

การจัดการธุรกิจขนาดย่อม
Small Business Management
SME & Startup

รศ. กตัญญู หิรัญญสมบูรณ์
พศ.บ. (เกียรตินิยม) สาขาการตลาดทั่วไป จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
MBA (International Management) , University of Dallas

การจัดการธุรกิจขนาดย่อม

Small Business Management

SME & Startup

ผู้เรียบเรียง : รศ. กัตัญญ หิรัญญสมบุรณ์

จัดพิมพ์โดย : รศ. กัตัญญ หิรัญญสมบุรณ์

พิมพ์ครั้งที่ 11 : มกราคม 2563

จำนวนพิมพ์ : 1,000 เล่ม

จำนวนหน้า : 190 หน้า

ISBN : 978-616-565-585-9

สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติการพิมพ์

พิมพ์ที่ : บริษัท ยูเพรส คอร์เปอร์เรชั่น จำกัด

135 ซอยจันทน์ 18/7 ถนนจันทน์ แขวงทุ่งวัดดอน

เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120

โทร. 08-9772-2699, 08-1614-6248

ท่านผู้อ่านสามารถแนะนำหรือสอบถาม หรือขอเพิ่มข้อมูลทำแผ่นใส่ประกอบการสอน
หรือติดต่อผู้เขียนโดยตรงเพื่อสั่งซื้อในจำนวนมากได้ที่

รศ. กัตัญญ หิรัญญสมบุรณ์

เลขที่ 8 ซอยสุทธิสาร 1 ถนนสาธิตรัฐวิภาค

แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กทม. 10400

โทร. (080) 159-6564 Line ID : 2341963

E-Mail : katanyu_h@hotmail.com, katanyu.hi@gmail.com

คำนำ

วิชาการจัดการธุรกิจขนาดย่อมได้เปิดสอนวิชาที่สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2540 ด้วยจุดมุ่งหมายในการให้บัณฑิตไทยสามารถสร้างงานให้กับตนเองด้วยการนำแนวคิดทางธุรกิจมาเสริมศาสตร์ความรู้ที่แต่ละบุคคลเรียนมา ก่อร่างสร้างธุรกิจส่วนตัวขึ้นมา สามารถสร้างแผนการดำเนินงานของธุรกิจได้ครบถ้วน ซึ่งจะนำไปสู่การขยายตัวเจริญเติบโตเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ขึ้นในอนาคต

ยิ่งกว่านั้น กระบวนการเตรียมความพร้อมเพื่อเป็นผู้ประกอบการที่ดียังช่วยพัฒนาศักยภาพของบุคคลให้รอบรู้ในงานที่ตนทำ มีทักษะความรู้ สติปัญญา กำลังใจที่เข้มแข็ง ขยันขันแข็ง อดทน ต่อสู้กับปัญหา และอุปสรรคต่างๆ อย่างไม่ย่อท้อ มีมุมมองที่กว้าง สร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับทุกคนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอย่างเหมาะสม ซึ่งสิ่งเหล่านี้คือคุณสมบัติของประชากรที่มีคุณภาพ เป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย

การจัดการธุรกิจขนาดย่อมได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมืองและกฎหมาย ตลอดเวลา จึงต้องมีการปรับกลยุทธ์การดำเนินงานในส่วนงานต่างๆ ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ซึ่งผู้เขียนได้รวบรวมการพัฒนาองค์ความรู้ต่างๆ มาปรับปรุงเนื้อหาวิชาการจัดการธุรกิจขนาดย่อมนี้เพื่อให้ทุกท่านได้นำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสืบไป

กัตัญญ หิรัญญสมบุรณ์

8 มกราคม 2563

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	I
สารบัญตาราง	IV
สารบัญภาพ	V
บทที่ 1	
การประกอบการธุรกิจขนาดย่อมและผู้ประกอบการ	1
ธุรกิจขนาดย่อม	1
ผู้ประกอบการ	4
การคิดแบบผู้ประกอบการ	5
การเปรียบเทียบการดำเนินงานของผู้ประกอบการ นักลงทุน และผู้บริหารมืออาชีพ	7
ขั้นตอนการสร้างธุรกิจของผู้ประกอบการ	8
จริยธรรมในการประกอบธุรกิจ	9
บทบาทของผู้ประกอบการที่มีต่อสังคมและเศรษฐกิจ	10
บทที่ 2	
กลยุทธ์การสร้างธุรกิจ	11
ธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาใหม่	11
ธุรกิจที่ซื้อต่อมาจากผู้อื่น	14
ธุรกิจครอบครัว	20
ธุรกิจการรับสิทธิทางการค้า	22
ธุรกิจเสริมงานประจำ	27
บทที่ 3	
รูปแบบทางกฎหมายของธุรกิจ	29
ธุรกิจเจ้าของคนเดียว	30
ห้างหุ้นส่วน	32
บริษัทจำกัด	35
บริษัทมหาชนจำกัด	37
ความเป็นนิติบุคคลของธุรกิจ	37
กฎหมายและภาษีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ	39
บทที่ 4	
แผนธุรกิจ	41
ประโยชน์ของแผนธุรกิจ	41
ประเภทของแผนธุรกิจ	42
องค์ประกอบของแผนธุรกิจ	43
การเขียนแผนธุรกิจที่ดีและสามารถนำไปใช้ดำเนินงานได้จริง	51
บทที่ 5	
การเลือกทำเลที่ตั้งและการวางแผนผังของธุรกิจ	52
ความสำคัญของทำเลที่ตั้งในการดำเนินธุรกิจ	52
ปัจจัยสำคัญในการเลือกทำเลที่ตั้ง	52
ประเภทของทำเลที่ตั้ง	55
การตัดสินใจซื้อหรือการเช่า	59
การวางแผนผังของธุรกิจ	60
ความเชื่อเกี่ยวกับการเลือกทำเลที่ตั้งและการวางแผนผังร้านค้า	65

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 6	
แผนการตลาด : การตลาดเป้าหมาย	67
แนวความคิดในการดำเนินธุรกิจ	67
การจัดการการตลาด	68
พฤติกรรมการณ์ซื้อของลูกค้า	69
กลยุทธ์การตลาดเป้าหมาย	72
บทที่ 7	
แผนการตลาด : ผลิตภัณฑ์และราคา	79
การจัดการผลิตภัณฑ์	79
การจัดการราคา	86
บทที่ 8	
แผนการตลาด : การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด	94
การจัดจำหน่าย	94
การส่งเสริมการตลาด	99
บทที่ 9	
แผนการเงิน : ระบบบัญชีและงบการเงิน	108
การวางระบบบัญชี	108
การใช้ระบบบัญชีคู่	111
งบการเงิน	114
การวิเคราะห์งบการเงิน	117
บทที่ 10	
แผนการเงิน : การจัดหาและจัดการเงินทุน	123
การจัดหาเงินทุน	123
การจัดการเงินทุนหมุนเวียน	127
การบริหารวงจรงเงินสด	129
การวิเคราะห์การลงทุน	134
บทที่ 11	
แผนการจัดองค์กรและจัดการบุคลากร	142
การพัฒนาผู้ประกอบการให้บริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ	142
การจัดองค์กร	145
การจัดการบุคลากรในธุรกิจขนาดย่อม	146
บทที่ 12	
แผนการผลิตและการปฏิบัติการ	155
ประเภทของการผลิต	155
การจัดการคุณภาพสมบูรณ์แบบในกระบวนการผลิตและปฏิบัติการ	158
การจัดการกำลังการผลิต	161
การจัดตารางการผลิต	162
การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต	163
การจัดซื้อและจัดหา	165
การส่งกำลังบำรุงทางธุรกิจ	168
บทที่ 13	
กลยุทธ์การขยายตัวและถอนตัวเล็กกิจการ	172
กลยุทธ์การขยายตัว	172
กลยุทธ์การถอยตัวเล็กกิจการ	174
บรรณานุกรม	178
ภาคผนวก	179

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	นิยามเชิงปริมาณของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	2
1.2	การเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของการเป็นผู้ประกอบการ	5
1.3	การเปรียบเทียบผู้ประกอบการ นักลงทุน และผู้บริหารมืออาชีพ	7
1.4	การเปรียบเทียบผู้ประกอบการ นักลงทุน และผู้บริหารมืออาชีพในมิติต่างๆ ของการบริหารจัดการ	7
3.1	อัตราการหักค่าใช้จ่ายเป็นการเหมาสำหรับเงินได้พึงประเมินสำหรับ ธุรกิจเจ้าของคนเดียว	31
3.2	การเปรียบเทียบหักเหส่วนสามัญ หักเหส่วนสามัญนิติบุคคล และหักเหส่วนจำกัด ในเงื่อนไขและลักษณะต่าง ๆ	37
3.3	สรุปข้อดีข้อเสียของการเป็นธุรกิจนิติบุคคล	38
5.1	การเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียสำหรับการเช่าและการซื้อเป็นกรรมสิทธิ์	59
9.1	งบกำไรขาดทุน	114
9.2	งบดุลแบบรายงาน	115
9.3	งบดุลแบบบัญชี	116
9.4	รายละเอียดในการจัดทำงบกระแสเงินสด	117
10.1	ลักษณะของแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินทุนที่เหมาะสมกัน	123
10.2	ที่มาและความหมายของวงจรเงินสด	130
12.1	มาตรฐานการผลิตที่ธุรกิจขนาดย่อมใช้ดำเนินการ	160
12.2	การเปรียบเทียบการถือสินค้ค้างคลังในระดับต่างๆ ของธุรกิจขนาดย่อม	166

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	ธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นใหม่-ตลาดใหม่ นำเข้าสินค้าจากเกาหลี	17
2.2	ธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นใหม่-นวัตกรรม ไม่เปลี่ยนหลอดไฟในที่สูง	17
2.3	ธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นใหม่-ผลิตภัณฑ์ดัดแปลง ต่างหูรูปมัลลีย์	17
2.4	ธุรกิจสตาร์ทอัพของไทย บริการคนขับรถกลับบ้านเมื่อเมา	17
2.5	ตริยาพร ทองนุช แอร์โฮสเตสที่สร้างธุรกิจเสริมงานประจำจำหน่าย น้ำหอมแห่ง Paddy Daddy	17
4.1	ภัตตาคารฮั่วเซ่งฮงใช้ความได้เปรียบเชิงแข่งขันทั้งฝีมืออาหารจีน ระดับเลิศและเงินทุนขยายกิจการ	48
5.1	ถนนเยาวราช ย่านศูนย์กลางกรุงเทพมหานคร เป็นแหล่งธุรกิจที่มีชื่อเสียง ของชาวไทยเชื้อสายจีน	57
5.2	ตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจับจ่าย	57
5.3	ร้านค้าในบริเวณการจัดจ่ายในละแวกเพื่อนบ้าน	58
5.4	ศูนย์การค้าชุมชน	58
5.5	บ้านของผู้ประกอบการที่ใช้เป็นสถานที่ดำเนินธุรกิจ	58
5.6	พื้นที่สำนักงานร่วม Co-working Space	58
5.7	แผนผังร้านค้าปลีกแบบต่างๆ	61
5.8	ร้านค้าแบบซุ้มต่าง ๆ	63
5.9	ร้านค้าแบบเคลื่อนที่	63
5.10	การจัดตกแต่งร้านให้สวยงามน่าสนใจ	63
5.11	ร้านที่ออกแบบสวยงามเข้ากับบรรยากาศ	64
5.12	คลังสินค้าที่มีระเบียบช่วยให้ร้านค้าส่งจัดสินค้าได้รวดเร็ว	64
5.13	ร้านหัวมุมโดดเด่นและมีพื้นที่ใช้งานได้มากกว่า	64
6.1	โรงแรม Bangkok Tree House ที่บางกระเจ้าสมุทรปราการดำเนินธุรกิจ ด้วยแนวคิดการตลาดเพื่อสังคม	18
6.2	วัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่มีผลต่อตลาดผู้บริโภค	18
6.3	โมเมเป็นผู้นำความคิดในการใช้เครื่องสำอางที่สาว ๆ นิยมทำตาม	18
6.4	รังนกเป็นอาหารบำรุงสุขภาพตามความเชื่อ	18
6.5	แนวคิดต่างๆของการแบ่งส่วนตลาด	73
6.6	การตลาดรายบุคคล - การตัดแว่นสายตา	78
6.7	บริการอยู่ไฟหลังคลอดเป็นการตอบสนองส่วนตลาดเฉพาะสตรี เชื่อถือการอยู่ไฟแบบโบราณ	78
7.1	สินค้าผู้บริโภคประเภทต่างๆ	73
7.2	โลโก้ของร้านค้าและสินค้าต่างๆ ที่ออกแบบได้สวยงามและสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน	83
7.3	บรรจุภัณฑ์สินค้าไทยที่สวยงามมีเอกลักษณ์	74
7.4	นวัตกรรมฝีมือคนไทย	84
7.5	นวัตกรรมบริการ Thai Bus Food Tour รถบัสท่องเที่ยวเกาะรัตนโกสินทร์	74

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
7.6	การเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ของหลงโถวคาเฟ่เยาวราช ที่ขายเครื่องดื่มและดื่มชาได้เพิ่มเมนูชาต้มกับซึ่งลูกค้าชื่นชอบอย่างมาก	85
7.7	อุปสงค์มี/ไม่มีความยืดหยุ่น	89
8.1	การขายผ่านสังคมออนไลน์ซึ่งเป็นทั้งช่องทางจัดจำหน่ายและการสื่อสารทางการตลาด	74
8.2	Shopee มาร์เก็ตเพลสซึ่งเป็นคนกลางขายสินค้าออนไลน์	97
8.3	ขั้นตอนความพร้อมของผู้ซื้อ	100
8.4	ข้อความโฆษณาตลกขบขันที่เรียกความสนใจจากผู้คน	102
8.5	แมวนั่งตงรีค์ “ทองสร้อย” ในกระทู้ของ Pantip.com สร้างสีสันให้แก่ร้านอาหารแห่งหนึ่ง	106
9.1	ขั้นตอนการจัดทำบัญชี	109
10.1	วงจรธุรกิจและวงจรเงินสด	129
10.2	จุดคุ้มทุน	134
10.3	การลงทุนและการได้รับผลตอบแทนจากการลงทุน	137
10.4	การลงทุนด้วยเงิน 1.00 บาทโดยได้ดอกเบี้ย 10% ต่อปีและผลตอบแทนแต่ละปี	138
10.5	ค่าปัจจุบันของผลตอบแทน 1.00 บาทแต่ละปีภายใต้อัตราดอกเบี้ย 10% ในตารางค่าปัจจุบัน	138
12.1	การผลิตประเภทต่างๆ	157
12.2	การปฏิรูประบบงานที่ร้านข้าวแกงแม่ล้วน เข้าย่อย เพชรบุรี	157
12.3	ขนาดการสั่งซื้อที่ประหยัด	167
12.4	ยานพาหนะประเภทต่างๆ	170
13.1	คุณสมนึก ภาคกสินร เจ้าของร้านข้าวมันไก่มงคลวัฒนาซึ่งสืบทอดกิจการมาจากนายจ้าง	176

บทที่ 1 / การประกอบการธุรกิจขนาดย่อม และผู้ประกอบการ

ระบบเศรษฐกิจของแต่ละประเทศประกอบด้วยธุรกิจใหญ่เล็กต่างๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความมั่งคั่งของทั้งภาครัฐและเอกชน ในขณะที่ธุรกิจใหญ่มีรายได้สูงสะท้อนภาพความเจริญรุดหน้าของประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและเงินทุน ธุรกิจขนาดเล็กที่เริ่มต้นจากเงินลงทุนจำนวนน้อยและพึ่งพาอาศัยแรงงานคนกลุ่มเล็กก็ช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจใหญ่ได้ดำเนินการครบวงจร ด้วยการเป็นร้านค้าส่งค้าปลีกจัดจำหน่ายที่ธุรกิจใหญ่ผลิต รวมถึงการเป็นผู้ให้บริการรายย่อยในงานเฉพาะทางเอื้ออำนวยความสะดวกให้ธุรกิจด้วยกัน และลูกค้าผู้บริโภค จะเห็นได้ว่า การเกิดขึ้นของธุรกิจขนาดเล็กในระบบเศรษฐกิจช่วยสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ด้วยเช่นกัน ด้วยการใช้ความสามารถและทรัพยากรของตนมาสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ตนเองและกิจการ และช่วยเสริมสร้างความมั่นคงแข็งแกร่งให้แก่ระบบเศรษฐกิจ แม้แต่ธุรกิจใหญ่ก็มีที่มาจากธุรกิจขนาดเล็กมาก่อน ธุรกิจขนาดย่อมจึงเป็นเฟืองจักรสำคัญอันหนึ่งของระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย

ธุรกิจขนาดย่อม

นิยามธุรกิจขนาดย่อมเชิงคุณภาพหรือนิยามตามเกณฑ์สถานะของธุรกิจ ธุรกิจขนาดย่อมจะมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. การบริหารงานเป็นไปอย่างอิสระ ส่วนใหญ่แล้วผู้ประกอบการหรือเจ้าของจะบริหารงานเอง
ธุรกิจขนาดย่อมจะใช้แรงงานและทักษะการบริหารงานของตัวผู้ประกอบการเป็นส่วนใหญ่ แม้ว่าจะมีบุคคลในครอบครัว เพื่อนฝูง หรือลูกจ้างมาช่วยงานบ้าง แต่การตัดสินใจดำเนินการส่วนใหญ่กระทำโดยผู้ประกอบการมากกว่าที่จะจ้างผู้บริหารมืออาชีพ ไม่ว่าธุรกิจนั้นจะอยู่ในรูปแบบเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทจำกัดก็ตาม
2. เงินทุนในการดำเนินงานค่อนข้างจำกัด เพราะมาจากเงินทุนของผู้ประกอบการเอง หรือเกิดจากการระดมทุนจากกลุ่มบุคคลเล็ก ๆ
ธุรกิจขนาดย่อมมักจะเริ่มต้นด้วยการสร้างกิจการขนาดเล็กที่ยังไม่ต้องการเงินทุนดำเนินงานมากนัก เพียงแค่เงินทุนของผู้ประกอบการหรือญาติพี่น้องเพื่อนฝูงก็เพียงพอต่อการประกอบการ เมื่อธุรกิจมีกำไรก็จะนำมาใช้ขยายธุรกิจทีละเล็กละน้อย จนกระทั่งธุรกิจเริ่มมั่นคงและต้องการขยายกิจการจึงจะมีการกู้ยืมเงินจากภายนอกหรือเปิดขายหุ้นแก่สาธารณชนซึ่งจะกลายเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ต่อไป
3. ขอบเขตของธุรกิจขนาดย่อมจำกัดอยู่ในเขตพื้นที่ท้องถิ่นหนึ่งเท่านั้น (ยกเว้นกิจกรรมการตลาด)
ธุรกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่มักจะดำเนินกิจการอยู่ในเขตท้องถิ่นหนึ่ง เช่น โรงสีข้าวอยู่ในจังหวัดหนึ่ง ร้านขายของชำอยู่ในตลาดแห่งหนึ่ง โดยที่ผู้ประกอบการและลูกจ้างจะอาศัยอยู่ในชุมชนแห่งนั้น แต่ในปัจจุบันนี้ ธุรกิจขนาดย่อมหลายแห่งขยายกิจการด้วยการเปิดสาขาทั่วภูมิภาค ทั่วประเทศ และทั่วโลก ได้ด้วยระบบการดำเนินงานที่อาศัยเทคโนโลยีในยุคประเทศไทย 4.0 และเติบโตอย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น
4. ธุรกิจมีขนาดเล็กจนมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมทั้งหมดน้อยมาก

ธุรกิจขนาดย่อมมียอดขายจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับยอดขายรวมทั้งอุตสาหกรรมนั้น มีส่วนแบ่งตลาดที่ต่ำ มีจำนวนพนักงานน้อย และมีสินทรัพย์น้อยเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมนั้นทั้งหมด ดังนั้น การอยู่หรือออกจากอุตสาหกรรมของธุรกิจขนาดย่อมแห่งหนึ่ง จึงไม่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมนั้นโดยส่วนรวม

นิยามธุรกิจขนาดย่อมเชิงปริมาณตามเกณฑ์จำนวนสินทรัพย์หรือเงินทุนจดทะเบียนและพนักงาน

เมื่อพ.ศ.2540 ประเทศไทยประสบกับภาวะวิกฤตเศรษฐกิจเอเชียที่ลุกลามต่อเนื่องไปทั่วโลก ธุรกิจขนาดใหญ่จำนวนมากต้องปิดกิจการ ทำให้เศรษฐกิจตกต่ำเป็นอย่างมาก รัฐบาลไทยในขณะนั้นจึงปรับนโยบายมาสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises หรือ SMEs) เพื่อลดอัตราการว่างงานโดยให้ประชาชนเป็นผู้ประกอบการเพื่อกอบกู้เศรษฐกิจของชาติตามพระราชบัญญัติส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2543 แต่ต่อมาในปีพ.ศ.2561 มีการกำหนดเกณฑ์ใหม่ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) ในการนิยามธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวมทั้งธุรกิจรายย่อย (Micro Enterprise) ขึ้นใหม่เพื่อภาครัฐจะให้ความช่วยเหลือดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 นิยามเชิงปริมาณของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประเภทกิจการ	กิจการผลิตสินค้า		กิจการให้บริการและการค้า	
	จำนวนจ้างงาน	รายได้	จำนวนจ้างงาน	รายได้
ธุรกิจรายย่อย	ไม่เกิน 5 คน	ไม่เกิน 1.8 ล้านบาท	ไม่เกิน 5 คน	ไม่เกิน 1.8 ล้านบาท
ธุรกิจขนาดย่อม	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 100 ล้านบาท	ไม่เกิน 30 คน	ไม่เกิน 50 ล้านบาท
ธุรกิจขนาดกลาง	ไม่เกิน 200 คน	ไม่เกิน 500 ล้านบาท	ไม่เกิน 100 คน	ไม่เกิน 300 ล้านบาท

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2562.

ในกรณีที่จำนวนการจ้างงานของกิจการใดเข้าลักษณะของธุรกิจขนาดย่อม แต่รายได้เข้าลักษณะของธุรกิจขนาดกลาง หรือมีจำนวนการจ้างงานเข้าลักษณะของธุรกิจขนาดกลาง แต่รายได้เข้าลักษณะของธุรกิจขนาดย่อม ให้ถือจำนวนการจ้างงานหรือรายได้ที่มากกว่าเป็นหลัก เช่น โรงงานที่มีพนักงาน 40 คน แต่มีรายได้ 600 ล้านบาท จัดเป็นธุรกิจขนาดกลาง เป็นต้น

ผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการมีบทบาทต่อทั้งความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจขนาดย่อมหรือรายย่อย เพราะผู้ประกอบการเป็นทั้งผู้ลงทุนและผู้บริหารพร้อมกัน ยิ่งธุรกิจมีขนาดเล็กเท่าไร ความรับผิดชอบของผู้ประกอบการก็ยิ่งมีขอบเขตกว้างขึ้นเท่านั้น เพราะธุรกิจเล็กไม่มีเงินทุนมากพอที่จะว่าจ้างบุคลากรจำนวนมากมาทำงานในหน้าที่ต่างๆเช่นเดียวกับธุรกิจขนาดใหญ่ ผู้ประกอบการจึงต้องบริหารจัดการและปฏิบัติกิจกรรมต่างๆด้วยตนเอง และแม้เริ่มต้นจากกิจการเล็กๆ ผู้ประกอบการที่มีความสามารถจะขยายธุรกิจให้เจริญเติบโตขึ้น จนกลายเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ในที่สุด

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) คือผู้ริเริ่มทำธุรกิจด้วยความกล้าเสี่ยง และมุ่งมั่นอุตสาหกรรมสู่ความสำเร็จโดยก่อร่างสร้างธุรกิจใหม่ขึ้น ผู้ประกอบการจะแสวงหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจ และพยายามอย่างเต็มที่ในการดำเนินงานเพื่อก้าวไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจและตนเอง ลักษณะส่วนตัวของ

ผู้ประกอบการจะมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการดำเนินการทุกขั้นตอน เพราะลักษณะของผู้ประกอบการจะเป็นสิ่งกำหนดความสำเร็จของกิจการและเป็นแนวพฤติกรรมการดำเนินงานของธุรกิจโดยรวม

ลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจ

1. มีความริเริ่มสร้างสรรค์ โดยคิดนอกกรอบได้ไม่ซ้ำแนวทางกับผู้อื่น ซึ่งผู้ประกอบการต้องรับรู้ข่าวสารใหม่ สังเกตการเปลี่ยนแปลงของตลาด ใช้นวัตกรรม และมีความกล้าที่จะเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งใหม่ๆ
2. กล้าเสี่ยง กล้าตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ต่าง ๆ เพราะธุรกิจกับความเสี่ยงเป็นของคู่กัน ถ้าไม่กล้าเสี่ยงก็สร้างธุรกิจไม่ได้ แต่นักธุรกิจที่ดีต้องวางแผนให้การดำเนินงานตั้งอยู่บนพื้นฐานความเสี่ยงที่พอสมควร และต้องดำเนินการอย่างไม่ประมาทเพื่อก้าวสู่ความสำเร็จ
3. มีความรู้ความชำนาญทั้งในทักษะด้านวิชาชีพ และทักษะด้านบริหาร การเริ่มต้นประกอบการต้องอาศัยการลงมือลงแรงของเจ้าของเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นความสามารถเชิงวิชาชีพจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยให้ประหยัดค่าจ้างพนักงานและแก้ไขปัญหาด้านเทคนิคได้ ส่วนความสามารถในการบริหารของผู้ประกอบการจะทำให้ธุรกิจฟันฝ่าอุปสรรค อยู่รอด และเจริญเติบโตต่อไป
4. มีความมุ่งมั่นทะเยอทะยานที่จะประสบความสำเร็จ โดยต้องการกำไรจากการประกอบการจากการลงทุนลงแรงทำงาน ผู้ประกอบการต้องมีความรู้สึกต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต อันเป็นพลังผลักดันให้ดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย และยังต้องอดทนกับอุปสรรคนานาประการที่ถาโถมเข้ามาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ประสบความสำเร็จตามที่คาดหวัง
5. ขยันขันแข็ง สามารถทำงานหนัก และทำงานเกินเวลาได้อย่างไม่ย่อท้อ ผู้ประกอบการบางคนใช้เวลาครึ่งก่อนชีวิตในการสร้างธุรกิจให้เป็นปึกแผ่น ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จคือผู้ที่ไม่ล้มเลิกง่าย ๆ แม้อาจล้มเหลวหลายครั้ง เพราะความสำเร็จที่แท้จริงไม่เกิดขึ้นได้ในเวลาอันสั้น
6. มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง เพราะการดำเนินธุรกิจต้องมีการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ตลอดเวลาถ้าผู้ประกอบการไม่มีความมั่นใจจะทำให้งานล่าช้าจนเสียผลประโยชน์ที่ควรได้
7. มีความเอาใจจริงเอาใจและมีวินัยในการทำงาน ความสำเร็จจะเกิดจากความพากเพียรอย่างสม่ำเสมอของผู้ประกอบการ ซึ่งจะเป็นแบบอย่างที่ดีแก่พนักงานลูกจ้างด้วย
8. สามารถหาโอกาสในวิกฤต ผู้ประกอบการที่ดีต้องมีทัศนคติในเชิงบวก โดยมองว่าการเปลี่ยนแปลงคือโอกาสที่จะเริ่มต้นสิ่งใหม่ๆ และสามารถให้การเปลี่ยนแปลงให้เกิดประโยชน์แก่ธุรกิจได้
9. มีจิตใจกว้างขวาง รับฟัง เข้าใจและเห็นใจผู้อื่น ไม่ยึดมั่นในความคิดเห็นของตนฝ่ายเดียว เพราะผู้ประกอบการต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า พนักงานลูกจ้าง ผู้ให้บริการ ผู้ขายวัตถุดิบ การรักษา สัมพันธภาพที่ดีต้องมีการประนีประนอมกันโดยละวางไม่คิดถึงแต่ประโยชน์ของตนฝ่ายเดียว
10. มีวินัยทางการเงิน จ่ายในสิ่งที่ควรจ่าย ประหยัด อดออมเป็น รักษาคำพูดและเครดิตทางการเงินของตนเองอย่างเคร่งครัด

การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งก่อตั้งธุรกิจของตนเอง ลงทุนลงแรงในการดำเนินงานอย่างเต็มที่ แทนที่จะทำงานเป็นลูกจ้างของธุรกิจขนาดใหญ่ที่มั่นคงเพียงพร้อมด้วยสวัสดิการทุรูปแบบนั้น จะต้องอาศัยความกล้าเสี่ยงที่จะตัดสินใจเลือกทางเดินของชีวิตตนเองอย่างเชื่อมั่นกล้าหาญ นอกจากนั้นบุคคลผู้นั้นยังต้องฟันฝ่าอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากภายในและภายนอกองค์การ เขาต้องเชื่อมั่นในความสามารถ

ของตนเองว่าจะดำเนินการของเขาให้อยู่รอด มีกำไรเพียงพอที่จะสร้างความมั่งคั่งให้แก่เจ้าของ และสามารถเจริญเติบโตในอนาคตได้มากที่สุด

ประเภทของผู้ประกอบการ

1. ประเภทของผู้ประกอบการแบ่งตามลักษณะของกิจกรรมการบริหารงาน

1.1 ผู้ก่อตั้ง (Founder) คือผู้ประกอบการที่จัดตั้งธุรกิจขึ้นมา ซึ่งอาจเป็นผู้ที่ชำนาญการทางวิชาชีพด้านใดด้านหนึ่งมาก่อน เช่น กู้ภัยตาศาครออกมาเปิดร้านอาหารเอง หลังจากการก่อตั้งธุรกิจแล้ว ผู้ก่อตั้งจะดำเนินการต่อไปหรืออาจขายกิจการให้ผู้อื่นแล้วเริ่มก่อตั้งธุรกิจใหม่ขึ้นมาอีกก็ได้ ผู้ก่อตั้งบางคนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และสามารถประดิษฐ์คิดค้นสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ แล้วลงมือก่อตั้งธุรกิจขึ้นมา หรือสร้างสรรค์วิธีการผลิตหรือวิธีการดำเนินงานใหม่ๆ หรือเปิดตลาดใหม่ให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้ว

1.2 ผู้จัดการทั่วไป (General Manager) คือผู้ประกอบการที่ทำหน้าที่บริหารงานเพื่อให้ธุรกิจขนาดย่อมประสบความสำเร็จในระยะยาว ผู้ก่อตั้งกับผู้จัดการทั่วไปอาจเป็นคนเดียวกันหรือไม่ก็ได้ ผู้จัดการทั่วไปต้องเอาใจใส่กับทุกส่วนของกิจการไม่ว่าจะเป็นการเงิน การตลาด การผลิต และการบริหารบุคลากรในองค์การธุรกิจผู้ประกอบการ โดยต้องเป็นผู้นำที่จูงใจลูกน้องได้ มองการณ์ไกลในระยะยาว และพากเพียรพยายามเพื่อสร้างทีมงานที่ดี ตลอดจนสามารถกำหนดกลยุทธ์ โครงสร้างและวัฒนธรรมให้แก่องค์กรได้

1.3 ผู้รับสิทธิทางการค้า (Franchisee) คือผู้ประกอบการที่ซื้อสิทธิการดำเนินงานจากธุรกิจสิทธิทางการค้า (Franchise) แม้ผู้รับสิทธิทางการค้าจะมีหน้าที่คล้ายผู้จัดการทั่วไป แต่ก็ไม่มีอิสระในการดำเนินการตามความคิดของตนเองเพราะต้องปฏิบัติตามข้อสัญญาของผู้ให้สิทธิทางการค้า (Franchisor)

2. ประเภทของผู้ประกอบการแบ่งตามวิธีการดำเนินงาน

2.1 ผู้ประกอบการที่เป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ (Artisan Entrepreneur) เป็นผู้ที่มีความทักษะทางวิชาชีพเฉพาะด้านที่จัดตั้งธุรกิจขึ้นมาจนสามารถเป็นผู้ประกอบการ ปัญหาของผู้ประกอบการประเภทนี้คือ ขาดความรู้ในการบริหารงาน ขาดทักษะในการติดต่อสื่อสารด้วยการใช้ศัพท์เทคนิคที่คนอื่นไม่เข้าใจ ขาดวิสัยทัศน์ในการพัฒนาให้ธุรกิจก้าวหน้า ไม่กล้ากระจายอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบให้ลูกจ้าง และมักไม่มองภาพรวมของธุรกิจ

2.2 ผู้ประกอบการที่มีโอกาสสำเร็จเพียงพร้อม (Opportunistic Entrepreneur) เป็นผู้ที่มีทักษะทางเทคนิคในขั้นเริ่มต้นแต่ได้พยายามศึกษาวิชาการบริหารจัดการเพิ่มเติม เพื่อที่จะบริหารงานอย่างมีวิสัยทัศน์กว้างขึ้น มอบหมายงานและกระจายอำนาจ รวมทั้งวางแผนพัฒนาธุรกิจให้ก้าวหน้าในระยะยาวได้

2.3 ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มคณะ (Entrepreneurial Team) เป็นกลุ่มบุคคลที่มีการบริหารงานตามความสามารถของแต่ละคนโดยมีการประสานงานกัน ทำให้ได้ผู้เชี่ยวชาญหลายด้านมาช่วยกันลงทุนและลงแรงดำเนินการด้วยกัน

ข้อดีและข้อเสียของการเป็นผู้ประกอบการ

การเป็นผู้ประกอบการมีทั้งข้อดีและข้อเสียเหมือนกับอาชีพอื่นๆ ถ้าเปรียบเทียบการเป็นลูกจ้างของผู้หนึ่งกับการทำธุรกิจของตนเองนั้น จะเห็นได้ว่าต่างก็มีทั้งข้อดีและข้อเสียแตกต่างกันไปในแง่ของผลประโยชน์ที่ได้รับและความเหมาะสมกับอุปนิสัยเฉพาะบุคคล จึงเป็นการยากที่จะชี้เฉพาะลงไปว่าการเป็นลูกจ้างหรือผู้ประกอบการดีกว่ากัน ขึ้นอยู่กับความคิดและอุปนิสัยของแต่ละบุคคล

ตารางที่ 1.2 การเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของการเป็นผู้ประกอบการ

ข้อดีของการเป็นผู้ประกอบการ	ข้อเสียของการเป็นผู้ประกอบการ
1. มีความเป็นอิสระในการทำงาน สามารถตัดสินใจด้วยตนเองได้ สั่งการดำเนินงานตามที่ตนต้องการ 2. ได้ใช้ความสามารถของตนทุกด้านอย่างเต็มที่ เป็นนายของตัวเอง หุ่นเทแรงกายแรงใจได้จนสุดกำลัง 3. ได้เงินกำไรเป็นของผู้ประกอบการทั้งหมด และถ้าประสบความสำเร็จในธุรกิจจะได้รับการยกย่องสรรเสริญมีชื่อเสียงในสังคม 4. ได้สนองความพึงพอใจด้วยการใช้ชีวิตที่ตนปรารถนา เช่น ได้ทำงานที่ตนเองรักหรือมีเวลาอยู่กับครอบครัวมากขึ้น ได้สร้างกุศลจากการดำเนินกิจการ 5. ได้สืบทอดกิจการสู่รุ่นลูกหลาน สร้างงานให้คนในครอบครัวได้อย่างยั่งยืน	1. ต้องทำงานหนักมากเกินเวลาทำงานที่เป็นทางการ และต้องทำงานทุกอย่างทั้งระดับปฏิบัติการและระดับบริหารเป็นเวลาที่ยาวนานแรมปีติดต่อกัน 2. ขอบเขตความรับผิดชอบมีมากมายไม่จำกัด ต้องดูแลทุกเรื่องแม้แต่เรื่องที่ไม่ชำนาญหรือไม่มีความรู้ 3. รายได้ไม่สม่ำเสมอ เพราะการทำธุรกิจย่อมมีความเสี่ยงที่จะกำไรหรือขาดทุนได้ตลอดเวลา แต่ถ้าเป็นลูกจ้างจะมีเงินเดือนประจำพร้อมสวัสดิการ 4. ต้องรับผิดชอบหนี้สินของกิจการ การกู้ยืมเงินก็ทำได้ยากหากตัวผู้ประกอบการไม่มีหลักทรัพย์เพียงพอ 5. ขาดสังคม ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กจะติดต่อกับผู้คนไม่กี่คนทำให้รู้สึกคับแคบขาดโอกาสพบปะผู้คนใหม่ๆ

สิ่งที่จูงใจให้อยากเป็นผู้ประกอบการมากที่สุดคือได้มีความเป็นอิสระ ได้พัฒนาศักยภาพของตนได้เต็มที่ ได้ภาคภูมิใจในตนเอง นอกจากนั้นยังสามารถใช้ชีวิตในแบบอย่างที่ตนปรารถนา เพราะการทำสิ่งที่ตนชอบคือความสุขในชีวิตที่ไม่อาจซื้อได้ด้วยเงินเสมอไป แต่การเป็นผู้ประกอบการตั้งธุรกิจมาดำเนินงานเองไม่ได้ประสบความสำเร็จเสมอไป มีธุรกิจขนาดย่อมมากมายที่ล้มเหลวต้องออกจากตลาดไป ทำให้การลงทุนลงแรงของผู้ประกอบการที่ทุ่มเทสูญเสียเงินที่เก็บออมมาชั่วชีวิตอาจหมดไปกับธุรกิจที่ล้มละลาย แต่ผู้ประกอบการที่ไม่ประสบความสำเร็จต้องไม่ท้อถอยที่จะต่อสู้ใหม่อีกครั้ง ดังคำกล่าวที่ว่า “ผู้ชนะในวันนี้เคยพ่ายแพ้ในวันก่อนมาแล้วทั้งนั้น”

การคิดแบบผู้ประกอบการ

สัญชาตญาณความเป็นผู้ประกอบการแตกต่างจากผู้ที่ไม่เคยคิดจะก่อร่างสร้างธุรกิจของตนเองเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบการมักต้องตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ที่มีความไม่แน่นอน ผลได้ผลเสียจากการตัดสินใจมีความแตกต่างกันอย่างมากหากเปลี่ยนจากวิธีที่ถูกไปเป็นวิธีที่ผิด การตัดสินใจของผู้ประกอบการถูกบีบคั้นจากเวลาที่มีย่อยอย่างจำกัด และต้องใช้เงินลงทุนเป็นจำนวนมาก จึงสรุปได้ว่าผู้ประกอบการเผชิญกับความเสี่ยงในการตัดสินใจดำเนินการอยู่ตลอดเวลา การคิดแบบผู้ประกอบการจึงเป็นความท้าทายท่ามกลางสภาวะการแข่งขันที่สภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไปมาไม่หยุดนิ่ง และมีพื้นฐานอยู่บนบริบทดังต่อไปนี้

1. การสมตฺรระหว่างการยึดผลลัพธ์ (Effectuation) และการยึดความสมเหตุสมผล (Causal Process) หากผู้ประกอบการเลือกตัดสินใจบนพื้นฐานของการยึดผลลัพธ์ คือจะใช้ทรัพยากรความสามารถ ความชำนาญของตนนำเสนอสิ่งที่ตนเองมีให้ลูกค้า เช่น รีสอร์ทที่อัมพวาจัดที่นอนนุ่นปูบนพื้น

ทางมุ่ง ใช้พัดลมเปดานเพื่อให้ลูกค้าสัมผัสบรรยากาศโฮมสไตล์อย่างแท้จริง หากตัดสินใจด้วยการยึดความสมเหตุสมผล คือนำเสนอสิ่งที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการ เช่น รีสอร์ทบนเกาะเสม็ดจัดที่นอนแบบเตียงคู่ มีพุกหนานุ่ม ห้องติดเครื่องปรับอากาศเย็นฉ่ำเพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าตามมาตรฐานของธุรกิจที่พัก โดยทั่วไป ผู้ประกอบการต้องผสมผสานทั้งสองอย่างนี้ในสัดส่วนที่เหมาะสมเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของตนและสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

2. การประยุกต์ใช้ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Adaptability) ผู้ประกอบการต้องตัดสินใจบนพื้นฐานของความรู้ที่มีอยู่เกี่ยวกับผู้คนและสิ่งแวดล้อมต่างๆ ผู้ประกอบการจึงต้องบูรณาการความรู้ที่หลากหลายให้เกิดประสิทธิผลในการตัดสินใจ เพื่อให้รู้แจ้งในสถานะของตน งาน สถานการณ์ สิ่งแวดล้อมที่จะเกี่ยวข้องส่งผลกระทบต่อกิจการตนเอง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เมื่อเราทำงานอะไรอยู่ ต้องรู้แจ้งเห็นจริงในงานที่กระทำมากที่สุดเท่าที่จะทำได้

กระบวนการประยุกต์ใช้ความรู้ความเข้าใจมี 4 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 2.1 การทำความเข้าใจ ผู้ประกอบการต้องตระหนักว่ามีปัญหาเกิดขึ้น มีความเข้าใจสถานการณ์ที่เป็นอยู่ เข้าใจประเด็นของปัญหา
- 2.2 การเชื่อมโยง ผู้ประกอบการต้องสามารถเปรียบเทียบความเหมือนและความต่างกันของเหตุการณ์หนึ่งกับอีกเหตุการณ์หนึ่ง เพื่อนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น
- 2.3 การวางกลยุทธ์ ผู้ประกอบการต้องสามารถวางแผนการดำเนินงาน กำหนดแนวทางที่ควรกระทำ ป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นภายใน และใช้โอกาสให้เป็นประโยชน์กับกิจการ
- 2.4 การวิเคราะห์ ผู้ประกอบการต้องสามารถทบทวนเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจและการกระทำของตนเอง เพื่อเป็นการวางแผนแนวทางในอนาคตสำหรับธุรกิจได้

เช่น โรงงานอาหารทะเลปรุงสำเร็จพบปัญหาอาหารที่จำหน่ายหมดอายุก่อนวันที่ระบุไว้ ผู้ประกอบการต้องสามารถหาสาเหตุที่เกิดขึ้น โดยโยงเข้ากับกรณีคล้ายกันที่เกิดขึ้นกับนมเปรี้ยวยี่ห้อหนึ่ง จึงรีบแก้ปัญหาโดยส่งสินค้าใหม่ไปให้ลูกค้าทันทีพร้อมคำขอโทษ เพิ่มความระมัดระวังในกระบวนการบรรจุสินค้า และวางแผนการปฏิบัติเพื่อได้รับการรับรองคุณภาพตามมาตรฐาน GMP, HACCP ซึ่งสามารถใช้สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า ช่วยส่งเสริมการตลาด ตลอดจนช่วยเพิ่มโอกาสในการส่งออกในอนาคต

3. การเรียนรู้จากความผิดพลาดของธุรกิจ (Learning from Business Failure) การดำเนินธุรกิจผิดพลาดเกิดความสูญเสียทั้งชื่อเสียงและรายได้เป็นเรื่องธรรมดาของการประกอบการ เพราะการทำธุรกิจเต็มไปด้วยความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของสถานการณ์ต่างๆรอบตัว และบางครั้งก็เกิดจากความบกพร่องของสภาวะภายในธุรกิจเอง แต่การเรียนรู้ความผิดพลาดที่เกิดขึ้นไม่ว่ากับตนเองหรือผู้อื่นจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถก้าวต่อไปอย่างรอบคอบระมัดระวัง ไม่วางตนอยู่ในความประมาท ยิ่งถ้าเรียนรู้จากความผิดพลาดของผู้อื่นได้จะเป็นการเรียนรู้ที่ลงทุนน้อยที่สุด เช่น นักธุรกิจที่ขยายกิจการอย่างรวดเร็วด้วยการกู้ยืมระยะสั้นแล้วไม่สามารถหมุนเวียนเงินสดชำระหนี้ทันจนล้มละลายเป็นอุทาหรณ์ที่ดีเกี่ยวกับการลงทุนโดยใช้หนี้สินมากกว่าส่วนของเจ้าของ เป็นต้น

การเปรียบเทียบการดำเนินงานของผู้ประกอบการ นักลงทุน และผู้บริหารมืออาชีพ

มีการนำผู้ประกอบการไปเปรียบเทียบกับความเป็นนักลงทุนที่นำเงินทุนไปซื้อหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์หรือสถาบันการเงินต่างๆ และนำไปเปรียบเทียบกับผู้บริหารมืออาชีพที่รับจ้างทำหน้าที่บริหารจัดการ ความแตกต่างของบุคคลทั้งสามประเภทแสดงในตารางที่ 1.2 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1.3 การเปรียบเทียบผู้ประกอบการ นักลงทุน และผู้บริหารมืออาชีพ

	ผู้ประกอบการ	นักลงทุน	ผู้บริหารมืออาชีพ
การลงทุนด้วยเงินส่วนตัว	✓	✓	✗
การบริหารจัดการ แก้ไขปัญหา	✓	✗	✓
การรับความเสี่ยงจากกิจการ	✓	✓	✗

ผู้ประกอบการต้องลงทุนลงแรงและรับความเสี่ยงมากมายหากเทียบกับนักลงทุนและผู้บริหารมืออาชีพแต่การกระทำที่ครบถ้วนนั้นส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถลิขิตชีวิตตนเอง และควบคุมสถานการณ์ต่างๆ ในชีวิตได้ดีกว่าบุคคลอีกสองประเภท หากเมื่อพิจารณาเฉพาะเรื่องการบริหารจัดการ จะพบว่าทั้งผู้ประกอบการและผู้บริหารมืออาชีพต้องลงมือลงแรงในการบริหารจัดการ แต่บุคคลทั้งสองประเภทนี้มีความแตกต่างบางประการในการบริหารจัดการธุรกิจแยกเป็นมิติต่างๆ ดังตารางที่ 1.3

ตารางที่ 1.4 การเปรียบเทียบผู้ประกอบการและผู้บริหารมืออาชีพในมิติต่างๆ ของการบริหารจัดการ

มิติแห่งการบริหารจัดการ	วิธีแห่งผู้ประกอบการ	วิธีแห่งผู้บริหารมืออาชีพ
การเน้นกลยุทธ์ที่ใช้ (Strategic Orientation): แนวทางการดำเนินงานที่ปฏิบัติ	ขับเคลื่อนการกระทำด้วยการฉกฉวย โอกาสที่ร่อยุ่โดยไม่จำเป็นต้องประหยัด ทรัพยากร	ขับเคลื่อนการกระทำด้วยทรัพยากร ตามแผนงานการจัดสรรงบประมาณ
การมุ่งมั่นต่อโอกาส (Commitment to Opportunity) : การมุ่งหน้าสู่อนาคตของธุรกิจ	การปฏิวัติกิจกรรมใหม่ทั้งหมดเพื่อ ผลลัพธ์ระยะสั้น	การวิวัฒนาการกระบวนการใหม่เพื่อ ผลลัพธ์ระยะยาว
การมุ่งมั่นต่อการใช้ทรัพยากร (Commitment of Resource) : การใช้เงินทุนด้วยแนวคิดที่ยึดมั่น	แบ่งค่าใช้จ่ายย่อยเพื่อทดลองปฏิบัติตาม ทางเลือกที่หลากหลายเพื่อกระจายความ เสี่ยง ถ้าไม่สำเร็จจะได้ไม่ขาดทุนมากนัก	ใช้เงินลงทุนจำนวนมากในการปฏิบัติ ตามนโยบายที่กลั่นกรองจากข้อมูล ต่างๆ อย่างรอบคอบก่อนลงมือกระทำ
การควบคุมทรัพยากร (Control of Resource) : ความเป็นเจ้าของทรัพยากร	ใช้ทรัพยากรโดยไม่สนใจว่าเป็นของ กิจการตนหรือไม่ อาจใช้วิธีเช่า/ยืม/เช่า ซื้อทรัพยากรของผู้อื่นหากมีโอกาสทำได้	มุ่งทำให้ทรัพยากรที่ใช้เป็นขององค์กร ต้องการควบคุมครอบครองทรัพยากร ที่ใช้มากกว่าเจ้าของผู้อื่นมาใช้ชั่วคราว
โครงสร้างการบริหารจัดการ (Management Structure) : การจัดชั้นของการบังคับบัญชา	กิจการมีลำดับชั้นการบังคับบัญชาน้อย การสื่อสารทำได้ง่าย ง่าย อาจใช้วิธี ที่ไม่เป็นทางการ	กิจการมีลำดับชั้นการบังคับบัญชา ซับซ้อนเพื่อกระจายอำนาจ สื่อสาร อย่างเป็นทางการ
ปรัชญาแห่งการให้รางวัล (Reward Philosophy) : เงื่อนไขการให้รางวัลตอบแทน บุคลากรผู้ปฏิบัติงาน	มอบรางวัลตามผลงานการคิดค้นสิ่งใหม่ สามารถแสวงหาประโยชน์จากโอกาสได้	มอบรางวัลตามความรับผิดชอบต่องาน ที่บุคลากรผู้นั้นได้รับมอบหมายและ จำนวนทรัพยากรภายใต้การควบคุม ของบุคลากรผู้นั้น

ตารางที่ 1.4 (ต่อ)

มิติแห่งการบริหารจัดการ	วิธีแห่งผู้ประกอบการ	วิธีแห่งผู้บริหารมืออาชีพ
การเน้นการเจริญเติบโต (Growth Orientation): การมุ่งหวังการขยายตัวของกิจการ	ต้องการการเติบโตขยายตัวอย่างมาก และ/หรืออย่างรวดเร็ว	ต้องการการเติบโตอย่างช้าๆ และ ควบคุมทุกอย่างได้
วัฒนธรรมของการประกอบการ (Entrepreneurial Culture): แนวประเพณีของบุคลากร	ต้องการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่กระตุ้น การคิดค้นนวัตกรรมอย่างสร้างสรรค์ของ บุคลากร	สร้างวัฒนธรรมการทำงานในขอบเขต จำกัดภายใต้กรอบของแผนงาน ปัจจุบัน และทรัพยากรที่ควบคุมได้

ขั้นตอนการสร้างธุรกิจของผู้ประกอบการ

ความสำเร็จของผู้ประกอบการมาจากการเลือกธุรกิจที่เหมาะสมกับตนเองด้วยในบางส่วนหนึ่งเพราะผู้ประกอบการแต่ละคนมีความถนัดที่แตกต่างกัน แต่ปัญหาที่พบบ่อยคือ ไม่ทราบว่าคุณควรทำธุรกิจอะไรหรือเหมาะสมกับธุรกิจประเภทใด และต้องทำอะไรบ้างเพื่อให้ธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จตามที่คาดหวัง ขั้นตอนการสร้างธุรกิจของผู้ประกอบการมีดังต่อไปนี้

1. ศึกษาความต้องการที่แท้จริงของตนเอง มนุษย์ใช้เวลาส่วนใหญ่ของชีวิตในการทำงานจึงควรทำสิ่งที่ตนเองชอบและถนัด เพราะจะทำให้ชีวิตมีความสุขและสามารถมุ่งมั่นฝ่าฟันอุปสรรคได้อย่างไม่ย่อท้อ นอกจากนั้นการได้ทำในสิ่งที่ตนชอบและถนัดยังจะช่วยให้ผู้ประกอบการทุ่มเทความสามารถในการพัฒนาธุรกิจโดยไม่เปลืองแรงเสียเวลา และสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยความเชี่ยวชาญรอบรู้เฉพาะทาง

2. มองรอบด้านเพื่อค้นหาธุรกิจที่มีโอกาสก้าวหน้าและทำเงินได้ การก่อตั้งธุรกิจจึงต้องคำนึงถึงช่วงเวลาในวงจรชีวิตที่ต้องผ่านช่วงเริ่มต้น เติบโต อิ่มตัว และตกต่ำ แต่ละธุรกิจมีช่วงเวลาต่างๆ เหล่านี้ไม่เท่ากัน บางธุรกิจมีช่วงเวลาที่ยืนยาว เช่น ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับปัจจัย 4 ในการดำรงชีวิต แต่บางธุรกิจเป็นที่นิยมชั่วคราว ชั่วข้ามวัน ธุรกิจที่มีอนาคตรุ่งเรืองที่สุดคือธุรกิจที่ผ่านช่วงเริ่มต้นมาแล้วและกำลังเข้าสู่ช่วงเติบโต ส่วนธุรกิจที่อิ่มตัวหรือเข้าสู่ช่วงตกต่ำย่อมไม่สามารถสร้างรายได้ในระยะยาวให้แก่ผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการจึงต้องหมั่นสังเกตความเป็นไปรอบตัว ทั้งแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ ตลาดสากล ฯลฯ อันเป็นสิ่งแวดล้อมเชิงมหภาคประกอบกับพลวัตภายในอุตสาหกรรม และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้า แล้วจึงจับคู่ความต้องการของตนเองเข้ากับธุรกิจที่มีโอกาสก้าวหน้า คือเลือกดำเนินธุรกิจที่ตนถนัดและเป็นธุรกิจที่มีความต้องการของตลาดรองรับ

3. สร้างแผนธุรกิจที่มีประสิทธิภาพในการเริ่มต้น และดำเนินงานไปได้อย่างตลอดรอดฝั่ง ผู้ประกอบการต้องมีกลยุทธ์การดำเนินงานที่ชัดเจนโดยใช้ความต้องการของตลาดเป็นที่ตั้ง และสร้างความเชี่ยวชาญเฉพาะทางหรือจุดเด่นของธุรกิจที่ลูกค้าต้องการ รายละเอียดเกี่ยวกับการสร้างแผนธุรกิจอยู่ในบทที่ 4

4. ประมาณการทรัพยากรที่ตนต้องใช้ในการประกอบกิจการ ธุรกิจที่ประกอบด้วยแนวคิดที่ดีเพียงใดก็ตามจะไม่สามารถเป็นจริงได้หากผู้ประกอบการไม่มีทรัพยากรในการสร้างและดำเนินธุรกิจนั้นอย่างเพียงพอ หรืออีกนัยหนึ่งคือ ในการสร้างกิจการ ผู้ประกอบการต้องมีพร้อมทั้งทุนทรัพย์และภูมิปัญญา

มีฉะนั้นจะไม่สามารถประสบความสำเร็จเต็มที่อย่างที่คาดไว้ ผู้ประกอบการที่ดีจึงต้องรู้จักสะสมทุนทรัพย์ควบคู่กับการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจที่ตนสนใจอยากทำ

5. สร้างกลวิธีและกระบวนการในการดำเนินงานตามแผนธุรกิจและกลยุทธ์ที่วางไว้ ธุรกิจไม่อาจประสบความสำเร็จหากวางแผนไว้อย่างสวยงามแต่ทำจริงไม่ได้ ในการดำเนินงานมักจะประสบกับปัญหาที่อาจไม่คาดคิดมาก่อนอยู่เสมอ การปฏิบัติงานจริงจึงอาจต้องมีการปรับให้เข้ากับสถานการณ์ทั้งภายในและภายนอกธุรกิจ การดำเนินการจริงจึงเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งของความสำเร็จ

ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จอาจไม่โชคดีตั้งแต่การดำเนินธุรกิจแรก และความสำเร็จก็อาจไม่ยั่งยืนในระยะยาวหากไม่ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป การดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนต้องอาศัยความเอาใจใส่อย่างสม่ำเสมอ และการปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ภายนอกด้วย

จริยธรรมในการประกอบธุรกิจ

ผู้ประกอบการเป็นบุคคลหนึ่งในสังคมที่ต้องปฏิบัติตามและดำเนินงานอยู่ภายใต้กฎกติกาของส่วนรวม เพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกันกับผู้อื่นในสังคมอย่างสงบสุขและเอื้ออำนวยประโยชน์ซึ่งกันและกัน ผู้ประกอบการจึงต้องคำนึงถึงหลักจริยธรรมในการประกอบธุรกิจ เพราะผู้ประกอบการที่มีจริยธรรมไม่เบียดเบียนสร้างความเดือดร้อนให้ผู้อื่นย่อมเป็นสิริมงคลในการประกอบสัมมาอาชีพได้ราบรื่นและประสบความสำเร็จในระยะยาว

จริยธรรมในการประกอบธุรกิจมีแนวทางดังต่อไปนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจที่ดีต้องไม่เอารัดเอาเปรียบและหลอกลวงลูกค้าเพื่อค้ากำไรเกินควร เช่น การใช้ส่วนผสมด้อยคุณภาพราคาถูกที่อันตรายต่อสุขภาพผู้ใช้ การบรรจุสินค้าไม่เต็มตามปริมาณที่ระบุไว้ การโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณของสินค้าเกินความเป็นจริง การนำของเก่ามาขายในราคาสินค้าใหม่ ฯลฯ

2. ผู้ประกอบการธุรกิจที่ดีต้องไม่กดขี่ข่มเหงลูกจ้างพนักงานอย่างไร้มนุษยธรรม เช่น การใช้แรงงานเด็กเกินเวลาที่กำหนด การกดค่าแรงโดยจ่ายน้อยกว่าค่าแรงขั้นต่ำ การกำหนดเงินเดือนต่ำทอลูกจ้างให้ได้้อย่างต่อหน้าผู้อื่น การลงโทษอย่างไม่ยุติธรรมโดยไม่ไต่สวนให้ชัดเจน การค้ามนุษย์ เป็นต้น

3. ผู้ประกอบการธุรกิจที่ดีไม่ควรลอกเลียนความคิด เลียนแบบสินค้า ละเมิดลิขสิทธิ์ ตัดราคาแบบทุ่มตลาด หรือใส่ร้ายป้ายสีธุรกิจที่เป็นคู่แข่ง

4. ผู้ประกอบการธุรกิจที่ดีไม่ควรเก่งกำไรเพื่อประโยชน์ของตนเอง โดยไม่คำนึงถึงความเดือดร้อนของผู้อื่นหรือส่วนรวม เช่น การกักตุนสินค้าอุปโภคบริโภคจนประชาชนเกิดความขาดแคลน

5. ผู้ประกอบการธุรกิจที่ดีไม่ควรคราดราคาหรือหน่วงเวลาการชำระเงินเกินสมควรต่อผู้ขายวัตถุดิบหรือเจ้าหนี้ โดยพึงเข้าใจไว้ว่าทุกธุรกิจต้องการมีกำไรเช่นเดียวกัน และการมีคู่ค้าที่ดีเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจในระยะยาว

6. ผู้ประกอบการธุรกิจที่ดีไม่ควรสร้างความเดือดร้อนแก่ชุมชนหรือสิ่งแวดล้อม เช่น การปล่อยน้ำเสียจากโรงงานลงแม่น้ำทำให้ปลากระชังที่เลี้ยงไว้ตายหรือชาวบ้านใช้น้ำไม่ได้อีก การทำเสียงอึกทักในยามวิกาลจนชาวบ้านไม่ได้พักผ่อน การทิ้งขยะอย่างไม่รอบคอบรบกวนจนมีการแพร่ระบาดของเชื้อโรค

7. ผู้ประกอบการธุรกิจที่ดีไม่ควรดำเนินงานในแนวทางที่ขัดแย้งต่อการรักษาความมั่นคงของชาติหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนโดยมุ่งหวังเพียงแค่สิ่งตอบแทนที่เป็นผลประโยชน์ของตน

การเป็นผู้ประกอบการที่ดีไม่เพียงเป็นประโยชน์แก่ตนและครอบครัวเท่านั้น แต่ยังเป็นการพัฒนา ระบบเศรษฐกิจเสริมความเข้มแข็งแก่สังคม และที่สำคัญที่สุดคือ ความเป็นผู้ประกอบการที่ดีช่วยเติมเต็ม คุณค่าของมนุษย์ รวมทั้งยกระดับคุณภาพของบุคลากรอันเป็นทรัพยากรที่มีค่าสูงสุดของประเทศชาติให้ ส่วนรวมบังเกิดความเจริญก้าวหน้าอีกด้วย

บทบาทของผู้ประกอบการที่มีต่อสังคมและเศรษฐกิจ

1. การสร้างธุรกิจของผู้ประกอบการเพิ่มการว่าจ้างแรงงานในระบบเศรษฐกิจ โดยเฉพาะกลุ่ม แรงงานที่ด้อยโอกาสทางสังคม เช่น คนชรา คนที่มีวุฒิการศึกษาต่ำ คนพิการ ซึ่งจะต้องนำมาฝึกฝนให้เกิด ความชำนาญและทักษะผสมผสานกันในลักษณะที่แตกต่างจากการทำงานให้ธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งนอกจาก ธุรกิจขนาดย่อมจะช่วยลดอัตราการว่างงานแล้ว ยังช่วยกระจายรายได้และสร้างความรู้ความชำนาญให้แก่ ประชาชนในทุกท้องถิ่นต่าง ๆ อย่างทั่วถึง อันจะช่วยลดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ของสังคมไทย

2. การสร้างธุรกิจของผู้ประกอบการเป็นแหล่งที่มาของนวัตกรรมใหม่ของตลาดจำนวนมาก ถึงแม้ว่าธุรกิจขนาดย่อมไม่มีการใช้เทคโนโลยีในระดับสูง หรือห้องปฏิบัติการวิจัยและพัฒนาราคาแพง แต่ ด้วยความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการและความร่วมมือของพนักงานก็อาจสร้างนวัตกรรมได้ เช่น เครื่องมือเปลี่ยนหลอดไฟในที่สูง ครีมบำรุงผิวจากน้ำมันข้าว เป็นต้น

3. การสร้างธุรกิจของผู้ประกอบการเป็นการส่งเสริมการแข่งขันเสรี กระตุ้นให้เกิดการแข่งขัน ระหว่างผู้ผลิตซึ่งทำให้ผู้บริโภคได้ประโยชน์มากที่สุด เพราะการที่ระบบเศรษฐกิจประกอบด้วยธุรกิจขนาด ใหญ่เพียงไม่กี่รายจะนำไปสู่การผูกขาดทางการค้าซึ่งไม่เป็นผลดีแก่ผู้บริโภคและสังคมส่วนรวม ดังนั้นการที่ ธุรกิจขนาดย่อมเสนอสินค้าและบริการที่หลากหลายทั้งด้านคุณภาพและราคา จึงทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือก และความต้องการที่แตกต่างกันของคนทุกกลุ่มได้รับการตอบสนองโดยทั่วถึง

4. การสร้างธุรกิจขนาดย่อมของผู้ประกอบการช่วยสนับสนุนการดำเนินการของธุรกิจขนาดใหญ่ ด้านกระจายสินค้าและการป้อนวัตถุดิบและการบริการในลักษณะพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน เช่น ร้านค้าปลีก เครื่องใช้ไฟฟ้า (Dealer) เป็นตัวแทนจำหน่ายช่วยบริษัทใหญ่ที่ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้ากระจายสินค้าสู่แต่ละพื้นที่

5. การเป็นผู้ประกอบการช่วยพัฒนาศักยภาพในด้านสติปัญญาและความมานะพยายามของบุคคล ทั้งตัวผู้ประกอบการ และได้ฝึกฝนลูกจ้างพนักงานให้ต่อสู้ให้ได้มาซึ่งความสำเร็จของธุรกิจ เพราะการ ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมมีเงินทุนจำกัดต้องอาศัยความพากเพียร ความอดทน ร่วมกับภูมิปัญญา ทักษะ และความชำนาญของผู้ประกอบการซึ่งมีความสามารถที่แท้จริง

บทที่ 2 | กลยุทธ์การสร้างธุรกิจ

การประกอบการธุรกิจสามารถกระทำได้หลายวิธีการขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจ ความเหมาะสมกับตัวผู้ประกอบการ ตลอดจนสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในช่วงเวลานั้น การเลือกประกอบธุรกิจที่ผู้ประกอบการได้ใช้จุดแข็งหรือความได้เปรียบของตนพิชิตโอกาสที่มีอยู่จะเป็นหนทางแห่งความสำเร็จที่ง่ายที่สุด เพราะผู้ประกอบการได้ใช้ความเป็นตัวตนของตนเอง ใช้ความถนัดความชำนาญ สร้างธุรกิจให้รุดหน้าไปอย่างต่อเนื่อง

ในการสร้างและดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการสามารถเลือกใช้กลยุทธ์และวิธีการดังต่อไปนี้

1. ธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาใหม่ (Start Up)
2. ธุรกิจที่ซื้อต่อมาจากผู้อื่น (Buyout/Take Over)
3. ธุรกิจครอบครัว (Family Business)
4. ธุรกิจการรับสิทธิทางการค้า (Franchise)
5. ธุรกิจเสริมงานประจำ (Sideline Business)

ธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาใหม่

การเริ่มก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาใหม่ เป็นวิธีการที่แสดงถึงธรรมชาติของความเป็นผู้ประกอบการได้ดีที่สุด เพราะผู้ประกอบการที่ก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาใหม่จะต้องมีความคิดสร้างสรรค์ ความกล้าเสี่ยง กล้าตัดสินใจ และความพยายามเป็นอย่างสูง แต่ถึงแม้เป็นที่ทราบกันว่าจุดเริ่มต้นก่อตั้งธุรกิจเป็นจุดที่ยากที่สุด เพราะทุกอย่างเป็นเรื่องที่ท้าทายและมีความเสี่ยงสูง ธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาใหม่ก็ยังเป็นวิธีการที่ผู้ประกอบการนิยมดำเนินการมากที่สุดเพราะผู้ประกอบการมีอิสระที่จะเลือกองค์ประกอบทุกอย่างของธุรกิจให้เป็นไปตามแนวคิดของตน

ธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาใหม่เหมาะกับผู้ประกอบการที่มีกำลังความคิด กำลังใจ และกำลังทรัพย์ที่เพียงพอ การก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาใหม่สามารถทำได้ 3 ลักษณะได้แก่

1. ตลาดใหม่ (New Market) เป็นการนำผลิตภัณฑ์ที่ได้วางขายในตลาดอื่นอยู่แล้วมาขายในท้องถิ่นใหม่แก่ลูกค้ากลุ่มใหม่ ดังภาพที่ 2.1
2. ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Technology) เป็นการนำนวัตกรรมซึ่งมีการประดิษฐ์คิดค้นขึ้นมาใหม่เข้าสู่ตลาด ดังภาพที่ 2.2
3. ผลิตรูปแบบที่ดัดแปลง (New Benefit) เป็นการนำผลิตภัณฑ์ที่ปรับปรุงประโยชน์ใช้สอยหรือลักษณะบางอย่างเข้าสู่ตลาดเดิม โดยมีคุณสมบัติแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิมดังภาพที่ 2.3

ความคิดริเริ่มที่จะใช้เป็นจุดเด่นในการประกอบธุรกิจ (Business Idea)

จุดเริ่มต้นกิจการมักเริ่มต้นขึ้นจากตัวผู้ประกอบการเอง ซึ่งความคิดในการสร้างธุรกิจเกิดจากความรู้ความชำนาญของผู้ประกอบการที่นำมาปรับให้ตรงกับความต้องการของตลาด หรือเกิดจากการ

วิเคราะห์ความต้องการของตลาด แล้วพยายามศึกษาเรียนรู้ที่จะตอบสนองความต้องการนั้นให้ได้ ความคิดในการประกอบการมีที่มาจาก

1. ประสบการณ์ในงานที่ทำมาก่อน ผู้ประกอบการบางรายใช้ความรู้และประสบการณ์ครั้งที่เคยเป็นลูกจ้างเรียนรู้งานมาระยะหนึ่ง เมื่อสบโอกาสที่เหมาะสมก็จะก่อร่างสร้างตัวเป็นผู้ประกอบการเอง
2. งานอดิเรกและการพักผ่อน สิ่งที่เคยลงมือกระทำอย่างสมัครเล่นสามารถกลายเป็นอาชีพซึ่งสร้างรายได้และความสุขในการตอบสนองความต้องการส่วนตัวได้ และได้ทำงานที่ตนชอบอย่างมีความสุข
3. พบหรือคิดได้โดยบังเอิญ โดยการพินิจพิเคราะห์สิ่งที่เกิดขึ้นจนพบโอกาสใหม่ในการทำธุรกิจ เช่น ก๋วยเตี๋ยวเรือที่รสอร่อยต้องมีน้ำซุบที่เข้มข้น ใส่ส่วนผสมปรุงรสอย่างเต็มที่ เนื้อโคขุนผ่านการหมักจนนุ่ม
4. จงใจค้นหา ผู้ประกอบการควรหมั่นสังเกตความเป็นไปของสภาพการณ์รอบด้านจนพบช่องว่างที่ยังไม่มีผู้ดำเนินการซึ่งเรียกว่า การใช้กลยุทธ์น่านน้ำสีคราม (Blue Ocean Strategy) โดยหาลูกค้ากลุ่มใหม่ที่ยังไม่มีธุรกิจรายใดตอบสนองความต้องการได้ ซึ่งไม่ใช่วิธีผลิตสินค้าเหมือนกันแล้วตัดราคาแย่งลูกค้าที่ทำให้เกิดสงครามราคาจนทุกธุรกิจในอุตสาหกรรมเดือดร้อนกันทั่วหน้า การใช้กลยุทธ์น่านน้ำสีครามเริ่มต้นจากการศึกษาพฤติกรรมการใช้ที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคแล้วคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการใหม่นั้นได้ดีกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ เช่น ธุรกิจส่งอาหารจากร้านดังที่มีคิวยาวต้องรอคอยนานและส่งด่วนถึงลูกค้า

ธุรกิจจัดตั้งใหม่ควรเป็นธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ รวมทั้งเป็นธุรกิจที่อยู่ในขอบเขตความสามารถของผู้ประกอบการที่จะลงทุนและดำเนินการ มีความลงตัวเหมาะกับวิถีชีวิตของผู้ประกอบการด้วย

ข้อดีของการก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาใหม่

1. การก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาใหม่เหมาะกับผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ หรือวิธีการดำเนินงานใหม่
2. ผู้ประกอบการสามารถเลือกทุกอย่างตามที่ตนเองพอใจ เช่น การเลือกทำเลที่ตั้ง การเลือกเครื่องมือเครื่องจักรอุปกรณ์ การว่าจ้างพนักงานเข้ามาทำงานใหม่ ตลอดจนแหล่งเงินทุน โดยไม่ต้องยึดถือตามธุรกิจเดิมที่ซื้อมา การบริหารงานอิสระกว่าตัดสินใจได้คล่องตัวกว่าการเป็นผู้รับสิทธิทางการค้า
3. ผู้ประกอบการสามารถหลีกเลี่ยงกฎเกณฑ์ ระเบียบข้อบังคับ ข้อจำกัดทางกฎหมาย ที่ไม่เหมาะสมกับธุรกิจของตน เช่น ผู้ประกอบการอาจจดทะเบียนกิจการเป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียวก่อนในช่วงแรกเพื่อให้ง่ายต่อการทำบัญชีและประเมินภาษี
4. การสร้างภาพพจน์ที่ดีจากธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาใหม่จะง่ายกว่าการแก้ไขภาพพจน์เดิมที่ไม่ดีของธุรกิจที่ซื้อต่อจากผู้อื่น และสร้างความภาคภูมิใจแก่ผู้ก่อตั้งด้วย

ข้อเสียของการก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาใหม่

1. การก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาใหม่มีความเสี่ยงภัยสูงที่สุด เพราะทุกสิ่งทุกอย่างใหม่หมด และการพยากรณ์คาดเดาความต้องการของลูกค้าในระยะยาวทำได้ยาก
2. ธุรกิจสร้างใหม่นี้จะต้องใช้เวลาอีกระยะหนึ่งก่อนจะมีรายได้ที่พอจะมีกำไร ในขณะที่เริ่มก่อตั้งใหม่กิจการจะมีรายได้ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่าย ผู้ประกอบการอาจต้องใช้เงินออมส่วนตัวใช้จ่ายพยุงธุรกิจให้รอดพ้นระยะเริ่มต้นนี้ไป ซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหาทางการเงินทั้งแก่ผู้ประกอบการเองและธุรกิจที่สร้างขึ้น