



การจัดการธุรกิจขนาดย่อม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นภนทร์ หอมสุด

ตำราเล่มนี้ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนวิจัยและสร้างสรรค์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

คำนำ

“ธุรกิจขนาดย่อม (small business)” หมายถึง ธุรกิจขนาดเล็กที่ก่อตั้งและดำเนินการโดยเจ้าของคนเดียว หรือเพียงไม่กี่คน ความเป็นอิสระในการบริหารกิจการ โดยไม่ขึ้นกับใคร ตอบสนองเป้าหมายส่วนตัวของเจ้าของกิจการและรวมเป้าหมายด้านกำไรเอาไว้ด้วยกัน ทั้งนี้ ธุรกิจขนาดย่อมมีประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังช่วยให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม ซึ่งเริ่มต้นมาจากการสร้างประโยชน์และความพึงพอใจให้กับตัวผู้ประกอบการเอง

ตำรา การจัดการธุรกิจขนาดย่อมเล่มนี้มุ่งหวังให้นักศึกษาระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และผู้ที่สนใจในการจัดการธุรกิจขนาดย่อม มีความรู้ความเข้าใจในหลักการของการจัดการธุรกิจขนาดย่อม สามารถใช้เป็นแหล่งแสวงหาความรู้ หรือหนังสืออ้างอิงในการปฏิบัติงานจริงในการจัดการธุรกิจขนาดย่อมได้

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ คณบดีคณะวิทยาการจัดการ ที่ได้สนับสนุนการจัดทำตำราเล่มนี้เสมอมา ขอขอบพระคุณ อาจารย์พลชัย เพชรปลอด ที่ได้ให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการผลิตตำราเล่มนี้ ขอขอบคุณ คุณสุนิสา วงศ์ประทุม ที่ช่วยจัดรูปเล่มและพิสูจน์อักษรให้ตำราเล่มนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ตำราเล่มนี้จะเกิดขึ้นไม่ได้ หากไม่ได้รับทุนในการจัดพิมพ์จากโครงการผลิตตำราและหนังสือ ภายใต้กองทุนวิจัยและสร้างสรรค์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

นภานนท์ หอมสุต

สิงหาคม 2559

สารบัญ

บทที่ 1 ความหมายของธุรกิจขนาดย่อม.....	1
ความหมายของธุรกิจขนาดย่อม.....	2
ประโยชน์ของธุรกิจขนาดย่อม.....	9
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความล้มเหลวของธุรกิจขนาดย่อม.....	12
หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดย่อม.....	14
สรุป.....	16
คำถามท้ายบท.....	17
บทที่ 2 การจัดตั้งธุรกิจขนาดย่อม.....	19
รูปแบบของธุรกิจขนาดย่อม.....	20
ธุรกิจแบบเจ้าของรายเดียว.....	21
ธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วน.....	22
ธุรกิจแบบบริษัทจำกัด.....	24
แฟรนไชส์ (Franchise).....	26
สรุป.....	29
คำถามท้ายบท.....	30
บทที่ 3 ผู้ประกอบการ.....	31
ใครคือผู้ประกอบการ.....	32
คุณสมบัติของผู้ประกอบการ.....	32
การพัฒนาตนเองสู่ความเป็นผู้ประกอบการ.....	34
แนวคิดการเริ่มต้นธุรกิจ.....	36
การลงทุน.....	41
การระดมทุนจากมวลชน.....	42
สรุป.....	45
คำถามท้ายบท.....	46
บทที่ 4 การจัดองค์กร.....	47
รูปแบบการจัดตั้งองค์กร.....	48
การแบ่งแยกหน้าที่และบทบาทของฝ่ายงานต่าง ๆ.....	53
การเลือกทำเลที่ตั้งสำนักงาน.....	54

สารบัญ (ต่อ)

สรุป.....	59
คำถามท้ายบท.....	60
บทที่ 5 แผนธุรกิจ	61
ความหมายของแผนธุรกิจ	62
ความสำคัญและประโยชน์ของแผนธุรกิจ.....	63
โครงสร้างและองค์ประกอบของแผนธุรกิจ.....	64
การกำหนดวัตถุประสงค์ และการประเมินผล.....	66
การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ	67
องค์ประกอบในเนื้อหาแผนธุรกิจ.....	69
แผนธุรกิจหน้าเดียว.....	71
สรุป.....	73
คำถามท้ายบท.....	74
บทที่ 6 การผลิตและการจัดการผลิตภัณฑ์	75
ความหมายของผลิตภัณฑ์	76
ประเภทของผลิตภัณฑ์	76
วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle).....	78
วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด	80
ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่.....	82
การออกแบบบรรจุภัณฑ์	84
ลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญา.....	85
สรุป.....	89
คำถามท้ายบท.....	90
บทที่ 7 การตลาดสำหรับธุรกิจขนาดย่อม	91
ความหมายของการตลาด.....	92
ส่วนประสมทางการตลาด.....	93
กลยุทธ์ด้านราคา.....	94
การแบ่งส่วนตลาด.....	96
กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย.....	98
กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด.....	100

สารบัญ (ต่อ)

การตลาดออนไลน์.....	102
หลักการตลาดด้วยเครือข่ายสังคมออนไลน์.....	104
สรุป.....	107
คำถามท้ายบท.....	108
บทที่ 8 บัญชีการเงินและภาษี.....	109
การบัญชี (Accounting).....	110
หน้าที่การจัดทำบัญชีตามกฎหมาย.....	111
งบการเงิน (Financial Statement).....	112
บัญชีบริหาร.....	113
ภาษีสำหรับธุรกิจขนาดย่อม.....	116
สรุป.....	119
คำถามท้ายบท.....	120
บทที่ 9 การจัดการวัสดุและสินค้าคงคลัง.....	121
ความหมายของวัสดุ วัสดุคงคลัง และสินค้าคงคลัง.....	122
การจัดการวัสดุ.....	122
การจัดการสินค้าคงคลัง.....	124
การจัดการคลังสินค้า.....	125
การจัดการเอกสารในคลังสินค้า.....	127
สรุป.....	129
คำถามท้ายบท.....	130
บทที่ 10 การจัดการทรัพยากรมนุษย์.....	131
แนวคิดในการจัดการทรัพยากรมนุษย์.....	132
การวางแผน (Planning).....	132
การสรรหา (Recruitment).....	134
การคัดเลือก (Selection).....	135
การจูงใจ (Motivation).....	136
การฝึกอบรม (Training).....	138
การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Appraisal).....	140
ค่าตอบแทน.....	141

สารบัญ (ต่อ)

สรุป	143
คำถามท้ายบท	144