

บทที่ 2

แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การค้นคว้าแบบอิสระในหัวข้อเรื่องคุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาคุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก ซึ่งมีแนวคิดที่เกี่ยวข้องดังนี้

แนวคิดเรื่องคุณสมบัติของผู้บริหารธุรกิจค้าปลีก

Delbert J. Duncan and Charles F. Phillips (1970: 4 – 10) ได้กล่าวถึงแนวคิดเรื่องคุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ว่าประกอบด้วยคุณสมบัติต่างๆ ดังนี้

1. ความรู้ (Knowledge) ความรู้เกี่ยวกับสินค้าและแหล่งขาย เหตุจูงใจและนิสัยในการซื้อ การดำเนินงาน ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ความรู้เกี่ยวกับโครงสร้างของการค้าปลีก สภาพความเป็นไปได้ในระบบเศรษฐกิจ
2. ประสบการณ์ (Experience) ประสบการณ์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกควรมี ได้แก่ การซื้ออย่างมีประสิทธิภาพ การตัดสินใจในเรื่องราคา วิธีการควบคุมสินค้าที่ดี การจัดการระบบร้านค้าที่เหมาะสม การจูงใจและการบริการลูกค้า การควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ ฯลฯ
3. ความมานะ (Drive) ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกจะต้องมุ่งมั่นและบากบั่นอยู่เสมอ
4. ความเป็นมิตร (Friendliness) ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกจะต้องเข้ากับคนได้ทุกกลุ่ม
5. ความเป็นผู้นำ (Leadership) ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกควรมีลักษณะของความเป็นผู้นำ เพื่อให้ผู้อยู่ใต้บังคับบัญชามีความมั่นใจในการทำงาน
6. ความสามารถในการตัดสินใจ (Decision Making) ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกจะต้องพิจารณาถึงผลได้ผลเสีย พยายามหาเหตุผลจากข้อเท็จจริงต่างๆ เพื่อมาประกอบการตัดสินใจ
7. การมองการณ์ไกล (Vision) ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกจะต้องเป็นผู้มองการณ์ไกล สามารถปรับปรุงแก้ไขให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมที่จะเปลี่ยนแปลงไปได้
8. การแสดงออกอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective Expression) การแสดงออกของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกจะต้องเป็นที่เชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของลูกค้าและประชาชนทั่วไปด้วย

9. อุปนิสัย (Character) ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกจะต้องกล้า เชื่อถือได้ และต้องไม่ล้ม
ความรับผิดชอบที่มีต่อลูกค้า ลูกจ้างคนงาน แหล่งขายสินค้า
10. ความสามารถในการบริหาร (Administrative Ability) ความสำเร็จในการบริหารนั้นขึ้น
อยู่กับทักษะ (Skill) หลักวิชา (Technical) มนุษยสัมพันธ์ (Human skill) และ
แนวความคิด (Conceptual)

Melvin Morgenstein and Harriet Strongin (1992 : 642 – 644) ได้กล่าวถึงแนวคิดเรื่อง
คุณสมบัติสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก หรือ ธุรกิจค้าปลีกประเภทเฉพาะเจาะจง
(Specialty Store) ว่าประกอบด้วยคุณสมบัติต่างๆ ดังนี้

1. ความสามารถในการตัดสินใจ (Ability to Make Decision)
2. ความสามารถในการบริหาร (Ability to Organize)
3. ความเต็มใจที่จะรับผิดชอบ (Willingness to Accept Responsibility)
4. ความสามารถในการเป็นผู้นำ (Ability to Lead)
5. ทุ่มเทให้กับงานหนักและใช้เวลา (Capacity for Hard Work and Long Hours)
6. ความสามารถในการเข้ากับผู้อื่น (Ability to Get Along with People)

Willam H. Brannen (1981 : 1) ได้กล่าวถึงเรื่องแนวคิดคุณสมบัติของผู้ประกอบการ
ธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก ว่าประกอบด้วยคุณสมบัติต่างๆ ดังนี้

1. ความสามารถในการบริหาร (Ability to Organize)
2. ทักษะการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ (Effective Communication Skill)
3. ความเป็นมิตร (Good Human Relations Ability)
4. ความเป็นผู้นำ (Leadership Qualities)
5. ความสามารถในการปรับตัวต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป (Ability to
Adapt Quickly to Change)
6. อุปนิสัยเข้ากับคนง่าย (An Outgoing Personality)
7. ความสามารถในการตัดสินใจ (Good Judgment and Thinking Ability)
8. มีสุขภาพกายและใจที่ดี (Physical and Mental Health)
9. มีพลังที่จะทำงาน (Energy)
10. ใช้เวลาอย่างมีประสิทธิภาพ (Effectiveness in Making Use of Time)

11. มีความพร้อมด้านเทคนิค ด้านจัดการ และประสบการณ์ (Technical and Managerial Preparation and Experience)

12. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Initiative Beyond a More Willingness to Work)

จากแนวคิดเรื่องคุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกข้างต้น ซึ่งได้กล่าวถึงแนวคิดเรื่องคุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกไว้คล้ายๆ กัน ดังนั้นในการค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ จึงยึดเอาแนวคิดของ Duncan and Phillips ในการศึกษาคุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็ก ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จินตนา สุนทรธรรม และคณะ (2531) ได้ศึกษาเรื่องปัญหาของธุรกิจขนาดย่อมและการประกอบการในภาคต่างๆ ของประเทศไทย พบว่าผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จนั้น ต้องมีคุณสมบัติ ได้แก่ มีความคิดริเริ่มและมีการเปลี่ยนแปลง อย่าทำธุรกิจตามผู้อื่น ขยัน ทำงานหนัก ทำกิจการที่ตนถนัด มีประสบการณ์ มีการวางแผนล่วงหน้า ใฝ่หาความรู้และพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ทำ्यที่สุดควรมีความสามารถทางด้านการตลาด

เกรียงไกร ชำนาญไพศาล (2544) ได้กล่าวถึงเรื่องทิศทางการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกของไทย ไว้ว่า ปัญหาของธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กของไทยที่แท้จริงคือ 1. ไม่มีทนายรับช่วงต่อธุรกิจ 2. ขาดความรู้ความสามารถในการพัฒนาธุรกิจ 3. ขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการดำเนินธุรกิจ 4. ขาดเงินทุนขยายกิจการ

ชลยีน หงส์ไพศาลวิวัฒน์ (2539) ได้ศึกษาเรื่องคุณสมบัติของผู้ประกอบการในธุรกิจการผลิต การจัดจำหน่าย และการบริการ พบว่า ผู้ประกอบการในธุรกิจการจัดจำหน่ายให้ ความสำคัญต่อคุณลักษณะของผู้ประกอบการทั้ง 6 ด้านโดยมีลำดับเรียงมากไปน้อยดังนี้ 1. ความสามารถในการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ 2. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ 3. ความเป็นผู้นำ 4. ความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ 5. ความคิดสร้างสรรค์ 6. ความเชื่อมั่นตนเอง

GTZ (Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit) (อ้างถึงใน อรพินธ สันติธีรากุล. หนังสือคู่มือมาตรฐานการพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs, 2542: 136 – 142) ได้กล่าวถึงแนวคิดของ CEFE (Competency – based Economies through Formation of Enterprise) ว่า คุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีดังนี้ 1. ความกล้าเสี่ยง 2. ต้องการมุ่งความสำเร็จ 3. ความรู้จักผูกพันต่อเป้าหมาย 4. ความสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น 5. ยืนหยัดต่อสู้และทำงานหนัก 6. มีความกระตือรือร้นและไม่อยู่นิ่ง 7. เรียนรู้จากประสบการณ์หรือใช้ผลสะท้อนในอดีต 8. มีความรับผิดชอบ 9. มีความเชื่อมั่นในตนเอง 10. การแสวงหาความรู้เพิ่มเติม

11. ความสามารถในการบริหาร
12. มีความคิดสร้างสรรค์
13. ความสามารถในการปรับสภาพแวดล้อม
14. มองดูเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก
15. ตั้งความหวังไว้กับผู้ร่วมงานตามความเหมาะสม
16. กล้าตัดสินใจและมีความมุ่งมั่นพยายาม
17. ทำอะไรเกินตัวคือความล้มเหลว
18. การร่วมมือและการแข่งขัน
19. มีความซื่อสัตย์
20. ประหยัดเพื่ออนาคต
21. มีความรับผิดชอบต่อสังคม

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University