

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคามของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อมไทยในสถานการณ์วิกฤติโควิด-19*

THE ANALYSIS OF STRENGTH, WEAKNESS, OPPORTUNITY, THREAT FOR SME IN THAI CRISIS SITUATION OF COVID-19

ชุลีรัตน์ เกิดศรี^{1*}, พรทวิ พูลกลาง²

Chuleerat Kerd Sri^{1*}, Porntawee Poolklang²

¹มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

¹Bangkok Thonburi University Thailand

²คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก กรุงเทพมหานคร

²Faculty of Business Administration, Krirk University, Bangkok Thailand

*Corresponding author E-mail: chulirat@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้เน้นศึกษาตัวแบบวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ภัยคุกคามของผู้ประกอบการของไทยเผชิญกับความท้าทาย และวิกฤติต่าง ๆ ในโลกปัจจุบัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของการเป็นผู้ประกอบการในยุคโรคโควิด-19 ทำให้เกิดปัญหาผลกระทบ เช่น การว่างงาน, การขาดทุนทางธุรกิจ, การปิดตัวของสถานประกอบการซึ่งเกิดขึ้นทั่วโลกอย่างไม่เคยมีมาก่อน กลุ่มธุรกิจที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ได้แก่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (MSEs) ในประเทศไทย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนมากกว่า 90% ของวิสาหกิจทั้งหมด และมีการจ้างงานมากกว่า 80% ของแรงงานทั้งหมด ก่อให้เกิดการเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ เช่น อุปสงค์ที่ลดลงห่วงโซ่อุปทานที่หยุดชะงักการเข้าถึงการเงินที่จำกัด และการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นนำไปสู่วิกฤติการณ์ของผู้ประกอบการธุรกิจ โดยใช้ตัวแบบ SWOT Analysis มาวิเคราะห์ในด้านจุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาคุกคามและโอกาสคุณลักษณะของผู้ประกอบการ SME ว่ามีแนวทางในการบริหารและการจัดการอย่างไรเพื่อลดผลกระทบ และทำให้กิจการรุดหน้าไปได้ และแสวงหาแนวทางเพื่อความอยู่รอด และพัฒนาอย่างยั่งยืนว่ามีปัจจัยใดที่สนับสนุนผู้ประกอบการในการปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลง จึงเป็นเหตุจูงใจให้ศึกษา และผู้เขียนได้แสวงหาแนวทางการฟื้นฟูธุรกิจของผู้ประกอบการ ด้วยวิธีการเชิงคุณภาพและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการใน การแข่งขัน กระเป๋าย ฯลฯ ซึ่งสรุปได้ว่าการเป็นผู้ประกอบการเป็นปรากฏการณ์ที่ทำนายซึ่งต้องใช้มุมมองเชิงบูรณาการ เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการที่ขาดความพร้อมในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งสถานการณ์ทางการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงไปซึ่งผู้ประกอบการต้องมีการปรับตัวหรือปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับยุคสถานการณ์ปัจจุบัน

คำสำคัญ: การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม, ผู้ประกอบการ, วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิกฤติโควิด-19

Abstract

This article concentrates on studying entrepreneurship in terms of meaning concepts and characteristics of entrepreneurship and situations of SMEs in which entrepreneurship is the main source of innovation. employment and economic growth. However entrepreneurs face various challenges and dilemmas in today's world. The objective is to analyze the current situation of

entrepreneurship in the era of COVID-19 coming to the crisis of business entrepreneurs by using the Swot Analysis model to analyze strengths, weaknesses, threats and opportunities, characteristics of SME entrepreneurs that there are management guidelines. and how to manage it to make the business progress and solution to survive and sustainable development that there are any factors that support entrepreneurs. So it is the reason for the study to be analyzed. and synthesize problems and find new ways to face the ongoing crisis. The author has used the tool to consider strengths, weaknesses, problems and opportunities. In resolving the current situation where the COVID-19 problem has occurred for more than 3 years, but still facing the problem of COVID-19 with new species with a qualitative method and a review of relevant literature on entrepreneurship by identifying strengths, weakness of the following opportunities for entrepreneurship and threats to entrepreneurship: competition, regulation, etc. In conclusion entrepreneurship is a challenging phenomenon that requires an integrated concept. To be a guideline for entrepreneurs and SWOT analysis, as well as problems of entrepreneurs who lack readiness to run a business. Including the changing market situation that entrepreneurs need to adjust or modify and just the current situation.

Keywords: Environment Analysis, Entrepreneur, small and medium enterprise, Covid-19 Crisis

บทนำ

เศรษฐกิจไทยจะได้รับผลกระทบที่รุนแรงจากโควิด-19 โดยอาจหดตัวกว่าร้อยละ 5 ในปี 2563 และน่าจะใช้เวลามากกว่าสองปีกว่าที่จะกลับไปสู่ระดับผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ก่อนที่จะประสบปัญหาโควิด-19 ทั้งนี้จากรายงานวิเคราะห์ติดตามเศรษฐกิจไทยของธนาคารโลกฉบับล่าสุดที่เผยแพร่พบว่า การระบาดของเชื้อโควิด-19 คุกคามเศรษฐกิจไทย โดยเฉพาะในไตรมาสที่สองของปี 2563 โดยมีคนตกงานกระจายไปทั่ว และกระทบต่อครัวเรือนชนชั้นกลาง และครัวเรือนที่ยากจน ประเทศไทยจะประสบความสำเร็จในการชะลอการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ภายในสามเดือนที่ผ่านมา แต่ผลกระทบที่มีต่อเศรษฐกิจนั้นรุนแรง ภาคการท่องเที่ยวซึ่งคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 15 ของ GDP ได้รับผลกระทบอย่างมากจากการที่ประเทศไทยเกือบจะห้ามนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศตั้งแต่เดือนมีนาคม 2563 ดังนั้นจากบทความจึงให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญต่อประเทศชาติในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ความสามารถในการขับเคลื่อนรวมทั้งแนวคิดทฤษฎีของผู้ประกอบการจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการยกระดับมาตรฐานการผลิต การบริการ การส่งมอบแก่ลูกค้า รวมทั้งการแก้ปัญหาเชิงรุกในปัญหาที่เป็นอุปสรรคธุรกิจและการสร้างนวัตกรรมที่ทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน การเข้าใจความหมาย ความคิด คุณลักษณะของผู้ประกอบการกับสภาพแวดล้อมและเงื่อนไขของวิกฤตการณ์ในการประกอบการธุรกิจของ SME ไทย จำเป็นต้องเข้าใจสิ่งที่เป็นพื้นฐาน นำไปสู่การแก้ปัญหาวิกฤติผู้ประกอบการด้วยเครื่องมือ และวิธีการแก้ไขปัญหาให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน โดยใช้เครื่องมือ swot analysis ในการวิเคราะห์จุดแข็ง, จุดอ่อน, โอกาส และภัยคุกคามเพื่อหาทางคลี่คลายวิกฤติจากที่เป็นอยู่เนื่องจากสถานการณ์สภาพแวดล้อมในการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ซึ่งมีการแพร่ระบาดที่ขยายตัวไปทั่วโลก และมีผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เศรษฐกิจทั่วโลกและประเทศไทยได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งประเทศไทยก็ได้รับผลกระทบในทุกภาคส่วน ทั้งในเรื่องการใช้ชีวิต การทำงาน การดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้จากผลสำรวจผู้ประกอบการกว่า 1,500 ราย โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พบว่าผู้ประกอบการได้รับผลกระทบหนักและรายได้ลดลงอย่างกะทันหัน ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจ เช่น การเพิ่มช่องทางตลาดออนไลน์ หากกลุ่มลูกค้าใหม่ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นต้น กิจกรรมจำเป็นต้องลดภาระค่าใช้จ่ายต่างๆ

ลดจำนวนพนักงาน ปิดกิจการชั่วคราว หรือในบางรายต้องปิดกิจการและเลิกจ้างพนักงาน โดยในเดือนพฤษภาคม 2563 ภัยพิบัตินี้สร้างความเสียหายจากการปิดกิจการ รวมถึงสร้างโอกาสทางอาชีพ พัฒนาทักษะอาชีพอิสระที่จะสามารถประกอบธุรกิจได้ต่อไปในอนาคต ผ่านการพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ที่เหมาะสม ตั้งแต่ปรับทักษะ เพิ่มทักษะ และสร้างทักษะใหม่ (Reskill/ Up-skill/ New Skill) เพื่อเพิ่มโอกาสในการถูกจ้างงานและโอกาส ในการสร้างรายได้จากการเริ่มต้นประกอบธุรกิจที่เกิดจากการเรียนรู้ทักษะอาชีพและแบบอย่างการลงทุนที่ดีมาประยุกต์ใช้ และสามารถพัฒนาจนเกิดมาตรฐานและสามารถแข่งขันต่อไปได้ในอนาคต ตามกรอบแนวคิด เน้นการสร้างอาชีพจากการเข้าร่วมการอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้จากแบบอย่างการลงทุน เน้นการสร้างรายได้ จากการนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจ เน้นการสร้างธุรกิจอย่างมีนวัตกรรมจากการให้ ความรู้ในการประกอบธุรกิจ “สร้างอาชีพที่มีคุณภาพ มีมาตรฐาน และมีนวัตกรรม” ภายใต้วิถีชีวิตใหม่และ รองรับโอกาสทางธุรกิจจากการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างอุตสาหกรรมของประเทศไปสู่วิถีความปกติใหม่ (New Normal) หลังวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของไวรัส COVID-19

คำจำกัดความของผู้ประกอบการ

การสร้างความเข้าใจคุณลักษณะของผู้ประกอบการ กล่าวถึงคำจำกัดความเพื่อสร้างความเข้าใจในความหมายให้ถ่องแท้ก่อน

คำว่าผู้ประกอบการมาจากภาษาฝรั่งเศส “entreprendre” ที่หมายถึง “ลงมือทำ” (to undertake) ในช่วงปลายศตวรรษที่ 17 คำนี้ถูกใช้เพื่ออ้างถึงบุคคลที่เข้าไปในการผจญภัย เช่น ผู้สำรวจ หรือผู้เดินทางไปยังแผ่นดินใหม่ ซึ่งผู้ประกอบการหมายถึง “บุคคลที่มีความรับผิดชอบในการจัดตั้งและดำเนินธุรกิจ โดยมีเป้าหมายในการสร้างกำไร และเสี่ยงต่อการสูญเสียจากการดำเนินธุรกิจ” (วิฑูร เจียมจิตต์ตรง, 2553) และบทความของรัชพล จอมไทรคุป และวัชรพล อินทรวงษ์ ให้คำจำกัดความของผู้ประกอบการในยุคโควิด-19 ดังนี้ผู้ประกอบการในยุคโควิด-19 หมายถึงผู้ที่มีความสามารถในการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว (รัชพล จอมไทรคุป และวัชรพล อินทรวงษ์, 2558) โดยมีคุณสมบัติดังนี้ มีการเรียนรู้และปรับตัวอย่างต่อเนื่อง (Continuous Learning and Adaptation) มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อสร้างคุณค่า (Technology and Innovation Adoption) มีการสร้างธุรกิจที่ยั่งยืนและมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาสังคม (Sustainable and Socially Responsible Business) มีการสร้างเครือข่ายและพันธมิตรที่หลากหลาย (Diverse Network and Partnership) มีการจัดการความเสี่ยงและภาวะวิกฤติ (Risk and Crisis Management)

ในช่วงปลายศตวรรษที่ 16 ถึงต้นศตวรรษที่ 17 คำนี้ถูกใช้เพื่ออ้างถึงบุคคลที่เข้าไปในการลงทุนหรือการดำเนินธุรกิจ เช่น Richard Cantillon (1680-1734) เป็นผู้ใช้คำว่าผู้ประกอบการในความหมายนี้ เขาได้กล่าวถึงผู้ประกอบการเป็น “บุคคลที่ได้รับผลต่างจากการซื้อขาย” (person who obtains a profit from buying and selling)

ในช่วงกลางศตวรรษที่ 17 ถึงปลายศตวรรษที่ 19 ผู้ประกอบการได้รับการสนใจจากนักเศรษฐศาสตร์ เช่น Jean-Baptiste Say (1767-1832) Adam Smith (1723-1790) John Stuart Mill (1806-1873) Karl Marx (1818-1883) Alfred Marshall (1842-1924) เป็นต้น เหล่านี้ได้อ้างถึงผู้ประกอบการเป็น “ผู้จัดหาระบบการผลิต” (organizer of the production system) “ผู้ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลง” (promoter of change) “ผู้นำทางเศรษฐกิจ” (economic leader) หรือ “ผู้สร้างกำไร” (profit maker) ผู้ประกอบการได้รับการยอมรับเป็นบุคคลที่สร้างนวัตกรรมและสร้างองค์การใหม่ เช่น Joseph Schumpeter (1883-1950) เป็นผู้ใช้คำว่าผู้ประกอบการในความหมายนี้ เขาได้กล่าวถึงผู้ประกอบการเป็น “ผู้ทำให้เกิดกระบวนการการพัฒนาที่ไม่ต่อเนื่อง”

(agent of discontinuous development) หรือ “ผู้ทำให้เกิดการขับเคลื่อนของเศรษฐกิจโดยการสร้างสิ่งใหม่” (driver of the economy by creating new things)

ในช่วงศตวรรษที่ 20 ยุคแนวคิดใหม่เริ่มจากแนวคิดของ Chell, E. มองในเชิงการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ให้ทัศนะว่าผู้ประกอบการคือผู้ที่สำรวจโอกาสสำหรับการพัฒนานวัตกรรม พบบริษัท และทำสิ่งนั้นจากการรับรู้ปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งพวกเขาพยายามที่จะแก้ไขผ่านการระบุวิธีแก้ปัญหาคือการสร้างสรรค์ (Chell, E., 2008) และ Drucker, P. F. ในหนังสือ Innovation and Entrepreneurship ได้กล่าวว่าการประกอบการ “ไม่ใช่วิทยาศาสตร์หรือศิลปะ” แต่เป็น “การปฏิบัติ” (practice) ที่ไม่จำกัดเฉพาะในภาคเอกชน เท่านั้น Drucker เห็นว่าการประกอบการเป็น “กระบวนการของการปรับตัวและการเปลี่ยนแปลง” (process of adaptation and change) โดยผู้ประกอบการจะต้อง “สร้างสิ่งใหม่” (create something new) หรือ “ทำสิ่งเดิมให้ดีขึ้น” (do something better) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Drucker, P. F., 1985)

ผู้ประกอบการเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเสี่ยงพฤติกรรมของผู้ประกอบการสะท้อนให้เห็นถึงคนประเภทหนึ่งที่เต็มใจที่จะนำอาชีพและความมั่นคงทางการเงินของเขาหรือเธอมาอยู่ในสายงานและรับความเสี่ยงในนามของความคิดใช้เวลาอย่างมากเช่นเดียวกับเงินทุนในกิจการที่ไม่แน่นอน การกระทำของผู้ประกอบการมักเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงที่ไม่แน่นอนที่แท้จริงโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมันเกี่ยวข้องกับการนำสิ่งที่แปลกใหม่มาสู่โลกซึ่งตลาดไม่เคยมีอยู่จริง ก่อนอินเทอร์เน็ตไม่มีใครรู้จักตลาดสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ต เช่น Amazon, Google, YouTube, Yahoo เป็นต้น หลังจากที่อินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นผู้คนก็เริ่มเห็นโอกาสและตลาดในเทคโนโลยีนั้น นอกจากนี้ในความคิดของท่านอื่นๆ นอกจากนี้ผู้ที่มีชื่อเสียงเช่น Tracy, B. ผู้เขียนตำรา Entrepreneurship: How to start and grow your own business ได้ให้ข้อคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการยุคใหม่ ด้านานของการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ 1) แก่สิบห้าเปอร์เซ็นต์ของธุรกิจทั้งหมดล้มเหลวภายในครั้งแรกห้าปี 2) คุณต้องมีนายทุนร่วมลงทุนในการเริ่มต้นธุรกิจ 3) ถ้าสินค้าหรือบริการของคุณดี คุณจะประสบความสำเร็จ 4) ในการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ คุณต้องคิดค้นสิ่งที่แปลกใหม่และแหวกแนว 5) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ชอบเสี่ยง 6) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จทางการเงิน 7) ผู้ประกอบการเกิดไม่ได้ถูกสร้าง 8) ผู้ประกอบการทุกคนต้องการที่จะรวย 9) ผู้ประกอบการไม่มีชีวิตส่วนตัว (Tracy, B., 2019)

สรุป จากการให้ความหมายของแนวคิดผู้ประกอบการแบบเก่ากับแบบใหม่ หากเป็นแบบเก่าใช้ความสามารถและความถนัดในการนำเอารูปแบบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงและการเผชิญหน้ากับความไม่แน่นอน แต่หากเป็นแนวคิดสมัยใหม่จะใช้ความสามารถในการสร้างธุรกิจใหม่และการนำเอาการปรับปรุงในการดำเนินธุรกิจแนวใหม่ที่มีความแตกต่างจากเดิม

คุณสมบัติพื้นฐานของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการคือบุคคลที่ริเริ่มสร้างสรรค์และดำเนินการอย่างกระตือรือร้นในการลงทุนเพื่อประกอบการ โดยมีคุณสมบัติพื้นฐานดังนี้

1. การกล้าเสี่ยง หมายถึง ความสามารถในการแก้ไขปัญหาและปรับตัวให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน เช่น ผู้ประกอบการที่กล้าเสี่ยงจะไม่ยอมแพ้หรือท้อถอยเมื่อพบกับอุปสรรคหรือความล้มเหลว
2. การจัดตั้งองค์การ หมายถึง ความสามารถในการจัดหาและประสานทรัพยากรที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจ เช่น ผู้ประกอบการที่จัดตั้งองค์การจะต้องมีทีมงานที่มีทักษะและความชำนาญในด้านต่างๆ เช่น การผลิต การตลาด การบัญชี

3. การนำเสนอแนวทางและวิธีการใหม่ๆ หมายถึง ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์และพัฒนา รูปแบบธุรกิจที่ไม่เหมือนใคร เช่น ผู้ประกอบการที่นำเสนอแนวทางใหม่ๆ จะต้องศึกษารูปแบบของผู้บริโภค เข้าใจความต้องการและปัญหาของพวกเขาและหารูปแบบที่จะตอบสนองได้อย่างดีที่สุด

4. การสร้างค่านิยม หมายถึง ความสามารถในการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีประโยชน์และมีคุณค่าสำหรับผู้บริโภค เช่น ผู้ประกอบการที่สร้างค่านิยมจะต้องมีการวิจัยและพัฒนาสินค้าหรือบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพสูง

5. การเติบโต หมายถึง ความสามารถในการขยายธุรกิจและสร้างโอกาสให้เติบโตที่ไม่ได้พึ่งพา ตลาดหรือผลิตภัณฑ์เดิม เช่น ผู้ประกอบการที่เติบโตจะต้องมีการวางแผนและกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจน เพื่อขยายธุรกิจไปยังตลาดใหม่หรือผลิตภัณฑ์ใหม่

6. การผสมผสานแนวทางใหม่ที่ไม่พึงประสงค์ หมายถึง ความสามารถในการผสมผสาน แนวความคิดที่ไม่เกี่ยวข้องกันเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ไม่คาดคิด เช่น ผู้ประกอบการที่ผสมผสานแนวทางใหม่จะต้องมีความคิดเป็นเอกลักษณ์ ไม่ได้เลียนแบบผู้อื่นและไม่กลัวลงทำสิ่งที่ไม่เคยทำมาก่อน

องค์ประกอบอื่น ๆ ผู้ประกอบการก็คือการทำให้สิ่งใหม่ๆ หรือสิ่งที่แตกต่างเป็นเงื่อนไขที่จำเป็นที่จะเรียกว่า บุคคลในฐานะผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการมองหาการทำสิ่งที่แตกต่างและไม่เหมือนใครอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้า พวกเขาอาจหรือไม่อาจเป็นผู้ประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ใหม่หรือ วิธีการผลิตใหม่ แต่พวกเขามีความสามารถในการคาดการณ์ความเป็นไปได้ในการใช้ประโยชน์จากสิ่งประดิษฐ์ สำหรับองค์กรของพวกเขา การแบกรับความเสี่ยง การเริ่มต้นองค์กรใหม่ก็มีความเสี่ยงและการพยายามทำสิ่งใหม่ และแตกต่างก็มีความเสี่ยงเช่นกัน องค์กรอาจได้รับผลกำไรหรือขาดทุนเนื่องจากปัจจัยต่างๆ เช่น การแข่งขันที่เพิ่มขึ้น การเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้าและการขาดแคลนวัตถุดิบและอื่นๆ ในความเป็นจริงเขาต้องเป็นผู้เสี่ยงไม่ใช่ผู้หลีกเลี่ยงความเสี่ยง ความสามารถในการแบกรับความเสี่ยงของเขาช่วยให้เขาแม้ว่าเขาจะล้มเหลวใน ครั้งเดียวหรือครั้งเดียวที่จะคงอยู่ต่อไปและในที่สุดก็ช่วยให้เขาประสบความสำเร็จ

1. มีลักษณะเชิงรุก มีปฏิริยาโต้ตอบมากกว่าอยู่เฉยๆ มีความแน่ใจว่ามีการทำวิจัยที่เหมาะสม มีการประเมินปัจจัยเสี่ยงและแผนการดำเนินการอย่างทันที่และมีประสิทธิภาพสูงสุด

2. เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง คือเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมและเห็นโอกาสในสถานการณ์ที่สิ้นหวัง และซับซ้อน

3. เป็นผู้ที่ชอบเสี่ยง มีความกล้าได้กล้าเสีย บางครั้งมีความกล้าหาญแต่เห็นโอกาสความเป็นไปได้ ของความสำเร็จ ไม่ปล่อยโอกาสให้ผ่านไป

4. มีวิสัยทัศน์ที่เฉียบคมในการมองโอกาส รู้วิธีประเมินสาเหตุและผลกระทบของโอกาสและ ตัดสินใจอย่างชาญฉลาดว่าควรร่วมทุนหรือไม่

5. เข้ากับคนได้ง่าย มีความฉลาดทางอารมณ์ที่สำคัญที่สุด เพื่อสร้างความสัมพันธ์ได้มากที่สุด

6. มีเครือข่ายที่จะเชื่อมโยงเข้าถึง

7. มีความเด็ดขาด แก้ปัญหาให้เกิดความชัดเจนในด้านเป้าหมายและกลยุทธ์ มีความสมดุลทาง จิตใจผู้ประกอบการมีความสมดุลระหว่างการวิเคราะห์และความคิดสร้างสรรค์ มีความคิดแปลกใหม่ที่ไม่มีการคิด มาก่อน

8. มีความคิดปรับปรุงและคิดใหม่ตลอดเวลาเพื่อให้เกิดนวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการของ ผู้บริโภค

ลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการ มีดังนี้

1. ผู้ประกอบการ คือบุคคลที่ริเริ่มสร้างสรรค์และดำเนินการอย่างกระตือรือร้นในการลงทุนเพื่อประกอบการ
2. ในด้านนวัตกรรม เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลง การปฏิวัติใหม่ การปรับเปลี่ยนและการนำเสนอแนวทางและวิธีการใหม่ๆ
3. ในด้านการเสริมสร้างองค์การ เป็นการนำโอกาสที่ได้รับจากนวัตกรรมในการรวมกลุ่มองค์กรและการปฏิบัติงานตามที่ต้องการ ไม่ว่าจะเป็นตัวบุคคลหรือทีมงาน
4. การสร้างค่านิยม โดยผ่านผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ของผู้ประกอบการ ฐานบริการแนวทางการแลกเปลี่ยน, ทรัพยากร, เทคโนโลยี, และตลาดที่ได้รับการส่งเสริมให้ตอบสนองคุณค่าบางอย่างแก่ชุมชนใดชุมชนหนึ่ง หรือการทำการตลาด คุณค่าที่ถูกสร้างนั้นเกิดขึ้นจากผู้ประกอบการมองว่าเป็นสิ่งที่สอดคล้องกับยุคสมัยที่มีคุณค่าและใช้ประโยชน์ได้ คุณค่าเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นจากการแลกเปลี่ยนทางการเงิน เช่นการสั่งซื้อของลูกค้ากับผลิตภัณฑ์หรือบริการในองค์การผู้ประกอบการ ยังสามารถเกิดขึ้นกับตัวแทนบริการสังคม และองค์การที่คล้ายคลึงกัน

มองความหมายในแง่เติบโต คือการเจริญเติบโตธุรกิจ และสร้างโอกาสให้เติบโตที่ไม่ใช่เนื้อหาที่พักพิงตลาดใดตลาดหนึ่ง หรือผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่ง ผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญกับการเติบโต

มองในด้านความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งหมายถึงเกี่ยวข้องกับการผสมผสานแนวทางใหม่จากผู้ประกอบการตั้งใจทดลอง ซึ่งหมายถึงความแตกต่างและไม่ใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ตามที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ที่สร้างขึ้นมาเป็นแนวทางที่มีอัตลักษณ์พิเศษที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่พึงประสงค์อีกต่อไป

มองในเชิงกระบวนการ หมายถึงกระบวนการที่เป็นชุดการตัดสินใจและการกระทำที่ต่อเนื่อง ผู้ประกอบการไม่ใช่ปรากฏการณ์เพียงเวลาใดเวลาหนึ่ง แต่อาจเกิดขึ้นตลอดเวลาเกี่ยวข้องกับชุดการตัดสินใจจากจุดเริ่มต้นในการจัดการที่มีความน่าตื่นเต้น

มองในแง่ธุรกิจ ผู้ประกอบการคือบุคคลที่เกิดขึ้นภายใต้การคุกคาม เป็นคู่แข่งเชิงรุกไปสู่ธุรกิจอื่นๆ ผู้ประกอบการเป็นแหล่งจัดหา ลูกค้าหรือใครคนใดคนหนึ่งสร้างความมั่งคั่งกับผู้อื่นได้ดี เป็นบุคคลที่ค้นพบวิธีการในการนำทรัพยากรไปใช้ประโยชน์และลดความสูญเสีย และสร้างงานใหม่ที่คนอื่น ๆ ยินดีที่จะทำงานด้วย

มองอีกความหมายหนึ่ง มองว่าผู้ประกอบการคือกระบวนการพลวัตของการสร้างความมั่งคั่งเพิ่มขึ้น ความมั่งคั่งได้รับการส่งเสริมให้บุคคลที่คาดคิดว่ามีความเสี่ยงที่สำคัญ ได้แก่ ความเสมอภาค เวลาและความผูกพันในอาชีพหรือการจัดสรรคุณค่าผลิตภัณฑ์หรือบริการบางประการ

นอกจากนี้หากมองถึงการพัฒนาบุคลิกภาพของผู้ประกอบการของ Fischer, R. ผลการวิจัยบางเรื่องพบว่าผู้ประกอบการมีคะแนนสูงในด้านความรับผิดชอบ, ความเปิดรับประสบการณ์ใหม่, และความสดใส เมื่อเทียบกับผู้ที่ไม่ได้ประกอบการ บุคลิกภาพของผู้ประกอบการยังสะท้อนให้เห็นถึงคุณลักษณะที่สำคัญของพวกเขา เช่น การมีกระบวนการทำงานที่เข้มข้น (discipline) เช่น การทำงานหนัก การไม่ยืดหยุ่นต่อข้อผิดพลาด การมีความหลงใหล (passion) เช่น การทำสิ่งที่รัก การไม่ยอมแพ้ การมีความสร้างสรรค์ (creativity) เช่น การแก้ปัญหาแบบใหม่, การคิดไอเดียใหม่ การมีความอยากรู้อยากเห็น (curiosity) เช่น การสำรวจโอกาสใหม่, การเรียนรู้สิ่งใหม่ การมีความเสี่ยงต่อการประกอบการ (risk-taking) เช่น การลงทุนในธุรกิจใหม่, การทดลองสิ่งใหม่ (Fischer, R., 2017)

ลักษณะภาพรวมของผู้ประกอบการ

ลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ การเสี่ยง ความมั่นใจในตนเอง มองโลกในแง่ดี ความต้องการความสำเร็จสูง ความต้องการอิสระ ความต้องการพลังงาน ความคิดสร้างสรรค์ การมองการณ์ไกล การมีประสิทธิผล จินตนาการ การเคารพข้อเสนอแนะ การเรียนรู้จากประสบการณ์ ผลประโยชน์ที่มุ่งเน้นในอนาคต โอกาสของการเป็นผู้ประกอบการ โอกาสในการควบคุมโชคชะตาของตนเอง โอกาสในการเข้าถึงศักยภาพสูงสุด

ของคุณ โอกาสในการเก็บเกี่ยวผลกำไรที่ไม่จำกัด โอกาสในการมีส่วนร่วมใน สังคมและได้รับการยอมรับสำหรับ ความพยายามของคุณ โอกาสที่จะทำในสิ่งที่คุณชอบข้อจำกัดของผู้ประกอบการ ความไม่แน่นอนของรายได้ ความเสี่ยง (ความเสี่ยงทางการเงินและความเสี่ยงด้านอาชีพ) ชั่วโมงการทำงานที่ยาวนานและการทำงานหนัก คุณภาพชีวิตที่ลดลงจนกว่าธุรกิจจะจัดตั้งขึ้น มีความเครียดระดับสูง มีความรับผิดชอบที่สมบูรณ์ ผลการวิจัยของ Dogan, E. พบว่า การศึกษาการประกอบการมีผลกระทบบวกและสำคัญต่อความเชื่อมั่นในพฤติกรรม ความเห็นของผู้อื่น และทัศนคติที่ดีต่อการประกอบการ ความเชื่อมั่นในพฤติกรรม ความเห็นของผู้อื่น และทัศนคติที่ดีต่อการประกอบการเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดผลกระทบของการศึกษาการประกอบการไปยังความตั้งใจทางการประกอบการ (Dogan, E., 2015)

การพัฒนาการของผู้ประกอบการ

ในยุคเริ่มต้น คือยุคกลาง ผู้แสดงและบุคคลเกี่ยวข้องกับการโครงการผลิตในกิจการขนาดใหญ่ ซึ่งทรัพยากร ดำเนินจัดสรรโดยรัฐบาล

ในศตวรรษที่ 17 บุคคลเผชิญกับการเสี่ยงกำไร (ขาดทุน) ในสัญญาในการกำหนดราคาตายตัวกับรัฐบาล

ในศตวรรษที่ 18 Richard Cantillon-Person ได้เผชิญกับความเสี่ยงที่แตกต่างจากการจัดหาทุนมา สนับสนุนผู้ประกอบการแสวงหาความเสี่ยงภัยและผล คอยดูแลและจัดองค์ประกอบพร้อมกับเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต ด้วย

ในศตวรรษที่ 19 Jean Baptist Say นักเศรษฐศาสตร์ มองว่ากำไรของผู้ประกอบการแยกส่วนจากกำไร ของเจ้าของทุน

Walker, F. A. ให้ความแตกต่างในการลงมือระหว่างบุคคลที่หาแหล่งทุนและแสวงหาดอกเบี้ย (ในแนว venture capitalist) และบุคคลที่กำไรได้มาจากกิจกรรมการจัดการของผู้ประกอบการ (Walker, F. A., 1876)

ประโยชน์ของผู้ประกอบการในด้านสังคมและเศรษฐกิจ

1. ผู้ประกอบการผลิตงานจำนวนมากที่ช่วยเพิ่มรายได้ประชาชาติ
2. ผู้ประกอบการช่วยขยายกิจกรรมทางเศรษฐกิจของภาคสังคมที่แตกต่างกันออกไป
3. ผู้ประกอบการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ และสร้างสรรค์
4. ผู้ประกอบการช่วยปรับปรุงมาตรฐานการดำรงชีวิตให้ดีขึ้น
5. ผู้ประกอบการกระจายอำนาจทางเศรษฐกิจและสร้างความเท่าเทียมกัน
6. ผู้ประกอบการควบคุมความมั่งคั่งของท้องถิ่นและการพัฒนาภูมิภาคอย่างสมดุล
7. ผู้ประกอบการลดความขัดแย้งทางสังคมและความไม่สงบทางการเมือง
8. ผู้ประกอบการส่งเสริมความเป็นอิสระทางเศรษฐกิจและการก่อรูปแบบทุน

การพัฒนาหลักปฏิบัติการในการพัฒนาผู้ประกอบการ 5 ระดับ ได้แก่

ตารางที่ 1 การพัฒนาหลักปฏิบัติการในการพัฒนาผู้ประกอบการ 5 ระดับ

ระดับการพัฒนาผู้ประกอบการ	คุณลักษณะ
1. จ้างงานตนเอง	ก. ไม่สะดวกกับงานกิจวัตรประจำ ข. ไม่ชอบงานที่มีตารางกำหนดตายตัว ค. ต้องการทำสิ่งต่างๆด้วยตนเอง ง. วางใจกับการทำงานที่ต้องอาศัยการนำที่เร่งรัด จ. ตระหนักถึงความสำเร็จทางธุรกิจที่สำเร็จโดยพวกเขาเอง



ตารางที่ 1 การพัฒนาหลักปฏิบัติการในการพัฒนาผู้ประกอบการ 5 ระดับ (ต่อ)

ระดับการพัฒนาผู้ประกอบการ	คุณลักษณะ
2. แบบผู้จัดการ	ก. เขาารู้สึกว่าจำเป็นต้องก้าวขึ้นไปสู่ตำแหน่งโดยร้องขอให้บางคนช่วย ข. มอบหมายและจ้างพนักงานที่มีศักยภาพ ค. ปัญหาเกี่ยวกับคุณสมบัติพนักงานอาจเกิดขึ้นจะนำไปให้พวกเขาประเมินลูกจ้างและ ง. ส่งเสริมตำแหน่งที่มีความต้องการมากของธุรกิจ และความเชี่ยวชาญของนายจ้าง
3. แบบผู้นำ	ก. พวกเขาสนุกสนานกับการมองความเติบโตของพนักงานการเลื่อนตำแหน่งและการสร้างผลงานที่ยิ่งใหญ่ด้วยการจัดควบคุมให้น้อยที่สุด ข. พวกเขาตระหนักถึงผู้นำเป็นกุญแจสำคัญในองค์กร ค. มุ่งเน้นภาพใหญ่ และกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจมากกว่าดำเนินการขายและลงมือปฏิบัติการ
4. แบบนักลงทุน	ก. พวกเขามองหาโอกาสที่จะทำให้ธุรกิจเติบโต ข. อาจมีธุรกิจ 1-2 ธุรกิจ ค. มีการมอบหมายผู้จัดการที่เหมาะสมสำหรับการดำเนินการธุรกิจและดำเนินการในฐานะผู้อำนวยการ
5. แบบผู้ประกอบการ	ก. พวกเขายึดมั่นในคุณภาพ และงานที่เป็นเลิศ ข. พวกเขาต้องการเรียนรู้อย่างเต็มที่ และดำเนินการปฏิบัติด้วยกระบวนการคิด 4 ขั้นตอน ได้แก่ การคิด การมีอุดมคติ การมองเห็น การแสดงออกด้วยคำพูด และการกระทำให้เป็นจริง ค. ในขั้นนี้ผู้ประกอบการที่แท้จริง ปัจจุบันมีรายได้ที่รักษาให้เกิดทวีคูณแม้ว่าจะไม่สามารถใช้ความพยายามมากนัก

ทฤษฎีผู้ประกอบการ

1. ทฤษฎีวิวัฒกรรม ทฤษฎีนี้ได้รับการแนะนำโดย Schumpeter, J.A. กล่าวว่าผู้ประกอบการเป็นผู้ริเริ่มและผู้ริเริ่มคือผู้แนะนำชุดค่าผสมใหม่ ทฤษฎีชุดค่าผสมใหม่ครอบคลุมสี่กรณี ได้แก่ การแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาด การคิดค้นเทคโนโลยีการผลิตใหม่ซึ่งไม่ได้ทดสอบโดยประสบการณ์ในสาขาการผลิตที่เกี่ยวข้อง การเปิดตลาดใหม่ที่ผลิตภัณฑ์เฉพาะไม่เคยเข้ามาก่อนหน้านี้ การค้นพบแหล่งจัดหาวัตถุดิบใหม่ การดำเนินการในรูปแบบใหม่ขององค์กรของอุตสาหกรรมใดๆ โดยการสร้างตำแหน่งผูกขาดหรือการยกเลิกกัน (Schumpeter, J. A., 1934)

2. ความต้องการทฤษฎีความสำเร็จ ทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนาโดย McClelland, D.C. เขาพยายามค้นหาปัจจัยภายในที่เป็นค่านิยมและแรงจูงใจของมนุษย์ที่ทำให้มนุษย์นำไปสู่การใช้ประโยชน์จากโอกาสเพื่อใช้ประโยชน์จากเงื่อนไขการค้าที่เอื้ออำนวย ผู้ประกอบการมีความกังวลกับความจำเป็นในการบรรลุความปรารถนาที่ทำได้ดี มีใช้ต้องการได้รับการยกย่องจากสังคมมากนักหรือได้รับอภิสิทธิ์ใดๆ แต่เขาต้องการความสำเร็จสุดยอดที่เป็นเรื่องส่วนบุคคล (McClelland, D. C. et al., 1953)

3. ทฤษฎีพฤติกรรมทางสังคม Kunkel S. W. นำเสนอรูปแบบพฤติกรรมของการเป็นผู้ประกอบการ รูปแบบพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่แสดงออกอย่างชัดเจนของบุคคลและความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมก่อนหน้านี้และปัจจุบันโครงสร้างทางสังคมและสภาพร่างกาย ตามที่เขา กล่าวว่าบุคคลทำกิจกรรมต่างๆ ซึ่งบางคนได้รับการยอมรับจากสังคมในขณะที่คนอื่นทำไม่ได้ รางวัลที่ได้รับการยอมรับจะได้รับรางวัล การกระทำที่ให้รางวัล

เป็นการสนับสนุนสิ่งเร้าที่เพิ่มความน่าจะเป็นของการทำซ้ำรูปแบบพฤติกรรมนั้น รูปแบบของพฤติกรรมทางสังคมนี้คือพฤติกรรมผู้ประกอบการ (Kunkel S. W., 1991)

4. ทฤษฎีความเป็นผู้นำ ทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนาโดย Hoselitz, B. F. กล่าวถึงผู้ประกอบการเป็นหน้าที่ของทักษะการจัดการและความเป็นผู้นำ คนที่จะเป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมจะต้องมีมากกว่าแรงผลักดันที่จะได้รับผลกำไร ในกระบวนการนี้เขาต้องแสดงความสามารถในการเป็นผู้นำและการจัดการ ในธุรกิจมีความเป็นผู้นำสามประเภทได้แก่ผู้ให้กู้เงินพ้อค่า ผู้จัดการผู้ประกอบการผู้ให้กู้เงินเป็นตลาดที่มุ่งเน้นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการ ซึ่งเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปสำหรับทุกคน ผู้จัดการเป็นผู้มีอำนาจที่มุ่งเน้น แต่ผู้ประกอบการมีนอกเหนือจากการวางแผนการผลิตเหล่านี้ ผู้ประกอบการสร้างสินค้าของตัวเองและการยอมรับนั้นไม่แน่นอน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงถือว่ามีความเสี่ยงมากขึ้นเมื่อเทียบกับผู้ให้กู้เงิน (Hoselitz, B. F., 1963)

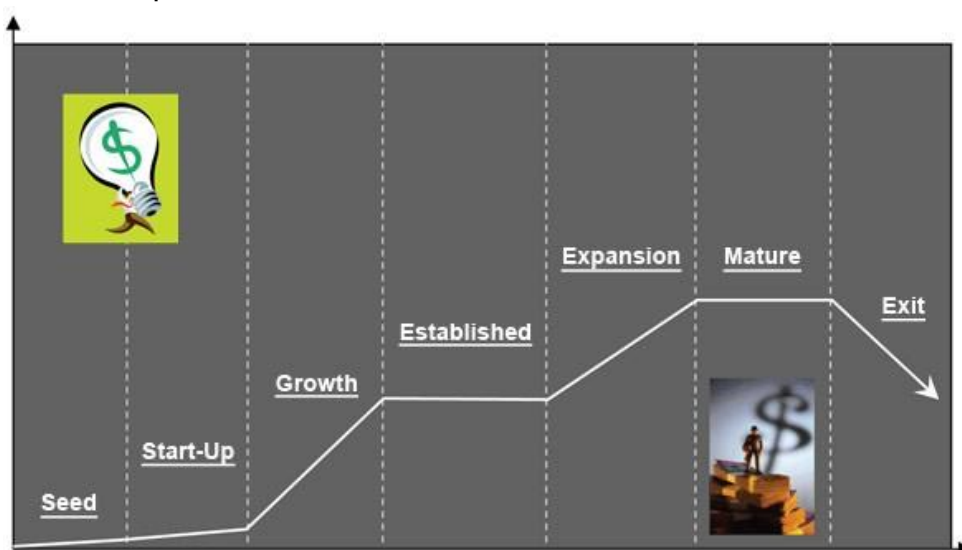
5. ทฤษฎีบุคลิกภาพแบบ Cochran, T. C. ได้ให้ทฤษฎีนี้ เน้นค่านิยมทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับความคาดหวัง บทบาทและการลงโทษทางสังคม (ข้อตกลง) เป็นองค์ประกอบสำคัญในการกำหนดอุปทานของผู้ประกอบการ ตามที่ผู้ประกอบการไม่ใช่บุคคลธรรมดาหรือคนเปี่ยงเบน แต่แสดงถึงบุคลิกภาพแบบสังคม บุคลิกภาพของเขาได้รับอิทธิพลจากปัจจัยสามประการ ทัศนคติของตนเองต่ออาชีพของเขา ความคาดหวังบทบาทที่จัดขึ้นโดยกลุ่มในข้อกำหนดในการปฏิบัติงานของงานที่ทำ (Cochran, T. C., 1965)

อุปสรรคของการเป็นผู้ประกอบการ

1. อุปสรรคด้านสิ่งแวดล้อมสังคม หากบรรทัดฐานทางสังคมคาดหวังให้ผู้คนให้ความสำคัญกับระเบียบวินัยและความสอดคล้องมากกว่าการผจญภัยความคิดสร้างสรรค์และความเป็นอิสระก็มีแนวโน้มที่จะทำลายจิตวิญญาณของผู้ประกอบการเศรษฐกิจ ทุนแรงงานวัตถุดิบและตลาดเป็นพื้นฐานที่สำคัญสำหรับองค์กรใดๆ วัฒนธรรม หากค่านิยมทางวัฒนธรรมถูกผูกมัดโดยอัตภาพพวกเขาอาจยับยั้งจิตวิญญาณของผู้ประกอบการการเมือง นโยบายทางการเมืองสามารถช่วยหรือชะลอการเติบโตของกิจการผู้ประกอบการในประเทศ

2. อุปสรรคส่วนบุคคลสร้างแรงบันดาลใจ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จทุกคนมีแรงจูงใจสูงและแรงผลักดันของพวกเขาเพื่อให้บรรลุกลายเป็นกลไกแห่งความสำเร็จในการรับรู้ การขาดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและความเข้าใจผิดในสถานการณ์อาจส่งผลให้เกิดการรับรู้ที่ผิดพลาด

ขั้นตอนของวงจรชีวิตธุรกิจขนาดเล็ก



ภาพที่ 1 วงจรชีวิตของธุรกิจขนาดเล็ก

วงจรชีวิตของธุรกิจขนาดเล็กเป็นแนวคิดที่อธิบายขั้นตอนต่างๆ ที่ธุรกิจขนาดเล็กมักจะผ่านตั้งแต่เริ่มก่อตั้งจนถึงการปิดตัวในที่สุด แนวคิดนี้ไม่ได้มาจากบุคคลหรือองค์กรใดๆ แต่ได้กลายเป็นกรอบที่ใช้กันทั่วไปในการจัดการธุรกิจขนาดเล็กและการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งแต่ละขั้นตอนของวัฏจักร มีดังนี้

1. Seed ขั้นตอนหว่านเมล็ดพันธุ์ ขั้นตอนเมล็ดพันธุ์ของวงจรชีวิตของธุรกิจขนาดเล็กคือเมื่อธุรกิจขนาดเล็กเป็นเพียงความคิดหรือการเกิดของธุรกิจขนาดเล็กใหม่ ความท้าทายบริษัท เวทีเมล็ดพันธุ์ส่วนใหญ่จะต้องเอาชนะความท้าทายของการยอมรับของตลาดและแสวงหาโอกาสเฉพาะกลุ่ม อย่างกระจายเงินและทรัพยากรเวลาน้อยเกินไป สิ่งที่มีแนวโน้มความสนใจในขั้นตอนนี้ของธุรกิจขนาดเล็กมุ่งเน้นไปที่การจับคู่โอกาสทางธุรกิจกับทักษะประสบการณ์และความสนใจ จุดสนใจอื่นๆ ได้แก่ การตัดสินใจเกี่ยวกับโครงสร้างการเป็นเจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก การหาที่ปรึกษามืออาชีพและการวางแผนธุรกิจ แหล่งที่มาของเงินในช่วงต้นของวงจรชีวิตธุรกิจขนาดเล็กที่ไม่มีตลาดหรือลูกค้าที่พิสูจน์แล้วธุรกิจจะพึ่งพาเงินสดจากเจ้าของเพื่อนและครอบครัว แหล่งที่มีศักยภาพอื่นๆ ได้แก่ ผู้จัดหาสินค้า

2. Start-Up ขั้นตอนเริ่มต้นธุรกิจขนาดเล็กถือกำเนิดขึ้นและตอนนี้มีอยู่อย่างถูกกฎหมาย ผลิตภัณฑ์หรือบริการอยู่ในระหว่างการผลิตและคุณมีลูกค้ารายแรก ความท้าทาย หากธุรกิจขนาดเล็กอยู่ในช่วงวงจรชีวิตเริ่มต้นอาจเป็นไปได้ว่าคุณประเมินความต้องการเงินและเวลาในการออกสู่ตลาดสูงเกินไป ความท้าทายหลักคือไม่ต้องเผาผลาญเงินสดเพียงเล็กน้อยที่คุณมี คุณต้องเรียนรู้ว่าลูกค้าต้องการผลกำไรอะไรบ้าง และทำการตรวจสอบความเป็นจริงเพื่อดูว่าธุรกิจอยู่ในเส้นทางที่ถูกต้องหรือไม่ โดยมุ่งเน้นธุรกิจเริ่มต้นต้องการสร้างฐานลูกค้าและสถานะทางการตลาดพร้อมกับการติดตามและรักษากระแสเงินสด แหล่งที่มาของเงิน เจ้าของ เพื่อน ครอบครัว ผู้จัดหาสินค้า ลูกค้า เงินช่วยเหลือและธนาคาร

3. Growth ขั้นตอนการเติบโต ธุรกิจขนาดเล็กได้ผ่านช่วงวัยหัดเดินและตอนนี้ยังเป็นเด็ก รายได้และลูกค้าเพิ่มขึ้นตามโอกาสและปัญหาใหม่ๆ มากมาย ผลกำไรมีความแข็งแกร่ง แต่การแข่งขันกำลังเกิดขึ้น ความท้าทายที่ยิ่งใหญ่ที่สุดที่บริษัทเติบโตต้องเผชิญคือการจัดการกับปัญหาที่หลากหลายอย่างต่อเนื่องเพื่อประมวลเวลาและเงินที่มากขึ้นจำเป็นต้องมีการจัดการที่มีประสิทธิภาพและแผนธุรกิจใหม่ที่เป็นไปได้ เรียนรู้วิธีการฝึกอบรมและมอบหมายเพื่อพิชิตขั้นตอนการพัฒนานี้ จุดมุ่งเน้นธุรกิจวงจรชีวิตการเติบโตมุ่งเน้นไปที่การดำเนินธุรกิจขนาดเล็กในรูปแบบที่เป็นทางการมากขึ้นเพื่อจัดการกับยอดขายและลูกค้าที่เพิ่มขึ้น จะต้องมีการตั้งค่าบริการบัญชีและการจัดการที่ดีขึ้น พนักงานใหม่จะต้องได้รับการว่าจ้างเพื่อจัดการกับการไหลบ่าเข้ามาของธุรกิจ แหล่งที่มาของเงิน ธนาคาร กู้หนักร ส่วน เงินช่วยเหลือและตัวเลือกการเช่าซื้อ

4. Establish ขั้นตอนก่อตั้งขึ้นธุรกิจขนาดเล็กได้เติบโตขึ้นเป็นบริษัทที่เจริญรุ่งเรืองโดยมีสถานที่ในตลาดและลูกค้าประจำ การเติบโตของยอดขายไม่ระเบิด แต่สามารถจัดการได้ ชีวิตธุรกิจกลายเป็นกิจวัตรมากขึ้น ความท้าทาย มันง่ายเกินไปที่จะพักผ่อนในช่วงชีวิตนี้ ผู้ประกอบการได้ทำงานอย่างหนักและได้รับส่วนที่เหลือแต่ตลาดไม่หยุดยั้งและการแข่งขัน จดจ่ออยู่กับภาพรวมที่ใหญ่ขึ้น ปัญหาต่างๆ เช่น เศรษฐกิจคู่แข่งหรือสนิยมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงสามารถยุติสิ่งที่ผู้ประกอบการมีงานทำได้อย่างรวดเร็ว บริษัท วงจรชีวิตที่จัดตั้งขึ้นจะมุ่งเน้นไปที่การปรับปรุงและผลิตภาพ ในการแข่งขันในตลาดที่จัดตั้งขึ้นคุณจะต้องมีการดำเนินธุรกิจที่ดีขึ้นพร้อมกับระบบอัตโนมัติและการจ้างเหมาบริการเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน แหล่งที่มาของเงิน ผลกำไรธนาคาร นักลงทุนและรัฐบาล

5. Expansion ขั้นตอนขยายกิจการ เป็นขั้นที่ธุรกิจมีการเปิดสาขาหรือจัดองค์การตามภูมิศาสตร์ อันเนื่องจากการกิจการงานมีการเพิ่มขึ้นของลูกค้าที่มีความต้องการ เพื่อตอบสนองลูกค้าให้ทั่วถึงจึงเปิดสาขาหรือเพิ่มพื้นที่การจำหน่ายสินค้าและบริการ

6. Mature ขึ้นตอนอิมตัว คือ เริ่มอยู่คงที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงอะไรมากนัก เป็นขั้นที่ธุรกิจทรงตัว หรือยอดขายค่อนข้างคงที่อันเนื่องมาจากคู่แข่งมีการแย่งชิงตลาดไป ทำให้ Market Share ลดลงจนอยู่ในลักษณะอิมตัว

7. Exit เป็นขั้นกิจการถดถอยตัวลงจนถึงขั้นปิดกิจการหากแบกภาระไม่ไหว เช่น การลดกำลังการผลิต การลดต้นทุน การออกจากธุรกิจ เป็นต้น

สถานการณ์วิกฤติโควิด-19

ในปัจจุบันผู้ประกอบการประสบปัญหาวิกฤติหลายอย่าง เช่น ปัญหาโรคโควิด-19 ปัญหาความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่รวดเร็ว และปัญหาสถาบันการเงินปัญหาการปล่อยสินเชื่อค่อนข้างตึงตัว และกู้ได้ยากขึ้น เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจทั่วโลกตกต่ำลง

ทางผู้เขียนจึงได้นำเอาเครื่องมือเชิงกลยุทธ์มาทำการวิเคราะห์ ที่เรียกว่า SWOT Analysis มาประยุกต์ปรับใช้เพื่อแสวงหาแนวทางในการแก้ปัญหาผู้ประกอบการดังกล่าวการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาคุกคามและโอกาส (SWOT Analysis) ของผู้ประกอบการขนาดย่อมและขนาดกลางของไทย โดยพิจารณาจากปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก

จุดแข็งและจุดอ่อนมักได้รับการพิจารณาภายในในขณะที่โอกาสและภัยคุกคามมักจะถือว่าเป็นภายนอก ที่จุดแข็งภายในของบริษัทตรงกับโอกาสภายนอกแสดงโดยแนวคิดของความเหมาะสมเชิงกลยุทธ์

ปัจจัยภายในถูกมองว่าเป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อนขึ้นอยู่กับผลกระทบต่อวัตถุประสงค์ขององค์กร สิ่งนี้อาจแสดงถึงจุดแข็งเกี่ยวกับวัตถุประสงค์หนึ่งอาจเป็นจุดอ่อน (สิ่งรบกวนการแข่งขัน) สำหรับวัตถุประสงค์อื่น ปัจจัยอาจรวมถึงบุคลากร การเงิน ความสามารถในการผลิตและ 4Ps ของส่วนประสมทางการตลาดทั้งหมด

ปัจจัยภายนอก ได้แก่ เศรษฐศาสตร์มหภาคการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีกฎหมายและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมรวมถึงการเปลี่ยนแปลงในตลาด ส่วนใหญ่มีผู้สนับสนุนการประเมินปัจจัยภายนอกก่อนปัจจัยภายใน ในการพิจารณา SWOT ANALYSIS ขอให้พิจารณาภาพดังนี้



ภาพที่ 2 ภาพสภาพแวดล้อมของมิติในจุดแข็ง, จุดอ่อน, ภัยคุกคาม, โอกาส (Townsend, M., 2023)

การวิเคราะห์ SWOT เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคามของธุรกิจหรือโครงการ สามารถช่วยให้เข้าใจปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อประสิทธิภาพและความยั่งยืนของธุรกิจหรือโครงการ ในช่วง COVID-19 ผู้ประกอบการไทยจำนวนมากต้องเผชิญกับความท้าทายและโอกาสต่างๆ ที่ทำให้พวกเขาต้องปรับตัวและสร้างสรรค์รูปแบบธุรกิจและกลยุทธ์ของตน จากผลการค้นหาคือการวิเคราะห์ SWOT ที่เป็นไปได้ของผู้ประกอบการไทยในช่วง COVID-19 จากรูปที่ 2 ปัจจัยภายใน ได้แก่ จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) หากเป็นจุดแข็งคือปัจจัยช่วยเหลือ แต่จุดอ่อนเป็นปัจจัยที่อันตราย (Weaknesses) ส่วนปัจจัยภายนอกได้แก่โอกาส (Opportunities) และภัยคุกคาม (Threats) ซึ่งโอกาสคือปัจจัยช่วยเหลือ ส่วนภัยคุกคาม (Threats) คือปัจจัยอันตราย

จากภาพที่ 2 ปัจจุบันภายในได้แก่จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) หากเป็นจุดแข็งคือปัจจัยช่วยเหลือ แต่จุดอ่อนเป็นปัจจัยที่อันตราย (Weaknesses) ส่วนปัจจัยภายนอกได้แก่โอกาส (Opportunities) และภัยคุกคาม (Threats) ซึ่งโอกาสคือปัจจัยช่วยเหลือ ส่วนภัยคุกคาม (Threats) คือปัจจัยอันตราย

จุดแข็ง (Strengths) ผู้ประกอบการ SME ไทยเมื่อเปรียบเทียบกับการผลิตและการบริการมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของตลาดพอสมควรทั้งในและต่างประเทศ เพียงแต่ยุคโควิด 19 ทำให้การดำเนินธุรกิจชะงักงัน การที่ผู้ประกอบการบางส่วนที่ปรับตัวเข้ากับวิกฤติและเอาตัวรอดได้ แต่มีผู้ประกอบการส่วนนี้ยังน้อย เมื่อเทียบกับผู้ประกอบการ SME ที่ประสบความล้มเหลวและมีหนี้ NPL หรือติดปัญหาเครดิตบูโร ค่อนข้างมาก ซึ่งต้องอาศัยการปรับตัวแบบใหม่ที่ใช้เทคโนโลยี หรือการลดกำลังคน เพื่อลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มรายได้และใช้เครื่องมือที่มีต้นทุนถูกลง หรือหาแนวทางวิธีการทำธุรกิจแนวใหม่ที่มีความเสี่ยงต่ำ ซึ่งนอกจากนี้จุดแข็งของไทยที่สำคัญคือชาวต่างประเทศนิยมมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการฟื้นตัวในระดับหนึ่ง อันเป็นเสน่ห์ของคนไทยที่ต้อนรับแขกต่างชาติดีมีบริการที่ดีและมีปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวหลายอย่างเช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการดูแลป้องกันเชื้อโควิด-19 ที่แพร่ระบาดเริ่มน้อยลง นอกจากนี้ประเทศไทยมีประชากรผู้ประกอบการจำนวนมากและหลากหลายรวมถึงผู้ประกอบการเพื่อสังคมซึ่งมีส่วนร่วมในภาคส่วนต่างๆ เช่นการท่องเที่ยวการเกษตรการศึกษาสุขภาพและเทคโนโลยี และมีค่านิยมทางวัฒนธรรมที่แข็งแกร่ง เช่น ความยืดหยุ่น ความคิดสร้างสรรค์ ความยืดหยุ่น และจิตวิญญาณของชุมชน ที่ช่วยให้พวกเขารับมือกับปัญหาและความไม่แน่นอน และสามารถเข้าถึงนโยบายและโครงการสนับสนุนบางอย่างจากรัฐบาลและองค์กรอื่นๆ เช่น สิทธิประโยชน์ทางภาษีเงินอุดหนุนเงินกู้เงินช่วยเหลือการฝึกอบรมการให้คำปรึกษาและการสร้างเครือข่าย

จุดอ่อน (Weaknesses) ผู้ประกอบการ SME จำนวนมากมักทำธุรกิจตามกระแส และทำให้เกิดการแข่งขันกันเอง หรือการตัดราคา จนทำให้ธุรกิจประสบปัญหาขาดทุน และการที่ยอดจำหน่ายหรือผลิตภัณฑ์ที่เข้าสู่ตลาดใหม่ไม่สามารถแข่งขันกับธุรกิจรายใหญ่ซึ่งมีทุน หรือแหล่งทุนสนับสนุนค่อนข้างดีมากกว่าธุรกิจ SME ซึ่งธนาคารไม่นิยมปล่อยสินเชื่อเพื่อขยายกิจการ ประกอบกับธนาคารติดปัญหากับดักหนี้สินมากขึ้น ตัวอย่างที่เห็นชัดเจนได้แก่ ขาดเงินทุนหรือสินเชื่อในการขยายธุรกิจหรือแก้ไขปัญหา ขาดการบริหารการเงินและการจัดการที่ดี เช่น ไม่มีบัญชีที่ถูกต้อง เป็นต้น ขาดความรู้และทักษะในการประกอบธุรกิจ เช่น การใช้เครื่องมือการผลิตที่ยังล้าสมัย หรือเก่าแก่ ในการเพิ่มคุณค่าสินค้าที่ผลิตให้เป็นที่ยอมรับของตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด การใช้เทคโนโลยี เป็นต้น และรวมถึงขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพและมีค่าแก่ผู้บริโภคและจุดอ่อนอื่นๆ ยังมีผู้ประกอบการไทยต้องเผชิญกับอุปสรรคมากมายต่อกิจกรรมของผู้ประกอบการ เช่น การขาดการเข้าถึงการเงิน ตลาด เทคโนโลยี ทักษะและข้อมูล ผู้ประกอบการไทยมักขาดทักษะทางธุรกิจและการจัดการ เช่น การวางแผนเชิงกลยุทธ์ การตลาด การบัญชี และการปฏิบัติตามกฎหมาย ผู้ประกอบการไทยมีนวัตกรรมและ

ความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกในระดับต่ำโดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของคุณภาพของผลิตภัณฑ์ความแตกต่างและการสร้างมูลค่า

โอกาส (Opportunities) เปิดตลาดใหม่ใน ASEAN เช่น เวียดนามที่มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและมีความต้องการสินค้าหรือบริการจากไทย การเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือสินเชื่อจากสถาบันการเงินหรือหน่วยงานของรัฐที่ให้การส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs การเข้าถึงการฝึกอบรมหรือการให้คำปรึกษาจากหน่วยงานของรัฐหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น สถาบันพัฒนาธุรกิจ SMEs สถาบันส่งเสริมการส่งออกไทย เป็นต้น การเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่หรือนวัตกรรมที่ช่วยให้การผลิตหรือการบริการมีประสิทธิภาพและคุณภาพสูงขึ้น การเข้าถึงช่องทางการตลาดและเครือข่ายการตลาดที่หลากหลาย เช่น ออนไลน์ อีคอมเมิร์ซ โซเชียลมีเดีย เป็นต้น ภัยคุกคาม COVID-19 ได้สร้างความต้องการของตลาดใหม่และความต้องการของผู้บริโภคสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการที่ปลอดภัยมีสุขภาพดียิ่งขึ้นและรับผิดชอบต่อสังคมช่วยได้เร่งการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลและการยอมรับอีคอมเมิร์ซแพลตฟอร์มออนไลน์โซเชียลมีเดียและแอปพลิเคชันมือถือในหมู่ผู้บริโภคและธุรกิจ และเพิ่มการรับรู้และความชื่นชมของชุมชนท้องถิ่นและสาเหตุทางสังคมในหมู่ผู้บริโภคและธุรกิจ

ภัยคุกคาม (Threats) ซึ่งปัญหาภัยคุกคาม ได้แก่ ภัยโควิด 19 เป็นภัยคุกคามระดับโลกที่กระทบกระเทือนต่อธุรกิจทั่วโลกที่ทำให้การหดตัวของธุรกิจมีมากขึ้น และส่วนใหญ่ทั่วโลกห้ามเดินทางในประเทศที่ยังไม่ได้ควบคุมปัญหาโควิดได้ดี ก็จะมีผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยว หรือการเข้ามาลงทุนธุรกิจก็พลอยหยุดชะงักไปด้วย นอกจากนี้ยังมีปัญหาที่ควรคำนึงได้แก่ ก. ปัญหาผู้ประกอบการแบบดั้งเดิม ได้แก่ การขาดเงินทุนในการค้าปลีกสินค้าเชื่อ ขาดเงินทุนในการเริ่มกิจการใหม่ และการขยายธุรกิจซึ่งเกิดจากการขาดการจัดการที่ดี และการจัดระบบบัญชีทำให้สถาบันการเงินขาดความเชื่อถือ และมีการเสี่ยงต่อการปล่อยสินค้า ทำให้ผู้ประกอบการอาจหาเงินทุนนอกระบบที่มีต้นทุนดอกเบี้ยสูง ทำให้เกิดหนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้ เป็นลักษณะกับดักสภาพคล่อง สถาบันการเงินไม่ค่อยให้ความสำคัญในการปล่อยกู้มากนัก ข. ปัญหาการจัดการผู้ประกอบการ มักขาดความรู้ในการประกอบธุรกิจ ไม่สามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ การจัดการ การตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขาดวิสัยทัศน์ที่ดี และความกล้าได้กล้าเสีย ความกระตือรือร้น การรักที่จะเรียนรู้และชอบท้าทาย มีความเป็นผู้นำสามารถจัดการดูแลด้วยตนเองได้ ค. การใช้เทคโนโลยีที่ล้าสมัย ไม่ทันโลกทันเหตุการณ์ หรือใช้เครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพสูง จึงทำให้ผลผลิตต่ำ เสียเปรียบคู่แข่งรายใหญ่ที่มีความทันสมัย ง. ปัญหาด้านการตลาด มักขาดความรู้ในการพัฒนาช่องทางการตลาด มักใช้ช่องทางการตลาดแบบเดิมๆ และไม่ได้ทำการตลาดด้วยตนเอง ทำให้เสียเปรียบในการแข่งขัน จ.ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ขาดการพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐาน มีคุณภาพตรงกับความต้องการของตลาด เนื่องจากมีคู่แข่งมาก ยิ่งทำธุรกิจที่มีลักษณะไปตามกระแสเหมือนกัน ก็ทำให้เสียเปรียบธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีการตลาดที่กว้างขวางกว่า และมีทุนมากกว่า ฉ. ปัญหาแรงงานมีคุณภาพต่ำ เช่น จบการศึกษาไม่สูงเป็นบุคลากรที่มีฝีมือต่ำ ผู้มีฝีมือก็จะไม่ค่อยอยู่กับบริษัทขนาดเล็ก ส่งผลต่อการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพได้สูง ช. ปัญหาด้านทุนการผลิต มีการใช้วัตถุดิบที่ขาดคุณภาพ ไม่รู้แหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพทำให้เสียเปรียบคู่แข่งรายใหญ่ ช. ปัญหาด้านการเข้าถึงบริการภาครัฐ มักฝ่าฝืนกฎระเบียบของรัฐ ทำให้ขาดข้อมูลในการบริการภาครัฐ และมีทัศนคติไม่ดีต่อระบบราชการนอกจากที่กล่าวมาภัยคุกคาม COVID-19 ทำให้เศรษฐกิจตกต่ำอย่างรุนแรงและลดการใช้จ่ายของผู้บริโภคและความเชื่อมั่นในประเทศไทยและทั่วโลก รวมทั้งส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานและการดำเนินงานของหลายธุรกิจ โดยเฉพาะในภาคการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศไทย และความเสี่ยงด้านสุขภาพและความไม่แน่นอนสำหรับผู้ประกอบการและพนักงานลูกค้าคู่ค้าและซัพพลายเออร์

ผลกระทบจากการแนะนำทางฝ่าวิกฤติ โดยอ้างอิงข้อมูลของ ฌีลพล รังสิตพล จากยูทูบมีดังนี้ การแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อภาคธุรกิจ SME ในประเทศไทย โดยเฉพาะในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว การบริการ การค้าปลีก และบริการ SMEs จำนวนมากได้ปิดตัวลงหรือลดการดำเนินงานเนื่องจาก

การลือกดาว์นการ จำกัด การเดินทางและความต้องการของผู้บริโภคที่ต่ำลง อย่างไรก็ตาม ยังมีโอกาสที่ SMEs จะปรับตัวและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ในยุค New Normal อีกด้วย ตัวอย่างเช่น SMEs บางรายได้เปลี่ยนไปใช้แพลตฟอร์มออนไลน์บริการจัดส่งอีคอมเมิร์ซการตลาดดิจิทัลและโซเชียลมีเดียเพื่อเข้าถึงลูกค้าและตลาดใหม่ๆ SMEs บางรายยังมีความหลากหลายในผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น การนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความ เป็นอยู่ที่ดีการศึกษาออนไลน์ความบันเทิงและการเล่นเกมส์ (ณัฐพล รังสิตพล, 2563) โดยผู้ชี้แนะจากวิทยากรชื่อ สมศักดิ์ นายสมศักดิ์แนะนำให้ SMEs ให้ความสำคัญกับ 3 ด้านหลัก คือ การบริหารกระแสเงินสด การลดต้นทุน และการสร้างรายได้ เขาแนะนำว่า SMEs ควรติดตามกระแสเงินสดอย่างใกล้ชิดเจรจากับเจ้าหนี้และซัพพลายเออร์ ขอความช่วยเหลือทางการเงินจากรัฐบาลหรือธนาคารและหลีกเลี่ยงค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น เขายังแนะนำว่า SMEs ควรหาวิธีเพิ่มยอดขายและรายได้เช่นการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มการขายฐานลูกค้าการเป็นพันธมิตรกับ ธุรกิจหรือแพลตฟอร์มอื่นๆ และการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการออนไลน์ จากรายงานของธนาคารไทย พาณิชนัย ได้พูดถึงสาเหตุที่ SME ไปไม่ถึงฝั่งฝัน สรุปไว้ดังนี้ ไม่มีเป้าหมายที่ชัดเจน เลือกลุ่มเป้าหมายผิด และไม่ เข้าใจความต้องการของลูกค้า ขาดความเชี่ยวชาญในด้านการตลาดปัญหาการขาดความรู้ และประสบการณ์ในการ ดำเนินธุรกิจที่ผิดพลาด ใช้เงินทุนโดยไม่วางแผน ทำธุรกิจโดยไม่ใช้แผนธุรกิจ “กระเป๋ารธุรกิจ” และ “กระเป๋าสส่วนตัว” คือกระเป๋าดียวกันขาดทุนสะสม (ธนาคารไทยพาณิชนัย, 2566) นอกจากนี้จากรายงานสถานการณ์โควิด-19 และ ประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อ SMEs จัดทำโดย TDRI: Thailand Development Research Institute เผยแพร่เมื่อ 29 มกราคม 2021 F โดยเนื้อหาของบทความได้กล่าวถึงผลการสำรวจความคิดเห็นของ MSME (ข้อมูลรายงาน สถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มกราคม 2564) และแนะนำการปรับตัวสู่ยุค New Normal ของ ผู้ประกอบการ MSME โดยให้พิจารณา product design/ service design และนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อปรับตัว รองรับสถานการณ์ COVID-19, ช่องทางการขายออนไลน์, บริหารธุรกิจด้วยความยืดหยุ่น, และการปรับเปลี่ยน โครงสร้างต้นทุนของธุรกิจ

สรุป

เมื่อได้วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาคุกคาม และโอกาสการแก้ปัญหาเชิงวิกฤติในธุรกิจ SME ของ ผู้ประกอบการในภาวะโรคโควิด-19 และระบบเศรษฐกิจที่มีปัญหาดังที่ได้กล่าวข้างต้น รวมทั้งจากรายงานธนาคาร ไทยพาณิชนัย ได้กล่าวถึงสาเหตุที่ SME ไปไม่ถึงฝั่งฝัน และอ้างอิงจากการวิจัยของ ธนาคารทหารไทย (ทีเอ็ม บี) เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการดำเนินธุรกิจของ SME ไทย บทความนี้สรุปว่า SME ไทยมีพฤติกรรมกรรมการดำเนินธุรกิจที่ ไม่เหมาะสมและไม่ส่งผลให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน โดยแบ่งออกเป็น 7 กลุ่มพราง ได้แก่ ใช้เงินทุนโดยไม่วางแผน ทำธุรกิจโดยไม่ใช้แผนธุรกิจ “กระเป๋ารธุรกิจ” และ “กระเป๋าสส่วนตัว” คือกระเป๋าดียวกัน เลือกผู้บริหารและ พนักงานผิด เลือกผู้ค้าและคู่ค้าผิด เลือกสินค้าและบริการผิด เลือกช่องทางการขายผิด ผู้ประกอบการจำเป็นต้อง เข้าใจแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ ลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะสำคัญที่ผู้ประกอบการควรมี คุณสมบัติที่เหมาะสมในการนำทฤษฎีผู้ประกอบการมาประยุกต์ใช้ในสถานการณ์วิกฤติโควิด-19 ต้องรู้เท่าทัน แก้ปัญหาได้จริงและสามารถป้องกันผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำทั่วโลกจนถึงประเทศไทย สามารถพลิก สถานการณ์และปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว เหมาะสมกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปและสามารถจัดการปัญหาต้นน้ำ, กลางน้ำ, ปลายน้ำได้ทันทั่วทั้งที่ และปรับตัวเข้าสู่โลกยุคใหม่ที่เท่าทันเทคโนโลยี และใช้สื่อสังคมในการลดต้นทุน การบริการมากกว่าการดำเนินธุรกิจแบบเดิมๆ ที่ไม่สามารถยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันโดยใช้ นวัตกรรมทางการตลาด (market innovation) เป็นการยกระดับคุณค่าและความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์อีกด้วย ทั้งเป็นการเพิ่มช่องทางใหม่เพื่อนำเสนอให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น เช่น การปรับตัวโดยใช้ เทคโนโลยีที่สังคมนิยมเข้าถึง การขายสินค้าผ่านออนไลน์ หรือสื่อสังคมที่มีผู้เข้าถึงมากที่สุดโดยผู้เขียนขอเสนอแนะ ผู้ประกอบการคือการพัฒนาจุดแข็งให้เข้มแข็งมากขึ้นในการสร้างนวัตกรรมเทคโนโลยี เช่น การเข้าถึงสื่อสังคม

อย่างกว้างขวาง การจัดทำเว็บไซต์หรือ Facebook, YouTube, Instagram เพื่อขยายของเขตตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อรูปแบบผสม เป็นการลดต้นทุนในกิจการธุรกิจได้มากและการใช้ช่องทางด้านอื่นๆ เช่น การส่งสินค้าที่มีการบริการได้รวดเร็วในการขนส่งโลจิสติกส์ทั้งในและต่างประเทศทั้งก่อนและหลังการคลี่คลายวิกฤติโควิด-19 ซึ่งปัจจุบันหลังการคลี่คลายโควิด-19 ปรากฏว่ามีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น ก่อให้เกิดรายได้ให้กับโรงแรม รีสอร์ท และการบริการอื่นๆ ได้ฟื้นตัวขึ้นเป็นผลดีต่อประเทศไทยในชื่อเสียงและภาพพจน์ของไทย ผู้เขียนขอเสนอแนะว่ารัฐบาลควรส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการแก้ปัญหาแบบองค์รวม (Holistic) โดยให้มีการประชุมพูดคุยเพื่อแก้ปัญหาวิกฤติที่เกิดขึ้น และส่งเสริมทุนวิจัยในการต่อยอด เพิ่มเติมเพื่อหาทางออกในการพัฒนาผู้ประกอบการ SME อย่างยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐพล รังสิตพล. (2563). แนวทางการฝ่าวิกฤติ. เรียกใช้เมื่อ 28 ตุลาคม 2563 จาก <http://www.youtube.com/watch?v=DuhWKmHAAAA>
- ธนาคารไทยพาณิชย์. (2566). สาเหตุที่ SME ไปไม่ถึงฝั่งฝัน. เรียกใช้เมื่อ 1 พฤษภาคม 2566 จาก <http://www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/business-maker/sme-not-successful.html>
- รัชพล จอมไตรคุป และวัชรพล อินทรวงษ์. (2558). ความหมายแนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้ประกอบการ. วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ,มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,กรุงเทพ, 2(1), 249-290.
- วิฑูร เจียมจิตต์ตรง. (2553). ปัจจัยผู้ประกอบการที่มีผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Chell, E. (2008). The entrepreneurial personality: A social construction. London: Routledge.
- Cochran, T. C. (1965). The entrepreneur in economic change. Explorations in Economic History: New York.
- Dogan, E. (2015). The Effect of Entrepreneurship. 23. Education on Entrepreneurial Intention of University of Student in Turkey. Ekonometri ve Istatistik Sayi, 23(2015), 79-93.
- Drucker, P. F. (1985). Innovation and entrepreneurship: Practice and principles. New York: Harper & Row.
- Fischer, R. (2017). Personality. Values. Culture: An Evolutionary Approach. Cambridge: University Press.
- Hoselitz, B. F. (1963). Entrepreneurship and traditional elites. Explorations in Economic History: New York.
- Kunkel S. W. (1991). The impact of strategy and industry structure on new venture performance. Athens, GA: The University of Georgia Press.
- McClelland, D. C. et al. (1953). The Achievement Motive. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Schumpeter, J. A. (1934). The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits. Cambridge, MA: Harvard College.
- Townsend, M. (2023). Is Your Strategy Stuck in the 20th Century? Retrieved May 1, 2023, from <https://partneringresources.com/strategy-stuck-in-20th-century/>.

- Tracy, B. (2019). Entrepreneurship: How to Start and Grow Your Own Business. New York: G&D Media LLC.
- Walker, F. A. (1876). The Wage Question: A Treatise on Wages and The Wage Class. New York: Holt.