

แผนธุรกิจ
ทะเลชีฟู้ดส์

สารบัญ

หน้า

1. บทสรุปผู้บริหาร
2. ความเป็นมาของโครงการ
3. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม
4. การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis)
5. วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย (Vision, Mission & Goals)
6. กลยุทธ์ (Strategy)
 - กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy)
 - กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategy)
 - กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ (Functional Strategy)
7. ปัจจัยที่จะทำให้โครงการประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จ
8. การบริหารโครงการ
9. การวิเคราะห์ด้านการตลาด

10. การวิเคราะห์ด้านเทคนิคหรือการผลิต
11. การวิเคราะห์ด้านการเงิน
12. การวิเคราะห์ความเสี่ยงของโครงการ
13. แผนการปรับปรุงขีดความสามารถในการประกอบการ
14. ภาคผนวก (แหล่งที่มาของข้อมูลต่างๆ)

ทะเลสีฟ้า

1. บทสรุปผู้บริหาร

วัตถุประสงค์ในการจัดทำแผนธุรกิจ

- เพื่อขอสินเชื่อสำหรับการก่อสร้างอาคาร
การปรับปรุงสถานที่และระบบสาธารณูปโภค

แนวคิดทางธุรกิจ

ลักษณะของร้านอาหารที่เป็นสวนอาหารในจังหวัดสงขลา ปัจจุบันกิจการมีลูกค้าเข้ามาบริโภคมากขึ้นจากการที่มีนักท่องเที่ยวมากขึ้น ดังนั้น กิจการจึงมีความต้องการที่จะปรับปรุงสวนอาหารใหม่ ให้กว้างขวางและมีบรรยากาศเป็นแบบธรรมชาติ

สรุปการวิเคราะห์สถานการณ์

กิจการจะมีจุดแข็งในหลายด้าน เช่น ด้านรสชาติของอาหาร คุณภาพของอาหาร บรรยากาศ และบริการที่ดีประทับใจ แต่ก็มีจุดอ่อนด้านของอาคารและต้องลงทุนในสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา

ส่วนตลาดยังคงมีรองรับอย่างต่อเนื่องต่อไป เนื่องจากจังหวัดสงขลาเป็นเมืองใหญ่มีผู้คนผ่านไปมาตลอดเวลา สำหรับอุปสรรคด้านการแข่งขันมีมากพอสมควร

กลยุทธ์สู่ความสำเร็จ

- **ด้านการจัดการ**
 - มีพนักงานรองรับครบทุกแผนกให้บริการ
 - มอบหมายหน้าที่ให้แต่ละคนรับผิดชอบอย่างชัดเจน
- **ด้านการผลิต / การบริการ**
 - เน้นความหลากหลายของอาหาร มีทั้งอาหารไทย อาหารจีน และทะเล
 - เน้นคุณภาพใหม่สด รสชาติดี อร่อยคงที่สม่ำเสมอ
 - มีการบริการจัดเลี้ยงนอกในสถานที่
 - ลูกค้าสะดวกสบาย มีที่จอดรถ และบรรยากาศดี เป็นธรรมชาติ
- **ด้านการตลาด**
 - เน้นกิจกรรมด้านการตลาด
 - โดยมีการทำส่งเสริมการขายตามฤดูกาลท่องเที่ยวและช่วงเทศกาลต่าง ๆ
- **ด้านการเงิน**
 - จัดหาแหล่งเงินทุนที่ดอกเบี้ยต่ำ

2. ความเป็นมาของโครงการ

ประวัติและความเป็นมาของบริษัท และโครงการ

ทะเลสีฟ้าเปิดดำเนินการตั้งแต่ปี 2538 โดยการเช่าอาคารพาณิชย์ 3 ชั้น
2 คูหา ซึ่งดัดแปลงเป็นร้านอาหาร

จึงไม่ค่อยเหมาะสมกับการใช้งานและการสร้างบรรยากาศเป็นส่วนอาหาร

ในปี 2543 ได้ตัดสินใจซื้อที่ดินที่เหมาะสมเพื่อสร้างเป็นส่วนอาหาร
และมีความคิดและตั้งใจที่จะย้ายร้านอาหารทะเลสีฟ้ามาสร้างบนพื้นที่ของตนเอง
เพื่อมุ่งหวังดำเนินธุรกิจให้เต็มความสามารถ

และความภูมิใจที่เป็นธุรกิจของตนเอง

โดยสถานที่ใหม่จะเป็นร้านอาหารที่เน้นบรรยากาศ มีบริเวณกว้างขวาง มีการ
ตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม มีความสะดวกในการจอดรถมากขึ้น

นอกจากนี้ ยังมีการรับจัดเลี้ยงทั้งนอกและในสถานที่
รวมทั้งการร่วมมือกับบริษัททัวร์ และกับโรงแรมต่าง ๆ ในจังหวัดสงขลา

อีกทางหนึ่งด้วย

ลักษณะธุรกิจของโครงการ

เป็นโครงการปรับปรุงงาน โดยการย้ายทำเลที่ตั้งของกิจการไปอยู่ที่ใหม่ ให้มีลักษณะเป็นส่วนอาหาร มีบรรยากาศของธรรมชาติ อยู่ริมคลอง เป็นชายทุ่ง นอกเมืองไปประมาณ 1 กิโลเมตร

3. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม มาตรฐานการประกอบการในอุตสาหกรรม

ร้านอาหารโดยทั่วไป ที่เปิดดำเนินธุรกิจอยู่ทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ มีการควบคุม และตรวจสอบคุณภาพโดยกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ตามมาตรฐานพระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535

ในส่วนของผู้บริโภคที่เลือกรับประทานอาหารตามร้านอาหาร หรือส่วนอาหาร ตามผลวิจัยของ สถาบันวิจัยอุตสาหกรรม พบว่า เหตุผลที่ผู้บริโภคตัดสินใจในการเลือกร้านอาหารที่จะบริโภคคือ

- อันดับ 1 รสชาติของอาหาร
- อันดับ 2 มีความหลากหลายในเมนูอาหาร
- อันดับ 3 ราคาพอเหมาะกับคุณภาพ
- อันดับ 4 ความสะอาด
- อันดับ 5 บรรยากาศของร้านอาหาร

ภาพรวมสภาวะอุตสาหกรรม

ภาพรวมของอุตสาหกรรมร้านอาหารในจังหวัดสงขลา แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารนอกบ้านของคนในพื้นที่ของจังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มข้าราชการ กลุ่มของนักธุรกิจ กลุ่มนักท่องเที่ยว เนื่องจากจังหวัดสงขลามีแหล่งท่องเที่ยวทั้งด้านโบราณสถานเก่าแก่ และมีการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในปี 2546 อัตราร้อยละ (จากสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ปี 2546) ซึ่งมีทั้งชาวต่างประเทศ และชาวไทย ซึ่งมีผลต่ออุตสาหกรรมร้านอาหารให้เติบโตขึ้นด้วย

นอกจากนี้ ภาวะเศรษฐกิจของจังหวัดสงขลา ในปี 2545 ขยายตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากราคาของพืชผลทางเกษตรดีขึ้น ส่งผลให้ประชาชนมีการบริโภคและจับจ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้นด้วย ส่วนจำนวนร้านอาหาร ในจังหวัดสงขลามีร้านอาหารและภัตตาคารที่ค่อนข้างดี ประมาณ 40 ราย ซึ่งส่งผลให้มีการแข่งขันมากขึ้น (ตัวเลขสมมติ)

4. การวิเคราะห์สถานการณ์

กิจการของโครงการย้ายร้านอาหารของทะเลสีฟู้ดส์ ไปยังสถานที่ใหม่ พบว่า

- จุดแข็ง**
- รสชาติอร่อย
 - รายการอาหารมีความแปลกแตกต่างจากร้านอาหารอื่นๆ และมีบรรยากาศของร้านอาหารดีกว่าคู่แข่ง เพราะเน้นธรรมชาติ อยู่ริมคลอง ชายทุ่ง และสถานที่กว้างขวางกว่าร้านอาหารที่อยู่ในเมือง
 - มีที่จอดรถสะดวก และจำนวนมากเพียงพอกับลูกค้า
 - การบริการที่ดี เป็นกันเอง
- จุดอ่อน**
- ต้นทุนจะสูงกว่าที่เคยดำเนินกิจการอยู่เดิม
 - ทำเลใหม่อยู่ไกลจากตัวเมืองประมาณ 1 กิโลเมตร
 - เป็นสถานที่ใหม่ ลูกค้าจะรู้จักค่อนข้างน้อย
- โอกาส**
-

ค่านิยมของผู้คนในปัจจุบันชอบทานข้างนอกบ้านกันมากขึ้น เนื่องในโอกาสต่าง ๆ เช่น จัดเลี้ยง ฉลอง และเทศกาลต่าง ๆ

- จังหวัดสงขลา เป็นเมืองเปิดมากขึ้นกว่าสมัยก่อน มีกลุ่มคนหลากหลายที่เข้ามาในจังหวัดสงขลา เพราะทางจังหวัดรณรงค์ให้เป็นเมืองท่องเที่ยว

ทั้งด้านโบราณสถาน และด้านธรรมชาติ เช่น ทะเล น้ำตก และภูเขา

- เศรษฐกิจเริ่มดีขึ้น
มีผลต่อปริมาณการบริโภคอาหารนอกบ้าน

อุปสรรค - มีการแข่งขันกันพอสมควร เนื่องจากมีร้านอาหารกว่า 40 ร้านในจังหวัดสงขลา

5. วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย

วิสัยทัศน์ (Vision)

เน้นให้บริการอาหารที่มีรสชาติความอร่อย หลากหลาย
บรรยากาศดี บริการได้มาตรฐาน

พันธกิจ (Mission)

กิจการจะเน้นรสชาติของอาหารและคุณภาพต้องมาเป็นอันดับแรก
บริการที่ประทับใจ

เป้าหมาย (Objectives)

- ต้องการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของทะเลชีฟู้ดส์
จะให้เป็นศูนย์อาหารทางด้านชีฟู้ดส์
- ต้องการยอดขายของกิจการในแต่ละวันอย่างน้อย 55-60 คน

6. การกำหนดกลยุทธ์

กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy)

กิจการของทะเลชีฟู้ดส์ตามโครงการ คือ กลยุทธ์การเจริญเติบโต
(Growth Strategies) ในรูปแบบที่เรียกว่า การเจริญเติบโตตามแนวนอน
คือ กิจการต้องการเพิ่มยอดขาย นอกจากลูกค้ากลุ่มเดิมแล้ว

กิจการต้องการขยายตลาดในลูกค้ากลุ่มใหม่ คือ กลุ่มงานจัดเลี้ยง และกลุ่มทัวร์

กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business Strategies)

กิจการของทะเลซีฟู้ดส์ ใช้กลยุทธ์ระดับธุรกิจ ที่เรียกว่า **แบบจำกัดขอบเขตที่มุ่งความแตกต่าง (Differentiation Focus)**

เจาะกลุ่มลูกค้าบางกลุ่ม คือ ทะเลซีฟู้ดส์เชื่อว่า

กิจการสามารถตอบสนองตลาดเป้าหมายที่แคบอย่างเช่น กลุ่มจัดเลี้ยง และกลุ่มทัวร์ได้ดีกว่าคู่แข่ง

ด้วยความแตกต่างในด้านของรายการอาหารที่แตกต่างและคุณภาพของอาหาร

กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ (Function Strategies)

ด้านการตลาด

กิจการจะพัฒนาตลาดใหม่ หาลูกค้ากลุ่มใหม่ โดยยังเน้นผลิตภัณฑ์ตัวเดิม คือ **เป็นรายการอาหารตามสั่ง และอาหารประเภทซีฟู้ดส์**

ด้านการผลิต / การบริการ

- ปรับปรุงรายการอาหาร ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น
- มีการปรับระบบบริการ เช่น การรับจัดเลี้ยงนอกสถานที่

ด้านการเงิน

- กลยุทธ์ในการจัดหาเงินทุนที่มีต้นทุนต่ำและความคล่องตัว

ด้านการจัดการ

- พัฒนาพนักงานบริการให้มีมาตรฐาน มีการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ

7. ปัจจัยที่จะทำให้โครงการประสบความสำเร็จ และไม่ประสบความสำเร็จ

ปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จ

- ฝีมือของก๊วกที่ได้มาตรฐาน
- วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตใหม่และสดเสมอทุกครั้ง

- การมีบรรยากาศที่ดี และสถานที่ตกแต่งที่สวยงาม
- การบริการที่ประทับใจ

ปัจจัยที่ทำให้ไม่ประสบความสำเร็จ

- ทำเลที่ตั้งอยู่ไกลจากตัวเมือง
- เพิ่งเปิดสถานที่ใหม่ ยังไม่มีใครรู้จักสถานที่มากพอ

8. การบริหารโครงการ

การก่อตั้งกิจการ

ทะเลสีฟู้ดส์ก่อตั้งโดยคุณก๊วง ทะเลสวย ในรูปแบบเจ้าของคนเดียว เมื่อมี 2538 โดยการเช่าอาคารพาณิชย์ 3 ชั้น ทั้งหมด 3 คูหา

ต่อมาปี 2543 ได้ซื้อที่ดินเปล่าจำนวนเนื้อที่ 623 ตารางวา จึงคิดจะย้ายที่ประกอบการจากที่เดิม มาเปิดกิจการในทำเลใหม่บนพื้นที่ที่ซื้อไว้ ห่างจากตัวเมืองประมาณ 1 กิโลเมตร

รายชื่อผู้ถือหุ้น / หุ้นส่วน

กิจการประกอบธุรกิจลักษณะเจ้าของธุรกิจคนเดียว

ประวัติและความสามารถของผู้บริหาร

คุณก๊วง ทะเลสวย ตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ปัจจุบันคุณก๊วงมีอายุ 40 ปี เป็นคน อ.เมือง จ.สงขลา จบการศึกษา ปวส. สาขาการบัญชี จากวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา วิทยาเขตพัทลุง มีประสบการณ์การทำงานกับสถาบันการเงินแห่งหนึ่งมา 19 ปี ก่อนมาทำร้านทะเลสีฟู้ดส์

กลยุทธ์การสรรหาและจัดเตรียมบุคลากร

ผู้ประกอบการจะทำหน้าที่รับสมัคร ทำการคัดเลือก และสอบสัมภาษณ์ด้วยตัวเอง จัดเตรียมตำแหน่งที่จะต้องรับสมัครพนักงานเพิ่มในด้านเหล่านี้

- บัญชี
- ด้านการเงิน / เก็บเงิน
- พนักงานเสิร์ฟ
- พนักงานทำความสะอาด
- ผู้ช่วยแม่ครัว
- ยาม
- คนสวน

ผู้สอบบัญชีและที่ปรึกษากฎหมาย

-ไม่มี-

เครือข่ายทางธุรกิจ

ผู้ประกอบการมีเครือข่ายบ้าง จากการเป็นสมาชิกของหอการค้าจังหวัดสงขลา และกลุ่มบริษัททัวร์ในจังหวัดสงขลา

9. การวิเคราะห์ด้านการตลาด

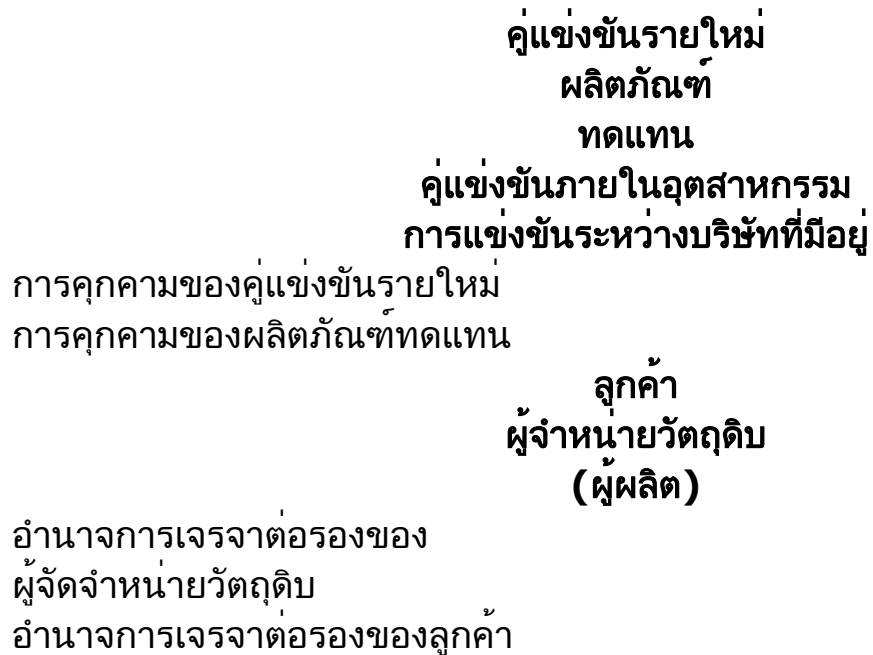
กลุ่มลูกค้า ตลาดเป้าหมาย / ส่วนแบ่งการตลาด

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ในพื้นที่จังหวัดสงขลา

1. ลูกค้าประจำจากสถานที่เดิม ได้แก่กลุ่มพนักงานบริษัท ห้างร้าน และส่วนราชการ
2. ลูกค้าจากโรงแรมศรีไสล และบริเวณรอบสวนอาหาร
3. กลุ่มจัดเลี้ยง เช่น งานสังสรรค์ งานแต่งงาน งานวันเกิด วันสำคัญอื่น ๆ

ส่วนแบ่งการตลาด กิจการจะมีส่วนแบ่งการตลาดประมาณ 10% ของตลาดรวม คือ ยอดขายไม่ต่ำกว่า 5 ล้านบาท จากตลาดรวมประมาณ 50 ล้านบาท

การวิเคราะห์การแข่งขันของบริการ (โดยใช้ Five-Forces Model)



1. การคุกคามจากผู้เข้ามาใหม่ ของอุตสาหกรรมร้านอาหาร

ข้อได้เปรียบ	- ชื่อเสียง ตราयीห้อมีส่วนสำคัญใน การยอมรับของผู้บริโภค ทะเลซีฟู้ดตั้งมานานแล้วและเป็นที่ยอมรับ สมควร
	- ถ่าลงทุนให้ได้มาตรฐาน ต้นทุนจะสูง
ข้อเสียเปรียบ	- การเข้ามาสู่อุตสาหกรรมง่าย ไม่ต้องอาศัยเทคโนโลยีสูง ทำให้คู่แข่งเข้ามาได้ง่าย
	- การจัดจำหน่ายเปิดกว้าง แล้วแต่ความสามารถของเจ้าของกิจการ

2. ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ

ข้อได้เปรียบ	- ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบพวกอาหารสดทางทะเล ซึ่งอยู่บริเวณหาดใหญ่ อยู่ใกล้กับอำเภอเมืองและมีจำนวนหลายราย สามารถต่อรองด้านราคา
ข้อเสียเปรียบ	- วัตถุดิบพวกอาหารทะเล ขึ้นอยู่กับฤดูกาล ทำให้บางช่วงขาดแคลน มีผลให้ต้นทุนสูงไปด้วย

3. การคุกคามจากผลิตภัณฑ์ทดแทน

ข้อได้เปรียบ	- การทดแทนของสวนอาหาร ขึ้นกับความชอบของผู้บริโภค คิในบรรยากาศที่แตกต่างกัน หากเปรียบเทียบกันอาจจะทำได้ยาก
ข้อเสียเปรียบ	- ผลิตภัณฑ์ทดแทนอย่างเช่น ห้องอาหารและภัตตาคาร อาจจะหาง่าย และสะดวก เพราะอยู่ในตัวเมือง

4. อำนาจการเจรจาต่อรองของลูกค้า

ข้อได้เปรียบ	- ลูกค้าแต่ละรายที่เข้ามาจะ ะไม่มีการต่อรองราคา จะปฏิบัติตามที่ทางกิจการกำหนดราคาไว้
ข้อเสียเปรียบ	- ลูกค้าที่เป็นลักษณะกลุ่ม และกรุปทัวร์อาจจะต้องการลดราคา เนื่องจากลูกค้าจำนวนมาก
	- กลุ่มลูกค้าจัดเลี้ยงอาจจะมีการเจรจาต่อรอง เรื่องราคาและของแถมของแถมค่อนข้างมา ก

4. การแข่งขันระหว่างบริษัทที่มีอยู่เดิม ภายในอุตสาหกรรม

ข้อได้เปรียบ	- ในด้านรสชาติอาหาร คุณภาพอาหารสดใหม่
	- สถานที่กว้างขวางดีกว่าคู่แข่ง บรรยากาศก็ดี
	- การบริการที่ดี เป็นกันเอง
	- มีที่จอดรถสะดวก
ข้อเสียเปรียบ	- จำนวนของคู่แข่งมีค่อนข้างมากพอสมควร
	- ต้นทุนสูง เนื่องจากลงทุนใหม่
	- ลูกค้ายังไม่รู้จักเหมือนร้านเดิม

คู่แข่งชั้นของกิจการทั้งทางตรงและทางอ้อม

คู่แข่งชั้น	ทางตรง	ทางอ้อม
อัจฉราชีฟู้ด		
ครัววัง		
ครัวทันสมัย		
สวนนก		
เรือหลวง		

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด

คุณภาพ

สูง

ต่ำ

ราคาต่ำ

สูง

ทะเลชีฟู้ดส์
อัจฉราชีฟู้ด
คู่แข่งอื่น ๆ

ทะเลชีฟู้ดส์ได้กำหนดตำแหน่งของกิจการไว้ที่ราคาค่อนข้างสูงกว่าคู่แข่งชั้นและคุณภาพก็สูงกว่าคู่แข่งชั้นในด้านของวัตถุดิบที่ใช้จะเลือกที่มีคุณภาพใหม่ สด ดีกว่าคู่แข่งชั้น ดังนั้นตำแหน่งทางการตลาดจะอยู่ในระดับต่อไปนี้

กลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์ด้านสินค้า / บริการ

- มีรายการอาหารตามสั่งทุกประเภททั้งอาหารไทย อาหารจีน
- มีรายการอาหารซีฟู้ดส์ที่เน้นความสดและใหม่
รับประกันคุณภาพ ไม่สดคืนได้
- มีบริการรับจัดเลี้ยงนอกและในสถานที่ รับจัดเลี้ยงทุกประเภท
- เน้นบรรยากาศของร้านเป็นแบบธรรมชาติ

กลยุทธ์ด้านราคา

- ราคาอาจจะสูงกว่าคู่แข่งชั้นเพียงเล็กน้อย
ในส่วนของอาหารไทยและอาหารจีน
เพราะต้นทุนอาจจะสูงเนื่องจากการคัดของที่มีคุณภาพมาใช้
ในการผลิต

กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย

- ผู้บริหารจะเข้าหาลูกค้าตามกลุ่มต่าง ๆ โดยตรง
ตามหน่วยงานต่าง ๆ บริษัท ห้างร้าน ธนาคาร
และในส่วนราชการ พร้อมกับนามบัตรและส่วนลด
การเป็นสมาชิกของสวนอาหาร
- การหาลูกค้าผ่านกลุ่มบริษัททัวร์
เป็นผู้ชักนำและพามารับประทานที่ใหม่

กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาดและการขาย

การโฆษณา	จะมีการทำแผ่นพับไปปลิว
	- ติดป้ายโฆษณาตามสถานที่ต่าง ๆ ในตัวเมือง และปากทางเข้าร้านอาหาร

การประชาสัมพันธ์	- ในวันเปิดกิจการวันแรก ทางร้านจะมีการแจกของชำร่วยให้ลูกค้าที่มารับประทานอาหารในร้าน
การส่งเสริมการขาย	- มีการทำบัตรสมาชิก ถ้าเป็นสมาชิกมีส่วนลดพิเศษ
	- ลูกค้าโต๊ะใดมีจำนวนเกิน 10 คน จะได้ส่วนลดพิเศษ

10. การวิเคราะห์ด้านเทคนิคหรือการผลิต / การบริการ กรรมวิธีการบริการ (Flow Chart)

ชื่อวัตถุดิบ
คลังสินค้า
ก๊อปรุงอาหารตามรายการ
เสิร์ฟอาหารสำหรับลูกค้า
ลูกค้าชำระเงิน
ส่งลูกค้าถึงที่จอดรถ
แนะนำสถานที่จอดรถ
หาโต๊ะสำหรับลูกค้า
สั่งรายการอาหาร

กำลังการผลิต

กิจการสามารถรับลูกค้าได้เต็มที่ คือ 55 โต๊ะ จำนวนเต็มที่ 450 คน (โต๊ะ 1 ชุด สามารถรองรับลูกค้าได้ประมาณ 8 คน)

ต้นทุนการผลิตต่อหน่วย

รายการ	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549
วัตถุดิบทางตรง	3,000,000	3,000,000	3,000,000
ค่าแรงทางตรง - กู้	200,000	220,000	250,000
- ผู้ช่วยกู้	180,000	200,000	210,000

สาธารณูปโภคของโครงการ

-มีครบ-

การบริหารวัตถุดิบและสินค้าคงคลัง

- ด้านของวัตถุดิบที่เป็นอาหารสด ต้องจัดการหมุนเวียนวันต่อวัน ส่วนอาหารแห้งสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ไม่มีผลกระทบมาก จะมีบ้างจากการล้างจานโดยใช้น้ำยาล้างจาน แต่ทางร้านได้ทำการกรองสิ่งสกปรกก่อนปล่อยน้ำทิ้งอยู่แล้ว จึงช่วยลดผลกระทบลงได้

แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม	7/ 46	8/ 46	9/ 46	10/ 46	11/ 46	12/ 46	1/ 47	2/ 47	3/ 47	4/ 47
ออกแบบโครงการ										
ก่อสร้าง										
ถมที่จอดรถ										
ปรับพื้นที่										
จัดสวนสนามเด็กเล่น										
ตกแต่งภายใน										
ติดตั้งระบบสาธารณูปโภค										
ซื้ออุปกรณ์และเครื่องใช้										

หมายเหตุ :

ดำเนินการ

11. การวิเคราะห์ด้านการเงิน
สรุปเงินลงทุนในโครงการ
(หน่วย : บาท)

รายการ	เงินส่วนของเจ้า ของ	เงินกู้ยืม	รวมเงินลงทุน
ที่ดินและค่าปรับปรุงที่ดิน	2,000,000	-	2,000,000
อาคารและสิ่งปลูกสร้าง	-	1,500,000	1,500,000
เครื่องจักรและอุปกรณ์ ในครัว	120,000	-	120,000
- ในห้องอาหาร	300,000	-	300,000
เครื่องใช้สำนักงานและค่าตกแต่ง	90,000	-	90,000
ยานพาหนะ	300,000	-	300,000
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	105,000	-	500,000
รวม	2,915,000	1,500,000	4,415,000

แหล่งที่มาของเงินทุน

เงินลงทุนของเจ้าของ :

กิจการใช้เงินทุนจากส่วนของเจ้าของ ประมาณ 2.915 ล้านบาท

เงินกู้ยืม :

กิจการใช้เงินทุนจากการกู้ยืม จำนวน 1.5 ล้านบาท

การประมาณการทางการเงิน

• นโยบายทางการเงิน

- เงินสดย่อย 100,000 บาท
- การคิดค่าเสื่อมราคา จะใช้วิธีเส้นตรง (Straight Line Method)
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน
เนื่องจากกิจการวางแผนกู้ยืมเงินเพื่อก่อสร้างอาคาร
ในช่วงปีแรกของการก่อสร้างอาคาร
กิจการจะต้องสำรองเงินเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย
105,000 บาท (7% ของ 1,500,000 บาท)

• สมมติฐานทางการเงิน

การขาย จะเป็นการขายสดทั้งหมด

โดยปริมาณขายและราคาขายจะคงที่ตลอดระยะเวลา 3 ปี

การซื้อ จะแบ่งออกเป็น

- การซื้อวัตถุดิบ สัดส่วนการซื้อสดและซื้อเชื่อ
จะเป็น 50% : 50%

โดยการซื้อเชื่อจะมีกำหนดระยะเวลาในการชำระเงิน
เท่ากับ 30 วัน

เงินเดือนพนักงานปรับเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละประมาณ 10-20%

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

(ยกเว้นเงินเดือนพนักงาน) คงที่ตลอดระยะเวลา 3 ปี

การคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

มีรายละเอียดในการคำนวณดังนี้

การหักค่าใช้จ่ายส่วนตัว จะหักได้ 40%
ของกำไรสุทธิ แต่หักได้ไม่เกิน 60,000 บาท

- หัก ค่าลดหย่อนส่วนตัวของผู้ประกอบการ จำนวน 30,000 บาท
- อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา จะเป็นดังนี้

ขั้นของรายได้	อัตราภาษี
0 - 80,000 บาท	0%
80,001 - 100,000 บาท	5%
100,001 - 500,000 บาท	10%
500,001 - 1,000,000 บาท	20%
1,000,001 - 4,000,000 บาท	30%
4,000,001 บาทขึ้นไป	37%

- ประมาณการยอดขาย ต้นทุนการผลิต รายได้อื่น ๆ และค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารของโครงการ
ประมาณการยอดขาย

ประมาณการยอดขายรวม			
รายการ	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549
ยอดขายอาหาร	8,000,000	8,500,000	9,000,000
ยอดขายเครื่องดื่ม	2,000,000	3,000,000	4,000,000

ยอดขายรวม	10,000,000	11,500,000	13,000,000

ต้นทุนการผลิต

รายการ	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549
วัตถุดิบทางตรง	3,000,000	3,000,000	3,000,000
ค่าแรงทางตรง - กู้	200,000	220,000	250,000
- ผู้ช่วยกู้	180,000	200,000	210,000
ค่าใช้จ่ายในการผลิต			
- ค่าแรงทางอ้อม : เงินเดือนฝ่ายจัดซื้อ	150,000	170,000	190,000
:	310,000	370,000	400,000
เงินเดือนฝ่ายบริการ	100,000	120,000	130,000
:	100,000	120,000	130,000
- วัสดุสิ้นเปลือง	30,000	30,000	30,000
- ค่าเชื้อเพลิง	28,000	28,000	28,000
- ค่าสาธารณูปโภค	120,000	120,000	120,000
- ค่าน้ำมันรถยนต์	70,000	70,000	70,000
- ค่าเสื่อมราคา : อาคาร	250,000	250,000	250,000
:	90,000	90,000	90,000
อุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ	0	0	90,000

รวมต้นทุนผลิตทั้งสิ้น	4,528,000	4,688,000	4,768,000
-----------------------	-----------	-----------	-----------

ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

รายการ	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549
เงินเดือนฝ่ายการตลาด	200,000	220,000	250,000
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	170,000	180,000	200,000
เงินเดือนพนักงานสำนักงาน	500,000	520,000	551,000
ค่าเสื่อมราคา	350,000	350,000	350,000
ค่าน้ำมันรถยนต์	100,000	100,000	100,000
ค่าสาธารณูปโภค	15,000	15,000	15,000
ค่าโทรศัพท์	150,000	150,000	150,000
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	1,485,000	1,535,000	1,616,000

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

อัตราส่วน	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549
1. อัตราส่วนวัดสภาพคล่อง			
- อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio)	3 เท่า	5 เท่า	6 เท่า
- อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick Ratio)	2.8 เท่า	4.6 เท่า	5.3 เท่า
2. อัตราส่วนวัดประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์			
- อัตราการหมุนเวียนของสินค้า (Inventory Turnover)	90 รอบ	93 รอบ	93 รอบ
- ระยะเวลาสินค้าคงเหลือ (Inventory Turnover Period)	7 วัน	5 วัน	5 วัน
3. ความสามารถในการบริหารงาน			
	4 8	4 3	4 3
- อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) %	%	%	%
	3 6	3 3	3 3
- อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (Operating Income Margin) %	%	%	%
	1 2	1 2	1 2
- อัตรากำไรสุทธิ (Profit Margin) %	%	%	%
- อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด (Return On Assets : ROA)	31 %	26 %	26 %
- อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (Return On Equity : ROE)	39 %	31 %	29 %
4. ความสามารถในการชำระหนี้			

- อัตราส่วนหนี้ (Debt Ratio)	0.48 เท่า	0.16 เท่า	0.10 เท่า
- อัตราส่วนแหล่งเงินทุน (Debt to Equity Ratio)	0.66 เท่า	0.33 เท่า	0.21 เท่า
- อัตราส่วนความสามารถจ่ายดอกเบี้ย (Interest Coverage Ratio)	21.2 เท่า	30.1 เท่า	55.7 เท่า

หมายเหตุ : ตัวเลขทั้งหมดเป็นตัวเลขสมมติเท่านั้น

1. อัตราส่วนวัดสภาพคล่อง

ในปี 2547 กิจการมีสินทรัพย์หมุนเวียน เป็นจำนวน 5 เท่าของหนี้สินหมุนเวียน และเป็นจำนวน 5 เท่า และ 6 เท่าในปี 2548 และ ปี 2549 ตามลำดับ ซึ่งแสดงว่ากิจการมีสภาพคล่องดีขึ้นจากปี 2547 มาก ทั้งนี้เนื่องจากกิจการมีการซื้อวัตถุดิบซึ่งเป็นของสดทุกวัน โดยไม่มีการเก็บสต็อกเอาไว้ แต่จะมีการเก็บสต็อกของแห้งและเครื่องดื่ม ซึ่งจะมีจำนวนน้อย ส่งผลให้อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน และอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วไม่แตกต่างกันมากนัก

2. อัตราส่วนวัดประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์

กิจการมีประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์อยู่ในระดับดี โดยมีการหมุนเวียนของวัตถุดิบ ของแห้ง และเครื่องดื่มต่าง ๆ เป็นจำนวน 90 รอบในปี 2547 และ 93 รอบในปี 254-2549 ซึ่งทำให้ระยะเวลาในการเก็บสต็อกวัตถุดิบ ของแห้ง และเครื่องดื่ม เพียง 7 วันในปี 2547 และ 5 วันในปี 2548-2549

3. ความสามารถในการบริหารงาน

ผลตอบแทนจากการบริหารงานของกิจการอยู่ในระดับดีและอยู่ในระดับใกล้เคียงกันทั้ง 3 ปี โดยอัตรากำไรขั้นต้นเท่ากับ 48% ในปี 2547 และเท่ากับ 43% ในปี 2548 และปี 2549 อัตรากำไรจากการดำเนินงาน เท่ากับ 36% ในปี 2547 และเท่ากับ 33% ในปี 2548 และปี 2549 ส่วนอัตรากำไรสุทธิมีอัตราเท่ากันทั้ง 3 ปี คือ เท่ากับ 12%

ส่วนอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นมีอัตราที่ลดลง ทั้งนี้เนื่องจากกิจการมีสินทรัพย์และมูลค่าของส่วนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้น ในปี 2548 และ 2549 ทำให้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ เท่ากับ 31% ในปี 2547 และเท่ากับ 26% ในปี 2548 และปี 2549 ส่วนอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 39%, 31% และ 29% ในปี 2547, ปี 2548 และปี 2549 ตามลำดับ

4. ความสามารถในการชำระหนี้

กิจการมีความสามารถในการชำระหนี้เพิ่มขึ้นในปี 2548 และปี 2549

ทั้งนี้เนื่องจากกิจการมีการจ่ายชำระหนี้สินระยะยาวอย่างต่อเนื่องทุกเดือน ส่งผลให้จำนวนหนี้สินระยะยาวในปี 2548 และปี 2549 ลดลง ซึ่งส่งผลให้จำนวนดอกเบี้ยที่ต้องจ่ายในปี 2548 และปี 2549 ลดลงตามไปด้วย โดยอัตราส่วนแห่งหนี้ (หนี้สินต่อสินทรัพย์รวม) ของกิจการเท่ากับ 0.48 เท่า, 0.16 เท่า และ 0.10 เท่า ในปี 2547, ปี 2548 และปี 2549 ตามลำดับ ส่วนอัตราส่วนแหล่งเงินทุน (หนี้สินทั้งหมดต่อส่วนของผู้ถือหุ้น) เท่ากับ 0.66 เท่า, 0.33 เท่า และ 0.21 เท่า ในปี 2547, ปี 2548 และปี 2549 ตามลำดับ

ส่วนความสามารถในการชำระดอกเบี้ย
กิจการมีความสามารถในการชำระดอกเบี้ยในปี 2548 และปี 2549 เพิ่มขึ้นจากปี 2547 โดยมีสัดส่วนเท่ากับ 21.2 เท่า, 30.1 เท่า และ 55.7 เท่า ในปี 2547, ปี 2548 และปี 2549 ตามลำดับ

จุดคุ้มทุน และผลตอบแทนของโครงการ

• จุดคุ้มทุน

รายการ	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549
ยอดขายต่อปี (พันบาท)	10,000	11,500	13,000
ค่าใช้จ่ายผันแปรต่อปี (พันบาท)	3,348	3,358	3,378
ค่าใช้จ่ายคงที่ต่อปี (พันบาท)	2,665	2,865	3,006
จุดคุ้มทุนต่อปี : พันบาท	4,006	4,046	4,061
	.31	.61	.32
จุดคุ้มทุนต่อปี : จำนวนลูกค้า	45,000	43,000	41,000
	0	0	0

• ผลตอบแทนของโครงการ (หน่วย : พันบาท)

รายการ	ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549
	6	47	48	49

กระแสเงินสดจ่าย	(4,415)	-	-	-
กำไรสุทธิ	-	3,000	3,000	3,000
บวก ค่าเสื่อมราคา	-	350	350	350
กระแสเงินสดรับ (จ่าย) สุทธิ	(4,415)	3,350	3,350	3,350
NPV =	4,090.15			
IRR =	56%			

โครงการจะก่อให้เกิดกระแสเงินสดสุทธิ 4.09 ล้านบาท ในระยะเวลา 3 ปี (ณ ระดับผลตอบแทน 7%) ในขณะที่อัตราผลตอบแทนในระยะเวลา 3 ปี จากโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) เท่ากับ 56%

12. การวิเคราะห์ความเสี่ยงของโครงการ

ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ผลกระทบต่อโครงการ และแผนรองรับ

- ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

ทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการใหม่ สำหรับลูกค้ากลุ่มใหม่
ยังไม่รู้จักกิจการ

- ผลกระทบต่อโครงการ

กิจการอาจจะมียอดขายและรายได้ต่ำกว่าเป้าหมาย

- แผนรองรับ

ในช่วงแรกกิจการจะมีการทำ Promotion
ในแง่ของราคาพิเศษในช่วงแรก การหากลุ่มจัดเลี้ยงให้มากขึ้น

Sensitivity Analysis

ตารางต่อไปนี้ แสดงผลกระทบ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคา ปริมาณ และต้นทุนรวม

- ผลกระทบอันเนื่องจากการเปลี่ยนแปลง ราคาขาย

ผลตอบแทน	การเปลี่ยนแปลงราคาขาย						
ของโครงการ	-15%	-10%	-5%	0%	5%	10%	15%
NPV (พันบาท)	2,423	2,896	3,514	4,090	4,811	5,222	5,877
IRR	31%	37%	43%	56%	64%	71%	82%
Payback Period	2 ปี 4 เดือน	2 ปี	1 ปี 8 เดือน	1 ปี 4 เดือน	1 ปี	8 เดือน	6 เดือน

- ผลกระทบอันเนื่องจากการเปลี่ยนแปลง ปริมาณขาย

ผลตอบแทน	การเปลี่ยนแปลงปริมาณขาย						
ของโครงการ	-15%	-10%	-5%	0%	5%	10%	15%
NPV (พันบาท)	1,987	2,500	3,111	4,090	5,218	5,489	6,003
IRR	29%	35%	41%	56%	67%	78%	86%
Payback Period	2 ปี 8 เดือน	2 ปี 4 เดือน	1 ปี 11 เดือน	1 ปี 4 เดือน	11 เดือน	10 เดือน	8 เดือน

- ผลกระทบอันเนื่องจากการเปลี่ยนแปลง ต้นทุนรวม ของโครงการ

ผลตอบแทน	การเปลี่ยนแปลง ต้นทุนรวม						
ของโครงการ	-15%	-10%	-5%	0%	5%	10%	15%
NPV (พันบาท)	5,979	5,346	4,922	4,090	3,272	2,659	2,137
IRR	84%	75%	66%	56%	42%	36%	30%
Payback Period	7 เดือน	9 เดือน	12 เดือน	1 ปี 4 เดือน	1ปี 10 เดือน	2 ปี 3 เดือน	2 ปี 6 เดือน

13. แผนการปรับปรุงขีดความสามารถในการประกอบการ

การปรับปรุงระบบบัญชี

กิจการจะมีเจ้าหน้าที่เฉพาะทำหน้าที่ด้านการบันทึกและจัดทำรายงานทางบัญชี และต่อไปจะใช้คอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการจัดทำด้วย แต่ก็คงมีเจ้าหน้าที่ประจำทำหน้าที่ทางด้านบัญชีอยู่เช่นเดิม

14. ภาคผนวก

จัดทำและแนบ...ประวัติผู้บริหาร /งบการเงิน
และประมาณการงบการเงิน ได้แก่ งบดุล งบกำไรขาดทุน
และงบกระแสเงินสด ตลอดจนเอกสารอื่นที่เกี่ยวข้อง...
(ในกรณีขอกู้เงินกับธนาคาร