

การเขียนแผนธุรกิจ

คู่มือสร้างเส้นทางสู่ความสำเร็จสำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่



3 กีบดักยอดฮิตของมือใหม่ (จากนิตยสาร Forbes)



โครงสร้างสถาปัตยกรรมของแผนธุรกิจ



7. แผนฉุกเฉิน:

หลังคาคุ้มกันพายุความเสี่ยง

6. แผนการเงิน:

ท่อน้ำเลี้ยงและระบบไฟฟ้าขององค์กร

5. ทีมบริหาร:

เสาหลักและผู้ควบคุมโครงสร้าง

4. การดำเนินงาน:

ระบบฟันเฟืองภายในอาคาร

3. กลยุทธ์การตลาด:

การตกแต่งภายในที่ดึงดูดลูกค้า

2. วิเคราะห์ตลาด:

ฐานรากที่มั่นคงจากการเข้าใจลูกค้า

1. บทสรุปผู้บริหาร:

ประตูหน้าสุดที่เปิดรับนักลงทุน
(เขียนที่หลังสุด แต่อยู่หน้าแรก)

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary) : กุญแจทองคำเปิดใจนายทุน

ความยาว 1-2 หน้ากระดาษ เขียนเป็นลำดับสุดท้าย แต่สำคัญที่สุด



รู้จักสมรรถุมิรบ: การวิเคราะห์ตลาดและกลยุทธ์

Data-Driven Understanding (อย่าลืมวิจัยตลาด!)

- วิเคราะห์ประชากรศาสตร์: เพศ, อายุ, อาชีพ
- ความต้องการ: สินค้าเราตอบสนองคุณค่า (Value Proposition) อะไร?



กลยุทธ์ความได้เปรียบ (Michael E. Porter)

- Cost Leadership: ผู้นำด้านราคา (ผลิตมาก ต้นทุนต่ำ)
- Differentiation: แตกต่างอย่างโดดเด่น (ลูกค้าจดจำได้)
- Focus: ตลาดเฉพาะกลุ่ม (ฐานลูกค้านี้้อย แต่มูลค่าซื้อสูง)
- Best Cost: คู่แข่งที่ต่ำสุด (คุณภาพดีในราคาที่เหมาะสม)

SWOT Analysis: สแกนสุขภาพธุรกิจ

กรณีศึกษา: ธุรกิจร้านอาหาร

ปัจจัยภายใน (Internal / ควบคุมได้)

จุดแข็ง (Strengths - S)

- อาหารอร่อย บริการดีเยี่ยม
- มีฐานลูกค้าประจำ แรนด์เป็นที่จดจำ

ปัจจัยภายนอก (External / ควบคุมได้)

จุดอ่อน (Weaknesses - W)

- ต้นทุนวัตถุดิบค่อนข้างสูง
- ขาดพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

ปัจจัยภายนอก
(External / ควบคุมไม่ได้)

โอกาส (Opportunities - O)

- กระแสคนชอบทานอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้น
- พฤติกรรมผู้บริโภคต้องการความสะดวกรวดเร็ว

อุปสรรค (Threats - T)

- การแข่งขันสูงจากคู่แข่งรายใหม่
- นโยบายภาครัฐที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจผันผวน



แผนการเงิน (Financial Plan): ท่อน้ำเลี้ยงของธุรกิจ



แผนฉุกเฉิน (Risk Management): รับมือภัยพายุเข้า

ไม่มีธุรกิจใดไร้ความเสี่ยง
ต้องประเมินและเตรียมแผนสำรอง



ความเสี่ยง (Risk)	ผลกระทบ (Impact)	แผนสำรอง (Mitigation)
คู่แข่งรายใหญ่ลดราคาตัดหน้า	ยอดขายตก ลูกค้าเปลี่ยนใจ	สร้างความภักดีด้วยระบบสะสมแต้ม (Loyalty Program) และชูจุดเด่นด้านบริการ
ขาดแคลนวัตถุดิบ / ราคาผันผวน	ต้นทุนพุ่งสูง ผลิตสินค้าไม่ทัน	ทำสัญญาราคาล่วงหน้า (Contract Farming) และหาซัพพลายเออร์สำรอง

ทางลัดสู่ความสำเร็จ: รู้จักกับ Lean Canvas

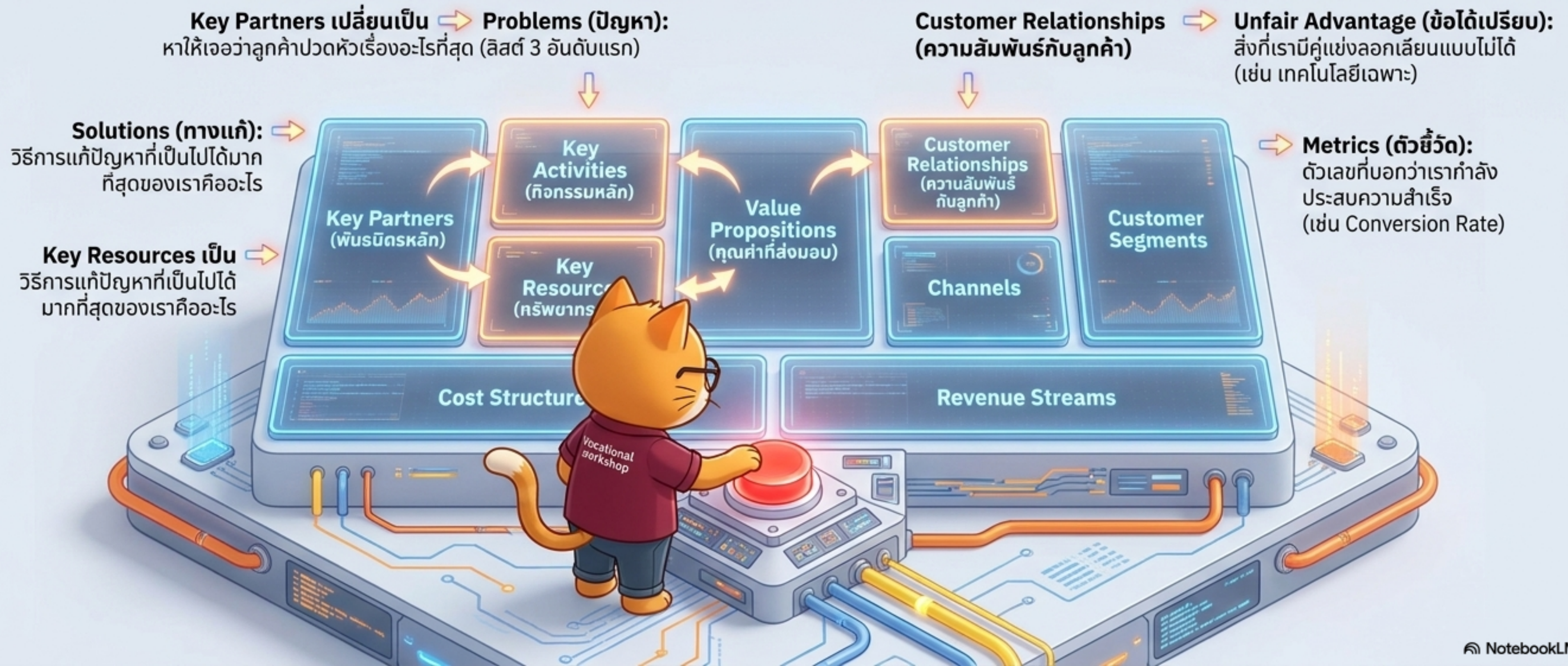
เมื่อแผนธุรกิจแบบเดิมซ้ำเกินไปสำหรับ Startup ยุคใหม่



เป้าหมายหลัก: เหมาะสำหรับการนำเสนอแบบลิฟต์ (Elevator Pitch) ที่ต้องดึงดูดนักลงทุนในเวลาไม่กี่นาที

ถอดรหัส Lean Canvas (ดัดแปลงจาก Business Model Canvas)

ปรับเปลี่ยน 4 หัวข้อ เพื่อตอบโจทย์ธุรกิจหน้าใหม่ที่ยังค้นหาทางของตัวเอง



เลือกเครื่องมือให้ถูกกับงาน: แผนธุรกิจดั้งเดิม vs. Lean Canvas

แผนธุรกิจดั้งเดิม



แผนธุรกิจดั้งเดิม



Lean Canvas

Lean Canvas

	เอกสารรูปเล่ม 20-50 หน้า 	รูปแบบ (Format)		สรุปกระชับใน 1 หน้ากระดาษ 
	ใช้เวลาหลายสัปดาห์ หรือเป็นเดือน 	เวลาในการจัดทำ (Time)		เสร็จได้ภายในครึ่งวัน 
	ปรับแก้ได้ยาก (ลงลึกทุกรายละเอียด) 	ความยืดหยุ่น (Flexibility)		ปรับแก้และทดสอบไอเดีย ได้รวดเร็ว
	ขอสินเชื่อธนาคาร / ธุรกิจที่มั่นคงแล้ว 	เหมาะสำหรับ (Best For)		ธุรกิจ Startup / ค้นหา Product-Market Fit

เจาะลึก Lean Canvas (ส่วนที่ 1): การสร้างคุณค่า

1. Customer Segments (กลุ่มลูกค้าเป็นใคร)

อย่ามองแค่ผู้ใช้งานปลายทาง
ให้นึกถึงทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
(เช่น แพลตฟอร์มขายบ้าน = ผู้ซื้อ
+ ผู้เช่า + เจ้าของบ้าน + นายหน้า)

2. Problem (พวกเขาเจอปัญหาอะไร)

ลิสต์ปัญหาที่ลูกค้าต้องเผชิญ
ในชีวิตประจำวัน 3 อันดับแรก

3. Solution & Unique Value Proposition (ทางแก้ & จุดเด่น)

เราจะแก้ปัญหอย่างไร
และทำไมลูกค้าถึงต้องเลือกเรา?
(ถึงจุดแข็งที่ไม่ซ้ำใครออกมา)

ตัวอย่าง: ไม่สามารถเดินทางไป
เซ็นเอกสารได้เพราะอยู่ไกล

3. Solution & Unique Value Proposition (ทางแก้ & จุดเด่น)

เราจะแก้ปัญหอย่างไร
และทำไมลูกค้าถึงต้องเลือกเรา?
(ถึงจุดแข็งที่ไม่ซ้ำใครออกมา)

ตัวอย่าง: สร้างระบบ eSign
เซ็นเอกสารออนไลน์ได้ทุกที่
ปลอดภัยกว่าคู่แข่ง

เจาะลึก Lean Canvas (ส่วนที่ 2): การดำเนินการและวัดผล



1



Channels

(ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า)

จะส่งมอบสินค้าและสื่อสารผ่านทางไหน?
(โซเชียลมีเดีย, โฆษณา, อีเวนต์,
การทำคอนเทนต์)

2



Revenue Streams & Cost Structure

(รายได้และต้นทุน)

- **รายได้:** เงินมาจากช่องทางไหน?
ตั้งราคาอย่างไร? ระยะเวลาคืนทุน?
- **ต้นทุน:** ค่าใช้จ่ายประจำมีอะไรบ้าง?
เพื่อค่าใช้จ่ายแฝงระหว่างดำเนินการ

3



Key Metrics

(ตัวชี้วัดความสำเร็จ)

วัดผลให้ตรงกับประเภทธุรกิจ




ตัวอย่าง: Conversion Rate
(คนเข้าเว็บ 1,000 ชื้อ 200 = 20%),
จำนวนผู้ลงทะเบียนใช้งานแอปพลิเคชัน

บทสรุปนักการตลาด: ศิลปะแห่งการลงมือทำ



“ ไม่มีแผนธุรกิจใดสมบูรณ์แบบตั้งแต่วันแรก
จงเริ่มเขียน ลงมือทำ และปรับตัว ”

ส่งท้ายจากครูสร

-  - แผนคือเข็มทิศ ไม่ใช่กรงขัง: หน้าทีของแผนคือบอกทิศทาง แต่คุณต้องยืดหยุ่นพอที่จะหลบหลีกอุปสรรค (Leave room to pivot)
-  - ตัวเลขต้องแม่นยำ เล่าเรื่องต้องจับใจ: ต่อให้แผนจะเขียนใน 50 หน้า หรือ 1 หน้าบน Lean Canvas... สุดท้าย 'ศิลปะการเล่าเรื่อง' คือสิ่งที่ตัดสินว่าธุรกิจของคุณน่าลงทุนหรือไม่
-  - พร้อมทั้งจะสร้างธุรกิจของคุณหรือยัง? เริ่มต้นร่างแผนแรกของคุณได้เลย!