

คุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

**The Qualities of Entrepreneurs and Strategies Affecting the Success for
Business Operation of SMEs**

กนกกาญจน์ คำบุญชู และ ธนัสถา ไรจนตรกุล

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

Kanokkan Khamboonchoo and Tanastha Rojanatrakul

Pibulsongkram Rajabhat University, Thailand

Corresponding Author, E-mail : kanokkan.kha@gmail.com

บทคัดย่อ

ปัจจุบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นกลไกในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ เป็นการสร้างงาน และการกระจายรายได้ ซึ่งนำไปไปสู่การหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ อีกทั้งยังเป็นกลไกในการแก้ไขปัญหาความยากจนของประเทศ จากการที่สภาพแวดล้อมภายนอกในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ส่งผลทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้น ต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เพื่อให้ธุรกิจยังคงสามารถอยู่รอดต่อไปได้ ซึ่งการดำเนินธุรกิจให้ยังคงสามารถแข่งขันในตลาดต่อไปได้นั้น ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยหลายๆ อย่าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ และคุณลักษณะของผู้ประกอบการเป็นสำคัญ เนื่องจากการกำหนดกลยุทธ์ในการทำธุรกิจที่มีประสิทธิภาพนั้น จะทำให้ธุรกิจสามารถแย่งส่วนแบ่งตลาดจากคู่แข่งได้ ขณะที่คุณลักษณะของผู้ประกอบการจะเป็นสิ่งกำหนดแนวทางการดำเนินงานโดยรวมของธุรกิจ ดังนั้นบทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อเป็นแนวทางให้กับบุคคลที่เข้ามาเป็นผู้ประกอบการในการประกอบธุรกิจ ได้พิจารณาคุณลักษณะของตนเอง ที่จะทำให้ธุรกิจของตนเองนั้นอยู่รอดและประสบความสำเร็จได้ ซึ่งจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ 1) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ 2) กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ

คำสำคัญ: คุณลักษณะของผู้ประกอบการ; กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ; ความสำเร็จธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs).

Abstracts

Nowadays, small and medium-sized enterprises (SMEs) are very crucial for Thai economy as the mechanism to drive the country's economic system, job creation and income distribution which leads to economic flows. It also serves as mechanism for solving the poverty of the country. As the current external environment is constantly changing, the small and medium-sized enterprises have to adjust to respond the changes in order for their business to survive. To enhance business competitiveness in the market, the entrepreneurs need to focus on a number of factors, especially business strategy and characteristics of entrepreneurs which are important. The effective business strategies will enable the business to take market share from competitors meanwhile the characteristics of the entrepreneurs help determine the overall direction on how the business operates. Therefore, this article aims to study the characteristics of entrepreneurs and strategies that affect the success of small and medium enterprises (SMEs) as a guideline for the individuals who are the business entrepreneurs to evaluate their own characteristics to help their business survive and turn successful. Based on the study of documents and related research, it was found that factors affecting the success of small and medium enterprises (SMEs) of entrepreneurs consist of two factors: 1) entrepreneur's characteristics, and 2) entrepreneur's business strategy.

Keywords: Characteristics of Entrepreneurs; Business Strategy; The Success of Small and Medium-Sized Enterprises (Smes)

บทนำ

ในปัจจุบัน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นกลไกในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างงาน และการกระจายรายได้ ซึ่งนำไปสู่การหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ อีกทั้งยังเป็นกลไกในการแก้ไขปัญหาความยากจนของประเทศ (คณิศร อุ๋นแสงจันทร์, 2564 : 620) นอกจากนี้ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยยังเป็นหน่วยธุรกิจที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบภายในประเทศ เนื่องจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยส่วนใหญ่ นั้น จะใช้ผลผลิตภายในประเทศเป็นหลัก ซึ่งแตกต่างจากอุตสาหกรรมการผลิตขนาดใหญ่ที่ต้องมีต้นทุนการผลิตในด้านเครื่องจักรและเทคโนโลยีการผลิต รวมทั้งวัตถุดิบที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งก็ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นหน่วยธุรกิจที่มีบทบาทและความสำคัญที่ก่อให้เกิดการพัฒนาไปตามชุมชนในภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ (พัชรินทร์ เพชรช่วย, ปลื้มใจ ไพจิต, รัตติยาภรณ์ รอดสีเสน, 2564 : 109)

จากการศึกษาข้อมูลสถิติจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2564 : 26-35) พบว่า ในปี 2563 ประเทศไทยได้มีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวม 3,134,442 ราย หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.54 ของธุรกิจทั้งหมด ซึ่งส่งผลทำให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนรวมทั้งสิ้น 12,714,916 คน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 71.70 ของจำนวนการจ้างงานรวมทั้งหมดของประเทศ ทั้งนี้ หากพิจารณาในส่วน of ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) พบว่า ในปี 2563 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีมูลค่า

ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) เท่ากับ 5,376,066 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34.2 ของ GDP รวม

ทั้งนี้ จากการที่สภาพแวดล้อมภายนอกในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งก็ส่งผลทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้น ต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เพื่อให้ธุรกิจยังคงสามารถอยู่รอดต่อไปได้ ซึ่งในการดำเนินธุรกิจให้ยังคงสามารถแข่งขันในตลาดต่อไปได้นั้น ผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยหลายๆอย่าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ และคุณลักษณะของผู้ประกอบการเป็นสำคัญ เนื่องจากการกำหนดกลยุทธ์ในการทำธุรกิจที่มีประสิทธิภาพนั้น จะทำให้ธุรกิจสามารถแย่งส่วนแบ่งตลาดจากคู่แข่งได้ ในขณะที่ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ จะเป็นสิ่งกำหนดแนวทางการดำเนินงานโดยรวมของธุรกิจ (สวลี วงศ์ไชยา, 2560 : 3 ; ทิบัติ ทัทพกรณ์ และประสพชัย พสุนนท์, 2562 : 108) ดังนั้น ผู้บริหารจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทราบถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ดี เพื่อที่จะสามารถนำพาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จต่อไป

แต่อย่างไรก็ดี เนื่องจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยส่วนใหญ่ในปัจจุบันยังคงขาดความรู้และความชำนาญในการบริหารธุรกิจ ซึ่งก็ส่งผลทำให้ต้องล้มเลิกกิจการลงเพราะไม่สามารถแบกรับภาระต่างๆที่เกิดขึ้นได้ (สวลี วงศ์ไชยา, 2560 : 5) โดยอ้างอิงข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2565 : 10) พบว่า ในปี 2564 ประเทศไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ยกเลิกกิจการรวมทั้งหมด 19,326 ราย

ดังนั้น ผู้เขียนจึงมีความสนใจที่จะศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ จะถูกนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจ รวมถึงเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนการพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมของการเป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการบริหารจัดการธุรกิจต่อไป

คุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

การพัฒนาเศรษฐกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือที่เรียกกันว่า SMEs มิได้เป็นเพียงกิจการที่สนับสนุนการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจในระดับประเทศเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญมากขึ้นในระดับธุรกิจภาคประชาชนที่นำไปสู่การกระจายรายได้ที่ดีขึ้นต่อระบบเศรษฐกิจและสนับสนุนให้เศรษฐกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืนตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 12 ปีพ.ศ. 2560-2564 ตามยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน (ธนพล ก่อฐานะ, 2561 : 108) ดังนั้น ผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่าง ๆ จึงต้องปรับตัวให้ก้าวทันตามความเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตนเองจะต้องมีการ

วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคขององค์การ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) ประกอบด้วย ด้านอุตสาหกรรมเกษตร และการบริการ เป็นการผลิตสินค้าการจัดการการตลาดและการบริการต่างๆ (จารุพร ชันธนนท์ และวสุธิดา นุริตมนต์, 2562 : 134) ซึ่งถือเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาสังคมเศรษฐกิจอย่างแท้จริง สร้างรายได้ให้ประชาชนมากกว่า 9.70 ล้านคน หรือประมาณร้อยละ 80 โดยเฉพาะในช่วงภาวะเศรษฐกิจตกต่ำวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมกลับมีความคล่องตัวสูงในการปรับตัวได้ดีกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ และกลายเป็นองค์กรที่มีบทบาทในการช่วยลดความเสี่ยงให้แก่เศรษฐกิจด้วยการเชื่อมโยงการผลิตกับผู้ผลิตรายใหญ่ในลักษณะของการรับช่วงผลิต และที่สำคัญธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคือจุดกำเนิดของการเริ่มดำเนินการของผู้ประกอบการรายใหม่

คุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ดีควรมีความคล่องตัวในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ทั่วไปของเศรษฐกิจทั้งใน และต่างประเทศธุรกิจ SMEs ลักษณะของผู้ประกอบการที่ดีที่ประสบความสำเร็จประกอบด้วย 7 ลักษณะที่สำคัญ ได้แก่ 1)ความต้องการความสำเร็จ 2) การยอมรับความเสี่ยง 3) ความมั่นใจในตนเอง 4) ความรู้ความสามารถ ความใฝ่รู้ 5) ความอดทน 6) เงินลงทุน และ 7) ความคิดเชิงนวัตกรรม (Amran Awang, Abdul Rashid Said Asghar,& Khairul Anwar Subari, 2010 : 35) ดังนั้น การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เราจึงควรรู้ถึงปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ อารมณ์ กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อที่เราจะได้พัฒนาได้ตรงเป้าหมาย ผู้เขียนขอเสนอผลการสังเคราะห์จากงานวิจัยที่เกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ได้ศึกษาเอกสารงานวิจัย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จ ในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม (SMEs)	องค์ประกอบ
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	1.ความเป็นตัวของตัวเอง 2.ความมีนวัตกรรม 3.ความกล้าเสี่ยง

	4.ความก้าวร้าวในการแข่งขัน 5.ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ 6.ความใส่ใจในความสำเร็จ
กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ	1.กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง 2.กลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการ 3.กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ 4.กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า 5.กลยุทธ์นวัตกรรม
ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs)	1.ด้านการเงิน 2.ด้านลูกค้า 3.ด้านกระบวนการภายในธุรกิจ 4.ด้านการเรียนรู้การเติบโต 5.ด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม

จากตารางสรุปได้ว่า การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สรุปได้ 3 ปัจจัยคือ 1) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ 2) กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ 3) ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ดังนั้น ผู้เขียนจึงขอเสนอคุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยเรียงลำดับดังนี้

1. คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

1.1. ความหมายของผู้ประกอบการ

Kilby (1971 : 20) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการไว้ว่า ผู้ประกอบการนั้นเป็นผู้ทำการจัดสรรปัจจัยการผลิต ทำการเสี่ยง และรวมทั้งการตัดสินใจเพื่อดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใด

Frese (2000 : 28) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลผู้ซึ่งริเริ่มก่อตั้งกิจการเป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนและการดำเนินกิจการ โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อหวังผลกำไรและความพอใจ และ McCrimmon (1995 : 37-38) กล่าวว่า ผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่มีเจตจำนงในการเผชิญกับความเสี่ยงที่จะหาโอกาสขยายกิจการไปสู่ตลาดใหม่ๆ โดยการผลิตสินค้าใหม่ๆ ขึ้นดีและบริการยอดเยี่ยม บางโอกาสอาจทำตามแบบผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมาแล้วก็ได้ ซึ่งต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ หรือมีเจตจำนงที่ต้องใช้จ่ายจำนวนมาก เพื่อการเสี่ยงโชค

Scarborough and Zimmerer (2003 : 9) กล่าวว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ก่อตั้งธุรกิจใหม่ที่ต้องเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนเพื่อหาผลกำไรและความก้าวหน้า โดยการใช้ประโยชน์จากโอกาส และทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็น

ในขณะที่ Hisrich and Michael (1998 : 22) จะเน้นว่า การเป็นผู้ประกอบการ เป็นกระบวนการสร้างสรรค์บางสิ่งบางอย่างที่แตกต่างกันในด้านคุณค่า โดยอุทิศเวลาและความอดสาเหะ รวมทั้งปัจจัยด้านการเงิน จิตวิทยาและความเสี่ยงทางสังคมเพื่อหวังผลกำไร ความเป็นอิสระ และความพึงพอใจ

จากการให้ความหมายของผู้ประกอบการในข้างต้น ผู้วิจัยสามารถนิยามโดยสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ รวบรวมข้อมูล มีการวางแผนเพื่อที่จะดำเนินการก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาโดยการนำเอาปัจจัยการผลิตต่างๆ เช่น ทุน ที่ดิน แรงงาน และเทคนิคการบริหารจัดการ มาดำเนินการด้วยวิธีที่สร้างสรรค์ นำมาเสนอขายในตลาดเพื่อหวังผลกำไร และพร้อมที่จะยอมรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้ในการดำเนินธุรกิจของตนเอง

1.2. คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

Rokhman and Ahamed (2015 : 30-31) กล่าวว่า จากการประมวลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ พบว่า ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement) และความเชื่อมั่นในตนเอง เป็นตัวแปรที่มีการศึกษาวิจัยมากที่สุด

พรรณสิยา นิธิกิตต์สุขเกษม (2561 : 146-161) ได้อธิบายถึงการเป็นผู้ประกอบการที่ดีและที่ประสบความสำเร็จ ต้องมีคุณลักษณะร่วมกันหลายประการ ดังนี้

1. มีความต้องการอย่างแรงกล้าในการทำธุรกิจ เพราะความต้องการนี้จะเป็แรงผลักดันให้ผู้ประกอบการสามารถบรรลุเป้าหมายได้
2. มีความยึดมั่น ไม่ย่อท้อต่อความล้มเหลว อุปสรรคต่างๆ ที่เข้ามา ให้คิดว่าความผิดพลาดที่เกิดขึ้นนั้นเป็นประโยชน์
3. มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตน และแนวความคิดการดำเนินธุรกิจ และต้องเชื่อว่าสามารถสำเร็จตามเป้าหมายได้ถ้าลงมือทำ
4. สามารถตัดสินใจด้วยตัวเอง และเชื่อว่าความสำเร็จหรือความล้มเหลวขึ้นอยู่กับกรกระทำของตนเอง
5. มีความสามารถจัดการกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้ และจะต้องมองความเสี่ยงแตกต่างออกไปจากผู้อื่น และผู้ประกอบการจะประเมินสถานการณ์ความเสี่ยง และหาวิธีดำเนินการจัดการกับความเสี่ยงก่อนจะตัดสินใจ และต้องดำเนินการเฉพาะความเสี่ยงที่สามารถยอมรับได้
6. มองการเปลี่ยนแปลงเป็นโอกาส ต่างกับบุคคลทั่วไปที่มองว่า การเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที่ควรหลีกเลี่ยง

7. มีความอดทนต่อความคลุมเครือที่ไม่มีสิ่งประกันความสำเร็จ มีแต่ปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น เศรษฐกิจ สภาพภูมิอากาศ และผู้ประกอบการต้องดำรงอยู่ได้กับความไม่แน่นอน

8. มีความริเริ่มสิ่งใหม่และต้องการความสำเร็จ ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์แตกต่างจากผู้อื่น และมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะประสบความสำเร็จ

9. ใส่ใจกับรายละเอียดและต้องการงานที่สมบูรณ์ มักจะต้องการให้งานของตนออกมาด้วยความเป็นเลิศ

10. ตระหนักในคุณค่าของเวลาที่ผ่านไปอย่างรวดเร็ว

11. มีความคิดสร้างสรรค์ เป็นหนึ่งในเหตุผลของความสำเร็จของผู้ประกอบการ มีความสามารถมองเห็นโอกาสที่ผู้อื่นไม่เห็นมีจินตนาการในแบบต่างๆ ที่ผู้อื่นไม่สามารถมองเห็นได้

ไม่เพียงแต่นักวิชาการหรือนักวิจัยในต่างประเทศเท่านั้นที่สนใจศึกษา ยังมีนักวิชาการไทยจำนวนมากที่ได้ทำการศึกษาและได้จำแนกคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จไว้เช่นกัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

รุจิรดา สำเร็จ (2564 : 8) พบว่า คุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้นั้น มีด้วยกัน 10 ลักษณะ คือ

1. ความกล้าเสี่ยงอย่างสมเหตุผลในเรื่องของการลงทุน
2. คุณลักษณะคิดค้นประดิษฐ์ด้วยความมีเหตุผล
3. ความสามารถในการกล้าเสี่ยงที่จะดำเนินธุรกิจ
4. ความสามารถในการรับรู้และมองเห็นช่องทางดำเนินธุรกิจ
5. แรงจูงใจและค่านิยมที่ดีในการทำงาน
6. แรงจูงใจในความเป็นเลิศด้วยความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์
7. ความเชื่อมั่นในตนเอง
8. ความไม่เชื่อเกี่ยวกับโชคกลาง
9. ความเป็นผู้นำ
10. ความสามารถและเชื่อมั่นในด้านสังคมเชิงธุรกิจ

ประอรณุช โปร่งมณีกุล รักเกียรติ หงษ์ทอง และสิริินาฏ วงศ์สว่างศิริ (2561 : 218) กล่าวว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้น มักจะมีคุณลักษณะต่างๆ ดังนี้

1. เป็นนักวิเคราะห์โอกาส ชอบค้นคว้าหาความรู้ แสวงหาโอกาสเพื่อไปสู่ความสำเร็จ
2. เป็นนักแก้ปัญหา สามารถเข้าถึงปัญหาและแก้ไขด้วยความมั่นใจ เข้าใจได้อย่างชัดเจน สามารถแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ต้องรู้วาทะทางออกโดยวิธีใดที่ง่าย รวดเร็ว และเกิดความเสียหายน้อยที่สุด

3. เป็นนักคิดที่มีเหตุผล กล้ายอมรับในสิ่งที่ตนกระทำ เมื่อเกิดข้อผิดพลาด ผู้ประกอบการจะพบวิธีการแก้ปัญหา จะไม่ตัดสินใจปัญหาที่เข้าข้างตัวเอง

4. เป็นนักบริหารตามวัตถุประสงค์ เข้าใจงานที่ละเอียดเพื่อผลสำเร็จของงานที่ต้องบรรลุผลตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนที่ดีที่สุด เพื่อให้งานสำเร็จดังที่ตั้งเป้าหมายไว้

5. เป็นพนักงาน ชอบทำกิจกรรมและต้องทำให้สำเร็จ ใช้เวลาส่วนตัวเป็นเวลางานไปด้วยและทำทุกอย่างเท่าที่ทำได้

6. เป็นนักควบคุม ผู้ประกอบการที่จะควบคุมงานและควบคุมตนเอง สามารถทำงานได้โดยลำพัง มีความมานะ มุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ

Frese (2000 : 31) ได้อธิบายถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ดี ประกอบด้วย 6 ลักษณะ คือ

1. ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation) คือ ความสามารถและความตั้งใจที่จะนำตนเองไปสู่โอกาส บุคคลที่มีลักษณะที่เป็นตัวของตัวเองจะเป็นคนที่มีความสามารถทำงานได้ด้วยตนเองและสามารถตัดสินใจได้ในภาวะที่บีบบังคับ หรือมีความจำกัด

2. ความมีนวัตกรรม (Innovativeness Orientation) คือ การมีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับสินค้าใหม่ๆ การบริการ และเทคโนโลยีใหม่ ๆ

3. ความกล้าเสี่ยง (Risk taking Orientation) สามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ การกล้าเสี่ยงต่อสิ่งที่ไม่รู้ การกล้าใช้ทรัพย์สินจำนวนมากสำหรับการก่อตั้งธุรกิจ และการกล้ากู้ยืมเงินจำนวนมาก ซึ่งความกล้าเสี่ยงดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกับ ลักษณะการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน

4. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness Orientation) เป็นคุณลักษณะที่ทำให้คู่แข่งยากที่จะเข้ามาในตลาดเดียวกัน ผู้ประกอบการที่มีลักษณะก้าวร้าวจะมีความมุ่งมั่นสูงในการพยายามก้าวล้ำหน้า ทำให้คู่แข่งหมดประสิทธิภาพ และทำการต่างๆ เหนือกว่าคู่แข่งในตลาด

5. ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) ลักษณะที่มีความมั่นคง ไม่หวั่นไหวกับสถานการณ์หรือความผิดพลาดที่เกิดขึ้น และนำข้อบกพร่อง ดังกล่าวมาเป็นประสบการณ์ที่ดีในการเรียนรู้

6. ความใส่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation) ลักษณะที่ผู้ประกอบการค้นหาหนทาง หรือเน้นหนทางที่นำไปสู่ความสำเร็จ เป็นผู้ที่ชอบงานที่มีความท้าทายและมีแรงจูงใจที่จะทำงานนั้น ๆ ให้ดีกว่าเดิมและประสบความสำเร็จ

จากคุณลักษณะผู้ประกอบการที่รวบรวมจากนักวิชาการหรือนักวิจัยไว้ข้างต้น ซึ่งมีหลากหลายแนวคิด ดังนั้น ในการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ผู้เขียนจึงเลือกทำการศึกษาวิจัยตามแนวคิดของ ดร.เฟรเซอ (Frese) ซึ่งได้รวบรวมคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ไว้ดังนี้ 1) ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy

Orientation) 2) ความมีนวัตกรรม (Innovativeness Orientation) 3) ความกล้าเสี่ยง (Risk taking Orientation) 4) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness Orientation) 5) ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) 6) ความใส่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation) ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดเหล่านี้มาใช้ในการศึกษาเรื่องคุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

2. กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ

สุวิทย์ อินเขียน (2559 : 21-24) ได้แบ่งกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการออกเป็น 5 กลยุทธ์ ซึ่งประกอบด้วย กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการ กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และกลยุทธ์นวัตกรรม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1. กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง

กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) เป็นกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยการคิดค้นสินค้าหรือบริการที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง โดยมีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์

2.2. กลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการ

กลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการเป็นกลยุทธ์การปรับปรุงผลิตภัณฑ์และสินค้าเดิมให้มีคุณภาพดีขึ้น ซึ่งสามารถดำเนินการได้โดยการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ การดัดแปลงผลิตภัณฑ์ และการเพิ่มประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

2.3. กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ

กลยุทธ์ต้นทุนต่ำเป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นในการสร้างความได้เปรียบทางด้านต้นทุนเหนือคู่แข่ง โดยองค์กรจะใช้เวลา และความสามารถในการดำเนินงานที่ทำให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าหรือบริการต่ำกว่าคู่แข่ง ขณะเดียวกันก็ได้สินค้าที่มีมาตรฐาน ไม่ใช่คุณภาพสินค้าหรือบริการต่ำกว่าคู่แข่ง โดยลูกค้าจะพิจารณาคุณค่าของสินค้าหรือบริการที่ได้รับ ไม่ใช่พิจารณาต้นทุนต่ำอย่างเดียวลูกค้าจะประเมินต้นทุนในรูปแบบของการเปรียบเทียบคือ เปรียบเทียบต้นทุนกับประโยชน์ที่จะได้จากสินค้าหรือบริการและเปรียบเทียบกับต้นทุนของคู่แข่งด้วย

2.4. กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าถือเป็นหนึ่งในกลยุทธ์การตลาดที่ช่วยสร้างมูลค่าให้กับแบรนด์และธุรกิจแบบระยะยาว โดยมุ่งเน้นความสำคัญไปที่การสร้างคามพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นหลัก เพื่อสร้างประสบการณ์ดี ๆ ให้กับลูกค้า จนกลายเป็นลูกค้าที่จงรักภักดีให้กับแบรนด์และธุรกิจ

2.5. กลยุทธ์นวัตกรรม

กลยุทธ์นวัตกรรมเป็นกลยุทธ์ที่ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำให้เกิดนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมบริการ ซึ่งก่อให้เกิดการนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม ซึ่งเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับธุรกิจ

3. ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

3.1. ความหมายของความสำเร็จของธุรกิจ (Business success)

ความสำเร็จของธุรกิจ (Business success) หมายถึง สิ่งที่ทำให้มี หรือให้เกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามเป้าหมาย ซึ่งได้มีนักวิชาการให้ความหมายของความสำเร็จของธุรกิจ ดังนี้

Pletnev and Barkhatov (2016 : 192-193) ได้กล่าวว่า ความสำเร็จของธุรกิจ คือ การพิจารณาผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์หลักของกิจการ โดยเน้นที่ผลประโยชน์ที่จะองค์กรได้รับ ทั้งในรูปตัวเงินและในรูปที่ไม่เป็นตัวเงิน

Berger-Walliser et al. (2011 : 58) ได้กล่าวว่า ธุรกิจเป็นองค์การที่ดำเนินงานเพื่อมุ่งหวังกำไร โดยผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น ความสำเร็จในธุรกิจ จึงเป็นการดำเนินการในองค์การทุกกระบวนการเพื่อมุ่งให้ได้มาซึ่งผลกำไรมากที่สุด โดยสามารถผลิตสินค้าหรือบริการที่มุ่งสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

Chittithaworn et al. (2011 : 183) กล่าวว่า ความสำเร็จในธุรกิจทุกอย่างนั้น ล้วนทำเพื่อมุ่งหวังยอดขายที่ให้ผลกำไรต่อองค์การ และธุรกิจนั้นต้องเป็นผู้ผลิตสินค้าและให้บริการสู่ระบบเศรษฐกิจได้สูงสุด

Nikolaeva and Pletnev (2016 : 179) ได้กล่าวว่า ความสำเร็จขององค์กร เป็นตัวแปรที่นำเสนอ ถึงความสัมพันธ์ของประสิทธิภาพขององค์กรอย่างมีความหมายในเชิงนามธรรมและรูปธรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกัน เพื่อทำให้องค์กรได้รับผลประโยชน์สูงสุด

ผู้เขียนจึงสามารถสรุปได้ว่า ความสำเร็จของธุรกิจ (Business success) หมายถึง สิ่งที่ทำให้มี หรือให้เกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามวัตถุประสงค์หลักของกิจการ โดยเน้นที่ผลประโยชน์ที่องค์กรได้รับ ทั้งในรูปตัวเงินและในรูปที่ไม่เป็นตัวเงิน กล่าวคือ ต้องมีการดำเนินการในองค์การทุกกระบวนการ ให้มุ่งหวังไปที่ผลกำไรที่องค์กรจะได้รับมากที่สุด และองค์กรสามารถผลิตสินค้าหรือบริการที่มุ่งสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้สูงสุด

3.2. การวัดความสำเร็จของธุรกิจ (Business success factors)

Kaplan and Norton (1992 : 87-88) เสนอว่า ระบบการวัดความสำเร็จทางธุรกิจ แบบดั้งเดิมมุ่งเน้นการวัดด้านการเงินเป็นหลัก แต่การวัดด้านการเงินเป็นเพียงการบอกเรื่องราวในอดีต ซึ่งเหมาะสมกับยุคธุรกิจอุตสาหกรรมที่ลงทุน ในกำลังการผลิตสำหรับระยะยาว และความสัมพันธ์กับลูกค้า ไม่ใช่

จุดสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จได้ทั้งหมด เมื่อธุรกิจก้าวเข้าสู่ยุคเทคโนโลยี ธุรกิจจำเป็นต้องสร้างคุณค่าในอนาคต โดยผ่านการลงทุนด้านลูกค้า ผู้ร่วมค้า พนักงาน กระบวนการธุรกิจ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ดังนั้น การที่จะวัดผลสำเร็จของการประกอบธุรกิจ นอกจากวัดผลสำเร็จทางการเงินแล้ว ยังจะวัดผลสำเร็จทางด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในธุรกิจ และด้านการเรียนรู้การเติบโต หรือด้านการเรียนรู้และนวัตกรรมประกอบกันด้วย

Druch (2005 อ้างถึงใน วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์, 2557 : 35) ได้เสนอตัววัดความสำเร็จของธุรกิจในระดับกลยุทธ์ โดยระบุเป็นตัวแปรหรือผลงานสำคัญด้านต่างๆ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 “ตัวแปร” หรือ “ผลงานสำคัญ” ระดับกลยุทธ์ 9 ด้าน

ผลงานสำคัญ	คำอธิบาย
1. สถานภาพทางการตลาด (Market Position)	วัดจากเป้าหมายและการบรรลุเป้าหมาย ด้านฐานะทางการตลาด ส่วนแบ่งตลาด ทั้งตลาดปัจจุบันและตลาดใหม่ รวมทั้งสินค้าใหม่ และบริการที่มุ่ง สร้างความจงรักภักดีจากลูกค้า
2. คุณภาพ (Quality)	รักษาและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และบริการของบริษัท
3. นวัตกรรม (Innovation)	มีสัมฤทธิ์ภาพในการบรรลุถึงระดับของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ รวมทั้งกระบวนการใหม่ๆ ซึ่งหมายถึงทักษะและกิจกรรมที่จำเป็นจะต้องมีเพื่อเพิ่มพูนสมรรถนะของบริษัทในเชิงแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว
4. ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)	ทะนุบำรุงรักษาพฤติกรรมอันประกอบไปด้วย จริยธรรม รวมทั้งแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่างๆ เช่น มีส่วนร่วมในการรักษาสภาพแวดล้อม และคุณภาพชีวิตโดยรวม
5. ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources)	สรรหา พัฒนา และบำรุงรักษาทรัพยากรบุคคลทุกระดับให้มีคุณภาพสูง ทั้งด้านความรู้ความสามารถ ทักษะ และทัศนคติ รวมทั้งพนักงานสัมพันธ์ กับสภาพแรงงาน
6. ทรัพยากรทางการเงิน (Financial Resources)	จัดหา รักษาและจัดการทรัพยากรการเงินอย่างเหมาะสม
7. ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resources)	จัดหาสร้างและซ่อมแซม บำรุงรักษาทรัพยากรทางกายภาพ เช่น อาคาร สถานที่ โรงงาน เครื่องจักร อุปกรณ์ เครื่องมือ และเทคโนโลยี ที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งนำมาใช้อย่างเหมาะสม
8. ประสิทธิภาพด้านต้นทุน (Cost Efficiency)	มีการใช้ทรัพยากรทุกประเภท ทุกชนิด อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ บริษัทสามารถผลิตสินค้าหรือบริการด้วยต้นทุนต่ำ

9. การทำกำไร (Profitability)	ระดับกำไรจะต้องเหมาะสม ไม่ต่ำและสูงเกินไป รวมทั้งดัชนีตัวบ่งชี้อื่นๆ ที่แสดงถึงฐานะทางการเงินที่ดี
---------------------------------	--

ที่มา : วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ (2557 : 35)

ทั้งนี้ ผลงานสำคัญด้านต่าง ๆ ทั้ง 9 ด้าน อาจแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ ด้วยกัน คือ

1. กลุ่มเสริมสภาพภาพทางการตลาด
2. กลุ่มบริหารทรัพยากร
3. กลุ่มเศรษฐกิจและการทำกำไร

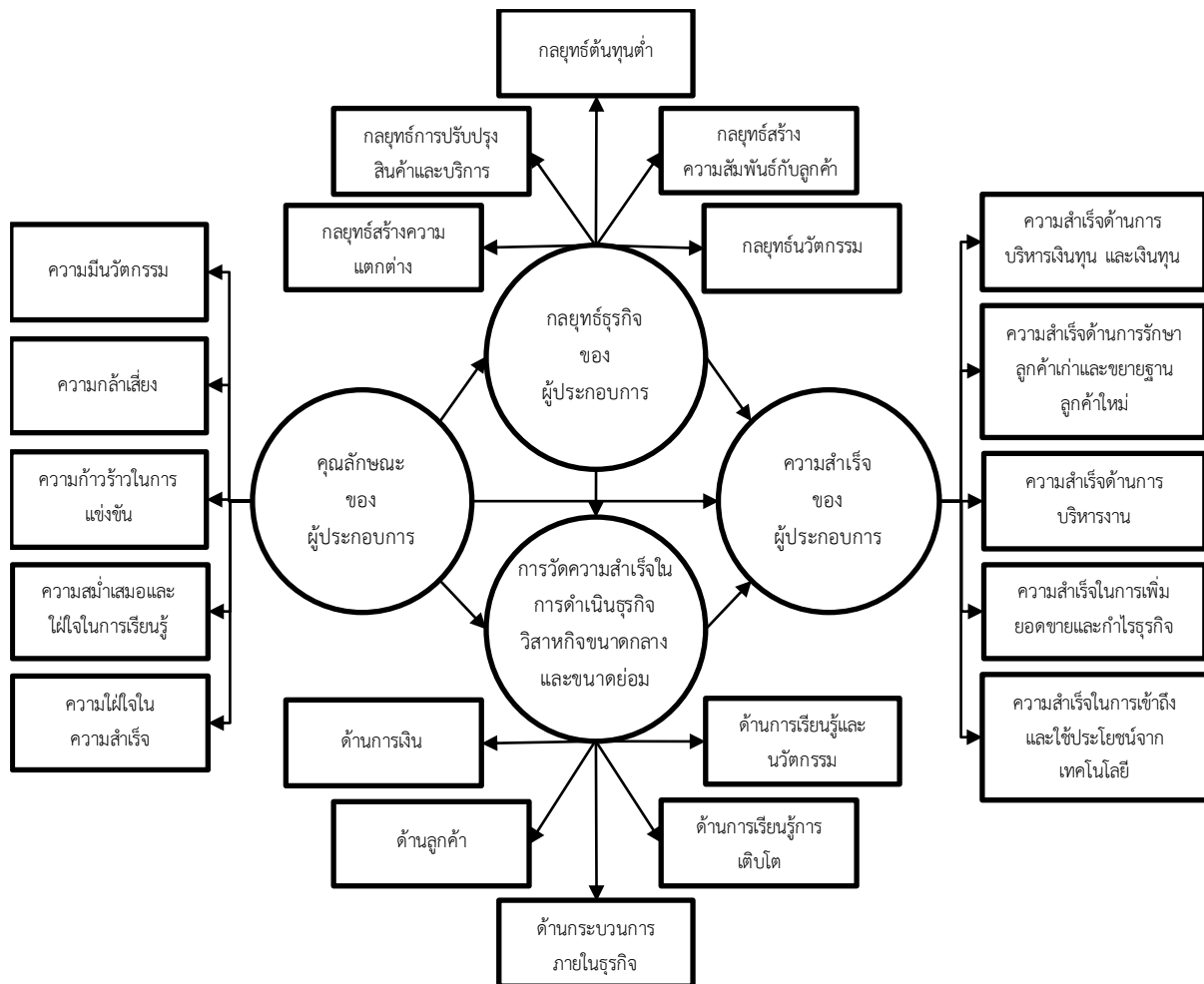
ทั้งนี้ Frese (2000 : 31) ได้เสนอวิธีการวัดความสำเร็จของผู้ประกอบการ โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาด้วยกัน 4 วิธี ได้แก่

1. ให้ผู้ประกอบการประเมินความสามารถของตนเอง ซึ่งจะใช้ความเห็นในด้านการเงิน เป็นตัวสะท้อนธุรกิจ และความพึงพอใจจากรายได้ที่มาจากการดำเนินธุรกิจ
2. ทำการวัดทางเศรษฐกิจ โดยพิจารณาข้อมูลทางการเงิน ได้แก่ จำนวนลูกค้าที่มีการเพิ่มขึ้นหรือลดลง ผลกำไรและยอดขายภายในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา
3. วัดจากแบบสอบถามด้วยภาพของ บรูเดอร์ล เพรสเซนเดอร์ฟเฟอร์ และซิกเกลอร์ เป็นการวัดแนวโน้มธุรกิจโดยรวม ให้ผู้ประกอบการประเมินความสำเร็จของธุรกิจในช่วงปีที่ผ่านมาว่า มีลักษณะการเปลี่ยนแปลงอย่างไรด้วยภาพ
4. วัดจากการสังเกตของผู้สัมภาษณ์ ซึ่งให้คะแนนที่แบ่งเป็น 5 ระดับย่อย ในการสัมภาษณ์เพื่อประเมินความสำเร็จของผู้ประกอบการ

สรุป

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ เป็นลักษณะส่วนบุคคลซึ่งผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ส่วนใหญ่มีอยู่ร่วมกัน และสามารถนำลักษณะเหล่านี้มาจำแนกได้ว่าผู้ใดสามารถเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จได้ในอนาคต และกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาจเนื่องด้วยผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ต้องมีการกำหนดแผนการดำเนินงานของธุรกิจในระยะยาวอย่างชัดเจนเพื่อที่จะสร้างกำไรสูงสุด มีแผนในการมองหาลาดใหม่ๆ ให้กับธุรกิจอยู่เสมอ มีการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาทดแทน สิ่งเหล่านี้มีผลทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จเพิ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) พบว่าประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ 1) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ 2) กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(SMEs) ดังผังมโนทัศน์เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ดังนี้



ผังมโนทัศน์เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

เอกสารอ้างอิง

- จารุพร ชันธนันท์, และวสุธิดา นูริตมนต์. (2562). คุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาลูกค้าของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคกลางของประเทศไทย. *วารสารสุทธิปริทัศน์*. 33 (108), 132-144
- คณิศร อุ่นแสงจันทร์. (2564). คุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*. 7 (1), 618-629.
- ทิปดี ทัทพรรณ และประสพชัย พสุนนท์. (2562). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้า บริษัททรูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). *Electronic Journal of Open and Distance Innovative Learning*. 9 (1), 106-117.
- ธนพล ก่อฐานะ. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการจัดการความเสี่ยงกับผลการดำเนินงานแบบสมดุลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม*. 14 (3), 106-115.
- ประอรนุช โปร่งมณีกุล, รักเกียรติ หงษ์ทอง และสิรินาฏ วงศ์สว่างศิริ. (2561). สารสนเทศกับบทบาทภาวะผู้นำในองค์กรธุรกิจ. *Journal of Humanities and Social Sciences Review*. 20 (1), 203-227.
- พรรณลียา นิธิกิตต์สุขเกษม. (2561). โมเดลความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของผู้เรียนในโครงการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจเพื่อการศึกษา. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ*. 7 (1), 146-161.
- พัชรินทร์ เพชรช่วย, ปลื้มใจ ไพจิต, รัตติยาภรณ์ รอดสีเสน. (2564). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของวิสาหกิจ. *วารสารวิทยาการจัดการ*. 8 (1), 107-124.
- รุจิรา สำเร็จ. (2564). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จในการเลี้ยงกุ้งขาว ภายใต้มาตรฐานปฏิบัติทางการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำที่ดี (GAP) ของเกษตรกรในอำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี. วิทยาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์. (2557). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สวลี วงศ์ไชยา. (2560). อิทธิพลกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs). ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

- สุวิทย์ อินเขียน. (2559). *กลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรในจังหวัดสมุทรปราการ*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2564). บทสรุปผู้บริหาร รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2564. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 เมษายน 2565, จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20210922171225.pdf
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2565). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (MSME) รายเดือนมีนาคม 2565. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 เมษายน 2565, จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20220420160226.pdf
- Amran Awang, Abdul Rashid Said Asghar, & Khairul Anwar Subari. (2010). Study of Distinctive Capabilities and Entrepreneurial Orientation on Return on Sales among Small and Medium Agro-Based Enterprises (SMAEs) in Malaysia. *International Business Research*. 2, 34-48.
- Berger-Walliser, G., Bird, Robert C., & Haapio, H. (2011). Promoting business success through contract visualization. *Journal of Law, Business, and Ethics*, Vol. 17, 55-75.
- Chittithaworn, C., Islam A., Keawchana T., & Hasliza, D. (2011). Factors Affecting Business Success of Small & Medium Enterprises (SMEs) in Thailand. *Asian Social Science*, 7(5), 180 -190.
- Frese, Michael. (2000). *Success and Failure of Micro business Owners in Africa : A Psychological Approach*. United States of America : Greenwood Publishing Group.
- Hisrich, R. D., & Michael, P. P. (1998). *Entrepreneurship*. New York: The McGraw Hill Book Co.
- Kaplan, R.S. and Norton, D. P. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Boston: Havard Business School.
- Kilby, P. (1971). *Entrepreneurship and Economic Development*. Houghton Mifflin, New York.
- McCrimmon, M. (1995). Teams without roles: empowering teams for greater creativity, *Journal of Management Development*, Vol. 14 No. 6, pp. 35-41.
- Nikolaeva, E. and Pletnev, D. A. The Role of the Transaction Costs in the Business Success of Small and Medium Sized Enterprises in Russia. *Social and Behavioral Sciences*. 221(7), 176–184.
- Pletnev D. & Barkhatov V. (2016). Business Success of Small and Medium Sized Enterprises in Russia and Social Responsibility of Managers. *Social and Behavioral Sciences*, 221 (2), 185-193.
- Rokhman, W. & Ahamed, F. (2015). The Role of Social and Psychological Factors on Entrepreneurial Intention among Islamic College Students in Indonesia. *Entrepreneurial Business and Economics Review*. 3 (1), 29-42.
- Scarborough, N. and Zimmerer, T. (2003). *Effective Small Business Management: An Entrepreneurial Approach*, Prentice Hall Publishing, New Jersey.