

ธุรกิจ ส่วนตัว คุณทำได้

- เศรษฐกิจฟื้นตัว
- รัฐบาลสนับสนุน
- ต้นทุนการเงินต่ำ

หากคุณคิดเริ่มต้น...ตอนนี้คือ **โอกาส**

โสภณ ต่านศิริกุล

ธุรกิจส่วนตัว...คุณทำได้

โสภณ ด้านศิริกุล

ISBN 974-9105-61-3

ราคา 120 บาท

พิมพ์ครั้งแรก มีนาคม 2546

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

โสภณ ด้านศิริกุล

ธุรกิจส่วนตัว...คุณทำได้

กรุงเทพฯ ส.เอเชียเพรส, 2546

208 หน้า

จัดทำโดย : โสภณ ด้านศิริกุล

14 ซ.วัฒมนวงศ์ ถ.ราชปรารภ แขวงมักกะสัน

เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400 โทร 0-2251-9055

Email: kumpeehoon@se-ed.net

พิมพ์ที่ : บริษัท ส.เอเชีย เพรส (1989) จำกัด

โทร. 0-2732-3101

จัดจำหน่ายโดย : บริษัท ซี.เอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)

อาคารเนชั่นทาวเวอร์ ชั้นที่ 19

เลขที่ 46/87-90 ถ.บางนา-ตราด แขวงบางนา

เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260

โทร. 0-2325-1111, 0-2751-5888

โทรสาร 0-2751-5051

คำนำ

เมื่อประมาณสิบกว่าปีที่แล้ว หากมีใครไปถามเด็กๆ ว่า โตขึ้นหนูอยากเป็นอะไร เด็กประมาณครึ่งหนึ่งจะบอกว่าอยากเป็นคนหมอบ้างก็อยากเป็นนายตำรวจ นายอำเภอ ทหาร หรือนางพยาบาล นั่นคือความฝันของเด็กๆ ที่ไม่มีเรื่องของความเป็นจริงในทางเศรษฐกิจมาเกี่ยวข้อง เพราะพอเด็กเหล่านี้โตเป็นผู้ใหญ่ในปัจจุบัน ถ้าถามว่าอยากทำอะไร คำตอบเกือบทั้งหมด คงเป็น “ทำอะไรก็ได้ที่ได้เงินเยอะๆ” ความฝันแบบเด็กๆ ก็โตขึ้นมาตามวัย เป็นความฝันแบบผู้ใหญ่ ฝันที่อยากจะมีเงินเยอะๆ เป็นที่นับหน้าถือตา

ออกจากโลกแห่งความฝันมาสู่โลกแห่งความจริง ที่คนส่วนใหญ่พอจบการศึกษา ก็เริ่มทำงาน, ทำงาน และทำงาน ตัวผมเองก็จบการศึกษามาหลายปี ทุกๆ ปีที่นัดเจอกับเพื่อนเก่า ก็เห็นความก้าวหน้าของแต่ละคน คนที่เรียนดีหน่อยก็เริ่มทำงานที่ดีกว่า แต่พอเวลาผ่านไป ผ่านไป กลับเห็นว่าเพื่อนที่เรียนไม่เด่นนัก กลายเป็นอาสาสมัคร เป็นกรรมการผู้จัดการ (คาดว่าบริษัทส่วนตัว) ร่ำรวยกันไปหมด จนบางคนตั้งคำถามว่า “การที่เราตั้งใจเรียน และขยันทำงานกันเต็มที่แต่ไม่รวยนัก มันมีอะไรที่ผิดพลาดหรือ” คำปลอบใจที่มักจะได้รับฟังก็คือ “อย่าไปเปรียบเทียบกับคนอื่น เราแต่ละคนมันมีโอกาสไม่เท่ากัน” สาธุ!

แวบแรกที่ได้ยิน ก็รู้ได้ทันทีว่า คำตอบแรกก็คือ **ความคิด** จริงๆ อยู่ว่าโอกาสของคนนั้นไม่เหมือนกัน แต่ในความเป็นจริง โอกาสก็เหมือนกับอากาศ ซึ่งแน่นอนว่าอากาศในเมือง และอากาศในต่างจังหวัดนั้นไม่เหมือนกัน แต่ทุกคนก็มีอากาศที่ละเอียดเหมือนกัน โอกาสก็เช่นเดียวกัน แม้แต่ของที่แต่ละแห่งจะมีโอกาสไม่เหมือนกัน แต่โอกาสนั้นเมื่ออยู่มากมายรอบๆ ตัวเราโดยที่เราไม่รู้ตัว คุณลองหายใจเข้าลึกๆ เพื่อสัมผัสกับอากาศที่คุณไม่เคยรู้สึกว่ามันมีตัวตน แล้วคุณจะรู้สึกสดชื่น หลังจากนั้น ลองเดินออกไปนอกบ้านไปดูคนเขาประกอบอาชีพกันหลากหลาย เพื่อมองดูโอกาสที่อยู่รอบตัวคุณดู แล้วคุณจะเริ่มรู้ว่าโอกาสนั้นมีอยู่ทุกหนแห่งจริงๆ

ในกรณีที่ต้องการซื้อเป็นจำนวนมาก เพื่อใช้ในการสอน การฝึกอบรม การส่งเสริมการขาย หรือเป็นของขวัญพิเศษ เป็นต้น กรุณาติดต่อสอบถามราคาพิเศษได้ที่ฝ่ายขาย บริษัท ซี.เอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)

ในโลกยุคปัจจุบันนี้ ความฝันของหลายๆ คนก็คือการที่จะมีธุรกิจส่วนตัวสักอย่าง เพราะความรู้สึกที่ว่า การเป็นเจ้าของธุรกิจนั้นมันแท้ มันอิสระ และมีความสุขเพราะได้ทำอะไรที่เรารัก ยิ่งไปกว่านั้นหากโชคดี จังหวะดีก็อาจจะรวยขึ้นมาได้ แต่ในความเป็นจริงมีเพียงคนส่วนหนึ่งเท่านั้นที่ติด ได้เริ่มทำธุรกิจส่วนตัวจริงๆ ดังนั้นคำตอบที่สองของความผิดพลาดนอกจากความคิดในเรื่องการมองโอกาสแล้วคือ **ความมั่นใจ** เพราะเพื่อนผมที่มีความคิดดีๆ มองเห็นโอกาส แต่ก็ไม่ได้เริ่มทำธุรกิจอะไรจริงๆ ลักที่ มัวแต่รอให้ทุกอย่างมันพร้อม

ในขณะที่ความเป็นจริง ผมสามารถฟันธงได้เลยว่า ในช่วงเวลานี้เป็นโอกาสที่ดีมากที่สุดในรอบสิบปี ที่จะเริ่มทำธุรกิจส่วนตัว หรือที่เราเรียกกันว่า ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SME) เพราะตอนนี้รัฐบาลก็ให้การสนับสนุนเต็มที่ ทั้งการปรับภาษี เงินทุนต่างๆ และสิทธิพิเศษต่างๆ สภาวะเศรษฐกิจก็ส่งสัญญาณการฟื้นตัวที่เด่นชัด การค้าการขายและกำลังซื้อก็ดีขึ้นเรื่อยๆ ในขณะที่วัตถุดิบหรือสินทรัพย์ต่างๆ ยังมีราคาไม่แพงนัก หากว่าคุณหรือใครก็ตามที่มีความสนใจอยากเริ่มทำธุรกิจส่วนตัวอยู่ พลาดโอกาสนี้ไป ผมว่ามันน่าเสียดายอย่างมาก

ดังนั้นเพราะความที่ไม่อยากให้หลายๆ คนพลาดโอกาสดีๆ นี้ไป ผมจึงพยายามเรียบเรียงหนังสือเล่มนี้ขึ้นมา โดยหวังว่าจะมีส่วนช่วยผลักดันความกล้าสร้างความมุ่งมั่น และเสริมความรู้ในการเริ่มต้นธุรกิจให้กับหลายๆ คนได้ หนังสือเล่มนี้จะแบ่งเป็น 11 บทโดย

บทที่ 1 จะเป็นการจุดประกายว่า นักธุรกิจขนาดใหญ่ในปัจจุบันส่วนใหญ่ก็เริ่มมาจากธุรกิจขนาดเล็กมาก่อน และหากพวกเขาทำได้ คุณก็ทำได้

บทที่ 2 จะบอกให้ทราบว่า อะไรเป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจสำเร็จหรือล้มเหลว และการมองหาและขีดเส้นโอกาสจะทำอย่างไร

บทที่ 3 เริ่มเข้าไปในส่วนของความจริงมากขึ้น โดยจะเสนอรูปแบบการเริ่มธุรกิจว่าจะทำแบบใดได้บ้าง และมีข้อดีข้อเสียอย่างไร

บทที่ 4 เป็นส่วนของข้อกฎหมาย ว่าการเริ่มทำธุรกิจต้องจดทะเบียนห้างหรือบริษัทอะไร อย่างไร

บทที่ 5 กล่าวถึงทฤษฎีทางการตลาด ที่จะมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนธุรกิจของคุณ เพราะหากเรามีแผนการตลาดที่ดี โอกาสที่จะสำเร็จก็จะมีเพิ่มขึ้น

บทที่ 6 เป็นเรื่องหนึ่งของการตลาด ซึ่งจะกล่าวถึงการเลือกทำเล เพราะธุรกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่จะเป็นการขายอะไรสักอย่าง ซึ่งทำเลถือเป็นหัวใจที่สำคัญมากที่สุดอย่างหนึ่ง

บทที่ 7 กล่าวถึงการวางระบบบัญชีและการบริหารการเงินที่จะทำให้ธุรกิจดำเนินไปได้โดยไม่ติดขัด

บทที่ 8 เป็นเรื่องของการทำแฟรนไชส์ว่า จะมีหลักในการเลือกอย่างไร

บทที่ 9 จะเป็นการแนะนำธุรกิจขนาดย่อมที่เป็นที่นิยม คือ ธุรกิจส่งออก และธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

บทที่ 10 จะยกตัวอย่างนักธุรกิจ ที่เริ่มต้นจากไม่มีอะไร และมาทำธุรกิจในเรื่องที่ไม่มีใครอยากทำ จนประสบความสำเร็จเป็นเศรษฐิกิจร้อยล้าน เพื่อแสดงให้เห็นผู้อ่านทราบว่า ไม่มีอะไรที่เป็นไปไม่ได้

บทสุดท้าย จะเป็นขั้นตอนของการทำแผนธุรกิจ ซึ่งเมื่อคุณได้เริ่มธุรกิจขึ้นมาจริงๆ แล้ว คุณอาจจะต้องทำแผนธุรกิจเพื่อเป็นแนวทาง หรือเป็นเอกสารในการหาเงินทุนต่อไป

โดยหนังสือเล่มนี้จะเป็นเพียงจุดเริ่มต้นเล็กๆ ในการทำธุรกิจ เพราะสิ่งที่ผู้อ่านที่อยากเริ่มทำธุรกิจจริงๆ ต้องทำต่อคือการปฏิบัติ โดยส่วนสำคัญต่อมาคือข้อมูล ซึ่งอาจจะหาได้จากหน้าหนังสือพิมพ์ หน่วยงานรัฐบาลและเอกชนต่าง (ในภาคผนวก)

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนอยากจะขอบคุณผู้ที่มีส่วนช่วยให้หนังสือเล่มนี้สำเร็จได้ด้วยดี โดยเฉพาะ บ.เอสเอ็มอี เซ็นเตอร์ที่สนับสนุนข้อมูลทั้งหมด กำลังใจจากผู้ร่วมงานทุกคน และบริษัท ส.เอเซียเพรสที่ผลิตหนังสือคุณภาพดีๆ ออกมา ผู้เขียนหวังว่าจะได้ เห็นบริษัทใหม่ๆ เกิดขึ้นมาและเติบโตไปกับเศรษฐกิจไทยอย่างมั่นคง

สารบัญ

บทที่ 1	ธุรกิจส่วนตัว...คุณทำได้	2
	ทำไมต้องธุรกิจส่วนตัว	3
	โอกาสมาถึงแล้ว	6
	เพียงแค่คิดก็ถอยทัพ	10
	เขาทำได้..คุณก็ทำได้	14
บทที่ 2	เรียนรู้การสร้างโอกาส	20
	ลักษณะของคนที่จะทำธุรกิจ	21
	ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจขนาดย่อม	24
	ปัจจัยแห่งความล้มเหลวของธุรกิจขนาดย่อม	27
	ประเภทของธุรกิจขนาดย่อม	29
	โอกาสทางธุรกิจ	30
	แหล่งความคิดดีๆ ในการลงทุน	31
บทที่ 3	รูปแบบการนำธุรกิจ	42
	ธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาใหม่	43
	ธุรกิจที่ซื้อต่อมาจากผู้อื่น	50
	ขยายธุรกิจครอบครัว	57
	ธุรกิจการรับสิทธิทางการค้า	61
บทที่ 4	รูปแบบการจดทะเบียนธุรกิจ	68
	ธุรกิจเจ้าของคนเดียว	69

	ห้างหุ้นส่วน	72
	การจัดตั้งห้างหุ้นส่วน	76
	บริษัทจำกัด	77
	การจัดตั้งบริษัทจำกัด	82
บทที่ 5	เพิ่มโอกาสสำเร็จ ด้วยแผนการตลาด	86
	ตลาดของเราเป็นไง	90
	การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า	94
	การวางแผนการตลาดโดยใช้ 4P	96
บทที่ 6	ทำเลคือหัวใจ	102
	การเลือกทำเลที่ตั้งและการวางแผนผังของธุรกิจขนาดย่อม ..	102
	ประเภทของทำเลที่ตั้ง	108
	การซื้อหรือการเช่า	113
	การวางแผนผังของธุรกิจค้าปลีก	116
บทที่ 7	วางระบบบัญชี และเรียนรู้การเงิน	120
	การวางระบบบัญชี	121
	ขั้นตอนการจัดทำบัญชี	123
	การจัดการการเงิน	125
	การจัดหาเงินทุนในการดำเนินงาน	126
	แหล่งเงินทุนธุรกิจขนาดย่อม	129
บทที่ 8	แฟรนไชส์...ง่ายสำหรับคุณ	140
	วิธีการทำแฟรนไชส์	140

	ใครเหมาะกับการธุรกิจแฟรนไชส์	141
	ธุรกิจที่เหมาะสมจะซื้อแฟรนไชส์	142
	ปัจจัยความสำเร็จของแฟรนไชส์	143
	สิ่งที่ต้องพิจารณาในการตกลงทำแฟรนไชส์	144
	ตัวอย่างนักธุรกิจแฟรนไชส์	149
บทที่ 9	ทำธุรกิจส่งออก และธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต	154
	ธุรกิจการส่งออก-นำเข้า	154
	ข้อมูลสำหรับมือใหม่ที่ทำธุรกิจส่งออก	155
	สินเชื่อสำหรับผู้ส่งออก	158
	ธุรกิจ E-Commerce	159
	เริ่มต้นธุรกิจ E-Commerce อย่างไร	161
	ตัวอย่าง E-Commerce	163
บทที่ 10	ตัวอย่างความสำเร็จ : วงษ์พาณิชย์	166
	ลักษณะธุรกิจ บ.วงษ์พาณิชย์	166
	ที่มาที่ไป วงษ์พาณิชย์	167
	การค้นหาช่องทางธุรกิจ ช่องว่างที่ผู้อื่นมองข้าม	169
	คุณสมไทย วงษ์เจริญ กับ วงษ์พาณิชย์ ในวันนี้	172
บทที่ 11	แผนธุรกิจ	176
	องค์ประกอบของแผนงานธุรกิจ	177
ภาคผนวก	1 หน่วยงานที่ให้คำแนะนำ บริษัทฯ แก้ปัญหา	195
ภาคผนวก	2 บันทึกสรุป	198

ความสำเร็จ

คือการประสบความสำเร็จ

ครั้งแล้วครั้งเล่า

โดยไม่สูญเสียความกระตือรือร้น

บทที่ 1

ธุรกิจส่วนตัว...คุณทำได้

ใน ปี 2545 ได้มีการทำสำรวจว่าอาชีพใดที่คนไทยอยากทำมากที่สุด และผลที่สำรวจได้ก็มีความน่าสนใจอยู่ว่า อาชีพที่คนไทยอยากทำมากที่สุดในยุคโลกาภิวัตน์ ไม่ใช่หมอ ไม่ใช่วิศวกร ไม่ใช่ธนาคารเงิน หรือนักการตลาด แต่เป็นอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว

ในขณะที่นั่งฟังผลสำรวจ ผมเองกำลังขับรถไปทำงาน (บริษัท) ตอน 7 โมงเช้า พอได้ฟังผลสำรวจผมเองก็นั่งอมยิ้ม เพราะคิดในใจว่า “ไม่ใช่แค่เราคนเดียวที่มีความคิดแบบนี้” แล้วทำไมคนรุ่นใหม่จึงอยากที่จะมีกิจการส่วนตัวกันน่ะนะ มองๆ ดูไปเหตุผลคงมีมากมายล้านแปด ยิ่งคนที่เพิ่งจบใหม่ๆ ไฟในตัวจะแรงมาก ความกล้าที่จะทำที่จะเสี่ยงสูง คนรุ่นเก่าที่มีประสบการณ์ทำงานหลายๆ หลายๆ คนก็เมื่อกับการแข่งขันที่ไม่ค่อยจะยุติธรรมในบริษัท (ความมอยุติธรรมเป็นธรรมดาของโลก โปรดอย่าคิดมาก)

หรือคนที่ทำงานมาล้ากพักแต่ก็ยังไม่ได้งานที่ถูกต้องใจ คนเหล่านี้ในประเทศไทยตอนนี้มีอยู่จำนวนมาก ในจำนวนนี้มากกว่าครึ่งจะเป็นกลุ่ม “กำลังดูลู่ทาง” ดูกันไปจนเกษียณ แต่อีกกลุ่มที่เชื่อมั่นในตนเองก็จะ กล้าที่จะเริ่มต้น และได้มีธุรกิจส่วนตัวกัน

แล้วการทำธุรกิจส่วนตัวมันมีความน่าสนใจเพียงนั้นเลยหรือ ทำไมใครๆ ก็อยากจะมีธุรกิจส่วนตัวของตัวเอง เดี่ยวผมจะเล่าให้ฟังอย่างเป็นทางการที่ได้พูดคุยกับเพื่อนๆ หลายๆ คน

ทำไมต้องธุรกิจส่วนตัว

เนื่องจากโลกนี้ไม่มีอะไรที่ถูกต้อง 100% หรือผิด 100% ดังนั้นหากจะพูดถึงอะไรสักอย่าง มันจะต้องมีมุมมองที่มากกว่า 1 เป็นแน่ และแต่ละมุมมองก็ไม่ได้มีใครผิดหรือถูก เพียงแต่มองต่างมุมเท่านั้นเอง เรื่องการทำธุรกิจส่วนตัวก็เหมือนกัน เพื่อนกลุ่มหนึ่งจะบอกว่า มันเสี่ยง และเหนื่อยกว่าทำงานบริษัท ที่ทำแบบเรื่อยๆ เบื่อๆ ไม่ต้องไปเครียดมาก... พูดถึง



รายได้ หากทำงานในบริษัทที่ดีๆ ในตำแหน่งที่สูงๆ ก็อาจจะมีรายได้ประจำที่ไม่ค่อยที่เดียว พุดอีกก็ถูกอีก แต่พอถามต่อว่า ถ้าวันหนึ่งมีโอกาสดีๆ เช่นเป็น ตัวแทนขาย (Dealer) ให้ทางบริษัท หรือโอกาสทางธุรกิจอื่นๆ ที่เหมาะสมๆจะทำมั้ย คนเหล่านั้นจะบอกว่า “ทำ” แสดงว่าพวกนี้จริงๆ ก็สนใจอยู่หรอกแต่ไม่อยากเสี่ยง อยากหาโอกาสที่แน่นอนแล้วจะกระโจนใส่ นั่น เพราะในใจลึกๆ ของคนเหล่านี้ รู้สึกว่าการทำงานบริษัทในบางครั้งจะมีความเหนื่อยใจ ความกังวลกับอนาคตที่อยู่ในมือคนอื่น ความรู้สึกเมื่อที่ต้องทำอะไรซ้ำๆ และไม่ทำหาย ยิ่งไปกว่านั้น มันไม่ใช่งานที่เราชอบและไม่เคยคิดว่าในชีวิตจะต้องมาทำแบบนี้ จนสิ้นลมหายใจ ดังนั้นหากจะสรุปข้อดีของการทำธุรกิจส่วนตัวก็จะได้ดังนี้

ข้อดีแรก ของการทำธุรกิจส่วนตัวคือ “ความอิสระ” คือการที่เราจะทำได้ทำในสิ่งที่เรารู้สึกชอบ ทุกๆ เวลาของการทำงานเหมือนการพักผ่อน และเราเองก็ไม่ต้องอยู่ภายใต้บังคับบัญชาของใคร มันคือเวลาที่เราจะได้เป็นตัวของตัวเองจริงๆ



ข้อดีที่สอง รายได้ทีอาจจะไม่น้อยกว่า การทำงานบริษัท แม้รายได้ของการทำธุรกิจส่วนตัวอาจจะไม่แน่นอน มีมากบ้างน้อยบ้าง แต่หากโชคดีธุรกิจที่เราทำเกิดรุ่งขึ้นมา รายได้ที่จะได้ก็จะมีมหาศาล เมื่อเทียบกับการมีรายได้เป็นเงินเดือน ซึ่งความจริงตรงนี้อาจจะขัดกับความรู้สึกของบางคนอยู่บ้าง แต่จากประสบการณ์ที่ผ่านมาจะเห็นเพื่อนร่วมรุ่น ค่อยๆ กลายเป็นอาสาเสีย หรือเจ้าแก (ทั้งที่ยังไม่แก่) ทีละคนสองคน บางคนตอนเรียนก็ไม่เรียน หรือตอนทำงานก็ชอบอู้ แต่พอทำธุรกิจของตัวเอง โดดรชยันเลย และแน่นอนว่า รางวัลของความขยันก็คือ รายได้ เพราะธุรกิจของเราเองทำมากก็ได้มาก ต่างจากการทำงานบริษัทที่ทำมาก แสดงผลงานน้อยก็เปล่าประโยชน์

ข้อดีที่สาม การที่เป็นเจ้าของธุรกิจเอง จะได้รับความยอมรับจากสังคมมากกว่าการเป็นลูกจ้าง หรือพูดง่ายๆ ว่า เท่าว่า ค่านิยมนี้อาจจะไม่ได้เด่นชัดมากในอดีต แต่ในปัจจุบันแล้ว การได้เป็นกรรมการผู้จัดการบริษัทเล็กๆ มันฟังดูมีระดับไม่น้อยเลย

ข้อดีอื่นๆ มีอีกหลายๆ อย่าง ทั้งได้ทำงานที่ท้าทายกว่า และถ้าทำ
ได้สำเร็จก็จะได้รับเกียรติมากกว่าการเป็นลูกจ้าง, ความมั่นคงทางการงาน
ที่เรากำหนดได้เอง เพราะการเป็นลูกจ้างสมัยนี้อาจจะถูกให้ออกเมื่อใดก็ได้,
และที่สำคัญคือ เราจะมีส่วนในการทำให้ประเทศเติบโตไปข้างหน้า ทำให้
เกิดการจ้างงาน และ พัฒนาสังคม

ฟังข้อดีมามากมาย ท่านอาจอยากจะทำธุรกิจส่วนตัวบ้าง แต่ใจก็อาจ
ยังรู้สึกกลัวๆ อยู่ นั่นเพราะการที่เราจะทำอะไรสักอย่าง ก็อยากให้มีโอกาส
ที่ดีๆ ก่อนที่จะเริ่ม อันนี้ผมเห็นด้วยเต็มที่ แต่ท่านทราบมั๊ยว่าในช่วงปีนี้
(ปี 46-47) โอกาสดีๆ ในการทำธุรกิจอะไรสักอย่าง มาถึงแล้ว โดย
ประสบการณ์ส่วนตัวของผม ที่ได้ติดตามภาวะเศรษฐกิจมา บอกได้เลยว่า
ไม่เคยมีปีใดที่ จะมีโอกาสดีๆ ในการทำธุรกิจส่วนตัวเหมือนในช่วงนี้เลย

โอกาสมาถึงแล้ว

เหตุผลง่ายๆ ที่บอกว่าโอกาสมาถึงแล้วคือ

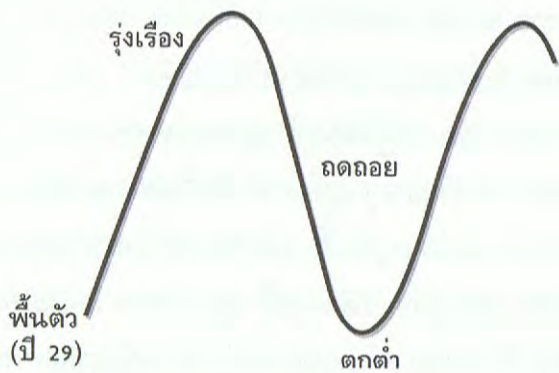
1. **รัฐบาลให้การสนับสนุน** : อย่างที่ทราบกันว่า นโยบายทางเศรษฐกิจ
ของ รัฐบาลคุณทักษิณคือ การสนับสนุน SME หรือ ธุรกิจระดับรากหญ้า
จนถึง ผู้ประกอบการขนาดกลาง ดังนั้นหากคุณอยากที่จะทำธุรกิจอะไรสัก
อย่าง หน่วยงานรัฐบาลหลายๆ หน่วย (รายละเอียดดูจากภาคผนวก 1.)
จะช่วยคุณในการให้คำปรึกษา ตั้งแต่ว่า “อยากทำอะไรเหอ...มาดูเรามีให้
เลือก”, “รู้ว่าอยากทำอะไรแล้ว แต่ทำไม่เป็น...มานี้ มาอบรมฟรี เราจะจ้าง
อาจารย์มาสอนให้”, “ไม่มีเงินทุน...รัฐบาลช่วยให้กู้ได้” ความช่วยเหลือจาก
หน่วยงานต่างๆ จะค่อนข้างเป็นรูปธรรม และมีประโยชน์มาก ขอเพียงท่าน

สนใจอยากจะทำ และมีความตั้งใจจริง เวทีนี้มีที่เลี้ยงดูแลตลอด

2. **เศรษฐกิจกำลังฟื้น** : หากคนที่ติดตามสถานะเศรษฐกิจมาระยะเวลา
หนึ่ง จะทราบว่าเศรษฐกิจของทั่วทุกประเทศจะเป็นไปตามวัฏจักร
(ดังภาพ) คือจะมีช่วง เฟื่องฟู และตกต่ำ ดังนั้นสักวันหนึ่งเศรษฐกิจของ
ไทย จะกลับไปสู่สถานะเฟื่องฟูอีกครั้ง ซึ่งการจ้างงานและการผลิตจะมีมากขึ้น
การใช้จ่ายใช้สอยของคนทั่วไปจะมากขึ้น ธุรกิจต่างๆ ก็จะมีกำไร โอกาส
ในการทำธุรกิจแล้วเงินน้อยลง คล้ายๆ กับช่วงปี 32-35 ที่มีธุรกิจต่างๆ เกิดขึ้น
จำนวนมาก

ที่สำคัญคือ สัญญาณทางเศรษฐกิจหลายอย่าง บ่งบอกว่า เศรษฐกิจ
ไทยกำลังฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่ง โอกาสทางธุรกิจกำลังเปิดขึ้นอีกครั้ง และ
มันคือเวลาของการเริ่มต้นธุรกิจที่ดีที่สุด





ภาวะเศรษฐกิจฟื้นตัว (ปี 29 - 30) ปี 45 ?	<ul style="list-style-type: none"> ● สินค้าคงคลังลดลง เริ่มมีการผลิตใหม่ ● ความต้องการซื้อ เริ่มมีมากขึ้น ● เริ่มมีการจ้างงานใหม่
ภาวะเศรษฐกิจรุ่งเรือง (ปี 32 - 37)	<ul style="list-style-type: none"> ● การผลิตขยายตัวสูง ● ระดับราคาโดยทั่วไปสูงขึ้น ● คนว่างงานมีน้อยมาก
ภาวะเศรษฐกิจถดถอย (ปี 38 - 41)	<ul style="list-style-type: none"> ● การแข่งขันในตลาดสูงมาก ● การผลิตเริ่มลดลง ● การจ้างงานลดลง
ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ (ปี 42 - 44)	<ul style="list-style-type: none"> ● หลายบริษัทเริ่มหยุดกิจการ ● ระดับราคาลดต่ำลง ● การว่างงานอยู่ในระดับสูง

3. ต้นทุนต่างๆ ยังต่ำอยู่ : สิ่งที่คุณทำธุรกิจจะต้องคำนึง คือต้นทุน ซึ่งจะแบ่งเป็นต้นทุนทางการเงิน ซึ่งคือดอกเบี้ยเงินกู้ และ ต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ พูดถึงดอกเบี้ยเงินกู้ในช่วงนี้ นับว่าต่ำมากๆ หากท่านจำเป็น

ต้องกู้เงินมาบางส่วนเพื่อทำการค้า ภาระดอกเบี้ยก็จะไม่มาก ส่วนเงินฝากที่มีก็ควรนำมาทำอะไรที่ได้ดอกผลมากขึ้น ดังนั้นใครที่พอจะมีเงินทุนอยู่ควร จะพิจารณาทำอะไรสักอย่างได้แล้ว พูดถึงต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ ในช่วงที่เศรษฐกิจยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่ ราคาค่าเช่าสำนักงาน ราคาวัตถุดิบก็ยังถูกอยู่ รวมไปถึงการจ้างคนมาช่วยทำงานก็ทำได้ง่าย ในระดับเงินเดือนที่ไม่มากนัก แต่หากรอจนเศรษฐกิจฟื้นตัวเต็มที่ ราคาต่างๆ อาจจะแพงขึ้นหลายเท่าได้

4. ธุรกิจ SME มีจำนวนมาก : การที่มีธุรกิจ SME เป็นจำนวนมาก จะช่วยให้เกิดธุรกิจต่อเนื่อง และมีโอกาสทางธุรกิจให้เลือกจำนวนมาก ซึ่งข้อมูลตรงนี้อาจจะสืบค้นได้จากทางอินเทอร์เน็ตได้ เพราะจะสะดวกที่สุด (เช่น www.ThaiSMEcenter.com)

5. สังคมเปลี่ยนแปลงเร็ว : เพราะการเปลี่ยนแปลง คือโอกาส ดังนั้น การที่ สภาพสังคมมีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วขึ้น เช่น ความนิยมสินค้าของ กลุ่มวัยรุ่น หรือการมีเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามา ทำให้เกิดธุรกิจใหม่ๆ ขึ้นมา เป็นจำนวนมาก เช่น ธุรกิจเกี่ยวกับมือถือ ธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพ-ความงาม ธุรกิจเกี่ยวกับวัยรุ่นใหม่ๆ เป็นต้น หากท่านเป็นคนช่างสังเกตสังกนิด โอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เกิดขึ้นได้ทุกวัน หรือหากท่านไม่เก่งในการคิดค้น ก็อาจจะฝึกที่จะเป็นนักตามทีรวดเร็วและรู้จักดัดแปลง ก็มีโอกาสนในการเริ่มทำธุรกิจได้เช่นกัน

ถึงแม้ว่า การทำธุรกิจส่วนตัวเป็นสิ่งที่หลายคนต้องการ และโอกาสที่จะเริ่มทำจะมาถึงแล้ว แต่ผมเชื่อว่า จะมีเพียงคนส่วนน้อยที่ได้เข้ามาเริ่มทำธุรกิจส่วนตัวตรงนี้ และคนส่วนใหญ่ก็ยังคงเป็นกลุ่ม “นักดูสูงทาง”

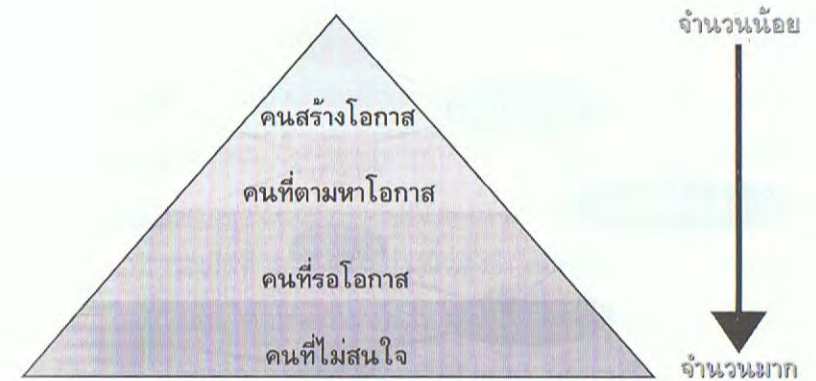
เพียงแค่อคิดก็ถอยทัพ

ในความเป็นจริง ในชีวิตคนเราจะมีโอกาสดีๆ ผ่านเข้ามาในชีวิตเสมอ และถ้าจะนับว่ามีจำนวนเท่าใด ก็ขอบอกว่า มากมายจนนับไม่ถ้วน เพียงแต่ว่า ท่านจะมองเห็นมันหรือไม่เท่านั้นเอง บางคนไม่เคยคิดที่จะทำอะไร แนวนี้ ก็อาจจะไม่เคยเห็นโอกาสดีๆ ที่ผ่านมาแล้วก็ผ่านไป บางคนที่สนใจ ก็อาจจะเล็งเห็นโอกาสต่างๆ ที่ผ่านเข้ามาได้อย่างชัดเจนกว่า ถ้าจะแบ่งคนในการเริ่มทำธุรกิจอาจแบ่งได้ 4 แบบ

ประเภทของคน	ลักษณะนิสัย	ลักษณะคำพูด
1. ผู้ที่ไม่เคยคิดจะทำ	โดยนิสัยจะไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง และไม่ทำอะไรที่ไม่แน่นอนหรือมีความเสี่ยง คนกลุ่มนี้จะละเลยโอกาสดีๆ ที่เข้ามา	"ไม่อยากทำ"
2. ผู้ที่รอโอกาส	ยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าทำแล้วดี ไม่ชอบทำอะไรที่มีความเสี่ยงมาก	"เราจะเริ่มทำเมื่อพร้อม"
3. ผู้ที่ตามหาโอกาส	ชอบการเปลี่ยนแปลง กล้าที่จะเสี่ยง	"โอกาสมีอยู่ทุกแห่ง"
4. ผู้ที่สร้างโอกาส	มีความมั่นใจ ทำในสิ่งที่อยากทำ และไม่รู้จักความเสี่ยง เพราะเชื่อว่า ทุกอย่างมีทางแก้ไข	"ทุกอย่างเป็นไปได้"

โดยบุคคลแล้วผู้ที่จะธุรกิจใดๆ ได้ดี คือผู้ที่รู้จักสร้างโอกาสขึ้นมาเอง เช่น ใครจะเคยคิดว่า การขายส้มตำในสยามสแควร์จะรวยได้ และยังมีอีกหลายๆ ธุรกิจที่ ถูกสร้างขึ้นมาจาก การขัดเกลาความคิดง่ายๆ ด้วยความคิดที่ว่า ทุกๆ อย่างเป็นไปได้ แต่หากท่านคิดว่าท่านยังไม่รู้สึกมีความเชื่อ

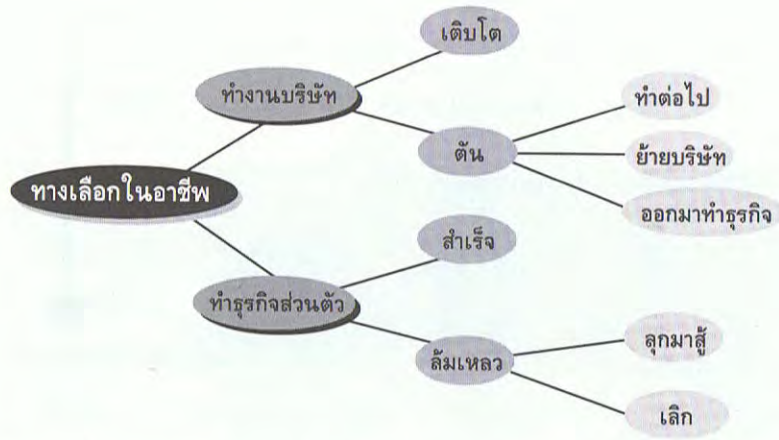
อย่างนั้น อย่าเพิ่งท้อใจ เพราะคนที่รู้จักสร้างโอกาส ก็เคยเป็นผู้ที่รอให้โอกาสมาหา จนกระทั่งตระหนักว่า เราควรจะไปเสาะหาช่องทางธุรกิจเอง ไม่ใช่ นั่งรอรออย่างเดียว และเมื่อได้มีโอกาสทำธุรกิจสักระยะ ประสพการณ์จะทำให้เกิดความมั่นใจ และความคิดจะเปลี่ยนไป



จุดสังเกตที่น่าสนใจอีกอย่าง คือคนแต่ละคนจะมองหาโอกาสทางธุรกิจอย่างไร ไม่ได้ขึ้นอยู่กับ ระดับการศึกษา เพราะไม่ว่าท่านจะจบ MBA จากที่ไหนมา ความกล้าที่จะเริ่มต้นธุรกิจ หรือประสพการณ์จริงในการทำธุรกิจ ก็ไม่ได้มีสอนอยู่ในโรงเรียนธุรกิจใดๆ การที่จะพัฒนาจากผู้ที่รอโอกาสมาเป็น ผู้ที่สร้างโอกาสเองได้ อยู่ที่การเรียนรู้จากประสพการณ์จริง การเรียนรู้จากความ สำเร็จและล้มเหลวของตนเอง และผู้อื่น แต่ก่อนที่จะได้เรียนรู้หรือได้ทำสิ่ง ที่สำคัญที่สุดคือ **การเริ่มต้น**

จุดเปลี่ยนของการเริ่มต้นอยู่ที่ การตัดสินใจที่จะเปลี่ยนแปลง ซึ่งจริงๆ แล้วในชีวิตเรา มีเหตุการณ์ที่จะต้องตัดสินใจเลือกอยู่ตลอดเวลา ทั้งการเลือก

ของใช้ ในซูเปอร์มาร์เก็ต การเลือกอาหารที่จะกินในแต่ละมื้อ การเลือกซื้อรถ-บ้าน การเลือกที่ทำงาน หรือแม้แต่การเลือกเส้นทางชีวิตของเราเอง อนาคตจะมีทางเลือกให้เราเสมอ และเราก็มีโอกาสตัดสินใจ กำหนดชะตาชีวิตของตัวเองได้ตลอดเวลา



อย่างไรก็ตามสิ่งที่เราพบเห็นเสมอ คือคนส่วนใหญ่ (โดยเฉพาะคนไทย) “ไม่ชอบที่จะเปลี่ยนแปลง” หรือเป็นถึงขนาด “กลัวการเปลี่ยนแปลง” หากท่านเคยอ่านหนังสือ who move my cheese จะทราบว่า การเปลี่ยนแปลง เป็นเรื่องธรรมดา และไม่ได้น่ากลัวอะไร และไม่แน่เราอาจจะเจอในสิ่งที่ดีกว่าก็ได้

จากที่กล่าวมาทั้งหมด จึงทำให้ทราบว่า ทำไมคนที่เริ่มทำธุรกิจส่วนตัวยังมีไม่มากนัก ทั้งๆที่ ความน่าสนใจก็มีเยอะ โอกาสในช่วงนี้ก็ดี และผู้

ที่เป็นคนกำหนดทางเดินก็ไม่ใช่คนอื่น แต่เป็นตัวท่านเอง นั่นก็เพราะ คนส่วนใหญ่ไม่กล้าที่จะลอง หรือหากมองไปให้ลึกๆจะพบว่าไม่กล้าที่จะลองเพราะ

1. ไม่มั่นใจในสิ่งใหม่ที่จะทำ
2. ไม่รู้ว่าจะทำอย่างไร หรือไม่รู้ว่าจะเริ่มยังไง

ซึ่งผมจะพยายามปูพื้นฐาน และแนะนำวิธีให้ในบทความต่อไป

เพื่อนของผมหลายๆ คน มีความสนใจที่จะทำธุรกิจส่วนตัวมาก ในหลายๆ ครั้งที่เราเจอกัน แต่ละคนก็มักจะมีความคิดเห็นๆ ที่เป็นไปได้อยู่มากมาย แต่แล้วเวลาผ่านไป ผมจะเห็นเพียงไม่กี่คนที่ได้เริ่มทำจริงจัง คนที่ได้เริ่มทำ ก็สนุกที่จะทำอะไรใหม่ๆเรื่อยๆ คนที่มีความคิดดีๆ แต่ไม่ได้เริ่ม ก็ยังคงพูด พูด อยู่อย่างเดียว แล้วเมื่อผมถามเพื่อนคนที่พูดนั้นว่า เมื่อไรจะทำอะไรเป็นรูปธรรมสักที เขาก็ตอบอย่างมั่นคงว่า ตอนนี้อยู่ เพราะตอนนี้กำลังอยู่ในขั้นตอน ศึกษาความเป็นไปได้ ดูความเสี่ยงและผลตอบแทนพูดง่ายๆ ว่าดูทุกอย่าง อย่างตามทฤษฎีที่เรียนมา พอถามถึงโครงการต่างๆ ว่าทำไม่ถึงเลิก คำตอบก็มักจะเป็นว่า มีคนทำคล้ายๆ กันแล้ว หรือไม่น่าจะจะมีลูกค้า

ถ้าจะเอาเหตุผลจริงๆ ว่าทำไม่ถึงเลิกล้มโครงการต่างๆ ผมมองออกเลยว่า นั่นเป็นเพราะเพื่อนผมคนนั้น ถอดใจ หรือล้มเลิกเองมากกว่า เพราะถ้าจะเอาจริงๆ ทุกๆ อย่างจะมีทางออกเสมอ

เหตุการณ์ เหล่านี้เกิดขึ้น ซ้ำแล้วซ้ำเล่ากับเพื่อนผมคนนี้ และน่าจะเกิดขึ้นกับหลายๆ คนที่กำลังมองหาลู่ทางอยู่ เพราะไม่ว่าความคิดที่จะทำธุรกิจนั้นดีอย่างไร หากจะมองลึกลงไปก็จะพบปัญหาอยู่เสมอ ยิ่งเรื่องคู่แข่งนั้นยังเป็นเรื่องที่ธรรมดาในการทำธุรกิจมาก หากท่านถอดใจเสียก่อน ความฝันที่จะทำก็คงไม่มีทางเกิดขึ้น

เขาทำได้..คุณก็ทำได้

“โลกนี้ไม่มีอะไรที่เป็นไปไม่ได้” คำพูดนี้ฟังดูแล้วชวนลูก แต่ความเป็นจริงที่เกิดขึ้นตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ก็เป็นสิ่งที่ยืนยันแล้วว่า มนุษย์เราทำได้ทุกอย่าง ถ้ามีความตั้งใจจริง ไม่ว่าจะ เป็น กำแพงขนาดยักษ์ ที่ยาวกว่าจากเชียงใหม่ ไปถึงยะลา คำพูดนี้ถึงได้ มีการกล่าวกันต่อๆ มาหลายยุคสมัย แม้จะมีเพียงไม่กี่คนที่เชื่ออย่างนั้น นั่นเพราะคนเราคิดอย่างไร ก็ทำได้อย่างนั้น

ในแง่ของการทำธุรกิจก็เช่นกัน ไม่มีอะไรที่เป็นไปไม่ได้ หากคุณตั้งใจจริง เพราะถ้าคุณสังเกตดู คนที่เป็นเจ้าของกิจการขนาดใหญ่ในปัจจุบันส่วนมาก ก็เริ่มมาจากธุรกิจเล็กๆ มาก่อน ยิ่งคนจีนที่เดินทางมาจากเมืองจีน ที่สร้างตำนาน เลือ่ผืนหมอนใบ จนมาเป็นเจ้าของกิจการต่างๆ ก็มีให้เห็นอยู่มาก แต่ตำนานแห่งความฝันนั้นไม่เคยหยุด เพราะทุกๆ วัน ในประเทศไทยจะมีเศรษฐีเงินล้านเกิดขึ้นใหม่ อย่างน้อย 1 คน ยิ่งในยุคดิจิทัลแล้ว เศรษฐีในระดับโลกที่ยังอายุ ไม่เกิน 40 ปีจะมีจำนวนมากขึ้นกว่าแต่ก่อนมาก

ผมมั่นใจว่าคนที่อ่านหนังสือเล่มนี้อยู่ น่าจะมีความฝันที่จะทำธุรกิจส่วนตัวอยู่บ้าง หรืออาจจะฝันกันไปไกล ถึงว่าจะเป็นเศรษฐีใหม่ กันเลย และแน่นอนว่า สิ่งที่ยากที่สุดของการทำธุรกิจก็คือ **ก้าวแรก** หากคุณสามารถลองก้าวเข้ามาแล้ว ก้าวต่อๆ ไปจะตามมาเอง เพราะการทำธุรกิจมันไม่ได้มีจุดจบ แต่มันเป็นการเดินทาง อาจจะมีหลงทางบ้าง เลี้ยวผิดบ้าง แต่หากเรายังก้าวต่อไป สักวันคุณจะมีใจกับระยะทางที่คุณได้ผ่านมา แต่ก่อนก้าวไป ลองมาดูว่า คุณต้องทำอะไรจึงจะเริ่มก้าวแรกได้ ซึ่งผมรวบรวมจากการ

สัมภาษณ์เจ้าแก๊หลายๆ คน ดังนี้

1. **คิดอย่างเจ้าแก๊** : คนที่เป็นเจ้าแก๊เขาคิดกันอย่างไรหรือ จึงได้กล้าทำธุรกิจอันนั้น อันนี้ หรือแม้ขนาดทุนก็ไม่ยอมแพ้ คำตอบง่ายๆ ซึ่งเป็นคำตอบที่คล้ายกันในหลายๆ เจ้าแก๊คือ “ถ้าเขาทำได้ เราก็ทำได้” คนที่เป็นนักธุรกิจที่ดี มักจะไม่กลัวที่จะล้มเหลว แต่จะเสียดายที่ไม่ได้ลองทำ หากคิดว่าดี ความคิดในแง่บวก มันมีพลังอันน่าอัศจรรย์มาก เพราะถ้าคุณคิดว่า “ทุกปัญหามีทางแก้” แน่ใจว่าคุณจะมุ่งมั่นหาทางแก้ไขทุกๆ ปัญหาหรืออุปสรรคที่เข้ามา และถ้าคุณคิดว่าคุณทำได้ คุณก็จะกล้าเข้ามาทำธุรกิจจริง และผลที่เกิดขึ้นคือคุณก็ทำได้จริงๆ แม้ในบางครั้งอาจจะมีปัญหาหรือ ผลลัพธ์ออกมาไม่ได้เป็นอย่างที่หวัง แต่อย่าลืม **ทุกปัญหามีทางแก้**

ประเด็นที่สำคัญอีกอย่าง คือในหลายๆ ครั้งที่เรามีความคิดดีๆ แต่มักจะถูกเบรคโดยเพื่อนๆ หรือคนรู้จัก ซึ่งทำให้เราต้องล้มเลิกไป หากท่านคิดได้อย่างเจ้าแก๊ นั่นคือเมื่อมีคนมาทักท้วง เจ้าแก๊ก็จะพูดคุยเพื่อให้ได้รู้



ถึงประเด็นที่เขาพูด หากมีเหตุผลก็จะได้หาทางแก้ไข แต่ถ้าแก้จะไม่เคย
ท้อถอยเพียงเพราะคำพูดไม่ก่อกำของผู้อื่น เพราะอย่าลืมว่า ของสิ่งหนึ่งมัก
จะมีหลายๆมุม ซึ่งคนแต่ละคนอาจจะมองเห็นกันคนละมุมก็เป็นได้

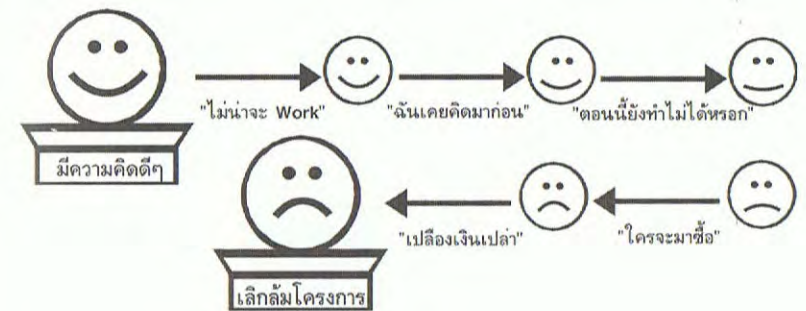
2. เลิกอ้าง เลิกแก้ตัว : เพราะการทำธุรกิจ ไม่ได้แข่งขันกันเพียง
ยก หรือสองยก แต่มันเป็นการดำเนินการในระยะยาว ดังนั้นสิ่งที่สำคัญ
มากคือ การเรียนรู้จากความล้มเหลว คำแก้ตัวหรือ คำอ้างเพื่อปลอบใจ
ตัวเองเป็นสิ่งที่ควรระวังหลีกเลี่ยง เพราะมันจะทำให้เราไม่ยอมรับความจริง และ
คิดที่จะแก้ไข ดังนั้นหากพูดถึงการเริ่มต้นธุรกิจก็จะเห็นว่า คนส่วนมากมัก
จะมีคำอ้างที่จะล้มเลิกโครงการ ไม่ว่าจะ เป็น มีคนทำอยู่แล้ว คู่แข่งเยอะ เรา
ไม่ถนัดด้านนี้ เลิกเถอะครับกับคำพูดเหล่านี้ แล้วลองมาดูความจริงกันว่า
ทำไมจึงมีคนทำอยู่แล้ว เป็นเพราะเราคิดนานไปหรือ แล้วถ้ามีคู่แข่งแล้วเรา
จะสู้เขาไม่ได้หรือ เราจะหลบไม่จับอีกกลุ่มลูกค้าได้มั๊ย ในหลายๆครั้งที่เรา
ได้ทำการศึกษาที่จะทำอะไรสักอย่าง แล้วสุดท้ายเราก็ยกเลิกแผนการไป
เพราะเจอทางตัน แต่ในเวลาต่อมาเราก็พบว่ามียังอีกหลายๆ คนที่เขารู้จักแล้ว
หลบทางตันนั้น แล้วก็ได้ทำในสิ่งที่เราคิดจะทำก่อน อย่างที่บอกละครับว่า
ให้เลิกแก้ตัว แต่ให้ฝึกเรียนรู้ จากสิ่งที่ผิดพลาด แล้วสักวันเราจะเป็นอย่าง
เขาเรา

3. เลิกวิตกแล้ว ลงมือทำ: ในการจะเริ่มก้าวแรก ทุกๆ คนจะมีความ
วิตกกังวลสารพัด เช่น คนหนุ่มไฟแรงก็มักจะคิดว่าเขามีประสบการณ์น้อย ไม่
เหมาะที่จะทำธุรกิจ แต่ความจริงคือคนรุ่นหนุ่มสาวนี่แหละเหมาะที่จะทำธุรกิจ
ของตัวเอง เพราะแม้จะผิดพลาดก็สามารถแก้ตัวใหม่ได้ ไม่มีอะไรเสียหาย
มาก ในอีกส่วนคือคนที่ทำงานบริษัทมานาน ก็มักจะกังวลกลัวจะล้มเหลว

เพราะแก่แล้ว แต่จริงๆ แล้วคนที่ทำงานมานาน จะมีประสบการณ์มาก และ
โดยส่วนใหญ่แล้ว หากเข้ามาทำธุรกิจจะมีโอกาสสำเร็จมากกว่า สรุปร่างๆ
ว่า เลิกวิตก แล้วมามองดูกันที่ความเป็นจริงที่เกิดขึ้นดีกว่า ว่าเราทำอะไร
ได้บ้าง แล้วมันจะเป็นอย่างไร

ผมเคยถามเพื่อนที่ลาออกจากบริษัท แล้วมาทำธุรกิจส่งออกกระดาษ
สา ซึ่งตอนนี้ก็ขยายงานจนใหญ่โต เขาบอกว่า “เมื่อเขาตัดสินใจจะทำ
ธุรกิจของตัวเองแล้ว เขาไม่เคยเสียเวลาที่จะมานั่งคิดว่า ถ้ามันล้มเหลวจะ
เป็นอย่างไร เขามักจะมองอะไรในแง่บวกและชอบคิดที่จะขยายงาน มองหา
โอกาสใหม่ๆ เสมอ เพราะความคิดหนึ่งจะนำไปสู่อีกความคิดหนึ่งที่ดีขึ้นเสมอ
อย่าไปกลัวที่จะคิดจะทำ ที่เขาพูดอย่างนั้นไม่ใช่ว่าเขาประมาท แต่เพราะเขา
รู้สึกเสมอว่า ทุกๆ อย่างที่ทำมักจะมีอุปสรรค (มันคือสัจธรรม) เขาจะเอา
เวลาที่กังวลมาหาทางป้องกัน และคิดแก้ไขจะดีกว่า

หากท่านเริ่มคิดใหม่ทำใหม่ ได้อย่างที่แนะนำไป 3 ข้อคุณก็จะเลิก
กังวล แต่จะเริ่มมองอะไรในสิ่งที่เป็จริงมากขึ้น แต่การทำธุรกิจจริงๆ ก็ยัง



ไม่ถนัดขนาดนั้น ซึ่งเราจะแนะนำการบริหารงานต่างๆ ในบทต่อไป ก่อนจะ
จบบทแรก ผมอยากจะกล่าวชื่นชมรายการทีวี รายการสู้แล้วรวย ซึ่งได้นำ
เสนอบุคคลต่างๆ ที่ไม่เคยกลัวที่จะล้ม เพราะทุกครั้งที่เขาล้ม เขาจะสามารถ
ก้าวต่อไปอย่างมั่นคงมากขึ้น อย่าไปกลัวที่จะล้มเพราะมันจะให้อะไรดีๆ
คุณยิ่งไปกว่านั้น หากคุณคิดว่าคุณสามารถทำได้ แน่ใจว่าคุณก็จะทำได้แน่ๆ ก่อน
จะจบบทอยากจะถามว่า **ถ้าคนอื่นทำได้ แล้วคุณทำได้มั๊ยล่ะ?** (ตอบด้วย
คำว่า "ทำได้")

ผู้แพ้ คือผู้ที่นึกถึงแต่โทษของ
ความล้มเหลว

ผู้ชนะ คือผู้ที่นึกถึงแต่รางวัล
แห่งความสำเร็จ

บทที่ 2

เรียนรู้การสร้างโอกาส

หลัง จากที่เราได้สร้างกำลังใจ ซึ่งตั้งแต่นั้นไปจะไม่มีความกังวลใจ หรือความกลัวใดๆ ที่จะทำให้เรามาเสียเวลาในการทำงานอีกต่อไป และตอนนี้เราจะเริ่มมาดูในรายละเอียดต่อไปว่า การทำธุรกิจส่วนตัวจะต้องทำอะไรบ้าง ก่อนอื่นเราควรมาปูพื้นฐานในภาพกว้างๆ กันก่อน ว่าปัจจัยอะไรที่ทำให้ คนๆ หนึ่งทำธุรกิจได้สำเร็จ และปัจจัยอะไรที่มักทำให้เราเสี่ยงต่อการขาดทุน โดยเราจะเริ่มมาดูก่อนว่า สภาพการณ์หรือปัจจัยที่บ่งบอกถึงความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการมีอะไรบ้างดังนี้



ลักษณะของคนที่จะทำธุรกิจ

1. เป็นคนขยัน ยินดีทำงานหนักแม้ในระยะยาว มองโลกในแง่ดี กล้าเสี่ยง กล้าตัดสินใจ มีความรับผิดชอบสูง มีความมั่นคงทางอารมณ์ มองการณ์ไกลและมีมนุษยสัมพันธ์ ซึ่งถือเป็นคุณสมบัติทั่วไปของผู้ที่จะประสบความสำเร็จในชีวิต และในธุรกิจ

2. มีประสบการณ์และความรู้ทางด้านเทคนิคเฉพาะด้านมากพอที่จะพึ่งพาตนเองได้ ในธุรกิจที่เราจะทำ เช่น หากจะเปิดร้านอาหารก็ควรทำ อาหารเป็น จะเปิดร้านทำผมก็ควรเป็นช่างเสริมสวยมาก่อน หรือรักทางด้านนี้ เพื่อลดความเสี่ยงในยามขาดลูกจ้าง และลดต้นทุนการประกอบการด้วยการลงมือทำเอง

3. อายุที่เหมาะสมอยู่ในวัยทำงาน แม้เราอาจจะไม่สามารถระบุแน่ชัดว่าผู้ประกอบการควรอยู่ในวัยเท่าใด แต่ผู้ประกอบการบางคนอายุน้อยมากเริ่มทำธุรกิจกันตั้งแต่ยังเป็นนักศึกษาในมหาวิทยาลัย ซึ่งมองดูก็น่าจะน่าห่วง แต่อาจจะทำให้ไม่มีเวลาพอ ที่จะทำได้ดีทั้งสองอย่างได้ หรือบางท่านเริ่มทำธุรกิจเมื่อเกษียณอายุแล้ว เพราะได้เงินบำเหน็จมากพอที่จะมาทำธุรกิจส่วนตัว แต่การทำธุรกิจอาจจะต้องทำงานหนัก และประสบปัญหาหลายด้าน จึงควรเป็นคนที่มีวุฒิภาวะจิตใจและอารมณ์พอควร

4. มีเงินทุนในการเริ่มต้นทำธุรกิจพอสมควร ผู้ประกอบการควรมีสินทรัพย์ถาวรและเงินสดจำนวนหนึ่งซึ่งไม่มีพันธะจากการกู้ยืมผู้ใดมา เพราะ

คนที่ทำธุรกิจส่วนตัว

1. เป็นคนขยัน
2. มีความรู้ในสิ่งที่จะทำ
3. มีเงินทุนพอสมควร
4. มีความมุ่งมั่นและตั้งใจ
5. มีวุฒิภาวะพอสมควร
6. ค้นพบโอกาสธุรกิจ

การดำเนินธุรกิจในช่วงแรกๆ จะไม่ค่อยมีกำไร จึงไม่สามารถแบกรับภาระดอกเบี้ยกับเงินกู้จำนวนมากได้

5. มีการศึกษาพอสมควร เพราะในปัจจุบันผู้ที่เริ่มต้นทำการค้าจากเลื่อนผันหมอนใบ หรือเรียนจบเพียงระดับประถมศึกษา ยากที่จะประสบความสำเร็จได้ในสภาพเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันสูง อย่างไรก็ตามระดับการศึกษาที่จบปริญญาตรี หรือ จบปริญญาโท อาจจะได้ไม่มีความแตกต่างกัน เพราะเพียงแค่จบปริญญาตรีก็ถือว่า มีพื้นฐานในการทำธุรกิจได้เพียงพอแล้ว จะเรียนสูงขึ้นก็อาจจะได้เรียนรู้เทคนิคที่ดีกว่า แต่ไม่ได้เป็นเครื่องยืนยันว่าจะทำธุรกิจได้ดีกว่า

6. ค้นพบและมั่นใจในโอกาสทางการตลาด ซึ่งนักธุรกิจหลายๆ ท่านเริ่มทำธุรกิจเพราะประสบกับจุดทักเทในชีวิต เช่นตกงานจึงจำเป็นต้องดิ้นรนต่อสู้ในการหาเลี้ยงชีพ หรือบังเอิญประดิษฐ์สินค้าใหม่ได้อย่างไม่คาดฝัน

ไม่ต้องตกใจหากท่านพบว่า ลักษณะของท่านเป็นเพียงแค่อัลลายกับที่กล่าวมา ไม่ได้ตรงแบบที่กล่าวมามากนัก เพราะสิ่งที่กล่าวมาจะเป็นลักษณะกว้างๆ ที่ควรจะเป็น ซึ่งบางท่านก็สรุปง่าย ๆ ว่า จะเป็นเริ่มทำธุรกิจได้ต้อง

1. ตาถึง : มองหาช่องทางธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว และมีวิสัยทัศน์ หรือมีมุมมองที่ใหม่เสมอ
2. ใจถึง : อดทนที่จะฝ่าฟันอุปสรรคต่างๆ ได้ เพราะในการทำจริงๆ ผลมักจะไม่ได้ออกมาตามทฤษฎีที่คาดไว้ ใจจึงต้องแกร่งพอ
3. มือถึง : ซึ่งคือความสามารถในการทำธุรกิจได้นั่นเอง มือถึงนั้นไม่ได้เป็นเรื่องของ กรรมพันธุ์หรือพรสวรรค์ แต่เกิดจากการสั่งสมและเรียนรู้
4. ทนถึง : ก่อนจะตัดสินใจลงทุนควรมีการคำนวณตัวเลขคร่าวๆ

ว่าจะลงทุนเท่าไร และจะมีรายได้เข้ามาเท่าใด เพราะธุรกิจขนาดกลางและเล็กส่วนมากจะต้องปิดกิจการเพราะ หมดทุนก่อนที่จะเริ่มมีรายได้เข้ามา

ถ้าจะถามว่านักธุรกิจในเมืองไทยหลายคน ที่ประสบความสำเร็จกัน ตอนเริ่มต้นมีคุณสมบัติครบก็ข้อ ก็อาจตอบได้ว่า มีสักครึ่งหนึ่งก็มาก มีบ้างไม่มีบ้างก็เยอะ เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นเพียงขั้นแรกๆ ของการเริ่มต้นแต่ไม่ใช่ตัวกำหนดความสำเร็จ ต่อไปเราจะมาดูกันต่อว่า หากเปรียบเทียบกับธุรกิจขนาดใหญ่แล้ว ปัจจัยอะไรที่ทำให้ธุรกิจขนาดกลางและย่อมสำเร็จ และอะไรที่อาจจะทำให้ธุรกิจเหล่านี้ล้มเหลว

ความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจขนาดย่อม

ธุรกิจขนาดย่อมจำนวนมาก ได้รับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจจนกระทั่งขยายเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ในที่สุด ซึ่งอันที่จริงแล้วธุรกิจขนาดใหญ่ทุกแห่งก็มีจุดเริ่มต้นในรูปแบบของธุรกิจขนาดย่อมทั้งสิ้นแล้วขยายตัวเติบโตใหญ่ขึ้น มีกำไรมีเงินทุนประกอบการเพิ่มขึ้น ขยายขอบเขตของสินค้าและบริการมากขึ้น มีสาขาและพนักงานมากขึ้น แต่ธุรกิจขนาดย่อมบางแห่งไม่ประสบความสำเร็จต้องล้มเลิกกิจการไปอย่างน่าเสียดาย เป็นการสูญเสียเงินทุนและแรงงานที่ทุ่มเทไป อันที่จริงแล้วธุรกิจขนาดย่อมทุกแห่งมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จและล้มเหลวเท่าเทียมกันแต่การดำรงธุรกิจให้อยู่รอดในระยะยาวและเจริญเติบโตได้ ต้องอาศัยการบริหารงานอย่างชำนาญฉลาดภายใต้สภาวะแวดล้อมที่แปรเปลี่ยนไปอยู่ตลอดเวลา

ความเชื่อ คนที่ไม่มีประสบการณ์มาทำธุรกิจ มักจะล้มเหลว

ความจริง ประสบการณ์เป็นเพียงหนึ่งปัจจัยในหลายสิบปัจจัย ที่มีส่วนช่วยให้ธุรกิจสำเร็จ โดยจุดสำคัญของการทำธุรกิจอยู่ที่ความตั้งใจขยันและมีความคิดที่ดี แต่อย่างที่ได้อธิบายไปแล้ว ในโลกธุรกิจไม่มีใครที่ล้มเหลว มีแต่คนที่ล้มเลิก

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจขนาดย่อม

1. ความเป็นอิสระและคล่องตัวของธุรกิจขนาดย่อม อันมีสาเหตุมาจากการประกอบการสามารถตัดสินใจตามลำพัง โครงสร้างขององค์กรที่เรียบง่าย การติดต่อสื่อสารทำได้รวดเร็วไม่ซับซ้อน ความคล่องตัวนี้ทำให้ธุรกิจขนาดย่อมปรับกลยุทธ์ตามการเปลี่ยนแปลงของความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีระบบการทำงานซับซ้อน การตัดสินใจของธุรกิจขนาดย่อมโดยผู้ประกอบการไม่ต้องผ่านขั้นตอนระดับการบังคับบัญชาที่ลดหล่นหลายระดับทำให้การทำงานรวดเร็วมีประสิทธิภาพด้านเวลา ธุรกิจขนาดย่อมจึงควรรักษาจุดเด่นในลักษณะของความคล่องตัวนี้ไว้ ไม่ควรสร้างระบบโครงสร้างองค์กรที่ซับซ้อน และควรจกแผนงานตามหน้าที่จนกว่าธุรกิจขยายตัวขึ้น และจำเป็นต้องปรับโครงสร้างเสียใหม่

2. ความเอาใจใส่ใกล้ชิดลูกค้า โดยเสนอสินค้าหรือบริการที่ถูกลงกว่าคู่แข่งรายได้อย่างทั่วถึง ธุรกิจขนาดย่อมมีจำนวนลูกค้าน้อยรายแต่มักเป็นลูกค้าประจำที่มีปริมาณการซื้อหรือการใช้บริการสม่ำเสมอ จึงสามารถเอาใจใส่ใกล้ชิดลูกค้าได้และเรียนรู้ความต้องการของลูกค้าจากการดำเนินงาน

ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง ในขณะที่ธุรกิจขนาดใหญ่มีลูกค้ามากมายจึงต้องเรียนรู้ความต้องการของลูกค้าโดยผ่านการวิจัยตลาดและวิธีการทางสถิติ แต่การสนใจในรายละเอียดจะทำให้ลูกค้าพึงพอใจถึงที่สุดมักจะถูกกลืนด้วยความไม่คุ้นเคยกับลูกค้าเฉพาะราย เพราะมีจำนวนลูกค้ามากมายดูแลไม่ทั่วถึง ธุรกิจขนาดย่อมจึงควรเอาใจใส่ใกล้ชิดลูกค้าอยู่เสมอ เพราะแม้จะมีลูกค้าจำนวนไม่มากแต่เป็นลูกค้าประจำทั้งนั้นก็สามารถทำให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้ และเมื่อลูกค้ากลายเป็นเจ้าประจำแล้วก็อย่าละเลยไม่เอาใจใส่มุ่งแต่จะเอาใจลูกค้าแต่ลูกค้าใหม่ๆ โดยต้องไม่ลืมว่าต้นทุนในการหาลูกค้าใหม่สูงกว่าต้นทุนการรักษาลูกค้าเก่าถึงห้าเท่า

3. ความเปลี่ยนแปลงและการสร้างนวัตกรรมให้แก่สินค้าและบริการ เนื่องจากธุรกิจขนาดใหญ่ต้องลงทุนสูงในด้านเครื่องมือเครื่องจักรอุปกรณ์เพื่อผลิตสินค้าออกมาขาย ธุรกิจขนาดใหญ่จึงต้องการให้รูปแบบของสินค้าคงเดิมอยู่นานที่สุด เพื่อหลีกเลี่ยงต้นทุนที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตใหม่ แต่ธุรกิจขนาดย่อมนิยมที่จะแก้ไขปรับปรุงสินค้ามากกว่าเพราะมีความคล่องตัวพอที่จะทำได้โดยต้นทุนไม่สูง ซึ่งตรงกับลักษณะของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในปัจจุบัน คือ สินค้าต้องทันสมัย ปรับปรุงบ่อยครั้ง ออกสินค้ารุ่นใหม่อยู่เสมอ ธุรกิจขนาดย่อมจึงควรดำเนินการให้สอดคล้องกับลักษณะของธุรกิจดังกล่าว

4. แรงจูงใจจากผลกำไรของธุรกิจ ผู้ประกอบการย่อมจะทุ่มเททรัพยากรและแรงกายแรงใจอย่างเต็มที่เพื่อผลักดันให้ธุรกิจของตนประสบความสำเร็จ เพราะกำไรที่ได้มาย่อมเป็นของผู้ประกอบการทั้งหมด ซึ่งแตกต่างจากการทำงานเป็นลูกจ้างผู้อื่นที่แม้จะทำงานหนักสักเพียงใด ก็ได้เพียงเงินเดือนและโบนัสเป็นผลตอบแทนเท่านั้น นอกจากนั้นธุรกิจขนาดย่อมที่

เจริญก้าวหน้าและมีฐานะมั่นคงสามารถเป็นรากฐานที่ดีให้แก่ครอบครัวของ
ผู้ประกอบการ ตลอดจนสามารถเป็นมรดกตกทอดไปยังรุ่นลูกรุ่นหลานได้

5. สายการติดต่อสื่อสารสั้นทำให้เข้าใจกันได้ง่าย ดังนั้นการถ่ายทอด
คำสั่งจากผู้บริหารหรือผู้ประกอบการมาสู่พนักงานทำได้อย่างรวดเร็ว แก้ไข
ปัญหาได้ฉับไว การสั่งการชัดเจน การรับรู้

การตีความของลูกค้ำก็เช่นกัน ธุรกิจขนาดย่อมมักจะมีการติดต่อสื่อสาร
ระหว่างลูกค้ำกับผู้ประกอบการโดยตรง จึงมีความกระตือรือร้นในการปรับ
ปรุงสินค้าและบริการให้ถูกใจลูกค้ำได้มากกว่าข่าวสารต่าง ๆ ไม่ถูกบิดเบือน
หรือเปลี่ยนความหมาย หรือถ่วงให้ล่าช้า และการติดต่อสื่อสารโดยตรงยัง
เป็นวิธีที่ผู้ประกอบการสามารถสร้างความเข้าใจ และได้มีโอกาสอธิบายรายละเอียด
ละเอียดตลอดจนแก้ไขข้อขัดแย้งเพื่อช่วยสานความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้นกันได้
เป็นอย่างดี

ความเชื่อ การทำธุรกิจเป็นการเสี่ยงโชค

ความจริง นักธุรกิจที่ดีจะมีความระมัดระวัง และคำนึงเรื่องความเสี่ยงเสมอ
การเริ่มทำธุรกิจจึงมีการวางแผน โดยคำนึงถึงอุปสรรค และ
โอกาสที่จะเกิดขึ้นในอนาคตไว้แล้ว ดังนั้นการทำธุรกิจจึงอาศัย
ประสบการณ์และฝีมือมากกว่าดวง แต่การพนันอาศัยเพียงดวง
อย่างเดียว

ปัจจัยแห่งความล้มเหลวของธุรกิจขนาดย่อม

1. เงินทุนดำเนินการไม่พอเพียง ธุรกิจขนาดย่อมใช้ทุนดำเนินการของ
เจ้าของซึ่งมีอยู่จำกัด การกู้ยืมจากแหล่งภายนอก เช่น กู้ธนาคารหรือออก
เงินกู้ ทำได้ยากหรือทำไม่ได้เลย ฐานะของธุรกิจขนาดย่อมดูเหมือนจะด้อย
กว่าธุรกิจขนาดใหญ่ซึ่งนำเชื่อถือในสายตาของเจ้าหนี้ ธุรกิจขนาดย่อมจึงถูก
ปฏิเสธการกู้ยืมได้ง่าย หรือต้องกู้ในอัตราดอกเบี้ยที่สูงกว่าธุรกิจขนาดใหญ่
การกู้ยืมจากเพื่อนหรือญาติก็อาจนำมาซึ่งความขัดแย้งในภายหลังหรือถ้าได้
ก็อาจไม่พอเพียง ถ้าธุรกิจล้มเจ้าชองก็ต้องชดใช้หนี้สินซึ่งเป็นการสูญเสีย
เงินออมทั้งหมด และอาจใช้เวลานานกว่าจะชดใช้หนี้สินได้หมด นอกจาก
นั้นเงินทุนดำเนินการที่พอเพียง แต่ใช้จ่ายอย่างไม่ถูกต้อง เช่น ให้เครดิต
ลูกค้ำนานเกินไป ซื่อสินทรัพย์มากเกินไป จ้างพนักงานไร้ประสิทธิภาพหรือ
จ้างมากเกินไปก็อาจก่อให้เกิดปัญหาได้เช่นเดียวกับเงินทุนไม่พอ

2. การจัดการที่ไร้ประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นการจัดการด้านคน เวลา
เงินทุน ลูกค้ำ สินค้าคงคลัง ฯลฯ ธุรกิจขนาดย่อมมักจะดำเนินการบริหาร
โดยผู้ประกอบการที่อาจเป็นผู้ผลิตที่เก่งกาจ หรือเป็นนักขายยอดเยี่ยมแต่
บริหารธุรกิจโดยรวมไม่เป็น การมองภาพรวมของธุรกิจไม่ใช่เรื่องง่ายสำหรับ
ผู้ประกอบการที่มีเฉพาะทักษะทางเทคนิคแต่ไม่มีความรู้ในการบริหารงาน
และธุรกิจขนาดย่อมก็มีเงินทุนจำกัดจึงเป็นการยากที่จะจ้างผู้บริหารมืออาชีพ
มาช่วยบริหารงานให้ โดยส่วนมากจะเป็นการใช้คนในครอบครัว ซึ่งทำให้
ยากที่จะขยายงานออกไป

3. ปัญหาด้านแรงงาน แรงงานที่ทำงานในเอสเอ็มอีจะมีปัญหาการเข้า
ออกสูง กล่าวคือ เมื่อมีฝีมือและความชำนาญมากขึ้น ก็จะย้ายไปทำงานใน

บริษัทที่มีขนาดใหญ่และมีชื่อเสียงกว่า จึงทำให้คุณภาพการทำงานของบริษัทไม่สม่ำเสมอ การพัฒนาไม่ต่อเนื่อง

4. ข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูล เนื่องจากโลกยุคใหม่มีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว บริษัทที่มีขนาดเล็กจะเสียเปรียบในการติดตามข้อมูลไม่ว่า จะเป็นข้อมูลจากทางภาครัฐ พวกนโยบายหรือมาตรการของรัฐ หรือข้อมูลพวกการตลาด อย่างไรก็ตามเดี๋ยวนี้ รัฐบาลเริ่มให้การสนับสนุนข้อมูลโดยท่านสามารถสอบถามได้จากหน่วยงานต่างๆ หรืออาจจะเป็นหน่วยงานเอกชนที่ช่วยเหลือเรื่องข้อมูล เช่นสมาคมต่างๆ หรือเอสเอ็มอีเซ็นเตอร์ เป็นต้น

5. ปัจจัยอื่นๆ เช่น ข้อจำกัดทางด้านเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงทำเลที่ตั้งซึ่งสร้างความไม่สะดวกแก่ลูกค้า การไม่สามารถควบคุมต้นทุนเนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีความผันผวน การวิเคราะห์โอกาสทางการค้าผิดพลาด สภาพของธุรกิจที่เล็กดูไม่เป็นทางการ ไม่จริงจังให้คนอยากมาสมัครงาน ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยสูงกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ฯลฯ

โดยส่วนใหญ่แล้ว ธุรกิจขนาดย่อมจะล้มเหลวเพราะการจัดการที่ไร้ประสิทธิภาพมากที่สุด ดังนั้นความรู้ประสบการณ์ทั้งทางด้านเทคนิควิชาชีพ และการบริหารงานล้วนแล้วแต่สำคัญและจำเป็นต่อความอยู่รอดรวมทั้งความก้าวหน้าของธุรกิจขนาดย่อมเป็นอย่างมาก

ตอนนี้เราก็ได้รู้แล้วว่าอะไรคือสิ่งที่ดี และอะไรคือสิ่งที่ไม่ดีในการทำธุรกิจขนาดย่อม ต่อไปเราจะเริ่มเข้ามาดูว่า คำว่าธุรกิจนั้นมันมีอะไรบ้าง และเราจะสร้างมันขึ้นมาได้อย่างไร

ประเภทของธุรกิจขนาดย่อม

ธุรกิจขนาดย่อมมีหลายประเภทเช่นเดียวกับธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งสามารถจำแนกประเภทออกได้ ดังต่อไปนี้

1. ธุรกิจการผลิต เป็นธุรกิจที่นำเอาวัตถุดิบ ขึ้นส่วน อะไหล่ และปัจจัยนำเข้าต่าง ๆ มาผ่านกระบวนการแปรสภาพจนกลายเป็นสินค้าสำเร็จรูปนำไปจำหน่ายต่อไป ลักษณะการประกอบการของธุรกิจการผลิตที่เป็นธุรกิจขนาดย่อมจะเป็นโรงงานขนาดเล็ก เช่น โรงงานผลิตขนมโมจิ โรงงานทำทุเรียนกวน โรงงานทอผ้าพื้นเมือง ฯลฯ ซึ่งแม้จะไม่มีฐานะมั่นคง ไม่มีการใช้เทคโนโลยีที่ก้าวหน้า หรือไม่มีการผลิตในปริมาณที่สูงเช่นเดียวกับธุรกิจขนาดใหญ่ แต่ก็สามารถดำรงกิจการอยู่ได้ด้วยการตอบสนองความต้องการของลูกค้าประจำ หรือเจาะตลาดในกลุ่มลูกค้าเฉพาะ (Niche Market) และมักจะสามารรถประหยัดต้นทุนบางอย่างได้ เช่น การใช้แรงงานตนเองและครอบครัวในการดำเนินงาน นอกจากนั้นธุรกิจการผลิตขนาดย่อมยังเป็นแหล่งวัตถุดิบและส่วนประกอบให้แก่ธุรกิจขนาดใหญ่ โดยที่ธุรกิจขนาดใหญ่แต่ละแห่งจะสั่งซื้อปัจจัยนำเข้าจากธุรกิจขนาดย่อมหลายประเภทแตกต่างกันไป เมื่อธุรกิจขนาดใหญ่มีความเจริญเติบโตขึ้นย่อมสร้างโอกาสทางธุรกิจการผลิตขนาดย่อมด้วยเช่นกัน

2. ธุรกิจการจำหน่าย เป็นธุรกิจที่ทำหน้าที่ของคนกลางที่อยู่ในช่องทางจำหน่ายทั้งที่เป็นการค้าส่งและการค้าปลีก เช่นร้านขายของชำ ร้านขายหนังสือ ร้านขายเครื่องใช้ในครัวเรือน ร้านขายเสื้อผ้า หรือร้านค้าส่งข้าวสารอาหารแห้งในตลาดประจำจังหวัด ธุรกิจขนาดย่อมจำนวนมากเป็นธุรกิจการจำหน่าย โดยเฉพาะในท้องถิ่นที่อยู่ห่างไกลจากผู้ผลิตสินค้ามาก ๆ ร้านค้าส่งและค้าปลีกเหล่านี้จะเป็นผู้นำเอาสินค้าจากผู้ผลิตส่งให้ถึงผู้บริโภคอย่างทั่วถึงทุกห้อง

ถิ่น ทุกภูมิภาคโดยอาศัยความชำนาญในพื้นที่ภูมิประเทศ หรือสายสัมพันธ์กับบุคคลในถิ่นเดียวกัน ซึ่งช่วยให้ธุรกิจขนาดใหญ่ได้ขยายตลาดอย่างกว้างขวางโดยไม่ต้องลงทุนสร้างสำนักงานขายของตนเอง

3. ธุรกิจให้บริการ เป็นธุรกิจที่ใช้พนักงานเสนอบริการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ธุรกิจขนาดย่อมที่เป็นธุรกิจให้บริการมีอยู่มากมายหลากหลายชนิด เพราะเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่มาก แต่ต้องอาศัยแรงงานและมีมือของบุคลากร เช่นร้านซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า ร้านตัดเสื้อผ้า ร้านตัดผม ร้านซักรีด สำนักงานบัญชีและกฎหมาย ร้านทันตแพทย์ คลินิกรักษาโรค สำนักจัดหางาน บริษัทยามและพนักงานทำความสะอาด สถานพยาบาลคนชรา และดูแลเด็กเล็ก ฯลฯ ธุรกิจให้บริการเฉพาะทางที่ต้องอาศัยความสามารถเฉพาะบุคคลของพนักงานจะขยายตัวได้ยากและมีประสิทธิภาพค่อนข้างต่ำเมื่อระบบเศรษฐกิจเจริญขึ้นความต้องการการบริการที่เพิ่มขึ้นจะผลักดันให้เกิดการก่อตั้งธุรกิจบริการแห่งใหม่ ซึ่งจะก่อให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่เพิ่มขึ้นด้วย ดังนั้นธุรกิจให้บริการเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดของช่างฝีมือเฉพาะอาชีพที่จะเปลี่ยนตนเองมาสู่ความเป็นเจ้าของธุรกิจตามงานด้านที่ตนมีความถนัดและชำนาญงานอยู่

“ความคิดที่ดี อาจจะไม่ใช่ออกธุรกิจ”
นักธุรกิจที่เก่งจะสามารถแยกแยะได้

โอกาสทางธุรกิจ

หากจะนับว่าธุรกิจในประเทศไทยตอนนี้มีอยู่กี่ประเภท คงบอกได้เลยว่ามีมากกว่า สองพันแบบ และในแต่ละประเภทธุรกิจก็มีลักษณะการดำเนิน

การที่แตกต่างกันออกไป เช่นร้านอาหารก็มีหลายประเภท แม้แต่ร้านอาหารไทย ก็ยังแบ่งย่อยว่าจะจับลูกค้ากลุ่มใด ดังนั้นเราบอกได้เลยว่า ทางเลือกของท่านนั้นมีมากมายมหาศาลมาก นี่ขนาดยังไม่ได้นับธุรกิจใหม่ๆ ที่จะเกิดขึ้นมา ซึ่งเรามองว่าหากท่านสามารถทำอะไรที่แตกต่างจากคนอื่นโอกาสที่จะประสบความสำเร็จก็จะมีมาก

อย่างที่บอกไปว่า เจ้าของกิจการมือใหม่หลายๆ คน อาจจะประสบปัญหาทุนหมดก่อนที่จะเริ่มมีรายได้เข้ามา นั่นเพราะพวกเขาไม่สามารถแยกแยะระหว่าง โอกาสทางธุรกิจ กับความคิดดีๆ ได้ ในขณะที่นักธุรกิจมือเก่าๆ จะรู้ว่า นี่คือความคิดที่เก๋มาก แต่อาจเป็นไปได้ยากทางธุรกิจ หรือความคิดนี้พอใช้ได้ แม้จะไม่แปลกใหม่หนักแน่นนำไปตัดแปลงให้เป็นธุรกิจที่ทำเงินได้ อย่างไรก็ตามคนส่วนใหญ่เริ่มทำธุรกิจ ก็จะเริ่มจากความคิดดีๆ นี้เอง ดังนั้นเราลองมาดูว่า นักธุรกิจส่วนใหญ่เขาได้ความคิดดีในการทำธุรกิจจากที่ใด ดังนี้

แหล่งความคิดดี ในการลงทุน

1. มีพื้นฐานมาจากแหล่งที่คุณมีความรู้และประสบการณ์ในการปฏิบัติงานที่ทำอยู่เป็นประจำ นั่นคือแหล่งข้อมูลที่ดี ที่จะช่วยให้คุณเกิดแนวความคิดและสามารถจินตนาการให้เกิดเป็นภาพขึ้นมาได้สามารถนำมาพิจารณาประกอบกับปัจจัยอื่นๆ อีกหลายด้านในการลงทุน คุณย่อมได้เปรียบกว่าคนอื่นที่คิดจะทำธุรกิจ และบ่อยครั้งที่งานอดิเรกที่ทำอยู่ก็กลายเป็นตัวนำไปสู่โอกาสที่ก่อให้เกิดธุรกิจได้เช่นกัน

2. ความเป็นไปได้ทางธุรกิจ ที่เกิดจากความต้องการสิ่งใดแล้วไม่ได้ดังปรารถนา พิจารณาให้ลึกซึ้งว่าสิ่งนั้นคืออะไร มองหาความต้องการที่ไม่

มีผู้ใดสนองได้เลยก่อน หรือสิ่งที่ได้มาแล้วพบว่ามีความไม่ดี การสร้างนิสัยให้รู้จักใช้ความคิดมองหาโอกาส คิดออกมาเป็นเชิงธุรกิจ ย่อมเป็นผลดีแก่ตัวคุณเอง เกิดเป็นความเคยชิน เมื่อถึงเวลาที่ต้องการความคิดนั้นก็ สามารถเชื่อมโยงไปกับธุรกิจได้

3. อ่านมากจะช่วยให้หูตากว้างไกล เกิดความรู้และแนวคิดใหม่ๆ ขึ้นมา สิ่งที่ช่วยในการค้นคว้าหาความรู้มีอยู่มากมาย ไม่ว่าจะเป็นหนังสือ วารสาร นิตยสาร หรือสิ่งพิมพ์ต่างๆ ผู้ที่สนใจคัดเลือกธุรกิจก็หาอ่านได้จากหนังสือเหล่านี้ โดยศึกษาถึงผลิตภัณฑ์ที่จะทำ ไม่ว่าจะในรูปแบบ สีสัน รสนิยมผู้บริโภค

4. ศึกษาสถิติการนำเข้าสินค้าบางประเภทที่มีอันดับสูงเป็นสินค้าที่มีเทคนิคการผลิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน หรือเป็นสินค้าที่สามารถใช้วัตถุดิบและแรงงานภายในประเทศหรือเป็นสินค้าที่ตรงกับความรู้ความชำนาญที่คุณมีอยู่ นำมาวิเคราะห์ดูว่า มีทางที่จะลงทุนผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าได้อย่างไร ศึกษาถึงวิธีการที่จะทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำกว่าการนำเข้า

5. ข้อมูลจากงบประมาณรายจ่ายของรัฐบาล ในแต่ละปีรัฐบาลมีงบประมาณรายจ่ายในการจัดซื้อวัสดุครุภัณฑ์ประเภทต่างๆ การจัดซื้อของทางราชการเป็นตลาดขนาดใหญ่ ข้อมูลเหล่านี้สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ว่ามีรายการใดบ้างที่น่าลงทุนหนังสืองบประมาณรายจ่ายหาได้

แหล่งความคิดดีๆ

1. ประสบการณ์ในงานประจำและงานอดิเรก
2. สินค้าหรือบริการที่ใช้แล้วรู้สึกว่าจะปรับปรุงได้
3. หนังสือ คือแหล่งความคิด
4. สินค้านำเข้าที่อาจผลิตเองได้
5. งานแสดงสินค้า
6. ข้อมูลจากหน่วยงานรัฐบาล
7. อินเทอร์เน็ต

จากสำนักงบประมาณ

6. งานแสดงสินค้าและงานนิทรรศการสินค้า เป็นงานที่องค์กรของรัฐหรือเอกชน สมาคม ทอการค้า หรือรัฐร่วมกับเอกชนเป็นผู้จัด โดยมุ่งหมายให้บริษัทผู้ผลิตมาร่วมกันจัดแสดงสินค้าในบริเวณที่จัดไว้และติดต่อกับคนกลางค้าส่ง ตลอดจนคนกลางค้าปลีกได้มีโอกาสเลือกซื้อสินค้า อย่างไรก็ตามความรู้จากการดูงานแสดงสินค้าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ดูงานก็ต่อเมื่อดูแล้วคิด จดจำ และนำมาประยุกต์ให้เป็นแบบของคุณ ถ้าดูแล้วผ่านไปเลยก็ จะไม่มีประโยชน์แต่อย่างใด

7. ขอคำปรึกษาจากบุคคลและหน่วยงานต่างๆ มีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนหน่วยงานที่สามารถให้คำปรึกษาและแนะนำแก่ผู้สนใจลงทุนหน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ เป็นต้น (ดูภาคผนวกประกอบ) ภาคเอกชนก็มี เช่น บ. เอสเอ็มอีเซ็นเตอร์ ที่จะให้คำปรึกษากับผู้เริ่มต้นธุรกิจฟรี หรือเป็นศูนย์ที่มีการซื้อ-ขายสินค้า ทำให้เรามีโอกาสได้เลือกที่จะทำธุรกิจ หรือธนาคารพาณิชย์ต่าง ซึ่งเจ้าหน้าที่ธนาคาร จะทราบสถานการณ์ธุรกิจอุตสาหกรรมเป็นอย่างดี เพราะได้ทำการวิเคราะห์โครงการที่ขอเงินกู้ และธนาคารพาณิชย์ยังมีส่วนงานวิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ อุตสาหกรรม ถ้ามีโอกาสได้ปรึกษาจะทำให้ได้ข้อคิดมากมาย

8. อินเทอร์เน็ต คือแหล่งข้อมูลที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก เดียวนี้เริ่มที่จะมีเว็บไซต์ที่เกี่ยวกับ SME เกิดขึ้นมา และเป็นแหล่งของโอกาสดีๆ ที่ท่านจะเข้าไปดูได้ ผู้ที่มีสินค้าก็สามารถประกาศขาย คนที่สนใจก็ไม่ต้องไปเดินทางไปเสาะหา เพียงเปิดอินเทอร์เน็ตเข้ามา เช่น (thaitumbon.com, thaismecer.com เป็นต้น)

ท่านลองใช้เวลาสักกระยะเสาะหาความคิดดีๆ ที่พอจะนำมาทำให้เกิด

เป็นโอกาสทางธุรกิจ และเริ่มต้นทำธุรกิจกัน ซึ่งความคิดดีๆ นี้ไม่จำเป็นว่าต้องเป็นความคิดของท่านเอง ท่านอาจจะนึกคิดอะไรได้จากเพื่อนที่ชอบทำอะไรใหม่ๆ ให้ฟังก็ได้ แต่ขั้นต่อมาคือการ แปลงความคิดนั้นให้กลายเป็นโอกาสทางธุรกิจ หรือพูดง่ายว่า ทำโลกแห่งความฝัน ให้กลายเป็นโลกแห่งความจริง แต่อย่างที่เราทราบกันว่า โลกแห่งความจริงมีความไม่แน่นอนมากกว่าโลกแห่งความฝัน โดยเราจะมีหลักการพื้นฐานอย่างง่าย ดังนี้

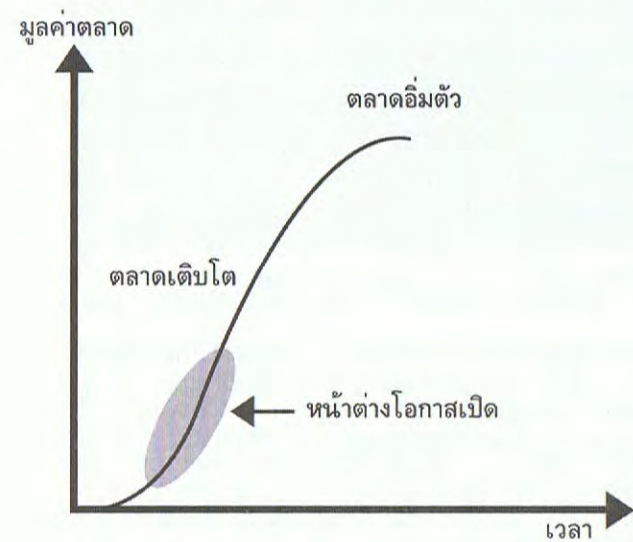
หลักสำคัญของการเปลี่ยนความคิดดีๆ ให้เป็นโอกาส

1. ความคิดที่ 1 จะนำไปสู่ความคิดที่ 2 : ธุรกิจใหม่ๆ ที่ประสบความสำเร็จ น้อยนักที่จะเกิดขึ้นจากความคิดแวบแรกในสมอง แต่จุดที่สำคัญคือการนำเอาความคิดดีๆ ในแวบแรกนั้น มาขัดเกลา ปรุงแต่งให้เกิดความเป็นไปได้มากที่สุด เพื่อนผมเองที่มาจับธุรกิจกระดาษสา เริ่มต้นความคิดที่จะทำของชำร่วย จากวัสดุพวกไม้ แล้วเขาก็คิด คิด แก้ว แก้ว จนกลายมาเป็นธุรกิจกระดาษสาในที่สุด

2. ความคิดที่ดีที่สุดในบางครั้ง อาจจะไม่ทำเงินที่สูงสุด: ในหลายๆ ครั้งความคิดที่ไม่ได้ลึกซึ้ง หรือเลิศเลออะไร ก็ทำให้เกิดธุรกิจที่ทำเงินมหาศาลได้ ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหารบุปเฟ่ ญี่ปุ่น หรือธุรกิจเกี่ยวกับความงามต่าง ยกตัวอย่างธุรกิจกระดาษสาอีกครั้ง ซึ่งเพื่อนผมเคยเล่าให้ฟังว่า เขาเคยลองออกแบบลายกระดาษสาต่างๆ และพบว่าเป็นที่สนใจของชาวต่างประเทศมาก หลังจากนั้นเขาก็สามารถทำเงินจากการส่งออกกระดาษสาลายธรรมดานั้นได้ ซึ่งตอนนั้นที่สาวของเขาเสนอให้ทำการปรับเปลี่ยนรูปแบบ ให้มันดูแปลกออกไปอีก อาจจะไปประยุกต์กับอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ แต่เขากับคิดอยากจะทำเงินในจุดนี้ให้ได้มากที่สุดก่อน จึงทำให้วันนี้กิจการได้มีการขยายออก

ไปใหญ่โตมาก โดยหากวันนั้นเขายังไม่หยุดที่จะคิดอะไรแปลกๆ ในปัจจุบันเขาอาจจะเป็นนักออกแบบที่ขายของเล็กๆ น้อยๆ ในจตุจักรก็เป็นได้

3. ความคิด + เวลาที่เหมาะสม = โอกาส: ในหลายๆ ครั้ง เวลาที่เหมาะสมก็เป็นปัจจัยสำคัญที่บ่งบอกได้ว่า ธุรกิจนั้นจะประสบความสำเร็จหรือไม่ คำว่าเวลาที่เหมาะสม ก็คือช่วงเวลาที่คนส่วนใหญ่จะให้ความสนใจกับธุรกิจที่เราจะทำ เช่น ในช่วงปี 44-45 คนในกรุงเทพฯ นิยมที่จะรับประทานอาหารญี่ปุ่นกันมาก หรือจริงๆ ถ้าหากจะพูดกันตามทฤษฎี ก็คือสินค้าทุกอย่างจะมีช่วงชีวิตของมัน คือจะเริ่มเติบโต โต้มาก และทรงตัว (ตามรูป)



บางธุรกิจช่วงชีวิตจะค่อนข้างสั้นมาก เช่น ธุรกิจถ่ายสติ๊กเกอร์ เป็นต้น หากเรากระโจนเข้าไปในช่วงต้นๆ ก็อาจจะทำกำไรได้มากมาย แต่หากเราทำตามกระแสและเข้าไปช้า อาจจะต้องขาดทุนได้ ดังนั้นสิ่งที่สำคัญมากๆ อีกอย่างคือจังหวะเวลา

จังหวะหนึ่งของการเริ่มต้นธุรกิจใหม่คือ การเป็นผู้เริ่มต้นในตลาด หรือ การทำอะไรที่ไม่เคยมีใครทำมาก่อน ซึ่งก็จะมีทั้งข้อดี และข้อเสีย แต่หาก เรานำข้อดีและข้อเสียมาชั่งน้ำหนักกันแล้ว จะพบว่า การเป็นผู้เริ่มต้นในธุรกิจ ใดๆ เป็นสิ่งที่ดี ยิ่งหากเรารู้จักการเรียนรู้และพัฒนา ก็จะทำให้เราสำเร็จได้

ข้อดีของการเป็นผู้เริ่มต้น	ข้อเสียของการเป็นผู้เริ่มต้น
1. ลูกค้านั้นเป้าหมายทั้งหมด เป็นของเรา (ไม่มีคู่แข่ง)	1. ต้องรับกับความเสี่ยงที่ยังไม่รู้
2. เราสามารถสร้างกฎ หรือรูปแบบของ ตลาดได้	2. ต้องเสียเงินทุน ในการสร้างความรู้จัก ในช่วงแรก
3. เราสามารถสร้างกำแพงป้องกันผู้อื่นเข้า มาในตลาดได้ เช่น การยึดครองพื้นที่ ดิจิทัลไว้ก่อน การสร้างความจดจำกับ ลูกค้า (Branding) ครอบครองช่องทาง การจัดจำหน่ายที่ดีที่สุดไว้	3. หากไม่สามารถป้องกันการเข้ามาของผู้ อื่น ก็อาจจะต้องเจอคู่แข่งที่ ทำคล้ายๆ เราแต่แก้ไขจุดที่เราบกพร่องแล้ว

4. เชื่อมต่อความคิดดีๆ กับความต้องการซื้อ : หากจะให้ดีที่สุด จุดศูนย์กลางในการเกิดความคิดดีๆ ควรจะมาจากความต้องการของผู้บริโภค นั่นคือเราต้องพยายามใส่ “แว่นความต้องการลูกค้า” ในการมองหา ความคิดดีๆ ที่จะนำไปปรับแต่งให้เป็นโอกาสทางธุรกิจ แต่หากเราคิดว่าการไปจำกัดว่า ต้องเป็นสิ่งที่ขายได้ก่อน แล้วมาคิดจะทำให้เราคิดอะไรไม่ ออก เราก็อาจจะพยายามคิดออกมาก่อน แล้วพยายามเชื่อมต่อระหว่างความคิด กับความต้องการซื้อให้ได้ หากเราทำได้โอกาสที่จะสำเร็จก็จะมีมากขึ้น

หลักการที่จะมองหาความต้องการก่อนแล้วจึงพัฒนา เป็นความคิด ดีๆ นั้นทำได้ไม่ยากนักหากท่านมีความชำนาญในทางการตลาดพอ เพราะจริงๆ มันก็คือสิ่งที่อยู่รอบตัวเรา เราใช้อะไร กินอะไร ทำอะไร แล้วรู้สึก

ว่าอยากจะได้อะไรใหม่ๆ หรืออะไรมาเติมเต็ม นั่นก็คือคู่ทางการตลาดที่เรา จะมาเป็นจุดเริ่มในการพัฒนาความคิด แต่หากท่านไม่ค่อยชำนาญนัก ผมขอ แนะนำหลักการง่ายดังนี้

คู่ทางการตลาด

ตัวอย่างวิธีการที่เอสเอ็มอีจะสร้างโอกาสทางการตลาดประกอบด้วย

- การทำทดแทนสินค้าใดก็ตามที่ทำซ้ำแบบเดิมมานานๆ อาจจะทำให้ ล้าหลังกว่าคู่แข่งได้ ทางที่ดีควรจะได้รับการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพให้ ดีขึ้น เช่น แก้วอึ่งอ่างที่ทำจากไม้ ก็สามารถพัฒนาไปเป็นแก้วอึ่งอ่างจากเหล็กและ พูนวมสำหรับรองนั่ง เป็นต้น

- นำไปใช้ร่วมกันกับงานอื่น สินค้าที่ผลิตขึ้นควรจะคำนึงถึงความ สามารถในการนำไปประยุกต์ในการใช้งานได้อย่างหลากหลาย เช่น คอมพิวเตอร์ แต่เดิมใช้ในการเก็บข้อมูลและประมวลผล แต่ปัจจุบัน คอมพิวเตอร์ได้กลายเป็นอุปกรณ์มัลติมีเดีย ที่สามารถใช้ดูภาพยนตร์และ ฟังเพลงได้

- ขยายการขยายธุรกิจหรือการทำสินค้าและบริการให้มีขนาดใหญ่ขึ้น เพื่อให้สามารถเข้าไปร่วมในส่วนแบ่งการตลาดได้มากขึ้น เช่นบริการขนส่ง สินค้า เปลี่ยนจากรถกระบะเป็นรถบรรทุกเพื่อให้มีปริมาณขนส่งที่มากขึ้น หรือการจัดตั้งสำนักงานสาขา เพื่อให้การติดต่อและบริการกับลูกค้าสะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น

- การย่อให้เล็กลง สินค้าบางอย่างต้องพิจารณาว่า จะทำให้มีขนาด ใหญ่ขึ้นหรือเล็กลง จึงจะเหมาะสมและเป็นที่ต้องการของตลาดมากกว่า เช่น โทรศัพท์มือถือ ที่รุ่นใหม่ ๆ ออกมาจะมีทำให้เล็กลงซึ่งเป็นที่นิยมของตลาด

ตรงข้ามกับจอโทรทัศน์ที่รุ่นใหม่ๆ มีแต่ทำให้หน้าจอมิขนาดใหญ่อขึ้น

- จัดส่วนเกินของบางอย่างมีมากเกินไปก็ไม่ดี ควรตัดส่วนการผลิต รวมถึงชิ้นส่วนของสินค้าบางตัวอาจใช้วิธีสั่งซื้อเข้ามาแทนการผลิตเอง ซึ่งจะช่วยให้ลดต้นทุนได้

- เป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพื่อให้มีบริษัทขนาดใหญ่มาจ้างไปช่วยงาน (Outsource) เป็นลักษณะที่ธุรกิจขนาดใหญ่ใช้ธุรกิจขนาดย่อมมาช่วยบริการหรือจ้างให้ธุรกิจย่อมทำส่วนประกอบของสินค้า แทนที่จะลงมือปฏิบัติเอง เช่น การผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ให้โรงงาน หรือการรับจ้างทำความสะอาด การรับจ้างส่งเอกสาร เป็นต้น

- การเข้าถึงลูกค้าที่ดีกว่า คือการที่ธุรกิจขนาดย่อมมีความคล่องตัวกว่า ในการกระจายสินค้า จึงมีโอกาสที่จะขอเป็นตัวแทนกระจายสินค้าในพื้นที่นั้นๆ ให้ธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะธุรกิจขนาดใหญ่จะไม่อยากลงทุนทำเอง ตัวอย่างก็พวกดีลเลอร์ทั้งหลาย หรือผู้แทนขายในแต่ละพื้นที่

- การนำสินค้าที่มีอยู่ ไปขายในตลาดที่ยังไปไม่ถึง เพราะเดี่ยวนี้นวัตกรรมและเทคโนโลยี และการขนส่งดีขึ้นมากๆ โอกาสที่เราจะนำเอาสินค้าที่หายาก เช่น สินค้าพื้นเมือง ไปขายในอีกที่หนึ่ง เช่นขายต่างประเทศ โดยใช้อินเทอร์เน็ต หรือ นำเข้าสินค้าเก่าๆ มาขายในเมืองไทย

ความเชื่อ คนที่มีความคิดดีๆ มักจะทำงานร่วมกับผู้อื่นไม่ได้

ความจริง ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จมักจะเกิดจากแรงสนับสนุน ของทีมงานทั้งหมด ลูกค้า และซัพพลายเออร์ ดังนั้นคนที่มีความคิดดีๆ หากสามารถโน้มน้าวให้คนอื่นเข้าใจในความคิดนั้น และร่วมกันผลักดันก็จะทำให้โอกาสสำเร็จมีมากขึ้น

แนวโน้มธุรกิจ

หากจะว่ากันไปตามที่ นักพยากรณ์สำนักต่างๆ ในต่างประเทศ เขาจะบอกว่า ในอนาคตธุรกิจที่จะมีความสดใส จะอยู่ใน 5 กลุ่มนี้ที่เขาเรียกว่า 5E

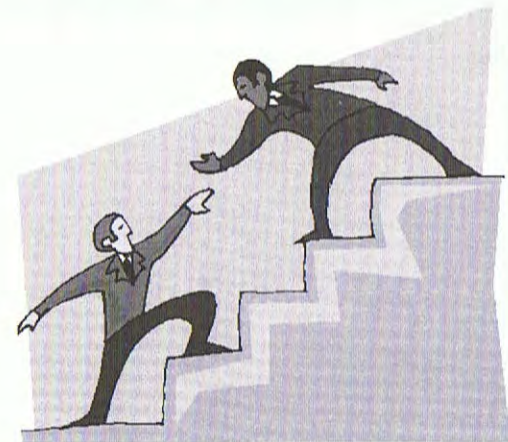
- Education เป็นสินค้าที่เกี่ยวกับการศึกษา เช่น สื่อการสอนอิเล็กทรอนิกส์ ศูนย์การศึกษาเฉพาะด้าน (โยคะ, การขาย เป็นต้น)

- Energy เป็นสินค้าที่เกี่ยวกับการประหยัดและอนุรักษ์พลังงาน หรือสินค้าที่ใช้ทดแทนพลังงานใหม่ๆ

- Entertainment เป็นสินค้าที่เกี่ยวกับความบันเทิงทั้งหลาย เช่น ร้านอาหาร คาราโอเกะ เพลง ภาพยนตร์ ละคร

- Environment เป็นสินค้าที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบหรือช่วยดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

- Electronic เป็นสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ ที่อำนวยความสะดวกและทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น



นั่นก็คือแนวโน้มธุรกิจ ที่ถูกกล่าวกันมานานแล้วในต่างประเทศ
หลายๆคนอาจจะรู้สึกว่ามันไม่ใช่แนวโน้มในประเทศไทยซะทีเดียว อันนี้
บอกได้เลยว่าอนาคตคือสิ่งที่ไม่แน่นอน แล้วแต่คนจะมอง บางครั้งผมก็
มองว่า พวกเกี่ยวกับสุขภาพ ทำยังไงไม่ให้แก่ ไม่ให้ป่วย น่าจะดีเพราะอนาคต
คนแก่จะเยอะมาก หรือบางครั้งก็มองว่าสินค้าของวัยรุ่นยังไงก็ขายได้ เพราะ
เงิน 100 บาทที่คุณพ่อหามาได้ คุณลูกใช้ไปเกือบ 50 บาท แล้ววัยรุ่นนอยาก
ได้อะไรล่ะ เช่นอยากให้เพศตรงข้ามสนใจ เราก็ต้องพยายามคิดหาสิ่งมาเติม
เต็ม ดังนั้นโดยสรุปง่ายๆ ว่า อนาคตมันแล้วแต่ใครจะมอง ยิ่งในยุคที่อะไรๆ
ก็เปลี่ยนเร็ว คงยากที่จะฟันธงยาวๆได้ หากใครพอจะรู้ว่ามันจะเป็นอย่าง
ไร ช่วยมาโพสต์ในอินเทอร์เน็ตบอกด้วย (เช่น ThaiSMEcenter.com) จะ
ขอบคุณมากเลย หลักการที่ดีคือ “ติดตามข่าวสาร คิดให้ไกล” แล้วจะเห็น
แนวโน้มก่อนได้

หลังจากที่ได้เรียนรู้ถึงหลักการกว้างๆ ในบทนี้ไป ท่านก็คงเริ่มมอง
หาโอกาสทางธุรกิจได้ดียิ่งขึ้น และนั่นก็คือท่านก็ก้าวเข้ามาใกล้กับการจะมี
ธุรกิจส่วนตัวขึ้นไปอีกขั้น ซึ่งในบทต่อไปเราจะบอกวิธีการทำธุรกิจที่เป็น
รูปธรรมมากขึ้น

ลองเสี่ยงดู...คุณอาจจะพลาด
ไม่ยอมเสี่ยงเลย...คุณได้พลาดไปแล้ว

บทที่ 3

รูปแบบการทำธุรกิจ

เมื่อ ได้ความคิดที่จะเลือกธุรกิจแล้ว ก็จะมาถึงขั้นตอนต่อไป นั่นคือการลงมือทำธุรกิจ ซึ่งต้องเลือกว่าจะใช้วิธีการใด การก่อตั้งธุรกิจเราสามารถทำได้หลายวิธีแล้วแต่เงื่อนไขที่ตัวผู้ประกอบการ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และเงินทุนที่มีอยู่ ดังนั้นเราต้องตัดสินใจเลือกวิธีการเริ่มต้นประกอบธุรกิจที่เหมาะสมอันแบ่งออกเป็น 4 วิธีการ ดังต่อไปนี้

1. ธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาใหม่ (Start Up)
2. ธุรกิจที่ซื้อต่อมาจากผู้อื่น (Buyout/Take Over)
3. ขยายธุรกิจครอบครัว (Family Business)
4. ธุรกิจการรับสิทธิทางการค้า (Franchise)

ธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาใหม่

การเริ่มก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาใหม่ เป็นวิธีการที่แสดงถึงธรรมชาติของความ เป็นนักธุรกิจได้ดีที่สุด เพราะผู้ประกอบการจะต้องใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความกล้าเสี่ยง กล้าตัดสินใจและความมานะพยายามเป็นอย่างสูง ธุรกิจที่ ก่อตั้งขึ้นมาใหม่เป็นวิธีการที่ผู้ประกอบการนิยมดำเนินการมากที่สุด เพราะ สามารถมีอิสระในการเลือกองค์ประกอบของธุรกิจให้เป็นไปตามแนวคิดของ ตนเองได้

การก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาใหม่ สามารถทำได้ 3 ลักษณะได้แก่

แบบ 1 : เป็นการนำผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วเข้าสู่ตลาดใหม่ (New Market) ซึ่งผลิตภัณฑ์นั้นได้วางขายในตลาดอื่นอยู่แล้วและประสบความสำเร็จพอสมควร แต่การก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาใหม่นี้จะเป็นการนำผลิตภัณฑ์นั้นมา ขายในท้องถิ่นใหม่ เช่นการนำผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล ไปขายในภูมิภาคอื่นๆ หรือส่งออก



แบบ 2 : เป็นการนำผลิตภัณฑ์นวัตกรรมเข้าสู่ตลาดเดิม (New Technology) ซึ่งผลิตภัณฑ์นั้นไม่เคยมีในท้องถิ่นใดทั้งสิ้น เมื่อมีการผลิตคิดค้นขึ้นมาใหม่จึงนำมาขายเปิดตลาดแห่งแรก เช่น การผลิตสาโทในสองปีที่ผ่านมา

แบบ 3 : เป็นการนำผลิตภัณฑ์ที่ปรับปรุงบางส่วนเข้าสู่ตลาดเดิม (New Benefit) ซึ่งตัวผลิตภัณฑ์นั้นมีผู้อื่นขายอยู่แล้ว มีลูกค้าอยู่แล้ว แต่นำมาปรับปรุงให้มีคุณภาพเหนือกว่าผู้ขายรายเดิม หรือเสนอขายในราคาที่ต่ำกว่าให้แก่กลุ่มลูกค้าเดิมซึ่งเป็นการแข่งขันแย่งส่วนแบ่งตลาดจากผู้ขายรายเดิมมา เช่น การเปิดร้านส้มตำ ตัดแอร์ในที่ต่างๆ

ข้อดีของการก่อตั้งขึ้นมาใหม่

1. การก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาใหม่เหมาะกับผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ หรือวิธีการดำเนินงานใหม่ ซึ่งจะสามารถกระทำได้ง่ายกว่าการซื้อธุรกิจต่อมาจากผู้อื่นแล้วพยายามเปลี่ยนแปลงสิ่งใหม่โดยกระทันหันเพราะอาจจะไม่เหมาะสมกับระบบเดิมที่มีอยู่ เช่น ถูกพนักงานเก่าต่อต้านวิธีการทำงานใหม่ๆ

2. ผู้ประกอบการสามารถเลือกทุกอย่างตามที่ตนเองพอใจ เช่น การเลือกทำเลที่ตั้ง การซื้อหาเครื่องมือเครื่องจักรอุปกรณ์ การว่าจ้างพนักงานเข้ามาทำงานใหม่ ตลอดจนแหล่งเงินทุนโดยไม่ต้องยึดถือตามธุรกิจเดิมที่ซื้อมา การบริหารงานอิสระกว่าการตัดสินใจได้คล่องตัวกว่าการเป็นผู้รับสิทธิทางการค้า

3. ผู้ประกอบการสามารถหลีกเลี่ยงกฎเกณฑ์ ระเบียบข้อบังคับ ข้อจำกัดทางกฎหมาย ที่ไม่เหมาะสมกับตน เช่น ผู้ประกอบการอาจจดทะเบียนการเป็นห้างหุ้นส่วน เพราะไม่ถูกเข้มงวดกวดขันทางกฎหมายมากเท่ากับการเป็นบริษัทจำกัด

4. ธุรกิจที่จัดตั้งขึ้นแล้ว อาจมีภาพพจน์ที่ดีจากธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาใหม่จะง่ายกว่า และสร้างความภาคภูมิใจแก่ผู้ก่อตั้งด้วย

ข้อเสียของการก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาใหม่

1. การก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาใหม่มีความเสี่ยงภัยสูงที่สุด เพราะทุกสิ่งทุกอย่างใหม่หมด และอาจใหม่เกินไปจนขาดประสบการณ์และความสามารถในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างถูกต้อง

2. ธุรกิจสร้างใหม่จะต้องใช้เวลาอีกระยะหนึ่ง ก่อนจะมีลูกค้าประจำในระดับหนึ่งที่จะจะมีกำไร ในขณะที่เริ่มก่อตั้งใหม่กิจการจะขาดทุน ผู้ประกอบการต้องใช้เงินออมส่วนตัว ใช้จ่ายพุงธุรกิจให้รอดพ้นระยะเริ่มต้นนี้ไป ซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหาทางการเงินทั้งแก่ผู้ประกอบการเองและธุรกิจที่ตั้งขึ้น

3. การเริ่มต้นอาจต้องใช้วิธีการทดลองผิดลองถูก สำหรับผู้ประกอบการที่ขาดประสบการณ์ (น้อยรายที่จะมีประสบการณ์ครบทั้งด้านการเงิน การผลิต การตลาด การจัดการบุคลากร ฯลฯ) ดังนั้นกิจการอาจประสบปัญหาจากการที่ผู้ประกอบการต้องใช้เวลาในการเรียนรู้งานอีกระยะหนึ่ง

4. การหาเงินทุนขึ้นมาใหม่ในระยะแรกเริ่ม จะมีปัญหาในการใช้เงินทุนจำนวนมากในการว่าจ้างพนักงาน ซื้อวัตถุดิบหรือสินค้ารวมทั้งเครื่องจักร อุปกรณ์ จ่ายค่าใช้จ่ายในการจดทะเบียนธุรกิจ ฯลฯ และค่าใช้จ่ายสัดส่วนใหญ่ที่สุดจะไปกับเรื่องของการทำเลที่ตั้ง หรือสถานที่ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นการเช่า หรือเช่าซื้อ จึงมีผู้ประกอบการจำนวนหนึ่งที่ใช้บ้านหรือที่อยู่อาศัยของตนเป็นสถานที่ตั้งของกิจการ ซึ่งเรียกว่า Home - Based business ซึ่งการใช้บ้านเป็นสถานประกอบการจะช่วยประหยัดต้นทุนการประกอบการ

ตัวผู้ประกอบการก็สามารถยืดหยุ่นเวลาทำงานได้ดีกว่าและสามารถดูแลบ้านได้ด้วย บ้านที่เหมาะสมจะเป็นสถานที่ประกอบการควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ตั้งอยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมสะดวก มีการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นได้ง่าย
2. เหมาะสมกับธุรกิจที่กระทำ เช่น ร้านซ่อมตู้เย็นและแอร์ ควรอยู่ในซอยซึ่งมีที่จอดรถเพราะสินค้ามีขนาดใหญ่ต้องใช้รถขนส่ง
3. แยกส่วนที่อยู่อาศัยออกจากส่วนที่ใช้ดำเนินธุรกิจให้เป็นสัดส่วนเฉพาะ

นอกจากนั้น ควรเลือกดำเนินธุรกิจที่ไม่เกิดปัญหาสภาพแวดล้อมกับชุมชน เช่น ถ้าเป็นร้านอาหารก็ไม่ควรเปิดเพลงดังจนเพื่อนบ้านเดือดร้อน กิจกรรมของธุรกิจไม่ก่อให้เกิดมลภาวะและรบกวนความสงบเรียบร้อยของชุมชนนั้น



ความเชื่อ การทำธุรกิจส่วนตัว จะต้องทำงานหนักกว่าการทำงานบริษัท

ความจริง ไม่เคยมีข้อมูลพิสูจน์ว่าการทำธุรกิจส่วนตัว จะต้องทำงานหนักกว่าการทำงานบริษัท บางคนทำงานน้อยลง บางคนทำงานมากขึ้น แต่เมื่อท่านได้ทำธุรกิจของตัวเองแล้ว ท่านจะอยากใช้เวลาที่มีทั้งหมด พัฒนาธุรกิจให้ดีขึ้น ซึ่งเป็นการทำงานที่ ยิ่งทำยิ่งสนุกและมีความสุข

อีกรูปแบบหนึ่งของการก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาใหม่ คือการทำธุรกิจเสริมงานประจำ (Business on the Side) ผู้ประกอบการจะไม่ทิ้งงานประจำหรือลาออกมาก่อตั้งธุรกิจอย่างเต็มเวลา แต่จะใช้เวลาหลังเลิกงานหรือวันหยุดสุดสัปดาห์มาประกอบธุรกิจส่วนตัว ซึ่งการทำธุรกิจเสริมงานประจำนี้อาจเป็นขั้นตอนทดลองก่อนตัดสินใจลาออกจากงานมาทำอย่างเต็มเวลาหรือเป็นขั้นตอนการปรับระบบการจัดการ เพื่อให้ทราบแน่ชัดถึงระบบที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

การก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาใหม่แม้จะมีความเสี่ยงค่อนข้างสูง แต่ถ้ามีวิธิดำเนินการที่ถูกต้องและรอบคอบก็จะช่วยลดความเสี่ยงนั้นลงได้ ธุรกิจขนาดย่อมที่ก่อตั้งขึ้นมาใหม่ที่จะประสบผลสำเร็จมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ต้องแน่ใจว่าสินค้าและบริการที่แนะนำเสนอแก่ลูกค้าสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายได้จริง และขนาดของตลาดใหญ่พอที่จะลงทุนแล้วมีกำไรอยู่รอดได้
2. อัตรากำไรจากการดำเนินงานมีมากพอสมควรแก่การลงทุน
3. ธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาใหม่จะต้องมีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage) เหนือกว่าคู่แข่งที่มีอยู่แล้ว

4. การบริหารงานแบบเป็นทีม ซึ่งแต่ละคนในทีมมีความสามารถเฉพาะด้านมากพอที่จะจัดการกิจการอย่างถูกต้องตามหลักการ เช่นจัดตั้งแบบห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทจำกัด ที่มีผู้บริหารหลายคนแต่ละคนดูแลเฉพาะด้าน

5. ผู้บริหารธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาใหม่ ควรเป็นผู้มีประสบการณ์ในสิ่งที่จะต้องทำบ้าง หรืออาจเป็นผู้ที่เคยก่อตั้งธุรกิจอื่นมาก่อนหน้านี้

6. มีเงินทุนดำเนินงานที่พอเพียง แต่ก็ไม่จำเป็นต้องมากมาย

7. ลักษณะของการดำเนินงานเป็นแบบพึ่งพาอาศัยกับธุรกิจอื่น หรือเป็นพันธมิตรซึ่งกันและกันที่จะสามารถร่วมมือกันผลิตสินค้าและบริการ แล้วขยายตลาดให้กว้างไกลกว่าท้องถิ่นเดิมจนอาจกลายเป็นธุรกิจข้ามชาติก็ได้ในระยะยาว

8. ธุรกิจกับผู้ประกอบการ มีความเหมาะสมลงตัวกันพอดี

ขั้นตอนการเริ่มต้นการประกอบการการก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาใหม่

1. ทำการวิเคราะห์ตลาด ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่ต้องทำเป็นอันดับแรก ถ้าไม่มีความต้องการของตลาดก็ไม่มีความหมายสำหรับความสำเร็จ การวิเคราะห์ตลาดเพื่อทราบถึงความต้องการของลูกค้าไม่จำเป็นต้องใช้วิธีการทางสถิติที่เสียค่าใช้จ่ายสูง อาจทำได้หลายๆ แต่ผลลัพธ์ต้องเชื่อถือได้เพื่อให้แน่ใจว่าสมควรแก่การลงทุนเปิดกิจการอย่างแท้จริง คู่แข่งกับการลงทุน และสามารถประกอบกิจการอยู่รอดได้ในระยะยาว

2. ทำการวิเคราะห์จุดเด่นของการแข่งขัน ธุรกิจใหม่ต้องมีจุดเด่นที่เหนือกว่าธุรกิจที่มีอยู่แล้วไม่ว่าจะเป็นด้านราคาขายที่ถูกกว่า หรือคุณภาพที่ดีกว่า หรือการบริการลูกค้าให้พึงพอใจได้มากกว่า โดยที่จุดเด่นนั้นต้องชัดเจนและมีคุณค่าสำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

3. คำนวณต้นทุนการก่อตั้งและแสวงหาเงินทุนมาใช้ดำเนินการเริ่มต้นธุรกิจ ต้นทุนบางประเภทเกิดขึ้นครั้งเดียว เช่นต้นทุนการซื้อที่ดินและก่อสร้างสำนักงาน แต่ต้นทุนบางประเภทจะขึ้นเรื่อยๆ เช่นค่าประกันภัย ค่าวาสดุสิ้นเปลืองใช้ไป ต้องมีการเผื่อเงินไว้สำหรับกรณีมีค่าใช้จ่ายบางประการที่คาดไม่ถึงไม่ได้เตรียมไว้ก่อน หรือกรณีวัสดุเกิดขึ้นราคาซึ่งจะทำให้ต้องใช้เงินมากกว่าวงบที่ตั้งไว้ ผู้ประกอบการจึงต้องคำนึงถึงสภาพคล่องของกิจการในระยะเริ่มต้นให้ถี่ถ้วน เนื่องจากระยะนั้นรายได้จะต่ำจนไม่สามารถคุ้มทุนได้ เงินสำรองใช้จึงเป็นสิ่งที่จะต้องจำเป็นมากเพราะ เป็นเงินทุนหมุนเวียนส่วนใหญ่ของธุรกิจ

ค่าใช้จ่ายในการเริ่มต้นก่อตั้งธุรกิจ ได้แก่ ค่าที่ดินและก่อสร้างอาคาร ค่าอุปกรณ์เครื่องมือ และเครื่องจักร ค่าสินค้าคงคลัง ค่าจดทะเบียน และค่าธรรมเนียมใบอนุญาตตามกฎหมาย ค่าลิขสิทธิ์ ค่าตกแต่งและปรับปรุงสถานที่ เงินมัดจำโทรศัพท์และมิเตอร์ไฟฟ้า ค่าประกันภัย ค่าวาสดุสิ้นเปลืองใช้ไป เงินรองจ่ายในกิจการ ตลอดจนค่าใช้จ่ายอื่นๆ เมื่อรวมค่าใช้จ่ายทั้งหมดเข้าด้วยกันแล้ว ควรตั้งยอดสำรองไว้ 10 % เผื่อไว้ด้วย

4. เลือกรูปแบบของการก่อตั้งทางกฎหมายที่เหมาะสมจะจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลหรือไม่ ในรูปแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทจำกัด

5. เลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ถ้าเป็นธุรกิจที่ลูกค้าจะเข้ามาติดต่อเอง เรื่องของทำเลที่ตั้งจะสำคัญมากเพราะต้องสะดวกแก่การไปมาหาสู่ ถ้าเป็นธุรกิจที่ใช้วิธีออกไปติดต่อลูกค้าเป็นส่วนใหญ่ ทำเลที่ตั้งจะลดความสำคัญลงและปัจจุบันมีการสื่อสารโทรคมนาคมที่ก้าวหน้าให้เลือกใช้ได้หลายทาง เช่น

การขายโดยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ต้องมีหน้าร้านแสดงสินค้า

6.วางแผนการตลาด ให้ลูกค้ารู้จักธุรกิจที่เพิ่งก่อตั้งขึ้นมาใหม่นี้อย่างรวดเร็ว โดยบอกรายละเอียดสินค้าและบริการ ราคา สถานที่วางจำหน่าย ด้วยการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์อันจะมีรายละเอียดในบทความด้วยการจัดการด้านการตลาด

ธุรกิจที่ซื้อต่อมาจากผู้อื่น

การประกอบธุรกิจขนาดย่อมประเภทนี้ได้รับการวิจารณ์ว่า ทำให้สูญเสียการเป็นนักธุรกิจที่แท้จริงไปส่วนหนึ่ง เพราะซื้อกิจการต่อจากผู้อื่นโดยไม่ได้คิดริเริ่มสร้างสรรค์ด้วยตนเอง อย่างไรก็ตามธุรกิจขนาดย่อมประเภทนี้ลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจลงได้ส่วนหนึ่งเช่นกัน เพราะทุกสิ่งทุกอย่างเกิดขึ้นแล้ว เห็นผลการดำเนินการแล้ว และธุรกิจที่ซื้อต่อมาจากผู้อื่นมักจะมีต้นทุนในการเริ่มต้นต่ำกว่าธุรกิจที่ก่อสร้างตัวจากศูนย์ดังเช่นธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาใหม่

ความเชื่อ ธุรกิจถ้ายังดีอยู่ คงไม่มีใครขาย

ความจริง เหตุผลการขายธุรกิจนั้นเมีมากมาย เช่น อายุมากทำไม่ไหว ต้องการย้ายที่อยู่ เปลี่ยนไปทำอย่างอื่น ดังนั้นความเชื่อดังกล่าวอาจจะไม่จริงเสมอไป ยิ่งหากเราสามารถเห็นโอกาสในการปรับปรุงกิจการให้ดีขึ้น เราอาจจะสามารถซื้อธุรกิจมาในราคาถูกและทำให้มีกำไรได้ แต่อย่างไรก็ตามการซื้อธุรกิจต่อจากผู้อื่นควรมีความรอบคอบอย่างมาก

มีเหตุผลหลายประการ ที่ทำให้ผู้ประกอบการรายเดิมอยากขายธุรกิจที่ทำอยู่ เช่น อายุมากทำไม่ไหว ต้องการย้ายถิ่นฐาน เมื่อหน่วยข้อจำกัดของรัฐธุรกิจไม่ประสบความสำเร็จ ขาดแคลนแรงงาน ต้องการเปลี่ยนไปทำธุรกิจอื่น ฯลฯ ซึ่งเป็นเหตุผลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ซื้อต่อบ้างเป็นเหตุผลที่เป็นโทษแก่ผู้ที่ซื้อต่อบ้าง ผู้ประกอบการรายเดิมเป็นผู้ก่อตั้ง มีอาชีพที่สร้างธุรกิจมาเพื่อขายต่อแต่ไม่ต้องการดำเนินการต่อเนื่องในระยะยาวบ้างก็มี ดังนั้นผู้ประกอบการที่คิดจะซื้อธุรกิจต่อจากผู้อื่นจึงต้องระมัดระวัง และทำการพิจารณาอย่างถี่ถ้วนก่อนตัดสินใจซื้อธุรกิจนั้น

ข้อดีของการซื้อธุรกิจต่อมาจากผู้อื่น

1. ช่วยลดความเสี่ยงของการก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาใหม่เอง สามารถลดปัญหาของการดำเนินงานโดยพิจารณาจากผลการดำเนินงานที่ธุรกิจเคยทำ ด้วยการดูข้อมูลจากบัญชี และสังเกตจากปริมาณลูกค้า สภาพและปริมาณสินค้าคงคลังที่มีอยู่
2. ได้ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมกับการทำธุรกิจนั้น ปัจจุบันการหาทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมทำได้ยากและต้นทุนการก่อสร้างหรือปรับปรุงก็สูงมาก การซื้อกิจการเดิมที่มีทำเลดีมีลูกค้าผ่านไปมาเป็นจำนวนมาก และเป็นที่ยู้งกันดีอยู่แล้วจะช่วยให้อธุรกิจไปได้ด้วยดี
3. สามารถรับช่วงทำธุรกิจต่อจากรายเดิม ในการติดต่อกับผู้ขายตัวแทนค้าส่ง ช่างซ่อมเครื่องมือและอุปกรณ์ นายธนาคาร ฯลฯ ซึ่งถ้าเจ้าของรายเดิมมีสัมพันธ์ภาพที่ดีจะช่วยให้การสานต่อทำได้ง่ายขึ้น
4. ช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเริ่มต้น เพราะมีสินค้าคงคลัง เครื่องมืออุปกรณ์ตลอดจนคนงานลูกจ้างพร้อมที่จะทำงานต่อไปได้ทันที

5. ต้นทุนการซื้อต่อมาจากบุคคลอื่นมักจะต่ำกว่าต้นทุนการก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาใหม่ เพราะการตีราคาสินทรัพย์ต่างๆ ต้องหักค่าเสื่อมราคา บางครั้งเจ้าของเดิมอาจจะร้อนเงินจึงตัดสินใจขายต่อในราคาถูก

6. มีลูกค้าประจำทันที โดยไม่ต้องลงทุนลงแรงมากนัก

ข้อเสียของการซื้อธุรกิจต่อจากผู้อื่น

1. การแก้ไขภาพพจน์ธุรกิจเดิมทำได้ยาก โดยเฉพาะภาพพจน์ที่ไม่ดี แม้แต่การเปลี่ยนจุดเด่นของกิจการยังทำได้ยากกว่าการก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาใหม่

2. ธุรกิจที่ขายต่ออาจมีปัญหาแอบแฝงอยู่ เช่น ขาดทุนมาก กำลังถูกฟ้องร้อง เก็บเงินจากลูกค้าไม่ได้ หนี้สินมากมายกำลังจะล้มละลาย และผู้เป็นเจ้าของรายเดิมปิดบังความจริงเหล่านี้ไม่ให้ผู้ซื้อต่อทราบ หรือหลอกลวงให้เข้าใจผิด



3. พนักงานลูกจ้างเดิมที่ไม่มีประสิทธิภาพในการทำงานก่อปัญหาหรือเข้ากับเจ้าของรายใหม่ไม่ได้เพราะเจ้าของรายใหม่ไม่ได้คัดเลือกพนักงานเอง ถ้าปลดคนงานเก่าบางคนออกก็มีผลต่อขวัญและกำลังใจของพนักงานที่เหลือ ซึ่งอาจถึงขั้นไม่พอใจและทำการให้เจ้าของรายใหม่เกิดความเสียหายได้

4. ทำเลที่ตั้งเดิมไม่สามารถขยายออกไปได้ หรือเกิดการเปลี่ยนแปลงที่เกิดผลไม่ดีต่อกิจการ เช่น การจราจรเปลี่ยนไปเดินรถทางเดียว หน้าร้านถูกสะพานลอยสร้างใหม่บดบังเจ้าของจึงอยากขาย

5. กลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์กับธุรกิจ เช่น ลูกค้า ผู้จำหน่าย นายธนาคารที่เป็นแหล่งเงินกู้ อาจไม่ชอบการเปลี่ยนมือเจ้าของ ซึ่งจะทำให้นโยบาย ระเบียบวิธีปฏิบัติงาน การให้บริการระบบสินเชื่อ ฯลฯ แตกต่างไปจากเดิม

6. สินค้าคงคลังและเครื่องมืออุปกรณ์เก่าแก่ ชำรุด ล้าสมัย ไม่เหมาะที่จะใช้ดำเนินการต่อไป

กระบวนการซื้อกิจการต่อจากผู้อื่น

1. การประกาศขายธุรกิจมักจะใช้หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อมากที่สุด ผู้ขายจะแจ้งรายละเอียดคร่าวๆ พร้อมชื่อที่อยู่ให้ติดต่อกลับได้ เมื่อมีผู้สนใจจะนัดมาเจรจากันเอง แต่ในต่างประเทศเช่น สหรัฐอเมริกาจะใช้นายหน้าที่เรียกว่า Matchmaker ทำหน้าที่นำผู้ขายและผู้ซื้อมาพบกัน หรือใช้นายหน้าที่เรียกว่า Business Broker ซึ่งจะมีรายชื่อธุรกิจหลายประเภทที่ต้องการเปลี่ยนมือทั้งที่ลงประกาศในสื่อกับพวกที่ใช้นายหน้าติดต่อขายให้อย่างเดียว นายหน้าบางประเภทช่วยหาแหล่งเงินกู้ให้แก่ผู้ซื้อด้วย

การทำข้อมูลจากแหล่งเหล่านี้รวมทั้งการบอกเล่าของญาติ เพื่อนฝูง จะทำให้ผู้ประกอบการที่สนใจธุรกิจที่จัดตั้งขึ้นแล้วสามารถมีข้อมูลของธุรกิจต่างๆ ไว้พิจารณาเลือก

2. การพิจารณาธุรกิจที่ซื้อต่อ ผู้ประกอบการรายใหม่ไม่ควรติดตามลำพัง เพราะการพิจารณาหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะธุรกิจและด้านกฎหมายเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบการรายใหม่ควรมีที่ปรึกษาในการพิจารณาซื้อต่อธุรกิจอันได้แก่

2.1 เจ้าของธุรกิจในอุตสาหกรรมที่ผู้ประกอบการสนใจจะซื้อเป็นผู้ซึ่งสามารถจะให้ข้อมูลข้อดีข้อเสีย ตลอดจนวิธีการในการดำเนินธุรกิจได้

2.2 ผู้ตรวจสอบบัญชีจะสามารถให้ข้อมูลทางการเงินที่แสดงผลการดำเนินงานซึ่งมีส่วนช่วยในการตั้งราคาธุรกิจที่จะซื้อขาย หรือให้คำแนะนำในการจัดโครงสร้างของการซื้อขายเพื่อช่วยในด้านภาษีที่ต้องจ่ายให้เป็นประโยชน์ต่อทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย

2.3 นักกฎหมายหรือทนายความ จะให้ข้อมูลในการทำเอกสารการซื้อขาย ซึ่งรวมถึงเงื่อนไขต่างๆ ในการเจรจาต่อรองตกลงกัน และช่วยในการเปลี่ยนเจ้าของทางกฎหมายให้เกิดขึ้นอย่างถูกต้อง บางครั้งจะมีการทำสัญญาปกป้องธุรกิจที่เรียกว่า Noncompetitive Clause คือผู้ขายมาอาจสร้างหรือดำเนินธุรกิจใหม่ที่เป็นคู่แข่งกับธุรกิจที่ขายต่อให้แก่ผู้ซื้อได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

3. การประเมินธุรกิจที่จะต้องซื้อต่อ ต้องพิจารณาปัจจัยด้านการเงินดังต่อไปนี้

3.1 ความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ ซึ่งจะทำได้โดยการวิเคราะห์ทั้งงบกำไรขาดทุน ปัญหาที่พบเสมอคืองบการเงินที่แสดงไว้ไม่ใช่งบ

การเงินที่แท้จริง จึงควรคำนึงถึงความจริงข้อนี้ด้วย

3.2 สภาพคล่องของธุรกิจและเงินสดหมุนเวียนที่จะใช้ในการชำระหนี้ระยะสั้นต้องมีความเพียงพอที่จะทำให้ธุรกิจดำเนินไปได้ไม่สะดุดหยุดชะงัก

3.3 หนี้สินของกิจการทั้งระยะสั้น และระยะยาวอยู่ในระดับที่ไม่เสี่ยงมากจนเกินไป

3.4 อัตราส่วนของสินทรัพย์ถาวรกับส่วนของเจ้าของ ถ้าอัตราส่วนนี้ต่ำแสดงว่ากิจการได้สินทรัพย์ถาวรมาด้วยการกู้ยืมเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากิจการนี้ไม่มีการลงทุนจากเจ้าของมากนัก ถือว่ามีความเสี่ยงสูงและมีภาระในการต้องชำระหนี้มาก

นอกจากนั้นยังต้องพิจารณาปัจจัยด้านการแข่งขัน การตลาด ข้อจำกัดทางกฎหมาย การเปลี่ยนแปลงของทำเลที่ตั้ง ความสัมพันธ์กับพนักงาน ลูกจ้าง ฯลฯ และที่สำคัญมาก คือ มูลค่าของธุรกิจที่จะซื้อต่อ

4. การกำหนดมูลค่าธุรกิจที่จะซื้อต่อ สามารถกระทำได้โดยคำนวณจากปัจจัยเหล่านี้

1. สินทรัพย์ของธุรกิจทั้งที่มีตัวตน (Tangible Assets)
2. สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible Assets)
3. ศักยภาพการทำกำไร หรืออัตรากำไรต่อสินทรัพย์

โดยอาจจะมีวิธีดังนี้

มูลค่าของธุรกิจ = มูลค่าของสินทรัพย์ที่มีตัวตน + มูลค่าของสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน + ศักยภาพในการทำกำไร

สินทรัพย์ที่มีตัวตน ประกอบด้วยลูกหนี้ วัสดุสิ้นเปลือง สินค้าคง

คลัง และสินทรัพย์ถาวร อาทิเช่น รถยนต์ เครื่องมืออุปกรณ์ เครื่องจักร อาคาร ที่ดิน ฯลฯ ซึ่งต้องมีการปรับมูลค่าตามวิธีการต่างๆ โดยท่านอาจจะดูได้จากงบการเงินของบริษัท หรือจ้างคนมาช่วยตีราคาสินทรัพย์ให้

สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนประกอบด้วย

1. ค่านิยม (Goodwill) คือสิ่งที่ทำให้ธุรกิจนั้นมีความสามารถทำกำไรได้มากกว่าธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน การกำหนดค่านิยมจึงมักรวมค่าตอบแทนผู้ประกอบการเดิมไว้ด้วยเพราะกิจการจะประสบความสำเร็จทำกำไรได้ต้องอาศัยความสามารถของผู้ประกอบการ

2. สัญญาเช่าและสัญญาอื่นๆ (Leases and Other Contracts) คือสิทธิการใช้ทรัพย์สินภายในช่วงเวลาที่กำหนด โดยเฉพาะสัญญาเช่าที่ทำเพื่อที่ตั้งที่เหมาะสมกับธุรกิจจะมีมูลค่าสูง

3. สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ และเครื่องหมายการค้า (Patents ,Copyright and Trademarks) เป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่จะเป็นภูมิคุ้มกันมิให้ผู้อื่นเลียนแบบหรือละเมิดในระยะเวลาที่กำหนดไว้ผู้ครอบครองจะได้รับผลประโยชน์จากการที่นำทรัพย์สินทางปัญญาเหล่านี้ไปใช้

การประเมินมูลค่าสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนของสัญญาเช่า สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า จะตีราคาตามราคาที่ผู้ให้เช่าหรือผู้ครอบครองเรียกร้อง แต่ค่านิยม (goodwill) ตีราคายากที่สุด เพราะมูลค่าของค่านิยมเกี่ยวข้องกับค่าความเสียหายของผู้ที่เริ่มต้นทำธุรกิจได้ลองผิดลองถูก จนกว่าจะได้พบ

ขยายธุรกิจครอบครัว

ธุรกิจครอบครัว เป็นธุรกิจที่มีผู้ประกอบการและพนักงานมาจากครอบครัวเดียวกันมากกว่า 2 คนขึ้นไปร่วมกันดำเนินธุรกิจ การดำเนินธุรกิจของสมาชิกในครอบครัวอาจจะเป็นเต็มเวลาหรือเฉพาะบางช่วงเวลาก็ได้ การดำเนินธุรกิจครอบครัวมักจะมีการตกทอดจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง และมีธุรกิจครอบครัวหลายแห่งที่เริ่มต้นจากการทำธุรกิจขนาดย่อม แต่สามารถประสบความสำเร็จทางธุรกิจจนกลายเป็นธุรกิจขนาดใหญ่เวลาต่อมา ในการดำเนินธุรกิจขนาดย่อมรูปแบบอื่น ความสัมพันธ์ของผู้ประกอบการหรือผู้บริหารกับพนักงานลูกจ้างจะเป็นไปตามโครงสร้างขององค์การธุรกิจ แต่ธุรกิจครอบครัวจะมีความสัมพันธ์ส่วนตัวมาเกี่ยวข้องด้วยเป็นอย่างมาก ซึ่งอาจเกิดความขัดแย้งและไม่เข้าใจกัน เพราะธุรกิจต้องยึดผลประโยชน์และความอยู่รอดเป็นหลัก

ดังนั้นธุรกิจครอบครัว ที่ต้องการประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจต้องแยกแยะความเป็นส่วนตัวและธุรกิจให้ออกจากกันโดยไม่ละเลยสัมพันธ์ภาพที่ดีในครอบครัว และดำรงความเป็นธุรกิจในขณะเดียวกัน

ข้อดีของธุรกิจครอบครัว

1. ชื่อเสียงของธุรกิจที่สร้างมาจากบรรพบุรุษ จะตกทอดแก่ลูกหลาน
2. บุคคลในครอบครัวจะทุ่มเทแรงกายแรงใจช่วยพยุงและพัฒนาธุรกิจมากกว่าลูกจ้างธรรมดา และยินดีที่จะทำงานหนักโดยได้รับผลตอบแทนเล็กน้อย เพื่อให้กำไรได้ถูกใช้ไปในการดำเนินงานและลงทุนเพิ่มเติมจนธุรกิจมั่นคงเติบโตขึ้น

3. ธุรกิจครอบครัวหวังการสืบทอดไปรุ่นลูกรุ่นหลาน จึงพยายามดำเนินธุรกิจอย่างสุจริตเสนอสินค้าและบริการที่มีมาตรฐานสม่ำเสมอ เพื่อรักษาชื่อเสียงเกียรติภูมิของธุรกิจในระยะยาว

ข้อเสียของธุรกิจครอบครัว

1. ความสัมพันธ์ส่วนตัวมีอิทธิพลต่อธุรกิจมากเกินไป
2. การบริหารงานไม่เป็นมืออาชีพ ทำให้ธุรกิจพัฒนาช้า
3. ความขัดแย้งในเรื่องธุรกิจทำลายความสัมพันธ์ในครอบครัว

ความเชื่อ ธุรกิจครอบครัวจะไม่สามารถอยู่ได้เกิน 3 รุ่น
ความจริง ไม่เคยมีหลักฐานที่แน่ชัดในคำพูดนี้ แต่ธุรกิจจะอยู่ได้ยาวนานเพียงใด ขึ้นอยู่กับปัจจัยมากมาย หากธุรกิจที่มีการพัฒนาปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา อาจจะสามารถอยู่ได้หลายชั่วอายุก็ได้



แนวทางการดำเนินธุรกิจครอบครัวให้ประสบความสำเร็จ

ธุรกิจครอบครัว ประกอบด้วยความสัมพันธ์อันดีเครือญาติหลายรูปแบบ ดังเช่น พ่อกับแม่ร่วมกันก่อตั้งโดยมีลูก ๆ ช่วยงาน สามีกรรยา พี่น้องสะใภ้หรือเขยกับบุคคลในครอบครัว ฯลฯ ไม่ว่าจะความสัมพันธ์จะเป็นแบบใด การดำเนินงานของครอบครัวสามารถนำมาซึ่งผลประโยชน์พร้อมกับความขัดแย้งหย่าร้างแตกหักได้ ถ้าไม่วางหลักการบริหารครอบครัวควบคู่ควบคู่ไปกับธุรกิจให้ดี ธุรกิจครอบครัวที่ประสบความสำเร็จทั้งด้านธุรกิจและครอบครัว จะมีการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

1. เมื่อว่าจ้างบุคคลในครอบครัวทำงานในธุรกิจ สถานะของบุคคลนั้นจะเท่าเทียมกับลูกจ้างธรรมดาทุกประการโดยไม่มีสิทธิพิเศษ
2. การจ่ายผลตอบแทนหรือการปูนบำเหน็จใด ควรพิจารณาบุคคลในครอบครัวเท่ากับลูกจ้าง ถ้าบุคคลในครอบครัวยังไม่มีความสามารถจริงทั้งด้านบริหารหรือความเชี่ยวชาญเฉพาะไม่ควรได้รับการปูนบำเหน็จ เพราะจะบั่นทอนกำลังใจของลูกจ้างอื่นๆ
3. เมื่อแรกเริ่มเข้าทำงาน บุคคลในครอบครัวควรเริ่มจากฝ่ายปฏิบัติการขั้นต่ำสุด และถูกบังคับบัญชาโดยลูกจ้าง
4. ไม่ควรใช้อคติ หรือความลำเอียงในการตัดสินใจในธุรกิจครอบครัว
5. ควรชี้แจงนโยบายด้านบุคลากร และโอกาสในการเลื่อนตำแหน่งให้ลูกจ้างอื่นเข้าใจอย่างชัดเจน ถ้ามีตำแหน่งที่ต้องให้เฉพาะบุคคลในครอบครัวควรบอกล่วงหน้าด้วย
6. ควรวางรากฐานของวัฒนธรรมขององค์กรให้เข้าใจแจ่มแจ้ง ทั้ง

บุคคลในครอบครัวและลูกจ้าง โดยเฉพาะวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นจุดเด่นของธุรกิจ

7. ควรทำการเข้าใจระหว่างบุคคลในครอบครัวด้วยกันเอง โดยวางระบบการว่าจ้างเข้าทำงาน การปูนบำเหน็จ การเข้าสู่ตำแหน่งบริหารให้ชัดเจน และปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด เช่นวางกฎว่าต้องมีประสบการณ์ทำงานที่อื่นมา 5 ปี จึงได้รับการบรรจุตำแหน่ง ถ้าไม่มีประสบการณ์เป็นได้แค่ลูกจ้างชั่วคราว

ขั้นตอนการสืบทอดและโตได้สู่ระดับบริหารของบุคคลในครอบครัว

1. ขั้นก่อนเข้าสู่ธุรกิจ พาลูกเข้าไปดูกิจการอย่างไม่เป็นทางการ ให้ลูกได้เรียนรู้ว่าธุรกิจนี้เป็นของครอบครัว ให้เขาได้เห็นการทำงานโดยภาพรวม
2. ขั้นแนะนำ แนะนำให้รู้จักกับลูกจ้างพนักงาน ผู้ขาย นายธนาคาร ที่ติดต่อธุรกิจด้วยอย่างเป็นทางการ
3. ขั้นเริ่มเข้าทำงาน เริ่มนำสมาชิกในครอบครัวเข้าทำงานโดยใช้เวลาหลังเลิกเรียน หรือปิดภาคเรียนในลักษณะบางช่วงเวลา หรือเป็นลูกจ้างชั่วคราวเพื่อให้เรียนรู้การทำงาน หรืออาจให้เริ่มทำงานที่บริษัทอื่นให้ได้ประสบการณ์ก่อน
4. ขั้นบรรจุเข้าทำงาน ให้บุคคลนั้นเข้าทำงานเต็มเวลาเป็นพนักงานในตำแหน่งทั่วไปที่ยังไม่ใช่ตำแหน่งบริหาร เช่น อยู่ฝ่ายบัญชี ฝ่ายขนส่ง
5. ขั้นผู้บริหารระดับต้น เริ่มแต่งตั้งบุคคลในครอบครัวที่มีผลงานดี และประสบการณ์มากพอขึ้นเป็นผู้บริหารงานบางแผนก แต่ไม่ควรเป็นทุกแผนกของกิจการพร้อมกัน
6. ขั้นผู้บริหารแต่งตั้ง เลื่อนตำแหน่งขึ้นเป็นผู้บริหารที่ดูแลทั่วทั้งกิจการ แต่การตัดสินใจที่สำคัญยังอยู่ที่พ่อแม่หรือผู้บริหารดั้งเดิม เพราะ

อิทธิพลความเป็นผู้นำของผู้บริหารดั้งเดิมยังครอบงำกิจการอยู่

7. ขั้นผู้บริหารเต็มตัว เป็นผู้บริหารที่มีลักษณะความเป็นผู้นำครอบงำกิจการได้ทั้งหมด

ธุรกิจการรับสิทธิทางการค้า

ธุรกิจการรับสิทธิทางการค้า (Franchise) เริ่มต้นขึ้นในสหรัฐอเมริกา โดยบริษัทซิงเกอร์และบริษัทเจนเนอรัลมอเตอร์เริ่มเผยแพร่ระบบนี้ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1898 ต่อมาธุรกิจประเภทนี้เป็นที่นิยมแพร่หลายได้รับความสำเร็จกันไปทั่วโลก เพราะช่วยในการลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจของธุรกิจขนาดย่อม และสร้างภาพพจน์อันดีให้แก่กิจการตลอดจนสินค้าและบริการ ในระบบธุรกิจการรับสิทธิทางการค้านี้ได้ตลอดมา

ธุรกิจการรับสิทธิทางการค้า เป็นธุรกิจที่ผู้ให้สิทธิ (Franchisor) ในการดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าหรือบริการ โดยใช้เครื่องหมายการค้าและสัญลักษณ์ของตน โดยที่ผู้ให้สิทธิได้รับค่าสิทธิทางการค้าตอบแทนในการช่วยเหลือผู้รับสิทธิทางการค้าในการดำเนินงานเลือกทำเลที่ตั้ง อบรมวิธีการ



ปฏิบัติงาน สร้างระบบการเงิน ช่วยเหลือในการจัดตั้งธุรกิจทุกอย่าง แนะนำนโยบายการบริหารธุรกิจ โฆษณาประชาสัมพันธ์ตลอดจนช่วยแก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ

การร่วมงานกันในลักษณะแฟรนไชส์จะเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน โดยต่างก็มีจุดแข็งและจุดอ่อนเฉพาะของตน และมีโครงสร้าง ระบบ กระบวนการที่แตกต่างกันด้วย แต่ละฝ่ายจะช่วยเสริมจุดแข็งที่อีกฝ่ายหนึ่งไม่มี จึงก่อให้เกิดผลดีแก่ทั้งด้านผู้ให้สิทธิและผู้รับสิทธิร่วมกัน

สัญญาสิทธิทางการค้าที่ทั้งผู้ให้สิทธิ และผู้รับสิทธิจัดทำและตกลงกัน เป็นข้อผูกพันตามกฎหมาย ซึ่งระดับของความผูกพันตามสัญญาโดยทั่วไป มีหลักการใหญ่คล้ายกันสำหรับธุรกิจ การรับสิทธิทางการค้าทุกธุรกิจ แต่อาจมีรายละเอียดปลีกย่อยที่แตกต่างกันบ้างสำหรับธุรกิจต่างชนิดกัน ดังนั้นก่อนตกลงใจซื้อสิทธิทางการค้ามาลงทุนทำธุรกิจ ทั้งผู้รับสิทธิและผู้ให้สิทธิควรศึกษาข้อมูลตามสัญญาให้รอบคอบก่อนตัดสินใจเซ็นสัญญาตกลงกัน

ประเภทของธุรกิจการรับสิทธิทางการค้า

1. ธุรกิจการรับสิทธิทางการค้าที่ใช้สินค้าและชื่อทางการค้า (Product and Tradename Franchise) ผู้รับสิทธิจะมีฐานะคล้ายผู้แทนจำหน่าย หรือผู้ค้าส่ง ซึ่งได้รับสิทธิในการขายสินค้าและใช้ชื่อทางการค้าของผู้ให้สิทธิ โดยที่วิธีการดำเนินงานบริหารและแนวทางการค้าสามารถวางแผนและตัดสินใจเอง ตัวอย่างของธุรกิจแบบนี้ คือ ร้านค้าแบบรถเข็นขายสี่เหลี่ยมเกี้ยว แม้ธุรกิจการรับสิทธิทางการค้าประเภทนี้มีจำนวนมากในปัจจุบัน แต่ในอนาคตจะลดน้อยลงเพราะจะกลายเป็นรูปแบบที่ 2 ซึ่งผู้ให้สิทธิสามารถควบคุมการดำเนินการได้มากขึ้น



2. ธุรกิจการรับสิทธิทางการค้าที่ใช้รูปแบบทางธุรกิจ (Business Format Franchise) ผู้รับสิทธิจะได้รับสิทธิในการขายสินค้าและบริการ ภายใต้เครื่องหมายการค้าและชื่อทางการค้ารวมทั้งได้รับการอบรมแนวทางการดำเนินธุรกิจ กลยุทธ์และแผนงานทางการตลาด การเงิน การจัดการการผลิต ควบคุมงานจากผู้ให้สิทธิจะแน่นแฟ้นกว่าประเภทแรก เพราะต้องช่วยเหลือแนะนำและร่วมทำกิจกรรมกันอยู่เสมอ

นอกจากนี้แล้ว ยังมีธุรกิจการรับสิทธิทางการค้าอีกแบบที่นิยมทำกัน คือ Piggyback Franchise ซึ่งเป็นร้านค้าปลีกที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ของร้านแม่ โดยมีความสัมพันธ์แบบช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ในเรื่องการขายสินค้าของสินค้าของร้านแม่ และการอยู่ในทำเลที่มีลูกค้าเป้าหมายของผู้รับสิทธิ นั้น เช่น ร้านบ้านไร่กาแฟ อยู่ในสถานีน้ำมัน Jet เป็นต้น

ลักษณะของผู้รับสิทธิที่เป็นพิเศษต่างจากผู้รับสิทธิทางการค้าอื่นๆ ก็มี
 ดังเช่น Multiple unit Ownership หรือ Area Developer ซึ่งได้รับ
 สิทธิในการเปิดร้านหลายๆ แห่งในเขตพื้นที่หนึ่ง เช่น บริษัท แมคไทย จำกัด
 เป็น Area Developer ของบริษัทแมคโดนัลด์จำกัดในเขตประเทศไทย



ข้อดีข้อเสียของธุรกิจการรับสิทธิทางการค้า

● สำหรับบริษัทแม่

ข้อดี

1. สามารถขยายกิจการได้รวดเร็ว ด้วยเงินทุนของผู้รับสิทธิ
2. สามารถควบคุมกิจการได้ด้วยนโยบายหลักของธุรกิจ
3. สามารถจูงใจบุคลากรได้ดีกว่า เพราะผู้รับสิทธิจะกระตือรือร้นมากกว่าลูกจ้าง
4. มีปัญหาด้านคนน้อยลง เพราะธุรกิจแต่ละแห่งผู้รับสิทธิจะต้องรับผิดชอบพนักงานเอง

ข้อเสีย

1. การควบคุมในระยะยาวอาจมีปัญหา เมื่อผู้รับสิทธิอยากทำตามวิถีการของตนบ้าง
2. ต้องแบ่งปันผลกำไรกับผู้รับสิทธิ
3. การให้ความช่วยเหลือในการดำเนินงาน แก่ผู้รับสิทธิแต่ละรายทำได้ยากและสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายในบางเรื่องเช่น ให้บริการด้านกฎหมายและบัญชีซึ่งวิธีการรวมกันทำที่ส่วนกลางแม้จะประหยัดกว่าแต่ก็ทำไม่ได้

● สำหรับผู้รับสิทธิ

ข้อดี

1. ลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ เพราะสินค้าและบริการเป็นที่รู้จักกันดีแล้ว
2. ได้รับความช่วยเหลือและคำแนะนำในการดำเนินการแบบมาตรฐาน
3. ได้รับการอบรมฝึกฝนที่ทันสมัยและต่อเนื่องอยู่เสมอ
4. ได้รับความช่วยเหลือด้านการเงิน เช่น หาแหล่งเงินกู้ให้ เลื่อนกำหนดผ่อนผันการชำระค่าธรรมเนียมแก่ผู้ให้สิทธิ
5. สามารถใช้กลยุทธ์ทางการค้าได้เต็มที่ เช่น ช่วยทำโฆษณาให้
6. ได้รับวัตถุดิบในราคาถูกกว่า เพราะให้สิทธิจัดซื้อโดยรวมทำให้มีอำนาจต่อรองดีกว่า
7. สามารถตั้งธุรกิจได้ง่ายกว่า

ข้อเสีย

1. ต้องเสียค่าธรรมเนียม Royalty Fee และส่วนแบ่งรายได้ค่อนข้างสูง

2. ถูกบังคับให้ดำเนินการตามนโยบาย ของผู้ให้สิทธิทำให้ผู้รับสิทธิ ที่ชอบความเป็นอิสระอาจไม่พอใจที่ไม่สามารถบริหารตามที่ตนเห็นควรได้
3. มีข้อจำกัดด้านเขตพื้นที่ที่จะขาย/ให้บริการและสายผลิตภัณฑ์ ผู้รับ สิทธิไม่สามารถนำสินค้าอื่นมาขายได้ในร้านของตนเอง
4. เงื่อนไขของสัญญาสิทธิทางการค้าส่วนใหญ่ไม่ยุติธรรม มีผลให้ ผู้รับสิทธิเสียเปรียบ
5. ผู้รับสิทธิที่ไม่ปฏิบัติตามสัญญา อาจถูกเพิกถอนสิทธิทางการค้า ได้
6. ผู้รับสิทธิรายอื่นก่อปัญหาหรือความเสียหาย เช่น จำหน่ายสินค้า โดยหลอกลวงผู้บริโภค จะทำให้ภาพพจน์ของธุรกิจการรับสิทธิทางการค้านั้น ทั้งหมดเสียหายและส่งผลกระทบต่อเราได้
7. ผู้รับสิทธิต้องพึ่งพาอาศัยบริษัทแม่มากเกินไป

.....

มีใช่เพราะว่างานยาก เราจึงไม่กล้าทำ
แต่เพราะว่าเราไม่กล้าทำ งานจึงยาก

บทที่ 4

รูปแบบการจดทะเบียนธุรกิจ

รูปแบบของธุรกิจขนาดย่อม

การจัดตั้งธุรกิจขนาดย่อม จะต้องเลือกรูปแบบที่เหมาะสมกับความต้องการและลักษณะของธุรกิจแต่ละแห่ง ซึ่งรูปแบบความเป็นเจ้าของกิจการตามที่มีประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ได้กำหนดไว้มีอยู่ 3 แบบ อันได้แก่ ธุรกิจเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน และบริษัทจำกัด

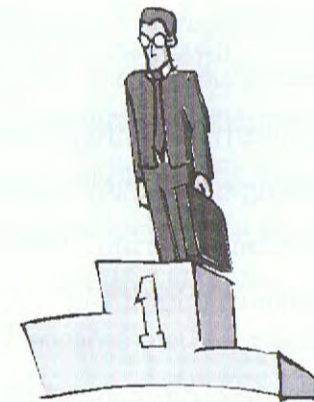
การที่ผู้ประกอบการจะเลือกดำเนินการตามรูปแบบธุรกิจแบบใด จะต้องพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ค่าใช้จ่ายและความยากง่ายของรูปแบบการก่อตั้ง
2. ความรับผิดชอบต่อหนี้สินของผู้ประกอบการ
3. ความต่อเนื่องของกิจการ
4. การถ่ายโอนความเป็นเจ้าของ
5. อำนาจในการบริหารงาน
6. ความสามารถในการเพิ่มทุนขยายกิจการ

7. ภาระด้านภาษีอากร
8. ข้อจำกัดทางกฎหมาย

ธุรกิจเจ้าของคนเดียว

ธุรกิจเจ้าของคนเดียวมีผู้ประกอบการเพียงคนเดียวที่เป็นเจ้าของกิจการ และบริหารงานทุกด้านของธุรกิจด้วยการตัดสินใจคนเดียว การประกอบธุรกิจจะทำโดยนำสินทรัพย์ส่วนตัวของตน หรือเงินที่ยืมมาจากเครือญาติ เพื่อนฝูง สถาบันการเงินมาลงทุน ดังนั้นธุรกิจเจ้าของคนเดียวมักจะเป็นธุรกิจส่วนตัวที่มีเงินทุนดำเนินการไม่มาก และมีขอบเขตของการดำเนินธุรกิจค่อนข้างจำกัด จึงเหมาะสมกับธุรกิจที่ต้องการเงินทุนน้อย บริหารงานอย่างเรียบง่าย ไม่ซับซ้อนหรือมีขั้นตอนมาก และเน้นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของกับลูกค้าเป็นเรื่องสำคัญ เช่นพวกขายอาหารเล็กๆ หรือธุรกิจขายเสื้อผ้าเล็กๆ



ข้อดีของธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว

1. จัดตั้งได้ง่าย ผู้ประกอบการสามารถนำหลักฐานต่างๆ ไปจดทะเบียนพาณิชย์ และขอใบอนุญาตต่างๆ ที่จำเป็นได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องมีการรับรองจากสมาชิกเนติบัณฑิตยสภาเช่นเดียวกับห้างหุ้นส่วน และบริษัทจำกัด
2. มีอิสระในการดำเนินงานเต็มที่ การตัดสินใจต่างๆ จะทำโดยเจ้าของเพียงคนเดียวทำให้คล่องตัวและสะดวกในการดำเนินงาน
3. รักษาความลับได้ดี เพราะธุรกิจเจ้าของคนเดียวไม่มีข้อบังคับทางกฎหมายที่จะต้องเปิดเผยข้อมูลแก่บุคคลภายนอก เจ้าของจะทำการปฏิบัติงานหลักๆ เอง ทำให้เคลือบคลุมแห่งความสำเร็จไม่ถูกแพร่กระจายและลอกเลียนแบบ
4. ได้ผลกำไรเป็นค่าตอบแทนในการประกอบการคนเดียว ไม่ต้องแบ่งให้ผู้อื่นเช่นเดียวกับห้างหุ้นส่วนหรือบริษัท
5. ข้อจำกัดทางกฎหมายมีน้อย ไม่จำเป็นต้องแสดงงบการเงินต่อกรมสรรพากรทุกสิ้นงวดบัญชีเพื่อเสียภาษี เพราะจะใช้วิธีการเหมาจ่ายโดยหักจ่ายจากเงินได้พึงประเมินตามอัตราต่าง ๆ (ขอลดได้จากกรมสรรพากร) ซึ่งลดภาระในการทำบัญชีและการใช้ผู้สอบบัญชีรับรองงบการเงิน
6. การคำนวณภาษีกฎหมายถือว่าเจ้าของและธุรกิจเป็นบุคคลเดียวกัน จึงเสียแต่เพียงภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ภงด. 90 และ ภงด. 94) ไม่ต้องเสียภาษีซับซ้อนเหมือนรูปแบบธุรกิจอื่น

ข้อเสียของธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว

1. ต้องรับผิดชอบในหนี้สินไม่จำกัดจำนวน เพราะถือว่าเจ้าของกับธุรกิจเป็นบุคคลเดียวกันถ้ากิจการขาดทุนไม่เพียงแต่เจ้าของจะสูญเสียเงินที่ลงทุนไปทั้งหมดเท่านั้น แต่ต้องรับผิดชอบนำสินทรัพย์ส่วนตัวมาชดใช้หนี้นี้อีก
2. เจ้าของขาดความสามารถที่จะบริหารงานให้ประสบความสำเร็จทุกด้าน คนโดยส่วนมากจะมีความชำนาญเฉพาะด้านแต่ไม่เก่งทุกด้าน เมื่อต้องบริหารงานโดยตนเองทุกเรื่องอาจตัดสินใจดำเนินการผิดพลาดในบางเรื่องซึ่งอาจทำให้ธุรกิจถึงกับประสบความล้มเหลวได้
3. ขยายกิจการยาก การกู้ยืมเงินจากผู้อื่นหรือจากสถาบันทางการเงินมาขยายกิจการค่อนข้างทำได้ยากเพราะธุรกิจของคนเดียวมีภาพลักษณ์ของความไม่มั่นคง ขาดความน่าเชื่อถือต่างกับธุรกิจรูปแบบห้างหุ้นส่วนหรือบริษัทจำกัด
4. อายุการดำเนินงานของกิจการมีจำกัด ถ้าเจ้าของตายหรือตกเป็นผู้ไร้ความสามารถธุรกิจก็จะสิ้นสุดลงด้วย

ขั้นตอนการจัดตั้งธุรกิจเจ้าของคนเดียว

1. การจดทะเบียนพาณิชย์ ผู้ประกอบการต้องจดทะเบียนพาณิชย์ภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันเริ่มประกอบธุรกิจ โดยนำหลักฐานไปจดทะเบียนที่สำนักทะเบียนธุรกิจของแต่ละเขตพื้นที่ ถ้าสำนักงานใหญ่ของกิจการตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ถ้าอยู่ในต่างจังหวัดให้จดทะเบียนที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดหรือที่ทำการอำเภอและกิ่งอำเภอนั้น และต้องแสดงใบทะเบียนพาณิชย์ที่ได้นั้น ณ สำนักงานที่เปิดเผยและเห็นได้ง่าย พร้อมกับทำป้ายชื่อที่ใช้ใน

การประกอบพาณิชย์ ไว้หน้าสำนักงานใหญ่และสาขาภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่จดทะเบียนพาณิชย์ โดยที่ป้ายนั้นต้องเป็นภาษาไทย จะมีอักษรต่างประเทศไว้ด้วยก็ได้และจะต้องตรงกับชื่อที่จดทะเบียนไว้

2. การขอเลขประจำตัวผู้เสียภาษี ผู้ประกอบการต้องไปยื่นขอบัตรและเลขประจำตัวผู้เสียภาษีของนิติบุคคลที่สำนักงานภาษีสรรพากรพื้นที่ 1 - 16 ถ้าสำนักงานใหญ่ของกิจการ ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ถ้าอยู่ในต่างจังหวัดให้ขอที่สำนักงานสรรพากรจังหวัด

3. การจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม ธุรกิจที่มีรายได้ปีละ 1,200,000 บาทขึ้นไป ต้องจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม และยื่นแบบ ภ.พ.30 เพื่อแสดงยอดภาษีมูลค่าเพิ่มที่มียอดดุลเป็นเครดิตและเดบิตอันเกิดจากการเอาภาษีขายหักด้วยภาษีซื้อในแต่ละเดือน การจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มจะทำให้ต่อเมื่อมีการขอเลขประจำตัวผู้เสียภาษีเรียบร้อยแล้ว โดยจดทะเบียนที่สำนักงานภาษีสรรพากรพื้นที่ หรือสำนักงานสรรพากรจังหวัด หรือสำนักงานสรรพากรภาคทุกแห่งเช่นเดียวกับการขอเลขประจำตัวผู้เสียภาษี

ธุรกิจที่มีรายได้ต่ำกว่าปีละ 1,200,000 บาท จะจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มหรือไม่ก็ได้ แต่ถ้าธุรกิจขนาดย่อมนั้นมีการติดต่อซื้อขายประกอบธุรกิจเกี่ยวข้องกับธุรกิจที่จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม ก็ควรจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มด้วย เพื่อประโยชน์ในการได้ภาษีซื้อคืนและสามารถออกไปกำกับภาษีซึ่งเป็นเอกสารการเงินที่ธุรกิจขนาดใหญ่ต้องการได้

ห้างหุ้นส่วน

ห้างหุ้นส่วน เป็นรูปแบบของการประกอบธุรกิจที่มีบุคคลตั้งแต่สอง

คนขึ้นไปทำสัญญาร่วมกัน เพื่อวัตถุประสงค์ในการแบ่งผลกำไรระหว่างกัน สัญญาการจัดตั้งห้างหุ้นส่วน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. มีบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป และเป็นบุคคลที่สามารถทำนิติกรรมตามกฎหมายได้
2. ต้องมีการแสดงเจตนาในการเข้าเป็นหุ้นส่วน
3. ต้องมีการเข้าเป็นหุ้นส่วนกัน โดยใช้เงินสดหรือสินทรัพย์อื่นทั้งที่เป็นสังหาริมทรัพย์และอสังหาริมทรัพย์ ตลอดจนแรงงานทั้งกำลังกายและกำลังความรู้ความชำนาญ
4. กิจการที่กระทำได้ไม่มีวัตถุประสงค์ที่ขัดกับกฎหมาย หรือขัดกับความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน
5. ต้องมีเจตนาร่วมกัน ในส่วนได้ส่วนเสีย (กำไรขาดทุน) ในการจัดการดูแลกิจการซึ่งทำร่วมกันนั้น ห้างหุ้นส่วนแบ่งออกเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญและห้างหุ้นส่วนจำกัด

ห้างหุ้นส่วนจำกัด (Limited Partnership)

เป็นห้างหุ้นส่วนที่ประกอบด้วยหุ้นส่วน 2 ประเภทคือ

1. หุ้นส่วนประเภทจำกัดความรับผิด จะจำกัดความรับผิดไม่เกินจำนวนเงินที่รับจะลงหุ้น
2. หุ้นส่วนประเภทไม่จำกัดความรับผิด ต้องรับผิดร่วมกันในหนี้สินของห้างหุ้นส่วนโดยไม่จำกัดจำนวน ห้างหุ้นส่วนจำกัดต้องมีหุ้นส่วนทั้งสองประเภทอยู่อย่างน้อยประเภท 1 คน และกฎหมายบังคับให้ต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล โดยมีเงื่อนไขคือ

1. จะเอาชื่อของหุ้นส่วนประเภทจำกัดความรับผิด มาตั้งเป็นชื่อห้างหุ้นส่วนไม่ได้
2. หุ้นส่วนประเภทจำกัดความรับผิด ต้องลงทุนด้วยเงินหรือทรัพย์สินอื่น ๆ จะลงทุนด้วยแรงงานเสมือนหุ้นส่วนประเภทไม่จำกัดความรับผิดไม่ได้
3. หุ้นส่วนประเภทจำกัดความรับผิดไม่มีสิทธิเป็นผู้จัดการ กฎหมายบัญญัติให้หุ้นส่วนประเภทไม่จำกัดความรับผิดเท่านั้นที่มีสิทธิเป็นผู้จัดการ
4. หุ้นส่วนประเภทจำกัดความรับผิด จะโอนหุ้นของตนโดยปราศจากความยินยอมของหุ้นส่วนอื่นๆ ได้

จะเห็นได้ว่า กฎหมายจำกัดสิทธิของหุ้นส่วนประเภทจำกัดความรับผิดหลายประการเนื่องจากต้องการชี้แจงขอบเขตความสามารถของหุ้นส่วนประเภทนี้ จากการที่มีความรับผิดจำกัดเพียงเงินที่รับจะลงทุน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการใดๆ ที่จะเกิดความเสียหายแก่ห้างหุ้นส่วน และป้องกันบุคคลภายนอกมิให้เข้าใจสถานะภาพของหุ้นส่วนรายนั้นผิดไปจากความจริง แต่ในขณะเดียวกันกฎหมายก็ลดหย่อนกฎเกณฑ์เกี่ยวกับหุ้นส่วนประเภทจำกัดความรับผิดบางข้อดังต่อไปนี้

1. หุ้นส่วนประเภทจำกัดความรับผิดจะประกอบการค้าขายใด ๆ ที่อาจจะมีสภาพอย่างเดียวกัน หรือเป็นการแข่งขันกับหุ้นส่วน เพื่อประโยชน์ของตนหรือผู้อื่นได้
2. หุ้นส่วนประเภทจำกัดความรับผิดตาย ล้มละลาย หรือตกเป็นผู้ไร้ความสามารถ ไม่ทำให้ห้างหุ้นส่วนต้องล้มเลิก เว้นแต่จะตกลงกันไว้เป็นอย่างอื่น ละทายาทของหุ้นส่วนประเภทนี้สามารถเข้าเป็นหุ้นส่วนแทนผู้ตายได้

ข้อดีของธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วน

1. ได้หุ้นส่วนที่มีความรู้ความชำนาญ และประสบการณ์หลายๆ ด้าน มาช่วยกันบริหารงาน ซึ่งสามารถจัดข้อเสียจากการที่ผู้ประกอบการคนเดียวต้องตัดสินใจทุกด้านออกไปได้ ทำให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปด้วยดี (แต่ยังดีกว่าบริษัทจำกัดที่สามารถจ้างผู้บริหารมืออาชีพ)
2. เป็นการร่วมทุนของหุ้นส่วนหลายคน ซึ่งมักจะรวบรวมเงินทุนได้มากกว่าเจ้าของเพียงคนเดียว (แต่น้อยกว่าบริษัทจำกัด)
3. การขยายกิจการ โดยการขอกู้ยืมจากสถาบันการเงินทำได้ง่ายกว่า โดยเฉพาะกรณีจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล (แต่น่าเชื่อถือน้อยกว่าบริษัทจำกัด)
4. ข้อจำกัดและระเบียบการปฏิบัติตามกฎหมายต่างๆ มีน้อยกว่าบริษัทจำกัด

ข้อเสียของธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด

1. หุ้นส่วนต้องรับผิดชอบอย่างไม่จำกัด ยกเว้นหุ้นส่วนประเภทจำกัดความรับผิด การรับผิดชอบอย่างไม่จำกัดของหุ้นส่วนประเภทไม่จำกัดความรับผิดจะรวมไปถึงหนี้สินของห้างหุ้นส่วนที่หุ้นส่วนคนอื่นก่อขึ้นด้วย
2. เมื่อมีหุ้นส่วนหลายคนอาจเกิดความขัดแย้งในการบริหารงาน ทำให้เกิดผลเสียต่องานส่วนรวมของห้างหุ้นส่วน และหุ้นส่วนหนึ่งคนจะมีเพียงหนึ่งเสียงแม้จะลงทุนมากกว่าคนอื่นก็ตาม
3. การถ่ายโอนความเป็นเจ้าของทำได้ยาก หุ้นส่วนจะถ่ายโอนหุ้นให้บุคคลภายนอกไม่ได้ เว้นแต่จะมีการตกลงกันไว้ในสัญญาหรือได้รับคำยินยอมจากหุ้นส่วนคนอื่น อย่างไรก็ดีการโอนหุ้นของหุ้นส่วนประเภทจำกัด

ความรับผิดชอบในห้างหุ้นส่วนจำกัดสามารถทำได้โดยปราศจากความยินยอมของหุ้นส่วนคนอื่น เพราะหุ้นส่วนประเภทนี้ไม่สามารถเข้ามามีส่วนในการจัดการห้างได้

4. การถอนเงินทุนจากการเป็นหุ้นส่วนทำได้ยาก การเลิกห้างหุ้นส่วนก็ทำได้ยากต้องมีการชำระบัญชีห้างหุ้นส่วนเมื่อสิ้นงวดทางบัญชี

5. ถ้าหุ้นส่วนประเภทรับผิดชอบไม่จำกัดตาย ล้มละลาย หรือตกเป็นผู้ไร้ความสามารถ หรือถอนตัวออกไป ห้างหุ้นส่วนจะล้มเลิกไป เว้นแต่หุ้นส่วนที่เหลือรับผิดชอบหุ้นแทน จึงจะทำให้สัญญาห้างหุ้นส่วนนั้นยังคงใช้ได้ต่อไป ในระหว่างหุ้นส่วนที่ยังอยู่ด้วยกัน แต่ถ้าเป็นหุ้นส่วนประเภทจำกัดความรับผิดชอบตาย หรือล้มละลาย หรือตกเป็นผู้ไร้ความสามารถ จะไม่เป็นเหตุให้ห้างหุ้นส่วนนั้นล้มเลิก

6. ความน่าเชื่อถือในสายตามบุคคลภายนอก โอกาสในการขยายงาน การใช้ผู้บริหารมืออาชีพดีกว่าบริษัทจำกัด

7. ผลตอบแทนของผู้ประกอบการ ต้องเสียภาษีซ้ำซ้อนทั้งภาษีเงินได้บุคคล และภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในกรณีที่จดทะเบียนห้างหุ้นส่วนบุคคล

การจัดตั้งห้างหุ้นส่วน

การจดทะเบียนห้างหุ้นส่วนจะต้องมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ชื่อของห้างหุ้นส่วน
2. วัตถุประสงค์ของห้างหุ้นส่วน
3. สถานที่ตั้งสำนักงานใหญ่และสาขาทั้งปวง

4. ชื่อและที่อยู่ พร้อมทั้งอาชีพของหุ้นส่วนทุกคน
5. ชื่อของหุ้นส่วนผู้จัดการเมื่อได้แต่งตั้งให้หุ้นส่วน เป็นผู้จัดการแต่เพียงบางคน
6. ถ้ามีข้อจำกัดอำนาจของหุ้นส่วนผู้จัดการให้ลงไว้ด้วย
7. ตราที่ใช้เป็นตราสำคัญของห้างหุ้นส่วน การจดทะเบียนต้องลงลายมือชื่อของหุ้นส่วนทุกคนและต้องประทับตราของห้างหุ้นส่วนนั้นด้วย และให้พนักงานทะเบียนทำใบสำคัญแสดงการจดทะเบียนส่งมอบให้แก่ห้างหุ้นส่วนนั้นฉบับหนึ่ง

บริษัทจำกัด

บริษัทจำกัดเป็นนิติบุคคลที่ตั้งขึ้น เพื่อวัตถุประสงค์ในการแสวงหากำไรจากกิจการที่กระทำโดยแบ่งทุนออกเป็นหุ้นมีมูลค่าหุ้นละเท่า ๆ กัน และมีผู้ถือหุ้นตั้งแต่ 7 คนแต่ไม่เกินถึง 100 คน ผู้ถือหุ้นทุกคนต่างรับผิดชอบจำกัดเพียงไม่เกินจำนวนเงินที่ตนยังส่งไม่ครบมูลค่าหุ้นที่ตนถือ

ลักษณะของบริษัทจำกัด มีดังต่อไปนี้

1. มีผู้ริเริ่มก่อการจัดตั้งบริษัทอย่างน้อย 7 คน
2. มีผู้ถือหุ้นตั้งแต่ 7-99 คน ผู้ถือหุ้น 2 คนขึ้นไปถือหุ้นเดียวกันให้นับเป็นผู้ถือหุ้น 1 คน
3. แบ่งทุนเป็นหุ้นมีมูลค่าหุ้นละเท่า ๆ กัน มูลค่าหุ้นไม่ต่ำกว่าหุ้นละ 5 บาท
4. ผู้ถือหุ้นทุกคนรับผิดชอบในหนี้สินของบริษัทเพียงส่วนซึ่งยังส่งใช้ค่าหุ้นที่ตนถือไม่ครบ

5. มีวัตถุประสงค์ในการแสวงหากำไร
6. ต้องมีกรรมการอย่างน้อย 1 คน ซึ่งเลือกตั้งจากที่ประชุมจัดตั้งบริษัท
7. ต้องกำหนดอำนาจหน้าที่ของกรรมการในการกระทำการแทนบริษัทจำกัด
8. ต้องมีผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเป็นผู้สอบบัญชีประจำบริษัทจำกัด
9. ต้องมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ในราชอาณาจักร
10. ต้องมีตราสำคัญแสดงการถือหุ้นที่ใช้ประทับในใบหุ้น
11. ต้องมีใบสำคัญแสดงการถือหุ้นมอบให้ผู้ถือหุ้นทุกคน
12. ต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล
13. ต้องใช้คำว่า “บริษัท” นำหน้า และ “จำกัด” ต่อท้ายชื่อเสมอ
14. อายุไม่จำกัดจนกว่าจะมีเหตุต้องเลิกตามกฎหมาย
15. คุณสมบัติของผู้ถือหุ้นไม่เป็นสาระสำคัญ

ในประเทศไทยมีการแบ่งบริษัทจำกัดออกเป็น 2 ประเภท ประเภทแรกคือ บริษัทเอกชนจำกัด ซึ่งจัดตั้งตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ประเภทที่สองคือ บริษัทมหาชนจำกัด ซึ่งจัดตั้งตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2521 และภายหลังได้มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด พ.ศ. 2535 วัตถุประสงค์การจัดตั้งบริษัทมหาชนจำกัดเป็นการกระจายความเป็นเจ้าของกิจการไปในหมู่ประชาชนจำนวนมาก และผู้ถือหุ้นแต่ละคนจะถือหุ้นในสัดส่วนที่น้อยเมื่อเปรียบเทียบกับทุนเรือนหุ้นทั้งหมดของบริษัท

ลักษณะของหุ้นของบริษัทจำกัด

หุ้นของบริษัทจำกัด เป็นหุ้นที่บริษัทออกให้ผู้ถือหุ้นเพื่อแสดงความเป็นเจ้าของผู้ถือหุ้น มีสิทธิออกเสียงเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัทคล้ายหุ้นส่วนในห้างหุ้นส่วน แต่ผู้ถือหุ้นของบริษัทจะมีสิทธิมากขึ้นตามจำนวนหุ้นที่ตนถือ ไม่ได้มีสิทธิ 1 คนนับเป็น 1 เสียงเช่นห้างหุ้นส่วน มูลค่าของหุ้นต้องไม่ต่ำกว่าหุ้นละ 5 บาท ผู้ถือหุ้นจะได้ส่วนแบ่งกำไรในรูปของเงินปันผลตามเปอร์เซ็นต์ของมูลค่าหุ้นที่ตนถือ ซึ่งขึ้นอยู่กับกำไรแต่ละปี หุ้นทุนมี 2 ชนิด คือ

1. หุ้นสามัญ (Common Stock) คือ หุ้นที่มีสิทธิออกเสียงในการดำเนินงานของบริษัท ถ้าบริษัทล้มละลายผู้ถือหุ้นสามัญจะได้รับการคืนทุนหลังผู้ถือหุ้นประเภทอื่น เงินปันผลจะขึ้นอยู่กับกำไร ถ้ากำไรมากเงินปันผลก็ได้มาก ถ้าบริษัทขาดทุนจะไม่ได้เงินปันผลเลย นับว่าผู้ถือหุ้นสามัญเป็นผู้ประกอบการเต็มตัว ซึ่งต้องเผชิญกับความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจเต็มที่

2. หุ้นบุริมสิทธิ (Preferred Stock) ถือหุ้นที่ไม่มีสิทธิออกเสียงในการดำเนินกิจการ แต่จะได้รับเงินปันผลในอัตราที่ตายตัวตามเปอร์เซ็นต์ที่ระบุไว้ในหุ้น และได้รับการคืนทุนก่อนหุ้นสามัญ

ลักษณะการดำเนินงานของบริษัทจำกัด

ผู้ประกอบการของบริษัทคือผู้จะไม่ได้ทำการบริหารกิจการโดยตรง แต่จะแต่งตั้งคณะกรรมการอำนวยการในที่ประชุมผู้ถือหุ้น เพื่อให้คณะกรรมการอำนวยการนี้ไปจัดตั้งทีมผู้บริหารงานโดยตรง คือ ประธานบริษัท รอง

ประธานบริษัท และผู้บริหารระดับต่างๆ ซึ่งผู้บริหารเหล่านี้จะทำการคัดเลือกพนักงานลูกจ้างที่จะมาทำงานอีกครั้ง เป็นขั้นตอนลงมาดังภาพ

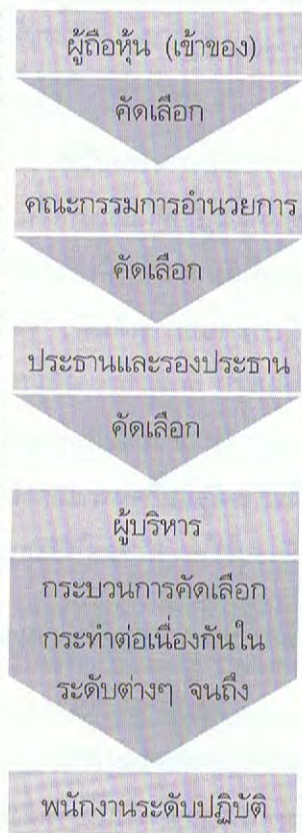
ข้อดีของธุรกิจแบบบริษัทจำกัด

1. ขยายกิจการได้ง่าย บริษัทจำกัดดูน่าเชื่อถือในสายตาบุคคลภายนอก เช่น สถาบันการเงินที่จะให้กู้ยืม การเพิ่มทุนสามารถทำได้โดยมติของที่ประชุม

2. สามารถดึงดูดพนักงาน ที่มีความสามารถเข้ามาทำงาน บริษัทจำกัดมักใช้ผู้บริหารมืออาชีพ จึงเสมือนว่ามีระบบการทำงานที่เป็นทางการดีกว่าธุรกิจรูปแบบอื่น และบริษัทจำกัดมีภาพพจน์ที่มั่นคงทำให้พนักงานอยากเข้ามาทำงานด้วย

3. ผู้ถือหุ้นรับผิดชอบจำกัดเฉพาะค่าหุ้นที่ตนยังค้างจ่ายแก่บริษัทเท่านั้น ถ้าบริษัทเกิดมีหนี้สินใดๆ ผู้ถือหุ้นไม่ต้องรับผิดชอบด้วย

4. การเปลี่ยนแปลงตัวผู้ประกอบการ เช่น โอนให้ผู้อื่น ผู้ถือหุ้นตาย ล้มละลาย หรือกลายเป็นผู้ไร้ความสามารถ ไม่มีผลทำให้บริษัทต้องเลิกกิจการ ทำให้บริษัทจำกัดมีอายุไม่จำกัด



5. การถ่ายโอนความเป็นเจ้าของทำได้ง่าย ผู้ถือหุ้นของบริษัทจำกัดสามารถโอนหรือขายหุ้นให้แก่ใครก็ได้โดยไม่ต้องได้รับความเห็นชอบจากบริษัทจำกัด ยกเว้นเป็นหุ้นชนิดระบุชื่อผู้ถือหุ้น

ข้อเสียของธุรกิจแบบบริษัทจำกัด

1. จัดตั้งยากและค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งสูงกว่าการจัดตั้งตามรูปแบบอื่น ๆ

2. มีข้อจำกัดของกฎหมายควบคุมอยู่มากที่สุดในธุรกิจทั้งสามรูปแบบ

3. ไม่สามารถปกปิดรักษาความลับของกิจการได้ทั้งหมด เพราะต้องเปิดเผยข้อมูลแก่รัฐ และสาธารณชนตามที่กฎหมายกำหนด ระบบงานซับซ้อนมีผู้รู้เห็นกระบวนการทำงานหลายคน

4. ฝ่ายบริหารอาจไม่ใช่ผู้ถือหุ้น จึงอาจบริหารงานอย่างไม่รอบคอบระมัดระวัง เพราะบริษัทไม่ได้ตั้งขึ้นด้วยเงินของเขาเอง

5. ผู้ประกอบการต้องเสียภาษีซ้ำซ้อน คือเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล และเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

การจัดตั้งบริษัทจำกัด

1. จัดทำหนังสือบริคณห์สนธิไปขอจดทะเบียน โดยผู้ก่อตั้งบริษัทไม่น้อยกว่า 7 คน ทำการบันทึกวัตถุประสงค์ของการก่อตั้งบริษัท 2 ฉบับขึ้นไป โดยผู้เริ่มกิจการทุกคนลงลายมือชื่อไว้ พร้อมพยานลงชื่อรับรองด้วย 2 คน หนังสือบริคณห์สนธิต้องมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1.1 ชื่อบริษัทที่คิดจะตั้งขึ้น ซึ่งต้องมีคำว่า "จำกัด" ไว้ท้ายชื่อนั้นด้วยเสมอ
- 1.2 ที่ตั้งสำนักงานของบริษัท ซึ่งจดทะเบียนนั้นจะต้องอยู่ประเทศไทย
- 1.3 วัตถุประสงค์ของบริษัท
- 1.4 ถ้อยคำที่แสดงว่าความรับผิดชอบของผู้ถือหุ้นมีจำกัด
- 1.5 จำนวนทุนเรือนหุ้นที่จะจดทะเบียนมีมูลค่าหุ้นละเท่าไร (ต้องไม่ต่ำกว่า 5 บาท)
- 1.6 ชื่อที่อยู่ อาชีพ และลายมือชื่อของบรรดาผู้เริ่มกิจการ และจำนวนหุ้นของแต่ละคนที่ต่างเข้าชื่อไว้

2. จัดให้มีผู้เข้าชื่อถือหุ้น หลังจากได้รับใบสำคัญแสดงการจดทะเบียนหนังสือบริคณห์สนธิแล้ว ผู้ก่อตั้งจะเริ่มหาผู้สนใจเข้าร่วมถือหุ้นให้ครบตามจำนวนทุนเรือนหุ้นที่บริษัทกำหนด จดทะเบียนโดยอาจบอกกล่าวโดยวาจาหรือลายลักษณ์อักษรได้ แต่ห้ามมิให้ชี้ชวนประชาชนให้ถือหุ้น

3. ประชุมจัดตั้งบริษัท เมื่อมีผู้ถือหุ้นหมดแล้ว ผู้เริ่มกิจการจะนัดวันประชุมใหญ่เพื่อจัดตั้งบริษัทโดยจะต้องส่งรายงานการจัดตั้งบริษัทไปยังผู้เข้าชื่อถือหุ้นอย่างน้อยเจ็ดวัน ก่อนวันนัดประชุม ในการประชุมจัดตั้งจะ

มีการกำหนดข้อบังคับของบริษัทและเลือกตั้งคณะกรรมการอำนวยการ และมอบหมายกิจการแก่คณะกรรมการอำนวยการดำเนินการต่อไป

4. เรียกให้ผู้เข้าชื่อถือหุ้น และผู้เริ่มกิจการชำระเงินค่าหุ้น คณะกรรมการอำนวยการจะเรียกเก็บเงินค่าหุ้น โดยเก็บหุ้นหนึ่งไม่ต่ำกว่า 25%

5. จดทะเบียนบริษัท โดยที่หลังจากเรียกเก็บเงินค่าหุ้น ได้ครบตามที่กฎหมายกำหนดแล้ว คณะกรรมการอำนวยการจะต้องไปขอจดทะเบียนบริษัทภายในสามเดือนนับจากวันประชุมจัดตั้งบริษัท กระบวนการจัดตั้งบริษัทจะเสร็จสิ้นลงเมื่อได้ใบสำคัญแสดงการจดทะเบียน ซึ่งแสดงว่าบริษัทจำกัดนั้นสามารถดำเนินกิจการได้ถูกต้องตามกฎหมายตั้งแต่นั้นเป็นต้นไป

รายละเอียดอื่นๆ ในการจดทะเบียนธุรกิจ ก็ขึ้นอยู่กับธุรกิจเป็นอะไร เช่น ธุรกิจธนาคาร ธุรกิจเงินทุนและหลักทรัพย์ ธุรกิจเครดิตฟองซิเอร์ ธุรกิจการประกันชีวิตและวินาศภัย ธุรกิจโรงรับจำนำ ธุรกิจการขายอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจกู้ยืมเงินค่าประกันแลกเปลี่ยนเงินตรา จะต้องเสียภาษีธุรกิจเฉพาะตามประมวลรัษฎากร ดังนั้นธุรกิจขนาดย่อมที่เข้าข่าย เช่น โรงรับจำนำ จึงต้องจดทะเบียนภาษีธุรกิจเฉพาะที่สำนักงานภาษีสรรพากรเขตพื้นที่ที่สถานประกอบการนั้นตั้งอยู่ และยื่นแบบแสดงรายการภาษี ภ.ธ.40 ทุกเดือน

ธุรกิจการผลิตและจำหน่ายสุรา เครื่องดื่ม ยาสูบ ไฟ น้ำมัน ผลิตภัณฑ์นม นม ชีส ไข่ ไม้ขีดไฟ ยานัตถุ์ และสิ่งเสพติดบางประเภทต้องเสียภาษีสรรพสามิตด้วย นอกเหนือจากภาษีมูลค่าเพิ่มที่ต้องชำระ

นอกจากนั้น จะต้องมีใบอนุญาตเฉพาะกิจการ เช่น ธุรกิจผลิตอาหาร ธุรกิจผลิตยาสูบไฟร จะต้องขึ้นเลขทะเบียนอาหารและยาที่กระทรวง

สาธารณสุข หรือธุรกิจโรงงานทอผ้า จะต้องมีใบอนุญาตใช้สถานที่เป็นที่
ประกอบกิจการอันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ เป็นต้น

ปัจจัย	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บริษัท
ความรับผิดชอบ หนี้สินของผู้ประกอบ การ	ไม่จำกัด	หุ้นส่วนบางคนรับผิด จำกัด	จำกัดเพียงเงินที่ยัง ส่งให้ค่าหุ้นไม่ครบ
อายุของกิจการ	ขึ้นอยู่กับอายุของ เจ้าของ	ขึ้นอยู่กับหุ้นส่วนที่ไม่ จำกัดความรับผิด	ไม่ขึ้นอยู่กับอายุเจ้า ของ
การถ่ายโอนความ เป็นเจ้าของ	ทำได้ง่าย	ทำได้ถ้าเป็นหุ้นส่วนที่ รับผิดจำกัด	ทำได้ง่ายมาก
การขยายกิจการ	ทำได้ยาก	ทำได้ค่อนข้างยาก	ทำได้ง่าย
ข้อจำกัดทาง กฎหมาย	ไม่เข้มงวด	ค่อนข้างเข้มงวด	เข้มงวดมาก
การจัดตั้ง	ทำได้ง่าย	ทำได้ค่อนข้างยาก	ทำได้ยาก
การหาแหล่งเงินทุน	ทำได้ยาก	ทำได้ค่อนข้างยาก	ทำได้ง่าย
การรักษาความลับ ของกิจการ	มีมาก	มีค่อนข้างน้อย	ไม่มี
ประสิทธิภาพในการ บริหาร	มีน้อย	มีค่อนข้างน้อย	มีมาก

ท่านไม่อาจว่ายน้ำเป็นได้
เพียงด้วยการจ้องมองพิก้าน้ำ

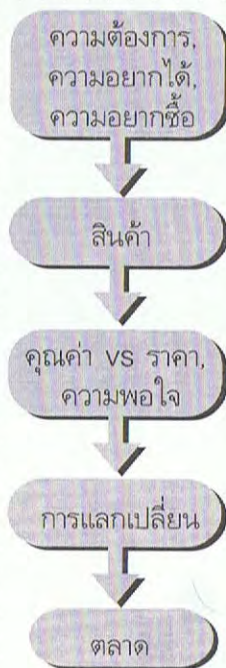
บทที่ 5

เพิ่มโอกาสสำเร็จ ด้วยแผนการตลาด

ใน โลกแห่งการแข่งขัน หากคุณนำเอาความคิดดีๆ ไปปฏิบัติโดยไม่ได้มีการวางแผนอย่างรอบคอบมาก่อน โอกาสที่อะไรๆ มันจะไม่เป็นไปตามที่เราคิดไว้ก็มีมาก และหากความผิดพลาดที่มีมากกว่าที่เราคาดคิดไว้ อาจจะทำให้คุณขาดทุนได้ ดังนั้นสิ่งที่สำคัญมากๆ อย่างหนึ่งก่อนการเริ่มต้นธุรกิจ คือการวางแผนการตลาด ซึ่งวิธีการต่างๆ ไม่ได้มีอะไรยากเลย โดยท่านสามารถอ่านและคิดตามกันที่ละขั้น

ก่อนอื่นมาปูพื้นฐานความคิดกันก่อน ว่าการคิดแบบนักการตลาดนั้นเป็นการมองแบบธรรมชาติ นั่นคือการดูความต้องการของคน ว่าต้องการอะไร แล้วนำมาสร้างเป็นสินค้า และขายทำเงินง่ายมีมูลค่า คุณทำได้มั๊ย (ตอบด้วย)

หากจะพูดเรื่องพื้นฐานกันในรายละเอียดมากขึ้น ก็จะอธิบายได้ตั้งรูป



1. ความต้องการ (needs), ความอยากได้ (wants), ความอยากซื้อ (demands) การตลาดเริ่มมาจากความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ นั่นคือ ความต้องการอาหารน้ำ เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค เหนือไปกว่านั้น มนุษย์ต้องการมีความสุข เช่น การพักผ่อน การยอมรับ ดังนั้นมนุษย์เราต้องการอยากได้ซึ่งสินค้ามากมายเพื่อสนองตอบความต้องการเหล่านี้

นักธุรกิจที่ดีควรแยกความแตกต่าง ระหว่างความต้องการ(needs), ความอยากได้ (wants), ความอยากซื้อ (demands) ได้ โดยความต้องการ (need) คือความต้องการพื้นฐานที่มีอยู่ในตัวมนุษย์ทุกคนอยู่แล้ว โดยไม่ได้มีใครมาสร้างมันขึ้นมา เช่นอาหาร การอยู่รอด การ สืบพันธุ์

ความอยากได้ (wants) คือความคิดที่จะตอบสนองความต้องการ (need) เช่นคนต้องการอาหาร และคนก็อยากได้ (อยากกิน) กล้วยเตี๊ยมอยากกินเสต็ก หรืออยากกินข้าวผัด เป็นต้น จะเห็นได้ว่าแม้คนเราจะมีความต้องการไม่มากอย่างนัก แต่ความอยากได้ของคนจะมีมากมายนัก และนี่คือต้นกำเนิดของธุรกิจทั้งหลาย

ความอยากซื้อ (demands) คือความอยากได้ (wants) ที่คนๆ หนึ่งสามารถตอบสนองได้ ดังนั้นความต้องการอยากได้ ของคนจะกลายเป็นความอยากซื้อถ้าคนๆ นั้นสามารถซื้อหามาได้ เช่น คนหลายๆ คนต้องการอยากได้รถเบนซ์ แต่จะมีอยู่ไม่มากคนที่ต้องการอยากซื้อมัน ดังนั้นสิ่งที่นักธุรกิจควรมองดูจะไม่ใช่แค่เพียง ความต้องการของคน แต่เราต้องดูความสามารถในการซื้อ และความรู้สึกลึกซึ้งด้วย

หลายๆ ครั้งที่นักธุรกิจ นำสินค้าที่มีคนอยากได้อยู่เยอะ แต่ความอยากซื้อจริงๆ ไม่มาก ทำให้เมื่อเอาความคิดดีๆ ออกไปสู่โลกแห่งความจริง ก็เลยมีปัญหา เช่น จากการสำรวจตลาดเรื่องอาหาร มีหลายๆ คนบอกว่าอยากที่

จะทานอาหารเพื่อสุขภาพ หรืออาหารที่แคลอรีน้อยๆ ยิ่งถ้ามีส่งถึงบ้านก็จะดีมากๆ เลย แต่พอมีคนทำอาหารแคลอรีน้อยออกขาย แบบส่งถึงบ้าน กลับไม่มีคนสั่ง เพราะเวลาคนอยากสั่งอาหารมากินที่บ้านจริงๆ แล้ว อยากจะสั่งอะไรที่อร่อยๆ มากกว่า นี่เป็นเพียงตัวอย่างหนึ่ง แต่มีอีกหลายๆ ตัวอย่างที่ผลออกมาว่าอยากได้ แต่จริงๆ ไม่ซื้อหรอก เพราะแพง เพราะไม่เคยชิน ฯลฯ

2. สินค้า หรืออาจจะเรียกเป็น สิ่งสนองความต้องการ หรือคำตอบก็ได้ เพราะจริงๆ ความสำคัญของสินค้านอกจากจะอยู่ที่ตัวของมัน ยังอยู่ที่การนำไปใช้งาน หรือคือการตอบสนองความต้องการของเรานั่นเอง เช่น ร้านอาหาร ตัวตนของมันก็คือ ร้าน และอาหาร สิ่งที่ตอบสนองความต้องการของเราคือ ความรู้สึกสบายที่นั่งพัก ความอร่อย หรือแม้แต่ความรู้สึกภูมิใจหลายๆ ครั้งที่นักธุรกิจผลิตสินค้า โดยให้ความสำคัญอย่างมากกับตัวตนของมัน โดยละเลยการตอบสนองความต้องการที่มีอยู่ในตัวมัน เช่น เขาลืมไปว่า คนเราซื้อส่วาน ไม่ได้ต้องการส่วานหรอก แต่จริงๆ เขาต้องการรู (ทำให้เกิดรู)

3. คุณค่า, ราคา และ ความพอใจ เป็นเรื่องของการตัดสินใจเลือกอะไรอย่างหนึ่ง เพราะความต้องการของคนๆ หนึ่งสามารถตอบสนองได้ด้วยสินค้าหลายแบบ เช่น คุณสุขุมต้องการไปทำงาน เขามีหลายวิธีมากที่จะเดินทางจากที่บ้านไปที่ทำงาน ทั้ง รถมอเตอร์ไซด์เพื่อวิ่งไป จักรยาน มอเตอร์ไซด์ รถยนต์เบนซ์ รถยนต์โตโยต้า หรือเครื่องบินส่วนตัว สิ่งของเหล่านี้คือตัวเลือกที่มี แต่จริงๆ นายสุขุมยังมีความต้องการอื่นๆ ในการเดินทางไปคือ ต้องเร็ว ปลอดภัย และประหยัด ดังนั้นจึงเลือกรถยนต์ เพราะรถยนต์ตอบสนองความต้องการได้ดีที่สุด จึงทำให้เกิดความพอใจ

หลักการของตัวอย่างคือเรื่องของคุณค่า ซึ่งเป็นสิ่งที่คนรู้สึกอยากได้จากสินค้านั้นๆ เพื่อตอบสนองความต้องการ และความพอใจจากสิ่งที่สินค้าแต่ละตัวมีให้ อะไรที่สร้างความพอใจได้มากที่สุด ก็จะถูกลูกเลือก ที่นี้มาดูเรื่องราคาประกอบ หากทุกๆ ทางเลือกสามารถได้มาฟรีๆ นายสุขุมน่าจะเลือกเครื่องบิน หรือรถยนต์เบนซ์ เพราะทำให้เกิดความพอใจมากที่สุด แต่หากมีเรื่องของราคาเข้ามาเกี่ยวข้อง นายสุขุมก็อาจจะเลือกรถยนต์โตโยต้า แม้จะมีความพอใจที่น้อยลงก็ตาม

ทั้งสามตัวนี้เป็นกลจักรสำคัญที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ซึ่งเป็นเรื่องที่ยากมากที่จะศึกษาได้หมด แต่หากท่านทำธุรกิจนั้นๆ มาสักระยะหนึ่งก็จะรู้ว่า คนซื้อคาดหวังอะไรจากสินค้านั้นๆ บ้าง (คุณค่า) และสินค้าเราตอบสนองได้เพียงใด (ความพอใจ) ในราคาที่ยังรู้สึกคุ้มค่า



4. **การแลกเปลี่ยน** คือขั้นตอนต่อมาหลังจากที่นักการตลาดผลิตสินค้าที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้าหนึ่ง และเกิดการตัดสินใจซื้อ ซึ่งในการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งของในปัจจุบันสามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่นการโทรสั่งซื้อ การซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต การฝากเพื่อนซื้อจากต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นอย่างวิธิตใด แต่จุดมุ่งหมายเหมือนกันคือทำให้ได้มาซึ่งการตอบสนองความต้องการที่มีอยู่

5. **ตลาด** เมื่อมีการซื้อขายเกิดขึ้นมาก จำนวนผู้ขายก็จะเพิ่มขึ้น และจะเกิดการแข่งขันกันอย่างเสรี จึงเกิดมาเป็นตลาด และด้วยการแข่งขันที่มากขึ้นเรื่อยๆ ผู้ที่ผลิตสินค้าเพื่อจะขายจึงจำเป็นต้องศึกษาการเปลี่ยนแปลงของตลาด พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค และการกระทำของคู่แข่ง จึงเป็นที่มาของการทำการตลาดนั่นเอง

หลังจากที่เราได้ปูพื้นฐานทางการตลาดกันแล้ว ต่อไปเราจะเริ่มมาหาวิธีการทำการตลาดด้วยกัน ซึ่งวิธีการที่จะกล่าวถึงจะเป็นเพียงหลักการซึ่งหากท่านสามารถนำเอาธุรกิจที่ท่านจะทำมาคิดตามกันไปก็จะเข้าใจได้ง่ายขึ้น เช่น สมมุติว่าเราอยากจะทำขายน้ำผลไม้สดปั่นที่สยามสแควร์ เราจะต้องมาสำรวจตลาดของเราเสียก่อนว่าเป็นอย่างไรบ้าง

ตลาดของเราเป็นไง

จุดประสงค์ของการวิเคราะห์ตลาดก็เพื่อดูว่า สิ่งที่เป็นไปในตลาดเป็นไปอย่างที่เราคิดไว้หรือไม่ ผมเชื่อว่าท่านคงมั่นใจในสิ่งที่ท่านคิดจะทำอยู่มาก แต่ลองมาดูว่าในโลกของความเป็นจริงมันเป็นอย่างไรมาก่อนโดยการพยายามตอบคำถามง่ายๆ ให้ได้ว่า

- ใครจะเป็นผู้ซื้อของเรา
- ทำไมเขาถึงจะมาซื้อกับเรา

สังเกตการตลาด

1. สังเกตธุรกิจที่เราจะทำในทุกๆ ที่
2. สังเกตธุรกิจคล้ายกันในพื้นที่ที่จะทำ
3. สังเกตพฤติกรรมของลูกค้าเรา

ในการวิเคราะห์ตลาดของมืออาชีพ เราจะจ้างคนมาทำการสำรวจความคิดเห็น และนำไปวิเคราะห์ประกอบกับข้อมูลจำนวนมากที่เรามีอยู่ แต่เราคงไม่เสียเงินไปทำแบบนั้นแน่ๆ สิ่งง่ายๆ ที่เราทำได้คือการ “สังเกต” เอากันอย่างง่าย ๆ เช่น ถ้าจะเปิดร้านขายน้ำผลไม้สดปั่นที่สยาม ก็ให้เริ่มไปสังเกต

สังเกตตลาด

1. สังเกตร้านแบบนี้ที่มีอยู่แล้วในทุกๆ แห่ง ว่าใครเป็นคนซื้อ ขายดีมั๊ย หากได้พูดคุยกับคนขายด้วยก็ดี แต่อย่าลืมว่า เรามาเพื่อเก็บข้อมูลเท่านั้น อย่าไปถือใจถ้าหากเห็นว่าร้านที่มีอยู่แล้วขายไม่ดีนัก เพราะเรายังไม่ได้เริ่มทำ แต่ควรหาข้อมูลว่าทำไมจึงขายไม่ดี ในบางครั้งร้านค้าแบบเดียวกันคนหนึ่งทำแล้วรุ่ง อีกคนทำแล้วเจ๊งก็มีเยอะ เพราะฉะนั้นไม่ต้องวิตก ในทางตรงกันข้ามหากแนวร้านค้าที่คุณจะทำขายดีมาก แม้จะเป็นสิ่งที่ดี แต่ต้องมาวิเคราะห์แนวโน้มแล้วว่าคุณจะเหมาะทำหรือไม่ เราเข้าไปหรือเปล่าด้วย

2. ให้สังเกตการซื้อการขาย ของร้านที่คล้ายๆ กับเราในที่ๆ เราจะทำเช่น ในสยามอาจจะดูร้านขายขนมร้านพวกนี้อาจจะเป็นคู่แข่งเรา หรืออาจจะช่วยกันโตก็ได้ ไม่ต้องคิดมาก ให้พยายามตอบให้ได้ว่า ใครมาซื้อ และทำไมเขามาซื้อ (ทำเล สินค้า การตกแต่ง การบริการ ฯลฯ)

3. ให้สังเกตพฤติกรรมของคนที่เราคิดว่าจะเป็นลูกค้าเรา ว่าเขาชอบ

อะไร เขาซื้ออะไร ทำไม่ซื้อ จบจากการสังเกตการณ์ เราก็พอจะทราบคร่าวๆ ว่า ใครจะมาซื้อเรา และทำไม่ถึงซื้อ แต่ผมคิดว่าคุณคงยังไม่มั่นใจและเบลอๆ เพราะจริงๆ ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตถือว่าน้อยมาก ขอฝากอย่างหนึ่งว่า เราควรใช้เวลาในการสังเกตยาวนานพอสมควร และมากกว่า 2 ครั้งที่เป็นคนละวัน บางครั้งบังเอิญเราไปในช่วงที่เงียบๆ ก็อาจจะมาด่วนสรุปผลว่าไม่ได้ได้

ทำแบบสอบถาม

ขั้นตอนต่อมาเราจะเริ่มหารายละเอียดเพิ่มเติมในจุดต่างๆ วิธีการก็คือการทำแบบสอบถามง่ายๆ ขั้นตอนมีดังนี้

1. สร้างแบบสอบถาม วิธีก็คือให้ถามตัวเองว่าเราอยากรู้อะไร เช่น คุณเป็นใคร อายุ อาชีพ เพศ แล้วคุณเคยดื่มอะไรบ้าง คุณเคยดื่มน้ำผลไม้ปั่นหรือไม่ ชอบมัยยี้ ดื่มน้อยมัยยี้ ราคาควรเป็นเท่าไร.....อยากรู้อะไรถามเลย

2. ออกสำรวจ วิธีการออกสอบถามง่ายๆ ก็คือเอาเพื่อนๆ และฝากเพื่อนไปถาม เพื่อนของเพื่อน หากเพื่อนไม่ใช่คนที่เราอยากถาม ก็ถามน้องหรือเพื่อนน้อง ถามญาติพี่น้อง หรือหากกล้าและมีเวลาออกสำรวจตลาดจริงๆ ก็จะได้ และได้รับรู้ข้อมูลที่ดีกว่า หลักง่ายๆ คือถามให้ถูกคน และถามให้ได้จำนวนคนที่มากพอ

3. วิเคราะห์ผล เราคงไม่ต้องไปพิสูจน์ผลที่ได้มาด้วย วิธีทางสถิติ เพราะมันจะยากไป อย่างไรก็ตามการคำนวณง่ายๆ ประเภทเปอร์เซ็นต์ ตอบรับ และปฏิเสธเป็นเท่าไรควรจะต้องทำบ้าง หลังจากที่ย่านและรวบรวมผลต้องบันทึกผลเอาไว้ด้วย

ทดสอบตลาด

หลังจากรู้ข้อมูลมากขึ้น ผมมั่นใจท่านคงรู้ข้อมูลมากขึ้นแล้ว และอาจ

จะต้องปรับแนวความคิดให้เข้ากับสถานการณ์มากขึ้น สิ่งต่อมาคือการลองทดสอบตลาด ซึ่งท่านจะต้องมาปรับความคิดของท่านใหม่ตามข้อมูลที่ได้มา แล้วจึงลองทำสินค้าจำลอง หรือสั่งเข้ามาจำนวนน้อยๆ เพื่อลองก่อน ยกตัวอย่างเพื่อนผมเคยทดลองขาย เครื่องดื่มชูกำลัง โดยการซื้อเครื่องดื่มชูกำลังที่มีอยู่ในตลาดมา แล้วเปลี่ยนฉลากใหม่ หลังจากที่ยลองฝากขายตามร้านขายยา จึงรู้ว่ามันขายได้ไม่ดี หรือมีอะไรต้องปรับอีกเยอะ

หลักของการทดสอบตลาดคือการทำให้เหมือนกับการขายจริง เพียงแต่ท่านยังไม่ได้ลงทุนอะไรไปมาก เช่นถ้าเป็นน้ำผลไม้สดปั่น อาจจะเริ่มจากการตั้งเป็นโต๊ะสักแห่ง หากเป็นธุรกิจอื่น ก็อ่านลองแบบรถเข็น ลองออกงานแสดงสินค้า (สำหรับบางธุรกิจ) ลองขายทางอินเทอร์เน็ต ลองฝากขาย แจกสินค้าตัวอย่างให้ลองใช้แล้วถามผล ในบางธุรกิจอาจจะไม่สามารถทดสอบตลาดดูได้ ก็ไม่เป็นไร เดี่ยวเราจะมาวางแผนการตลาดกันต่อ



ความผิดพลาดที่มักเกิดจากการทำสำรวจ

1. คุยกับทุกคน ยกเว้นคนที่จะเป็นลูกค้า
2. พยายามขายสินค้าแทนที่จะเพียงถาม
3. อดคำถามเข้าไปเพียงต้องการคำตอบโดยไม่ให้เวลาคิด
4. ลืมไปว่าที่ การตอบรับมาดี เพราะเราตั้งราคาไว้ต่ำ
5. ลืมวิเคราะห์ผลของการตอบโต้ของคู่แข่งที่อาจจะเกิด

ตอนนี้เราก็พอจะรู้แล้วว่า ตลาดที่เราจะเข้าไปเป็นอย่างไร สิ่งที่เราอยากทราบในตลาดก็คือ ความอยากได้ (wants) และความอยากซื้อ (demands) หากว่าสินค้าของเราตอนนี้อาจจะไม่สามารถตอบสนองสิ่งเหล่านี้ได้ดีเท่าที่ควร แสดงว่าเราจำเป็นต้องมีการปรับ และสร้างมูลค่าให้กับมันอีก

การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า

ตามที่ได้ทราบว่า ลูกค้าจะซื้อสินค้าที่ให้ความพอใจกับเขาได้มากที่สุด และคำว่าความพอใจก็คือผลต่างของสิ่งที่เขาได้รับ (value) กับสิ่งที่เขาเสียไป (cost) ยกตัวอย่างเช่น การที่ลูกค้าอยากดื่มอะไรซักอย่าง เขาอาจจะมึนหลายทางเลือก เช่นน้ำผลไม้ปั่นที่สยาม หรือชานมที่มานูญครอง สมองของเขาก็จะเริ่มชั่งน้ำหนักระหว่าง สิ่งที่เขาจะได้รับ (value) และเสียไป (cost) กับของทั้งสองสิ่งและเปรียบเทียบกัน ดังนั้นการที่เราจะขายของได้เราต้องสร้างมูลค่าให้กับสินค้าให้มากที่สุด ลองมาดูว่าอะไรคือมูลค่า และอะไรคือต้นทุนที่ลูกค้าได้และเสียไป

มูลค่าของสินค้า (value) ประกอบด้วย

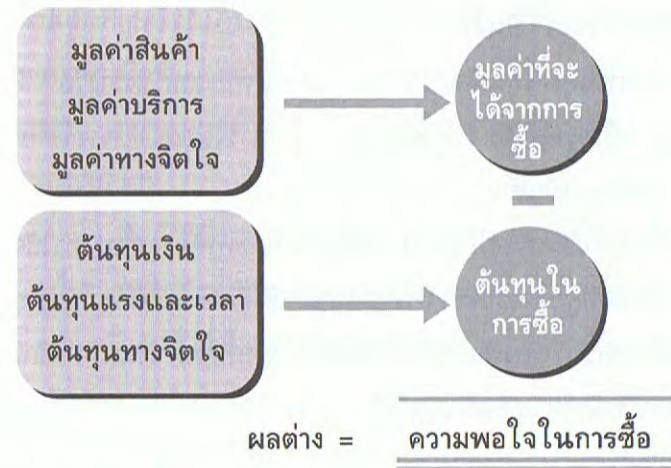
1. มูลค่าของตัวเอง (ไม่ใช่ราคานะแต่เป็นระดับมูลค่าในใจที่

เขารับรู้)

2. มูลค่าของบริการที่จะได้รับ
3. มูลค่าทางความรู้สึกที่จะได้รับ

ต้นทุน (cost) ในการซื้อสินค้าอย่างหนึ่ง

1. ต้นทุนการเงิน
2. ต้นทุนเวลาและพลังงานที่เสียไป
3. ต้นทุนทางจิตใจ



วิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า

ถ้าจะกล่าวตรงๆ ก็คือการพยายามสร้างมูลค่าในแต่ละหัวข้อที่กล่าวไปให้มากขึ้น และพยายามลดต้นทุนในการซื้อตามหัวข้อที่กล่าวๆ ไปเช่นกัน แต่กฎเหล็กสำคัญคือ เราต้องพึงระลึกว่า คนแต่ละคนมักมองกันคนละแบบ แต่กลุ่มคนที่เราสนใจเท่านั้น ที่เราจะพยายามคิดถึง (เช่น การขาย

น้ำผลไม้ที่สยาม เราก็จะสนใจกลุ่มผู้หญิงหรือคนที่รักสุขภาพที่อายุระหว่าง 15 - 35 ปี พวกคนแก่ๆ เราก็ขายแต่การออกแบบอะไรเราอาจจะคิดถึงแต่เพียงกลุ่มที่เราเลือก) และพัฒนาไปในทางที่คนกลุ่มนี้ชอบ (ข้อมูลจากการสำรวจตลาด) ซึ่งวิธีสร้างมูลค่าเพิ่มก็จะมี

1. **พัฒนาสินค้า** โดยการพัฒนาคุณภาพ ปริมาณ/ขนาด รูปลักษณ์ ทัพบ่อ เป็นต้น

2. **พัฒนาบริการ** เพื่อเพิ่มมูลค่าบริการ และลดต้นทุนเวลาและพลังงาน นั่นคือการพัฒนา ความสะดวก ประทับใจ การประกันคุณภาพ การบริการหลังการขาย เป็นต้น

3. **การลดต้นทุนเงิน** ลดราคา แลก แจก แถม ชิงรางวัล

4. **เพิ่มมูลค่าจิตใจ** สร้างแบรนด์ การโฆษณา การใช้ทีมขาย การตกแต่งร้าน เป็นต้น

ทั้งหมดเป็นเพียงตัวอย่าง แต่สิ่งที่ท่านจะต้องดูเรื่อง ค่าใช้จ่ายที่จะเกิด และสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับ เพราะต้นทุนที่เพิ่มขึ้นยิ่งไงก็ต้องเก็บจากลูกค้าอยู่ดี แต่บางครั้งการลงทุนประชาสัมพันธ์ก็ให้ผลที่คุ้มค่าเงินมาก หากทำได้ ตรงกลุ่มเป้าหมาย และตรงใจลูกค้า

การวางแผนการตลาดโดยใช้ 4P

กลยุทธ์ทางการตลาดนั้นมียุ่อยู่มากมาย แต่ที่เป็นที่รู้จัก และเป็นพื้นฐานที่สุดก็คือการใช้ 4P (Product Price Place Promotion) ซึ่งหลักการใช้คือการวางแผนในแต่ละส่วนให้เข้ากัน และเป็นที่ต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เราเลือกเอาไว้ให้มากที่สุด ในบางธุรกิจอาจจะไม่สามารถปรับเปลี่ยนทั้ง 4P ได้ทั้งหมดในระยะสั้นก็ไม่มีไร เพราะเราสามารถค่อยๆ ปรับกลยุทธ์

จนได้ ส่วนผสมทางการตลาดได้เหมาะสมที่สุด (4P อาจจะเรียกว่า marketing mix) เราลองมาดูกันทีละส่วน

1. **Product** ก็คือสินค้าหรือบริการที่เราจะเสนอให้กับลูกค้า แนวทางการกำหนดตัว product ให้เหมาะสมก็ต้องดูว่ากลุ่มเป้าหมายต้องการอะไร เช่นต้องการน้ำผลไม้ที่ สะอาด สด ในบรรจุภัณฑ์ที่สะอาด โดยไม่สนรสชาติ เราก็ทำตามที่ลูกค้าต้องการ ไม่ใช่เราชอบหวานก็จะพยายามใส่น้ำตาลเข้าไป แต่โดยทั่วไปแนวทางที่จะทำสินค้าให้ขายได้มีอยู่สองอย่างคือ

1.1 สินค้าที่มีความแตกต่าง โดยการสร้างความแตกต่างนั้นจะต้องเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จริงว่าต่างกัน และลูกค้าตระหนักและชอบในแนวทางนี้ เช่นคุณสมบัติพิเศษ รูปลักษณ์ การใช้งาน ความปลอดภัย ความคงทน โดยกลุ่มลูกค้าที่เราจะจับก็จะเป็นลูกค้าที่ไม่มีการแข่งขันมาก (niche market)

1.2 สินค้าที่มีราคาต่ำ นั่นคือการยอมลดคุณภาพในบางด้านที่ไม่สำคัญลงไป เช่นสินค้าที่ผลิตจากจีน จะมีคุณภาพไม่ดีนัก พอใช้งานได้แต่ถูกมากๆ หรือสินค้าที่เลียนแบบแบรนด์ดังๆ ในซูเปอร์สโตร์ต่างๆ จริงๆ แล้วสำหรับนักธุรกิจมือใหม่ควรเลือกในแนวทาง สร้างความแตกต่างมากกว่า การเป็นสินค้าราคาถูกเพราะ หากเป็นด้านการผลิตแล้ว รายใหญ่จะมีต้นทุนการผลิตที่ถูกกว่ารายย่อย แต่หากเป็นด้านบริการ เราอาจจะเริ่มต้นที่ราคาถูกก่อน แล้วค่อยๆ หาดตลาดที่รายใหญ่ไม่สนใจ

2. **Price** ราคาคือสิ่งที่ค่อนข้างสำคัญในการตลาด แต่ไม่ใช่เราคิดอะไรไม่ออกก็ลดราคาอย่างเดียว เพราะการลดราคาสินค้าอาจจะไม่ได้ช่วยให้การขายดีขึ้นได้ หากปัญหาอื่นๆ ยังไม่ได้รับการแก้ไข การตั้งราคาในทีนี้จะเป็นการตั้งราคาให้เหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์ และกลุ่มเป้าหมายของเรา

เช่นหากเราขายน้ำผลไม้ที่จตุจักร ราคาอาจจะต้องถูกหน่อย แต่หากขายที่สยาม หากตั้งราคาถูกไปเช่น 10 บาท กลุ่มที่เป็นเป้าหมายอยากให้อ้ออาจจะไม่ซื้อ แต่คนที่ซื้ออาจจะเป็นคนอีกกลุ่มซึ่งมีน้อยกว่า และไม่คุ้มที่จะขายแบบนี้ในสยาม ยิ่งไปกว่านั้นหากราคา และรูปลักษณะสินค้าไม่เข้ากัน ลูกค้าก็จะเกิดความข้องใจและอาจจะกังวลที่จะซื้อ เพราะราคาคือตัวบ่งบอกภาพลักษณ์ของสินค้าที่สำคัญที่สุด

อย่างไรก็ตาม ในด้านการทำธุรกิจขนาดย่อมแล้ว ราคาที่เราต้องการอาจไม่ได้คิดอะไรสักชิ้นขนาดนั้น แต่จะมองกันในเรื่องของตัวเลข ซึ่งจะมีวิธีกำหนดราคาต่างๆ ดังนี้

2.1 กำหนดราคาตามลูกค้า คือการกำหนดราคาตามที่เราคิดว่าลูกค้าจะเต็มใจจ่าย ซึ่งอาจจะได้มาจากการทำสำรวจหรือแบบสอบถาม

2.2 กำหนดราคาตามตลาด คือการกำหนดราคาตามคู่แข่งในตลาด ซึ่งอาจจะต่ำมากจนเราจะมึนงงว่าทำไม นั่นหากเราคิดที่จะกำหนดราคาตามตลาด เราอาจจะต้องมานั่งคิดคำนวณย้อนกลับว่า ต้นทุนสินค้าควรเป็นเท่าไรเพื่อจะได้กำไรตามที่ตั้งเป้า แล้วมาหาทางลดต้นทุนลง

2.3 กำหนดราคาตามต้นทุน+กำไร วิธีนี้เป็นที่นิยมมากที่สุดในการคำนวณว่าต้นทุนของเราอยู่ที่เท่าใด แล้วบวกค่าขนส่ง ค่าแรงของเรา บวกกำไร จึงได้มาซึ่งราคา แต่หากราคาที่ได้มาสูงมาก เราอาจจำเป็นต้องมีการทำประชาสัมพันธ์หรือปรับภาพลักษณ์ให้เข้ากับราคานั้น

3. Place คือวิธีการนำสินค้าไปสู่มือของลูกค้า หากเป็นสินค้าที่จะขายไปหลายๆ แห่ง วิธีการขายหรือการกระจายสินค้าจะมีความสำคัญมาก หลักของการเลือกวิธีกระจายสินค้านั้นไม่ใช่ขายให้มากที่สุดจะดีเสมอ เพราะมันขึ้นอยู่กับว่า สินค้าของท่านคืออะไร และกลุ่มเป้าหมายท่านคือใคร

แทนของใช้ในระดับบน ควรจะจำกัดการขายไม่ให้มีมากเกินไป เพราะอาจจะทำให้เสียภาพลักษณ์ได้ สิ่งที่เราควรคำนึงอีกอย่างของวิธีการกระจายสินค้าคือ ต้นทุนการกระจายสินค้า เช่นการขายสินค้าใน 7-eleven อาจจะกระจายได้ทั่วถึง แต่อาจจะมึนต้นทุนที่สูงกว่า

หากจะกล่าวถึงธุรกิจที่เป็นการขายหน้าร้าน Place ในที่นี้ก็คือทำเล ซึ่งก็ควรเลือกที่ที่เหมาะสมกับสินค้าของเราเช่นกัน อย่าง มาบุญครองกับสยามเซ็นเตอร์ จะมีกลุ่มคนเดินที่ต่างออกไป และลักษณะสินค้าและราคาก็ไม่เหมือนกันด้วยทุกอย่างที่ตั้งอยู่ใกล้กัน ท่านควรขายที่ใดก็ต้องพิจารณาตามลักษณะสินค้า (ในบทความต่อไปจะกล่าวถึงการเลือกทำเลในรายละเอียด)

ช่องทางจัดจำหน่าย	ต้นทุน	ความครอบคลุม	การจัดการ	สินค้าที่เหมาะสม
ขายหน้าร้านค้าย่อย	ปานกลาง	ต่ำ-กลาง	กลาง	สินค้าที่โรงงาน ที่จะขายคนทั่วไป
ขายบนอินเทอร์เน็ต	ถูก	ทั่วโลก	ยาก	สินค้าทั่วไป
ส่งออก	ปานกลาง	ต่างประเทศ	กลาง	สินค้าที่ต่างชาติให้ความสนใจ
ขายตรง	กลาง-สูง	กลาง	กลาง-ยาก	สินค้าเฉพาะ ที่สามารถสร้างความแตกต่างได้
ระบบแฟรนไชส์	สูง	ต่ำ	ง่าย-กลาง	สินค้าที่ภาพลักษณ์ดี
ผ่านธุรกิจ	ปานกลาง	ต่ำ	ง่าย	สินค้าที่ผลิตตามสั่ง

4. Promotion คือการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อบอกลูกค้าถึงลักษณะสินค้าของเรา เช่นโฆษณาในสื่อต่างๆ หรือการทำกิจกรรมที่ทำให้คนมาซื้อสินค้าของเรา เช่นการทำการลดราคาประจำปี การจะเลือกทำอะไรก็ต้องทำให้เข้ากับ อีก 3P ที่ได้กล่าวไปแล้ว

หากจะพูดในแง่ของธุรกิจขนาดย่อม การโฆษณาอาจจะเป็นสิ่งที่เกินความจำเป็นเพราะจะต้องใช้เงิน จะมากหรือน้อยก็ขึ้นกับช่องทางที่เราจะใช้ที่จะดีและอาจจะฟรีคือ สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งมีผู้ใช้เพิ่มจำนวนขึ้นมากในแต่ละปี สื่ออื่นๆ ที่ถูกๆ ก็จะเป็นพวกใบปลิว ไปสเตอร์ หากเป็นสื่อท้องถิ่นก็จะมี รถแท็กซี่ วิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิธีในการเลือกสื่อนอกจากจะดูเรื่องค่าใช้จ่ายแล้ว ควรดูเรื่องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วย เช่นหากจะโฆษณาให้กลุ่มผู้ใหญ่ โดยเลือกสื่ออินเทอร์เน็ต (เพราะฟรี) ก็อาจจะเลือกเว็บไซต์ที่ผู้ใหญ่เล่น ไม่ใช่เว็บที่วัยรุ่นเข้ามาคุยกัน เป็นต้น

ไม่เคยมีใครที่ล้มเหลว
มีแต่คนที่ล้มเลิก

บทที่ 6

ทำเลคือหัวใจ

การเลือกทำเลที่ตั้งและการวางแผนผังของธุรกิจขนาดย่อม

การเลือกทำเลที่ตั้งของธุรกิจให้เหมาะสม เป็นการวางรากฐานธุรกิจที่สำคัญซึ่งผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงในลำดับต้น เพราะทำเลที่ตั้งมีความเกี่ยวเนื่องกับการบริหารงานทุกกิจกรรมของธุรกิจ เช่น การหาแรงงานที่มีฝีมือและชำนาญงาน การจัดหาวัตถุดิบเข้ามาสู่กระบวนการผลิต การดำเนินระบบการผลิตซึ่งพึ่งพาสาธารณูปโภคหลักหลายประการ รวมทั้งการสร้างความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้าของกิจการ ฯลฯ

การลงทุนในทำเลที่ตั้งประกอบด้วย การซื้อ การเช่าซื้อ หรือการเช่าที่ดิน/อาคาร และการก่อสร้างอาคารร้านค้า ตลอดจนการตกแต่งประดับร้านค้าให้ดึงดูดใจผู้เป็นลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งเป็นการลงทุนด้วยเงินจำนวนมากและสามารถคืนทุนได้ช้า จึงเป็นการตัดสินใจทางการเงินที่สำคัญอย่างยิ่งอันหนึ่งของธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อถึงสภาพคล่องของธุรกิจ อนึ่งถ้าต้องการเปลี่ยนแปลงโยกย้ายทำเลที่ตั้ง ผู้ประกอบการจะประสบกับความยุ่งยากหลายประการและจะต้องลงทุนเพิ่มเติมเป็นเงินจำนวนมากอีกครั้ง ดังนั้นการตัดสินใจ

ใจเลือกทำเลที่ตั้งจึงต้องทำอย่างรอบคอบเห็นการณ์ไกล และกล้าเสี่ยงพอสมควร เพราะธุรกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่มักตัดสินใจเรื่องทำเลเพียงครั้งเดียว ทำเลที่ตั้งที่ดีสามารถเป็นจุดเด่นของธุรกิจที่สำคัญยิ่ง เพราะธุรกิจหลายประเภทที่มีทำเลที่ดีสามารถสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง โดยไม่ต้องลงแรงลงทุนในการบริหารด้านอื่นมากนัก แต่ถ้าธุรกิจมีทำเลที่ดีประกอบกับระบบการบริหารที่ดีด้วย จะสร้างความสำเร็จที่โดดเด่นให้แก่ธุรกิจที่ต้องการให้ความสะดวกแก่ลูกค้า หรือช่วยในการลดต้นทุนเพิ่มผลกำไรให้แก่ธุรกิจได้มากที่สุด ดังนั้นทำเลที่ดี คือความได้เปรียบที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งสำหรับธุรกิจขนาดย่อม

ปัจจัยสำคัญในการเลือกทำเลที่ตั้ง

1. ความนิยมส่วนตัวของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการอาจมีทัศนคตินิยมชมชอบบางทำเลเป็นพิเศษ เช่น เป็นท้องถิ่นกำเนิดมีเพื่อนฝูงญาติมิตรช่วยอุดหนุนกิจการทำให้ผู้ประกอบการสามารถเริ่มต้นธุรกิจได้ง่าย ผู้ประกอบการบางคนชอบเมืองใหญ่ด้านธุรกิจ บางคนชอบเมืองเล็กๆ ที่มีบรรยากาศสงบ ความนิยมส่วนตัวของผู้ประกอบการในการเลือกทำเลที่ตั้งนี้ แม้ดูจะเป็นปัจจัยที่ไม่เป็นทางการแต่ในทางปฏิบัติจะมีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจ เพราะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมชอบปฏิบัติงานในสภาพแวดล้อมที่ตนมีความคุ้นเคยและมีโอกาสในการดำเนินการอย่างอิสระตามที่ตนเองต้องการอย่างไรก็ดี ผู้ประกอบการไม่ควรเลือกทำเลที่ตั้งด้วยความรู้สึกส่วนตัวแต่เพียงประการเดียว และไม่ควรเอาความนิยมชมชอบมาเป็นเหตุผลหลักในการเลือกทำเลที่ตั้งอย่างเด็ดขาดเพราะการใช้อารมณ์และกลางสั่งหรงณ์มาตัดสินใจในเรื่องธุรกิจโดยละเลยการไตร่ตรองให้รอบคอบและขาดการใช้วิจารณ์ญาณเชิง

ธุรกิจย่อมนำมาซึ่งความล้มเหลวในการเลือกทำเลที่ตั้ง อันจะส่งผลถึงธุรกิจโดยรวมทั้งกิจการในที่สุด

2. ความเหมาะสมกับประเภทของธุรกิจ ธุรกิจการผลิตมักไม่จำเป็นต้องอยู่ย่านชุมชนเพราะต้องการใช้พื้นที่ค่อนข้างมาก ลูกค้านี่ต้องติดต่อด้วยก็มีน้อยราย และอาจต้องการอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ การตั้งโรงงานในชุมชนต้องเสียค่าที่ดินในราคาสูงและต้องอยู่ภายใต้การควบคุมของกฎหมายอย่างเคร่งครัดในเรื่องการบำบัดมลภาวะจากการผลิต รวมทั้งต้องผจญกับการจราจรที่ติดขัดเสียเวลาในการขนส่ง ดังนั้นธุรกิจการผลิตควรอยู่ในทำเลที่ตั้งที่ทำให้ต้นทุนรวมในระยะยาวต่ำที่สุด แต่สำหรับธุรกิจการค้าปลีกและการบริการทำเลที่ตั้งที่ดีต้องให้ความสะดวกแก่ลูกค้ามากที่สุด การคมนาคมและการอยู่ในย่านชุมชนเป็นสิ่งสำคัญมาก ยกเว้นกรณีที่ดินค้าหรือบริการนั้นเป็นผลิตภัณฑ์พิเศษ (Specialty Goods) ซึ่งลูกค้าอาจยอมเสาะแสวงหามากกว่าปกติแต่ถ้าเกิดผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทดแทนกันได้หรือมีคู่แข่ง ธุรกิจที่มีทำเลห่างไกลไม่สะดวกจะเสียเปรียบมาก ส่วนธุรกิจบริการบางประเภท เช่น การเดินสายไฟฟ้า งานซ่อมเครื่องใช้ในบ้านที่ต้องให้บริการถึงบ้านลูกค้า จะมีทำเลที่ตั้งห่างไกลก็ไม่มีผลกระทบต่อค่าบริการลูกค้า

การเลือกทำเลที่ตั้งให้เหมาะสมกับประเภทของธุรกิจเป็นหลักการที่สำคัญมาก จึงต้องวิเคราะห์ถี่ถี่ลงไปในแต่ละประเภทของธุรกิจด้วย เช่น การเลือกร้านอาหารเช้าและกาแฟควรอยู่บนถนนฝั่งที่ออกจากหมู่บ้าน เพราะลูกค้าจะมาเข้าร้านตอนเช้า แต่การเลือกทำเลของสถานบันเทิงให้บริการตอนเย็นหลังเลิกงานแต่ละธุรกิจมีเอกลักษณ์ของตนเองที่ไม่เหมือนธุรกิจอื่น ดังนั้นจึงไม่สามารถนำปัจจัยการเลือกทำเลของธุรกิจหนึ่งไปใช้ปนกับอีกธุรกิจหนึ่ง นอกจากนั้นการพิจารณาความหนาแน่นของประชากร และรายได้ของ

ประชาชนในละแวกนั้นเป็นส่วนประกอบที่แยกออกมาจากประเด็นประเภทของธุรกิจด้วย ร้านอาหารประเภทรับประทานเพื่ออิมท้องต้องการแหล่งที่มีผู้คนพลุกพล่านซึ่งมีระดับรายได้ปานกลางหรือต่ำ แต่ร้านอาหารที่มีบรรยากาศสวยงาม มีดนตรีบรรเลง จะต้องการพื้นที่ที่มีบริเวณกว้างขวางและมีที่จอดรถด้วยเพราะลูกค้าที่เข้ามาจะมีรายได้ตั้งแต่ระดับปานกลางถึงระดับสูง โดยทำเลของร้านไม่จำเป็นต้องอยู่ในย่านชุมชนเลย

3. การแข่งขันของธุรกิจประเภทเดียวกัน การมีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้กับคู่แข่งเป็นสิ่งที่ดีของกิจการ เพราะลูกค้าสามารถเปลี่ยนใจหรือเลือกอุดหนุนร้านของคู่แข่งได้ไม่ยาก ยิ่งถ้ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีจำนวนจำกัด ผู้ประกอบการควรแน่ใจว่าไม่ได้ดำเนินธุรกิจแข่งขันกับผู้อื่น เช่น ร้านขายวัสดุก่อสร้างและตกแต่งบ้านจัดสรรแห่งหนึ่งไม่ควรมีเกินร้านเดียว แต่บางครั้งการอยู่ในละแวกเดียวกันกับคู่แข่งกลับเป็นผลดีต่อธุรกิจ เพราะจะ



ทำให้ทำเลตรงนั้นกลายเป็นย่านสินค้าเฉพาะที่ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าจากร้านนั้นร้านนี้ได้อย่างสะดวก ทำเลประเภทนี้เหมาะสมกับสินค้าประเภทเลือกซื้อ (Shopping Goods) เช่น ร้านกระเป่าและรองเท้าสตรีจะชุมนุมกันอยู่ย่านบางลำพู ร้านอะไหล่รถยนต์จะรวมกันอยู่ย่านวรจักร ร้านวัสดุอิเล็กทรอนิกส์และไฟฟ้าจะตั้งอยู่ย่านบ้านหม้อ ร้านเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อการขายส่งจะอยู่ย่านตลาดประตูน้ำและตลาดโบริเบ้ เป็นต้น

4. การคมนาคมและจราจร สำหรับธุรกิจการผลิต ที่ตั้งที่ดีควรอยู่ในทำเลที่มีค่าขนส่งวัตถุดิบและสินค้าต่ำ แต่สำหรับธุรกิจการค้าปลีกและบริการจะต้องเน้นความสะดวกในการสัญจรของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาปัจจัยอื่นด้วยอย่างรอบคอบในเรื่องการจราจรขาเข้า-ขาออกที่จอดรถ ความหนาแน่นของการจราจร การเดินทางเดี่ยว สะพานลอยหรือทางม้าลายข้ามถนน ฯลฯ ประกอบด้วย เพราะบางแห่งดูเหมือนจะสะดวกแต่ไม่ใช่ทำเลที่ดี เช่น ย่านราชเทวีไม่เหมาะที่จะตั้งร้านค้าปลีกที่มีลูกค้าเดินเข้าร้านมาซื้อสินค้า เพราะเป็นทางผ่านแต่ไม่ใช่จุดแวะ ทำเลที่อยู่ข้างทางด่วนไม่เหมาะจะเป็นร้านค้าปลีก เพราะมีรถผ่านมากมายแต่จอดไม่ได้ คลินิกรักษากามโรคไม่ควรตั้งที่หน้าตลาดเพราะลูกค้าไม่ต้องการให้ใครพบเห็นเวลาเข้าใช้บริการ

5. ต้นทุนของทำเลที่ตั้ง ถ้าผู้ประกอบการคิดจะซื้อที่ดินและอาคารเป็นกรรมสิทธิ์ของตนจะต้องคำนึงถึงเงินทุนที่มีอยู่ การกู้ยืมเพิ่มเติมที่จำเป็นงบประมาณเงินสดในช่วงที่มีการผ่อนชำระเงินกู้ ตลอดจนสภาพคล่องของกิจการ เพราะการกู้ยืมเพื่อซื้อสิ่งทรมทรัพย์เช่นนี้เป็นหนี้ก้อนใหญ่ที่ต้องอาศัยระยะเวลาในการชำระคืนที่ยาวนาน แต่ถ้าเป็นการเช่าไม่ควรใช้ค่าเช่าที่ต่ำเป็นเครื่องชี้ขาดในการเลือกทำเล เพราะร้านที่อยู่ในทำเลที่ค่าเช่าสูงมักจะทำอะไรให้แก่ธุรกิจได้ดีกว่าและมียอดขายสูงกว่า แต่ถ้าประกอบการที่ไม่

มีทุนมากพอที่จะจ่ายค่าเช่าสูง ก็ควรเลือกทำเลที่ดีที่สุดที่จะหาได้ในราคาที่ดินสามารถที่จะจ่ายได้

6. กฎหมายและภาษีท้องถิ่น การเลือกทำเลที่ตั้งควรศึกษาผังเมืองและชุมชน ตลอดจนการขยายและปรับปรุงสาธารณูปโภคในอนาคต เช่น เขตพื้นที่สีเขียวเพื่อการเกษตรกรรม มีข้อห้ามสร้างตึกสูงเกินกำหนด เป็นต้น ภาษีท้องถิ่นที่ต้องชำระแก่กรมสรรพากรมีทั้งภาษีโรงเรือนและภาษีบำรุงท้องที่ ซึ่งในแต่ละท้องที่จะมีการประเมินแตกต่างกันขึ้นอยู่กับว่าเป็นเขตชุมชนธุรกิจหรือไม่

7. ทัศนคติของชุมชน ชุมชนในทำเลแวกนั้นจะเป็นลูกจ้างและลูกค้าของธุรกิจขนาดย่อมนั้น ดังนั้นสัมพันธภาพอันดีระหว่างชุมชนกับธุรกิจจะทำให้การดำเนินงานทุกอย่างดำเนินไปได้ราบรื่น ธุรกิจขนาดย่อมที่มีภาพพจน์ที่ดีในการสร้างประโยชน์แก่ชุมชนในด้านการว่าจ้างแรงงาน การอุดหนุนสินค้าและบริการต่างๆ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน การบริจาคเงินเพื่อสาธารณกุศล การบำเพ็ญประโยชน์แก่สาธารณะ เช่น สร้างป้อมยาม ตำรวจให้ตำรวจจราจร ฯลฯ ย่อมเป็นการสร้างค่านิยม (Goodwills) ซึ่งเป็นสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนอันหนึ่งของธุรกิจและมีผลต่อการดำเนินการของธุรกิจทั้งโดยตรงและทางอ้อม

8. ความสามารถที่จะเป็นแหล่งทรัพยากรของธุรกิจ ธุรกิจบางแห่งจำเป็นต้องอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ เช่น การทำปลาตากแห้ง กุ้งแห้ง น้ำปลา ปลาเค็ม ควรอยู่ใกล้สะพานปลาธุรกิจบางแห่งต้องใช้แรงงานเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น โรงงานทอผ้าไหมนิยมอยู่ที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพราะชาวไทยอีสานมีฝีมือในการทอผ้าหรือทำหัตถกรรมตามประเพณีวัฒนธรรมที่สืบเนื่องกันมา

ประเภทของทำเลที่ตั้ง

เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่มักจะเป็นธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจบริการ ซึ่งต้องการทำเลที่ตั้งที่โดดเด่น และอยู่ในชุมชนมากกว่าธุรกิจการผลิตซึ่งมักอยู่ในรูปธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดใหญ่ ดังนั้นการกล่าวถึงประเภทของทำเลที่ตั้งนี้จะมุ่งเน้นเฉพาะสำหรับธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจบริการเท่านั้น

ประเภทของทำเลที่ตั้ง แบ่งออกเป็น 5 ประเภทดังต่อไปนี้

1. ย่านธุรกิจที่ศูนย์กลาง (Central Business Districts) เป็นทำเลที่ตั้งอยู่ศูนย์กลางดั้งเดิมของบริเวณการค้าขายแลกเปลี่ยนของเมือง เนื่องจากฝั่งเมืองในระยะแรกจะมีประชากรอาศัยอยู่ไม่มากนัก และการคมนาคมซึ่งอาศัยศูนย์กลางเมืองเป็นจุดพบปะติดต่อ แต่เมื่อเมืองขยายตัวออกไป ย่านธุรกิจที่เป็นศูนย์กลางจะลดความสำคัญลงบ้าง เช่น ย่านเยาวราช ย่านปากคลองตลาด ย่านลำพู ย่านตลาดในอำเภอเมืองต่างจังหวัด

ข้อดีของย่านธุรกิจที่เป็นศูนย์กลางนี้คือ เป็นทำเลที่มีสาธารณูปโภคครบครัน การคมนาคมสะดวกเป็นแหล่งรวมธุรกิจต่างๆ หลากหลายประเภท

ข้อเสียคือการจราจรแออัดเป็นทำเลที่มีต้นทุนดำเนินงานและอัตราค่าเช่าสูง การแข่งขันรุนแรง และมีพื้นที่ค่อนข้างจำกัดยากต่อการขยายกิจการในอนาคต ไม่เหมาะกับธุรกิจที่ต้องใช้เนื้อที่ในการประกอบการค่อนข้างมาก เช่น อู่ซ่อมรถ สถานีบริการน้ำมันครบวงจร เป็นต้น

2. บริเวณการค้าปลีกในละแวกเพื่อนบ้าน (Neighborhood Shopping Areas) เป็นทำเลที่ตั้งที่มีร้านค้าหลายร้านรวมกันเป็นกลุ่มกระจายกันอยู่ทั่วบริเวณที่อยู่อาศัยของชุมชน ได้แก่ ร้านขายของชำ ร้าน

ขายหนังสือ ร้านอาหาร ร้านเสริมสวย ร้านถ่ายรูป ฯลฯ ร้านค้าในทำเลที่ตั้งประเภทนี้จะต้องอาศัยการอุดหนุนของผู้ที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกันนั้น บริเวณการค้าปลีกในละแวกเพื่อนบ้านนี้มักมีต้นทุนการดำเนินงานและค่าเช่าต่ำกว่าทำเลย่านธุรกิจที่เป็นศูนย์กลาง และจะอยู่ในแหล่งชุมชนขนาดใหญ่พอสมควร ธุรกิจจึงอยู่ได้โดยมีกำไรในระดับหนึ่งซึ่งมักจะเป็นบริเวณใกล้ตลาดย่านชานเมือง เช่น ตลาดพงษ์เพชร ตลาดบางกะปิ ตลาดสำโรง เป็นต้น

3. ศูนย์การค้า (Shopping Centers and Malls) ในปัจจุบันพฤติกรรมการซื้อและการบริโภคของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เคยซื้อของจากตลาดหรือร้านค้า มาเป็นการซื้อหาในศูนย์การค้าแทน ศูนย์การค้าในปัจจุบันจะมีธุรกิจขนาดย่อมหลากหลายประเภทและรูปแบบอยู่ร่วมกันในลักษณะครบวงจร ซึ่งสามารถสร้างความสะดวกในการหาซื้อของได้ครบ มีของให้เลือกเปรียบเทียบกันมากมาย บรรยากาศในศูนย์การค้าเย็นสบาย สะอาดและสวยงาม มีที่จอดรถเหมาะสมกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ปัจจุบัน ศูนย์การค้าแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ



3.1 ศูนย์การค้าทั่วไป ร้านค้าในศูนย์นั้นจะมีหลากหลายประเภท ทั้งร้านขายสินค้าอุปโภคและร้านค้าบริการ เช่น เซ็นทรัลพลาซ่าลาดพร้าว ฟิวเจอร์ปาร์ครังสิต แฟชั่นไอซ์แลนด์รามอินทรา เป็นต้น

3.2 ศูนย์การค้าเฉพาะ ร้านค้าในศูนย์จะเป็นร้านค้าที่ขายสินค้าประเภทเดียวกันเกินกว่า 80% ของร้านค้าทั้งหมด ศูนย์การค้าลักษณะนี้จะเป็นเฉพาะที่ลูกค้าเป้าหมายมุ่งหมายสินค้าเฉพาะอย่าง เช่น ศูนย์การค้าพันธุ์พืชพลาซ่าจะประกอบด้วยร้านค้าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ต่างๆ จึงมีสินค้าชนิดเดียวกันมากมายหลายยี่ห้อให้ลูกค้าได้เปรียบเทียบเลือกซื้อ จึงเหมาะกับสินค้าเลือกซื้อที่ต้องพิจารณาก่อนตัดสินใจ ร้านค้าที่ตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าเฉพาะตามสินค้าที่ตนขายจะมีโอกาสในการขายมากกว่า แม้จะต้องเผชิญการแข่งขันที่สูงจากร้านค้าข้างเคียงก็ตาม

ข้อดี ของการตั้งร้านอยู่ในศูนย์การค้า คือสร้างความสะดวกให้แก่ลูกค้าเป้าหมาย ได้อยู่ในแหล่งที่มีโอกาสพบปะลูกค้าใหม่ๆ สูง ได้รับความประทับใจจากร้านค้าให้ดูดีกว่าอยู่ตามชุมชนธรรมดา ได้ประโยชน์จากการโฆษณาส่งเสริมการขายของศูนย์การค้านั้นโดยไม่ต้องลงทุนเองการจ่ายค่าใช้จ่ายส่วนกลาง เช่น ค่าทำความสะอาด ค่ายามรักษาความปลอดภัย ถูกแบ่งเฉลี่ยกันจ่ายกับร้านค้าอื่นๆ ทำให้ไม่เป็นการหนักแก่ธุรกิจผู้เดียว

ข้อเสีย ของการตั้งร้านค้าอยู่ในศูนย์การค้า คือ ขาดความอิสระในการดำเนินการบางอย่าง เช่น ต้องเปิดปิดร้านตามเวลาเปิดปิดของศูนย์การค้า ต้องอยู่ในระเบียบบังคับของศูนย์การค้าเสียค่าใช้จ่ายบางประการที่อาจไม่จำเป็นต้องเสียถ้าตั้งร้านค้าอยู่ที่อื่น ขาดกรรมสิทธิ์เด็ดขาดในระยะยาว เพราะศูนย์การค้าให้เช่าซื้อร้านเท่านั้นไม่ได้ขายโอน

4. ที่ตั้งข้างทาง เป็นที่ตั้งที่มีลูกค้าสัญจรไปมาและมักเสนอขายสินค้าในราคาต่ำ เช่น ร้านค้าแบบตู้ม (Kiosk) ข้างทาง ตู้ขายของอัตโนมัติ (Vending Machine) การขายของตามตลาดนัด ต้นทุนการเช่าและการดำเนินงานของที่ตั้งข้างทางค่อนข้างต่ำ เหมาะกับร้านอาหารและแผงจำหน่ายเสื้อผ้าของใช้ซึ่งมุ่งหวังลูกค้าที่สัญจรไปมาในละแวกนั้นเป็นส่วนใหญ่



5. บ้านที่อยู่อาศัยของผู้ประกอบการ ในระยะเริ่มต้นประกอบธุรกิจผู้ประกอบการอาจจะลดต้นทุนการประกอบการโดยใช้บ้านของตนเองหรือบางส่วนของบ้านเป็นที่ตั้งของธุรกิจ ซึ่งในระยะยาวอาจจะย้ายไปที่ตั้งแห่งใหม่หรือที่บ้านเป็นการถาวรก็ได้ ประเด็นสำคัญที่ควรพิจารณา คือ การมีสถานที่ประกอบการเป็นบ้านเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจที่ทำอยู่เพียงใด เช่น ถ้าธุรกิจเป็นสำนักงานออกแบบและเขียนแบบ ซึ่งผู้ประกอบการเป็นสถาปนิกที่ทำงานอยู่ที่บ้านและออกไปพบปะลูกค้าเป็นครั้งเป็นคราว ทำเลก็จะลดความ

สำคัญลง ถ้าธุรกิจเป็นร้านอาหาร บ้านของผู้ประกอบการที่ตั้งอยู่ในซอยลึก ทางไกลถนนใหญ่คงไม่เหมาะสมนัก (ยกเว้นร้านอาหารนั้นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ลูกค้าตั้งใจเสาะแสวงหา)



ข้อดีของการใช้บ้านเป็นสถานที่ประกอบการ คือ ประหยัดต้นทุนเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งประหยัดเวลาเดินทางของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการมีเวลา มีเวลาเต็มวันละ 24 ชั่วโมง ในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการสามารถดูแลบ้านและครอบครัวได้ตลอดเวลา จึงเหมาะสมกับช่วงเวลาเริ่มต้นประกอบธุรกิจ

ข้อเสียของการใช้บ้านเป็นสถานที่ประกอบการ คือ ลูกค้าและบุคคลภายนอกไม่เชื่อถือในความมั่นคงของธุรกิจ ชีวิตส่วนตัวของผู้ประกอบการไม่สามารถเอาใจใส่กับธุรกิจได้เต็มที่เพราะมัวแต่สนใจกิจกรรมในบ้าน แต่บ้านมีความเหมาะสมกับธุรกิจบางประเภทเท่านั้น

อย่างไรก็ดี วิวัฒนาการของเทคโนโลยีทางโทรคมนาคมจะมีส่วนเอื้ออำนวยธุรกิจที่ใช้บ้านเป็นสถานที่ประกอบการในอนาคต โดยใช้เครื่องมือสื่อสารที่สามารถช่วยการติดต่อระหว่างธุรกิจกับลูกค้าทำได้สะดวกยิ่งขึ้น เช่น โทรสาร โทรศัพท์ที่สามารถประชุมสายพร้อมกันได้ เช่นการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต (Internet) หรือจดหมายทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เป็นต้น

การซื้อหรือการเช่า

ประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่งของการเลือกทำเลที่ตั้งก็คือ การตัดสินใจซื้อร้านนั้นมาเป็นกรรมสิทธิ์ของธุรกิจโดยเด็ดขาด หรือจะใช้วิธีการเช่าโดยทำสัญญาเป็นช่วงระยะเวลาตามที่ตกลงกันได้ ไม่มีคำตอบแน่ชัดว่า การซื้อหรือการเช่าจะดีกว่ากันอย่างแน่นอนตายตัว เพราะการตัดสินใจในประเด็นการซื้อหรือเช่าขึ้นอยู่กับความเหมาะสมกับประเภทของกิจการ เงินทุนที่มี และการปรับตัวของธุรกิจในอนาคต ทั้งการซื้อและการเช่าต่างก็มีข้อดีและข้อเสียแตกต่างกันออกไป ดังต่อไปนี้

ข้อดีของการซื้อ

1. มีกรรมสิทธิ์ในร้านของกิจการโดยสมบูรณ์ ไม่ต้องพะวงกับการหมดอายุสัญญาเช่า
2. สามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการตกแต่งร้านตามใจชอบ และคุ้มค่ากับการลงทุนอย่างเต็มที่ ผู้ประกอบการไม่ต้องห่วงว่าลงทุนไปแล้วผู้ให้เช่าอาจไม่ต่อสัญญา ซึ่งจะทำให้การลงทุนตกแต่งสูญเปล่า เพราะผู้เช่าจะไม่สามารถรื้อถอนออกมาได้
3. ถ้าทำเลนั้นเจริญขึ้นในอนาคตจะเท่ากับว่า สินทรัพย์ของกิจการ

มีมูลค่าสูงขึ้น ซึ่งจะช่วยสร้างความมั่นคงให้แก่กิจการยิ่งขึ้น

4. ค่าเสื่อมราคาอาคารสามารถเป็นค่าใช้จ่ายให้หักภาษีได้ ทำให้กิจการเสียภาษีน้อยลง
5. ร้านและที่ดินเป็นสินทรัพย์ที่สามารถใช้ค้ำประกันเงินกู้ยืมได้

ข้อเสียของการซื้อ

1. ต้องลงทุนเป็นจำนวนมาก อาจทำให้มีผลกระทบต่อสภาพคล่องของกิจการและเงินจำนวนมากจมอยู่กับสินทรัพย์ถาวรที่คืนทุนช้า
2. ถ้าทำเลนั้นไม่ดีเท่าที่คาดการณ์ไว้ หรือเปลี่ยนแปลงไปในทางลบในระยะยาว การซื้อจะทำการโยกย้ายยากกว่าการเช่า
3. มีความเสี่ยงสูงกว่าธุรกิจการเช่า

ข้อดีของการเช่า

1. ลงทุนไม่มากนักในการเริ่มกิจการ เพียงแค่วางเงินมัดจำจำนวนหนึ่ง และจ่ายค่าเช่ารายเดือนในแต่ละเดือนเป็นงวดๆ
2. ถ้าทำเลที่ตั้งนั้นเกิดปัญหาในระยะยาว ธุรกิจสามารถโยกย้ายได้ง่ายกว่าเมื่อซื้อเป็นกรรมสิทธิ์
3. ผู้เช่าไม่ต้องรับผิดชอบกับการเสื่อมค่าลงของอาคาร

ข้อเสียของการเช่า

1. ถ้าผู้ให้เช่าไม่ยินยอมต่ออายุสัญญา ธุรกิจจะต้องโยกย้ายทำเลที่ตั้งและสูญเสียประโยชน์จากการปรับปรุงตกแต่งสถานที่ที่ลงทุนไว้
2. การเปลี่ยนแปลงต่อเติมสถานที่ ต้องได้รับการยินยอมจากผู้ให้เช่าก่อน ผู้เช่าไม่สามารถทำได้โดยอิสระ

3. การเจรจาต่อรองเงื่อนไขต่างๆ ในการเช่า ต้องทำอย่างรอบคอบ และรัดกุมเป็นลายลักษณ์อักษร ผู้เช่าที่ไม่ระมัดระวังหรือไม่มีความรู้ด้านสัญญาเพียงพอ มักจะตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบเสมอ

ข้อควรพิจารณาในการเช่าร้านหรือสถานที่ประกอบธุรกิจ

1. ผู้ประกอบการควรทำการเจรจาต่อรองกับผู้ให้เช่าสถานที่อย่างรอบคอบในด้านค่าเช่าการทำประโยชน์ในสถานที่ ข้อห้ามในการใช้สถานที่ ฯลฯ ก่อนตกลงเซ็นสัญญา การเปลี่ยนแปลงหลังเซ็นสัญญาแล้วทำยากมาก ยกเว้นผู้ให้เช่ายินยอมด้วย ซึ่งผู้ให้เช่ามักสงวนสิทธิปฏิบัติตามสัญญา
2. การระบุถึงการปรับค่าเช่าในอนาคต ควรมีขอบเขตกำหนดได้อย่างชัดเจนเป็นตัวเลขเช่น การปรับค่าเช่า แต่ละครึ่งจะทำทุก 5 ปี โดยปรับได้ไม่เกิน 10 % ของค่าเช่าเดิมในขณะนั้น ข้อนี้ถ้าไม่ระบุไว้ชัดเจนผู้เช่าจะเสียเปรียบเพราะต้องจ่ายค่าเช่าสูงเกินกว่าที่คาดการณ์ไว้
3. การเจรจกันในเรื่องเงินของการให้เช่าต่อ หากธุรกิจของผู้เช่าไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควรและต้องปิดตัวเอง ณ สถานที่นั้นก่อนหมดระยะเวลาตามสัญญาเช่า ผู้เช่ายังคงต้องจ่ายค่าเช่าอยู่ จึงควรหาทางออกเพื่อไว้ด้วยการให้ผู้อื่นเช่าต่อ ซึ่งผู้ให้เช่าที่เป็นเจ้าของสถานที่ต้องอนุญาตด้วย
4. การปรับปรุงสถานที่ ไม่ควรที่ต้องทุ่มเทเงินทุนมากเกินไปจนความจำเป็น เพราะเมื่อเลิกสัญญาเช่า ผู้เช่าจะไม่สามารถรื้อถอนการตกแต่งนั้นคืนมาได้



5. หากผู้เช่าไม่สนใจในสัญญาควรปรึกษาทนายความหรือนักกฎหมาย ก่อนตกลงเซ็นสัญญาเพื่อให้แน่ใจว่าสัญญานั้นเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย และมีเนื้อหาครอบคลุมกรณีต่างๆ ได้ครบถ้วน เช่น การบำรุงรักษา ซ่อมแซม การเกิดอัคคีภัย หรือภัยพิบัติทางธรรมชาติ ฯลฯ

การวางแผนผังของธุรกิจค้าปลีก

การวางแผนผังเป็นการจัดสรรพื้นที่ใช้สอยของธุรกิจที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในด้านการใช้สอย สะดวกในการดำเนินงาน สามารถประหยัดค่าใช้จ่าย และมีความสวยงาม การวางแผนผังของธุรกิจขนาดย่อม แยกตามประเภทของธุรกิจได้เป็นแผนผังของธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจค้าส่งธุรกิจการผลิตและธุรกิจบริการ

แผนผังของธุรกิจค้าปลีก

แผนผังเป็นเครื่องมือการขายที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับการค้าปลีก เพราะการจัดวางสินค้าที่ดีจะช่วยดึงดูดใจลูกค้าทำให้ขายได้มาก ในการวางแผนผังธุรกิจค้าปลีกพึงเอาใจใส่ในปัจจัยสำคัญดังต่อไปนี้



ปัจจัยสำคัญในการพิจารณาวางแผนผังธุรกิจค้าปลีก

1. พฤติกรรมการซื้อของลูกค้า การที่ลูกค้าเข้ามาซื้อของแต่ละประเภท จะมีพฤติกรรมแตกต่างกัน เช่น ร้าน Boots ซึ่งขายยาและเครื่องสำอาง อาจจะให้เคาน์เตอร์ขายยาอยู่ด้านหลังของร้าน เพราะลูกค้าที่มาซื้อยาจะไม่สนใจของอื่น จึงต้องให้ลูกค้าเดินผ่านสินค้าอื่นให้พบเห็นและสะดุดตา กับสินค้าที่วางไว้จึงเกิดความรู้สึกอยากซื้อ สินค้าบางประเภท เช่นยาอม หมากฝรั่งมิดโกนหนวด ซึ่งเป็นสินค้าที่ซื้อเมื่อสะดุดตา (Impulse Goods) ต้องวางไว้ใกล้ที่จ่ายยา

2. ประเภทของสินค้า สินค้าที่อยู่ในหมวดหมู่เดียวกันควรอยู่ใกล้กัน เช่นขวดนม แป้งเด็ก ผ้าอ้อมสำเร็จรูป จะอยู่ชั้นวางเดียวกัน หรือเป็นสินค้าที่ใช้ประกอบกัน เช่น ยาสีฟัน แปรงสีฟัน น้ำยาบ้วนปาก ไหมขัดฟัน เพื่อดึงใจให้ลูกค้าสนใจซื้อสินค้าหลายอย่างไปด้วยกัน สินค้าราคาสูงเช่น ชุดสก๊อต กาแฟจากต่างประเทศ สุรา ไวน์ ฟิล์มถ่ายรูป มักจะใส่ตู้เอาไว้ และมีพนักงานขายคอยบริการหยิบให้

3. การสร้างบรรยากาศให้แก่สินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านค้าปลีก สินค้าเฉพาะทาง เช่น ร้านขายอุปกรณ์การเดินทางป่ามักจะจัดตกแต่งร้านแบบซาฟารี มีต้นไม้ประดับเพื่อแขวนตะเกียงน้ำมัน กางเกงที่ผ้าใบบนสนามจำลองให้ได้บรรยากาศการพักผ่อนกลางแจ้ง ร้านขายเครื่องสำอางต้องจัดร้านให้สวยสะอาด มีสินค้าวางโชว์โดยมีอุปกรณ์ประกอบที่เหมาะสมจำพวก ดอกไม้ประดิษฐ์ ผ้าสีฟองสีสวย ไหมผูกเทียม ฯลฯ ร้านขายเครื่องประดับเพชรพลอยต้องหรูหรา ติดเครื่องปรับอากาศ ปลูกต้นไม้ตู้โชว์กระจกพร้อมไฟส่องสินค้าเฉพาะที่

4. กิจกรรมในการขายและบริการ แผนงานที่สนับสนุนการขาย เช่น การเก็บสินค้าคงคลัง การขอเครดิตซื้อเชื่อ การซ่อมแซมสินค้า การขอเปลี่ยนสินค้าที่ชำรุด ฯลฯ ควรอยู่ในบริเวณที่ไม่ใช่จุดเด่น เช่น ด้านหลังหรือบนของอาคาร แต่ถ้าเป็นบริเวณที่ลูกค้าต้องมาติดต่อไม่ควรจะเป็นที่ลับจบลูกค้าหาไม่พบ และควรมีป้ายบอกทางไว้ด้วย

มองโลกในแง่ร้ายเห็นปัญหาใน
ทุกโอกาส มองโลกในแง่ดีเห็น
โอกาสในทุกปัญหา

บทที่ 7

วางระบบบัญชี และเรียนรู้การเงิน

การวางระบบบัญชีในธุรกิจขนาดย่อม

แม้ว่าในปัจจุบัน จะมีบริษัทรับทำบัญชีจำนวนมาก ซึ่งรับทำบัญชีให้ในราคาที่ไม่แพง แต่สิ่งที่บริษัทบัญชีทำให้ส่วนมากจะเป็นเพียงบัญชีงบการเงินที่ต้องนำส่งหน่วยงานราชการ การลงบัญชีหรือการจดบันทึกของกิจกรรมต่าง ๆ ภายในจริงๆ ที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจเป็นเชิงปริมาณจะเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการจัดการการเงินของธุรกิจนั้นทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งการจัดการเงินก็เป็นหนึ่งในงานหลักของการจัดการธุรกิจเช่นเดียวกับการตลาด การผลิต และการบริหารบุคคล การวางระบบบัญชีจึงควรจัดทำขึ้นอย่างมีระบบ ให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ ไม่เสียค่าใช้จ่ายสูงในการจัดทำ และไม่เสียเวลาในการบันทึกมากเกินไป ตลอดจนสามารถใช้ประโยชน์ได้ทั้งเพื่อการบริหารงานของธุรกิจและการเปิดเผยข้อมูลต่อผู้ให้กู้และสรรพากร

การวางระบบบัญชี

การวางระบบการบันทึกข้อมูล หรือวางระบบบัญชีเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งของธุรกิจแม้ธุรกิจขนาดย่อมอาจมีผู้ประกอบการเพียงคนเดียวที่ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทั้งหมด หรือจำนวนเงินที่หมุนเวียนในการดำเนินงานจำนวนไม่มากนัก แต่การบันทึกโดยมีระบบบัญชีที่ดีจะคอยควบคุมและแสดงสถานภาพทางการเงิน ตลอดจนไว้วิเคราะห์สมรรถนะการดำเนินงานของธุรกิจได้เป็นอย่างดีสมกับคำที่กล่าวว่า “บัญชีคือภาษาธุรกิจ”

ลักษณะของระบบบัญชีที่ดี

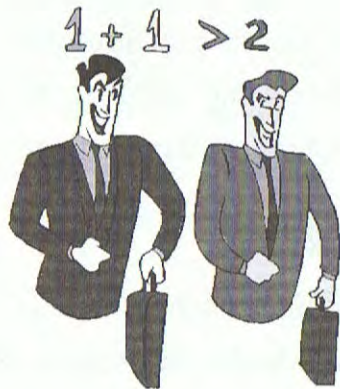
1. สามารถใช้ข้อมูลที่แท้จริง และเที่ยงตรงในการดำเนินงาน โดยแสดงเป็นจำนวนเงินทุกรายการ
2. สามารถเปรียบเทียบข้อมูล ในอดีตกับปัจจุบันได้ง่ายและรวดเร็ว เพื่อประโยชน์ในการจัดหางบประมาณค่าใช้จ่ายต่างๆ
3. สามารถนำเสนองบการเงินเพื่อใช้ประโยชน์ในการบริหาร และการกู้ยืมเงินทุนมาดำเนินธุรกิจจากเจ้าหนี้
4. สามารถใช้ควบคุมและป้องกันการรั่วไหล การใช้เงินมากเกินไปจนเกินความจำเป็น รวมทั้งการลักขโมย และการปฏิบัติของพนักงานที่ผิดพลาด
5. สามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐาน เพื่อใช้ในการคำนวณภาษีที่ธุรกิจต้องชำระให้แก่สรรพากรตามกฎหมายประมวลรัษฎากร

บันทึกของระบบบัญชี

ระบบบัญชีจะต้องบันทึกข้อมูลเพื่อใช้ภายในและภายนอกกิจการ สำหรับภายนอกกิจการผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น นายธนาคารที่ธุรกิจกู้ยืมเงินหรือ

เจ้าหนี้ จะสนใจดูเฉพาะงบการเงินอันประกอบด้วยงบกำไรขาดทุน งบดุล และงบกระแสเงินสด แต่สำหรับภายในกิจการการบันทึกรายการจะมีรายละเอียดมากกว่านั้นเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการบริหารงานแต่ละด้าน บันทึกรายการพื้นฐานของระบบบัญชีประกอบด้วย

1. บัญชีแยกประเภทลูกหนี้ ใช้บันทึกยอดเงินที่ลูกค้ายังคงค้างชำระต่อธุรกิจ (ควรมีรายละเอียดลูกหนี้แต่ละรายด้วย)
2. บัญชีแยกประเภทเจ้าหนี้ ใช้บันทึกยอดเงินที่ยังคงค้างชำระผู้ขายหรือเจ้าหนี้รายอื่นๆ (ควรมีรายละเอียดเจ้าหนี้ทุกราย)
3. บัญชีควบคุมสินค้าคงคลัง ใช้บันทึกจำนวนรับสินค้าคงคลังเข้าและจำนวนจ่ายสินค้าคงคลังออกจากธุรกิจทั้งหมด (ควรมีบัญชีคุมยอดแยกสินค้าคงเหลือแต่ละรายการ)
4. บัญชีเงินเดือน ใช้บันทึกค่าจ้างเงินเดือนของลูกจ้างพนักงาน และรายการหักภาษี ณ ที่จ่ายตลอดจนรายการที่จ่ายเข้ากองทุนประกันสังคม
5. สมุดเงินสด นิยมแยกเป็นสมุดเงินสดรับและสมุดเงินสดจ่าย เพื่อใช้บันทึกการรับจ่ายเงินสดของกิจการ



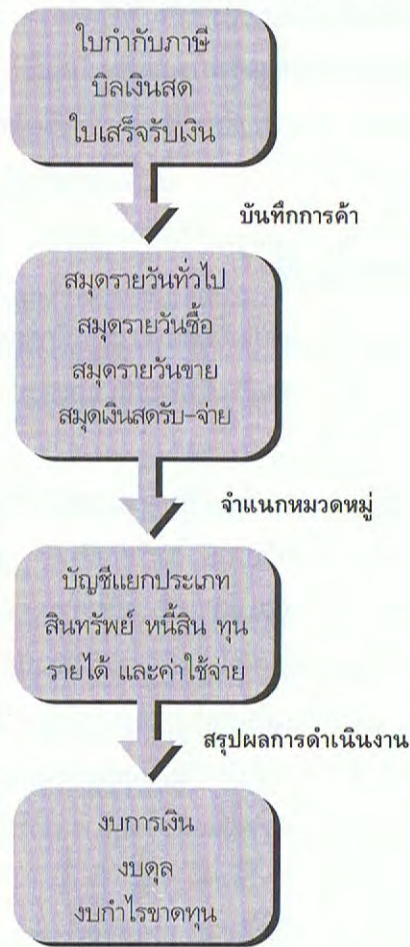
6. บัญชีสินทรัพย์ถาวรของธุรกิจ ใช้บันทึกราคาต้นทุนที่ซื้อสินทรัพย์เหล่านั้นมา และแสดงค่าเสื่อมราคาสะสมของสินทรัพย์แต่ละรายการ

7. บัญชีอื่นๆ เช่น บัญชีค่าใช้จ่าย บัญชียอดขาย บัญชีต้นทุนขาย ฯลฯ

ขั้นตอนการจัดทำบัญชี

การจัดทำบัญชีจะมีลำดับขั้นตอนการบันทึกรายการ แจกแจงแยกประเภท รวบรวมรายการที่เหมือนกันเข้าด้วยกัน และสรุปออกมาเป็นงบการเงินได้ดังต่อไปนี้

1. การบันทึกรายการค้า เป็นการรวบรวมหลักฐานทางการเงินทั้งหลาย เช่น บิลเงินสด ใบกำกับภาษี ใบกำกับสินค้า ฯลฯ
2. การลงรายการในสมุดรายวัน เป็นการจดบันทึกรายการการค้าตามหลักฐานที่มีลงในสมุดรายวันทั่วไป หรือแยกกันลงบัญชีในสมุดรายวันขาย สมุดรายวันซื้อ สมุดรายวันเงินสดรับ สมุดรายวันเงินสดจ่าย
3. การจำแนกรายการไปลงบัญชีแยกประเภท เป็นการแยกประเภทรายการค้าต่างๆ ที่ลงในสมุดรายวันแล้ว โดยนำรายการที่อยู่ในหมวดประเภทเดียวกันเอาไว้ด้วยกัน
4. การสรุปจัดทำงบการเงิน เป็นการสรุปรายได้และค่าใช้จ่ายเพื่อแสดงผลการดำเนินงานในรูปของงบกำไรขาดทุน และสรุปยอดคงเหลือของรายการสินทรัพย์หนี้สินและทุน เพื่อแสดงฐานะของกิจการ ณ วันนั้นในรูปของงบดุล



ภาพแสดงขั้นตอนการจัดทำบัญชี

การจัดการการเงิน

เงินทุน เป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจที่จะนำมาซึ่งทรัพยากรอื่นในการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นแรงงาน เครื่องจักรอุปกรณ์ ที่ดิน วัตถุดิบต่างๆ ดังนั้นเงินทุน เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งเมื่อจะเริ่มดำเนินธุรกิจ เมื่อธุรกิจประสบความสำเร็จก็จะมีกำไร และกำไรส่วนหนึ่งจะถูกนำไปลงทุนต่อ ดังนั้นการจัดการการเงินอย่างมีประสิทธิภาพจึงมีบทบาทอย่างยิ่งตั้งแต่การเริ่มต้นก่อตั้ง ตอนดำเนินธุรกิจ จนถึงการเจริญเติบโตในอนาคตของธุรกิจขนาดย่อม

การจัดการการเงินในธุรกิจขนาดย่อมอาจจะแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท

1. การหาเงินทุนดำเนินการ ซึ่งก็คือการหาเงินทุนมาดำเนินธุรกิจตลอดการทำธุรกิจของเรา
2. การบริหารเงินทุน ก็คือการนำเงินที่ได้มาไปลงทุนให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งก็เป็นหน้าที่ของนักธุรกิจที่ดี ที่ต้องพิจารณาขยายกิจการต่อไป แต่ต้องรู้วิธีเลือกโครงการที่นำลงทุนและให้ผลตอบแทนกลับที่คุ้มค่าที่สุด
3. การบริหารเงินสด เป็นอีกหนึ่งหัวใจของการดำเนินธุรกิจเพราะธุรกิจที่ต้องปิดกิจการไปส่วนใหญ่จะเป็นเพราะขาดเงินสดหรือ ขาดสภาพคล่อง ดังนั้นเราต้องรู้จักบริหารเงินสดให้มีระดับสภาพคล่องให้สามารถชำระหนี้และจ่ายค่าใช้จ่ายต่างๆ ได้ภายในกำหนดเวลา เพื่อหลีกเลี่ยงให้กิจการรวมทั้งหมดในการดำเนินงานสามารถไปได้ราบรื่น

ในหนังสือเล่มนี้ เราจะกล่าวถึงรายละเอียดในการหาเงินทุนเพียงด้านเดียวเพราะจะเป็นเหมือนจุดเริ่มต้น และจุดที่สำคัญที่สุดของเรื่องการเงินในการทำธุรกิจ ส่วนการบริหารเงินทุนและ การบริหารเงินสด หากธุรกิจเป็น

ลักษณะซื้อมา-ขายไปคงไม่มีอะไรยุ่งยากนัก แต่หากธุรกิจเริ่มขยายตัวและคุณต้องการศึกษาเรื่องนี้ ก็สามารถหาหนังสือเรื่องเกี่ยวกับการบริหารเงินมาอ่านได้ภายหลัง

ความเชื่อ ผู้เริ่มธุรกิจควรจะเป็นคนรุ่นใหม่ ไฟแรงเท่านั้น

ความจริง อายุไม่ได้เป็นปัจจัยในการตัดสินใจทำธุรกิจเลย โดยเฉลี่ยแล้วคนที่เริ่มธุรกิจมักจะอายุประมาณ 28-35 ปี แต่สิ่งที่สำคัญจริงๆ คือความรู้ในสิ่งที่เราทำและความตั้งใจทำมากกว่า

การจัดการเงินทุนในการดำเนินงาน

การจัดการเงินทุนในการดำเนินงาน เป็นกิจกรรมแรกในการจัดการการเงินของธุรกิจทุกแห่ง เงินทุนในการดำเนินการของธุรกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่มักจะมีที่มาจาก ทุนส่วนตัวของผู้เริ่มก่อตั้ง รวมทั้งญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง และหุ้นส่วนธุรกิจ แต่ก็มียุไม่น้อยที่เป็นการกู้ยืมจากภายนอกธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

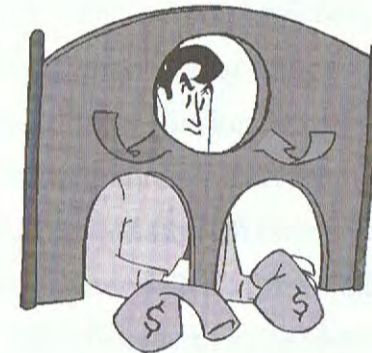
การใช้เงินทุนของธุรกิจขนาดย่อม ควรใช้หนี้สินระยะสั้นในการซื้อสินทรัพย์หมุนเวียน เช่นซื้อสินค้าคงเหลือหรือวัตถุดิบโดยได้รับเครดิตจากผู้ขาย หรือสินค้าเข้าร้านโดยใช้เงินที่เบิกเกินบัญชีธนาคาร เพราะสินทรัพย์พวกนี้จะสามารถเปลี่ยนสภาพเป็นเงินสดได้เร็วหรือมีสภาพคล่องสูง และไม่ควรรอย่งยั้งที่จะใช้หนี้สินระยะสั้นในการซื้อสินทรัพย์ถาวรเพราะหนี้สินระยะสั้นมีกำหนดชำระหนี้เร็ว แต่สินทรัพย์ถาวรแปลงเป็นเงินได้ยากกว่า โดยเฉพาะพวกที่เป็น ที่ทำการบริษัท และของใช้ต่างๆ เพราะจำเป็นต้องใช้ในการดำเนินงาน

ดังนั้น ส่วนที่เป็นสินทรัพย์ถาวรควรใช้หนี้สินระยะยาวโดยการจำนองหรือใช้ส่วนเงินทุนของเจ้าของ ยิ่งไปกว่านั้นการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรในการเริ่มต้นธุรกิจอาจจะเป็นปัญหาในภายหลังได้ หากธุรกิจนั้นไม่ได้ไปได้ดีอย่างที่เราคิดเอาไว้ และเงินทุนเราก็จมไปอยู่ในสินทรัพย์พวกนี้แล้ว ดังนั้นในช่วงแรกอาจจะทดลองเริ่มจากการเช่า เช่น รถยนต์ส่งของอาคารทำการ เป็นต้น เพื่อลดความเสี่ยง และเมื่อธุรกิจมีที่ท่าว่าจะไปได้ดี แล้วค่อยพิจารณาในการลงทุนซื้อเป็นของตนเอง แต่จะทำอะไรก็กลับมาที่เรื่องการหาเงินทุนอีก

ก่อนจะมาดูว่าแหล่งเงินทุนจะมีที่ใดบ้าง ลองมาดูหลักการว่า เราจำเป็นต้องใช้เงินทุนในช่วงใดของธุรกิจบ้าง

ความต้องการเงินทุนในช่วงต่างๆ ของธุรกิจ

1. ความต้องการเงินทุนเมื่อเริ่มดำเนินการ ค่าใช้จ่ายเมื่อก่อสร้างธุรกิจจะประกอบด้วย ค่าชำระใบอนุญาตและการขออนุญาตต่างๆ รวมถึงการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล เงินมัดจำมิเตอร์ไฟฟ้าและประปา ค่าอุปกรณ์และเครื่องใช้ในการผลิตและในสำนักงาน เงินจ่ายล่วงหน้า-มัดจำค่าเช่า ค่าปรับปรุงตกแต่งสถานประกอบการ ค่าวัตถุดิบและสินค้าคงคลัง ฯลฯ นอกจาก



นั้นการเริ่มทำธุรกิจอาจจะต้องมีค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จัก และเป็นการส่งเสริมการขายในช่วงแรก ตลอดจนค่าใช้จ่ายจ้างลูกจ้างมาช่วยงานในตอนต้น ซึ่งค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะเป็นในลักษณะคือ จะจ่ายทั้งหมดในคราวเริ่มต้นเท่านั้น ซึ่งท่านที่จะเริ่มธุรกิจต้องลองคำนวณคร่าวๆ ว่า รวมแล้วเป็นเท่าไร หลังจากได้ตัวเลขคร่าวๆ ก็ให้นำไปบวกกับค่าใช้จ่ายในการดำเนินการในช่วง 2-3 เดือนแรก พวกค่าเช่าที่ ค่าจ้างคนงาน ค่าวัสดุดิบ ค่าสินค้า และอื่นๆ เพราะในช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจอาจจะมีรายได้เข้ามาต่ำกว่าที่คาดการณ์ได้ จนทำให้กระแสเงินสดติดลบ ดังนั้นเราต้องมีเงินทุนพอในส่วนนี้ด้วย ยิ่งถ้าสามารถเผื่อเอาไว้สักครึ่งปีของการดำเนินงานก็จะดี

2. ความต้องการเงินทุนในการดำเนินงาน ในการดำเนินธุรกิจนั้นจะมีช่วงระยะต่างๆ ที่ต้องเผชิญอะไรที่ไม่ได้คาดฝัน เช่นพบกับสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ การสูญเสียลูกค้ารายใหญ่ การโจมตีและต่อสู้กับคู่แข่งที่มีจุดเด่นเหนือกว่า เป็นต้น และธุรกิจขนาดย่อมมักจะมีปัญหาการขาดสภาพคล่องได้ ดังนั้นเราจะต้องหาแหล่งเงินทุนสำรอง อาจจะเป็นพวก อดีธนาคาร หรือเงินกู้ระยะสั้นต่างๆ เมื่อเอาไว้ เพราะเท่าที่ดู จะพบธุรกิจขนาดย่อมที่มีอนาคตดี แต่ต้องปิดกิจการไปเพราะไม่มีเงินชำระหนี้ระยะสั้นได้ แม้ว่าจะเริ่มทำกำไรได้แล้ว และยังมีอนาคตสดใส

3. ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงธุรกิจ เมื่อดำเนินงานไปอีกสักระยะหนึ่ง อาจจะต้องมีการขยายกิจการหรือเปลี่ยนแปลงสิ่งที่ไม่เหมาะสมกับธุรกิจ เช่น การตกแต่งร้านใหม่ การเพิ่มประเภทของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย การว่าจ้างพนักงานเพิ่มเติม การเพิ่มยอดซื้อสินค้าคงคลังหากจะใช้เงินสะสมจากผลกำไรที่ธุรกิจจะสมไว้ อาจไม่เพียงพอ จึงต้องมีการระดมทุนจากผู้ประกอบการหรือหุ้นส่วนเพิ่มเติม และอาจต้องกู้ยืมจากภายนอกเข้ามาบ้างหากมีโอกาส การวาง

แผนความต้องการเงินทุนในการขยายกิจการนี้ จะคล้ายๆกับตอนเริ่มต้นธุรกิจใหม่ เพียงแต่ต้องการเงินทุนจำนวนน้อยกว่าเท่านั้นเอง

แหล่งเงินทุนธุรกิจขนาดย่อม

ปกติแล้วเอสเอ็มอีมักเริ่มต้นด้วยเงินทุนจากเจ้าของกิจการ หลังจากนั้นเมื่อกิจการดำเนินธุรกิจไปได้สักระยะหนึ่ง แหล่งเงินทุนส่วนใหญ่ที่ผู้ประกอบการใช้ในการขยายธุรกิจคือ ผลกำไรจากการดำเนินงานแต่ถ้ากิจการยังไม่สามารถทำกำไรได้มากนักก็อาจต้องใช้วิธีเพิ่มทุนจากสมาชิกที่ร่วมลงทุน หรืออาจต้องพึ่งพิงจากการกู้ยืมญาติพี่น้องในครอบครัวหรือเพื่อนฝูง จนเมื่อธุรกิจค่อยๆ เติบโตขึ้นก็就会有ความสามารถในการกู้ยืมจากแหล่งภายนอกคือสถาบันการเงิน

การกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน ซึ่งส่วนใหญ่ก็คือธนาคารพาณิชย์ นับเป็นแหล่งเงินทุนที่เอสเอ็มอีคุ้นเคยเป็นอย่างดี เนื่องจากง่ายและใช้ระยะเวลาสั้น ขอเพียงมีหลักทรัพย์หรือบุคคลค้ำประกันก็สามารถกู้ได้ ประกอบกับธนาคารพาณิชย์มีสาขาจำนวนมากตามพื้นที่ต่างๆ ทำให้ง่ายต่อการติดต่อธุรกิจ ดังนั้น จึงไม่น่าประหลาดใจ เมื่อผู้ประกอบการมีความต้องการเงินทุนก้อนใหม่หรืออยากขยายกิจการ แหล่งเงินทุนที่มักนึกถึงเป็นลำดับแรกๆ ก็คือ การกู้ยืมจากธนาคาร โดยทั่วไปธนาคารพาณิชย์จะให้กู้ยืมเงินแก่ผู้ประกอบการธุรกิจ ใน 2 วิธีแรก คือ

การอนุมัติให้เบิกเงินเกินบัญชี (Overdrafts) หรือที่ทั่วไปเรียกว่า OD หมายถึงธนาคารอนุมัติให้ผู้ประกอบการเบิกเงินไปล่วงหน้าได้เกินกว่าวงเงินกำหนดที่ผู้ประกอบการมีอยู่ในบัญชี โดยมีข้อตกลงกับผู้จัดการที่จะจำกัดวงเงินจำนวนสูงสุดไว้ และธนาคารจะคิดดอกเบี้ยจากจำนวนเงิน

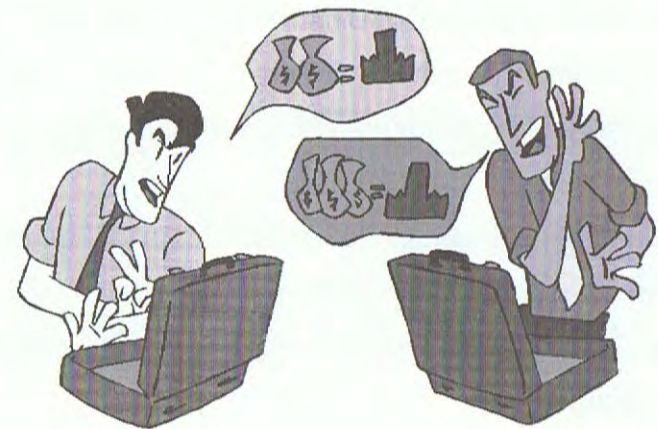
ที่ขอเบิกเงินไปเท่านั้น ซึ่งเหมาะกับการใช้เป็นแหล่งเงินทุนในการดำเนินงาน เพราะเมื่อใดที่เงินขาด เราก็สามารถเบิกออกมาใช้ได้ทันที และเมื่อเรามีเงิน ก็สามารถจ่ายกับคืนทำให้มีวงเงินเท่าเดิม

การให้กู้ยืมแบบธรรมดา (Loan) ธนาคารจะให้กู้ยืมในวงเงินที่ตกลงกันไว้โดยมีกำหนดระยะเวลาใช้คืน ผู้ประกอบการจะต้องเสียดอกเบี้ยตามจำนวนเงินกู้ที่ตกลงไว้ทั้งหมด ไม่ว่าจะเอาเงินไปใช้กับธุรกิจมากน้อยเพียงใด เงินกู้ประเภทนี้จะเหมาะกับการกู้ในระยะยาว หรือการกู้เพื่อนำเงินมาใช้ในการก่อสร้าง เพราะเราจะได้เงินมาเป็นก้อน และมีการผ่อนคืนในระยะยาว

ปัจจุบัน มีธนาคารพาณิชย์หลายแห่งเปิดสินเชื่อหลากหลายชนิดเพื่อให้บริการสำหรับกิจการเอสเอ็มอี เช่น สินเชื่อเพื่อการลงทุน สินเชื่อเพื่อเงินทุนหมุนเวียน สินเชื่อเพื่อการวิจัยและพัฒนา สินเชื่อเพื่อเสริมสภาพคล่อง และโครงการค้ำประกันเงินกู้ รวมทั้งรัฐบาลได้ดำเนินมาตรการเพื่อแก้ปัญหาขาดสภาพคล่องทางเอสเอ็มอี โดยจัดสินเชื่อเพื่อปล่อยกู้ให้กับผู้ประกอบการเอสเอ็มอีผ่านสถาบันการเงิน 6 แห่งที่จะให้ธุรกิจกู้ในวงเงินมากกว่า หนึ่งล้านบาทขึ้นไป ประกอบด้วย ธนาคารแห่งประเทศไทย บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดกลางและย่อม (บอย.) ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารออมสินและบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม หากเป็นธุรกิจที่ต้องการกู้เงินน้อยกว่า หนึ่งล้านบาท อาจจะสามารถติดต่อกู้อย่างน้อย ได้ที่ธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย หรือหากธุรกิจของท่านเป็นขนาดย่อม ไม่ได้มีหลักทรัพย์อะไรมากมาย อาจจะต้องรอมาตรการ แคลงสินทรัพย์เป็นทุนของรัฐบาล ซึ่งน่าที่จะเรียบร้อยภายในปี 2546 นี้

อย่างไรก็ดี การที่ธุรกิจเอสเอ็มอีพึ่งพาแหล่งเงินทุนจากการกู้ยืมอย่างเดียว จะทำให้เกิดข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจหลายประการ อาทิ การขาดแคลนเงินทุน ต้นทุนดอกเบี้ยสูงและมีความไม่แน่นอนผันแปรตามอัตราดอกเบี้ยในตลาดภาวะการจ่ายเงินต้นไม่ว่าธุรกิจจะมีผลกำไรหรือไม่ก็ตาม และที่สำคัญคือ ความเสี่ยงทางการเงินที่ผันแปรตามความสามารถในการทำกำไรของกิจการ ในขณะที่เงินทุนที่ได้รับจากสถาบันการเงินเป็นเงินทุนระยะสั้น ส่วนการลงทุนของธุรกิจส่วนใหญ่เป็นการลงทุนในสินทรัพย์ระยะยาว เช่นที่ดิน โรงงาน เครื่องจักร จึงมีความไม่สอดคล้องระหว่างแหล่งที่มาและแหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน ก่อให้เกิดปัญหาก่อเอสเอ็มอีอย่างมาก

ความจริงแล้ว นอกเหนือจากการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ยังมีแหล่งเงินทุนอื่นๆ อีกที่เอสเอ็มอีไม่ควรมองข้ามไป ซึ่งแหล่งเงินทุนประเภทนี้ปลอดภัยกว่าดอกเบี้ยและการจ่ายเงินต้น มีเอสเอ็มอีจำนวนหนึ่งเลือกใช้แหล่งเงินทุนประเภทนี้และสามารถเติบโตเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่มั่นคงในปัจจุบัน



การระดมทุนจากประชาชน : เงินทุนเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

เมื่อดำเนินกิจการมาได้สักระยะหนึ่ง จนกระทั่งธุรกิจนั้นมีความพร้อมทั้งในด้านการดำเนินการและการบริหาร วิธีการระดมทุนที่เหมาะสมกับบริษัทที่มีศักยภาพในการเติบโตและต้องการเข้าถึงแหล่งเงินทุนโดยตรงโดยไม่ผ่านตัวกลาง คือการระดมทุนโดยการเสนอขายหุ้นต่อประชาชน และนำบริษัทของตนเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เงินทุนประเภทนี้เป็นเงินทุนส่วนของหุ้นจึงไม่มีภาระดอกเบี้ยหรือข้อผูกพันในการคืนเงินต้น ตลอดจนบริษัทยังได้รับประโยชน์อื่นที่อยู่ในรูปของตัวเงินอีกนานัปการ

เสริมความแข็งแกร่งของธุรกิจด้วยการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ใหม่ การบริหารจัดการธุรกิจยุคใหม่ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความกว้างและความลึกนั้นคือต้องมองให้รอบ รู้ลึกซึ้งกับกลยุทธ์ธุรกิจ และมองให้ไกล เพราะการเติบโตของธุรกิจทุกวันนี้ไม่ใช่อาศัยเพียงฝีมือเท่านั้น แต่ต้องถึงพร้อมด้วยปัจจัยหลายด้าน จึงจะทำให้ธุรกิจเติบโตอย่างต่อเนื่อง มั่นคงและยั่งยืนการก้าวเข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ใหม่ ซึ่งเป็นตลาดทุนจัดตั้งเพื่อเอสเอ็มอีโดยเฉพาะ ถือเป็นทางเลือกใหม่ในการสร้างความแข็งแกร่งทางการเงินแก่ธุรกิจอีกทางหนึ่ง การเข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ใหม่ยังก่อให้เกิดประโยชน์อย่างมากมายต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น

- สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีจากการลดหย่อนเงินได้นิติบุคคล อันเป็นการลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจได้เป็นอย่างดีทันที
- เป็นแหล่งเงินทุนระยะยาวที่ปราศจากภาระดอกเบี้ย ช่วยลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ

- เพิ่มช่องทางที่หลากหลายในการจัดหาเงินทุนจากสถานะของการเป็นบริษัทจดทะเบียน ทั้งโดยการออกหุ้นเพิ่มทุนและการออกตราสารทางการเงินประเภทอื่นๆ

- เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่บริษัท ทั้งในมุมมองของลูกค้า เจ้าหนี้ ตลอดจนบุคลากรที่จะเข้ามาร่วมงานด้วย

ตลาดหลักทรัพย์ใหม่จัดตั้งขึ้นโดยแยกเป็นตลาดต่างหากอีกหนึ่งตลาดแต่ยังคงอยู่ภายใต้การดำเนินการของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เปิดดำเนินการอย่างเป็นทางการมาตั้งแต่วันที่ 21 มิถุนายน 2542 ถือเป็นความช่วยเหลือสนับสนุนแหล่งเงินทุนให้กับธุรกิจที่กำลังเติบโตและมีศักยภาพ เป็นการเพิ่มทางเลือกในการระดมทุนในตลาดทุนให้กับผู้ประกอบการเอสเอ็มอี

หากท่านต้องการข้อมูลและคำปรึกษาเพิ่มเติมติดต่อได้ที่ 65 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ชั้น 10 ถนนรัชดาภิเษก คลองเตย กรุงเทพฯ 10110 ติดต่อขอรับคำปรึกษาได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ 0-2229-2000 ต่อ 2024, 2026, 2028 โทรสารหมายเลข 0-2654-5596 หรือเข้าไปดูข้อมูลข้างสารจากเว็บไซต์ <http://www.set.or.th/mai>

ความเชื่อ การแปลงบริษัทเป็นมหาชน โดยการจดทะเบียนในตลาดหุ้น ทำให้สูญเสียความเป็นเจ้าของธุรกิจที่เราสร้างมา

ความจริง เราสามารถถือส่วนการถือหุ้นใหญ่ หลังจากกระจายหุ้นในตลาดหุ้นแล้วได้ โดยหุ้นที่เราถืออยู่หากเราไม่ขาย ก็ไม่มีใครมาซื้อได้

เพิ่มทุนจากกองทุนรวมเพื่อร่วมลงทุนในวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม

กองทุนรวมเพื่อร่วมลงทุนในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นแหล่งเงินอีกทางหนึ่งที่จะเข้ามาช่วยสนับสนุนทางการเงินให้แก่ผู้ประกอบการเอสเอ็มอี โดยกองทุนจะเข้าไปลงทุนหรือถือหุ้นของบริษัทที่มีศักยภาพในเชิงพาณิชย์หรือมีแนวโน้มการเติบโตทางธุรกิจสูง เจ้าของหรือผู้ประกอบการมีความตั้งใจที่จะพัฒนาตลอดจนปรับปรุงระบบการบริหาร การจัดการ และการบัญชีให้เข้าสู่ระบบมาตรฐาน นอกจากนี้ ยังมีลักษณะ เข้าข่ายเป็นยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาประเทศ โดยการร่วมลงทุนจะเป็นการ ร่วมลงทุนระยะยาว โดยมุ่งหวังให้บริษัทที่เข้าร่วมลงทุนนั้นเติบโตอย่างมั่นคง และเมื่อถึงเวลาที่เหมาะสม กองทุนก็จะถอนตัวออกจากการลงทุน นั่นก็ หมายความว่า กองทุนจะเข้ามาทำหน้าที่เหมือนเป็นพี่เลี้ยง ให้กับบริษัทที่มี แนวโน้มในอนาคตที่ดี เมื่อเห็นว่าบริษัทตั้งหลักได้แล้ว กองทุนก็จะปล่อยให้เดินหน้าต่อไปด้วยตัวเอง

ทั้งนี้ บริษัทหรือเอสเอ็มอีที่เข้าข่ายเป็นยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาตาม ข้อกำหนดของกองทุนรวมเพื่อร่วมลงทุนในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อม ต้องมีคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่งดังต่อไปนี้

1. ก่อให้เกิดการเชื่อมโยงในสายธุรกิจระหว่างต้นน้ำถึงปลายน้ำ เฉพาะในส่วนที่ยังมีช่องว่างในประเทศ
2. มีมูลค่าเพิ่มสูง หรือสูงกว่าสัดส่วนมูลค่าเพิ่มโดยเฉลี่ยของธุรกิจ ประเภทเดียวกัน
3. มีการสร้างรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ

4. มีการใช้เทคโนโลยีที่ยังขาดแคลน ในประเทศและเป็นเทคโนโลยี ที่สามารถนำไปก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์
5. มีนวัตกรรมในตัวสินค้าและบริการ หรือในกระบวนการผลิตหรือ กระบวนการทำงาน โดดเฉพาะนวัตกรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่น
6. ก่อให้เกิดการสร้างงานในชนบท โดยไม่เกิดมลภาวะ
7. เป็นการผลิตสินค้า หรือบริการที่ลดการพึ่งพาการนำเข้าจากต่าง ประเทศ
8. ก่อให้เกิดการแก้ไขปัญหามลภาวะ หรือเสริมสร้างคุณภาพ สิ่งแวดล้อม
9. มีคุณลักษณะอื่นๆ ที่สอดคล้องกับการเป็นยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนา หรือถ้าพิจารณาในอีกด้านหนึ่งก็คือ เอสเอ็มอีในกลุ่มเป้าหมายควรมีคุณสมบัติที่สามารถเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือตลาดหลักทรัพย์ใหม่ได้ในอนาคต



หลักเกณฑ์ในการเข้าร่วมลงทุน

ในการเข้าร่วมลงทุน กองทุนรวมมีหลักเกณฑ์คือ จะร่วมลงทุนประมาณร้อยละ 10-50 ของทุนจดทะเบียน ของบริษัทเอสเอ็มอีที่เข้าร่วม มีระยะเวลาลงทุนประมาณ 3-5 ปี โดยจะลงทุนในลักษณะแบบ passive คือ ไม่เข้าไปก้าวก่ายการดำเนินธุรกิจประจำวันของบริษัทแม้บริษัทที่เป็น NPL ของสถาบันการเงินอยู่ กองทุนก็สามารถที่จะพิจารณาได้ โดยมีการพิจารณาที่สำคัญคือ พิจารณาว่าหากกองทุนเข้าร่วมลงทุนแล้ว จะสามารถพลิกให้บริษัทมีความสามารถในการแข่งขัน การทำกำไรและเติบโตได้ดี ทั้งนี้ อัตราส่วนหนี้สินต่อทุนของบริษัทหลังจากที่กองทุนเข้าร่วมลงทุนแล้วไม่ควรสูงจนเกินไป

อาจมีคำถามตามมาว่าการให้กองทุนรวมเข้าร่วมทุนแล้วจะสูญเสียอำนาจในการบริหารหรือไม่ก็ต้องพิจารณาถึงความเป็นมาของกองทุน ทั้งนี้ กองทุนรวมเพื่อร่วมลงทุนในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเกิดขึ้นจากเงินลงทุนของรัฐบาลเป็นหลัก โดยมีอายุกองทุน 10 ปี บทบาทของกองทุนจะเป็นการเสริมให้คณะผู้บริหารทำงานของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า การไปแย่งหน้าที่การบริหารมาเสียเอง อย่างไรก็ตาม กองทุนอาจขอที่นั่งในตำแหน่งกรรมการบริษัทเพื่อร่วมติดตามผลการดำเนินงานและร่วมพิจารณานโยบายการดำเนินธุรกิจที่สำคัญต่างๆ ให้ลุล่วงไปสู่ความสำเร็จ นอกจากนี้ การอยู่ภายใต้กำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) จึงทำให้มั่นใจได้ว่าการทำงานของกองทุนจะอยู่ภายใต้กฎระเบียบและจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพและคงวางใจได้ว่ากองทุนรวมจะรักษาความลับของลูกค้าอย่างดีที่สุด

ประโยชน์หลักที่บริษัทหรือเอสเอ็มอีจะได้รับ

1. ได้รับการเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางการเงิน โดยช่วยปรับปรุงหนี้สินต่อทุนของกิจการให้ต่ำลงซึ่งจะช่วยให้กิจการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ตลอดจนช่วยเพิ่มโอกาสในการขอรับการสนับสนุนด้านสินเชื่อจากสถาบันการเงินอื่นๆ

2. ได้รับการสนับสนุนด้านเทคนิคการบริหารจัดการ ตามความเหมาะสมของแต่ละกิจการ โดยกองทุนมีความตั้งใจที่จะให้การส่งเสริมพัฒนาในด้านต่างๆ แก่บริษัทที่ร่วมลงทุน เพื่อเพิ่มความสามารถในการประกอบการ โดยกองทุนจะช่วยประสานงานในเรื่องต่างๆ คือ

- ประสานงานในการจัดหาผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้คำปรึกษาแก่บริษัท ทั้งทางด้านเทคนิคการผลิต การเงิน การบริหาร การจัดการ ฯลฯ
- ประสานงานกับหน่วยงานสนับสนุนต่างๆ ของรัฐและเอกชน เพื่อให้การรวมทุนมีประโยชน์ต่อบริษัทอย่างสูงสุด

3. ได้ภาพพจน์ที่ดีทั้งในหมู่ลูกค้า ซัพพลายเออร์ สถาบันการเงิน ตลอดจนนักลงทุนซึ่งเป็นการเพิ่มโอกาสของความสำเร็จในการนำหุ้นของบริษัทเข้าไปจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในอนาคต

(กรณีที่บริษัท หรือเอสเอ็มอีต้องการนำหุ้นเข้าไปจดทะเบียนซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์)

ต้องเตรียมเอกสารหลักฐานอะไรบ้างในการขอรับการพิจารณา

ในเบื้องต้น เพียงกรอกแบบฟอร์มการขอรับการพิจารณา ส่งไปพร้อมกับแผนธุรกิจ (ถ้ามี) ทางกองทุนจะพิจารณาเบื้องต้นแล้วนัดหมายเพื่อสอบ

ถามเพิ่มเติมในรายละเอียด เมื่อผ่านการพิจารณาเบื้องต้นแล้ว กองทุนก็จะขอเอกสารต่างๆ เพิ่มเติมต่อไป

ท่านเจ้าของธุรกิจเอสเอ็มอีสามารถขอแบบฟอร์มในการขอรับการพิจารณา หรือจะสอบถามในรายละเอียดอื่นๆ ได้ที่ บริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม วรรณ จำกัด เลขที่ 989 อาคารสยามทาวเวอร์ ชั้น 24 (สยามดิสคัฟเวอร์) ถนนพระราม 1 เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330 หมายเลขโทรศัพท์ 0-2659-8888 ต่อ 8872-77 โทรสาร 0-2659-8866 หรือติดตามดูข่าวสารของกองทุนรวมได้ที่ www.one-asset.com

อย่างไรก็ดี ขณะนี้มีกองทุนทั้งภาครัฐและเอกชนที่ให้การสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนมาก โดยมีเงินร่วมลงทุนที่พร้อมจะสนับสนุนกว่า 670 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 28,000 ล้านบาท ได้แก่กองทุนเพื่อวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม (SME) กองทุนไทยริคัฟเวอร์ กองทุนโคอินเวสเมนต์ เงินร่วมลงทุนเพื่อสนับสนุนเอสเอ็มอีระหว่างบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรม (ไอเอฟซีที) และบริษัทอุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.) และเงินร่วมลงทุนของบอย.

เส้นทางสู่ความสำเร็จมักยัง สร้างไม่เสร็จเสมอ

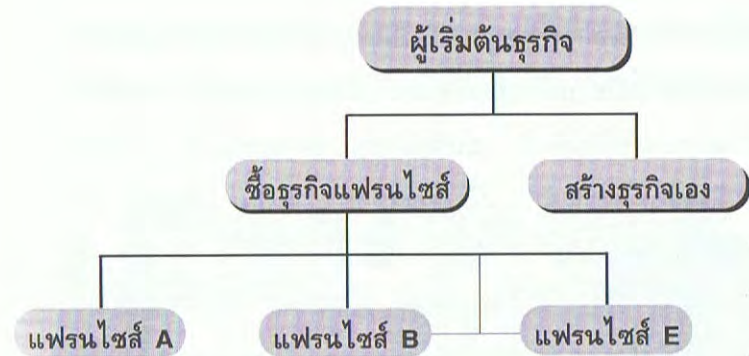
บทที่ 8

แฟรนไชส์...ง่ายสำหรับคุณ

วิธีการทำแฟรนไชส์

ในช่วงที่ผ่านมา มีผู้ที่เริ่มต้นธุรกิจส่วนตัวจำนวนมาก เริ่มต้นจากการไปซื้อแฟรนไชส์ โดยในแต่ละปีจำนวนผู้ทำแฟรนไชส์เพิ่มขึ้นกว่า 25% อย่างไรก็ตามในแต่ละปีจะมีแฟรนไชส์ใหม่ๆ ออกมาให้เลือกจำนวนมากด้วยเช่นกัน

การทำแฟรนไชส์ ไม่ใช่สูตรสำเร็จในการเริ่มทำธุรกิจส่วนตัว เพราะเดี๋ยวนี้มีธุรกิจมากมายใช้คำว่า แฟรนไชส์ มาโฆษณาขายธุรกิจ หรือขายสินค้าโดยอาศัยกระแสที่กำลังฮิต โดยไม่มีความรู้และระบบรองรับ ทำให้เกิดการเลิกกิจการและปัญหาการฟ้องร้องตามมา



ภาพแสดง เส้นทางการเริ่มธุรกิจ

ใครเหมาะกับการธุรกิจแฟรนไชส์

ผมคงไม่สามารถฟันธงได้ว่า ใครจะเหมาะกับการธุรกิจแบบใด เพราะการทำธุรกิจในแต่ละแบบก็มีทั้งข้อดีและข้อเสีย ตามที่ได้กล่าวในบทที่ 3 แต่หากจะพูดไปตามเนื้อผ้าแล้ว การธุรกิจแฟรนไชส์ ก็ดี หากเรารู้จักเลือก หรือมีคนที่แนะนำที่ดี โดยเฉพาะกับผู้ที่ มีลักษณะดังนี้

1. เป็นผู้ที่ไม่เคยมีประสบการณ์ทำธุรกิจของตัวเองมาก่อน
2. เป็นผู้ที่ไม่รู้ว่าจะเริ่มทำอะไรดี
3. มีความตั้งใจจริงที่จะเริ่มธุรกิจ
4. มีเงินทุนในการเริ่มต้นพอสมควร
5. เป็นคนใจกว้างพอที่จะรับฟังความคิดเห็นผู้อื่น อดทนพอที่จะยอมรับการขัดแย้งที่อาจมีขึ้นบ้าง

ข้อเสียหลักๆ ของการทำแฟรนไชส์ ก็คือเรื่องต้องเสียเงิน ชื่อสิทธิ์ และการที่ต้องถูกหักเงินไปบางส่วน ทำให้ได้กำไรน้อยลงไปในหนึ่ง แต่ตาม

ว่าคุ้มมั้ย ก็ต้องบอกว่าขึ้นอยู่กับว่า เป็นแฟรนไชส์ของใคร ยกตัวอย่างเช่น การเริ่มต้นทำธุรกิจร้านอาหาร ถ้าคุณจะทำเองคุณอาจจะต้องเสียเงินจำนวนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ และพัฒนาระบบ อาจจะต้องใช้เวลาเป็นปีกว่าที่จะเริ่มติดตลาด ซึ่งเงินจำนวนนี้อาจจะมากกว่า เงินในการซื้อสิทธิ์การทำร้านอาหารที่เป็นที่รู้จักแล้ว

อย่างไรก็ตาม ไม่ใช่ธุรกิจทุกอย่างที่ควรเริ่มจากการซื้อแฟรนไชส์ เพราะบางธุรกิจเช่น ไปรษณีย์เอกชน เราอาจจะติดต่อ การสื่อสารเพื่อจะเริ่มได้เอง หรือพูดง่าย ๆ คือ ธุรกิจอะไรที่ไม่ได้ยากมากนัก และไม่มีความแตกต่าง เราเองอาจจะเริ่มทำเองและ แข่งกับผู้ที่ซื้อแฟรนไชส์ก็ได้ แต่บางธุรกิจดังตัวอย่างต่อไปนี้ ซื้อแฟรนไชส์ก็จะง่ายกว่า

ธุรกิจที่เหมาะสมจะซื้อแฟรนไชส์

1. พวกที่ต้องใช้ความรู้อย่างมากในการเริ่ม เช่น ที่เกี่ยวกับการศึกษา ธุรกิจความงาม ธุรกิจบริการเฉพาะด้านบางอย่าง เป็นต้น
2. พวกที่ต้องอาศัยเครือข่าย เพื่อได้ต้นทุนถูกกว่า เช่น ร้านวีดีโอ สินค้าบางอย่าง เช่นแว่นตา ร้านค้าปลีกบางอย่าง เป็นต้น
3. พวกที่มีชื่อเสียงดี เช่นร้านไอศกรีมบางร้าน ร้านอาหารบางร้าน สินค้าความงามบางอย่าง เป็นต้น

หากท่านเลือกแฟรนไชส์ ได้ถูกตัวความสำเร็จก็จะมีแล้วครึ่งหนึ่ง แต่อย่าลืมว่า แฟรนไชส์ที่ดีๆ ก็จะมีคนแย่งกันลงทุนมาก และหากข้อจำกัดของแฟรนไชส์ดี ๆ คือเขาจะให้สิทธิ์ ในพื้นที่หนึ่งเพียงแค่เจ้าเดียว ดังนั้นท่านจะต้องเร็ว หรือหมั่นติดตามข้อมูล (เช่น ThaiSMEcenter.com)

อย่างไรก็ตามเรามักจะพบเห็นอยู่เสมอว่า ธุรกิจแฟรนไชส์อย่างเดียวกัน ในพื้นที่หนึ่งจะรุ่ง และในอีกพื้นที่หนึ่งจะไม่รุ่ง ลองมาดูว่าอะไรคือปัจจัยที่ทำให้สำเร็จ



ปัจจัยความสำเร็จของแฟรนไชส์

1. เลือกธุรกิจที่ดี ตามที่กล่าวมา หรือดูจากสาขาที่มีคนทำแล้ว และผู้คุยกับเขาดูว่าดีมั้ย แต่อย่าไปเชื่อเสียทั้งหมด ควรพิจารณาเองเช่น ลองไปใช้บริการ หากท่านรู้สึกชอบก็โอเค
2. ทำเลในการทำ ซึ่งสามารถขอค่าปรึกษาได้จากเจ้าของสิทธิ์ เพราะเขาจะรู้ว่า ธุรกิจของเขาจะจับลูกค้ากลุ่มใด และควรตั้งอยู่ในบริเวณใด แต่หากท่านมีที่ทางอยู่แล้ว และไม่อยากจะเปลี่ยนทำเล ก็ลองปรึกษาวិธีการแก้ไข เพราะทุกอย่างมีทางแก้

3. ความตั้งใจจริงในการทำงาน ผู้ที่เป็นผู้ประกอบการ มีส่วนสำคัญอย่างมากในการทำให้ธุรกิจเฟรนไชส์นั้นๆ รุ่งหรือร่วง ในบางครั้งธุรกิจแม่ซึ่งเป็นผู้ให้สิทธิก็เจ๊งไปแล้ว แต่ผู้ซื้อสิทธิยังคงทำกำไรได้ดี ก็มีให้เห็นทั่วไป ความล้มเหลวส่วนใหญ่ที่พบเห็นคือผู้ที่ซื้อสิทธิไปคิดว่า บริษัทแม่จะมาช่วยเหลือทุกอย่าง และไม่เคยสนใจดูแล ปล่อยให้ลูกน้องทำกันเอง

4. เงินทุนพอเพียง นอกจากจะมีเงินในการซื้อสิทธิแล้ว ควรจะมีเงินเหลือในการหมุนเวียนดำเนินการด้วย โดยเฉพาะช่วงแรกๆ ที่อาจจะยังไม่มียูกำมากนัก

สิ่งที่ต้องพิจารณาในการตกลงทำแฟรนไชส์

ผู้รับสิทธิเป็นผู้ประกอบการที่คิดจะทำธุรกิจ ต้องลงทุนลงแรงในการทำกิจการโดยใช้เงินจำนวนมาก ร่วมกับความมานะอดทนและความหวังที่จะประสบผลสำเร็จ ดังนั้นก่อนที่จะตกลงเข้ารับสิทธิทำธุรกิจทางการค้าใด ผู้ประกอบการจึงต้องศึกษาและไตร่ตรองให้รอบคอบก่อนโดยต้องพิจารณาสິงต่างๆ ต่อไปนี้

1. แนวโน้ม ชื่อเสียง วิธีการดำเนินงานของธุรกิจการรับสิทธิทางการค้าที่สนใจ ซึ่งจะทราบได้โดยการอ่านนิตยสารหรือหนังสือพิมพ์ธุรกิจ การสอบถามผู้รับสิทธิรายก่อนและปัจจุบันการขอคำแนะนำจากสมาคมธุรกิจแฟรนไชส์แห่งประเทศไทย ฯลฯ

2. สภาพของตลาดสินค้า หรือบริการของธุรกิจการรับสิทธิทางการค้านั้นมีอนาคตเป็นอย่างไร การแข่งขันมีมากมายเพียงไรเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจในรูปแบบการรับสิทธิทางการค้าเช่นเดียวกันหรือธุรกิจอื่นๆ

3. ข้อมูลจากผู้ให้สิทธิ หรือข้อมูลที่เปิดเผย (Disclosure

Statements) ซึ่งจะมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ข้อมูลที่เป็นการระบุถึงผู้ให้สิทธิ และธุรกิจที่ประกอบกิจการร่วมกันและการอธิบายถึงประสบการณ์ทางธุรกิจของผู้ให้สิทธิ

3.2 ข้อมูลที่เป็นการระบุถึงและการอธิบายถึงประสบการณ์ทางธุรกิจของเจ้าหน้าที่ผู้อำนวยการ และพนักงานระดับบริหารแต่ละคนของผู้ให้สิทธิ ซึ่งรับผิดชอบการบริหาร การฝึกอบรม และงานด้านอื่นๆ ของธุรกิจแบบการรับสิทธิทางการค้า

3.3 รายละเอียดเกี่ยวกับการฟ้องร้องคดีซึ่งผู้ให้สิทธิ เจ้าหน้าที่ผู้อำนวยการ และพนักงานระดับบริหารได้เข้าไปเกี่ยวข้อง

3.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการล้มละลายที่ผ่านมาซึ่งผู้ให้สิทธิ เจ้าหน้าที่ผู้อำนวยการและพนักงานระดับบริหารได้เข้าไปเกี่ยวข้อง

3.5 ข้อมูลเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมเริ่มแรกและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในช่วงเริ่มแรก ซึ่งเป็นที่ต้องการเพื่อให้ได้รับสิทธิทางการค้า

3.6 รายละเอียดเกี่ยวกับการชำระเงินอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้รับสิทธิจำเป็นต้องปฏิบัติภายหลังจากที่ธุรกิจเปิดกิจการ

3.7 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อจำกัดในเรื่องของคุณภาพสินค้า และบริการซึ่งใช้ในธุรกิจการรับสิทธิทางการค้าและแหล่งที่อาจจะจัดซื้อสินค้าและบริการเหล่านั้น รวมทั้งข้อจำกัดที่กำหนดให้ผู้รับสิทธิจัดซื้อจากผู้ให้สิทธิที่ได้ประกอบกิจการร่วมกัน

3.8 รายละเอียดเกี่ยวกับความช่วยเหลือใดๆ ที่จะได้รับจากผู้ให้สิทธิ หรือธุรกิจที่ประกอบกิจการร่วมกันในการจัดหาเงินเพื่อนำมาใช้จัดซื้อของธุรกิจ

3.9 รายละเอียดเกี่ยวกับข้อจำกัดในเรื่องสินค้า หรือบริการซึ่งผู้

รับสิทธิได้รับอนุญาตให้จำหน่าย

3.10 รายละเอียดเกี่ยวกับข้อจำกัดในเรื่องสินค้า หรือบริการซึ่งผู้รับสิทธิอาจจะต้องเกี่ยวข้องกับ

3.11 รายละเอียดเกี่ยวกับการคุ้มครองเขตพื้นที่ใดๆ ซึ่งอนุญาตให้กับผู้รับสิทธิ

3.12 รายละเอียดเกี่ยวกับเงื่อนไขต่างๆ ซึ่งภายใต้เงื่อนไขเหล่านี้ธุรกิจการรับสิทธิทางการค้าอาจถูกซื้อสิทธิทางการค้าใหม่อีกครั้งหนึ่ง หรือผู้รับสิทธิถูกปฏิเสธที่จะต่อสัญญาจากผู้ให้สิทธิ หรือถูกโอนไปยังบุคคลที่สามโดยผู้รับสิทธิ หรือถูกทำให้สิ้นสุดลง หรือเปลี่ยนแปลงแก้ไขโดยบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

3.13 รายละเอียดเกี่ยวกับโปรแกรมการฝึกอบรม ซึ่งจัดให้กับผู้รับสิทธิ

3.14 รายละเอียดเกี่ยวกับความเกี่ยวข้องของความสัมพันธ์หรือภาพที่ปรากฏแก่สาธารณะชนในธุรกิจการรับสิทธิทางการค้า

3.15 รายละเอียดเกี่ยวกับการช่วยเหลือใดๆ ในการเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับธุรกิจการรับสิทธิทางการค้า ซึ่งผู้ให้สิทธิจะจัดทำให้

3.16 ข้อมูลทางด้านสถิติเกี่ยวกับจำนวนธุรกิจ การรับสิทธิทางการค้าที่มีอยู่ในปัจจุบัน จำนวนของธุรกิจที่คาดว่าจะมีในอนาคต จำนวนของธุรกิจที่สิ้นสุดลง จำนวนของธุรกิจซึ่งผู้ให้สิทธิได้ตัดสินใจไม่ต่อสัญญาให้ และจำนวนธุรกิจที่มีการซื้อสิทธิทางการค้าใหม่อีกครั้งหนึ่งในอดีต

3.17 งบการเงินของผู้ให้สิทธิ

3.18 รายละเอียดเกี่ยวกับขอบเขต ซึ่งผู้รับสิทธิจะต้องมีส่วนร่วมเป็นการส่วนตัวในการดำเนินงานของธุรกิจการรับสิทธิทางการค้า

3.19 คำแถลงที่สมบูรณ์เกี่ยวกับหลักเกณฑ์ ในการเรียกร้องรายได้ ใดๆ ที่ทำกับฝ่ายผู้รับสิทธิรวมทั้งอัตราร้อยละของธุรกิจที่เรียกร้องเป็นส่วนแบ่งตอบแทน

3.20 บัญชีรายชื่อและที่อยู่ของผู้รับสิทธิรายอื่นๆ

ความเชื่อ การทำแฟรนไชส์ เหมือนถูกหลอกเอาเงินไปก่อนทำธุรกิจจริงๆ
ความจริง เงินที่เราจ่ายเพื่อซื้อสิทธิในการทำแฟรนไชส์ ถือว่าเป็นการซื้อความรู้จัก เราจึงประหยัดค่าโฆษณา ถือว่าเป็นค่าธรรมเนียมที่มีประสิทธิภาพ ทำให้เราต้นทุนดำเนินงานของเราถูกลง และยังหากธุรกิจที่เราร่วมด้วยมีสินค้าหรือบริการที่ดี ก็ถือว่าเราได้ซื้อความรู้ในการผลิตที่ไม่สามารถคิดได้เอง ดังนั้นหากเราเลือกแฟรนไชส์เป็น เงินที่เราจ่ายจะถือว่าคุ้มค่ากว่าการเริ่มต้นเอง

4. สัญญาของสิทธิทางการค้า ซึ่งจะมีความเกี่ยวข้องกับ

4.1 ค่าธรรมเนียมในการเข้าเป็นผู้รับสิทธิ (Franchise Fee)

4.2 ส่วนแบ่งจากกำไรในการดำเนินธุรกิจ (Royalty Fee)

4.3 อายุของสัญญาและการต่อสัญญาใหม่

4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้สิทธิและผู้รับสิทธิ

4.5 การเลือกที่ตั้ง / ข้อกำหนดเรื่องทำเลที่ตั้ง

4.6 สินค้าและบริการที่มีอยู่

4.7 อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก

4.8 จำนวนชั่วโมงที่ทำธุรกิจ

4.9 บุคลากร (บุคลิกภาพและการฝึกอบรม)

4.10 การโฆษณาโดยผู้ให้สิทธิและผู้รับสิทธิ

- 4.11 การบำรุงรักษาและความสะอาด
- 4.12 มาตรฐานการดำเนินงาน
- 4.13 การรายงานและการบันทึกบัญชี



ความช่วยเหลือที่จะได้รับจากบริษัทแม่

ความช่วยเหลือขั้นเริ่มต้น	ความช่วยเหลือระหว่างดำเนินงาน
1. ช่วยคัดเลือกทำเล	1. อบรมอย่างต่อเนื่อง
2. ให้อุปกรณ์ดำเนินงาน (เคลือบความ สำเร็จ)	2. เยี่ยมร้านที่เปิด/พร้อมให้ความช่วย เหลือ
3. แผนมาตรฐาน สำหรับการทำธุรกิจ แฟรนไชส์	3. มีโทรศัพท์สายตรงที่คอยตอบคำถาม และให้ความช่วยเหลือ
4. ให้/ขาย/แนะนำ อุปกรณ์ สินค้าและ เฟอร์นิเจอร์มาตรฐานสำหรับการเปิด ร้าน	4. มีแผนการจัดซื้อ หรือให้ความร่วม มือเรื่องการจัดซื้อ
5. อบรมการดำเนินงานเบื้องต้น	5. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้
6. ทำประมาณการด้านการเงิน	
7. ช่วยดำเนินการเปิดร้าน	

ตัวอย่างนักธุรกิจแฟรนไชส์

คุณदनัย ผู้ซึ่งก้าวเข้ามาเป็นเจ้าของร้านเช่าวิดีโอ ที่สี่แยกบางนา ซึ่งร้านวิดีโอนี้เป็นแฟรนไชส์ที่ซื้อมาจากบริษัทแห่งหนึ่ง เขาเล่าให้ฟังว่า “โดยส่วนตัวของผมเอง ปัจจุบันเป็นกรรมการของบริษัทที่ทำงานเกี่ยวกับสินค้าเวชภัณฑ์ และผมมีความคิดที่อยากจะทำธุรกิจขึ้นมาอีกอย่างหนึ่งเป็นธุรกิจเสริมที่ทำแล้วไม่กระทบกับงานหลักที่ผมทำอยู่ แต่ตอนนั้นผมยังไม่ได้เจาะจงว่าจะทำธุรกิจแบบไหน ก็ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจของแต่ละบริษัทมาเรื่อยๆ ไม่ว่าจะเป็นการเข้าไปในอินเทอร์เน็ตค้นหาข้อมูลต่างๆ ออกมาเปรียบเทียบ แต่ก็ยังไม่ได้ตัดสินใจที่จะทำ จนกระทั่งผมได้ไปดูงานโอกาสธุรกิจ และแฟรนไชส์ ที่เซ็นทรัลชิดดีบางนา ที่มีการจัดงานแสดงบูทแฟรนไชส์ ก็ได้เจอบูทของร้านวิดีโอเจ้าหนึ่ง ก็เข้าไปคุยรายละเอียดว่าเงื่อนไขของการเป็นแฟรนไชส์ที่เป็นอย่างไร ซึ่งผมคุยรายละเอียดต่างๆ แล้ว มีความรู้สึกว่ามันยอมรับในเงื่อนไขของบริษัทแม่ได้ เพราะไม่เอาเปรียบคนซื้อมากนักไป และผมคิดว่าการเปิดธุรกิจเช่าวิดีโอ ในปัจจุบันนี้ยังมีความเป็นไปได้สูงในตลาดของบ้านเรา และคนก็ยังมีความนิยมที่จะเดินเข้าไปซื้อป๊อปปี้ในร้านวิดีโอ ส่วนสาเหตุที่เลือกเปิดร้านเช่าวิดีโอสาขาเสนาเพราะ

1. อยู่ใกล้ป้ายรถเมล์
2. เป็นจุดต่อรถที่จะเข้าหมู่บ้านเสนา
3. เป็นแหล่งชุมชน ใกล้ตลาด และห้างฟู้ดโลออน

สำหรับผลตอบรับของลูกค้า ที่มาใช้บริการในร้านหลังจากที่เปิดมาประมาณ 2 เดือนกว่าเป็นที่น่าพอใจ และกลุ่มลูกค้าที่เข้าร้านก็มีหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นเด็ก นักศึกษา และกลุ่มวัยทำงานที่เป็นนักดูหนัง

จ่ายเงินลงทุนค่าอะไรบ้าง

รูปแบบร้านที่เลือกเปิด จะใช้เงินลงทุนประมาณ 2 ล้านบาท ต่อพื้นที่ร้าน 65 ตารางเมตร โดยจ่ายเป็นค่าต่างๆ ดังนี้

1. ค่าแรกเข้าก่อนเปิดร้าน 2 แสนบาท
2. ค่าสินค้าประมาณ 7 แสนบาท
3. ค่าตกแต่งร้านประมาณ 7 แสนบาท
4. ค่าวางระบบคอมพิวเตอร์ 25,000 บาท
5. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ และค่าเช่าพื้นที่ เดือนละ 55,000 บาท

เลือกเพราะสูตรสำเร็จของระบบ

สำหรับเหตุผลในการเลือกแฟรนไชส์ของที่นี่ ผมมองว่าธุรกิจวีดีโอเป็นธุรกิจที่มีความตื่นตัวอยู่ตลอดเวลาที่จะตามกระแสของหนัง ที่เข้ามาไม่ว่าจะเป็นหนังไทย หนังเทศ และธุรกิจวีดีโอเป็นสินค้าที่หลากหลายดูแลง่าย ไม่เน่าไม่เสีย มีอายุยาว และที่สำคัญผมมองว่า บริษัทแม่ให้ความสำคัญกับคนที่ซื้อแฟรนไชส์เป็นอย่างมาก ระบบงาน ก็ค่อนข้างสำเร็จรูป ที่สำคัญรูปแบบของการบริหารภายในร้านค่อนข้าง ที่จะเป็นมิตรกับลูกค้า มีการบริหารระบบคอมพิวเตอร์ที่ครบวงจร รวมถึงเรื่องของการส่งเสริมการขายที่ทาง บริษัทแม่จะทำโปรโมชั่นออกมาตลอด เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้าร้าน ส่วนการอบรมพนักงานนั้น บริษัทแม่จะอบรมให้ประมาณ 2 เดือนไม่ว่าจะเป็นผู้จัดการร้าน แคชเชียร์ ฯลฯ หลังจากนั้นบริษัทแม่จะส่งเจ้าหน้าที่เข้ามาทุกอาทิตย์เพื่อมาดูแลความเรียบร้อยอย่างต่อเนื่อง

ทำแฟรนไชส์เหมือนกับการฝากเงินธนาคาร

ดนัย กล่าวถึงระบบแฟรนไชส์ว่า การลงทุนในระบบแฟรนไชส์ ผมถือว่าเป็นการลงทุนอย่างหนึ่ง เหมือนการฝากธนาคาร การซื้อหุ้น เพียงแต่ว่า อาจต้องลงทุนทำเป็นรูปเป็นร่างขึ้นมา เป็นระบบที่ไม่ต้องเริ่มต้นเองตั้งแต่ต้น ที่สำคัญระบบแฟรนไชส์สามารถประสบความสำเร็จได้ในระดับหนึ่ง

สำหรับปัจจัยในความสำเร็จ เขากล่าวว่าจุดสำคัญของการทำธุรกิจประเภทนี้คือ ต้องดูเรื่องของทำเลเป็นสำคัญต้องมีการสร้างความแตกต่างจากคนอื่น สำหรับเคล็ดลับในการบริหารนั้น เขาได้ให้แง่คิดว่า เมื่อผันตัวเองมาทำธุรกิจแล้ว จุดแรกคนที่เป็นเจ้าของร้านจะต้องเป็นคนที่มีใจรักในเรื่องของการบริการ ซึ่งจุดนี้เองจะเป็นสิ่งที่สอนให้ลูกน้องในร้านได้เข้าใจ และปฏิบัติงานได้อย่างไม่ขาดตกบกพร่อง สำหรับการบริการเขาถือว่าเป็นจุดสำคัญของร้าน สินค้าในร้านต้องครบถ้วนเพียงพอสมำเสมอ เพื่อให้ลูกค้าได้ เลือกอย่างไม่ขาดมือ และสุดท้ายต้องมีการสำรวจตลาดด้วยว่าลูกค้าแต่ละกลุ่มชอบแบบไหน และมีการส่งเสริมการขาย



ต้องรู้จักบริษัทแม่ให้ดี ก่อนตัดสินใจซื้อ

दनัยให้แง่คิดที่ดีๆ แก่พนักงานรุ่นใหม่ว่า

1. คนที่จะทำธุรกิจนั้น จะต้องรู้จักธุรกิจตัวนั้นเสียก่อนว่าเป็นอย่างไร และต้องถามตัวเองด้วยว่าชอบหรือรักในตัวธุรกิจนี้มั๊ย เพราะเราต้องอยู่กับธุรกิจนี้สักพัก ไม่ใช่ทำแล้วเบื่อก็ก๊เลิกไป

2. เช็คประวัติของบริษัทแม่ก่อนว่าทำธุรกิจนั้นมานาน้อยแค่ไหน ถ้าเข้าไปคุยกับบริษัทหรือ ขอดูระบบได้ยิ่งดี

3. ดูความเป็นไปได้ว่า ธุรกิจที่คุณเลือกจะประสบความสำเร็จในธุรกิจหรือเปล่า และระยะคืนทุนตามที่เราคาดหวังหรือไม่

สุดท้าย ดนัยยังเพิ่มเติมว่า สำหรับธุรกิจร้านเช่าวิดีโอในระบบแฟรนไชส์นั้น ไม่จำเป็นต้องเป็นคนที่มีความรู้หรือความชำนาญ ขอให้เป็นคนที่มีใจรัก ที่จะศึกษาหรือพัฒนาธุรกิจของตัวเอง แค่นี้คุณก็จะประสบความสำเร็จในธุรกิจได้

บ.เอสเอ็มอี เซ็นเตอร์ (SME Center)

1. ให้ความช่วยเหลือในด้านข้อมูลของแฟรนไชส์ต่างๆ แห่ง ให้แก่ผู้ที่อยาก จะเริ่มธุรกิจได้เปรียบเทียบอย่างอิสระ
2. ให้คำปรึกษา และช่วยในการติดต่อกับบริษัทแฟรนไชส์ เพื่อลดปัญหา ไม่กล้าติดต่อเอง หรือไม่กล้าปฏิเสธ
3. หากมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ แล้วติดต่อบริษัทแม่ไม่ได้ ทางบริษัท จะช่วยติดต่อให้
4. ทุกๆ บริการจะ “ฟรี” ทั้งหมด เพราะได้รับความร่วมมือจากบริษัท แฟรนไชส์เซอร์ทั้งหลาย

ผู้ที่ไม่ใช่ผู้ทดลองแล้วล้ม
แต่เป็นผู้ที่ล้มก่อนลอง

บทที่ 9

ทำธุรกิจส่งออก และธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต

ธุรกิจการส่งออก-นำเข้า

การส่งออกถือเป็นกลไกหนึ่งที่สำคัญในการฟื้นฟูเศรษฐกิจภายในประเทศ ผู้ประกอบการจำนวนมากได้หันมาทำธุรกิจส่งออกไม่เฉพาะบริษัทขนาดใหญ่เท่านั้น แต่ยังรวมถึงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (เอสเอ็มอี) ด้วย เนื่องจากรัฐบาลได้เข้ามาสนับสนุนภาคส่งออกอย่างจริงจัง ทั้งด้านบุคลากรและงบประมาณ จึงเป็นโอกาสของเอสเอ็มอีที่จะเข้ามามีบทบาทด้านการค้าระหว่างประเทศมากขึ้น

ผู้ที่จะดำเนินธุรกิจส่งออกอาจทำในรูปของบุคคล หรือกลุ่มบุคคล หรือบริษัทก็ได้ แต่การดำเนินธุรกิจในรูปของบริษัทจะได้รับความเชื่อถือจากลูกค้ามากกว่า บริษัทที่ประสบความสำเร็จมักมีพื้นฐานในการทำการตลาดในประเทศมาก่อน เนื่องจากมีความคุ้นเคยกับสินค้าและวิธีการขาย อย่างไรก็ตาม ตลาดส่งออกอาจมีลักษณะที่คล้ายคลึงหรือแตกต่างจากตลาดในประเทศก็ได้หัวใจสำคัญสำหรับการเริ่มต้นทำธุรกิจนี้ก็คือ จะต้องมีส่วนที่ต้องการส่งออก เพราะจะนำไปสู่การเตรียมการด้านอื่นๆ ตามมา เช่นการ

หาตลาด และการหากลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เอสเอ็มอีไม่จำเป็นต้องผลิตสินค้าแข่งกับผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีทุนและฐานลูกค้าเดิมที่แข็งแกร่งกว่า แต่ควรเน้นไปที่ ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ สินค้าที่ขายความคิดสร้างสรรค์ ความประณีต และความเป็นไทย ที่ชาวต่างชาติไม่สามารถซื้อได้จากชาติอื่น

ข้อมูลสำหรับมือใหม่ที่ทำธุรกิจส่งออก

ขั้นตอนการทำธุรกิจส่งออกสำหรับมือใหม่ จะเริ่มจากการจดทะเบียนพาณิชย์ ที่กรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์ เพื่อจัดตั้งเป็นบริษัทอย่างถูกต้องตามกฎหมาย จากนั้นไปที่กรมสรรพากร จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม ส่วนการจัดหาสินค้าเพื่อการส่งออก หากเอสเอ็มอีมีฐานการผลิตเป็นของตนเองจะเป็นการดี เพราะสามารถควบคุมคุณภาพสินค้าได้ตามต้องการ มีความเชี่ยวชาญและคุ้นเคยกับสินค้าที่จะนำเข้าสู่ตลาดเป็นอย่างดี รวมถึงทราบกำลังการผลิตของตนเองที่แน่นอนอีกด้วยแต่หากไม่สามารถผลิตสินค้าได้เอง จะต้องจ้างผู้ผลิตหรือซัพพลายเออร์ให้ผลิตสินค้าตามที่ตนต้องการ ซึ่งบางครั้งผู้ผลิตไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการได้ทั้งหมด อย่างไรก็ตาม กรณีการจ้างผลิตจะมีข้อดีคือ ผู้ส่งออกจะมีแหล่งผลิตสินค้าหลายแหล่งเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายได้ ส่วนสินค้าเกษตรอาจจัดซื้อจากพ่อค้าคนกลางที่รวบรวมผลผลิตจากแหล่งต่างๆ ไว้ให้เพื่อลดปัญหาการขาดแคลนสินค้าที่จะนำมาส่งออกได้

ทั้งนี้ เอสเอ็มอีมีสิทธิส่งออกสินค้าไปขายได้ทุกชนิด แต่เบื้องต้นควรตรวจสอบดูว่าสินค้านั้นตั้งกล่าวอยู่ในข่ายสินค้าควบคุมของทางการหรือไม่ ต้องยื่นขออนุญาตขอดจดทะเบียนผู้ส่งออกหรือจอยโคเวต้าส่งออกจากกรมการค้าต่างประเทศหรือไม่ เช่น ข้าวต้องจดทะเบียนการส่งออก หรือสิ่งทอและเสื้อผ้า

สำเร็จรูปบางรายการต้องขอรับการจัดสรรโควตาเป็นต้น นอกจากนี้ หากส่งออกสินค้าที่อยู่ในข่ายต้องได้มาตรฐานส่งออกสินค้า 10 รายการ เช่น ข้าวโพด ไม้สักแปรรูป จะต้องจดทะเบียนกับสำนักมาตรฐานสินค้า กรมการค้าต่างประเทศ

สำหรับประเทศคู่ค้า ผู้ส่งออกจะต้องตรวจสอบว่าสินค้าที่จะส่งออก ไปต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตราเท่าไร? คู่แข่งกับการลงทุนหรือไม่ที่จะแข่งขันกับผู้ส่งประเทศอื่นที่อาจมีต้นทุนที่ต่ำกว่า และดูว่าคู่ค้ามีข้อกำหนดพิเศษต่อสินค้าประเภทนี้หรือไม่ เพื่อป้องกันสินค้าถูกตีกลับ หรือถูกกักกัน แต่กรณีพิพาทส่วนใหญ่มักเกิดขึ้นกับสินค้าด้านการเกษตรเป็นหลัก และผู้ส่งออกมีสิทธิยื่นขอรับส่วนลดภาษีได้หากอยู่ในเงื่อนไขดังกล่าว เช่น สิทธิจีเอสพี และอาฟต้า เป็นต้น

ความช่วยเหลือจากส่งเสริมการส่งออก

หากผู้ประกอบการเอสเอ็มอีที่มีสินค้า แต่ไม่ทราบว่าจะหาลูกค้าได้อย่างไรนั้น ขอแนะนำให้ไปที่กรมส่งเสริมการส่งออก ซึ่งได้กรรวบรวบรายชื่อของผู้นำเข้าจากประเทศต่างๆ ไว้ ข้อมูลเหล่านี้มีไว้บริการผู้ส่งออกที่เป็นสมาชิกของกรมฯ หรือเข้าไปหาข้อมูลได้ที่ www.thaitrade.com หรือ www.moc.co.th หรือติดต่อได้ที่ศูนย์ให้คำปรึกษาและบริการทางด้านสารสนเทศแก่ผู้ส่งออก โทร.0-2512-5151

ขณะที่ผู้ส่งออกในส่วนภูมิภาคสามารถขอรับคำปรึกษาได้ที่ศูนย์ส่งเสริมการส่งออกส่วนภูมิภาค 5 แห่ง คือ เชียงใหม่ ขอนแก่น จันทบุรี หาดใหญ่ และสุราษฎร์ธานี หากต้องการติดต่อกับแหล่งข้อมูลในประเทศ

หรือคู่ค้าโดยตรง ให้สอบถามไปที่ศูนย์พาณิชย์กรมในต่างประเทศที่กระจายอยู่ตามเมืองใหญ่และประเทศคู่ค้าที่สำคัญ

นอกจากนี้ กรมส่งเสริมการส่งออก ยังได้จัดตั้งศูนย์ผลักดันสินค้า อัญมณีและเครื่องประดับ เครื่องแต่งกาย (เสื้อผ้า รองเท้า และกระเป๋า) ซึ่งจะทำหน้าที่สนับสนุนการส่งออก ตั้งแต่ต้นกระบวนการธุรกิจ จนจบเบ็ดเสร็จในขั้นตอนเดียว

หาผู้ซื้อหรือผู้นำเข้า

เมื่อมีการเตรียมการต่างๆ เพื่อการส่งออก ผู้ส่งออกต้องมีการติดต่อกับผู้ซื้อ ผู้นำเข้า หรือผู้กระจายสินค้าในตลาดเป้าหมายของตน การทำธุรกิจส่งออกอย่างประสบความสำเร็จจำเป็นต้องมีการพัฒนาความสัมพันธ์อันดีกับผู้นำเข้าและผู้กระจายสินค้าเหล่านี้ เพื่อการได้รับข้อมูลและคำแนะนำทางการตลาดที่ถูกต้อง อันจะเป็นการวางรากฐานสำหรับการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในระดับต่อไป เช่น การเข้าไปทำการตลาดเป้าหมายเองในอนาคต โดยการตั้งผู้แทนจำหน่าย หรือจัดตั้งสำนักงานขาย เป็นต้น

การเปิดแอล/ซีและแพ็คกิ้ง เครดิต

ปัจจุบันผู้ส่งออกไทยนิยมการค้าระบบแอล/ซี (เลตเตอร์ ออฟ เครดิต) มากที่สุด โดย แอล/ซี ถือเป็นตราสารอย่างหนึ่งที่ออกโดยธนาคารพาณิชย์ ตามคำขอของผู้ซื้อส่งไปให้กับผู้ขายหรือผู้รับประโยชน์เพื่อเป็นคำรับรองหรือคำสัญญาของธนาคารที่จะจ่ายเงินเป็นจำนวนที่แน่นอนแก่ผู้ขายภายหลังการที่มีการส่งสินค้าไปแล้ว

ทั้งนี้การเปิดแอล/ซีจะมีขึ้นหลังจากตกลงทำการซื้อขายกันแน่นอนแล้ว เริ่มต้นจากผู้ซื้อส่งใบสอบถามราคาหรือเงื่อนไขต่างๆ จากผู้ขาย เพื่อร้องขอรายการสินค้าและสำหรับเสนอขาย (เพอร์ฟอร์ม่า อินวอยซ์) จากผู้ขาย เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการเปิด แอล/ซี กับธนาคารซึ่งเอกสารนี้ถือเป็นหลักฐานที่ดีที่สุด

หลังผ่านการตรวจสอบของธนาคารผู้ซื้อแล้ว จะต้องแจ้งหมายเลขของ แอล/ซี ธนาคารที่เปิด แอล/ซี (โอเพนนิ่ง แบงก์) และธนาคารในประเทศของผู้ส่งออกที่ได้เปิด แอล/ซี ผ่านไป (แอดไวซิง แบงก์) ให้แก่ผู้ส่งออกหรือขายทราบโดยด่วน เพื่อจะได้เตรียมตัวรับ แอล/ซี และสอบถามไปยังธนาคารในประเทศได้สะดวกเร็วยิ่งขึ้น

สินเชื่อสำหรับผู้ส่งออก

สินเชื่อที่ผู้ส่งออกไทยนิยมใช้คือ แพ็คกิ้ง เครดิต จากธนาคารเพื่อส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (ธสน.) หรือเอ็กซ์ิม แบงก์ ซึ่งจะปล่อยสินเชื่อร่วมกับธนาคารพาณิชย์ในอัตราดอกเบี้ยต่ำเพื่อช่วยเหลือทางการเงินแก่ผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกในการจัดเตรียมสินค้า หรือจัดซื้อวัตถุดิบ สำหรับการส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ

ปัจจุบันการให้สินเชื่อแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ การให้กู้ช่วงก่อนการส่งออกและหลังการส่งออกโดยใช้ตัวสัญญาใช้เงิน ซึ่งผู้ส่งออกเป็นผู้ออกตามบัญชีมูลค่าสินค้า และนำเอกสารประกอบคือ แอล/ซี .บี.แอล.อินวอยซ์ กรมธรรม์ประกันภัยขนส่ง ฯลฯ มาประกอบ เพื่อวางค้ำประกันกับธนาคาร ขั้นตอนในการขอแพ็คกิ้ง เครดิต คือ 1. ลูกค้านำเอกสารต้องขออนุมัติวง

เงินทำแพ็คกิ้ง เครดิต กับธนาคารพาณิชย์ 2. ธนาคารพาณิชย์จะขออนุมัติจาก ธ.ส.น. โดยยืนยันว่า ลูกค้านั้นเป็นผู้ส่งออก หรือผู้ผลิตที่เชื่อถือได้ 3. เมื่อได้รับการอนุมัติจาก ธ.ส.น.แล้ว ให้ผู้ส่งออกทำคำขอหรือหนังสือขายตัวสัญญา ใช้เงินพร้อมแนบเอกสารอันเป็นหลักฐานแสดงว่ามีสินค้าพร้อมส่งออก ซึ่งธนาคารพาณิชย์จะจัดส่งให้ธ.ส.น. อีกครั้ง

นอกจาก ธสน. จะให้บริการแพ็คกิ้ง เครดิต ร่วมกับธนาคารพาณิชย์แล้ว ก็ยังเป็นแหล่งเงินทุนของผู้ส่งออกโดยตรงและมีบริการสินเชื่อเตรียมการส่งออกทุกชนิดเพื่อใช้ในการซื้อวัตถุดิบ หรือเพื่อใช้หมุนเวียนก่อนและหลังการส่งออก โดยผู้ส่งออกต้องจัดทำรายงานการใช้จ่ายเช่นเดียวกับแพ็คกิ้ง เครดิต ของธนาคารพาณิชย์ รวมทั้งทั้งยังให้บริการรับซื้อตัวสินค้าออกสามารถนำเอกสารที่มี แอล/ซี และไม่มี แอล/ซี ทั้งที่มีกำหนดชำระเงินทันที และที่มีกำหนดเวลาการชำระเงิน ไม่เกิน 100 วัน มาขายหลังจากสินค้าได้ลงเรือไปแล้ว

จะเห็นได้ว่า โอกาสของเอสเอ็มอีในการทำธุรกิจส่งออกมีช่องทางมากขึ้นทั้งทางด้านตลาด การเงิน และการลงทุน แต่สิ่งที่ต้องตระหนักไว้เสมอก็คือรูปแบบการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วผู้ประกอบการต้องติดตามข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวทั้งในและต่างประเทศ อย่างใกล้ชิด

ธุรกิจ E-Commerce

อินเทอร์เน็ต กลายเป็นช่องทางดำเนินธุรกิจที่สำคัญไม่เฉพาะนักธุรกิจรายใหญ่กระเป๋านักเท่านั้น แต่นักธุรกิจรายย่อยไม่ว่าจะเป็นหน้าใหม่หรือหน้าเก่า ก็ใช้ประโยชน์ได้ อินเทอร์เน็ตเป็นทั้งเครื่องมือการค้า ช่องทางการ

จำหน่าย และช่องทางโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าที่กว้างไกล ออกไปทั่วโลก การทำธุรกิจทางอินเทอร์เน็ตหรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ให้เข้ามาพลิกโฉมทางการค้าและเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตของเรา ดังนั้นเราจะมองข้ามไปไม่ได้

E-Commerce ที่รู้จักกันโดยทั่วไป มี 3 ประเภท คือ

- Business to Business (B to B หรือ B2B) เป็นการซื้อขายสินค้าระหว่างธุรกิจด้วยกันเอง เช่น ผู้ผลิตขายส่งให้กับพ่อค้าคนกลาง เป็นธุรกิจนำเข้า-ส่งออก ขำระผ่านระบบธนาคารด้วยการเปิด แอล/ซี

- Business to Consumer (B to C หรือ B2C) เป็นการขายปลีกให้กับผู้บริโภค ไม่ว่าจะลูกค้าจะอยู่ส่วนใดของโลก ขำระเงินผ่านระบบบัตรเครดิต การขายแบบนี้จะเข้ามาแทนที่การขายแบบ Direct Mail

- Consumer to Consumer (C to C หรือ C2 C) เป็นการขายปลีกระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภคหรือผู้ใช้อินเทอร์เน็ตด้วยกัน เช่น การขายซอฟต์แวร์ที่ตนพัฒนาขึ้นมา หรือการประกาศขายของที่ใช้แล้ว ธุรกิจที่ได้รับประโยชน์จาก E-Commerce

สินค้าที่ต้องการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต จะเป็นสินค้าที่รู้จักของผู้ซื้ออยู่แล้ว หรือสินค้าขายปลีกทั่วไป ที่ลูกค้าเลือกซื้อได้จากทุกมุมโลก เพียงแต่คลิกเมา์เท่านั้น เช่น ผู้จำหน่ายหนังสือ ของเล่น อุปกรณ์ไฟฟ้า สินค้าที่สะดวกในการขนส่ง เช่นดอกไม้ประดิษฐ์ สินค้าส่งออกที่มีจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศอยู่แล้ว สินค้าที่มีเอกลักษณ์ของไทย เช่น ผ้าไหม สินค้าหัตถกรรม เซรามิก เครื่องประดับ ซึ่งใช้ E-Commerce จะประหยัดกว่าการทำธุรกิจแบบเดิมที่ต้องส่งแคตตาล็อกไปให้ลูกค้า หรือไปเช่าในงานแสดง

สินค้าในประเทศต่างๆ ค่าใช้จ่ายสูงมาก ถ้าสร้างเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ตทำเป็นบริการที่ลูกค้าเข้าชมได้ตลอด 24 ชั่วโมง หรือหากท่านไม่อยากจะสร้างเว็บไซต์ของตัวเองเพราะจะค่อนข้างยุ่งยาก ท่านอาจจะฝากข้อมูลบริษัทไว้ใน เว็บท่า ซึ่งจะเป็นที่รวมข้อมูลต่างไว้ และเป็นการง่ายต่อนักลงทุนในต่างประเทศที่จะเลือกซื้อ ตัวอย่าง เว็บท่าเช่น Thailand.com ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายอยู่บ้าง หรือ เว็บฟรีก็จะมี ThaiSMEcenter.com

สินค้าที่สามารถส่งมอบทางอิเล็กทรอนิกส์ได้ เช่นเพลงวีดีโอเกม ข้อมูลจากซีดีรอม เมื่อลูกค้าชำระเงินเรียบร้อยแล้วสินค้าเหล่านั้น เข้าไปยังคอมพิวเตอร์ของตัวเองที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต หรือธุรกิจที่มีบริการขนส่งสินค้าของตนเองอยู่แล้ว เช่น ร้านเบเกอรี่ ร้านดอกไม้ ซึ่งลูกค้าอยู่ต่างประเทศ สามารถส่งสินค้าถึงผู้ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยได้หรือเป็นธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น จองตั๋วเครื่องบิน จองแพ็คเกจทัวร์ จองโรงแรม โดยผ่านระบบออนไลน์ เป็นต้น

เริ่มต้นธุรกิจ E-Commerce อย่างไร

ก่อนอื่นต้องมาวิเคราะห์กันก่อนว่าเรามีสินค้าอะไรและใครคือกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งจะต้องเป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและเราจะเลือกทำธุรกิจ E-Commerce ในรูปแบบใดจากสามแบบข้างต้น เพราะถ้าสินค้าที่เราใช้ไม่ใช้กลุ่มใช้อินเทอร์เน็ตก็หมายถึงตลาดไม่เหมาะสมกับกลุ่ม นอกจากนั้นต้องวิเคราะห์คู่แข่งชั้นโดยหาข้อมูลจากเว็บไซต์ของคู่แข่งเปิดเข้าไปดูว่าเขาจัดรูปแบบหน้าร้านตั้งราคาสินค้า การจัดส่งสินค้า การส่งเสริมการขายว่าเป็นอย่างไร

การทำร้านค้าทางอินเทอร์เน็ตด้วยการสร้างเว็บไซต์ของตนเอง สามารถดำเนินการดังนี้

1. จดทะเบียนชื่อร้านหรือที่เรียกว่า Domain Name ซึ่งเหมือนกับเป็นยี่ห้อสินค้าของเราและสร้างเว็บไซต์ โดยเข้าไปค้นหาข้อมูลได้จากอินเทอร์เน็ตว่าจะจด Domain Name ได้ที่ไหน รวมถึงหาผู้ที่รับออกแบบเว็บไซต์ จากนั้นจึงเช่าพื้นที่เพื่อนำเว็บไซต์ของเราเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ต

2. ติดตั้งระบบป้องกันข้อมูลและติดต่อธนาคารเพื่อขอรายละเอียดเกี่ยวกับแบบชำระเงิน จากนั้นก็เตรียมติดต่อบริษัทขนส่งเพื่อส่งมอบสินค้าจากการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต

3. ศึกษาแบบชำระเงิน ซึ่งอาจมีอยู่หลายวิธีดังนี้

- ชำระผ่านธนาคาร โดยเปิดแอล/ซี สำหรับการส่งออก
- ชำระด้วยบัตรเครดิต ต้องมีระบบรักษาความปลอดภัยในการชำระเงิน โดยหารือกับธนาคารที่ใช้บริการ
- ชำระด้วยการโอนเงินเข้าบัญชี ซึ่งใช้กับผู้ซื้อของจำนวนมาก และต้องการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต เนื่องจากกลัวไม่ปลอดภัย วิธีการก็คือ เมื่อสั่งซื้อก็โอนเงินเข้าบัญชีผู้ขายแล้วส่งหลักฐานการโอนเงินพร้อมใบสั่งซื้อไปให้ผู้ขาย อาจจะเป็นทางเครื่องโทรสารหรือทางอีเมลก็ได้ จากนั้นผู้ขายก็จัดส่งสินค้ามาให้

- ชำระด้วยเงินสด โดยใช้บริการของบริษัทขนส่งสินค้าชั้นนำทั่วไปให้ส่งสินค้าแล้วเก็บเงินปลายทาง ซึ่งผู้ซื้อยังไม่ต้องจ่ายเงินจนกว่าจะได้รับสินค้า วิธีนี้สะดวกกับผู้ซื้อ แต่ผู้ขายมีความเสี่ยงจากการถูกยกเลิกการซื้อทำให้ผู้ขายเสียค่าใช้จ่ายในการขนส่ง

- ชำระเป็นเช็คจ่ายเงินผ่านทางเว็บโดยหลังซื้อสินค้าแล้วก็เลือกจ่ายเงินผ่านทางเช็คเปล่าให้เรากรอกรายละเอียดลงไป ถือว่าเสร็จเรียบร้อยวิธีนี้นิยมใช้เฉพาะในอเมริกา

อย่างไรก็ดีการเปิดเว็บไซต์เพื่อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตนั้น จำเป็นต้องมีการปรับปรุงหน้าร้านหรือเว็บเพจของเราอยู่ตลอดเวลา เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในการเข้าเยี่ยมชม รวมถึงรวมทั้งต้องมีบริการหลังการขายสินค้าด้วย เช่น ให้ข้อมูลเพิ่มเติมในการขายสินค้านั้น หรือเปิดอีเมลเพื่อให้ลูกค้าติชม มีข้อเสนอแนะซึ่งเป็นช่องทางการตลาดให้กับสินค้าตัวใหม่และ สร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าเก่า

ตัวอย่าง E-Commerce

ขายปลาร้าทั่วโลกผ่านอินเทอร์เน็ต

“พูดถึงเรื่องปลาร้าทุกคนหัวเราะ แต่ไม่ใช่เรื่องตลกเลยถ้าคุณรู้ว่าปลาร้าส่งออกถึงปีละไม่น้อยกว่า 3,000 ล้านบาท ในจำนวนนี้ผมขอแค่เพียง 10% ก็พอ เพราะมูลค่ามันสูงถึง 300 ล้านบาทแล้วที่สำคัญปลาร้าก็คือสินค้าที่คนอยากได้แต่ไม่มีใครทำให้เขาได้” พงษ์เพชร พงษ์สุนทร รองกรรมการผู้จัดการบริษัท วิเทคิน จำกัด เจ้าของเว็บไซต์ plara.velocall.com เล่าถึงที่มาของธุรกิจ

ทั้งหมดจึงเป็นที่มาทำให้พงษ์เพชรและเพื่อนจัดตั้งทีมงานขึ้นมาและใช้เวลากว่า 3 ปีพัฒนาปลาร้าจนได้สินค้าหลัก ประกอบด้วย ปลาร้าผงบรรจุซอง ปลาร้าก้อน และแจ่วบองผงสูตรสมุนไพร แม้จะหมดเงินไปหลายล้านบาท แต่ก็ได้ผลิตภัณฑ์ที่ดีมา

“การเปิดเว็บไซต์ ผมยอมรับว่าไม่เก่งคอมพิวเตอร์เลย แต่ผมใช้บริการจากบริษัทที่ให้คำปรึกษาที่ดี หลังเปิดเว็บไซต์ทำให้เราได้ผู้จัดจำหน่ายกว่า 20 รายใน 30 ประเทศทั่วโลก และยอดขายเพิ่มหลายเท่าตัว

สิ่งที่ได้แถมมาอย่างไม่น่าเชื่อก็คือการได้โฆษณาฟรีในที่ต่างๆ เพราะ
ความแปลกที่ขายปลาร้าทางเว็บไซต์ ในปีที่ผ่านมาผมต้องไปออกทีวีแล้วกว่า
40 รายการ มีหนังสือเขียนถึงเรากว่า 100 ฉบับ ความจริงแล้วเราเพิ่งเริ่ม
ทำตลาดได้เพียงปีเดียว ตั้งเป้าโตแค่ 20-30 เปอร์เซ็นต์ แต่วันนี้ต้องยอม
รับว่าเราโตเร็วมาก ไม่เพียงแต่ตลาดต่างประเทศที่เป็นเป้าหมายเท่านั้น
ปัจจุบันสินค้าของเราเริ่มมีขายในห้างสรรพสินค้าไทยด้วย

ไม่มีคำว่าแพ้สำหรับผู้แสวงหาชัยชนะ
และไม่มีคำว่าชนะสำหรับผู้ที่ไม่แสวงหา

บทที่ 10

ตัวอย่างความสำเร็จ : วงษ์พาณิชย์

คุณสมไทย วงษ์เจริญ สร้างขยะให้เกิดมูลค่านับร้อยล้าน

คงไม่มีใครเคยคิดว่าขยะที่เราทิ้งกันทุกวัน และเป็นสิ่งที่ไม่มีความต้องการ ในวันนี้คุณสมไทย วงษ์เจริญ จากครอบครัวชาวจีนธรรมดาๆ แต่ด้วยความคิดที่แตกต่าง และมั่นใจในสิ่งที่จะทำ ทุกวันนี้เขาเป็นนักธุรกิจระดับหลายร้อยล้าน เรามองมาดูว่าเขาทำได้อย่างไรกัน

ลักษณะธุรกิจ บ.วงษ์พาณิชย์

วงษ์พาณิชย์ เป็นโรงงานรับซื้อของไม้ใช้แล้วจากผู้ขายรายย่อย โดยมี รถซาเล้ง ประมาณ 600 ราย รถปิกอัพประมาณ 600 ราย และรถขยะของเทศบาล ซึ่งจะส่งขายให้แก่โรงงานและหน่วยรับซื้อย่อยอีก 18 หน่วย มาทำการคัดแยกขยะในโรงงานบดย่อยเศษ พลาสติกอัดเศษกระดาษ และอัดเศษโลหะ นำออกจำหน่ายให้แก่ลูกค้าประจำหลายราย ได้แก่ โรงงานทำผลิตภัณฑ์พลาสติก โรงงานพลาสติกโรงงานหล่อโลหะ และ โรงงานหลอมแก้ว สร้างเสริมรายได้ และตำแหน่งงานมากกว่า 100 ตำแหน่งโดยโรงงาน

มีพนักงานรวมประมาณ 140 คน พนักงานประจำ 40 คน พนักงานรายวัน 60 คน และจ้างเหมา 40 คน ทั้งหมดนี้คือพลังในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพัฒนาชุมชน โรงงานวงษ์พาณิชย์ตั้งอยู่บนพื้นที่ทั้งหมด 6.5 ไร่

ที่มาที่ไป วงษ์พาณิชย์

“ทุกสิ่งในธรรมชาติย่อมมีสิ่งที่มีค่าและมีสิ่งที่มีคุณค่า เราจะเลือกสรรสิ่งที่มีคุณค่าและดัดแปลงสิ่งที่มีค่าให้มีคุณค่า”

นั่นเป็นปรัชญาในการดำเนินงานของ โรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลวงษ์พาณิชย์ จากปากคำเจ้าของโรงงานตัวจริงที่ชื่อ สมไทย วงษ์เจริญ ผู้ประกอบการ SMEs เจ้าของรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประจำปี 2544 ประเภทการบริหารอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งถ่ายถอดออกมาจาก ประสบการณ์ที่สั่งสมในแวดวงค้าของเก่ากว่า 27 ปี จากการเริ่มต้นธุรกิจนี้ด้วย สองมือเปล่ากับความคิดและมุมมองที่แตกต่างจากนักธุรกิจทั่วไป กลายเป็น ผู้เปลี่ยนมิติธุรกิจรับซื้อของเก่าเมืองไทยไปอย่างสิ้นเชิง เป็นผู้ในการสร้างกระแสอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลให้เกิดขึ้นในท้องถิ่นจนเกิดผลอย่างกว้างขวางในระดับมหภาค ทั้งในประเทศและต่างประเทศ อันเป็นสิ่งที่นำพาความสำเร็จให้กับธุรกิจของเขาในระดับชั้นแนวหน้าและสร้างคุณค่าอย่างมากมายให้กับสังคม

ความเป็นมาก่อนจะพบเหมืองทองในกองขยะ

คุณสมไทย วงษ์เจริญ เติบโตมาในครอบครัวชาวจีนธรรมดาๆ ที่ย้ายถิ่นฐาน มาจากเมืองจีนโดยยึดอาชีพ “ค้าขาย” ในอำเภอตะพานหิน จังหวัดพิจิตร ขายหนังสือพิมพ์ ขายล็อตเตอรี่ ไม่ได้มีกิจการใหญ่โตอะไร แต่ก็

สามารถส่งลูกๆ ทั้ง 9 คนเรียนจนจบการศึกษาในระดับสูงได้ทุกคน คุณสมไทย ฉายแววการค้าออกมาตั้งแต่จบ มศ. 3 ในขณะที่พี่ๆ น้องๆ ต้องการเรียนต่อในระดับที่สูงขึ้น บ้างก็ช่วยทางบ้านค้าขาย แต่เขากลับมีความคิดอยากทำธุรกิจส่วนตัว อยากมีอาชีพทำกินเป็นของตัวเอง ส่วนหนึ่งคือความคิดที่ว่า การเรียนคือการลงทุน สู่มาลงทุนทำการค้า เริ่มต้นธุรกิจให้เร็วที่สุด เริ่มต้นก่อน โอกาสที่จะประสบความสำเร็จก็มีก่อนและมากกว่าใคร

เขาเริ่มเข้ามาทำธุรกิจในจังหวัดพิษณุโลก เนื่องจากเห็นว่าพิษณุโลกเป็นเมืองใหญ่ การค้าขายน่าจะทำได้ดีและคล่องตัวกว่า เขาทำมาแทบทุกอย่างในช่วงเวลา 2 ปี กว่าๆ แต่ก็มองไม่เห็นความสำเร็จ เพราะสินค้าหลายอย่าง ที่ซื้อมาต้องรอคนมาซื้อ ขายแล้วก็ขายไม่หมด จนวันหนึ่งเห็นคนถีบรถซาเล้งเก็บขยะ ก็เกิดความสงสัยจึงเข้าไปสอบถาม เก็บไปทำไม ? ขยะพวกนี้ขายได้หรือ ? ขายกันอย่างไร ? มีราคาเท่าไร ? คำถามเหล่านี้จุดประกายความคิดในการทำธุรกิจใหม่ให้แก่เขา เพราะคำตอบที่ได้รับคือขยะ ทุกชิ้นขายได้ มีเท่าไรก็รับซื้อหมดขายเยอะก็ได้เยอะ เขาค้นพบว่า ขยะที่เห็นไม่ได้เป็นเพียง “ขยะ” อีกต่อไป



การค้นหาช่องทางธุรกิจช่องว่างที่ผู้อื่นมองข้าม

“กองขยะ...เหมืองแร่มหัศจรรย์ที่ไม่มีวันหมด”

ด้วยมุมมองที่ต่างจากคนทั่วไปนี่เอง คุณสมไทย จึงวิเคราะห์และวางแผนเริ่มต้นทำธุรกิจอย่างจริงจัง เขาพบว่าไม่ว่ามองไปทางไหน ก็เห็นกองขยะ และในกองขยะเหล่านั้น มีเศษสิ่งของที่ขายได้ปะปนอยู่มากกว่าครึ่งหนึ่ง เปรียบไปแล้วมันก็คือเหมืองแร่ดีๆ นี่เอง แถมยังเป็นเหมืองแร่มหัศจรรย์ที่ไม่มีวันหมดสิ้น มีคนเอาแร่ใหม่ๆ มาเติมเพิ่มทุกวัน ในด้านการลงทุนก็ไม่ต้องจ้างใครมาสำรวจ กระบวนการผลิตก็ง่ายมากไม่ต้องใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยและเริ่มต้นได้แม้ไม่มีทุน ตลาดของเหมืองแร่ก็มีมาก มีเท่าไรขายได้หมด และยังซื้อเป็นเงินสด ซึ่งแสดงถึงความต้องการและกำลังซื้ออย่างแท้จริง โดยเฉพาะค่าเฉลี่ยของราคาซื้อขายขยะ เขาพบว่า หากคิดมูลค่าของมันแล้วยังแพงกว่าข้าวเปลือกเสียอีก แถมยังลงมือทำได้ง่ายกว่ามาก ไม่ต้อง

ไถนา ไม่ต้องหว่านดำ ไม่ต้องรอฤดูกาล ไม่ต้องรอพ่อค้าคนกลาง ไม่ต้องมีประกันราคา เมื่อมองเห็นช่องทาง และโอกาสทางธุรกิจที่ดีที่สุดเช่นนี้ เขาจึงเริ่มต้น ค้นหาชุมชนของบนกองขยะในทันที

กว่าจะเป็นวงษ์พาณิชย์

คุณสมไทย เริ่มต้นจากการเข้าไปเรียนรู้ธุรกิจจากร้านรับซื้อของเก่าแห่งหนึ่งในจังหวัด เนื่องจากธุรกิจนี้สมัยก่อนเป็นธุรกิจที่ทำงานเฉพาะตระกูลค่อนข้างมีการผูกขาดและไม่เปิดเผย ต้องศึกษาเอาเองแบบครุพักลักจำ จนเมื่อมีข้อมูลพอสมควร จึงออกมาเริ่มต้นธุรกิจของตนเองด้วยเงินทุนเพียง 1,000 บาทพร้อมลูกอมอีก 1 ถุง และรถปิกอัพเก่าๆ 1 คัน ตระเวนรับซื้อของเก่าไปทั่วทุกตำบล ทุกหมู่บ้าน ทั้ง 9 อำเภอในจังหวัดพิษณุโลก ขณะที่สมัยนั้นคนไทยยังติดค่านิยมเรื่อง การไม่ขายของเก่ากิน จึงต้องใช้อุบายในการแลกเปลี่ยน เริ่มจากขนม ลูกอม ไข่ไก่ ซามตราไก่ หรือเอาสินค้าเก่ามาแลกเปลี่ยนกับสินค้าใหม่ก็มี จนกระทั่งพัฒนามาเป็นการ ซื้อขายในปัจจุบัน

ธุรกิจของเขาเป็นไปได้ดีด้วยดี จากรถปิกอัพเพียงคันเดียวในปี พ.ศ. 2517 ก็ขยายมาเป็น 2 - 3 คัน จากร้านเล็กๆ ก็ขยายมาเช่าห้องแถว จำนวนปริมาณ รับซื้อก็เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ อันเป็นที่มาของการสร้างโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลวงษ์พาณิชย์ บนเนื้อที่ 6 ไร่ครึ่ง ด้วยเงินลงทุนกว่า 50 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2532 และจนถึงปัจจุบัน วงษ์พาณิชย์

นับเป็นโรงงานคัดแยกขยะที่ทันสมัย และใหญ่มากที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย สามารถรองรับปริมาณขยะได้ถึง 80,000 - 100,000 กิโลกรัม/

วัน มีพนักงานกว่า 200 คน มีการสร้างเครือข่ายของการรับซื้อขยะออกไปตามชุมชน และขยายตัวเป็นธุรกิจแฟรนไชส์ในเวลาต่อมา ปัจจุบันมีสาขาในประเทศทั้งสิ้น 22 สาขา และที่ประเทศลาว 1 สาขา รวมทั้งมี เครือข่ายร่วมค้าอีกกว่า 500 แห่งทั่วประเทศ

วงษ์พาณิชย์ เป็นองค์กรเอกชนที่ประกาศเจตนารมณ์อย่างชัดเจนในเรื่องสิ่งแวดล้อมและมีผลอย่างมาก ต่อการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมของชุมชน จนกลายเป็นแบบอย่างซึ่งเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในระดับประเทศ มีการดำเนินกิจกรรมทุกรูปแบบเพื่อรณรงค์ปลูกฝังจิตสำนึกในเรื่องสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการทำธุรกิจ เริ่มต้นจากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ให้ประชาชนได้ตระหนักถึงความสำคัญของการคัดแยกขยะก่อนทิ้ง และแจ้งให้ทราบถึงราคาซื้อขายของขยะประเภทต่างๆ โดยการปิดป้ายประชาสัมพันธ์ไปทั่วเมือง การแจกใบปลิว ทำสเปดวิทยุ แม้กระทั่งการประชาสัมพันธ์ถึงตัวแบบเคาะประตูบ้านก็ทำ การเข้าไปมีส่วนร่วมกับองค์กรภาครัฐ ส่วนท้องถิ่นในการแก้ไขปัญหาโดยการจัดจุดรับซื้อขยะในแต่ละชุมชนเพื่อความสะดวก รวมถึงการจัดตั้งโครงการธนาคารขยะในโรงเรียน เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกให้กับเด็กและเยาวชน สิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดกระแสตอบรับอย่างมากในจังหวัด ส่งผลให้ปริมาณขยะในจังหวัดพิษณุโลกลดลงกว่าครึ่งหนึ่งภายในเวลาไม่กี่ปี

สำนึกต่อสังคมอีกสิ่งหนึ่ง ซึ่งส่งผลสะท้อนกลับสู่ธุรกิจของเขาในวันนี้ คือความคิดในการช่วยเหลือชุมชนด้วยการสร้างงานสร้างรายได้ การเผยแพร่ “วิชาเก็บขยะ” ออกไปอย่างแพร่หลายในชุมชนอย่างไม่มีมีการหวงวิชา ก่อให้เกิดการสร้างอาชีพลดปัญหาการว่างงานได้เป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นอาชีพ

ที่ไม่ต้องลงทุนในด้านเครื่องมือ เครื่องมือที่ซับซ้อนมากนักจนหลายแห่งเติบโตได้อย่างเข้มแข็งทำให้ วงษ์พาณิชย์ มีเครือข่ายทางการค้ามากมาย และกลายเป็นพันธมิตรที่สามารถเพิ่มอำนาจต่อรองในการซื้อขายได้เป็นอย่างดี

คุณสมไทย วงษ์เจริญ กับ วงษ์พาณิชย์ ในวันนี้

คุณสมไทย เป็นหนึ่งตัวอย่างของผู้ประสบความสำเร็จที่ยึดถือเอาจริยธรรมทางธุรกิจเป็นที่ตั้ง สิ่งที่เขาทำอย่างมากมายให้กับสังคม ได้สะท้อนกลับสู่ธุรกิจของเขาอย่างท่วมท้นเช่นกัน แต่สิ่งที่มีมากกว่าผลตอบแทนทางธุรกิจที่เขาได้รับก็คือ ความอึดอ้อมใจในการได้ช่วยเหลือผู้คน ชีวิตและความเป็นอยู่ของผู้มีรายได้น้อยในหลายๆ ชุมชนดีขึ้น อย่างเห็นได้ชัดจากการมีอาชีพทำกิน พืชผลโลกเป็นเมืองสะอาด และกลายเป็นเมืองต้นแบบให้กับหลายๆ จังหวัด หลายๆ ประเทศในการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการนำเศษวัสดุเหลือใช้มาผ่านกระบวนการเพื่อรีไซเคิล



แดนต้นสมอทุคนเดาของวาระ

ทุกวันนี้ คุณสมไทย กับโรงงานคัดแยกขยะเพื่อรีไซเคิลวงษ์พาณิชย์ ยังคงเดินหน้าต่อไป และยังยืนหยัดในเจตนารมณ์ด้านสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาคุณภาพชีวิตในชุมชนไว้อย่างเหนียวแน่น วงษ์พาณิชย์ กำลังนำตัวเองสู่การเป็นต้นแบบโรงงานอุตสาหกรรมคัดแยกขยะรายแรก ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14001 อีกทั้งโครงการต่างๆ ที่จะทำให้สังคมยังมีรอยยิ้มอีกมากมาย รวมทั้งหน่วยงานสนับสนุนที่เป็นแนวร่วมก็เพิ่มมากขึ้น ตราบิตที่ยังมีขยะอยู่บนโลก งานของเขาก็จะดำเนินต่อไป ตั้งสโลแกนสั้นๆ ง่ายๆ แต่สะท้อนได้ถึงความมุ่งมั่นตั้งใจซึ่งเป็นปณิธานทางธุรกิจของ วงษ์พาณิชย์ คือ “เหม็นทำให้หอม และเป็นเงินเป็นทอง”

ตำแหน่งทางสังคม ของคุณสมไทย

- กรรมการที่ปรึกษาชมรมประสานความร่วมมือด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อม Energy & Coordination Center (EnCo)
- กรรมการที่ปรึกษาสภาวัฒนธรรมจังหวัดพิษณุโลก
- นายกสิโมสรโลออนส์ พิษณุโลก ปีบริหาร 2543-2544 อาสาสมัคร ไกล่เกลี่ยข้อพิพาทในชุมชน จากกระทรวงยุติธรรม
- กรรมการที่ปรึกษาสโมสรนักศึกษาสถาบันราชภัฏพิบูลสงคราม
- กรรมการที่ปรึกษาออลฟ์พิษณุโลก
- กรรมการที่ปรึกษาชมรมชาวพิจิตรในจังหวัดพิษณุโลก
- กรรมการที่ปรึกษาของศูนย์ส่งเสริมธุรกิจยุคใหม่ “เอื้ออาทร” สถาบันราชภัฏพิบูลสงคราม
- คณะกรรมการตรวจสอบ และติดตามการบริหารงานตำรวจจังหวัด

พิษณุโลก

● ที่ปรึกษานายกเทศมนตรีเทศบาลนครเชียงใหม่ ด้านการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม

นี่เป็นเพียงหนึ่งตัวอย่างของคนธรรมดาที่มีความมุ่งมั่น และแล้ววันนี้ เขาก็ได้รับรางวัลความเหนื่อยเป็นความสำเร็จในชีวิต

อย่างที่เรเคยกล่าวมาตั้งแต่ต้น ว่าไม่มีอะไรที่เป็นไปไม่ได้ “เขาทำได้ คุณก็ทำได้” สิ่งที่ยากที่สุดคือการกล้าที่จะเริ่มต้น ซึ่งหากท่านได้อ่านหนังสือเล่มนี้มาเรื่อยๆ หลักทางวิชาการต่างๆ จะช่วยทำให้ความเลื่องในการทำธุรกิจของท่านลดน้อยลง อย่างไรก็ตามไม่ว่าเราจะมีหลักการที่ดีอย่างไร หรือความคิดที่ดีอย่างไร หากไม่มีการนำไปปฏิบัติก็จะไม่เกิดประโยชน์อะไร

หนทางไกลนับหมื่นลี้
ต้องเริ่มต้นด้วยก้าวแรก

บทที่ 11

แผนธุรกิจ

คำ กล่าวที่ว่า “การเริ่มต้นที่ดีเท่ากับการสำเร็จไปครึ่งหนึ่งแล้ว ” เป็นการสะท้อนถึงความยากลำบากของการสร้างสรรค์ความคิดให้บังเกิดเป็นธุรกิจที่มีรูปธรรมขึ้น ดังนั้นก้าวแรกของการดำเนินธุรกิจขนาดย่อมจึงเป็นการวางแผนงานของกิจกรรมต่างๆ ทั้งหมด อันเป็นการเตรียม การขั้นต้นก่อนการลงมือปฏิบัติงานอย่างแท้จริง แผนงานเป็นการนำเอาความคิดมาเขียนขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษร โดยสามารถจำแนกออกเป็นแผนงานระยะยาวมาแบ่งส่วนของความรับผิดชอบตามแผนงานหลักขององค์กร และแผนงานระยะสั้นเป็นการแจกจ่ายละเอียดของแผนงานแต่ละแผนกในการปฏิบัติงานแต่ละช่วงเวลา

แผนงานธุรกิจ (Business Plan) เป็นการเปลี่ยนความคิดในการประกอบธุรกิจขนาดย่อมของผู้ประกอบการ ให้เป็นแผนงานที่เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อเตรียมการให้พร้อมกับการทำงานหนักและแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นให้ลุล่วงไป แผนงานธุรกิจมีประโยชน์หลายประการได้แก่

1. เป็นการเปลี่ยนความคิด ที่เป็นนามธรรมของผู้ประกอบการให้เป็นโอกาสทางธุรกิจ
2. เป็นการสร้างแนวทางการดำเนินงานให้ถูกต้อง และมีระเบียบแบบแผนก่อนหลัง
3. เป็นการเสนอข้อมูลต่อผู้ให้กู้ หรือสถาบันทางการเงินต่าง ๆ เพื่อเข้าไปขอกู้ยืมเงินมาลงทุนประกอบธุรกิจ

องค์ประกอบของแผนงานธุรกิจ

แผนงานธุรกิจเป็นการบอกเล่าถึง กระบวนการที่จะได้มาซึ่งกำไรจากการประกอบการ ซึ่งถ้าวิเคราะห์ทำไรแล้วจะพบว่ามีกำไรมาจากรายได้หักลบด้วยค่าใช้จ่าย ดังนั้นจึงควรเริ่มเขียนแผนงานธุรกิจจากการนำเสนอข้อมูลจากการวิเคราะห์วิจัยตลาดเพื่อแสดงถึงโอกาสในการสร้างรายได้ก่อนรายการอื่น อันจะสามารถจูงใจผู้ให้กู้ร่วมลงทุนให้สนใจธุรกิจนี้ และเห็นพ้องต้องกันกับผู้ประกอบการว่าแผนงานธุรกิจนี้สามารถเป็นจริงได้ในทางปฏิบัติ และมีโอกาสประสบความสำเร็จได้

แผนงานธุรกิจโดยทั่วไปไม่ควรมีความยาวเกิน 40 หน้า เนื้อหาได้ใจความครบถ้วนแต่กระชับไม่เยิ่นเย้อจนเกิดความเบื่อหน่ายแก่ผู้อ่าน จัดทำขึ้นในรูปแบบที่เรียบง่าย อ่านง่าย เป็นระเบียบ และที่สำคัญที่สุดคือ แผนงานธุรกิจต้องมีองค์ประกอบที่สมบูรณ์ มีรายละเอียดเพียงพอให้เข้าใจและดึงดูดใจทุกฝ่ายที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการเริ่มต้นประกอบการธุรกิจขนาดย่อมครั้งนี้

องค์ประกอบของแผนงานธุรกิจ มีดังต่อไปนี้

1. ปกหน้าและสารบัญ
2. บทสรุปของการบริหาร
3. องค์กรธุรกิจและอุตสาหกรรม
4. สินค้าและบริการ
5. การวิจัยตลาด
6. การประเมินศักยภาพทางการตลาด
7. แผนงานการตลาด
8. แผนงานการผลิต
9. ทีมงานบริหาร
10. ตารางเวลา
11. ความเสี่ยงที่ต้องเผชิญและสมมติฐานต่าง ๆ
12. ประโยชน์ต่อชุมชน
13. แผนงานการเงิน
14. ภาคผนวก

รายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบของแผนงานธุรกิจมีดังต่อไปนี้

1. ปกหน้าและสารบัญ

ปกหน้าเป็นสิ่งแรกที่ผู้อ่านแผนงานธุรกิจจะได้เห็น จึงควรมีชื่อของธุรกิจรวมทั้งที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ หมายเลขโทรสาร และที่อยู่ทาง E-Mail (ถ้ามี) อยู่ด้วย เพื่อความสวยงามควรมีตราหรือสัญลักษณ์ของธุรกิจประทับอยู่ให้สะดุดตาน่าสนใจ นอกจากนั้นอาจมีชื่อที่อยู่และหมายเลขโทรศัพท์ของผู้ประกอบการอยู่ด้วย เพื่อความสะดวกในการติดต่อกลับ

ตลอดจนการแจ้งวันเวลาโดยประมาณที่คาดว่าธุรกิจนี้จะสามารถเริ่มต้นดำเนินการได้

ส่วนสารบัญ มีไว้เพื่อความสะดวกในการค้นหารายละเอียดของแผนงานธุรกิจได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งจะมีประโยชน์มากในขั้นตอนการเจรจาต่อรองกับบุคคลภายนอก เพราะทั้งผู้ประกอบการและอีกฝ่ายหนึ่งสามารถยืนยันข้อมูลและซักถามในประเด็นต่างๆ โดยอ้างอิงเอกสารซึ่งกันและกันได้ง่ายขึ้น

2. บทสรุปของการบริหาร

บทสรุปของการบริหาร เป็นแผนงานธุรกิจทั้งหมดที่ถูกย่อให้เหลือแค่ 1-2 หน้า เพื่อให้เป็นภาพอันชัดเจนของธุรกิจที่จะถูกจัดตั้งขึ้น บทสรุปของผู้บริหารควรเขียนให้ดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน ซึ่งจะทำให้ผู้อ่านรายละเอียดของแผนงานธุรกิจทั้งหมดที่เหลือ เนื้อหาของบทสรุปของการบริหารจะเกี่ยวข้องกับ

2.1 แนวคิดและขอบเขตของธุรกิจ โดยแสดงให้เห็นว่าสินค้าหรือบริการที่จะนำเสนอแก่ลูกค้าสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเหนือกว่าคู่แข่งอย่างไร คุณสมบัติพิเศษของสินค้าหรือบริการเป็นอย่างไรในด้านประโยชน์ใช้สอย รูปลักษณ์ คุณภาพ ความคงทน ฯลฯ ธุรกิจจะก่อตั้งเมื่อไรหรือก่อตั้งมาแล้วนานเพียงใด ขนาดของธุรกิจใหญ่เพียงใด และมีโอกาสในการก้าวหน้าพัฒนาตนเองอย่างไรบ้าง

2.2 โอกาสทางการตลาด โดยระบุถึงขนาดและอัตราการเจริญเติบโตของตลาดโดยประมาณ ส่วนแบ่งตลาดที่คาดว่าธุรกิจจะสามารถครองได้ สภาพของการแข่งขัน และแนวโน้มของอุตสาหกรรมนั้นทั้งหมด

2.3 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยมีนิยามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่าง

ชัดเจนเพื่อกำหนดกลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ ขนาดและอัตราเติบโตของลูกค้ากลุ่มนี้ การวางตำแหน่งสินค้าและบริการในท้องตลาด

2.4 ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจ ซึ่งเป็นจุดเด่นที่ธุรกิจมีเหนือกว่าคู่แข่งทั้งในด้านต้นทุน ความแตกต่างของสินค้าหรือบริการ และลักษณะเฉพาะตัวของสินค้าหรือบริการที่เป็นที่ชื่นชอบของลูกค้าเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม

2.5 ข้อมูลทางการเงิน จะประกอบด้วยการพยากรณ์การขายใน 3 ปีแรกของการดำเนินงาน การลงทุนด้วยส่วนของผู้ถือหุ้นและหนี้สินในระยะยาว (ถ้ามี) กำไรที่คาดหวัง ระยะเวลาในการคืนทุน อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน

2.6 ทีมงานบริหาร โดยชี้แจงโครงสร้างของบุคลากรทั้งหมด ซึ่งจะเน้นหนักในตัวผู้ประกอบการเป็นส่วนสำคัญ โดยสรุปความรู้ความชำนาญ ตลอดจนประสบการณ์ของผู้ประกอบการซึ่งจะเป็นผู้บริหารธุรกิจขนาดย่อมนี้ด้วย รวมไปถึงความสำเร็จในอดีตที่เคยทำได้

2.7 ข้อเสนอของธุรกิจ ระบุถึงเงินกู้หรือเงินลงทุนที่ต้องการเพิ่มพัฒนาธุรกิจและผลตอบแทนที่จะเสนอให้แก่ผู้สนใจ ให้สนใจให้กู้ยืมหรือร่วมลงทุน



3. องค์การธุรกิจและอุตสาหกรรม

3.1 การเกริ่นนำเกี่ยวกับปฐมหลังของธุรกิจตั้งแต่แรกเริ่ม ในด้านรูปแบบของธุรกิจ แนวทางการดำเนินงานตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน รวมทั้งความสำเร็จและล้มเหลวที่ประสบมา

3.2 สภาพของอุตสาหกรรมโดยรวม โดยพิจารณาถึงประเภทของอุตสาหกรรมที่ธุรกิจนั้นเกี่ยวข้องกับอยู่ เช่น ธุรกิจการผลิตผ้าไหมจะเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสินค้าที่ระลึกและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นอกจากนั้นจะต้องคำนึงถึงโครงสร้างของอุตสาหกรรมนั้น ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจและคู่แข่งชั้นอื่นๆ ตลอดจนการระบุถึงอัตราแนวโน้มการเจริญเติบโต และปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมโดยรวม เนื่องจากวิวัฒนาการของเทคโนโลยีอาจทำให้เกิดอุตสาหกรรมสินค้าหรือบริการใหม่ที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ จึงควรกล่าวถึงไว้ด้วย

4. สินค้าและบริการ

4.1 รายละเอียดของสินค้าและบริการที่นำเสนอในแง่มุมประโยชน์ใช้สอย หน้าที่พิเศษหรือคุณสมบัติที่เหนือกว่าสินค้าและบริการของคู่แข่ง

4.2 ถ้ามีสินทรัพย์ทางปัญญาที่เกี่ยวข้อง เช่น สิทธิบัตร ควาระบุไว้ด้วย

4.3 โอกาสในการขยายสายผลิตภัณฑ์ ตลอดจนพัฒนาสินค้าหรือบริการให้หลากหลาย ครบถ้วนตามที่ลูกค้าต้องการ

4.4 ถ้าสินค้าที่นำเสนอเป็นนวัตกรรมใหม่ที่ไม่เคยมีมาในท้องตลาด ควรมีรูปแสดงให้เห็นลักษณะของสินค้าหรือตัวต้นแบบด้วย

4.5 ประเมินศักยภาพของสินค้า และบริการในแต่ละช่วงของวงจร

ชีวิตผลิตภัณฑ์

4.5.1 ถ้าสินค้าอยู่ในช่วงแนะนำของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ หรือ ประดิษฐ์กรรมใหม่ต้องมีความโดดเด่นในประโยชน์ใช้สอย ช่วงนี้ศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์จะค่อนข้างต่ำ เพราะสินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักกัน อย่างแพร่หลาย

4.5.2 ถ้าสินค้าอยู่ในช่วงเจริญเติบโตของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์จะสูง เพราะสินค้าเป็นที่รู้จักกันดีแล้ว แต่ต้องมีราคาต่ำพอที่จะแข่งขันในตลาดได้ เนื่องจากเริ่มจะมีการแข่งขัน ภายในอุตสาหกรรมเดียวกันมากขึ้น

4.5.3 ถ้าสินค้าอยู่ในช่วงอิ่มตัว ของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์จะอยู่ในระดับปานกลาง เพราะการแข่งขันจะสูงมาก แต่ถ้าสินค้ามีจุดเด่นที่จะเข้าสู่ตลาดแตกต่างจากผู้อื่น และเป็นจุดเด่นที่สนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่มีขนาดกลุ่มใหญ่เพียงพอ ก็สามารถประคองตัวอยู่ในอุตสาหกรรมนั้นได้

4.5.4 ถ้าสินค้าอยู่ในช่วงลดลง ของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์จะอยู่ในระดับต่ำ เพราะสินค้านั้นเริ่ม ถูกทดแทนได้ด้วยสินค้าอื่น ทำให้ยอดขายโดยรวมทั้งอุตสาหกรรมตกลง จึงไม่ควรนำสินค้าเข้าตลาดในช่วงนี้

5. การวิจัยตลาด

แม้ว่าการวิจัยตลาด จะอยู่ในระดับกลางของการเขียนแผนงานธุรกิจ แต่จะต้องเตรียมการเป็นลำดับต้นในการดำเนินการแสวงหาและเก็บรวบรวม ข้อมูลจากหลายๆ แหล่ง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ตัวผู้ประกอบการเอง

และบุคคลภายนอก เช่น ผู้ให้กู้ ว่าธุรกิจมีขนาดของตลาดใหญ่พอเพียง และสามารถทำอะไรได้ในระดับที่น่าพอใจ ข้อมูลจากการวิจัยตลาดนี้จะถูกใช้ในการเขียนแผนงานธุรกิจทั้งหมด ดังนั้นในการวิจัยตลาดจะต้องครอบคลุม ข้อมูลต่างๆ ดังต่อไปนี้

5.1 ลูกค้าในตลาดเป้าหมาย (Target Market Segment) ในด้านลักษณะพฤติกรรมการซื้อและการใช้ ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของลูกค้า ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ ตัวแปรที่ใช้ในการพิจารณาเลือกซื้อ ฯลฯ

5.2 ขนาดของตลาดในปัจจุบันและอนาคต ภายในช่วงระยะเวลา 5 ปี รวมทั้งการคาดหมายอัตราการเติบโตของตลาดโดยรวมอย่างน้อย 3 ปี ภายใต้สภาวะแวดล้อมภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ เช่นเศรษฐกิจ นโยบายรัฐบาล ฯลฯ

5.3 การแข่งขันของธุรกิจ ในท้องตลาดทั้งที่เป็นสินค้าที่เหมือนกัน และสินค้าทดแทนโดยพิจารณาลึกลงไปในรายละเอียดในด้านส่วนแบ่งตลาด ราคา คุณภาพ บริการเสริมสินค้า การรับประกัน การส่งมอบ ฯลฯ



5.4 ยกขายประมาณการ โดยทำการพยากรณ์ยอดขายรวมของอุตสาหกรรม แล้วคำนวณตามร้อยละของส่วนแบ่งตลาดที่ธุรกิจคาดว่าจะครองได้

6. การประเมินศักยภาพทางการตลาด

หลังจากทำการวิจัยจนมีความเข้าใจอย่างชัดเจนถึง “ลูกค้ำเป้าหมาย” “ขนาดของตลาด” และ “การแข่งขัน” ดีแล้ว จะสามารถทำการประเมินศักยภาพทางการตลาดได้ ซึ่งศักยภาพทางการตลาดก็เป็จุดเริ่มต้นของกระบวนการดำเนินงานทั้งหลาย เพราะการเริ่มต้นดำเนินธุรกิจต้องมีความมั่นใจในรายได้ที่จะรับเข้ามาในระดับหนึ่งทีพอเพียงให้ธุรกิจมีกำไรอยู่รอดได้ในขั้นต้น และมีกระแสเงินหมุนเวียนเข้ามาหล่อเลี้ยงสภาพคล่องของธุรกิจมิให้หยุดสตุกลงในขั้นต่อไป

กลุ่มลูกค้ำเป้าหมาย เป็นกลุ่มลูกค้ำหลักส่วนใหญ่ของธุรกิจซึ่งสามารถระบุได้โดยการจำแนกตามอายุ พฤติกรรมการซื้อการใช้ เขตพื้นที่ตามภูมิศาสตร์ ซึ่งกลุ่มลูกค้ำเป้าหมายมีความต้องการที่จะซื้อสินค้าและบริการที่ธุรกิจนำเสนอ เช่น กลุ่มลูกค้ำเป้าหมายของร้านซักรีดที่ชอยโซคชัย 4 ถนนลาดพร้าว เป็นกลุ่มคนที่อยู่คอนโดมิเนียมหรือแฟลตในชอยโซคชัย 4 ชอยเสนานิคม และชอยอื่นๆ ที่อยู่ใกล้เคียง

ขนาดของตลาด เป็นจำนวนยอดขายที่พยากรณ์คร่าวๆ ซึ่งอาจจะนับเป็นจำนวนลูกค้ำหรือจำนวนเงินก็ได้ ขนาดของตลาดควรใหญ่พอเพียงทีธุรกิจจะลงทุน นอกจากนั้นผู้ประกอบการควรคำนึงถึงส่วนแบ่งตลาด (Market share) ทีจะได้เมื่อเทียบกับทั้งอุตสาหกรรมว่าจะสามารถครองส่วนแบ่งตลาดได้สักทีเปอร์เซ็นต์ถ้าทั้งอุตสาหกรรมคิดเป็น 100%

การแข่งขัน เป็นการเปรียบเทียบธุรกิจที่ดำเนินการกับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกันโดยใช้ SWOT Analysis ดังต่อไปนี้

- S-Strength จุดแข็งของธุรกิจ เช่นผู้ประกอบการมีประสบการณ์ การผลิตมานานคุณภาพสินค้าดีกว่าคู่แข่ง
- W-Weakness จุดอ่อนของธุรกิจ เช่นเงินทุนประกอบการมีน้อย ทำเลที่ตั้งไม่เหมาะสม ราคาสินค้าแพงกว่าคู่แข่ง
- O-Opportunity โอกาสของธุรกิจ เช่นมีแหล่งวัตถุดิบราคาถูก รู้จักกับตัวแทนจำหน่ายมากมาย
- T-Threat อุปสรรคของธุรกิจ เช่น ลูกค้ำมีความจงรักภักดีต่อตราหือของคู่แข่งมากเปลี่ยนทัศนคติยาก

7. แผนงานการตลาด

แนวคิดที่ใช้ในการวางแผนงานการตลาด หรือแนวทางการบริหารการตลาดเป็นวิถึทางทีธุรกิจแต่ละแห่งจะใช้เป็นแม่บทในการวางแผนและดำเนินงานของธุรกิจทั้งหมด แนวทางต่าง ๆ มีอยู่ดังต่อไปนี้

7.1 แนวคิดที่เน้นการผลิต (Production - oriented) การบริหารจะเน้นทางการผลิตและตัวผลิตภัณฑ์เองมากที่สุด การผลิตต้องมีการดำเนินงานทีดีมีคุณภาพจะขายได้ กิจกรรมอื่นๆ ของธุรกิจ เช่น การส่งเสริมการขาย การกระจายสินค้า จะถูกจำกัดบทบาท เพราะไม่มีความสำคัญเท่ากับการผลิต ผลิตภัณฑ์ให้ดีที่สุด

7.2 แนวคิดที่เน้นการขาย (Sales- oriented) การบริหารทีเน้นการผลิตจะถูกลดบทบาทลง นโยบายการตลาดเน้นว่าต้องพยายามผลักดัน

ให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์ให้มากที่สุด การส่งเสริมการขาย การโฆษณาและการกระตุ้นการขายโดยวิธีอื่นๆ จะมีความสำคัญมาก

7.3 แนวคิดที่เน้นผู้บริโภคเป็นหลัก หรือแนวคิดที่เน้นการตลาด (Consumer-oriented or Marketing-Oriented) กล่าวว่าการตลาดเริ่มและจบลงที่ลูกค้า ธุรกิจต้องนำเอาความต้องการของลูกค้ามาใช้เป็นแนวทางในการผลิต พร้อมทั้งการตั้งราคาที่เหมาะสม การส่งเสริมการขายที่ดึงดูดใจลูกค้าได้ การจัดจำหน่ายที่ทั่วถึง ฯลฯ เพื่อให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์ให้มากที่สุด

แนวคิดการบริหารการตลาด ที่เหมาะสมกับธุรกิจขนาดย่อมมากที่สุดคือ แนวคิดที่เน้นผู้บริโภคเป็นหลัก ไม่ว่าจะลูกค้าจะมีความต้องการอย่างไร ถ้าธุรกิจสามารถตอบสนองได้ก็จะถือได้ว่ามีการเกิดโอกาสทางธุรกิจขึ้น แม้ว่าตลาดที่ธุรกิจสามารถตอบสนองได้จะมีขนาดไม่ใหญ่โตมากนัก แต่ก็เป็นอย่างดีที่ทำให้ไม่มีใครอยากเข้ามาแข่งขันมากมาย อย่างไรก็ตามธุรกิจของตลาดเพียงพอและคุ้มค่าต่อการลงทุน ส่วนอีกสองแนวคิดนั้นค่อนข้างจะต้องการเงินทุนจำนวนมากซึ่งไม่เหมาะกับธุรกิจขนาดย่อม และไม่เหมาะกับสภาพการณ์ของธุรกิจอุตสาหกรรมต่างๆ ที่ล้าสมัยให้ลูกค้าเกิดการพึงพอใจสูงสุด ไม่ใช่มุ่งไปที่การผลิตหรือการขายที่เป็นกิจกรรมภายในองค์กรธุรกิจเอง

ในแผนงานธุรกิจ การวางแผนงานการตลาดจะแบ่งออกเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้

1. การตั้งราคา (Pricing) การกำหนดราคาที่ถูกต้องไม่ใช่เพียงแต่สามารถชดเชยต้นทุนค่าใช้จ่ายต่างๆ ได้ แต่ต้องเปรียบเทียบกับราคาของคู่แข่งในท้องตลาดด้วย ในการเริ่มต้นดำเนินการธุรกิจขนาดย่อมมักจะ

ใช้วิธีเสนอราคาของคู่แข่งในท้องตลาด แต่ต้องไม่ลืมว่าจะตั้งราคาควรมีต้นทุนรวมที่ต่ำด้วย

2. การส่งเสริมการขาย (Promotion) ถ้าเป็นสินค้าอุตสาหกรรมอาจใช้วิธีการโฆษณาตามนิตยสารเกี่ยวกับธุรกิจอุตสาหกรรมนั้น รวมทั้งการขายทางไปรษณีย์ หรือการแจกแผ่นพับ แต่ถ้าเป็นสินค้าอุปโภคทั่วไป อาจใช้วิธีโฆษณาและส่งเสริมการขายโดยบุคคลหรือผ่านร้านค้าตัวแทนจำหน่าย หรือการขายตรงด้วยวิธีต่างๆ รวมทั้งการโฆษณาขายบนอินเทอร์เน็ต

3. การกระจายสินค้า (Place) ธุรกิจขนาดย่อมมักใช้วิธีการกระจายสินค้าโดยส่งตัวแทนจำหน่ายอิสระมากกว่าที่จะตั้งทีมพนักงานขายขึ้นเอง เพราะแม้จะควบคุมทุกสิ่งทุกอย่างของตัวแทนจำหน่ายอิสระไม่ได้ แต่ก็สามารถวางสินค้าให้แพร่หลายได้โดยมีต้นทุนที่ต่ำและขจัดปัญหาเกี่ยวกับการจัดการบุคลากรได้บ้างบางส่วน

4. นโยบายการบริการ (Service Policy) ธุรกิจขนาดย่อมต้องตัดสินใจว่าควรดำเนินการบริการหลังการขายเอง (ควบคุมได้แต่ต้นทุนสูง)



หรือใช้บริการจากที่อื่นโดยทำสัญญากับบริษัทบริการ (ควบคุมไม่ได้แต่ต้นทุนต่ำ) หรือส่งคืนให้โรงงานผู้ผลิตรับผิดชอบ (ต้นทุนต่ำสุดแต่การบริการไม่ดีและใช้เวลานาน)

8. แผนงานการผลิต

ในส่วนของการผลิตสินค้า การวางแผนงานการผลิตเป็นการดูแลควบคุมปัจจัยนำเข้าประเภทวัตถุดิบ ชิ้นส่วนอะไหล่ แรงงาน และพลังงานรูปแบบต่าง ๆ เพื่อป้อนเข้าสู่กระบวนการแปรสภาพให้กลายเป็นสินค้าสำเร็จรูปที่ต้องการในแต่ละขั้นตอน ตลอดจนการจัดการสินค้าคงคลังเพื่อการควบคุมปริมาณสินค้าให้สามารถบริการลูกค้าได้รวดเร็วทันใจที่สุดและมีต้นทุนที่ต่ำ ส่วนการผลิตการบริการ การวางแผนงานการผลิตต้องเน้นประสิทธิภาพของบุคลากร ระบบการจัดลำดับงาน และความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ รายละเอียดในแผนงานการผลิตควรครอบคลุมถึง

8.1 รอบการผลิต โดยแยกรอบการผลิตในฤดูกาลกับนอกฤดูกาลให้เห็นชัดเจน เพื่อเป็นฐานข้อมูลของการจัดการวัตถุดิบและชิ้นส่วน รวมทั้งการว่าจ้างแรงงานเพิ่มเติมในช่วงที่ต้องการ

8.2 ท่าเลที่ตั้งที่สะดวกที่สุดในการผลิต ซึ่งจะทำให้ต้นทุนการผลิตรวมต่ำที่สุดในระยะยาว

8.3 เครื่องจักรอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภค ซึ่งมีใช้อยู่ในปัจจุบันและที่ต้องการในอนาคตเพิ่มเติมขึ้นภายใน 3 ปี ข้างหน้า

8.4 กลยุทธ์การดำเนินงานด้วยเทคนิคการผลิต การควบคุมคุณภาพ การควบคุมสินค้าคงคลัง การควบคุมต้นทุนการผลิต การจัดตาราง

เวลาและลำดับงาน รวมทั้งการประสานงานให้ทุกกิจกรรมการผลิตดำเนินไปอย่างสอดคล้องกัน

9. ทีมงานบริหาร

ทีมงานผู้บริหารที่ดีเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจเป็นรูปร่างและประสบผลสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วยผู้จัดการและพนักงานระดับหัวหน้ารองลงมาที่มีความรู้ความชำนาญด้านเทคนิคเฉพาะทางที่สำคัญต่อการดำเนินงาน พร้อมทั้งความสามารถในด้านการบริหารที่นำธุรกิจไปสู่ความสำเร็จ ทีมงานที่ดีควรมีผู้บริหารครบถ้วนในแต่ละด้าน แต่สำหรับธุรกิจขนาดย่อมที่เพิ่งเริ่มต้น ทีมงานผู้บริหารอาจประกอบไปด้วยคนจำนวนน้อย หรือเพียงผู้ประกอบการคนเดียวทำงานเกือบทุกหน้าที่ การเริ่มต้นธุรกิจขนาดย่อมผู้บริหารจะเน้นหนักในหน้าที่ด้านการตลาดหรือการผลิตซึ่งเป็นหน้าที่สำคัญที่สุดในช่วงก่อร่างสร้างฐานะ

ทีมงานผู้บริหารในธุรกิจขนาดย่อม แบบห้างหุ้นส่วนซึ่งประกอบด้วยผู้ที่มีความสามารถแตกต่างกันแต่ละแขนง จะเป็นการสร้างทีมงานที่ดีได้เช่นเดียวกันหลายคน เช่น ผู้ชำนาญการด้านบัญชีอยู่ 2-3 คน ก็ควรจะใช้ความสามารถเฉพาะตัวของแต่ละคนให้ทำหน้าที่ที่ไม่ซ้ำซ้อนกัน เช่น คนหนึ่งควบคุมบัญชีรายรับ-รายจ่ายและทางการเงิน อีกคนควบคุมสต็อกสินค้าคงคลังและทำการจัดซื้อ เป็นต้น

แม้ทีมงานผู้บริหารในระยะเริ่มต้น ต้องทำงานหนักมากเพราะเป็นช่วงก่อร่างสร้างตัวของธุรกิจขนาดย่อม แต่ผลตอบแทนจะค่อนข้างน้อยกว่าที่ควรได้ เพราะธุรกิจในระยะเริ่มต้นไม่มีรายได้มากนัก แต่มีรายจ่ายในการลงทุนมากมาย ผู้บริหารในช่วงการเริ่มต้นธุรกิจขนาดย่อมจึงต้องเป็นผู้ที่มีความ

มานะพยายาม ขยันหมั่นเพียร และยินดีจะเสียสละผลประโยชน์ของตนเอง เพื่อความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจอีกด้วย

รายละเอียดที่ทีมงานผู้บริหารควรระวัง

- 9.1 โครงสร้างองค์การ และตำแหน่งบริหารหลักโดยระบุผู้รับผิดชอบงานแต่ละด้าน
- 9.2 ผลตอบแทนที่ให้แก่ผู้บริหารทั้งในรูปของเงินเดือน ส่วนแบ่งกำไร และสวัสดิการจากธุรกิจ
- 9.3 ผู้ร่วมลงทุนที่ไม่ใช่ผู้บริหารและผลตอบแทนที่ให้
- 9.4 ที่ปรึกษาและบริการด้านวิชาชีพที่ต้องการใช้

10. ตารางเวลาโดยรวมของธุรกิจ

ตารางเวลาจะแสดงถึงเวลาในการทำงาน และความสัมพันธ์ของกิจกรรมต่างๆ ในการเริ่มต้นการประกอบการธุรกิจขนาดย่อม เพื่อให้ความสัมพันธ์ของงานในขั้นตอน ก่อน-หลัง และควรระมัดระวังกิจกรรมหรืองานที่จะส่งผลให้การทำงานทั้งหมดล่าช้าลงได้

11. ความเสี่ยงที่ต้องเผชิญและสมมติฐานต่างๆ

ผู้ประกอบการบางคนอาจมองโลกในแง่ดีเกินไปว่า การทำธุรกิจนั้น มีโอกาสประสบความสำเร็จและได้ผลตอบแทนทางการเงินเป็นจำนวนมากจึงอาจจะลืมนึกถึงความเสี่ยงที่ต้องเผชิญการประกอบธุรกิจต้องมีความเสี่ยงเข้ามาเกี่ยวข้องมากมายหลายประการ เช่น สภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำจะส่งผลกระทบต่อในด้านลบแก่ธุรกิจ ประเภทของธุรกิจไม่เหมาะสมกับความต้องการของตลาดในปัจจุบันและอนาคต ฯลฯ ซึ่งเป็นความเสี่ยงจากสภาพแวดล้อม

ภายนอกธุรกิจ นอกจากนั้นยังมีความเสี่ยงจากองค์ประกอบภายในของธุรกิจเองอีกเช่น เกิดปัญหาด้านบุคลากร หรือปัญหาด้านการเงิน เป็นต้น ระดับความเสี่ยงที่ธุรกิจต้องเผชิญอาจเกิดขึ้นจากกรณีดังต่อไปนี้

11.1 การพยากรณ์การขายมีความเชื่อถือได้มากน้อยเพียงใด บางครั้งการพยากรณ์การขายที่เกินความจริง คือยอดขายต่ำกว่าที่พยากรณ์เอาไว้จะทำให้ธุรกิจประสบปัญหาด้านการเงิน แต่การพยากรณ์การขายที่ต่ำกว่าความเป็นจริงซึ่งมียอดขายจริงสูงกว่าที่พยากรณ์เอาไว้ก็อาจสร้างปัญหาการแรงงานในระบบการผลิต การจัดหาวัตถุดิบมาป้อนกระบวนการผลิตได้ไม่เพียงพอการว่าจ้างพนักงานและการจัดงานให้แก่คนงานไม่พอดีกับปริมาณคน และลูกค้าอาจเกิดความไม่พอใจที่ต้องรอสินค้าหรือบริการนานเกินควร

11.2 ความสามารถของคู่แข่งขั้นที่จะตัดราคาหรือทำให้สินค้าของธุรกิจล้าสมัย ผู้นำตลาดโดยเฉพาะธุรกิจข้ามชาติที่มีเทคโนโลยีทันสมัยมักจะมีเงินทุนมากพอที่จะทุ่มตลาดทำลายระดับราคาตลาดของสินค้าชนิดนั้น และมีวิวัฒนาการในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์สูงมาก

11.3 แนวโน้มของอุตสาหกรรมที่ค่อนข้างจะตกต่ำลงในระยะยาว ดังเช่นผลิตภัณฑ์นั้นมีสินค้าใหม่ที่ใช้ทดแทนกันได้หรืออุปสงค์ของผลิตภัณฑ์นั้นลดลงเพราะความนิยมหมดไป

11.4 คนงานที่มีความเชี่ยวชาญหายากในระยะยาว เช่น งานหัตถกรรมที่อาศัยความเชี่ยวชาญสูงมักขาดผู้สืบทอดฝีมือ เพราะคนรุ่นใหม่ไม่ชอบทำงานลักษณะนี้

11.5 ความขาดแคลนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเนื่องจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ หรือสาเหตุอื่นๆ

12. ประโยชน์ต่อชุมชน

ธุรกิจขนาดย่อมที่มีอนาคตอันสดใส คือ ธุรกิจเอื้ออำนวยผลประโยชน์แก่ชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องรอบด้าน เช่น ผู้ถือหุ้น ลูกจ้าง ผู้ขายวัตถุดิบ ผู้รับจ้างและให้บริการ ฯลฯ ประโยชน์ต่อชุมชนที่ธุรกิจขนาดย่อมสามารถสร้างขึ้นคือ

12.1 การพัฒนาเศรษฐกิจ ได้แก่ การว่าจ้างแรงงาน การซื้อวัตถุดิบจากแหล่งชุมชน ฯลฯ

12.2 การพัฒนาชุมชน ได้แก่ การนำเสนอสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้คนในระแวกนั้น การยกระดับมาตรฐานการครองชีพของชุมชน ฯลฯ

12.3 การพัฒนามนุษย์ ได้แก่ การสร้างทักษะและความชำนาญ โอกาสในการสร้างอาชีพงานที่ก้าวหน้า การสร้างทักษะความเป็นผู้บริหารหรือผู้นำ การเสนอรายได้ที่จูงใจคนให้มานะพยายามในการทำงาน ฯลฯ



นอกจากนั้น ธุรกิจขนาดย่อมควรดำเนินงานอยู่ภายในกรอบของขนบธรรมเนียมประเพณีและศีลธรรมอันดีงาม โดยมีจริยธรรมทางธุรกิจเป็นพื้นฐานด้วย

13. แผนงานการเงิน

การวางแผนงานการเงินเป็นขั้นตอนที่สำคัญมากที่สุดขั้นตอนหนึ่ง เพราะกิจกรรมต่างๆ เช่น กิจกรรมการเงิน กิจกรรมการผลิต กิจกรรมการขาย และกลยุทธ์ต่างๆ ของธุรกิจขนาดย่อมล้วนแต่ดำเนินการเพื่อผลกำไร ในที่สุด แผนงานการเงินจะมีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทุกกิจกรรมธุรกิจที่เพิ่งจะเริ่มจะตั้งจะขาดแคลนข้อมูลในอดีตเช่นงบการเงิน แต่จะต้องทำข้อมูลในทางการเงินในลักษณะของโครงการ (Project) อันประกอบด้วย

13.1 แหล่งที่มาและใช้ไปของเงินทุน ทั้งเมื่อเริ่มต้นและขณะที่ดำเนินงานตามโครงการที่วางแผนไว้

13.2 งบดุล แสดงสินทรัพย์ของธุรกิจ ตลอดจนที่มาของสินทรัพย์ เหล่านั้นซึ่งอาจจะเป็นหนี้สินหรือส่วนที่เจ้าของนำมาลงทุน อย่างไรก็ดีอย่างหนึ่งหรือทั้งสองอย่างประกอบกัน

13.3 งบกำไรขาดทุน แสดงรายได้ ค่าใช้จ่าย ตลอดจนกำไรหรือขาดทุนของกิจการเมื่ออุปสงค์อยู่ในระดับสูง ปานกลาง และต่ำภายในช่วงระยะเวลาหนึ่งของการดำเนินงาน

13.4 งบกระแสเงินสด ซึ่งเป็นส่วนของงบการเงินที่สำคัญมากที่สุดในการดำเนินธุรกิจขนาดย่อม เพราะถ้าธุรกิจขาดเงินสดจะเกิดปัญหาถึงขั้นต้องปิดกิจการ งบกระแสเงินสดจะแสดงเงินสดที่เข้าสู่กิจการจากการรับรายได้ต่างๆ หักลบด้วยเงินสดที่ต้องจ่ายค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เป็นยอดเงิน

สดคงเหลือที่จะยกไปยังงวดบัญชีใหม่ในช่วงเวลาต่อไป

งบการเงินต่างๆ ทั้งงบดุล งบกำไรขาดทุน และงบกระแสเงินสด จะต้องวางแผนประมาณการไว้ ประมาณ 3 ปีหลังจากเริ่มดำเนินกิจการ

13.5 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน เป็นการคำนวณหาจำนวนหน่วยของสินค้าที่จะต้องขายให้ได้เพื่อชดเชยต้นทุนทั้งหมดที่เกิดขึ้นทั้งต้นทุนแปรได้ และต้นทุนคงที่ จุดคุ้มทุนจะเป็นจุดแบ่งแยกปริมาณการขายที่มีกำไรและขาดทุนออกจากกัน รายละเอียดและรูปแบบของข้อมูลทางการเงินเหล่านี้ จะอธิบายในบทว่าด้วยการจัดการเงินในธุรกิจขนาดย่อมต่อไป

14. ภาคผนวก

เป็นการรวบรวมข้อมูลหรือเอกสารที่มีรายละเอียดค่อนข้างมาก ถ้าใส่ในแผนงานธุรกิจจะทำให้ผู้อ่านสับสนและเบื่อหน่าย จึงควรมานำมาใส่ไว้ในภาคผนวก เช่นรายละเอียดของผลการตรวจวิจัยเพื่อขออนุมัติจากหน่วยราชการ เป็นต้น

วิธีที่จะทำนายอนาคตที่ดีที่สุด
คือสร้างมันขึ้นมา

ภาคผนวก 1

หน่วยงานที่ให้คำแนะนำ บริการ แก้ปัญหา

- ▶ สำนักงานพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
www.dip.go.th 0-2202-4426
- ▶ สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
www.ismed.or.th 0-2564-4000
- ▶ ศูนย์ให้คำปรึกษาทางการเงินสำหรับSME (ศพ.)
www.sfac.or.th 0-2628-0335
- ▶ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
www.sme.go.th 0-2278-8800
- ▶ คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
www.acc.chula.ac.th 0-2218-5758
- ▶ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ
www.ftpi.or.th 0-2619-5500
- ▶ สถาบันส่งเสริมเทคโนโลยี (สสท)
www.tpif.or.th 0-2717-3000
- ▶ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
www.smethai.net 0-2202-4414
- ▶ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน
www.dsd.go.th 0-2248-3393
- ▶ กรมพัฒนาชุมชน
www.cdd.moi.go.th 0-2222-6171
- ▶ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
www.agro.ku.ac.th 0-2218-5798

- ▶ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
www.thaitrade.com 0-2511-5066
- ▶ บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรม
www.ifct.co.th 0-2253-7111
- ▶ งานส่งเสริมอาชีพ-กทพ
www.bma.go.th 0-2613-7190
- ▶ สถาบันไทย-เยอรมัน
www.tgi.or.th 0-3821-5033
- ▶ กรมการค้าภายใน
www.dit.go.th 0-2222-2212
- ▶ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (สอท.)
www.fti.or.th 0-2229-4255
- ▶ หอการค้าไทย
www.tcc.or.th 0-2662-1860
- ▶ โครงการ 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์
www.thaitambon.com 0-2222-6171
- ▶ ระบบคลังข้อมูลสินค้าชุมชน
www.siamvillage.net 0-2564-6900
- ▶ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)
www.boi.go.th 0-2537-8111
- ▶ บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.)
www.sifc.co.th 0-2537-8111
- ▶ เอสเอ็มอี เซ็นเตอร์
www.ThaiSMEcenter.com 0-2251-0918

หน่วยงานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

- ▶ สถาบันพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ
www.nstda.or.th 0-2644-8150
- ▶ สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
www.tpa.or.th 0-2258-0320
- ▶ สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
www.tisi.go.th 0-2202-3300

- ▶ **สถาบันอาหาร**
www.nfi.or.th 0-2886-8088
- ▶ **สถาบันรับรองมาตรฐาน ไอเอสโอ (สรอ.)**
www.masci.or.th 0-2617-1727
- ▶ **สถาบันยานยนต์**
www.thaiauto.or.th 0-2324-0710
- ▶ **สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์**
www.thaieei.com 0-2280-7272
- ▶ **สถาบันอุตสาหกรรมสิ่งทอ**
www.thaitextile.org 0-2713-5492
- ▶ **สำนักงานอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทราย**
www.csb.in.th 0-2202-3068
- ▶ **กรมวิทยาศาสตร์บริการ**
www.dss.go.th 0-2246-0065
- ▶ **ศูนย์อนุรักษ์พลังงานแห่งประเทศไทย**
www.ecct-th.com 0-2642-7090
- ▶ **ศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ**
www.biotec.or.th 0-2642-5322
- ▶ **ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ**
www.mtec.or.th 0-2644-8052
- ▶ **ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ**
www.nectec.or.th 0-2644-8150
- ▶ **สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา**
www.fda.moph.go.th 0-2590-7000
- ▶ **กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์**
www.dmsc.mph.go.th 0-2589-0022
- ▶ **สถาบันมาตรฐานวิทยาแห่งชาติ**
www.nimt.or.th 0-2248-2181
- ▶ **กรมประมง**
www.fisheries.go.th 0-2562-0600
- ▶ **กรมโรงงานอุตสาหกรรม**
www.diw.go.th 0-2202-4014

ขอขอบคุณข้อมูลจาก www.ThaiSMEcenter.com

ภาคผนวก 2

บันทึกสรุป

หัวข้อทางธุรกิจ	ตัวอย่าง	ของท่าน
ชื่อธุรกิจ	Q-fresh	
ประเภทธุรกิจ	เครื่องดื่มสุขภาพที่ให้ความสดชื่น	
ลักษณะการดำเนินธุรกิจ	ปั่นน้ำผลไม้สดๆ ตามที่ลูกค้าต้องการ	
กลุ่มลูกค้า	ผู้หญิง 15-30 ปีทันสมัย ใส่ใจความงามและสุขภาพ	
สิ่งที่ลูกค้าต้องการ	สิ่งที่ทำให้เขาดูดีทั้งตัวตน และภาพลักษณ์	
สิ่งที่เราเสนอให้	วิตามิน-เส้นใยเพื่อสุขภาพ และความรู้สึกทันสมัย	
จุดแข็ง	(การเงิน, การตลาด, การผลิต, บุคลากร เป็นต้น) เช่น เป็นเจ้าเดียวในสยาม ทำเลดี	
จุดอ่อน	ราคาแพงกว่าเครื่องดื่มอื่นๆ	
โอกาส	คนห่วงใยสุขภาพกันมากขึ้น และยอมจ่ายเพื่อสุขภาพ	
อุปสรรค	กระแสของเครื่องดื่มอื่นๆ ที่อาจจะมาในอนาคต	
กลยุทธ์	ทำให้ลูกค้าที่มารู้สึกว่าตนเป็นคนทันสมัย โดย...สินค้าจะต้องสด และสะอาด พนักงานขายสะอาด หน้าตาดี รูปร่างดี	

คู่มือธุรกิจ เริ่มต้นที่นี่

- :: บริการ “ซื้อ - ขาย - ขยายธุรกิจ” คือบริการ Classify ฟรีบนอินเทอร์เน็ตที่เน้นเฉพาะเกี่ยวกับ “ธุรกิจ”
- :: บริการ “หน้าเหลือง SME” คือบริการลงประกาศธุรกิจของท่านฟรีลงรูปผลิตภัณฑ์ได้ หรือหากท่านเป็นผู้ซื้อก็หาธุรกิจต่างๆ ได้
- :: บริการ “ถาม - ตอบ” เป็นบริการให้ปรึกษาปัญหาโดยเรามีผู้รู้คอยตอบคำถาม หรือหากท่านมีลู่ทางธุรกิจดีๆ อยากแบ่งปันก็มาประกาศไว้ได้
- :: บริการ “หาคู่ธุรกิจ” เป็นบริการที่ให้ท่านเขียนความต้องการ และลักษณะของธุรกิจ หรือผลิตภัณฑ์ที่ท่านหาอยู่ แล้วเราจะเป็นผู้หาคู่ดีๆ ไปให้ท่านเลือก
- :: บริการ “แฟรนไชส์” เป็นศูนย์รวมแฟรนไชส์ทั้งหมดให้ท่านได้ดูและเลือก
- :: อื่นๆ อีกมากมายเพียง Click มาที่ **ThaiSMEcenter.com**



■ อาชีพที่คนอยากทำมากที่สุด

■ อาชีพของเศรษฐกิจในเมืองไทย

■ อาชีพที่เปลี่ยนจาก “เสียพันหมอนใบ” มาเป็น “เก้าอี้แก้ว”

เขาทำได้...คุณก็ทำได้

มาเริ่มต้นด้วยกันกับ

ธุรกิจส่วนตัว...คุณทำได้

ไม่มีคำว่า “แพะ” สำหรับ “ผู้แสวงหาชัยชนะ”

และไม่มีคำว่า “ชนะ” สำหรับ “ผู้ที่ไม่แสวงหา”

ธุรกิจขนาดใหญ่...เริ่มต้นจากธุรกิจขนาดเล็ก

สู่ทางธุรกิจ...เริ่มต้นที่นี่

ThaiSMEcenter.com

ISBN 974-9105-61-3



9 789749 105610

ราคา 120 บาท