

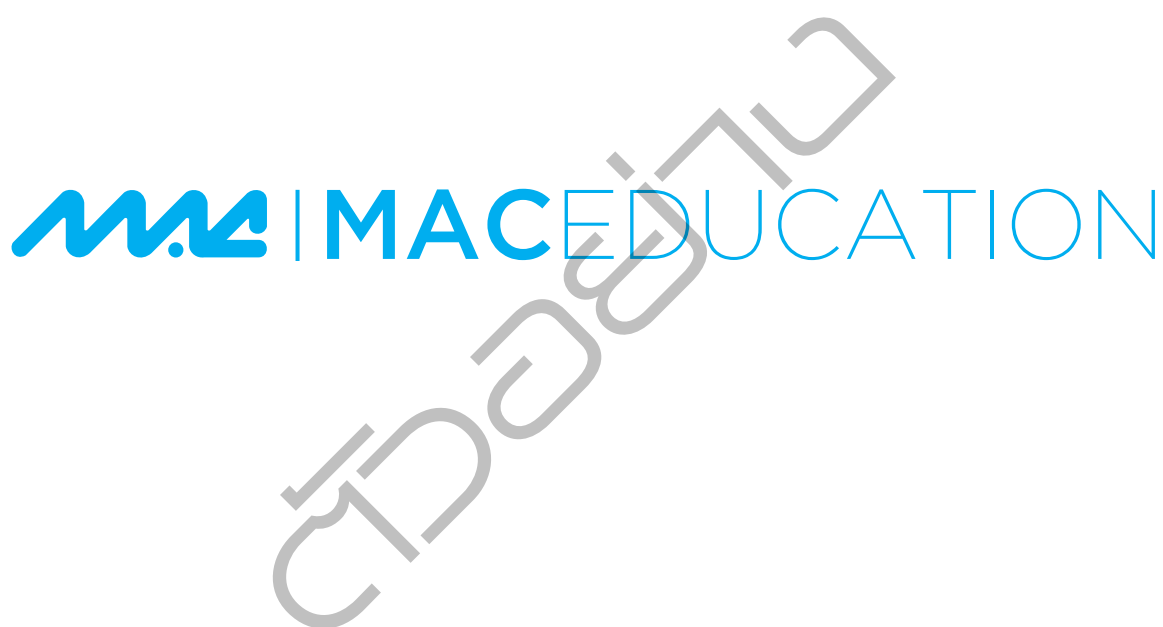
การบริหารธุรกิจขนาดย่อม

ตรงตามจุดประสงค์รายวิชา สมรรถนะรายวิชา และคำอธิบายรายวิชาของ
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พุทธศักราช 2557

3202-2101



ผศ. ดร.รุจิพร เจริญศรี
ดร.เขตรัฐ พ่วงธรรมรงค์
ณัฐพร จริยะปัญญา



**การบริหารธุรกิจ
ขนาดย่อม
3202-2101**

หมวดวิชาทักษะวิชาชีพ
กลุ่มทักษะวิชาชีพเลือก
หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
พุทธศักราช 2557

**รุจิพร เจริญศรี
เขตรัฐ พ่วงธรรมรงค์
ณัฐพร จริยะปัญญา**

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของสำนักหอสมุดแห่งชาติ

รุจิพร เจริญศรี.

การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. -- กรุงเทพฯ : แม็คเ็ดดูเคชั่น, 2559.
252 หน้า.

1. ธุรกิจขนาดย่อม--การบริหาร. I. เขตรัฐ พ่วงธรรมรงค์, ผู้แต่งร่วม.
II. ฐาพร จริยะปัญญา, ผู้แต่งร่วม. III. ชื่อเรื่อง.

658.022

ISBN 978-616-274-758-8

จัดพิมพ์และจำหน่ายโดย

MAC EDUCATION

ผู้เขียน : รุจิพร เจริญศรี เขตรัฐ พ่วงธรรมรงค์ และ ฐาพร จริยะปัญญา
การสั่งซื้อ : ส่งธนาคติส่งจ่าย ไปรษณีย์ลาดพร้าว ในนาม บริษัท แม็คเ็ดดูเคชั่น จำกัด
เลขที่ 9/99 อาคารแม็ค ซอยลาดพร้าว 38 ถนนลาดพร้าว แขวงจันทระเกษม
เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
☎ : 0-2938-2022-7 FAX : 0-2938-2028
www.MACeducation.com
ราคาจำหน่าย : 110 บาท
สงวนลิขสิทธิ์ : กันยายน 2559
พิมพ์ที่ : บริษัท แปลนพริ้นท์ติ้ง จำกัด

(สงวนลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย ห้ามลอกเลียน ไม่ว่าจะเป็นส่วนหนึ่งส่วนใดของหนังสือเล่มนี้ นอกจากจะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร)

คำนำ

ตามที่กระทรวงศึกษาธิการได้ประกาศใช้หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พุทธศักราช 2557 เพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนการศึกษาแห่งชาติ และแผนปฏิบัติการการเตรียมความพร้อมเมืองเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ทั้งนี้หลักสูตรดังกล่าวมุ่งผลิตและพัฒนากำลังคนระดับเทคนิคให้มีทักษะและสมรรถนะในงานอาชีพตามมาตรฐานวิชาชีพ มีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ สามารถประกอบอาชีพอิสระ เป็นผู้ประกอบการที่มีคุณภาพ หรือประกอบอาชีพอื่นๆ ได้ตรงความต้องการของสถานประกอบการทั้งในประเทศและภูมิภาคอาเซียน

บริษัท แม็คเอ็ดดูเคชั่น จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายหนังสือเรียน สื่อการเรียนรู้ วารสารทางการศึกษาทั้งในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและระดับอาชีวศึกษา ตระหนักถึงภารกิจสำคัญในการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนส่งเสริมการศึกษาระดับอาชีวศึกษา ให้บรรลุผลสัมฤทธิ์ตามมโนทัศน์ที่ตั้งไว้ จึงได้แต่งตั้งคณะทำงานซึ่งประกอบด้วยนักวิชาการ และผู้สอนทั้งในระดับอาชีวศึกษาและระดับอุดมศึกษาที่มีความเชี่ยวชาญด้านหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ รวมทั้งการวัดและประเมินผล ดำเนินการวิเคราะห์หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พุทธศักราช 2557 ในแต่ละประเภทวิชาและสาขาวิชาเพื่อจัดทำสื่อการเรียนรู้ อันประกอบด้วยหนังสือเรียนที่จัดทำให้ตรงกับจุดประสงค์รายวิชา สมรรถนะรายวิชา และคำอธิบายรายวิชา ทั้งนี้โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับมาตรฐานการศึกษาวิชาชีพทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ด้านสมรรถนะหลักและสมรรถนะทั่วไป และด้านสมรรถนะวิชาชีพ รวมทั้งแผนการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนผ่านกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้สอนนำไปปรับให้เหมาะสมกับธรรมชาติของผู้เรียนและจุดเน้นตามบริบทของสถานศึกษา

จุดเด่นของหนังสือเรียนชุดนี้ประกอบด้วย

1. การนำเสนอเป็นรูปแบบหน่วยการเรียนรู้ ที่มีเนื้อหาง่ายต่อการเรียนรู้แต่ยังคงไว้ซึ่งความเข้มข้นและทันสมัย ทั้งนี้เนื้อหาในหนังสือเรียนมุ่งเน้นให้สัมพันธ์กับจุดประสงค์การเรียนรู้ สมรรถนะ หลักการเรียนรู้ตามสภาพจริง (Authentic Learning) และการประเมินผลตามสภาพจริง (Authentic Assessment)
2. สอดแทรกกิจกรรมตรวจสอบความเข้าใจ กิจกรรมการฝึกกระบวนการคิด (Thinking Skills) และกิจกรรมเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนให้แก่ผู้เรียน
3. พัฒนาสมรรถนะหลักและสมรรถนะวิชาชีพผ่านกระบวนการปฏิบัติงานโดยใช้ใบช่วยสอนเป็นสื่อสำหรับการฝึกกระบวนการเรียนรู้ที่สำคัญ เช่น การเรียนรู้จากโครงงาน (Project-Based Learning) การพัฒนาเทคโนโลยีให้เป็นเทคโนโลยีสะอาด (Green Technology) และการสร้างสรรค์นวัตกรรมหรือผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นต้น
4. มีแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยจัดทำแบบทดสอบให้สอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้ประจำหน่วยการเรียนนั้นๆ ท้ายหน่วยการเรียนรู้ทุกหน่วย
5. สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการสืบค้นความรู้ โดยจัดทำเนื้อหาเพิ่มเติมนอกเหนือจากหนังสือเรียนในรูปแบบของ MAC e-knowledge และ QR Code ที่ผู้สอนและผู้เรียนที่มีความสนใจจะศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม สามารถหาข้อมูลได้ที่ www.MACeducation.com/e-knowledge หรือเชื่อมต่อกับ Website ของบริษัท คือ www.MACeducation.com ซึ่งมีฐานข้อมูลที่สามารถ Download มาศึกษาได้

บริษัท แม็คเอ็ดดูเคชั่น จำกัด ขอขอบพระคุณสถานศึกษา ผู้สอน ผู้เรียน และผู้ที่สนใจทุกท่านที่ให้ความไว้วางใจในสื่อการเรียนรู้นี้ บริษัทหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสื่อการเรียนรู้ในชุดนี้จะมีส่วนช่วยให้การจัดการเรียนรู้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพทัดเทียมระดับสากลต่อไป

คำชี้แจงการใช้ MAC e-knowledge

เมื่อท่านเห็นสัญลักษณ์  ปรากฏอยู่ในหนังสือที่**ท้ายข้อความใด**แสดงว่าเมื่อท่านอ่านเนื้อหาถึงตอนนั้นแล้ว ท่านสามารถหาความรู้เพิ่มเติมได้โดยการเชื่อมต่อกับ Website ของบริษัท แม็คเอ็ดดูเคชั่น จำกัด คือ www.MACeducation.com

วิธีเข้าสู่หน้าเว็บเพจ (Web Page) ความรู้เพิ่มเติม MAC e-knowledge เลือกได้ 3 วิธี ดังนี้ :-

วิธีที่ 1 ผ่าน Website ของบริษัท แม็คเอ็ดดูเคชั่น จำกัด ขั้นตอนมีดังนี้ :-

1. เข้าสู่ Website ของบริษัท แม็คเอ็ดดูเคชั่น จำกัด www.MACeducation.com
2. ที่หน้า Homepage ให้คลิกที่สัญลักษณ์  เพื่อเข้าสู่ **MAC e-knowledge**
3. คลิกเพื่อเลือก**ระดับชั้น** และ**หมวดวิชา**. รายชื่อจะปรากฏพร้อมรหัสประจำหนังสือ 10 หลัก.
4. คลิกเพื่อเลือก**รายชื่อหนังสือ**ที่ต้องการเพื่อเข้าสู่เว็บเพจของหนังสือเล่มนั้น. ชื่อและรหัสของหนังสือเล่มนี้คือ

การบริหารธุรกิจขนาดย่อย 3805833100

5. คลิกเพื่อเลือก**ชื่อไฟล์.htm** เนื้อหาเพิ่มเติมที่ต้องการ เนื้อหาเพิ่มเติมของหัวข้อนั้นๆ ก็จะปรากฏขึ้นบนจอ.
6. ในการเปิดดูข้อมูลเรื่องต่อไป ในหนังสือเล่มนี้ ท่านเพียงแต่**พิมพ์เปลี่ยนตัวเลข**ต่อท้ายตามที่ปรากฏอยู่ได้สัญลักษณ์



จาก 01 เป็น 02, 03, 04, ... แล้วกดปุ่ม Enter เพื่อเข้าสู่เนื้อหาเพิ่มเติมของเนื้อหาอื่นๆ ต่อไป.

วิธีที่ 2 โดยการพิมพ์ URL (ตำแหน่งที่อยู่ของข้อมูลบน Web) ประจำเล่มของหนังสือ ขั้นตอนมีดังนี้ :-

1. พิมพ์ URL ประจำเล่มของหนังสือเล่มนี้คือ

www.MACeducation.com/e-knowledge/3805833100/

รหัสประจำหนังสือ 10 หลัก

2. พิมพ์**ชื่อไฟล์.htm** ชื่อไฟล์คือตัวเลขที่ปรากฏอยู่ได้สัญลักษณ์  ต่อท้าย ในช่อง Address ตามตัวอย่างข้างล่างนี้

Address www.MACeducation.com/e-knowledge/3805833100/01.htm



3. ตรวจสอบความถูกต้อง เสร็จแล้วกดปุ่ม Enter เนื้อหาเพิ่มเติมของหัวข้อนั้นๆ ก็จะปรากฏขึ้นบนจอ.
4. ในการเปิดดูข้อมูลเรื่องต่อไป ในหนังสือเล่มนี้ ท่านเพียงแต่**พิมพ์เปลี่ยนตัวเลข**ต่อท้ายตามที่ปรากฏอยู่ได้สัญลักษณ์



จาก 01 เป็น 02, 03, 04, ... แล้วกดปุ่ม Enter เพื่อเข้าสู่เนื้อหาเพิ่มเติมของเนื้อหาอื่นๆ ต่อไป

วิธีที่ 3 โดยผ่านบาร์โค้ด 2 มิติที่เรียกว่า QR Code  ขั้นตอนมีดังนี้ :-

1. เปิดการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือหรือคอมพิวเตอร์
2. เปิดโปรแกรมที่ใช้สแกน QR Code บนโทรศัพท์มือถือหรือคอมพิวเตอร์
3. สแกน QR Code ผ่านกล้องถ่ายรูปในโทรศัพท์มือถือหรือกล้องถ่ายรูปของคอมพิวเตอร์ จากนั้นโปรแกรมจะแสดง URL ของ **MAC e-knowledge** ของหนังสือเล่มนั้นๆ (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมทาง www.MACeducation.com)

บริษัท แม็คเอ็ดดูเคชั่น จำกัด

รหัส 3202-2101

วิชาการบริหารธุรกิจขนาดย่อม

ทฤษฎี 2 ชั่วโมง ปฏิบัติ 2 ชั่วโมง 3 หน่วยกิต

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการบริหารธุรกิจขนาดย่อม
2. มีทักษะการเขียนแผนธุรกิจและปฏิบัติงานธุรกิจขนาดย่อม
3. มีความตระหนักถึงความสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม
4. มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีต่อการบริหารธุรกิจขนาดย่อม

สมรรถนะรายวิชา

1. แสดงความรู้เกี่ยวกับหลักการบริหารธุรกิจขนาดย่อม
2. เขียนแผนธุรกิจขนาดย่อมตามหลักการและสถานการณ์
3. แสดงเจตคติและกิจนิสัยที่ดีต่อการบริหารธุรกิจขนาดย่อม

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการบริหารธุรกิจขนาดย่อม การประกอบธุรกิจขนาดย่อม แหล่งข้อมูลธุรกิจขนาดย่อม การจัดการการตลาด การจัดการการผลิต การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการการเงินและการบัญชี ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ หน่วยงานและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดย่อม

ตารางวิเคราะห์สมรรถนะประจำหน่วย

หน่วยการเรียนรู้ที่	ชื่อหน่วยการเรียนรู้	สมรรถนะประจำหน่วย
1	หลักการเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจขนาดย่อม	1. แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมาย ลักษณะ ประเภท ข้อกำหนดของธุรกิจขนาดย่อม และข้อได้เปรียบและเสียเปรียบ 2. วิเคราะห์ห้พบหาบทความสำคัญและแนวโน้มของธุรกิจขนาดย่อม
2	การประกอบธุรกิจขนาดย่อม	1. แสดงความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขนาดย่อม 2. แสดงการเขียนแผนธุรกิจในการประกอบธุรกิจขนาดย่อม
3	แหล่งข้อมูล หน่วยงาน และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดย่อม	แสดงความรู้เกี่ยวกับแหล่งข้อมูล หน่วยงาน และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดย่อม
4	การจัดการการตลาด	แสดงความรู้เกี่ยวกับการจัดการการตลาด
5	การจัดการการผลิต	1. แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมาย องค์ประกอบ ลักษณะ วัตถุประสงค์ของการจัดการการผลิต 2. ออกแบบการจัดองค์กรเพื่อการผลิตและประเภทการผลิต
6	การจัดการการเงินและการบัญชี	แสดงความรู้เกี่ยวกับการจัดการการเงินและการบัญชี
7	การจัดการทรัพยากรมนุษย์	1. แสดงความรู้เกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ 2. วางแผนและจัดกิจกรรมด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจของตนเอง
8	ปัญหาและอุปสรรคการประกอบธุรกิจขนาดย่อม	แสดงความรู้เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคการประกอบธุรกิจขนาดย่อม

สารบัญ

หน้า

หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 หลักการเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจขนาดย่อม	1
1. ความหมายของการบริหารธุรกิจขนาดย่อม	2
2. ลักษณะของธุรกิจขนาดย่อม	3
3. ประเภทของธุรกิจขนาดย่อม	3
4. ขนาดของธุรกิจขนาดย่อม	7
5. ข้อได้เปรียบและเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อม	9
6. บทบาทและความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อม	10
7. แนวโน้มของธุรกิจขนาดย่อม	11
แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้	15
หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 การประกอบธุรกิจขนาดย่อม	18
1. ความหมายของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม	19
2. ลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม	19
3. กระบวนการประกอบธุรกิจขนาดย่อม	20
4. ตัวแบบโครงสร้างของการประกอบธุรกิจขนาดย่อม	21
5. รูปแบบและลักษณะของการประกอบธุรกิจขนาดย่อม	25
6. ขั้นตอนการประกอบธุรกิจขนาดย่อม	38
7. แผนธุรกิจ	42
แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้	48
หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 แหล่งข้อมูล หน่วยงาน และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดย่อม	52
1. แหล่งข้อมูลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดย่อม	53
2. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดย่อม	61
แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้	90
หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 การจัดการการตลาด	94
1. ความหมายของการจัดการการตลาด	95
2. ประโยชน์ของการจัดการการตลาด	95
3. แนวความคิดการจัดการการตลาด	97
4. กระบวนการจัดการการตลาด	99
5. เครื่องมือในการจัดการการตลาดของธุรกิจขนาดย่อม	102
แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้	131

หน่วยการเรียนรู้ที่ 5 การจัดการการผลิต	136
1. ความหมายของการจัดการการผลิต	137
2. องค์ประกอบของระบบการจัดการการผลิต	137
3. ลักษณะการจัดระบบการจัดการการผลิต	139
4. วัตถุประสงค์ของการจัดการการผลิต	140
5. ปัจจัยเกี่ยวกับการผลิต	141
6. การออกแบบองค์กรเพื่อการผลิต	143
7. ระบบการวางแผนและควบคุมการผลิต	145
8. ประเภทการผลิตและลำดับขั้นการวางแผนการผลิต	151
9. สภาพปัญหา แนวทางการปรับปรุงและผลการปรับปรุงของระบบการวางแผนการผลิต	153
แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้	158
หน่วยการเรียนรู้ที่ 6 การจัดการการเงินและการบัญชี	162
1. การจัดการการเงิน	163
2. การจัดการการบัญชี	178
แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้	194
หน่วยการเรียนรู้ที่ 7 การจัดการทรัพยากรมนุษย์	198
1. ความหมายและความสำคัญของการจัดการทรัพยากรมนุษย์	199
2. รูปแบบของการจัดการทรัพยากรมนุษย์	200
3. กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์	202
แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้	222
หน่วยการเรียนรู้ที่ 8 ปัญหาและอุปสรรคการประกอบธุรกิจขนาดย่อม	226
1. ความหมายของปัญหาการประกอบธุรกิจขนาดย่อม	227
2. ปัญหาการประกอบธุรกิจขนาดย่อม	227
3. ความหมายของอุปสรรคการประกอบธุรกิจขนาดย่อม	232
4. อุปสรรคการประกอบธุรกิจขนาดย่อม	232
แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้	238
บรรณานุกรม	241
ดัชนี	243

หลักการเกี่ยวกับการ การบริหารธุรกิจขนาดย่อม

สาระการเรียนรู้

1. ความหมายของการบริหารธุรกิจขนาดย่อม
2. ลักษณะของธุรกิจขนาดย่อม
3. ประเภทของธุรกิจขนาดย่อม
4. ขนาดของธุรกิจขนาดย่อม
5. ข้อได้เปรียบและเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อม
6. บทบาทและความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อม
7. แนวโน้มของธุรกิจขนาดย่อม

จุดประสงค์การเรียนรู้

1. บอกความหมายของการบริหารธุรกิจขนาดย่อมได้
2. อธิบายลักษณะของธุรกิจขนาดย่อมได้
3. บอกประเภทของธุรกิจขนาดย่อมได้
4. ระบุขนาดของธุรกิจขนาดย่อมได้
5. อธิบายข้อได้เปรียบและเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อมได้
6. อธิบายบทบาทและความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อมได้
7. บอกแนวโน้มของธุรกิจขนาดย่อมได้

หลักการเกี่ยวกับการ การบริหารธุรกิจ ขนาดย่อม

กิจกรรมเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน

ศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจขนาดย่อมในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน แล้วนำมาเปรียบเทียบกับประเทศไทยถึงข้อได้เปรียบและเสียเปรียบ

สมรรถนะประจำหน่วย

1. แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมาย ลักษณะ ประเภท ข้อกำหนดของธุรกิจขนาดย่อม และ ข้อได้เปรียบและเสียเปรียบ
2. วิเคราะห์บทบาทความสำคัญและแนวโน้มของธุรกิจขนาดย่อม

หลักการเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจขนาดย่อม

การพัฒนาประเทศในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ได้ตระหนักถึงสถานการณ์ความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงในระดับโลกและภายในประเทศ โดยเฉพาะความผันผวนด้านเศรษฐกิจ พลังงาน ภูมิอากาศ ที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว และส่งผลอย่างชัดเจนทั้งเชิงบวกและลบต่อประเทศไทย ดังนั้นทิศทางการบริหารจัดการประเทศภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจึงเป็นจุดแข็ง และศักยภาพที่มีอยู่ให้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่เน้นเสริมสร้างความเข้มแข็งของฐานการผลิตภาคเกษตร การประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และธุรกิจขนาดย่อม เพื่อใช้โอกาสที่เกิดขึ้นเพิ่มภูมิคุ้มกันของทุนที่มีอยู่อย่างเหมาะสมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1. ความหมายของการบริหารธุรกิจขนาดย่อม

ธุรกิจ (Business) หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่ก่อให้เกิดการผลิตสินค้าและบริการ การแลกเปลี่ยนซื้อขายกัน การจำหน่ายและการกระจายสินค้าโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้บริการสินค้าและผู้บริโภคให้บริการท้องถิ่นและเสริมสร้างความเจริญให้ส่วนรวม เพื่อความมั่นคงของกิจการ เพื่อความเจริญเติบโตของธุรกิจ เพื่อผลประโยชน์หรือกำไร เพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมสิ่งแวดล้อม และเพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทกับพนักงาน ผู้บริโภคและสภาพแวดล้อมภายนอก

ธุรกิจขนาดย่อม (Small Business) หมายถึง กิจกรรมอุตสาหกรรมการผลิต (Manufacturing) การค้าส่งและการค้าปลีก (Wholesales and Retailing) และบริการ (Service) เป็นธุรกิจที่มีผู้ประกอบการดำเนินกิจการด้วยตนเอง มีการจำกัดสินทรัพย์ เงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการและผลผลิตที่ได้จากการประกอบธุรกิจนั้นๆ

การบริหาร (Management) หมายถึง การดำเนินงานหรือการปฏิบัติงานใดๆ ของหน่วยงานหรือธุรกิจ โดยใช้ศาสตร์และศิลป์นำทรัพยากรการบริหาร ได้แก่ คน (Man) เงิน (Money) วัสดุสิ่งของ (Material) และการจัดการ (Management) ที่เรียกว่า 4Ms มาประกอบกันตามกระบวนการบริหารเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ดังนั้นการบริหารธุรกิจขนาดย่อม (Small Business Management) หมายถึง กระบวนการดำเนินงาน การจัดการด้านต่างๆ ที่ทำให้ธุรกิจขนาดย่อมมีกำไรสูงสุด มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคม วัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้นๆ

กิจกรรมตรวจสอบความเข้าใจที่ 1.1

จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. ธุรกิจหมายถึงอะไร ประกอบด้วยกิจกรรมอะไรบ้าง จงอธิบายมาพอเข้าใจ
2. ธุรกิจขนาดย่อมหมายถึงอะไร
3. การบริหารธุรกิจขนาดย่อมหมายถึงอะไร

2. ลักษณะของธุรกิจขนาดย่อม

- ธุรกิจขนาดย่อมจะมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากธุรกิจทั่วไป โดยเฉพาะธุรกิจขนาดใหญ่ดังนี้
- 2.1 ความต้องการเงินทุนเริ่มแรกมีน้อย มีต้นทุนการดำเนินการต่ำ เนื่องจากใช้แรงงานในครอบครัว
 - 2.2 โครงสร้างองค์กรหรือธุรกิจไม่ซับซ้อน มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการ
 - 2.3 มียอดขายน้อย เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมส่วนมากอยู่ในท้องถิ่น ชุมชน บางแห่งจะมีประชากรน้อย และอำนาจซื้อสินค้าและบริการน้อย ซึ่งทำให้ยอดขายของธุรกิจขนาดย่อมน้อยตามไปด้วย
 - 2.4 ใช้ฝีมือบริการลูกค้า และการบริหารที่ให้เป็นการส่วนตัว ซึ่งเป็นผู้บริหารงานเองที่ต้องใช้ความรู้ความสามารถส่วนตัวในการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จ
 - 2.5 สามารถปรับตัวเข้ากับความต้องการของท้องถิ่น ใช้ความรู้ความต้องการและความพอใจของท้องถิ่นมาปรับปรุงกิจการของตนเองให้สอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่น เช่น สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP)
 - 2.6 ผู้ประกอบการมีแรงจูงใจในการบริหารงานสูงเพราะเป็นกิจการของตนเอง เป็นผู้บริหารเพียงคนเดียว ดังนั้นการตัดสินใจจึงขึ้นอยู่กับเจ้าของกิจการ
 - 2.7 ใช้ต้นทุนดำเนินการน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะส่วนมากธุรกิจขนาดย่อมใช้แรงงานภายในครอบครัวมาช่วยในการผลิตสินค้าและให้บริการ

3. ประเภทของธุรกิจขนาดย่อม

การแบ่งประเภทของธุรกิจขนาดย่อมสามารถแบ่งได้ 4 ประเภท ดังนี้

3.1 การผลิตเพื่ออุตสาหกรรม เป็นธุรกิจที่นำวัตถุดิบมาแปรรูปเป็นสินค้าของผู้ผลิต ซึ่งอุตสาหกรรมที่มีการผลิตขนาดใหญ่ส่วนมากจะซื้อวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ และชิ้นส่วนจากธุรกิจขนาดย่อมหรือผู้ประกอบการของธุรกิจขนาดย่อมซึ่งอาจจะผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคมาออกจำหน่ายโดยตรงให้กับพ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก หรือผู้บริโภคก็ได้ เช่น โรงงานผลิตน้ำดื่มบรรจุขวด หรือน้ำผลไม้ที่ผลิตสินค้าออกมาขายให้กับผู้ค้าปลีก

หรือขายโดยตรงกับผู้บริโภค ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมภาคการผลิต ประกอบด้วยกลุ่มต่างๆ ได้แก่ กลุ่มอาหาร กลุ่มสิ่งทอ กลุ่มเครื่องนุ่งห่ม กลุ่มรองเท้า กลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับ กลุ่มหนังและผลิตภัณฑ์หนัง กลุ่มหัตถอุตสาหกรรม กลุ่มยา กลุ่มเทคโนโลยีชีวภาพ กลุ่มสมุนไพร กลุ่มการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ กลุ่มไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มเครื่องปรับอากาศและเครื่องทำความเย็น กลุ่มพลังงานทดแทน กลุ่มชิ้นส่วนและอะไหล่ยานยนต์ กลุ่มแก้วและกระจก กลุ่มเซรามิก กลุ่มหลังคาและอุปกรณ์ กลุ่มแกรนิตและหินอ่อน กลุ่มผลิตภัณฑ์ยาง กลุ่มเฟอร์นิเจอร์ กลุ่มไม้อัด ไม้บาง และวัสดุแผ่น กลุ่มโรงเลื่อยและโรงอบไม้ กลุ่มเคมี กลุ่มพลาสติก กลุ่มซอฟต์แวร์ กลุ่มแก๊ส กลุ่มเครื่องจักรกลและโลหการ กลุ่มเครื่องจักรกลการเกษตร และกลุ่มผู้ผลิตไฟฟ้า



รูปที่ 1.1 ธุรกิจขนาดย่อมประเภทการผลิตเพื่ออุตสาหกรรมผลิตเครื่องเคลือบดินเผา

3.2 การค้าส่ง เป็นธุรกิจที่ซื้อสินค้าจากผู้ผลิตแล้วนำมาขายต่อให้กับผู้ค้าปลีกเพื่อขายสินค้าให้กับผู้บริโภคต่อไป ผู้ค้าส่งจะผลิตสินค้าในจำนวนมาก ทำการจัดเก็บและจัดสรรให้กับผู้ค้าปลีกอีกทอดหนึ่ง มีการจัดระบบงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ใช้แรงงานน้อยสามารถจัดการได้ จึงเป็นธุรกิจที่นิยมของผู้ประกอบการขนาดย่อม



รูปที่ 1.2 ธุรกิจขนาดย่อมประเภทการค้าส่ง ตลาดโบ๊เบ๊

3.3 การค้าปลีก เป็นการขายสินค้าให้กับผู้บริโภค เป็นธุรกิจที่นิยมกันมากเนื่องจากสะดวกในการจัดตั้ง สามารถใช้ทรัพยากรการดำเนินงานที่มีอยู่อย่างจำกัดในการเข้าถึงผู้บริโภคที่ต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ จัดเป็นธุรกิจที่มีจำนวนมากกว่าธุรกิจอื่น จะดำเนินธุรกิจโดยซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้ค้าส่งแล้วนำมาขายต่ออีกทอดหนึ่ง รูปแบบการค้าปลีกมีดังนี้

3.3.1 ร้านค้าปลีกทั่วไป (General Store) เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ร้านขายของชำ เป็นร้านที่ขายเครื่องอุปโภคบริโภค โดยมีหลักแหล่งที่แน่นอน ส่วนมากอยู่ในตลาดสด เน้นการขายสินค้าประเภทอาหารสดและสินค้าทั่วไปที่จำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งมีจำนวนไม่มากนัก จัดเป็นร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมและมีจำนวนมากกว่าร้านค้าปลีกประเภทอื่น

3.3.2 ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (Supercenter, Hyper Mart, Discount Store) เป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่มุ่งกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้น้อยถึงปานกลาง มีขนาดพื้นที่ตั้งแต่ 10,000-15,000 ตารางเมตร สินค้าที่จำหน่ายเป็นกลุ่มสินค้าแบบประหยัด เน้นราคาถูก มีระบบศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) ผู้ผลิตที่ประสงค์จะวางสินค้าจำหน่ายในร้านค้าประเภทนี้ จะต้องติดต่อศูนย์จัดซื้อและแจกจ่ายที่กรุงเทพฯ ต้องผ่านกระบวนการบริหารจัดการซื้อและเสียค่าใช้จ่ายต่างๆ มักตั้งอยู่กลางเมืองหรือชานเมืองที่มีสถานที่บริการจอดรถ เช่น บิ๊กซี โลตัส เป็นต้น

3.3.3 ห้างสรรพสินค้า (Department Store) เป็นร้านค้าปลีกที่มีสินค้าหลากหลาย มักตั้งอยู่ใจกลางเมือง เน้นสินค้ากลุ่มที่มีคุณภาพดี มีทั้งสินค้านำเข้าจากต่างประเทศและผลิตในประเทศ ซึ่งมีราคาค่อนข้างสูงกว่าร้านค้าปลีกอื่นๆ มีการตกแต่งร้าน เน้นความสวยงาม มีพนักงานคอยบริการให้คำแนะนำ เช่น ห้างเซ็นทรัล โรบินสัน เป็นต้น

3.3.4 ร้านสรรพอาหาร (Supermarket) เป็นร้านค้าแบบบริการตนเอง จำหน่ายสินค้ากลุ่มอาหารและของใช้ประจำวันเป็นหลัก เช่น เนื้อสัตว์ ผักสด ผลไม้สด อาหารสำเร็จรูป ของแห้งของใช้ส่วนตัว ร้านค้าประเภทนี้มีทั้งที่ตั้งอยู่ริมถนนเป็นอิสระ เช่น ฟู้ดแลนด์ และตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า เช่น ท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต โฮมเฟรชมาร์ทของเดอะมอลล์ เป็นต้น

3.3.5 ร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store หรือ Gas Store) เป็นร้านค้าปลีกประเภทบุคคลทั่วไป มีขนาดพื้นที่เล็กที่สุดประมาณ 15 ตารางเมตร จนถึงใหญ่ที่สุดไม่เกิน 500 ตารางเมตร เน้นการจัดร้านการบริหารจัดการที่ทันสมัย สินค้าที่วางจำหน่ายมักจะเป็นสินค้ากลุ่มอาหารและของใช้ประจำวัน มีจำนวนสินค้าน้อยกว่า 5 พันรายการ ส่วนใหญ่ร้านสะดวกซื้อกระจายอยู่ตามชุมชนหรือแหล่งชุมนุมของคนทั่วไป เช่น บ้ายรถเมล์ เน้นการเปิดบริการ 24 ชั่วโมง ราคาสินค้าค่อนข้างสูง เช่น ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น แฟมิลีมาร์ท เป็นต้น ปัจจุบันได้ขยายธุรกิจลงสู่ปั๊มน้ำมันในรูปแบบของ Gas Store เช่น ร้านจีพี ของปั๊มน้ำมันเจ็ท หรือไทเกอร์มาร์ทของปั๊มน้ำมันเอสโซ่ เป็นต้น เนื่องจากต้นทุนในการประกอบธุรกิจสูง ทำให้สินค้าในร้านสะดวกซื้อค่อนข้างแพงและจะเน้นไปที่สินค้าประเภทอาหารการกิน เช่น ไข่ทอด ซาลาเปา สลอปี้ (น้ำแข็งปั่น) เป็นต้น นอกจากนี้ในปัจจุบันยังทำธุรกิจบริการรับชำระเงินค่าใช้จ่ายต่างๆ เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ เป็นต้น ซึ่งสร้างกำไรมหาศาลให้กับธุรกิจนี้

3.3.6 ร้านค้าปลีกในรูปการขายส่ง (Cash and Carry) เป็นรูปแบบการขายปลีกแบบต้องเป็นสมาชิก ในประเทศไทยมีเพียงแห่งเดียวคือ ห้างแม็คโคร ผู้ซื้อจะต้องมีบัตรสมาชิกหรือบัตรสมาชิกชั่วคราวเพื่อซื้อสินค้า วัตถุประสงค์เดิมคือให้บริการสมาชิกที่เป็นร้านค้าปลีกย่อย แต่ต่อมามีการแข่งขันมากขึ้นจึงเปิดให้ประชาชนทั่วไปเป็นสมาชิกได้ จึงกลายมาเป็นการค้าปลีกในรูปแบบพิเศษ เน้นขายสินค้าราคาถูกจำนวนมากๆ

3.3.7 ร้านค้าปลีกสินค้าเฉพาะอย่างหรือสินค้าพิเศษ (Specialty Store หรือ Brand Specialty) เป็นรูปแบบการขายที่เน้นขายสินค้าเฉพาะด้านที่มีคุณภาพ ราคาสูง บางร้านขายสินค้าเฉพาะยี่ห้อของตนเอง มีพนักงานคอยให้คำแนะนำ มีขนาดพื้นที่ประมาณ 200-1,000 ตารางเมตร มักตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใหญ่ เช่น บูทวตสัน ฟิเฟิลเฮลธ์แคร์ ซูเปอร์สปอร์ต เป็นต้น

3.3.8 ร้านค้าปลีกเฉพาะที่เน้นราคาถูก (Category Killer) ร้านค้าประเภทนี้จะมีลักษณะคล้ายๆ กับร้านค้าปลีกในรูปการขายส่งที่เน้นราคาถูก จะมีสินค้าหลากหลายในประเภทของสินค้าหมวดหมู่เดียวกัน มีขนาดพื้นที่ตั้งแต่ 2,000-10,000 ตารางเมตร มักตั้งอยู่ใจกลางเมือง เช่น โฮมโปร เพาเวอร์บาย ออฟฟิศดีโป เป็นต้น

3.4 การบริการ เป็นธุรกิจที่มีจำนวนมากที่ได้รับความนิยมในการลงทุนและเติบโตเร็วที่สุด จัดเป็นธุรกิจที่ดำเนินการแล้วมีโอกาสประสบความสำเร็จ การให้บริการจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ และผู้ประกอบการสามารถอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้กับลูกค้าได้รับความสะดวกสบายมากขึ้น ประกอบด้วย การให้บริการด้านต่างๆ ดังนี้

3.4.1 บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ ประกอบด้วย การบริการให้เช่า ตัวแทนซื้อขายบ้าน ที่ดิน และให้เช่าอาคาร สำนักงาน

3.4.2 บริการด้านที่พัก อาหาร เช่น โรงแรม ภัตตาคาร และร้านอาหาร

3.4.3 บริการด้านธุรกิจ ประกอบด้วย บริการสายอาชีพ บริการคอมพิวเตอร์ บริการด้านสารสนเทศ บริการด้านงานวิจัยและพัฒนา การให้เช่าเครื่องอุปกรณ์ต่างๆ บริการทำความสะอาดอาคารสถานที่ บริการด้านการสืบสวน การรักษาความปลอดภัย บริการถ่ายภาพ บริการบรรจุหีบห่อ เป็นต้น

3.4.4 บริการด้านสุขภาพ ประกอบด้วย บริการรักษาบำบัด เช่น โรงพยาบาล นวดแผนไทย

3.4.5 บริการด้านการศึกษา ประกอบด้วย สถาบันการศึกษา สถาบันกวดวิชา

3.4.6 บริการด้านการขนส่ง ประกอบด้วย บริษัทขนส่งสินค้า บริการขนส่งผู้โดยสาร

3.4.7 บริการกิจกรรมนันทนาการ ประกอบด้วย ธุรกิจบันเทิง ด้านการกีฬา การฝึกอบรม บริการกิจกรรมสัมพันธ์ต่างๆ

3.4.8 บริการด้านการเงิน ประกอบด้วย ธนาคาร บริษัทหลักทรัพย์ต่างๆ การประกันชีวิต การประกันภัย การให้บริการด้านสินเชื่อต่างๆ เป็นต้น

4. ขนาดของธุรกิจขนาดย่อม

การกำหนดขนาดของธุรกิจขนาดย่อมในแต่ละประเภทและแต่ละส่วนงาน มีเกณฑ์ในการแบ่งขนาดที่แตกต่างกันตามลักษณะของอุตสาหกรรม การจ้างงาน สินทรัพย์ และยอดขาย

ประเทศไทยโดยกระทรวงอุตสาหกรรมและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ได้นิยามขนาดของธุรกิจขนาดย่อม โดยใช้เกณฑ์มูลค่าขั้นสูงของทรัพย์สินถาวร เกณฑ์การจ้างงาน และจำนวนทุนจดทะเบียน ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 แสดงขนาดของธุรกิจขนาดย่อมที่แบ่งตามประเภทของกิจการ

ประเภทกิจการ	การจ้างงาน (คน)	สินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท)	ทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)
การผลิตสินค้า	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 25
การค้าส่ง	ไม่เกิน 25	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 25
การค้าปลีก	ไม่เกิน 15	ไม่เกิน 30	ไม่เกิน 10
การบริการ	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 25

(ที่มา : <http://www.sme.net>)

การจำแนกขนาดของธุรกิจขนาดย่อมที่แตกต่างกันตามนิยามของแต่ละหน่วยงาน โดยใช้เกณฑ์ด้านสินทรัพย์และแรงงานในการแบ่ง ดังตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 แสดงการจำแนกขนาดธุรกิจขนาดย่อมตามนิยามของหน่วยงานต่างๆ

หน่วยงาน	สินทรัพย์ (ล้านบาท)	แรงงาน (คน)
บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม	สินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50	ไม่ระบุ
บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม	สินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50	ไม่ระบุ
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	สินทรัพย์ถาวรรวมไม่เกิน 20	ไม่เกิน 50
สภาอุตสาหกรรมไทย	สินทรัพย์รวมไม่เกิน 20	ไม่เกิน 50
บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	สินทรัพย์รวมไม่เกิน 100	ไม่ระบุ
ธนาคารแห่งประเทศไทย	สินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50	ไม่ระบุ
ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	ทุนจดทะเบียนไม่ต่ำกว่า 40	ไม่ระบุ

(ที่มา : ฉัตยาพร เสมอใจ, 2552 : 25)

ตารางที่ 1.3 แสดงการเปรียบเทียบขนาดของธุรกิจขนาดย่อมในประเทศต่างๆ

ประเทศ	ลักษณะของธุรกิจ ขนาดย่อม	จำนวนการจ้างงาน (คน)	อื่นๆ
มาเลเซีย	ขนาดย่อม	น้อยกว่า 75	ส่วนของผู้ถือหุ้นไม่เกิน 500,000 ริงกิต
ฟิลิปปินส์	ขนาดย่อม	10-99	สินทรัพย์รวม 1.5-15 ล้านเปโซ
สิงคโปร์	อุตสาหกรรมการผลิต และการบริการ	น้อยกว่า 100	สินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 12 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์
ฮ่องกง	- ไม่ใช่อุตสาหกรรมการผลิต - อุตสาหกรรมการผลิต	น้อยกว่า 50 น้อยกว่า 100	-
อินโดนีเซีย	ขนาดย่อม	-	สินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 0.2 พันล้านรูเปียห์ ยอดขายไม่เกิน 1.0 พันล้านรูเปียห์
ไทย	ขนาดย่อม	น้อยกว่า 50	สินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท
แคนาดา	- ไม่ใช่อุตสาหกรรมการผลิต - อุตสาหกรรมการผลิต	น้อยกว่า 50 น้อยกว่า 100	ยอดขายไม่เกิน 5 ล้านดอลลาร์ แคนาดา ยอดขายไม่เกิน 5-20 ล้านดอลลาร์ แคนาดา
เกาหลีใต้	- เหมือนแร่ อุตสาหกรรมผลิต การขนส่ง - ก่อสร้าง - พาณิชยกรรมและธุรกิจบริการ อื่นๆ	น้อยกว่า 300 น้อยกว่า 200 น้อยกว่า 20	สินทรัพย์ถาวร 20-80 พันล้านวอน
ญี่ปุ่น	- เหมือนแร่ อุตสาหกรรมผลิต - ค้าส่ง - ค้าปลีก	น้อยกว่า 300 น้อยกว่า 100 น้อยกว่า 50	ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 100 ล้านเยน ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 30 ล้านเยน ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 10 ล้านเยน

(ที่มา : ฉัตยาพร เสมอใจ, 2552 : 23-24)

กิจกรรมตรวจสอบความเข้าใจที่ 1.2

จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. ธุรกิจขนาดย่อมมีลักษณะที่แตกต่างจากธุรกิจทั่วไปอย่างไร จงอธิบายมาเป็นข้อๆ
2. ธุรกิจขนาดย่อมแบ่งออกเป็นกี่ประเภท อะไรบ้าง จงอธิบายและยกตัวอย่างประกอบให้ชัดเจน
3. จงอธิบายขนาดของธุรกิจที่หน่วยงานต่างๆ กำหนดขึ้น ดังนี้
 - 3.1 บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม
 - 3.2 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
 - 3.3 สภาอุตสาหกรรมไทย
 - 3.4 บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
 - 3.5 ธนาคารแห่งประเทศไทย

5. ข้อได้เปรียบและเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อม

5.1 ข้อได้เปรียบของธุรกิจขนาดย่อม

ธุรกิจขนาดย่อมมีข้อได้เปรียบดังนี้

5.1.1 ความเป็นอิสระ เจ้าของสามารถกระทำสิ่งที่คิดว่าดีที่สุดได้ โดยไม่ต้องกังวลว่าจะมีผู้ไม่เห็นด้วย และคัดค้านแนวความคิด

5.1.2 การตัดสินใจ ผู้บริหารธุรกิจขนาดย่อมสามารถตัดสินใจอย่างรวดเร็วและตรงจุด

5.1.3 ผลกำไร ผู้ประกอบการสามารถทำกำไรได้มากที่สุด เพราะผลกำไรเปรียบเสมือนรางวัลหรือเงินเดือน ดังนั้นการได้กำไรจึงเป็นสิ่งจูงใจที่จะทำให้ผู้ประกอบการพยายามที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

5.1.4 การติดต่อสื่อสารสั้น การติดต่อจะติดต่อโดยตรงระหว่างผู้บริหารกับผู้ได้บังคับบัญชาซึ่งการสื่อสารจะลดขั้นตอนที่ยุ่งยาก เป็นผลทำให้งานล้าช้า

5.1.5 การเริ่มประกอบการธุรกิจทำได้ง่าย ธุรกิจขนาดย่อมโดยสภาพทั่วไปจะมีข้อจำกัดน้อยสามารถทำให้ผู้ประกอบการประกอบธุรกิจได้ง่าย เพียงแต่มีทำเลที่ตั้ง ตลาด และเงินทุนจำนวนหนึ่งก็สามารถประกอบธุรกิจได้

5.1.6 ความยืดหยุ่น โดยเฉพาะด้านการผลิต การตลาด และการให้บริการทั่วไป จะมีความยืดหยุ่นตามความเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจในท้องถิ่นที่ประกอบธุรกิจขนาดย่อม ผู้ประกอบการธุรกิจจะเปลี่ยนแปลงได้ง่ายกว่า

หนังสือเรียนอาชีวศึกษา *หลักสูตรใหม่*

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
พุทธศักราช 2557

สื่อการเรียนรู้แบบบูรณาการที่เน้นคุณลักษณะที่พึงประสงค์
สมรรถนะหลักและสมรรถนะทั่วไป และสมรรถนะวิชาชีพ

เนื้อหาดี มีคุณภาพ ตรงตามจุดประสงค์รายวิชา สมรรถนะรายวิชา และคำอธิบายรายวิชา
ของหลักสูตร เสริมกิจกรรมเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนให้แก่ผู้เรียน และใบช่วยสอน
โดยเน้นกระบวนการเรียนรู้ผู้เรียนเป็นสำคัญตามนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา :-

 Project-based Learning

 Thinking Skills

 Green Technology

 Creative Economy

 MAC e-knowledge

 มีแผนการจัดการเรียนรู้ที่ทันสมัย สะดวก
และปรับได้ สำหรับผู้สอนใช้เป็นแนวทาง
ในการจัดการเรียนรู้



การบริหารธุรกิจขนาดย่อม



3805833100

 IMAC EDUCATION

www.MACeducation.com



9 786162 747588

ราคา 110 บาท