

แผนธุรกิจ น้ำแข็งใสสะอาด

หมายเหตุ : แผนธุรกิจนี้เป็นแผนธุรกิจตัวอย่าง ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล สถานที่ และข้อมูลด้านการเงิน จึงเป็นข้อมูลสมมติเท่านั้น

บทสรุปผู้บริหาร

วัตถุประสงค์ในการจัดทำแผนธุรกิจ

กิจการ น้ำแข็งใสสะอาด

มีวัตถุประสงค์ในการจัดทำแผนธุรกิจ ดังนี้

1. เพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิต ให้ได้มาตรฐานสากล
2. เพื่อขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน

แนวคิดทางธุรกิจ

น้ำแข็งใสสะอาด มีแนวคิดในการดำเนินธุรกิจผลิต จำหน่าย และบริการจัดส่งน้ำแข็งหลอดที่เน้นคุณภาพผลิตภัณฑ์สินค้าและการบริการที่เหนือกว่าคู่แข่งชั้น มีแนวคิดนโยบายที่จะปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล โดยการจะนำเอามาตรฐานความปลอดภัยทางอาหาร (Good Manufacturing Practice, G.M.P.) มาใช้ในโรงงาน ซึ่งจะส่งผลให้กิจการสามารถขยายตลาดไปสู่ธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ และรีสอร์ทภายในจังหวัดเพชรบูรณ์ที่มีปริมาณนักท่องเที่ยวมาพักเป็นจำนวนมาก

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ได้ตามมาตรฐานสากล
2. เพื่อขยายการตลาดให้กว้างขวางขึ้น
3. เพื่อปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

สรุปการวิเคราะห์สถานการณ์

กิจการ น้ำแข็งใสสะอาด ดำเนินงานมาแล้วเป็นเวลา 10 ปี ปัจจุบันมีกำลังการผลิตน้ำแข็งวันละ 20 ตันต่อวัน (เวลาผลิต 6.00 - 14.00 น.) แต่ปริมาณความต้องการของลูกค้ายังอยู่ที่ระดับเฉลี่ยวันละ 15 ตันต่อวัน คิดเป็นส่วนแบ่งทางการตลาด 5%

หมายเหตุ : แผนธุรกิจนี้เป็นแผนธุรกิจตัวอย่าง ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล สถานที่ และข้อมูลด้านการเงิน จึงเป็นข้อมูลสมมติเท่านั้น

ของตลาดน้ำแข็งในจังหวัดเพชรบูรณ์ทั้งหมด ซึ่งมีปริมาณ ประมาณ 300 ตันต่อวัน

ในช่วงเทศกาล (เดือนมีนาคม ถึง เดือนพฤษภาคม) ปริมาณความต้องการเพิ่มขึ้นเป็น 500 ตันต่อวัน ต้องผลิตน้ำแข็ง 24 ชั่วโมงต่อวัน ส่วนในช่วงฤดูหนาว (เดือนตุลาคม ถึง เดือนมกราคม) ยอดขายจะลดลงประมาณ 60% ของยอดขายเฉลี่ยในเวลาช่วงปกติ ลูกค้าน้ำแข็งใสสะอาดในปัจจุบัน ได้แก่ ร้านค้าปลีกทั่วไป และตัวแทนจำหน่าย ในพื้นที่ 5 อำเภอ ได้แก่ อ. เมือง อ. ศรีสัชน อ.ศรีสงคราม อ.ศรีไส และ อ. ศรีสวัสดิ์

การขายน้ำแข็งจะเน้นความเหนือกว่าคู่แข่งชั้น
ทั้งด้านคุณภาพของสินค้าที่ใส สะอาด และถูกสุขลักษณะอนามัยมากกว่า มีปริมาณสินค้าที่ถึงมือลูกค้าได้ครบถ้วนมากกว่า มีการบริการให้ยืมถังแช่น้ำแข็งแก่ลูกค้า

โรงงานน้ำแข็งในจังหวัดเพชรบูรณ์มีอยู่ทั้งสิ้น 20 ราย เนื่องจากโรงงานน้ำแข็งแต่ละแห่งในจังหวัดเพชรบูรณ์ยังไม่มีแนวคิดที่จะพัฒนากระบวนการผลิตให้มีมาตรฐานสากล น้ำแข็งใสสะอาดซึ่งมีแนวความคิดในทำการตลาดเชิงรุกด้วยการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งทุกราย โดยการปรับกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล สามารถขยายตลาดเข้าสู่ธุรกิจโรงแรมขนาดใหญ่ และรีสอร์ทในจังหวัดได้

กลยุทธ์สู่ความสำเร็จ

การจัดการ

ปรับปรุงการบริหารจัดการภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น มีการกระจายอำนาจการตัดสินใจไปยังพนักงานระดับล่างเพื่อแบ่งเบาภาระการทำงานและตัดสินใจของผู้บริหาร

การผลิต

พัฒนากระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล โดยเฉพาะมาตรฐานความปลอดภัยทางอาหาร เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้าระดับสูง

การตลาด

สร้างตราயี่ห้อของตนเอง
สร้างความคุ้นเคยในตราสินค้าให้กับลูกค้า

หมายเหตุ : แผนธุรกิจนี้เป็นแผนธุรกิจตัวอย่าง ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล สถานที่ และข้อมูลด้านการเงิน จึงเป็นข้อมูลสมมติเท่านั้น

การเงิน

พัฒนาระบบการเงินและบัญชีให้ได้มาตรฐาน

ความเป็นมาของโครงการ

ประวัติและความเป็นมาของกิจการ และโครงการ

คุณสุดดี แซ่มชื่นจิตร
เป็นผู้ริเริ่มก่อตั้งโรงงานน้ำแข็งใสสะอาดขึ้นในปี พ.ศ. 2540
โรงงานตั้งอยู่เลขที่ 22 หมู่ 2 อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์ มีพื้นที่ประมาณ
300 ตารางวา โดยคุณสุดดี แซ่มชื่นจิตร เป็นผู้บริหารงานทั้งหมด
ในช่วงแรกบริหารงานแบบกิจการในครัวเรือน
มีเครื่องผลิตน้ำแข็งขนาดใหญ่ 2 เครื่อง กำลังผลิต 10 ตัน/วัน
และขยายกิจการในปี 2544 และเพิ่มกำลังการผลิต เป็น 20 ตัน/วัน
โดยมอบหมายให้คุณกันนิตี ศรีวงค์ เป็นผู้บริหาร
การผลิตน้ำแข็งในช่วงเวลาปกติที่ไม่ใช่เทศกาลจะผลิตน้ำแข็งตั้งแต่
6.00 - 14.00 น. โดยคุณกันนิตี
เป็นผู้สั่งการการผลิตและมีผู้ควบคุมการผลิต 5 คน

ตลาดที่สำคัญอยู่ในจังหวัดเพชรบูรณ์ คือ อ.เมือง อ.ศรีสัน อ.ศรีใส
อ.ศรีสวัสดิ์ และ อ.ศรีสงคราม การขนส่งจะใช้รถขนส่งจำนวน 3 คัน
และจัดส่งสินค้า 2 ครั้ง/วัน คือ เช้า 7.00 น และ บ่าย 14.00 น.
กิจการมีบริการให้ลูกค้ายืมถังเก็บน้ำแข็งสำหรับขายในแต่ละวัน

การผลิตน้ำแข็งของกิจการเน้นคุณภาพ และความสะดวก
ได้ปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ได้คุณภาพอย่างดีตามมาตรฐานการผลิ
ตของสาธารณสุขจังหวัด

ลักษณะธุรกิจของโครงการ

ลักษณะธุรกิจของโครงการตามแผนธุรกิจจัดเป็นโครงการเพื่
อการปรับปรุงกระบวนการผลิตของกิจการน้ำแข็งใสสะอาด
เพื่อให้ได้มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารตามมาตรฐานของกร
ะทรวงสาธารณสุข ซึ่งจะส่งผลให้สามารถยกระดับคุณภาพสินค้า
และขยายตลาดได้กว้างขวางขึ้น โดยเฉพาะโรงแรมขนาดใหญ่
และรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบูรณ์

มาตรฐานการประกอบการในอุตสาหกรรม

เนื่องจากน้ำแข็งเป็นสินค้าที่ถูกควบคุมโดยกระทรวงสาธารณสุข
กำหนดให้การผลิตต้องได้ตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านอา

หมายเหตุ : แผนธุรกิจนี้เป็นแผนธุรกิจตัวอย่าง ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล สถานที่
และข้อมูลด้านการเงิน จึงเป็นข้อมูลสมมติเท่านั้น

หารที่เรียกว่า Good Manufacturing Practice (G.M.P.)
ของกระทรวงสาธารณสุข
อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการธุรกิจน้ำแข็งหลายรายใน
จังหวัดเพชรบูรณ์ยังไม่ตื่นตัวด้านการปรับปรุงกระบวน
การผลิตเพื่อให้ได้ตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด
ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่กิจการเชิงใสสะอาดจะพัฒนาธุรกิจเชิงรุก
ด้วยการปรับปรุงกระบวนการผลิตน้ำแข็งของตนให้เป็นมาตรฐานสากล
ก่อนผู้ผลิตรายอื่น ๆ

การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)

จุดแข็งของกิจการ :

1. มีบริการเสริมที่หลากหลายให้กับลูกค้า เช่น
ให้บริการถังเก็บน้ำแข็ง
1. น้ำแข็งมีความใส สะอาด และถูกสุขลักษณะอนามัย
มากกว่าผู้ผลิตรายอื่น
3. มีแหล่งน้ำดิบที่ดี
ทำให้ขั้นตอนการผลิตไม่ยุ่งยากซับซ้อน

จุดอ่อนของกิจการ :

1. ขาดแคลนแรงงาน
2. ใช้กำลังการผลิตยังไม่เต็มที่

โอกาส :

1. อุณหภูมิของโลกสูงขึ้นทำให้อากาศร้อนเพิ่มขึ้นทุกปี
2. จังหวัดเพชรบูรณ์เป็นเมืองท่องเที่ยว
จึงมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว ชื้อหาสินค้าบริโภค
อุปโภคอยู่เสมอ
น้ำแข็งก็เป็นสินค้าที่ขายดีในช่วงเทศกาลท่องเที่ยวเช่นกัน

อุปสรรค :

1. การแข่งขันเริ่มรุนแรงขึ้น โดยเฉพาะมีการตัดราคาสินค้า
2. ไฟฟ้าซึ่งเป็นต้นทุนการผลิตหลักเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย

วิสัยทัศน์

เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำแข็งรายใหญ่ของจังหวัดเพชรบูรณ์ที่มี

หมายเหตุ : แผนธุรกิจนี้เป็นแผนธุรกิจตัวอย่าง ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล สถานที่
และข้อมูลด้านการเงิน จึงเป็นข้อมูลสมมติเท่านั้น

คุณภาพได้มาตรฐานสากล

พันธกิจ

ปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารตามมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข

เป้าหมาย

1. ได้รับการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุขในมาตรฐานกระบวนการผลิต ภายในปี 2546
2. สามารถพัฒนากระบวนการผลิตให้สามารถผลิตสินค้าได้หลากหลายประเภท ภายในปี 2546
3. สามารถขยายตลาดไปยังโรงแรมขนาดใหญ่ และรีสอร์ทในจังหวัดเพชรบูรณ์ได้ ภายในปี 2546
4. ส่วนแบ่งตลาดเพิ่มจาก 5% เป็น 10% ภายในปี 2548

กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy)

กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy)

และสรุปกลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ (Functional Strategies)

กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy)

เลือกใช้กลยุทธ์เติบโตแบบคงที่ ไม่มีการลงทุนเพิ่ม แต่จะปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตเพื่อให้เป็นผู้ผลิตน้ำแข็งที่มีคุณภาพสูง

กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy)

เสริมสร้างประสิทธิภาพการผลิต การใช้กำลังการผลิตให้เต็มที่ และความสะอาด

ซึ่งจะส่งผลให้กิจการมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำในระยะยาว

กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ (Functional strategy)

การผลิต

- พัฒนาระบบการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐาน G.M.P.

การตลาด

- ขยายตลาดให้ครอบคลุมกลุ่มธุรกิจโรงแรม

และรีสอร์ทภายในจังหวัด

- ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบถึงมาตรฐานในการผลิต

หมายเหตุ : แผนธุรกิจนี้เป็นแผนธุรกิจตัวอย่าง ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล สถานที่ และข้อมูลด้านการเงิน จึงเป็นข้อมูลสมมติเท่านั้น

และความสะอาดของน้ำแข็งที่มีสูงกว่าของคู่แข่ง

การจัดการ

- ปรับปรุงระบบค่าตอบแทนให้เป็นมาตรฐาน

การเงิน

- ปรับปรุงระบบบัญชีและการเงินให้มีมาตรฐาน

ปัจจัยที่จะทำให้โครงการประสบความสำเร็จ และไม่ประสบความสำเร็จ

- เนื่องจากผู้ผลิตน้ำแข็งในจังหวัดเพชรบูรณ์มีอยู่ 20 ราย ซึ่งส่วนใหญ่ไม่ตื่นตัวในการพัฒนาธุรกิจ หากน้ำแข็งใสสะอาดพัฒนาการผลิตไปสู่มาตรฐานสากลได้เป็นรายแรก ก็มีโอกาที่จะครองส่วนแบ่งตลาดในระดับที่สูงขึ้นได้

- การขนส่งที่ทั่วถึง และรวดเร็ว เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่น้ำแข็งใสสะอาดสามารถทำได้เป็นอย่างดี เมื่อขยายตลาดไปสู่โรงแรมขนาดใหญ่ และรีสอร์ทแล้วจะปรับปรุงระบบขนส่งอีกครั้งหนึ่ง

การบริหารโครงการ

การก่อตั้งกิจการ

คุณสุดดี

เข้มชื่นจิตร

เป็นผู้ริเริ่มก่อตั้งโรงงานน้ำแข็งใสสะอาดขึ้นในปี พ.ศ. 2540 โรงงานตั้งอยู่เลขที่ 22 หมู่ 2 อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์ มีพื้นที่ประมาณ 850 ตารางวา โดยคุณสุดดี เข้มชื่นจิตร เป็นผู้บริหารงานทั้งหมด ในช่วงแรกบริหารงานแบบกิจการในครัวเรือน

มีเครื่องผลิตน้ำแข็งขนาดใหญ่ 2 เครื่อง กำลังผลิต 10 ตัน/วัน และขยายกิจการในปี 2544 และเพิ่มกำลังการผลิต เป็น 20 ตัน/วัน โดยมอบหมายให้คุณกันนิธิ ศรีวงค์ เป็นผู้จัดการการผลิตน้ำแข็งในช่วงเวลาปกติที่ไม่ใช่เทศกาลจะผลิตน้ำแข็งตั้งแต่ 6.00 - 14.00 น. โดยคุณกันนิธิ เป็นผู้สั่งการการผลิตและมีผู้ควบคุมการผลิต 5 คน

ตลาดที่สำคัญอยู่ในจังหวัดเพชรบูรณ์ คือ อ.เมือง อ.ศรีสิน อ.ศรีใส อ.ศรีสวัสดิ์ และ อ.ศรีสงคราม การขนส่งจะใช้รถขนส่งจำนวน 3 คัน และจัดส่งสินค้า 2 ครั้ง/วัน คือ เช้า 7.00 น และ บ่าย 14.00 น. กิจการมีบริการให้ลูกค้ายืมถังเก็บน้ำแข็งสำหรับขายในแต่ละวัน

หมายเหตุ : แผนธุรกิจนี้เป็นแผนธุรกิจตัวอย่าง ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล สถานที่ และข้อมูลด้านการเงิน จึงเป็นข้อมูลสมมติเท่านั้น

การผลิตน้ำแข็งของกิจการเน้นคุณภาพ และความสะดวก
ได้ปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ได้คุณภาพอย่างดีตามมาตรฐานการผลิต
ของสาธารณสุขจังหวัด

รายชื่อผู้ถือหุ้น/ หุ้นส่วน

น้ำแข็งใสสะอาดเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว เจ้าของ คือ
นางสุดดี แซ่มชื่นจิตร โดยมีนายกันนิธิ ศรีวรงค์เป็นผู้จัดการ

โครงสร้างองค์กรและผังบริหาร คณะกรรมการ /

กรรมการบริหาร

นางสุดดี แซ่มชื่นจิตร
เจ้าของ

นายกันนิธิ ศรีวรงค์
ผู้จัดการ

ฝ่ายผลิต
ฝ่ายการตลาด

รูปที่ 1 โครงสร้างองค์กรของน้ำแข็งใสสะอาด

ประวัติและความสามารถของผู้บริหาร

ชื่อ : นายกันนิธิ ศรีวรงค์

การศึกษา

การทำงาน

กิจกรรมทางสังคม

กลยุทธ์การสรรหาและจัดเตรียมบุคลากร

พนักงานของโรงน้ำแข็งใสสะอาดใช้คนในท้องถิ่นเป็นหลัก
มีการสัมภาษณ์ดูความตั้งใจในการทำงานเป็นสำคัญ
ส่วนด้านทักษะไม่จำเป็นต้องมีความสามารถพิเศษใด

หมายเหตุ : แผนธุรกิจนี้เป็นแผนธุรกิจตัวอย่าง ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล สถานที่
และข้อมูลด้านการเงิน จึงเป็นข้อมูลสมมติเท่านั้น

สามารถเรียนรู้ได้จากการทำงาน ซึ่งใช้เวลาเพียง 1-2 วัน

การวิเคราะห์ด้านการตลาด

กลุ่มลูกค้าตลาดเป้าหมาย / ส่วนแบ่งการตลาด

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของน้ำแข็งใสสะอาด ได้แก่
ตัวแทนจำหน่าย และร้านค้าปลีกทั่วไปในเขตอำเภอเมือง

อ.ศรีสิน อ.ศรีใส อ.ศรีสวัสดิ์ และ อ.ศรีสงคราม

โดยมีส่วนแบ่งตลาดในจังหวัดคิดเป็น 5%

ของยอดขายน้ำแข็งทั้งหมดในจังหวัดเพชรบูรณ์

ในอนาคตคาดว่าจะมีเพิ่มตลาดโรงแรมขนาดใหญ่ และรีสอร์ท
ส่งผลให้ส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นเป็น 10%

การวิเคราะห์การแข่งขันของสินค้า / บริการ (วิเคราะห์โดยใช้ Five-Forces Model)

ข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

1. น้ำแข็งสะอาดและถูกสุขอนามัยมากกว่าคู่แข่ง
2. ส่งสินค้าเต็มปริมาณที่สั่งซื้อ
3. จัดส่งรวดเร็ว ตรงเวลา รวดเร็ว

ข้อเสียเปรียบในการแข่งขัน

1. ยังไม่มีการทำการตลาดอย่างจริงจัง
2. คู่แข่งบางรายขายตัดราคา

หมายเหตุ : แผนธุรกิจนี้เป็นแผนธุรกิจตัวอย่าง ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล สถานที่
และข้อมูลด้านการเงิน จึงเป็นข้อมูลสมมติเท่านั้น

ระบรายชื่อคู่แข่งทางตรงและทางอ้อม

1. พื้นที่อำเภอศรีสวัสดิ์

ชื่อกิจการ

จุดแข็ง (ตัวอย่าง)

1. กำลังการผลิตสูง
2. โรงงานอยู่ใกล้ลูกค้า ไปรับน้ำแข็งง่าย
3. ให้เครดิตลูกค้า
4. มีตัวแทนจำหน่ายมาก
5. เปิดมานานกว่า 40 ปี เป็นที่รู้จักทั่วไป
6. ทำเลอยู่หน้าตลาด
7. มีถึงบรรจุน้ำแข็งไว้บริการ
8. บริการจำหน่ายเครื่องตีพร้อมด้วย
9. ใกล้ชิดลูกค้าในพื้นที่
10. มีสินค้าโชว์ห่วยพ่วงขาย
11. บริการรวดเร็ว
12. ราคาถูกที่สุด
13. ทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง
14. ปริมาณการขายมาก
15. น้ำแข็งใส
16. ระยะบริการ 50 กิโลเมตร

จุดอ่อน (ตัวอย่าง)

1. น้ำแข็งไม่ใส
2. น้ำแข็งแหกเมื่อส่งถึงลูกค้า/น้ำแข็งกลวง จึงมักป่นง่าย
3. ไม่มีบริการส่งด่วน
4. ไม่ทำการตลาด
5. เน้นการขายหน้าร้าน
6. กำลังการผลิตน้อย
7. ขายราคาแพง
8. บริการล่าช้า
9. ปริมาณบรรจุน้ำแข็งไม่เต็ม
10. บริการไม่สม่ำเสมอ

หมายเหตุ : แผนธุรกิจนี้เป็นแผนธุรกิจตัวอย่าง ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล สถานที่ และข้อมูลด้านการเงิน จึงเป็นข้อมูลสมมติเท่านั้น

11. น้ำแข็งขุน
12. ผลิตได้เต็มกำลังการผลิตแล้ว
13. ปริมาณน้ำแข็งที่ผลิตบ่อยครั้งที่ไม่พอที่จะส่งให้ลูกค้า

2. พื้นที่อำเภอศรีสะเกษ

ชื่อกิจการ —

จุดแข็ง

จุดอ่อน

3. พื้นที่อำเภอศรีสงคราม

ชื่อกิจการ —

จุดแข็ง

จุดอ่อน

4. พื้นที่อำเภอศรีสะเกษ

ชื่อกิจการ —

จุดแข็ง

จุดอ่อน

5. พื้นที่อำเภอเมือง

ชื่อกิจการ —

จุดแข็ง

จุดอ่อน

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด

ตำแหน่งทางการตลาดของน้ำแข็งใสสะอาด คือ

น้ำแข็งใสสะอาด ปริมาณเต็ม ราคายุติธรรม

เมื่อเทียบกับคู่แข่งรายอื่น ๆ แล้ว

ถือได้ว่าอยู่ในระดับกลางค่อนข้างสูง คือ คุณภาพดี

ราคาปานกลาง

กลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์ด้านสินค้า /บริการ

1. เน้นการให้บริการ ส่งตรงเวลา รวดเร็ว

2. น้ำแข็งใสสะอาด เต็มปริมาณที่สั่งซื้อ

หมายเหตุ : แผนธุรกิจนี้เป็นแผนธุรกิจตัวอย่าง ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล สถานที่ และข้อมูลด้านการเงิน จึงเป็นข้อมูลสมมติเท่านั้น

กลยุทธ์ด้านราคา

1. ราคา กิโลกรัมละ 1 บาท (ส่งฟรี)
ถ้ามารับเองหน้าโรงงานลดให้ 25%

กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย

1. ขายตรง และขายผ่านตัวแทน

กลยุทธ์ด้านส่งเสริมตลาดและการขาย

1. ลูกค้าที่เป็นขาประจำจะมีสินค้าพิเศษแจกให้ในช่วงเทศกาล

เป้าหมายตามแผนกลยุทธ์

1. ส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจาก 5% เป็น 10% ในอีก 3 ปีข้างหน้า
2. ขยายตลาดไปสู่โรงแรมขนาดใหญ่ และรีสอร์ท

การวิเคราะห์ด้านเทคนิคหรือการผลิต

กรรมวิธีการผลิต (Flow Chart)

โรงงานน้ำแข็งจะเริ่มทำงานตั้งแต่ 6.00 - 14.00 น.

รูปที่ 2 กรรมวิธีการผลิต

เครื่องจักรและอุปกรณ์, กำลังการผลิต

เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตน้ำแข็ง ประกอบด้วย

1. เครื่องผลิตน้ำแข็งขนาดใหญ่
2. น้ำดิบสำหรับการผลิต
3. เครื่องกรองน้ำ
4. ห้องเย็น

กำลังการผลิต

ปัจจุบันกำลังผลิตของน้ำแข็งใสสะอาดเท่ากับ 20 ตัน/วัน

ผลิตจริงวันละ 15 ตันต่อวัน

ต้นทุนการผลิตต่อหน่วย เปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยมาตรฐาน

ปัจจุบันกิจการมีต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วย (กิโลกรัม) เท่ากับ 0.40 บาท โดยคิด

คำนวณจากค่าใช้จ่ายประจำในโรงงาน ค่าเสื่อมราคาโรงงาน

หมายเหตุ : แผนธุรกิจนี้เป็นแผนธุรกิจตัวอย่าง ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล สถานที่ และข้อมูลด้านการเงิน จึงเป็นข้อมูลสมมติเท่านั้น

ค่าซ่อมบำรุง และค่าแรง ในขณะที่ค่าเฉลี่ยของคู่แข่งรายอื่น ๆ อยู่ที่ 0.42 บาท

อาคารและสิ่งปลูกสร้าง

สิ่งปลูกสร้างที่มีอยู่แล้ว คือ โรงงานผลิตน้ำแข็ง 1 โรง ขนาดพื้นที่ 850 ตารางเมตร นอกจากนั้นมีห้องเย็น ถังพักน้ำดิบ และสำนักงาน

ภายหลังเมื่อมีการปรับปรุงระบบการผลิตให้ได้มาตรฐาน GMP แล้วคาดว่าจะมีการขยายโรงงาน และปรับขบวนการผลิตใหม่

ทำเลที่ตั้ง

โรงงานน้ำแข็งใสสะอาด ตั้งอยู่เลขที่ 22 หมู่ 2 อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์ มีพื้นที่โรงงานประมาณ 850 ตารางวา

สาธารณูปโภค

การคมนาคม ระบบน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ ครบถ้วน

การว่าจ้างแรงงาน (ทักษะคนงาน)

พนักงานธุรการ และบัญชีมีความรู้ขั้นต่ำนระดับปริญญาตรี ส่วนพนักงานในโรงงาน และพนักงานขับรถไม่กำหนดระดับความรู้ แต่ต้องมีความรู้พื้นฐานด้านช่าง

การบริหารวัตถุดิบและสินค้าคงคลัง

วัตถุดิบการผลิต : ใช้น้ำดิบ และน้ำประปาในการผลิต

บรรจุในถังเก็บ 1-2 วัน

สินค้าคงคลัง : ไม่มีสินค้าคงคลัง จำหน่ายหมดทุกวัน

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพราะขบวนการผลิตไม่เกิดน้ำเสีย หรือของเสียที่เป็นอันตรายต่อชุมชน

หมายเหตุ : แผนธุรกิจนี้เป็นแผนธุรกิจตัวอย่าง ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล สถานที่ และข้อมูลด้านการเงิน จึงเป็นข้อมูลสมมติเท่านั้น

การวิเคราะห์ด้านการเงิน

ข้อสมมติฐานสำหรับการจัดทำแผนการเงินมีดังนี้

1. ไม่มีสินค้าคงเหลือ
2. สำรองเงินสดขั้นต่ำ บาท ต่อเดือน
เพื่อใช้หมุนเวียนในการดำเนินงาน
3. เจ้าของกิจการลงทุนในโครงการนี้ (Equity) เป็นเงิน
บาท เงินกู้ บาท ลงทุนในที่ดินอาคาร
เครื่องใช้สำนักงาน และค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน
4. ขายน้ำแข็งเป็นเงินสด
5. กำลังการผลิต 15 ตัน/วัน และเพิ่มเป็น 20 ตัน/วันในปี 2549
ยอดขายคิดตามกำลังการผลิต
6. ราคาขายและต้นทุนการผลิตคงที่ตลอดเวลา 3 ปี

แหล่งที่มาของเงินทุน

- เงินลงทุนของเจ้าของ : บาท
- เงินกู้ยืม
ประเภทและวงเงินกู้ :
วัตถุประสงค์ของเงินกู้ :
อัตราดอกเบี้ย : %
การชำระคืนเงินต้น : ภายใน ปี

หมายเหตุ : แผนธุรกิจนี้เป็นแผนธุรกิจตัวอย่าง ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล สถานที่
และข้อมูลด้านการเงิน จึงเป็นข้อมูลสมมติเท่านั้น

**ประมาณการยอดขาย ต้นทุนการผลิต รายได้อื่นๆ
และค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารของโครงการ**

ยอดขายต่อเดือน ปี 25.....

เดือน	ยอดขาย กก./ วัน	เป็นเงิน บาท/ เดือน	เด ค อ น	ยอดขาย กก./ วัน	เป็นเงิน บาท/ เดือน
มค.			ก ค .		
กพ.			ส ค .		
มีค.			ก ย .		
เม.ย.			ต ค .		
พค.			พ ย .		
มิย.			ธ ค .		
ประมาณการ ต้นทุน การผลิตต่อเดือน					

หมายเหตุ : แผนธุรกิจนี้เป็นแผนธุรกิจตัวอย่าง ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล สถานที่ และข้อมูลด้านการเงิน จึงเป็นข้อมูลสมมติเท่านั้น

รายการ	ผลิต ต ณ ย ก ก ว น	ผลิต ณ ล ย ก ก ว น	ผลิต ณ ล ย ก ก ว น
ค่าแรงงาน			
ค่าไฟฟ้า			
ค่าใช้จ่าย รายโรง งาน			
น้ำมัน เครื่อง			
ค่าเสื่อม โรง งาน			
ค่าน้ำ บาด			
ค่าซ่อม บำรุง			

หมายเหตุ : แผนธุรกิจนี้เป็นแผนธุรกิจตัวอย่าง ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล สถานที่ และข้อมูลด้านการเงิน จึงเป็นข้อมูลสมมติเท่านั้น

รวม						
ต้นทุน ต่อหน่วย						

ประมาณการค่าใช้จ่ายด้านการตลาดต่อเดือน ปี 25	
รายการ	บาท
เงินเดือนพนักงานขับรถ คน @ บาท	
เงินเดือนพนักงานการตลาด คน @ บาท	
ค่าถุงพลาสติก	
ค่าเสื่อมรถขนส่ง	
ค่าน้ำมัน	
ค่าดูแลรักษารถขนส่ง	
ค่าประกันรถขนส่ง	
ค่าเลี้ยงรับรองลูกค้า	
รวม	
ประมาณการค่าใช้จ่ายด้านการบริหารต่อเดือน	
รายการ	บาท
เงินเดือนผู้จัดการ คน @ บาท	

หมายเหตุ : แผนธุรกิจนี้เป็นแผนธุรกิจตัวอย่าง ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล สถานที่ และข้อมูลด้านการเงิน จึงเป็นข้อมูลสมมติเท่านั้น

เงินเดือนฝ่ายธุรการ คน @ บาท	
ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน	
ค่าประกันสังคม	
ค่าโทรศัพท์	
ค่าไฟ	
สวัสดิการ	
รวม	
หัก	
ค่าเสื่อมราคาเครื่องใช้สำนักงาน	
ค่าใช้จ่ายการบริหารไม่รวมค่าเสื่อมราคา	

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน			
ชื่ออัตราส่วนทางการเงิน	อัตราส่วนของกิจการ		
		ปีที่ 1	ปีที่ 2
อัตราส่วนกำไรขั้นต้น (%)			
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)			
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)			
อัตราส่วนหนี้สิน (%)			
อัตราส่วนวัดความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย(เท่า)			
อัตราส่วนการหมุนของสินทรัพย์รวม (เท่า)			
อัตราส่วนการหมุนของสินทรัพย์ถาวร (เท่า)			

หมายเหตุ : แผนธุรกิจนี้เป็นแผนธุรกิจตัวอย่าง ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล สถานที่ และข้อมูลด้านการเงิน จึงเป็นข้อมูลสมมติเท่านั้น

ระยะเวลาการเก็บหนี้เฉลี่ย (วัน)			
ระยะเวลาขายสินค้าคงคลังเฉลี่ย (วัน)			
อัตราผลตอบแทนต่อเจ้าของ (%)			
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน(%)			

1. ความสามารถในการทำกำไร

จะเห็นได้ว่ากิจการมีอัตราส่วนกำไรขั้นต้นค่อนข้างดี เริ่มจากปีที่ 1 ถึงปีที่ 3 ที่เพิ่มขึ้นถึง % เพราะมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำ

2. ความสามารถการจ่ายหนี้สินระยะยาว

3. ประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์

4. ผลตอบแทนการลงทุน

5. จุดคุ้มทุน และผลตอบแทนของโครงการ (NPV, IRR)

FC

SP - VC (per unit)

การหาจุดคุ้มทุน

จุดคุ้มทุน (B.E.) =

จุดคุ้มทุน = กิโลกรัม/เดือน

หมายเหตุ : แผนธุรกิจนี้เป็นแผนธุรกิจตัวอย่าง ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล สถานที่ และข้อมูลด้านการเงิน จึงเป็นข้อมูลสมมติเท่านั้น

ในแต่ละเดือนกิจการต้องขายให้ได้ กิโลกรัม
ถึงจะคุ้มทุน

6.ประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ

จะประเมินโดยใช้วิธีงวดเวลาคืนทุน (Payback Period Method) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV) และ อัตราผลตอบแทนโครงการ (Internal Rate of Return : IRR)

วิธีงวดเวลาคืนทุน

กระแสเงินสด	ปีที่ดำเนินการ			
	0	1	2	3
จ่าย				
รับ				

ระยะเวลาคืนทุน ปี เดือน

สรุปผลการประเมินความเป็นไปได้ของโครงการ

วิเคราะห์จากแนวโน้มของงบการเงิน จะเห็นได้ว่า
กิจการมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น อัตรากำไรสุทธิสูงถึง ... %
อัตราส่วนหนี้สินลดลงเป็น ...% ผลตอบแทนต่อเจ้าของสูงถึง ...%
ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า โครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

หมายเหตุ : แผนธุรกิจนี้เป็นแผนธุรกิจตัวอย่าง ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล สถานที่ และข้อมูลด้านการเงิน จึงเป็นข้อมูลสมมติเท่านั้น