

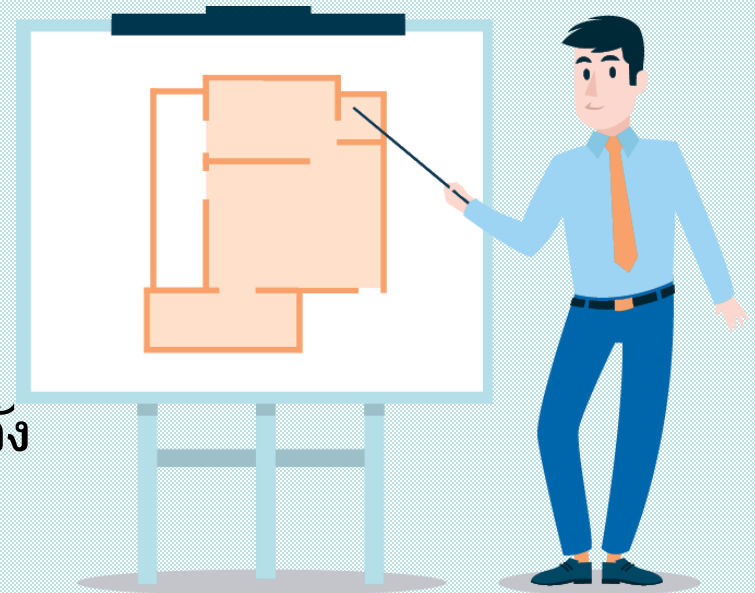
หน่วยที่ 7

รูปแบบและการจัดทำ

แผนธุรกิจ

ความหมายและความสำคัญของแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ (Business Plan) หมายถึง เครื่องมือที่ผู้ประกอบการใช้กำหนดขั้นตอน และวางแผนการดำเนินธุรกิจอย่างมีระบบ และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ตามที่กำหนดไว้ ได้แก่ กำไร หรืออื่นๆ ที่คาดหวัง เอาไว้ สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการนำเสนอ ต่อหุ้นส่วนหรือสถาบันการเงินต่างๆ เพื่อ ประโยชน์ในการพิจารณาร่วมลงทุน หรือการพิจารณาเงินกู้



แผนธุรกิจที่ดีควรมีลักษณะดังนี้

1. มีความถูกต้อง ชัดเจนและกระชับ
2. ครอบคลุมเนื้อหาที่สำคัญ
3. เนื้อหาง่ายต่อการเข้าใจ
4. มีความเป็นไปได้จริงต่อการปฏิบัติตามแผน

ความสำคัญของแผนธุรกิจ

- 1 ให้รายละเอียดเกี่ยวกับการเริ่มต้นธุรกิจ ทำให้ผู้ประกอบการมีเป้าหมายชัดเจน
- 2 เป็นเครื่องมือที่แสวงหาเงินทุนจากผู้ร่วมลงทุน
- 3 ให้รายละเอียดของกิจกรรมต่าง ๆ

องค์ประกอบของแผนธุรกิจ

1. ปกหน้า สารบัญ และคำนำ
2. บทสรุปผู้บริหาร
3. ประวัติกิจการ หรือภาพรวมของกิจการ
4. การวิเคราะห์สถานการณ์
5. แผนการตลาด
6. แผนการบริหารจัดการและแผนการดำเนินงาน
7. แผนการผลิต
8. แผนการเงิน
9. แผนฉุกเฉิน
10. ภาคผนวก



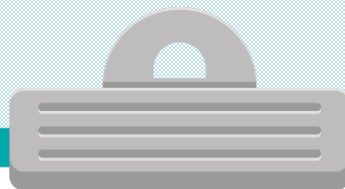
ปกหน้า สารบัญ และคำนำ

ปกหน้า เป็นสิ่งแรกที่ผู้อ่านแผนธุรกิจจะเห็น จึงควรมีชื่อของธุรกิจรวมทั้งที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ หมายเลขโทรสาร สัญลักษณ์ของธุรกิจ นอกจากนี้ถ้าจะมีชื่อที่อยู่และหมายเลขโทรศัพท์ของผู้ประกอบการอยู่ด้วย เพื่อความสะดวกในการติดต่อกลับ

สารบัญ มีไว้เพื่อความสะดวกในการค้นหารายละเอียดของแผนธุรกิจได้เร็วขึ้น ซึ่งจะมีประโยชน์ในการเจรจาต่อรองกับบุคคลภายนอก เพราะยืนยันข้อมูลโดยอ้างอิงเอกสารซึ่งกันและกันได้ง่ายขึ้น

คำนำ เป็นส่วนที่อยู่ถัดจากหน้าปกใน ผู้เขียนรายงานแผนธุรกิจจะเป็นผู้เขียนเอง โดยกล่าวถึงวัตถุประสงค์และขอบเขต อาจรวมถึงปัญหาอุปสรรคในการจัดทำแผนธุรกิจ ตลอดจนคำขอบคุณผู้ที่ให้ความช่วยเหลือในการรวบรวมข้อมูล หรือการเขียนแผนธุรกิจ (ถ้ามี) โดยให้ลงท้ายด้วยชื่อผู้จัดทำแผนธุรกิจและวันที่กำกับ

ตัวอย่างปกของแผนธุรกิจ



ชื่อโครงการ/ธุรกิจ.....

สัญลักษณ์
ของธุรกิจ
จัดทำโดย

- 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....
- 5.....

ที่อยู่.....

โทรศัพท์.....

โทรสาร.....



ตัวอย่างคำนำ

การทำแผนธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญ และเป็นจุดเริ่มต้นที่ชี้ให้เห็นถึงเป้าหมาย ความพร้อมในการประกอบธุรกิจ ความมั่นใจและทิศทางการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ การจัดทำแผนธุรกิจจะมุ่งเน้นให้ผู้ประกอบการได้มีโอกาสศึกษาทำความเข้าใจขั้นตอนการเตรียมตัวก่อนทำธุรกิจ และเป็นแนวทางในการจัดทำแผนธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

องค์ประกอบของแผนธุรกิจประกอบด้วย 10 ส่วน ได้แก่ 1) ปกหน้า สารบัญ และคำนำ 2) บทสรุปผู้บริหาร 3) ประวัติกิจการหรือภาพรวมของกิจการ 4) การวิเคราะห์สถานการณ์ 5) แผนการตลาด 6) แผนการบริหารจัดการและแผนการดำเนินงาน 7) แผนการผลิต 8) แผนการเงิน 9) แผนฉุกเฉิน 10) ภาคผนวก แผนเหล่านี้จะต้องมีความสอดคล้องกัน และมีเป้าหมายร่วมกัน โดยรูปแบบของแผนธุรกิจนี้ได้ถูกออกแบบมาให้กระชับและง่ายต่อการศึกษาทำความเข้าใจด้วยตัวเอง และสามารถใช้เป็นตัวอย่างในการเขียนแผนธุรกิจได้

หวังว่าการจัดทำแผนธุรกิจนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้สนใจทั่วไป ให้ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจต่อไป

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้จัดทำแผนธุรกิจ

วันที่...../...../.....

เรื่อง	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	1
ประวัติกิจการ หรือภาพรวมของกิจการ	2
การวิเคราะห์สถานการณ์	4
แผนการตลาด	5
แผนการบริหารจัดการและแผนการดำเนินงาน	6
แผนการผลิต (บริการ)	7
แผนการเงิน	8
แผนสำรอง (แผนฉุกเฉิน)	9
ภาคผนวก	10
- แบบประเมินแผนธุรกิจ	

บทสรุปผู้บริหาร

บทสรุปผู้บริหารควรเขียนให้สั้นและกะทัดรัด ถึงแม้ว่าบทสรุปผู้บริหารจะจัดไว้อันดับแรก แต่ให้เขียนเป็นอันดับสุดท้ายในการเขียนแผนทั้งหมด ดังนี้

- 1 แนวคิดและขอบเขตของธุรกิจ
- 2 โอกาสของธุรกิจ
- 3 กลุ่มตลาดเป้าหมาย
- 4 สถานะการแข่งขัน
- 5 ความคุ้มค่าเชิงธุรกิจ
- 6 ทีมผู้บริหาร
- 7 ข้อเสนอแนะ

ประวัติกิจการหรือภาพรวมของกิจการ

ประวัติกิจการ หรือภาพรวมของกิจการ (Company Profile) ให้ระบุข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของการก่อตั้ง ในด้านรูปแบบการจัดตั้งหรือจดทะเบียน ตลอดจนแนวคิดและที่มาของการมองเห็นโอกาสทางการตลาด การคิดค้นและพัฒนาสินค้า/บริการที่ต้องการนำเสนอให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมายที่ต้องการให้เป็นประโยชน์ในอนาคตและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สถานการณ์ (Current Situation Analysis) หรือเรียกว่า “SWOT ANALYSIS” คือ การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1

การวิเคราะห์สถานการณ์ภายใน
(Internal Situation Analysis)

2

การวิเคราะห์สถานการณ์ภายนอก

แผนการตลาด

แผนการตลาด (Marketing Plan) คือ การกำหนดแนวทางและทิศทางในการดำเนินงานทางการตลาดให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และสัมพันธ์กับกลยุทธ์ทางการตลาดที่กำหนดไว้ โดยสามารถตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรมทางการตลาดไว้ล่วงหน้าได้

สิ่งสำคัญที่สุดในการทำธุรกิจ คือ การมองด้านการตลาด ผู้ประกอบการต้องมองให้ออกว่าผู้บริโภค ต้องการอะไร แล้วผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อสนองความต้องการนั้น
กำไรที่เกิดขึ้นนั้นคือผลงานจากการทำให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด



แผนการบริหารจัดการและแผนการดำเนินงาน

แผนการบริหาร จัดการและแผน การดำเนินงาน

1

ทีมงานบริหาร

2

แผนผังองค์กร
(Organization Chart)

3

กำหนดหน้าที่ต่าง ๆ

4

แผนดำเนินงานขององค์กร

5

สรุปค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ

แผนการผลิต

การจัดทำแผนธุรกิจต้องคำนึงถึงกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง
วัตถุดิบเป็นสินค้าสำเร็จรูป แผนการผลิตต้องเชื่อมโยงและสอดคล้องกับแผนอื่นๆ

แผนการเงิน

เงินลงทุนและต้นทุนในการผลิตสินค้าหรือบริการนั้นจะแตกต่างกันไปตาม
ขนาดและรูปแบบของการลงทุน ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในลักษณะใกล้เคียงกัน ได้แก่

1

ลงทุนในสินทรัพย์ถาวรประมาณ 90%

2

เงินทุนหมุนเวียนเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายเริ่มต้นประมาณ 10%

แผนฉุกเฉิน

แผนฉุกเฉิน หมายถึง ส่วนที่แสดงให้เห็นถึงแผนสำรองของกิจการ หากแผนที่วางไว้ไม่ประสบความสำเร็จ หรือเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันเกิดขึ้น เช่น เกิดภัยธรรมชาติ การประท้วงหยุดงาน การถูกปฏิเสธการรับสินค้าจากตลาด ฯลฯ ซึ่งทำให้เกิดผลเสียต่อกิจการ ในแผนฉุกเฉินจึงควรระบุไว้ล่วงหน้าว่าจะมีแผนสำรองเมื่อเกิดสิ่งที่ไม่คาดฝันต่อธุรกิจอย่างไร เพื่อเรียกความเชื่อมั่นให้กับผู้ร่วมทุนและสถาบันการเงินได้



ภาคผนวก

ภาคผนวกเป็นส่วนที่เพิ่มเติมอื่น ๆ สามารถช่วยให้แผนธุรกิจมีความสมบูรณ์มากขึ้น (ถ้ามี) แต่บางกิจการอาจจะมีหรือไม่มีก็ได้สำหรับหัวข้อนี้ เช่น รูปภาพ ข้อมูลประกอบที่เกี่ยวข้อง หรือข้อมูลในอดีตที่ผ่านมา เป็นต้น บอกแหล่งที่มาของข้อมูล และสำเนาเอกสารต่าง ๆ พร้อมรับรองสำเนาถูกต้องโดยผู้มีอำนาจลงนามและประทับตรา (ถ้ามี)

