

การเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่

Modern Entrepreneurship

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฎิญา มุลศรี

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

การเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่

Modern Entrepreneurship

ผู้เขียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฎิยา มูลศรี

จำนวนครั้งที่พิมพ์และปีที่เผยแพร่ : 1/2569

ISBN (e-book) : 978-616-637-033-1

จัดทำโดย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฎิยา มูลศรี
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
83 หมู่ 11 ตำบลสะเตียง อำเภอเมืองเพชรบูรณ์
จังหวัดเพชรบูรณ์ 67000
อีเมล krisitya.m@pcru.ac.th โทรศัพท์ 082 669 5094

ข้อมูลบรรณานุกรมสำนักหอสมุดแห่งชาติ

กฤษฎิยา มูลศรี.

การเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ = Modern Entrepreneurship.— เพชรบูรณ์ : [ม.ป.พ.], 2569.
407 หน้า.

1. ผู้ประกอบการ. 2. เจ้าของกิจการ. I. ชื่อเรื่อง.

658.421

ISBN (e-book) 978-616-637-033-1

ออกแบบปก : บริษัท ดีเซมเบอรี่ จำกัด (สำนักพิมพ์คำนำ)
และรูปเล่ม 248/7 ซอยมิตตคาม ถนนสามเสน แขวงวชิรพยาบาล
เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300 โทรศัพท์ 085 997 7220
อีเมล 4decemberry@gmail.com

สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับเพิ่มเติม) พ.ศ.2565

ห้ามลอกเลียนแบบ ทำซ้ำ ดัดแปลง แก้ไขไม่ว่าส่วนใดส่วนหนึ่งของหนังสือเล่มนี้
นอกจากจะได้รับอนุญาตจากผู้จัดทำเท่านั้น

คำนำ

หนังสือ *การเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่* เล่มนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแหล่งองค์ความรู้ที่ผสมผสานทั้งทฤษฎีและการปฏิบัติจริงในโลกธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอและมีการแข่งขันสูง การเป็นผู้ประกอบการในปัจจุบันจึงไม่ใช่เพียงการเริ่มต้นธุรกิจเท่านั้น แต่ยังต้องประกอบด้วยทักษะ ความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการมองเห็นโอกาส และการนำองค์ความรู้หลากหลายด้านมาบูรณาการเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์อย่างยั่งยืน ตลอดระยะเวลาที่ผู้เขียนได้สั่งสมประสบการณ์ด้านการเรียน การสอน การวิจัย การศึกษากรณีศึกษา ตลอดจนการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผู้เขียนได้ตระหนักว่าผู้ประกอบการสมัยใหม่จำเป็นต้องมีทักษะรอบด้านและทันสมัยเพื่อพัฒนาธุรกิจให้ตอบโจทย์ต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ จึงได้เรียบเรียงหนังสือเล่มนี้ขึ้นโดยมีเนื้อหาประกอบด้วย แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ โอกาสทางธุรกิจและการเริ่มต้นธุรกิจ การจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน การตลาดและกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล การจัดการการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากรมนุษย์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมในการประกอบธุรกิจ การบริหารการเงิน จริยธรรมทางธุรกิจ และการพัฒนาที่ยั่งยืน โมเดลธุรกิจและแผนธุรกิจ กรณีศึกษาและการประยุกต์ใช้สำหรับผู้ประกอบการ ซึ่งล้วนเป็นสาระสำคัญที่ผู้ประกอบการและผู้ที่มีสนใจด้านธุรกิจควรศึกษาเพื่อนำไปต่อยอดสู่การปฏิบัติได้จริง

ท้ายที่สุดนี้ ผู้เขียนขออ้อมรำลึกถึงพระคุณของคณาจารย์ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชา ตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เขียนทุกท่านที่ปรากฏในบรรณานุกรมท้ายเล่ม รวมถึงทุกภาคส่วนที่ให้การสนับสนุนจนหนังสือเล่มนี้สำเร็จลุล่วง ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่าหนังสือเล่มนี้จะเป็นประโยชน์ในการเรียนการสอน การพัฒนาความรู้ของผู้ประกอบการสมัยใหม่ ตลอดจนเป็นแหล่งข้อมูลให้ผู้สนใจสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างหรือพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ทั้งในบริบทปัจจุบันและในอนาคตที่ท้าทาย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กฤษติญา มุลศรี

สารบัญ

คำนำ.....	3
สารบัญ.....	4
สารบัญภาพ	9
สารบัญตาราง.....	11
บทที่ 1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่	13
1.1 บทนำ.....	15
1.2 ความหมายของผู้ประกอบการและการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ ...	15
1.3 แรงจูงใจและอุปสรรคในการเป็นผู้ประกอบการ.....	19
1.4 บทบาทของผู้ประกอบการต่อระบบเศรษฐกิจและสังคม.....	23
1.5 ความท้าทายและการส่งเสริมผู้ประกอบการในประเทศไทย.....	25
1.6 ทฤษฎีการรู้คิดและพฤติกรรมผู้ประกอบการ	32
1.7 คุณลักษณะของผู้ประกอบการสมัยใหม่ที่ประสบความสำเร็จ	36
1.8 สรุป.....	44
คำถามท้ายบท	45
บทที่ 2 โอกาสทางธุรกิจและการเริ่มต้นธุรกิจ.....	47
2.1 บทนำ.....	49
2.2 โอกาสทางธุรกิจและปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดโอกาสทางธุรกิจ	49
2.3 การประเมินความเป็นไปได้ทางธุรกิจ.....	62
2.4 กระบวนการสร้างธุรกิจ	68
2.5 รูปแบบการประกอบธุรกิจตามกฎหมาย	70
2.6 การเตรียมความพร้อมสำหรับการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่	76
2.7 สรุป.....	82
คำถามท้ายบท	83

บทที่ 3	การจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน	85
3.1	บทนำ	87
3.2	ความหมายของกลยุทธ์และการจัดการเชิงกลยุทธ์	87
3.3	ประโยชน์ของการจัดการเชิงกลยุทธ์	90
3.4	กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์	92
3.5	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	94
3.6	การกำหนดกลยุทธ์	104
3.7	การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ	115
3.8	การควบคุมและประเมินผลกลยุทธ์.....	117
3.9	สรุป.....	119
	คำถามท้ายบท	120
บทที่ 4	การตลาดและกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล.....	121
4.1	บทนำ	123
4.2	ความหมายของการตลาดและการแบ่งส่วนตลาด.....	124
4.3	กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	128
4.4	วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์	131
4.5	กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค	134
4.6	กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด	138
4.7	กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล	146
4.8	สรุป.....	154
	คำถามท้ายบท	155
บทที่ 5	การจัดการการดำเนินงาน	157
5.1	บทนำ.....	159
5.2	บทบาทของการจัดการการดำเนินงาน.....	159
5.3	กระบวนการดำเนินงาน	161
5.4	การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ.....	164
5.5	การเลือกรูปแบบการผลิตและการจัดวางสิ่งอำนวยความสะดวก.....	166
5.6	การวางแผนการผลิตและควบคุมคุณภาพ	169

5.7 การจัดซื้อ.....	172
5.8 การจัดการสินค้าคงคลัง.....	175
5.9 การใช้เทคโนโลยีในการผลิตและการบริการ.....	179
5.10 การจัดการการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืน	181
5.11 สรุป	188
คำถามท้ายบท	189
บทที่ 6 การบริหารทรัพยากรมนุษย์.....	191
6.1 บทนำ.....	193
6.2 การจัดองค์กร	194
6.3 กระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์	197
6.4 การได้มาซึ่งบุคคลที่เหมาะสมกับงาน.....	198
6.5 การรักษาและพัฒนาพนักงาน.....	203
6.6 การให้พนักงานพ้นออกจากงาน.....	215
6.7 แนวโน้มของตลาดแรงงานในอนาคต	216
6.8 แนวโน้มการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในอนาคต	220
6.9 สรุป.....	226
คำถามท้ายบท	227
บทที่ 7 เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมในการประกอบธุรกิจ.....	229
7.1 บทนำ	231
7.2 ความหมายและบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศ ในการประกอบธุรกิจ	231
7.3 การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการประกอบธุรกิจ	234
7.4 ความหมายและประเภทของนวัตกรรม.....	237
7.5 การขับเคลื่อนนวัตกรรมและบทบาทของนวัตกรรมต่อธุรกิจ	242
7.6 สรุป.....	250
คำถามท้ายบท	252

บทที่ 8 การบริหารการเงิน	253
8.1 บทนำ.....	255
8.2 การวางแผนและการวิเคราะห์ความต้องการเงินทุน	256
8.3 การจัดหาเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการ.....	259
8.4 การจัดสรรเงินทุนและการประเมินการลงทุน.....	264
8.5 ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา.....	275
8.6 ภาษีเงินได้นิติบุคคล.....	276
8.7 ภาษีมูลค่าเพิ่ม	278
8.8 ภาษีธุรกิจเฉพาะ.....	279
8.9 อากรแสตมป์	282
8.10 ภาษีสรรพสามิต	283
8.11 ภาษีป้าย	285
8.12 สรุป	286
คำถามท้ายบท	288
 บทที่ 9 จริยธรรมทางธุรกิจและการพัฒนาที่ยั่งยืน	 289
9.1 บทนำ.....	291
9.2 จริยธรรมทางธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ	292
9.3 การสร้างมาตรฐานทางจริยธรรม	299
9.4 ความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ.....	303
9.5 แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน.....	307
9.6 สรุป.....	314
คำถามท้ายบท	315
 บทที่ 10 โมเดลธุรกิจและแผนธุรกิจ	 317
10.1 บทนำ.....	319
10.2 ความหมายและประโยชน์ของโมเดลธุรกิจ.....	319
10.3 องค์ประกอบหลักของโมเดลธุรกิจ.....	322
10.4 ความหมายและประโยชน์ของแผนธุรกิจ	337
10.5 องค์ประกอบหลักของแผนธุรกิจ	340

10.6 สรุป	349
คำถามท้ายบท	350
บทที่ 11 กรณีศึกษาและการประยุกต์ใช้สำหรับผู้ประกอบการ	351
11.1 บทนำ.....	353
11.2 กรณีศึกษา: ความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	354
11.3 กรณีศึกษา: การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทาง แอปพลิเคชันออนไลน์ Tiktok	363
11.4 สรุป	371
คำถามท้ายบท	372
บรรณานุกรม.....	373
ภาคผนวก	395
ดัชนี	405

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1	อุปสรรคและปัจจัยกระตุ้นในการเป็นผู้ประกอบการ.....	20
ภาพที่ 1.2	การส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการในประเทศไทย.....	32
ภาพที่ 1.3	ระบบของสมอง	35
ภาพที่ 1.4	ลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการ.....	37
ภาพที่ 1.5	คุณลักษณะของผู้ประกอบการสมัยใหม่ที่ประสบความสำเร็จ.....	43
ภาพที่ 2.1	ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจส่งผลให้เกิดโอกาสทางธุรกิจ	52
ภาพที่ 2.2	บรรจุภัณฑ์อาหารย่อยสลายได้ 100%.....	56
ภาพที่ 2.3	การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางธุรกิจ.....	63
ภาพที่ 2.4	การเตรียมความพร้อมสำหรับการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่.....	81
ภาพที่ 3.1	กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์.....	93
ภาพที่ 3.2	แรงผลักดัน 5 ประการ.....	102
ภาพที่ 3.3	กลยุทธ์ระดับองค์กร.....	106
ภาพที่ 4.1	วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์.....	131
ภาพที่ 4.2	ส่วนประสมทางการตลาด	140
ภาพที่ 5.1	กระบวนการดำเนินงานหรือการผลิต	161
ภาพที่ 6.1	การจัดองค์กรแบ่งตามผลิตภัณฑ์และแบ่งตามหน้าที่การทำงาน.....	196
ภาพที่ 6.2	การจัดองค์กรแบ่งตามพื้นที่	196
ภาพที่ 6.3	กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์.....	197
ภาพที่ 7.1	นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อ การเปลี่ยนแปลงธุรกิจ 2025-2030	234
ภาพที่ 7.2	กรอบกลยุทธ์การดำเนินงานระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570).....	243
ภาพที่ 7.3	อิทธิพลของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจ.....	247
ภาพที่ 8.1	จุดคุ้มทุน.....	266
ภาพที่ 8.2	โปรแกรมสำเร็จรูปในการคำนวณจุดคุ้มทุน	268
ภาพที่ 9.1	พีระมิดแห่งความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ของ Carroll	305
ภาพที่ 9.2	เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs Goals)	309

ภาพที่ 10.1 องค์ประกอบของโมเดลธุรกิจ	323
ภาพที่ 10.2 โมเดลธุรกิจบนผืนผ้าใบ	328
ภาพที่ 10.3 โมเดลธุรกิจถ่านอัดแท่งไร้ควัน	337
ภาพที่ 11.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม.....	357
ภาพที่ 11.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทาง แอปพลิเคชันออนไลน์ TIKTOK.....	365

สารบัญตาราง

ตารางที่ 8.1	การคำนวณหามูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับ	271
ตารางที่ 8.2	คำนวณหาค่าปัจจุบันของผลตอบแทนทั้งหมด	274
ตารางที่ 8.3	อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	276
ตารางที่ 8.4	อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล	277
ตารางที่ 8.5	อัตราการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต	284
ตารางที่ 11.1	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน ทางแอปพลิเคชันออนไลน์ TIKTOK	367
ตารางที่ 11.2	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ของปัจจัยคุณภาพ การบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทาง แอปพลิเคชันออนไลน์ TIKTOK	368

บทที่

1

**แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ
การเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่**



บทที่ 1

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ การเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่

1.1 บทนำ

ในยุคเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสร้างโอกาสใหม่ ๆ ให้กับสังคม การเป็นผู้ประกอบการไม่เพียงแต่เกี่ยวข้องกับการสร้างธุรกิจ แต่ยังต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจในหลักการ ทฤษฎี และคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการที่จะนำไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่กำลังพิจารณาก้าวเข้าสู่เส้นทางการเป็นผู้ประกอบการหรือผู้ที่ต้องการพัฒนาทักษะและศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการ โดยเนื้อหาในบทนี้ได้นำเสนอแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ ได้แก่ ความหมายของผู้ประกอบการและการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ แรงจูงใจและอุปสรรคในการเป็นผู้ประกอบการ บทบาทของผู้ประกอบการในระบบเศรษฐกิจและสังคม ความท้าทายและการส่งเสริมผู้ประกอบการในประเทศไทย ทฤษฎีการรู้คิดและพฤติกรรมผู้ประกอบการ และคุณลักษณะของผู้ประกอบการสมัยใหม่ที่ประสบความสำเร็จ

1.2 ความหมายของผู้ประกอบการและการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่

ในยุคที่เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญในการสร้างนวัตกรรม การเพิ่มมูลค่า และการขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง แนวคิดเรื่องผู้ประกอบการในปัจจุบันจึงไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการเป็นเจ้าของกิจการ แต่ยังครอบคลุมถึงความสามารถในการมองเห็นโอกาส การปรับตัว และการสร้างคุณค่าในรูปแบบใหม่ ดังนั้นการทำความเข้าใจความหมายของ

ผู้ประกอบการและการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่จึงเป็นพื้นฐานสำคัญของการศึกษาด้านการประกอบการธุรกิจ มีรายละเอียดดังนี้

1.2.1 ความหมายของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ คือ ผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่สามารถสร้างมูลค่าใหม่ ๆ ให้กับระบบเศรษฐกิจ สังคม และองค์กร โดยการใช้ความรู้ ทักษะ และความคิดสร้างสรรค์ ควบคู่กับการบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ จึงไม่ใช่เพียงแค่เป็นเจ้าของกิจการเท่านั้น จากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความหมายของผู้ประกอบการและการเป็นผู้ประกอบการพบว่าผู้ประกอบการ มีความหมาย ดังนี้

1) ผู้ที่มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ ทำการจัดสรรทรัพยากร รับความเสี่ยงในการผลิตสินค้าและบริการ โดยการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ ผ่านนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า (สิริลักษณ์ พิชัยณรงค์, 2565)

2) บุคคลที่มีแรงบันดาลใจใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อริเริ่มก่อตั้งกิจการ เมื่อเริ่มก่อตั้งแล้วต้องลงทุนกำลังกาย กำลังทรัพย์ กำลังความคิด มีการจัดสรรเงินทุนเพื่อค่าใช้จ่ายทางตรงและค่าใช้จ่ายทางอ้อมที่ก่อให้เกิดรายได้ มุ่งหวังกำไรในเชิงพาณิชย์ มีความเสี่ยงที่จะได้รับผลตอบแทน แตกต่างจากลูกจ้างหรือพนักงาน (สุภาภรณ์ เจริญประดับ, 2563)

3) คนที่พร้อมแบกรับความเสี่ยงเพื่อการตั้งต้นเป็นเจ้าของกิจการหรือคนที่พร้อมจะเสี่ยงด้วยสินทรัพย์ เวลา และความพยายามของตัวเอง เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือวิธีการดำเนินธุรกิจใหม่ ๆ ให้ได้มาซึ่งกำไร (วิทยา ด่านอำรงกุล, 2561)

4) บุคคลผู้ริเริ่มก่อตั้งกิจการเพื่อผลักดันให้ได้รับประโยชน์จากการดำเนินธุรกิจนั้น โดยต้องเผชิญกับความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ (อภิรติ คำไล่, 2559)

5) ผู้สร้างและ/หรือใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลง ด้วยการสร้างนวัตกรรม ยอมรับความเสี่ยง และเคลื่อนย้ายทรัพยากรไปยังพื้นที่หรือกิจกรรมเพื่อให้ได้ผลตอบแทน (รายได้) ที่สูงกว่า (Burns, 2021)

6) บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดใหม่ สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ องค์กรใหม่ ตลาดใหม่ หรือชุดความเป็นไปได้ใหม่ ๆ (Neck, Neck & Murray, 2018)

7) ผู้รับรู้และคว้าโอกาส ดำเนินและจัดการธุรกิจ รับผิดชอบความเสี่ยง โดยหวังผลตอบแทน (Mokaya, Namusonge & Sikalieh, 2012)

8) ผู้ที่พยายาม มุ่งมั่นหาโอกาสทั้งในธุรกิจใหม่หรือธุรกิจเดิม เพื่อสร้างมูลค่าสำหรับลูกค้าและตนเอง โดยยอมรับความเสี่ยงและผลตอบแทนที่เกิดจากความพยายาม (Moore, Petty, Palich & Longenecker, 2010)

ผู้เขียนสรุปว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่มีความสามารถในการริเริ่มสร้างสรรค์นวัตกรรมและบริหารจัดการธุรกิจ ด้วยความมุ่งมั่นที่จะเปลี่ยนแนวคิดหรือโอกาสให้กลายเป็นสินค้าและบริการที่มีมูลค่า โดยยอมรับความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนเพื่อสร้างผลตอบแทนในทางเศรษฐกิจและสังคม

1.2.2 ความหมายของการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่

การเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) เป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมมากขึ้นในช่วงสองถึงสามทศวรรษที่ผ่านมา องค์กรธุรกิจถูกสั่งรื้อรอบตัวให้จำเป็นต้องมีความเป็นผู้ประกอบการมากขึ้นเพื่อแสวงหาโอกาสในการรักษาความสามารถในการแข่งขันในสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน การเป็นผู้ประกอบการนอกจากจะช่วยเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมและสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจแล้ว ยังสร้างโอกาสทางการตลาดที่เหมาะสม เช่น การปรากฏตัวของนวัตกรรมใหม่ การพัฒนาเทคโนโลยีที่รวดเร็ว การมีผลิตภัณฑ์ที่ดีกว่าและแตกต่างจากเดิม (ราณี อิศัยกุล, 2558) นักวิชาการหลายท่านนิยามความหมายของการเป็นผู้ประกอบการไว้คล้ายคลึงกัน โดยพบว่า การเป็นผู้ประกอบการ มีความหมาย ดังนี้

1) การเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง กระบวนการที่ซับซ้อนซึ่งเกี่ยวข้องกับการรับรู้และการใช้ประโยชน์จากความเป็นไปได้ใหม่ ๆ อย่างเป็นระบบเพื่อสร้างและได้มาซึ่งคุณค่า การแสดงคุณค่านี้อาจมีหลายรูปแบบ ครอบคลุมผลกระทบเชิงพาณิชย์ สังคม สถาบัน หรือวัฒนธรรม (Purba, Sitorus & Ompusunggu, 2025)

2) การเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง กระบวนการสร้างสิ่งใหม่ที่มีนวัตกรรมและมีคุณค่า (Priyadi & Mulyani, 2024)

3) การเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง กระบวนการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่มีคุณค่าที่เกิดจากการอุทิศเวลาและความอดทน การรับความเสี่ยงทางการเงิน ทาง

จิตวิทยาและทางสังคมที่อาจเกิดขึ้นและการรับรางวัลตอบแทนในรูปของเงิน ความพึงพอใจส่วนบุคคล และความมีอิสระทางความคิด (Hisrich et al., 2008)

4) การเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง กระบวนการในการแสวงหาโอกาสภายใต้ความเสี่ยง การสร้างและจัดการธุรกิจเพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมายที่ต้องการของผู้ประกอบการ (วิทยา ด้านธำรงกุล, 2561)

5) การเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง กระบวนการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่มีคุณค่า ซึ่งมีการจัดสรรทรัพยากรและเวลาที่มีอยู่อย่างเหมาะสมเพื่อให้แนวคิดที่คิดขึ้น กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าต้องการ และการได้รับผลตอบแทนจากการประกอบการ โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น (ราณี อธิชัยกุล, 2558)

นักวิชาการข้างต้นให้ทัศนะที่มีจุดร่วมสำคัญว่า “การเป็นผู้ประกอบการ” คือ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการมองเห็นโอกาสการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่มีคุณค่า การจัดสรรทรัพยากรอย่างเหมาะสม และการยอมรับความเสี่ยงเพื่อให้เกิดผลตอบแทนหรือผลลัพธ์ที่ต้องการ ทั้งในมิติทางเศรษฐกิจ ความพึงพอใจส่วนบุคคล และคุณค่าต่อสังคม ดังนั้นแนวคิดเรื่องการเป็นผู้ประกอบการจึงไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการเริ่มต้นธุรกิจ แต่ครอบคลุมถึงความสามารถในการเปลี่ยนแนวคิดหรือโอกาสให้เกิดเป็นสินค้าหรือบริการที่มีคุณค่า

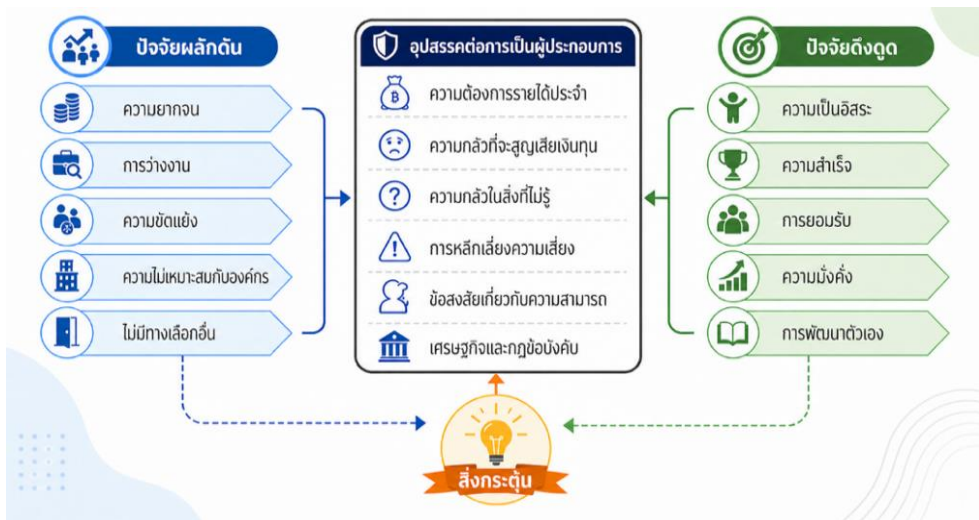
เมื่อพิจารณาในบริบทร่วมสมัยที่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากเทคโนโลยีดิจิทัล พฤติกรรมผู้บริโภค เศรษฐกิจ สังคม และแรงกดดันด้านความยั่งยืน ความหมายของการเป็นผู้ประกอบการจึงขยายกว้างขึ้นจากแนวคิดดั้งเดิม กล่าวคือ ผู้ประกอบการสมัยใหม่ไม่เพียงต้องสามารถสร้างคุณค่าและยอมรับความเสี่ยงเท่านั้น แต่ยังต้องมีความยืดหยุ่นในการปรับตัว ใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีในการตัดสินใจ เข้าใจระบบนิเวศธุรกิจ ทำงานร่วมกับภาคส่วนต่าง ๆ และดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของธรรมาภิบาลและความยั่งยืน

ผู้เขียนสรุปว่า การเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ หมายถึง กระบวนการในการแสวงหาและใช้ประโยชน์จากโอกาสทางธุรกิจอย่างสร้างสรรค์และเป็นระบบ โดยผสานนวัตกรรม ข้อมูล เทคโนโลยี และความร่วมมือในระบบนิเวศธุรกิจ เพื่อสร้างสินค้าหรือบริการที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภายใต้ความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง การบริหารความเสี่ยง และการยึดหลักความยั่งยืน

1.3 แรงจูงใจและอุปสรรคในการเป็นผู้ประกอบการ

การเป็นผู้ประกอบการเกิดขึ้นจากการผสมผสานระหว่าง **ปัจจัยผลักดัน** และ **ปัจจัยดึงดูด** ซึ่งทำให้คนต้องการเริ่มต้นธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันยังมี **อุปสรรค** ที่อาจทำให้การเริ่มต้นธุรกิจเป็นเรื่องท้าทาย โดยการเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ จะต้องอาศัย ความกล้าหาญ ความเชื่อมั่นในตนเอง และการวางแผนที่รอบคอบ

Burns (2021) ได้อธิบายว่าผลการสำรวจปี 2019-2020 ยืนยันว่าคน เริ่มต้นธุรกิจด้วยเหตุผลที่หลากหลาย ทั้งจากแรงผลักดันและแรงดึงดูด โดยแรงผลักดัน ที่ทำให้เริ่มต้นธุรกิจอาจเป็นเพราะสถานการณ์ที่บีบบังคับ เช่น ความยากจน การว่างงาน การถูกเลิกจ้าง หรือความไม่เหมาะสมกับองค์กรที่ทำงานอยู่ นอกจากนี้ การขาดแคลนงานในบางภูมิภาค ยังเป็นปัจจัยผลักดันที่สำคัญ สำหรับปัจจัยดึงดูด คือแรงจูงใจที่เกิดจากโอกาสในการสร้างความสำเร็จ เช่น ความเป็นอิสระ การได้รับการยอมรับ ความมั่งคั่ง และการพัฒนาตนเอง ปัจจัยเหล่านี้ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับแรง กระตุ้นทางจิตวิทยาและความต้องการที่จะควบคุมชะตาชีวิตของตนเอง อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าจะมีแนวคิดธุรกิจที่ดี มีเงินทุน และทักษะที่จำเป็น หลายคนยังลังเลที่จะเริ่มต้น ธุรกิจเนื่องจากเผชิญกับ อุปสรรค เช่น ความกลัวต่อสิ่งที่ไม่รู้จัก การขาดรายได้ที่ สม่ำเสมอ ความกลัวการสูญเสียเงินทุน และความไม่มั่นใจในความสามารถของตนเอง ซึ่งสิ่ง เหล่านี้มักเป็นอุปสรรคทางจิตวิทยาที่ทำให้คนไม่กล้าเสี่ยง ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 อุปสรรคและปัจจัยกระตุ้นในการเป็นผู้ประกอบการ
ที่มา: ผู้เขียน

จากภาพที่ 1.1 สามารถอธิบายเกี่ยวกับปัจจัยผลักดัน ปัจจัยดึงดูด และอุปสรรค ในการเป็นผู้ประกอบการ มีรายละเอียดดังนี้

1) **ปัจจัยผลักดัน (Push Factors)** เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดขึ้นจากปัญหาหรือสถานการณ์ที่กดดันให้บุคคลต้องเริ่มต้นธุรกิจ แม้ว่าคนเหล่านั้นอาจไม่ได้มีความสนใจที่จะเป็นผู้ประกอบการตั้งแต่แรก แต่ความจำเป็นบังคับให้ต้องเข้าสู่เส้นทางนี้เพื่อความอยู่รอด โดยลักษณะของปัจจัยผลักดันเหล่านี้มีความเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมที่คนเหล่านั้นอาศัยอยู่ เช่น

- **ความยากจน** เมื่อบุคคลขาดรายได้หรืออยู่ในสถานะที่ไม่สามารถดำรงชีวิตได้ด้วยวิธีอื่น การเริ่มต้นธุรกิจจึงเป็นหนทางเดียวในการสร้างรายได้ที่ยั่งยืน
- **การว่างงาน** ส่งผลให้หลายคนไม่มีทางเลือกอื่นนอกจากเริ่มต้นธุรกิจของตนเอง แม้ว่าพวกเขาอาจไม่มีความพร้อมด้านทักษะหรือประสบการณ์
- **ความขัดแย้งในที่ทำงาน** บางคนเลือกที่จะออกจากงานประจำและเริ่มต้นธุรกิจของตนเอง เพราะไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมองค์กรหรือเพื่อนร่วมงานได้

- **การไม่เหมาะสมกับองค์กร** บุคคลที่รู้สึกว่าการไม่เหมาะสมกับระบบการทำงานในองค์กร เช่น ไม่ชอบการทำงานแบบเคร่งครัดหรือระบบที่มีโครงสร้างที่ไม่ยืดหยุ่น จะมองว่าการเริ่มต้นธุรกิจคือโอกาสในการสร้างพื้นที่ที่เหมาะสมกับตนเอง

- **ไม่มีทางเลือกอื่น** บางสถานการณ์ เช่น การถูกเลิกจ้างหรือการประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ ทำให้บุคคลไม่มีทางเลือกอื่นนอกจากต้องริเริ่มธุรกิจเพื่อต่อสู้กับปัญหาและความท้าทาย

2) ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) คือแรงจูงใจเชิงบวกที่ทำให้คนอยากเริ่มต้นธุรกิจ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับความต้องการทางจิตใจและโอกาสในการเติบโตในอนาคต โดยตัวอย่างของปัจจัยดึงดูดมีดังนี้

- **ความเป็นอิสระ** ความต้องการมีอิสระในการตัดสินใจและควบคุมชีวิตของตนเองถือเป็นแรงดึงดูดสำคัญที่ทำให้คนอยากเริ่มต้นธุรกิจ

- **ความสำเร็จ** ผู้ที่ต้องการความสำเร็จและความพึงพอใจจากสิ่งที่สร้างขึ้นด้วยตนเองจะมองว่าการเป็นผู้ประกอบการช่วยเติมเต็มความต้องการนี้ได้

- **การได้รับการยอมรับ** การเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมักได้รับการยอมรับและความเคารพจากสังคมรอบข้าง ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นเชิงบวกที่สำคัญ

- **ความมั่งคั่ง** โอกาสในการสร้างรายได้และความมั่งคั่งที่มากกว่าการทำงานประจำเป็นสิ่งดึงดูดที่ทำให้หลายคนอยากเริ่มต้นธุรกิจ

- **การพัฒนาตนเอง** การเป็นผู้ประกอบการช่วยให้บุคคลพัฒนาทักษะใหม่ ๆ เช่น ทักษะการบริหารจัดการ การตัดสินใจ และการแก้ไขปัญหา ซึ่งเป็นสิ่งที่หลายคนมองว่าเป็นโอกาสในการเติบโต

3) อุปสรรค (Barriers) คือปัจจัยที่ขัดขวางหรือทำให้การเริ่มต้นธุรกิจเป็นเรื่องยาก ซึ่งปัจจัยเหล่านี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มหลัก คือ อุปสรรคภายในตัวบุคคล และ อุปสรรคภายนอก ที่เกิดจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

(ก) อุปสรรคภายในตัวบุคคล ได้แก่

- **ความต้องการรายได้ประจำ** ผู้ที่มีภาระทางการเงินสูง เช่น ต้องดูแลครอบครัว หรือมีค่าใช้จ่ายประจำ อาจไม่กล้าลงทุนทำธุรกิจเพราะกังวลว่าจะขาดรายได้ที่สม่ำเสมอ

- **ความกลัวการสูญเสียเงินทุน** การลงทุนในธุรกิจใหม่มีความเสี่ยงสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับผู้ที่ไม่มียุทธศาสตร์ การกลัวว่าสูญเสียเงินทุนจึงเป็นอุปสรรคสำคัญ

- **ความกลัวต่อสิ่งที่ไม่รู้จัก** ผู้ประกอบการมือใหม่มักกลัวกับสิ่งที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ เช่น ความไม่แน่นอนของตลาด หรือการบริหารจัดการธุรกิจที่ไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

- **ความกลัวความเสี่ยง** คนที่มีลักษณะนิสัยไม่ชอบความเสี่ยง มักลังเลที่จะเริ่มต้นธุรกิจ เพราะมองว่าโอกาสล้มเหลวมีมากกว่าโอกาสสำเร็จ

- **ความสงสัยในความสามารถของตนเอง** การไม่เชื่อมั่นในทักษะ ความรู้ หรือความสามารถของตนเองในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เป็นอุปสรรคทางจิตวิทยาที่พบได้บ่อยในผู้ประกอบการรายใหม่

(ข) อุปสรรคภายนอก ได้แก่

- **สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ** การแข่งขันที่รุนแรงในตลาด หรือภาวะเศรษฐกิจที่ไม่เอื้ออำนวย อาจทำให้หลายคนลังเลที่จะเริ่มต้นธุรกิจ

- **กฎระเบียบและข้อบังคับ** การเริ่มต้นธุรกิจต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ซับซ้อน เช่น การจดทะเบียน การเสียภาษี และการขอใบอนุญาต ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่

สรุปปัจจัยกระตุ้นในการเป็นผู้ประกอบการอาจเกิดจากแรงผลักดันแรงดึงดูด แต่อย่างไรก็ตามอาจมีอุปสรรคขัดขวางการเป็นผู้ประกอบการได้ โดย**ปัจจัยผลักดัน**เป็นแรงกดดันจากปัญหา เช่น ความยากจน การว่างงาน ความขัดแย้งในที่ทำงาน ความไม่เหมาะสมกับองค์กร หรือไม่มีทางเลือกอื่น ที่บังคับให้ต้องเริ่มธุรกิจเพื่อความอยู่รอด **ปัจจัยดึงดูด**เป็นแรงจูงใจเชิงบวกที่ทำให้อยากเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ความเป็นอิสระ ความสำเร็จ การได้รับการยอมรับ ความมั่นคง และโอกาสในการพัฒนาตนเอง และ**อุปสรรค**ที่ขัดขวางการเป็นผู้ประกอบการ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ อุปสรรคภายใน (ความต้องการรายได้ประจำ ความกลัวการสูญเสีย ความกลัวความเสี่ยง และความสงสัยในตนเอง) และอุปสรรคภายนอก (สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและกฎระเบียบที่ซับซ้อน) การเข้าใจปัจจัยทั้ง 3 กลุ่มนี้จะช่วยให้การตัดสินใจเริ่มธุรกิจมีความชัดเจนและนำไปสู่การเตรียมความพร้อมที่ดีในการประกอบธุรกิจ

1.4 บทบาทของผู้ประกอบการต่อระบบเศรษฐกิจและสังคม

ผู้ประกอบการถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจและสังคม เนื่องจากเป็นผู้สร้างสรรค์นวัตกรรม พัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ และส่งเสริมการจ้างงาน ซึ่งกระบวนการเหล่านี้นำไปสู่การกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจ การพัฒนาทางสังคม และการสร้างโอกาสใหม่ให้กับประชาชนในระดับต่าง ๆ โดยสามารถจำแนกบทบาทของผู้ประกอบการได้ดังนี้

1.4.1 บทบาทต่อระบบเศรษฐกิจ

ผู้ประกอบการมีบทบาทต่อเศรษฐกิจหลายด้านดังนี้

1) สร้างงานและลดปัญหาการว่างงาน ผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญในการสร้างงานในระบบเศรษฐกิจ โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่เป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญในหลายประเทศ ในตำแหน่งต่าง ๆ เช่น ฝ่ายผลิต การตลาด บัญชี หรือฝ่ายบริการลูกค้า การจ้างงานเหล่านี้ ช่วยลดอัตราการว่างงาน และเพิ่มรายได้ให้กับประชาชน ทำให้ประชาชนมีรายได้และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น รวมถึงการนำไปสู่การจ้างงานทางอ้อมในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ผลิตวัตถุดิบ ผู้ให้บริการขนส่ง หรือผู้ให้บริการด้านการตลาด

2) ขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการส่งผลโดยตรงต่อการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ผ่านการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ กิจกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นการผลิตสินค้า การให้บริการ การซื้อขาย และการลงทุน การพัฒนานวัตกรรม ล้วนสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับระบบเศรษฐกิจ ธุรกิจที่เติบโตและขยายตัวจะยิ่งสร้างผลผลิตและบริการมากขึ้น ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของประเทศเติบโตตามไปด้วย

3) ส่งเสริมการแข่งขันเสรีในระบบเศรษฐกิจและสร้างนวัตกรรม ผู้ประกอบการคือผู้ส่งเสริมการแข่งขันเสรีในระบบเศรษฐกิจ เนื่องจากผู้ประกอบการจะทำหน้าที่ในการคิดนวัตกรรม สร้างสรรค์สินค้าหรือบริการ เสนอต่อผู้บริโภค ดังนั้นจึงมีจำนวนผู้ประกอบการมากเท่าใด ยิ่งเป็นการส่งเสริมให้มีการแข่งขัน เกิดการคิดสร้างสรรค์สินค้าและบริการเสนอต่อผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือก มีสินค้าและบริการที่สามารถแก้ปัญหาในการดำรงชีวิต หรือตอบสนองความต้องการได้

อย่างแท้จริง และได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ ในราคาที่เหมาะสม ซึ่งการแข่งขันเสรีในระบบเศรษฐกิจทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์สูงสุด รวมทั้งการแข่งขันเสรีในระบบเศรษฐกิจก่อให้เกิดการพัฒนาสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพที่ดีที่สุด ใช้ทรัพยากรให้เกิดคุณค่าสูงสุด ต้นทุนต่ำสุด รวมถึงก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ จากความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการในการคิดค้น สร้างสรรค์สิ่งใหม่ เพื่อแข่งขันในระบบเศรษฐกิจ

4) กระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำ ผู้ประกอบการมีส่วนสำคัญในการกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ โดยผู้ประกอบการกระจายอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ มีบทบาทสำคัญในการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนในวงกว้าง สร้างงานให้กับคนในท้องถิ่น และสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน นอกจากนี้การเติบโตของธุรกิจยังนำไปสู่การจ่ายภาษี ซึ่งเป็นแหล่งรายได้สำคัญของรัฐบาลในการนำไปพัฒนาประเทศและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม

1.4.2 บทบาทต่อสังคม

ผู้ประกอบการมีบทบาทต่อสังคมหลายด้านดังนี้

1) พัฒนาชุมชนและท้องถิ่น ผู้ประกอบการในระดับท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาชุมชน ทั้งในแง่เศรษฐกิจและสังคม ธุรกิจในพื้นที่สร้างงานสร้างรายได้ และเพิ่มทางเลือกในการบริโภคสินค้าและบริการให้กับคนในพื้นที่ นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังมีส่วนในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานชุมชน สนับสนุนกิจกรรมทางสังคม และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเชิงนโยบายที่ส่งผลกระทบต่อท้องถิ่น ความสำเร็จของผู้ประกอบการในท้องถิ่นยังสร้างแรงบันดาลใจและเป็นแบบอย่างให้กับคนรุ่นใหม่ในชุมชน

2) เสริมสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์และต่อยอดคุณค่าทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ่านการแปลงทุนทางวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าและบริการที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ ตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่นำเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ หรือธุรกิจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม การดำเนินธุรกิจในลักษณะนี้ไม่เพียงสร้างรายได้ให้กับชุมชน แต่ยังช่วยรักษาและถ่ายทอดองค์ความรู้ดั้งเดิมสู่คนรุ่นใหม่ ผู้ประกอบการจึงเป็น

สะพานเชื่อมระหว่างอดีตกับปัจจุบัน ผสมผสานคุณค่าดั้งเดิมกับแนวคิดสมัยใหม่ เพื่อสร้างความยั่งยืนทางวัฒนธรรมควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจ

3) ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญในการทำความเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคและพัฒนาสินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการเหล่านั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ๆ ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์สูงสุด

4) มีส่วนร่วมทางสังคม ผู้ประกอบการมีบทบาทในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) ผ่านกิจกรรมและนโยบายที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม กิจกรรม CSR ครอบคลุมการบริจาคเพื่อการกุศล การพัฒนาและสนับสนุนกิจกรรมทางสังคม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการศึกษา และการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ซึ่งล้วนมีส่วนสำคัญในการสร้างสังคมที่น่าอยู่และเศรษฐกิจที่ยั่งยืน ในปัจจุบันแนวคิดเรื่อง CSR ได้พัฒนาไปสู่การสร้างคุณค่าร่วม (Creating Shared Value) ที่มุ่งเน้นการสร้างประโยชน์ร่วมกันระหว่างธุรกิจและสังคม

1.5 ความท้าทายและการส่งเสริมผู้ประกอบการในประเทศไทย

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรงและต่อเนื่อง ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน และประเทศไทยมีแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการอย่างเป็นระบบ มีรายละเอียดดังนี้

1.5.1 ความท้าทายสำหรับผู้ประกอบการสมัยใหม่

ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับความท้าทายในหลายมิติ ซึ่งเป็นความท้าทายที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรงและต่อเนื่อง ทั้งที่เป็นการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเศรษฐกิจ ด้านกฎหมายและการเมือง ด้านการต่างประเทศ และด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจนี้เป็นเหตุที่ก่อให้เกิดความท้าทายใหม่ ๆ ใน

อาชีพการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้เขียนจึงใคร่ขออธิบายความท้าทายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ดังนี้

1) ความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี ปัจจุบันเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าจากอดีตอย่างมาก ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีนี้มีผลต่อธุรกิจหลายประการ อาทิเช่น มีผลต่อต้นทุน มีผลต่อขั้นตอนการดำเนินงานธุรกิจ มีผลต่อนวัตกรรมและคุณภาพของสินค้าและบริการ ซึ่งหากธุรกิจใดไม่สามารถใช้ประโยชน์จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ย่อมส่งผลกระทบต่อธุรกิจ บางธุรกิจต้องถึงขั้นปิดตัวลงและหายไปจากตลาดอย่างถาวร เช่น กล้องถ่ายรูปที่ใช้ฟิล์ม ถูกแทนที่ด้วยกล้องถ่ายรูประบบดิจิทัล เป็นต้น ดังนั้นจะเห็นว่าความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจะส่งผลกระทบต่อคุณค่าของผลิตภัณฑ์และธุรกิจ ส่งผลต่อความอยู่รอดและความเติบโตของธุรกิจ ซึ่งเป็นความท้าทายที่ผู้ประกอบการสมัยใหม่ต้องติดตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอย่างใกล้ชิด

2) ความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่สร้างความท้าทายให้แก่ผู้ประกอบการสมัยใหม่เป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงด้านสังคมและวัฒนธรรมส่งผลต่อความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยมทางสังคม ความคิดเห็น ความใส่ใจเรื่องสุขภาพ และวิถีชีวิตของคนในสังคม อันเป็นปัจจัยเหตุส่งผลให้ความต้องการและความจำเป็นในการบริโภคสินค้าและบริการของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นจึงเป็นความท้าทายสำหรับผู้ประกอบการสมัยใหม่ที่จะต้องติดตามการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม เพื่อที่จะวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้สอดคล้องกับความต้องการและความจำเป็นของลูกค้า ซึ่งหากผู้ประกอบการไม่ติดตามกระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมย่อมไม่สามารถพัฒนาสินค้าและบริการไปตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ และนำไปสู่การขาดศักยภาพทางการแข่งขันในตลาดและธุรกิจอาจล่มสลายไปในที่สุด

3) ความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจด้านเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากต่อการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจเป็นตัวบ่งชี้ด้านรายได้ในการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค ซึ่งหากเศรษฐกิจดีผู้บริโภคจะมีรายได้หรือมีเงินที่จะนำมาจับจ่ายใช้สอย แต่หากช่วงใดเศรษฐกิจตกต่ำจะส่งผลให้ผู้บริโภคมียาได้น้อยลง เกิดสภาวะการประหยัด ใช้จ่ายซื้อสินค้าอย่างระมัดระวัง ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจที่จะมียอดขายน้อยลงตามไปด้วย

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจมีหลายปัจจัย ได้แก่ อัตราดอกเบี้ย ปริมาณเงิน อัตราเงินเฟ้อ ระดับการว่างงาน การควบคุมค่าจ้างและราคา การลดค่าเงิน ผลผลิตมวลรวมในประเทศ (GDP) เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นความท้าทายสำหรับผู้ประกอบการสมัยใหม่ที่ต้องติดตาม ตรวจสอบสถานะทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นว่าจะ ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของตนอย่างไร ทั้งนี้เพื่อวางแผนเตรียมความพร้อมในการปรับตัว ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น ตัวอย่างแนวทางการปรับตัวให้ สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจตกต่ำเช่น ผู้ประกอบการตัดสินใจผลิตสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ ขนาดเล็กเพื่อให้สินค้ามีราคาต่ำลงสอดคล้องกับกำลังซื้อของลูกค้า เป็นต้น

4) ความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงด้านกฎหมายและการเมือง ปัจจัย การเปลี่ยนแปลงด้านการเมืองและกฎหมายส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจ ยกตัวอย่างเช่น พระราชบัญญัติค่าแรงขั้นต่ำ พระราชบัญญัติโรงงาน และพระราชบัญญัติ คຸ້ມครองผู้บริโภค ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กฎหมายควบคุมราคาสินค้า กฎหมายภาษีอากร เป็นต้น ซึ่งหากธุรกิจดำเนินงานขัดแย้งกับกฎหมายที่รัฐกำหนด ธุรกิจ ย่อมประสบปัญหาในการประกอบกิจการ ดังนั้นจึงเป็นความท้าทายสำหรับผู้ประกอบการที่ต้อง คอยติดตามความเคลื่อนไหวหรือการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและกฎหมายตลอดเวลา เพื่อให้ธุรกิจปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อกฎหมายได้อย่างถูกต้อง ไม่ก่อให้เกิดปัญหาต่อการ ดำเนินธุรกิจ

5) ความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงด้านการต่างประเทศ การเปลี่ยนแปลง สภาพแวดล้อมการต่างประเทศ เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในหลายมิติ เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ การเปลี่ยนแปลงทางด้านความร่วมมือทางเศรษฐกิจ ข้อตกลงการเปิดเสรีทางการค้า กฎหมายต่าง ๆ ของแต่ละประเทศเปลี่ยนแปลงไป ปัจจุบันทั่วโลกมีการเชื่อมโยงทางการค้า เศรษฐกิจ การเงิน และการบริการอย่าง กว้างขวาง การค้าขายและการติดต่อสื่อสารมิได้จำกัดอยู่แต่เฉพาะในประเทศใด ประเทศหนึ่ง หรือเรียกว่าโลกไร้พรมแดน ตลาดหรือขอบเขตพรมแดนระหว่างประเทศ ลดลง การเปลี่ยนแปลงของประเทศใด ๆ ย่อมส่งผลถึงสถานการณ์ทางธุรกิจใน ต่างประเทศด้วย ดังนั้นจึงเป็นความท้าทายของผู้ประกอบการที่ต้องคอยติดตาม การเปลี่ยนแปลงด้านสภาพแวดล้อมระหว่างประเทศตลอดเวลา เพื่อเตรียมความพร้อมใน

การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมการต่างประเทศ เพื่อให้ธุรกิจสามารถปรับตัวและดำเนินงานสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ อย่างเหมาะสมต่อไป

1.5.2 การส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการในประเทศไทย

สำหรับประเทศไทยการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการถือเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญของการพัฒนาประเทศและได้กำหนดแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการอย่างชัดเจนผ่านนโยบายระดับชาติที่สำคัญ คือ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ที่มุ่งการพัฒนาผู้ประกอบการอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ให้มีความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล และได้กำหนดแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการครอบคลุมหลายมิติ ดังนี้ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานยกรัฐมนตรี, 2568)

1) พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการสมัยใหม่ สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการสมัยใหม่ ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ กลาง เล็ก วิสาหกิจเริ่มต้น วิสาหกิจชุมชน หรือวิสาหกิจ เพื่อสังคม รวมทั้งเกษตรกร ให้เป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ที่มีทักษะและจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ ที่มีความสามารถในการแข่งขัน และมีอัตลักษณ์ชัดเจน โดยมีนวัตกรรม 3 ด้าน คือ นวัตกรรมในการสร้างโมเดลธุรกิจ นวัตกรรมในเชิงสินค้าและบริการ และนวัตกรรมในเชิงกระบวนการผลิตและบริการ พร้อมทั้งเป็นนักการค้าที่เข้มแข็งที่จะนำไปสู่การสนับสนุนการเป็นชาติดีการค้า มีความสามารถในการเข้าถึงตลาดทั้งในและต่างประเทศ เป็นผู้ประกอบการที่ “ผลิตเก่ง ขายเก่ง” หรือ “ซื้อเป็น ขายเป็น” บริการเป็นเลิศ สามารถขยายการค้าและการลงทุนไปต่างประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีธรรมาภิบาล

2) สร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะ สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการสร้างและใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมตลอดกระบวนการผลิตและบริการ การจัดการ และการตลาด สามารถบริหารจัดการธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและโปร่งใส โดยการสร้างและพัฒนาทักษะ องค์กรความรู้รอบด้านที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจในยุคใหม่ที่มีการแข่งขันสูง รวมทั้งทักษะในการวิเคราะห์และใช้ประโยชน์จากข้อมูลเพื่อการวางแผนธุรกิจและสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงทาง

ธุรกิจได้ไปพร้อมกับการวางรากฐานการศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบให้กับเยาวชนรุ่นใหม่ให้มีทักษะและจิตวิญญาณในการประกอบการ พร้อมทั้งการส่งเสริมผู้ประกอบการในการสร้างนวัตกรรม เพื่อสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการและนำไปสู่การพัฒนาต่อยอดด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่สนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอนาคตตลอดจนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการสร้างทักษะพื้นฐานที่จำเป็นและความถนัดที่แตกต่างและหลากหลายของแรงงาน โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและธุรกิจรูปแบบใหม่ในอนาคต และการสนับสนุนผู้ประกอบการในการสร้างและพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพมาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและสามารถเชื่อมโยงการผลิตกับผู้ประกอบการรายใหญ่ โดยสร้างระบบและกลไกที่ทำให้เกิดความเชื่อมโยงของห่วงโซ่มูลค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการการผลิต การขนส่งและโลจิสติกส์เพื่อลดต้นทุนและให้ผลผลิตออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอและการส่งเสริมการรวมกลุ่มให้เกิดคลัสเตอร์ที่เข้มแข็ง ผู้ประกอบการสามารถเกื้อหนุนและเชื่อมโยงกันทั้งในแนวตั้งและแนวนอน เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองในตลาดที่สูงขึ้นและลดต้นทุนการผลิตลง โดยการพัฒนาความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในกลุ่มของตน

3) สร้างโอกาสเข้าถึงบริการทางการเงิน ส่งเสริมการเข้าถึงบริการทางการเงินของผู้ประกอบการ โดยการจัดหาแหล่งเงินทุนและสนับสนุนให้มีช่องทางทางการเงินที่หลากหลายและน่าเชื่อถือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินและการบริหารความเสี่ยง เพื่อตอบสนอง ความต้องการที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มการที่ทุกภาคส่วนสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินด้วยต้นทุนที่เหมาะสม โดยนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาช่วยเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน การพัฒนาระบบประเมินมูลค่าทรัพย์สินในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นหลักประกันทางธุรกิจในการขอสินเชื่อของผู้ประกอบการ และการมีระบบการประเมินความน่าเชื่อถือทางเครดิตและระบบการรู้จักลูกค้าที่สะดวกมากขึ้น โดยใช้ประโยชน์จากข้อมูลทั้งด้านการเงินและที่ไม่ใช่การเงิน เพื่อเป็นข้อมูลบ่งชี้สถานะและประวัติด้านเครดิตประกอบการพิจารณาของสถาบันการเงินหรือตลาดทุน

4) สร้างโอกาสเข้าถึงตลาด สนับสนุนและสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศตามระดับศักยภาพการประกอบการ โดยการสนับสนุนผู้ประกอบการให้มีอัตลักษณ์และแบรนด์ที่เด่นชัด รวมทั้งพัฒนาบรรจุภัณฑ์

สินค้าที่มีคุณภาพและมีความแตกต่าง เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงตลาดต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดต่างประเทศ รวมทั้งแพลตฟอร์มในการแสดงผลงานของธุรกิจสร้างสรรค์ การให้ความสำคัญกับการผลิตโดยใช้ตลาดนำที่คำนึงถึงความต้องการของตลาดโดยเฉพาะตลาดที่มีมูลค่าสูง การสนับสนุนช่องทางการตลาดและการชำระเงินรูปแบบใหม่ โดยการสร้างตลาดออนไลน์ แอปพลิเคชันและช่องทางใหม่รองรับวิถีชีวิตของคนในอนาคต การสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงตลาดจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐได้มากขึ้น และการพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าที่มีมาตรฐานในทุกภูมิภาคของไทย และพัฒนานวัตกรรมกระจายสินค้าโดยการพัฒนาระบบการให้ทันสมัยด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมและธุรกิจในอนาคต

5) สร้างโอกาสเข้าถึงข้อมูล อนาคตของโลกไร้พรมแดนคือการแข่งขันบนฐานข้อมูล จึงต้องสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่จำเป็น และเป็นข้อมูลที่ทันสมัยเพื่อการวางแผนธุรกิจ โดยการสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและฐานข้อมูลขนาดใหญ่ผ่านระบบออนไลน์ เพื่อต่อยอดพัฒนาธุรกิจเดิมและสร้างธุรกิจใหม่ การสร้างและพัฒนาศูนย์บริการข้อมูลผู้ประกอบการ เพื่อเป็นช่องทางหลักในการให้ข้อมูลและคำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการและเป็นแหล่งรวมที่ปรึกษาทางธุรกิจ การพัฒนาระบบฐานข้อมูลและสร้างระบบเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐให้มีมาตรฐานเดียวกัน รวมถึงฐานข้อมูลความรู้วิจัยและนวัตกรรม โดยเป็นข้อมูลที่มีความทันสมัยบูรณาการและต่อเนื่อง เพื่อประโยชน์ในการสืบค้นต่อยอดในทุก ๆ ด้าน และการกำหนดนโยบายที่เหมาะสมต่อการพัฒนาผู้ประกอบการ การสนับสนุนการสร้างและพัฒนาแพลตฟอร์มกลางทั้งในด้านการผลิตการบริหารจัดการ การตลาด ที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึง และใช้ประโยชน์ร่วมกันในการวางแผนธุรกิจในอนาคตเพื่อลดต้นทุนของทั้งภาครัฐและเอกชน และการสนับสนุนให้เกิดพื้นที่ทำงานร่วมสำหรับผู้ประกอบการ เพื่อลดต้นทุนและเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนนวัตกรรมและเชื่อมต่อธุรกิจระหว่างกันอีกทางหนึ่ง

6) ปรับบทบาทและโอกาสการเข้าถึงบริการภาครัฐ ในการพัฒนาและบูรณาการกลไกภาครัฐเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยเน้นประเด็นการเริ่มต้นธุรกิจ การขออนุญาตต่าง ๆ การจดทะเบียนทรัพย์สิน กระบวนการขอและได้รับสินเชื่อ การคุ้มครองผู้ลงทุน การชำระภาษีและการค้าระหว่างประเทศ รวมทั้งการพัฒนาระบบคุณภาพของชาติ ทั้ง