



คู่มือการเขียนแผนธุรกิจ
ภาคการผลิต

คู่มือการเขียนแผนธุรกิจ
ภาคการผลิต

คู่มือการเขียนแผนธุรกิจ-ธุรกิจการผลิต

ผู้แต่ง : รัชกฤษ คล่องพยาบาล

ที่ปรึกษา SMEs ด้านการเงินและการร่วมลงทุน

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

เจ้าของ : ฝ่ายประสานงานและบริการ SMEs

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

พิมพ์ครั้งที่ 2 : กันยายน 2553

พิมพ์ครั้งแรก : สิงหาคม 2550

จำนวนพิมพ์ : 3,500 เล่ม

จัดพิมพ์โดย

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

เลขที่ 21 อาคารทีเอสที ชั้น G, 17-20, 23

ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทรศัพท์ 0-2278-8800 โทรสาร 0-2273-8850

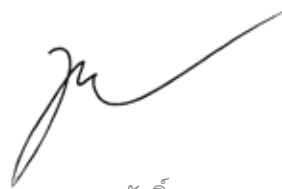
www.sme.go.th e-mail : info@sme.go.th

ออกแบบและพิมพ์ : บริษัท เวิร์โก อาร์ต กิลด์ จำกัด

คำนำ

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักที่มีบทบาท หน้าที่ และภารกิจในการให้การส่งเสริม SMEs ของประเทศ ได้เล็งเห็นประโยชน์และความสำคัญของการวางแผน และการจัดทำแผนธุรกิจที่มีประสิทธิภาพสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ในปี 2550 จึงได้ดำเนินโครงการจัดทำคู่มือการเขียนแผนธุรกิจรายธุรกิจอันประกอบด้วย ภาคการผลิต ภาคการบริการ และภาคการค้า เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเขียนแผนธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ที่ถูกต้องตามมาตรฐาน สามารถนำเสนอข้อมูลและรายละเอียดต่างๆ ของธุรกิจ รวมถึงการระบุเกณฑ์หรือหลักการสำคัญต่างๆ ที่จำเป็นในการเขียนแผนธุรกิจอย่างครบถ้วน เพื่อให้ผู้ประกอบการ SMEs จะสามารถนำไปใช้ในการเขียนแผนธุรกิจได้ด้วยตนเอง ในการขอรับการสนับสนุนด้านต่างๆ จากหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน รวมถึงเป็นเครื่องมือในการวางแผนธุรกิจโดยคู่มือการเขียนแผนธุรกิจรายธุรกิจอันซึ่งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้จัดทำขึ้น ได้ถูกเผยแพร่ไปยังหน่วยงานต่างๆ รวมถึงผู้ประกอบการ SMEs ทั่วประเทศ แต่เนื่องจากปริมาณการจัดพิมพ์ที่จำกัด จึงทำให้ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ประกอบการ SMEs ที่ต้องการวางแผนและจัดทำแผนธุรกิจ ซึ่งถือเป็นกระบวนการสำคัญของการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันที่มีการแข่งขันอย่างสูง

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้เห็นถึงความจำเป็นและความต้องการของผู้ประกอบการ SMEs ในเรื่องดังกล่าว จึงได้มีโครงการการจัดทำคู่มือการเขียนแผนธุรกิจรายธุรกิจขึ้นอีกครั้งในปี 2553 นี้ แต่ได้มีการปรับปรุงแก้ไขรายละเอียดให้ถูกต้องชัดเจน และมีความเหมาะสมแก่ผู้ประกอบการ SMEs มากยิ่งขึ้น โดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหวังว่า คู่มือการเขียนแผนธุรกิจซึ่งแยกตามรายประเภทธุรกิจที่ได้จัดทำขึ้นใหม่นี้ จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ SMEs สำหรับการจัดทำแผนธุรกิจได้ตรงกับลักษณะการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการแต่ละประเภท ที่จะสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวางแผน และจัดทำแผนธุรกิจตามมาตรฐานที่ถูกต้องสมบูรณ์ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบการ SMEs ประสบผลสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของตนตามการวางแผนที่ระบุไว้ในแผนธุรกิจที่ได้จัดทำขึ้น รวมถึงได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ อันจะเป็นการสร้างเสริมความเจริญเติบโตและเข้มแข็งของ SMEs ไทยอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักในบทบาทหน้าที่ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



(ดร.ยุทธศักดิ์ สุภัสสร)

ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เกณฑ์การพิจารณาองค์ประกอบแผนงานย่อยของแผนธุรกิจ

เกณฑ์การพิจารณาเกี่ยวกับแผนบริหารจัดการ

1. มีการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลธุรกิจครบถ้วน
2. มีโครงสร้างการบริหารจัดการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ ตามลักษณะหน้าที่ในการดำเนินการที่เหมาะสมของธุรกิจ ทั้งในส่วนของการจัดแบ่งหน่วยงานหน้าที่รับผิดชอบ และบุคลากรที่รับผิดชอบ
3. มีผู้บริหารในธุรกิจที่มีความสามารถ มีประสบการณ์ ที่จะดำเนินการบริหารธุรกิจให้มีความเจริญเติบโตได้
4. มีการกำหนด วัตถุประสงค์ พันธกิจ และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ ที่มีความเป็นไปได้และสามารถนำไปดำเนินการปฏิบัติได้จริง
5. มีปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สามารถจะทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ ซึ่งสามารถแสดงได้ถึงความได้เปรียบทางการแข่งขันเมื่อเทียบกับธุรกิจอื่นๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน

เกณฑ์การพิจารณาแผนการตลาด

1. มีข้อมูลที่ครบถ้วนถูกต้องเกี่ยวกับภาพรวม ปริมาณความต้องการ ปริมาณสินค้าและบริการที่มีอยู่ของตลาด
2. มีการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของธุรกิจได้อย่างถูกต้องมีเหตุผล
3. มีการวิเคราะห์และกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ชัดเจน
4. มีการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดได้สอดคล้องเหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่กำหนด
5. มีการกำหนดแผนดำเนินการที่มีความเป็นไปได้จริงตามกลยุทธ์ที่กำหนด และสามารถพิสูจน์หรือสร้างความน่าเชื่อถือว่าธุรกิจสามารถสร้างยอดขายหรือรายได้จากแผนดำเนินการที่กำหนดขึ้น และมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเมื่อเทียบกับธุรกิจอื่นๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน

เกณฑ์การพิจารณาเกี่ยวกับแผนการผลิต

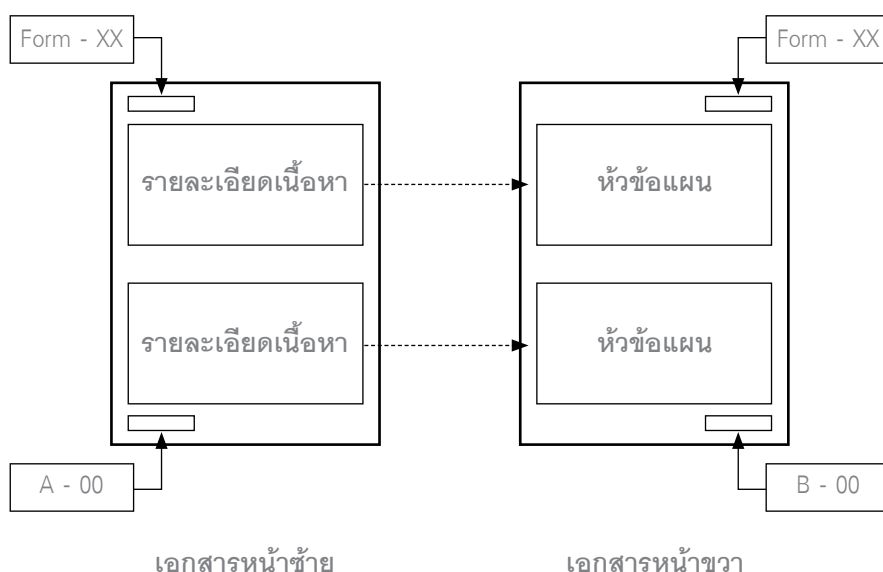
1. มีการบริหารจัดการด้านการผลิตที่ครบถ้วนถูกต้องและมีประสิทธิภาพตามลักษณะของธุรกิจ
2. มีกระบวนการขั้นตอนการผลิตที่ได้มาตรฐาน รวมถึงนโยบายต่างๆ ในการบริหารการผลิตด้านต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ วัตถุดิบ สินค้าคงคลัง กระบวนการผลิต การควบคุมคุณภาพ เป็นต้น
3. มีผลิตภัณฑ์หรือชิ้นงานที่มีคุณภาพ และมีตัวอย่างแสดงประกอบไว้อย่างชัดเจน
4. มีแผนงานการผลิตที่สอดคล้องตรงตามสภาวะตลาดและสภาพการแข่งขัน

เกณฑ์การพิจารณาเกี่ยวกับแผนการเงิน

1. มีสมมติฐานหรือประมาณการที่มีความเป็นไปได้จริง
2. มีความสอดคล้องถูกต้องตรงกับรายละเอียดต่างๆ ที่ระบุไว้ในส่วนของแผนต่างๆ
3. มีการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับประมาณการทางการเงินหรืองบการเงินที่ถูกต้องตรงตามมาตรฐาน
4. มีการใช้สูตรคำนวณและผลลัพธ์ที่ถูกต้อง
5. มีการเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่องโดยการพิจารณาจากงบกำไรขาดทุน
6. มีกระแสเงินสดหมุนเวียนในธุรกิจในระดับเหมาะสม ซึ่งทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดหรือแผนการดำเนินการของธุรกิจ แต่ในหลักที่เหมาะสมควรมีกระแสเงินสดรับมากกว่ากระแสเงินสดจ่าย โดยเฉพาะในส่วนของกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินการ โดยยกเว้นในช่วงเริ่มดำเนินกิจการหรือในปีแรก ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นกระแสเงินสดจ่ายในการลงทุนในส่วนสินทรัพย์ของกิจการ

การใช้คู่มือการเขียนแผนธุรกิจ

คู่มือการเขียนแผนธุรกิจฉบับนี้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วน เพื่อความสะดวกต่อผู้อ่านในการศึกษารายละเอียดตามคู่มือ โดยแบ่งหลักการแสดงรายละเอียดตามด้านของเอกสารคือหน้าซ้ายและหน้าขวา โดยหน้าซ้ายเป็นรายละเอียดเนื้อหาหรือแนวทางวิธีการเขียนตามหัวข้อแผนธุรกิจ ส่วนหน้าขวาเป็นโครงร่างแผนธุรกิจซึ่งได้ระบุหัวข้อต่างๆ ไว้ โดยการเขียนแผนธุรกิจตามคู่มือฉบับนี้ ผู้อ่านสามารถศึกษาแนวทางการเขียนจากหน้าซ้าย เพื่อกรรอรายละเอียดตามที่ระบุไว้ตามโครงสร้างหน้าขวาของคู่มือแผนธุรกิจ โดยเนื้อหาและหัวข้อของแผนธุรกิจจะเชื่อมโยงกันทุกหน้าซ้าย-ขวาต่อเนื่องกันไป โดยสามารถตรวจสอบตามมุมขวบนซึ่งจะระบุหมายเลข Form - XX ซึ่งเป็นหมายเลขของโครงร่างแผนธุรกิจ หรือสามารถตรวจสอบจากมุมล่างซ้ายและขวาของเอกสาร ซึ่งจะเป็นหมายเลขหน้าเอกสารเดียวกัน โดยด้านซ้ายจะขึ้นต้นด้วย A - xx (Guideline) ส่วนด้านขวาจะเป็น B - xx (Business Plan Outline) นอกจากนี้ในบางหน้าของคู่มือจะระบุเกี่ยวกับข้อพึงสังเกตหรือข้อพึงระวังเกี่ยวกับการกรอกรายละเอียดในหัวเรื่องต่างๆ ประกอบไว้ด้วย



คู่มือแผนธุรกิจฉบับนี้ได้ทำการปรับปรุงจากคู่มือการเขียนแผนธุรกิจ ที่สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้จัดพิมพ์ขึ้นในปี 2549 และปี 2550 โดยได้มีการจัดเรียงลำดับเนื้อหา และตัดทอนรายละเอียดบางส่วนออก เพื่อให้มีความสมบูรณ์และสร้างความเข้าใจได้มากยิ่งขึ้นสำหรับผู้อ่าน โดยยังคงรายละเอียดที่จำเป็นสำหรับการจัดทำแผนธุรกิจไว้ ซึ่งคู่มือแผนธุรกิจฉบับนี้ได้จัดทำขึ้นโดยมีจุดประสงค์หลัก เพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดทำแผนธุรกิจเพื่อใช้ในการขอรับการสนับสนุนทางการเงินเป็นประเด็นสำคัญ ดังนั้นในกรณีที่ผู้ใช้คู่มือการเขียนแผนธุรกิจเพื่อวัตถุประสงค์อื่น นอกเหนือจากการขอรับการสนับสนุนทางการเงิน ผู้จัดทำควรมีการปรับปรุงหรือเพิ่มเติมรายละเอียดต่างๆ ตามเนื้อหาของแผนธุรกิจตามคู่มือฉบับนี้ ให้ตรงกับข้อกำหนดหรือเกณฑ์ข้อบังคับต่างๆ ของหน่วยงาน และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ที่จะทำให้นำเสนอแผนธุรกิจนั้นๆ ด้วยทุกครั้ง

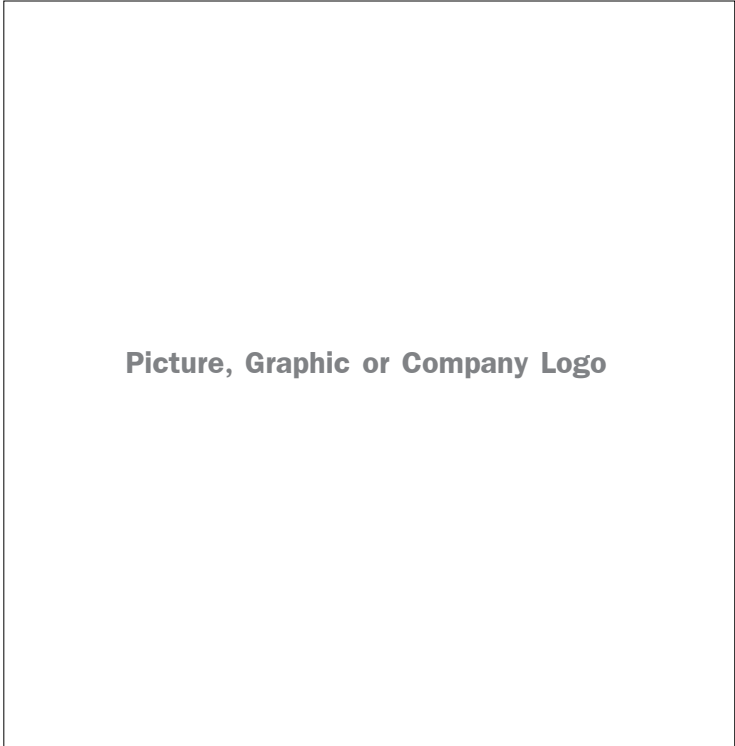
รัชกฤษ คล่องพยาบาล

ปกหน้า

ปกหน้าเป็นส่วนที่แสดงรายละเอียดเบื้องต้นของแผนธุรกิจ เพื่อให้ผู้อ่านทราบถึงชื่อและรายละเอียดของธุรกิจหรือผู้ดำเนินการจัดทำแผนธุรกิจ โดยรายละเอียดที่ระบุถึง แผนธุรกิจ ชื่อธุรกิจ ที่อยู่สถานประกอบการ หมายเลขโทรศัพท์และโทรสารในการติดต่อ Website หรือ E-mail Address ของธุรกิจที่นำเสนอแผน ชื่อหน่วยงานที่นำเสนอแผนธุรกิจ รวมถึงวัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผน แต่ทั้งนี้ในส่วนวัตถุประสงค์อาจไม่จำเป็นต้องแสดงไว้ก็ได้ ในกรณีที่ไม่ต้องการเปิดเผยแก่บุคคลภายนอกที่ไม่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังอาจมีการเพิ่มเติมรูปภาพ เช่น ภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือการให้บริการ Character Design หรือ Company Logo ของธุรกิจประกอบด้วยก็ได้ แต่ทั้งนี้ในการจัดทำแผนธุรกิจควรคำนึงว่าปกหน้าเป็นสิ่งแรกที่ผู้อ่านจะได้เห็นก่อนอ่านรายละเอียดเนื้อหาในแผนธุรกิจ จึงควรออกแบบและจัดวาง Lay-Out ให้มีความสวยงาม น่าสนใจ นอกจากนี้ควรมีการเคลือบปกด้วยพลาสติก หรือมีการใช้ปกพลาสติกใสทับหน้าปกอีกชั้นหนึ่ง เพื่อกันความสกปรกและยังช่วยกันการเลอะเลือนของสีหรือหมึกพิมพ์ ในกรณีที่พิมพ์ด้วย Inkjet ที่เป็นหมึกพิมพ์ชนิดไม่กั้นน้ำ การเข้าเล่มเอกสารแผนธุรกิจควรเข้าเล่มด้วยห่วงกระดาษ โดยขนาดของห่วงกระดาษควรมีขนาดใหญ่เหมาะสมกับความหนาหรือจำนวนของหน้าเอกสารของแผนธุรกิจ เพื่อสะดวกในการเปิดอ่านแผน และสะดวกต่อการเพิ่มเติมหรือตัดทอนรายละเอียดเอกสารของแผนธุรกิจในภายหลัง รวมถึงยังเป็นการสะดวกสำหรับการถอดเอกสารมาทำการถ่ายสำเนาเอกสารเพิ่มเติมประกอบการพิจารณาอีกด้วย

แผนธุรกิจ

(Business Plan)



ชื่อธุรกิจ _____
ที่อยู่ _____
หมายเลขโทรศัพท์ _____
หมายเลขโทรสาร _____
E-mail Address _____

นำเสนอต่อ

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

สารบัญ

เป็นส่วนที่แสดงลำดับเนื้อหาของแผนธุรกิจ การเรียงลำดับจะเรียงลำดับตามเนื้อหาที่ปรากฏในแผนธุรกิจ ในกรณีที่มีหัวข้อย่อยหรือรายละเอียดจำนวนมาก ควรแบ่งหัวข้อออกเป็นลำดับโดยมีตัวเลขหัวข้อกำกับ พร้อมลำดับหัวข้อย่อย เช่น หัวข้อที่ 1 หัวข้อย่อยที่ 1.1 และ 1.1.1 เป็นต้น นอกจากนี้ในกรณีที่มีตาราง หรือรูปภาพ ควรแยกเป็นสารบัญตาราง และสารบัญรูปภาพ แยกประกอบไว้ด้วย

หัวข้อหลัก	แบบย่อ	แบบมาตรฐาน	แบบเต็มรูปแบบ
ปกหน้า	1	1	1
สารบัญ	1	1-2	2-3
บทสรุปผู้บริหาร	1	1-2	1-2
วัตถุประสงค์ในการเสนอแผนธุรกิจ	0-1	1	1-2
ความเป็นมาของธุรกิจ หรือแนวคิดการเริ่มต้นธุรกิจ	1	1-2	2-3
ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ	1-2	2-3	2-4
การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด	1-2	2-3	3-6
แผนการบริหารจัดการ	1-2	2-3	3-4
แผนการตลาด	2-3	3-4	5-7
แผนการผลิตหรือการบริการ	1-2	2-3	3-6
แผนการเงิน	2-4	4-5	5-9
แผนประเมินความเสี่ยง	0	0-1	2-3
รวมจำนวนหน้าเอกสาร	12-20	20-30	30-50

รายละเอียดเพิ่มเติม

ในการจัดทำเนื้อหาต่างๆ ของแผนธุรกิจ อาจมีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขจากโครงร่างตัวอย่างที่ปรากฏก็ได้ โดยอาจเพิ่มลดหัวข้อและรายละเอียดต่างๆ ตามความเหมาะสมอันเป็นผลมาจากวัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ เช่น อาจเพิ่มเติมในส่วน of แผนการตลาด หรือปรับลดในแผนการเงิน เช่น แสดงเฉพาะประมาณการต้นทุน ประมาณการรายได้ งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด งบดุล ก็ได้ แต่ไม่ว่าจะมีการปรับเพิ่มลดในลักษณะใดก็ตาม ต้องคำนึงอยู่เสมอว่าข้อมูลต้องครบถ้วนเพียงพอที่จะให้ผู้อ่านแผนมีความเข้าใจในที่มาของประมาณการต่างๆ รวมถึงความน่าเชื่อถือของแผน โดยการนำข้อมูลต่างๆ จากแหล่งภายนอกมาประกอบในแผนธุรกิจ ควรเลือกแสดงเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาในแผนธุรกิจอย่างแท้จริงเท่านั้น โดยไม่ควรนำมาใช้ประกอบอย่างพร่ำเพรื่อ โดยเชื่อว่าแผนธุรกิจที่มีความหนาหรือมีเนื้อหามากๆ จะเป็นแผนธุรกิจที่ดี โดยในส่วนของ การนำรูปภาพ, ตาราง, ผัง, Flowchart, แผนที่ ถ้ามีรายละเอียดดังกล่าวเป็นจำนวนมาก ควรแสดงเป็นสารบัญแยกประกอบตามแต่ลักษณะ แต่ถ้ามีจำนวนไม่มากนักอาจไม่มีความจำเป็นต้องทำสารบัญในส่วนดังกล่าวก็ได้

สารบัญ

หน้า

1.	บทสรุปผู้บริหาร	
1.1	วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ	
2.	ความเป็นมาของธุรกิจ	
2.1	ประวัติความเป็นมา หรือแนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ	
2.2	สรุปผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของธุรกิจ	
2.3	ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน	
3.	ผลิตภัณฑ์	
3.1	รายละเอียดผลิตภัณฑ์	
4.	การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการวิเคราะห์ตลาด	
4.1	สถานะอุตสาหกรรม และสถานะตลาด	
4.2	การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด	
4.3	แนวโน้มทางการตลาด	
4.4	ตลาดเป้าหมาย	
4.5	ลักษณะทั่วไปของลูกค้า	
4.6	สภาพการแข่งขัน	
4.7	คู่แข่งชั้น	
4.8	รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้น	
4.9	การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT Analysis	
4.9.1	การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน	
4.9.2	การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก	
5.	แผนการบริหารจัดการ	
5.1	ข้อมูลธุรกิจ	
5.2	รายนามคณะกรรมการบริษัท	
5.3	อำนาจการลงนามผูกพันบริษัทของกรรมการ	
5.4	รายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วนและสัดส่วนการถือครอง	
5.5	ประวัติของกรรมการหรือผู้บริหาร	
5.6	แผนผังองค์กร	
5.7	หน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรหลัก	
5.8	แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ	
5.9	วิสัยทัศน์	
5.10	พันธกิจ	
5.11	เป้าหมายทางธุรกิจ	
5.12	ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	
5.13	นโยบายการจ่ายเงินปันผลหรือผลตอบแทน	
5.14	แผนการดำเนินการอื่นๆ ของธุรกิจ	

20 ข้อเสนอแนะในการจัดทำเอกสารแผนธุรกิจ

1. ควรใช้กระดาษที่มีคุณภาพดีที่สุดตามแต่ลักษณะงาน เช่น กระดาษ 210 Gram สำหรับปกหน้า ส่วนเนื้อหาของแผนเป็นกระดาษ 80-110 Gram หรือ กระดาษ Glossy สำหรับการพิมพ์ Laser หรือกระดาษเฉพาะสำหรับ Inkjet ในส่วนที่มีการพิมพ์ภาพถ่ายตัวอย่างผลิตภัณฑ์, สินค้า หรือบริการ เป็นต้น
2. ควรใช้สีกระดาษที่เป็นสีสุภาพหรือสีที่เป็นทางการ เช่น ขาว ครีม ฟ้า เทาอ่อน
3. ควรใช้เครื่องพิมพ์ที่มีคุณภาพการพิมพ์ที่เหมาะสม เช่น Laser Jet, Color laser jet, Inkjet
4. ควรใช้รูปแบบตัวอักษร (Font) และขนาด (Size) ที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้อ่านสามารถอ่านได้ชัดเจนทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ตัวอย่างเช่น Angsana New, Browallia New ขนาดตั้งแต่ 14 Point ขึ้นไป เป็นต้น
5. ควรมีการเคลือบปกด้วยพลาสติก หรือปกพลาสติกใสปะหน้าแผนธุรกิจ
6. ควรเข้าเล่มด้วยห่วงกระดาษ ที่มีขนาดใหญ่เหมาะสมกับความหนาของจำนวนหน้าเอกสาร สามารถเปิดอ่านได้โดยง่าย รวมถึงเพื่อความสะดวกในการถอดเล่มเพื่อการทำสำเนา
7. ควรมีการจัดรูปเล่มหรือการจัดวาง Lay-Out ที่สวยงาม เป็นลำดับอ่านได้ง่าย
8. ควรมีความหนามากที่สุดไม่เกิน 40-50 หน้า ในส่วนของรายละเอียดหลักของแผนธุรกิจโดยไม่นับรวมเอกสารแนบ
9. ควรแยกเอกสารแนบหรือภาคผนวกออกจากแผนธุรกิจ ในกรณีที่เมื่อรวมเอกสารทั้งแผนหลักและภาคผนวกเข้าด้วยกันแล้วมีความหนาหรือมีจำนวนหน้ามากเกินไป
10. ควรมีการแทรก รูปภาพ, Graphic, Schedule, Flowchart ต่างๆ แสดงรายละเอียดต่างๆ ที่ปรากฏในแผนธุรกิจ เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่าย ในส่วนของขั้นตอนต่างๆ เช่น ลักษณะรูปแบบสินค้า, บริการ, กระบวนการหรือขั้นตอนการผลิต เป็นต้น
11. ควรมีตาราง หรือ Graph แสดงรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับข้อมูลหรือการเปรียบเทียบต่างๆ ที่ปรากฏในแผนธุรกิจ เช่น การแสดงยอดขายในอดีต, ข้อมูลทางอุตสาหกรรม หรือการพยากรณ์ยอดขายในอนาคต เป็นต้น
12. ควรตรวจสอบรายละเอียดในแผนธุรกิจให้ครบถ้วน
13. ควรตรวจสอบตัวอักษร ตัวสะกด คำศัพท์ ในแผนธุรกิจให้ถูกต้อง
14. ควรมีรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการอธิบายความหมายของคำศัพท์ หรือ ศัพท์ทางด้านเทคนิค ในกรณีที่ เป็นคำศัพท์ที่มีความหมายเฉพาะ ศัพท์บัญญัติ ศัพท์หรือความหมายใหม่ที่ยังไม่เป็นที่แพร่หลายในธุรกิจ
15. ควรมีเอกสารหรือข้อมูลประกอบเพื่อรองรับข้อมูลในแผนธุรกิจ เช่น Profile ธุรกิจ, โบรชัวร์, รายชื่อการติดต่อลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย, ผลงานในอดีต, จดหมายโต้ตอบ, E-mail, เพื่อประกอบแผนในภาคผนวก เป็นต้น
16. ควรตรวจสอบสาระสำคัญในแผนธุรกิจให้ถูกต้อง โดยเฉพาะตัวเลข และสูตรการคำนวณต่างๆ
17. ควรตรวจสอบการเรียงลำดับเลขหน้า, เนื้อเรื่องในแผนธุรกิจ ให้ตรงตามที่ระบุไว้ในสารบัญ
18. ควรจัดทำสำเนาแผนธุรกิจ ทั้งส่วนของ File และ เอกสารต่างๆ ทั้งเอกสารแผนธุรกิจและเอกสารแนบ
19. ควรมีการแจ้งให้ผู้อ่านแผนรับทราบล่วงหน้า ในกรณีที่ต้องการให้ปกปิดข้อมูลในแผนธุรกิจเป็นความลับเฉพาะผู้เกี่ยวข้องเท่านั้น หรือในกรณีขอแผนธุรกิจคืนในกรณีที่ได้รับการปฏิเสธ
20. ควรมีการปรับปรุงแผนธุรกิจให้ทันสมัยอยู่เสมอ (อย่างน้อยปีละครั้ง) ไม่ว่าจะมีการนำเสนอแผนธุรกิจต่อผู้อื่นหรือไม่ก็ตาม เพราะสามารถนำแผนธุรกิจไปใช้ได้ทันทีที่ต้องการหรือมีความจำเป็น เนื่องจากไม่ต้องเสียเวลาในการจัดทำแผนธุรกิจขึ้นใหม่ทั้งหมด เพราะข้อมูลบางส่วนจะเป็นข้อมูลที่มีอยู่แล้วของธุรกิจและข้อมูลในแผนธุรกิจฉบับเดิมที่มีอยู่ เพียงแต่ต้องมีการปรับปรุงให้ทันสมัยและถูกต้องขึ้นเท่านั้น

สารบัญ

หน้า

6. แผนการตลาด

- 6.1 เป้าหมายทางการตลาด
- 6.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย
- 6.3 กลยุทธ์ทางการตลาด
 - 6.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์
 - 6.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา
 - 6.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย
 - 6.3.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด
- 6.4 กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด

7. แผนการผลิต

- 7.1 สถานที่ประกอบการในการผลิต
- 7.2 เครื่องจักร อุปกรณ์ และเครื่องมือในการผลิต
- 7.3 ข้อมูลการผลิต
- 7.4 รายละเอียดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต
- 7.5 ขั้นตอนการผลิต
- 7.6 แผนผังกระบวนการผลิต

8. แผนการเงิน

- 8.1 ประมาณการในการลงทุน
- 8.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน
- 8.3 สมมติฐานทางการเงิน
- 8.4 นโยบายทางการเงิน
- 8.5 ประมาณการในการขายรายเดือน
- 8.6 ประมาณการรายได้จากการขายสินค้า
- 8.7 ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบและสินค้าเข้ามาเพื่อการผลิต
- 8.8 ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าและต้นทุนขายสินค้า
- 8.9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย
- 8.10 ประมาณการงบกำไรขาดทุน
- 8.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด
- 8.12 ประมาณการงบดุล
- 8.13 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

9. แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ภาคผนวก

- เอกสารแนบ 1
- เอกสารแนบ 2
- เอกสารแนบ 3

1. บทสรุปผู้บริหาร

บทสรุปผู้บริหารเป็นการสรุปรายละเอียดที่สำคัญทั้งหมดในแผนธุรกิจ ซึ่งจะเป็นการแสดงเฉพาะรายละเอียด หรือหัวข้อเฉพาะส่วนเนื้อหาที่สำคัญ ในแผนการบริหารจัดการ แผนการตลาด แผนการผลิต และแผนการเงิน โดยส่วนเนื้อหาของบทสรุปผู้บริหารนี้ควรมีความยาวไม่เกิน 1-2 หน้ากระดาษ A4 และควรจัดทำขึ้นในขั้นตอนสุดท้าย ภายหลังจากการจัดทำแผนธุรกิจแล้วเสร็จเป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยบทสรุปผู้บริหารที่ดีควรมีรายละเอียดข้อมูลดังต่อไปนี้

ข้อมูลพื้นฐานหรือรายละเอียดทั่วไปของธุรกิจ - รายละเอียดของชื่อโครงการ / บริษัท / ห้างหุ้นส่วน / กิจการ ที่ตั้งของธุรกิจ

แนวความคิดในการดำเนินธุรกิจ - เหตุผลในการเลือกดำเนินธุรกิจ เหตุผลในการเลือกผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ ซึ่งสามารถแก้ปัญหาของลูกค้า หรือการสอดคล้องกับสภาวะตลาด

ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการของธุรกิจ - รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ เช่น แบบ ขนาด การใช้ประโยชน์ สี โปรแกรมนบริการ เป็นต้น ราคาขายของผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ราคาค่าบริการ สถานที่จำหน่ายหรือสถานที่ให้บริการผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ รูปแบบการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ หรือรายละเอียดสำคัญอื่นๆ ที่จำเป็นตามความเหมาะสม

สภาวะตลาด - สภาพทั่วไปของตลาดหรืออุตสาหกรรม สภาวะการแข่งขัน

ความสามารถทางการแข่งขันและวิธีการแข่งขัน - วิธีการที่ธุรกิจเลือกในการแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการของคู่แข่ง หรือธุรกิจอื่นในตลาด ตัวอย่างเช่น คุณสมบัติหรือรูปแบบผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการที่ดีหรือมีประสิทธิภาพมากกว่า ราคาขายหรือราคาค่าบริการที่ถูกกว่า การใช้ช่องทางจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมและเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้ดีกว่า การใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับลูกค้ามากกว่า โดยเฉพาะจุดเด่นสำคัญที่ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ เหนือกว่าผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการอื่น

ลูกค้าเป้าหมาย - ลักษณะของลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจที่กำหนด เช่น เพศ อายุ รายได้ จำนวน รายได้ การศึกษา พฤติกรรม เหตุผลในการตัดสินใจ เป็นต้น

กลยุทธ์ทางการตลาด - วิธีการและเหตุผลในการกำหนดในการสร้างรูปแบบ ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ การตั้งราคาขาย ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ การเลือกช่องทางจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ การเลือกวิธีการส่งเสริมการตลาด ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ

แผนการผลิตหรือการบริการ - รายละเอียดสถานที่ตั้งโรงงาน หรือสถานที่ให้บริการ ประมาณการเกี่ยวกับยอดการผลิตผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือเป้าหมายการให้บริการ

การบริหารจัดการ - รูปแบบโครงสร้างการบริหารจัดการ นโยบายหรือแผนการในอนาคตของธุรกิจ

สรุปผลทางการเงิน - ประมาณการเกี่ยวกับยอดขาย รายได้ สรุปผลกำไรของธุรกิจ ผลจากการวิเคราะห์ทางการเงิน เช่น ระยะเวลาคืนทุน จุดคุ้มทุน NPV IRR เป็นต้น

การเขียนบทสรุปผู้บริหารควรเลือกเฉพาะประเด็นรายละเอียดสำคัญ ให้มีความกระชับและรัดกุม เนื่องจากจะไม่ได้มีรายละเอียดมากจนเกินไป รวมถึงสามารถให้ข้อมูลที่จำเป็นและเหมาะสมของธุรกิจได้ภายใน 1-2 หน้ากระดาษ นอกจากนี้หัวข้อและรายละเอียดต่างๆ ที่ระบุไว้ในบทสรุปผู้บริหาร ถ้าจัดทำอย่างถูกต้องและชัดเจนจะสามารถนำไปใช้เพื่อการนำเสนอแผนธุรกิจ (Business Plan Presentation) ได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

1.1 วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของธุรกิจในการนำเสนอแผนธุรกิจ ว่ามีวัตถุประสงค์ใดในการนำเสนอ เช่น เพื่อขอการสนับสนุนจากหน่วยงาน เพื่อขอรับการสนับสนุนวงเงินสินเชื่อ หรือเพื่อขอสนับสนุนในการร่วมลงทุน เป็นต้น โดยควรมีการแจกแจงรายละเอียดเกี่ยวกับรายละเอียดต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน เช่น จำนวนวงเงิน วัตถุประสงค์ของการใช้เงิน หลักประกันในการขอกู้ การให้ผลตอบแทนหรือเงื่อนไขต่างๆ เป็นต้น การแสดงในส่วนวัตถุประสงค์นี้ควรแยกออกมาเป็นหน้าเอกสารต่างหากโดยเฉพาะ เพื่อเน้นความสำคัญให้ผู้อ่านหรือผู้พิจารณาแผนธุรกิจทราบได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง ว่ามีการนำเสนอแผนธุรกิจมาเพื่อวัตถุประสงค์ใด แต่ในกรณีที่ผู้จัดทำแผนธุรกิจได้มีการเขียนจดหมายแจ้งวัตถุประสงค์ในการขอรับการสนับสนุนแยกต่างหากจากแผนธุรกิจ เช่น จดหมายเสนอการขอรับการสนับสนุนทางการเงินจากธนาคารหรือสถาบันการเงิน ก็อาจไม่มีความจำเป็นต้องมีการจัดทำหัวข้อดังกล่าวนี้ได้ ทั้งนี้รวมถึงการจัดทำแผนธุรกิจที่ใช้ในการศึกษาหรือการอบรม ก็อาจไม่จำเป็นต้องจัดทำหัวข้อวัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจนี้เช่นเดียวกัน

1.1. วัตถุประสงค์ในการนำเสนอแผนธุรกิจ

เป็นการนำเสนอแผนธุรกิจนี้ต่อ _____

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

โดยมีเงื่อนไขดังต่อไปนี้คือ

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

2. ความเป็นมาของธุรกิจ

2.1 ประวัติความเป็นมา หรือแนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

เป็นการแสดงรายละเอียดของความเป็นมาหรือเหตุผลในการจัดทำโครงการ ได้แก่ ชื่อกิจการเริ่มต้น ผู้เริ่มก่อตั้ง ปี พ.ศ. ที่เริ่มก่อตั้ง แนวความคิดหรือเหตุผลในการก่อตั้งกิจการ จุดทะเบียนหรือทุนเริ่มต้นของกิจการ การเติบโตของกิจการ การเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้น รวมถึงความสำเร็จและอุปสรรคในระยะเวลาที่ผ่านมา ตลอดจนประสบการณ์ของผู้ก่อตั้ง หุ้นส่วน และทีมงานผู้บริหาร รวมถึงประสบการณ์ในช่วงของการดำเนินกิจการก่อนหน้านี้

2.2 สรุปผลการดำเนินการที่ผ่านมาของธุรกิจ

เป็นการแสดงผลการดำเนินการที่ผ่านมาของธุรกิจ เพื่อให้ทราบถึงสภาพการดำเนินการของธุรกิจที่ผ่านมาว่ามีการเติบโตหรือมีผลการดำเนินการอย่างไร โดยในกรณีที่ธุรกิจที่มีการดำเนินการมาก่อนหน้า ควรแสดงผลการดำเนินการที่ผ่านมาอย่างน้อย 3 ปี แต่ในกรณีที่เป็นธุรกิจใหม่หรือยังประกอบมาไม่นานนัก อาจแสดงผลการดำเนินการในระยะเวลาที่ผ่านมาล่าสุด หรืออาจไม่จำเป็นต้องแสดงรายละเอียดในส่วนนี้ได้ตามความเหมาะสมแล้วแต่กรณี โดยการแสดงผลการดำเนินการที่ผ่านมา จะเป็นการแสดงในส่วนขงรายได้ กำไรสุทธิ มูลค่าสินทรัพย์ หนี้สินของธุรกิจ และส่วนของผู้ถือหุ้น หรือเพิ่มเติมในส่วนการเปลี่ยนแปลงในมูลค่าของกิจการ

2.3 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับขั้นตอนการเริ่มดำเนินงานในกรณีที่ธุรกิจเริ่มดำเนินการใหม่ หรือขั้นตอนภายหลังจากได้รับการสนับสนุนทางการเงิน เพื่อให้ทราบถึงขั้นตอนการดำเนินการ ระยะเวลาของขั้นตอนต่างๆ ตั้งแต่การเริ่มต้นธุรกิจหรือการดำเนินการ จนถึงเวลาที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ เพื่อกำหนดแผนดำเนินการทางธุรกิจในวงเวลาต่อไป

2. ความเป็นมาของธุรกิจ

2.1 ประวัติความเป็นมา หรือแนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ

ประวัติของกิจการ / ผู้เริ่มกิจการ _____

แนวคิดในการก่อตั้งกิจการ _____

การเปลี่ยนแปลงของกิจการ _____

ความสำเร็จ / อุปสรรคที่ผ่านมา _____

2.2 สรุปผลการดำเนินการที่ผ่านมาของธุรกิจ (ย้อนหลัง 3 ปี ในกรณีที่ธุรกิจได้มีการดำเนินการมาก่อนแล้ว)

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

2.3 ขั้นตอนการเริ่มดำเนินงาน (กรณีที่เป็นการเริ่มจัดตั้งธุรกิจใหม่)

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

3. ผลิตภัณฑ์

3.1 รายละเอียดผลิตภัณฑ์

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ธุรกิจดำเนินการผลิต โดยควรแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะผลิตภัณฑ์หรือสินค้าให้ครบถ้วน เช่น ชนิดผลิตภัณฑ์ แบบผลิตภัณฑ์ ราคาขายแต่ละแบบ การบรรจุหีบห่อ ตราของสินค้า การให้บริการก่อนการขายและหลังการขาย เงื่อนไขทางการค้าต่างๆ ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาดที่เป็นอยู่ โดยควรให้รายละเอียดให้ครบถ้วนที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

ภาพถ่ายหรือตัวอย่าง ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ

เป็นการแสดงภาพถ่ายตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ สินค้า โดยแสดงเป็นภาพต้นแบบผลิตภัณฑ์กรณีที่ยังไม่มีการผลิตสินค้าจริง นอกจากนี้ในกรณีที่ผลิตภัณฑ์ สินค้า มีแผ่นพับหรือคู่มือกระบวนกรใช้งาน อาจแนบแผ่นพับดังกล่าวเพิ่มเติมไว้ด้วยในภาคผนวก

4. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด

4.1 สภาวะอุตสาหกรรม และสภาวะตลาด

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาวะเศรษฐกิจหรือสภาวะอุตสาหกรรม และสภาพโดยรวมของตลาดที่ธุรกิจดำเนินการว่าอยู่ในสภาพเช่นใด ซึ่งเป็นปัจจัยมหภาคซึ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมและตลาด ทั้งทางตรงและทางอ้อม อันจะเป็นผลทำให้อุตสาหกรรมหรือตลาดเจริญเติบโตหรือเกิดภาวะถดถอย ข้อมูลด้านการวิเคราะห์สภาวะเศรษฐกิจหรือสภาพอุตสาหกรรมและภาพรวมของตลาด จะช่วยเป็นข้อมูลรองรับสมมติฐานต่างๆ เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงหรือการขยายตัวของธุรกิจที่กำหนดไว้ในแผนธุรกิจ ว่ามีความเป็นไปได้และน่าเชื่อถือเพียงใด เช่น ประมาณการยอดขายที่เพิ่มขึ้น ที่มีความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจที่เติบโตขึ้นหรือความต้องการสินค้าจากต่างประเทศ เป็นต้น รวมถึงสมมติฐานต่างๆ เกี่ยวกับการกำหนดค่าตัวแปร หรือประมาณการต่างๆ ที่กำหนดไว้ในแผนธุรกิจ ว่ามีความเป็นไปได้และน่าเชื่อถือเพียงใด เช่น ยอดขายที่เพิ่มขึ้นที่มีความสัมพันธ์กับสภาพตลาด หรือลักษณะการเติบโตของตลาด เป็นต้น

4.2 การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด

เป็นการแสดงรายละเอียดของการแบ่งส่วนตลาดของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน โดยการแสดงรายละเอียดดังกล่าวอาจแสดงในเชิงพรรณนาข้อมูล เบอร์เซ็นต์ หรือข้อมูลทางตัวเลขประกอบ และส่วนแบ่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของธุรกิจภายใต้ส่วนตลาดที่มีอยู่นั้น

4.3 แนวโน้มทางการตลาด

เป็นการแสดงรายละเอียดในเชิงตัวเลขหรือประมาณการของขนาดตลาดในอนาคต ซึ่งส่วนใหญ่จะประมาณการตามยอดขายสินค้ารวมในตลาด รวมถึงแนวโน้มในการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของขนาดตลาดดังกล่าว ทั้งที่เป็นตัวเลขโดยตรงหรือเปรียบเทียบเป็นเปอร์เซ็นต์ที่เปลี่ยนแปลง

4.4 ตลาดเป้าหมาย

เป็นการแสดงถึงรายละเอียดของสภาพตลาดโดยทั่วไป ที่เป็นเป้าหมายในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สินค้าของธุรกิจที่เป็นอยู่ หรือผลิตภัณฑ์ สินค้าที่มีลักษณะเดียวกันกับธุรกิจ หรือสามารถเทียบเคียงได้กับธุรกิจ

4.5 ลักษณะลูกค้า

เป็นการแสดงรายละเอียดทั่วไปของลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ สินค้า ที่มีอยู่ในตลาดเป้าหมายตามที่ระบุไว้ โดยอาจแสดงรายละเอียดโดยแบ่งตามลักษณะทางด้านภูมิศาสตร์ ด้านประชากร ด้านจิตวิทยา หรือด้านพฤติกรรม

ข้อสังเกต

ในการแสดงข้อมูลทั้งหมดตามรายละเอียดเบื้องต้นควรมีข้อมูลที่เชื่อถือได้รองรับ เช่น ข้อมูลอุตสาหกรรม ข้อมูลการค้า สถิติ งานวิจัย จากหน่วยงานหรือสถาบันที่เชื่อถือได้จากหน่วยงานหรือสถาบันที่เป็นที่ยอมรับหรือเป็นที่น่าเชื่อถือ และควรมีการจัดทำเป็นตารางหรือกราฟประกอบเพื่อให้สะดวกแก่การเข้าใจ และควรแสดงแหล่งที่มาของการอ้างอิงของข้อมูลประกอบให้ชัดเจนด้วยในกรณีที่มีการใช้ข้อมูลอ้างอิงจากภายนอก

4. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม และการวิเคราะห์ตลาด

4.1 สภาวะอุตสาหกรรม และสภาวะตลาด

4.2 การแบ่งส่วนตลาด และส่วนแบ่งทางการตลาด

4.3 แนวโน้มทางการตลาด

4.4 ตลาดเป้าหมาย

4.5 ลักษณะทั่วไปของลูกค้า

4.6 สภาพการแข่งขัน

เป็นการแสดงข้อมูลด้านสภาวะการแข่งขันของ ผลิตภัณฑ์ หรือสินค้า ที่มีอยู่ในตลาดว่าอยู่ในสภาพการแข่งขันในระดับใด รวมถึงแนวโน้มสภาพการแข่งขันว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่ระดับใด

4.7 คู่แข่งขัน

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับคู่แข่งของผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าที่มีอยู่ในตลาด โดยการแสดงข้อมูลควรแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือคู่แข่งหลักและคู่แข่งรอง ซึ่งคู่แข่งหลักอาจกำหนดจากลักษณะของผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าที่มีลักษณะเดียวกันหรือมียอดขายในขนาดใกล้เคียงกับธุรกิจ และคู่แข่งรองซึ่งอาจมีลักษณะใกล้เคียงด้านคุณลักษณะ ยอดขาย หรือขนาดที่น้อยกว่าธุรกิจ หรือเป็นสินค้าทดแทน รวมถึงควรระบุรายละเอียดเกี่ยวกับคู่แข่งให้ชัดเจนถ้าสามารถหาข้อมูลได้ไม่ว่าจะเป็น ลักษณะผลิตภัณฑ์ สินค้า ยอดขาย ราคาต่อหน่วย กลยุทธ์ หรือกลุ่มลูกค้าของคู่แข่ง เป็นต้น

4.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับการเปรียบเทียบจุดแข็งและจุดอ่อน หรือจุดดีและจุดด้อยของธุรกิจที่ดำเนินการกับคู่แข่งที่มีสินค้าประเภทเดียวกันที่มีอยู่ของคู่แข่งในตลาดตามที่ระบุไว้ โดยการเปรียบเทียบควรเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่ใกล้เคียงหรือเปรียบเทียบกับธุรกิจในส่วนของการดำเนินการ เช่น ยอดขายสินค้า เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามการเปรียบเทียบต้องเป็นการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ในระดับที่สามารถเปรียบเทียบกันได้ในระดับ เหนือกว่า เทียบเท่า และต่ำกว่า โดยการเปรียบเทียบอาจเปรียบเทียบตามลักษณะของ 4Ps คือ เปรียบเทียบด้านผลิตภัณฑ์ เปรียบเทียบด้านราคา เปรียบเทียบด้านช่องทางจัดจำหน่าย เปรียบเทียบด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในการแข่งขันต่อไป โดยอาจแสดงรูปภาพหรือแผนภูมิต่างๆ ประกอบการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับตำแหน่งทางการตลาด เช่น ยอดขายตลาดโดยรวม, ยอดขายที่ต้องการ เป็นต้น

ข้อสังเกต

ในการแสดงข้อมูลทั้งหมดตามรายละเอียดเบื้องต้นควรมีข้อมูลที่เชื่อถือได้รองรับ เช่น ข้อมูลอุตสาหกรรม ข้อมูลการค้า สถิติ งานวิจัย โดยข้อมูลในลักษณะดังกล่าวมักได้จากหน่วยงานหรือสถาบันที่เป็นที่ยอมรับหรือเป็นที่น่าเชื่อถือ รวมถึงควรมีการจัดทำเป็นตารางหรือกราฟประกอบเพื่อให้สะดวกแก่การเข้าใจ และควรแสดงแหล่งที่มาของการอ้างอิงของข้อมูลประกอบให้ชัดเจนด้วยในกรณีที่มีการใช้ข้อมูลอ้างอิงจากภายนอก

4.6 สภาพการแข่งขัน

4.7 คู่แข่งขัน

4.8 รายละเอียดการเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้น

การเปรียบเทียบ	ธุรกิจของเรา	คู่แข่งชั้นรายที่ 1	คู่แข่งชั้นรายที่ 2	คู่แข่งชั้นรายที่ 3
ด้านผลิตภัณฑ์				
ด้านราคา				
ด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย				
ด้าน ส่งเสริมการตลาด				

4.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT Analysis

เป็นการแสดงรายละเอียดการวิเคราะห์สถานการณ์ในการดำเนินธุรกิจ หรือการวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ โดยแบ่งเป็นการวิเคราะห์จากปัจจัยภายในหรือของตัวธุรกิจเอง และ ปัจจัยภายนอกหรือสิ่งที่อยู่ภายนอกธุรกิจซึ่งส่งผลต่อการดำเนินการของธุรกิจ

4.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน เป็นการวิเคราะห์หาจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) เพื่อค้นหาปัจจัยภายในองค์กรที่ทำให้กิจการมีความได้เปรียบ หรือเสียเปรียบในการแข่งขัน โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งหลักและคู่แข่งรอง ซึ่งภายหลังจากการวิเคราะห์แล้ว จะสามารถปรับปรุงแก้ไขด้วยการกำหนดกลยุทธ์หรือการดำเนินการต่างๆ เพื่อเสริมจุดแข็งให้โดดเด่นขึ้นหรือลดจุดอ่อนดังกล่าวได้ เพราะเป็นปัจจัยที่องค์กรสามารถควบคุมได้ (การวิเคราะห์จะแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต และด้านการเงิน) ตัวอย่างเช่น ความสามารถที่โดดเด่นเป็นพิเศษ, ความแตกต่างทางการแข่งขัน, ตราสินค้าที่เป็นที่รู้จัก, นวัตกรรม, ผู้นำด้านการผลิตในด้านต้นทุนต่ำหรือมีราคาต่ำ, พนักงานที่มีความสามารถ, การเงินที่มั่นคง, เทคโนโลยีที่ทันสมัย, ระบบควบคุมการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ หรือ การเงินไม่เพียงพอ, ขีดความสามารถในการพัฒนาสินค้าต่ำ, ความชำนาญด้านการตลาดน้อย, ต้นทุนการผลิตสูง, สินค้าล้าสมัย, Facilities ต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจไม่เพียงพอ เป็นต้น

4.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก เป็นการวิเคราะห์หาโอกาส (Opportunities) หรือปัจจัยภายนอกองค์กรที่จะเสริม หรือสนับสนุนให้กิจการเติบโตได้ดีในอนาคต และค้นหาอุปสรรค (Threats) หรือปัจจัยภายนอกองค์กรที่จะทำให้กิจการไม่รุ่งเรืองหรือเติบโตช้า ซึ่งปัจจัยเหล่านี้องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ โดยการพิจารณาจะพิจารณาจากปัจจัยหลายๆ ประการ โดยอาจเรียกเป็นตัวย่อคือ MCSTEPS หรือการวิเคราะห์ตาม PEST หรือ STEP Model ซึ่งมีรูปแบบการวิเคราะห์ในปัจจัยแบบเดียวกัน โดยการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกตาม MCSTEPS ประกอบด้วย

Market	-	ตลาดหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
Competition	-	สถานการณ์การแข่งขัน
Social	-	ค่านิยมทางวัฒนธรรมของสังคม
Technology	-	ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี
Economic	-	สภาพเศรษฐกิจ
Political & Legal	-	กฎหมาย, ระเบียบ ข้อบังคับ
Suppliers	-	กลุ่มผู้จำหน่ายวัตถุดิบ / กลุ่มผู้ผลิตและเครือข่าย

ตัวอย่างเช่น การเจริญเติบโตในตลาดใหม่, การขยายตลาดทั่วโลก, การพัฒนาสินค้าใหม่, ความต้องการของลูกค้าต่อสินค้าใหม่, การเปลี่ยนแปลงด้านประชากรศาสตร์, การได้เปรียบเชิงเศรษฐกิจ, กฎหมายที่มีผลกระทบต่อการแข่งขัน หรือ คู่แข่งรายใหม่ในตลาด, การขาดแคลนวัตถุดิบ, การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี, สิ่งทดแทนการนำเข้า, ปัญหาด้านเศรษฐกิจ, อุปสรรคจากระเบียบข้อบังคับหรือข้อกฎหมาย, พฤติกรรมการบริโภคของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นต้น

4.9 การวิเคราะห์ปัจจัยของธุรกิจ หรือ SWOT ANALYSIS

4.9.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

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

4.9.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

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

5. แผนบริหารจัดการ

5.1 ข้อมูลธุรกิจ

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลของกิจการ ได้แก่ ชื่อกิจการ ที่อยู่และที่ตั้งของกิจการ ซึ่งในกรณีที่มีสถานที่ผลิตหรือโรงงาน หรือสำนักงาน อยู่คนละแห่ง ควรมีการระบุรายละเอียดเกี่ยวกับการใช้สอยของสถานที่ตั้งแต่ละแห่งว่ามีลักษณะหน้าที่และการดำเนินการเช่นไร เช่น สำนักงานใหญ่ สำนักงานสาขา สำนักงานขาย เป็นต้น ทุนจดทะเบียนบริษัท และทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้ว รวมถึงระยะเวลาในการเปิดดำเนินการของสถานที่ประกอบการ นอกจากนี้ควรแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับ หมายเลขทะเบียนการค้า ซึ่งรายละเอียดทั้งหมดต้องตรงกับที่ปรากฏในหนังสือรับรองฉบับล่าสุด ที่คัดจากสำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัทกรุงเทพมหานคร กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

5.2 รายงานคณะกรรมการบริษัท

เป็นการแสดงรายงานคณะกรรมการบริษัท ตามที่ปรากฏในหนังสือรับรองบริษัทฯ โดยต้องระบุรายละเอียดรายชื่อให้ครบทุกคนตามที่ปรากฏในหนังสือรับรอง

5.3 อำนาจการลงนามผูกพันบริษัทของกรรมการ

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับอำนาจการลงนามอันเป็นผลผูกพันบริษัทของกรรมการ โดยรายละเอียดดังกล่าวจะต้องมีรายละเอียดตรงตามที่ปรากฏในหนังสือรับรองบริษัทฯ เช่นเดียวกัน

5.4 รายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วน และสัดส่วนการถือครอง

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับรายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วน และสัดส่วนการถือครอง โดยข้อมูลดังกล่าวจะต้องตรงกับหนังสือทะเบียนผู้ถือหุ้น หรือหนังสือแสดงรายละเอียดของหุ้นส่วน ฉบับล่าสุด ที่คัดจากสำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท กรุงเทพมหานคร กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

5. แผนบริหารจัดการ

5.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ

ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ

รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ

ทุนจดทะเบียน

ระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา

หมายเลขทะเบียนการค้า

5.2 รายนามคณะกรรมการบริษัท

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	ตำแหน่ง
1.		
2.		
3.		

5.3 อำนาจการลงนามผูกพันบริษัทของกรรมการ

5.4 รายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วน และสัดส่วนการถือครอง

ลำดับ	ชื่อ - นามสกุล	จำนวนหุ้น	มูลค่าหุ้น	เปอร์เซ็นต์
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
	รวมจำนวนหุ้น / มูลค่าหุ้น			

5.5 ประวัติของกรรมการ หรือผู้บริหาร

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับประวัติการศึกษา ประวัติการทำงาน และผลงานที่ผ่านมาของกรรมการบริหารหรือผู้บริหารหลักในแต่ละส่วนงาน ซึ่งการแสดงรายละเอียดควรแสดงรายละเอียดแยกตามลำดับหน้าที่ในการบริหารจัดการ ตั้งแต่ กรรมการผู้จัดการ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ผู้บริหารหลักในแต่ละสายงานของธุรกิจ ในกรณีที่มียละเอียดด้านจำนวนหรือส่วนงานจำนวนมากอาจแยกการแสดงไว้ในภาคผนวก

5.6 แผนผังองค์กร

เป็นการแสดงถึงแผนผังการบริหารจัดการ หรือ Organization Chart แสดงโครงสร้างการบังคับบัญชา และส่วนงานต่างๆ ที่ธุรกิจกำหนดไว้ ซึ่งจะรวมถึงการแสดงจำนวนพนักงานหรือบุคลากรในแต่ละส่วนงานด้วย โดยไม่ควรมีเพียงการระบุเฉพาะส่วนงานหรือโครงสร้างใหญ่เท่านั้น ยกเว้นแต่ในกรณีที่มียพนักงานจำนวนมากในสายงานนั้น และไม่สามารถแสดงทุกตำแหน่งงานได้ แต่อย่างไรก็ตามควรแสดงจำนวนพนักงานขององค์กรประกอบไว้ด้วย เพื่อใช้ในการกำหนดแผนงานและค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบุคลากรทั้งในส่วนการผลิตและส่วนบริหารและการขาย นอกจากนี้ยังอาจเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพรรณาลักษณะของงาน (Job Description) ของบุคลากรแต่ละตำแหน่งโดยเฉพาะผู้บริหารหลัก หรือบุคลากรที่มีหน้าที่สำคัญประกอบไว้ด้วย จะทำให้มีความชัดเจนมากขึ้น

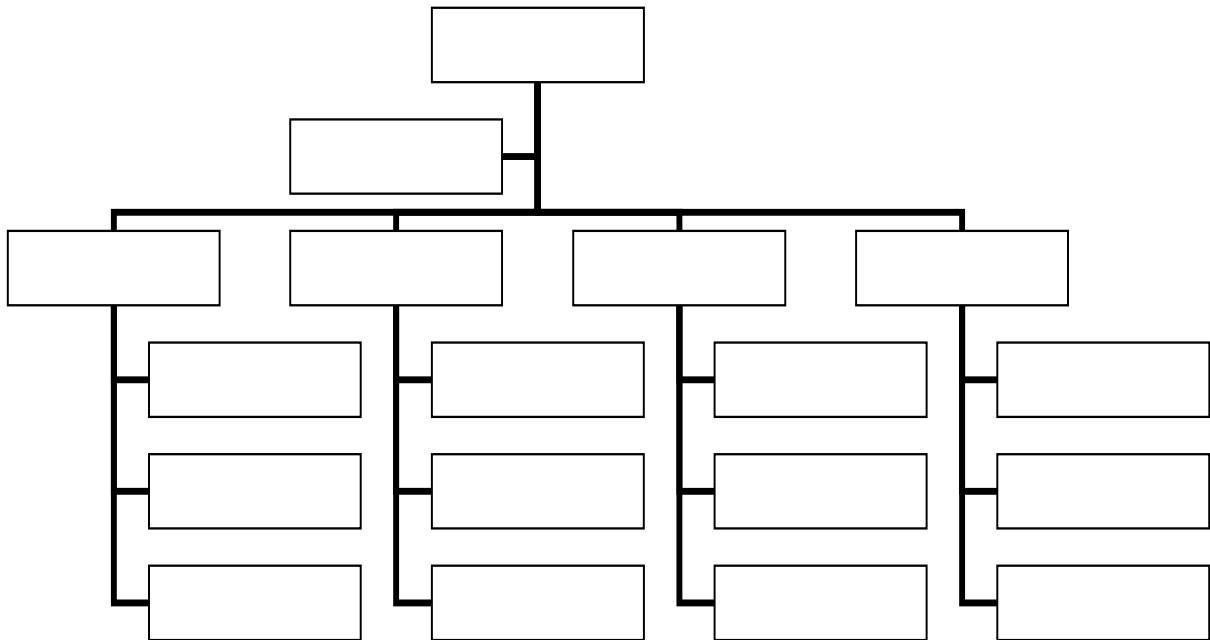
5.7 หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับบุคลากรหลักที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการธุรกิจ ในด้านคุณสมบัติต่างๆ เช่น วุฒิการศึกษา เพศ ระดับเงินเดือนรายได้ ค่าจ้าง หรือเงื่อนไขต่างๆ ที่บุคลากรต้องมี รวมถึงหน้าที่ความรับผิดชอบต่างๆ ในการปฏิบัติหน้าที่โดยควรแสดงให้ครบทุกส่วนงานหน้าที่หลัก

5.5 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. _____

5.6 แผนผังองค์กร



5.7 หน้าที่ความรับผิดชอบ และคุณสมบัติของบุคลากรหลัก

A. ชื่อ _____
 ตำแหน่ง _____
 หน้าที่ความรับผิดชอบ _____
 การศึกษา / คุณสมบัติ _____
 อัตราเงินเดือน _____

5.8 แผนงานด้านบุคลากรและค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายของบุคลากรในธุรกิจ โดยการแสดงควรแสดงรายละเอียดแยกตามฝ่ายงานซึ่งจะแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ ฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องกับด้านการผลิต และฝ่ายงานที่เกี่ยวข้องกับด้านการบริหารและการขาย โดยรายละเอียดที่ระบุควรประกอบด้วย ฝ่ายงาน ตำแหน่งงาน จำนวน อัตราเงินเดือนหรือค่าจ้างต่อคน และจำนวนเงินเดือนหรือค่าจ้างทั้งหมดของบุคลากรในธุรกิจ ซึ่งอาจแสดงเป็นรายเดือนหรือรายปีก็ได้

5.9 วัสดุภัณฑ์

เป็นการแสดงภาพของธุรกิจในอนาคตข้างหน้าว่าต้องการให้ธุรกิจเป็นเช่นใด โดยความยาวของการกำหนดวัสดุภัณฑ์ไม่ควรกำหนดให้มีความยาวมากเกินไป โดยขนาดที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 3 บรรทัด หรืออาจมากที่สุดไม่ควรเกิน 5 บรรทัด

5.10 พันธกิจ

เป็นการแสดงภาระหน้าที่ที่ธุรกิจจะดำเนินการตามวิสัยทัศน์ของธุรกิจที่กำหนดไว้ การแสดงรายละเอียดควรแสดงเป็นรายหัวข้อ แต่ไม่ควรแสดงมากเกินไปโดยจำนวนที่เหมาะสมจะไม่เกิน 5 หัวข้อ

การแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับเป้าหมายควรแสดงเป็นวิธีการ หรืออาจแสดงหน่วยที่สามารถวัดได้ (Measurable) และเป็นไปได้จริง (Realistic) ซึ่งต้องสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ก่อนหน้า ตัวอย่างเช่น การพัฒนาการผลิต การปรับปรุงคุณภาพการผลิต การปรับปรุงความสามารถบุคลากร การลดการสูญเสีย จำนวนการผลิต เป็นต้น

5.11 เป้าหมายของธุรกิจ

เป็นการแสดงเป้าหมายของกิจการที่จะดำเนินการให้บรรลุถึง โดยการแสดงควรแบ่งเป็น

เป้าหมายระยะสั้น คือเป้าหมายที่จะทำให้บรรลุถึงภายใน 1 ปีข้างหน้า

เป้าหมายระยะกลาง คือเป้าหมายที่จะทำให้บรรลุถึงภายใน 3-5 ปีข้างหน้า

เป้าหมายระยะยาว คือเป้าหมายที่จะทำให้บรรลุถึงต่อจาก 5 ปีข้างหน้า เป็นต้นไป

การแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับเป้าหมายควรแสดงเป็นหน่วยที่สามารถวัดได้ (Measurable) ซึ่งต้องสอดคล้องกับพันธกิจที่กำหนดไว้ก่อนหน้า ตัวอย่างเช่น ยอดรายได้ จำนวนลูกค้า จำนวนการผลิต สาขาที่เปิด ระยะเวลาที่จะได้มาตรฐานต่างๆ ในการผลิต เป็นต้น

5.12 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

เป็นการแสดงถึงปัจจัยต่างๆ ที่จะทำให้ธุรกิจสำเร็จได้ตามเป้าหมายที่กำหนด โดยปัจจัยแห่งความสำเร็จดังกล่าวจะมาจากความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่นในธุรกิจ อันเป็นผลมาจากการบริหารจัดการ หรือการดำเนินการจากผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน คือ จุดแข็ง และจุดอ่อนของกิจการ รวมถึงปัจจัยภายนอก คือ โอกาส และอุปสรรค ที่เกิดขึ้นและมีผลต่อกิจการ

5.8 แผนงานด้านบุคลากร และค่าใช้จ่ายบุคลากรของธุรกิจ

ลำดับ	ฝ่ายงาน	ตำแหน่งงาน	จำนวน	อัตราเงินเดือน
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				
10.				
รวมจำนวนบุคลากรและค่าใช้จ่ายเงินเดือน				

5.9 วิสัยทัศน์

5.10 พันธกิจ

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

5.11 เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะสั้น _____

เป้าหมายระยะกลาง _____

เป้าหมายระยะยาว _____

5.12 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

1. _____
2. _____
3. _____

5.13 นโยบายการจ่ายเงินปันผล หรือผลตอบแทน

เป็นการแสดงถึงนโยบายในการจ่ายเงินปันผลของธุรกิจในกรณีที่ธุรกิจมีผลกำไร รวมถึงการตั้งสำรองในอนาคตเพื่อการลงทุนของกิจการ โดยยังอาจรวมถึงการตั้งสำรองตามกฎหมาย ในกรณีที่ธุรกิจมีการจ่ายเงินปันผลด้วย นอกจากนี้ในกรณีที่ธุรกิจไม่อยู่ในรูปนิติบุคคลที่เป็นบริษัทจำกัด เช่น เป็นห้างหุ้นส่วน หรือไม่อยู่ในรูปนิติบุคคลเลย เช่น เป็นเพียงการจดทะเบียนพาณิชย์ ก็ควรมีการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับการแบ่งผลประโยชน์หรือผลตอบแทนระหว่างหุ้นส่วนของธุรกิจ ถ้ามีใช้เป็นการดำเนินการแบบเจ้าของคนเดียว

5.14 แผนดำเนินการอื่นๆ ของธุรกิจ

เป็นการแสดงถึงแผนดำเนินการอื่นๆ ของธุรกิจเพิ่มเติมในกรณีที่มีการวางแผนดำเนินการโดยเฉพาะ หรือเป็นแผนการดำเนินการที่เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการของธุรกิจ ตัวอย่างเช่น แผนดำเนินการด้าน IT แผนดำเนินการด้านการปรับปรุงระบบงาน แผนการขยายเครือข่ายต่างๆ เป็นต้น รวมถึงอาจมีการแสดงถึงแผนการการปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการประกอบการให้ดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ โดยองค์ประกอบจะประกอบด้วย งานที่ต้องการปรับปรุง วิธีการในการปรับปรุง รวมถึงผลที่คาดว่าจะทำให้ธุรกิจดีขึ้นจากการปรับปรุงในเรื่องนั้นๆ การระบุนควรให้ครอบคลุมครบทุกด้านโดยส่วนใหญ่จะเป็นกิจกรรมย่อยๆ ภายในองค์ประกอบของธุรกิจของด้านการบริหารจัดการ การตลาด การผลิต และการเงิน ตัวอย่างเช่น การปรับปรุงคุณภาพเพื่อขอรับรองระบบมาตรฐาน เช่น ISO, GMP, HACCP หรือระบบมาตรฐานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ อาจยังเป็นเรื่องของการปรับปรุงระบบบัญชี, ระบบสินค้าคงคลัง, ระบบการจัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป, ระบบการเรียกเก็บลูกหนี้การค้า, ระบบการขนส่ง, ระบบการผลิต หรือระบบการบริหารจัดการทางการตลาด เป็นต้น นอกจากนี้ยังอาจรวมถึงแผนการดำเนินการที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เช่น แผนขยายกิจการ แผนการเข้าสู่ระบบมาตรฐานต่างๆ เป็นต้น

5.13 นโยบายการจ่ายเงินปันผล หรือผลตอบแทน

5.14 แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ

6. แผนการตลาด

6.1 เป้าหมายทางการตลาด

เป็นการแสดงถึงรายละเอียดเกี่ยวกับเป้าหมายทางการตลาดที่ธุรกิจดำเนินการอยู่และตั้งเป้าหมายไว้ ซึ่งอาจระบุเป็นส่วนแบ่งตลาด (Market Share) และตลาดเป้าหมาย (Target Market) และเป้าหมายการดำเนินการเพื่อเข้าถึงส่วนแบ่งตลาดที่กำหนด โดยการระบุควรระบุเป็นตัวเลขหรือหน่วยที่สามารถวัดได้ เช่น ระบุเป็นมูลค่ายอดขาย หรือเปอร์เซ็นต์ของส่วนแบ่งตลาด เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบ หรือเทียบเคียงได้อย่างถูกต้องกับข้อมูลของภาพรวมตลาด ปริมาณความต้องการสินค้าหรือบริการ และปริมาณสินค้าหรือบริการจากแหล่งต่างๆ ที่ได้ระบุไว้ก่อนหน้านี้ โดยอาจแสดงรูปภาพประกอบการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับตำแหน่งทางการตลาด เช่น ยอดขายตลาดโดยรวม, ยอดขายที่ต้องการ เป็นต้น

6.2 การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เป็นการแสดงถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ธุรกิจต้องการขายสินค้าและบริการ โดยการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายควรระบุให้เฉพาะเจาะจง เนื่องจากสินค้าและบริการที่ผลิตขึ้นนั้นจะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดเท่านั้น โดยวิธีการกำหนดจำนวนและลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อาจแบ่งหรือกำหนดได้จาก ประชากร, ภูมิศาสตร์, จิตวิทยาของผู้บริโภค และพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นต้น โดยทั้งนี้รวมถึงการระบุจำนวนของลูกค้าที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อสินค้าประกอบไว้ด้วย การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะเป็นผลทำให้มีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่ถูกต้องและเหมาะสมอีกด้วย โดยการแสดงรายละเอียดที่ครบถ้วนเกี่ยวกับลูกค้าเป้าหมาย ตัวอย่างได้แก่ เพศ อายุ ระดับรายได้ พื้นที่ที่กลุ่มลูกค้าอยู่ จำนวน นิสัยการซื้อ ช่วงเวลาการซื้อ พฤติกรรมในการซื้อ เงื่อนไขต่างๆ ในการเลือกซื้อ เป็นต้น โดยข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าเป้าหมายควรมาจากภาวะที่ถูกต้องเกี่ยวกับจำนวนลูกค้าเป้าหมายทั้งหมด รวมถึงจำนวนลูกค้าเป้าหมายที่ธุรกิจต้องการ ซึ่งการกำหนดจำนวนลูกค้าเป้าหมายที่ธุรกิจต้องการจะส่งผลไปยังการวางแผนการผลิต

6.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

เป็นการแสดงถึงวิธีการหรือกระบวนการทางการตลาด ที่จะนำเสนอสินค้าและบริการไปเพื่อให้ถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่กำหนด โดยจะแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Channel of Distribution) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่ากลยุทธ์ 4Ps

6.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

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

6.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

เป็นการแสดงให้เห็นถึงวิธีการกำหนดราคาหรือการตั้งราคาของสินค้า เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย องค์ประกอบในส่วนที่ควรแสดงไว้ในกลยุทธ์ด้านราคาโดยทั่วไป ได้แก่ ราคาต่อหน่วย ส่วนลดราคา ระยะเวลาการชำระเครดิตทางการค้า เป็นต้น

6. แผนการตลาด

6.1 เป้าหมายทางการตลาด

6.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

6.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

6.3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

6.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา

6.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เป็นการแสดงให้เห็นถึงวิธีการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ในการที่จะให้ลูกค้าเป้าหมายสามารถซื้อสินค้าได้โดยสะดวก องค์กรประกอบในส่วนที่ควรแสดงไว้ในกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยทั่วไป ได้แก่ รูปแบบของช่องทางการจัดจำหน่าย การครอบคลุมพื้นที่จำหน่าย ท่าเลที่ตั้งสถานที่จำหน่าย การขนส่ง เป็นต้น

6.3.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

เป็นการแสดงให้เห็นถึงวิธีการกำหนดวิธีการในการส่งเสริมการตลาด เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ในการที่จะให้ลูกค้าเป้าหมาย รับรู้ จดจำ มีความสนใจ และตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า หรือเป็นการเพิ่มยอดขายสินค้าจากเดิมที่เป็นอยู่ กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยทั่วไป ได้แก่ การประชาสัมพันธ์การขาย การโฆษณา การทำประชาสัมพันธ์ การใช้พนักงานขาย การใช้กิจกรรมส่งเสริมการขาย และการทำการตลาดทางตรง เป็นต้น

6.4 กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด

เป็นการแสดงรายละเอียดของกิจกรรมทางการตลาดที่จะดำเนินการ ภายใต้กลยุทธ์ทางการตลาดที่กำหนดขึ้น โดยอาจระบุเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ระยะเวลาในการดำเนินการ และงบประมาณที่ใช้ในการดำเนินการนั้น ทั้งนี้อาจแสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์จากการดำเนินการทางการตลาดนั้นให้เห็นประกอบด้วย เช่น จำนวนการเพิ่มขึ้นของลูกค้า ยอดขายสินค้าที่เพิ่มขึ้น เป็นต้น

6.3.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

6.3.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

6.4 กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด

7. แผนการผลิต

7.1 สถานประกอบการในการผลิต

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสถานประกอบการในการผลิตสินค้า ได้แก่ เลขที่ ที่อยู่ ถนน ตำบล อำเภอ จังหวัด หมายเลขโทรศัพท์ หมายเลขโทรสาร E-mail address และควรแสดงรายละเอียดต่างๆ ของสถานประกอบการทั้งในส่วนของที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง เช่น ลักษณะ ความสูง รูปแบบ พื้นที่ การวางผังตำแหน่งเครื่องจักร โดยแสดงไว้เป็น Lay-Out หรือแบบก่อสร้างประกอบก็ได้ในภาคผนวก ซึ่งรวมถึงในกรณีที่ธุรกิจมีหน้าร้าน หรือ Booth ขายสินค้า สำนักงานขาย สำนักงานสาขา ก็อาจแสดงเพิ่มเติมประกอบไว้ในลักษณะเช่นเดียวกันก็ได้

แผนที่ที่ตั้งสถานประกอบการและภาพถ่ายสถานประกอบการ

ควรมีการจัดทำแผนที่แสดงที่ตั้งสำนักงานในการผลิต การใช้ภาพแผนที่อาจใช้จากโปรแกรมด้านแผนที่ AutoCad PowerPoint Visio หรือโปรแกรมอื่นๆ หรือเป็นการเขียนด้วยมือแล้วแต่สะดวก แต่ต้องให้มีการแสดงรายละเอียดที่ชัดเจน โดยถือว่าผู้อ่านต้องสามารถเดินทางไปยังที่ตั้งสถานประกอบการดังกล่าวได้โดยสะดวก รวมถึงควรมีภาพถ่ายสถานประกอบการทั้งด้านหน้า ด้านข้าง ภายนอกและภายใน รวมถึงสภาพบรรยากาศการทำงานประกอบด้วย

7. แผนการผลิต

7.1 สถานประกอบการในการผลิต

ที่ตั้ง

รายละเอียด

แผนที่ที่ตั้งสถานประกอบการในการผลิต
และ
ภาพถ่ายสถานประกอบการในการผลิต ทั้งภายนอกและภายใน

7.2 เครื่องจักร อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ในการผลิตสินค้า โดยในกรณีที่มีการจดทะเบียนเครื่องจักรให้ลงรายละเอียดไว้ให้ครบถ้วนด้วย รวมถึงการวางผังและใบอนุญาตต่างๆ ในกรณีที่มีจำนวนมากให้แนบไว้ในภาคผนวก

7.3 ข้อมูลการผลิต

แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับความสามารถในการผลิตสินค้า โดยแสดงถึงกำลังการผลิตสูงสุดที่ธุรกิจสามารถดำเนินการได้ เช่น ประสิทธิภาพของเครื่องจักร แรงงาน ที่สามารถผลิตสินค้าได้สูงสุด (Full Capacity) รวมถึงกำลังการผลิตที่ธุรกิจตั้งเป้าหมายไว้ทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับการผลิตจะประกอบด้วย จำนวนหน่วยที่ทำการผลิต และเวลาการผลิต รอบระยะเวลาที่ใช้ในการผลิต จำนวนวันที่ใช้ในการผลิต หรือจำนวนบุคลากรที่ใช้ในการผลิตแต่ละรอบด้วย

นอกจากนี้ยังอาจระบุถึงจำนวนการสั่งซื้อวัตถุดิบ สินค้าประกอบในการผลิต การกำหนดปริมาณ Stock สินค้า รวมถึงนโยบาย เงื่อนไข หรือวิธีการต่างๆ ในการผลิต ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต ทั้งในแง่ต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้น เช่น ค่าเช่าที่ดิน ค่าเช่าโรงงาน ค่าไฟฟ้า ค่าประปา เป็นต้น ถ้าสามารถระบุได้

7.4 รายละเอียดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

แสดงรายละเอียดต่างๆ ของชนิดวัตถุดิบ, การจัดหาวัตถุดิบ, การใช้วัตถุดิบ, ปริมาณวัตถุดิบ, ราคา, ความสม่ำเสมอในการจัดส่ง และรายละเอียดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาพถ่ายวัตถุดิบแต่ละประเภท รายชื่อแหล่ง Supply วัตถุดิบ นโยบายการจัดซื้อ และการ Stock วัตถุดิบ เงื่อนไขต่างๆ เกี่ยวกับการซื้อวัตถุดิบ เป็นต้น

7.2 เครื่องจักร อุปกรณ์ และเครื่องมือในการผลิต

ลำดับ	รายการ	ลักษณะการใช้งาน	จำนวน	ราคาทุน	อายุ	เลขทะเบียน
1.						
2.						
3.						
4.						
5.						
6.						
7.						
8.						
9.						
10.						

7.3 ข้อมูลการผลิต

จำนวนหน่วยการผลิตสูงสุด		หน่วย	(ต่อวัน / สัปดาห์ / เดือน / ปี)
อัตราประมาณการในการผลิต		หน่วย	(ต่อวัน / สัปดาห์ / เดือน / ปี)
เป้าหมายหน่วยการผลิต		หน่วย	(ต่อวัน / สัปดาห์ / เดือน / ปี)
เวลาที่ใช้ในการผลิตต่อรอบการผลิต		หน่วย	(ชั่วโมง / วัน / สัปดาห์ / เดือน)
เวลาผลิตต่อวัน		หน่วย	(ชั่วโมง / กะ)
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต		คน	(เฉพาะแรงงานจ้างรายวัน)
อัตราค่าจ้างแรงงานในการผลิต		บาท	(ต่อชั่วโมง / วัน / ชั่วโมง)

7.4 รายละเอียดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

7.5 ขั้นตอนการผลิต

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการทางการผลิต ตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการในการแปรรูปผลผลิตจากวัตถุดิบ จนได้ออกมาเป็นสินค้าสำเร็จรูปเพื่อขาย การอธิบายขั้นตอนผลิตอาจใช้การบรรยายข้อความประกอบกับแผนผังกระบวนการผลิตประกอบ

7.6 แผนผังกระบวนการผลิต

เป็นการแสดงแผนผังผัง Flowchart ของขั้นตอนและกระบวนการผลิตชิ้นงานตั้งแต่ต้นจนจบตั้งแต่กระบวนการแปรสภาพวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การบรรจุ จนเป็นสินค้าสำเร็จรูปพร้อมจำหน่าย โดยในกรณีมีหลายส่วนงานหรือกระบวนการที่หลากหลายในสายการผลิต อาจแยกเป็นส่วนๆ ตามแต่ลักษณะของกระบวนการในการผลิตก็ได้ หรืออาจใช้วิธีการถ่ายภาพขั้นตอนแต่ละกระบวนการผลิตประกอบ พร้อมกับบรรยายรายละเอียดของแต่ละภาพเพื่อความเข้าใจก็ได้

7.5 ขั้นตอนการผลิต

7.6 แผนผังกระบวนการผลิต

แสดงแผนผังหรือ Flowchart ขั้นตอนและกระบวนการในการผลิต
ตั้งแต่เริ่มต้นจนได้เป็นสินค้าสำเร็จรูป

8. แผนการเงิน

8.1 ประมาณการในการลงทุน

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับรายการการลงทุนในโครงการหรือธุรกิจ ซึ่งอาจแสดงรายการการลงทุนที่มีมาก่อนหน้าและการลงทุนใหม่ โดยแสดงเป็นลำดับรายการ ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะแยกมูลค่าการลงทุนออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนเงินลงทุนจากเจ้าของ (ในกรณีเป็นการร่วมลงทุนเงินลงทุนอาจแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนของผู้ประกอบการและส่วนของกองทุนร่วมลงทุน) และส่วนที่เป็นเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน หรือในกรณีที่มีการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่นๆ เช่น เป็นเงินให้เปล่า เงินกู้ไม่มีดอกเบี้ย ก็ให้แสดงรายการแยกไว้ให้ชัดเจน แล้วหาผลรวมเพื่อทราบมูลค่าการลงทุนทั้งหมด นอกจากนี้ยังอาจจัดแสดงโครงสร้างทางการเงินของธุรกิจประกอบให้เห็นด้วยในส่วนของจำนวนเงิน และสัดส่วนเปอร์เซ็นต์ของแหล่งที่มา อันได้แก่ ส่วนของเจ้าของ ส่วนของเงินกู้ยืม และจากแหล่งเงินทุนอื่นๆ (ถ้ามี) และการแสดงมูลค่าการลงทุนทั้งหมดในโครงการ ไม่ว่าจะเป็นส่วนสินทรัพย์ถาวร เช่น ที่ดิน อาคาร เครื่องมือ อุปกรณ์ ทั้งส่วนการผลิต การบริหารและการขาย รวมถึงค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นในส่วนการผลิต ส่วนการบริหารและการขาย รวมถึงประมาณการเงินทุนหมุนเวียน นอกจากนี้ยังควรแสดงถึงแหล่งที่มาและใช้ไปของการลงทุนว่ามาจากส่วนทุนของเจ้าของ ส่วนเงินกู้จากสถาบันการเงิน หรือแหล่งทุนอื่นๆ ในจำนวนเท่าใด

8.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

ในกรณีที่กิจการที่ได้ดำเนินการมาแล้วให้ระบุถึงทรัพย์สินที่มีอยู่เดิมในกิจการ หรือจะนำมาใช้เพื่อการลงทุนใหม่หรือลงทุนเพิ่มเติม ซึ่งประกอบด้วย ที่ดิน อาคาร โรงงาน เครื่องจักรหรืออุปกรณ์ ยานพาหนะ หรือสินทรัพย์อื่นๆ เช่น วัตถุดิบ สินค้าคงเหลือ เป็นต้น ซึ่งอาจจะเป็นทรัพย์สินซึ่งเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ประกอบการเองหรือเป็นการเช่าก็ตาม โดยควรลงรายละเอียดเกี่ยวกับทรัพย์สิน มูลค่าโดยประมาณของทรัพย์สิน (ยกเว้นการเช่าให้ลงในส่วนค่าใช้จ่ายจากค่าเช่าทรัพย์สินประกอบไว้ด้วยในรายละเอียด) รวมถึงอาจมีการระบุเกี่ยวกับภาระผูกพันที่มีอยู่ในกรณีที่ติดภาระจำนองกับสถาบันการเงินว่ามีภาระผูกพันกับสถาบันการเงินใดและมียอดคงค้างเหลืออยู่เป็นจำนวนเท่าใด นอกจากนี้ในกรณีที่มีการคิดมูลค่าของทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) เช่น ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร อนุสิทธิบัตร ควรแสดงรายละเอียดวิธีการคิดมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญาเพิ่มเติมไว้ด้วยให้ชัดเจน (โดยมาตรฐานการประเมินราคาทรัพย์สินทางปัญญาจะมีการประเมินโดยวิธีการ 3 ประเภท คือ 1. วิธีราคาต้นทุน (Cost Approach) 2. วิธีราคารายได้ (Income Approach) และ 3. วิธีราคาตลาด (Market Approach) แต่ทั้งนี้เนื่องจากในประเทศไทยราคาตลาดเปรียบเทียบเกี่ยวกับมูลค่าสินทรัพย์ทางปัญญายังไม่สามารถหาเปรียบเทียบได้โดยตรง ทำให้วิธีดังกล่าวจึงไม่เป็นที่ยอมรับนักเมื่อเปรียบเทียบกับการประเมินราคาทรัพย์สินแบบอื่นๆ โดยในส่วนวิธีที่ 2 คือการคำนวณจากกระแสรายได้ที่เกิดขึ้นจากสินทรัพย์ทางปัญญาดังกล่าว ตลอดช่วงเวลายังมีความคลุมเครือในเรื่องของความชัดเจนของตลาด หรือความสม่ำเสมอของกระแสรายได้และช่วงเวลาที่ใช้ในการคำนวณ (ตัวอย่างเช่น Software ซึ่งล้าสมัยได้เร็วมากอาจไม่เกิน 3 ปี แม้ว่าจะมีลิขสิทธิ์คุ้มครองยาวนานกว่านั้นมากก็ตาม) รวมถึงการกำหนดอัตรากระแสเงินสด (Discount Rate) ในการคำนวณหาผลรวมมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ที่เป็นตัวกำหนดมูลค่า ส่วนวิธีที่ 1 อาจไม่สะท้อนมูลค่าที่ชัดเจนหรือมีมูลค่าต่ำกว่าที่ควรจะเป็น แต่อย่างไรก็ตามไม่ว่าจะเลือกใช้วิธีใดควรแสดงรายละเอียดประกอบให้ชัดเจน

8. แผนการเงิน

8.1 ประมาณการในการลงทุน

(ระบุรายละเอียดเฉพาะการลงทุนใหม่ หรือการลงทุนเพิ่มเติมของธุรกิจ)

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

8.2 ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

(ระบุกรณีที่มีทรัพย์สินที่มีอยู่ก่อนหน้าและใช้เพื่อการลงทุนใหม่ หรือการลงทุนเพิ่มเติมของธุรกิจ)

ลำดับ	รายการ	รายละเอียด	มูลค่าประมาณ
1.	ที่ดิน		
2.	อาคาร		
3.	ส่วนตกแต่ง / ปรับปรุง		
4.	โรงงาน		
5.	เครื่องจักร		
6.	อุปกรณ์ / เครื่องมือ		
7.	เครื่องใช้สำนักงาน		
8.	ยานพาหนะ		
9.	วัตถุดิบคงเหลือ		
10.	สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ		
11.	ทรัพย์สินทางปัญญา		
12.	รายการอื่นๆ (ถ้ามี)		
	รวมมูลค่าทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน		

8.3 สมมติฐานทางการเงิน

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสมมติฐานต่างๆ ที่กำหนดขึ้น เช่น การเพิ่มขึ้นของลูกค้า การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการขายหรือบริการ การเพิ่มขึ้นหรือการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนการผลิต เป็นต้น โดยควรจะมีความเป็นไปได้จริง ซึ่งอาจกำหนดขึ้นเองหรืออ้างอิงจากข้อมูลในอุตสาหกรรมเดียวกันก็ได้ การแสดงสมมติฐานทางการเงินอาจแสดงรายละเอียดการเปลี่ยนแปลง ตามรายละเอียดในแผนแต่ละส่วนโดยแสดงแยกเป็นที่ละรายการหรือคิดเป็นรายการรวมก็ได้ โดยการลงรายละเอียดการเปลี่ยนแปลงอาจแสดงเป็นประมาณการตัวเลขโดยตรง หรือแสดงเป็นการเพิ่มขึ้นหรือลดลงเป็นเปอร์เซ็นต์เปลี่ยนแปลงก็ได้ตัวอย่างเช่น การเพิ่มขึ้นของจำนวนลูกค้า การเพิ่มขึ้นของรายได้ หรือการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการผลิต เป็นต้น

8.4 นโยบายทางการเงิน

เป็นการแสดงรายละเอียดของนโยบายการดำเนินการทางการเงินของธุรกิจ ในการกำหนดถึงที่มาของรายได้และรายจ่าย การตลาด และการบริหารจัดการของธุรกิจ ซึ่งทีมบริหารเป็นผู้กำหนดขึ้น การแสดงนโยบายทางการเงิน จะพิจารณาจากข้อกำหนดต่างๆ ตามรายละเอียดในแผนแต่ละส่วน โดยอาจจะแสดงแยกเป็นที่ละรายการหรือคิดเป็นรายการรวมดังตัวอย่างข้างต้นก็ได้ โดยการลงรายละเอียดการแสดงควรจะเป็นประมาณการตัวเลขโดยตรง เช่น หน่วย, บาท, วัน, เดือน หรือเปอร์เซ็นต์ ให้ชัดเจน ตัวอย่างเช่น การขายหรือจัดจำหน่ายด้วย เงินสด / มัดจำ / เครดิตการค้าการซื้อ-การขาย การกำหนดรอบเวลาเครดิตการขาย (ลูกหนี้การค้า) การกำหนดรอบเวลาเครดิตการซื้อ (เจ้าหนี้การค้า) การตั้งสำรองเงินสดในมือหรือเงินสดในธนาคาร เป็นต้น

หมายเหตุ

เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับนโยบายพิเศษนอกเหนือออกไป เช่น การตั้งสำรองเงินสดในธนาคารว่ามีนโยบายอย่างไร เช่น ต้องมีเงินสดในธนาคารเพียงพอที่จะชำระค่าวัตถุดิบได้ 50% หรือสามารถจ่ายค่าใช้จ่ายเงินเดือนพนักงานและค่าใช้จ่ายการบริหารได้เป็นเวลา 3 เดือน หรือต้องมีเงินสดในธนาคารเป็นจำนวน 1 ล้านบาท เป็นต้น โดยการกำหนดนโยบายดังกล่าวอาจมีหรือไม่มีก็ได้ ซึ่งทั้งนี้การกำหนดดังกล่าวมักจะสัมพันธ์กับแผนปกป้องความเสี่ยงทางธุรกิจ เช่น เหตุการณ์ต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นหรือเหตุสุดวิสัยต่างๆ ที่อาจก่อให้เกิดธุรกิจสูญเสีรายได้ เช่น อัคคีภัย, ภัยธรรมชาติ, การขาดแคลนวัตถุดิบ หรือกฎระเบียบข้อบังคับตามกฎหมายที่ส่งผลอย่างรุนแรงต่อการดำเนินธุรกิจ

8.3 สมมติฐานทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของรายได้ -%					
การเปลี่ยนแปลงของราคาค่าบริการ -%					
การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนการผลิต -%					
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 1 -%					
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 2 -%					
การเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่าย 3 -%					
ระยะเวลาที่ใช้ในการคำนวณใน 1 ปี - วัน / เดือน					
อัตราคิดลดกระแสเงินสด (Discount Rate) -%					
สมมติฐานทางการเงินอื่นๆ					

8.4 นโยบายทางการเงิน

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

หมายเหตุ

8.5 ประเมินการในการขายรายเดือน

เป็นการแสดงถึงประมาณการเกี่ยวกับรายได้จากการขายสินค้า โดยจัดทำเป็นรายเดือน เพื่อพิจารณาว่าในรอบ 1 ปี หรือ 12 เดือน มีระดับรายได้ในแต่ละเดือนเป็นมูลค่าเท่าใด เพื่อรวมกันเป็นประมาณการรายได้ต่อปี การจัดทำประมาณการในการขายรายเดือน จะเหมาะสมสำหรับในกรณีที่รายได้ของกิจการในรอบปีไม่สม่ำเสมอ หรือมียอดขายในแต่ละเดือนไม่เท่ากัน หรือเป็นกิจการตั้งใหม่ในช่วงแรกของกิจการยังไม่มีรายได้เข้ามาในธุรกิจ โดยในกรณีที่รายได้จากการขายหรือการให้บริการมีระดับสม่ำเสมอตลอดทั้งปี อาจจัดทำเฉพาะประมาณการรายปีก็ได้ โดยรายละเอียดในส่วนนี้โดยทั่วไปจะประกอบด้วย จำนวนหน่วยของสินค้าขาย ราคาขายต่อหน่วย และรายได้ในแต่ละเดือน และกรณีที่เป็นการขายโดยให้เครดิตการค้าก็ให้แสดงประมาณการลูกหนี้การค้าประกอบไว้ด้วย รวมถึงเงินสดรับจริงจากการขายสินค้า นอกจากนี้ อาจจัดทำประมาณการต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายรายเดือนในลักษณะเดียวกันด้วยก็ได้ ซึ่งจะให้เห็นทั้งรายรับ-รายจ่าย ผลกำไรที่เกิดขึ้น รวมถึงจะทำให้สามารถวางแผนในการบริหารจัดการกระแสเงินสดของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับความต้องการในแต่ละช่วงเวลา

8.5 ประมาณการในการขายรายเดือน

รายการ	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4	เดือนที่ 5	เดือนที่ 6	เดือนที่ 7	เดือนที่ 8	เดือนที่ 9	เดือนที่ 10	เดือนที่ 11	เดือนที่ 12
จำนวนสินค้าขาย (หน่วย)												
สินค้าชนิดที่ 1												
สินค้าชนิดที่ 2												
สินค้าชนิดที่ 3												
รวมจำนวนสินค้าขาย												
ราคาสินค้า (บาท / หน่วย)												
สินค้าชนิดที่ 1												
สินค้าชนิดที่ 2												
สินค้าชนิดที่ 3												
ราคาสินค้าเฉลี่ย												
รายได้จากการขาย (บาท)												
สินค้าชนิดที่ 1												
สินค้าชนิดที่ 2												
สินค้าชนิดที่ 3												
รวมรายได้												
รวมรายได้สะสม (บาท)												
ลูกหนี้การค้า (บาท)												
เงินได้รับจากการขาย (บาท)												

8.6 ประเมินการรายได้จากการขายสินค้า

เป็นการแสดงถึงการกำหนดโครงสร้างของรายได้จากการขายสินค้า โดยที่มาจะมีการกำหนดจากแผนการตลาด แผนการผลิต ว่าจะสามารถผลิตชิ้นงานและมีจำนวนลูกค้าที่จะซื้อสินค้าในปริมาณเท่าใด และการใช้ข้อมูลจากการประมาณการในการขายรายเดือน การแสดงรายได้จากการขายสินค้าหรือบริการโดยตรงจะมาจาก

$$\text{รายได้ (I)} = \text{จำนวนสินค้าที่จะขายได้ (Q)} \times \text{ราคาขายต่อหน่วย (P)}$$

โดยอาจจะมาจากการกำหนดตามแผนการตลาด แผนการผลิต ในส่วนของจำนวนลูกค้าเป้าหมาย (เปอร์เซ็นต์ของลูกค้าเป้าหมายจะซื้อสินค้า) จำนวนสินค้าที่ผลิต ความสามารถในการขายสินค้าที่เป็นเปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับสินค้าผลิตเพื่อขาย และรอบระยะเวลาในการขายสินค้า นอกจากนี้อาจแสดงรายการเกี่ยวกับสินค้าส่งคืน หรือหนี้สงสัยจะสูญประกอบด้วยก็ได้ เพื่อหารายรับที่แท้จริงถ้าสามารถประมาณการและคำนวณได้

การแสดงผลรายได้สำหรับธุรกิจ จะแสดงไว้ในกรณีที่ธุรกิจมีรายได้อื่นๆ จากการดำเนินธุรกิจ แต่ทั้งนี้รายได้อื่นๆ ดังกล่าวไม่ควรเกินมูลค่า 5-10% ของรายได้รวม ในกรณีที่เกินควรระบุที่มาของรายได้ว่ามาจากแหล่งใด โดยไม่ควรระบุเป็นรายได้อื่น

นอกจากนี้ยังอาจจะบรูรายได้ในลักษณะรายได้จากการขายสินค้าและบริการ ประกอบไว้ในประมาณการรายได้เลยก็ได้ นอกเหนือจากตัวเลขรายได้ เช่น มูลค่าลูกหนี้การค้าในกรณีมีเครดิตการขายสินค้า (รายรับจากการขายสินค้าหรือบริการ = เงินสดรับจากการขายสินค้าหรือบริการ + ลูกหนี้การค้าสินค้า) และเงินสดรับจริงจากการขายสินค้าหรือบริการซึ่งอาจสามารถแสดงไว้ในงบกระแสเงินสด

8.6 ประมาณการรายได้จากการขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนสินค้าขาย (หน่วย)					
สินค้าชนิดที่ 1					
สินค้าชนิดที่ 2					
สินค้าชนิดที่ 3					
รวมจำนวนสินค้าขาย					
ราคาสินค้า (บาท / หน่วย)					
สินค้าชนิดที่ 1					
สินค้าชนิดที่ 2					
สินค้าชนิดที่ 3					
ราคาสินค้าเฉลี่ย					
รายได้จากการขาย (บาท)					
สินค้าชนิดที่ 1					
สินค้าชนิดที่ 2					
สินค้าชนิดที่ 3					
รวมรายได้จากการขาย (บาท)					
ประมาณการลูกหนี้การค้า					
ขายด้วยเงินสด					
ขายด้วยเงินเชื่อ (เครดิตการค้า)					
ระยะเวลาให้เครดิตการค้า (วัน / เดือน)					
ลูกหนี้การค้ารวม (บาท)					
เงินสดรับจากการขายสินค้า (บาท)					

8.7 ประเมินการต้นทุนวัตถุดิบและสินค้าซื้อมาเพื่อการผลิต

เป็นการแสดงถึงประมาณการของต้นทุนวัตถุดิบในการผลิต โดยคำนวณจากจำนวนวัตถุดิบที่สั่งซื้อ ซึ่งมาจากการประมาณการในการผลิตสินค้าหรือบริการ (โดยปกติการสั่งซื้อวัตถุดิบจะมากกว่าเป้าหมายการผลิตซึ่งอาจมีความสัมพันธ์กับเป้าหมายการผลิต เช่น จะต้องสั่งซื้อวัตถุดิบเพื่อให้มีวัตถุดิบพร้อมผลิตมากกว่าเป้าหมายการผลิต 10-20% หรืออาจไม่มีความสัมพันธ์กันเลยก็ได้ เช่น มีการสั่งซื้อเป็น Lot เพื่อใช้ในการผลิตในระยะเวลา 3 เดือน 6 เดือน หรือทั้งปี โดยเฉพาะในส่วนของวัตถุดิบที่ได้จากธรรมชาติ หรือเป็นฤดูกาล) ราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบ ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในแต่ละช่วงเวลา ผลคำนวณจากจำนวนวัตถุดิบที่สั่งซื้อกับราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบจะเป็นต้นทุนวัตถุดิบในการผลิตสินค้าจะแบ่งเป็น 2 ส่วนคือต้นทุนวัตถุดิบที่สั่งซื้อ (ไม่ว่าจะมีการผลิตในปริมาณเท่าใด) และต้นทุนวัตถุดิบเฉพาะที่ใช้ผลิตสินค้าเท่านั้น

นอกจากนี้ในกรณีที่มีการซื้อเครดิตสินค้าวัตถุดิบ จะต้องมีการจัดทำประมาณการเจ้าหนี้การค้าในส่วนของวัตถุดิบที่สั่งซื้อ เพื่อดูว่าเงินสดจ่ายจริงของวัตถุดิบมีมูลค่าเท่าใด (ต้นทุนวัตถุดิบ = เงินสดจ่ายวัตถุดิบ + เจ้าหนี้การค้าวัตถุดิบ) โดยเงินสดจ่ายจะแสดงไว้ในงบกระแสเงินสด ส่วนเจ้าหนี้การค้าจะแสดงผลรวมไว้ในงบดุล

ในส่วนของสินค้าซื้อมาเพื่อผลิตจะมีลักษณะเช่นเดียวกัน สินค้าซื้อมาเพื่อผลิตส่วนใหญ่จะเป็นบรรจุภัณฑ์, ฉลาก หรือสินค้าสำเร็จรูปที่ใช้ประกอบในกระบวนการผลิต โดยคำนวณจากจำนวนสินค้าซื้อมาเพื่อผลิตที่สั่งซื้อ ซึ่งมาจากการประมาณการในการผลิตสินค้าหรือบริการ ซึ่งโดยปกติการสั่งซื้อสินค้าซื้อมาเพื่อผลิตวัตถุดิบจะมากกว่าเป้าหมายการผลิตซึ่งอาจมีความสัมพันธ์กับเป้าหมายการผลิตเช่นเดียวกัน ตัวอย่างเช่น จะต้องสั่งซื้อสินค้าซื้อมาเพื่อผลิตเพื่อให้มีสินค้าซื้อมาเพื่อผลิตพร้อมผลิตมากกว่าเป้าหมายการผลิต 10-20% หรืออาจไม่มีความสัมพันธ์กันเลยก็ได้ เช่น มีการสั่งซื้อเป็น Lot เพื่อใช้ในการผลิตในระยะเวลา 3 เดือน 6 เดือน หรือทั้งปี) ราคาต่อหน่วยของสินค้าซื้อมาเพื่อผลิต ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในแต่ละช่วงเวลา ผลคำนวณจากจำนวนสินค้าซื้อมาเพื่อผลิตที่สั่งซื้อกับราคาต่อหน่วยของสินค้าซื้อมาเพื่อผลิตจะเป็นต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อผลิตในการผลิตสินค้าจะแบ่งเป็น 2 ส่วนคือต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อผลิตที่สั่งซื้อ (ไม่ว่าจะมีการผลิตในปริมาณเท่าใด) และต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อผลิตเฉพาะที่ใช้ผลิตสินค้าเท่านั้น

นอกจากนี้ในกรณีที่มีการซื้อเครดิตสินค้าซื้อมาเพื่อผลิต จะต้องมีการจัดทำประมาณการเจ้าหนี้การค้าในส่วนของสินค้าซื้อมาเพื่อผลิตที่สั่งซื้อ เพื่อดูว่าเงินสดจ่ายจริงของสินค้าซื้อมาเพื่อผลิตมีมูลค่าเท่าใด (ต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อผลิต = เงินสดจ่ายสินค้าซื้อมาเพื่อผลิต + เจ้าหนี้การค้าสินค้าซื้อมาเพื่อผลิต) โดยเงินสดจ่ายจะแสดงไว้ในงบกระแสเงินสด ส่วนเจ้าหนี้การค้าจะแสดงผลรวมไว้ในงบดุล

8.7 ประมาณการต้นทุนวัตถุดิบและสินค้าซื้อมาเพื่อการผลิต

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
จำนวนวัตถุดิบในการผลิต (หน่วย)					
วัตถุดิบชนิดที่ 1					
วัตถุดิบชนิดที่ 2					
วัตถุดิบชนิดที่ 3					
ราคาต่อหน่วยของวัตถุดิบ (บาท / หน่วย)					
วัตถุดิบชนิดที่ 1					
วัตถุดิบชนิดที่ 2					
วัตถุดิบชนิดที่ 3					
ต้นทุนวัตถุดิบในการผลิต (บาท)					
วัตถุดิบชนิดที่ 1					
วัตถุดิบชนิดที่ 2					
วัตถุดิบชนิดที่ 3					
รวมต้นทุนวัตถุดิบในการผลิต (บาท)					
จำนวนสินค้าซื้อมาในการผลิต (หน่วย)					
สินค้าซื้อมาในการผลิตชนิดที่ 1					
สินค้าซื้อมาในการผลิตชนิดที่ 2					
ราคาต่อหน่วยของสินค้าซื้อมาเพื่อการผลิต					
สินค้าซื้อมาในการผลิตชนิดที่ 1					
สินค้าซื้อมาในการผลิตชนิดที่ 2					
ต้นทุนสินค้าซื้อมาในการผลิต (บาท)					
สินค้าซื้อมาในการผลิตชนิดที่ 1					
สินค้าซื้อมาในการผลิตชนิดที่ 2					
รวมต้นทุนสินค้าซื้อมาเพื่อการผลิต (บาท)					
ประมาณการเจ้าหนี้การค้า					
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินสด					
ซื้อสินค้ามาด้วยเงินเชื่อ (เครดิตการค้า)					
ระยะเวลาได้รับเครดิตการค้า (วัน / เดือน)					
มูลค่าเจ้าหนี้การค้าวัตถุดิบและสินค้าซื้อมา					
เงินสดจ่ายค่าวัตถุดิบและสินค้าซื้อมาเพื่อผลิต					

8.8 ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าและต้นทุนขายสินค้า

เป็นการแสดงรายละเอียดของต้นทุนการผลิตสินค้าและต้นทุนขายสินค้า (ในความเป็นจริงของการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่จะทำให้ต้นทุนขายสินค้านับต้นทุนการผลิตสินค้านี้ค่าไม่เท่ากัน) โดยต้นทุนการผลิตสินค้าจะประกอบด้วย ต้นทุนวัตถุดิบ ต้นทุนสินค้าซื้อเข้ามาเพื่อผลิต ค่าแรงงานการผลิต วัสดุสิ้นเปลืองในการผลิต ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เช่น ค่าเช่าโรงงานการผลิต ค่าไฟฟ้า ค่าประปา ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด เป็นต้น เป็นต้นทุนการผลิตสินค้าสำเร็จรูป แต่เนื่องจากโดยปกติธุรกิจจะมีการสั่งซื้อวัตถุดิบ สินค้าซื้อเข้ามาเพื่อผลิต งานระหว่างทำ และสินค้าสำเร็จรูป ซึ่งถือเป็นสินค้าคงเหลือ ซึ่งตามหลักการทางบัญชีและการลงรายละเอียดในงบการเงิน

ต้นทุนขายสินค้า = ต้นทุนการผลิตสินค้า + สินค้าคงเหลือต้นงวด - สินค้าคงเหลือปลายงวด

สินค้าคงเหลือ = วัตถุดิบคงเหลือ + สินค้าซื้อเข้ามาเพื่อผลิตคงเหลือ + งานระหว่างทำคงเหลือ + สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือ

ในกรณีที่ไม่มีสินค้าคงเหลือเลย ต้นทุนขายสินค้า จะเท่ากับต้นทุนการผลิตสินค้า

โดยต้นทุนขายสินค้าจะระบุไว้ในงบกำไรขาดทุน การลงรายละเอียดเกี่ยวกับต้นทุนขายสินค้านับต้นทุนการผลิตให้ถูกต้องในงบกำไรขาดทุนจะส่งผลให้งบดุลมีความถูกต้อง โดยส่วนของสินทรัพย์จะเท่ากับหนี้สิน + ส่วนของเจ้าของ แต่ทั้งนี้ในกรณีสินค้าคงเหลือซึ่งเป็นงานระหว่างทำ จะมีความลำบากในการคำนวณอาจข้ามไม่ลงรายละเอียดในส่วนนี้โดยให้ถือเป็นมูลค่าวัตถุดิบคงเหลือไปก่อน หรือประมาณการถัวเฉลี่ยเป็นเปอร์เซ็นต์จากสินค้าสำเร็จรูปที่ผลิตได้ก็ได้ แต่ทั้งนี้การลงรายละเอียดส่วนนี้ อาจส่งผลให้ต้นทุนขายสินค้านี้ค่ามากกว่าหรือน้อยกว่าต้นทุนผลิตสินค้าก็ได้ ซึ่งส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลงในส่วนของงบดุล โดยรายได้จากการขายสินค้าหรือบริการหักด้วยต้นทุนขายสินค้าจะเป็นผลกำไรขั้นต้น

ข้อสังเกตเกี่ยวกับประมาณการสินทรัพย์และการคิดค่าเสื่อมราคา

ในการประมาณการต้นทุนผลิตสินค้าและต้นทุนขายสินค้า ต้องมีการคิดราคาค่าเสื่อมราคาทรัพย์สินเพื่อใช้ในการคำนวณเป็นต้นทุนการผลิต และต้นทุนในส่วนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร โดยการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับการคิดราคา ค่าเสื่อมควรแยกเป็น 2 ส่วนเพื่อให้สามารถระบุค่าเสื่อมราคาเพื่อใช้กำหนดต้นทุนในส่วนการผลิต และต้นทุนส่วนบริหารและการขาย

โดย ค่าเสื่อมราคาต้องวัด = (มูลค่าทุนที่ได้มา - มูลค่าซาก) / อายุการใช้งาน

โดยมูลค่าสินทรัพย์ที่ปรากฏในงบดุล = มูลค่าทุนสินทรัพย์ - ค่าเสื่อมราคาสะสม

โดยทั้งนี้อาจจะพิจารณาให้มูลค่าซากเป็น 0 ก็ได้เพื่อความสะดวกในการคำนวณ (ในหลักการทางบัญชีมูลค่าซากมีค่าน้อยที่สุดเท่ากับ 1 บาท) แต่ทั้งนี้การหักค่าเสื่อมราคาตามกฎหมายมีหลายกรณีและหลายวิธี เช่น วิธีคิดแบบเส้นตรง (Straight-Line Depreciation), วิธีคิดตามหน่วยที่ทำการผลิต (Units of Output Depreciation), วิธีคิดในอัตราลดลง (Decreasing Charge Method) หรือวิธีอื่นๆ นอกเหนือ เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามโดยส่วนใหญ่ในการจัดทำประมาณการทางการเงินควรเลือกใช้วิธีคิดแบบเส้นตรงหรือวิธีคิดตามหน่วยที่ทำการผลิต เพราะสามารถคำนวณและทำความเข้าใจได้ง่าย

8.8 ประมาณการต้นทุนการผลิตสินค้าและต้นทุนขายสินค้า

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ต้นทุนผลิตสินค้า (บาท)					
ค่าวัตถุดิบในการผลิตสินค้า					
ค่าสินค้าสำเร็จรูปซื้อมาเพื่อการผลิต					
ค่าแรงงานในการผลิต					
ค่าไฟฟ้าในการผลิต					
ค่าน้ำประปาในการผลิต					
ค่าวัสดุสิ้นเปลืองในการผลิต					
ค่าบำรุงรักษาเครื่องจักรและอุปกรณ์					
ค่าขนส่งวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิต					
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในการผลิต					
รวมต้นทุนการผลิตสินค้า (1)					
ค่าเสื่อมราคาในการผลิต (บาท)					
ค่าเสื่อมราคาอาคารในการผลิต					
ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักรและอุปกรณ์					
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ					
รวมต้นทุนค่าเสื่อมราคาในการผลิต (2)					
รวมต้นทุนการผลิตสินค้าทั้งสิ้น (1) + (2)					
+ บวก วัตถุดิบคงเหลือต้นงวด					
- หัก วัตถุดิบคงเหลือปลายงวด					
+ บวก สินค้าซื้อมาเพื่อผลิตคงเหลือต้นงวด					
- หัก สินค้าซื้อมาเพื่อผลิตคงเหลือปลายงวด					
+ บวก สินค้าระหว่างทำคงเหลือต้นงวด					
- หัก สินค้าระหว่างทำคงเหลือปลายงวด					
+ บวก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือต้นงวด					
- หัก สินค้าสำเร็จรูปคงเหลือปลายงวด					
รวมต้นทุนขายสินค้า (บาท)					

8.9 ประเมินการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย

เป็นการแสดงรายการค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องเฉพาะกับการบริหารกิจการและการขายสินค้าเท่านั้น ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิต โดยพิจารณาว่าไม่ว่าจะมีการผลิตงาน ผลิตภัณฑ์ สินค้า ก็ต้องมีต้นทุนค่าใช้จ่ายส่วนนี้ เช่น เงินเดือนกรรมการผู้จัดการ ค่าใช้จ่ายสำนักงาน เป็นต้น โดยอาจมีการแสดงรายการเป็นรายเดือน แล้วนำมารวมเป็นค่าใช้จ่ายรวมต่อปีในปีที่ 1 แล้วปรับเพิ่มเป็นสัดส่วน หรือเป็นเปอร์เซ็นต์เพิ่มขึ้นในแต่ละรายการหรือทุกๆ รายการของต้นทุนค่าใช้จ่ายส่วนการบริหารและการขายในปีถัดไปได้ โดยส่วนของค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารจะสามารถแบ่งรายละเอียดออกได้เป็น 2 ส่วน คือส่วนที่เป็นต้นทุนคงที่ (Fix Cost) คือต้นทุนที่ไม่เปลี่ยนแปลงตามรายได้จากการขายสินค้าหรือบริการ เช่น เงินเดือนพนักงาน ค่าเช่าสำนักงาน เป็นต้น และส่วนที่เป็นต้นทุนแปรผัน (Variable Cost) ซึ่งจะแปรผันตามรายได้จากการขายสินค้าหรือบริการ ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะมาจากข้อกำหนดของฝ่ายบริหาร เช่น ค่าหน้าหน้าจากการขาย หรือประมาณการทางด้านกำไรประชาสัมพันธ์ซึ่งฝ่ายบริหารกำหนดตั้งงบประมาณไว้ที่ 3% ของยอดขายสินค้าหรือบริการ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังต้องมีการรวมค่าดอกเบี้ยจ่าย (ในกรณีมีการกู้เงินให้คิดเฉพาะค่าดอกเบี้ยจ่ายที่เกิดขึ้นเท่านั้นมิใช่เงินชำระค่างวดซึ่งจะรวมการชำระคืนในส่วนดอกเบี้ยและเงินต้น) และค่าภาษีเงินได้นิติบุคคล ค่าเสื่อมราคาส่วนของอาคารสำนักงาน อุปกรณ์สำนักงาน เครื่องมือเครื่องใช้ ของตกแต่ง ยานพาหนะ ค่าใช้จ่ายจัดจ่าย (Amortization) ในส่วนของสินทรัพย์จับต้องไม่ได้ (Intangible Assets) เช่น ค่าความนิยม เครื่องหมายการค้า เป็นต้น ซึ่งเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการขายและบริหารเป็นต้นทุนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารด้วย

ข้อสังเกตเกี่ยวกับดอกเบี้ยจ่ายและเงินกู้ยืม

ดอกเบี้ยจ่ายเป็นต้นทุนค่าใช้จ่ายในส่วนของงบกำไรขาดทุน ที่เกี่ยวข้องกับเงินกู้ยืมในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะประกอบด้วยเงินกู้ยืมระยะสั้น และเงินกู้ยืมระยะยาว การแสดงรายการจะแสดงรายการเงินต้นจากการกู้ยืมในปีที่ 0 (ปีที่เริ่มโครงการหรือเริ่มต้นการกู้ยืม) ซึ่งในกรณีที่ในระหว่างปีถัดไปในการดำเนินการมีการกู้ยืมเพิ่มเติม อันเนื่องมาจากมีแผนงานในการลงทุนเพิ่มเติม ก็อาจแสดงยอดประกอบไว้ด้วย โดยเริ่มแสดงในส่วนยอดเงินกู้ทั้งหมดทั้งเงินกู้ยืมระยะสั้น และเงินกู้ยืมระยะยาว และแบ่งการแสดงผลการเป็นยอดเงินกู้ยืมแต่ละรายการ อัตราดอกเบี้ย ดอกเบี้ยจ่ายในแต่ละงวด การชำระคืนเงินกู้ และเงินกู้คงเหลือ ทั้งนี้ในกรณีที่มีเงื่อนไขเกี่ยวกับการชำระคืนเงินกู้ เช่นระยะเวลาปลอดการชำระคืนเงินต้น หรือปลอดการชำระคืนเงินกู้ทั้งเงินต้นและดอกเบี้ย ให้แสดงผลรายละเอียดเป็นหมายเหตุประกอบไว้ เพื่ออำนวยความสะดวกทำความเข้าใจเกี่ยวกับโครงสร้างเงินกู้ โดยผลรวมของดอกเบี้ยจ่ายจะถูกนำไปรวมเป็นส่วนหนึ่งของค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร และกระแสเงินสดจ่ายเพื่อชำระดอกเบี้ยระยะสั้นและระยะยาว ในส่วนของกระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินในงบกระแสเงินสด ส่วนยอดรวมของการชำระคืนเงินกู้ทั้งระยะสั้นและระยะยาว จะเป็นกระแสเงินสดจ่ายในส่วนของกระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินในงบกระแสเงินสด และนำไปหักกับยอดเงินต้นของเงินกู้ ซึ่งจะปรากฏเป็นค่าคงเหลือของหนี้สินระยะสั้นและหนี้สินระยะยาวครบกำหนดชำระในหนึ่งปีในส่วนของหนี้สินหมุนเวียน และเงินกู้ระยะยาวในส่วนของหนี้สินไม่หมุนเวียนในงบดุล

8.9 ประมาณการค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (บาท)					
เงินเดือนบุคลากร					
ค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการบุคลากร					
ค่าใช้จ่ายสำนักงาน					
ค่าใช้จ่ายไฟฟ้าส่วนสำนักงาน					
ค่าใช้จ่ายน้ำประปาส่วนสำนักงาน					
ค่าใช้จ่ายโทรศัพท์, โทรสาร					
ค่าใช้จ่ายแบบพิมพ์ เอกสาร					
ค่าใช้จ่ายวัสดุสิ้นเปลืองสำนักงาน					
ค่าใช้จ่ายด้านที่ปรึกษาต่างๆ					
ค่าธรรมเนียมราชการ					
ค่าใช้จ่ายน้ำมันยานพาหนะในการขาย					
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์					
ค่าใช้จ่ายในการออกงานแสดงสินค้า					
ค่าใช้จ่ายการเลี้ยงรับรอง					
ค่าใช้จ่าย Commission จากการขาย					
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศ					
ค่าใช้จ่ายในการชำระดอกเบี้ยเงินกู้					
ค่าใช้จ่ายในการชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล					
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ					
รวมค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย (1)					
ค่าเสื่อมราคาส่วนการบริหารและการขาย					
ค่าเสื่อมราคาอาคารส่วนสำนักงาน					
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์เครื่องใช้ส่วนสำนักงาน					
ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ					
รวมค่าเสื่อมราคา (2)					
รวมค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย (1) + (2)					

8.10 ประเมินการรับกำไรขาดทุน

เป็นงบการเงินแสดงผลการดำเนินการของกิจการ ในรอบระยะเวลาหนึ่งซึ่งมักกำหนดเป็นรายปีหรืออาจจัดทำเป็นรายเดือนก็ได้ โดยจะมีองค์ประกอบหลักในรายการซึ่งจะประกอบด้วยงบการเงินที่แสดงผลการดำเนินงานของธุรกิจ ตลอดจนวัดระยะเวลาบัญชีแต่โดยทั่วไปจะกำหนดรอบระยะเวลา 1 ปี โดยจะประกอบด้วย 3 รายการหลัก คือ

- ตัวเลขแสดงยอดขายหรือรายได้
- ตัวเลขแสดงค่าใช้จ่ายต่างๆ หรือต้นทุน
- ผลต่างของตัวเลข จะเป็นผลกำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิ

การแสดงผลกำไรขาดทุนแบ่งการแสดงผลออกเป็น 2 ลักษณะคือ งบกำไรขาดทุนแบบขั้นเดียวหรือแบบหลายขั้น ซึ่งสามารถเลือกวิธีการแสดงผลแบบใดก็ได้ แต่การแสดงผลหลายขั้นจะแสดงรายการให้เห็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ของผลกำไรขาดทุนได้ชัดเจนกว่า และอาจเพิ่มเติมในส่วนของกำไรต่อหุ้นและมูลค่าทางบัญชี (Book Value) ประกอบด้วยก็ได้

ข้อสังเกตในการจัดทำกำไรขาดทุน

1. รายได้ที่ระบุไว้จะเป็นรายได้จากการขายสินค้าหรือบริการ โดยเป็นตัวเลือกรายได้ที่เกิดขึ้นทางบัญชีซึ่งจะมากกว่าเงินสดรับจริง ส่วนเงินสดรับจริงจากการขายสินค้าจะระบุไว้ในงบกระแสเงินสด
2. กำไรขั้นต้นจะเป็นผลมาจากรายได้จากการขายสินค้าหรือบริการหักด้วยต้นทุนขายสินค้า ไม่ใช่ผลจากรายได้หักด้วยต้นทุนการผลิตสินค้า (ต้นทุนขายสินค้าจะมีค่าเท่ากับต้นทุนการผลิตสินค้าก็ต่อเมื่อไม่มีสินค้าคงเหลือเลยเท่านั้น)
3. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารที่หักจากกำไรขั้นต้น จะประกอบด้วยค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงและค่าเสื่อมราคาจากการขายและบริหารเท่านั้นไม่รวมดอกเบี้ยจ่ายเพื่อหากำไรจากการดำเนินการที่แท้จริง โดยไม่คิดเรื่องต้นทุนที่เกิดจากการจัดหาเงินโดยการกู้เงินกู้ โดยส่วนดอกเบี้ยจ่ายจะนำไปหักในขั้นตอนต่อไป
4. ข้อผิดพลาดส่วนหนึ่งที่เกิดขึ้นในงบกำไรขาดทุนที่เกิดขึ้น คือมักนำเอาค่างวดชำระคืนเงินกู้มาหักจากกำไรจากการดำเนินงาน (กำไรขั้นต้น - ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร) เพราะค่างวดชำระคืนเงินกู้เป็นผลรวมของดอกเบี้ยจ่ายและเงินชำระคืนเงินต้น ดังนั้นจะต้องแยกเฉพาะส่วนมูลค่าดอกเบี้ยในการหักเท่านั้นในงบกำไรขาดทุนและงบกระแสเงินสดในส่วนของเงินสดกิจกรรมการจัดหาเงิน ส่วนเงินชำระคืนเงินต้นจะไปแสดงไว้เฉพาะในงบกระแสเงินสดในส่วนของเงินสดกิจกรรมการจัดหาเงิน ทั้งในส่วนเงินกู้ระยะสั้นและระยะยาว
5. ในส่วนของการหักภาษีเงินได้นิติบุคคลอาจหักโดยคิดเฉลี่ยตามการหักภาษีเงินได้นิติบุคคลที่ 30% โดยตลอด หรืออาจคิดหักตามจริงตามข้อกำหนดการชำระภาษีในลักษณะอัตราก้าวหน้าตามกฎหมายซึ่งขึ้นกับทุนจดทะเบียนและผลกำไรของบริษัทก็ได้ในกรณีเป็นนิติบุคคล SMEs ที่มีทุนน้อยกว่า 5 ล้านบาท แต่ควรแสดงรายละเอียดลักษณะการคำนวณเป็นหมายเหตุประกอบไว้ด้วย
6. ในกรณีมีการกำหนดเงินปันผลจ่ายจะถูกหักหลังจากกำไรสุทธิ โดยผลลัพธ์ที่ได้จะเป็นกำไรสะสมซึ่งปรากฏในงบดุล ส่วนเงินสดที่จ่ายเงินปันผลจะปรากฏในงบกระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน (ทุกครั้งที่บริษัทจ่ายเงินปันผล บริษัทจะต้องจัดสรรกำไรเป็นทุนสำรองอย่างน้อย 5% ของกำไร จนกว่าทุนสำรองนั้นจะมีจำนวนถึง 10% ของทุนจดทะเบียนบริษัทหรือมากกว่า 10% ของทุนจดทะเบียนซึ่งแล้วแต่จะได้มีการตกลงกันไว้ในข้อบังคับบริษัท)

8.10 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					

8.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด

เป็นการแสดงงบกระแสเงินสดตามมาตรฐานทางการบัญชี ซึ่งจะแบ่งเป็น 2 วิธี คือวิธีทางตรงและวิธีทางอ้อม (วิธีทางอ้อมเป็นวิธีที่มีผู้นิยมใช้มากกว่าโดยเฉพาะผู้จัดทำบัญชี โดยเริ่มจากนำผลกำไรสุทธิจากงบกำไรขาดทุนมาปรับกระทบค่าเพื่อหารายการเทียบเท่าเงินสดของกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน ส่วนวิธีทางตรงจะเริ่มจากเงินสดรับจ่ายในแต่ละกิจกรรมเพื่อหาของกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน ซึ่งจะเหมาะสมกับการวางแผนทางการเงิน) แต่อย่างไรก็ตามทั้ง 2 วิธี ตามมาตรฐานการแสดงผลงบกระแสเงินสดจะแบ่งเป็น 3 กิจกรรม คือ กิจกรรมดำเนินงาน, กิจกรรมการลงทุน และกิจกรรมจัดหาเงิน ซึ่งทั้ง 2 วิธี หากมีการคำนวณที่ถูกต้องจะได้ผลลัพธ์ในการคำนวณที่เท่ากัน ในการแสดงผลงบกระแสเงินสดอาจมีการจัดทำเป็นงบกระแสเงินสดรายเดือนประกอบได้ด้วยก็ได้ เพื่อพิจารณาว่าในช่วงเดือนใดที่กระแสเงินสดติดลบซึ่งจะต้องมีการกู้ยืมเงินระยะสั้น (O/D) จากสถาบันการเงิน โดยการแสดงอาจประมาณการไว้ในปีแรกของการดำเนินการก็ได้ แล้วปรับเปลี่ยนผลหรือเปลี่ยนแปลงมูลค่าในปีถัดไป

ข้อสังเกตในการจัดทำงบกระแสเงินสด

1. ในส่วนของงบกระแสเงินสด **หลักพื้นฐานของการแสดงรายละเอียดในงบกระแสเงินสดคือให้แสดงรายการเฉพาะที่เป็นเงินสดในส่วนของการรับและจ่ายจริงที่เกิดขึ้นเท่านั้น** ดังนั้นจึงไม่มีการนำต้นทุนค่าเสื่อมราคาหรือรายการที่ไม่ใช่เงินสดมาแสดงและคำนวณในงบกระแสเงินสด
2. การแสดงเกี่ยวกับเงินกู้และการชำระแสดงไว้ในกิจกรรมจัดหาเงิน โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือเงินสดจ่ายในส่วนดอกเบี้ยเงินกู้ซึ่งสัมพันธ์กับงบกำไรขาดทุน และเงินสดจ่ายชำระคืนเงินต้นซึ่งสัมพันธ์กับงบดุล (ในงบดุลจะแสดงไว้โดยเป็นเงินต้นหรือเงินกู้เริ่มต้นหักด้วยเงินสดจ่ายชำระคืนเงินต้น โดยปรากฏในส่วนของหนี้สิน ทั้งนี้ขึ้นกับเงื่อนไขข้อตกลงทางด้านการกู้เงิน เช่น วงเงินกู้ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ระยะเวลาการผ่อนชำระ ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย) โดยควรแสดงแยกเป็นกระแสเงินสดจ่ายทั้งเงินกู้ระยะสั้นและระยะยาว
3. ผลลัพธ์ของกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน + กิจกรรมการลงทุน + กิจกรรมจัดหาเงิน จะเป็นกระแสเงินสดสุทธิ ผลลัพธ์ที่ได้จะนำมารวมกับกระแสเงินสดต้นงวดที่เหลืออยู่ เป็นกระแสเงินสดสุทธิปลายงวด เพื่อยกไปไว้ในเงินสดและเงินฝากในธนาคารซึ่งต้องมีค่าเป็นบวกเสมอ ในกรณีที่มีค่าลบหมายความว่าธุรกิจขาดเงินสดในการดำเนินการ ดังนั้นจึงต้องมีการกู้เงินระยะสั้น (O/D) เพื่อให้ค่าเงินสดของธุรกิจที่ปรากฏในงบดุลเป็นบวกเสมอ ส่วนเงินกู้ระยะสั้น (O/D) จะปรากฏในงบกระแสเงินสดในส่วนของเงินสดรับจากกิจกรรมจัดหาเงิน
4. ในส่วนของเงินกู้ระยะสั้น (O/D) ควรจัดทำประมาณการเพิ่มเติมต่างหาก โดยควรจัดทำประมาณการเป็นรายการรับจ่ายรายเดือนจนครบทั้งปีแล้วคำนวณเป็นผลรวมในความต้องการใช้เงิน เนื่องจากเป็นการขาดเงินกู้ระยะสั้น ซึ่งการจัดทำเป็นรายปีอาจไม่สามารถแสดงให้เห็นความต้องการเงินสดจากการขาดกระแสเงินสดระยะสั้นในช่วงเวลาบางเดือน ซึ่งในข้อเท็จจริงในกรณีเงินสดขาดมือหรือเกิดตัวเลขติดลบขึ้น ธุรกิจต้องมีการกู้เงินระยะสั้นเพื่อใช้ในกิจการในส่วนที่ขาด รวมถึงการชำระคืนเงินกู้ O/D ในช่วงเวลาต่างๆ เมื่อมีเงินสดเหลือหรือตัวเลขเป็นบวกเกิดขึ้นในช่วงเวลาบางเดือนอีกด้วย

8.11 ประมาณการงบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินการ					
เงินสดรับจากการขายสินค้า					
เงินสดรับจากรายได้อื่น					
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายในการผลิต					
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายการบริหารและการขาย					
เงินสดจ่ายค่าใช้จ่ายอื่นๆ					
เงินสดจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคล					
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินการรวม					
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน					
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ 1					
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ 2					
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ 3					
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ 4					
เงินสดจ่ายค่าการลงทุนในสินทรัพย์ 5					
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุนรวม					
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดการเงิน					
เงินสดรับจากการออกหุ้นทุน					
เงินสดรับจากการก่อหนี้สิน					
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะสั้น					
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะสั้น					
เงินสดจ่ายค่าดอกเบี้ยเงินกู้ระยะยาว					
เงินสดจ่ายชำระคืนเงินกู้ระยะยาว					
เงินสดจ่ายปันผล					
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดการเงินรวม					
กระแสเงินสดสุทธิ					
บวก + กระแสเงินสดต้นงวด					
กระแสเงินสดสุทธิปลายงวด					

8.12 ประมาณการงบดุล

เป็นงบการเงินที่แสดงฐานะทางการเงินของธุรกิจ ภาวะผูกพันในการชำระหนี้ และส่วนทุนของบริษัท ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็น ณ วันสิ้นงวดของรอบระยะเวลาบัญชี โดยประกอบด้วย 3 รายการ คือ

สินทรัพย์ (สินทรัพย์หมุนเวียน + สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน)

หนี้สิน (หนี้สินหมุนเวียน + หนี้สินไม่หมุนเวียน)

ส่วนของผู้ถือหุ้น (ทุน + กำไรหรือขาดทุนสะสม)

โดยงบดุลจะขึ้นอยู่กับพื้นฐานสมการบัญชี : “สินทรัพย์ = หนี้สิน + ส่วนของผู้ถือหุ้น”

ข้อสังเกตในการจัดทำงบดุล

1. งบการเงินที่จัดทำถูกต้องจะสามารถตรวจสอบได้จากงบดุล โดยมูลค่าของผลรวมสินทรัพย์ จะต้องเท่ากับผลรวมของหนี้สิน + ส่วนของผู้ถือหุ้นเสมอ ไม่ว่าจะเปลี่ยนแปลงค่าตัวแปรตามต่างๆ ในการประมาณการ เช่น ปริมาณการผลิต ปริมาณการสั่งซื้อ ต้นทุนต่อหน่วย ราคาขายต่อหน่วย สินทรัพย์ในการลงทุน การเปลี่ยนแปลงด้านยอดขาย เป็นต้น โดยงบการเงินในส่วนของงบดุลที่จัดทำได้ถูกต้องมูลค่ารวมของสินทรัพย์จะต้องมีค่าเท่ากับหนี้สิน + ส่วนของผู้ถือหุ้น หรือ “งบดุลลงตัว”
2. เนื่องจากการจัดทำงบดุลที่ถูกต้องตามพื้นฐานสมการบัญชี ส่วนมูลค่าของผลรวมสินทรัพย์ที่ต้องมีค่าเท่ากับ หนี้สิน + ส่วนของผู้ถือหุ้นเสมอ ทำให้ในกรณีที่เมื่อคำนวณแล้วทั้งสองส่วนมีค่าไม่เท่ากัน ผู้จัดทำประมาณการมักจะใช้วิธีการปรับค่าเพิ่มหรือลดในส่วนของเงินสดหรือเงินในธนาคาร เพื่อให้ผลรวมของมูลค่าสินทรัพย์และหนี้สิน + ส่วนของผู้ถือหุ้นให้มีความเท่ากันเพื่อให้งบดุลลงตัว ซึ่งวิธีการดังกล่าวถือเป็นวิธีการที่ไม่ถูกต้อง เนื่องจากอาจจะเป็นผลมาจากการคำนวณที่ผิดพลาดหรือการใส่ค่าคำนวณต่างๆ ที่ไม่ถูกต้องตามหลักการทางบัญชี โดยเฉพาะเนื่องจากงบดุลมีความสัมพันธ์กับงบกำไรขาดทุนและงบกระแสเงินสด ดังนั้นกรณีงบดุลไม่ลงตัวอาจเนื่องมาจากข้อผิดพลาดจากการคำนวณในส่วนของงบกำไรขาดทุนและงบกระแสเงินสดก็เป็นได้ โดยจุดที่ผิดพลาดส่วนใหญ่จะมาจากการคำนวณต้นทุนขายสินค้าซึ่งจะไม่เท่ากับต้นทุนผลิตสินค้า มูลค่าสินค้าคงเหลือ ประมาณการเจ้าหนี้การค้า และลูกหนี้การค้า รวมถึงกระแสเงินสดรับจ่าย นอกจากนี้ในกรณีใช้วิธีการดังกล่าว ในกรณีที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขตัวแปรต่างๆ ภายในประมาณการอื่นๆ งบดุลก็จะต้องไม่ลงตัวและต้องตามแก้ไขค่าเงินสดอีกซึ่งมีใช้สิ่งที่จะต้องในการจัดทำงบการเงิน
3. กรณีที่มีการตีมูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นไม่มีตัวตน (Intangible Assets) เช่น ค่าทรัพย์สินทางปัญญา อันได้แก่ ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร อนุสิทธิบัตร ค่าความนิยม เครื่องหมายการค้า ส่วนเพิ่มฝั่งหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นจะเพิ่มในส่วนเกินทุน แต่ทั้งนี้มูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้นไม่มีตัวตนนี้จะถูกหักลดตามอายุของความคุ้มครองโดยมีลักษณะเหมือนกับการหักค่าเสื่อมราคาโดยถือเป็นค่าใช้จ่ายตัดจ่าย (Amortization) และค่าใช้จ่ายตัดจ่ายดังกล่าวจะถือเป็นต้นทุนของการผลิตหรือค่าใช้จ่ายในการบริหารและการขาย แล้วแต่ลักษณะ เช่น ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร อนุสิทธิบัตร อาจอยู่ในต้นทุนการผลิต ส่วนค่าความนิยม เครื่องหมายการค้า อาจอยู่ในต้นทุนการขายและบริหาร เป็นต้น โดยมีลักษณะเดียวกับการหักค่าเสื่อมราคาจากสินทรัพย์จับต้องได้ (Tangible Assets) เช่น ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ ยานพาหนะ
4. ในกรณีที่กิจการได้ดำเนินการมาก่อน ควรแสดงรายการของงบดุลปีก่อนหน้าที่จะจัดทำประมาณการ (โดยอาจแสดงเพียง 1 ปีก่อนหน้าหรือมากกว่าแล้วแต่ความเหมาะสม) เพื่อให้ทราบการเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น ประกอบกับงบดุลใหม่ที่เกิดขึ้นจากการจัดทำประมาณการใหม่

8.12 ประมาณการงบดุล

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

8.13 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

เป็นการวิเคราะห์จากงบการเงินที่จัดทำขึ้น ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะแบ่งเป็น 4 ส่วนหลักเพื่อให้ทราบถึง

อัตราส่วนการวัดสภาพคล่องทางการเงิน (Liquidity Ratios)

เป็นอัตราส่วนที่แสดงให้เห็นถึงสภาพคล่องทางการเงินของธุรกิจ โดยจะพิจารณาจากสินทรัพย์หมุนเวียน และหนี้สินหมุนเวียนของกิจการ รวมทั้งเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ

อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio) = สินทรัพย์หมุนเวียน / หนี้สินหมุนเวียน

อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (Quick Ratio) = (สินทรัพย์หมุนเวียน - สินค้าคงเหลือ) / หนี้สินหมุนเวียน

อัตราส่วนการวัดประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์ (Activity Ratios)

เป็นอัตราส่วนที่แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์ของสินทรัพย์ในกิจการ

อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ (Receivable Turnover) = ขายเชื่อสุทธิ / ลูกหนี้ถัวเฉลี่ย

อัตราหมุนเวียนของสินค้า (Inventory Turnover) = ต้นทุนสินค้าขาย / สินค้าคงเหลือถัวเฉลี่ย

ระยะเวลาเรียกเก็บหนี้ (Receivable Turnover Period) = ระยะเวลาในรอบ 1 ปี / อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้

ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (Inventory Turnover Period) = ระยะเวลาในรอบ 1 ปี / อัตราหมุนเวียนของสินค้า

อัตราการผลิตของสินทรัพย์ถาวร = ขายสุทธิ / สินทรัพย์ถาวร

อัตราการผลิตของสินทรัพย์รวม = ขายสุทธิ / สินทรัพย์รวม

อัตราส่วนการวัดความสามารถในการก่อหนี้

เป็นอัตราส่วนที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถหรือความเสี่ยงของธุรกิจ ในความสามารถด้านการชำระภาระหนี้สินของกิจการ โดยพิจารณาจากมูลค่าหนี้สิน ส่วนทุน รวมถึงผลกำไรและความสามารถในการชำระหนี้ของธุรกิจ

อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ (Debt to Asset Ratio) = หนี้สินรวม / สินทรัพย์รวม

อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt to Equity Ratio) = หนี้สินรวม / ส่วนของผู้ถือหุ้น

อัตราส่วนความสามารถจ่ายดอกเบี้ย (Interest Coverage Ratio) = กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี / ดอกเบี้ยจ่าย

อัตราส่วนการวัดความสามารถในการบริหารงาน

เป็นอัตราส่วนที่แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการบริหารงานของธุรกิจว่าสามารถสร้างผลกำไรหรือผลตอบแทนให้กับธุรกิจ โดยพิจารณาจาก ผลกำไร สินทรัพย์ ส่วนทุน และยอดขายหรือรายได้ของธุรกิจ

อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return on Assets : ROA) = กำไรสุทธิ / สินทรัพย์ทั้งหมด

อัตราผลตอบแทนจากส่วนผู้ถือหุ้น (Return on Equity : ROE) = กำไรสุทธิ / ส่วนของผู้ถือหุ้น (ทุน + กำไรสะสม)

อัตรากำไรขั้นต้นหรือผลตอบแทนต่อยอดขาย (Gross Profit Margin) = กำไรขั้นต้น / ยอดขาย

อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (Operating Income Margin) = กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี / ยอดขาย

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV or Net Present Value) เป็นการแสดงผลรวมของกระแสเงินสดที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจซึ่งปรับค่าเป็นค่าของเงินสดตลอดช่วงเวลาดำเนินการเป็นมูลค่าปัจจุบัน จากการกำหนดอัตราคิดลดกระแสเงินสด (Discount Rate) ที่กำหนดขึ้น โดยผลรวมของมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) จะต้องมีค่ามากกว่า 0 หรือมีค่าเป็น + เพราะในกรณีที่ค่าเป็น - แสดงว่าโครงการไม่คุ้มค่ากับการลงทุน หรือมีค่าที่ยังมากยิ่งดี การคำนวณอาจใช้การแปลงค่าเงินสดแต่ละช่วงเวลาเป็นมูลค่าปัจจุบันแล้วหาผลรวมทั้งหมด หรืออาจใช้ Function NPV ของโปรแกรม Microsoft Excel ในการคำนวณเลยก็ได้ โดยเริ่มจากปีที่ 1 เป็นต้นไป แต่ต้องไม่ลืมว่าต้องมีการบวกกลับค่าของเงินในปีที่ 0 ซึ่งมักมีค่าเป็นลบ (-) เนื่องจากเป็นมูลค่าลงทุนปัจจุบันของเงินสดจ่ายในช่วงเริ่มต้นโครงการ

อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR or Internal Rate of Return) เป็นอัตราผลตอบแทนประมาณการ ที่ถ้ากำหนดขึ้นเทียบเท่าอัตราคิดลดกระแสเงินสด (Discount Rate) จะทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 0 โดยอัตรา IRR ควรมีความมากกว่าอัตราคิดลดกระแสเงินสด (Discount Rate) หรือมีค่าที่ยังมากยิ่งดี โดยใช้ Function IRR ของโปรแกรม Microsoft Excel โดยเริ่มจากปีที่ 0

ระยะเวลาคืนทุนคิดลด (Discount Payback Period) เป็นการกำหนดถึงระยะเวลาที่ทำให้มูลค่าการลงทุนหรือเงินสดที่ลงทุนไป (มีค่าเป็นค่าลบ) ได้รับคืนมาทั้งหมด (จากค่าลบเพิ่มขึ้นจนมีค่าเป็นศูนย์) แต่เนื่องจากผลของค่าของเงินกระแสเงินสดที่ลงทุนจึงควรจะมีการปรับค่าเงินที่ได้รับเป็นมูลค่าปัจจุบัน (Present Value) ก่อนในการคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนซึ่งจะแตกต่างจากการคิดระยะเวลาคืนทุนแบบเดิมซึ่งจะคำนึงเฉพาะยอดเงินลงทุนโดยไม่สนใจถึงเรื่องของค่าเงินในช่วงเวลาการดำเนินการ

8.13 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

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

หมายเหตุ

9. แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

เป็นการแสดงแผนการป้องกันความเสี่ยงจากการประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจ หรือแผนฉุกเฉินของธุรกิจต่อความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นนั้น โดยเป็นการประเมินจากแผนการบริหารจัดการ แผนการตลาด แผนการผลิต แผนการเงิน โดยอาจจะพิจารณากำหนดจากส่วนที่เป็นจุดอ่อนหรือปัญหาของธุรกิจ โดยจะมียอดประกอบประกอบด้วยลักษณะของปัญหา ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจเมื่อประสบปัญหา และแนวทางการป้องกันและแก้ไขในกรณีที่เกิดผลกระทบต่อธุรกิจจากปัญหานั้น การระบุควรให้ครอบคลุมครบทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการบริหารจัดการ การตลาด การผลิต และการเงิน ตัวอย่างเช่น การลอกเลียนแบบสินค้า, ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น, การลดราคาขายสินค้าของคู่แข่ง, การขาดรายได้กะทันหัน เช่น ภาวะอัคคีภัย หรือระเบียบข้อบังคับพิเศษที่ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงของการขายสินค้า, ภาวะตกต่ำของเศรษฐกิจ หรือการบริหารงานภายในเกิดปัญหาความขัดแย้ง เป็นต้น

9. แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

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

ภาคผนวกและเอกสารแนบ

เป็นเอกสารประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ และเป็นเอกสารที่ช่วยสนับสนุนข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏในแผนธุรกิจทั้งในส่วนของ แผนการบริหารจัดการ แผนการตลาด แผนการผลิต แผนการเงิน โดยเอกสารแนบในภาคผนวกของแผนธุรกิจจะประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

เอกสารเกี่ยวกับบริษัทหรือธุรกิจ เช่น

1. คำขอรับการสนับสนุน (Application Form)
2. สำเนาหนังสือรับรองจากกระทรวงพาณิชย์ (ควรมีระยะเวลาไม่เกิน 1 เดือน)
3. สำเนาทะเบียนรายชื่อผู้ถือหุ้นของบริษัท (อาจทำการคัดสำเนาใหม่ระยะเวลาไม่เกิน 1 เดือน)
4. งบการเงินย้อนหลังที่ได้รับการรับรองจากผู้ตรวจสอบบัญชีรับอนุญาต ในกรณีที่บริษัทได้ดำเนินกิจการมาก่อนหน้าอย่างน้อย 3 ปี หรือกรณีที่ธุรกิจดำเนินการมาน้อยกว่านี้ให้แสดงถึงปีล่าสุด
5. สำเนาบัญชีธนาคาร (Bank Statement) ของกิจการย้อนหลังอย่างน้อย 6 เดือน
6. สำเนาบัตรประชาชน / ทะเบียนบ้าน กรรมการผู้มีอำนาจลงนามของบริษัท

เอกสารที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น

1. ผลงานในอดีตที่ผ่านมา หรือ Portfolio ของธุรกิจ
2. รางวัลต่างๆ ที่ผ่านมาของการดำเนินธุรกิจ
3. บทสัมภาษณ์จากสื่อต่างๆ ของธุรกิจ เช่น จากนิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ (ถ้ามี)
4. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ
5. สำเนาเอกสารสำคัญที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เช่น สำเนาลิขสิทธิ์, สิทธิบัตร เป็นต้น
6. เอกสารอื่นๆ ตามความเหมาะสม

แหล่งข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับแผนธุรกิจ

ในกรณีที่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับแผนธุรกิจ ในเรื่องของการเขียนแผน สามารถหารายละเอียดได้จากหน่วยงานสนับสนุนต่างๆ ตัวอย่างเช่น

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	www.sme.go.th
ศูนย์ธุรกิจอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	www.dip.go.th/boc/
สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	www.ismed.or.th
ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	www.smebank.co.th

ภาคผนวกและเอกสารแนบ

เอกสารอ้างอิง

คู่มือการเขียนแผนธุรกิจ ภาคการผลิต: รัชกฤช คล่องพยาบาล, ส่วนบริการปรึกษาการเงินและการร่วมลงทุน, ฝ่ายประสานและบริการ SMEs, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550

เอกสารประกอบการบรรยาย การจัดทำแผนธุรกิจ: รัชกฤช คล่องพยาบาล, ส่วนบริการปรึกษาการเงินและการร่วมลงทุน, ฝ่ายประสานและบริการ SMEs, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550

เอกสารประกอบการบรรยาย การวิเคราะห์โครงการทางธุรกิจ: รัชกฤช คล่องพยาบาล, ส่วนบริการปรึกษาการเงินและการร่วมลงทุน, ฝ่ายประสานและบริการ SMEs, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550

คู่มือการเขียนแผนธุรกิจ: ศศิ คล่องพยาบาล, ส่วนบริการปรึกษาการเงินและการร่วมลงทุน, ฝ่ายประสานและบริการ SMEs, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2549

เอกสารประกอบการบรรยาย เขียนแผนธุรกิจอย่างไรให้ได้เงิน: ศศิ คล่องพยาบาล, ส่วนบริการปรึกษาการเงินและการร่วมลงทุน, สำนักบริหารกองทุน, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2548

แผนธุรกิจ, SMEs Business Plan: มาณฑิลา ชีวธนาสุนทร, สำนักพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการ, กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, กระทรวงอุตสาหกรรม, พิมพ์ครั้งที่ 6, 2547



สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม :

เลขที่ 21 อาคารทีเอสที ชั้น G, 17-20, 23 ถ.วิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์: 0-2278-8800 โทรสาร: 0-2273-8850 e-mail: info@sme.go.th

www.sme.go.th