



การดำเนินงานของธุรกิจในรูปแบบของแผนธุรกิจ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิริยา บุญมาเลิศ
วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา



เป็นเครื่องมือสำหรับผู้ประกอบการที่ริเริ่มก่อตั้งกิจการ สามารถจัดเรียงองค์ประกอบต่างๆ หรือการเตรียมการต่างๆ ล่วงหน้า ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการจัดลำดับความสำคัญ หรือเรื่องราวต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกัน กล่าวคือเป็นผลรวมแห่งกระบวนการคิดพิจารณา และการตัดสินใจที่จะเปลี่ยนความคิดของผู้ประกอบการออกมาเป็นโอกาสทางธุรกิจ เปรียบเหมือนแผนที่ในการเดินทาง ที่จะชี้แนะขั้นตอนต่างๆ ที่ละขั้นตอนในกระบวนการก่อตั้งกิจการ แผนจะให้รายละเอียดต่างๆ ทั้งเรื่องของการตลาด การแข่งขัน กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ การคาดคะเนทางการเงินที่จะชี้หน้าผู้ประกอบการไปสู่ความสำเร็จ หรือชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อนและข้อควรระวัง

ความสำคัญของแผนธุรกิจ



- ได้แนวทางในการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพอย่างเป็นรูปธรรม
- เป็นสื่อในการถ่ายทอดแนวความคิดวิธีการดำเนินงานแก่ผู้ร่วมงานได้ชัดเจน
- เป็นเครื่องมือในการควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นระยะ ๆ

ลำดับขั้นการกำหนดกลยุทธ์แผนธุรกิจ

Corporate Planning

- กำหนดวิสัยทัศน์ ภารกิจหลัก เป้าหมายธุรกิจ
- จัดตั้งหน่วยธุรกิจย่อย (SBU) และจัดสรรทรัพยากร
- วางแผนการสร้างธุรกิจใหม่

Business Planning

- วิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ
- กำหนดเป้าหมาย และพัฒนากลยุทธ์

Functional Planning

- จัดทำแผนงานในแต่ละหน้าที่ของธุรกิจ (แผนการตลาด การผลิต การจัดการ การเงิน)

การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขัน

ต้นทุนต่ำ
(Cost Leadership)

เห็นตลาดในวงกว้าง ผลิตมาก ขายมาก ทำให้ต้นทุนเฉลี่ยต่ำ จึงตั้งราคาต่ำได้ กำไรเกิดขึ้นจากปริมาณขาย

สร้างความแตกต่าง
(Differentiation)

ครอบคลุมตลาดกว้างหรือแคบ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีจุดเด่นหรือจุดขายที่เป็นเอกลักษณ์ให้ลูกค้าจดจำได้และตรงตามความต้องการ กำไรเกิดขึ้นจากราคาที่สะท้อนคุณค่าต่อลูกค้า

เห็นตลาดเฉพาะ
(Focus)

มุ่งตลาดในวงแคบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ฐานลูกค้าน้อย แต่มูลค่าการซื้อสูง ซื้อซ้ำประจำ ตั้งราคาสูงได้

1. บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

- ทำธุรกิจอะไรและมีแนวธุรกิจอย่างไร
- มีโอกาสและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างไร
- กลยุทธ์ที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ (Key to Success)
- กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการคาดคะเนลูกค้าเป้าหมาย
- ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของธุรกิจ เช่น ความได้เปรียบจากตัวผลิตภัณฑ์ความได้เปรียบจากการเข้าตลาดก่อน
- การคาดการณ์ผลการดำเนินงาน (ทางการเงิน) จากการดำเนินธุรกิจ



2. ประวัติโดยย่อของกิจการ

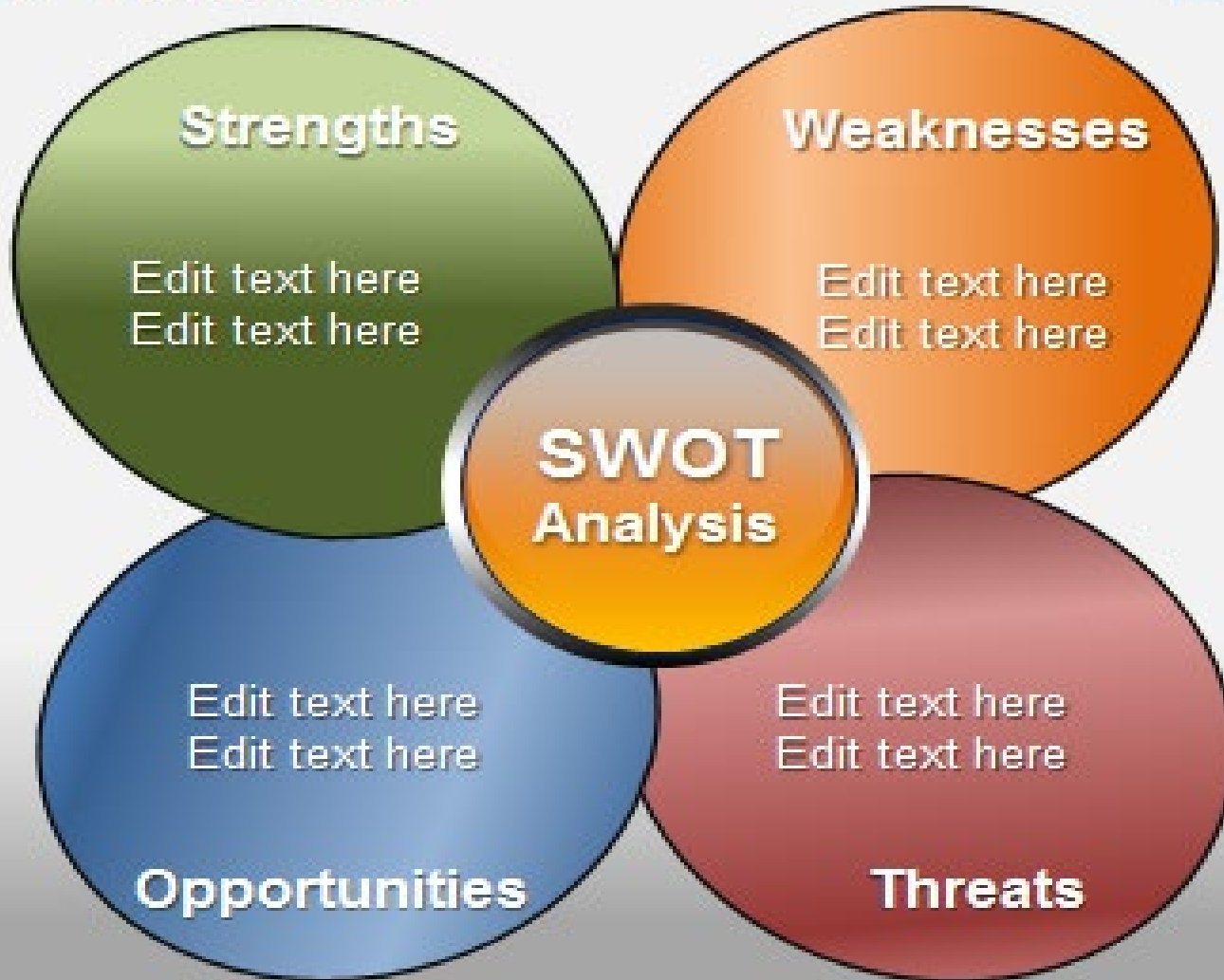
- ประวัติการจัดตั้งทุนของกิจการ
- ประวัติการเพิ่มทุนของผู้ถือหุ้น
- รายละเอียดธุรกิจ ประเภทสินค้าและบริการมีอะไรบ้าง
- กำลังการผลิต ยอดขาย
- สถานที่ตั้งสำนักงาน สิทธิทรัพย์สินที่ดิน อาคารสิ่งปลูกสร้าง และเครื่องจักร



3. การวิเคราะห์สถานการณ์

SWOT Template

fppt.com



4. วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจ

(1) เป้าหมายและแผนทางการตลาด

(2) เป้าหมายและแผนทางผลิต

(3) เป้าหมายและแผนการจัดการด้านองค์กรและกำลังคน

(4) เป้าหมายและแผนการเงิน



- สินค้าและบริการ (Products and Service)
 - Positioning ของสินค้าหรือบริการว่าอยู่ตำแหน่งใด
 - จับตลาดเป้าหมายระดับใด และจุดแข็งของสินค้ามีอะไรบ้าง
 - มีการวิเคราะห์ SWOT Analysis
- ภาพรวมของตลาดและส่วนแบ่งการตลาด
- ใครคือลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
- การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps) และกิจกรรมทางการตลาด



6. แผนการจัดการและแผนกำลังคน

- การจัดการและโครงสร้างองค์กร (Management and Organization)
- ประวัติ ประสบการณ์ในการบริหารงานของทีมผู้บริหารเป็นรายบุคคล
- หน้าที่รับผิดชอบในแผนธุรกิจ
- ควรมีการวางแผนผังองค์กรเพื่อให้เห็นภาพรวมของอำนาจหน้าที่ในองค์กรของแต่ละบุคคล



- แผนการผลิต
- การจัดซื้อวัตถุดิบ
- ระบบสินค้าคงคลัง
- กำหนดการผลิตและปฏิบัติการ
- การรักษาเครื่องมือและเครื่องจักร
- อธิบายผังการผลิต ขั้นตอนการผลิต
- สถานที่ผลิต



8. แผนการเงิน



- ข้อกำหนดสมมติฐานประมาณการ
- งบกำไรขาดทุน
- งบดุล
- งบกระแสเงินสด
- แหล่งที่มาและใช้ไปของเงินทุน
- จุดคุ้มทุน – ระยะเวลาคืนทุน
- อัตราส่วนทางการเงิน

เป็นการนำแผนด้านการผลิต การตลาด การจัดองค์กร และการเงินมา
สรุปเพื่อนำไปสู่



- การกำหนดกลยุทธ์วิธี
- งบประมาณ
- ระยะเวลาดำเนินการ

10. แผนความเสี่ยง

กล่าวถึงปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบกับธุรกิจ เช่น

- ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย เป็นต้น
- ความเสี่ยงจากคู่แข่งในตลาด
- ความเสี่ยงจากการขาดแคลนบุคลากรในขนาด



11. แผนฉุกเฉิน

- เป็นการเตรียมแนวทางการดำเนินงานไว้ล่วงหน้า
- ในกรณีที่เกิดสถานการณ์หรือการดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่คาดไว้
- หรือมีเหตุไม่คาดฝันเกิดขึ้นในกิจการ
- ซึ่งส่งผลกระทบต่อในทางลบ



รูปแบบการนำเสนอแผนธุรกิจ

1

การนำเสนอแบบเป็นทางการ (Formal presentation) โดยรูปแบบการนำเสนอแบบเป็นทางการ จะเป็นรูปแบบที่นำเสนอแผนธุรกิจต่อหน้าคณะกรรมการเจ้าหน้าที่ ผู้ทรงคุณวุฒิ หรือบุคคลภายนอก ภายในสถานที่

2

การนำเสนอแบบไม่เป็นทางการ (Informal presentation) รูปแบบการนำเสนอที่ไม่เป็นทางการ จะอยู่ในรูปแบบการพูดคุย การสัมภาษณ์ การซักถามหรือตอบข้อสงสัย ระหว่างผู้นำเสนอแผนกับผู้พิจารณาแผน

องค์ประกอบสำคัญของการนำเสนอแผนธุรกิจ

เอกสารแผนธุรกิจ Business plan document

การนำเสนอด้วยภาพ (Visual presentation)

การนำเสนอด้วยคำพูด (Verbal Presentation)

การตอบข้อซักถาม (Answering from questions)