



หนังสือเรียน รายวิชาพื้นฐาน การงานอาชีพ

งานธุรกิจ ม. 4-6

ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6

กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพ

ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551

ผู้เรียบเรียง

อรุณี ลิ้มศิริ กศ.บ., กศ.ม.

ผศ. ดร.สุภาวดี ช่างโซติ ค.บ., ศศ.ม., DDOT. (การจัดการ)

ผู้ตรวจ

ดร.พรกมล นุ่มหอม บธ.บ., กศ.ม., กศ.ด.

ดร.มณฑาญจน์ ทองใย กศ.บ., กศ.ม., กศ.ด.

จิรวรรณ วุฒิสวัสดิ์ บช.บ., พณ.บ.

บรรณาธิการ

สุระ ดามาพงษ์ กศ.บ., กศ.ม.

สกุณา หนูแก้ว วท.บ.

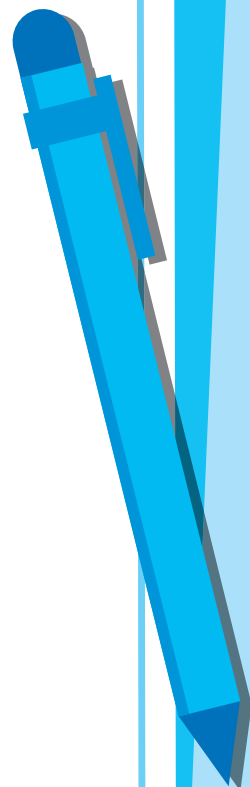
ผลิตและจัดจำหน่ายโดย บริษัท สำนักพิมพ์วัฒนาพานิช จำกัด

วัฒนาพานิช  **สำราญราษฎร์**

216-220 ถนนบำรุงเมือง แขวงสำราญราษฎร์ เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200

โทร. 02 222 9394 • 02 222 5371-2 FAX 02 225 6556 • 02 225 6557

email: info@wpp.co.th



หนังสือเรียน รายวิชาพื้นฐาน การงานอาชีพ

งานธุรกิจ ม. 4-6

ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6

กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพ

ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551



สงวนลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย

ห้ามละเมิด ทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่

ส่วนหนึ่งส่วนใด เว้นแต่จะได้รับอนุญาต

ผู้เรียบเรียง

อรุณี ลิ้มศิริ

ผศ. ดร.สุภาวดี ช่างโชติ

ผู้ตรวจ

ดร.พรกมล นุ่มหอม

ดร.มณฑาญจน์ ทองใย

จิรวรรณ วุฒิสวัสดิ์

บรรณาธิการ

สุระ ดามาพงษ์

สกุณา หนูแก้ว

ISBN 978-974-18-7770-6

พิมพ์ที่ บริษัท โรงพิมพ์วัฒนาพานิช จำกัด นายเรียงชัย จงพิพัฒน์สุข กรรมการผู้จัดการ



หนังสือเรียน รายวิชาพื้นฐาน การงานอาชีพ งานธุรกิจ ม. 4-6 เล่มนี้จัดทำขึ้นตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 สำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 โดยมีเป้าหมายให้นักเรียนและครูใช้เป็นสื่อการเรียนรู้เพื่อพัฒนานักเรียนให้มีคุณภาพตามมาตรฐานการเรียนรู้ ตัวชี้วัด และสาระการเรียนรู้แกนกลางที่กำหนดไว้ในหลักสูตร โดยมุ่งเน้นพัฒนานักเรียนให้มีสมรรถนะสำคัญด้านการคิดขั้นสูง การสื่อสาร การแก้ปัญหา การใช้ทักษะชีวิต และการใช้เทคโนโลยี ซึ่งนำไปสู่เป้าหมายการมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์และทำประโยชน์ให้สังคม เพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมไทยและสังคมโลกในศตวรรษที่ 21 ได้อย่างมีความสุข

การจัดทำ**หนังสือเรียน รายวิชาพื้นฐาน การงานอาชีพ งานธุรกิจ ม. 4-6** คณะผู้จัดทำได้ศึกษาหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ทั้งด้านวิสัยทัศน์ หลักการ จุดหมาย สมรรถนะสำคัญของผู้เรียน คุณลักษณะอันพึงประสงค์ สาระและมาตรฐานการเรียนรู้ ตัวชี้วัด สาระการเรียนรู้แกนกลาง แนวทางการจัดการเรียนรู้ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงแนวคิดการจัดการเรียนรู้บนฐานสมรรถนะ (Competency-Based Instruction) แล้วจึงนำองค์ความรู้ที่ได้มาออกแบบหน่วยการเรียนรู้ โดยแต่ละหน่วยการเรียนรู้ประกอบด้วยตัวชี้วัดช่วงชั้น สาระการเรียนรู้ ลองคิด ลองตอบ (คำถามนำสู่การเรียนรู้) ที่เชื่อมโยงกับเนื้อหาแต่ละเรื่อง สาระนำรู้ คำศัพท์สำคัญ แหล่งสืบค้นข้อมูล กิจกรรมเรียนรู้...สู่ปฏิบัติ ฟังมโนทัศน์สรุปเนื้อหา กิจกรรมสร้างเสริมสมรรถนะ และคำถามทบทวน นอกจากนี้ท้ายเล่มยังมีบรรณานุกรมและอภิธานศัพท์ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้จะช่วยส่งเสริมให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้อย่างครบถ้วน ทั้งนี้การออกแบบกิจกรรมในหนังสือเรียนเล่มนี้ยึดแนวคิดการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยคำนึงถึงศักยภาพของนักเรียน มุ่งส่งเสริมการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) เน้นการเรียนรู้แบบองค์รวมบนพื้นฐานของการลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง มุ่งพัฒนาการคิด และพัฒนาการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับพัฒนาการทางสมอง ร่างกาย อารมณ์ และสังคมของนักเรียน อันจะช่วยให้เกิดการเรียนรู้นำไปสู่สมรรถนะที่สามารถประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

หวังเป็นอย่างยิ่งว่า **หนังสือเรียน รายวิชาพื้นฐาน การงานอาชีพ งานธุรกิจ ม. 4-6** เล่มนี้จะช่วยสนับสนุนให้นักเรียนได้พัฒนาทักษะพื้นฐานในการทำงาน ทักษะการคิด และทักษะการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำรงชีวิตและการอาชีพบรรลุตามจุดหมายของหลักสูตร

หนังสือเรียน รายวิชาพื้นฐาน การงานอาชีพ งานธุรกิจ ม. 4-6 เล่มนี้ ได้ออกแบบหน่วยการเรียนรู้ให้แต่ละหน่วยการเรียนรู้มีองค์ประกอบดังนี้

องค์ประกอบที่สำคัญของหน่วยการเรียนรู้



ตัวชี้วัดช่วงชั้น

(Key Stage Indicator)

เป็นเป้าหมายในการพัฒนา
นักเรียนให้ได้รับความรู้และ
ปฏิบัติได้ตามมาตรฐานการ
เรียนรู้และตัวชี้วัดช่วงชั้น



สาระการเรียนรู้

(Learning Strand)

นำเสนอขอบข่ายเนื้อหาที่
นักเรียนจะได้เรียนในหน่วย
การเรียนรู้



ลองคิด ลองตอบ

(Think & Reply)

เป็นคำถามเพื่อกระตุ้น
ความคิดและความสนใจของ
นักเรียน



เนื้อหา (Content)

นำเสนอเนื้อหาที่ตรงตาม
สาระการเรียนรู้แกนกลางโดย
สื่อสารด้วยรูปภาพ (Info-
graphic) เพื่อให้เกิดความคิด
รวบยอดและสมรรถนะ



คำศัพท์สำคัญ

(Keyword)

เป็นคำหลักในเนื้อหา
พิมพ์ตัวอักษรสีฟ้าต่างจาก
ข้อความเพื่อให้ นักเรียนสนใจ
ที่จะศึกษาแบบเจาะลึก



สาระน่ารู้ (Tip)

นำเสนอเกร็ดความรู้เรื่อง
ต่าง ๆ เพื่อเสริมให้นักเรียน
มีความรู้เพิ่มพูนกว้างขวางขึ้น



กิจกรรมเรียนรู้...สู่ปฏิบัติ

(Competency Activities)

กำหนดไว้เมื่อจบเนื้อหา
แต่ละหัวข้อ เพื่อสนับสนุนให้
ประยุกต์ความรู้ ความคิด และ
การปฏิบัติด้วยตนเอง



บทสรุป (Summary)

จัดทำเป็นผังมโนทัศน์
(Concept Map) เพื่อให้
นักเรียนใช้ทบทวนเนื้อหา
ที่เรียนไปแล้ว



กิจกรรมสร้างเสริมสมรรถนะ

(Competency Improve Activities)

โดยบูรณาการทักษะที่รวม
หลักการและความคิดรวบยอด
ในเรื่องต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการ
ปฏิบัติกิจกรรม เช่น โครงการ



คำถามทบทวน

(Review Questions)

โดยตั้งคำถามแบบสะท้อนคิด
(R-C-A) จัดเรียงตามลำดับ
เนื้อหา เพื่อให้ นักเรียนได้สะท้อน
ความคิดจากเรื่องที่เรียน



บรรณานุกรม

(References)

โดยนำเสนอรายชื่อหนังสือ
เอกสาร หรือเว็บไซต์ที่ใช้
ค้นคว้า อ้างอิงประกอบการ
เรียบเรียงเนื้อหา



อภิธานศัพท์

(Glossary)

โดยนำคำศัพท์สำคัญใน
เนื้อหา มาจัดเรียงตามลำดับ
อักษรและอธิบายความหมาย
ที่เชื่อมโยงอย่างละเอียด



หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 การประกอบธุรกิจ 1

- สารการเรียนรู้ 2
- องค์การธุรกิจ 3
- วงจรชีวิตธุรกิจ 11
- การประกอบธุรกิจระบบแฟรนไชส์ 13
- การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
หรือ SMEs 15
- ผังมโนทัศน์สรุปเนื้อหาหน่วยการเรียนรู้ที่ 1 .. 21
- กิจกรรมสร้างเสริมสมรรถนะ 22
- คำถามทบทวน 22

หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 แผนธุรกิจ 23



- สารการเรียนรู้ 24
- ความหมายและความสำคัญของแผนธุรกิจ ... 25
- การเขียนแผนธุรกิจ 27
- การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของแผนธุรกิจ ... 38
- ผังมโนทัศน์สรุปเนื้อหาหน่วยการเรียนรู้ที่ 2 .. 41
- กิจกรรมสร้างเสริมสมรรถนะ 42
- คำถามทบทวน 42

หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 การจัดการการเงิน 43



- สารการเรียนรู้ 44
- ทุน 45
- งบประมาณ 48
- การทำบัญชี 56
- ผังมโนทัศน์สรุปเนื้อหาหน่วยการเรียนรู้ที่ 3 .. 62
- กิจกรรมสร้างเสริมสมรรถนะ 63
- คำถามทบทวน 63



หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 การจัดการการผลิต 64

- **สาระการเรียนรู้** 65
- กระบวนการผลิตหรือการบริการ 66
- การวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตหรือการบริการ ... 69
- การกำหนดเป้าหมายการผลิตหรือการบริการ .. 71
- การกำหนดแผนกิจกรรมการผลิต
หรือการบริการ 73
- การเลือกใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี
ในการผลิตหรือการบริการ 75
- ผังมโนทัศน์สรุปเนื้อหาหน่วยการเรียนรู้ที่ 4 .. 77
- **กิจกรรมสร้างเสริมสมรรถนะ** 78
- **คำถามทบทวน** 78

หน่วยการเรียนรู้ที่ 5 การจัดการการตลาด 79



- **สาระการเรียนรู้** 80
- การกำหนดทิศทางการตลาด 81
- การกำหนดเป้าหมายการตลาด 84
- การกำหนดกลยุทธ์สู่เป้าหมาย 87
- กิจกรรมและแผนการจัดการการตลาด 92
- ผังมโนทัศน์สรุปเนื้อหาหน่วยการเรียนรู้ที่ 5 .. 95
- **กิจกรรมสร้างเสริมสมรรถนะ** 96
- **คำถามทบทวน** 96

หน่วยการเรียนรู้ที่ 6 การเป็นผู้ประกอบการ..... 97



- **สาระการเรียนรู้** 98
- คุณสมบัติของผู้ประกอบการ..... 99
- การตัดสินใจทางธุรกิจ..... 107
- จริยธรรมทางธุรกิจ..... 109
- กฎหมายธุรกิจ 114
- ผังมโนทัศน์สรุปเนื้อหาหน่วยการเรียนรู้ที่ 6 ... 117
- **กิจกรรมสร้างเสริมสมรรถนะ** 118
- **คำถามทบทวน** 118

บรรณานุกรม..... 119

อภิธานศัพท์ 120

หน่วยการเรียนรู้ที่

1

การประกอบธุรกิจ

- 1 องค์การธุรกิจ
- 2 วงจรชีวิตธุรกิจ
- 3 การประกอบธุรกิจระบบ
แฟรนไชส์
- 4 การประกอบธุรกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อมหรือ SMEs



ตัวชี้วัดช่วงชั้น

1. อธิบายวิธีการทำงานเพื่อการดำรงชีวิต (ง 1.1 ม. 4-6/1)
2. มีทักษะการจัดการในการทำงาน (ง 1.1 ม. 4-6/3)
3. มีทักษะในการแสวงหาความรู้เพื่อการดำรงชีวิต (ง 1.1 ม. 4-6/5)
4. ใช้พลังงาน ทรัพยากรในการทำงานอย่างคุ้มค่าและยั่งยืนเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (ง 1.1 ม. 4-6/7)
5. อภิปรายแนวทางเข้าสู่อาชีพที่สนใจ (ง 2.1 ม. 4-6/1)

สาระการเรียนรู้

1

องค์กรธุรกิจ

องค์กรธุรกิจเป็นวิสาหกิจที่จัดตั้งขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมายตามประเภทและรูปแบบของธุรกิจ ได้แก่ กิจการเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน บริษัทจำกัด สหกรณ์ และรัฐวิสาหกิจ

2

วงจรชีวิตธุรกิจ

วงจรชีวิตธุรกิจเป็นลำดับการเจริญเติบโตของธุรกิจ ซึ่งเริ่มตั้งแต่ระยะเริ่มต้น ระยะสร้างตัว ระยะทรงตัว และระยะตกต่ำหรือสูงขึ้น

3

การประกอบธุรกิจระบบแฟรนไชส์

การประกอบธุรกิจระบบแฟรนไชส์เป็นกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้มีความเข้มแข็ง ความมั่นคง มีรายได้ มีการออม และมีทุนในการขยายกิจการ

4

การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs

การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของไทย ซึ่งผู้เริ่มประกอบธุรกิจควรศึกษาข้อดี ข้อเสีย และแนวทางในการประกอบธุรกิจให้เข้าใจ



ลองคิด ลองตอบ

เมื่อเห็นคำว่า “ธุรกิจ” นักเรียนนึกถึงอะไรบ้าง

องค์กรธุรกิจ

องค์กรธุรกิจ (Business Organization) หมายถึง บุคคลหรือคณะบุคคลที่ร่วมกันประกอบกิจการเพื่อมุ่งการค้าหากำไร ซึ่งปัจจุบันมีอยู่หลายลักษณะ เพื่อให้เกิดความสะดวกต่อผู้ประกอบการในการปฏิบัติตามกฎหมายหรือกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ

ประเภทของธุรกิจ



ธุรกิจการผลิต

เป็นธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตที่ดำเนินการแปรรูปวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตเป็นสินค้าชนิดต่าง ๆ ซึ่งมีทั้งอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่ใช้เครื่องจักรหรือเทคโนโลยีในการผลิต อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมที่นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผลิตสินค้า หรือใช้แรงงานในครัวเรือน

ธุรกิจการพาณิชย์

เป็นธุรกิจเกี่ยวกับการจำหน่ายที่ดำเนินการกระจายสินค้าจากแหล่งผลิตไปยังผู้บริโภคอย่างทั่วถึง ซึ่งมีลักษณะเป็นการค้าส่งและการค้าปลีก เช่น ร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า

ธุรกิจการบริการ

เป็นธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยว การโรงแรม การรักษาพยาบาล การซ่อมแซมเครื่องใช้ไฟฟ้า

จุดมุ่งหมายขององค์กรธุรกิจ

จำแนกตามลักษณะขององค์กรธุรกิจ ดังนี้

1. รัฐวิสาหกิจ (State Enterprise) เป็นองค์กรธุรกิจที่รัฐหรือหน่วยงานที่รัฐบาลเป็นเจ้าของ รวมทั้งบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ส่วนราชการถือหุ้นเกินกว่าร้อยละ 50 และมีระบบการบริหารงานแบบกึ่งราชการและธุรกิจ ซึ่งมีจุดมุ่งหมายดังนี้



2. วิสาหกิจเอกชน (Non-State Enterprise) เป็นองค์กรธุรกิจที่มีความอิสระและมีความสามารถในการบริหารจัดการ ซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการประกอบธุรกิจดังนี้

กำไร (Profit) เป็นผลตอบแทนจากการลงทุนด้วยสินทรัพย์ แรงกาย ความรู้ ความสามารถ และเป็นสิ่งจูงใจในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ

ความอยู่รอด (Survival) เป็นการหาหน้ที่ผลิตสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภค โดยมุ่งให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้



ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) เป็นการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับความรับผิดชอบต่อส่วนรวม คือ มีความซื่อสัตย์และยุติธรรมต่อผู้บริโภค ปฏิบัติตามกฎหมายและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ความเจริญเติบโต (Growth) เป็นการดำเนินธุรกิจให้มีความเจริญเติบโต โดยขยายขนาดของกิจการ มียอดการผลิตหรือยอดขายเพิ่มขึ้น ตลอดจนมีสินทรัพย์เพิ่มขึ้น

รูปแบบของธุรกิจ

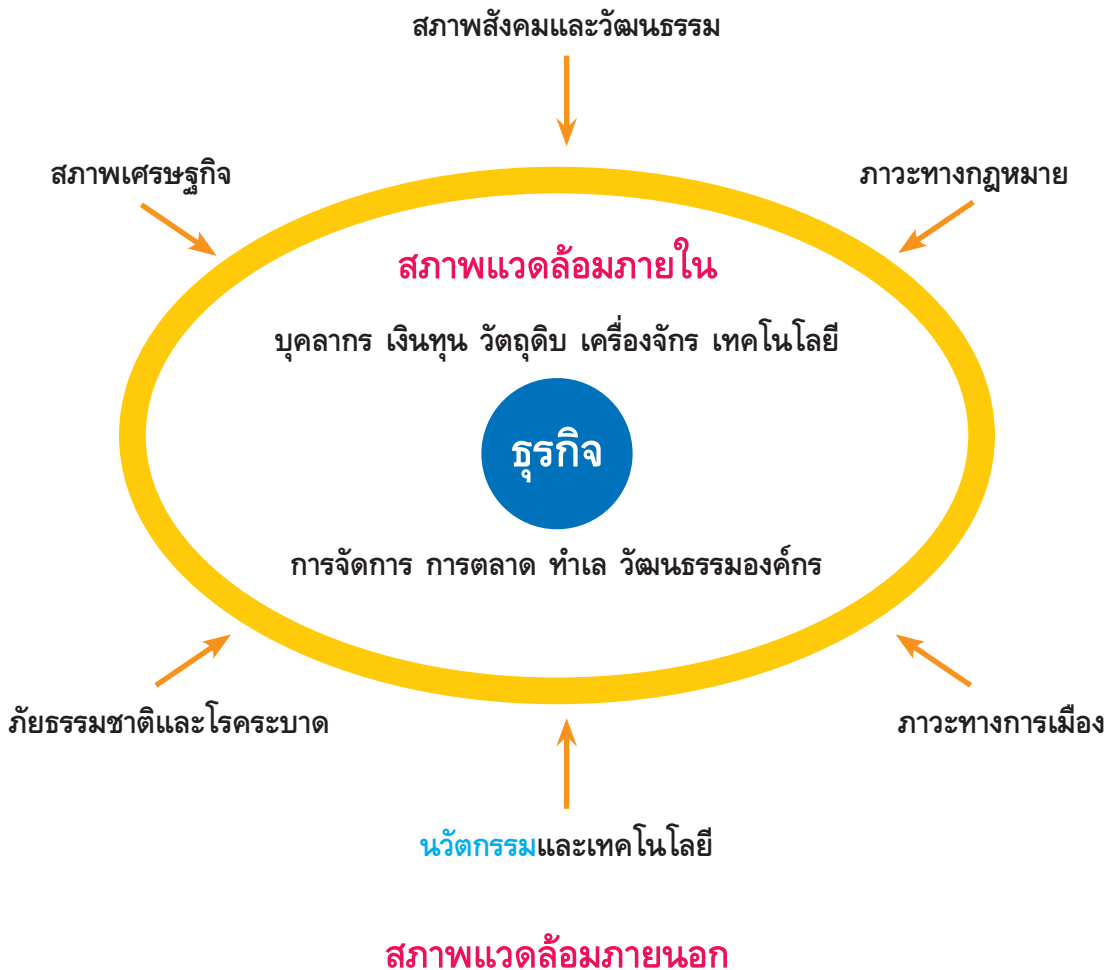


สาระน่ารู้

พระราชบัญญัติ บริษัทมหาชนจำกัด (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2544 เป็นพระราชบัญญัติที่ใช้ในปัจจุบัน ซึ่งมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับภาวะทางเศรษฐกิจและสร้างแรงจูงใจให้นักลงทุน

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

การประกอบธุรกิจทุกประเภทมักได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โดยผลกระทบจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมที่ธุรกิจนั้นตั้งอยู่ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) และสภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment)



สาระน่ารู้

เขตการค้าเสรี (Free Trade Area) หมายถึง การรวมกลุ่มเศรษฐกิจ โดยมีเป้าหมายเพื่อลดภาษีศุลกากรระหว่างกลุ่มประเทศที่เข้าข้อตกลงให้เสียภาษีน้อยที่สุดหรือเป็น 0% และใช้อัตราภาษีปกติที่สูงกว่ากับประเทศนอกกลุ่ม ซึ่งจัดเป็นสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น เขตการค้าเสรีอาเซียนหรือ AFTA ซึ่งมีประเทศสมาชิกทั้งหมด 10 ประเทศ ได้แก่ ไทย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ บรูไนดารุสซาลาม อินโดนีเซีย สิงคโปร์ ลาว กัมพูชา เวียดนาม และเมียนมา

สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) เป็นสภาพแวดล้อมของกิจการ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถควบคุมได้ตามความต้องการ ได้แก่

1



บุคลากร เป็นผู้สร้างคุณภาพของสินค้าหรือการบริการให้แก่กิจการ ถ้าคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเข้ามาร่วมงานก็จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพ กิจการมีกำไร และสามารถอยู่รอดได้

2



เงินทุน เป็นสิ่งที่ทำให้การดำเนินกิจการเกิดความคล่องตัว ผู้ประกอบการควรเป็นผู้ที่มีความสามารถในการจัดหาแหล่งเงินทุนและการบริหารเงินทุน เพื่อให้กิจการประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย

3



วัตถุดิบ เป็นสิ่งที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือการบริการ ซึ่งควรเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพดี มีปริมาณเพียงพอต่อการผลิต และสามารถลดต้นทุนการผลิตเพื่อให้จำหน่ายสินค้าหรือการบริการได้ในราคาถูก

4



เครื่องจักร เป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มผลผลิตและลดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ซึ่งควรเลือกเครื่องจักรที่ช่วยผลิตสินค้าได้ปริมาณมาก รวดเร็ว มีมาตรฐาน และผลิตได้ต่อเนื่องตรงตามเป้าหมาย

การจัดการ เป็นวิธีการหรือรูปแบบในการนำทรัพยากรทั้งหมดขององค์กรมาจัดการ เพื่อให้การผลิตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนในการผลิตและใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด



5

การตลาด เป็นการดำเนินการเพื่อที่จะนำสินค้าหรือการบริการจากผู้ผลิตไปสู่ลูกค้าหรือผู้บริโภค โดยสร้างความพึงพอใจและตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าหรือการบริการ ส่งผลให้ธุรกิจมีกำไรและสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้



6

ทำเล เป็นสถานที่ในการดำเนินธุรกิจ ควรเลือกทำเลให้มีความเหมาะสมกับธุรกิจของตนเอง เพื่อให้เกิด**สภาพคล่อง** เช่น ธุรกิจประเภทการผลิตควรเลือกบริเวณที่มีพื้นที่กว้างขวาง อยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบเพื่อลดต้นทุนในการขนส่งวัตถุดิบเข้าสู่โรงงาน



7

วัฒนธรรมองค์กร เป็น**ค่านิยม** ความคิด ความเชื่อ ทักษะคติ และความคาดหวังขององค์กร ที่ต้องการให้เกิดขึ้นและเป็นแนวทางในการกำหนดพฤติกรรมของบุคลากรในองค์กร



8

สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) เป็นสภาพแวดล้อมที่ผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องไม่สามารถเข้าไปควบคุมหรือจัดการได้ เนื่องจากนโยบายของรัฐหรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศ ซึ่งได้แก่

1



สภาพเศรษฐกิจ เป็นสภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการต้องคาดคะเนภาวะเศรษฐกิจไว้ล่วงหน้า เพื่อจะได้วางแผนปรับปรุงธุรกิจของตนเองให้เจริญรุ่งเรืองหรือประสบกับความสูญเสียน้อยที่สุด

2



สภาพสังคมและวัฒนธรรม เป็นตัวกำหนดความเหมาะสมในการประกอบธุรกิจเพื่อผลิตสินค้าหรือการบริการออกมาจำหน่าย เช่น วันขึ้นปีใหม่ สินค้าที่ยอดจำหน่ายมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ได้แก่ กระเช้าของขวัญ

3



ภาวะทางกฎหมาย เป็นกฎหมายที่ตราขึ้นเพื่อให้การดำเนินธุรกิจต่าง ๆ เป็นไปด้วยความยุติธรรม เช่น กฎหมายป้องกันการผูกขาด กฎหมายแรงงาน

4



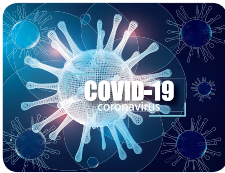
ภาวะทางการเมือง หากประเทศเกิดเหตุการณ์ที่ไม่สงบ เช่น เกิดสงคราม การปฏิวัติ การเปลี่ยนแปลงระบอบการปกครอง รัฐบาลขาดเสถียรภาพในการบริหารประเทศ จะส่งผลต่อการลงทุน ทำให้ธุรกิจประสบภาวะขาดทุนหรือไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้

5



นวัตกรรมและเทคโนโลยี เป็นสิ่งที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจ ทั้งในกระบวนการผลิตและการตลาด เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งควรนำมาใช้ให้ถูกต้องและเหมาะสม เช่น การนำระบบการติดต่อสื่อสารมาใช้สร้างเครือข่ายข้อมูลข่าวสารเชื่อมโยงถึงกัน เพื่อประโยชน์ในการซื้อขายสินค้าหรือการบริการ

6



ภัยธรรมชาติและโรคระบาด เป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจ เช่น การเกิดอุทกภัย การเกิดโรคระบาดจากเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ซึ่งทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ประสบภาวะขาดทุนหรือปิดกิจการ



กิจกรรมเรียนรู้...สู่ปฏิบัติ

นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4-5 คน ร่วมกันวิเคราะห์ข่าวหรือบทความเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แล้วนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน

วงจรชีวิตธุรกิจ

ธุรกิจแต่ละประเภทจะมีตำแหน่งการเจริญเติบโตและการพัฒนาตามวงจรชีวิตธุรกิจ ซึ่งคล้ายกับวงจรชีวิตของระบบเศรษฐกิจหรือวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ การที่ผู้ประกอบการได้เรียนรู้และเข้าใจวงจรชีวิตธุรกิจจะช่วยให้สามารถตัดสินใจแก้ไขสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ

ธุรกิจระยะต่าง ๆ



การขยายวงจรชีวิตธุรกิจ

1

การขยายสู่ส่วนตลาดใหม่ (Selling to New Segments)

ในการแนะนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดจะมีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไว้ เมื่อตลาดส่วนนี้ถึงจุดอิ่มตัวอาจขยายไปสู่ตลาดส่วนอื่น แต่ต้องระวังไม่ให้เสียตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ เช่น ครีมนิยมนวดสำหรับกลุ่มลูกค้าผู้ชายที่มีการศึกษาสูง ขยายไปสู่กลุ่มลูกค้าทั่วไป ทำให้ผลิตภัณฑ์ยังคงอยู่ในตลาดได้อีกนาน



2

การกระตุ้นความถี่ในการใช้ (Stimulating More Frequent Use)

ผลิตภัณฑ์หลายชนิดอาจกระตุ้นให้ผู้บริโภคใช้มากกว่าความจำเป็น เช่น การใช้โทรศัพท์มือถือ บริษัทที่ให้บริการอาจส่งเสริมการขายโดยกระตุ้นให้ผู้ที่ใช้โทรศัพท์บ่อยขึ้น เช่น ลดราคาค่าโทรในช่วงเวลาต่าง ๆ ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น



3

การสนับสนุนให้มีโอกาสใช้มากขึ้น (Encourage More Use Per Occasion)

เช่น การใช้โทรศัพท์มือถือที่คิดค่าโทรสำหรับหมายเลขพิเศษถูกกว่าปกติ เมื่อบริษัทใช้วิธีการกระตุ้นลักษณะนี้ทำให้ผู้ใช้โทรศัพท์โทรนานขึ้นจึงเกิดรายได้เพิ่มขึ้นด้วย



4

การส่งเสริมให้ใช้ได้หลากหลาย (Promoting More Varied Use)

เช่น คอมพิวเตอร์ในอดีตเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการคำนวณและจัดระบบเอกสาร ปัจจุบันสามารถใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต เครื่องเล่นเพลง ดูหนัง ถ่ายภาพ หรือตัดต่อภาพยนตร์



กิจกรรมเรียนรู้...สู่ปฏิบัติ

นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4-5 คน สัมภาษณ์ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับวงจรชีวิตธุรกิจ แล้วจัดทำรายงาน

การประกอบธุรกิจระบบแฟรนไชส์

ธุรกิจระบบแฟรนไชส์ (Franchise) เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพมาก โดยขยายธุรกิจในรูปแบบที่ตนประสบความสำเร็จร่วมกับบุคคลอื่นที่ต้องการเป็นเจ้าของธุรกิจ ซึ่งสามารถเป็นได้ตามกำลังเงินทุนที่มีอยู่ และได้รับความสำเร็จในการดำเนินงานได้ง่ายกว่าการเป็นเจ้าของธุรกิจอิสระ



รูปแบบของธุรกิจระบบแฟรนไชส์

1



การใช้แฟรนไชส์ผลิตภัณฑ์
และเครื่องหมายการค้า
เป็นธุรกิจที่มีผลิตภัณฑ์ลักษณะ
พิเศษหรือมีชื่อเสียงในตัว
ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เช่น ธุรกิจ
น้ำมัน ธุรกิจกาแฟ

2



การใช้แฟรนไชส์แบบการค้า
เป็นธุรกิจที่เจ้าของลิขสิทธิ์ได้
พัฒนาระบบจนมีชื่อเสียงเป็นที่
รู้จักอย่างกว้างขวาง ผู้ซื้อจะได้
สิทธิ์การใช้ชื่อของร้านค้าและ
ระบบการจัดการของธุรกิจ เช่น
ร้านอาหาร

3



การใช้แฟรนไชส์แบบร่วมทุน
เป็นธุรกิจที่ให้สิทธิ์การเข้ามา
ร่วมลงทุนในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่ง
ผู้ที่มีทุนน้อยก็เริ่มธุรกิจได้ โดย
ต้องแบ่งผลกำไรให้กับบริษัท
ผู้ให้สิทธิ์ในฐานะหุ้นส่วน เช่น
ธุรกิจโรงแรม

การลงทุนในธุรกิจระบบแฟรนไชส์ จะต้องเสียค่าสิทธิ์ในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ ดังนี้



1 **ค่าลิขสิทธิ์ (Franchise Fee)** หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้ซื้อสัมปทาน
จะต้องจ่ายในวันที่ลงนามในสัญญา ซึ่งเป็นการจ่ายเพียงครั้งเดียว

2 **ค่าธรรมเนียม (Royalty Fee)** เป็นค่าเปอร์เซ็นต์จากยอดขายและ
ยอดสั่งซื้อสินค้าซึ่งจะต้องจ่ายอย่างต่อเนื่อง

3 **ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าตอบแทนการผลิต (Franchise Package Fee)**
เป็นค่าใช้จ่ายด้านเทคนิคจากผู้ให้สัมปทาน เช่น ค่าอบรมพนักงาน

ข้อดีและข้อเสียของธุรกิจระบบแฟรนไชส์

ข้อดี	ข้อเสีย
1. ลดความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ เพราะผลิตภัณฑ์หรือการบริการเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค	1. ต้องเสียค่าธรรมเนียมให้แก่บริษัทผู้ขายแฟรนไชส์ในอัตราที่ค่อนข้างสูง
2. ได้รับคำแนะนำและการให้ความช่วยเหลือรวมไปถึงการจัดอบรมพนักงานอย่างมีระบบ	2. ต้องบริหารและดำเนินงานตามนโยบายของบริษัทผู้ขายแฟรนไชส์
3. สามารถประกอบธุรกิจได้ง่าย	3. ถูกจำกัดเขตพื้นที่ในการทำการค้าหรือการให้บริการ และไม่สามารถนำสินค้าจากที่อื่นมาขายได้
4. บริษัทผู้ขายแฟรนไชส์จะให้การช่วยเหลือในด้านการจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อทำการค้า	4. เงื่อนไขและข้อจำกัดอาจถูกเอาเปรียบ
5. สินค้าหรือการบริการมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของลูกค้าหรือผู้บริโภค ทำให้จำหน่ายได้ง่าย	5. ผู้ซื้อแฟรนไชส์จะต้องปฏิบัติตามสัญญาของบริษัทผู้ขายแฟรนไชส์
6. สะดวกและง่ายแก่การจัดหาวัตถุดิบ	6. ขาดอิสระในการบริหารกิจการ

ธุรกิจที่เหมาะสมจะซื้อแฟรนไชส์ ควรมีลักษณะดังนี้

ธุรกิจที่ต้องอาศัยเครือข่ายเพื่อให้
ต้นทุนถูกกว่า เช่น ร้านแว่นตา



1

ธุรกิจที่ต้องใช้ความรู้เฉพาะด้าน
ในการเริ่มต้น เช่น ธุรกิจความงาม



2



3

ธุรกิจที่ต้องอาศัยชื่อเสียง
เช่น ร้านไอศกรีม



กิจกรรมเรียนรู้...สู่ปฏิบัติ

นักเรียนจับคู่กับเพื่อน สวมชุดตนเองเป็นเจ้าของธุรกิจ และเสนอแนะแนวทางในการประกอบธุรกิจระบบแฟรนไชส์ แล้วนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน

การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs (Small and Medium-sized Enterprises)

หมายถึง กิจกรรมอุตสาหกรรมการผลิต (Manufacturing) กิจกรรมค้าส่งและค้าปลีก (Wholesale and Retail) และกิจกรรมบริการ (Service) ซึ่งแบ่งประเภทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยพิจารณาจากจำนวนการจ้างงาน มูลค่าสินทรัพย์ถาวร หรือทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วตามเกณฑ์ที่กฎกระทรวงกำหนดไว้ ดังนี้

ประเภท	ลักษณะของธุรกิจขนาดย่อม		ลักษณะของธุรกิจขนาดกลาง	
	จำนวนการจ้างงาน (คน)	สินทรัพย์ถาวรหรือทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)	จำนวนการจ้างงาน (คน)	สินทรัพย์ถาวรหรือทุนจดทะเบียน (ล้านบาท)
1. ธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิต	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50	51-200	เกินกว่า 50-200
2. ธุรกิจการค้าปลีก	ไม่เกิน 25	ไม่เกิน 50	26-50	เกินกว่า 50-100
– ค้าส่ง	ไม่เกิน 15	ไม่เกิน 30	16-30	เกินกว่า 30-60
3. ธุรกิจบริการ	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50	51-200	เกินกว่า 50-200

ที่มา: กฎกระทรวง กำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545



ความสำคัญของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs ในระบบเศรษฐกิจไทย



เป็นธุรกิจที่สนับสนุนอุตสาหกรรมขนาดใหญ่

โดยธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs เป็นผู้ผลิตวัตถุดิบ ผู้จัดจำหน่ายและผู้บริการ เช่น SMEs ผลิตชิ้นส่วนของรถยนต์ แล้วจำหน่ายให้กับโรงงานอุตสาหกรรมเพื่อนำไปประกอบเป็นรถยนต์ เมื่อประกอบเสร็จ SMEs ประเภทจัดจำหน่ายก็จะรับไปจำหน่ายในที่ต่าง ๆ อีกทอดหนึ่ง



ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม

โดยธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs จะดำเนินกิจการเกี่ยวกับการนำผลผลิตทางการเกษตรมาแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น อาหารกระป๋อง ผลิตภัณฑ์จากยางพารา ซึ่งสินค้าเหล่านี้ส่วนใหญ่ส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศเพื่อนำรายได้เข้าสู่ประเทศ

1

2

3

4

5



เป็นแหล่งสร้างงาน

โดยธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs สามารถรองรับแรงงานใหม่ที่เพิ่งจบการศึกษาและแรงงานที่ถูกเลิกจ้างจากกิจการขนาดใหญ่ รวมถึงป้องกันการอพยพของแรงงานจากชนบทสู่กรุงเทพฯ ซึ่งช่วยกระจายการกระจุกตัวของแรงงานในกรุงเทพฯ และปริมณฑลไปสู่ชนบทอย่างยั่งยืนต่อไป



เป็นจุดเริ่มต้นในการลงทุน

โดยธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs เป็นธุรกิจที่ใช้เงินทุนน้อย ผู้ประกอบการสามารถจัดตั้งขึ้นโดยใช้เงินทุนของตนเองหรือสถาบันการเงิน แล้วดำเนินธุรกิจในลักษณะทดลองและทดสอบแนวความคิดใหม่ ๆ ถ้าสินค้าหรือการบริการตรงกับความต้องการของตลาดก็สามารถขยายกิจการได้



เป็นแหล่งพัฒนาทักษะฝีมือและการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ ๆ

โดยธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs เป็นกิจการที่จัดตั้งขึ้นแบบอิสระ ตามความถนัดและความชอบของผู้ประกอบการ ทำให้เกิดการประดิษฐ์หรือคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ง่ายกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ เช่น ผลิตภัณฑ์พลาสติกในอุตสาหกรรมพลาสติกไทย

ข้อดีและข้อเสียของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs

ข้อดี	ข้อเสีย
1. ผู้ประกอบการสามารถทำในสิ่งที่ตนเองชอบ มีความถนัด และมีวิถีชีวิตตามที่ตนเองต้องการ	1. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักจะขาดความรู้ด้านการตลาดจึงประสบปัญหาการขาดทุน
2. ใช้ปัจจัยในการดำเนินกิจการต่าง ๆ ไม่มาก และประสบความสำเร็จได้ง่าย	2. ผู้ประกอบการมักใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้และอาศัยบุคคลในครอบครัวเป็นหลัก จึงไม่สามารถบริหารงานที่เป็นระบบ
3. ผู้ประกอบการมีความเป็นอิสระและคล่องตัวในการบริหารกิจการ	3. มีคู่แข่งมาก ทำให้ธุรกิจไม่สามารถผลิตสินค้าผูกขาดได้เหมือนกับธุรกิจขนาดใหญ่
4. ถ้าการดำเนินกิจการประสบปัญหาหรือเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ โอกาสที่จะฟื้นตัวทำได้ง่ายกว่ากิจการขนาดใหญ่	4. ไม่สามารถรักษาแรงงานที่มีฝีมือและมีความชำนาญงานไว้ได้ เพราะแรงงานมักจะย้ายไปทำงานในธุรกิจขนาดใหญ่
5. การดำเนินธุรกิจมีความยืดหยุ่นสูง สอดคล้องกับยุคโลกาภิวัตน์ที่ต้องการการตอบสนองที่รวดเร็วและหลากหลาย	5. ผู้ประกอบการมักขาดเงินทุนหรือขยายกิจการได้ยาก เนื่องจากขาดความน่าเชื่อถือจากสถาบันการเงิน

SMEs



กิจกรรมเรียนรู้...สู่ปฏิบัติ

นักเรียนร่วมกันวิเคราะห์ความสำคัญของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs แล้วสรุปเป็นแผนที่ความคิด

แนวทางในการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs

ผู้ที่จะเริ่มต้นประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs ควรพิจารณาความพร้อมของตนเองในด้านต่าง ๆ ดังนี้



ด้านบุคลิกภาพส่วนบุคคล

1. มีสุขภาพดีทั้งร่างกายและจิตใจ
2. มีเป้าหมายชัดเจนในการดำเนินธุรกิจ
3. มีประสบการณ์เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ
4. มีความมั่นใจในตนเองและตัดสินใจได้เร็ว
5. มีความกล้าเสี่ยง

1

ด้านการเงิน

1. สามารถหาแหล่งเงินทุนหรือมีเงินทุนเป็นของตนเอง
2. คาดคะเนรายรับ รายจ่าย และกำไรได้ถูกต้อง
3. จัดเตรียมงบประมาณและดำเนินงานได้ตามที่กำหนด
4. บันทึกข้อมูลการใช้จ่ายและรายงานผลทางการเงินได้

2



ด้านการตลาด

1. สามารถใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย
2. ประเมินความต้องการของตลาดเป้าหมายได้
3. ระบุจุดอ่อนและจุดแข็งของคู่แข่งได้
4. ให้บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจ
5. แสวงหากลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ



3

ด้านการบริหารทั่วไป

1. กำหนดนโยบายของกิจการได้
2. วางแผนการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. มีความสามารถในการคัดเลือกบุคลากร
4. จูงใจบุคลากรให้ทำงานได้ตามเป้าหมาย

4



ตัวอย่างการประกอบธุรกิจร้านอาหาร



1

ลักษณะธุรกิจ

เป็นร้านขายอาหารตามสั่ง โดยจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ในลักษณะให้บริการที่ร้านและปรุงสำเร็จนำกลับไปรับประทานที่บ้าน

2

วิธีการจัดตั้งและเริ่มต้นธุรกิจ

เลือกรูปแบบองค์กรธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วนสามัญ ประเภทจดทะเบียน โดยยื่นขอจดทะเบียน ดังนี้

1. กรุงเทพฯ ยื่นขอจดทะเบียน ณ สำนักงานบริการการจดทะเบียนธุรกิจ 1-7 สำนักทะเบียนธุรกิจ และส่วนจดทะเบียนธุรกิจกลาง กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
2. ต่างจังหวัด ยื่นขอจดทะเบียน ณ ที่ว่าการอำเภอ/กิ่งอำเภอที่ตั้งสถานประกอบการ ยกเว้นอำเภอเมืองหรืออำเภอที่มีการกำหนดให้ยื่น ณ สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดที่ตั้งสถานประกอบการ

3

วิเคราะห์ข้อดี ข้อด้อย โอกาส และอุปสรรค

ข้อดี	ข้อด้อย	โอกาส	อุปสรรค
1. เป็นธุรกิจที่ไม่ซับซ้อน เน้นความรู้และประสบการณ์	1. แม่ครัวฝีมือดีหายาก	1. คนนิยมบริโภคอาหารนอกบ้านแทนการปรุงเอง	1. มีจำนวนคู่แข่งมาก
2. ใช้เงินทุนต่ำ ให้ผลตอบแทนดี	2. ทำเลในย่านชุมชนหาได้ยากและค่าเช่าสูง	2. คนชอบรับประทานอาหารที่ปรุงสุกใหม่ๆ	2. หากเกิดภัยธรรมชาติ วัตถุดิบจะหายาก

4

รายละเอียดการลงทุน

เป็นค่าใช้จ่ายสำหรับการลงทุนเริ่มต้น ซึ่งจะแตกต่างกันตามขนาดและลักษณะของกิจการ เช่น

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
1. ค่าตกแต่งร้าน	10,000
2. ค่าเฟอร์นิเจอร์	15,000
3. ค่าวัสดุและอุปกรณ์	10,000
4. เงินทุนหมุนเวียน	15,000
รวมเงินทุนทั้งหมด	50,000

5

วิธีการดำเนินการ

1. จัดหาสถานที่ตั้งร้านในทำเลที่เหมาะสม อยู่ในแหล่งชุมชนและใกล้ตลาด
2. จัดซื้อเครื่องใช้ วัสดุ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้ครบ พร้อมทั้งจัดตกแต่งร้าน
3. จัดเตรียมวัตถุดิบและเครื่องปรุงตามรายการอาหารที่มี



6

ข้อเสนอแนะ

1. เชฟ แม่ครัว หรือพ่อครัว ควรมีความชำนาญในการทำอาหารที่มีรสชาติอร่อย ถูกหลักโภชนาการ และรักษาความสะอาดอยู่เสมอ
2. ผู้ประกอบการควรมีความรู้พื้นฐานด้านธุรกิจและการให้บริการ
3. ปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ
4. ให้บริการที่ดีและเป็นกันเองกับผู้มารับบริการ
5. สร้างมาตรฐานด้านการให้บริการและอัตราค่าบริการ
6. มีการบริหารการเงินอย่างเหมาะสมเพื่อให้ธุรกิจมีสภาพคล่อง



แหล่งสืบค้นข้อมูล

1. หนังสือ เอกสาร หรืองานวิจัยเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs
2. ผู้ประกอบการ นักวิชาการ หรือผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs
3. ห้องสมุด มหาวิทยาลัยที่เปิดสอนสาขาบริหารธุรกิจ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
4. เว็บไซต์ที่นำเสนอความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ เช่น www.ismed.or.th



กิจกรรมเรียนรู้...สู่ปฏิบัติ

นักเรียนจับคู่กับเพื่อน เลือกประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs 1 ประเภท และเสนอแนะแนวทางในการประกอบธุรกิจนั้น ๆ แล้วนำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน

ผังมโนทัศน์สรุปเนื้อหาหน่วยการเรียนรู้ที่ 1

Concept Map





กิจกรรมสร้างเสริมสมรรถนะ

1. นักเรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 4-5 คน สัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจรูปแบบต่าง ๆ แล้วบันทึก
2. นักเรียนเลือกทำโครงการจากเรื่องที่กำหนดให้เพียง 1 เรื่อง หรืออาจเลือกทำโครงการอื่นตามความสนใจ โดยเลือกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่เรียน และเขียนโครงการตามรูปแบบที่อาจารย์ที่ปรึกษากำหนด แล้วนำเสนอเพื่อพิจารณาอนุมัติก่อนลงมือทำ
เรื่องที่กำหนดให้
 - 1) การประกอบธุรกิจระบบแฟรนไชส์ที่ประสบความสำเร็จ
 - 2) สำรวจธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs ที่มีในท้องถิ่น
3. นักเรียนสำรวจความสามารถของตนเองว่าควรเลือกประกอบธุรกิจรูปแบบใด เพราะเหตุใด เพื่อเตรียมความพร้อมในการประกอบธุรกิจในอนาคต แล้วสรุปผล



คำถามทบทวน

1. รัชวิสาหกิจกับวิสาหกิจเอกชนแตกต่างกันอย่างไร
2. วิสาหกิจเอกชนมีจุดมุ่งหมายในการทำธุรกิจอย่างไร
3. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจประเภทใดที่ผู้บริหารองค์กรสามารถแก้ไขหรือควบคุมได้
4. “การขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต” จัดเป็นสภาพแวดล้อมทางธุรกิจประเภทใด เพราะอะไร
5. ธุรกิจระยะสร้างตัวเป็นธุรกิจที่มีลักษณะอย่างไร
6. ธุรกิจอยู่ในระยะตกต่ำหรือสูงขึ้นเกิดจากสาเหตุใด
7. ธุรกิจระบบแฟรนไชส์มีรูปแบบ อะไรบ้าง
8. ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศอย่างไร
9. นักเรียนมีแนวทางในการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs อย่างไร
10. การประกอบธุรกิจร้านอาหารควรศึกษาเกี่ยวกับเรื่องใดบ้าง