



การดำเนินธุรกิจขนาดย่อม

ตรงตามจุดประสงค์รายวิชา สมรรถนะรายวิชา และคำอธิบายรายวิชาของหลักสูตร
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2556

2202-2003



สวดดวง เรืองรุจิระ

 | MAC EDUCATION

การดำเนินธุรกิจขนาดย่อม



หมวดวิชาทักษะวิชาชีพ

กลุ่มทักษะวิชาชีพพื้นฐาน

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2556

สุดาดวง เรืองรุจิระ

บรรณาธิการ : สมพิศ เล็กเฟื่องฟู

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของสำนักหอสมุดแห่งชาติ

สุตาดวง เรื่องรู้จ๊ะ.

การดำเนินธุรกิจขนาดย่อม.— กรุงเทพฯ : แม็คเอดดูเคชั่น 2557.
236 หน้า.

1. ธุรกิจขนาดย่อม--การจัดการ. I. ชื่อเรื่อง.

638.642

ISBN 978-616-274-448-8

จัดพิมพ์และจำหน่ายโดย

 MACEDUCATION

ผู้เขียน

: สุตาดวง เรื่องรู้จ๊ะ

การสั่งซื้อ

: ส่งชื่อนานติส่งจ่าย ไปรษณีย์ลาดพร้าว ในนาม บริษัท แม็คเอดดูเคชั่น จำกัด

เลขที่ 9/99 อาคารแม็ค ซอยลาดพร้าว 38 ถนนลาดพร้าว แขวงจันทระเกษม
เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

☎ : 0-2938-2022-7 FAX : 0-2938-2028

www.MACeducation.com

ราคาจำหน่าย

: 125 บาท

สงวนลิขสิทธิ์

: พฤษภาคม 2557

พิมพ์ที่

: บริษัท ดับเบิลบี เพรส จำกัด

(สงวนลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย ห้ามลอกเลียน ไม่ว่าจะเป็นส่วนหนึ่งส่วนใดของหนังสือเล่มนี้ นอกจากจะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร)

คำนำ

ตามที่กระทรวงศึกษาธิการได้ประกาศใช้หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2556 ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) แผนการศึกษาแห่งชาติฉบับปรับปรุง (พ.ศ. 2552-2559) และแผนปฏิบัติการการเตรียมความพร้อมพลเมืองเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 ทั้งนี้หลักสูตรดังกล่าวมุ่งผลิตและพัฒนากำลังคนระดับฝีมือให้มีความสมรรถนะ มีคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ สามารถประกอบอาชีพอิสระเป็นผู้ประกอบการที่มีคุณภาพ หรือประกอบอาชีพอื่นๆ ได้ตรงตามความต้องการของสถานประกอบการทั้งในประเทศและในภูมิภาคอาเซียน

บริษัท แม็คเอ็ดดูเคชั่น จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายหนังสือเรียน สื่อการเรียนรู้ และวารสารทางการศึกษา ทั้งในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ระดับอาชีวศึกษา ตระหนักถึงภารกิจสำคัญในการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนส่งเสริมการศึกษาระดับอาชีวศึกษาให้บรรลุผลสัมฤทธิ์ตามแผนที่ตั้งไว้ จึงได้แต่งตั้งคณะทำงานซึ่งประกอบด้วยนักวิชาการ และผู้สอนทั้งในระดับอาชีวศึกษาและระดับอุดมศึกษาที่มีความเชี่ยวชาญด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ ดำเนินการวิเคราะห์หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2556 ในแต่ละสาขาวิชาเพื่อจัดทำสื่อการเรียนรู้ อันประกอบด้วย

1. หนังสือเรียนที่จัดทำให้ตรงกับจุดประสงค์รายวิชา สมรรถนะรายวิชา และคำอธิบายรายวิชา ทั้งนี้โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับมาตรฐานการศึกษาวิชาชีพ ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ด้านสมรรถนะหลักและสมรรถนะทั่วไป และด้านสมรรถนะวิชาชีพ
2. แผนการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนผ่านกิจกรรมเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้สอนนำไปปรับให้เหมาะสมกับธรรมชาติของผู้เรียนและจุดเน้นของสถานศึกษา
3. คู่มือครูสำหรับผู้สอนใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการจัดการเรียนรู้ และการฝึกประสบการณ์ให้แก่ผู้เรียนให้สอดคล้องกับหลักสูตร

จุดเด่นของหนังสือเรียนชุดใหม่มีดังนี้

1. นำเสนอในรูปแบบหน่วยการเรียนรู้ ที่มีเนื้อหาง่ายต่อการเรียนรู้ แต่ยังคงไว้ซึ่งความเข้มข้นและทันสมัย ทั้งนี้เนื้อหาในหนังสือเรียนมุ่งเน้นให้สัมพันธ์กับจุดประสงค์การเรียนรู้ หลักการเรียนรู้ตามสภาพจริง (Authentic Learning) และการประเมินผลตามสภาพจริง (Authentic Assessment)
2. แทรกกิจกรรมตรวจสอบความเข้าใจ กิจกรรมการฝึกกระบวนการคิด (Thinking Skills) และกิจกรรมเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนให้แก่ผู้เรียน

3. พัฒนาสมรรถนะหลักและสมรรถนะวิชาชีพผ่านกระบวนการปฏิบัติงานโดยใช้ใบช่วยสอนเป็นสื่อสำหรับการฝึกกระบวนการเรียนรู้ที่สำคัญ เช่น การเรียนรู้จากโครงการ (Project-Based Learning) การพัฒนาเทคโนโลยีให้เป็นเทคโนโลยีสะอาด (Green Technology) และการสร้างสรรค์นวัตกรรมหรือผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นต้น

4. มีแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยจัดทำแบบทดสอบให้สอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้ประจำหน่วยการเรียนนั้นๆ ท้ายหน่วยการเรียนรู้ทุกหน่วย

บริษัท แม็คเอดดูเคชั่น จำกัด ขอขอบพระคุณสถานศึกษา ผู้สอน ผู้เรียน และผู้ที่สนใจทุกท่าน ที่ให้ความไว้วางใจในสื่อการเรียนรู้ของบริษัท บริษัทหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสื่อการเรียนรู้ชุดนี้คงจะมีส่วนช่วยให้การจัดการเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพทัดเทียมระดับสากลต่อไป

บริษัท แม็คเอดดูเคชั่น จำกัด

รหัส 2202-2003

วิชาการดำเนินธุรกิจขนาดย่อม

ทฤษฎี 2 ชั่วโมง ปฏิบัติ 2 ชั่วโมง 3 หน่วยกิต

จุดประสงค์รายวิชา

1. เพื่อให้เข้าใจหลักการและกระบวนการดำเนินธุรกิจขนาดย่อม
2. เพื่อให้มีทักษะในการเขียนแผนธุรกิจสำหรับธุรกิจขนาดย่อม
3. เพื่อให้มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการทำงานด้วยความรับผิดชอบ ความอดทนอดกลั้น ความเชื่อมั่นในตนเอง ความละเอียดรอบคอบและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

สมรรถนะรายวิชา

1. แสดงความรู้เกี่ยวกับหลักการและกระบวนการดำเนินธุรกิจขนาดย่อม
2. แสดงความรู้เกี่ยวกับกฎหมายและองค์การที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจขนาดย่อม
3. แสดงความรู้เกี่ยวกับการตลาดและแผนธุรกิจสำหรับธุรกิจขนาดย่อม
4. เลือกทำเลที่ตั้ง และแหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจขนาดย่อมตามหลักการ
5. เขียนแผนธุรกิจสำหรับธุรกิจขนาดย่อมตามหลักการ

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการดำเนินธุรกิจขนาดย่อม ประเภทและรูปแบบของธุรกิจขนาดย่อม การเป็นผู้ประกอบการ การเริ่มต้นธุรกิจขนาดย่อม การจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ กฎหมายและองค์การที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจขนาดย่อม ทำเลที่ตั้ง แหล่งเงินทุน การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดย่อมและแผนธุรกิจ

ตารางวิเคราะห์สมรรถนะประจำหน่วย

หน่วยการเรียนรู้ที่	ชื่อหน่วยการเรียนรู้	สมรรถนะประจำหน่วย
1	หลักการดำเนินธุรกิจขนาดย่อม	แสดงความรู้เกี่ยวกับลักษณะและองค์ประกอบของธุรกิจขนาดย่อม บทบาทและความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อมต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย
2	ประเภทและรูปแบบของธุรกิจขนาดย่อม	แสดงความรู้เกี่ยวกับประเภทและรูปแบบในการก่อตั้งธุรกิจขนาดย่อม การก่อตั้งธุรกิจแฟรนไชส์ การเลือกทำธุรกิจทางอินเทอร์เน็ต
3	การเตรียมตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม	แสดงความรู้เกี่ยวกับการเตรียมตัวสำหรับการเป็นผู้ประกอบการใหม่
4	กฎหมายและภาษีเกี่ยวกับธุรกิจขนาดย่อม	แสดงความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจขนาดย่อม การจดทะเบียนพาณิชย์ การจดทะเบียนห้างหุ้นส่วน การจดทะเบียนบริษัทจำกัด รวมถึงกฎหมายและภาษีที่เกี่ยวกับธุรกิจขนาดย่อม
5	การเตรียมประกอบการธุรกิจขนาดย่อม	แสดงความรู้เกี่ยวกับการกำหนดแผนการจัดเตรียมสถานที่ประกอบการ พร้อมอุปกรณ์ สินค้า และกำลังคน ให้พร้อมสำหรับการประกอบการธุรกิจขนาดย่อมได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
6	การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดย่อม	แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายและความสำคัญทางการตลาด รวมถึงส่วนประสมการตลาด กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด และมีความรู้ในส่วนประกอบของแผนธุรกิจ

หน่วยการเรียนรู้ที่	ชื่อหน่วยการเรียนรู้	สมรรถนะประจำหน่วย
7	การจัดการเรื่องเงินทุน	1. แสดงความรู้เกี่ยวกับความสำคัญของเงินทุน ปัญหาด้านการเงินของธุรกิจขนาดย่อม การจัดหาแหล่งเงินทุน หน่วยงานสนับสนุนแหล่งเงินทุน และวิธีขอการสนับสนุนกู้ยืมเงิน 2. สามารถจัดการความสมดุลของรายรับ-รายจ่าย
8	เอกสารทางธุรกิจ	สามารถจัดทำเอกสารทางการบัญชี เอกสารการซื้อขายสินค้า เอกสารควบคุมสินค้าคงคลัง และเอกสารควบคุมลูกหนี้
9	จริยธรรมการดำเนินธุรกิจขนาดย่อม	แสดงความรู้เกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของจริยธรรมการดำเนินธุรกิจ จริยธรรมกับการเป็นผู้ประกอบการ และจรรยาบรรณทางวิชาชีพ

หมายเหตุ :

หน่วยการเรียนรู้ที่ 8 เอกสารทางธุรกิจ และหน่วยการเรียนรู้ที่ 9 จริยธรรมการดำเนินธุรกิจขนาดย่อม เป็นหน่วยที่ให้ความรู้เพิ่มเติมแก่ผู้เรียนเพื่อประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจขนาดย่อม ซึ่งนอกเหนือจากคำอธิบายรายวิชา

ดังนั้น การจัดการเรียนการสอนใน 2 หน่วยการเรียนรู้นี้ ให้อยู่ในดุลยพินิจของผู้สอน

สารบัญ

หน้า

หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 หลักการดำเนินธุรกิจขนาดย่อม

1

1. ความหมายของธุรกิจขนาดย่อม 3
 2. ความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อมต่อระบบเศรษฐกิจ 5
 3. ลักษณะของธุรกิจขนาดย่อม 6
 4. ปัจจัยพื้นฐานของการดำเนินงานธุรกิจขนาดย่อม 7
 5. ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจขนาดย่อม 9
 6. แนวโน้มในการปรับตัวของธุรกิจขนาดย่อม 11
 7. การบูรณาการแนวคิดตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจขนาดย่อม 15
- แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้ 22

หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 ประเภทและรูปแบบของธุรกิจขนาดย่อม

25

1. ประเภทของธุรกิจขนาดย่อม 26
 2. รูปแบบของธุรกิจขนาดย่อม 37
 3. ธุรกิจแฟรนไชส์หรือสัมปทาน 41
 4. การทำธุรกิจทางอินเทอร์เน็ต 44
- แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้ 51

หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 การเตรียมตัวเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม

53

1. ความหมายและลักษณะของผู้ประกอบการ 54
 2. แนวทางในการเริ่มต้นธุรกิจ 59
 3. การตัดสินใจเลือกวิธีการเริ่มต้นธุรกิจขนาดย่อม 60
 4. กระบวนการสร้างผู้ประกอบการใหม่ 61
- แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้ 67

หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 กฎหมายและภาษีเกี่ยวกับธุรกิจขนาดย่อม

70

1. การดำเนินการตามข้อบังคับของกฎหมาย 71
2. ข้อปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ 88
3. ภาษีเกี่ยวกับธุรกิจขนาดย่อม 99
- แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้ 110

หน่วยการเรียนรู้ที่ 5 การเตรียมประกอบการธุรกิจขนาดย่อม

112

1. การจัดเตรียมสถานที่ประกอบการ 113
2. การจัดเตรียมอุปกรณ์ในการประกอบการ 119
3. การจัดหาสินค้า 121
4. การเตรียมบุคลากร 122
- แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้ 128

หน่วยการเรียนรู้ที่ 6 การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดย่อม

131

1. ความหมายและความสำคัญของการตลาด 132
2. ส่วนประสมการตลาด 133
3. กลยุทธ์ทางการตลาด 134
4. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด 137
5. แผนธุรกิจ 141
- แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้ 164

หน่วยการเรียนรู้ที่ 7 การจัดการเรื่องเงินทุน

167

1. ความหมายและความสำคัญของเงินทุน 168
2. ปัญหาด้านการเงินของธุรกิจขนาดย่อม 169
3. การจัดหาแหล่งเงินทุน 170
4. หน่วยงานสนับสนุนแหล่งเงินทุนธุรกิจขนาดย่อม 173
5. การจัดการความสมดุลของรายรับ-รายจ่าย 179
- แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้ 187

หน่วยการเรียนรู้ที่ 8 เอกสารทางธุรกิจ

190

1. เอกสารทางการบัญชี 191
2. เอกสารการซื้อขายสินค้า 199
3. เอกสารการควบคุมสินค้าคงคลัง 204
4. เอกสารการควบคุมลูกหนี้ 207
- แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้ 211

หน่วยการเรียนรู้ที่ 9 จริยธรรมการดำเนินธุรกิจขนาดย่อม

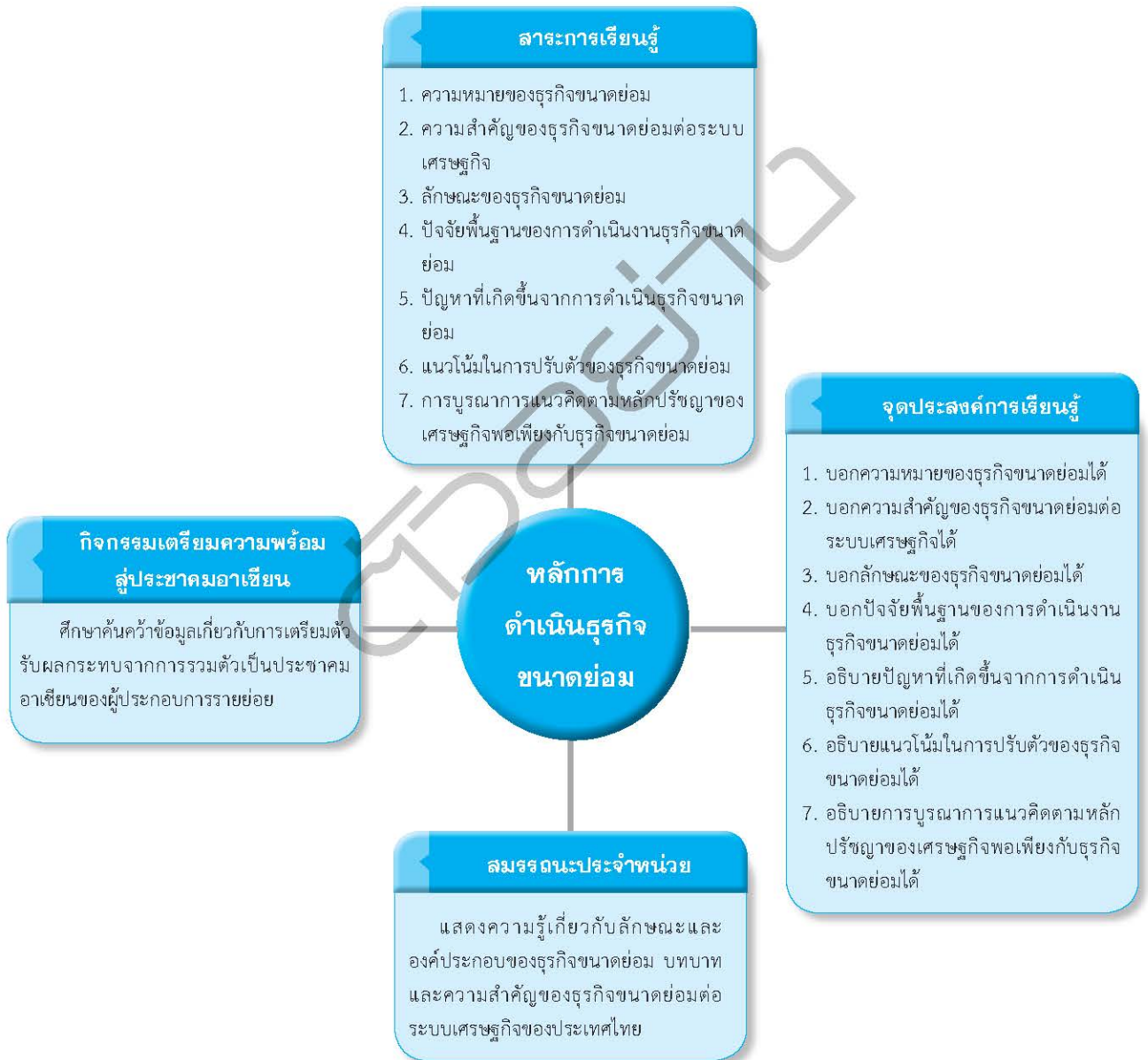
213

1. ความหมายและความสำคัญของจริยธรรมการดำเนินธุรกิจ 214
2. จริยธรรมกับการเป็นผู้ประกอบการ 215
3. จรรยาบรรณทางวิชาชีพ 219
- แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้ 224

บรรณานุกรม

226

หลักการดำเนินธุรกิจขนาดย่อม



หลักการดำเนินธุรกิจขนาดย่อม

SMEs (Small and Medium Enterprises) เป็นคำที่ทุกคนทั่วไปรู้จักกันดี หมายถึง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือจะเรียกธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมก็ได้ ซึ่งในชีวิตประจำวันของเราจะต้องเกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดย่อมโดยการเป็นผู้บริโภคและใช้บริการ เช่น ร้านอาหาร ร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายเสื้อผ้า ร้านเสริมสวย เป็นต้น ธุรกิจขนาดย่อมที่พบเห็นและเกิดขึ้นทั่วไปมีหลายประเภทตามความถนัดและความเชี่ยวชาญของผู้ประกอบการ บทบาทของธุรกิจขนาดย่อมจึงมีความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย ธุรกิจขนาดย่อมเป็นช่องทางช่วงสุดท้ายในระบบการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่ที่จำหน่ายสินค้าให้ผู้บริโภคก่อให้เกิดความสะดวกในการแสวงหาซื้อสินค้าบริการต่างๆ สำหรับในภาคการผลิต ภาคอุตสาหกรรม หรืออุตสาหกรรมบริการ ธุรกิจขนาดย่อมจะเป็นแหล่งต้นทางของวัตถุดิบชิ้นส่วนประกอบต่างๆ สำหรับอุตสาหกรรมผลิตขนาดใหญ่ อีกทั้งเป็นแหล่งสร้างสภาพการจ้างงานอาชีพแก่ประชาชนจำนวนมาก เนื่องจากเป็นกิจการขนาดเล็ก ใช้เงินทุนน้อย ไม่ต้องใช้ความรู้มาก ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมจึงเกิดได้ง่าย แต่โอกาสที่จะเติบโตแบบยั่งยืนจนเป็นธุรกิจขนาดกลางหรือขนาดใหญ่จึงเป็นไปได้น้อย ธุรกิจขนาดย่อมจะล้มเหลวมาก ต้องเลิกกิจการไประหว่างทางจำนวนมาก สู้กับการแข่งขันไม่ไหว และขาดแคลนเงินทุนที่จะมาขยายตัวให้เติบโตขึ้น รัฐบาลในหลายยุคสมัยได้ตระหนักถึงความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อมและได้พยายามเสนอมาตรการช่วยเหลือหลายๆ วิธี จนกระทั่งเมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2543 รัฐบาลนายชวน หลีกภัย เป็นนายกรัฐมนตรี ได้ตราพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 ออกมาใช้เพื่อช่วยส่งเสริม สนับสนุน ให้ความช่วยเหลือทั้งด้านความรู้ในการทำธุรกิจและด้านเงินทุนในการประกอบการ ผลของ พ.ร.บ. ฉบับนี้ทำให้เกิดสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ขึ้นในการกำกับดูแลของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีแผนแม่บทในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใช้มาแล้ว 2 ฉบับ ปัจจุบันกำลังใช้แผนแม่บทฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559) ซึ่งครอบคลุม 4 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

- ยุทธศาสตร์ที่ 1** สนับสนุนปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย
- ยุทธศาสตร์ที่ 2** เสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย
- ยุทธศาสตร์ที่ 3** ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้เติบโตอย่างสมดุลตามศักยภาพของพื้นที่
- ยุทธศาสตร์ที่ 4** เสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

ผลสืบเนื่องจากพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 รัฐบาลได้จัดตั้งธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Bank) เป็นสถาบันการเงินที่ให้ความช่วยเหลือด้านการเงินแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยเฉพาะ

ทั้งภาครัฐและเอกชนหลายหน่วยงานต่างตระหนักถึงบทบาทความสำคัญของ SMEs จึงมีโครงการสนับสนุนและพัฒนาธุรกิจขนาดย่อมให้เข้มแข็งและเติบโตอย่างยั่งยืน ดังจะได้ศึกษารายละเอียดในหน่วยการเรียนรู้ต่อไป

1. ความหมายของธุรกิจขนาดย่อม

ธุรกิจขนาดย่อม (Small and Medium Business) มีหลายหน่วยงานได้ให้คำนิยาม เช่น

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้คำนิยาม SMEs ซึ่งย่อมาจากภาษาอังกฤษว่า Small and Medium Enterprises หรือแปลเป็นภาษาไทยว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สำหรับความหมายวิสาหกิจ (Enterprises) ครอบคลุมกิจการ 3 กลุ่มใหญ่ๆ โดยพิจารณาจากมูลค่าทรัพย์สิน ได้แก่

1.1 กิจการการผลิต : ครอบคลุมถึงกิจการที่มีการเปลี่ยนรูปวัตถุดิบให้เป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ด้วยเครื่องจักรกล หรือเคมีภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นการผลิตด้วยเครื่องจักรหรือมือ รวมถึงการแปรรูปผลผลิตการเกษตรอย่างง่ายที่มีลักษณะเป็นอุตสาหกรรม การผลิตที่มีลักษณะเป็นวิสาหกิจชุมชน และการผลิตที่เป็นการประกอบอุตสาหกรรมในครัวเรือน ได้แก่ ธุรกิจผลิตพืชผลทางการเกษตร ธุรกิจผลิตเครื่องดื่มสำเร็จรูป ธุรกิจผลิตเครื่องหนัง ธุรกิจผลิตอาหารสำเร็จรูป ธุรกิจผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป

1.2 กิจการบริการ : หมายรวมถึงกิจการที่ตอบสนองความพึงพอใจให้ลูกค้าด้วยสิ่งที่ไม่มิตัวตนทางกายภาพ ใช้เงินทุนไม่มาก ใช้แรงงานและมีมีบุคคลเป็นปัจจัยหลัก เช่น ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจสปา ร้านอาหารเสริมสวย ร้านนวดแผนโบราณ ร้านซ่อมรถ

1.3 กิจการการค้า : หมายถึง กิจการที่ทำหน้าที่เป็นคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่าย จัดแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ

กิจการค้าปลีก จำหน่ายสินค้าถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย เช่น ร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านหนังสือ ร้านขายเครื่องเขียน

กิจการค้าส่ง จะดำเนินการในลักษณะพ่อค้าคนกลาง ติดต่อกับผู้ผลิตกับผู้ผลิต ติดต่อกับผู้ผลิตกับคนกลางอื่นๆ เช่น ค้าส่งผักผลไม้ตามแหล่งตลาดสด ค้าส่งอุปกรณ์ก่อสร้าง ค้าส่งเสื้อผ้า

กระทรวงอุตสาหกรรม โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมร่วมกับหน่วยงานต่างๆ เช่น กระทรวงการคลัง ธนาคารแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หอการค้า บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารออมสิน และบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม รวมทั้งกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง-ขนาดย่อม ได้มาระดมสมองและพิจารณาให้ความหมายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมว่า ประกอบไปด้วยกิจการการผลิต กิจการการค้า และ

กิจการบริการ โดยได้กำหนดคุณลักษณะของวิสาหกิจที่จะเป็น SMEs ให้พิจารณาจากเกณฑ์มูลค่าชั้นสูงของสินทรัพย์ถาวรที่กิจการนั้นมีอยู่และเกณฑ์จำนวนการจ้างงาน ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1.1 แสดงการจำแนกประเภท SMEs โดยพิจารณาจากเกณฑ์มูลค่าชั้นสูงของสินทรัพย์ถาวรที่กิจการนั้นมีอยู่

ประเภท	ขนาดกลาง	ขนาดย่อม
1. กิจการการผลิต	ไม่เกิน 200 ล้านบาท	ไม่เกิน 50 ล้านบาท
2. กิจการบริการ	ไม่เกิน 200 ล้านบาท	ไม่เกิน 50 ล้านบาท
3. กิจการการค้า		
- ค้าส่ง	ไม่เกิน 100 ล้านบาท	ไม่เกิน 50 ล้านบาท
- ค้าปลีก	ไม่เกิน 60 ล้านบาท	ไม่เกิน 30 ล้านบาท

ตารางที่ 1.2 แสดงการจำแนกประเภทของ SMEs โดยใช้เกณฑ์จากจำนวนการจ้างงาน

ประเภท	ขนาดกลาง	ขนาดย่อม
1. กิจการการผลิต	ไม่เกิน 200 คน	ไม่เกิน 50 คน
2. กิจการบริการ	ไม่เกิน 200 คน	ไม่เกิน 50 คน
3. กิจการการค้า		
- ค้าส่ง	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 25 คน
- ค้าปลีก	ไม่เกิน 30 คน	ไม่เกิน 15 คน

(ที่มา : กฎกระทรวง กำหนดการจ้างงานและมูลค่าทรัพย์สินถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545)

กองทุนประกันสินเชื่ออุตสาหกรรม ให้ความหมายธุรกิจขนาดย่อม คือ ธุรกิจที่มีทรัพย์สินถาวรรวมกันไม่เกิน 10 ล้านบาท ในวันที่ยื่นขอสินเชื่อหรือเป็นธุรกิจที่ขอกู้เงินทุนจากธนาคารแห่งประเทศไทยหรือบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยรายหนึ่งต้องอยู่ในวงเงินขั้นต่ำ 200,000 บาทและไม่เกิน 5,000,000 บาท

คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ให้ความหมายธุรกิจขนาดย่อม คือ อุตสาหกรรมขนาดย่อมจะต้องมีเงินลงทุน 2-20 ล้านบาท และมีคนงานระหว่าง 50-150 คน

จากความหมายข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ธุรกิจขนาดย่อม คือ ธุรกิจที่ดำเนินงานโดยอิสระ มีพนักงานจำนวนไม่มากระหว่าง 15-200 คน และต้นทุนต่ำประมาณ 2-50 ล้านบาท เจ้าของธุรกิจ และเงินทุนมักจะมาจากเจ้าของเพียงคนเดียว หรืออาจเป็นกลุ่มคนเล็กๆ ร่วมทุนกันประกอบธุรกิจ ซึ่งได้แบ่งประเภทของธุรกิจเป็น 3 กลุ่ม ธุรกิจการผลิต ธุรกิจการค้า และธุรกิจบริการ

กรมสรรพากร มีกฎหมายช่วยเหลือผู้ประกอบการรายย่อยในการเสียภาษีในอัตราที่ต่ำกว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่ทั่วไป (เสียภาษีรายได้นิติบุคคลในอัตราร้อยละ 23 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2555) โดยมีการให้คำจำกัดความสำหรับธุรกิจขนาดย่อม ดังนี้

บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีทุนที่ชำระแล้วในวันสุดท้ายของรอบระยะเวลาบัญชี ไม่เกิน 5 ล้านบาท และมีรายได้จากการขายสินค้าและการให้บริการในรอบระยะเวลาบัญชีไม่เกิน 30 ล้านบาท ต่อเนื่องกัน สำหรับกำไรสุทธิที่เกิดขึ้นในรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2555 เป็นต้นไป ตามพระราชกฤษฎีกา (ฉบับที่ 530) แก้ไขเพิ่มเติมโดย พระราชกฤษฎีกา (ฉบับที่ 555) และ พระราชกฤษฎีกา (ฉบับที่ 564) ให้คำนวณภาษีในอัตรา ดังนี้

กำไรสุทธิ	อัตราภาษีร้อยละ
ไม่เกิน 300,000 บาท	ยกเว้น
เกิน 300,000 บาท แต่ไม่เกิน 1,000,000 บาท	15
เกิน 1,000,000 บาทขึ้นไป	20

จะเห็นได้ว่า ในการจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล เมื่อกิจการมีความเข้มแข็งและเจริญเติบโต ย่อมต้องมีกำไรจากการประกอบการจึงต้องจ่ายภาษีให้รัฐ รัฐให้คำจำกัดความการเป็น SMEs จากเงินทุนจดทะเบียน และยอดรายได้ที่เกิดขึ้น ไม่สนใจหรือรับรู้ภาวะการลงทุนในทรัพย์สินต่างๆ หรือจำนวนพนักงาน

2. ความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อมต่อระบบเศรษฐกิจ

ธุรกิจขนาดย่อมก็มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากจำนวนธุรกิจขนาดย่อมที่มีอยู่มากทำให้มีส่วนช่วยในการสร้างงานให้ประชาชนไทย ทำให้ประชาชนมีงานทำและมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ช่วยลดปัญหาการว่างงานของประชากรภายในประเทศ และเป็นจุดเริ่มต้นในการดำเนินธุรกิจประเภทอื่น กล่าวโดยสรุปธุรกิจขนาดย่อมมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ ดังนี้

2.1 สร้างงานให้ประชาชน ลดการว่างงานของประชากรในประเทศ การเกิดธุรกิจใหม่ของธุรกิจขนาดย่อมไม่ว่าจะเริ่มจากการเป็นเจ้าของธุรกิจหรือการขยายธุรกิจเดิม จำเป็นต้องอาศัยคนที่มีทักษะ ความเชี่ยวชาญเข้ามาเป็นแรงงานในการขับเคลื่อน ดังนั้นจึงต้องมีการจ้างแรงงานคนเข้ามาทำงาน คนที่ว่างงานอยู่หรือนักศึกษาจบใหม่จึงมีงานรองรับให้ทำตามความรู้ความสามารถของตน

2.2 สร้างมูลค่าเพิ่ม สินค้าและบริการของธุรกิจขนาดย่อมที่ผลิตออกมาให้สามารถขายได้ ต้องสร้างความประทับใจและสนองความต้องการลูกค้าได้เป็นอย่างดี การดำเนินธุรกิจขนาดย่อม จึงต้องแข่งขันในการพัฒนาสินค้าและบริการ โดยการคิดค้นนวัตกรรมใหม่เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ เพิ่มคุณค่าในการใช้งานที่สนองต่อความต้องการ

2.3 สร้างเงินตราต่างประเทศ ธุรกิจขนาดย่อมที่เข้มแข็งมาได้นั้นจะสามารถผลิตสินค้าและบริการ ที่มีประสิทธิภาพเป็นที่ยอมรับ ทำให้ขายได้ทั้งภายในประเทศและส่งออกไปยังต่างประเทศ ยิ่งมูลค่าการส่งออกสูงก็เป็นการสร้างเงินตราต่างประเทศให้กับเศรษฐกิจไทย

2.4 ช่วยประหยัดเงินตราต่างประเทศ โดยการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ ธุรกิจขนาดย่อมในประเทศไทยหลายธุรกิจสามารถผลิตสินค้าเองได้จากที่เคยนำเข้าจากต่างประเทศ โดยการคิดค้นกระบวนการผลิตใหม่ การวิจัยและทดลอง ตัวอย่างเช่น ธุรกิจการผลิตทางการเกษตรที่สามารถ ผลิตพืชผลเมืองหนาวได้เอง เช่น ปลูกดอกทิวลิป สตรอว์เบอร์รี เมล็ดแมคคาเดเมีย ซึ่งเป็นการลดการ นำเข้าจากต่างประเทศ

2.5 เป็นจุดเริ่มต้นในการดำเนินธุรกิจประเภทอื่น และเพิ่มประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ การเริ่มต้นธุรกิจขนาดย่อมที่พัฒนาจากร้านค้าเล็กๆ และค่อยเติบโตโดยอาศัยประสบการณ์หรือเป็น ช่องทางการทำธุรกิจประเภทอื่นในบริเวณใกล้เคียงกัน เช่น การทำธุรกิจที่เริ่มจากร้านเสริมสวยแล้ว ขยายเป็นร้านนวดสปา ศูนย์เสริมความงามครบวงจร ร้านค้าขายเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ร้านขายอุปกรณ์เสริมสวย ร้านขายเสื้อผ้า เป็นต้น

2.6 เชื่อมโยงกิจกรรมขนาดใหญ่และภาคการผลิต เช่น การดำเนินธุรกิจการผลิตด้านการ เกษตรกรรม ปลูกข้าวในครัวเรือนไปสู่การเชื่อมโยงยังพ่อค้าส่ง โรงสีข้าว อุตสาหกรรมผลิตข้าวบรรจุถุง และ กระจายไปสู่ร้านค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ หรือส่งออกไปขายยังต่างประเทศ

2.7 เป็นแหล่งพัฒนาทักษะฝีมือ ธุรกิจขนาดย่อมเป็นธุรกิจเล็กๆ ค่าแรงไม่สูงเท่าธุรกิจขนาดใหญ่ ที่มีการแข่งขันสูงในการคัดเลือกคนเข้าทำงาน ธุรกิจขนาดย่อมจึงเป็นแหล่งรองรับแรงงานฝีมือจบใหม่ที่ยัง ไม่มีประสบการณ์มากนักมาเริ่มพัฒนาทักษะฝีมือจนเกิดความชำนาญ เช่น อยู่ซ่อมรถที่นักเรียนช่างจบใหม่ เข้ามาทำงานเพื่อเอาประสบการณ์จนเกิดความเชี่ยวชาญ หลังจากนั้นก็ไปเปิดกิจการของตนเองหรือทำงาน กับบริษัทขนาดใหญ่ ธุรกิจขนาดย่อมจึงมีอัตราการเข้าออกของคนงานสูง

3. ลักษณะของธุรกิจขนาดย่อม

ธุรกิจขนาดย่อมเป็นกิจการที่เกิดขึ้นได้ง่ายและรวดเร็วกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ดังที่พบเห็นธุรกิจ ขนาดย่อมอยู่ทั่วไป ข้อสังเกตที่บ่งบอกลักษณะของธุรกิจขนาดย่อม มีดังนี้

3.1 จำนวนพนักงานไม่มาก เงินลงทุนต่ำ ส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียวหรือดำเนิน กิจการโดยสมาชิกภายในครอบครัวมาเป็นแรงงาน ทำให้ต้นทุนผลิตและบริการต่ำ

3.2 การบริหารงานมีความเป็นอิสระและคล่องตัวในการตัดสินใจปรับธุรกิจให้เข้ากับสถานการณ์ได้รวดเร็ว

3.3 โครงสร้างธุรกิจไม่ซับซ้อน มีความยืดหยุ่น และใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัวในการบริหารงาน

3.4 ปริมาณยอดขายมีน้อยตามขนาดการลงทุนและแรงงาน แต่สามารถทำกำไรให้กิจการอยู่รอดได้

3.5 ธุรกิจขนาดย่อมเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ดีกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะอยู่ภายในท้องถิ่น สามารถปรับตัวและเสนอความต้องการให้เข้ากับท้องถิ่นได้ง่าย

3.6 ใช้ทักษะฝีมือและประสบการณ์เฉพาะของตนเองในการบริหาร การผลิต และการบริการ เช่น ร้านขนมไทย ร้านตัดเย็บเสื้อผ้า อยู่ซ่อมรถ ร้านเสริมสวย เป็นต้น

3.7 มีแรงจูงใจในการทำงานสูง เพราะส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการจึงสามารถทุ่มเทเสียสละทำงานหนักได้อย่างไม่เหน็ดเหนื่อย

4. ปัจจัยพื้นฐานของการดำเนินงานธุรกิจขนาดย่อม

การดำเนินกิจการธุรกิจขนาดย่อมที่เกิดขึ้นมาได้นั้น ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจการผลิต ธุรกิจบริการ และธุรกิจการค้า จะมีองค์ประกอบหลายประการ ซึ่งองค์ประกอบต่างๆ ในการดำเนินการธุรกิจขนาดย่อมนั้นมีรายละเอียด ดังนี้



แผนภาพแสดงปัจจัยพื้นฐานของการดำเนินงานธุรกิจขนาดย่อม

4.1 คน (Man) หมายถึง กำลังคนที่ใช้แรงงานและความคิด พนักงานภายในธุรกิจ เพื่อช่วยทำให้งานขับเคลื่อนดำเนินกิจกรรมต่อไปได้ คนเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจการค้า การผลิตสินค้าและบริการ เพราะต้องอาศัยทักษะความเชี่ยวชาญ ความรู้ความสามารถ ความศรัทธา และความตั้งใจ กำลังคนที่มีประสิทธิภาพย่อมทำให้งานมีประสิทธิภาพ สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เช่น ช่างทำผม ช่างแกะสลัก ช่างเสริมสวย พนักงานนวดสปา พนักงานบัญชี พนักงานการตลาด ธุรกิจจึงจำเป็นต้องสรรหาแรงงานที่มีคุณภาพและดำรงรักษาไว้ให้ยาวนาน เพราะถ้าได้พนักงานที่ไม่มีคุณภาพก็ไม่สามารถสร้างความประทับใจได้มากพอที่จะทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการในครั้งต่อไป

4.2 เงิน (Money) หมายถึง เงินลงทุน เงินใช้จ่ายหมุนเวียนภายในธุรกิจ ในการซื้อวัตถุดิบ เครื่องมือ เครื่องจักร การบริหารงาน จ่ายค่าแรงงาน ใช้ชำระหนี้ที่ก่อให้เกิดการลงทุนภายในธุรกิจ แต่ธุรกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่ที่ล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจกลางคันเพราะการขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน การบริหารเงินอย่างไม่มีประสิทธิภาพ สร้างหนี้นอกระบบ ซึ่งผู้ประกอบการควรวางแผนการใช้เงินให้รอบคอบ

4.3 เครื่องมือเครื่องจักร (Machine) หมายถึง เครื่องจักร อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ทุนแรงในการทำงานของคนในการผลิตสินค้าและบริการ เช่น เครื่องทอผ้า จักรเย็บผ้า เตาอบขนมและอาหาร เครื่องอัดกระป๋อง เครื่องเหลาตะเกียบ รถเกี่ยวข้าว รถไถ เครื่องถ่ายเอกสาร ซึ่งถือว่ามีส่วนสำคัญในการสร้างผลกำไรหรือขาดทุนให้ธุรกิจ เนื่องจากใช้เงินลงทุนสูง และปัญหาที่มักเกิดกับเครื่องจักรและอุปกรณ์ เช่น ถ้าเครื่องเก่าล้าสมัย ต้องเสียค่าบำรุงรักษาสูง เครื่องมีกำลังการผลิตไม่พอ มีกำลังการผลิตน้อย ประสิทธิภาพการผลิตต่ำ ทำงานไม่ทันกำหนดทำให้ธุรกิจเสียหายและขาดทุน

4.4 วัตถุดิบ (Material) หมายถึง ตัวสินค้าหรือวัสดุที่ใช้ในการผลิตสินค้า ซึ่งเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญ ปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากการขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตวัตถุดิบที่มีอยู่อย่างจำกัด เช่น ไม้สัก ปอสา ทองแดง และแหล่งซื้อวัตถุดิบมีจำกัด ไม่สามารถต่อรองราคาได้ นอกจากนี้ปัญหาการมีวัตถุดิบมากเกินไปเกินความต้องการ ผลิตสินค้าแล้วขายไม่ออก ทำให้เงินทุนไปจมอยู่กับวัตถุดิบ บางครั้งทำให้วัตถุดิบชำรุด เน่าเสีย และทำให้เกิดการขาดทุน

4.5 การตลาด (Marketing) หมายถึง กระบวนการวางแผนหรือกิจกรรมพัฒนาสินค้าและบริการ การกำหนดราคาการส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความสุข ความพอใจ การทำธุรกิจจึงต้องมีความรู้ความเข้าใจด้านการตลาดของตนเองอย่างแท้จริง เพราะถ้าขาดความรู้ความเข้าใจก็ไม่สามารถทำการตลาดแข่งขันกับคู่แข่งได้

4.6 การจัดการ (Management) หมายถึง กระบวนการบริหารงานที่ประกอบด้วยการวางแผน การจัดองค์การ การควบคุม กระตุ้นจูงใจในการทำงาน เช่น การให้ขวัญและกำลังใจในการทำงาน สร้างความพึงพอใจในงานที่ทำ อาจเกิดจากค่าตอบแทนและสวัสดิการที่ได้รับ การเลื่อนตำแหน่ง ความมั่นคงในอาชีพ การขาดทักษะด้านการจัดการทำให้การทำงานไม่เป็นระบบ เกิดความสับสนในการทำงาน การเข้าออกของพนักงานมีสูง การบริหารจัดการที่ดีและมีประสิทธิภาพจะทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกัน

ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาและให้ความสำคัญกับทุกส่วนในองค์ประกอบของธุรกิจ ขนาดย่อมเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็น คน เงิน เครื่องมือเครื่องจักร วัตถุดิบ การตลาด และการจัดการ เพราะถ้าขาด ความรู้ความชำนาญ ขาดความรอบคอบในการบริหารงานย่อมเกิดปัญหาตามมา ดังที่จะกล่าวถึงปัญหา ของการดำเนินธุรกิจขนาดย่อมในหัวข้อต่อไป เพราะธุรกิจขนาดย่อมเกิดขึ้นได้ง่ายแต่ก็สามารถล้มเลิก ได้ง่ายเช่นกัน

5. ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจขนาดย่อม

ธุรกิจขนาดย่อมปัจจุบันมีจำนวน 2,739,142 ราย จากจำนวนวิสาหกิจรวมทั้งประเทศ ณ สิ้นปี 2555 จากจำนวนรวม 2,781,945 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2556) และมีการจ้างงานถึง 80.4% ของการจ้างงานทั้งหมดของภาคธุรกิจ ซึ่งเป็นจำนวนที่สูง แต่จำนวน ธุรกิจขนาดย่อมเหล่านี้ประกอบไปด้วยธุรกิจที่เข้มแข็งและประสบปัญหา จากรายงานผลการวิจัยของ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลและดำเนินการศึกษาวิจัยในช่วง 50 ปีที่ผ่านมา พบว่าปัญหาโดยรวมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยสรุปได้ดังนี้

5.1 ปัญหาด้านการตลาด ธุรกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความสามารถด้านการตลาด ในวงกว้างโดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ ซึ่งธุรกิจขนาดย่อมจำเป็นต้องตอบสนองความต้องการของตลาด ในประเทศและตลาดต่างประเทศได้ และขณะเดียวกันตลาดภายในประเทศก็มีการแข่งขันสูงจากความสะดวก รวดเร็วในการคมนาคมขนส่ง ตลอดจนการเปิดเสรีทางการค้าทำให้ธุรกิจขนาดใหญ่และสินค้าจาก ต่างประเทศเข้ามาแข่งขันกับธุรกิจขนาดย่อมได้ง่ายขึ้น จึงทำให้ธุรกิจขนาดย่อมไม่สามารถแข่งขันทาง การตลาดกับธุรกิจขนาดใหญ่และผู้ค้าจากต่างประเทศได้

5.2 ปัญหาขาดแคลนเงินทุน ธุรกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่เริ่มมาจากการทำธุรกิจเล็กๆ ภายใน ครอบครัว การลงทุนจึงมาจากเงินทุนส่วนตัว คนใกล้ชิด เพื่อนฝูงญาติพี่น้อง ตัวเงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจ จึงมีไม่มากนัก ทำให้ธุรกิจขนาดย่อมประสบปัญหาการขอกู้เงินจากสถาบันการเงิน เพื่อมาลงทุนหรือ ขยายการลงทุน หรือเป็นเงินทุนหมุนเวียนมักไม่ได้รับความช่วยเหลือ เนื่องจากไม่มีการบัญชีอย่างเป็นระบบ และขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ ทำให้ต้องพึ่งพาเงินกู้ยืมในระบบและจ่ายดอกเบี้ยในอัตราสูง

5.3 ปัญหาด้านแรงงาน แรงงานที่ทำงานในธุรกิจขนาดย่อมจะมีปัญหาการเข้าออกสูง เมื่อ คนงานทำงานจนมีฝีมือและความชำนาญมากขึ้น ก็จะย้ายออกไปทำงานในโรงงานขนาดใหญ่ที่มีระบบ และให้ผลตอบแทนที่ดีกว่า จึงทำให้คุณภาพของแรงงานไม่สม่ำเสมอ การพัฒนาไม่ต่อเนื่อง ส่งผลกระทบ ต่อประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพสินค้า

5.4 ปัญหาข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิต ธุรกิจขนาดย่อมทั่วไปมักใช้เทคนิคการผลิตไม่ซับซ้อน เนื่องจากการลงทุนต่ำ และผู้ประกอบการหรือพนักงานขาดความรู้พื้นฐานที่รองรับเทคนิควิชาที่ทันสมัย จึงทำให้ขาดการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาคุณภาพมาตรฐานที่ดี

5.5 ปัญหาข้อจำกัดด้านการจัดการ ธุรกิจขนาดย่อมมักขาดความรู้ในการจัดการหรือการบริหารให้มีระบบ ส่วนใหญ่ธุรกิจจะใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ โดยเรียนถูกเรียนผิดเป็นหลัก อาศัยบุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาช่วยบริหารงาน ซึ่งขาดหลักการวางแผนงานที่ดี ปัญหาที่จะพบเมื่อกิจการเริ่มขยายตัว มักเกิดความยุ่งยากในการทำงาน การควบคุม ตรวจสอบ เกิดความสับสนในการทำงาน

5.6 ปัญหาการเข้าถึงบริการการส่งเสริมของรัฐ ธุรกิจขนาดย่อมจำนวนมากเป็นการจัดตั้งกิจการที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการ เช่น ผลิตตามบ้าน ผลิตในลักษณะโรงงานแบบครอบครัว ธุรกิจเหล่านี้จึงค่อนข้างปิดตัวเองในการเข้ามาใช้บริการของรัฐ เนื่องจากปฏิบัติไม่ค่อยถูกต้องเกี่ยวกับการเสียภาษี การรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม หรือรักษาความปลอดภัยที่กำหนดตามกฎหมาย นอกจากนี้ในเรื่องการส่งเสริมการลงทุนก็เช่นเดียวกัน แม้ว่ารัฐจะได้ลดเงื่อนไขขนาดเงินทุนและการจ้างงานเพื่อจูงใจ แต่มีธุรกิจขนาดย่อมเพียง 8.1% เท่านั้นที่มีโอกาสได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐ

5.7 ปัญหาข้อจำกัดด้านบริการส่งเสริมพัฒนาขององค์กรภาครัฐและเอกชน การส่งเสริมพัฒนาธุรกิจขนาดย่อมที่ผ่านมาได้ดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมส่งเสริมการส่งออก สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หอการค้าไทย สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เป็นต้น แต่เนื่องจากอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วประเทศ ประกอบกับข้อจำกัดของหน่วยงาน เช่น บุคลากรงบประมาณ จำนวนสำนักงานสาขาภูมิภาค การให้บริการส่งเสริมสนับสนุนด้านต่างๆ จึงไม่อาจสนองตอบได้ทั่วถึงและเพียงพอ

5.8 ปัญหาข้อจำกัดในการรับรู้ข่าวสารข้อมูล เนื่องจากปัญหาและข้อจำกัดต่างๆ ข้างต้น ธุรกิจขนาดย่อมโดยทั่วไปจึงค่อนข้างมีจุดอ่อนในการรับรู้ข่าวสารด้านต่างๆ เช่น นโยบายและมาตรการของรัฐ ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด เป็นต้น

ดังนั้นการดำเนินธุรกิจขนาดย่อมของประเทศไทยที่ประสบปัญหามักมีสาเหตุสำคัญมาจากปัญหาผู้ประกอบการขาดความรู้ความสามารถในด้านการตลาดอย่างแท้จริง จึงไม่สามารถทำตลาดในวงกว้างได้ และข้อจำกัดด้านการเงิน ขาดเงินทุนที่จะนำมาใช้หมุนเวียนหรือขยายกิจการจึงก่อหนี้ในระบบจากรายงานผลดังกล่าว จะเป็นข้อเตือนใจให้ผู้ประกอบการใหม่พึงระมัดระวังตนเอง หมั่นศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม และใกล้ชิดแหล่งให้ความช่วยเหลือจากรัฐบาลและเอกชน ซึ่งจะทำให้ธุรกิจขนาดย่อมเติบโตและอยู่รอดได้

6. แนวโน้มในการปรับตัวของธุรกิจขนาดย่อม

การดำเนินธุรกิจขนาดย่อมนั้น ผู้ประกอบการจะต้องสำรวจธุรกิจของตนเองอยู่เสมอ และสำรวจสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นจุดเด่น จุดด้อย ปัญหาอุปสรรค และโอกาส โดยผู้ประกอบการต้องติดตามพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภค กระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก เนื่องจากปัจจุบันมีการแข่งขันสูง มีการเปิดเสรีทางการค้า ธุรกิจต่างชาติสามารถเข้ามาทำการแข่งขันภายในประเทศไทยได้ง่ายขึ้น ในปี พ.ศ. 2558 จะมีการเปิดเสรีทางการค้าของกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ซึ่งประเทศเพื่อนบ้านของไทยหลายประเทศมีความพร้อมในการแข่งขันมากกว่า เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ จึงทำให้ธุรกิจขนาดย่อมต้องแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่และธุรกิจต่างประเทศ มีการค้าขายระหว่างประเทศ โดยเฉพาะผู้บริโภคในประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป หรือญี่ปุ่น ที่มีกฎระเบียบทางการค้าและต่างต้องการสินค้าที่มีคุณภาพดี ได้มาตรฐานสากล มีความปลอดภัยในการบริโภคสูง ใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่า ใช้พลังงานโดยไม่สิ้นเปลือง นอกจากนี้การค้าที่ไร้พรมแดนต้องมีความรวดเร็วในการเข้าถึงผู้บริโภค จึงมีการนำไอทีมาใช้ในการติดต่อซื้อขายมากขึ้น ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมจึงต้องมีการปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลก ดังนี้

6.1 แนวโน้มความต้องการประหยัดพลังงาน ด้วยปัญหาโลกร้อนและค่าใช้จ่ายของพลังงานที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ประชาชนและหลายองค์กรต่างตื่นตัวและให้ความสำคัญกับการใช้พลังงานอย่างประหยัด การใช้พลังงานทางเลือก รมรณรงค์ในการอนุรักษ์พลังงาน และใช้สินค้าประหยัดพลังงาน ตัวอย่างเช่น รถประหยัดพลังงาน (Eco Car) บ้านประหยัดพลังงาน เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ประหยัดพลังงาน กระบอกประหยัดพลังงาน ธุรกิจขนาดย่อมที่จะเติบโตของประเทศไทยส่วนใหญ่จึงมีการลงทุนภาคการเกษตร การปลูกสับปะรด ธุรกิจฟาร์มขี้หมูผลิตแก๊สชีวภาพ ธุรกิจการผลิต Solar Cell ธุรกิจติดตั้งถังแก๊ส NGV และ LPG ธุรกิจผลิตและจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์ประหยัดพลังงาน



ภาพที่ 1.1 แสดงตัวอย่างธุรกิจติดตั้งถังแก๊ส LPG เพื่อประหยัดพลังงาน

(ที่มา : <http://www.thaigascar.com>)

6.2 แนวโน้มความต้องการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม จุดวิกฤติของโลกเกี่ยวกับภัยทางธรรมชาติไม่ว่าจะเป็นน้ำท่วม แผ่นดินไหว ไฟไหม้ป่า โลกร้อน มลพิษทางอากาศ ทำให้มนุษย์ลดการใช้ทรัพยากรที่เป็นภัยต่อสิ่งแวดล้อม แนวโน้มการบริโภคจึงได้ปรับตัวเลือกโดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น จึงเกิดกระแส Eco Product ธุรกิจปัจจุบันจึงมีการผลิตสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ผู้บริโภคก็ใส่ใจในสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยโดยการเลือกรับประทานอาหารปลอดสารพิษ และผลิตด้วยกระบวนการที่ปลอดภัย ในประเทศไทยเราจึงมีการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและผู้บริโภค เช่น สินค้าของมูลนิธิโครงการหลวง ทรายดอกคำ ผักปลอดสารพิษ อาหารออร์แกนิก โรงงานผลิตโต๊ะเก้าอี้จากวัสดุเหลือใช้ ธุรกิจเสื้อผ้าที่ผลิตจากผ้าฝ้ายโดยใช้สีธรรมชาติแทนสีสังเคราะห์ในการย้อม การผลิตถุงใส่ของหรือภาชนะใส่อาหารที่ทำมาจากวัสดุธรรมชาติที่ย่อยสลายเร็ว ธุรกิจขนาดย่อมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มสุขภาพ เช่น ร้านเอเดน ร้านแดรี่โฮม เป็นต้น



ภาพที่ 1.2 แสดงตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ทรายดอกคำ

(ที่มา : <http://www.doikham.co.th>)



ภาพที่ 1.3 แสดงตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายเร็ว

(ที่มา : <http://www.bunjupun.com>)



ภาพที่ 1.4 แสดงผลิตภัณฑ์จากนมออร์แกนิก แดรี่โฮม

(ที่มา : <http://www.dairyhome.co.th/>)

6.3 แนวโน้มความต้องการสร้างสรรค์นวัตกรรม การได้เปรียบทางการแข่งขันคือการสร้างสรรค์ความแตกต่างอย่างมีเอกลักษณ์ รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นการใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ ใช้งานง่าย อำนวยความสะดวกได้หลากหลายและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้รวดเร็ว ธุรกิจต่างๆ จึงมีการปรับตัวสร้างนวัตกรรมใหม่ให้สินค้าและบริการ หน่วยงานภาครัฐหลายแห่งจึงเข้ามามีบทบาทให้ความช่วยเหลือ เช่น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด ที่ได้มีโครงการส่งเสริมและพัฒนา นวัตกรรมใหม่ให้กับธุรกิจขนาดย่อมด้านการวิจัยและพัฒนาสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการสนับสนุนเงินทุนในการสร้างสรรค์นวัตกรรม เราจึงพบเห็นสินค้าจำนวนมากที่โฆษณาชี้จุดเด่นจากการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ตัวอย่างเช่น ผงซักฟอกเปาซิลเวอร์นาโน น้ำยาปรับผ้านุ่มลดกลิ่นอับชื้น เสื้อซิลเวอร์นาโน นวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว ผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปคิโนรูปเร็ว อาหารขบเคี้ยวจากข้าวผสมผลไม้โดยกระบวนการเอกซ์ทราซัน เป็นต้น



ภาพที่ 1.5 แสดงผงซักฟอกเปาซิลเวอร์นาโน

(ที่มา : <http://www.shopat7.com>)