

แผนธุรกิจ

(Business Plan)

สาระการเรียนรู้

- 1 ความหมายและความสำคัญของแผนธุรกิจ
- 2 ปกหน้าและสารบัญ
- 3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย
- 4 บทสรุปผู้บริหาร
- 5 ประวัติกิจการ
- 6 การวิเคราะห์สถานการณ์
- 7 แผนการตลาด
- 8 แผนการจัดการ
- 9 แผนการผลิต
- 10 แผนการเงิน



หน่วยที่
10

ความหมายและความสำคัญของแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ (Business Plan)

หมายถึง แผนการดำเนินงานของธุรกิจที่
จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ
ทั้งระยะสั้น และระยะยาว

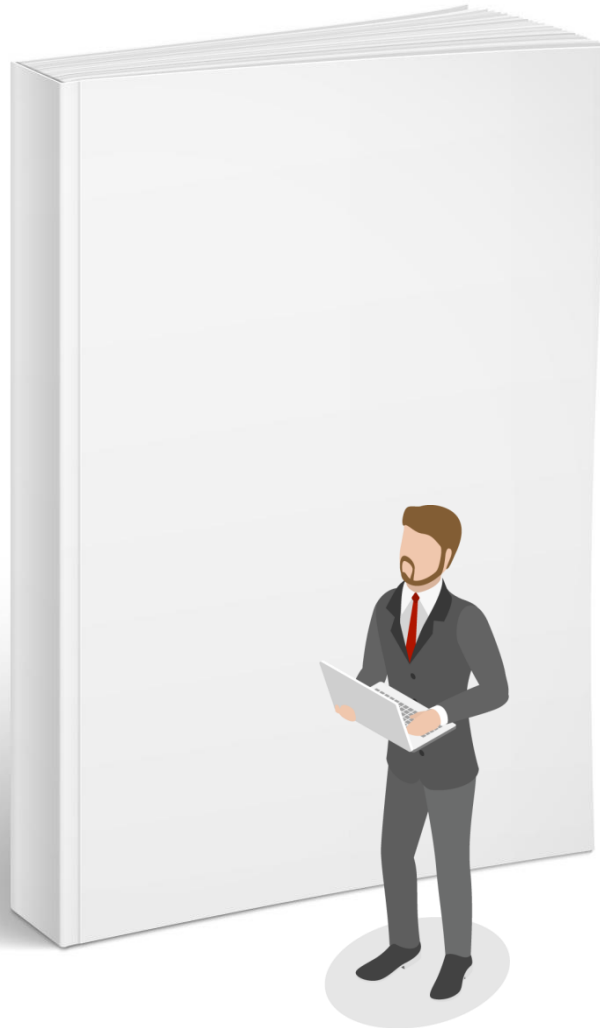
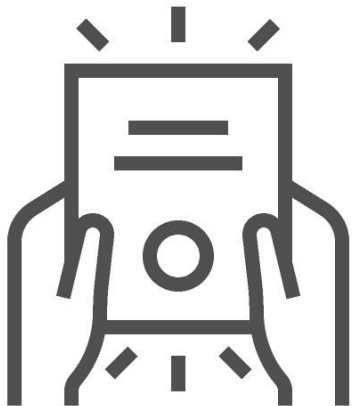
ความสำคัญของแผนธุรกิจ

- 1 ให้รายละเอียดเกี่ยวกับการเริ่มต้น
ธุรกิจ ทำให้ผู้ประกอบการมีเป้าหมาย
ชัดเจน กำหนดแนวทางของความคิด
และช่วยให้ผู้ประกอบการมั่นคงต่อ
การใช้ทรัพยากร
- 2 เป็นเครื่องมือที่แสวงหาเงินทุนจาก
ผู้ร่วมลงทุน กองทุน และสถาบัน
การเงินต่าง ๆ
- 3 ให้รายละเอียดของกิจกรรมต่าง ๆ
เพื่อใช้ในการกำหนดการปฏิบัติงาน
ที่ต่อเนื่องในอนาคตของกิจการ

ปกหน้าและสารบัญ

ปกหน้า

ควรเขียนชื่อของธุรกิจรวมทั้งที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ หมายเลขโทรสาร สัญลักษณ์ของธุรกิจ หรือ อาจจะมีชื่อ ที่อยู่และหมายเลขโทรศัพท์ของผู้ประกอบการอยู่ด้วย เพื่อความสะดวกในการติดต่อกลับ



สารบัญ

มีไว้เพื่อความสะดวกในการค้นหา รายละเอียดของแผนงานธุรกิจได้เร็วขึ้น ซึ่งจะมีประโยชน์ในการเจรจาต่อรองกับบุคคลภายนอก



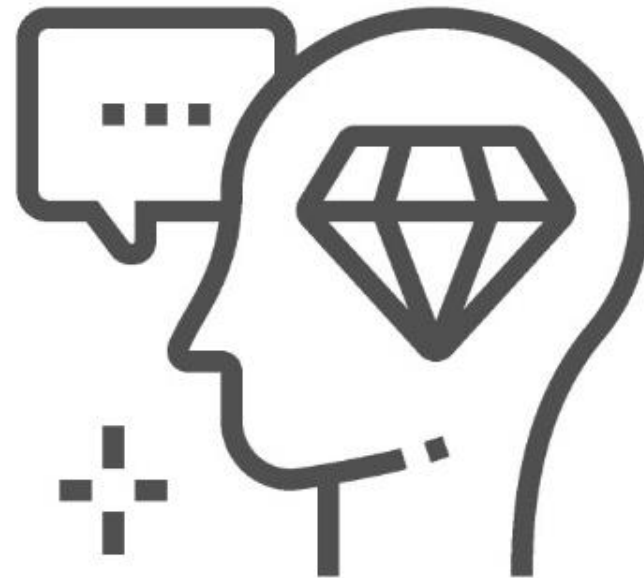
1

วิสัยทัศน์ (Vision)

หมายถึง ภาพรวมของกิจการ
ที่ต้องการจะเป็นในอนาคต โดยมี
พื้นฐานอยู่บนความเป็นจริง
ในปัจจุบัน โดยจะนำเสนอ
จุดมุ่งหมายของผู้ประกอบการ

เช่น

"เป็นผู้ผลิตน้ำพริกสำเร็จรูป
ชั้นนำในประเทศไทย"



วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย

2

พันธกิจ (Mission)

หมายถึง งานที่ต้องทำเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ของกิจการ โดยจะอธิบายความเป็นไปได้ของธุรกิจโครงการซึ่งครอบคลุม 5 ประการ คือ

- 1 สินค้าและบริการของกิจการคืออะไร
- 2 ลูกค้าของกิจการเป็นใคร

3

คุณค่าที่กิจการมอบให้แก่ลูกค้าเป็นอย่างไร

4

ขณะนี้กิจการเป็นอย่างไร

5

ต่อไปกิจการควรจะเป็นอย่างไร

ตัวอย่าง

บริษัทชิมไทยจำกัด

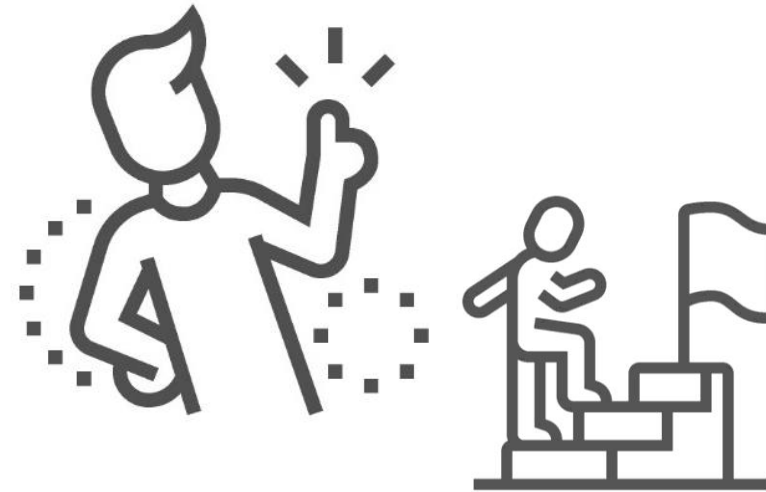
"ผลิตน้ำพริกสำเร็จรูปที่มีคุณภาพและราคาที่เหมาะสมในประเทศไทย"



1 เป้าหมาย (Goal)

คือ การกำหนดผลลัพธ์ที่ต้องการจากพันธกิจของกิจการ โดยเขียนเป็นข้อๆ แบ่งออกเป็น

- เป้าหมายระยะสั้น (1 ปี)
- ระยะปานกลาง (3-5 ปี)
- ระยะยาว (5 ปีขึ้นไป)



เช่น

"สร้างตราสินค้าน้ำพริกปรุงสำเร็จรูปชิมไทยให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคทั่วประเทศไทย"

เป็นส่วนที่สรุปรายละเอียดของแผนธุรกิจทั้งหมดที่ดำเนินการ ซึ่งชี้ให้เห็นว่ามีโอกาสเกิดขึ้นจริงได้ ควรเขียนให้สั้น กระชับรัด เนื่อหาประกอบด้วย

- 1 ชื่อโครงการ
- 2 แนวคิดและขอบเขตของธุรกิจ
- 3 โอกาสของธุรกิจ
- 4 กลุ่มเป้าหมาย
- 5 สภาพการแข่งขัน
- 6 ความคุ้มค่าเชิงธุรกิจ
- 7 ทีมผู้บริหาร
- 8 ข้อเสนอแนะ



ระบุข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของการก่อตั้งรูปแบบจัดตั้งหรือจดทะเบียน รวมทั้งแนวคิดและที่มาของการมองเห็นโอกาสทางการตลาด การคิดค้นและพัฒนาสินค้าบริการที่ต้องการนำเสนอให้กับลูกค้า เช่น ผู้ก่อตั้ง ปีที่ก่อตั้ง กิจกรรมที่เกิดขึ้น เช่น เพิ่มทุนลงทุน ขยายธุรกิจ



1

การวิเคราะห์ สถานการณ์ภายใน

เป็นการตรวจสอบความสามารถ ความพร้อมของกิจการด้านต่าง ๆ ที่เป็น**จุดแข็ง** (Strengths) และ**จุดอ่อน** (Weaknesses) เป็นการศึกษาวិเคราะห์ปัจจัยที่เกิดขึ้นจากกิจการเอง และสามารถควบคุมได้

2

การวิเคราะห์ สถานการณ์ภายนอก

เป็นการประเมินสภาพแวดล้อมที่ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมหรือเปลี่ยนแปลงได้ในลักษณะที่เป็น**โอกาส** (Opportunities) หรือ**อุปสรรค** (Threats) ซึ่งปัจจัยภายนอกไม่สามารถควบคุมได้

ปัจจัยภายใน

- | | |
|----------------------------|----------------------|
| ■ สินค้าและบริการ | ■ การส่งเสริมการตลาด |
| ■ ราคา | ■ การบริหารจัดการ |
| ■ ช่องทาง
การจัดจำหน่าย | ■ อื่น ๆ |

ปัจจัยภายนอก

- | | |
|-----------------------------------|-------------------------|
| ■ เศรษฐกิจ | ■ กฎหมายและนักรการเมือง |
| ■ วัฒนธรรม | ■ เทคโนโลยี |
| ■ ทักษะคน และ
ค่านิยมผู้บริโภค | ■ อื่น ๆ |

หมายถึง การกำหนดแนวทางและทิศทางในการดำเนินงานทางการตลาดให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และสัมพันธ์กับกลยุทธ์ทางการตลาดที่กำหนดไว้ โดยสามารถตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรมทางการตลาดไว้ล่วงหน้าได้ ประกอบด้วย



1

บทสรุป สำหรับผู้บริหาร

สรุปเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติบริษัท และอธิบายแผนการตลาด ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่บริษัทเสนอขาย



2

การวิเคราะห์ สถานการณ์ทาง การตลาดในปัจจุบัน

เป็นการนำเสนอข้อมูลของตลาด ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน การจัดจำหน่าย และสิ่งแวดล้อมมหภาค



3

การวิเคราะห์ SWOT

เป็นการระบุถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์



4 การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด

เป็นการตัดสินใจกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนการตลาด กำหนดได้ 2 ลักษณะ คือ วัตถุประสงค์ด้านการเงินและการตลาด



6 แผนการปฏิบัติงาน

เป็นการแสดงว่าแผนการตลาดนั้นจะมีแผนปฏิบัติงานทางการตลาดที่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างไร



5 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

STP Marketing

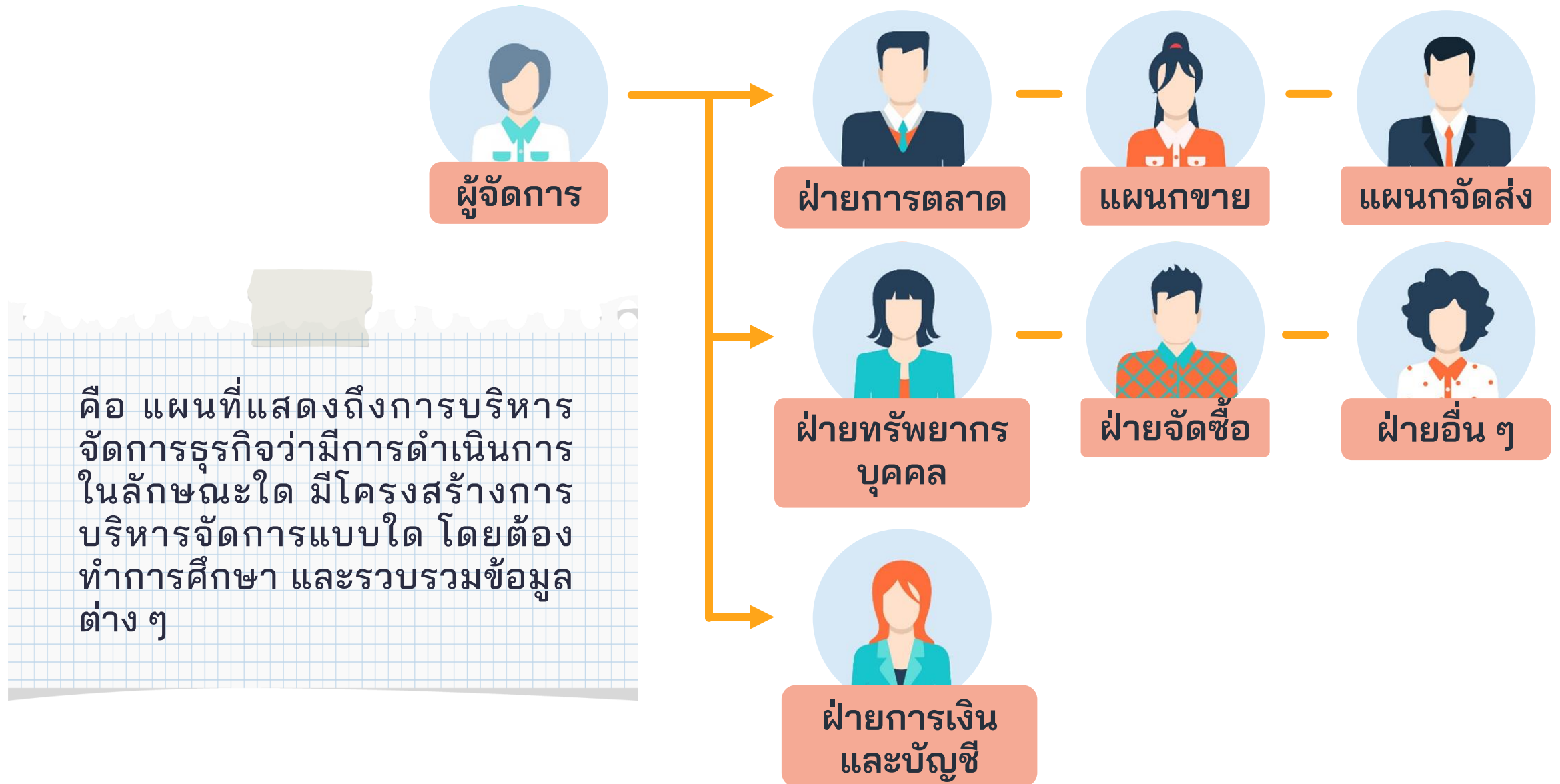
- การแบ่งส่วนตลาด
- การกำหนดลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
- การวางตำแหน่ง



7 การควบคุม

เป็นการตรวจสอบความก้าวหน้าของแผน วัดผลการทำงานทางการตลาด โดยวิเคราะห์ยอดขาย กำไร ส่วนครองตลาด ฯลฯ

แผนการจัดการ

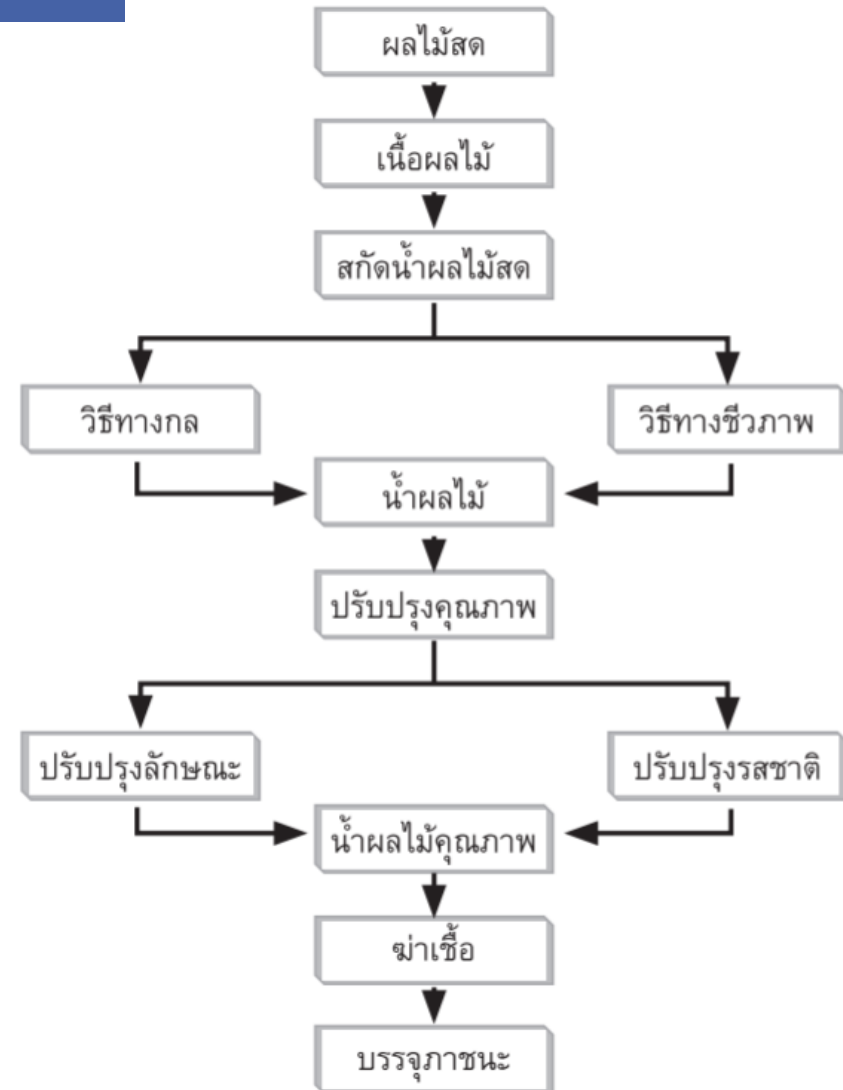


แผนการผลิต



หมายถึง กระบวนการในการแปลง
สภาพวัตถุดิบและทรัพยากรการผลิต
ให้เป็นผลผลิต และผลผลิตนั้น
หมายความว่า จำนวนหรือมูลค่าของ
สินค้าและบริการที่ผลิตได้

ตัวอย่าง



แผนการเงิน



หมายถึง รายงานทางการเงินที่ประมาณการ อาจสรุปเป็นงบการเงินที่การดำเนินงานในรอบระยะเวลาหนึ่ง เพื่อให้ทราบว่าที่ผ่านมา กิจกรรมมีฐานะทางการเงินและมีผลการดำเนินงานอย่างไรบ้างประกอบด้วยงบดุล และงบกำไรขาดทุนซึ่งเป็นการสร้าง งบประมาณสนับสนุนแผน

ตัวอย่าง

ชื่อกิจการ
งบบำไรขาดทุน
สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 25X4

หน่วย : บาท

รายได้จากการขาย		2,500,000
ต้นทุนขาย		<u>1,000,000</u>
กำไรขั้นต้น		1,500,000
ค่าใช้จ่าย		
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	450,000	
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	<u>550,000</u>	<u>1,000,000</u>
กำไรสุทธิ		<u>500,000</u>

รายงานทางการเงินที่สรุปการดำเนินงานของกิจการในรอบระยะเวลาหนึ่ง เพื่อให้ทราบว่า ที่ผ่านมานั้นกิจการมีฐานะทางการเงินอย่างไรบ้าง ซึ่งจะจัดทำงบดุลโดยประมาณ ดังนี้

ชื่อกิจการ
งบดุล
วันที่ 31 ธันวาคม 25X4
สินทรัพย์

หน่วย : บาท

สินทรัพย์หมุนเวียน	
เงินสด	245,680.-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	
เครื่องจักร	1,000,000.-
อุปกรณ์	600,000.-
ที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	<u>1,200,000.-</u>
รวมสินทรัพย์	<u>3,045,680.-</u>