



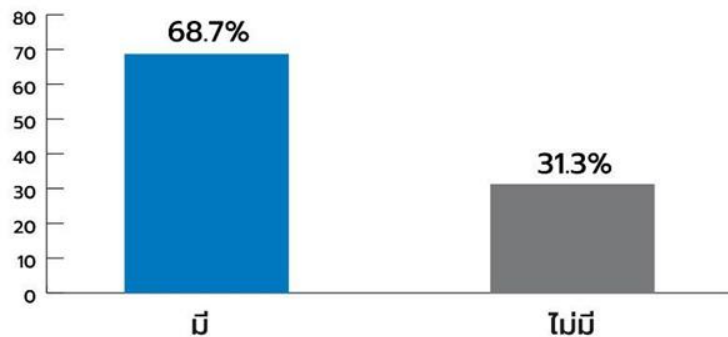
ประเด็นที่น่าสนใจ

สถานการณ์ปัจจุบัน ธุรกิจออนไลน์ของธุรกิจ MSME

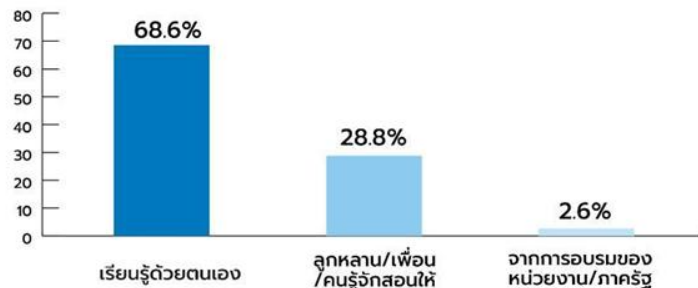
เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ MSME จำนวน 2,739 ราย จาก 6 ภูมิภาค ระหว่างวันที่ 18-26 มิถุนายน 2565

MSME เกือบร้อยละ 70 มีการนำช่องทางการขายสินค้า/บริการออนไลน์ เข้ามาใช้ในกิจการแล้ว และมีสัดส่วนที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเมื่อเทียบกับข้อมูลในอดีต โดยการเรียนรู้ด้วยตนเองเป็นวิธีสำคัญที่สุดในการเข้าสู่ช่องทางออนไลน์

ช่องทางการขายสินค้า/บริการออนไลน์ ของธุรกิจ MSME ในปัจจุบัน



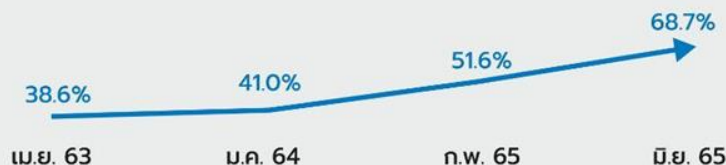
วิธีสำคัญที่สุดที่ MSME เรียนรู้ เพื่อเข้าสู่การขายสินค้า/บริการออนไลน์



หมายเหตุ : วิธีสำคัญที่สุดที่ใช้เรียนรู้เพื่อเข้าสู่การขายสินค้า/บริการออนไลน์เป็นการตอบที่ผู้ประกอบการมองว่าเป็นวิธีที่ทำให้เรียนรู้ได้มากที่สุดโดยให้ตอบเพียง 1 ข้อ และนำมาคำนวณนับความถี่ เรียงลำดับตามวิธีที่ตอบมากที่สุด

ช่องทางการขายสินค้า/บริการออนไลน์ของธุรกิจ MSME

ธุรกิจที่ตอบว่ามีช่องทางการขายสินค้า/บริการออนไลน์



สัดส่วนธุรกิจ MSME ที่มีช่องทางการขายสินค้า/บริการออนไลน์มีเพิ่มมากขึ้นต่อเนื่อง เมื่อเทียบกับข้อมูลในอดีตจากการปรับตัวของธุรกิจเพื่อตอบโจทย์การตลาดในปัจจุบัน

ธุรกิจ MSME ที่มีช่องทางการขายสินค้า/บริการออนไลน์ **กว่าร้อยละ 75** มีสัดส่วนรายได้จากการขายผ่านช่องทางออนไลน์อยู่ในช่วงร้อยละ 1 ถึง 40 ของรายได้ทั้งหมด ส่วนธุรกิจที่มีสัดส่วนรายได้มากกว่าร้อยละ 80 มีเพียงร้อยละ 2.8 ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มธุรกิจที่ผู้บริโภคนิยมใช้บริการบนโลกธุรกิจออนไลน์ เช่น ร้านอาหาร

สัดส่วนรายได้จากการขายผ่านช่องทางออนไลน์ ต่อรายได้ทั้งหมดของธุรกิจ MSME



5 อันดับสาขาที่ตอบว่ามีสัดส่วนรายได้ออนไลน์มาก (81-100%)

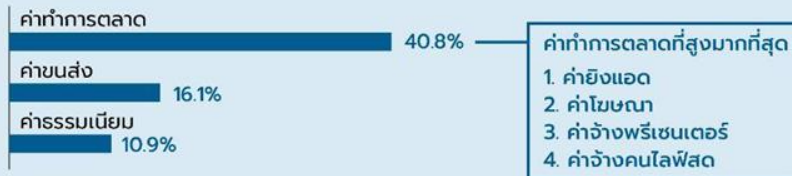
-  ร้านอาหาร/ภัตตาคาร
-  ผลิตภัณฑ์ และเฟอร์นิเจอร์
-  ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า และสิ่งทอ
-  บริการที่เกี่ยวข้อง
-  ผลิตภัณฑ์เครื่องหอม
-  เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำ

ธุรกิจ MSME ที่มีช่องทางการขายสินค้า/บริการออนไลน์ เทียบร้อยละ 50 มีสัดส่วนต้นทุนในการดำเนินงานผ่านช่องทางออนไลน์น้อย (ไม่เกิน 20%) โดยหลักเป็นค่าการตลาด (สินค้าทั่วไป) และค่าธรรมเนียม (ร้านอาหาร)

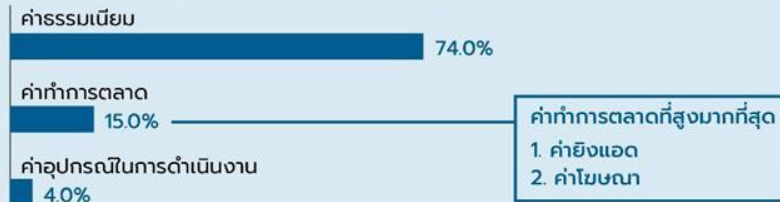
สัดส่วนต้นทุนในการดำเนินงานผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์/Delivery ต่อต้นทุนทั้งหมดของธุรกิจ MSME



3 อันดับ ต้นทุนค่าใช้จ่ายที่สูงมากที่สุด ของการขายสินค้า/บริการทั่วไป

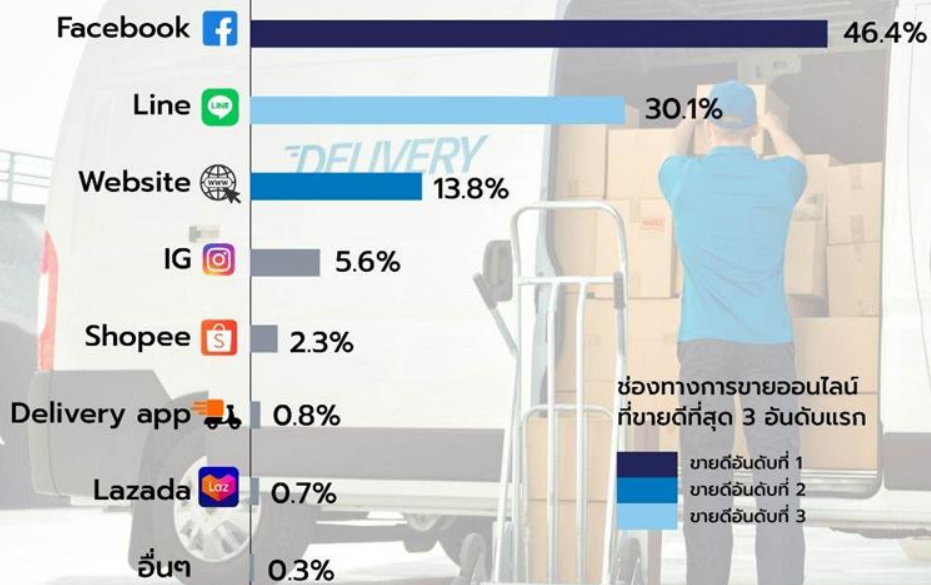


3 อันดับ ต้นทุนค่าใช้จ่ายที่สูงมากที่สุด ของร้านอาหาร



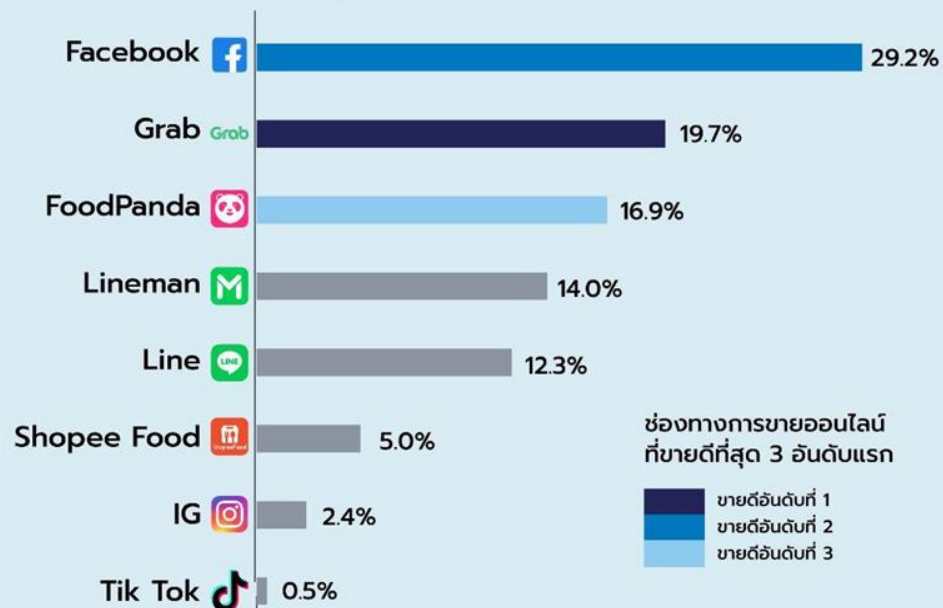
Facebook เป็นช่องทางการขายออนไลน์ที่นิยมมากที่สุด และเป็นช่องทางขายดีที่สุดของสินค้าทั่วไป แต่ Grab เป็นช่องทางขายดีที่สุดของร้านอาหาร

ช่องทางการขายออนไลน์ของธุรกิจ MSME ที่ผู้ประกอบการนิยมใช้มากที่สุด (สำหรับสินค้า/บริการทั่วไป)



หมายเหตุ : Delivery app คือแพลตฟอร์ม Grab, FoodPanda, Lineman, Shopee Food

ช่องทางการขายออนไลน์ของธุรกิจ MSME ที่ผู้ประกอบการนิยมใช้มากที่สุด (สำหรับร้านอาหาร)



MSME กว่าร้อยละ 75 มีการใช้งานแพลตฟอร์มออนไลน์ในขั้นตอนพื้นฐาน โดยส่วนใหญ่เป็นการโพสต์รูปอัปเดตสินค้า/บริการ และคอยตอบลูกค้าเท่านั้น

รูปแบบการใช้งานในแพลตฟอร์มออนไลน์ของธุรกิจ MSME

มีการใช้งานในขั้นตอนพื้นฐาน

75.2%

- โพสต์รูปสินค้า/งานที่เคยให้บริการ
- ประชาสัมพันธ์โปรโมชั่นของธุรกิจ

แพลตฟอร์มที่นิยมใช้



มีการทำกิจกรรมในแพลตฟอร์ม

16.6%

- ยิงแอด
- โฟล์ส
- การเข้าร่วมกลุ่มในแต่ละแพลตฟอร์ม

แพลตฟอร์มที่นิยมใช้



กว่าร้อยละ 70 นิยมทำการยิงแอด โดยเฉพาะในผู้ประกอบการในแพลตฟอร์ม facebook

มีการทำเทคนิคทางการตลาด

8.2%

- ทำเทคนิค Search Engine Marketing (SEM)
 - SEO
 - PPC

แพลตฟอร์มที่นิยมใช้



การใช้งานบนแพลตฟอร์ม Facebook ของธุรกิจ MSME ส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 66 มีการใช้งาน เพื่อประชาสัมพันธ์ / โปรโมทสินค้าเป็นสำคัญ และยังมี MSME บางส่วนที่ยังไม่มีเพจร้านเฉพาะ แต่ใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ผ่านแอคเคาท์ส่วนตัว

รูปแบบการใช้งานในแพลตฟอร์ม Facebook ของธุรกิจ MSME

เพจร้าน/ประชาสัมพันธ์



ยิงแอด



ขายผ่านเพจ Group/MARKETPLACE



ไลฟ์สด



เทคนิค SEO



เทคนิค PPC (Pay Per Click)



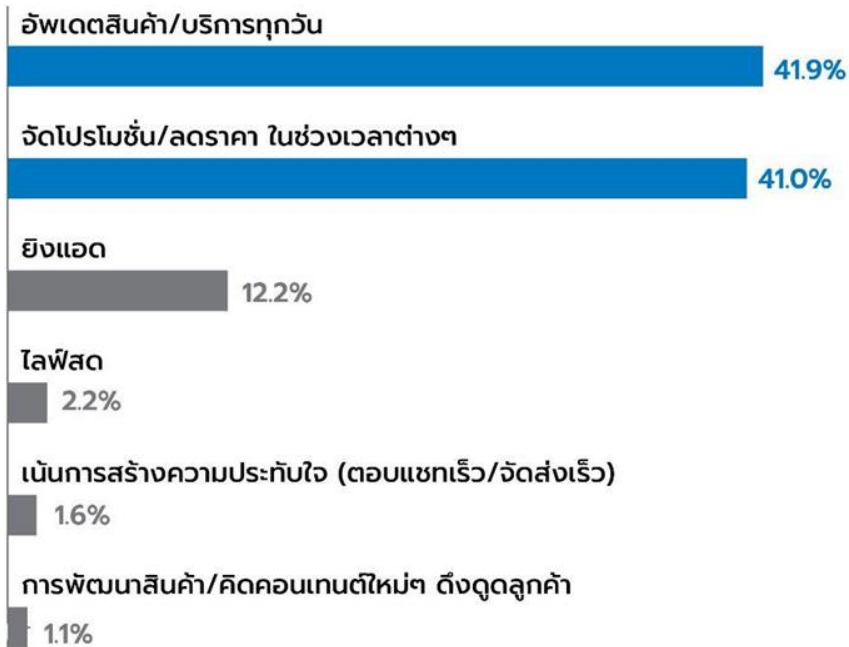
กว่าร้อยละ 20 ของผู้ประกอบการที่ตอบว่ามีแพลตฟอร์ม Facebook เพื่อไว้ประชาสัมพันธ์ ยังไม่มีเพจร้านเฉพาะ แต่เป็นการประชาสัมพันธ์ผ่านแอคเคาท์ส่วนตัวของผู้ประกอบการเอง



หมายเหตุ : นับเฉพาะธุรกิจที่ตอบว่ามีรูปแบบการใช้งานในแพลตฟอร์ม Facebook

เทคนิคสำคัญที่สุดที่ ธุรกิจ MSME ใช้ในการเพิ่มยอดขาย คือการอัปเดตสินค้า หรือการให้บริการทุกวัน รองลงมาคือการจัดโปรโมชั่น/ลดราคา ตามช่วงเวลาต่างๆ

เทคนิคที่สำคัญที่สุด ที่ธุรกิจ MSME ใช้ในการเพิ่มยอดขาย บนช่องทางการขายสินค้า/บริการออนไลน์



มากกว่าร้อยละ 80 เป็นผู้ประกอบการดูแลเองหรือคนในครอบครัวในการรับผิดชอบช่องทางออนไลน์

ผู้ดูแล/จัดการ การดำเนินงานในช่องทางการขายสินค้า/บริการออนไลน์ของธุรกิจ MSME

47.6%

ผู้ประกอบการทำเอง

34.1%

คนในครอบครัว

ส่วนใหญ่ธุรกิจที่ดูแลกันเองจะใช้เพื่อประชาสัมพันธ์ หรือสื่อสารกับลูกค้าผ่าน Facebook และ Line



สาขารธุรกิจที่ตอบว่าร้อยละ 80 เป็นธุรกิจขนาด Micro



17.4%

จ้างแรงงานประจำที่ร้าน

ธุรกิจที่มีการจ้างงานแรงงานประจำจะมีช่องทางที่เพิ่มขึ้นมากกว่า 2 ช่องทาง



สาขารธุรกิจที่ตอบว่ามีการจ้างแรงงานดูแล/จัดการระบบออนไลน์ประจำที่ร้าน เกือบร้อยละ 70 เป็นธุรกิจขนาด Small และ Medium และมีสาขารธุรกิจสำคัญ ดังนี้

- ผลิตอาหาร และเครื่องดื่ม
- ร้านอาหาร/ภัตตาคาร
- คำส่งสินค้าอุปโภค/บริโภค
- ด้านการขนส่งสินค้า
- ผลิตอัญมณี และเครื่องประดับ

0.9%

จ้างเหมาบริษัท Outsource

ธุรกิจที่มีการจ้างบริษัท Outsource ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่มีการทำเทคนิคทางการตลาด เช่น การยิงแอด หรือเทคนิค SEM

สาขารธุรกิจที่ตอบว่ามีการจ้างบริษัท Outsource เป็นธุรกิจขนาด Small และ Medium โดยเฉพาะในกลุ่มภาคการผลิตและภาคการบริการ อาทิ

- ผลิตผลิตภัณฑ์จากพลาสติก
- ผลิตผลิตภัณฑ์จากยาง
- บริการโรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล
- บริการการท่องเที่ยว
- บริการสนับสนุนการ/วัฒนธรรม/การกีฬา

เทคนิคการผลิตภาพ/สื่อ เป็นปัญหาสำคัญมากที่สุดของธุรกิจ MSME ในการขายของออนไลน์ รองลงมาคือ ยอดขาย/คู่แข่ง ต้นทุนค่าใช้จ่าย และการใช้เทคโนโลยี ตามลำดับ

ปัญหา/อุปสรรค ในการดำเนินงานผ่านช่องทางการขายสินค้า/บริการออนไลน์ของธุรกิจ MSME

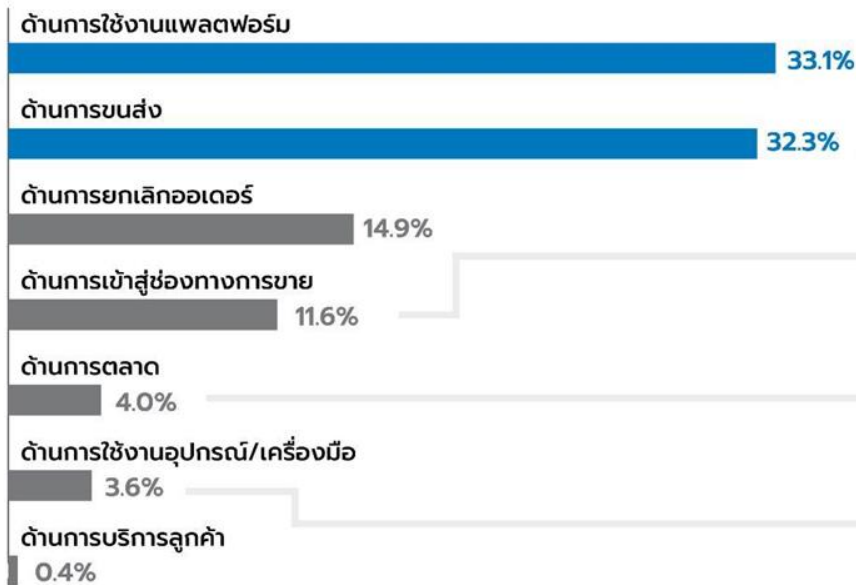
5 อันดับปัญหา/อุปสรรคด้านการดำเนินงาน

3 อันดับปัญหา/อุปสรรคที่สำคัญ

 เทคนิคการผลิตภาพ/สื่อ	38.2%	<ol style="list-style-type: none"> 1. ถ่ายคลิป 2. ถ่ายรูป 3. คอนเทนต์
 ยอดขาย/คู่แข่ง	16.9%	<ol style="list-style-type: none"> 1. จำนวนคู่แข่งเยอะ 2. เสียเปรียบด้านเงินทุน 3. เสียเปรียบด้านความรู้ในการสร้างกลยุทธ์ที่ดึงดูดลูกค้า
 ต้นทุนค่าใช้จ่าย	14.7%	<ol style="list-style-type: none"> 1. ต้นทุนในการดำเนินงานสูง (อุปกรณ์แพ็คเกจสินค้า/อินเทอร์เน็ต/อุปกรณ์เครื่องมือ) 2. ค่าขนส่งขึ้นราคา 3. ค่าธรรมเนียมการใช้งานแพลตฟอร์มออนไลน์สูง
 การใช้เทคโนโลยี	14.3%	<ol style="list-style-type: none"> 1. ไม่สามารถปรับเปลี่ยน หรือใช้งานแพลตฟอร์มเชิงลึกได้ (การดึงข้อมูลการขาย/ทำระบบข้อความอัตโนมัติ) 2. ระบบขัดข้องบ่อย (ผู้ประกอบการไม่ทราบสาเหตุและไม่สามารถหาวิธีแก้ไข) 3. ขาดทักษะในการใช้งานเครื่องมือ/อุปกรณ์เทคโนโลยี
 เทคนิคการขายออนไลน์	8.6%	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขาดความรู้ในการยิงแอด 2. ขาดทักษะการวางแผนทางการตลาดออนไลน์ 3. ขาดทักษะการขายที่ดึงดูดลูกค้า



ประเด็นปัญหาการดำเนินงานผ่านช่องทางออนไลน์ ที่ถูกล่าถ่วงมากที่สุด



ประเด็นที่ถูกล่าถ่วงถึง

การใช้งานแพลตฟอร์ม

ถูกล่าถ่วงถึงในปัญหาการใช้งาน หรือระบบขัดข้องในแพลตฟอร์มต่างๆ รวมถึงวิธีขอเข้าร่วมการรับโค้ดส่วนลดจากแพลตฟอร์ม และการดึงข้อมูลการขายของร้านจากระบบ

การขนส่ง

ปัญหาในด้านความล่าช้า สินค้าส่งเกินกำหนดเวลา สินค้าเกิดความเสียหายระหว่างการขนส่ง ทำให้ทางร้านถูกคอมเพน บางรายต้องมีการส่งสินค้าทดแทนให้ใหม่ กระทบต่อต้นทุนของทางร้าน

การเข้าสู่ช่องทางการขาย

ถูกล่าถ่วงถึงเกี่ยวกับการหา partner ในพื้นที่ และวิธีการตัดสินใจเลือกเปิดร้านกับ partner แพลตฟอร์มไหนดี นอกจากนี้ยังมีกรกล่าถ่วงถึงปัญหาของตัวแทนที่ไม่ค่อยให้ความช่วยเหลือ และติดต่อได้ยาก

การตลาด




ถูกล่าถ่วงถึงเกี่ยวกับการขอความรู้ในการตั้งราคาสินค้า และวิธีการยิงแอด ที่จะช่วยให้เกิดยอดขายได้จริง

การใช้งานอุปกรณ์/เครื่องมือ

ถูกล่าถ่วงถึงเกี่ยวกับเครื่องรับออเดอร์ขัดข้อง และปัญหาในการอัปเดตเครื่อง ทำให้ไม่สามารถรับออเดอร์ของบางแพลตฟอร์มได้

MSME กว่าร้อยละ 40 ต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือในด้านต้นทุนค่าใช้จ่ายมากที่สุด และสิ่งที่ต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือคือการลดอัตราการเก็บภาษี รองลงมาคือ การให้ความรู้ในการจัดระบบคลังสินค้า และการจัดส่ง และเกือบร้อยละ 30 ต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือในด้านการใช้งานเทคโนโลยี

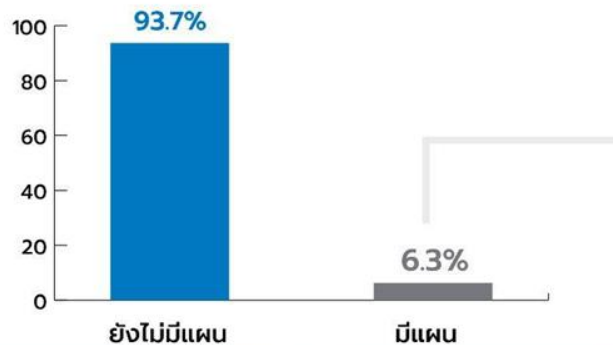
ปัญหา/อุปสรรค ที่ต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือมากที่สุด

ปัญหา/อุปสรรคด้านการดำเนินงาน	3 อันดับความช่วยเหลือที่ต้องการ
 ต้นทุนค่าใช้จ่าย 40.2%	<ol style="list-style-type: none"> 1. ลดอัตราการเก็บภาษี 2. ระบบการจัดการคลังสินค้า และการจัดส่ง 3. มีแพลตฟอร์มกลางของหน่วยงานรัฐที่เก็บค่าธรรมเนียมในอัตราที่ต่ำ
 การใช้เทคโนโลยี 27.6%	<ol style="list-style-type: none"> 1. ให้ความรู้ในการใช้งานเทคโนโลยี 2. มีแพลตฟอร์มกลางของหน่วยงานรัฐ ที่ง่ายต่อการใช้งาน
 เทคนิคการขายออนไลน์ 23.5%	<ol style="list-style-type: none"> 1. ส่งเสริมความรู้ในด้านการทำการตลาด 2. ให้ความรู้ในการยิงแอด 3. สอนทักษะการสื่อสารและการดึงดูดลูกค้า (ไลฟ์สด)
 เทคนิคการผลิตภาพ/สื่อ 5.3%	<ol style="list-style-type: none"> 1. จัด Workshop ส่งเสริมความรู้/ทักษะผลิตภาพและสื่อ 2. ส่งเสริม/ให้ข้อมูลการทำคอนเทนต์ที่เป็นที่นิยม 3. มีหน่วยงานคอยให้คำแนะนำ/ปรึกษา
 ยอดขาย/คู่แข่ง 2.3%	<ol style="list-style-type: none"> 1. ให้ความรู้ในการสร้างเอกลักษณ์ เพื่อแข่งขันกับคู่แข่งได้ดี
 บุคลากร 1.1%	<ol style="list-style-type: none"> 1. ให้ความรู้ในการยิงแอด 2. ให้ความรู้ในทักษะการวางแผนทางการตลาดออนไลน์ 3. ส่งเสริมทักษะการขายที่ดึงดูดให้ลูกค้าสนใจ



MSME ส่วนใหญ่ยังไม่มีแผนขายออนไลน์ 100% มีเพียงร้อยละ 6.3 เท่านั้นที่ตั้งใจขายออนไลน์ 100% ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการผลิตหรือขายตามออเดอร์เป็นสำคัญ

แผนการเปลี่ยนรูปแบบการขายสินค้าให้เข้าสู่ระบบออนไลน์ทั้งหมดของธุรกิจ MSME



ลักษณะของผู้ประกอบการที่ตอบว่ามีแผนจะเปลี่ยนรูปแบบการขายเข้าสู่ระบบออนไลน์ทั้งหมด



- กว่าร้อยละ 60 เป็นธุรกิจที่มีสัดส่วนยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์มากกว่าร้อยละ 60 ของรายได้ทั้งหมด
- และส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่มีต้นทุนในการดำเนินงานผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์น้อยกว่าร้อยละ 40 ของต้นทุนทั้งหมด
- เกือบร้อยละ 60 ผู้ประกอบการไม่มีปัญหาในด้านการใช้งานเทคโนโลยี และปัญหาด้านต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
- ส่วนใหญ่เป็นสาขาธุรกิจภาคการผลิต และภาคการบริการ ที่มีการให้บริการตามออเดอร์สินค้าอยู่แล้ว อาทิ

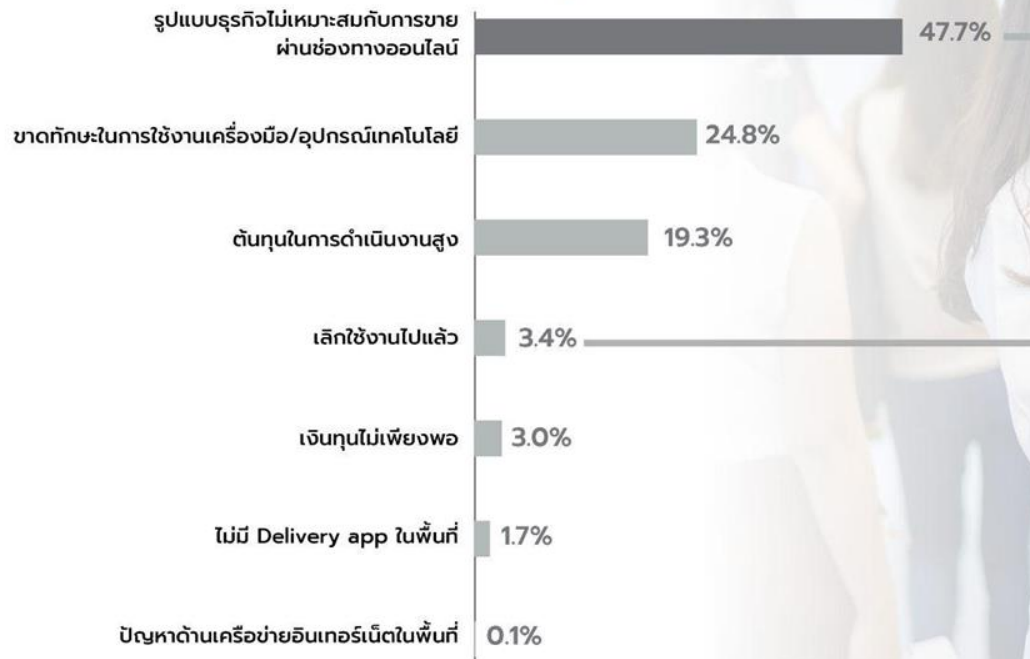
- | | |
|--|------------------------|
| 1. ผลิตไม้ และเฟอร์นิเจอร์ | 2. ผลิตเสื้อ และสิ่งทอ |
| 3. ร้านอาหาร | 4. การท่องเที่ยว |
| 5. การผลิตเครื่องหอมเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำ | |

รูปแบบสำคัญของธุรกิจ

- จำนวนแรงงานเฉลี่ย 4 คน (Median=2 คน) ทำให้ธุรกิจมีความยืดหยุ่นในการปรับโครงสร้าง

เกือบร้อยละ 50 ของ MSME ที่ไม่เข้าออนไลน์ คิดว่าธุรกิจตนเองไม่เหมาะกับช่องทางออนไลน์ โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มร้านอาหารและผลิตอาหาร เพราะกังวลในประเด็น แพคเกจจิ้งของอาหารระหว่างการขนส่ง และคุณภาพ/รสชาติอาหาร กับระยะเวลาขนส่งก่อนถึงมือลูกค้า

เหตุผลสำคัญที่ธุรกิจ MSME ยังไม่มีช่องทางการขายสินค้า/บริการออนไลน์ ในปัจจุบัน



เกือบร้อยละ 50 เป็นกลุ่มร้านอาหาร ผลิตอาหาร และเครื่องดื่ม ซึ่งผู้ประกอบการกังวลเช่น

- ไม่มีความรู้ในการเลือกใช้ภาชนะ หรือแพ็คเกจ ว่าจะทำให้คงคุณภาพสินค้าไว้ระหว่างการขนส่ง
- ระยะเวลา และระยะทางจะทำให้อาหารเสียรสชาติ และรูปลักษณ์ก่อนถึงมือลูกค้า

เหตุผลที่เลิกใช้ไปแล้ว

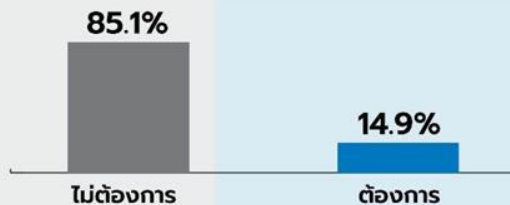
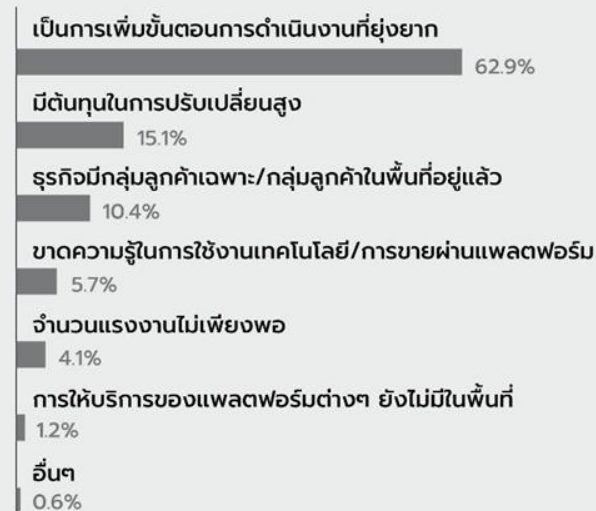


MSME ที่ยังไม่ขายออนไลน์ กว่าร้อยละ 85 ก็ยังไม่ต้องการเข้าร่วม เพราะมองประเด็นการเพิ่มขึ้นตอนที่ยุ่งยากทางธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญ

ร้อยละ 14.9 ของ MSME ที่ยังไม่ขายออนไลน์ต้องการเข้าร่วมในอนาคต โดยเป็น Facebook และ Delivery app เป็นสำคัญ และต้องการให้ภาครัฐส่งเสริมด้านความรู้พื้นฐานในการเข้าร่วมแพลตฟอร์มเป็นหลัก

แผนการเพิ่มช่องทางการขายสินค้า/บริการออนไลน์ ของธุรกิจ MSME ในอนาคต

เหตุผลที่ธุรกิจ MSME ไม่ต้องการนำช่องทางการขาย สินค้า/บริการ เข้ามาใช้ในกิจการ



ช่องทางการขายสินค้า/บริการออนไลน์ ที่ธุรกิจ MSME ต้องการมากที่สุด



สิ่งที่ธุรกิจ MSME ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือ ในการเพิ่มช่องทางการขายสินค้า/บริการออนไลน์





"คิตตี้"
 หมูปล่าร้า (สุก)
 ขอนแก่น



MENU

คิตตี้หมูปล่าร้า

Set mini



หมูย่าง 4 ไม้
 ข้าวเหนียวอีจิ้นใบตอง 1 ห่อ
 แจ่วปล่าร้าสุก 1 ออนซ์
 ผักสดเล็ก 1 ห่อ

99฿

Set A



หมูย่าง 5 ไม้
 ข้าวเหนียวอีจิ้นใบตอง 1 ห่อ
 ไข่เปิดต้มยางมะตูม 1 ฟอง
 แจ่วปล่าร้าสุก, น้ำจิ้มแจ่ว 1 ออนซ์
 ผักสดเล็ก 1 ห่อ

129฿

Set B



หมูย่าง 8 ไม้
 ข้าวเหนียวอีจิ้นใบตอง 2 ห่อ
 ไข่เปิดต้มยางมะตูม 2 ฟอง
 แจ่วปล่าร้าสุก, น้ำจิ้มแจ่ว 2 ออนซ์
 ผักสดใหญ่ 1 ห่อ

199฿

Set C



หมูย่าง 12 ไม้
 ข้าวเหนียวอีจิ้นใบตอง 3 ห่อ
 ไข่เปิดต้มยางมะตูม 3 ฟอง
 แจ่วปล่าร้าสุก 2 น้ำจิ้มแจ่ว 1
 ผักสดใหญ่ 1 ห่อ

299฿

ข้าวสันคอกหมูทอดไข่ต้ม



สันคอกหมูทอดราดข้าว
 เสฉวนพร้อมไข่ต้มและแตงกวา
 แจ่วปล่าร้าสุกและน้ำจิ้มแจ่ว

99฿

ท้อปบั้ง

- ข้าวเหนียวอีจิ้นใบตอง 12฿
- หมูย่าง 15฿
- หมูขอกอด 15฿
- แจ่วปล่าร้าสุก 1 ออนซ์ 10฿
- แจ่วปล่าร้าสุก 2 ออนซ์ 15฿
- น้ำจิ้มแจ่ว 1 ออนซ์ 5฿
- ไข่เปิดต้มยางมะตูม 12฿
- ผักสดเล็ก 10฿
- ผักสดใหญ่ 15฿

เครื่องดื่ม

- ชาบะชาบ 40฿
- น้ำอีจิ้นนมพราวดหอม 40฿
- ชาเขียวเย็น 35฿





เปรียบเทียบ MSME ที่เข้าออนไลน์ และไม่เข้าออนไลน์



ไพรัตน์ ตามภัคดีพาณิชย์

- ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 2 ปี
- ยอดขาย online 80% เปรค 10% หน้าร้าน 10%
- รายได้ 10,000-12,000 บาท/วัน
- จำนวนแรงงาน พนักงานรวมเจ้าของ 4 คน
- ขายออนไลน์ผ่าน Grab (60%) และ Facebook (30%)

ประเด็นสำคัญ

- เคยทำสถานบันเทิง และถูกปิดช่วงโควิด เลยต้อง **หาทางออกขายของออนไลน์** ที่ชอบกินคือ หมูบึ่ง ที่ไม่ได้ขายเฉพาะตอนเช้า
- ทำเป็น **Box set** เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า ให้คุ้มกับค่าห้ก GP
- ทำโปรโมชันกับ Grab และยิง Ads บน Facebook
- **ออกแบบการจัดวางอาหาร** และแพคเกจจิ้งให้เหมาะกับการเดินทางและขนส่ง (กรรยาเคยทำงานที่ สายการบิน)
- **ดูตัวอย่างวิธีการทำรูปและโพสของร้านอื่น ๆ** ในโซเชียล และปรับให้เหมาะกับของตัวเอง และขยับโพส
- **ปัญหาการขายออนไลน์คือค่า GP** ที่ค่อนข้างสูง (ปัจจุบันอยู่ที่ 25%) และข้อจำกัดสัญญาเจ้าเดียว
- **การเปลี่ยนแปลงของระบบ IT** ส่วนกลางที่มีปัญหาบ้าง อาทิ ระบบล่ม/การมองเห็นของลูกค้า/ค่าการตลาด



ภัทวรรณ อธิมัง

- ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 20 ปี
- ยอดขาย หน้าร้าน 100%
- รายได้ 2,000-3,000 บาท/วัน (ก่อนโควิด 7000-8000 บาทต่อวัน)
- จำนวนแรงงาน เจ้าของและพ่อ 2 คน

ประเด็นสำคัญ

- ยอดขายลดลงเรื่อยๆตลอด 5 ปี **ปรับตัวโดยลดค่าใช้จ่าย (คนงาน) และหาสินค้าอื่นมาขายเพิ่ม**
- มีข้อกังวลในเรื่องความคุ้มค่า (**ตั้งราคายังไง**) ในการเข้าร่วม online
- **มีข้อจำกัดในการใช้ IT** ของพ่อ (เพราะแบ่งเวลากันดูแลร้าน)
- มีความเชื่อว่าราคาของขายไม่สูง เมื่อคิดค่าธรรมเนียม **ราคาขายจะสูงขึ้น แล้วลูกค้าจะไม่ซื้อ**
- มีข้อกังวลต่อ**ค่าใช้จ่ายที่จะเพิ่มขึ้น** อาทิ ค่าธรรมเนียม ค่าการตลาด ระบบ IT
- มีข้อกังวลเรื่อง**รสชาติของอาหารก่อนถึงผู้บริโภค** (อยากให้อาหารร้อนขณะถึงมือผู้บริโภค)
- มักได้รับข้อมูลปากต่อปากจาก**พ่อค้าแม่ค้าด้วยกันในระแวกที่ใช้ตัดสินใจ**
- แต่สนใจเข้าร่วม หากแก้ปัญหาข้อกังวลดังกล่าว



ปัญหาจากการขายในระบบ
Delivery ?

EXECUTIVE SUMMARY

- จากการสอบถามธุรกิจ MSME กับสถานการณ์ปัจจุบัน ธุรกิจออนไลน์ของธุรกิจ MSME พบว่า MSME **เกือบร้อยละ 70 มีช่องทางการขายสินค้า/บริการออนไลน์แล้ว** โดยเพิ่มขึ้นต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2562
- แพลตฟอร์ม **Facebook เป็นช่องทางออนไลน์ที่ MSME ใช้งานมากที่สุด** และเป็นช่องทางการขายที่ดีที่สุดของสินค้าทั่วไป แต่ Grab เป็นช่องทางขายที่สุดของกลุ่มร้านอาหาร
- การใช้งานแพลตฟอร์มออนไลน์ของธุรกิจ **MSME กว่าร้อยละ 75 ยังเป็นการใช้งานในขั้นตอนพื้นฐานเท่านั้น คือ การประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการ** มีเพียงบางส่วนที่เริ่มทำกิจกรรม/การตลาดในแพลตฟอร์มมากขึ้นซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจขนาด Small และ Medium
- จากการดำเนินงานด้านออนไลน์ พบว่า MSME **มีปัญหามากที่สุด คือ ด้านเทคนิคการผลิตภาพ/สื่อ ร้อยละ 38.2** ปัญหาด้านยอดขาย/คู่แข่ง ร้อยละ 16.9 ปัญหาด้านต้นทุนค่าใช้จ่าย ร้อยละ 14.7 ปัญหาด้านการใช้เทคโนโลยี ร้อยละ 14.3 และปัญหาด้านเทคนิคการขายออนไลน์ ร้อยละ 8.6 ตามลำดับ
- ส่วนความต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือมากที่สุด คือ **ปัญหาด้านต้นทุนค่าใช้จ่าย** โดยเฉพาะในด้านการลดอัตราการเก็บภาษี และการส่งเสริมให้มีระบบการจัดการคลังสินค้า และการจัดส่งให้ต้นทุนถูกลง
- **MSME ร้อยละ 31.3 ที่ยังไม่มีช่องทางการขายออนไลน์** มีเหตุผลสำคัญคือ **คิดว่าธุรกิจของตนเองไม่เหมาะสมกับช่องทางออนไลน์** รองลงมาคือขาดทักษะการใช้งาน และกังวลต่อต้นทุนในการดำเนินงานที่สูง

สสว.  SMESE

ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
เลขที่ 21 อาคาร ทีเอสที ถนนวิภาวดีรังสิต
เว็บไซต์ www.sme.go.th