หลักการเขียนแผนธุรกิจ

(Principle of Business Planning)

วิชา	หลักการเขียนแผนธุรกิจ
	(Principle of Business Planning)
รหัสวิชา	3563309 หน่วยกิต 3(3-0-6)
หลักสูตร	บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา	การจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ
อาจารย์ผู้สอน	อาจารย์ ดร.พงษ์สันติ์ ตันหยง

คำอธิบายรายวิชา

ความสำคัญของแผนธุรกิจ แนวคิดในการสร้างธุรกิจใหม่ให้สอดคล้องกับท้องถิ่นหรือชุมชน องค์ประกอบของแผนธุรกิจ วิธีการเขียนแผนธุรกิจ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การวิเคราะห์ตลาด ลูกค้าและคู่แข่งขัน การวางแผนการตลาด แผนการผลิต แผนการจัดการองค์การและทรัพยากรมนุษย์ แผนการเงินและแผนฉุกเฉิน การประเมินความเป็นไปได้ของแผนธุรกิจ โดยเน้นการเขียน และ นำเสนอแผนธุรกิจ

บทที่ 1
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับแผนธุรกิจ

หัวข้อเนื้อหาประจำบท

- บทนำ
- ความหมายของแผนธุรกิจ
- ความสำคัญของแผนธุรกิจ
- ประโยชน์ของแผนธุรกิจ
- แหล่งข้อมูลในการทำแผนธุรกิจ
- แนวคิดในการทำธุรกิจ

บทนำ

- โลกในยุคปัจจุบันมีการแข่งขันที่รุนแรง
- สาเหตุหลักมาจากการเติบโตของเทคโนโลยี
- ภาคธุรกิจนั้นได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก
- การมีความรู้ในเรื่องธุรกิจจึงมีความสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งการวางแผนธุรกิจ
- แผนธุรกิจจะเป็นตัวกำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจ มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการที่ต้องการกู้เงินจากสถาบันการเงิน หรือหาผู้ร่วมลงทุน

ความหมายของแผนธุรกิจ

ซิมเมอเรอร์และสคาร์เบิร์ก (Zimmerer & Scarborough, 2002, p. 334) ได้กล่าวว่า แผนธุรกิจคือรูปแบบการเขียนสรุปเค้าโครงอย่างย่อ ๆ ของธุรกิจในอนาคตของผู้ประกอบการโดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินงาน การเงิน กลยุทธ์ โอกาสทางการตลาด และความสามารถ ตลอดจนทักษะของผู้ประกอบการ

บายเกรฟและซาชาราคิส (Bygrave & Zacharakis, 2008, p. 245) สรุปว่าแผนธุรกิจ คือเอกสารที่แสดงรายละเอียดของกิจกรรมต่าง ๆ จากการวางแผนของผู้ประกอบการ

ฮิสริส ปีเตอร์และเชฟเฟิร์ด (Hisrisch, Peters & Shepherd, 2010, p. 201) กล่าวว่าแผนธุรกิจเป็นเอกสารที่แสดงถึงข้อมูล กลยุทธ์ รายละเอียดของธุรกิจ รวมถึงวิธีการและกระบวนการในการดำเนินงาน ของธุรกิจ

สรุปความหมายของแผนธุรกิจ

คือ เอกสารในการดำเนินธุรกิจที่เขียนเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อกำหนดเป้าหมายผ่านกระบวนการกำหนดกิจกรรมในการดำเนินธุรกิจที่สำคัญ ๆ โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินงาน การเงิน กลยุทธ์ โอกาสทางการตลาดและรายละเอียดทางการเงิน โครงสร้างการบริหารเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ

ความสำคัญของแผนธุรกิจ

ความสำคัญของแผนธุรกิจ มีดังนี้ (Longennecker, Moore, Petty, & Palich, 2006, p. 106; สาโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน, 2546, หน้า 8)

1. แผนธุรกิจเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการเริ่มธุรกิจที่มีเป้าหมายที่ชัดเจน

2. แผนธุรกิจเป็นเครื่องมือในการสื่อสารถึงศักยภาพของผู้ประกอบการ

3. แผนธุรกิจเป็นเครื่องมือในการหาเงินลงทุนจากผู้ร่วมทุนต่าง ๆ

4. แผนธุรกิจเป็นมุมมองในปัจจุบันของผู้ประกอบการในการลงมือปฏิบัติงานทั้งต่อตนเองและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ในเรื่องการปฏิบัติงานและผลลัพธ์ในอนาคต

5. แผนธุรกิจมีความสำคัญในฐานะที่เป็นเสมือนพิมพ์เขียวที่มีรายละเอียดของกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานทางธุรกิจ

ประโยชน์ของแผนธุรกิจ

ประโยชน์ของแผนธุรกิจมีดังนี้ (สมฤดี บุญตานนท์, และเบญจมาศ อ่ำพันธุ์, 2544, หน้า 18; Wickham, 2006, p. 378; ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี, 2556, หน้า13-15; ฉัตยาพร เสมอใจ, 2558, หน้า 139)

1. แผนธุรกิจเป็นการคัดเลือกแนวความคิดเชิงสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพทางธุรกิจมาประยุกต์ในการดำเนินงาน

2. ใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานทุกขั้นตอน

3. ผู้ประกอบการสามารถใช้แผนธุรกิจในการเปรียบเทียบผลงานที่เกิดขึ้นจริงกับมาตรฐานที่ได้ตั้งไว้ล่วงหน้า

4. ผู้ประกอบการสามารถใช้แผนธุรกิจเป็นเครื่องมือในการระดมทุนโดยมีการนำเสนอข้อมูลต่อผู้สนใจร่วมลงทุนหรือสถาบันการเงินต่าง ๆ

แหล่งข้อมูลในการทำแผนธุรกิจ

แหล่งข้อมูลประกอบการทำแผนธุรกิจ ได้แก่

1.สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง

2.กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

3.กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

4.กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

5. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

6. สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

7. ธนาคารแห่งประเทศไทย

8. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

9. ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ

10. ศูนย์วิจัยฯ ของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ

11. ศูนย์ข้อมูลของหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ

12. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

13. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

14. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

15. สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

16. สภาอุตสาหกรรม

ฯลฯ

แนวคิดในการทำธุรกิจ

- การทำธุรกิจนั้นไม่ใช่เรื่องง่ายที่ทุกคนที่ทำแล้วจะประสบความสำเร็จ
- สิ่งสำคัญต้องรู้จัก การวิเคราะห์สิ่งที่จะนำเสนอให้กับลูกค้าว่าสินค้าหรือบริการที่เราจะนำเสนอนั้นเป็นอะไร หรือจะเรียกขั้นตอนในการคิดว่า*แนวคิดในการสร้างธุรกิจ*
- การรู้จักแนวคิดในการสร้างธุรกิจตลอดจนแนวทางหรือวิธีการต่าง ๆ ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จจึงเป็นสิ่งสำคัญเพราะจะช่วยให้ไม่หลงทาง และเป็นแรงบันดาลใจให้มุ่งไปสู่ความสำเร็จ

แนวคิดในการทำธุรกิจ

ออสเทอร์วาวเดอร์ พิกนัวร์ เบอร์มาด้าและสมิธ(Osterwalder, Pigneur, Bemanda, & Smith, 2558, หน้า12-16) เสนอแนวคิดในการสร้างธุรกิจได้ดังนี้

1. สร้างธุรกิจจากคุณลักษณะของลูกค้า
2. สร้างธุรกิจจากภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม สิ่งที่ตนเองมีแล้วโดดเด่นแนวคิดนี้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม สิ่งที่ตนเองมีแล้วโดดเด่นมาสร้างธุรกิจใหม่ให้สอดคล้องกับท้องถิ่นหรือชุมชน
3. สร้างธุรกิจจากกระแส แนวโน้ม ที่ได้จาก ข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น งานวิจัย ข้อมูลจากหน่วยงานรัฐ การวิเคราะห์ของสถาบันทางธุรกิจต่าง ๆ

แนวคิดในการทำธุรกิจ

1. สร้างธุรกิจจากคุณลักษณะของลูกค้า

เช่น สร้างธุรกิจจากปัญหาของลูกค้า (Customer Pains)

ตัวอย่างแนวคิดในการทำธุรกิจ

“Fixzy” ธุรกิจ Start-Up ที่เชี่ยวชาญเรื่องการซ่อม

จุดเริ่มต้นของ Fixzy มีที่มาที่ไปอย่างไร

ช่วงปี 2014 มีกระแส Start-up(สตาร์ทอัป) เข้ามาที่เอาปัญหารอบ ๆ ตัวเราสร้างขึ้นมาเป็น Platform (แพลตฟอร์ม) เพื่อแก้ปัญหา ตอนนั้นก็จังหวะดีที่บ้านเพื่อนท่อน้ำตันพอดี ลักษณะการหาช่างมาซ่อมท่อน้ำหรือปั๊มน้ำมันยากพอสมควรทั้งเรื่องความไว้ใจและเรื่องราคา เลยเกิดไอเดียขึ้นมาว่าถ้ามีตัวกลางสักคนหนึ่งมาจัดการ มายืนยันตัวตนว่ามีความสามารถ มีความน่าเชื่อถือ เรื่องนี้ทำให้เป็นจุดเริ่มต้นของแอพลิเคชั่น

แนวคิดในการทำธุรกิจ

2. สร้างธุรกิจจากภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม สิ่งที่ตนเองมีแล้วโดดเด่น แนวคิดนี้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม สิ่งที่ตนเองมีแล้วโดดเด่นมาสร้างธุรกิจให้สอดคล้องกับท้องถิ่นหรือชุมชน

ตัวอย่างแนวคิดในการทำธุรกิจ

ธุรกิจ ส้มโอแท้ (Som-O-Taa) สร้างขึ้นมาโดยมีแนวคิดที่ว่าอยากให้ผู้ที่ชอบบริโภคส้มโอได้บริโภคส้มโอแท้ ๆ ของนครชัยศรี จังหวัดนครปฐมอันเลื่องชื่อ โดยที่ไม่ต้องกลัวว่าจะถูกหลอกว่าเป็นส้มโอที่ปลูกจากแหล่งอื่น ซึ่งรสชาติและคุณภาพอาจจะไม่เท่ากับของนครชัยศรีที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป โดยที่ทางธุรกิจจะรับรองคุณภาพว่าเป็นส้มโอจากแหล่งกำเนิดนครชัยศรีโดยใช้คิวอาร์โค้ด (QR code) และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ที่ได้รับรองจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อให้สืบค้นได้ถึงยังที่มาจากสวนใดในพื้นที่อำเภอนครชัยศรี

แนวคิดในการทำธุรกิจ

3.สร้างธุรกิจจากกระแส แนวโน้ม ที่ได้จาก ข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น งานวิจัย ข้อมูลจากหน่วยงานรัฐ การวิเคราะห์ของสถาบันทางธุรกิจต่าง ๆ

ตัวอย่างแนวคิดในการทำธุรกิจ

5 อันดับโรคร้าย ข้อมูลจากกระทรวงสาธารณสุขปี 2558 คือ อันดับ 1 โรคหลอดเลือดสมอง อันดับที่ 2 โรคหลอดเลือดหัวใจ อันดับที่ 3 ภาวะปอดอุดกั้นเรื้อรัง อันดับที่ 4 เบาหวานและอันดับที่ 5 โรคมะเร็งตับ

น้ำทับทิมมีสรรพคุณดีต่อสมอง
น้ำฟักข้าวช่วยต่อต้านอนุมูลอิสระและป้องกันโรคมะเร็ง
น้ำฟักเขียวช่วยลดไขมันในเส้นเลือด
น้ำลูกหว้าช่วยรักษาเบาหวานและช่วยบรรเทาอาการของวัณโรค
น้ำว่านกาบหอยมีประโยชน์ต่อปอดและตับ ลดไข้
น้ำฟ้าทะลายโจรช่วยกระตุ้นการสร้างภูมิคุ้มกันในร่างกายและยับยั้งเซลล์มะเร็ง

แบบฝึกหัดบทที่ 1

1. จงอธิบายความหมายของแผนธุรกิจ
2. จงอธิบายความสำคัญของแผนธุรกิจที่มีต่อผู้ประกอบการ
3. จงระบุประโยชน์ของแผนธุรกิจ
4. จงอธิบายวิธีสืบค้นข้อมูลจากแหล่งข้อมูลในการทำแผนธุรกิจ
5. แนวคิดในการสร้างธุรกิจสรุปได้กี่แนวทาง อย่างไรบ้าง

เอกสารอ้างอิง

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2558). **การจัดการธุรกิจขนาดย่อม.** กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี. (2556). **วิธีเขียนแผนธุรกิจ.** กรุงเทพฯ: เอ็กซเปอร์เน็ท.

สมฤดี บุญตานนท์, และเบญจมาศ อ่ำพันธุ์. (2544). **การจัดทำแผนธุรกิจ** (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ธีระป้อม วรรณกรรม.

สาโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน. (2546). **แผนธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ.** กรุงเทพฯ: โนเบิ้ลบุ๊ค.

Bygrave, W., & Zacharakis, A. (2008). **Entrepreneurship**. New York: John Wiley & Sons.

Hisrisch, R.D., Peters, M.P., & Shepherd, D.A. (2010). **Entrepreneurship**. New York: Mc Graw-Hill.

Longennecker, J.G., Moore, C.W., Petty, W.J., & Palich, L.E. (2006). **Small Business Management**: An Entrepreneurial Emphasis. International ed. Ohio: Thomsom South-Western.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bermada, G., & Smith, A. (2010). **Business Model Generation**. . Chichester, England: John Wiley & Sons.

Wickham, P.A. (2006). **Strategic Entrepreneurship**. (4th ed.). New jersey: Prentice-Hall.

Zimmerer, T. W., & Scarborough, N.M. (2002). **Essentials of Entrepreneurship and small Business Management**. (3rd ed.). New Jersey: Prentice-Hall.