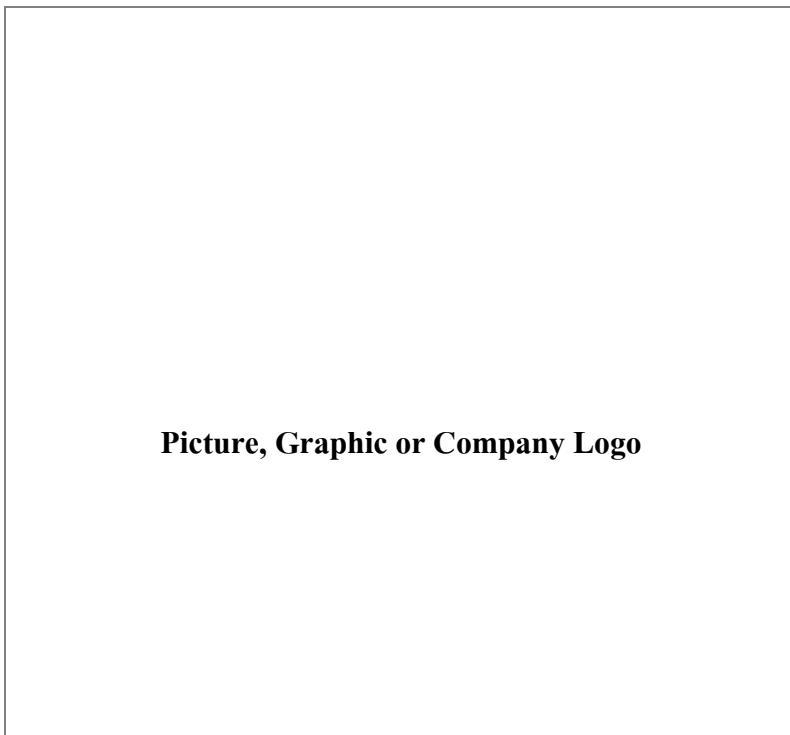


# แผนธุรกิจ (Business Plan)



ชื่อธุรกิจ

ที่อยู่

หมายเลขโทรศัพท์

หมายเลขโทรสาร

E-mail Address

นำเสนอต่อ

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

# สารบัญ

หน้า

1. บทสรุปผู้บริหาร

2. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

3. ความเป็นมาของธุรกิจ

3.1 ประวัติความเป็นมา หรือแนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

3.2 สรุปผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของธุรกิจ

3.3 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

4. สินค้า

4.1 รายละเอียดสินค้า

5. การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด

5.1 สภาพอุตสาหกรรม และสภาวะตลาด

5.2 การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด

5.3 แนวโน้มทางการตลาด

5.4 ตลาดเป้าหมาย

5.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

5.6 สภาพการแข่งขัน

5.7 คู่แข่งขัน

5.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT Analysis

5.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

6. แผนการบริหารจัดการ

6.1 ข้อมูลธุรกิจ

6.2 ราชานามคณะกรรมการบริษัท

6.3 อำนาจการลงนามผูกพันบริษัทของกรรมการ

6.4 รายชื่อผู้ถือหุ้น/หุ้นส่วนและสัดส่วนการถือครอง

6.5 ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร

6.6 แผนผังองค์กร

6.7 หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

6.8 แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

6.9 วิสัยทัศน์

6.10 พันธกิจ

6.11 เป้าหมายทางธุรกิจ

6.12 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

6.13 นโยบายการจ่ายเงินปันผล หรือเงื่อนไขการจ่ายผลประโยชน์

6.14 แผนการดำเนินการอื่นๆของธุรกิจ

# สารบัญ

หน้า

## 7. แผนการตลาด

- 7.1 เป้าหมายทางการตลาด
- 7.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย
- 7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด
  - 7.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์
  - 7.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา
  - 7.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย
  - 7.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด
- 7.4 กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด

## 8. แผนการขายสินค้า

- 8.1 สถานที่ประกอบการในการขายสินค้า
- 8.2 อุปกรณ์ เครื่องมือ ของตกแต่ง ในการขายสินค้า
- 8.3 ข้อมูลการขายสินค้า
- 8.5 ขั้นตอนการขายสินค้า
- 8.6 แผนผังกระบวนการขายสินค้า

## 9. แผนการเงิน

- 9.1 ประมาณการในการลงทุน
- 9.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน
- 9.3 สมมติฐานทางการเงิน
- 9.4 นโยบายทางการเงิน
- 9.5 ประมาณการในการขายสินค้ารายเดือน
- 9.6 ประมาณการรายได้จากการขายสินค้า
- 9.7 ประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อการขาย
- 9.8 ประมาณการต้นทุนสินค้าและต้นทุนขายสินค้า
- 9.9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย
- 9.10 ประมาณการงบกำไรขาดทุน
- 9.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด
- 9.12 ประมาณการงบดุล
- 9.13 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

## 10. แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

### ภาคผนวก

- เอกสารแนบ A
- เอกสารแนบ B
- เอกสารแนบ C

## 1. บทสรุปผู้บริหาร

บทสรุปผู้บริหารเป็นการสรุปรายละเอียดที่สำคัญทั้งหมดในแผนธุรกิจ ซึ่งจะเป็นการแสดงเฉพาะรายละเอียด หรือ หัวข้อเฉพาะเป็นส่วนเนื้อหาสำคัญ ในแผนการบริหารจัดการ แผนการตลาด แผนการผลิต และแผนการเงิน คัดยส่วนเนื้อหาของบทสรุปผู้บริหารนี้ควรมีความยาวประมาณ 1-2 หน้ากระดาษ A4 และควรจัดทำขึ้นในขั้นตอนสุดท้าย ภายหลังจากการจัดทำแผนธุรกิจแล้วเสร็จเป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยบทสรุปของผู้บริหารที่ดีควรมีรายละเอียดดังนี้

---

ข้อมูลพื้นฐานหรือรายละเอียดทั่วไปของธุรกิจ รายละเอียดของชื่อโครงการ/บริษัท/ห้างหุ้นส่วน/กิจการ ที่ตั้งของธุรกิจ

*แนวคิดในการดำเนินธุรกิจ* – เหตุผลในการเลือกดำเนินธุรกิจ เหตุผลในการเลือกผลิตภัณฑ์ สินค้าหรือบริการ ซึ่งสามารถแก้ปัญหาของลูกค้า หรือการสอดคล้องกับสภาวะตลาด

*ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการของธุรกิจ* - รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ เช่น แบบ ขนาด การใช้ประโยชน์ สิ โปรแกรมบริการ เป็นต้น ราคาของผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ราคาบริการ สถานที่จำหน่ายหรือสถานที่ให้บริการผลิตภัณฑ์ สินค้าหรือบริการ รูปแบบการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์สินค้า หรือบริการ หรือรายละเอียดสำคัญอื่นๆที่จำเป็นตามความเหมาะสม

*สภาวะตลาด* - สภาพทั่วไปของตลาดหรืออุตสาหกรรม สภาวะการแข่งขัน

*ความสามารถทางการแข่งขันและวิธีการแข่งขัน* –วิธีการที่ธุรกิจเลือกในการแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการของกลุ่ม หรือธุรกิจอื่นในตลาด ตัวอย่างเช่น คุณสมบัติหรือรูปแบบผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการที่ดีหรือประสิทธิภาพมากกว่า ราคาขายหรือราคาบริการที่ถูกลงกว่า การใช้ช่องทางจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมและเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้ดีกว่าการใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับลูกค้ามากกว่า โดยเฉพาะจุดเด่นสำคัญที่ผลิตภัณฑ์ สินค้าหรือบริการ เหนือกว่าผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการอื่น

*ลูกค้าเป้าหมาย* – ลักษณะของลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจที่กำหนด เช่น เพศ อายุ รายได้ จำนวน รายได้ การศึกษา พฤติกรรม เหตุผลในการตัดสินใจ เป็นต้น

*กลยุทธ์ทางการตลาด* – วิธีการและเหตุผลในการกำหนดในการสร้างรูปแบบ ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ การตั้งราคาขาย ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ ช่องทางการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ สินค้าหรือบริการ การเลือกวิธีการส่งเสริมการตลาด ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ

*แผนการบริการหรือการบริการ* – รายละเอียดสถานที่ตั้ง โรงงาน หรือสถานที่ให้บริการ ประมาณการเกี่ยวกับยอดการบริการผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือเป้าหมายการให้บริการ

*การบริหารจัดการ* – รูปแบบโครงสร้างการบริหารจัดการ นโยบายหรือแผนในอนาคตของธุรกิจ

*สรุปผลทางการเงิน* – ประมาณการเกี่ยวกับยอดขาย รายได้ สรุปผลกำไรของธุรกิจ ผลจากการวิเคราะห์ทางการเงิน เช่น ระยะคืนทุน จุดคุ้มทุน NPV IRR เป็นต้น

การเขียนบทสรุปผู้บริหารควรเลือกเฉพาะประเด็นรายละเอียดที่สำคัญ ให้มีความรัดกุม เนื่องจากจะได้ไม่มีรายละเอียดมากจนเกินไป รวมถึงสามารถให้ข้อมูลที่จำเป็นและเหมาะสมของธุรกิจได้ ภายใน 1-2 หน้ากระดาษ นอกจากนี้หัวข้อและรายละเอียดต่างๆที่ระบุไว้ในบทสรุปผู้บริหาร ถ้าจัดทำอย่างถูกต้องและชัดเจนจะสามารถนำไปใช้เพื่อการนำเสนอแผนธุรกิจ (BUSINESS PLAN PRESENTATION) ได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

---

## 2. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอแผนธุรกิจนี้ต่อ \_\_\_\_\_

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

โดยมีเงื่อนไขดังนี้คือ

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

## 2. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของธุรกิจในการนำเสนอแผนธุรกิจว่ามีวัตถุประสงค์ใดในการนำเสนอ เช่น เพื่อการขอสนับสนุนจากหน่วยงาน เพื่อขอรับการสนับสนุนวงเงินสินเชื่อ หรือเพื่อขอสนับสนุนในการร่วมลงทุน เป็นต้น โดยควรมีการแจกแจงรายละเอียดที่เกี่ยวกับรายละเอียดต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ชัดเจน เช่น จำนวนวงเงิน วัตถุประสงค์ของการใช้เงิน หลักประกันในการกู้ การให้ผลตอบแทนหรือเงื่อนไขต่างๆ เป็นต้น การแสดง ในส่วนของวัตถุประสงค์นี้ควรแยกออกมาเป็นเอกสารต่างหากโดยเฉพาะ เพื่อเน้นความสำคัญให้ผู้อ่านพิจารณาแผนธุรกิจทราบได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง ว่ามีการนำเสนอแผนธุรกิจมาเพื่อวัตถุประสงค์ใด แต่ในกรณีที่ผู้จัดทำแผนธุรกิจได้มีการเขียนจดหมายแจ้งวัตถุประสงค์ในการขอรับการสนับสนุนแยกต่างหากจากแผนธุรกิจ เช่น จดหมายเสนอขอรับการสนับสนุนทางการเงินจากธนาคารหรือสถาบันการเงินก็อาจไม่มีความจำเป็นต้องมีการจัดทำหัวข้อดังกล่าวนี้ได้ ทั้งนี้รวมถึงการจัดทำแผนธุรกิจที่ใช้ในการศึกษาหรือการอบรมก็อาจไม่จำเป็นต้องจัดทำหัวข้อวัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจนี้เช่นกัน

### 3. ความเป็นมาของธุรกิจ

#### 3.1 ประวัติความเป็นมา หรือแนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

ประวัติของกิจการ / ผู้เริ่มกิจการ

---

แนวความคิดในการก่อตั้งกิจการ

---

การเปลี่ยนแปลงของกิจการ

---

ความสำเร็จ / อุปสรรคที่ผ่านมา

---

---

---

#### 3.2 สรุปผลการดำเนินการที่ผ่านมาของธุรกิจ (ย้อนหลัง 3 ปี ในกรณีที่ธุรกิจได้มีการดำเนินการมาแล้ว)

รายการ	ปัจจุบัน	ย้อนหลังปีที่ 1	ย้อนหลังปีที่ 2	ย้อนหลังปีที่ 3
ยอดขายได้				
กำไรสุทธิ				
สินทรัพย์รวม				
หนี้สินรวม				
ส่วนของผู้ถือหุ้นรวม				

#### 3.3 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน (กรณีที่เป็นการเริ่มจัดตั้งธุรกิจใหม่)

ลำดับ	รายการดำเนินงาน	ระยะเวลาดำเนินการ	ระยะเวลาที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
	รวมระยะเวลาทั้งสิ้น		

### 3. ความเป็นมาของธุรกิจ

#### 3.1 ประวัติความเป็นมา หรือแนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

เป็นการแสดงรายละเอียดของความเป็นมาหรือเหตุผลในการจัดทำโครงการ ได้แก่ ชื่อกิจการ เริ่มต้น ผู้เริ่มก่อตั้ง ปี พ.ศ. ที่เริ่มก่อตั้ง แนวความคิดหรือเหตุผลในการก่อตั้งกิจการ ทุนจดทะเบียนหรือทุนเริ่มต้นของกิจการ การเติบโตของกิจการการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้น รวมถึงความสำเร็จและอุปสรรค ในช่วงเวลาที่ผ่านมา ตลอดจนประสบการณ์ของผู้ก่อตั้งหุ้นส่วน และทีมงานผู้บริหาร รวมถึงประสบการณ์ ในช่วงของการดำเนินกิจการก่อนหน้านี้

#### 3.2 สรุปผลการดำเนินการที่ผ่านมาของธุรกิจ

เป็นการแสดงผลการดำเนินการที่ผ่านมาของธุรกิจ เพื่อให้ทราบถึงสภาพการดำเนินการของธุรกิจ ที่ผ่านมาว่ามีการเติบโตหรือมีผลการดำเนินการอย่างไร โดยในกรณีที่ธุรกิจที่มีการดำเนินการมาก่อนหน้า ควรแสดงผลการดำเนินการที่ผ่านมาอย่างน้อย 3 ปี แต่ในกรณีที่เป็ธุรกิจใหม่หรือยังประกอบการมายังไม่มากนัก อาจแสดงผลการดำเนินการในช่วงเวลาที่ผ่านม่าสุด หรืออาจไม่จำเป็นต้องแสดงรายละเอียดในส่วนนี้ก็ได้ตามความเหมาะสมแล้วแต่กรณี โดยการแสดงผลการสรุปผลการดำเนินการที่ผ่านมา จะเป็นการแสดง ในส่วนของรายได้ กำไรสุทธิ มูลค่าทรัพย์สิน หนี้สินของธุรกิจ และส่วนของผู้ถือหุ้นหรือเพิ่มเติมในส่วน การเปลี่ยนแปลงในมูลค่าของกิจการ

#### 3.3 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับขั้นตอนการเริ่มดำเนินการใหม่ หรือขั้นตอนภายหลังจากการ ได้รับการสนับสนุนทางการเงิน เพื่อให้ทราบถึงขั้นตอนการดำเนินการ ระยะเวลาของขั้นตอนต่างๆ ตั้งแต่ การเริ่มต้นธุรกิจหรือการดำเนินการ จนถึงคาดว่าจะแล้วเสร็จ เพื่อกำหนดแผนการดำเนินทางธุรกิจในช่วงเวลาต่อไป

### 4. สินค้า/บริการ

#### 4.1 รายละเอียดสินค้า

---

---

---

---

---

---

---

---

## ภาพถ่ายสินค้า



### 4. สินค้า/บริการ

#### 4.1 รายละเอียดการบริการ

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ธุรกิจดำเนินการ โดยควรแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ครบถ้วน เช่น ชนิดผลิตภัณฑ์หรือบริการ แบบผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ราคาขายแต่ละแบบ การบรรจุหีบห่อ ตราของสินค้า การให้บริการก่อนการขายและหลังการขาย

#### ภาพถ่ายการบริการ

เป็นการแสดงตัวอย่างการบริการ เช่น สถานที่การให้บริการ ขั้นตอนการบริการ บรรยากาศต่างๆ เป็นต้น โดยแสดงเป็นภาพถ่ายตัวอย่าง รวมถึงในกรณีที่ผลิตภัณฑ์ สินค้า ที่จำเป็นต้องใช้บริการ หรือกรณีที่มีแผนพับหรือคู่มือกระบวนการบริการ อาจจะแนบแผนพับดังกล่าวเพิ่มเติมไว้ในภาคผนวก





## 5.6 สภาพการแข่งขัน

เป็นการแสดงข้อมูลด้านสภาวะการแข่งขันของบริการที่มีอยู่ในตลาด ว่าอยู่ในสภาพการแข่งขันในระดับใด รวมถึงแนวโน้มสภาพการแข่งขันว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่ระดับใด

## 5.7 คู่แข่งขัน

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับคู่แข่งของการบริการที่มีอยู่ในตลาด โดยการแสดงข้อมูลควรแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือคู่แข่งหลักและคู่แข่งรอง ซึ่งคู่แข่งหลักอาจจำกำหนดจากลักษณะของผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าที่มีลักษณะเดียวกันหรือยอดขายในขนาดใกล้เคียงกับธุรกิจ และคู่แข่งรองซึ่งอาจมีลักษณะใกล้เคียงด้านคุณลักษณะ ยอดขาย หรือขนาดที่ด้อยกว่าธุรกิจ หรือเป็นบริการทดแทน รวมถึงควรระบุรายละเอียดเกี่ยวกับคู่แข่งชัดเจนถ้าสามารถหาข้อมูลได้ไม่ว่าจะเป็น ลักษณะบริการ ยอดขาย ราคาต่อหน่วย กลยุทธ์ หรือกลุ่มลูกค้าของคู่แข่งเป็นต้น

## 5.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

การเปรียบเทียบ	ธุรกิจของเรา	คู่แข่งรายที่ 1	คู่แข่งรายที่ 2	คู่แข่งรายที่ 3
ด้านสินค้า				
ด้านราคา				
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย				
ด้านส่งเสริมการตลาด				

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับคู่แข่งของการบริการที่มีอยู่ในตลาด โดยการแสดงข้อมูลควรแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือคู่แข่งหลักและคู่แข่งรอง ซึ่งคู่แข่งหลักอาจจะกำหนดจากลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่มีลักษณะเดียวกันหรือสินค้าที่มีลักษณะเดียวกันหรือมียอดขายในขนาดใกล้เคียงกับธุรกิจ และคู่แข่งรองซึ่งอาจมีลักษณะใกล้เคียงด้านคุณลักษณะ ยอดขาย หรือขนาดที่น้อยกว่าคู่แข่งหรือเป็นบริการแทน รวมถึงควรระบุรายละเอียดเกี่ยวกับคู่แข่งให้ชัดเจนถ้าสามารถหาข้อมูลได้ไม่ว่าจะเป็น ลักษณะบริการ ยอดขาย ราคาต่อหน่วย กลยุทธ์ หรือกลุ่มลูกค้าของคู่แข่ง เป็นต้น

## 5.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT ANALYSIS

เป็นการแสดงรายละเอียดการวิเคราะห์สถานการณ์ในการดำเนินธุรกิจ หรือการวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ โดยแบ่งเป็นการวิเคราะห์จากปัจจัยภายในหรือของตัวธุรกิจเอง และปัจจัยภายนอกหรือสิ่งที่อยู่ภายนอกธุรกิจซึ่งส่งผลต่อการดำเนินการของธุรกิจ

### 5.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ		
ด้านการตลาด		
ด้านการบริการ		
ด้านการเงิน		

การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน เป็นการวิเคราะห์หาจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน(Weaknesses) เพื่อค้นหาปัจจัยภายในองค์กรที่ทำให้กิจการมีความได้เปรียบ หรือเปรียบเทียบในการแข่งขัน คดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งหลักและคู่แข่งรอง ซึ่งภายหลังจากการวิเคราะห์แล้ว จะสามารถปรับปรุงแก้ไขด้วยการกำหนดกลยุทธ์หรือดำเนินการต่างๆ เพื่อเสริมจุดแข็งให้โดดเด่นขึ้นหรือจุดอ่อนดังกล่าวได้ เพราะเป็นปัจจัยที่องค์กรสามารถควบคุมได้ (การวิเคราะห์แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต และด้านการเงิน) ตัวอย่างเช่น ความสามารถที่โดดเด่นเป็นพิเศษ ความแตกต่างทางการแข่งขัน ตราสินค้าที่เป็นที่รู้จัก นวัตกรรม ผู้นำด้านการบริการ ในด้านต้นทุนต่ำหรือราคาต่ำ พนักงานที่มีความสามารถ การเงินมั่นคง เทคโนโลยีทันสมัย ระบบควบคุมการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ หรือ การเงินไม่เพียงพอ ปิด

ความสามารถในการพัฒนาสินค้าต่ำ ความชำนาญด้านการตลาดน้อย ต้นทุนการบริการสูง สินค้าต่ำสมี Facilities ต่างๆในการดำเนินธุรกิจไม่เพียงพอ เป็นต้น

### 5.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย		
สถานการณ์การแข่งขัน		
สังคม		
เทคโนโลยี		
สภาพเศรษฐกิจ		
กฎหมาย, ระเบียบ, ข้อบังคับ		
กลุ่มผู้จำหน่าย, เครือข่าย		

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก เป็นการวิเคราะห์หาโอกาส Opportunities หรือปัจจัยภายนอกองค์กรที่จะเสริมหรือสนับสนุนให้กิจการเติบโตได้ในอนาคต และค้นหาอุปสรรค (Threats) หรือปัจจัยภายนอกองค์กรที่จะทำให้กิจการไม่รุ่งเรือง หรือเติบโตช้า ซึ่งปัจจัยเหล่านี้องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ โดยการพิจารณาจะพิจารณาจากปัจจัยหลายๆประการ โดยอาจเรียกเป็นตัวย่อ MCSTEPS หรือการวิเคราะห์ตาม PETS หรือ STEP Model ซึ่งมีรูปแบบการวิเคราะห์ปัจจัยแบบเดียวกัน คดยการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกตาม MCSTEPS ประกอบด้วย

Market	ตลาดหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
Competition	สถานการณ์การแข่งขัน
Social	ค่านิยมทางวัฒนธรรมของสังคม
Technology	ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี
Economic	ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี
Political & Legal	กฎหมาย, ระเบียบ ข้อบังคับ

Suppliers'

กลุ่มผู้จำหน่ายวัตถุดิบ/กลุ่มผู้ผลิตและเครือข่าย

ตัวอย่างเช่น การเจริญเติบโตในตลาดใหม่ การขยายตลาดทั่วโลก การพัฒนาสินค้าใหม่ ความต้องการของลูกค้าต่อสินค้าใหม่ การเปลี่ยนแปลงค่านิยมประชากรศาสตร์ การได้เปรียบเชิงเศรษฐกิจ กฎหมายที่มีผลกระทบต่อการแข่งขัน หรือคู่แข่งรายใหม่ในตลาด การขาดแคลนวัตถุดิบ การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี สิ่งทดแทนนำเข้า ปัญหาด้านเศรษฐกิจ อุปสรรคจากระเบียบข้อบังคับหรือข้อกำหนด พฤติกรรมการบริโภคของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นต้น

## 6. แผนบริหารจัดการ

### 6.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ

ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ

รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ

ทุนจดทะเบียน

ระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา

หมายเลขทะเบียนการค้า

### 6.1 ข้อมูลธุรกิจ

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลของกิจการ ได้แก่ ชื่อกิจการ ที่อยู่และที่ตั้งของกิจการ ซึ่งในกรณีที่มีสถานที่ผลิตหรือโรงงาน หรือสำนักงาน อยู่คนละที่ ควรมีการระบุรายละเอียดเกี่ยวกับการใช้สอยของสถานที่ตั้งแต่แต่ละแห่งว่ามีลักษณะหน้าที่และการดำเนินการเช่นไร เช่น สำนักงานใหญ่ สำนักงานสาขา สำนักงานขาย เป็นต้น ทุนจดทะเบียนบริษัท และทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้ว รวมถึงระยะเวลาในการเปิดดำเนินการของสถานที่ประกอบการ นอกจากนี้ควรแสดงรายละเอียดที่เกี่ยวกับ เลขหมายทะเบียนการค้า ซึ่งรายละเอียดทั้งหมดต้องตรงกับที่ปรากฏในหนังสือรับรองฉบับล่าสุดที่คัดจากสำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัทกรุงเทพมหานคร กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

## 6.2 รายนามคณะกรรมการบริษัท

ลำดับ	ชื่อ -นามสกุล	ตำแหน่ง
1.		
2.		
3.		

เป็นการแสดงรายนามคณะกรรมการบริษัท ตามที่ปรากฏในหนังสือรับรองบริษัทฯ โดยต้อง  
รายละเอียดรายชื่อให้ครบทุกคนตามที่ปรากฏในหนังสือรับรอง

## 6.3 อำนาจการลงนามผูกพันบริษัทของกรรมการ

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับอำนาจการลงนามอันเป็นผลผูกพันบริษัทของกรรมการ โดย  
รายละเอียดดังกล่าวจะต้องมีรายละเอียดตรงตามที่ปรากฏในหนังสือรับรองบริษัทฯ เช่นเดียวกัน

## 6.4 รายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วน และสัดส่วนการถือครอง

ลำดับ	ชื่อ -นามสกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าหุ้น	เปอร์เซ็นต์
1.				
2.				
3.				
	รวมจำนวนหุ้น			

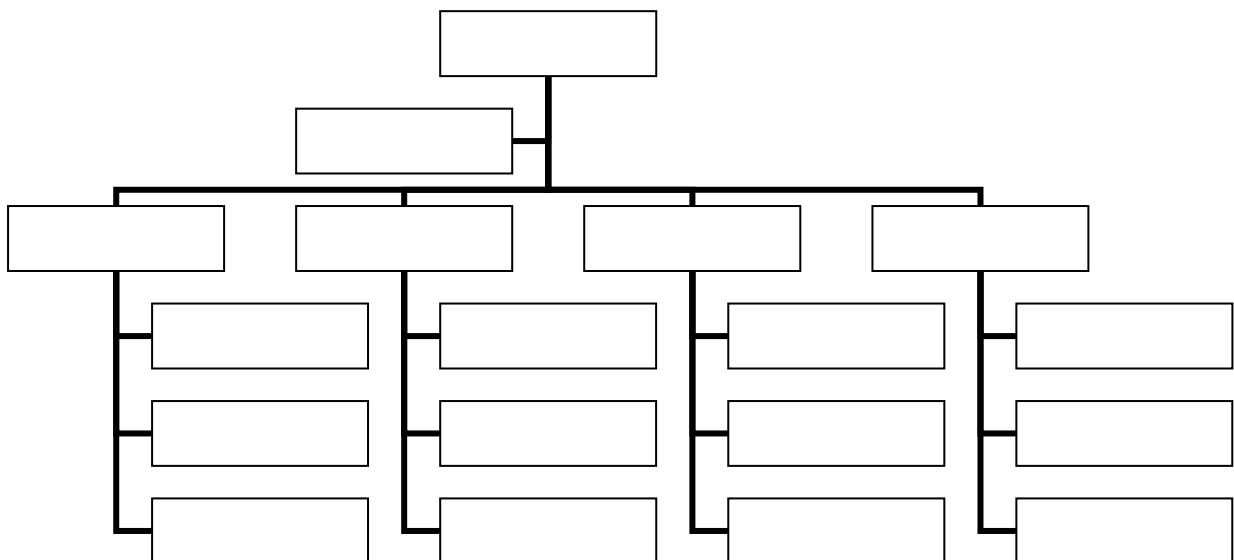
เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับรายชื่อผู้ถือหุ้น/หุ้นส่วน และสัดส่วนการถือครอง คดยข้อมูล  
ดังกล่าวจะต้องตรงกับหนังสือทะเบียนผู้ถือหุ้น หรือหนังสือแสดงรายละเอียดของหุ้นส่วน ฉบับล่าสุด ที่  
คัดจากสำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัทกรุงเทพมหานคร กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

## 6.5 ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร

A.	ชื่อ - นามสกุล			อายุ	
	การศึกษา				
	ระดับ	จาก		ปี พ.ศ.	
	ระดับ	จาก		ปี พ.ศ.	
	ประสบการณ์ทำงาน				
	ปี พ.ศ.	ปี พ.ศ.	บริษัท	ตำแหน่ง	
	ปี พ.ศ.	ปี พ.ศ.	บริษัท	ตำแหน่ง	
	ปี พ.ศ.	ปี พ.ศ.	บริษัท	ตำแหน่ง	
	ผลงาน / ความสามารถ / รางวัลที่ได้รับ				
				ปี พ.ศ.	

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับประวัติการศึกษา ประวัติการทำงาน และผลงานที่ผ่านมาของ กรรมการบริหารหรือผู้บริหารหลักในแต่ละส่วนงาน ซึ่งการแสดงรายละเอียดควรแสดงรายละเอียดแยกตามลำดับหน้าที่ในการบริหารจัดการ ตั้งแต่กรรมการผู้จัดการ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ผู้บริหารหลักในแต่ละสายงานของธุรกิจ ในกรณีที่มีรายละเอียดด้านจำนวนหรือส่วนงานจำนวนมากอาจแยกการแสดงไว้ในภาคผนวก

## 6.6 แผนผังองค์กร



เป็นการแสดงถึงแผนผังการบริหารจัดการ หรือ Organization Chart แสดงโครงสร้างการบังคับบัญชา และส่วนงานต่างๆที่ธุรกิจกำหนดไว้ ซึ่งจะรวมถึงการแสดงจำนวนพนักงานหรือบุคลากรในแต่ละ

ส่วนงานด้วย โดยไม่ควรมีเพียงการระบุเฉพาะส่วนงานหรือโครงสร้างใหญ่เท่านั้น ยกเว้นแต่ในกรณีที่มีพนักงานจำนวนมากในสายงานนั้น และไม่สามารถแสดงทุกตำแหน่งงานได้ แต่อย่างไรก็ตามควรแสดงจำนวนพนักงานขององค์ประกอบไว้ด้วย เพื่อใช้ในการกำหนดแผนงานและค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบุคลากรทั้งในส่วนการบริการและส่วนบริหารและการขาย นอกจากนี้ยังอาจเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพรรณาลักษณะของงาน (Job Description) ของบุคลากรแต่ละตำแหน่ง โดยเฉพาะผู้บริหารหลัก หรือบุคลากรที่มีหน้าที่สำคัญประกอบไว้ด้วยจะทำให้มีความชัดเจนมากขึ้น

## 6.7 หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

A. ชื่อ \_\_\_\_\_  
ตำแหน่ง \_\_\_\_\_  
หน้าที่ความรับผิดชอบ \_\_\_\_\_  
การศึกษา / คุณสมบัติ \_\_\_\_\_  
อัตราเงินเดือน \_\_\_\_\_

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับบุคลากรหลักที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการธุรกิจ ในด้านคุณสมบัติต่างๆ เช่น วุฒิการศึกษา เพศ ระดับเงินเดือนรายได้ ค่าจ้าง หรือเงื่อนไขต่างๆ ที่บุคลากรต้องมี รวมถึงหน้าที่ความรับผิดชอบต่างๆ ในการปฏิบัติหน้าที่ที่ควรแสดงให้ครบทุกส่วนงานหน้าที่หลัก

## 6.8 แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราเงินเดือน	รวมเงินเดือน
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน					

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายของบุคลากรในธุรกิจ โดยการแสดงควรแสดงรายละเอียดแยกตามฝ่ายงานซึ่งจะแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องกับด้านการผลิต และฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องกับด้านการบริหารและการขาย คดยรายละเอียดที่ระบุควรประกอบด้วย ฝ่ายงาน



ตำแหน่งงาน จำนวน อัตราเงินเดือนหรือค่าจ้างต่อคน และจำนวนเงินเดือนหรือค่าจ้างทั้งหมดของบุคลากร  
ในธุรกิจ ซึ่งอาจแสดงเป็นรายเดือนหรือรายปีก็ได้

## 6.9 วิสัยทัศน์

เป็นการแสดงภาพของธุรกิจในอนาคตข้างหน้าว่าต้องการให้ธุรกิจเป็นเช่นใด โดยความยาวของการ  
กำหนดวิสัยทัศน์ไม่ควรกำหนดให้มีความยาวมากจนเกินไป โดยขนาดที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 3 บรรทัด  
หรืออาจมากที่สุดไม่ควรเกิน 5 บรรทัด

## 6.10 พันธกิจ

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

เป็นการแสดงภาระหน้าที่ที่ธุรกิจจะดำเนินการตามวิสัยทัศน์ของธุรกิจที่กำหนดไว้ การแสดงรายละเอียดควร  
แสดงเป็นรายหัวข้อ แต่ไม่ควรแสดงมากเกินไปโดยจำนวนที่เหมาะสมจะไม่เกิน 5 หัวข้อ

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับเป้าหมายควรแสดงเป็นวิธีการ หรืออาจแสดงหน่วยที่สามารถวัดได้  
(Measurable) และเป็นไปได้จริง (Realistic) ซึ่งต้องสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ก่อนหน้า ตัวอย่างเช่น การ  
พัฒนาการผลิต การปรับปรุง คุณภาพการผลิต การปรับปรุงความสามารถบุคลากร การลดการสูญเสีย จำนวนการผลิต เป็นต้น

## 6.11 เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น \_\_\_\_\_  
เป้าหมายระยะกลาง \_\_\_\_\_  
เป้าหมายระยะยาว \_\_\_\_\_

เป็นการแสดงเป้าหมายของกิจการที่จะดำเนินการให้บรรลุถึง โดยควรบ่งเป็น

เป้าหมายระยะสั้น คือเป้าหมายที่จะทำให้บรรลุถึงภายใน 1 ปี  
เป้าหมายระยะกลาง คือเป้าหมายที่จะทำให้บรรลุถึงภายใน 3-5 ปี  
เป้าหมายระยะยาว คือเป้าหมายที่จะทำให้บรรลุถึงต่อจาก 5 ปี ข้างหน้าเป็นต้นไป

การแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับเป้าหมายควรแสดงเป็นหน่วยที่สามารถวัดได้ (Measurable) ซึ่งต้องสอดคล้องกับ  
พันธกิจที่กำหนดไว้ก่อนหน้า ตัวอย่างเช่น ยอดรายได้ จำนวนลูกค้า จำนวนการผลิต สาขาที่เปิด ระยะเวลาที่จะได้มาตรฐาน  
ต่างๆในการผลิต เป็นต้น

## 6.12 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

เป็นการแสดงถึงปัจจัยต่างๆ ที่จะทำให้ธุรกิจสำเร็จได้ตามเป้าหมายที่กำหนด คอยปัจจัยแห่งความสำเร็จดังกล่าวจะมาจากความได้เปรียบการแข่งขัน (Competitive Advantage) เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่นในธุรกิจ อันเป็นผลมาจากการบริหารจัดการ หรือดำเนินการจากผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน คือ จุดแข็ง และจุดอ่อนของกิจการรวมถึงปัจจัยภายนอก คือ โอกาส และอุปสรรค ที่เกิดขึ้นและมีผลต่อกิจการ

## 6.13 นโยบายการจ่ายเงินปันผล หรือการแบ่งผลประโยชน์

เป็นการแสดงถึงนโยบายในการจ่ายเงินปันผลของธุรกิจในกรณีที่ธุรกิจมีผลกำไร รวมถึงการตั้งสำรองในอนาคตเพื่อการลงทุนของกิจการ โดยยังอาจรวมถึงการตั้งสำรองตามกฎหมาย ในกรณีที่ธุรกิจมีการจ่ายเงินปันผลด้วย นอกจากนี้ในกรณีที่ธุรกิจไม่อยู่ในรูปนิติบุคคลที่เป็นบริษัทจำกัด เช่น เป็นห้างหุ้นส่วน หรือไม่อยู่ในรูปแบบนิติบุคคลเลย เช่น เป็นเพียงการจดทะเบียนพาณิชย์ ก็ควรมีการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับการแบ่งผลประโยชน์หรือผลตอบแทนระหว่างหุ้นส่วนของธุรกิจถ้ามิใช่เป็นการดำเนินการแบบเจ้าของคนเดียว

## 6.14 แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ

เป็นการแสดงถึงแผนการดำเนินการอื่นๆ ของธุรกิจเพิ่มเติมในกรณีที่มีการวางแผนดำเนินการ โดยเฉพาะ หรือเป็นแผนการดำเนินการที่เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการของธุรกิจ ตัวอย่างเช่น แผนดำเนินการด้าน IT แผนดำเนินการด้านการปรับปรุงระบบงาน แผนการขยายเครือข่ายต่างๆ เป็นต้น รวมถึงอาจมีการแสดงถึงแผนการปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการประกอบการให้ดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ โดยองค์ประกอบจะประกอบด้วย งานที่ต้องปรับปรุง วิธีการในการปรับปรุง รวมถึงผลที่คาดว่าจะทำให้ธุรกิจดีขึ้นจากการปรับปรุงในเรื่องนั้นๆ การระบุนควรรให้ครอบคลุมครบทุกด้านคดยส่วนใหญ่จะเป็นกิจกรรมย่อยๆ ภายในองค์ประกอบของธุรกิจของด้านการบริหารจัดการ การตลาด การบริการ และการเงิน ตัวอย่างเช่น การปรับปรุงคุณภาพเพื่อขอรับรองมาตรฐาน เช่น ISO,GMP, HACCP หรือระบบมาตรฐานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ อาจยังเป็นเรื่องของการปรับปรุงระบบบัญชี ระบบสินค้าคงคลัง ระบบการจัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป ระบบการเรียกเก็บลูกหนี้การค้า ระบบการขนส่ง ระบบการผลิต หรือระบบการบริหารจัดการทางการตลาด เป็นต้น นอกจากนี้ยังอาจรวมถึงแผนการดำเนินการที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เช่น แผนขยายกิจการ แผนการเข้าสู่ระบบมาตรฐานต่างๆ เป็นต้น

## 7. แผนการตลาด

### 7.1 เป้าหมายทางการตลาด

เป็นการแสดงถึงรายละเอียดเกี่ยวกับเป้าหมายทางการตลาดที่ธุรกิจดำเนินการอยู่และตั้งเป้าหมายไว้ ซึ่งอาจระบุเป็นส่วนแบ่งตลาด (Market Share) และตลาดเป้าหมาย (Target Market) และเป้าหมายการดำเนินการเพื่อเข้าถึงส่วนแบ่งตลาดที่กำหนด โดยการระบุควรระบุเป็นตัวเลขหรือหน่วยที่สามารถวัดได้ เช่น ระบุมูลค่ายอดขาย หรือเปอร์เซ็นต์ของส่วนแบ่งตลาด เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบ หรือเทียบเคียงได้อย่างถูกต้องกับข้อมูลของภาพรวมตลาด ปริมาณความต้องการสินค้าหรือบริการ และปริมาณสินค้าหรือบริการจากแหล่งต่างๆที่ได้ระบุไว้ก่อนหน้านี้ คดขยอาจแสดงรูปภาพประกอบการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับตำแหน่งทางการตลาด เช่น ยอดขายตลาดคดขยรวม, ยอดขายที่ต้องการ เป็นต้น

### 7.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

เป็นการแสดงถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ธุรกิจต้องการขายสินค้าและบริการ โดยการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายควรระบุเฉพาะเจาะจง เนื่องจากสินค้าและบริการที่ผลิตขึ้นนั้นจะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่มใดเท่านั้น โดยวิธีการกำหนดจำนวนและลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อาจแบ่งหรือกำหนดได้จาก ประชากร ภูมิศาสตร์ จิตวิทยาของผู้บริโภค และพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นต้น โดยทั้งนี้รวมถึงการระบุจำนวนของลูกค้าที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อสินค้าประกอบไว้ด้วย การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะเป็นผลทำให้มีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่ถูกต้องและเหมาะสมอีกด้วย คดขยการแสดงรายละเอียดที่ครบถ้วนเกี่ยวกับลูกค้าเป้าหมาย ตัวอย่างได้แก่ เพศ อายุ ระดับรายได้ พื้นที่ที่กลุ่มลูกค้าอยู่จำนวน นิสัยการซื้อ ช่วงเวลาการซื้อ พฤติกรรมในการซื้อ เงื่อนไขต่างๆในการเลือกซื้อ เป็นต้น โดยข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าเป้าหมายควรมาจากวิเคราะห์ที่ถูกต้องเกี่ยวกับจำนวนลูกค้าเป้าหมายทั้งหมด รวมถึงจำนวนลูกค้าเป้าหมายที่ธุรกิจต้องการ ซึ่งการกำหนดจำนวนลูกค้าเป้าหมายที่ธุรกิจต้องการส่งผลไปยังวางแผนการผลิต

### 7.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

เป็นการแสดงถึงวิธีการหรือกระบวนการทางการตลาด ที่จะนำเสนอสินค้าและบริการไปเพื่อให้ถึงกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด โดยจะแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ ด้านการผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place or Channel of Distribution) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่ากลยุทธ์ 4Ps

### 7.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

เป็นการแสดงถึงวิธีการบริการสินค้าเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ หรือสามารถแก้ปัญหาให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยองค์ประกอบในส่วนที่ควรแสดงไว้ในกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์โดยทั่วไป ได้แก่ ความหลากหลาย คุณภาพ การออกแบบ คุณลักษณะ ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ ขนาด บริการ การรับประกัน การส่งคืนผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

### 7.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

เป็นการแสดงให้เห็นถึงวิธีการกำหนดราคาหรือการตั้งราคาของสินค้า เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายขององค์ประกอบในส่วนที่ควรแสดงไว้ในกลยุทธ์ด้านราคาโดยทั่วไป ได้แก่ ราคาต่อหน่วย ส่วนลด ราคา รอบระยะเวลาการชำระเครดิตทางการค้า เป็นต้น

### 7.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เป็นการแสดงให้เห็นถึงวิธีการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ในการที่จะให้ลูกค้าเป้าหมายสามารถซื้อสินค้าได้โดยสะดวก องค์ประกอบในส่วนที่ควรแสดงไว้ในกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยทั่วไป ได้แก่ รูปแบบของช่องทางการจัดจำหน่าย การครอบคลุมพื้นที่จำหน่าย ท่าเลที่ตั้งสถานที่จำหน่าย การขนส่ง เป็นต้น

### 7.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด

เป็นการแสดงให้เห็นถึงวิธีการกำหนดวิธีการในการส่งเสริมการตลาด เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ในการที่จะให้ลูกค้าเป้าหมาย รับรู้ จดจำ มีความสนใจ และตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า หรือเป็นการเพิ่มยอดขายสินค้าจากเดิมที่เป็นอยู่ กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยทั่วไป ได้แก่ การประชาสัมพันธ์การขาย การโฆษณา การทำประชาสัมพันธ์ การใช้พนักงานขาย การใช้กิจกรรมส่งเสริมการขาย และ การทำ การตลาด ทางตรง เป็นต้น

## 7.4 กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด

เป็นการแสดงรายละเอียดของกิจกรรมทางการตลาดที่จะดำเนินการ ภายใต้กลยุทธ์ทางการตลาดที่กำหนดขึ้น โดยอาจจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ ระยะเวลาในการดำเนินการ และงบประมาณที่ใช้ในการดำเนินการนั้น ทั้งนี้อาจจะแสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์จากการดำเนินการทางการตลาดนั้นให้เห็นประกอบด้วย เช่น จำนวนเพิ่มขึ้นของลูกค้า ยอดขายสินค้าที่เพิ่มขึ้น เป็นต้น

## 8. แผนการขายสินค้า/แผนการบริการ

### 8.1 สถานประกอบการในการขายสินค้า

ที่ตั้งสถานที่

รายละเอียด

---

---

---

---

---

แผนที่ที่ตั้งสถานประกอบการในการขายสินค้า  
และ  
ภาพถ่ายสถานประกอบการในการขายสินค้าทั้งภายนอกและภายใน

## 8. แผนการบริการ

### 8.1 สถานประกอบการบริการ

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสถานประกอบการในการบริการ ได้แก่ เลขที่ ที่อยู่ ถนน ตำบล อำเภอ จังหวัด หมายเลขโทรศัพท์ หมายเลขโทรสาร E-mail address และควรแสดงรายละเอียดต่างๆ ของสถานประกอบการทั้งในส่วนที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง เช่น ลักษณะ ความสูง รูปแบบ พื้นที่ การวางผังการให้บริการ การวางผังตำแหน่งอุปกรณ์เครื่องมือโดยแสดงไว้เป็น Lay-out หรือแบบก่อสร้างประกอบก็ได้ในภาคผนวก ซึ่งรวมถึงในกรณีที่ธุรกิจมีหน้าร้าน บูธ หรือสำนักงานขาย สำนักงานสาขา ก็อาจแสดงเพิ่มเติมประกอบไว้ในลักษณะเช่น

### แผนที่ตั้งสถานประกอบการและภาพถ่ายสถานประกอบการ

ควรมีการจัดทำแผนที่แสดงที่ตั้งสำนักงานในการผลิต การใช้ภาพแผนที่อาจใช้จากโปรแกรมด้านแผนที่ AutoCAD PowerPoint Visio หรือโปรแกรมอื่นๆ หรือเป็นการเขียนด้วยมือแล้วแต่สะดวก แต่ต้องให้มีการแสดง รายละเอียดที่ชัดเจน โดยถือว่าผู้อ่านต้องสามารถเดินทางไปยังที่ตั้งสถานประกอบการดังกล่าวได้โดยสะดวก รวมถึงควรมีภาพถ่ายสถานประกอบการทั้งด้านหน้า ด้านข้าง ภายนอกและภายใน รวมถึงสภาพบรรยากาศทำงานประกอบด้วย

### 8.2 อุปกรณ์ เครื่องมือ และของตกแต่งในการขายสินค้า

ลำดับ	รายการ	จำนวน	การใช้งาน	ราคาทุน	อายุ
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					

## 8.2 อุปกรณ์และเครื่องมือในการบริการ

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ในการบริการ โดยในกรณีมีการจดทะเบียนเครื่องจักรให้ลงรายละเอียดไว้ให้ครบถ้วนด้วย รวมถึงการวางผังและใบอนุญาตต่างๆที่เกี่ยวข้อง ในกรณีที่มีจำนวนมากให้แนบไว้ในภาคผนวก

## 8.3 ข้อมูลการขายสินค้า/การบริการ

แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับความสามารถในการบริการ โดยแสดงความสามารถในการบริการสูงสุดที่ธุรกิจสามารถดำเนินการได้ เช่น จำนวนลูกค้า จำนวนชั่วโมง จำนวนครั้ง จำนวนที่นั่ง จำนวนรอบที่ธุรกิจสามารถให้บริการลูกค้าได้สูงสุด (Full Capacity) รวมถึงประมาณการบริการที่ธุรกิจตั้งเป้าหมายไว้ทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับการบริการจะประกอบด้วย จำนวนลูกค้า ระยะเวลาการบริการ รอบระยะเวลาที่ใช้ในการบริการ จำนวนเวลาการให้บริการต่อวัน หรือจำนวนแรงงานที่ใช้ในการบริการ และอัตราค่าแรงงานพนักงานที่ให้บริการ

นอกจากนี้ยังระบุถึงจำนวนการสั่งซื้อวัตถุดิบ สินค้าคงคลัง Stock สินค้า และนโยบาย เงื่อนไขหรือวิธีการต่างๆในการผลิตหรือเกี่ยวกับการผลิตทั้งในแง่ต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้น เช่นค่าเช่าที่ดิน ค่าเช่าโรงงาน ค่าไฟฟ้า ค่าประปา เป็นต้น ถ้าสามารถระบุได้

## 8.4 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ สินค้า ที่ใช้ในการบริการ

แสดงรายละเอียดต่างๆของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ใช้ในการบริการ ได้แก่ รูปแบบ ชนิด การจัดการ ใช้ราคา ความสม่ำเสมอในการจัดส่ง และรายละเอียดอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ใช้ในการบริการแต่ละประเภท รายชื่อ Supply วัตถุดิบ นโยบายการจัดซื้อและการ Stock ผลิตภัณฑ์หรือสินค้า เงื่อนไขต่างๆ เกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์หรือสินค้า เป็นต้น

## 8.5 ขั้นตอนการขายสินค้า

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการบริการ ตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการให้บริการแก่ลูกค้าจนแล้วเสร็จ การอธิบายขั้นตอนการบริการอาจใช้บรรยายข้อความประกอบกับแผนผังกระบวนการบริการประกอบ

## 8.6 แผนผังกระบวนการขายสินค้า



## 8.6 แผนผังกระบวนการบริการ

เป็นการแสดงแผนผัง Flow Chart ของขั้นตอนและกระบวนการบริการตั้งแต่ต้นจนจบ ดดยกรณีมีหลายส่วนงาน หรือกระบวนการที่หลากหลายในการบริการ อาจแยกเป็นส่วนๆ ตามแต่ลักษณะของกระบวนการในการบริการที่ดี หรืออาจใช้วิธีการถ่ายภาพขั้นตอนแต่ละกระบวนการของการบริการประกอบ พร้อมกับบรรยายรายละเอียดของแต่ละภาพเพื่อความเข้าใจก็ได้



## 9. แผนการเงิน

### 9.1 ประมาณการในการลงทุน

ลำดับ	รายการ	ทุนเจ้าของ	เงินร่วมลงทุน	เงินกู้	รวมมูลค่า
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					
6.					
7.					
8.					
9.					
10.					
	รวมมูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น				
	โครงสร้างทางการเงิน (เปอร์เซ็นต์)				

### 9.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ	ภาระผูกพัน
1.	ที่ดิน			
2.	อาคาร			
3.	ส่วนตกแต่ง/ปรับปรุง			
4.	อุปกรณ์ / เครื่องใช้			
5.	ยานพาหนะ			
6.	สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ			
7.	ทรัพย์สินทางปัญญา			
8.	รายการอื่นๆ (ถ้ามี)			
9.				
10.				
11.				

รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน		
---	--	--

### 9.3 สมมติฐานทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของจำนวนลูกค้า -%					
การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของรายได้ - %					
การเปลี่ยนแปลงของราคาขายสินค้า - %					
การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนสินค้า -%					
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 1 -%					
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 2 -%					
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 3 -%					
ระยะเวลาที่ใช้ในการคำนวณใน 1 ปี – วัน/เดือน					
อัตราคิดลดกระแสเงินสด (Discount Rate) - %					
สมมติฐานทางการเงินอื่นๆ					

### 9.4 นโยบายทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ระยะเวลาการให้เครดิตค่าสินค้า - วัน/เดือน					
ระยะเวลาเครดิตซื้อสินค้า - วัน/เดือน					
วงเงินสินเชื่อระยะสั้นที่ขอกู้ (ถ้ามี) – บาท					
วงเงินสินเชื่อระยะยาวที่ขอกู้ (ถ้ามี) – บาท					
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น - %					
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว - %					
นโยบายการตั้งสำรองเงินสดในกิจการ					
การให้ผลตอบแทนหรือเงื่อนไขอื่นๆ					
นโยบายทางการเงินอื่นๆ					

### หมายเหตุ

---

---

---

---



9.6 ประมาณการรายได้จากการขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>จำนวนหน่วยสินค้าขาย</b>					
สินค้าแบบที่ 1					
สินค้าแบบที่ 2					
สินค้าแบบที่ 3					
<b>รวมจำนวนสินค้าขาย</b>					
<b>ราคาสินค้า (บาท/หน่วย)</b>					
สินค้าแบบที่ 1					
สินค้าแบบที่ 2					
สินค้าแบบที่ 3					
<b>ราคาสินค้าเฉลี่ย</b>					
<b>รายได้จากการขายสินค้า (บาท)</b>					
สินค้าแบบที่ 1					
สินค้าแบบที่ 2					
สินค้าแบบที่ 3					
<b>รวมรายได้จากการขายสินค้า (บาท)</b>					
<b>ประมาณการลูกหนี้การค้า</b>					
ขายด้วยเงินสด					
ขายด้วยเงินเชื่อ (เครดิตการค้า)					
ระยะเวลาให้เครดิตการค้า (วัน/เดือน)					
<b>ลูกหนี้การค้ารวม (บาท)</b>					
<b>เงินสดรับจากการขายสินค้า (บาท)</b>					

9.7 ประมาณการต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อการขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>จำนวนสินค้าซื้อมาในการขาย (หน่วย)</b>					
สินค้าซื้อมาในการขายชนิดที่ 1					
สินค้าซื้อมาในการขายชนิดที่ 2					
สินค้าซื้อมาในการขายชนิดที่ 3					
<b>ราคาต่อหน่วยของสินค้าซื้อมาในการขาย</b>					
สินค้าซื้อมาในการขายชนิดที่ 1					
สินค้าซื้อมาในการขายชนิดที่ 2					
สินค้าซื้อมาในการขายชนิดที่ 3					
<b>ต้นทุนสินค้าซื้อมาในการขาย (บาท)</b>					
สินค้าซื้อมาในการขายชนิดที่ 1					
สินค้าซื้อมาในการขายชนิดที่ 2					
สินค้าซื้อมาในการขายชนิดที่ 3					
<b>รวมต้นทุนสินค้าซื้อมาในการขาย (บาท)</b>					
<b>ประมาณการเจ้าหนี้การค้า</b>					
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินสด					
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินเชื่อ (เครดิตการค้า)					
ระยะเวลาได้รับเครดิตการค้า (วัน/เดือน)					
<b>เจ้าหนี้การค้ารวม (บาท)</b>					
<b>เงินสดจ่ายค่าสินค้าซื้อมาเพื่อขาย</b>					

9.8 ประมาณการต้นทุนสินค้าและต้นทุนขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>ต้นทุนสินค้าซื้อ</b> (บาท)					
สินค้าแบบที่ 1					
สินค้าแบบที่ 2					
สินค้าแบบที่ 3					
<b>รวมต้นทุนสินค้าซื้อ</b>					
ค่าสินค้าสำเร็จรูปซื้อมาเพื่อการขาย					
ค่าไฟฟ้า					
ค่าน้ำประปา					
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการขาย					
ค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์และเครื่องมือ					
ค่าขนส่งสินค้าเพื่อใช้ในการบริการ					
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในการบริการ					
<b>รวมต้นทุนสินค้า</b>					
+ บวก สินค้าซื้อเพื่อขายคงเหลือต้นงวด					
- หัก สินค้าซื้อเพื่อขายคงเหลือปลายงวด					
+ บวก สินค้าระหว่างทำคงเหลือต้นงวด					
- หัก สินค้าระหว่างทำคงเหลือปลายงวด					
+ บวก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือต้นงวด					
- หัก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือปลายงวด					
<b>รวมต้นทุนขายสินค้า</b> (บาท)					

### 9.9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)</b>					
เงินเดือนบุคลากร/พนักงาน					
ค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการบุคลากร					
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน					
ค่าใช้จ่ายไฟฟ้าส่วนสำนักงาน					
ค่าใช้จ่ายน้ำประปาส่วนสำนักงาน					
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์, โทรสาร					
ค่าใช้จ่ายแบบพิมพ์เอกสาร					
ค่าใช้จ่ายวัสดุสิ้นเปลืองสำนักงาน					
ค่าใช้จ่ายด้านที่ปรึกษาด้านต่างๆ					
ค่าธรรมเนียมราชการ					
ค่าใช้จ่ายน้ำมันยานพาหนะในการขาย					
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์					
ค่าใช้จ่ายในการออกงานแสดงสินค้า					
ค่าใช้จ่ายการเลี้ยงรับรอง					
ค่าใช้จ่าย Commission จากการขาย					
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศ					
ค่าใช้จ่ายในการชำระดอกเบี้ยเงินกู้					
ค่าใช้จ่ายในการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล					
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ					
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (1)</b>					
<b>ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย</b>					
ค่าเสื่อมราคาอาคารส่วนสำนักงาน					
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์เครื่องใช้					
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ					
<b>รวมค่าเสื่อมราคา (2)</b>					
<b>รวมค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย (1) + (2)</b>					



9.10 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้					
รายได้จากการขายสินค้า					
รายได้อื่น					
รวมรายได้					
หัก - ต้นทุนขายสินค้า					
กำไรขั้นต้น					
หัก - ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย					
กำไรจากการดำเนินการ					
หัก - ดอกเบี้ยจ่าย					
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้นิติบุคคล					
หัก - ภาษีเงินได้นิติบุคคล					
กำไรสุทธิ					
หัก - เงินปันผลจ่าย					
กำไรสะสม					
กำไร (ขาดทุน) สุทธิต่อหุ้น					
มูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น					

### 9.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>กระแสเงินสดจากการดำเนินการ</b>					
เงินสดรับจากการขาย					
เงินสดรับจากรายได้อื่น					
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการขาย					
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย					
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายอื่นๆ					
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล					
<b>กระแสเงินสดจากการดำเนินการรวม</b>					
<b>กระแสเงินสดจากการลงทุน</b>					
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ 1					
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ 2					
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ 3					
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ 4					
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ 5					
<b>กระแสเงินสดจากการลงทุนรวม</b>					
<b>กระแสเงินสดจากการจัดหาเงิน</b>					
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน					
เงินสดรับจากการก่อหนี้สิน					
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น					
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะสั้น					
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว					
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะยาว					
เงินสดจ่ายปันผล					
<b>กระแสเงินสดจากการจัดหาเงินรวม</b>					
<b>กระแสเงินสดสุทธิ</b>					
บวก + กระแสเงินสดต้นงวด					
<b>กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด</b>					

9.12 ประมาณการงบดุล

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>สินทรัพย์</b>					
<b>สินทรัพย์หมุนเวียน</b>					
เงินสดในมือและเงินสดในธนาคาร					
ลูกหนี้การค้า					
สินค้าคงเหลือ					
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น					
<b>รวมสินทรัพย์หมุนเวียน</b>					
<b>สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>					
ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ สุทธิ					
สินทรัพย์จับต้องไม่ได้					
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนอื่น					
<b>รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน</b>					
<b>รวมสินทรัพย์</b>					
<b>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>					
<b>หนี้สินหมุนเวียน</b>					
เงินกู้ระยะสั้น					
เจ้าหนี้การค้า					
หนี้สินหมุนเวียนอื่น					
<b>รวมหนี้สินหมุนเวียน</b>					
<b>หนี้สินไม่หมุนเวียน</b>					
เงินกู้ระยะยาว					
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น					
<b>รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน</b>					
<b>รวมหนี้สิน</b>					
ทุนจดทะเบียนชำระแล้ว					
ส่วนเกิน (ต่ำ) กว่าทุน					
กำไร (ขาดทุน) สะสม					
<b>รวมส่วนของผู้ถือหุ้น</b>					
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>					

### 9.13 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>การวัดสภาพคล่องทางการเงิน</b>					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)					
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)					
<b>การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน</b>					
อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ (รอบ)					
อัตราหมุนเวียนของสินค้า (รอบ)					
ระยะเวลาเรียกเก็บหนี้ (วัน)					
ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (วัน)					
อัตราการหมุนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)					
อัตราการหมุนของสินทรัพย์รวม (รอบ)					
<b>การวัดความสามารถในการชำระหนี้</b>					
อัตราส่วนแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio)					
อัตราส่วนแห่งทุน					
อัตราส่วนแห่งความสามารถในการชำระหนี้					
<b>การวัดความสามารถในการบริหารงาน</b>					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)					
อัตรากำไรขั้นต้น (เปอร์เซ็นต์)					
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (เปอร์เซ็นต์)					
อัตรากำไรสุทธิ (เปอร์เซ็นต์)					
<b>ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน</b>					
ผลกำไรต่อหุ้น (Earning per Share)					
มูลค่าหุ้นทางบัญชี (Book Value)					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)					
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)					
ระยะเวลาคืนทุน					

หมายเหตุ

---

## 10. แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลำดับ	ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

## 10 .แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

เป็นการแสดงแผนการป้องกันความเสี่ยงจากการประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจ หรือแผนฉุกเฉินของธุรกิจต่อความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น โดยเป็นการประเมินจากแผนการบริหารจัดการ แผนการตลาด แผนการบริการ แผนการเงิน โดยอาจจะพิจารณากำหนดจากส่วนที่เป็นจุดอ่อนหรือปัญหาของธุรกิจ โดยมีองค์ประกอบประกอบด้วยลักษณะของปัญหา ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจเมื่อประสบปัญหา และแนวทางป้องกันและแก้ไขในกรณีที่เกิดผลกระทบต่อธุรกิจจากปัญหานั้น การระบุควรให้ครอบคลุมครบทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการบริหารจัดการ การตลาด การบริการ และการเงิน ตัวอย่างเช่น การลอกเลียนแบบสินค้า ต้นทุนการบริการที่สูงขึ้น การลดราคาขายสินค้าของกลุ่มแข่งขัน การขาดรายได้กะทันหัน เช่น ภาวะอศัศิกภัย หรือระเบียบข้อบังคับพิเศษที่ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงของการขายสินค้า ภาวะตกต่ำของเศรษฐกิจ หรือ การบริหารงานภายใน เกิดปัญหาความขัดแย้ง เป็นต้น

## ภาคผนวกและเอกสารแนบ

เป็นเอกสารประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ และเป็นเอกสารที่ช่วยสนับสนุนข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏในแผนธุรกิจทั้งในส่วนของแผนการบริหารจัดการ แผนการตลาด แผนการผลิต แผนการเงิน โดยเอกสารแนบในภาคผนวกของแผนธุรกิจจะประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

เอกสารเกี่ยวกับบริษัทหรือธุรกิจ เช่น

1. คำขอรับการสนับสนุน (Application Form)
2. สำเนาหนังสือรับรองจากกระทรวงพาณิชย์(ควรมีระยะเวลาไม่เกิน 1 เดือน)
3. สำเนาทะเบียนบ้านรายชื่อผู้ถือหุ้นของบริษัท (อาจทำการคัดสำเนาใหม่ระยะเวลาไม่เกิน 1 เดือน)
4. งบการเงินย้อนหลังที่ได้รับการรับรองจากผู้ตรวจสอบบัญชีรับอนุญาต ในกรณีที่บริษัทได้ดำเนินกิจการมาก่อนหน้า อย่างน้อย 3 ปี หรือกรณีที่ธุรกิจดำเนินการมาน้อยกว่าก่านี้ให้แสดงถึงปีล่าสุด
5. สำเนาบัญชีธนาคาร(Bank statement) ของกิจการย้อนหลังอย่างน้อย 6 เดือน
6. สำเนาบัตรประชาชน/ทะเบียนบ้าน กรรมการผู้มีอำนาจลงนามของบริษัท

เอกสารที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น

1. ผลงานในอดีตที่ผ่านมา หรือ Portfolio ของธุรกิจ
2. รางวัลต่างๆที่ผ่านมาของการดำเนินธุรกิจ
3. บทสัมภาษณ์จากสื่อต่างๆของธุรกิจ เช่น จากนิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ (ถ้ามี)
4. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ
5. สำเนาเอกสารสำคัญที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เช่น สำเนาลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เป็นต้น
6. เอกสารอื่นๆตามความเหมาะสม

แหล่งข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับแผนธุรกิจ

ในกรณีที่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับแผนธุรกิจ ในเรื่องของการเขียนแผน สามารถหารายละเอียดได้จากหน่วยงานสนับสนุนต่างๆตัวอย่างเช่น

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- ศูนย์ธุรกิจอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

