

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบ โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโต รวมทั้งเปรียบเทียบรูปแบบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย จำแนกตามประเภท และขนาดของวิสาหกิจ ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ความหมายของผู้ประกอบการ ทฤษฎีคุณลักษณะ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ลักษณะของสถานประกอบการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องของต่างประเทศ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องของประเทศไทย การพัฒนาความหมาย และการวัดการเจริญเติบโตของสถานประกอบการ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

#### 2.1 ความหมายของผู้ประกอบการ

มีผู้นิยามความหมายของผู้ประกอบการที่หลากหลาย ดังนี้

Longenecker, Moore, Petty and Palich (2006) นิยามผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ค้นพบความต้องการของตลาด และดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด โดยต้องเผชิญกับความเสี่ยง มีแรงกระตุ้นผลักดันเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในนวัตกรรม และความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ

Hatten (2006) นิยามผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่มีโอกาส และผลประโยชน์ในธุรกิจ โดยเป็นผู้มีความรู้ และความเข้าใจในเรื่องการเงิน การจัดการวัตถุดิบ และการเผชิญกับความเสี่ยงในการริเริ่ม หรือดำเนินธุรกิจ Hatten ได้ระบุลักษณะพฤติกรรมของผู้ประกอบการ ดังนี้

1. มีความคิดสร้างสรรค์ (Creation) มีการริเริ่มดำเนินธุรกิจใหม่
2. มีสร้างนวัตกรรม (Innovation) มีการผลิตสินค้าใหม่รวมถึงกระบวนการดำเนินธุรกิจ การตลาด และการจัดการองค์การด้วยกระบวนการใหม่ ๆ

3. มีความสามารถในการบริหารความเสี่ยง (Risk management) ผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจจะต้องมีความรับผิดชอบต่อความเสี่ยงอันเกิดจากการขาดทุน หรือความล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ

4. มีความสามารถในการบริหารงานทั่วไป (General management) ผู้ประกอบการ หรือเจ้าของธุรกิจจะต้องมีแนวทางในการดำเนินธุรกิจ และจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ ของธุรกิจให้มีความเหมาะสม

5. มีความมุ่งหวังในประสิทธิภาพ (Performance intention) ผู้ประกอบการ หรือเจ้าของธุรกิจ จะต้องมีความคาดหวังในผลกำไร หรือระดับการเจริญเติบโตของธุรกิจ

Wikipedia (2010) นิยามผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่เป็นเจ้าของธุรกิจ ซึ่งมีความเสี่ยง มีแนวความคิด เป็นผู้ยอมรับในความเสี่ยง และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่เป็นเจ้าของ หรือเป็นผู้รับผิดชอบในการบริหารจัดการธุรกิจที่ต้องเผชิญกับความเสี่ยงเป็นผู้ที่มีความรู้ และประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จตามที่มุ่งหวัง

## 2.2 ทฤษฎีคุณลักษณะ

ทฤษฎีคุณลักษณะ (Trait Theory) เกิดขึ้นจากการศึกษาในต้นศตวรรษที่ 20 ที่ได้มีนักวิชาการศึกษาประเด็นเกี่ยวกับคุณลักษณะเฉพาะของผู้นำเป็นจำนวนมาก โดยนักวิชาการต่าง ๆ พยายามกำหนดคุณลักษณะบางอย่าง เช่น อุปนิสัยเฉพาะ บุคลิกภาพส่วนตัว หรือลักษณะทางกายภาพที่มีความเกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้นำมาทำการศึกษาโดยอาจพิจารณาลักษณะเฉพาะของร่างกาย หรือลักษณะพิเศษอื่นๆ เช่น ความเปิดเผย ภาวลักษณ์ ความมุ่งมั่น หรือความก้าวร้าวว่าจะมีความเกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้นำหรือไม่ และการศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะของคนที่เป็นผู้นำกับคนที่ไม่เป็นผู้นำ โดยผลการศึกษาดังกล่าวก็ยังไม่มียุทธศาสตร์หรือการพิสูจน์ที่ชัดเจนว่าคุณลักษณะใดมีผลต่อความสำเร็จของผู้นำซึ่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์และความจำเป็นในการใช้คุณลักษณะแต่ละชนิดมากน้อยอย่างไร เช่น ผู้บริหารที่มีทักษะและความทะเยอทะยานทางด้านบริหารสูงอาจเจริญก้าวหน้าในตำแหน่งได้อย่างรวดเร็วกว่าผู้บริหารที่มีความสามารถสูงในการทำงานอย่างเดียวกันแต่ขาดความทะเยอทะยานหรือขาดการนำเสนอตัวเอง (มัลลิกา ต้นสอน, 2544; สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์, 2550; เนตร์พัฒนา ยาวีราช, 2552; Homer, 1997; Center for Good Governance, 2006)

สำหรับคำว่า trait ในตำราของประเทศไทยพบว่านักวิชาการต่างๆ ได้ใช้คำที่แตกต่างกันออกไป เช่น มัลลิกา ต้นสอน (2544) ใช้คำว่าลักษณะเฉพาะของผู้นำ สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์ (2550)

ใช้คำว่าคุณลักษณะ และเนตร์พัฒนา ยาวีราช (2552) ใช้คำว่าคุณลักษณะของผู้นำ แต่ยังคงนิยามคำว่า trait คล้ายคลึงกันคือ อุปนิสัย บุคลิกภาพ หรือลักษณะทางกายภาพเฉพาะบุคคลที่แสดงออกสู่เทพ พงศ์ศรีวัฒน์ (2550) ได้กล่าวว่าคุณลักษณะ (Trait) หมายถึง คุณลักษณะปรุงแต่งต่าง ๆ เฉพาะรายบุคคลซึ่งประกอบด้วยสิ่งที่เป็นพื้นฐานของบุคลิกภาพ ภาวะด้านอารมณ์และจิตใจ ความต้องการ แรงขับ และค่านิยม โดยคุณลักษณะด้านบุคลิกภาพเป็นสิ่งที่ค่อนข้างถาวรที่บุคคลนั้นแสดงออกมาในรูปแบบเฉพาะในแต่ละสถานการณ์ ซึ่งการศึกษาเกี่ยวกับภาวะผู้นำในยุคเริ่มแรกส่วนใหญ่จะยึดแนวทางการศึกษาด้านคุณลักษณะเป็นหลักจากสมมติฐานที่ว่าบุคคลที่มีคุณลักษณะและทักษะที่เหมาะสมจะสามารถขึ้นสู่ตำแหน่งผู้นำ สามารถปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งผู้นำได้อย่างเหมาะสม

การสังเคราะห์งานวิจัยของ Stogdill (อ้างถึงใน สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์, 2550, น. 114) ในปี 1974 เกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้นำของบุคคลต่าง ๆ ในระหว่างปี 1949-1970 จำนวน 163 กรณีศึกษา พบว่ามีคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับความมีประสิทธิภาพของผู้นำซ้ำกับคุณลักษณะที่พบจากการศึกษาครั้งก่อนอยู่หลายประการแต่ก็พบคุณลักษณะและทักษะใหม่ๆ เพิ่มขึ้น สรุปได้ ดังแสดงตารางที่ 2.1 ดังนี้

ตารางที่ 2.1 คุณลักษณะและทักษะที่แยกผู้นำจากบุคคลที่ไม่ใช่ผู้นำ

คุณลักษณะ (Traits)	ทักษะ (Skills)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์</li> <li>- มีความรับรู้ไวต่อสภาพแวดล้อม</li> <li>- มีความทะเยอทะยาน และมุ่งในความสำเร็จ</li> <li>- มีความเปิดเผย</li> <li>- มีการให้ความร่วมมือ</li> <li>- มีการตัดสินใจที่ดี</li> <li>- มีความสามารถในการฟังพาได้</li> <li>- มีอำนาจเหนือผู้อื่น</li> <li>- มีพลัง และมีความกระตือรือร้นสูง</li> <li>- มีความพยายามอย่างต่อเนื่อง</li> <li>- มีความมั่นใจในตนเอง</li> <li>- มีความอดทนต่อความเครียด</li> <li>- มีความเต็มใจที่จะรับผิดชอบงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีความฉลาด</li> <li>- มีทักษะในด้านแนวคิด</li> <li>- มีความคิดสร้างสรรค์</li> <li>- มีธรรมาจริย และมีความไวพริบดี</li> <li>- มีความคล่องแคล่วในการพูด</li> <li>- มีความรู้เกี่ยวกับงาน</li> <li>- มีความสามารถในการบริหารองค์การ</li> <li>- มีความสามารถในการชักจูงโน้มน้าว</li> <li>- มีทักษะทางสังคม</li> </ul>

Yukl (1998) ได้สังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับผู้บริหารที่ประสบความสำเร็จสูงผลการศึกษพบว่าสามารถระบุคุณลักษณะของผู้นำได้ดังนี้

1. มีความอดทนต่อความเครียด
2. มีความมั่นใจในตนเอง
3. มีความเชื่อมั่นต่อความสามารถของตนเอง
4. มีวุฒิภาวะทางอารมณ์
5. มีความซื่อสัตย์
6. มีอำนาจทางสังคม
7. มีความต้องการในความสำเร็จ
8. มีความต้องการได้รับความรักจากผู้อื่นในระดับต่ำ

ในอดีตมีการศึกษาอย่างกว้างขวางในประเด็นของคุณลักษณะของผู้นำ ต่อมาเป็นการศึกษาทั้งคุณลักษณะของผู้นำและคุณลักษณะของบุคคลที่ไม่ใช่ผู้นำถึงความแตกต่างและ

การพยากรณ์ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น โดยผลการศึกษาจำนวนมากยังมีระดับความสอดคล้องต่ำจึงไม่สามารถระบุถึงปัจจัยคุณลักษณะที่ชัดเจนได้ ขณะที่ผลการศึกษาเมื่อไม่นานมานี้พบว่า มีคุณลักษณะที่สามารถระบุได้ มีความสำคัญและเป็นจุดแข็งของผู้นำมีดังนี้ (Schermerhorn, Hunt & Osborn, 2003, pp. 287-288)

1. มีพลัง มีการปรับตัว หรือมีความอดทนต่อความเครียด (Energy and adjustment or tolerance) มีความตื่นตัวอยู่เสมอและสามารถควบคุมอารมณ์ตนเองได้ดี
2. มีแรงจูงใจเกี่ยวกับอำนาจทางสังคม (Prosocial power motivation) โดยจะเป็นผู้ที่มีความต้องการด้านอำนาจสูงและใช้อำนาจเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้อื่น
3. มีการมุ่งความสำเร็จ (Achievement orientation) มีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ มีความปรารถนาสูง มีแรงขับที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ มีความรับผิดชอบ และมุ่งมั่นทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์
4. มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ (Emotional maturity) เป็นผู้ที่สามารถปรับอารมณ์ตนเองได้ดีเมื่อประสบกับเหตุการณ์ต่างๆ ที่ไม่คาดหวัง
5. มีความเชื่อมั่นในตนเอง (Self confidence) มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในการบริหารงานให้ประสบความสำเร็จ
6. มีความยึดมั่นในคุณธรรม (Integrity) เป็นพฤติกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับการยึดมั่นในหลักการ ความซื่อสัตย์สุจริต จริยธรรม และความน่าเชื่อถือไว้วางใจ
7. มีความบากบั่นอดสาหัส (Perseverance or tenacity) มีความสามารถที่จะแก้ไขปัญหาลุप्तรรคต่างๆ และมีความเข้มแข็ง
8. มีความสามารถในการรับรู้ ความฉลาด มีความเข้าใจในด้านสังคม (Cognitive ability, Intelligence, Social intelligence) สามารถรับรู้และเข้าใจ บุรณาการและอธิบายหรือถ่ายทอดข้อมูลได้เป็นอย่างดี รวมถึงมีความเข้าใจบทบาททางสังคม
9. มีความรู้เกี่ยวกับงาน (Task-relevant knowledge) โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับธุรกิจของตนเอง อุตสาหกรรม และเทคนิคต่างๆ
10. มีความยืดหยุ่น (Flexibility) มีความสามารถที่จะปรับเปลี่ยน แก้ไขข้อกำหนดต่างๆ ที่ได้วางไว้ได้อย่างเหมาะสม

นอกเหนือจากทฤษฎีคุณลักษณะที่อธิบายคุณลักษณะเฉพาะของผู้นำแล้วยังมีการศึกษาภาวะผู้นำในเชิงพฤติกรรม (Behavioral approaches to leadership) ซึ่งพิจารณาว่าพฤติกรรมใดบ้างที่ทำให้ผู้นำประสบความสำเร็จ และพฤติกรรมใดบ้างที่ทำให้ผู้นำไม่ประสบความสำเร็จ โดยมีผู้ที่ศึกษาภาวะผู้นำในเชิงพฤติกรรมในช่วงแรกๆ ที่สำคัญคือ การศึกษาภาวะผู้นำโดยมหาวิทยาลัย

โอไฮโอสเตท (The Ohio State University Study) และมหาวิทยาลัยมิชิแกน (University of Michigan Research Study) (มัลลิกา ต้นสอน, 2544; สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์, 2550; Schermerhorn, Hunt and Osborn, 2003) สรุปรายละเอียดได้ดังนี้

การศึกษาภาวะผู้นำโดยมหาวิทยาลัยโอไฮโอสเตทในปี 1940 ได้สร้างแบบสอบถามวัดพฤติกรรมผู้นำของผู้บริหาร 2 กลุ่มคือ ผู้บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม และผู้บริหารในหน่วยงานทหาร ซึ่งให้ผู้ที่บังคับบัญชาเป็นผู้ประเมินพฤติกรรมผู้นำ โดยมีการวัดผู้นำแบ่งออกเป็นสองมิติคือ ด้านกิจสัมพันธ์ (Consideration) และด้านมิตรสัมพันธ์ (Initiating structure) สำหรับผู้นำด้านกิจสัมพันธ์เป็นพฤติกรรมที่ผู้นำแสดงออกต่อผู้ตามอย่างชัดเจนที่มุ่งเน้นความสำเร็จตามความมุ่งหมายขององค์การ ได้แก่ พฤติกรรมของผู้นำที่เกี่ยวกับการจัดโครงสร้างงานและองค์การ การกำหนดคุณลักษณะของงานที่ต้องการ การกำหนดบทบาทของผู้นำและผู้ตาม การมอบหมายงานและความรับผิดชอบ ส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารทางเดียวจากผู้นำลงสู่ผู้ตาม และการกำหนดวิธีการทำงานและจัดตารางการทำงาน ส่วนผู้นำด้านมิตรสัมพันธ์เป็นพฤติกรรมที่บ่งบอกถึงความรู้สึกไวต่อการรับรู้ของผู้นำที่มีต่อผู้ตาม มีการยอมรับในความคิด ความรู้สึก ความไว้วางใจต่อกัน แสดงความชื่นชมและรับฟังปัญหาของผู้ตาม และกระตุ้นให้มีการสื่อสารแบบสองทาง ผลการวิจัยพบว่า การผสมผสานพฤติกรรมภาวะผู้นำทั้งสองมิติทำให้เกิดแบบของผู้นำ (Leadership style) 4 แบบแสดงดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 แบบของผู้นำ 4 แบบ

ที่มา: DuBrin (1998, อ้างถึงใน สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์, 2550, น. 165)

นอกจากการผสมผสานพฤติกรรมภาวะผู้นำทั้งสองมิติแล้วผลการวิจัยยังพบว่า 1) ผู้นำที่มีประสิทธิผลจะมีพฤติกรรมที่มุ่งเน้นทั้งสองมิติ คือ ทั้งด้านกิจสัมพันธ์และมิตรสัมพันธ์ 2) กลุ่มผู้ตามยังมีความต้องการให้ผู้นำแสดงออกด้วยพฤติกรรมด้านมิตรสัมพันธ์มากกว่ากิจสัมพันธ์ 3) ผู้บังคับบัญชาของผู้นำต้องการให้ผู้นำใช้พฤติกรรมด้านกิจสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น 4) กลุ่มผู้ตามให้ความสำคัญในคุณค่าของพฤติกรรมด้านมิตรสัมพันธ์ของผู้นำมาก โดยหลักฐานยืนยันว่า การลาออกจากงานน้อยมากและระดับความพึงพอใจในงานสูงสุดเมื่อกลุ่มผู้ตามได้ทำงานกับผู้นำที่มีคะแนนพฤติกรรมด้านมิตรสัมพันธ์สูง 5) ผู้นำที่มีคะแนนด้านกิจสัมพันธ์สูงจะมีคะแนนการประเมินของผู้บังคับบัญชาสูง และมีผลงานที่ออกมาสูงกว่าผู้นำที่มีคะแนนด้านกิจสัมพันธ์ต่ำ 6) มีข้อเสนอแนะว่า สถานการณ์จะเป็นปัจจัยสำคัญไม่ว่าผู้นำจะมุ่งเน้นพฤติกรรมด้านกิจสัมพันธ์หรือมิตรสัมพันธ์ ในบางสถานการณ์กลุ่มผู้ตามอาจให้คะแนนผู้นำที่มีพฤติกรรมเน้นด้านกิจสัมพันธ์สูงกว่าเป็นผู้นำที่มีประสิทธิผลมากกว่า ดังผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้นำในหน่วยทหารอากาศที่มีคะแนนด้านมิตรสัมพันธ์สูงกลับถูกกลุ่มผู้ตามประเมินว่าเป็นผู้นำที่มีประสิทธิผลน้อยกว่าผู้นำหน่วยทหารที่มีคะแนนด้านกิจสัมพันธ์สูง อย่างไรก็ตามการศึกษาดังกล่าวก็ยังไม่ได้รับการยอมรับว่ามีความเป็นสากลเนื่องจากผลการศึกษาในช่วงต่อมาพบความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนของปัจจัยแต่ละตัว เช่น ขนาดขององค์การจะมีความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้นำ ความพอใจในงานของผู้ใต้บังคับบัญชาและผลการปฏิบัติงาน เป็นต้น

การศึกษาภาวะผู้นำโดยมหาวิทยาลัยมิชิแกนในปี 1940 ศึกษาพฤติกรรมผู้นำเพื่อค้นหารูปแบบของผู้นำที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารของกลุ่มองค์กรที่มีผลผลิตสูง และกลุ่มองค์กรที่มีผลผลิตต่ำ ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมของผู้นำที่มีพื้นฐานสองแบบคือ ผู้นำที่มุ่งคน (Employee centered) และผู้นำที่มุ่งผลผลิต (Production centered) มีความสำคัญต่อสวัสดิภาพของผู้ใต้บังคับบัญชา โดยผู้นำที่มุ่งคนเป็นพฤติกรรมที่แสดงต่อผู้ตามด้วยการกระตุ้นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายการทำงานและการตัดสินใจเกี่ยวกับงาน มีความไว้วางใจและเคารพนับถือต่อผู้ตาม จูงใจให้ผู้ตามผลิตผลงานออกมาสูงซึ่งมีความคล้ายคลึงกับพฤติกรรมผู้นำด้านกิจสัมพันธ์และด้านมิตรสัมพันธ์ ส่วนผู้นำที่มุ่งผลผลิตจะมีพฤติกรรมในการกำหนดมาตรฐานงานที่เข้มงวด การจัดแบ่งงาน และวิธีการทำงานที่ต้องปฏิบัติตามและการตรวจสอบการทำงานของผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างใกล้ชิดเพื่อประกันความสำเร็จของงาน ข้อเสนอการศึกษามีดังนี้

- 1) กลุ่มคนทำงานที่มีผลผลิตสูงส่วนใหญ่จะมีผู้นำที่มีพฤติกรรมมุ่งคนสูงกว่ากลุ่มผู้นำที่มุ่งผลผลิต
- 2) ผู้นำที่มีประสิทธิผลส่วนใหญ่จะเป็นผู้นำที่มีสัมพันธภาพเชิงสนับสนุนต่อสมาชิกกลุ่ม
- 3) ผู้นำที่มีประสิทธิผลส่วนใหญ่จะเน้นใช้วิธีการตัดสินใจของกลุ่มมากกว่าการตัดสินใจโดยลำพัง และเป็นผู้นำที่กระตุ้นให้ทีมงานกำหนดเป้าหมาย และหาวิธีการเพื่อบรรลุเป้าหมายที่มีผลผลิตสูงด้วยตนเอง

อย่างไรก็ตามผลการศึกษาในระยะต่อมายังมีความซับซ้อนหลายประการที่ยากต่อการสรุป เช่น การศึกษาพนักงานของบริษัทประกันชีวิตที่มีผู้นำสองกลุ่มมีผลงานออกมาสูงไม่แตกต่างกันแต่กลุ่มที่มีผู้นำที่มุ่งคนจะมีเจตคติที่ดีต่อผู้นำมากขึ้น ในขณะที่การศึกษายางกลุ่มพบว่าผู้นำที่มีผลงานดีจะต้องมีพฤติกรรมทั้งสองด้านคือมุ่งที่คนไปพร้อมๆ กับการมุ่งที่ผลผลิต

จากที่กล่าวมาในข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ทฤษฎีคุณลักษณะจะกล่าวถึงคุณลักษณะของผู้นำที่ประสบความสำเร็จ สามารถปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งได้อย่างเหมาะสม โดย Stogdill เสนอคุณลักษณะของผู้นำที่ต้องมีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ มีความรู้ไว ต่อสภาพแวดล้อม มีความทะเยอทะยาน มีความเปิดเผย มีการให้ความร่วมมือ มีการตัดสินใจที่ดี มีความสามารถในการพึ่งพาได้ มีอำนาจเหนือผู้อื่น มีพลังและความกระตือรือร้นสูง มีความพยายามอย่างต่อเนื่อง มีความมั่นใจในตนเอง มีความอดทนต่อความเครียด และมีความเต็มใจที่จะรับผิดชอบงาน ต่อมา Yukl เสนอคุณลักษณะเพิ่มเติมคือ มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ มีความซื่อสัตย์ มีอำนาจทางสังคม และมีความต้องการได้รับความรักจากผู้อื่นในระดับต่ำ ส่วน Schermerhorn, Hunt และ Osborn เสนอเพิ่มเติมว่า คุณลักษณะของผู้นำต้องเป็นผู้มีแรงจูงใจเกี่ยวกับอำนาจทางสังคม ยึดมั่นในคุณธรรม มีความบากบั่นอดสาหะ มีความสามารถในการรับรู้ และเข้าใจในด้านสังคม ขณะที่การศึกษาภาวะผู้นำของมหาวิทยาลัยโอไฮโอสเตทพบว่าผู้นำที่มีประสิทธิผลจะต้องมีพฤติกรรมทั้งสองมิติคือ มิติด้านกิจสัมพันธ์และมิตรสัมพันธ์ ส่วนการศึกษาของมหาวิทยาลัยมิชิแกนเน้นศึกษามิติใดมิติหนึ่งในผู้นำที่มีพฤติกรรมที่มุ่งคน และมุ่งผลผลิต โดยการศึกษาของทั้งสองมหาวิทยาลัยยังไม่มีข้อสรุปชัดเจนเกี่ยวกับพฤติกรรมที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานที่แท้จริง อย่างไรก็ตามการทบทวนแนวคิดคุณลักษณะของนักวิชาการต่างๆ จะนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือวัดคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการต่อไป

### 2.3 คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

ธุรกิจที่ต้องการประสบความสำเร็จจำเป็นต้องมีผู้บริหารที่มีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial orientation: EO) ที่เชื่อมโยงถึงการปฏิบัติตามกลยุทธ์ที่ได้วางไว้ และใช้ในสถานการณ์ที่มีความท้าทาย มีการเสนอกรอบความคิด และมุมมองของการเป็นผู้ประกอบการว่าขึ้นอยู่กับลักษณะของวัฒนธรรมขององค์กรที่แตกต่างกัน (Dess, Lumpkin & Eisner, 2007) คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว (Harms, 2009) โดยทั่วไปแล้วคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมักพบว่ามีข้องเกี่ยวกับการเผชิญกับความเสี่ยง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่ง

ผู้ประกอบการจะต้องมีความพยายามในการพัฒนา และค้นหาวิธีการในการประกอบธุรกิจของตนเองให้ประสบความสำเร็จ

Entrialgo (2002) ได้อธิบายถึงคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการตามแนวความคิดที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางของ Miller (1983) ว่าคุณลักษณะเฉพาะของการเป็นผู้ประกอบการจะต้องประกอบด้วย การสร้างนวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก ซึ่งเป็นพฤติกรรมของผู้ประกอบการแต่ละรายที่จะแสดงออกในการดำเนินธุรกิจ

Covin and Slevin (1991) ได้อธิบายชัดเจนมากยิ่งขึ้นเกี่ยวกับปัจจัย นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก โดยกล่าวว่า ลักษณะดังกล่าวสะท้อนถึงพฤติกรรมของผู้บริหารองค์กร 3 ประการ คือ ประการแรก การเผชิญกับความเสี่ยงเป็นสิ่งที่ผู้บริหารระดับสูงจะต้องเผชิญเมื่อมีการตัดสินใจลงทุน และการดำเนินกลยุทธ์ภายใต้สภาวะความไม่แน่นอน ประการที่สอง จำนวนความถี่ และขอบเขตการพัฒนา นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ซึ่งมีส่วนสัมพันธ์กับผู้บริหารในการพัฒนาเทคโนโลยี และประการที่สามคือลักษณะทางธรรมชาติของผู้บริหารที่จะแสดงออกถึงระดับความสามารถในการแข่งขัน และการทำงานเชิงรุกเมื่อธุรกิจต้องเผชิญกับการแข่งขันในอุตสาหกรรม

Dess, Lumpkin, and Taylor (2005) ได้นำเสนอมิติของการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับรูปแบบการตัดสินใจ และการปฏิบัติของธุรกิจ ได้แก่ ความเป็นอิสระในการบริหารงาน การสร้างนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก ความสามารถในการแข่งขัน และการเผชิญกับความเสี่ยง โดย 5 มิติดังกล่าวสามารถใช้ในการดำเนินงานร่วมกันเพื่อที่จะพัฒนาความสามารถในการดำเนินงานของธุรกิจ ความหมายของแต่ละมิติของการเป็นผู้ประกอบการแสดงในตารางที่ 2.2 ดังนี้

## ตารางที่ 2.2 ความหมายของมิติของการเป็นผู้ประกอบการ

มิติ	ความหมาย
ความเป็นอิสระในการบริหารงาน (Autonomy)	ความเป็นอิสระในการทำงานของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเพื่อมุ่งหวังให้ธุรกิจบรรลุผลสำเร็จในเป้าหมาย และวิสัยทัศน์ขององค์กร
การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness)	ความพยายามที่จะนำเสนอสิ่งใหม่ๆ ที่ได้จากการทดลองหรือจากประสบการณ์ และการมีกระบวนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ
การทำงานเชิงรุก (Proactiveness)	ลักษณะของการมองไปข้างหน้าเพื่อแสวงหาความเป็นผู้นำในตลาด เป็นการมองการณ์ไกลเพื่อแสวงหาโอกาส และความต้องการในอนาคต
ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness)	ความพยายามในการแข่งขันกับคู่แข่งในธุรกิจมีลักษณะที่ชอบต่อสู้ หรือมีการตอบสนองต่อการแข่งขันที่รุนแรง เพื่อพัฒนาตำแหน่งของธุรกิจ หรือจัดอุปสรรคคู่แข่งในตลาด
การเผชิญกับความเสี่ยง (Risk taking)	การตัดสินใจ และการปฏิบัติภายใต้สถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอน หรืออาจต้องเผชิญกับความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น

ที่มา: Dess, Lumpkin and Taylor (2005, p. 426)

รายละเอียดของแต่ละมิติเป็นดังนี้

1. ความเป็นอิสระในการบริหารงาน (Autonomy) คือความพยายามในการที่จะปฏิบัติงานด้วยความเป็นอิสระ มีเอกภาพในการทำงานของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล เพื่อมุ่งหวังให้ธุรกิจบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย และวิสัยทัศน์ขององค์กร ในบริบทของการเป็นผู้ประกอบการขององค์กร การทำงานที่มีเอกภาพในหน่วยงานเป็นจุดแข็งที่สามารถสร้างโอกาสในการพัฒนาความสามารถในการปฏิบัติงานขององค์กร ความเป็นอิสระในการบริหารงานเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในองค์กรที่ผู้ประกอบการถือเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรที่จะก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันในการดำเนินงาน บุคลากรจะมีความท้าทายในการทำงานภายใต้ระบบการกระตุ้นสิ่งจูงใจด้วยระบบรางวัล มีการแสวงหาโอกาส และการปฏิบัติงานโดยปราศจากการวิพากษ์วิจารณ์ของเพื่อนร่วมงาน มีการแสดงความคิดเห็นอย่างเป็นอิสระเพื่อเป้าหมายชัยชนะขององค์กรธุรกิจ

ปัจจัยที่จะพัฒนาให้องค์กรมีความเป็นอิสระในการบริหารงาน ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ดังนี้

1) การสนับสนุนให้เกิดการคิดด้วยการใช้เทคนิคสกันค์เวิร์ก (Skunkworks) เพื่อเป็นเครื่องมือช่วยผู้บริหาร และพนักงานในการทำงานที่มีลักษณะเป็นงานประจำ องค์กรบางแห่งอาจมีการตั้งหน่วยปฏิบัติงานขึ้นมาใหม่ เพื่อเป็นหน่วยงานที่เน้นการสร้างความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ มีการระดมสมองเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ร่วมกัน เป็นหน่วยงานที่แยกการทำงานอิสระไม่ขึ้นกับฝ่ายบริหาร มีการทำงานอย่างไม่เป็นทางการ และไม่มีแรงกดดันในการทำงาน

2) มีการออกแบบโครงสร้างองค์กรที่สนับสนุนการปฏิบัติงานอย่างมีอิสระ องค์กรที่มีการเปลี่ยนแปลงใน โครงสร้างองค์กรจะก่อให้เกิดวัฒนธรรมการทำงานใหม่ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อสถานการณ์ที่ต้องเผชิญกับการแข่งขัน เช่น บางธุรกิจอาจเผชิญกับปัญหา และอุปสรรคด้านยอดขาย ประสิทธิภาพขาดทุน การปรับเปลี่ยน โครงสร้างการทำงานใหม่เพื่อให้ธุรกิจมีขนาดเล็กลง พร้อมทั้งการให้อำนาจการตัดสินใจในการทำงานแก่พนักงาน มีการทำงานร่วมกันเป็นทีม ซึ่งสามารถปรับปรุงให้ธุรกิจเจริญเติบโตต่อไปได้ เป็นต้น อย่างไรก็ตามความเป็นอิสระในการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพนั้นจะต้องมีการติดตาม ประเมินผลเพื่อตรวจสอบถึงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานภายในองค์กรเพื่อพิจารณาถึงความได้เปรียบในการแข่งขัน

2. การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness) คือความพยายามในการที่จะแสวงหาโอกาส และทางเลือกใหม่ๆ ในการที่มุ่งเน้นให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเกี่ยวข้องกับ การวิจัยและพัฒนา การทดลองเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ๆ หรือการพัฒนาเทคโนโลยี

ปัจจัยที่จะพัฒนาให้องค์กรมีนวัตกรรมในการทำงาน ประกอบด้วย 2 ปัจจัยดังนี้

1) มีการสนับสนุนการทดลองเพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ เพื่อประสบความสำเร็จในด้านนวัตกรรม ธุรกิจจำเป็นต้องลบความคิดเดิมและมีการทดลองต่างๆ เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ และส่งเสริมให้พนักงานมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

2) มีการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ๆ และมีการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจจำเป็นต้องแสวงหาความได้เปรียบในการแข่งขันจากการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งหมายความว่าธุรกิจจะต้องทุ่มเทงบประมาณในการลงทุนเพื่อความได้เปรียบในเทคโนโลยี

นวัตกรรมเปรียบเสมือนการสร้างความก้าวหน้า และสร้างความมั่นคงให้แก่องค์กรให้สามารถเจริญเติบโตต่อไปได้ แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนาในนวัตกรรมก็อาจส่งผลในด้านลบแก่ องค์กรได้หากการวิจัยและพัฒนาในการออกสินค้า และบริการใหม่ไม่สามารถสร้างผลกำไรให้กับกิจการได้ ซึ่งเป็นที่น่าพอใจซึ่งแน่นอนว่าจะส่งผลไปถึงผลกระทบจากการแข่งขันที่ตามมา และ

แม้ว่าธุรกิจจะมีความสามารถในการพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ หรือประสบความสำเร็จในการพัฒนาเทคโนโลยีอื่นๆ ธุรกิจอื่นๆ ก็มีการพัฒนาในนวัตกรรมที่ออกแบบคล้ายคลึงกันหรือมีการประยุกต์ใช้นวัตกรรมที่ให้ผลลัพธ์ที่ดีกว่าเช่นเดียวกัน ซึ่งท้ายที่สุดหากธุรกิจเริ่มมีผลประกอบการที่ลดลงการให้ความสำคัญในการวิจัยและพัฒนา และการพัฒนาด้านนวัตกรรมต่างๆ อาจจำเป็นต้องยุติลงไปโดยปริยาย นวัตกรรมเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินธุรกิจ แต่ก็ต้องเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการลงทุนในการพัฒนานวัตกรรมนั้นๆ ซึ่งอาจจะไม่ประสบผลสำเร็จเสมอไป สำหรับผู้ประกอบการหรือผู้บริหารธุรกิจจะต้องเข้าใจในกลยุทธ์ และต้องยอมรับในการพัฒนานวัตกรรมที่จะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจเจริญเติบโตได้ต่อไปในอนาคต

3. การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) คือการแสดงออกถึงการสร้างโอกาสใหม่ๆ ให้กับองค์กรโดยการทำงานเชิงรุกในองค์กรจะต้องมีการติดตาม และตรวจสอบ รวมไปถึงการระบุแนวโน้มความต้องการของลูกค้าที่มีอยู่ในตลาดเดิม โดยการคาดการณ์ถึงความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป หรือคาดการณ์ในปัญหาและอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการลงทุน ไม่เฉพาะแต่การทำงานเชิงรุกที่ต้องให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น หากแต่จะต้องให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานภายในองค์กรด้วยเพื่อก้าวสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้นผู้บริหารที่ดำเนินกลยุทธ์การทำงานเชิงรุกจะต้องใส่ใจและต้องคอยแสวงหาข้อมูลอยู่เสมอๆ เพื่อพิจารณาความเป็นไปได้ในการขยายธุรกิจ และการพัฒนาการดำเนินงานของตนเอง

การทำงานเชิงรุกก่อให้เกิดการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เนื่องจากเป็นการทำให้คู่แข่งมีสถานะหรือตำแหน่งที่เป็นฝ่ายตั้งรับไปโดยปริยาย ซึ่งจะทำให้ธุรกิจกลายเป็นผู้นำในตลาดใหม่ และก่อให้เกิดภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีเอกลักษณ์ มีเทคนิคการดำเนินงาน หรือมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการดำเนินงานที่เรียกได้ว่าเป็นผู้นำในธุรกิจ (First mover) ที่มีความได้เปรียบ เช่น มีความได้เปรียบในการสร้างผลกำไรได้สูงเนื่องจากไม่มีคู่แข่งในตลาด สามารถสร้างความจดจำในตราสินค้า และภาพลักษณ์ที่มีต่อลูกค้าได้ ซึ่งล้วนแล้วแต่จะส่งผลให้มีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มสูงขึ้น

ปัจจัยในการทำงานเชิงรุก ประกอบด้วย 2 ปัจจัยดังนี้

1) มีการนำเสนอสินค้าใหม่ หรือการแสดงความสามารถในด้านเทคโนโลยีเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ปัจจัยที่สำคัญคือการมีวัฒนธรรมขององค์กรที่จะเป็นแรงขับเคลื่อนและแสดงออกถึงการดำเนินงานเชิงรุกเพื่อนำเสนอสินค้าหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น การกำหนดภารกิจขององค์กรที่มุ่งเน้นความเป็นผู้นำในสินค้าหรือตลาดนั้นๆ

2) มีความพยายามที่จะค้นหา นำเสนอสินค้าและบริการใหม่อย่างต่อเนื่อง มีความพยายามในการแสวงหาทรัพยากรหรือแหล่งวัตถุดิบใหม่ๆ เพื่อสร้างประโยชน์ให้กับองค์กรในรูปของกำไร เช่น การแสวงหาวัตถุดิบที่มีต้นทุนต่ำ หรือการสร้างความร่วมมือกับผู้ผลิตปัจจัยวัตถุดิบเพื่อผลิตสินค้าหรือบริการร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

4. ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) คือความพยายามในการมุ่งพัฒนาความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้แข่งขันได้ในอุตสาหกรรมเดียวกันเป็นความสามารถที่ธุรกิจจะต้องดำเนินกิจกรรมใดๆ เพื่อต่อสู้กับคู่แข่งอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ ซึ่งอาจเป็นการใช้กลยุทธ์การตัดราคา การลดราคาเพื่อแย่งชิงและเพิ่มส่วนครองตลาด หรือความพยายามในการที่จะพัฒนาความสามารถในกำลังการผลิต ความสามารถในการแข่งขันยังเกี่ยวข้องกับกรณีที่ธุรกิจมีศักยภาพ หรืออิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมของผู้ประกอบการอื่นๆ เช่น ศักยภาพในด้านนวัตกรรม และการทำงานเชิงรุก ความสามารถในการแข่งขันมีลักษณะที่แตกต่างจากการพัฒนานวัตกรรม และการทำงานเชิงรุกที่มีลักษณะมองไปข้างหน้าเพื่อค้นหาแนวโน้ม และโอกาสที่ธุรกิจจะสามารถแสวงหาตลาดที่เพิ่มมากขึ้น แต่ความสามารถในการแข่งขันจะมุ่งไปที่การต่อสู้เพื่อแข่งขันกับคู่แข่ง โดยพิจารณาจากการวิเคราะห์ จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และภัยคุกคาม (Threats) หรือเรียกว่าการวิเคราะห์สวอต (SWOT) ซึ่งความสามารถในการแข่งขันจะเป็นการดำเนินกิจกรรมเพื่อลดความเสียหายหรือหลีกเลี่ยงภัยคุกคาม ในขณะที่นวัตกรรม และการทำงานเชิงรุกจะเป็นการพิจารณาถึงโอกาสทางธุรกิจ

ความสามารถในการแข่งขันเพื่อพัฒนาตำแหน่ง และศักยภาพของธุรกิจประกอบด้วย 2 ปัจจัยดังนี้

1) การเข้าสู่ตลาดด้วยสินค้าราคาต่ำ ธุรกิจขนาดเล็กส่วนใหญ่มักกลัวในการเข้าสู่ตลาดที่มีขนาดใหญ่ เนื่องจากตลาดที่มีขนาดใหญ่ส่วนใหญ่จะเต็มไปด้วยธุรกิจที่มีเงินทุน และงบประมาณในการลงทุนสูง มีความได้เปรียบในการตั้งราคาสินค้าที่ต่ำกว่าและยังมีความสามารถในการรักษากำไรไว้ได้

2) การลอกเลียนแบบการดำเนินธุรกิจ หรือลอกเลียนแบบเทคนิคของคู่แข่งที่ประสบความสำเร็จ เป็นลักษณะของการลอกเลียนแบบในด้านความคิด และวิธีการดำเนินงานของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ อาจเป็นการเปรียบเทียบการดำเนินงานของตนเองกับคู่แข่งหรือธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ (Benchmarking) เป็นการค้นหาการปฏิบัติที่ดีที่มีความเป็นเลิศ (Best practices) ที่ไม่ผิดต่อกฎหมาย

5. การเผชิญกับความเสี่ยง (Risk taking) เป็นความพยายามในการจกฉวยโอกาสที่ไม่สามารถคาดเดาได้ว่าความพยายามนั้นจะประสบผลสำเร็จหรือไม่อย่างไร ซึ่งผู้ประกอบการที่

ประสบความสำเร็จแล้วแต่เป็นผู้ที่มีความเสี่ยงต่างๆ บนทางเลือกเพื่อให้ธุรกิจที่ดำเนินอยู่ดำเนินต่อไปได้ ความเสี่ยงอาจก่อให้เกิดผลตอบแทนจากการลงทุนที่สูง แต่ธุรกิจก็ต้องรับภาระหนี้สินที่สูงขึ้นจากการลงทุนในทรัพยากรจำนวนมากเพื่อพัฒนาสินค้าใหม่ออกสู่ตลาด และการลงทุนในเทคโนโลยีที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้

ลักษณะความเสี่ยงที่องค์กรต้องเผชิญประกอบด้วยความเสี่ยง 3 ประเภท ดังนี้

1) ความเสี่ยงทางธุรกิจ (Business risk) เกี่ยวข้องกับการที่ไม่สามารถทราบถึงโอกาส และความน่าจะเป็นที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จ มีความสัมพันธ์กับการเข้าสู่ตลาดใหม่ที่ไม่มีการทดสอบล่วงหน้า และความไม่แน่ใจในเทคโนโลยี

2) ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial risk) เป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการกู้ยืมเงินจำนวนมากเพื่อนำไปลงทุนเพิ่มเติมในทรัพยากร เพื่อสร้างความเจริญเติบโต ซึ่งในความหมายของความเสียหายทางการเงินในที่นี้คือผลตอบแทนจากการลงทุนที่ไม่อาจคาดเดาได้

3) ความเสี่ยงของบุคคล (Personnel risk) เป็นความเสี่ยงจากการตัดสินใจของผู้บริหารในการใช้กลยุทธ์ และการปฏิบัติงานของบุคลากรที่จะส่งผลกระทบต่อภาพรวมการดำเนินงานขององค์กร ความเสี่ยงในที่นี้จะเป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นเพื่อหวังผลตอบแทนหรือผลลัพธ์ตามเป้าหมายที่ธุรกิจต้องการ ธุรกิจอาจมีทางเลือกในการเผชิญกับความเสี่ยงได้หรือสามารถหลีกเลี่ยง และลดระดับความเสี่ยงขึ้นอยู่กับความสามารถในการวิเคราะห์ในสถานการณ์นั้นๆ

ธุรกิจสามารถดำเนินการเพื่อจัดการกับความเสี่ยงได้โดยมีการวิจัย และการประเมินปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงเพื่อลดความความไม่แน่นอน การเข้าสู่ธุรกิจใหม่อาจก่อให้เกิดความเสี่ยง แต่ถ้าหากธุรกิจมีการวางแผน และวิเคราะห์ข้อมูลอย่างรอบคอบก็จะสามารถทำให้ความเสี่ยงเหล่านั้นลดลงไปได้ และอาจใช้เทคนิคต่างๆ เข้ามาช่วยในการดำเนินงาน เช่น การเข้าไปเป็นผู้นำหรือเข้าสู่ตลาดใหม่ด้วยช่องทางการขายที่แปลกใหม่ แต่การดำเนินงานใหม่ๆ ต้องทำด้วยความระมัดระวัง และเป็นไปอย่างรอบคอบ

วรากรณ์ สามโกเศศ (2546, น. 91-92) ได้กล่าวถึงผู้บริหารที่ประสบความสำเร็จจะประกอบด้วย 6 ลักษณะ ลักษณะแรก ผู้บริหารจะเป็นผู้มองสินค้า การบริการและการบริหารเสมือนเป็นคนนอกมองเข้าไป และเห็นความสำคัญของลูกค้าเป็นคนที่มีความสำคัญมากที่สุด ลักษณะที่สอง มีความเป็นผู้นำ มีความสามารถในการสื่อสารและโน้มน้าวจิตใจคน มีความสามารถในการต่อสู้ทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ลักษณะที่สาม เข้าใจบทบาทของวัฒนธรรมองค์กร และการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมขององค์กร ลักษณะที่สี่ มีความสามารถในการสร้างและปรับปรุงพัฒนาสินค้าและบริการของตนเอง ลักษณะที่ห้า ความสามารถในการเลียนแบบ และการประยุกต์ใช้ให้

เหมาะสมกับธุรกิจของตนเอง ลักษณะที่หก มุ่งองค์ความรู้เป็นของตนเอง มีการพัฒนาองค์ความรู้ของตนเองและนำมาใช้ในธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีปัจจัยหลายประการประกอบกันโดยผู้ประกอบการอาจไม่จำเป็นต้องมีครบทุกข้อ ซึ่งโดยทั่วไปคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ มีดังนี้ (ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs, 2552)

1. การเผชิญกับความเสี่ยง ธุรกิจกับความเสี่ยงเป็นของคู่กัน ผู้ที่เป็นผู้ประกอบการที่ชอบทำงานที่ทำทลายความรู้ความสามารถมักไม่ภูมิใจกับงานที่ง่าย หรืองานที่ไม่มีความเสี่ยงเลย หรือหลีกเลี่ยงงานที่มีความเสี่ยงสูงเกินไป โดยทั่วไปผู้ประกอบการมักเลือกงานที่มีความเสี่ยงปานกลางซึ่งประเมินแล้วว่าไม่เกินความสามารถที่จะบรรลุผลสำเร็จ และมีทางเลือกหลายทาง

2. ต้องการมุ่งความสำเร็จ มีความมุ่งมั่นในการใช้สติปัญญา ความสามารถทั้งหมดทำงานหนักทุ่มเทให้กับงานเพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามช่องทางที่วางไว้โดยไม่คำนึงถึงความยากลำบาก

3. มีความริเริ่มสร้างสรรค์ ต้องเป็นผู้มีความริเริ่มสร้างสรรค์ โดยไม่ชอบกระทำในสิ่งซ้ำๆ แบบดั้งเดิม เป็นผู้เอาประสบการณ์ที่ผ่านมามานำประยุกต์ใช้สร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ๆ ที่ดีกว่าเดิม เป็นผู้เข้าใจถึงปัญหาแล้วหาแนวทางในการแก้ไข มีความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงการผลิตอย่างต่อเนื่อง กล้าที่จะผลิตสินค้าที่แตกต่างจากเดิม

4. รู้จักผูกพันต่อเป้าหมาย เมื่อมีการตั้งเป้าหมายถึงความสำเร็จ ผู้ประกอบการจะทุ่มเททุกอย่างเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ความคิดผูกพันกับการเอาชนะเป้าหมาย มีการวางแผนกลยุทธ์ และเตรียมป้องกันที่จะเอาชนะอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้น

5. ความสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น ผู้ประกอบการที่ติดนอกจากมีความสามารถในการทำงานแล้ว ต้องมีความสามารถในการชักจูงโน้มน้าวจิตใจผู้อื่นให้เกิดความร่วมมือช่วยเหลือในการทำงาน รู้จักใช้ความสามารถในการสร้างทัศนคติและแรงจูงใจต่อผู้ร่วมงานให้สามารถเข้าใจการทำงาน และเต็มใจปฏิบัติงานตามที่วางไว้

6. ยืนหยัดต่อสู้ทำงานหนัก มีการทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ ไม่ท้อแท้แม้ว่าต้องเผชิญกับปัญหาอุปสรรคต่างๆ

7. เอาประสบการณ์ในอดีตมาเป็นบทเรียน เป็นการนำความผิดพลาดในอดีตมาเป็นบทเรียนเพื่อไม่ให้เกิดเหตุการณ์เช่นนั้นอีก หรือนำเอาไปประยุกต์ปรับปรุงใช้ในการทำงานให้มุ่งไปสู่การทำงานที่ดีกว่าเดิม

8. มีความสามารถในการบริหารงาน และเป็นผู้นำที่ดี มีลักษณะการเป็นผู้นำ รู้หลักการบริหารงานเมื่อต้องทำงานร่วมกับคนหลายระดับในภาวะการณ์ที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะระยะเริ่มทำ

ธุรกิจจะต้องรับบทเป็นผู้นำที่จะลงมือทำทุกอย่างด้วยตนเอง รู้จักปรับเปลี่ยนการบริหารงานที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

9. มีความเชื่อมั่นในตนเอง ผู้ประสบความสำเร็จมักเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ชอบอิสระและพึ่งตนเอง มีความมั่นใจ ตั้งใจเด็ดเดี่ยวเข้มแข็ง มีลักษณะเป็นผู้นำ มีความเชื่อมั่นในผลสำเร็จ และมีความทะเยอทะยาน

10. มีวิสัยทัศน์กว้างไกล เป็นผู้มีความสามารถที่จะวิเคราะห์เหตุการณ์ในอนาคตข้างหน้าได้อย่างแม่นยำ และพร้อมรับเหตุการณ์ที่จะเปลี่ยนแปลง

11. มีความรับผิดชอบ รับผิดชอบต่องานที่ทำเป็นอย่างดี และดูแลงานจนสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ รับผิดชอบในผลของการตัดสินใจไม่ว่าผลจะออกมาดีหรือไม่โดยมีความเชื่อว่าความสำเร็จที่เกิดขึ้นมาจากตนเองมิใช่เกิดจากโชคกลาง หรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ทำให้เกิดขึ้น

12. มีความกระตือรือร้น และไม่หยุดนิ่ง มีความกระตือรือร้นในการทำงาน และพัฒนาอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ

13. ใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม มีการใฝ่หาความรู้เพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะความรู้ข้อมูลการตลาด เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย ทั้งในและต่างประเทศ

14. กล้าตัดสินใจ และมีความมุมานะพยายาม มีความหนักแน่น กล้าตัดสินใจ เชื่อมั่นในตนเองกับงานที่ทำ มีการทุ่มเทการทำงานอย่างสุดความสามารถ ไม่กลัวงานหนัก

15. ไม่ตั้งความหวังกับผู้อื่น ผู้ประกอบการที่เริ่มต้นทำธุรกิจมักใช้น้ำพักน้ำแรงของตนเอง จึงผลักดันให้ผู้ที่อยู่รอบด้านทำงานหนักเช่นเดียวกับตนเพื่อให้งานสำเร็จ มีการกำกับดูแลงานอย่างใกล้ชิดด้วยตนเอง

16. มองเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก มีการวางแผนการทำงานในปัจจุบันอย่างรอบคอบ โดยไม่มองเหตุการณ์ในอดีตที่มีความล้มเหลว

17. สามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อม มีความเชื่อมั่นในความสามารถของคนที่จะปรับตนเองให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่จะปล่อยให้ทุกอย่างเป็นไปตามปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้

18. ไม่ทำอะไรเกินตัว รู้จักประมาณตนเอง ไม่ทำสิ่งใดเกินความสามารถที่จะส่งผลกระทบต่อความล้มเหลวของธุรกิจ

19. มีความร่วมมือและแข่งขัน มีการร่วมมือกับกลุ่มบุคคล เช่น สมาคม ชมรมเพื่อช่วยเหลือพึ่งพาศักดิ์กัน และมีความสามารถในการแข่งขัน

20. มีความประหยัด ผู้ประกอบการต้องมีความประหยัด อดออมเพื่อนำเงินไปขยายกิจการในอนาคต

21. มีความซื่อสัตย์ ผู้ประกอบการต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าในด้านคุณภาพสินค้า และสร้างความเชื่อถือของตัวเองในการเป็นลูกหนี้ที่ดีของธนาคาร เป็นเจ้านายที่ดีต่อลูกน้อง มีความซื่อสัตย์ต่อหุ้นส่วน ครอบครัว และรัฐในการเสียภาษีอากร

วรรณิ ชลนภาสถิต (2552, น. 9-10) กล่าวถึงผู้ที่เข้าสู่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่จะต้องมีคุณสมบัติเปลี่ยนไปจากอดีตที่เริ่มต้นทำธุรกิจด้วยความชอบ หรือการถ่ายทอดความรู้มาจากบรรพบุรุษซึ่งเป็นความรู้เฉพาะด้านการผลิตเท่านั้น แต่ในภาวะปัจจุบันปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และการแข่งขันเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างรวดเร็ว ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องมีคุณสมบัติที่ครบถ้วนดังนี้

1. มีความรอบรู้ ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้ที่มีความรอบรู้ และขวนขวายในการหาความรู้ทุกด้าน ซึ่งเป็นทักษะพื้นฐานที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ความรู้ด้านการผลิต การตลาด การเงิน การบัญชี และการจัดการเรื่องคน

2. กล้าสู้ เป็นผู้ที่กล้าสู้งานหนัก ไม่ท้อถอยและท้อแท้กับปัญหา ดังนั้นจึงต้องกล้าต่อสู้ ทุ่มเทงานและปัญหา

3. กล้าเสี่ยง แม้ว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะใช้เงินลงทุนไม่สูง แต่ก็ต้องใช้เงินของตนเองเป็นหลัก การใช้ความรู้และประสบการณ์ของตนเองในการเรียนรู้ ลองผิดลองถูก โอกาสที่จะเกิดความผิดพลาดจึงมีมากเท่าๆ กับโอกาสความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจจึงเป็นการทำทนาย ความเสี่ยง

เมคกุ๊กิน (2550, น. 31-41) กล่าวว่า เจ้าของธุรกิจ และผู้บริหารระดับสูงยุคใหม่ที่จะนำพาองค์กรให้เจริญเติบโตอย่างมั่นคง และยั่งยืนจำเป็นต้องมีทักษะ 7 ประการคือ

1. ทักษะในการติดต่อกับผู้คน หมายถึง การติดต่อสื่อสารกับผู้คนด้วยกิจกรรมารยาท ที่ดี มีความสุภาพอ่อนโยน ให้ความเอาใจใส่ต่อลูกค้า และทักษะการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มคนต่างๆ ได้แก่ ลูกค้า ลูกจ้าง พันธมิตรทางธุรกิจ และคู่แข่ง

2. มีความเชื่อมั่นในตนเอง หมายถึง มีความเชื่อมั่น และเห็นคุณค่าในตนเอง

3. มีความรู้ด้านการเงิน หมายถึง มีความรู้ข้อมูลทางการเงิน และความเป็นไปของธุรกิจ มีทักษะพื้นฐานในการจัดทำบัญชี และมีความเข้าใจด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

4. มีทักษะและประสบการณ์ในวิชาชีพนั้นๆ หมายถึง การมีทักษะและประสบการณ์ในอาชีพที่ดำเนินอยู่ตลอดจนการพัฒนาทักษะความรู้ และประสบการณ์ใหม่ๆ

5. มีทักษะในการสื่อสารข้อความกับผู้อื่นให้ได้ความเข้าใจที่ตรงกัน หมายถึง ความสามารถในการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ กับบุคคลหรือกลุ่มบุคคลต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้วย ข้อความที่กระชับ ชัดเจน ได้ใจความ

6. มีความรู้ด้านการตลาด หมายถึง การมีทักษะและความสามารถด้านการตลาด ประกอบด้วย การใช้สื่อ การใช้ส่วนประสมทางการตลาด และการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

7. มีทักษะในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี หมายถึง ความสามารถในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการดำเนินงาน เช่น การใช้โปรแกรมซอฟต์แวร์ต่างๆ การใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การใช้อินเทอร์เน็ต เพื่ออำนวยความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินงาน

Hodgetts and Kuratko (1995, pp. 31-36) ได้เสนอคุณลักษณะที่เป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของเจ้าของธุรกิจขนาดย่อม หรือผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ 10 คุณลักษณะคือ

1. ความสามารถเชิงเทคนิค (Technical competence) เป็นคุณลักษณะที่สำคัญต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดย่อมคือ ความได้เปรียบด้านเทคนิค โดยเจ้าของธุรกิจจำเป็นต้องเข้าใจธุรกิจที่ดำเนินอยู่

2. ความสามารถทางจิตใจ (Mental ability) เป็นความสามารถในการรับรู้และเข้าใจผู้ประกอบการจะใช้ความสามารถทางจิตใจในการพัฒนากลยุทธ์การแข่งขัน ผู้ประกอบการควรเป็นผู้ที่มีความสามารถที่หลากหลาย และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งการให้ความช่วยเหลือผู้จัดการธุรกิจในการให้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานต่างๆ ที่มีความสำคัญในการพัฒนาแผนงาน และวัตถุประสงค์ของธุรกิจ หรือความสามารถในการบูรณาการงานต่างๆ เข้าด้วยกัน

3. การแสวงหาโอกาส (Opportunity orientation) ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จและสามารถพัฒนาธุรกิจให้เจริญเติบโตได้นั้น จะต้องเป็นผู้แสวงหาโอกาสมากกว่าการแสวงหาปัจจัยด้านทรัพยากร โครงสร้าง หรือกลยุทธ์ สามารถเข้าใจปัจจัยสำคัญต่างๆ ที่เป็นโอกาสเพื่อกำหนดเป้าหมายของธุรกิจ

4. ความคิดริเริ่ม และความรับผิดชอบ (Initiative and responsibility) การที่ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้บุกเบิกสร้างธุรกิจด้วยตนเอง ผู้ประกอบการจึงต้องเป็นผู้ที่มีรับผิดชอบต่อความสำเร็จ หรือล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ และเป็นผู้นำในการแก้ปัญหาต่างๆ ของธุรกิจ

5. ความซื่อสัตย์ และความน่าเชื่อถือ (Integrity and reliability) ความซื่อสัตย์และความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องจากมีส่วนสร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และการให้การยอมรับของบุคคลต่างๆ เช่น นักลงทุน พันธมิตรทางธุรกิจ ลูกค้า และผู้ให้สินเชื่อ

6. ความอดทนต่อความล้มเหลว (Tolerance for failure) ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ล้มเหลวในอดีตมาแก้ไขปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ดียิ่งขึ้น โดยจะต้องมีความอดทน ไม่ผิดหวัง และมองหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ อยู่เสมอ

7. การควบคุมปัจจัยที่เกี่ยวข้องภายใน (Internal locus of control) ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะมีความเชื่อมั่นในตนเอง และจะต้องไม่เชื่อว่าความสำเร็จหรือล้มเหลวเกิดขึ้นจากโชคชะตา แต่เชื่อว่าเป็นผลมาจากการควบคุมภายในของผู้ประกอบการเอง

8. ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (Human relation skills) ผู้ประกอบการจะต้องมีทักษะในการสื่อสารที่ดีกับบุคคลอื่นๆ เช่น พนักงาน กลุ่มธุรกิจ คู่ค้า และลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิธีการติดต่อสื่อสาร เช่น การสื่อสารข้อความภารกิจของธุรกิจที่เข้าใจตรงกัน วิธีการจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานด้วยวิธีการต่างๆ และความมีภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ

9. ความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ (High achievement drive) เป็นผู้ที่มีความมุ่งมั่นที่จะทำงานให้ประสบความสำเร็จ มีความมุ่งมั่นพยายามปฏิบัติงานด้วยความมีประสิทธิภาพ เป็นนักแสวงหาโอกาส กล้าเผชิญกับความเสี่ยง ติดตามประเมินผลการดำเนินงาน และพัฒนาความสำเร็จให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ

10. ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) เป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์วิธีการต่างๆ เช่น มีการคิดค้นพัฒนาทางด้านนวัตกรรม มีการสังเคราะห์หรือผสมผสานบูรณาการข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้างวิธีการทำงานใหม่ ๆ มีการขยายองค์ความรู้ใหม่ ๆ ในธุรกิจ รวมทั้งการนำแนวความคิดที่เป็นประโยชน์ของผู้อื่นมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง

Allen (2006, pp. 12-13) ได้เสนอคุณลักษณะของผู้ประกอบการ 5 ประการประกอบด้วย

1. การเผชิญกับความเสี่ยง (Risk taking) ผู้ประกอบการเป็นผู้รับผิดชอบ และเผชิญต่อความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจซึ่งอาจส่งผลต่อความสำเร็จ หรือล้มเหลว

2. ความต้องการประสบความสำเร็จ (Need for achievement) ผู้ประกอบการจะต้องมีความรับผิดชอบต่อการแก้ปัญหาต่างๆ ภายในธุรกิจ มีการกำหนดเป้าหมายเพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จ

3. ความเป็นอิสระ (A sense of independence) ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจอย่างเป็นอิสระ และรับผิดชอบต่อการตัดสินใจของตนเอง

4. การควบคุมปัจจัยที่เกี่ยวข้องภายใน (Internal locus of control) ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง และมีความเชื่อว่าความสำเร็จหรือความล้มเหลวมาจากการกระทำของตน

5. ความอดทนต่อความไม่ชัดเจน (Tolerance for ambiguity) ผู้ประกอบการต้องมีความอดทนต่อสิ่งต่างๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติ ความไม่แน่นอนหรือความไม่ชัดเจนในปัจจัยต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าคุณลักษณะที่สำคัญของการเป็นผู้ประกอบการ ขึ้นอยู่กับลักษณะของกรอบความคิด และมุมมองของผู้ประกอบการแต่ละคนภายใต้สภาพแวดล้อม และลักษณะวัฒนธรรมขององค์กรที่แตกต่างกัน นักวิชาการที่มีชื่อเสียงหลายท่าน (Miller, 1983; Covin & Slevin, 1991; Lumpkin & Dess, 1996; Dess, Lumpkin, & Eisner, 2007) ได้เสนอ องค์กรประกอบที่สำคัญของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ความเป็นอิสระในการ บริหารงาน การสร้างนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก ความสามารถในการแข่งขัน และการเผชิญกับ ความเสี่ยง ขณะที่นักวิชาการท่านอื่นๆ ได้นำเสนอองค์ประกอบเพิ่มเติม ได้แก่ ปัจจัยด้านทักษะใน การติดต่อสื่อสาร ความรู้ความสามารถในการบริหารงานและเป็นผู้เป็นที่ดี ความอดทนต่อสิ่งต่างๆ การควบคุมปัจจัยที่เกี่ยวข้องภายใน และความซื่อสัตย์สุจริต

## 2.4 ลักษณะของสถานประกอบการ

Harms (2009) ได้นิยามลักษณะของสถานประกอบการ หมายถึง คุณสมบัติของธุรกิจที่ ดำเนินการเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิตให้อยู่ในรูปของสินค้าหรือบริการ ซึ่งจะสามารถสร้างให้ ธุรกิจเหล่านั้นเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยธุรกิจอาจใช้กลยุทธ์มุ่งผลิตภัณฑ์หรือมุ่งเน้นตลาด เป้าหมายรวมไปถึงกระบวนการในการสร้างคุณค่าขององค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และสนับสนุน ให้ธุรกิจมีการเติบโต โดยการศึกษาของ Harms เรื่อง การวิเคราะห์พหุตัวแปรลักษณะของธุรกิจที่ เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว รวมทั้งผู้นำ และตลาดของธุรกิจ ได้นำเสนอลักษณะของธุรกิจที่ เจริญเติบโตอย่างรวดเร็วไว้ 7 ประการคือ

1. ความครอบคลุมของตลาด (Market coverage) คือความสามารถในการตอบสนองต่อ ตลาดในภาพรวม การตอบสนองต่อตลาดบางส่วน หรือการตลาดเฉพาะส่วน ซึ่งเป็นผลมาจากการ ใช้กลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาด
2. ความเป็นสากล (Internationalization) คือระดับความสามารถในการขายสินค้าใน ตลาดระหว่างประเทศ
3. การบริหารจัดการของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Management: EM) คือ ความสามารถในการใช้กลยุทธ์ และการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ
4. ราคา (Pricing) เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์สินค้า-ตลาด (Product - Market Strategy) ที่ธุรกิจจะต้องกำหนดราคาสินค้าในระดับสูง ระดับกลาง หรือระดับราคาต่ำกว่าคู่แข่ง หรือการ ตั้งราคาสินค้าที่มีความแตกต่าง และลูกค้ามีความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อซื้อสินค้านั้น
5. นวัตกรรม (Innovation) คือการริเริ่มสร้างสรรค์นวัตกรรม และนำเสนอออกสู่ตลาด ซึ่งเป็นความสามารถที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบ หรือไม่มีสินค้าอื่นมาทดแทนได้

6. การประสานงาน (Cooperation) คือความสามารถในการประสานงาน และความร่วมมือกันระหว่างธุรกิจ และอุตสาหกรรมอื่นๆ ในการแบ่งปันความเสี่ยงร่วมกัน การใช้เทคโนโลยี การเข้าสู่ตลาด การเสริมสร้างความรู้ทักษะ และเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่ศักยภาพทางธุรกิจ

7. การบริหารทรัพยากรบุคคล (Human resource management) ประกอบด้วยการบริหารจัดการโดยวัตถุประสงค์ (Management by objective) การมีส่วนร่วมในความยุติธรรม (Participation in equity) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการจ่ายค่าตอบแทนหรือสิ่งจูงใจแก่พนักงาน และความท้าทายต่อสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Challenging work environment) คือการเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถปรับเปลี่ยนการปฏิบัติหน้าที่ให้มีความเหมาะสม มีความยืดหยุ่น มีความท้าทายภายใต้สภาพแวดล้อมต่างๆ

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องของต่างประเทศ

ประเด็นคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการได้มีผู้ที่ให้ความสำคัญ และมีการศึกษากันอย่างกว้างขวาง โดยมีการนำเอาทฤษฎีของการเป็นผู้ประกอบการมาศึกษาอย่างต่อเนื่อง และมีวัตถุประสงค์ที่หลากหลายตามศาสตร์หลายๆ สาขา เช่น ด้านสังคมศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ จิตวิทยา ประวัติศาสตร์ และสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย (Mintzberg, 1973; Miller & Friesen, 1984; Miller, 1983, 1987; Lumpkin & Dess, 1996; Dess, Lumpkin, & Covin, 1997) กล่าวว่าคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจ สอดคล้องกับนักวิชาการหลายท่านที่พบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อการเจริญเติบโต และประสิทธิภาพของธุรกิจ (Entrialgo, 2002; Krauss, Frese, Friedrich, & Unger, 2005; Ferreira & Azevedo, 2007; Lim, 2009; Kreiser & Davis, 2009; Amran et al., 2010) และปัจจัยอื่นๆ ที่เป็นคุณสมบัติทั่วไปของผู้ประกอบการ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ของผู้ประกอบการ รวมไปถึงปัจจัยด้านขนาด เครือข่ายของธุรกิจ และระยะเวลาการดำเนินงานพบว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโต และประสิทธิภาพของธุรกิจ (Evans, 1987; Kangasharju, 2000; Hashim et al., 2001; Kaikkonen, 2006; Priyanto, 2006; Fuller, 2008) การนำเสนอมติการเป็นผู้ประกอบการที่สำคัญของ Miller (1983) ประกอบด้วย การสร้างนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และการเผชิญกับความเสี่ยงมีความสัมพันธ์ต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งได้รับการยอมรับจากการศึกษาเป็นจำนวนมาก (Covin & Slevin, 1988, 1989; Lumpkin & Dess, 1996; Lee & Peterson, 2000; Kreiser et. al., 2002 (as cited in Lim, 2009)) ว่าการสร้างนวัตกรรม

การทำงานเชิงรุก และการเผชิญกับความเสี่ยงเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กร ขณะที่ Lumpkin and Dess (1996) ได้นำเสนอเพิ่มเติมว่า การเป็นผู้ประกอบการควรมีความเป็นอิสระในการบริหารงาน และความสามารถในการแข่งขัน เป็นลักษณะเฉพาะที่มีความแตกต่างกันและเป็นหลักสำคัญในกระบวนการของการเป็นผู้ประกอบการ ในขณะที่ระดับของการเป็นผู้ประกอบการจะอยู่ในรูปแบบของการดำเนินกลยุทธ์ที่มีความหลากหลายซึ่งล้วนแต่สร้างผลประโยชน์ให้แก่องค์กรธุรกิจรวมทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพทางการเงิน (Zahra & Covin, 1995; Zahra & Garvis, 2000; Wiklund & Shepherd, 2005; Keh, Nguyen, & Ng, 2007) การยกระดับการเรียนรู้ขององค์กร (Zahra, Nielsen, & Bogner, 1999; Dess, Ireland, Zahra, Floyd, Janney, & Lane, 2003; Wang, 2008) และการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขัน (Covin & Miles, 1999) งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีดังนี้

Miller (1983) ศึกษาความสัมพันธ์ของการเป็นผู้ประกอบการกับลักษณะของธุรกิจ 3 ประเภท โดยการใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงจำนวน 52 รายในเมืองมอนทรีออล (Montreal) ประเทศแคนาดา กลุ่มธุรกิจประเภทแรกเป็นธุรกิจที่มีลักษณะโครงสร้างการทำงานแบบง่ายโดยเจ้าของหรือผู้จัดการจะมีบทบาทในการทำงานมากที่สุดและเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ประเภทที่สองเป็นธุรกิจที่มุ่งให้ความสำคัญกับการวางแผน วัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ขององค์กร และประเภทที่สามเป็นธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม เช่น ลูกค้า สินค้าและบริการ เทคโนโลยี และการแข่งขัน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการควบคุมของผู้จัดการและการรวมอำนาจมีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจที่มีโครงสร้างการทำงานอย่างง่าย ปัจจัยด้านกลยุทธ์และเทคโนโลยีมีผลต่อการเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการวางแผน และปัจจัยด้านการรวมอำนาจ กลยุทธ์ และเทคโนโลยีมีผลต่อระดับการเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม และพบว่าการสร้างนวัตกรรมการทำงานเชิงรุก และการเผชิญกับความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับการเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจทั้ง 3 ประเภท

Lumpkin and Dess (1996) ศึกษาโครงสร้างของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และความสัมพันธ์ที่มีต่อประสิทธิภาพ โดยได้เสนอตัวแบบแนวคิดคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วย 5 ปัจจัยได้แก่ ความเป็นอิสระในการบริหารงาน การสร้างนวัตกรรมการทำงานเชิงรุก ความสามารถในการแข่งขัน และการเผชิญกับความเสี่ยงเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพของธุรกิจ ส่วนปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของธุรกิจ และองค์กรเป็นปัจจัยแทรกซ้อนระหว่างคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและประสิทธิภาพของธุรกิจ

การศึกษาการเติบโตของธุรกิจขนาดเล็กท่ามกลางความผันผวนของเศรษฐกิจมหภาค ในระหว่างปี 1988-1995 ในประเทศฟินแลนด์ของ Kangasharju (2000) ในมุมมองเชิงเศรษฐศาสตร์ ศึกษาตัวอย่างที่เป็นเจ้าของหรือผู้จัดการธุรกิจขนาดเล็กจำนวน 26,057 ราย ผลการวิจัยพบว่าช่วงอายุของธุรกิจมีผลกระทบต่อธุรกิจซึ่งธุรกิจใหม่จะมีความเป็นไปได้ในการเติบโตสูงกว่าธุรกิจอื่น เช่นเดียวกับเจ้าของหรือผู้จัดการที่มีอายุน้อยมีความเป็นไปได้ที่จะดำเนินธุรกิจให้เติบโตสูงกว่าผู้ที่มีอายุมาก โดยการเติบโตของธุรกิจเป็นผลกระทบจากธุรกิจและคุณลักษณะของเจ้าของหรือผู้จัดการ และพบว่าความผันผวนของเศรษฐกิจมีผลกระทบอย่างมากต่อธุรกิจขนาดเล็ก

การศึกษาของ Hashim, Wafa, and Sulaiman (2001) เรื่อง ลักษณะของสถานประกอบการและกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจ โดยใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมการผลิตต่างๆ จำนวน 100 ราย ในประเทศมาเลเซีย สำหรับลักษณะของสถานประกอบการจะประกอบด้วย 2 ปัจจัย ปัจจัยแรกคือลักษณะของเจ้าของหรือผู้จัดการ และปัจจัยที่สองคือ องค์ประกอบของสถานประกอบการโดยทั่วไป ผลการวิจัยพบว่าลักษณะของสถานประกอบการโดยทั่วไปได้แก่ อายุของธุรกิจ จำนวนของเจ้าของ ความซับซ้อนของโครงสร้างองค์กร กระบวนการ เงินทุน จำนวนพนักงาน และระยะเวลาของการได้รับความช่วยเหลือมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพของธุรกิจ ส่วนการศึกษากลยุทธ์ทางธุรกิจพบว่า การใช้กลยุทธ์ประเภทต่างๆ ได้แก่ กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ การสร้างความแตกต่าง การมุ่งตลาดเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม และการเจริญเติบโตมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเจริญเติบโตของอัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน

Entrialgo (2002) ศึกษาผลกระทบของการใช้กลยุทธ์ และลักษณะการบริหารงานของผู้ประกอบที่ประสบความสำเร็จ โดยการเก็บแบบสอบถามแบบมาตรวัดระดับทางไปรษณีย์กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมประเภทต่างๆ ในประเทศสเปน จำนวน 2,500 ราย จากจำนวนทั้งหมด 16,000 รายที่มีการจ้างงานจำนวน 5-500 คน และการติดตามทางโทรศัพท์ไปยังผู้จัดการอีกประมาณ 1,000 ราย ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา 223 รายคิดเป็นร้อยละ 10 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการหาค่าความสัมพันธ์ เพื่อศึกษาปัจจัยกลยุทธ์ของธุรกิจตามแนวคิดของ Dess, Lumpkin, and Covin ที่ศึกษาในปี 1997 และลักษณะของผู้ประกอบการระหว่างผู้ประกอบการที่มีแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการที่มีแนวคิดอนุรักษ์นิยมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการที่มีแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการและ ผู้ประกอบการที่มีแนวคิดอนุรักษ์นิยมจะมีประสบการณ์ด้านการเงิน ด้านการตลาด และความรู้ด้านวิศวกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเมื่อพิจารณาคุณลักษณะ โดยทั่วไปของ

ผู้ประกอบการที่มีแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการพบว่ามีอายุ มีประสบการณ์การวิจัยและพัฒนา ระดับการศึกษา ความรู้ด้านวิศวกรรม และระยะเวลาดำรงตำแหน่งมากกว่าผู้ประกอบการที่มีแนวคิดอนุรักษ์นิยม และคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ

Swierczek and Thanh Ha (2003) ศึกษาเรื่อง การจูงใจ การเป็นผู้ประกอบการ และประสิทธิภาพของ SMEs ในประเทศเวียดนาม เพื่อทำความเข้าใจในความสัมพันธ์ระหว่างเหตุจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และประสิทธิภาพของธุรกิจ โดยทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 306 ราย ใช้สถิติการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุ (Path analysis) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศเวียดนามมีเหตุจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการจากความท้าทาย และความต้องการที่จะให้ธุรกิจประสบความสำเร็จมากกว่าปัจจัยความจำเป็นในการประกอบอาชีพ และความปลอดภัยทางเศรษฐกิจ โดยเหตุจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการจะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และพบว่าเจ้าของ SMEs จะให้ความสำคัญกับกำไรสุทธิในช่วงเวลาระยะสั้นมากกว่าการสร้างธุรกิจให้เจริญเติบโต ข้อค้นพบดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาในการที่จะสร้างวัฒนธรรมการเป็นผู้ประกอบการในประเทศเวียดนามมีลักษณะคล้ายกับประเทศอื่นๆ เช่นเดียวกัน

Harada (2004) ศึกษาเรื่อง ผลผลิตภาพ และลักษณะของสถานประกอบการของธุรกิจใหม่ในประเทศญี่ปุ่น เพื่อประมาณการฟังก์ชันผลิตภาพของธุรกิจที่มีผลกระทบจากปัจจัยทุนมนุษย์ (Human capital) และเพศของผู้ประกอบการ ผลการวิจัยพบว่า อายุของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางลบต่อผลิตภาพของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยจะมีความสัมพันธ์ทางลบมากยิ่งขึ้นเมื่ออายุของผู้ประกอบการมากกว่า 60 ปีขึ้นไป และปัจจัยด้านประสบการณ์ทางธุรกิจมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อผลิตภาพของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

Walker and Brown (2004) ศึกษาว่าอะไรเป็นปัจจัยความสำเร็จที่มีความสำคัญต่อเจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก Walker and Brown กล่าวว่าเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กจำนวนมากมีแรงจูงใจในการเริ่มดำเนินธุรกิจจากพื้นฐานของวิถีชีวิต (Lifestyle) หรือปัจจัยด้านบุคคล ซึ่งความสำเร็จของธุรกิจอาจสามารถวัดได้ทั้งปัจจัยทางการเงินและไม่ใช่ปัจจัยทางการเงิน ดังนั้นการศึกษาของเขาใช้ปัจจัยทั้งด้านการเงินและไม่ใช่ปัจจัยทางการเงินเป็นปัจจัยสำคัญในการวัดความสำเร็จ โดยสำรวจตัวอย่างที่เป็นเจ้าของหรือผู้จัดการธุรกิจขนาดเล็กจำนวน 290 รายในเขตตะวันตกของประเทศออสเตรเลีย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการเงิน และรูปแบบการทำงานซึ่งไม่ใช่ปัจจัยทางการเงินเป็นปัจจัยที่เจ้าของหรือผู้จัดการใช้วัดความสำเร็จของธุรกิจ โดยมีปัจจัยที่ให้ความสำคัญคือ ความพึงพอใจ ความสำเร็จ ความภาคภูมิใจในงาน และความยืดหยุ่นในวิถีชีวิตมีความสำคัญต่อ

ความสำเร็จมากกว่าความมั่งคั่งของธุรกิจ ขณะที่ปัจจัยด้านบุคคล เช่น อายุ และปัจจัยด้านลักษณะของธุรกิจมีผลต่อการความสำเร็จของเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กเช่นกัน

Krauss et al. (2005) ศึกษาความสัมพันธ์ทางด้านจิตวิทยาที่เป็นโครงสร้างของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ที่ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ศึกษาตัวอย่างที่เป็นธุรกิจขนาดเล็กที่ดำเนินธุรกิจในเมืองซิมบับเว (Zimbabwe) จำนวน 122 ราย และในประเทศแอฟริกาใต้ จำนวน 126 ราย รวม 248 ราย ทำการสัมภาษณ์เจ้าของหรือผู้จัดการที่มีการจ้างงานตั้งแต่ 1 คนขึ้นไป ร่วมกับการใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ถดถอยแบบเชิงชั้น (Hierarchical Regression) และการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) โดยมีตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วย การเรียนรู้ ความสำเร็จ ความเป็นอิสระในการบริหารงาน ระดับการแข่งขัน การสร้างนวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง และความคิดริเริ่ม และตัวแปรประสิทธิภาพของธุรกิจพิจารณาจากการเติบโตของธุรกิจโดยวัดจากร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำไร ลูกค้า และยอดขายเทียบกับปีก่อนหน้า จำนวนการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น และการประเมินโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญภายนอก ส่วนตัวแปรจำนวนปีที่ก่อตั้งธุรกิจ ประเภทธุรกิจ เงินทุนและสถานที่ตั้งได้กำหนดให้เป็นตัวแปรควบคุม ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการทั้งหมดมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของธุรกิจ จำนวนการจ้างงาน และการประเมินโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญภายนอก โดยการเรียนรู้ และการเผชิญกับความเสี่ยงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเติบโตของธุรกิจ ความสำเร็จและความคิดริเริ่มมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเติบโตของธุรกิจและจำนวนการจ้างงาน และเมื่อวัดประสิทธิภาพจากการประเมินโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญภายนอกพบว่า ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการทั้งหมดมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประสิทธิภาพส่วนผลการวิเคราะห์ปัจจัยพบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการทั้งหมดจัดอยู่ในปัจจัยเดียวกัน

Janssen (2006) ศึกษาเรื่องคุณลักษณะของผู้จัดการที่ส่งผลต่อจำนวนการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศเบลเยียม โดยใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์กับผู้จัดการวิสาหกิจจำนวน 150 ราย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression) ศึกษาปัจจัยคุณลักษณะ 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยความเชี่ยวชาญ และที่มาของครอบครัว ปัจจัยการจูงใจ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยการทำงานเป็นทีมของผู้จัดการ ผลการวิจัยพบว่า ผู้จัดการที่มีประสบการณ์ด้านการตลาด การขาย และการวิจัยและพัฒนา และผู้จัดการที่เป็นเพศหญิงมีความสัมพันธ์ทางลบต่อจำนวนการจ้างงาน ส่วนผู้จัดการที่มีความสามารถและประสบการณ์ในการให้คำแนะนำปรึกษา มีความคิดสร้างสรรค์ มีระดับการศึกษาสูง และมีภูมิลำเนาจากที่อื่นมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อจำนวนการจ้างงานในวิสาหกิจ

Priyanto (2006) ได้นำเสนอตัวแบบเกี่ยวกับการพัฒนาประสิทธิภาพของธุรกิจจากการศึกษาคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ สภาพแวดล้อมองค์กร และสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจฟาร์มในประเทศอินโดนีเซีย โดยใช้ตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) ซึ่งพบว่าปัจจัยดังกล่าวข้างต้นมีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพของธุรกิจ ซึ่งตัวแบบนี้ยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการศึกษาในธุรกิจอื่นๆ ได้

Ferreira and Azevedo (2007) ศึกษาคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และความสามารถของการเจริญเติบโตของธุรกิจขนาดเล็กในปัจจัยคุณสมบัติของผู้ประกอบการทรัพยากรของธุรกิจ เครือข่ายของผู้ประกอบการ และลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโต ซึ่งจะวัดจากยอดขายและจำนวนการจ้างงานที่เพิ่มขึ้นในปี 2004 และ 2005 ดำรวจผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการผลิตขนาดเล็กในประเทศโปรตุเกส จากฐานข้อมูลในปี 2006 ใช้แบบสอบถามแบบมาตรวัดระดับ 7 ระดับ เก็บรวบรวมข้อมูลทางไปรษณีย์จำนวน 825 ราย ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 168 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.4 ใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร และการถดถอยเชิงเส้น โดยผู้วิจัยได้แบ่งตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มผู้ประกอบการที่เจริญเติบโตรวดเร็วคือมีจำนวนยอดขาย และจำนวนพนักงานเพิ่มขึ้นมากกว่า ร้อยละ 25 และกลุ่มที่เจริญเติบโตช้าคือกลุ่มที่มีจำนวนยอดขาย และจำนวนพนักงานเพิ่มขึ้นต่ำกว่าร้อยละ 25 ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่มีการเติบโตช้า เมื่อพิจารณาถึงกลยุทธ์ธุรกิจที่เติบโตเร็วมักมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของสินค้าซึ่งจะสามารถเข้าสู่ตลาดใหม่ ให้ความสำคัญในการเจริญเติบโต และคุณภาพการดำเนินธุรกิจ และผู้ประกอบการในธุรกิจที่เติบโตเร็วจะใช้กลยุทธ์ที่หลากหลายและยืดหยุ่นตามสถานการณ์ต่างๆ เช่นเดียวกับคุณสมบัติของผู้ประกอบการ ความสามารถของธุรกิจ และการเป็นผู้ประกอบการจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ตัวแปรการก่อตั้งธุรกิจ การบริหารจัดการ จำนวนการจ้างงาน และเครือข่ายของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจเช่นเดียวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ โดยมีกลยุทธ์ที่สำคัญคือ นวัตกรรม (Innovativeness) ความเสี่ยง (Risk taking) และการทำงานเชิงรุก (Pro-activeness) ผลการศึกษาของ Ferreira and Azevedo มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Entrialgo (2002) and Krauss et al. (2005) ในด้านแนวความคิด และผลการวิจัยก่อนหน้า (Smallbone et. al., 1995; Lumpkin & Dess, 1996; Mostafa et al., 2006; Chow, 2006) Ferreira and Azevedo ยังได้พบว่า ตัวแปรขนาดของธุรกิจมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาตัวแปรอายุของธุรกิจพบว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการเจริญเติบโต

Pasanen (2007) ได้ทำการวิจัยโดยศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ระหว่างการเติบโตจากการควบรวมกิจการ และการเติบโตที่มาจากวิสาหกิจ ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามไปยังผู้บริหารระดับสูงของวิสาหกิจที่มีการเติบโตจำนวน 110 รายในเขตตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศฟินแลนด์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ ผลการวิจัยพบว่า สามารถแยกองค์ประกอบได้ทั้งหมด 7 องค์ประกอบ ประกอบด้วย องค์ประกอบที่ 1 การบริหารจัดการธุรกิจ การวางแผน และลักษณะที่โดดเด่น องค์ประกอบที่ 2 ต้นทุนต่ำ และความร่วมมือกันกับหุ้นส่วนที่เชื่อถือได้ องค์ประกอบที่ 3 การเงิน องค์ประกอบที่ 4 การพัฒนาสินค้าและการบริการหลังการขาย องค์ประกอบที่ 5 พนักงานที่มีทักษะและชื่อเสียงของวิสาหกิจ องค์ประกอบที่ 6 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า องค์ประกอบที่ 7 ความยืดหยุ่นของวิสาหกิจและความใกล้ชิดกับลูกค้า และทั้ง 7 องค์ประกอบไม่พบความแตกต่างระหว่างวิสาหกิจทั้งสองกลุ่ม รวมถึงความต่างในการดำเนินกลยุทธ์ เช่น การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ การสร้างนวัตกรรม และการร่วมมือกันภายในวิสาหกิจ โดยผู้วิจัยมีความเห็นว่ารูปแบบการเติบโตของวิสาหกิจมีความสัมพันธ์กับลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Man, Lau and Snape (2008) ศึกษาความสามารถหลัก และประสิทธิภาพของสถานประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อม ศึกษาเฉพาะความสามารถในการแข่งขันของสถานประกอบการประเภทภาคบริการ (Service sector) ในฮ่องกงที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน สํารวจตัวอย่างเจ้าของและผู้จัดการ จำนวน 153 ราย และทำการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านนวัตกรรม มีความสัมพันธ์ต่อความสามารถในการแข่งขัน และความสามารถหลักขององค์กร ขณะเดียวกันก็พบว่าปัจจัยด้านความสัมพันธ์และบุคลากรมีความสัมพันธ์กับความสามารถหลักขององค์กรเช่นเดียวกัน

Lim (2009) ศึกษาผู้ประกอบการ SMEs ประเภทร้านอาหารญี่ปุ่นในกรุงโซล (Seoul) ประเทศเกาหลีใต้ จำนวน 140 ราย ใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อประสิทธิภาพของธุรกิจบริการ ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรส่วนใหญ่ที่เป็นมิติของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีผลกระทบทางบวกต่อประสิทธิภาพของธุรกิจเช่นเดียวกัน

งานวิจัยที่สำคัญของ Rauch, Wiklund, Lumpkin and Frese (2009) เรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และประสิทธิภาพของกลยุทธ์ จากการประเมินงานวิจัยในอดีต และข้อเสนอแนะในอนาคต ซึ่งเป็นการสังเคราะห์รายงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของปัจจัยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการกับประสิทธิภาพ และตัวแปรคั่นกลางที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ดังกล่าว จำนวน 51 เรื่อง จำนวนตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 14,259 ราย ผลการวิจัยพบว่า

คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพของธุรกิจมาก และพบว่าขนาดของธุรกิจเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และประสิทธิภาพของธุรกิจโดยเฉพาะธุรกิจที่มีขนาดเล็กมาก ในขณะที่ประเภทของอุตสาหกรรมถูกใช้เป็นตัวแปรควบคุม โดยไม่มีผู้ใดจัดให้เป็นตัวแปรคั่นกลาง ดังนั้นข้อเสนอแนะในการศึกษาในอนาคตควรทำการศึกษาปัจจัยคุณลักษณะของธุรกิจเพิ่มเพื่อชี้ให้เห็นถึงประสิทธิภาพของธุรกิจที่ดำเนินอยู่ ควรศึกษาข้อมูลตัดขวางทางยาว (Panel data) มีการรายงานเพิ่มในรูปแบบของสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) และศึกษาตัวแปรคั่นกลางที่อาจส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และประสิทธิภาพ เช่น อายุของธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม วัฒนธรรมของแต่ละประเทศ กลยุทธ์ และโครงสร้างของธุรกิจ เป็นต้น โดยผลการสังเคราะห์จากการวิจัยของ Rauch, Wiklund, Lumpkin and Frese ได้สรุปแสดงในตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (EO)

ชื่อผู้ศึกษา	ตัวแปร	ประเทศ ที่ศึกษา	ขนาดของสถาน ประกอบการ	ประเภทของ อุตสาหกรรม	ขนาด ตัวอย่าง
Danny Miller and Jean-Marie Toulouse (1986)	นวัตกรรม	แคนาดา	ขนาดเล็ก ถึงเล็กมาก	ผสม	97
Jeffrey G. Covin and Dennis P. Slevin (1986)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก	อเมริกา	ขนาดใหญ่	ผสม	76
N. Venkatraman (1989a) <sup>1/</sup>	ความสามารถในการแข่งขัน การวิเคราะห์ การป้องกัน อนาคต การทำงานเชิงรุก และความเสี่ยง	อเมริกา	-	ผสม	202
Jeffrey G. Covin and Teresa Joyce Covin (1990)	ความรุนแรงในการแข่งขัน	อเมริกา	ขนาดเล็ก และ เล็กมาก	ผสม	143
Jeffrey G. Covin, J.E. Prescott, and D.P. Slevin (1990)	การเผชิญความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก และนวัตกรรม	อเมริกา	ขนาดเล็กและ เล็กมาก	ผสม	113

หมายเหตุ. <sup>1/</sup> ผู้แต่งคนเดียวเขียนเอกสารหลายเล่มในปีที่พิมพ์ซ้ำกัน

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชื่อผู้ศึกษา	ตัวแปร	ประเทศที่ศึกษา	ขนาดของสถานประกอบการ	ประเภทของอุตสาหกรรม	ขนาดตัวอย่าง
Shaker A. Zahra (1991)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก	อเมริกา	ขนาดใหญ่	ผสม	119
Shaker A. Zahra (1993)	นวัตกรรม	อเมริกา	-	ผสม	103
John L. Naman and Dennis P. Slevin (1993)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก	อเมริกา	ขนาดเล็ก ถึงเล็กมาก	อุตสาหกรรม ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง	82
Jeffrey G. Covin et al. (1994)	การเผชิญความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก และนวัตกรรม	อเมริกา	ขนาดเล็กและ เล็กมาก	อุตสาหกรรม ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง	91
Denise T. Smart and Jeffrey S. Conant (1994)	การเผชิญกับความเสี่ยง กิจกรรมการวางแผนกลยุทธ์ การระบุความต้องการของลูกค้า นวัตกรรม วิสัยทัศน์ การระบุปัจจัย ด้านโอกาส	อเมริกา	ขนาดเล็กมาก	อุตสาหกรรม ที่ไม่ใช้เทคโนโลยี ขั้นสูง(ค้าปลีก)	599

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชื่อผู้ศึกษา	ตัวแปร	ประเทศที่ศึกษา	ขนาดของสถานประกอบการ	ประเภทของอุตสาหกรรม	ขนาดตัวอย่าง
Shaker A. Zahra (1996)	นวัตกรรม ความเสี่ยง และกลยุทธ์ที่ใช้	อเมริกา	ขนาดใหญ่	-	127
Shaker A. Zahra and Donald O. Neubaum (1998)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก	อเมริกา	ขนาดเล็กถึงเล็กมาก (ส่วนใหญ่มีขนาดเล็กมาก)	ผสม	99
Hilton Barrett and Art Weinstein (1998)	การเผชิญความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก และนวัตกรรม	อเมริกา	ขนาดเล็กมากถึงขนาดใหญ่	ผสม	142
Richard C. Becherer and John G. Maurer (1999)	การทำงานเชิงรุก	อเมริกา	ขนาดเล็กถึงเล็กมาก (ส่วนใหญ่มีขนาดเล็กมาก)	ผสม	215
A. Richter (1999)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก และการบริหารจัดการด้วยตนเอง	เยอรมนี	ขนาดเล็กมาก	ผสม	208

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชื่อผู้ศึกษา	ตัวแปร	ประเทศที่ศึกษา	ขนาดของสถานประกอบการ	ประเภทของอุตสาหกรรม	ขนาดตัวอย่าง
K. Chadwick et al. (1999)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก	อเมริกา	-	อุตสาหกรรม ที่ไม่ใช้ เทคโนโลยี ขั้นสูง(ธนาคาร)	535
J. L. VanGelder (1999)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก และการบริหารจัดการด้วยตนเอง	ฟิจิ	ขนาดเล็กมาก	ผสม	71
Stanley F. Slater and John C. Narver (2000)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง และความสามารถในการแข่งขัน	อเมริกา	-	ผสม	53
Phil E. Stetz et al. (2000)	การทำงานเชิงรุก การเผชิญความเสี่ยง และอนาคต	อเมริกา	ขนาดเล็กและ เล็กมาก	อุตสาหกรรม ที่ไม่ใช้ เทคโนโลยี ขั้นสูง (สุขภาพ)	865

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชื่อผู้ศึกษา	ตัวแปร	ประเทศที่ศึกษา	ขนาดของสถานประกอบการ	ประเภทของอุตสาหกรรม	ขนาดตัวอย่าง
Li Haiyang, A.-G. Kwaku, and Z. Yan (2000)	นวัตกรรม ความแตกต่างทางการตลาด ความกว้างของตลาด และความสัมพันธ์กับตลาด	จีน	ขนาดเล็ก	อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง	184
Shaker A. Zahra and Dennis M. Garvis (2000)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเปลี่ยนแปลง การทำงานเชิงรุก	อเมริกา	ขนาดเล็กถึงขนาดใหญ่	ผสม	98
Choonwoo Lee et al. (2001)	นวัตกรรม การเผชิญความเสี่ยง แนวโน้ม และการทำงานเชิงรุก	เกาหลี	ขนาดเล็ก และ เล็กมาก	อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง	137
G.T. Lumpkin and Gregory G. Dess (2001)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเปลี่ยนแปลง การทำงานเชิงรุก และ ความสามารถในการแข่งขัน	อเมริกา	-	ผสม	94
So-Jin Yoo (2001)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเปลี่ยนแปลง การทำงานเชิงรุก	เกาหลี	ขนาดเล็ก และ เล็กมาก	เทคโนโลยี	277

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชื่อผู้ศึกษา	ตัวแปร	ประเทศที่ศึกษา	ขนาดของสถานประกอบการ	ประเภทของอุตสาหกรรม	ขนาดตัวอย่าง
Gerard George et al. (2001)	การเผชิญความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก นวัตกรรม การบริหารจัดการด้วยตนเอง และความสามารถในการแข่งขัน	อเมริกา	ขนาดกลาง และขนาดเล็ก	ธนาคาร	70
Kwaku Atuahene-Gima (2001)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก และความสามารถในการแข่งขัน	ออสเตรเลีย	ขนาดเล็ก	ผสม	181
Louis Marino et al. (2002)	การเผชิญความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก และนวัตกรรม	ฟินแลนด์ กรีซ อินโดนีเซีย เม็กซิโก เนเธอร์แลนด์ และสวีเดน	ขนาดเล็ก และเล็กมาก	ผสม	647
Bruce H. Kemelgor (2002)	การเผชิญความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก และนวัตกรรม	เนเธอร์แลนด์ และ อเมริกา	ขนาดเล็ก	อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง	8

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชื่อผู้ศึกษา	ตัวแปร	ประเทศที่ศึกษา	ขนาดของสถานประกอบการ	ประเภทของอุตสาหกรรม	ขนาดตัวอย่าง
Albert Caruana, Michael T. Ewing, and B. Ramaseshan (2002)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยงและความสามารถในการแข่งขัน	ออสเตรเลีย	ขนาดกลางถึงขนาดใหญ่	อุตสาหกรรมที่ไม่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง (องค์กรสาธารณะ และองค์กรของรัฐ)	136
Patrick Kreiser, Louis Marino, and K. Mark Weaver (2002)	การเผชิญความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก และนวัตกรรม	ออสเตรเลีย กอสตาริกา ฟินแลนด์ กรีซ อินโดนีเซีย เม็กซิโก เนเธอร์แลนด์ นอร์เวย์ และ สวีเดน	ขนาดเล็ก และเล็กมาก	ผสม	1,671

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชื่อผู้ศึกษา	ตัวแปร	ประเทศที่ศึกษา	ขนาดของสถานประกอบการ	ประเภทของอุตสาหกรรม	ขนาดตัวอย่าง
Shahid N. Bhuian et al. (2003)	การเผชิญกับความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก และนวัตกรรม	อเมริกา	-	อุตสาหกรรม ที่ไม่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง	231
Robert E. Morgan and Carolyn A. Strong (2003)	ความรุนแรงในการแข่งขัน การวิเคราะห์ การป้องกัน อนาคต การทำงานเชิงรุก และความเสี่ยง	สหราชอาณาจักร	ขนาดเล็กและ ขนาดใหญ่	อุตสาหกรรม ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง	149
Rainer Harms and Thomas Ehrmann (2003)	นวัตกรรม และความเสี่ยง	เยอรมนี	-	ผสม	82
G. Tomas M. Hult et al. (2003)	นวัตกรรม	อเมริกา	ขนาดใหญ่	ผสม	764
Johan Wiklund and Dean Shepherd (2003)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก	สวีเดน	ขนาดเล็ก และ เล็กมาก	ผสม	384
Rob Vitale, Joe Giglierano, and Morgan Miles (2003)	นวัตกรรม การจัดการความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก	อเมริกา	-	ผสม	89

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชื่อผู้ศึกษา	ตัวแปร	ประเทศที่ศึกษา	ขนาดของสถานประกอบการ	ประเภทของอุตสาหกรรม	ขนาดตัวอย่าง
Fredric William Swierczek and Thai Thanh Ha (2003)	การเผชิญกับความเสียหาย การทำงานเชิงรุก และนวัตกรรม	เวียดนาม และ ประเทศไทย	ขนาดเล็กและ เล็กมาก	ผสม	478
Dirk De Clercq, Harry J. Sapienza, and Hans Crijns (2003)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสียหาย การทำงานเชิงรุก	เบลเยียม	ขนาดเล็ก และ เล็กมาก	ผสม	92
M.Hult, Robert F.Hurley, and Gary A.Knight (2004)	นวัตกรรม ปรับปรุงจาก Hurley (1998) EO ปรับปรุงจาก Covin and Slevin (1989)	อเมริกา	ขนาดใหญ่	ผสม	181
Pavlos Dimitratos et al. (2004)	การเผชิญความเสียหาย การทำงานเชิงรุก และนวัตกรรม	กรีซ	ผสม (ส่วนใหญ่ ขนาดเล็ก)	ผสม	152
Orlando C. Richard et al. (2004)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสียหาย การทำงานเชิงรุก	อเมริกา	ส่วนใหญ่มีขนาด กลาง	อุตสาหกรรม ที่ไม่ใช่ เทคโนโลยี ขั้นสูง (ธนาคาร)	153

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชื่อผู้ศึกษา	ตัวแปร	ประเทศที่ศึกษา	ขนาดของสถานประกอบการ	ประเภทของอุตสาหกรรม	ขนาดตัวอย่าง
Erik Monsen (2005)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก และความมีเอกภาพ	อเมริกา	ขนาดใหญ่	อุตสาหกรรมที่ไม่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง(สุขภาพ)	1,505
Ari Jantunen, Kaisu Puumalainen, Sami Saarenketo, and Kalevi Kyläheiko (2005)	การเผชิญความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก และนวัตกรรม	ฟินแลนด์	ขนาดเล็กและขนาดใหญ่	ผสม	217
Justin Tan and David Tan (2005)	อนาคต การทำงานเชิงรุก ความเสี่ยงภัย การวิเคราะห์ และการป้องกัน	จีน	ผสม	อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง (อิเล็กทรอนิกส์)	104
J. B. Arbaugh, Larry W. Cox, and S. Michael Camp (2005)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก ความสามารถในการแข่งขัน	17 ประเทศ	ขนาดเล็ก	ผสม	1,045
Johan Wiklund and Dean Shepherd (2005)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก	สวีเดน	ขนาดเล็กมาก	ผสม	413

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชื่อผู้ศึกษา	ตัวแปร	ประเทศที่ศึกษา	ขนาดของสถานประกอบการ	ประเภทของอุตสาหกรรม	ขนาดตัวอย่าง
Wouter Stam and Tom Elfring (2006)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสียหาย การทำงานเชิงรุก	เนเธอร์แลนด์	ขนาดเล็กมาก	ซอฟต์แวร์	90
Jeffrey G. Covin et al. (2006)	การเผชิญความเสียหาย การทำงานเชิงรุก และนวัตกรรม	อเมริกา	ขนาดเล็กมาก ขนาดเล็ก และขนาดใหญ่	ผสม	110
June M.L. Poon, Raja Azimah Ainuddin, and Sa'odah haji Junit (2006)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสียหาย การทำงานเชิงรุก	มาเลเซีย	ขนาดเล็ก ถึงเล็กมาก	ผสม	96
Achim Walter et al. (2006)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสียหาย การทำงานเชิงรุก และความมั่นใจ	เยอรมนี	ขนาดเล็กมาก (เฉลี่ยพนักงาน 16 คน)	ผสม	149

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ชื่อผู้ศึกษา	ตัวแปร	ประเทศที่ศึกษา	ขนาดของสถาน ประกอบการ	ประเภทของ อุตสาหกรรม	ขนาด ตัวอย่าง
A. Rauch, M. Frese, C. Koenig, and Z. M. Wang (2006)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก	จีน และ เยอรมนี	-	ผสม	364

ที่มา: Rauch, Wiklund, Lumpkin and Frese (2009, pp. 768-773)

จากการสังเคราะห์การวิจัยในปี 1986-2006 ของ Rauch, Wiklund, Lumpkin and Frese (2009) แสดงให้เห็นว่าตัวแปรด้านนวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก เป็นตัวแปรที่ผู้ศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญและเห็นว่าเป็นคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่พึงมี โดยการศึกษาส่วนใหญ่พบในประเทศอเมริกามากที่สุด รองลงมาเป็นประเทศแถบยุโรป ขณะที่ประเทศในกลุ่มเอเชียพบว่ามีผู้ศึกษาจำนวนน้อยเฉพาะในประเทศจีน เกาหลี มาเลเซีย เวียดนาม และประเทศไทยบางส่วน โดยตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในประเภทของอุตสาหกรรมที่มีความหลากหลาย อย่างไรก็ตาม Rauch et al. (2009) มีข้อเสนอแนะประเด็นที่น่าสนใจว่าควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่คาดว่าจะจะเป็นปัจจัยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่สำคัญเพื่อขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

Amran, Abdul, and Khairul (2010) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย โดยศึกษาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทเกษตรกรรม 125 รายในรัฐเคดาห์ (Kedah) ประเทศมาเลเซียโดยใช้ฐานข้อมูลผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกขององค์กรความร่วมมือของเกษตรกรภูมิภาค (Regional Farmer's Association) ใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอย ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อยอดขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการตั้งแต่ ปี 1983-2009 สามารถสรุปปัจจัยการวัดคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ดังแสดงในตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 ปัจจัยการวัดคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (EO) ของงานวิจัยที่สำคัญ

ผู้ศึกษา	ปัจจัยการวัด EO
Miller (1983)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และการเผชิญกับความเสี่ยง
Covin and Slevin (1989)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และการเผชิญกับความเสี่ยง
Lumpkin and Dess (1996)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก การเผชิญกับความเสี่ยง ความเป็นอิสระในการบริหารงาน และความสามารถในการแข่งขัน
Lee and Peterson (2000)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และการเผชิญกับความเสี่ยง
Entrialgo (2002)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และการเผชิญกับความเสี่ยง
Krauss, Frese, Friedrich and Unger (2005)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง ความเป็นอิสระในการบริหารงาน ความสามารถในการแข่งขัน การมุ่งการเรียนรู้ การมุ่งความสำเร็จ และความคิดริเริ่ม
Ferreira and Azevedo (2007)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และการเผชิญกับความเสี่ยง
Dess, Lumkin, and Eisner (2007)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก การเผชิญกับความเสี่ยง ความเป็นอิสระในการบริหารงาน และความสามารถในการแข่งขัน
Lim (2009)	นวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง ความเป็นอิสระในการบริหารงาน และความสามารถในการแข่งขัน
Kreiser and Davis (2009)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์
Amran et al. (2010)	นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก การเผชิญกับความเสี่ยง และความสามารถในการแข่งขัน

ส่วนการศึกษาในประเด็นลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจพบว่ามีการศึกษาที่มีบริบทแตกต่างกันออกไป เช่น การศึกษาผลกระทบของคุณลักษณะของธุรกิจ และความสัมพันธ์ระหว่างการวิจัยและพัฒนา และมูลค่าของธุรกิจ การศึกษาวิเคราะห์คุณลักษณะของธุรกิจที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็วรวมทั้งผู้นำ และตลาดของธุรกิจการศึกษาผลกระทบของคุณลักษณะของธุรกิจ และปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อโครงสร้างเงินทุน (Pindado, De Queiroz, & De la Torre, 2010; Harms, 2009; De Vries, 2010) โดย De Vries (2010)

ศึกษาคูณลักษณะของธุรกิจซึ่งประกอบด้วยปัจจัยกำไร โครงสร้างสินทรัพย์ สภาพคล่อง ความเสี่ยงของธุรกิจ การเจริญเติบโต และขนาดของธุรกิจ Pindado et al. (2010) ศึกษาคูณลักษณะของธุรกิจซึ่งประกอบด้วยขนาดของธุรกิจ การเติบโตของธุรกิจ และส่วนแบ่งการตลาด ในขณะที่ Harms (2009) ศึกษาคูณลักษณะของธุรกิจซึ่งประกอบด้วยปัจจัย ความครอบคลุมของตลาด ความเป็นสากล การบริหารจัดการของผู้ประกอบการ ราคาสินค้า นวัตกรรม การประสานงาน และการบริหารทรัพยากรบุคคล

## 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องของประเทศไทย

การศึกษาในประเทศไทยพบว่าม้งงานวิจัยที่ศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับคูณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการในบริบทที่แตกต่างกัน รวมทั้งการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีดังนี้

Thanin Silpcharu (1992) ศึกษาคูณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการอาชีพอิสระที่ประสบความสำเร็จตามแนวคิดของผู้ที่ได้รับการคัดเลือกจากกรมอาชีวศึกษาให้เป็น “อาชีวศึกษาตัวอย่าง” จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจำนวน 170 ราย ผลการวิจัยพบว่า คูณสมบัติที่มีนัยสำคัญของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จประกอบด้วยปัจจัย 6 ปัจจัย ได้แก่ การบริหารเวลา การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การควบคุมอารมณ์ ความรับผิดชอบในการแนะนำและการประเมินผลงาน ทักษะการสื่อสารด้านภาษา ความรู้ด้านเทคนิคและการบริการ

บุญชัย นพพรพิทักษ์ (2542) ศึกษาแนวโน้มความต้องการด้านแรงงาน และคูณลักษณะที่พึงประสงค์ของช่างอุตสาหกรรมในอุตสาหกรรมการผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดระยอง โดยศึกษากลุ่มผู้ประกอบการจำนวน 93 ราย ผลการวิจัยพบว่า คูณลักษณะที่พึงประสงค์ที่มีความต้องการในระดับมาก ได้แก่ ความซื่อสัตย์ต่อตนเองและผู้อื่น ความปลอดภัยในการทำงาน ความรับผิดชอบต่อหน้าที่

การศึกษาการสร้างและพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการของสถานประกอบการขนาดย่อมและขนาดกลางที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจเอกชนไทยของ สุปราณี ศรีฉัตรากิมุข (2544) มีจุดมุ่งหมายของการศึกษาเพื่อวิเคราะห์บุคลิก ทักษะ ทักษะทางจิตวิทยา วิธีคิด ทักษะ และปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการไทยประสบความสำเร็จ ศึกษาผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของกิจการ 554 ราย และผู้บริหารระดับรองเจ้าของกิจการ 498 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร และการวิเคราะห์ห้อิทธิพล ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการจะเป็นบุคคลที่เชื่อว่าสามารถควบคุมปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของตนเองได้ (Internal Locus of Control) ไม่ว่าจะสภาพแวดล้อมจะเป็นอย่างไร ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะมีแนวโน้มที่จะพึ่งตนเองสูง

ไฝ่ฝันสูง ชอบให้วิจารณ์ มีความอดทน ชอบแข่งขันกับตนเอง เชื่อมมั่นในตนเอง เรียนรู้จากความล้มเหลว และให้ความสนใจด้านการตลาดมากกว่าการผลิต มีเครือข่ายที่จะเข้าถึงโอกาสในธุรกิจ ขณะที่การทดสอบตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของคุณภาพการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงสูงสุดได้แก่ ทักษะในการดำเนินธุรกิจ การบริหารความเสี่ยง และการตัดสินใจด้านการตลาด ส่วนความสามารถในการบริหารพบว่า ปัจจัยด้านความซื่อสัตย์เป็นปัจจัยแรกที่มีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจ

Cheasakul (2001) ศึกษาประสิทธิภาพขององค์กรของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เฉพาะอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย ในปัจจัยด้านเจ้าของธุรกิจ กลยุทธ์ เทคโนโลยี วัฒนธรรม และโครงสร้างขององค์กร ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจ ศึกษาทั้งในเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ

ขวัญเชิญ ภาคฐิน (2546) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของการประกอบการอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม จากตัวอย่างผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารจำนวน 272 ราย ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการ จำนวนเงินทุน และนโยบายภาครัฐ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของการประกอบการ

กมลกานต์ เทพรานนท์ (2548) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ศึกษาตัวอย่างจำนวน 409 ราย ทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression) ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายใน คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบการอย่างมีนัยสำคัญ โดยปัจจัยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการพบว่า ผู้วิจัยได้ศึกษาตัวแปรจำนวน 10 ตัวแปรที่เป็นปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการได้แก่ มนุษย์สัมพันธ์ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความซื่อสัตย์ การมีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจ ความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ มีวิสัยทัศน์ ประหยัดพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง และมีความเชื่อเรื่องโชค

รัตติกรณ์ จงวิศาล (2548) ศึกษาภาวะผู้นำ และทิศทางการใหม่เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย โดยศึกษาตัวอย่างชุดแรกจากการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกกับผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจำนวน 30 ราย แล้วนำมาสร้างและพัฒนาแบบวัดกับตัวอย่างชุดที่สองจำนวน 544 ราย และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ผลการวิจัยพบว่า เครื่องมือวัดองค์ประกอบภาวะผู้นำประกอบด้วย 6 องค์ประกอบได้แก่ 1) การส่งเสริมแรงบันดาลใจผู้ใต้บังคับบัญชา 2) การใส่ใจและปรารถนาดีต่อผู้อื่น 3) การมีศีลธรรม

ในการประกอบการ 4) ความสามารถในการคิดเชิงยุทธศาสตร์ 5) การเสริมสร้างจิตสำนึกต่อบุคคล 6) การเปิดกว้างยอมรับสิ่งต่างๆ จากนั้นนำแบบวัดไปเก็บข้อมูลกับตัวอย่างชุดที่สามจำนวน 1,064 ราย ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการมีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจต่างกัน มีภาวะผู้นำต่างกัน โดยผู้ประกอบการที่มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสูงจะมีภาวะผู้นำโดยรวม และทั้ง 6 องค์ประกอบสูงกว่าผู้ประกอบการที่มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมคิด เจดีย์วงศ์ และคณะ (2549) ศึกษาคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยต้องการศึกษาคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ และศึกษาสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อการค้าเงินกฤษฎี ศึกษาตัวอย่างจำนวน 250 ราย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการในจังหวัดเพชรบูรณ์ให้ความสำคัญกับกฤษฎี หรือเล่ห์เหลี่ยมเพื่อเอาชนะคู่แข่งกัน และผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญกับนวัตกรรม และการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร, จงพิศ ศิริรัตน์, ยุกาวดี สมบูรณ์กุล, เสาวณี จุฬิรัชนิกร, และสมมาตร จุลิกพงศ์ (2549) ศึกษาคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในภาคใต้ภาคอุตสาหกรรม ในพื้นที่ 9 จังหวัดรวม 375 ตัวอย่าง โดยคุณลักษณะผู้ประกอบการประกอบด้วย ความเป็นผู้นำ มนุษย์สัมพันธ์ บุคลิกภาพ ความเสี่ยง เป้าหมาย และคุณลักษณะพื้นฐาน รวมทั้งศึกษาความสามารถทางการจัดการ ผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จเป็นผู้มีภาวะผู้นำ มีลักษณะพื้นฐานคือความขยัน ซื่อสัตย์ อดทน มีเป้าหมาย มีมนุษยสัมพันธ์ มีความเสี่ยง และมีบุคลิกดีตามลำดับซึ่งเป็นผลมาจากลักษณะธุรกิจที่ทำ และลักษณะภูมิหลังของผู้ประกอบการ

สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร, จงพิศ ศิริรัตน์, ยุกาวดี สมบูรณ์กุล, เสาวณี จุฬิรัชนิกร, และสมมาตร จุลิกพงศ์ (2550) ศึกษาคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในภาคใต้ภาคบริการ ในพื้นที่ 9 จังหวัดรวม 393 ตัวอย่าง โดยคุณลักษณะผู้ประกอบการประกอบด้วย ความเป็นผู้นำ มนุษย์สัมพันธ์ บุคลิกภาพ ความเสี่ยง เป้าหมาย และคุณลักษณะพื้นฐาน รวมทั้งศึกษาความสามารถทางการจัดการ ผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จเป็นผู้มีภาวะผู้นำ มีลักษณะพื้นฐานคือความขยัน ซื่อสัตย์ อดทน มีมนุษยสัมพันธ์ มีเป้าหมาย มีความเสี่ยง และมีบุคลิกดีตามลำดับซึ่งเป็นผลมาจากลักษณะธุรกิจที่ทำ และลักษณะภูมิหลังของผู้ประกอบการ

Tanvisuth (2007) ศึกษาเรื่อง การเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการค้าระหว่างประเทศซึ่งจะพิจารณาผลกระทบของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ความเป็นโลกาภิวัตน์ ความสามารถในการเลียนแบบ และความยืดหยุ่นในการ

ใช้กลยุทธ์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน การเรียนรู้ทางเทคโนโลยี เครือข่าย และการติดต่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพของกลยุทธ์ ขณะเดียวกันยังพบว่าปัจจัย ด้านนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และความเป็น โลกาภิวัตน์มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อ ประสิทธิภาพของธุรกิจ

Tonesakulrungruang (2007) ศึกษาการกำหนดทิศทางการประกอบธุรกิจ และ กลยุทธ์ การตลาดภายใต้โลกาภิวัตน์ของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทย สํารวจ ผู้บริหารระดับสูงในอุตสาหกรรมที่มีการส่งออก จำนวน 449 ราย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้าน โลกาภิวัตน์ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การตลาด และยุทธวิธี มีความสัมพันธ์ ต่อประสิทธิภาพของธุรกิจ และคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการด้านนวัตกรรม และการ ทำงานเชิงรุก เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการให้สำคัญในการดำเนินธุรกิจ

จรรยาภรณ์ พรหมคุณ (2551) ศึกษาปัจจัย และการปฏิบัติงานตามแผนกลยุทธ์ที่มีผลต่อ การเจริญเติบโตของผู้ประกอบการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการ ปฏิบัติงานตามแผนกลยุทธ์กับการเจริญเติบโตตามแผนกลยุทธ์ของผู้ประกอบการที่ส่งออกเสื้อผ้า สำเร็จรูป จำนวน 240 ราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีการปฏิบัติตามแผนกลยุทธ์ในภาพ รวมอยู่ในระดับมาก และให้ความสำคัญในการปฏิบัติตามแผนกลยุทธ์ระดับธุรกิจมากที่สุด ส่วนกลยุทธ์ย่อยที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือกลยุทธ์ด้านการผลิต

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ม.ป.ป.) ศึกษาคุณลักษณะของ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจภาคการผลิต บริการ การค้า และการเกษตรทั้งในเขต กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และต่างจังหวัดทั่วประเทศ ใช้วิธีสุ่มแบบโวกตา และแบบสะดวกจาก ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กที่เป็นเจ้าของกิจการไม่เกิน 10 ปีและมีธุรกิจที่อยู่ในช่วงเจริญเติบโต เต็มที่ไม่รวมธุรกิจแฟรนไชส์จำนวน 504 ตัวอย่าง ใช้รูปแบบการสัมภาษณ์ร่วมกับการเก็บ แบบสอบถามและวิเคราะห์เชิงพรรณนา การวิเคราะห์ปัจจัย และวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน ผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จทุกภาคธุรกิจไม่มีความ แตกต่างกันในภาพรวม โดยมีคุณลักษณะที่สำคัญตามลำดับคือ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความเชื่อมั่นใน ตนเอง มีความซื่อสัตย์ มีความรู้พื้นฐานในธุรกิจที่ทำ มีความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ มีวุฒิภาวะทาง อารมณ์ มีวิสัยทัศน์ ประหยัด พัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง และมีความเชื่อเรื่องโชค

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ สามารถสรุปได้ว่า มีการศึกษาในประเด็นคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพและ ประสบความสำเร็จ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของการประกอบการ คุณลักษณะของ การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ การเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจที่มีการค้าระหว่างประเทศ

การกำหนดทิศทางการประกอบธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดภายใต้โลกาภิวัตน์ของวิสาหกิจ แนวโน้มความต้องการด้านแรงงาน และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของช่างอุตสาหกรรมใน อุตสาหกรรมการผลิตของวิสาหกิจ ภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายในและทิศทางใหม่เพื่อพัฒนา ผู้ประกอบการวิสาหกิจของไทย โดยผลการวิจัยที่พบว่ามีความสอดคล้องกันคือ ผู้ประกอบการที่ ประสบความสำเร็จต้องเป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์ มีภาวะผู้นำ และมีความขยันอดทน ขณะที่พบ งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับผลที่มีต่อการเจริญเติบโตคือการศึกษาของ จรรยาภรณ์ พรหมคุณ (2551) ศึกษาปัจจัย และการปฏิบัติงานตามแผนกลยุทธ์ที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของผู้ประกอบการส่งออก เสื้อผ้าสำเร็จรูป

## 2.7 การพัฒนาความหมาย และการวัดการเจริญเติบโต

การเจริญเติบโตมักมีความสัมพันธ์กับการสร้างความมั่งคั่ง การสร้างงาน และการ พัฒนาภูมิภาค Acs and Armington (2006) and Storey (2001) กล่าวถึงธุรกิจที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็วว่าจะมีความสำเร็จในยอดขายที่เพิ่มขึ้นอย่างต่ำร้อยละ 25 ในทุก 4 ปี หรืออย่างต่ำร้อยละ 15 สำหรับยอดขายในปัจจุบัน

ในมุมมองทางเศรษฐศาสตร์ การเจริญเติบโตหมายถึงการเพิ่มขึ้นของผลผลิต และ ผลลัพธ์ที่ผสมผสานกันในหลายๆ ปัจจัย โดยปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลต่อการเจริญเติบโต ได้แก่

- 1) การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี หมายถึงการพัฒนาความรู้ และวิธีการใหม่ๆ ในการผลิตสินค้า หรือบริการ หรือการมีกระบวนการใหม่ๆ ในการสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ
- 2) การมีปริมาณการลงทุนที่เพิ่มขึ้น หมายถึงการลงทุนที่เพิ่มขึ้นในเทคโนโลยี หรือเครื่องจักร อุปกรณ์ใหม่ๆ
- 3) การมีจำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้น หมายถึงการมีจำนวนคนทำงานในองค์กรที่ เพิ่มขึ้น รวมทั้งมีการพัฒนาระดับความรู้ และทักษะของพนักงาน (Carneiro, 2007)

Robson and Bennett (2000) กล่าวว่า การเจริญเติบโตสามารถวัดได้ในหลายๆ ลักษณะ สำหรับนโยบายการวิจัยของรัฐบาลจำนวนมากและเช่นเดียวกับลักษณะทางเศรษฐศาสตร์ การเจริญเติบโตจะวัดโดยพิจารณาจากจำนวนการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่ง ในหลายๆรัฐบาลล้วนแล้วแต่พิจารณาจากจำนวนการจ้างงานมากกว่าการจ้างงานที่เพิ่มขึ้นเจ้าของ และผู้จัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องให้ความสนใจในประสิทธิภาพของการเงิน เช่นเดียวกับนโยบายของรัฐบาลที่ให้ความสนใจเพิ่มขึ้นในการจ้างงาน และการพัฒนาให้วิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมมีการพัฒนาการเจริญเติบโตในด้านเศรษฐกิจ และความได้เปรียบใน การแข่งขัน ดังนั้นการวัดการเจริญเติบโตอาจวัดได้จากยอดขาย หรือผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นและ การวัดกำไรที่เจ้าของธุรกิจให้ความสนใจ การวัดด้านกำไรอาจวัดได้หลายลักษณะ เช่น กำไรต่อ

พนักงาน กำไรวัดจากผลตอบแทนคิดเป็นร้อยละ หรือการเปลี่ยนแปลงของกำไรคิดเป็นร้อยละ อย่างไรก็ตามการศึกษาของ Robson และ Bennett ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อการใช้ธุรกิจที่ปรึกษาภายนอกจากตัวอย่างจำนวน 2,474 ราย ได้ใช้เกณฑ์การวัดการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจากร้อยละการเปลี่ยนแปลงของการจ้างงาน ร้อยละการเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทน และร้อยละการเปลี่ยนแปลงของกำไรต่อพนักงาน

การศึกษาของ Moreno and Casillas (2000) (as cited in Moreno, & Casillas, 2007) กล่าวว่า การเติบโตของผู้ประกอบการจะแสดงถึงปัจจัยหลักที่เป็นคุณลักษณะ 2 ประการคือ 1) การมีประสบการณ์สูงของผู้ประกอบการที่จะสามารถสร้างขนาดของกิจการให้เจริญเติบโต 2) การมีความมุ่งมั่นที่จะสร้างธุรกิจให้เติบโตภายในระยะเวลาอันสั้น ซึ่งอาจจะอยู่ระหว่าง 4 หรือ 5 ปี โดยอาจใช้ปัจจัยที่วัดได้ด้วยยอดขาย จำนวนการจ้างงาน และอื่นๆ

อย่างไรก็ตาม การศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เจริญเติบโตเปรียบเทียบกับวิสาหกิจที่ไม่เจริญเติบโตของ Moreno and Casillas (2007) เพื่อค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตและไม่เจริญเติบโตของวิสาหกิจในประเทศสเปน ศึกษาตัวอย่างจำนวน 6,814 ราย และใช้เทคนิคการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม (Discriminant Analysis) มาพิจารณาปัจจัยหรือตัวแปรที่เหมาะสมสำหรับการจำแนกกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรจำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ 1) ขนาดของธุรกิจที่วัดได้จากปริมาณยอดขาย 2) อายุของธุรกิจ 3) ทรัพยากรทางการเงิน 4) ทรัพยากรของธุรกิจ โดยพิจารณาจากการหมุนเวียนของสินทรัพย์ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีนัยสำคัญในการจำแนกกลุ่ม ได้แก่ ขนาดของธุรกิจ รองลงมาคือ ทรัพยากรของธุรกิจ และ ทรัพยากรทางการเงินคือความสามารถในการชำระหนี้ และสภาพคล่อง ส่วนอายุของธุรกิจไม่พบว่าเป็นปัจจัยในการแยกความแตกต่างระหว่างกลุ่มวิสาหกิจทั้ง 2 กลุ่ม

การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการอันจะนำไปสู่การสร้างความสามารถทางการแข่งขัน และสามารถนำไปสู่การเจริญเติบโตของธุรกิจได้ต่อไปนั้น พบว่ามีผู้ศึกษาใช้เกณฑ์การวัดประสิทธิภาพ และการเจริญเติบโตของธุรกิจที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 2.5

ตารางที่ 2.5 มาตรฐานวัดประสิทธิภาพ และการเจริญเติบโต

ผู้ศึกษา	มาตรฐานวัดประสิทธิภาพ และการเจริญเติบโต
Evans, (1987)	จำนวนคนงานจ้างงาน <sup>1/</sup>
Samiee and Roth (1992)	ROA <sup>2/</sup> ROI <sup>3/</sup> และยอดขาย
Szymanski, Bharadwaj, and Varadarajan (1993)	ร้อยละส่วนแบ่งการตลาด และROI
Lumpkin and Dess (1996)	ยอดขาย ส่วนแบ่งการตลาด กำไร ความพึงพอใจในภาพรวม และความพึงพอใจของผู้ถือหุ้น
Dess, Lumpkin, and Covin (1997)	ยอดขาย ROI และประสิทธิภาพรวมของธุรกิจเฉลี่ย 5 ปี
Robson and Bennett (2000)	อัตราผลตอบแทน จำนวนการจ้างงาน และกำไรต่อพนักงาน <sup>1/</sup>
Hashim et al. (2001)	ยอดขาย จำนวนการจ้างงาน กำไร สินทรัพย์ ทุน และดัชนีการวัดประสิทธิภาพของธุรกิจ (Business Performance Composite Index: BPCI) (BPCI=ROS+ROI+ROA/3) โดยใช้ข้อมูลจำนวน 5 ปี
Entrialgo (2002)	การเป็นผู้ประกอบการ
Waheeduzzaman and Dube (2003)	ยอดขาย และ ROS <sup>4/</sup>
Morrison and Ali (2003)	ยอดขาย และจำนวนคนงานจ้างงาน
Chung (2003)	ส่วนแบ่งการตลาด ยอดขาย และกำไร
Krauss et al. (2005)	ยอดขาย จำนวนคนงานจ้างงาน และกำไร (เปรียบเทียบจากปีก่อนหน้า)
Covin, Green, and Slevin (2006)	ยอดขายเฉลี่ย (3 ปี) ร่วมกับการคำนวณจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ
Priyanto (2006)	ปริมาณผลผลิต กำไร และราคาต่อกิโลกรัม
Kaikkonen (2006)	ระดับของทัศนคติในความพยายามที่จะสามารถทำให้ธุรกิจเจริญเติบโต
Moreno and Casillas (2007)	ขนาดของธุรกิจวัดจากปริมาณยอดขาย อายุของธุรกิจ การเงิน และทรัพยากรของธุรกิจ <sup>1/</sup>
Ferreira and Azevedo (2007)	ยอดขาย และจำนวนคนงานจ้างงาน <sup>1/</sup>

## ตารางที่ 2.5 (ต่อ)

ผู้ศึกษา	มาตรวัดประสิทธิภาพ และการเจริญเติบโต
Pleshko and Heiens (2008)	ROA และROI
Boohene et al. (2008)	ยอดขาย จำนวนคนงานจ้างงาน กำไร การคิดค้นและการพัฒนา ความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรม และต้นทุนการบริหารงาน
Salimath, Cullen, and Umesh (2008)	การเพิ่มขึ้นของกำไร และยอดขาย <sup>1/</sup>
Raymond (2008)	ปริมาณผลผลิต และกำไร
Lim (2009)	ระดับประสิทธิภาพเทียบกับเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์
Schilke et al. (2009)	ระดับความพึงพอใจของลูกค้า ผลตอบรับทางการตลาด และกำไร
Amran et al. (2010)	ROS เฉลี่ย 4 ปี
De Vries (2010)	มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น (Market-to-book Ratio)

หมายเหตุ. <sup>1/</sup> แสดงปัจจัยวัดการเจริญเติบโต

<sup>2/</sup> อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (Return on Asset) = กำไรสุทธิ/สินทรัพย์รวม

<sup>3/</sup> อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment) = กำไรสุทธิ/เงินลงทุน

<sup>4/</sup> อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (Return on Sale) = กำไรสุทธิ/ยอดขาย

จากงานวิจัยข้างต้นทำให้สามารถพัฒนาความหมาย และการวัดการเจริญเติบโตซึ่งจัดเป็นตัวแปรตามสำหรับการวิจัย และเนื่องจากมาตรวัดบางตัว เช่น อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (ROA) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) อัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS) และส่วนแบ่งทางการตลาด อาจทำการวัดได้ยาก ขณะที่ยอดขาย กำไรสุทธิ เงินทุน สินทรัพย์รวม และกำลังการผลิตเป็นผลประกอบการที่ผู้ประกอบการสามารถประเมินได้โดยทั่วไป ดังนั้นการศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยจะใช้การวัดการเจริญเติบโตของวิสาหกิจจากยอดขาย กำไรสุทธิ เงินทุนสินทรัพย์รวม และกำลังการผลิตของวิสาหกิจ โดยให้ผู้ประกอบการประเมินค่าร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของยอดขาย กำไรสุทธิ เงินทุน สินทรัพย์รวม และกำลังการผลิตของสถานประกอบการในปี พ.ศ. 2551-2553

## 2.8 สรุป

ภายใต้สถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรง ภาวะเศรษฐกิจ สังคมและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้วิสาหกิจต่างๆ ต้องเผชิญกับความท้าทาย การบริหารจัดการวิสาหกิจให้เจริญเติบโตและอยู่รอด ภายใต้สถานการณ์เช่นนี้จำเป็นต้องอาศัยผู้บริหารที่มีความรอบรู้ มีความสามารถ และมีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ดีจึงจะนำพาให้วิสาหกิจเจริญเติบโตได้ การวิจัยในต่างประเทศและของไทยที่ผ่านมาได้มีการศึกษาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อประสิทธิภาพของธุรกิจ และคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ แต่การวิจัยนี้ศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจซึ่งพบว่ายังไม่มีผู้ใดทำการศึกษามาก่อน

การศึกษาที่ผ่านมาไม่ได้เปรียบเทียบถึงรูปแบบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจตามประเภท และขนาดของวิสาหกิจ แต่งานวิจัยนี้จะจำแนกให้เห็นถึงรูปแบบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะที่แตกต่างกันตามประเภทและขนาดของวิสาหกิจว่ามีรูปแบบอย่างไร

ส่วนการวัดประสิทธิภาพและความสำเร็จของการประกอบการที่ผ่านมาเป็นการวัดจากการประเมินค่าแบบมาตรวัดระดับของผู้ประกอบการ แต่การศึกษานี้จะวัดการเจริญเติบโตโดยพิจารณาจากการประเมินค่าร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของยอดขาย กำไรสุทธิ เงินทุน สินทรัพย์รวม และกำลังการผลิตของสถานประกอบการในปี พ.ศ. 2551-2553 อย่างไรก็ตามประเด็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการแม้ว่าจะมีผู้ที่เคยศึกษามาแล้ว แต่นักวิชาการหลายท่านแนะนำว่าควรต้องศึกษาเพิ่มเติมเพื่อขยายองค์ความรู้ให้มากยิ่งขึ้นต่อไป