต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการส่งเสริมกิจการให้มีความเชื่อมโยงกันมากขึ้น โดยสร้างความแข็งแกร่งให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งส่วนใหญ่ยังมีจุดอ่อนโดยการให้ความช่วยเหลือหรือสนับสนุนด้านต่างๆ อย่างเป็นระบบและให้เกิดความต่อเนื่องเนื่องจากหากกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีความแข็งแกร่งสามารถยืนหยัดและแข่งขันกับสินค้าต่างประเทศได้ ก็จะสามารถเป็นรากฐานสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยต่อไป โดยแนวทางการดำเนินงานเพื่อพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างชัดเจนในภาพรวมประกอบด้วย การบรรเทาปัญหาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่กำลังประสบอยู่ในปัจจุบัน และช่วยพยุงกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ดำรงอยู่รอดพ้นจากวิกฤติเศรษฐกิจมีแนวทางดำเนินการ ได้แก่ 1) ปรับปรุงเพิ่มเติมเสริมแต่งในจุดที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีปัญหา ได้แก่ เทคโนโลยีการผลิตและการบริหาร การตลาด การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การพัฒนาบุคลากร การเข้าถึงแหล่งข้อมูล 2) การสร้างเครือข่ายการปฏิบัติงานของหน่วยงานปฏิบัติการ และ 3) สร้างเครือข่ายการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ให้สนับสนุนซึ่งกันและกัน ได้แก่ องค์กรภาครัฐ เอกชน ทั้งส่วนกลางและภูมิภาค สถาบันอิสระเฉพาะทาง สถาบันการศึกษา และการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ดำเนินการอยู่แล้วให้ขยายตัวเจริญเติบโตและสามารถแข่งขันได้ทั้งในระดับประเทศและระดับโลก โดยมีความสามารถเทียบได้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่างชาติ และสามารถออกไปแข่งขันในต่างประเทศ มีแนวทางดำเนินการ ได้แก่ 1) เน้นความเข้มข้นการพัฒนาไปสู่มาตรฐานสากล ได้แก่ มาตรฐานคุณภาพสินค้า ความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้าและการให้บริการ มาตรฐานระบบการบริหารการผลิต เช่น ISO 9000 หรือ ISO 14000 มาตรฐานสุขอนามัย การป้องกันสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ การคุ้มครองแรงงาน และสิทธิมนุษยชน 2) เน้นกลไกการสนับสนุนเงินทุนการร่วมทุน (Venture Capital) และการระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ เพื่อปรับปรุงผลผลิต (Productivity) เพื่อปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตและนวัตกรรม เพื่อปรับปรุงระบบการจำหน่ายและบริการให้รวดเร็ว เพื่อขยายกิจการ และ 3) สร้างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีอนาคต มีนวัตกรรม หรือเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านนโยบายการพัฒนาให้เกิดขึ้น และเติบโตอย่างยั่งยืนมีแนวทางดำเนินการ โดยเน้นในเรื่องข้อมูลข่าวสารการลงทุนสาขาที่มีศักยภาพ เน้นกลไกการส่งเสริมอย่างใกล้ชิดและครบวงจรในลักษณะการบ่มเพาะ (Incubation) เน้นกลไกสินเชื่อเพื่อการเริ่มต้นกิจการ (Start-up Loans) เน้นกลุ่มเป้าหมายด้าน

นโยบาย เช่น กลุ่มผู้มีความรู้และประสบการณ์การทำงาน กลุ่มผู้จบการศึกษาใหม่ที่มีความสามารถเชิงนวัตกรรม กลุ่มราษฎร หรือราษฎรอิสระที่จะจัดตั้งหน่วยผลิต หรือธุรกิจชุมชน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2549)

ธนาคารแห่งประเทศไทย (2543) ได้ทำการศึกษาเรื่องภาวะปัญหาสภาพคล่องของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคอุตสาหกรรม ภาคการค้าและภาคบริการ รวมทั้งภาครัฐและสถาบันการเงินที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่า แหล่งที่มาของเงินทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีทั้งภายในและภายนอกกิจการ ผู้ประกอบการหลายรายมีแหล่งเงินทุนมากกว่าหนึ่งแห่ง โดยแหล่งเงินลงทุนส่วนใหญ่มาจากเงินทุนส่วนตัว รองลงมาคือ ธนาคารพาณิชย์ และญาติพี่น้อง สำหรับแหล่งเงินทุนหมุนเวียนส่วนใหญ่มาจากธนาคารพาณิชย์ รองลงมาคือบริษัทเงินทุน อุตสาหกรรมในส่วนของปัญหาด้านการเงินที่ประสบ คือ รายได้ตกต่ำเนื่องจากปัญหาทางเศรษฐกิจ สถาบันการเงินไม่ปล่อยสินเชื่อ ขาดแหล่งเงินทุนหมุนเวียน การ เก็บเงินจากลูกค้าได้ล่าช้า ต้นทุนวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น ทั้งนี้มีการปรับ ตัวเพื่อแก้ปัญหาสภาพคล่อง คือ การขอยืดหรือเลื่อนกำหนดการชำระหนี้ การใช้เงินสะสมของกิจการ การกู้ยืมจากเครือข่าย การปรับตัวด้านการผลิตและการตลาด เช่น การชะลอการลงทุน การลดขนาดของธุรกิจ การเรียกเก็บหนี้เร็วขึ้น รวมถึงการลดสต็อกสินค้าลดการจ้างงาน และลดการนำเข้าของสินค้า โดยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ ดังนี้ 1) ต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนสภาพคล่อง 2) การให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษี 3) ปรับปรุงโครงสร้างหนี้ และ 4) แสดงความจริงจังในการแก้ไขปัญหา เช่น การลดปัญหาการทุจริตในวงราชการ ส่งเสริมการจ้างงานในท้องถิ่น ขณะเดียวกันภาครัฐได้เสนอให้สถาบันการเงินพิจารณาการให้สินเชื่อให้เหมาะสมกับความเป็นไปได้ของธุรกิจ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่องลักษณะการประกอบการและปัญหาอุปสรรคของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงผู้บริหารภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่า แหล่งที่มาของทุนที่ใช้ประกอบกิจการส่วนใหญ่มาจากเงินทุนส่วนตัว รองลงมาเป็นการกู้ยืมจากญาติพี่น้องและสถาบันการเงิน สำหรับแหล่งเงินทุนหมุนเวียนส่วนใหญ่มาจากแหล่งทุนส่วนตัวของกิจการ และกำไรสะสม รองลงมาได้จากธนาคารพาณิชย์หรือบริษัทเงินทุน สาเหตุที่มีการใช้เงินทุนจากแหล่งสถาบันการเงินน้อยเมื่อเทียบกับเงินทุนส่วนตัวของกิจการ เนื่องจากผู้ประกอบการบางส่วนไม่ต้องการกู้ยืมเงิน และบางส่วนเคยใช้เงินกู้แต่ประสบปัญหาและอุปสรรค กล่าวคือต้นทุนการกู้ยืมสูง สถาบันการเงินลดวงเงินสินเชื่อ ขั้นตอนหลักฐานเอกสารที่ใช้ในการขอสินเชื่อยุ่งยาก และต้องใช้เวลาทางด้านวัตถุ ประสงค์ของการใช้วงเงินสินเชื่อเพื่อการค้า ส่วนใหญ่นำไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน รองลงมาคือ เพื่อขยายกิจการ ขยายตลาด และปรับปรุงกิจการ สำหรับปัญหาด้านมาตรการสนับสนุนการเงินที่พบ คือ 1) การประชาสัมพันธ์ยังไม่ชัดเจนและไม่ทั่วถึง 2) ขั้นตอนการให้การสนับสนุนมีระเบียบข้อบังคับยุ่งยากและซับซ้อน 3) มาตรการที่สนับสนุนยังไม่ชัดเจน บรรลุวัตถุประสงค์ได้น้อย 4) ให้การสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังไม่เท่าเทียมกัน เน้นให้การช่วยเหลือในภาคการผลิตมากกว่าภาคการค้าและบริการ จึงมีข้อเสนอแนวทางการปรับปรุงมาตรการสนับสนุนด้านเงินทุนแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนี้ 1) ลดการให้ความสำคัญกับการใช้หลักทรัพย์ค้ำประกันสินเชื่อ 2) เพิ่มวงเงินสินเชื่อ 3) ลดขั้นตอนในการติดต่อขอรับเงินสนับสนุน 4) ให้บริการที่รวดเร็ว

และเพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากรที่ทำงาน 5) กำหนดมาตรการให้ชัดเจนมากขึ้น และ6) ลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้

ชินจิตร อังวรารวงศ์ และนนิตย์ จันทร์จรัส (2546) ได้ทำการศึกษาปัญหาแหล่งเงินทุนของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และเจ้าหน้าที่สถาบันการเงิน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จะใช้แหล่งเงินทุนของตนเองร่วมกับเงินกู้จากสถาบันการเงิน รองลงมาคือ ใช้เงินทุนของตนเองเงินทุนของตนเองร่วมกับเงินกู้จากญาติพี่น้อง ในส่วนของวงเงินที่กู้ไป ส่วนใหญ่ใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ รองลงมาคือใช้ซื้อสินค้า วัตถุดิบ และให้เครดิตลูกค้า ในส่วนปัญหาของแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทางด้านสถาบันการเงิน พบว่า ความต้องการหลักทรัพย์ค้ำประกัน เงื่อนไขการให้สินเชื่อยุ่งยาก และระยะเวลาในการขอสินเชื่อนาน เป็นปัญหาที่พบในระดับมากที่สุดปัญหาด้านไม่มีนโยบายในการสนับสนุนอัตราดอกเบี้ยสูง ระยะเวลาในการชำระคืนเงินกู้สั้นไป และไม่มีการให้คำปรึกษาแนะนำด้านสินเชื่อเป็นปัญหาระดับปานกลาง ทางด้านผู้ประกอบการ พบว่า ความต้องการหลักทรัพย์ในการค้ำประกันขาดความน่าเชื่อถือจากสถาบันการเงิน ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน และขาดประสบการณ์ในธุรกิจ เป็นปัญหาที่พบในระดับมากที่สุดปัญหาด้านไม่มีแผนการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจน วัตถุประสงค์ในการนำเงินกู้ไปใช้ไม่ชัดเจน และขาดความเข้าใจในการขอสินเชื่อ เป็นปัญหาที่อยู่ในระดับปานกลาง ทางด้านรัฐบาล พบว่า มาตรการในการกระตุ้นให้สถาบันการเงินปล่อยสินเชื่อให้แก่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมน้อยเกินไป ธนาคารรัฐไม่สนองตอบต่อนโยบายของรัฐในการให้สินเชื่อ เป็นปัญหาที่อยู่ในระดับมากที่สุดนโยบายของรัฐบาลในการสนับสนุนไม่ชัดเจน ธนาคารรัฐไม่สนองตอบต่อนโยบายของรัฐในการให้สินเชื่อ และรัฐบาลมีแหล่งเงินทุนเพื่อสนับสนุนน้อย เป็นปัญหาที่อยู่ในระดับปานกลาง ในส่วนข้อเสนอแนะเพื่อแก้ปัญหาแหล่งเงินทุนที่สำคัญคือ 1) ต้องการให้ลดเงื่อนไขและขั้นตอนในการปล่อยสินเชื่อ โดยเฉพาะในส่วนของผู้ค้ำประกันและผู้ค้ำประกัน รวมทั้งพิจารณาแผนธุรกิจและความเป็นไปได้ของธุรกิจมากกว่าหลักทรัพย์ 2) จัดแหล่งเงินทุนสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยเน้นวงเงินกู้ ระยะเวลาชำระคืนและดอกเบี้ย 3) ผลักดันให้สถาบันการเงินปล่อยสินเชื่อให้มากขึ้น 4) เพิ่มที่ปรึกษาในการจัดทำแผนธุรกิจ 5) กำหนดนโยบายระหว่างรัฐและสถาบันการเงินและดำเนินการตามนโยบายให้ชัดเจนรวมถึงต้องการความจริงใจและให้การช่วยเหลือตามนโยบายที่ได้ประกาศไว้ ทั้งนี้ควรจัดตั้งหน่วยงานรัฐบาลให้มากขึ้นเพื่อให้คำแนะนำและคำปรึกษา และ 6) ควรลดอัตราดอกเบี้ย

ชัยพัฒน์ พูนพัฒนพิบูลย์ และคณะ (2548) ศึกษาการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ SMEs พบว่า ปัญหาความไม่เท่าเทียมกันในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้กู้กับผู้ให้กู้เป็นปัญหาที่ปรากฏชัดในประเทศไทย การจะเข้าถึงสินเชื่อได้มากขึ้นมักพิจารณาจากระยะเวลาในการดำเนินกิจการสินทรัพย์ถาวร และยอดขายของธุรกิจสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่หรือธุรกิจในภาคอุตสาหกรรม โครงสร้างเงินทุนจะพึ่งพิงเงินกู้ยืมมากกว่าเงินส่วนตัว ความไม่เท่าเทียมของการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการขาดประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ ความรู้ความเข้าใจในข้อมูลการเงิน ความไม่เพียงพอของการจัดการและการกำหนดสินเชื่อภายใต้ความเสี่ยง (Risk-based) ทั้งนี้การให้กู้ยืมเงินที่ผ่านมามีส่วนใหญ่มักพิจารณาจากหลักทรัพย์ค้ำประกัน อย่างไรก็ตามปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านการเงินยังคงมีอยู่โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจขนาดเล็ก ซึ่งบทบาทต่อไปของธนาคารแห่งประเทศไทยน่าจะให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความสามารถในการเข้าถึงแหล่งสินเชื่อ

สถาบันการเงิน คำนึงถึงขนาดบัญชี ประเภทและสถานะของธุรกิจ เมื่อมีการจัดทำนโยบายสินเชื่อ ส่งเสริม/พัฒนาระบบการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้ความเข้าใจข้อมูลการเงินรวมทั้งหาแนวทาง สนับสนุนและพัฒนาหน่วยการเงินย่อยที่ไม่เป็นทางการที่มีอยู่ (Micro-finance unit)

ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการดำเนินธุรกิจในกลุ่มจังหวัด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดศรีสะเกษ ยโสธร อำนาจเจริญ และ จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งเป็นการสนับสนุนในระดับพื้นที่ มีปัจจัยสาเหตุมาจาก 1) แรงงานในจังหวัด อพยพไปทำงานในกรุงเทพมหานครเป็นส่วนใหญ่ 2) ขาดแรงจูงใจด้านต้นทุนการผลิตในปัจจัยพื้นฐาน 3) แรงงานในท้องถิ่นขาดทักษะในการผลิตสินค้าอุตสาหกรรม ทำให้อุตสาหกรรมที่ต้องการแรงงานที่มีทักษะความชำนาญเฉพาะด้านขาดแคลน 4) ขาดแคลนเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยและเหมาะสม 5) ขาดแคลนวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมบางประเภท ซึ่งวัตถุดิบที่ต้องใช้ถูกส่งมาจากส่วนกลาง ทำให้ ต้นทุนส่วนนี้สูงขึ้นอันเนื่องมาจากการขนส่ง 6) ต้นทุนการขนส่งต้องใช้เงินทุนสูง เนื่องจากตลาดสินค้า อุตสาหกรรมส่วนใหญ่อยู่ที่ส่วนกลาง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงนิยมตั้งโรงงานอยู่บริเวณพื้นที่รอบๆ กรุงเทพมหานครเพื่อที่จะประหยัดค่าขนส่ง 7) ตลาดสินค้าอุตสาหกรรมในกลุ่มจังหวัด ยังไม่ กว้างขวางมากนักก่อกอปรกับกำลังซื้อสินค้าอุตสาหกรรมของประชาชนในจังหวัดยังมีน้อย เนื่องจาก ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรยากจน 8) การส่งเสริมด้านการลงทุนในกลุ่มจังหวัด ยังไม่มีระบบที่ดี พอยังขาดแหล่งข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการ เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน ทำให้ผู้ประกอบการไม่มีความมั่นใจในการลงทุนเกี่ยวกับอุตสาหกรรม และ 9) ขาดแหล่งเงินทุนสำหรับการขยายกิจการ (โรงเรียนเบ็ญจะมะมหาราช, 2543 : 68)

การจัดตั้งกลุ่มจังหวัดและกำหนดจังหวัดที่เป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด โดยมีการ กำหนดให้มีจังหวัดที่เป็นศูนย์ปฏิบัติการกลุ่มจังหวัดจะทำให้มีโครงสร้างองค์กรที่รับผิดชอบการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอย่างชัดเจนและเป็นผู้ใช้กลไกการบูรณาการจัดทำแผนพัฒนาของ กลุ่มจังหวัดให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของชาติโดยจะเป็นแกนกลางในการประสานงานและ ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัด รวมทั้งเป็นที่ตั้งของสำนักงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดซึ่งเป็นหน่วยงานในการรองรับการเบิกจ่ายงบประมาณหรือการทำแผนพัฒนาของกลุ่มจังหวัดด้วย เพื่อ สนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ความเกี่ยวเนื่องทางเศรษฐกิจ การผลิต การค้า และการลงทุนเพื่อมูลค่าเพิ่มและการได้เปรียบในการแข่งขันร่วมกัน และยุทธศาสตร์ของการแก้ปัญหา แรงตัวร่วมกันของประเทศซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างจังหวัด โดยมุ่งเน้นให้ความสำคัญ กับลักษณะเขตพื้นที่ที่ติดต่อกันหรือเป็นการรวมกลุ่มจังหวัดที่อยู่ในเขตพื้นที่ติดต่อกันหรือ ต่อเนื่องกัน ใช้ประเด็นยุทธศาสตร์ หรือทิศทางการพัฒนาจังหวัดที่สอดคล้องกัน หรือเกี่ยวเนื่องกัน เป็นแนวการพิจารณา และพิจารณาจากความเกี่ยวเนื่องทางเศรษฐกิจ การผลิต การค้า และการลงทุน เพื่อมูลค่าเพิ่ม และการได้เปรียบในการแข่งขันร่วมกัน รวมทั้งเป็นการแก้ไขปัญหาแรงตัวร่วมที่ จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือร่วมกันระหว่างจังหวัด โดยจัดตั้งกลุ่มจังหวัด จำนวน 18 กลุ่มจังหวัด และกำหนดจังหวัดที่เป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด ซึ่งกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 2 ประกอบด้วย จังหวัดยโสธร ศรีสะเกษ อำนาจเจริญ และจังหวัดอุบลราชธานี โดยให้ จังหวัดอุบลราชธานีเป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ, 2548 ; ภาคผนวก : 1)

การศึกษาวิจัยแนวทางเสริมสร้างความเป็นสังคมผู้ประกอบการ โดยได้เข้าร่วมเครือข่ายการวิจัยในโครงการ Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ซึ่งเป็นความร่วมมือของนักวิจัยชั้นนำด้านการศึกษา ความเป็นผู้ประกอบการจากประเทศต่างๆ ทั่วโลก เพื่อที่จะศึกษาและเปรียบเทียบเงื่อนไข ปัจจัยที่มีผลต่อภาคผู้ประกอบการ และระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการของประเทศต่างๆ รวมถึงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความเป็นผู้ประกอบการกับการเติบโตทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศต่างๆ ทั่วโลก ซึ่งในปัจจุบันได้ดำเนินโครงการมาเป็นปีที่ 9 มีประเทศที่เข้าร่วมโครงการวิจัยปี 2550 จำนวน 42 ประเทศ มีกรอบแนวคิดของการศึกษาประกอบด้วย เงื่อนไขระดับมหภาคที่มีผลต่อกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศ เป็นสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและปัจจัยพื้นฐานทางธุรกิจที่มีผลต่อกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศ โดยมีบริบททางสังคม วัฒนธรรมและการเมืองที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศเป็นตัวกำหนด ซึ่งจะมีผลต่อทั้งเงื่อนไขในระดับมหภาคและเงื่อนไขที่มีผลต่อความเป็นผู้ประกอบการโดยตรง และในขณะเดียวกันเงื่อนไขในระดับมหภาคและเงื่อนไขต่อความเป็นผู้ประกอบการก็จะมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งเงื่อนไขระดับ มหภาค ประกอบด้วยเงื่อนไขสำคัญ 8 ประการ ได้แก่ 1) ระดับของการเปิดการค้ากับภายนอกประเทศ 2) บทบาทของภาครัฐในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม 3) ประสิทธิภาพของตลาดการเงินที่เป็นแหล่งเงินทุน 4) ระดับของการพัฒนาเทคโนโลยีและการวิจัยและพัฒนา 5) ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ เช่น การขนส่ง ระบบการสื่อสาร เป็นต้น 6) ทักษะในการจัดการ 7) ความยืดหยุ่นในตลาดแรงงาน 8) การรองรับของกฎระเบียบ และการดำเนินงานที่โปร่งใส และมีประสิทธิภาพของระบบสถาบัน และเงื่อนไขที่มีผลโดยตรงต่อกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วยเงื่อนไขที่สำคัญ 9 ประการ ได้แก่ 1) ความพอเพียงของแหล่งเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ 2) นโยบายภาครัฐในการให้ความสำคัญเพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ 3) มาตรการสนับสนุนความเป็นผู้ประกอบการและประสิทธิภาพในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของภาครัฐ 4) ระบบการศึกษาในทุกๆ ระดับและการฝึกอบรมที่จะสนับสนุนให้แก่คนในประเทศมีความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการ 5) ความพร้อมของแหล่งข้อมูล/ความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา รวมทั้งความสามารถของระบบสถาบันในการถ่ายทอดเทคโนโลยีให้กับผู้ประกอบการภายในประเทศ 6) โครงสร้างพื้นฐานเพื่อการเริ่มต้นธุรกิจ เช่น บริการทางกฎหมายเพื่อจัดตั้งธุรกิจ บริการจัดทำบัญชีและตรวจสอบบัญชี บริการที่ปรึกษาธุรกิจ บริการขององค์กร ข้อมูลทางธุรกิจ เป็นต้น 7) การเปิดตลาดการค้าภายในประเทศที่ทำให้เกิดการแข่งขันอย่างเป็นธรรมระหว่างผู้ที่อยู่ในธุรกิจเดิมและผู้ประกอบการใหม่ 8) การเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ เช่น โทรศัพท์พื้นฐาน อินเทอร์เน็ต ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น 9) แบบอย่างทางด้านวัฒนธรรมและสังคมของคนในประเทศที่มีผลต่อความเป็นผู้ประกอบการ

ผลการศึกษาที่ผ่านมา ปี 2544-2549 พบว่า สถานภาพของระดับกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทยในปี 2549 นั้น ได้ยืนยันผลการศึกษาในปี 2545 และ 2548 โดยชี้ให้เห็นว่ากิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการเป็นกิจกรรมที่คนไทยที่อยู่ในวัยทำงานได้เข้าไปมีส่วนร่วมอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่นที่ทำการศึกษา จากผลการศึกษาในปี 2549 พบว่า ร้อยละ 15.2 ของประชากรในวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 18-64 ปี มีส่วนร่วมในการก่อตั้งธุรกิจใหม่ (Total early-stage entrepreneurial activity) ซึ่งประชากรที่เข้ามามีส่วนร่วมส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 18-34 ปี และมีทัศนคติในด้านบวกต่อความเป็นผู้ประกอบการ ลักษณะของธุรกิจส่วนใหญ่จะเป็น

กิจการขนาดเล็กในการให้บริการ เช่น ขายของชำร้านอาหาร ห้องพัก ซ่อมรถยนต์ เป็นต้น เน้นตลาดภายในประเทศเป็นหลักสำหรับปัจจัยที่สนับสนุนผู้ประกอบการในประเทศไทย ได้แก่ ปัจจัยทางพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรม โดยเฉพาะทายาทธุรกิจรุ่นหลังที่สนใจการทำธุรกิจของครอบครัวมากขึ้น บรรยากาศทางเศรษฐกิจการค้าและการลงทุนที่เปิดกว้าง นโยบายและมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ ความพร้อมของสาธารณูปโภคพื้นฐานทั้งด้านกายภาพและทางธุรกิจ รวมทั้งทัศนคติในเชิงบวกของประชากรต่อการก่อตั้งธุรกิจใหม่ อย่างไรก็ตามปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อผู้ประกอบการในประเทศไทย เช่น ลักษณะการเลี้ยงดูในครอบครัว ระบบการศึกษา ระบบสถาบันและสังคมความสามารถในการทำวิจัยและพัฒนา การปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา ตลอดจนแหล่งเงินทุนในการเริ่มต้นธุรกิจ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ใกล้เคียงกับที่พบในการศึกษาใน ปี 2545 และ ปี 2548 ในด้านการมีส่วนร่วมในระบบเศรษฐกิจ ผลการสำรวจพบว่าผู้ประกอบการไทยทั้งผู้ประกอบการใหม่และผู้ประกอบการเดิมยังให้ความสำคัญต่อการนำเสนอสิ่งใหม่ๆต่อลูกค้าน้อย รวมทั้งขาดแนวคิดในการที่จะสร้างความต้องการ (Demand) ในสินค้าชนิดใหม่ขึ้นมาเองส่วนใหญ่ยังคงแข่งขันในตลาดสินค้าชนิดเดิม และยังมีบทบาทในการจ้างงานและการส่งออกน้อย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550 ; ธนพล วีราสา และคณะ (2550)

ผลการศึกษาสถานภาพของระดับกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทยในปี 2550 พบว่า มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาในปี 2548 และ 2549 โดยใช้ให้เห็นว่า กิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการเป็นกิจกรรมที่คนไทยในวัยทำงานได้เข้าไปมีส่วนร่วมอยู่ในระดับสูง เมื่อเทียบกับ 43 ประเทศทั่วโลกที่ได้ทำการศึกษาในปีนี้ และจากผลการศึกษาในปี 2550 พบว่า ประชากรในวันทำงานที่มีอายุระหว่าง 18-64 ปี มีส่วนร่วมในการก่อตั้งธุรกิจใหม่ (Total early-stage entrepreneurial activity) และการมีส่วนร่วมในช่วงก่อตั้งได้เพิ่มขึ้นอย่างมากจากในปี 2549 ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการเพิ่มขึ้นดังกล่าวส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตของประเทศที่ลดลง ประกอบกับความไม่มั่นคงในเสถียรภาพทางการเมือง ทำให้คนจำนวนมากหันมาประกอบอาชีพอิสระทางด้านบริการมากขึ้น ในปี 2550 อย่างไรก็ตามระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการของประชากรในวัยทำงานของประเทศไทย ยังคงอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่นอีก 41 ประเทศนั้น เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเช่นเดียวกับประเทศกลุ่มกำลังพัฒนา เช่น ประเทศจีนและอินเดีย เป็นต้น ประชากรที่เข้ามามีส่วนร่วม ส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 18-34 ปี และมีทัศนคติในด้านบวกต่อความเป็นผู้ประกอบการ ลักษณะของธุรกิจส่วนใหญ่จะเป็นกิจการขนาดเล็กในการให้บริการ อาทิ ขายของชำ ร้านอาหาร ห้องพัก ซ่อมรถยนต์ โดยเน้นการทำตลาดในประเทศเป็นหลัก ประชากรที่มีส่วนในกิจกรรมมีแรงจูงใจที่เข้ามาดำเนินกิจกรรมเพราะแรงจูงใจจากการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจเป็นหลัก

ระดับกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการจากการศึกษาในปี 2550 ที่อยู่ในระดับสูงนั้นมีปัจจัยสนับสนุนจากปัจจัยพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรม ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ โอกาสทางธุรกิจและการเข้าถึงสาธารณูปโภคพื้นฐานทั้งด้านกายภาพและทางธุรกิจเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชากรในกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้การดำเนินมาตรการสนับสนุนของภาครัฐในปัจจุบัน การเปิดการค้าของตลาดในประเทศเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชากรในกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น สำหรับปัจจัยที่เป็นสิ่งขัดขวางต่อการเข้าร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการในประเทศ

ไทยนั้น ผู้เชี่ยวชาญได้ชี้ให้เห็นว่า ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ พื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรม มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ รวมทั้งระบบการศึกษาและการฝึกอบรม การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และเรื่องการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา ยังคงเป็นปัจจัยขัดขวางที่สำคัญสำหรับการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการและการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับข้อสรุปจากการศึกษาที่พบในปี 2548 และ 2549 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550)

การศึกษาความสำเร็จและความยั่งยืนของธุรกิจการดำเนินการในระหว่างประเทศ (Business Success & Sustainability) เป็นการศึกษาบทบาทของการเป็นผู้นำในความยั่งยืนของผู้ประกอบการและความเกี่ยวข้อง เพื่อการพัฒนาทักษะที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการ พบว่าปัจจัยสนับสนุนในผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้สำเร็จ ประกอบด้วย 1) ภาวะการเป็นผู้นำ (Leadership) 2) ลักษณะเฉพาะบุคคล (Self-effacement) 3) เงินทุนสำรอง (Reserve) 4) ความอ่อนน้อมถ่อมตนและ (Humility) 5) ความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ (Strong professional will) ซึ่งสอดคล้องกับ การศึกษาของ Timmons (1999) ที่ได้ศึกษาในประเด็นภาวะผู้นำต้องมุ่งมั่นและความสามารถในการเอาชนะอุปสรรค (Dalglis, 2004)

การศึกษาเศรษฐกิจของรัฐตอนเหนือของโครเอเชีย พบว่า เศรษฐกิจขึ้นอยู่กับความเข้มแข็งของภาคการเกษตรและอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ก่อนการล่มสลายของยูโกสลาเวียในอดีต ได้มีสร้างสังคมการประกอบการ ซึ่งมีขั้นตอนกระบวนการที่ค่อนข้างช้าทำให้เกิดภาวะล้มละลายของธุรกิจเป็นจำนวนมากมาย เป็นผลให้เกิดอัตราการว่างงานสูงสุด ซึ่งการประกอบการเป็นหนทางเดียวที่จะปรับปรุงพัฒนาเศรษฐกิจได้ การศึกษาพบว่า พฤติกรรมการประกอบการในประเทศสโลวาเกีย มีผลกระทบจากปัจจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมและแผนงานการสนับสนุนปัจจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมมีผลกระทบโดยตรงกับทัศนคติและระดับของความเป็นผู้ประกอบการ แต่เป็นอิทธิพลที่มีผลกระทบทางอ้อมผู้ประกอบการทั่วไป พื้นฐานทางวัฒนธรรมจะมีผลกระทบต่อทัศนคติผู้ประกอบการหรือศักยภาพของผู้ประกอบการจากความแตกต่างของกลุ่มสังคม อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการที่มีผ่านการอบรมและประสบการณ์ก่อนหน้าจะสามารถแก้ไขปัญหาได้ โดยมีกรณีศึกษาจากผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์และความเป็นมาแตกต่างกัน มีผลการประเมินซึ่งคล้ายกันมากเกี่ยวกับปัจจัยด้านวัฒนธรรมผลกระทบเกิดจากการได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลไม่เพียงพอ ไม่สามารถกระตุ้นและชักนำผู้ประกอบการเข้าไปลงทุนในธุรกิจได้ ซึ่งจากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการที่มีความรู้เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจสามารถบริหารธุรกิจจากการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจได้ แต่จะมีกระบวนการเปลี่ยนแปลงอย่างช้าๆซึ่งเกิดจากปัจจัยการเปลี่ยนแปลงแผนงานที่จะทำให้ผู้ประกอบการมีความสามารถในการบริหารธุรกิจดีขึ้น โดยศึกษาและพัฒนากรอบแนวคิดจาก Three C's: Culture, Capabilities and Context (external support) เป็นหลักในการศึกษาการเริ่มต้นธุรกิจและความอยู่รอดของธุรกิจ (Pfeifer, 2003: 1-4)

การศึกษารูปแบบการเคลื่อนตัวของเศรษฐกิจธุรกิจภายใต้กรอบแนวคิดความสามารถในการแข่งขันและการวิเคราะห์การเข้ามาและการออกธุรกิจ พบว่า ศักยภาพของประกอบการยังไม่สามารถจัดหาทรัพยากร ยังต้องอาศัยความชำนาญการของผู้ประกอบการเอง ผู้ประกอบการจำนวนหนึ่งไม่สามารถบรรลุเป้าหมายได้ แต่ตามแบบตัวอย่างนี้ไม่ใช่เหตุผลสำคัญสำหรับผู้ประกอบการ ขณะที่การเรียนรู้เกี่ยวกับความสามารถในการประกอบการ ความชำนาญการ

ประกอบการของผู้ประกอบการเป็นสิ่งสำคัญของการประกอบการ และจากการศึกษานี้ยังพบว่าความสามารถของคู่ครองของผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการเรียนรู้จากประสบการณ์การประกอบการ จะมีผลกระทบต่อการสร้างความมั่นคงในทางบวกต่อการประกอบกิจการ การเกิดใหม่ของผู้ประกอบการส่วนมากเกิดขึ้นจากนโยบายของรัฐที่จะให้เกิดการจ้างงานขึ้น แต่อีกบางส่วนเกิดจากความชำนาญการประกอบการที่ขยายกิจการ เพื่อให้ทำให้เพิ่มกิจการประกอบการในสังคม นโยบายรัฐบาลกำหนดเป้าหมายแผนงานที่เป็นไปได้ของธุรกิจที่จะประกอบการ รวมทั้งกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในสังคมนั้น (Stam; Audretsch and Meijaard, 2006: 15)

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผู้ประกอบการทำรับรู้ปัญหาและอุปสรรคในการสร้างสรรค์นวัตกรรมได้อย่างไร? : การศึกษาเชิงประจักษ์จากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตุรกี ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญสำหรับการเติบโตและความเจริญรุ่งเรืองของตุรกี การศึกษานี้เพื่อให้เข้าใจอุปสรรคในการสร้างสรรค์นวัตกรรมในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและนำเสนอเชิงประจักษ์ การวิจัยครั้งนี้เน้นอุปสรรคเกี่ยวกับผู้ประกอบการและนวัตกรรมจากกรณีศึกษาจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเทศตุรกี ผลการศึกษาข้อมูลเชิงลึก พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการสร้างสรรค์นวัตกรรม เป็นผลมาจากการขาดการกำหนดนโยบายภาครัฐในการพัฒนาและวิจัย (R&D) และเทคโนโลยีอย่างชัดเจน ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการลงทุน จากต้นทุนค่าใช้จ่ายของนวัตกรรมที่สูง การขาดแหล่งเงินทุนสนับสนุน อุปสรรคจากสภาพแวดล้อม และปัญหาจากพนักงานขาดทักษะ มีผลกระทบต่อเกี่ยวกับแนวโน้มของการรับรู้นวัตกรรมและของผู้ประกอบการในประเทศตุรกี อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกำหนดนโยบายภาครัฐในการพัฒนาวิจัย (R&D) และเทคโนโลยีอย่างชัดเจน และมีข้อเสนอที่ส่งเสริมและสนับสนุนนวัตกรรมทั้งหมด โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถช่วยให้ประเทศมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก ดังนั้นรัฐบาลควรที่จะเปลี่ยนการรับรู้ของผู้ประกอบการเพื่อรองรับการแข่งขันในตลาดโลก นโยบายสาธารณะที่สนับสนุนการสร้างสรรค์นวัตกรรมและการปรับปรุงการศึกษาของแรงงานให้มีความสามารถ ทำให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันและอยู่รอดได้ เนื่องจากมีผลกระทบต่อโดยตรงกับการจ้างงานและภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมพัฒนานวัตกรรม การทำความเข้าใจปัญหาและอุปสรรคที่สามารถให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการในการสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมใหม่โดยการสนับสนุนความคิดใหม่ๆ หรือโดยการหลีกเลี่ยงทัศนคติที่ต่อต้านให้เกิดความคิดใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Piatier (1984); Keegan et al. (1997); Segarra-Blasco et al. (2008) and Cooney et al. (1996) โดยได้สรุปอุปสรรคของนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยแยกเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านภายนอกธุรกิจ (External) ด้านภายในของธุรกิจ (Internal) ด้านภาวะแวดล้อมของธุรกิจ (Environment) และด้านทักษะ (Skill) และได้แยกรายละเอียด เป็นดังนี้

ด้านภายนอกธุรกิจ ประกอบด้วย สารสนเทศด้านเทคโนโลยี สารสนเทศวัตถุดิบ สารสนเทศทางการเงิน (Piatier, 1984; Acs and Audretsch, 1990; Baldwin and Gellatly, 2004; Silva and Leitao, 2007; Tourigny and Le, 2004; Rush and Bessant, 1992; Hadjimanolis, 1999; Segarra-Blasco et al.; 2008) ความต้องการของลูกค้า การเข้าใจความเสี่ยงของนวัตกรรม ข้อจำกัดจากตลาดในประเทศและต่างประเทศ (Piatier, 1984; Rush and Bessant,

1992; Hadjimanolis, 1999) ความเข้มงวดขององค์กร (Silva and Leitao, 2007; Tourigny and Le, 2004) เงื่อนไขการตลาดไม่เหมาะสม (Bad market conditions) และความไม่พอเพียงของเทคโนโลยีสารสนเทศ (Segarra-Blasco et al.; 2008)

สำหรับด้านภายในของธุรกิจ ประกอบด้วย ขาดแหล่งเงินทุนสนับสนุนภายนอก (Acs and Audretsch, 1990; Baldwin and Gellatly, 2004; Rush and Bessant, 1992; Hadjimanolis, 1999 Segarra-Blasco et al., 2008; Madrid-Guijarro et al., 2009) ความเชี่ยวชาญด้านเทคนิคหรือการบริหารจัดการเวลา วัฒนธรรมและระบบความสัมพันธ์ (Piatier, 1984) การเข้าถึงแหล่งเงินทุน (Acs and Audretsch, 1990; Baldwin and Gellatly, 2004) ขาดความชำนาญทางการตลาด (Ylinenpaa, 1998) ต้นทุนนวัตกรรมสูง ความเสี่ยงทางเศรษฐกิจสูง ขาดการตอบสนองลูกค้า (Silva and Leitao, 2007; Tourigny and Le, 2004) ขาดการทำระบบบัญชี (Rush and Bessant, 1992; Hadjimanolis, 1999) และความเสี่ยงของผู้ร่วมงานและต้นทุนของนวัตกรรม (Segarra-Blasco et al., 2008; Madrid-Guijarro et al., 2009)

ส่วนด้านภาวะแวดล้อมของธุรกิจ ประกอบด้วย ความหลากหลายของกฎระเบียบภาครัฐ (Piatier, 1984; Silva and Leitao, 2007; Tourigny and Le, 2004) มาตรการป้องกันการผูกขาด การปฏิบัติตามนโยบายรัฐ (Piatier, 1984) เจ้าหน้าที่มากเกินไป อุปสรรคของเจ้าหน้าที่ในระบบ (Acs and Audretsch, 1990; Hadjimanolis, 1999; Rammer et al., 2006) สิทธิเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา (Baldwin and Gellatly, 2004) กฎระเบียบจากภาครัฐ การกำหนดนโยบายของภาครัฐ (Rush and Bessant, 1992; Hadjimanolis, 1999)

ในด้านทักษะ (Skill) ประกอบด้วย ความเสี่ยงจากทัศนคติของผู้บริหาร พนักงานมีการต่อต้านนวัตกรรม (Piatier, 1984) พนักงานขาดคุณสมบัติที่เหมาะสม (Ylinenpää, 1998) พนักงานขาดทักษะ (Silva and Leitao, 2007; Tourigny and Le, 2004) ขาดการรู้ความชำนาญเกี่ยวกับเทคโนโลยี (Rush and Bessant, 1992; Hadjimanolis, 1999) ขาดแรงงานที่มีทักษะ (Segarra-Blasco et al., 2008; Madrid-Guijarro et al., 2009) อ้างอิงจาก Dilek Demirbas (2010)

2.6 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

คุณลักษณะของธุรกิจจากงานศึกษาของ Timmons (2002) ซึ่งให้เห็นว่ามักจะมีลักษณะที่เป็นการมองอนาคต (Visionary) ที่มีโอกาส (Opportunistic) โดยมีลักษณะที่สร้างสรรค์ (Innovative) สามารถบริหารความเสี่ยงได้ดี ซึ่งความสามารถในการสร้างธุรกิจใหม่นั้น Enrikson (2003) ได้เสนอว่า จะต้องประกอบด้วย ประสบการณ์ในการควบคุม (Mastery Experience) อ่านงานผู้อื่นมากกว่าตนเองทำ (Vicarious Experience) ประสบการณ์เกี่ยวกับสังคม (Social Experience) (อ้างอิงจาก ไว จามรมาน และคณะ, 2548) ส่วนคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต้องมีความกล้าเสี่ยง (McClelland, 1961; WY Kao, 1991; Timmons, 1999; Jennings, Cox & Cooper, 1994; ชูติภา โอภาสานนท์, 2543) มีความมุ่งมั่นในความสำเร็จและมุ่งมั่นในเป้าหมาย (McClelland, 1961; Jennings, Cox & Cooper, 1994; ชูติภา โอภาสานนท์, 2543; WY Kao & Liang, 2001) มีความความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Timmons, 1999; Schumpeter,

1934; ชูติภา โอภาสานนท์, 2543) ความผูกพันต่อเป้าหมายที่ตั้งไว้ (Brush, 1992; Moore, 1997; ชูติภา โอภาสานนท์, 2543) มีความสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น มีความมานะและทำงานหนัก มีความสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ มีความสามารถในการบริหารงานและเป็นผู้หน้าที่ดี มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความวิสัยทัศน์กว้างไกล (Chandler, 1994; ชูติภา โอภาสานนท์, 2543) ความรับผิดชอบการทำงาน ความสามารถในการควบคุมภายใน (Timmons 1999) มีความกระตือรือร้นและไม่หยุดนิ่ง มีความใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม มีความกล้าตัดสินใจและมีความมุ่งมั่นพยายามมีความสามารถในการคิดและวิเคราะห์ และการค้นหาและใช้ประโยชน์จากโอกาสและทรัพยากรในสภาพแวดล้อมของธุรกิจ (Westley, Mintzberg, 1989; Moore & Buttner, 1997; ชูติภา โอภาสานนท์, 2543) ความเป็นอิสระในการทำงาน (Collins, Moore & Unwalla, 1964 และ Macmillan, 1988) มีความรู้จักประมาณตน สามารถในการสร้างพันธมิตร มีความประหยัดเพื่ออนาคต มีความซื่อสัตย์ จากที่กล่าวมาข้างต้นเห็นได้ว่าคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้นส่วนใหญ่ไม่ได้มีมาแต่กำเนิด แต่เกิดจากการเรียนรู้บ่มเพาะจากการหล่อหลอม หรือจากการใฝ่หาฝึกฝน เพื่อการพัฒนาไปสู่คุณลักษณะที่ดีดังกล่าว (ชูติภา โอภาสานนท์, 2543 : 10-22) และยังมีนิยามคุณลักษณะของผู้ประกอบการซึ่งใกล้เคียงกันกับที่กล่าวมาแล้ว โดยเน้นการจัดกลุ่มคุณลักษณะของผู้ประกอบการไว้ ดังนี้ 1) ด้านความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy) คือ ความสามารถและความตั้งใจที่จะนำตนเองไปสู่โอกาส เป็นคนที่สามารถทำงานได้ด้วยตนเอง และสามารถตัดสินใจได้ในภาวะบีบบังคับ 2) ด้านความมีนวัตกรรม (Innovativeness) คือ การเป็นผู้มีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับสินค้าใหม่ๆ การบริการและเทคโนโลยีใหม่ๆ 3) ด้านความกล้าเสี่ยง (Risk taking) ความกล้าเสี่ยงแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ กล้าเสี่ยงต่อสิ่งที่ไม่รู้ กล้าใช้ทรัพยากรเงินจำนวนมากสำหรับก่อตั้งธุรกิจ และกล้ากู้ยืมทรัพยากรเงินจำนวนมาก 4) ด้านความมั่นใจในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) คือ ความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะในการแข่งขัน ความพยายามที่จะทำให้คู่แข่งหมดประสิทธิภาพ 5) ด้านความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ (Stability and learning orientation) หมายถึง การที่เจ้าของกิจการมีความมั่นคงไม่เก็บสิ่งผิดพลาดมาเป็นอารมณ์ หรือผิดหวังท้อแท้ แต่จะนำเอาประสบการณ์เหล่านั้นมาเรียนรู้ และ 6) ด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จ (Achievement orientation) หมายถึง ผู้ที่ชอบงานที่ท้าทายมีแรงจูงใจในการทำงานให้สำเร็จและดีกว่าเดิม (Freeze, 2006)

คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สามารถพัฒนาตนเองและธุรกิจให้ประสบความสำเร็จอยู่รอดได้ต้องประกอบด้วย 1) มีความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ (Willingness to succeed) การเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้น จะต้องทั้งลงทุนและลงแรง ต้องทำงานหนักแทบจะไม่มีวันหยุดเพราะต้องวางแผน ตัดสินใจ ดำเนินการแก้ไขปัญหาอยู่เกือบตลอดเวลา ลักษณะดังกล่าวนี้จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว (Ryan et al., 1999) 2) มีความมั่นใจในตนเอง (Self confidence) คนที่เชื่อมั่นในตนเองจะเป็นคนที่มีกำลังใจให้ตนเองสูง ไม่กลัวที่จะต่อสู้กับปัญหาและอุปสรรค จึงมีโอกาสสูงที่จะบรรลุกับความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ คุณสมบัตินี้จะทำให้คนที่ทำงานด้วยหรือคนอื่นที่เกี่ยวข้องมีความเชื่อมั่นตามไปด้วย 3) มีแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจของตนเองอย่างชัดเจน (A clear business idea) และมีการปรับปรุงตลอดเวลา ผู้ประกอบการจะต้องรู้ว่าตนเองกำลังอยู่ในธุรกิจอะไร ผลิตภัณฑ์หรือบริการของตนคืออะไร ธุรกิจของตนเมื่อเทียบกับคู่แข่งมีจุดอ่อนจุดแข็งอย่างไรบ้าง นอกจากนี้ยังต้องรู้ยุทธวิธีว่าทำอย่างไร ธุรกิจของตนจึงจะประสบความสำเร็จได้ โดยเน้นเป้าหมายแผนไปที่การเพิ่มคุณภาพซึ่งหมายถึงสามารถสร้างความพอใจให้กับลูกค้า ในยุคที่

สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วซึ่งเกิดขึ้นทั้งจากการแข่งขันและจากตัวผู้บริโภค นั้น จุดสำคัญที่จะทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จคือการมีแผนธุรกิจที่ดี โดยเป็นแผนธุรกิจที่มี ผู้บริโภคเป็นนาย (Ryan et al., 1999; โฆสิต ปั้นเปี่ยมรัษฎ์, 2542) 4) มีแผนงานที่เป็นระบบ (The business plan) การมีเฉพาะแนวคิดทางธุรกิจที่ไม่ได้ยืนยันว่าผู้ประกอบการจะประสบความสำเร็จ แต่ควรมีแผนงานที่เป็นระบบด้วย แผนงานนี้ เรียกว่า แผนธุรกิจ ผู้ประกอบการจะต้องมีความสามารถในการสร้างแผนธุรกิจ ช่วยให้เรวิเคราะห์สถานการณ์ที่เป็นอยู่และที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ในอนาคต เหมือนมีแผนที่อยู่ในมือทำให้ไม่หลงทาง (Ryan et al., 1999) 5) มีความสามารถในการ บริหารการเงิน (Exact control of finances) ผู้ประกอบการเป็นจำนวนมากสร้างตัวขึ้นมาได้จากการ ใช้ทักษะด้านการตลาด หรือการผลิต แต่มีกระแสไม่พัฒนาทักษะในเรื่องบัญชีและการเงิน โดยมักจะ โยนให้เป็นหน้าที่ของพนักงานบัญชี ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดการรั่วไหลของเงินทุนในกิจการ ยิ่ง เมื่อกิจการเติบโต ความซับซ้อนและปริมาณของกิจกรรมทางการค้ายิ่งมีมากขึ้น ผู้ประกอบการควร ทราบว่า ขนาดที่แท้จริงของกิจการเป็นอย่างไร เช่น มีสินทรัพย์ รายได้ ต้นทุน ค่าใช้จ่าย กำไร เป็น อย่อย่างไร ควรรู้วิธีการตรวจสอบฐานะทาง การเงินและผลการดำเนินงานของกิจการ จะได้รู้ปัญหาและ หนทางแก้ไขปัญหาก่อนได้ 6) มีความสามารถทางการตลาด (Targeted marketing) ในยุคของการ แข่งขันแบบนี้ ความสามารถทางการตลาดเป็นทักษะที่สำคัญที่จะทำให้กิจการอยู่รอดได้ ผู้ประกอบการจะต้องแสดงฝีมือด้านนี้ให้เห็นชัดเจนว่าตนเองรู้วิธีการที่จะนำสินค้าหรือบริการเข้าสู่ ตลาดให้ประสบผลสำเร็จได้ 7) มีความสามารถมองเห็นสภาพของการแข่งขันในอนาคตได้ (A step ahead of the competition) ในการทำธุรกิจนั้น แนวคิดแผน งานมักกระทำกันในวันนี้ แต่การ ดำเนินงานจริงมักจะเกิดขึ้นในอนาคตซึ่งมีความไม่แน่นอน ดังนั้นผู้ประกอบการที่ดีจะต้องคาดการณ์ ได้แม่นยำว่าสภาพตลาดและการแข่งขันจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร และทำการวางแผนวิจัยและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ไว้ล่วงหน้าซึ่งถือว่าเป็นการเตรียมความพร้อม ไม่ได้รอคอยโอกาสทางธุรกิจ (Ryan et al., 1999) 8) มีแหล่งสนับสนุนที่ดี (Management support) ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จนั้น มักจะเป็นบุคคลที่รู้จักเครือข่าย แหล่งสนับสนุนต่างๆ ที่มีผลต่อธุรกิจของตน เช่น ประกอบการอาวุโส ที่อยู่ในธุรกิจเดียวกันที่สามารถสนับสนุนแนวคิด และวิธีการแก้ไขปัญหาลักษณะที่คล้ายกัน สถาบัน การเงินที่สามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับเงินทุนและการขยายกิจการเป็นต้น การพัฒนาตนเองให้มี เครือข่ายกว้างขวางจะช่วยทำให้มีที่ปรึกษามากในการขอความสนับสนุนในด้านต่างๆ ในอนาคตการ เป็นนักพัฒนาซึ่งมุ่งที่จะสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย (Net work) เครือข่ายในที่นี้จะขึ้นอยู่กับ ประเภทธุรกิจแต่ละประเภท ซึ่งอาจจะหมายถึงเครือข่ายของผู้ผลิตสินค้าและบริการที่มีความเชื่อมโยง กัน เครือข่ายการตลาด เครือข่ายสาขา ฯลฯ ทั้งนี้เนื่องจาก การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาด ย่อมนี้มีข้อจำกัดทางด้านขนาด ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการเชื่อมโยงกับกิจการที่มี ลักษณะเกื้อกูลกันเพื่อให้เกิดความแข็งแกร่ง (Ryan et al, 1999; โฆสิต ปั้นเปี่ยมรัษฎ์, 2542) 9) มี ทักษะในการประสานงาน (Cooperation) ผู้ประกอบการควรทราบว่าตนเองไม่สามารถรู้ทุกเรื่อง และทำทุกเรื่องด้วยตัวคนเดียวได้ โดยเฉพาะเมื่อกิจการเริ่มขยายตัว การมีทักษะการประสานงานทั้ง ภายในกิจการ (กับพนักงานตนเอง) และกับภายนอกกิจการจะช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปได้อย่าง ราบรื่น ทักษะในการประสานงานนี้รวมถึงการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การมีทักษะในการสื่อสาร การสั่ง การ (Ryan et al., 1999) การมีภาวะผู้นำซึ่งมีบทบาทสำคัญในการอยู่รอดและความสำเร็จของผู้ ประกอบวิสาหกิจขนาดย่อมในการสร้างวัฒนธรรมองค์กร (Schein , 1983; Legge & Hindle, 1997;

Ryan et al., 1999; Dorf & Byers, 2008) การถ่ายทอดงาน 10) มีการจัดองค์กรที่เหมาะสม (Clear company structure) การจัดองค์กรที่เหมาะสมไม่ได้หมายความว่าต้องมีโครงสร้างองค์กรเหมือนบริษัทใหญ่โดยทันที แต่หมายถึงการมีสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจนไม่ซับซ้อน เหมาะกับขนาดของกิจการ และสามารถปรับเปลี่ยนได้เป็นระยะๆ ตามขนาดขององค์กรที่เติบโตขึ้น (Ryan et al., 1999) และยังคง 1) การเป็นนักคิด ในประเทศที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีบทบาทสำคัญมากนั้น ผู้ประกอบการจะขายของคู่กับการขายความคิด คือขายวิธีการที่จะเพิ่มคุณค่า (Value) ให้กับลูกค้า เพราะฉะนั้นผู้ประกอบการจึงควรต้องใช้ความคิดอยู่ตลอดเวลาในการที่จะให้ผู้บริโภคได้คุณค่าจากสินค้าและบริการ 2) การเป็นนักบริหารและนักจัดการยุคใหม่ หมายถึง การใช้เทคโนโลยีและการปรับระบบงานใหม่ตลอดเวลา โดยต้องมี 1) ความโปร่งใส ความเปิดเผยตรงไปตรงมาบนพื้นฐานของข้อมูลที่เป็นความจริง ระบบบัญชี ซึ่งมีความจำเป็นสำหรับการประกอบธุรกิจในโลกยุคใหม่ เป็นประโยชน์ทำให้สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ได้แม่นยำจากพื้นฐานตัวเลขที่เป็นจริง และสามารถเชื่อมต่อกับผู้อื่นได้ 2) ความถนัด ผู้ประกอบการจะต้องระลึกเสมอว่าเป็นผู้ประกอบการไม่ใช่นักลงทุน (โฆสิต ปั้นเปี่ยมรัษฎ์, 2542) และ 3) ให้ความสำคัญของนวัตกรรมที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการ รวมทั้งให้แนวคิดที่ว่า ผู้ประกอบการเปรียบเสมือนนวัตกรรม (Innovator) ซึ่งนวัตกรรมจะช่วยทำให้เกิดความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ก็ต่อเมื่อผู้ประกอบการทำการสร้างนวัตกรรมขึ้นมา แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมในมุมมองด้านผู้ประกอบการ ถือได้ว่าผู้ประกอบการเป็นผู้มีบทบาทและความสำคัญต่อกระบวนการพัฒนานวัตกรรม (โฆสิต ปั้นเปี่ยมรัษฎ์, 2542; Zhao, 2005; Dorf & Byers, 2008) และเสาะแสวงหาโอกาสเพื่อสร้างนวัตกรรม (Legge & Hindle, 1997; Zhao, 2005; Dorf & Byers, 2008) โดยที่นวัตกรรมมีบทบาททำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จ ซึ่งนวัตกรรมและผู้ประกอบการจะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในทางบวก (Zhao, 2005) ผู้ประกอบการต้องมีคุณลักษณะเป็นบุคคลที่สามารถจัดตั้งธุรกิจใหม่ด้วยการใช้ความคิดใหม่ผสมผสานกับสิ่งที่มีอยู่เดิมในการสร้างนวัตกรรม เพื่อทำให้เกิดความมั่นคงทั้งต่อตนเองและสังคม (Bygrave, 1994; Johnson, 2001) และผู้ที่จะเป็นผู้ประกอบการได้จะต้องเป็นผู้ที่มีคุณลักษณะของการเป็นผู้นำทีม ผู้นำองค์กร และเสาะแสวงหาโอกาสเพื่อสร้างนวัตกรรม (Legge & Hindle, 1997; Dorf & Byers, 2008) และประเด็นที่เพิ่มเติมผู้ประกอบการจะต้องมีความสามารถในเรื่องของการวิจัยการออกแบบ และการปรับเปลี่ยนความคิด และสิ่งประดิษฐ์ให้เป็นนวัตกรรมโดยผ่านกระบวนการทางการตลาด และสามารถใช้นวัตกรรมสร้างความสำเร็จให้ธุรกิจของตนได้ (Drucker, 1994) โดยที่ธรรมชาติของผู้หญิงและผู้ชายในการประกอบการ (Women, Men, and the Nature of Entrepreneurship) เพศไม่มีผลกับความสำเร็จในการบริหารธุรกิจ ตามความเชื่อที่เกิดขึ้นในการประกอบการธุรกิจ 4 ข้อ ซึ่งประกอบด้วย ได้แก่ 1) การเป็นผู้หญิงคือข้อเสียเปรียบในการทำเครือข่าย (That being a woman is a disadvantage in networking) 2) ผู้ชายจะดูเสียหายในการทำงานกับกับผู้หญิง (That men refuse to "work" with women) 3. ผู้หญิงจะไม่ถูกใช้ทำงานอย่างยุ่งยาก (That women are not taken seriously) 4. รัฐบาลหรือธุรกิจเอกชนให้ผู้ชายกู้ยืมเงินได้ง่ายกว่าผู้หญิง (That women can't get government or private commercial) loans as easily as men.) แต่ความเชื่อตามที่มีอคติต่อผู้หญิงในการดำเนินธุรกิจก็ยังมีต่อไป (Gina Vega, 1996)

สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร และคณะ (2546) ได้วิจัยคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในภาคใต้ : ภาคบริการ (The Characteristics of Successful Entrepreneurs in

Southern Region: Service Sector) ซึ่งถึงแม้ว่าจะเป็นภาคบริการ แต่โดยปกติผู้ประกอบการในภาคการผลิตนั้น จะต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถด้านบริการในธุรกิจด้วย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณลักษณะผู้ประกอบการภาคธุรกิจบริการในภาคใต้ที่ประสบความสำเร็จ 2) หาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะสำคัญทั่วไปของผู้ประกอบการกับการประสบความสำเร็จ และ 3) กำหนดรูปแบบการให้ความช่วยเหลือส่งเสริมและสนับสนุนการฝึกอบรม หรือการให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในภาคธุรกิจบริการมีคุณลักษณะวิสาหกิจเป็นแบบเจ้าของคนเดียว มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 6-10 ปี ผลการดำเนินงานในช่วงที่ผ่านมา มุ่งเน้นลูกค้าเดิม มีผลกำไรต่อเนื่อง มีการแสวงหาแหล่งเงิน และการควบคุมภายใน ผู้ประกอบการมีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นชายนักถือศาสนาพุทธ มีสถานภาพสมรส เริ่มทำธุรกิจของตนเองระหว่างช่วงอายุ 20-30 ปี มีประสบการณ์ก่อนทำธุรกิจของตนเอง 1-3 ปี มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจของตนเองมากกว่า 10 ปี ไม่เคยประสบความสำเร็จในการทำงาน มีเหตุผลในการประกอบธุรกิจ เพื่อต้องการเป็นอิสระและบริหารงานเอง ในการศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่อธิบายถึงความสัมพันธ์ของคุณลักษณะวิสาหกิจ ลักษณะผู้ประกอบการ คุณลักษณะผู้ประกอบการ และความสามารถทางการจัดการ พบว่าคุณลักษณะผู้ประกอบการเป็นผลมาจากลักษณะวิสาหกิจ ลักษณะผู้ประกอบการและความสามารถในการจัดการ นอกจากนี้ ลักษณะวิสาหกิจยังสัมพันธ์กับลักษณะผู้ประกอบการด้วย ส่วนความสามารถทางการจัดการนั้นสัมพันธ์กับลักษณะผู้ประกอบการ

Driessen. & Zwart (1992) ได้ศึกษาบทบาทความสำเร็จของผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดย่อม : การตรวจจากความเป็นผู้ประกอบการ (The role of the entrepreneur in small business success: the Entrepreneurship Scan) มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ โดยศึกษาจากผู้ประกอบการที่ทำการค้า นักการธนาคาร ทั้งในองค์กรที่ไม่หวังผลกำไรและองค์กรที่มุ่งหวังผลกำไร เพื่อให้ทราบความแตกต่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ พบว่า คุณลักษณะหลักที่มีในผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 1) ความมุ่งมั่นในความสำเร็จ (need for Achievement) 2) การควบคุมภายในของธุรกิจ (Internal Locus of control) และ 3) ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking Propensity) และ 5 คุณลักษณะรองลงมา ประกอบด้วย 1) ความเป็นตัวของตัวเอง (Need for Autonomy) 2) ความมีอำนาจ (Need for Power) 3) การยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น (Tolerance of Ambiguity) 4) ความผูกพันกับธุรกิจ (Need for Affiliation) และ 5) ความอดทน (Endurance) (Driessen.,Zwart, 1992)

การวิจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจคอมพิวเตอร์ประกอบที่มีผลต่อความสำเร็จที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าเซียร์รังสิตครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจคอมพิวเตอร์ประกอบที่มีผลต่อความสำเร็จ ที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าเซียร์รังสิต พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านความเชื่อมั่น ด้านความยืนหยัดอดทน ด้านความซื่อสัตย์สุจริต ด้านการแสวงหาโอกาส ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านแรงจูงใจ ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านวิสัยทัศน์และเป้าหมาย ด้านความใฝ่ความสำเร็จ ด้านกล้าริเริ่มและรับผิดชอบ ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านการจัดการความล้มเหลว โดยที่การศึกษาความแตกต่างกันมีคุณลักษณะของผู้ประกอบการแตกต่างกัน พิจารณาในรายด้าน คือ ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความยืนหยัดอดทน ความใฝ่ความสำเร็จ ด้านความเชื่อมั่นและด้านความซื่อสัตย์สุจริตมีความแตกต่างกัน ส่วน

ในด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านการจัดการความล้มเหลว ด้านแรงจูงใจ ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านวิสัยทัศน์และเป้าหมาย ความคิดสร้างสรรค์และด้านกล้าริเริ่มและรับผิดชอบ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งมีผลการวิเคราะห์ความแตกต่างกันมีคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ ขนาดของเงินลงทุน พิจารณาในรายด้าน คือ ความไม่ประสบความสำเร็จ ด้านกล้าริเริ่มและรับผิดชอบ ด้านความซื่อสัตย์สุจริต ส่วนประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ พิจารณาในรายด้าน คือ มนุษย์สัมพันธ์ ความไม่ประสบความสำเร็จ ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านวิสัยทัศน์และเป้าหมาย ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านกล้าริเริ่มและรับผิดชอบ ในคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจคอมพิวเตอร์ พิจารณาในรายด้าน ประกอบด้วย ด้านมนุษยสัมพันธ์ การจัดการความล้มเหลว แรงจูงใจ การแสวงหาโอกาส ความซื่อสัตย์สุจริต ในส่วน เพศ อายุ ระดับการศึกษา ขนาดเงินลงทุน สถานภาพก่อนมาเป็นผู้ประกอบการ สาเหตุที่มาดำเนินธุรกิจ และประสบการณ์ในการ ประกอบธุรกิจ สถานภาพก่อนมาเป็นผู้ประกอบการ สาเหตุที่มาดำเนินธุรกิจ ไม่แตกต่างกัน (วุฒิชัย เหมาะใจ, 2551)

สำหรับ Pandey, et al., (2007) ได้ศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่แสดงความเฉพาะของชาวอินเดียแดง (Indian SMEs and their uniqueness in the country) เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการชาวอินเดียแดง ทั้งบทบาทในกิจกรรมการผลิตที่ชัดเจนและไม่ชัดเจน ถ้าการสนับสนุนมีความจำเป็น ต้องทำอย่างต่อเนื่อง โดยต้องรักษาคุณลักษณะเฉพาะที่มีไว้ต่อไป สำหรับการสนับสนุนเฉพาะเจาะจงตามกลุ่มพื้นที่ของเขาหรือเฉพาะประเภทของการผลิต เหมือนกับกับการสนับสนุนลักษณะของกลุ่มประเภทการผลิตหรือผลิตภัณฑ์เฉพาะ จากการศึกษาพบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบด้วย ความริเริ่มของตนเอง & ความเชี่ยวชาญ (Individual initiatives & skills) การปรับตัวเข้ากับสถานการณ์จากการทำงาน (Greater operational flexibility) ต้นทุนการผลิตที่ต่ำ (Low cost of production) การปรับปรุงเทคโนโลยีที่สูงขึ้น (High propensity to adapt technology) ความสามารถทางนวัตกรรมและการส่งออกสินค้า (High capacity to innovate & export) การกำหนดเป้าหมายงานที่สูง (High employment orientation) การใช้ประโยชน์ทรัพยากรบุคคลและวัตถุดิบ (Utilization of locally available human & material resources) การปรับความสมดุลของการผลิต (Reduction of regional imbalances)

จิตภา แจ่มจันทร์ชนก (2554:118) ได้ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการค้าปลีกเสื้อผ้าผู้หญิงในตลาดนัดจตุจักร โดยศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์และความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของร้านค้าปลีกเสื้อผ้าผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการค้าปลีกเสื้อผ้าผู้หญิงในตลาดนัดจตุจักร ซึ่งพบว่า ความสำเร็จของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ มีเวลาที่พอเพียงในการบริหารธุรกิจ มีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง และด้านทักษะและคุณสมบัติหรือคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ ความสามารถในการวิเคราะห์ โดยการตัดสินใจด้วยตนเอง มีความสามารถในการเป็นผู้นำ โดยชอบที่จะเป็นผู้นำ และมีทักษะในการสร้างทีมงาน โดยใช้ทักษะในการสร้างทีมงานให้มีความได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่ง

ศรีอมร กาวีระ (2554) การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จในอำเภอเมือง จังหวัดตาก ซึ่งพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ที่มีความ สำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีความมานะ อดทนในการทำงานมาก อดทนในการทางานมาก

มีความรับผิดชอบ มีความซื่อสัตย์ในการประกอบธุรกิจ มีความสามารถในการบริหารงาน มีความชำนาญในงาน มีความสำคัญและช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ มีความกล้าในการตัดสินใจ มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีมนุษยสัมพันธ์ มีทักษะในการสื่อสารที่ดี ช่วยเหลือสังคมตามความพร้อมและความเหมาะสม มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ มีการตัดสินใจอยู่บนพื้นฐานความเสี่ยงที่ดี รอบคอบและไม่ประมาท มีความกระตือรือร้นในการทำงานและต่อเนื่องและไม่หยุดนิ่ง มีความมุ่งมั่นในความสำเร็จ มีความคิดสร้างสรรค์ และมีลักษณะความเป็นผู้นำ

ส่วนการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในภาคเหนือตอนล่างของไทย โดย ผนทิพย์ ชาร์ไสว และคณะ (2555 : บทคัดย่อ) เป็นศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในเขตภาคเหนือตอนล่าง พบว่า ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จได้เกิดจากความตั้งใจและต้องกล้าลงมือทำ มีการมองแบบมุมกว้าง มีการพิจารณาความเหมาะสมในการทำธุรกิจ มองคู่แข่งและการมองหาตลาดใหม่ ต้องพิจารณาความพึงพอใจของลูกค้า มีการพัฒนาตนเองตลอดเวลา มีการจัดการธุรกิจที่ดีเลือกวิธีการที่เหมาะสม มีบุคลากรที่เชี่ยวชาญในแต่ละด้าน มีการเตรียมการตลอดเวลา จับโอกาสทางธุรกิจได้ก่อนผู้อื่น และสามารถทำให้สำเร็จตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

สำหรับคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย ที่ได้ศึกษาโดย ไว จามรมาน และคณะ (2546 : บทสรุปผู้บริหาร) โดยศึกษาวิจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปสร้างตัววัดคุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จสำหรับใช้เป็นแนวทางหนึ่งในการพิจารณาให้การช่วยเหลือ ส่งเสริมและสนับสนุนในด้านการเงินการพัฒนาฝึกอบรมหรือให้การปรึกษาแนะนำแก่ผู้ประกอบการขนาดเล็กที่มีแนวโน้มจะประสบความสำเร็จ โดยได้ศึกษาผู้ประกอบการ (Entrepreneurs) ที่ประสบความสำเร็จในภาคธุรกิจการผลิต บริการ การค้า และการเกษตรทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัดทั่วประเทศ โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบ Quota sampling and Convenience sampling ตามสัดส่วนของกลุ่มธุรกิจขนาดย่อมจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่กำหนด กล่าวคือ เป็นผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของกิจการ ริเริ่มสร้างธุรกิจและมีการบริหารจัดการธุรกิจของตนเองอยู่ในธุรกิจมาไม่เกิน 10 ปี โดยไม่รวมผู้ที่ได้รับแฟรนไชส์ ซึ่งผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จพิจารณาจากผลการดำเนินงานของธุรกิจเป็นกิจการที่สามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้จนถึงธุรกิจเติบโตเต็มที่ จากผลการศึกษาวิจัย พบว่ามี 10 คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จที่สำคัญตามลำดับ ประกอบด้วย 1) มีมนุษยสัมพันธ์ 2) มีความเชื่อมั่นในตนเอง 3) มีความซื่อสัตย์ 4) มีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ 5) มีความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ 6) มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ 7) มีวิสัยทัศน์ 8) ประหยัด 9) มีพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานต่อเนื่อง และ 10) มีความเชื่อเรื่องโชคคนนอกจากนี้คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในแต่ละปัจจัยในแต่ละภูมิภาค ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ยกเว้นความเชื่อมั่นในตนเอง สำหรับปัจจัยรองคือจำนวนปีที่ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำมาก่อนมีผลต่อความเฉลียวฉลาด การพัฒนาฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่องแตกต่างกัน แต่ไม่มีผลต่อปัจจัยอื่นที่เหลือ เช่นเดียวกันระดับการศึกษาของผู้ประกอบการมีผลต่อปัจจัยการมีมนุษยสัมพันธ์ มีความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ ประหยัด และการพัฒนาฝึกอบรมพนักงานแตกต่างกัน โดยสรุปผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าคุณลักษณะที่สำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการมี 10 คุณลักษณะ

และคุณลักษณะโดยรวมไม่มีความแตกต่างระหว่างผู้ประกอบการในภูมิภาคและภาคธุรกิจหลัก แต่มีความแตกต่างกันในเรื่องลำดับความสำคัญ

2.7 สรุปผลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เมื่อนำแนวคิดของผู้เกี่ยวข้องจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ สามารถสรุปแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสนับสนุนการอยู่รอดของผู้ประกอบการในภาคการผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (The Survival Factors For Manufacturing SMEs) ในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ซึ่งประกอบด้วย จังหวัด โยธาธร จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดอำนาจเจริญ และจังหวัดอุบลราชธานี ได้ดังนี้

2.7.1 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and medium enterprises) เป็นกิจการที่มีการผลิตสินค้าและบริการครอบคลุมกิจการ 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ 1) กิจการผลิตสินค้า 2) กิจการให้บริการ 3) กิจการค้าส่งและค้าปลีก โดยในภาคการผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย ซึ่งเป็นในการวิจัย จำแนกตามขนาดธุรกิจ ขึ้นอยู่กับจำนวนแรงงานและมูลค่าขั้นสูงของสินทรัพย์ถาวร กล่าวคือธุรกิจขนาดย่อม มีสินทรัพย์ไม่เกิน 50 ล้านบาท ขนาดกลาง ไม่เกิน 200 ล้านบาท และแรงงานธุรกิจขนาดย่อมไม่เกิน 50 คน ขนาดกลางไม่เกิน 200 คน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550 ; มนุ เลี้ยวไพโรจน์, 2542)

2.7.2 ผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ยอมรับความเสี่ยงเพื่อต้องการกำไร ความคิดริเริ่มด้วยตนเอง รวบรวมเงินทุนเพื่อจัดตั้งธุรกิจ ซึ่งเป็นความพยายามของบุคคล กลุ่มบุคคล หรือธุรกิจที่มีอยู่แล้ว ในการสร้างธุรกิจใหม่ไม่ว่าจะเป็น กิจการส่วนตัว การตั้งองค์กรธุรกิจใหม่ หรือการขยายธุรกิจจากเดิมที่ทำให้มีความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ ซึ่งดำเนินการอยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมของวิสาหกิจ ผลิตสินค้าชนิดใหม่ขึ้นมาเสนอขายในตลาดด้วยการนำเอาขบวนการผลิตใหม่ๆที่มีประสิทธิภาพดีกว่าเดิมเข้ามาใช้หรือด้วยการปรับปรุงองค์กร แสวงหาเงินทุน รวบรวมปัจจัยในการผลิตและการจัดการบริหารเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ในบทบาทของนักลงทุน บทบาทของผู้จัดการ บทบาทของผู้นำ บทบาทของผู้สร้างสรรค์สังคม และการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

2.7.3 การเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เกี่ยวข้องกับความสำเร็จและการอยู่รอดของธุรกิจ การเจริญเติบโตเป็นเครื่องมือวัดความสำเร็จในธุรกิจอย่างง่าย แต่การเจริญเติบโตที่แท้จริงต้องวัดจากการอยู่รอดธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อม (Priyanka, 2009) การอยู่รอดและความสำเร็จของธุรกิจขึ้นอยู่กับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจในหลายมิติ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2549) โดยธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มุ่งการเจริญเติบโต สามารถอยู่รอดในธุรกิจได้ต้องมีตัวชี้วัดความอยู่รอดของธุรกิจ (Ed Martin, 2010) ซึ่งมีผลมาจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Siropolis & Nicholas, 1994: 12) อย่างไรก็ตามยังไม่มีนิยามอย่างเป็นทางการซึ่งยอมรับกันโดยทั่วไปของความสำเร็จ ซึ่งมีการวิจัยและอธิบายกันหลากหลาย กล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่ายังมีความเห็นที่หลากหลายและแตกต่างกันเกี่ยวกับความสำเร็จและความอยู่รอดของธุรกิจ (Foley, P. & H. Green, 1989) โดยขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ และยังเกี่ยวกับการสนับสนุนความช่วยเหลือที่จะลดการเสี่ยงของความล้มเหลวของธุรกิจและการเพิ่ม

โอกาสของความสำเร็จวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งมีความสำคัญทั้งในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและการกำหนดนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ (Mathew, 2010)

ดังนั้น งานวิจัยที่เกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 (The Characteristics of Successful Medium and Small Entrepreneurs in Lower Northeastern Region 2) ซึ่งได้มีการศึกษาไว้ทั้งเกี่ยวกับและมีความใกล้เคียงสอดคล้องกับวิสาหกิจในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 โดยได้นำแนวคิดของผู้เกี่ยวข้องจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์และสังเคราะห์สามารถสรุปแนวคิดได้ว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย คุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่รอดและเติบโตอย่างต่อเนื่อง และความสามารถในการประกอบกิจการที่อยู่รอดและเติบโตต่อเนื่อง โดยมีรายละเอียดปัจจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำแนวคิดของผู้เกี่ยวข้องจากการ ศึกษาทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ สามารถสรุปแนวคิด ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 การสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

แนวคิด	ปีที่ ค.ศ./ พ.ศ.	แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ									
		1*	2*	3*	4*	5*	6*	7*	8*	9*	10*
Schumpeter	1934 / 2477			*							
McClelland	1961 / 2504	*									
Collins, Scheinberg Moore & Unwalla	1964 / 2507	*			*	*			*		
Schein	1983 / 2526									*	

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

แนวคิด	ปีที่ ค.ศ./ พ.ศ.	แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ									
		1*	2*	3*	4*	5*	6*	7*	8*	9*	10*
Macmillan	1988 / 2531	*									
Westley, Mintzberg	1989 / 2532	*			*						
WY Kao	1991/ 2534	*									
Brush	1992 /				*						

	2535										
Driessen & Zwart	1992 / 2535	*	*			*					
Jennings, Cox & Cooper	1994 / 2537	*									
Chandler	1994 / 2537	*	*			*		*		*	
Drucker	1994 / 2537			*			*				
Moore & Buttner	1997 / 2540	*			*						
Legge & Hindle	1997/ 2540			*						*	
Ryan et al.	1999 / 2542	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Timmons	1999 / 2542	*		*							*
โฆสิต ปั้นเปี่ยมรัษฎ์	1999 / 2542		*	*					*		
ชุตติภา โอภาสานนท์	2000 / 2543	*	*	*	*	*		*	*	*	
WY Kao & Liang,	2001/ 2544	*									

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

แนวคิด	ปีที่ ค.ศ./ พ.ศ.	แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ									
		1*	2*	3*	4*	5*	6*	7*	8*	9*	10*
DalGLISH	2004 / 2547	*	*	*		*					*
ไว จามรรมาน และ คณะ	2005 / 2548	*	*	*				*			
Zhao	2005 / 2548			*							
Freeze	2006 / 2549	*			*			*			
Pandey, et al.	2007 / 2550	*	*	*	*		*	*		*	
Dorf & Byers	2008 /			*						*	

	2551										
วุฒิชัย เหมาะใจ	2008 / 2551	*	*	*				*		*	
จิตาภา แจ่มจันทร์ ชนก	2011 / 2554	*	*			*				*	*
ฝนทิพย์ ชาญไสว และคณะ	2012 / 2555	*	*	*	*			*	*	*	
ศรีอมร กาวิระ	2012 / 2555	*	*	*						*	*
รวม		21	12	15	9	7	4	8	6	11	3

จากตารางที่ 2.2 การสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้นำแนวคิดมาวิเคราะห์ จำนวน 29 แนวคิด สรุปปัจจัยที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องเพื่อนำไปศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย

1. ความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย มีเป้าหมายที่ชัดเจนซึ่งสมเหตุสมผลกับทรัพยากรที่มีอยู่ มีประสบการณ์และ/หรือการฝึกอบรมทางการบริหาร เต็มใจทำงานหนักและมีชั่วโมงการทำงานอย่างไม่เคยมีมาก่อน มีความสามารถที่จะทำงานหนักโดยไม่ส่งผลกระทบในทางตรงข้ามต่อสุขภาพทางด้านร่างกายและจิตใจ สามารถตัดสินใจในกรณีที่เกิดปัญหาได้อย่างรวดเร็ว และมักเป็นการตัดสินใจที่ถูกต้องเป็นส่วนใหญ่ เต็มใจที่จะปฏิบัติงานทุกอย่างภายในธุรกิจตั้งแต่งานด้านการบริหารในระดับสูงจนถึงระดับล่างในธุรกิจ รู้สึกสนุกในการเรียนรู้ที่จะทำสิ่งใหม่ๆถึงแม้ว่าจะต้องใช้เวลา และเต็มใจปรับการดำเนินชีวิตของตนเองเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจ

2. ความมั่นใจในตนเอง ประกอบด้วย มีความมั่นใจในตัวเองและเข้าใจจุดอ่อนของตัวเอง เป็นคนที่มีมักจะสร้างความเชื่อมั่น และให้กำลังใจตนเองสูง ไม่กลัวที่จะต่อสู้กับปัญหาและอุปสรรค มีคนที่ทำงานด้วยหรือคนอื่นที่เกี่ยวข้องมีความเชื่อมั่น และมีความสามารถในการแยกปัญหาที่เกี่ยวกับธุรกิจและอาชีพไม่ให้ส่งผลกระทบต่อชีวิตส่วนตัวและชีวิตครอบครัว

3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจของตนเองอย่างชัดเจน ประกอบด้วย เป็นผู้ที่เริ่มต้นด้วยตัวเองและชอบที่จะมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ รู้ว่าตนเองกำลังอยู่ในธุรกิจอะไร และรู้ยุทธวิธีที่จะทำให้ธุรกิจของตนจะประสบความสำเร็จได้

4. แผนงานที่เป็นระบบ ประกอบด้วย มีแผนงานเกี่ยวกับธุรกิจ ที่ชัดเจน เป็นลำดับขั้นตอนที่ง่ายต่อการปฏิบัติ สามารถสร้างแผนธุรกิจ ของตนเองได้ การมีแผนธุรกิจที่ชัดเจน และสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ที่เป็นอยู่และที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต

5. ความสามารถในการบริหารการเงิน ประกอบด้วย ไม่มีการรั่วไหลของเงินทุน ในกิจการ เข้าใจความซับซ้อนและปริมาณของกิจกรรมทางการค้าของตน ทราบว่าขนาดที่แท้จริงของกิจการเป็นเท่าใด เช่น มีสินทรัพย์ รายได้ ต้นทุน ค่าใช้จ่าย กำไร เป็นอย่างไร รู้วิธีการตรวจสอบฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของกิจการ รู้ปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาในการบริหารการเงินได้ สามารถคาดคะเนรายรับ รายจ่าย และกำไรโดยมีความถูกต้องที่มีเหตุผล สามารถเก็บบันทึกทาง

การเงิน จัดเตรียมงบการเงิน และใช้งบการเงินนั้นในการตัดสินใจทางการบริหาร สามารถจัดเตรียมงบประมาณและยึดถืองบประมาณในการดำเนินงาน มีการประมาณการต้นทุนทั้งหมดที่ต้องใช้ในการเข้าไปประกอบธุรกิจและรายจ่ายพิเศษ เข้าใจความแตกต่างระหว่างการใช้เงินทุนส่วนตัวและการก่อหนี้เพื่อจัดหาเงินมาใช้ในทางธุรกิจ และทราบว่าต้องการเงินจำนวนเท่าใดเพื่อให้มีการดำเนินชีวิตซึ่งเป็นที่ยอมรับและรายจ่ายอะไรบ้างที่สามารถปรับได้เมื่อเกิดความจำเป็น

6. ความสามารถทางการตลาด ประกอบด้วย มีทักษะทางการตลาดมีความชัดเจนในการดำเนินการทางการตลาด รู้วิธีการที่จะนำสินค้าหรือบริการเข้าสู่ตลาดให้ประสบผลสำเร็จได้ ชอบคนและรู้สึกสบายใจในการเกี่ยวข้องกับพวกเขาเช่น ลูกค้า พนักงานและอื่นๆ ทราบวิธีการที่จะประเมินตลาดและระบุความต้องการของกลุ่มผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้ากลุ่มต่างๆ สามารถระบุคู่แข่งที่สำคัญๆ อธิบายจุดอ่อนและจุดแข็งของคู่แข่ง กำหนดว่าใครคือลูกค้าของผู้แข่งขันและแยกให้เห็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่คู่แข่งกำลังใช้อยู่ เล็งเห็นความสำคัญของกลยุทธ์ทางด้านสินค้า ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย รวมทั้งความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันของกลยุทธ์เหล่านั้น เข้าใจสิ่งที่จูงใจผู้ซื้อสินค้าและบริการและเหตุผลที่ผู้ซื้อให้การอุดหนุนธุรกิจแห่งหนึ่งในขณะที่ต่อต้านธุรกิจอีกแห่งหนึ่ง และเข้าใจการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างราคาและคุณค่าของสินค้าและบริการ

7. ความสามารถมองเห็นสภาพของการแข่งขันในอนาคตได้ ประกอบด้วย มีความสามารถได้แม่นยำว่าสภาพตลาดและการแข่งขันจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ทราบวิธีการที่จะทำการวิจัยการตลาดอย่างง่าย ๆ เพื่อที่จะอธิบายตลาดที่จะอาจเป็นไปได้และความต้องการสินค้าและบริการได้ดีขึ้น แสวงหากลยุทธ์ใหม่ๆ อยู่เสมอเพื่อที่จะให้ได้มาซึ่งผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าและตอบสนองความต้องการของพวกเขาได้ดีขึ้น

8. แหล่งสนับสนุนที่ดี ประกอบด้วย เป็นบุคคลที่รู้จักเครือข่าย แหล่งสนับสนุนต่างๆ ที่มีผลต่อธุรกิจของตน มีสถาบันการเงินที่สามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับเงินทุนและการขยายกิจการ การพัฒนาตนเองให้มีเครือข่ายกว้างขวางจะช่วยทำให้มีที่ปรึกษามากในการขอความสนับสนุนในด้านต่างๆ ในอนาคต ได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวไม่ท้อใจง่าย แต่ยังคงรู้จักสภาพความเป็นจริงเกี่ยวกับทางเลือกในอนาคตของตนเอง

9. ทักษะในการประสานงาน ประกอบด้วย การมีทักษะการประสานงานทั้งภายในกิจการ (กับพนักงานตนเอง) และกับภายนอกกิจการ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การมีทักษะในการสื่อสาร การสั่งการการมีภาวะความเป็นผู้นำ การถ่ายทอดงาน เข้าใจทักษะด้านต่างๆ ซึ่งเป็นที่ต้องการเพื่อให้บริการธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพตลอดเวลาที่ธุรกิจเจริญเติบโตและถดถอย สามารถคิดหาวิธีการต่างๆ เพื่อให้พนักงานรู้สึกว่พวกเขามีส่วนร่วมในความสำเร็จของธุรกิจ

10. การจัดองค์กรที่เหมาะสม ประกอบด้วย การจัดองค์กรที่เหมาะสม การมีสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจน ไม่ซับซ้อน เหมาะกับขนาดของกิจการ และสามารถปรับเปลี่ยนได้เป็นระยะๆ ตามขนาดขององค์กรที่เติบโตขึ้น มีความสามารถในการกำหนดนโยบายต่างๆ สำหรับการปฏิบัติงานของธุรกิจและสามารถออกแบบระเบียบวิธีปฏิบัติงานเพื่อให้แน่ใจว่าจะเป็ไปตามนโยบายที่กำหนดไว้ ทราบวิธีการที่มอบหมายอำนาจหน้าที่ เพื่อให้ทำการตัดสินใจและรู้สึกสบายใจ ในการปล่อยให้ผู้อื่นทำการตัดสินใจ ถึงแม้ว่าอาจจะมีโอกาสที่จะเกิดความผิดพลาดขึ้นได้ ทราบถึงวิธีการที่จะจูงใจบุคคลเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาวของธุรกิจ สามารถคิดหาวิธีการประเมินการปฏิบัติงานทั้งของบุคคลและธุรกิจโดยรวม

ความสามารถในการประกอบกิจการที่อยู่รอดและเติบโตต่อเนื่อง โดยนำแนวคิดของผู้เกี่ยวข้องจากการ ศึกษาทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ สามารถสรุปแนวคิด ดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 การสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับการวัดความสำเร็จในการประกอบกิจการ

แนวคิด	ปีที่ ค.ศ.& พ.ศ.	ความสำเร็จในการประกอบกิจการ				
		1*	2*	3*	4*	5*
Reid	1997 / 2540	*	*			*
เรวัต ต้นตยานนท์	2006 / 2549	*	*	*	*	
Frankish	2007 / 2550		*	*		
Priyanka	2009 / 2552			*	*	*
Ed Martin	2010 / 2553	*	*	*	*	*
Mathew	2010 / 2553	*		*		*
Harvinder Singh Gill.et.al.	2010 / 2553				*	
รวม		4	4	5	4	4

จากตารางที่ 2.3 การสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยความสามารถในการประกอบกิจการที่อยู่รอดและเติบโตต่อเนื่อง ได้นำแนวคิดมาวิเคราะห์ จำนวน 7 แนวคิด สรุปปัจจัยที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องเพื่อนำไปศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 1) กำไรที่ได้รับมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง 2) ความสามารถในการชำระหนี้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง 3) ยอดขายสินค้าของธุรกิจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง 4) ธุรกิจมีจำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นในรอบระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา และ 5) จำนวนการจ้างงาน ลูกจ้างหรือพนักงานเพิ่มขึ้นรอบ 3 ปีที่ผ่านมา

สรุปผลการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้พบตัวแปรที่ใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ประกอบด้วย คุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่รอดและเติบโตอย่างต่อเนื่อง และความสามารถในการประกอบกิจการที่อยู่รอดและเติบโตต่อเนื่อง โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ตัวเลขและค่าความสำคัญต่างๆ ทางสถิติยืนยันและการวิจัยเชิงคุณภาพ นำไปวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) มีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัยพร้อมทั้งรายละเอียดประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณคือแบบสอบถาม ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพคือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยเลือกตัวอย่างผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มตามสัดส่วนของจำนวนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 มีรายละเอียดในบทที่ 3 ต่อไป

2.8 สมมติฐานในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานในการวิจัย ดังนี้

1. คุณลักษณะของผู้ประกอบการภาคการผลิตสินค้าและบริการในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ทั้ง 10 ด้าน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของกิจการทั้ง 5 ด้าน คือ ความสำเร็จด้าน กำไรที่ได้รับมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ความสามารถในการชำระหนี้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยอดขายสินค้าของธุรกิจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจมีจำนวนลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นในรอบระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา และจำนวนการจ้างงาน ลูกจ้างหรือพนักงานเพิ่มขึ้นรอบ 3 ปีที่ผ่านมา

2. คุณลักษณะของผู้ประกอบการภาคการผลิตสินค้าและบริการในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ทั้ง 10 ด้าน มีความสัมพันธ์กับระดับของความสำเร็จของกิจการทั้ง 3 ระดับ คือ การประสบความสำเร็จในระดับ ระดับปานกลาง และระดับต่ำ

2. ผู้ประกอบการ ที่มีประเภทของกิจการ ระยะเวลาที่ดำเนินการถึงปัจจุบัน มูลค่าการลงทุน จำนวนแรงงาน ภาคการผลิต ผลการดำเนินงานในรอบที่ผ่านมา และระดับการประสบความสำเร็จ ต่างกัน มีคุณลักษณะที่ประสบความสำเร็จแตกต่างกัน