



# การทำงานอาชีพ

ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๕

กลุ่มสาระการเรียนรู้การทำงานอาชีพ

หน่วยการเรียนรู้ที่ ๑

หน่วยการเรียนรู้ที่ ๒

หน่วยการเรียนรู้ที่ ๓

หน่วยการเรียนรู้ที่ ๔

หน่วยการเรียนรู้ที่ ๕

หน่วยการเรียนรู้ที่ ๖

หน่วยการเรียนรู้ที่ ๗

หน่วยการเรียนรู้ที่ ๘

หน่วยการเรียนรู้ที่ ๙



สถาบันพัฒนาคุณภาพวิชาการ (พว.)

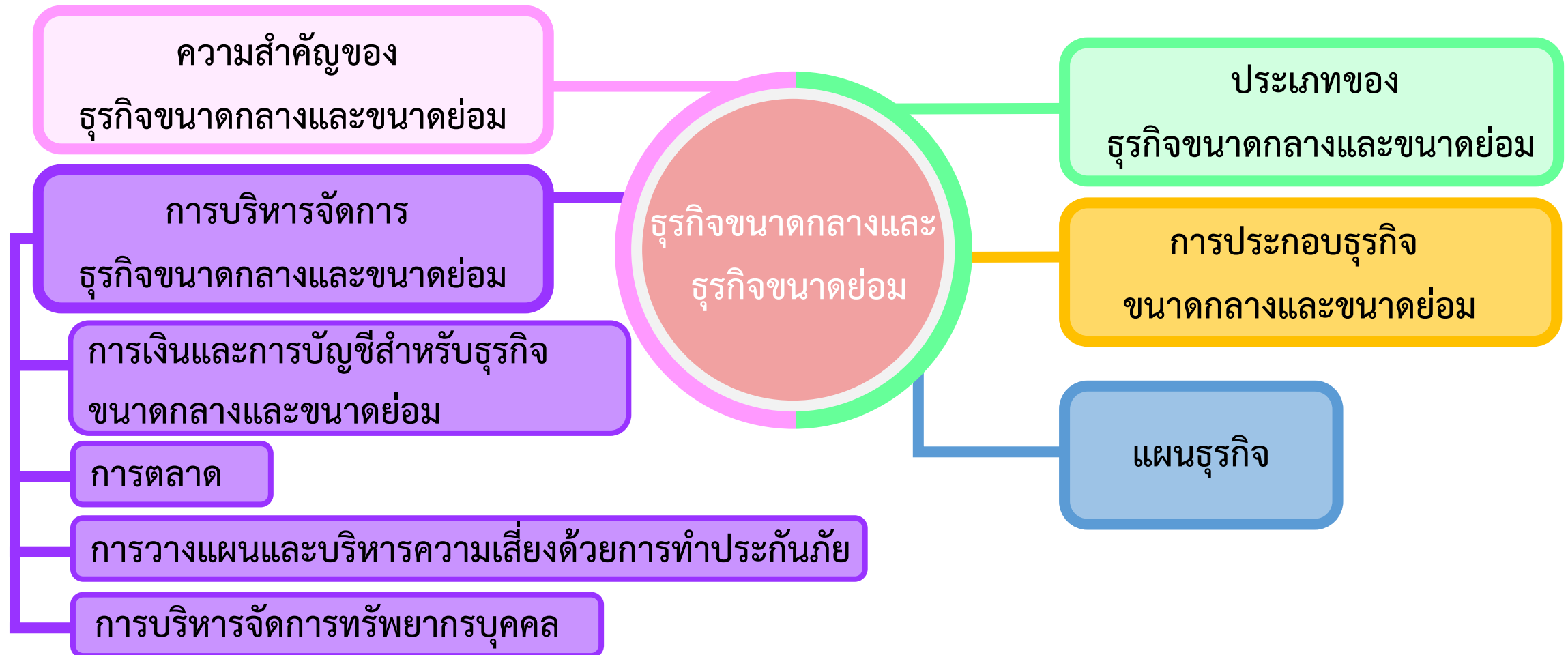


ตัวชี้วัด

๑. อธิบายวิธีการทำงานเพื่อการดำรงชีวิต (ง ๑.๑ ม.๔-๖/๑)
๒. สร้างผลงานอย่างมีความคิดสร้างสรรค์ และมีทักษะการทำงานร่วมกัน (ง ๑.๑ ม.๔-๖/๒)
๓. มีทักษะการจัดการในการทำงาน (ง ๑.๑ ม.๔-๖/๓)
๔. มีทักษะกระบวนการแก้ปัญหาในการทำงาน (ง ๑.๑ ม.๔-๖/๔)
๕. มีทักษะในการแสวงหาความรู้เพื่อการดำรงชีวิต (ง ๑.๑ ม.๔-๖/๕)
๖. มีคุณธรรมและลักษณะนิสัยในการทำงาน (ง ๑.๑ ม.๔-๖/๖)
๗. ใช้พลังงาน ทรัพยากร ในการทำงานอย่างคุ้มค่าและยั่งยืนเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (ง ๑.๑ ม.๔-๖/๗)



แผนผังสาระการเรียนรู้





## ๑. ความสำคัญของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise: SME) เป็นธุรกิจอิสระเกี่ยวกับการผลิตสินค้าและบริการที่มีเอกชนเป็นเจ้าของ โดยส่วนใหญ่มักจะเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ดังนั้น จึงอยู่ภายในท้องถิ่นหรือมีสาขาเพียงไม่กี่แห่งเท่านั้นมีการจัดตั้งองค์กรที่ไม่ซับซ้อน ลูกจ้าง พนักงานมีจำนวนน้อย

ธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม มีความสำคัญต่อผู้บริโภคต่อคนในท้องถิ่นและต่อเศรษฐกิจของประเทศ ดังนี้

- ๑.๑ ความสำคัญต่อผู้บริโภค
- ๑.๒ ความสำคัญต่อคนในท้องถิ่น
- ๑.๓ ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ



## ๑. ความสำคัญของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### ๑.๑ ความสำคัญต่อผู้บริโภค

ธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อมก่อให้เกิดการแข่งขันของธุรกิจทางด้านการผลิตและพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ๆ อย่างมากมาย ผู้บริโภคจึงมีทางเลือกในการซื้อสินค้าและบริการที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น และเมื่อมีการแข่งขันผลิตสินค้าหรือบริการในรูปแบบเดียวกันจำนวนมากธุรกิจจะมีการส่งเสริมการขายด้วยการลดราคาสินค้าหรือบริการ แจก แคมสินค้าตัวอย่าง



บัตรส่วนลดราคาสินค้าและบริการ  
เป็นประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจากการแข่งขัน  
ทางธุรกิจของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



## ๑. ความสำคัญของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### ๑.๒ ความสำคัญต่อคนในท้องถิ่น

ธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อมก่อให้เกิดการจ้างงานและการสร้างรายได้ให้แก่คนในท้องถิ่น ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นการนำวัตถุดิบหรือทรัพยากรธรรมชาติที่มีในท้องถิ่นมาผลิตเป็นสินค้าและบริการ เพื่อให้คนในท้องถิ่นเองเป็นผู้จำหน่ายสินค้าและบริการนั้น ๆ หรือมีการว่าจ้างคนในท้องถิ่น มาจำหน่ายสินค้าและบริการที่นำเข้ามาจากท้องถิ่นอื่น

ธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม  
ก่อให้เกิดการจ้างงาน





## ๑. ความสำคัญของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### ๑.๓ ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่คนกลุ่มต่าง ๆ เกิดการจ้างงาน และเมื่อมีรายได้ถึงเกณฑ์จะต้องเสียภาษี ซึ่งรัฐบาลจะเก็บภาษีและนำเงินภาษีนี้นั้นมาพัฒนาประเทศ ในด้านต่าง ๆ รวมถึงการส่งออกสินค้าภายในประเทศไปจำหน่ายยังต่างประเทศก็มีส่วนทำให้เกิดรายได้มาพัฒนาธุรกิจภายในประเทศอีกทางหนึ่ง





## ๒. ประเภทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแบ่งได้หลายประเภทโดยใช้หลักเกณฑ์ที่แตกต่างกัน ดังนี้

๑. ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแบ่งตามลักษณะการดำเนินงาน
๒. ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแบ่งตามมูลค่าขั้นสูงของสินทรัพย์ถาวรที่กิจการนั้นมีอยู่
๓. ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแบ่งตามจำนวนการจ้างงาน





## ๒. ประเภทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### ๒.๑ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแบ่งตามลักษณะการดำเนินงาน

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแบ่งตามลักษณะการดำเนินงาน แบ่งเป็น ๓ ประเภท ได้แก่

- ๑) ธุรกิจการผลิต
- ๒) ธุรกิจการบริการ
- ๓) ธุรกิจการค้าหรือธุรกิจการจัดจำหน่ายสินค้า



## ๒. ประเภทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### ๒.๑ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแบ่งตามลักษณะการดำเนินงาน

#### ๑) ธุรกิจการผลิต

เป็นธุรกิจการผลิตสินค้าอุปโภค-บริโภค โดยนำผลผลิตไปจำหน่ายโดยตรงให้กับผู้บริโภค หรือพ่อค้าคนกลาง ทั้งพ่อค้าขายส่งและขายปลีก เช่น โรงงานทำขนมปัง โรงงานผลิตน้ำปลา โรงงานทอผ้าพื้นเมือง โรงงานผลิตขนมชนิดต่าง ๆ

#### ๒) ธุรกิจบริการ

เป็นธุรกิจที่เสนอบริการต่าง ๆ ให้กับลูกค้า ธุรกิจประเภทนี้ต้องอาศัย แรงงานและฝีมือของบุคลากรในการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า เช่น ร้านซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า ร้านซักอบรีด คลินิกรักษาโรค ร้านตัดเย็บเสื้อผ้า ร้านอาหาร ร้านเสริมสวยและความงาม ร้านนวดแผนไทย บริษัทรักษาความปลอดภัย บริษัทรับจ้างทำความสะอาด



## ๒. ประเภทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### ๒.๑ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแบ่งตามลักษณะการดำเนินงาน

#### ๓) ธุรกิจการค้าหรือธุรกิจการจัดจำหน่ายสินค้า

เป็นธุรกิจที่ทำหน้าที่เป็นคนกลางในการนำสินค้าจากผู้ผลิตโดยตรงหลายราย เพื่อไปจำหน่ายต่อให้กับลูกค้า กรณีลูกค้าเป็นพ่อค้าที่จะนำสินค้าไปจำหน่ายต่ออีกทอด จะเรียกว่า ธุรกิจค้าส่ง เช่น ห้างเทสโก้ โลตัส ห้างแม็คโคร ร้านค้าส่ง แต่ถ้าจำหน่ายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคโดยตรง จะเรียกว่า ธุรกิจค้าปลีก เช่น ร้านขายหนังสือ ร้านขายแว่นตา ร้านขายของชำ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายเสื้อผ้า



## ๒. ประเภทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

๒.๒ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแบ่งตามมูลค่าชั้นสูงของสินทรัพย์ถาวรที่กิจการนั้นมีอยู่ ดังนี้

ประเภทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	จำนวนสินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท)	
	ขนาดกลาง	ขนาดย่อม
๑. ธุรกิจการผลิต	ไม่เกิน ๒๐๐	ไม่เกิน ๕๐
๒. ธุรกิจบริการ	ไม่เกิน ๒๐๐	ไม่เกิน ๕๐
๓. ธุรกิจการค้า		
- ค้าส่ง	ไม่เกิน ๑๐๐	ไม่เกิน ๕๐
- ค้าปลีก	ไม่เกิน ๖๐	ไม่เกิน ๓๐



## ๒. ประเภทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

๒.๓ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
แบ่งตามจำนวนการจ้างงาน ได้ดังนี้

ประเภทของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม	จำนวนการจ้างงาน (คน)	
	ขนาดกลาง	ขนาดย่อม
๑. ธุรกิจการผลิต	ไม่เกิน ๒๐๐	ไม่เกิน ๕๐
๒. ธุรกิจบริการ	ไม่เกิน ๒๐๐	ไม่เกิน ๕๐
๓. ธุรกิจการค้า		
- ค้าส่ง	ไม่เกิน ๕๐	ไม่เกิน ๒๕
- ค้าปลีก	ไม่เกิน ๓๐	ไม่เกิน ๑๕



### ๓. การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในการเริ่มต้นประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการใหม่ต้องปฏิบัติตามขั้นตอน ดังนี้

๑. ประเมินความพร้อมของตนเอง
๒. แสวงหาช่องทางในการประกอบธุรกิจ
๓. ศึกษาการตลาดในการประกอบธุรกิจ
๔. จัดแบ่งหน้าที่การประกอบธุรกิจ
๕. เลือกรูปแบบการจดทะเบียนและฐานะทางกฎหมายในการประกอบธุรกิจ
๖. แสดงความรับผิดชอบตามกฎหมายในการประกอบธุรกิจ
๗. ประเมินเงินทุนในการประกอบธุรกิจ
๘. ประเมินรายได้ (กำไร)
๙. ประเมินความเป็นไปได้ก่อนลงมือประกอบธุรกิจ



## ๓. การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### ๓.๑ ประเมินความพร้อมของตนเอง

ผู้ประกอบการควรประเมินความพร้อมของตนเองว่าจะสามารถทำธุรกิจได้ประสบความสำเร็จหรือไม่ ซึ่งลักษณะของผู้ประกอบการที่ดี มีดังนี้

- ๑) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
- ๒) ความกล้าเสี่ยงต่อความสำเร็จ หรือความล้มเหลว
- ๓) ความเชื่อมั่นในตนเองและกล้าตัดสินใจ
- ๔) มนุษยสัมพันธ์
- ๕) ภาวะความเป็นผู้นำและมีความสามารถในการบริหารจัดการ
- ๖) แสวงหาความรู้ความชำนาญในการทำงาน
- ๗) ความรับผิดชอบต่องานและผลกระทบต่อสังคม



### ๓. การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

#### ๓.๒ แสวงหาช่องทางในการประกอบธุรกิจ

ผู้ประกอบการควรเลือกรูปแบบและประเภทของธุรกิจที่เหมาะสมกับตนเองมากที่สุด และวิเคราะห์ข้อดี-ข้อเสียของธุรกิจ รวมทั้งโอกาสและแนวทางที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ





### ๓. การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

#### ๓.๓ ศึกษาการตลาดในการประกอบธุรกิจ

ปัจจัยทางด้านการตลาดที่ผู้ประกอบการสามารถควบคุมได้ประกอบด้วย **ตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ (Product)** **ราคา (Price)** **สถานที่จัดจำหน่าย (Place)** และ **การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** ดังนั้น ผู้ประกอบการควรทำความเข้าใจกับตลาดของตนเองก่อนและวิเคราะห์ศักยภาพของตนเอง เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคของธุรกิจที่จะดำเนินการศึกษากลุ่มลูกค้าที่จะมาซื้อสินค้าหรือบริการว่าจะเป็นกลุ่มใด โดยอาจใช้วิธีการสังเกต หรือทำการสำรวจความต้องการของลูกค้าด้วยการสัมภาษณ์หรือใช้แบบสอบถามเพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการผลิตสินค้าหรือบริการ

แบบประเมินความพึงพอใจในการให้บริการ

แจ้งผู้รับบริการทุกท่านให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ของการประเมินความพึงพอใจในการให้บริการ เพื่อใช้ในการพัฒนาการให้บริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งการประเมินความพึงพอใจนี้จะมีผลต่อผลปฏิบัติงานของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง

คำชี้แจง

- ข้อมูลนี้จะถูกเก็บเป็นความลับและจะ ถูกนำเสนอให้ทราบความเป็นจริงที่สุด
- โปรดอย่ากังวลใจในข้อเท็จจริงที่ตอบไว้เป็นความจริงที่สุดในแต่ละหัวข้อ

ข้อมูลส่วนตัวผู้ตอบ  
ชื่อ นามจริง/นามที่รับราชการ.....ตำแหน่ง.....ส่วนต่อ.....จังหวัด.....  
ชื่อผู้ประเมิน.....หมู่บ้าน.....ถนน.....ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....

1. เพศ  ชาย  หญิง

2. อายุ  น้อยกว่า 19 ปี  19 - 24 ปี  25 - 40 ปี  40 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา  น้อยกว่า ม.ศ.  ม.ศ.  ม.ปว.  สูงกว่า ม.ปว.

4. สถานภาพ  มีคู่สมรส  ไม่มี  โสด  อื่นๆ

5. บริการที่รับใช้ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- การทำห้อง Cleaning (ทำความสะอาดครั้งใหญ่ทุกภาคหรือเดือน)
- การให้บริการอำนวยความสะดวกด้าน ราชภัฏ
- การทำความสะอาดบ้าน
- การให้บริการรายการ ระบุ ( ) ปีที่ ( ) ปีแรก ( ) ปีต่อ ( ) ปี ( ) ปี

1. ห้ามคัดลอกข้อมูลไปเผยแพร่ในบริการ หากฝ่าฝืนจะ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ			
	มากที่สุด(เกรด1)	มาก(เกรด2)	น้อย(เกรด3)	น้อยที่สุด(เกรด0)
1. ความสะอาดในอาคารและ ระเบียงภายนอก	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ความเหมาะสมของปริมาณบริการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ความเหมาะสมของราคาค่าบริการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. หลังจากใช้บริการแล้วความสะอาดที่กลับคืนอยู่ในระดับความพึงพอใจหรือไม่	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. ความพึงพอใจในการใช้โปรแกรมจัดการเอกสาร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. การใช้สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. ทัศนียภาพที่มองเห็นและความสะดวกสบาย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. พนักงานมีความสามารถระดับใด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. ความเป็นมิตร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. ความเหมาะสมของสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. ในอนาคตท่านคาดว่าจะใช้บริการอีกหรือไม่	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. เมื่อท่านมีการเสร็จสิ้นแล้วท่านจะบอกต่อผู้อื่นหรือไม่	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม				

แจ้งผู้รับบริการทุกท่านให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ของการประเมินความพึงพอใจในการให้บริการ และในโอกาสต่อไปเราจะมีการบริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้ท่านมีความพึงพอใจมากขึ้น

ชื่อผู้ประเมิน.....

แบบสอบถามความต้องการบริการ



### ๓. การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

#### ๓.๔ จัดแบ่งหน้าที่การประกอบธุรกิจ

ผู้ประกอบการต้องมีการบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างเหมาะสม ซึ่งมีแนวทาง ดังนี้

๑. วิเคราะห์งาน เป็นการกำหนดลักษณะและขอบเขตของงาน
๒. วางแผนกำลังคน เป็นการวางแผนเกี่ยวกับจำนวนของกำลังคน
๓. สรรหากำลังคน เป็นการค้นหาบุคคลที่มีคุณสมบัติ ความรู้ความสามารถเหมาะสมกับงาน
๔. คัดเลือกบุคคล เป็นการคัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ต้องการมากที่สุด
๕. ประเมินผลการปฏิบัติงาน เป็นการประเมินคุณภาพการทำงานของบุคลากร
๖. พัฒนาบุคลากร เป็นการส่งเสริมให้บุคลากรมีทักษะ ความรู้ และเจตคติที่ดีในการทำงาน



### ๓. การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

#### ๓.๕ เลือกรูปแบบการจดทะเบียนและฐานะทางกฎหมาย ในการประกอบธุรกิจ

ผู้ประกอบการควรเลือกรูปแบบและฐานะทางกฎหมายของกิจการ โดยพิจารณาค่าใช้จ่ายในการจดทะเบียน ความยากง่ายของรูปแบบการจดทะเบียน ความรับผิดชอบต่อหนี้สินของผู้ประกอบการ ความเป็นไปได้ในการขยายกิจการ อำนาจการบริหารงาน การระดมทุน การเสียภาษีข้อจำกัดทางกฎหมายการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจแบ่งออกเป็น ๒ ลักษณะ ดังนี้

๑. ลักษณะของธุรกิจที่จดทะเบียนเป็นบุคคลธรรมดา
๒. ลักษณะของธุรกิจที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล



### ๓. การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

#### ๑) ลักษณะของธุรกิจที่จดทะเบียนเป็นบุคคลธรรมดา

- (๑) เป็นการจดทะเบียนเพื่อแจ้งให้ได้รับรู้โดยทั่วไปว่าได้มีการประกอบกิจการอย่างถูกต้องและเปิดเผย
- (๒) มีภาระตามกฎหมาย การทำนิติกรรมสัญญา การชำระภาษีเงินได้เป็นไปในนามของเจ้าของกิจการ
- (๓) มีการจดทะเบียนพาณิชย์ หรือเรียกว่า **ทะเบียนการค้า**
- (๔) มีขั้นตอนการยื่นจดทะเบียนไม่ยุ่งยาก ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย สำหรับต่างจังหวัดสามารถยื่นจดทะเบียนที่  
ท้องที่การบริหารส่วนจังหวัดที่ตั้งกิจการ



### ๓. การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

#### ๒) ลักษณะของธุรกิจที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล

- (๑) เป็นการจดทะเบียนเพื่อถือว่ากิจการเป็นอีกบุคคลหนึ่งที่เกิดขึ้นมาตามกฎหมาย ไม่เกี่ยวข้องกับความเป็นบุคคลธรรมดาของเจ้าของกิจการ การจะกระทำการใด ๆ จะเข้าไปในนามของกิจการทั้งหมด
- (๒) ธุรกิจที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลส่วนใหญ่มี ๒ ประเภท คือ บริษัทจำกัดกับห้างหุ้นส่วนจำกัด
- (๓) กิจการในกรุงเทพมหานคร ยื่นจดทะเบียนได้ที่สำนักงานบริการทะเบียนธุรกิจหรือกรมพัฒนาธุรกิจการค้า สำหรับต่างจังหวัด ติดต่อที่สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัด



### ๓. การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

#### ๓.๖ แสดงความรับผิดชอบต่อตามกฎหมายในการประกอบธุรกิจ

โดยเสียภาษีอากรและปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน ดังนี้

๑) การเสียภาษีอากร

- (๑) ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา
- (๒) ภาษีเงินได้นิติบุคคล
- (๓) ภาษีมูลค่าเพิ่ม

๒) กฎหมายแรงงาน

- (๑) พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. ๒๕๔๑
- (๒) กฎหมายประกันสังคม



### ๓. การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

#### ๓.๗ ประเมินเงินทุนในการประกอบธุรกิจ

เงินทุนเป็นทรัพย์สินที่ตีมูลค่าตามราคาของบุคคลหรือนิติบุคคลที่ลงทุนและครอบครองอยู่ เงินทุนแบ่งได้เป็น ๒ ประเภท ดังนี้

๑) ทุนคงที่หรือทุนประจำ

๒) ทุนหมุนเวียน

(๑) เงินทุนหมุนเวียน

(๒) แหล่งเงินทุนสำรอง



### ๓. การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

#### ๓.๘ ประเมินรายได้ (กำไร)

จากการประกอบธุรกิจ เป็นการประมาณยอดขายหรือรายได้คร่าว ๆ ซึ่งผู้ประกอบการควรประเมินให้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด เพื่อให้ทราบเงินทุนที่จะใช้ในการหมุนเวียนธุรกิจ





### ๓. การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

#### ๓.๙ ประเมินความเป็นไปได้ก่อนลงมือประกอบธุรกิจ

เมื่อได้ข้อมูลในการประกอบธุรกิจครบทุกด้านแล้ว ผู้ประกอบการธุรกิจต้องพิจารณาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจอีกครั้ง ว่ามีความพร้อมและความเป็นไปได้มากน้อยเพียงไรในด้านเงินลงทุน โอกาสการเจริญเติบโตของธุรกิจ รายได้ที่จะได้รับ ซึ่งหากมีความพร้อมทุกด้านก็สามารถลงมือประกอบธุรกิจได้ทันที



## ๔. แผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ คือ เอกสารการวางแผนงานที่แสดงรายละเอียดและกิจกรรมต่าง ๆ ในการประกอบธุรกิจ เพื่อให้การประกอบธุรกิจบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

๑) ความสำคัญของแผนธุรกิจ

๒) องค์ประกอบของแผนธุรกิจ

(๑) ปกหน้าและสารบัญ

(๒) บทสรุปผู้บริหาร

(๓) ลักษณะของกิจการ

(๔) สินค้าและบริการ

(๕) การวิจัยตลาด

(๖) การวิเคราะห์สถานการณ์

(๗) แผนการตลาด

(๘) แผนการผลิต

(๙) ทีมผู้บริหาร

(๑๐) แผนปฏิบัติการ

(๑๑) การวิเคราะห์ความเสี่ยง

(๑๒) ประโยชน์ต่อชุมชน

(๑๓) แผนการเงิน

(๑๔) รายละเอียดอื่น ๆ (ภาคผนวก)



## ๔. แผนธุรกิจ

### ๔.๑ ความสำคัญของแผนธุรกิจ

ความสำคัญของแผนธุรกิจ มีดังนี้

- ๑) ทำให้ผู้ประกอบการมีเป้าหมายที่ชัดเจนและกำหนดแนวทางในการประกอบธุรกิจ
- ๒) เป็นเครื่องมือที่ใช้แสวงหาเงินทุนจากผู้ร่วมลงทุนและสถาบันการเงินต่าง ๆ
- ๓) ทำให้ทราบรายละเอียดของกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะนำการประกอบธุรกิจไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้และสามารถใช้กำหนดแนวทางการปฏิบัติงานที่ต่อเนื่องไปในอนาคต



## ๔. แผนธุรกิจ

### ๔.๒ องค์ประกอบของแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจที่สมบูรณ์ควรมีองค์ประกอบ ดังนี้

#### ๑) ปกหน้าและสารบัญ

ปกหน้าและสารบัญ ปกหน้าจะแสดงให้เห็นเกี่ยวกับชื่อธุรกิจที่ตั้งหมายเลขโทรศัพท์และโทรสาร สัญลักษณ์หรือเครื่องหมายการค้าของธุรกิจช่องทางการติดต่อสื่อสาร และสารบัญจะแสดงที่อยู่ของรายละเอียดในแผนธุรกิจ เพื่อให้สามารถค้นหาข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว



## ๔. แผนธุรกิจ

### ๒) บทสรุปผู้บริหาร

เป็นการสรุปสาระสำคัญของการดำเนินธุรกิจซึ่งประกอบด้วย

- (๑) แนวคิดและขอบเขตของธุรกิจ
- (๒) สถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจ
- (๓) โอกาสทางธุรกิจ
- (๔) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- (๕) ลักษณะของสินค้า



## ๔. แผนธุรกิจ

### ๓) ลักษณะของกิจการ

มีการแสดงข้อมูลเกี่ยวกับประวัติของกิจการตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน รูปแบบของกิจการแนวทางการดำเนินงาน และกิจกรรมต่าง ๆ ขอบเขตของการดำเนินธุรกิจและสิ่งที่เป็นลักษณะเฉพาะของบริษัทรวมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับสภาพของธุรกิจโดยรวม ซึ่งพิจารณาจากประเภทของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

### ๔) สินค้าและบริการ

เป็นการแสดงข้อมูลจุดเด่นของสินค้าและบริการซึ่งประกอบด้วย

- (๑) ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการ
- (๒) โอกาสในการพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด
- (๓) สินค้าที่เป็นนวัตกรรมหรือเกิดใหม่จะต้องแสดงลักษณะของสินค้าต้นแบบด้วย
- (๔) หากมีสิทธิบัตรต้องแสดงสิทธิบัตรด้วย



## ๔. แผนธุรกิจ

### ๕) การวิจัยตลาด

เป็นการเก็บข้อมูลทางการตลาด ประกอบไปด้วย

- (๑) กลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยการสำรวจพฤติกรรมการบริโภคการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ
- (๒) ขนาดของตลาดปัจจุบัน และการขยายตัวของตลาดในอนาคต รวมทั้งการคาดการณ์อัตราการเจริญเติบโตของตลาด ภายใต้สถานการณ์เศรษฐกิจ สังคม และการเมือง สิ่งแวดล้อม กฎหมาย และวัฒนธรรม
- (๓) การแข่งขันกันในตลาดของธุรกิจหรือสินค้าชนิดเดียวกัน หรือสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้
- (๔) การประมาณยอดขาย โดยพิจารณาส่วนแบ่งทางการตลาดที่จะครอบครองได้เป็นร้อยละ



## ๔. แผนธุรกิจ

### ๖) การวิเคราะห์สถานการณ์

เป็นการวิเคราะห์การเจริญเติบโตของธุรกิจ โดยพิจารณาสิ่งต่อไปนี้

- (๑) ขนาดของตลาดมีขนาดเล็กหรือใหญ่เท่าใดและมีโอกาสขยายเพิ่มขึ้นได้หรือไม่
- (๒) อุปสงค์และอุปทาน
- (๓) กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- (๔) การแข่งขันในตลาด เป็นการเปรียบเทียบกับคู่แข่งสินค้าประเภทเดียวกัน โดยอาจวิเคราะห์ด้วยหลัก SWOT ดังนี้

S	มาจาก <b>Strengths</b> หมายถึง <b>จุดแข็ง</b> ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายในองค์กร เช่น ความพร้อมด้านการเงิน ความสามารถของบุคลากร
W	มาจาก <b>Weaknesses</b> หมายถึง <b>จุดอ่อน</b> ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายในองค์กร
O	มาจาก <b>Opportunities</b> หมายถึง <b>โอกาส</b> ซึ่งเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ กฎหมาย สภาพสังคมและการเมือง
T	มาจาก <b>Threats</b> หมายถึง <b>อุปสรรค</b> ซึ่งเกิดจากปัจจัยและสิ่งแวดล้อมภายนอกที่จะขัดขวางไม่ให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ เช่น คู่แข่ง ภาวะเศรษฐกิจ

การวิเคราะห์ด้วยหลัก SWOT





## ๔. แผนธุรกิจ

### ๗) แผนการตลาด

เป็นแนวทางการดำเนินงานที่จะทำให้ธุรกิจมีความเจริญก้าวหน้า การวางแผนการตลาดประกอบด้วย

- (๑) การตั้งราคาสินค้าและบริการ
- (๒) การทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย
- (๓) การจัดจำหน่าย

การขายสินค้าในงานแสดงสินค้า ▶





## ๔. แผนธุรกิจ

### ๘) แผนการผลิต

เป็นการวางแผนเพื่อควบคุมวัตถุดิบ แรงงาน หรือเงินทุนที่ใช้เพื่อผลิตสินค้าให้เพียงพอกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า การบริหารสินค้าคงคลัง รวมทั้งการควบคุมคุณภาพของสินค้าและบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

### ๙) ทีมผู้บริหาร

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับโครงสร้างองค์กร โดยมีการระบุตำแหน่งและหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้บริหารและทีมที่ปรึกษาของธุรกิจ มีการแสดงประวัติและผลงานที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจ



## ๔. แผนธุรกิจ

### ๑๐) แผนปฏิบัติการ

เป็นการระบุแผนการทำงานในแต่ละส่วนงาน เพื่อให้เห็นว่าจะบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้อย่างไร เช่น แผนการผลิต แผนการส่งสินค้า แผนการจำหน่าย

### ๑๑) การวิเคราะห์ความเสี่ยง

เป็นการประเมินโอกาสประสบความสำเร็จ และความล้มเหลวของธุรกิจจากความเสี่ยงของปัจจัยภายนอก เช่น ภาวะเศรษฐกิจ สภาพสังคม การเมือง รวมทั้งความเสี่ยงจากปัจจัยภายในองค์กร เช่น การขาดเงินทุนซื้อวัตถุดิบ การขาดบุคลากรที่มีความสามารถ จึงต้องมีการวางแผนเพื่อจัดการกับความเสี่ยงต่าง ๆ



## ๔. แผนธุรกิจ

### ๑๒) ประโยชน์ต่อชุมชน

เป็นการแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากการประกอบธุรกิจ เช่น ช่วยให้คนในชุมชนมีการจ้างงานมากขึ้น มีเงินทุนเวียนในชุมชน พัฒนาคุณภาพชีวิต มีรายได้เพียงพอต่อการดำรงชีวิต

### ๑๓) แผนการเงิน

เป็นการวางแผนด้านการเงินสำหรับใช้ประกอบธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย

(๑) แหล่งเงินทุน

(๒) งบดุล แสดงสินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของผู้เจ้าของ

(๓) งบกำไรขาดทุนที่แสดงรายได้ รายจ่าย กำไรหรือขาดทุนของกิจการ

(๔) งบกระแสเงินสดที่แสดงรายได้ รายจ่าย และเงินสด  
ที่คงเหลือของกิจการ

(๕) การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน



## ๔. แผนธุรกิจ

### ๑๔) รายละเอียดอื่น ๆ (ภาคผนวก)

เป็นการรวบรวมข้อมูลอื่น ๆ ที่อาจมีรายละเอียดมากมาไว้ท้ายแผนธุรกิจ เช่น แผนที่แสดงที่ตั้งกิจการ รายชื่อผู้ถือหุ้น รายชื่อลูกค้า รายชื่อสินค้า

### ตัวอย่างแผนธุรกิจ

#### แผนธุรกิจการผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดและถัง

##### บทสรุปผู้บริหาร

น้ำเป็นสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิต ร่างกายของเราจะขาดน้ำไม่ได้ คนเราต้องดื่มน้ำทุกวันประมาณ วันละ ๖-๘ แก้ว ดังนั้น ธุรกิจผลิตน้ำดื่มจึงเป็นธุรกิจที่ยั่งยืนและสามารถจำหน่ายได้ตลอดไป ประกอบกับจำนวนประชากรที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ความต้องการบริโภคน้ำดื่มมีมากขึ้น โดยเฉพาะน้ำดื่มบรรจุขวดและถังสำหรับผู้ที่อยู่ในชุมชนเมือง

##### ลักษณะของกิจการ

ธุรกิจการผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดและถัง เป็นอุตสาหกรรมการผลิตน้ำดื่มที่ผ่านการฆ่าเชื้อและควบคุมมาตรฐานอย่างถูกต้อง สะอาดถูกหลักอนามัย ผ่านการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยสินค้ามีทั้งขนาดพกพาได้สะดวกและขนาดใหญ่ที่ใช้บริโภคภายในครัวเรือน และมีบริการส่งให้ถึงบ้าน

##### สินค้าและบริการ

น้ำดื่มบรรจุขวดและถังอยู่ในภาชนะพลาสติกใสที่สะอาดและปลอดภัย มีฝาปิดมิดชิดและมีพลาสติกรัดฝาอีกชั้นหนึ่ง ลักษณะของน้ำใส ไม่มีสี รส กลิ่น หรือตะกอนในน้ำ ฉลากมีรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ผลิต วันที่ผลิต ที่ตั้งและที่อยู่ผู้ผลิต ปริมาตรสุทธิ รวมทั้งเลขทะเบียนของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา อย่างชัดเจน

สินค้านี้มีขนาดบรรจุ ๒ ขนาด คือ ขนาดพกพา ๖๐๐ มิลลิลิตร และขนาดครอบครัว ๒๐ ลิตร



## ๔. แผนธุรกิจ

### ๑๔) รายละเอียดอื่น ๆ (ภาคผนวก) (ต่อ)

#### การวิจัย

กลุ่มลูกค้าน้ำดื่มมี ๒ กลุ่ม ได้แก่

**กลุ่มแรก** คือ ผู้บริโภคน้ำดื่มบรรจุขวด ได้แก่ บุคคลทั่วไปที่ต้องการดื่มน้ำในปริมาณไม่มาก พกพาสะดวกและหาซื้อง่าย

**กลุ่มที่สอง** คือ ผู้บริโภคน้ำดื่มบรรจุถัง ได้แก่ กลุ่มอาคารบ้านเรือนหรืออาคารสำนักงาน เพราะน้ำดื่มบรรจุถังมีปริมาณมากและมีราคาถูก

เนื่องจากสภาพอากาศร้อน ทำให้คนต้องการดื่มเครื่องดื่มเพื่อดับกระหาย ธุรกิจผลิตเครื่องดื่มจึงมีการขยายตัวมากขึ้น เช่น น้ำผลไม้ กาแฟสด น้ำอัดลม แต่น้ำดื่มบรรจุขวดมีข้อได้เปรียบกว่าเครื่องดื่มชนิดอื่น เพราะราคาไม่แพง หาซื้อได้ง่ายและเป็นเครื่องดื่มที่ไม่มีสารปรุงแต่ง จึงเหมาะสำหรับผู้ใส่ใจด้านสุขภาพ

#### การวิเคราะห์ด้านการตลาด

การแข่งขันในตลาดธุรกิจน้ำดื่ม ต้องมีการเปรียบเทียบกับคู่แข่งโดยการวิเคราะห์ด้วยหลัก SWOT ดังนี้

**S (Strengths)** จุดแข็งของธุรกิจ คือ มีความพร้อมทางด้านเงินลงทุน และมีบุคลากรที่มีคุณภาพ มีความรู้และประสบการณ์การทำน้ำดื่มสะอาด

**W (Weaknesses)** จุดอ่อนของธุรกิจ คือ สถานที่ประกอบกิจการไม่ใหญ่และมีอุปกรณ์เพียง ๑ ชุด จึงทำให้ผลิตน้ำดื่มได้จำนวนน้อย

**O (Opportunities)** โอกาสทางธุรกิจ คือ ภาวะสภาพแวดล้อมทำให้คนต้องการน้ำดื่มมากขึ้นและคำนึงการรักษาสภาพที่แพร่หลาย ทำให้คนหันมาดื่มน้ำเปล่าแทนน้ำอัดลมหรือเครื่องดื่มจำพวกชา กาแฟ ธุรกิจจึงมีโอกาสขยายตัวมากขึ้น

**T (Threats)** อุปสรรคของธุรกิจ คือ ผู้ประกอบการรายใหญ่อาจต้องการจำหน่ายสินค้ากับร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่ายได้มากกว่าผู้ประกอบการรายเล็ก

#### แผนการตลาด

**การกำหนดราคาน้ำดื่ม** คิดจากต้นทุนการผลิต และสำรวจราคาของคู่แข่งในตลาดโดยน้ำดื่มบรรจุขวดเล็ก ๖๐๐ มิลลิลิตร ส่งในราคาโหลละ ๔๘ บาท เพื่อให้ผู้ค้าปลีกขายในราคาขวดละ ๖-๗ บาท สำหรับน้ำดื่มบรรจุถัง ๒๐ ลิตร ส่งในราคาถังละ ๗ บาท เพื่อให้ผู้ค้าปลีกขายในราคาถังละ ๑๒-๑๔ บาท

**ช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำดื่มบรรจุขวดและถัง** ทำได้โดยการติดต่อตัวแทนจำหน่าย เช่น ร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือร้านขายของชำต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีการติดต่อกับลูกค้าโดยตรง เช่น บ้านพักอาศัย โรงเรียน ร้านอาหาร บริษัท สถานข้าราชการ โดยมีบริการจัดส่งและคิดเงินในราคาพิเศษเท่ากับตัวแทนจำหน่าย

**การส่งเสริมการขาย** มีหลายวิธี ได้แก่

- การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับผู้สั่งซื้อจำนวนมาก
- การแถมสินค้าเมื่อลูกค้าซื้อสินค้าครบตามที่กำหนด เช่น สั่งซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด ๑๐ โหล แถมฟรี ๑ โหล สั่งซื้อน้ำบรรจุถัง ๑๐ ถัง แถมฟรี ๑ ถัง
- สำหรับลูกค้าประจำ เมื่อถึงช่วงเทศกาล อาจให้น้ำดื่มเป็นของขวัญ เช่น เทศกาลปีใหม่ ตรุษจีน วันสงกรานต์

#### แผนการผลิต

การผลิตน้ำดื่มมีวิธีการ ดังนี้

๑. นำน้ำประปาเข้าสู่เครื่องกรอง
๒. ผ่านน้ำเข้าสู่เครื่องกรอง ซึ่งบรรจุผงกรองเรซิน เพื่อขจัดความกระด้างของน้ำและสารละลายของเหล็กออก
๓. ผ่านน้ำเข้าสู่เครื่องกรองซึ่งบรรจุคาร์บอนเพื่อขจัดกลิ่น สี และตะกอน
๔. ผ่านน้ำเข้าสู่เครื่องกรอง ซึ่งมีไส้กรองเป็นเซรามิก
๕. ผ่านน้ำเข้าสู่หลอดอัลตราไวโอเล็ต เพื่อฆ่าเชื้อโรค
๖. ผ่านน้ำสู่เครื่องบรรจุ เพื่อบรรจุใส่ภาชนะต่อไป

เนื่องจากการผลิตน้ำดื่มมีขั้นตอนไม่ยุ่งยาก จึงมีการผลิตสินค้าวันต่อวัน ตามปริมาณของลูกค้า โดยน้ำดื่มที่บรรจุภาชนะเรียบร้อยแล้ว จะเก็บในตู้เก็บ ซึ่งเป็นที่โล่งมีหลังคา และมีชั้นวางสินค้า เพื่อป้องกันการปนเปื้อนและสัตว์ต่าง ๆ เนื่องจากน้ำดื่มบรรจุขวดสามารถเก็บไว้ได้นาน การเก็บสต็อกสินค้าจึงไม่เกิดปัญหา เพราะสินค้าไม่เน่าเสีย

#### ทีมงาน

ธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดและถัง ประกอบด้วยบุคลากร ดังนี้

๑. เจ้าของกิจการ ๒ คน
๒. พนักงานบัญชี ๑ คน ดูแลเรื่องรายรับ-รายจ่าย
๓. พนักงานธุรการ ๑ คน ดูแลเรื่องเอกสารต่าง ๆ และรับคำสั่งซื้อจากลูกค้า
๔. พนักงานซ่อมบำรุง ๒ คน ดูแลตรวจสอบสภาพเครื่องกรองน้ำและซ่อมแซม
๕. พนักงานขับรถและขนส่ง ๖ คน ทำหน้าที่ขับรถและขนส่งสินค้าให้ลูกค้า
๖. พนักงานฝ่ายผลิต ๔ คน ทำหน้าที่บรรจุน้ำและล้างภาชนะ
๗. แม่บ้าน ๑ คน ทำความสะอาดและดูแลความเรียบร้อยของสถานที่



## ๔. แผนธุรกิจ

### ๑๔) รายละเอียดอื่น ๆ (ภาคผนวก) (ต่อ)

#### แผนปฏิบัติการ

ประกอบธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดและถัง เจ้าของกิจการดำเนินการ ดังนี้

๑. ติดต่อหน่วยงานท้องที่เพื่อขอสถานที่ผลิตน้ำดื่ม
๒. ติดต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเพื่อขออนุญาตจัดตั้งธุรกิจ
๓. ติดต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเพื่อขออนุญาตผลิตน้ำดื่มและขอเครื่องหมาย

อย.

๔. ติดต่อกรมสรรพากรเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องการชำระภาษี
๕. จัดเตรียมสถานที่ผลิต โดยมีการแบ่งแยกห้องตามขั้นตอนการผลิตอย่างชัดเจน ได้แก่ ห้องอุปกรณ์/เครื่องมือ ห้องเก็บภาชนะบรรจุ ห้องทำความสะอาดและฆ่าเชื้อภาชนะบรรจุ ห้องบรรจุผลิตภัณฑ์ ห้องเก็บผลิตภัณฑ์
๖. จัดเตรียมอุปกรณ์การผลิต และการขนส่ง เครื่องมือ เครื่องจักรต่าง ๆ
๗. สรรหาบุคลากรให้เหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่และเพียงพอต่อกำลังการผลิต

#### การวิเคราะห์ความเสี่ยง

การประกอบธุรกิจน้ำดื่มมีโอกาสประสบความสำเร็จสูง เพราะน้ำดื่มเป็นสิ่งจำเป็นที่คนต้องบริโภค และด้วยสภาพอากาศที่ร้อนทำให้ความต้องการการบริโภคน้ำดื่มมีเพิ่มมากขึ้น และธุรกิจน้ำดื่มนี้เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนขนาดเล็ก จึงใช้เงินลงทุนไม่มาก อุปกรณ์ เครื่องจักร เมื่อซื้อมาแล้วสามารถใช้ได้หลายสิบปี ไม่ต้องลงทุนบ่อย สินค้าที่ผลิต คือ น้ำดื่ม ก็ไม่เน่าเสีย สามารถเก็บไว้ได้นานไม่จำเป็นต้องทิ้ง โอกาสประสบการขาดทุนจึงมีน้อย

#### ประโยชน์ต่อชุมชน

ช่วยสร้างงานให้คนในชุมชน และเป็นธุรกิจที่คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม คือ ป้องกันการขาดแคลนน้ำดื่มสะอาดสำหรับบริโภค

#### แผนการเงิน

การลงทุนธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดและถัง ประกอบด้วย

๑. เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ได้แก่
  - ๑) รถยนต์ ๒ คัน ประมาณ ๖๐๐,๐๐๐ บาท
  - ๒) เครื่องกรองน้ำและอุปกรณ์ ได้แก่ บั้มส่งน้ำ ๒ เครื่อง เครื่องกรองคาร์บอน เครื่องกรองเรซิน เครื่องกรองเซรามิก หลอดอัลตราไวโอเล็ตสำหรับฆ่าเชื้อ ๑ ชุด หัวบรรจุน้ำสำหรับขวด ๖๐๐ มิลลิลิตร และถัง ๒๐ ลิตร เครื่องล้างถังน้ำ และถังเก็บน้ำขนาด ๔,๐๐๐ ลิตร ประมาณ ๓๐๐,๐๐๐ บาท



## ๔. แผนธุรกิจ

### ๑๔) รายละเอียดอื่น ๆ (ภาคผนวก) (ต่อ)

๒. เงินลงทุนหมุนเวียน โดยผู้ประกอบการจัดเตรียมเงินลงทุนหมุนเวียนในระบบต่อเดือน เพื่อเป็นค่าใช้จ่าย ได้แก่ ค่าแรงงาน ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำมันรถ ค่าโทรศัพท์ ค่าซ่อมบำรุงเครื่องจักร และค่าภาชนะบรรจุ ประมาณ ๒๐๐,๐๐๐ บาท

๑) น้ำดื่มบรรจุขวดพลาสติก ขนาด ๖๐๐ มิลลิลิตร มีต้นทุนการผลิตที่ ๒ บาท และส่งให้ลูกค้าขวดละ ๔ บาท

๒) น้ำดื่มบรรจุถัง ขนาด ๒๐ ลิตร มีต้นทุนการผลิตที่ ๓ บาท และส่งให้ลูกค้าถังละ ๗ บาท

### รายละเอียดอื่น ๆ

ที่อยู่ของกิจกรรมน้ำดื่มบรรจุขวดและถัง

๑๓๔ ถนนพระราม ๕ แขวงถนนนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

โทรศัพท์ ๐-๒๒๔๔-๓๑๗๗-๘ โทรสาร ๐-๒๒๔๔-๓๑๗๕





## ๔.แผนธุรกิจ

๑๔) รายละเอียดอื่น ๆ (ภาคผนวก) (ต่อ)





## ๕. การบริหารจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การบริหารจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ประสบความสำเร็จต้องรู้จักจัดการด้านการเงิน และบัญชี การตลาด การวางแผน และบริหารความเสี่ยงด้วยการทำประกันภัยและการบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ

๑. การเงินและการบัญชีสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
๒. การตลาด
๓. การวางแผนและบริหารความเสี่ยงด้วยการทำประกันภัย
๔. การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล



## ๕. การบริหารจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### ๕.๑ การเงินและการบัญชีสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การเงินและการบัญชีมีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการจัดงบประมาณทางการเงินของธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้

- ๑) การวางแผนทางการเงิน
- ๒) การทำบัญชี
- ๓) การวิเคราะห์งบการเงินเบื้องต้น



## ๕. การบริหารจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### ๑) การวางแผนทางการเงิน

สามารถปฏิบัติได้ ดังนี้

- (๑) มีการบันทึกงบกระแสเงินสด หรือสมุดบัญชีรับ-จ่ายเงินสดที่ครบถ้วนชัดเจน เพื่อความแม่นยำในการวางแผนและการบริหารเงินสด
- (๒) แยกบัญชีรายรับ-รายจ่ายระหว่างเรื่องส่วนตัวและธุรกิจ เพื่อให้สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายของธุรกิจได้ถูกต้อง
- (๓) หลีกเลี่ยงการสร้างภาระหนี้สินโดยเฉพาะการพึ่งพาแหล่งเงินทุนนอกระบบ
- (๔) ไม่นำเงินกู้หรือวงเงินของกิจการไปใช้ในเรื่องส่วนตัวหรือใช้ในกิจการอื่น
- (๕) รักษาเครดิตหรือความน่าเชื่อถือทางการค้า โดยไม่ผิดนัดชำระเงินหรือมีปัญหาการเบิก-จ่ายเช็ค
- (๖) สั่งซื้อวัตถุดิบให้เพียงพอและมีปริมาณเหมาะสมกับจำนวนสินค้าที่วางแผนผลิต ไม่ควรสั่งซื้อวัตถุดิบจำนวนมากมาเก็บไว้ เพราะจะทำให้เสียเงินสดที่จะนำไปใช้เป็นเงินหมุนเวียนในธุรกิจ



## ๕. การบริหารจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### ๒) การทำบัญชี

ควรทำบัญชีอย่างเป็นขั้นตอนและมีกระบวนการเพื่อให้บัญชีถูกต้องเข้าใจง่าย เป็นระเบียบเรียบร้อยสะดวกต่อการค้นหาและตรวจสอบ โดยเมื่อมีรายการทางบัญชีเกิดขึ้นให้บันทึกไว้ในบัญชีคู่ด้วยสมุดรายวันสมุดแยกประเภทและทำงบการเงิน ดังนี้

#### (๑) งบการเงิน

๑. งบดุล
๒. งบกำไรขาดทุน
๓. งบกระแสเงินสด



## ๕. การบริหารจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### (๑) งบการเงิน

๑. งบดุล เป็นรายการแสดงสถานภาพทางการเงินของกิจการ โดยมีรายละเอียดแสดงสินทรัพย์ทั้งสินทรัพย์หมุนเวียนและสินทรัพย์ถาวร ภาระหนี้สิน และส่วนทุนของเจ้าของกิจการ

**ตัวอย่างบัญชีงบดุล**  
บริษัท จำรายเจริญ จำกัด  
ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 (1 หน่วย : บาท)

สินทรัพย์		หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น	
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>		<b>หนี้สินหมุนเวียน</b>	
เงินสด	100,000	เจ้าหนี้การค้า	13,000
ลูกหนี้	50,000	เงินกู้ระยะสั้น	14,000
สินค้าคงคลัง	45,000	เงินกู้ระยะยาว	90,000
<b>สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>		<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์	900,000	เงินเพิ่มทุน	400,000
หัก ค่าเสื่อมราคา	<u>90,000</u>	บวก กำไรสะสม	20,500
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ สุทธิ	810,000		420,500
<b>สินทรัพย์รวม</b>	<b><u>1,005,000</u></b>	หัก ถอนใช้ส่วนตัว	<u>100,000</u>
		<b>หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้นรวม</b>	<b><u>437,500</u></b>

สมการงบดุล สินทรัพย์ = หนี้สิน + ส่วนทุนของผู้ถือหุ้น



## ๕. การบริหารจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### (๑) งบการเงิน

๒. งบกำไรขาดทุน เป็นงบที่แสดงผลกำไรหรือการขาดทุน และค่าใช้จ่ายจากการดำเนินกิจการในช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วย รายได้จากการขาย ต้นทุนขาย และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ซึ่งแสดงในรูปแบบการ ดังนี้

#### ตัวอย่างงบกำไรขาดทุน

บริษัท ร่ำรวยเจริญ จำกัด  
สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 (1 หน่วย : บาท)

<b>รายได้</b>		
ขาย	600,000	
หัก ต้นทุน	<u>35,000</u>	565,000
<b>ค่าใช้จ่าย</b>		
ค่าดำเนินการ	20,000	
ค่าเสื่อมราคา	10,000	
ดอกเบี้ย	5,000	
หักภาษีเงินได้	<u>3,500</u>	38,500
<b>กำไรสุทธิ</b>		<u>527,500</u>

รายได้ - ค่าใช้จ่าย = กำไรสุทธิ (ขาดทุนสุทธิ)



## ๕. การบริหารจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### (๑) งบการเงิน

๓. งบกระแสเงินสด เป็นงบแสดงข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสดในรอบระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง เพื่อบอกให้ทราบจำนวนเงินสดที่จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ งบกระแสเงินสดสามารถแสดงในรูปแบบการได้ ดังนี้

กระแสเงินสดจากกำไร + เงินสดจากแหล่งอื่น - การใช้จ่ายของเงินสด = การเปลี่ยนแปลงในเงินสด

#### ตัวอย่างงบกระแสเงินสด

บริษัท ร่ำรวยเจริญ จำกัด สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2562 (1 หน่วย : บาท)		
<b>กระแสเงินสดจากการดำเนินการ</b>		
เงินสดรับจากการขายสินค้า	600,000	
ปรับปรุงด้วย		
ค่าเสื่อมราคา	10,000	
ค่าน้ำ ค่าไฟ	10,000	
ค่าเช่า	75,000	
ค่าโฆษณา	<u>150,000</u>	355,000
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน</b>		
เงินสดจ่ายค่าเครื่องใช้สำนักงาน	50,000	
เงินสดจ่ายซื้อเครื่องจักรเพิ่ม	<u>100,000</u>	(150,000)
<b>กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดการเงินทุน</b>		
เงินสดจ่ายปันผล	20,000	
ดอกเบี้ยจ่าย	<u>10,000</u>	(30,000)
ดอกเบี้ยรับ		<u>50,000</u>
<b>เงินเหลือปลายงวด</b>		<b>225,000</b>





## ๕. การบริหารจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### ๓) การวิเคราะห์งบการเงินเบื้องต้น

มีหลักการ ดังนี้

- (๑) เมื่อธุรกิจมีกำไรน้อย ตัดหรือลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นหรือค่าใช้จ่ายที่สูงมากเกินไป เพื่อให้มีกำไรเพิ่มขึ้น
- (๒) หากรายได้จากการขายลดลง ลดจำนวนสินค้าคงเหลือลงและหาทางลดต้นทุนสินค้า
- (๓) ถ้าต้องการดูสภาพคล่องทางการเงิน หรือความสามารถในการชำระหนี้สิน สามารถทำได้โดยใช้การหาอัตราส่วนจากสินทรัพย์หมุนเวียน หนี้สินหมุนเวียน โดยถ้าอัตราส่วนที่ได้สูงกว่าหนึ่งก็แสดงว่าธุรกิจมีสภาพคล่องและมีความสามารถในการชำระหนี้สูง



## ๕. การบริหารจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### ๕.๒) การตลาด

การตลาดเป็นสิ่งที่ช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ การบริหารจัดการด้านการตลาดของธุรกิจ ควรดำเนินการในเรื่องต่อไปนี้

- ๑) สินค้าหรือบริการ
- ๒) การกำหนดราคา
- ๓) ช่องทางการจำหน่าย



## ๕. การบริหารจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### ๑) สินค้าหรือบริการ

ผู้ประกอบการควรสร้างสินค้าหรือบริการที่มีความแตกต่างและมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง มีความแปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร มีการเลือกใช้วัตถุดิบและกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ มีการออกแบบที่สามารถนำไปใช้งานได้สะดวก มีรูปลักษณ์ที่สะดุดตาดึงดูดใจลูกค้า ให้องการซื้อ นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรสร้างตราสินค้า และใช้บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม เพื่อให้เป็นลักษณะเฉพาะของสินค้า



▶ สินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์อย่างหลากหลายเพื่อดึงดูดใจลูกค้า



## ๕. การบริหารจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### ๒) การกำหนดราคา

ราคาของสินค้ามีผลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภค เพราะการตั้งราคาที่สูงเกินไปก็จะมีผู้ซื้อ และหากตั้งราคาต่ำเกินไป ผู้บริโภคอาจคิดว่าสินค้าไม่มีคุณภาพ การกำหนดราคาสินค้าจึงมีส่วนสำคัญในการทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ การกำหนดราคาสินค้าขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ประเภทของสินค้า ความรุนแรงของการแข่งขัน ราคาของสินค้า ผู้นำตลาด ความคาดหวังของกิจการ นอกจากนี้การตั้งราคาสินค้าสามารถทำได้หลายวิธี



## ๕. การบริหารจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### ๓) ช่องทางการจัดจำหน่าย

การเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายให้เหมาะสมกับสินค้า มีส่วนสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จซึ่งควรใช้เกณฑ์พิจารณา ดังนี้

๑. ลูกค้า ผู้ประกอบการควรพิจารณาว่าลูกค้าที่จะซื้อสินค้าหรือบริการเป็นใคร อยู่ที่ใด และมีวิธีการเลือกซื้อสินค้าอย่างไร
๒. สินค้าและบริการ ต้องเลือกช่องทางที่เหมาะสมกับตัวสินค้าหรือบริการ โดยคำนึงถึงวันหมดอายุของสินค้า การเสื่อมคุณภาพ การขนส่ง และเหมาะสมกับภาพลักษณ์ของสินค้า



## ๕. การบริหารจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### ๓) ช่องทางการจัดจำหน่าย (ต่อ)

๓. คู่แข่ง ต้องพิจารณาว่าคู่แข่งวางจำหน่ายสินค้าช่องทางใดและจำหน่ายสินค้าได้ดี เพื่อลดความเสี่ยงในการวางจำหน่ายสินค้า

ช่องทางการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ ควรเลือกให้เหมาะสมกับสินค้าหรือบริการ การเลือกช่องทางจัดจำหน่ายผ่านหน้าร้าน ควรเลือกที่ตั้งที่ดี โดยพิจารณาจากปัจจัยต่อไปนี้

- ในบริเวณนั้นมีกิจการที่เป็นธุรกิจประเภทเดียวกันมากน้อยเพียงใด
- เลือกฝั่งถนนหรือช่วงถนนที่มีความคึกคักหรือใกล้ชุมชน
- การเดินทางมายังร้านมีความสะดวกหรือไม่
- สิ่งแวดล้อมหรือธุรกิจที่อยู่ข้างเคียงเหมาะสมกับกิจการที่ต้องการทำหรือไม่
- การเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ตั้งและสิ่งแวดล้อมในอนาคต



## ๕. การบริหารจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### ๔) การส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการขายหรือการทำโปรโมชั่น จะช่วยให้ยอดขายของสินค้าหรือบริการดีขึ้น  
การจัดทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขายที่เป็นการสื่อสารตรงไปยังลูกค้าเป้าหมายจะช่วยเพิ่มรายได้กับกิจการ



## ๕. การบริหารจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### ๕.๓ การวางแผนและบริหารความเสี่ยงด้วยการทำประกันภัย

ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา ๘๖๑ บัญญัติไว้ว่า “อันว่าสัญญาประกันภัยนั้น คือ สัญญาซึ่งบุคคลหนึ่งตกลงและชดเชยค่าสินไหมทดแทนหรือเงินจำนวนหนึ่งให้ในกรณีวินาศภัย หากมีขึ้นหรือเหตุอย่างอื่นในอนาคตดังได้ระบุไว้ในสัญญา และในการนี้ บุคคลอีกคนหนึ่งตกลงจะส่งเงินซึ่งเรียกว่า เบี้ยประกันให้ ”

การทำประกันภัยจะช่วยลดความเสี่ยงและบรรเทาความเดือดร้อนของชีวิตและทรัพย์สินเมื่อเกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้นในการทำธุรกิจ

๑) องค์ประกอบของการประกันภัย

๒) การประกันภัยที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม





## ๕. การบริหารจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### ๑) องค์ประกอบของการประกันภัย

องค์ประกอบของการประกันภัย มีดังนี้

- (๑) ผู้เอาประกัน คือ ผู้ที่ตกลงจ่ายค่าเบี้ยประกันให้ผู้รับประกันภัยหรือบริษัทประกันภัย
- (๒) ผู้รับประกัน คือ ผู้ที่ตกลงจ่ายค่าสินไหมทดแทนให้แก่ผู้รับประกันภัยเมื่อเกิดภัยขึ้น ตามที่ได้ตกลงกันไว้
- (๓) ผู้รับประกันภัย คือ ผู้ที่มีสิทธิได้รับค่าสินไหมทดแทนเมื่อเกิดภัยขึ้นตามสัญญา
- (๔) ธรรมเนียมประกันภัย คือ สัญญาที่บริษัทประกันภัยออกให้ผู้เอาประกัน โดยระบุเงื่อนไขต่าง ๆ เกี่ยวกับการรับประกันภัย
- (๕) เบี้ยประกัน คือ จำนวนเงินที่ผู้เอาประกันตกลงจ่ายให้แก่ผู้รับประกันตามธรรมเนียมประกันภัย
- (๖) ค่าสินไหมทดแทน คือ จำนวนเงินที่ผู้รับประกันตกลงจ่ายให้แก่ผู้รับประกันภัยเมื่อมีภัยหรือความเสียหายเกิดขึ้น



## ๕. การบริหารจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### ๒) การประกันภัยที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(๑) การประกันวินาศภัย แบ่งได้ ๔ ประเภท ดังนี้

๑. การประกันอัคคีภัย
๒. การประกันภัยรถยนต์
๓. การประกันภัยทางทะเลและขนส่ง
๔. การประกันภัยเบ็ดเตล็ด



## ๕. การบริหารจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### ๕.๔ การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต้องมีการบริหารทรัพยากรบุคคล เพื่อให้ธุรกิจสามารถขยายกิจการและดำเนินการอย่างราบรื่น โดยมีแนวทาง ดังนี้

#### ๑) จัดการบุคลากรให้เหมาะสมกับงาน

โดยวิเคราะห์งาน วิเคราะห์ความรู้ ความสามารถของบุคลากรในหน่วยงาน แล้วจัดแบ่งภาระหน้าที่ให้เหมาะสม เพื่อที่จะได้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานและได้ผลงานที่มีคุณภาพ



## ๕. การบริหารจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### ๒) พัฒนาความรู้ ความสามารถของบุคลากร

โดยจัดฝึกอบรมสัมมนาเพิ่มเติมความรู้ใหม่ ๆ และเปิดโอกาสให้บุคลากรได้ฝึกฝน การปฏิบัติงานให้เกิดทักษะความชำนาญ สามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง

### ๓) สร้างแรงจูงใจในการทำงาน

เพื่อให้บุคลากรมีทัศนคติที่ดีต่อการทำงาน มีความกระตือรือร้นมุ่งมั่นในการทำงานให้สำเร็จ และพัฒนาการทำงานให้ดียิ่งขึ้น โดยอาจให้รางวัลในรูปแบบของค่าตอบแทน เช่น เงินเดือน ค่าล่วงเวลา โบนัส เบี้ยขยัน หรือให้รางวัลด้วยการยกย่องชมเชย เลื่อนตำแหน่ง จัดเลี้ยงสังสรรค์ประจำปี จัดโปรแกรมท่องเที่ยวต่างจังหวัด