

แผนธุรกิจ ขายส่ง M & Mey
มาลินชรรณ์ เชียงขวางภูมิ¹

บทสรุปผู้บริหาร

ในปัจจุบัน รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนเปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งเวลากลายเป็นข้อจำกัดในการดำเนินชีวิต ทำให้พฤติกรรมต่างๆ ในแต่ละวันต้องมีการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับข้อจำกัดดังกล่าว รวมถึงพฤติกรรมในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ ก็มีการเปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน รูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกบ้าน และการซื้อแอลกอฮอล์มาดื่มที่บ้านมีแนวโน้มสูงขึ้น

ร้าน **ขายส่ง M & Mey** ธุรกิจของร้านซึ่งประกอบกิจการเป็นร้านขายส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเภท สุรา, สุราขาว, และเบียร์ เป็นตัวแทนผู้จัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในตำบล และหมู่บ้านใกล้เคียง การบริการและจำหน่ายสินค้า โดยคำนึงถึงคุณภาพวัสดุของสินค้า ในราคาที่ย่อมเยาและเหมาะสม

ดังนั้น การบริหารกิจการที่เริ่มก่อตั้งใหม่ โดยใช้ชื่อร้าน **ขายส่ง M & Mey** จึงมีการทำการศึกษาตลาดเป็นอย่างดี เพื่อป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคตที่ทางกิจการไม่สามารถคาดเดาอะไรได้ จึงจำเป็นต้องใช้ประสบการณ์และความสามารถทั้งที่มีอยู่ และศึกษาจากปัญหาที่จะเกิดขึ้นหลังจากนี้ เพื่อบริหารจัดการกิจการให้อยู่รอดและสร้างผลกำไรตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

เป้าหมาย ร้านขายส่ง M & Mey กำหนดเป้าหมายสำหรับปีที่ 1 และมีอัตราการเติบโตของรายได้เท่ากับ 10% ต่อปี มีความมุ่งมั่นในการให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค 30% ภายในระยะเวลา 1 ปี สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า ทั้งในด้านสินค้าต่าง ๆ และมีลูกค้าประจำเพิ่มขึ้น 20% ต่อปี นอกจากนี้ยังมีเป้าหมายระยะยาว โดยขยายกิจการไปแต่ละตำบลอย่างน้อยตำบลละ 1 สาขาในระยะเวลา 5 ปี

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต

กลยุทธ์ จากการประเมินตลาด และสินค้าในร้านขายส่ง M & Mey เป็นร้านขายส่งที่เพิ่งเปิดดำเนินการ เป็นตลาดปัจจุบันที่ยังไม่มีผู้ใดทำธุรกิจนี้เลย ซึ่งสามารถใช้กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) พร้อมทั้งผสมผสานกับกลยุทธ์โดยเน้นราคาต่ำ และความเป็นเลิศทางด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า (Superior Customer Responsiveness) อันจะนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้า

กิจการใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 1,000,000 บาท โดยจัดหาเงินลงทุนจากแหล่งกู้ยืมระยะยาว 500,000 บาท เป็นการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน และเงินทุนส่วนตัวของหุ้นส่วนเจ้าของกิจการอีก 500,000 บาท เพื่อการประกอบธุรกิจ ร้านขายส่ง **M & Mey** มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 5 เดือน อัตราผลตอบแทน IRR เท่ากับ 122.88% ส่วนสถานการณ์เลวร้าย จะมีระยะเวลาคืนทุนที่ 3.53 ปี ที่อัตราผลตอบแทน IRR เท่ากับ 60.70%

จากการประเมินการตลาด สามารถใช้กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการขายส่ง ทางร้านจึงเลือกใช้กลยุทธ์หลักการตลาด 7P ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ ภายใต้อัตราการณ้ปกติ ทางร้านมีระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 5 เดือน

การศึกษาในครั้งนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจร้านขายส่ง มีการเจริญเติบโตและความคุ้มค่าในการลงทุน จึงเห็นควรดำเนินการทำธุรกิจนี้ เนื่องจากมีแนวโน้มไปในทางที่ดี จึงจัดทำแผนธุรกิจร้านขายส่ง M & Mey เพื่อนำเสนอในการขอเสนอสินเชื่อกับสถาบันการเงินเพื่อการลงทุนประกอบธุรกิจ

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ, ร้านขายส่ง

บทนำ

ร้านขายส่ง **M & Mey** มีผู้ร่วมดำเนินธุรกิจทั้งหมด 5 คน ประกอบไปด้วยผู้จัดการ ผู้จัดการฝ่ายขายและจัดซื้อ พนักงานบัญชีและการเงิน พนักงานขาย และพนักงานจัดส่งสินค้า เริ่มดำเนินการประมาณต้นเดือนเมษายน 2559 มีแนวคิดในการสร้างธุรกิจเนื่องจากในตำบลไม่มีร้านขายส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อให้กับผู้บริโภคบริเวณใกล้เคียง ดังนั้น จึงเกิดแนวคิดในการทำกิจการร้านขายส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้ผู้บริโภคในตำบล และหมู่บ้านรอบๆ ตำบล ประหยัดเวลา และรวดเร็วในการซื้อและการบริโภค อีกทั้งปัจจุบัน มีธุรกิจที่รอบๆ นอกตำบล มีภาครัฐบาลจัดตั้งสถานที่ของรัฐ โรงงาน สถาบันการศึกษา สถาบันบันเทิง เป็นต้น จึงเป็นที่น่าสนใจในการลงทุนทำธุรกิจนี้

วิสัยทัศน์ (Vision) เป็นผู้จัดจำหน่ายเครื่องคั้มแอลกอฮอล์ เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในตำบล และหมู่บ้านใกล้เคียง

พันธกิจ (Mission) ให้บริการและจำหน่ายสินค้า โดยคำนึงถึงคุณภาพวัสดุของสินค้า ในราคาที่ย่อมเยาและเหมาะสม

เป้าหมายทางธุรกิจ (Goals)

- ระยะสั้น**
- สร้างธุรกิจขายส่ง ให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค 30% ภายในระยะเวลา 1 ปี
 - มีอัตราการเพิ่มของรายได้ 10% ต่อปี
 - สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า มีลูกค้าประจำเพิ่มขึ้น 20% ต่อปี
- ระยะกลาง** ผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นร้อยละ 30 ภายในระยะเวลา 2 ปี
- ระยะยาว** ขยายกิจการไปแต่ละตำบล อย่างน้อยตำบลละ 1 สาขา ในระยะเวลา 5 ปี
- ที่ตั้งกิจการ** 148 หมู่ 7 ตำบลหนองเม็ก อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Keys of Success)

1. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า
2. มีการจัดทำบัญชีให้เป็นระบบ
3. มีทำเลที่ตั้งที่เป็นจุดเด่นใกล้แหล่งชุมชน การคมนาคมสะดวก
4. สะดวกแก่การจัดซื้อ
5. มีราคาต่ำกว่าท้องตลาด
6. การให้บริการอย่างเป็นมิตรทำให้ลูกค้าพึงพอใจ

ฉะนั้น จึงเป็นการง่ายที่ธุรกิจขายส่ง เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค ถึงความสะดวกสบาย ในการจัดซื้อสินค้า ในราคาขายส่งและเสริมราคาขายปลีก ให้แก่ผู้บริโภคอีกด้วย

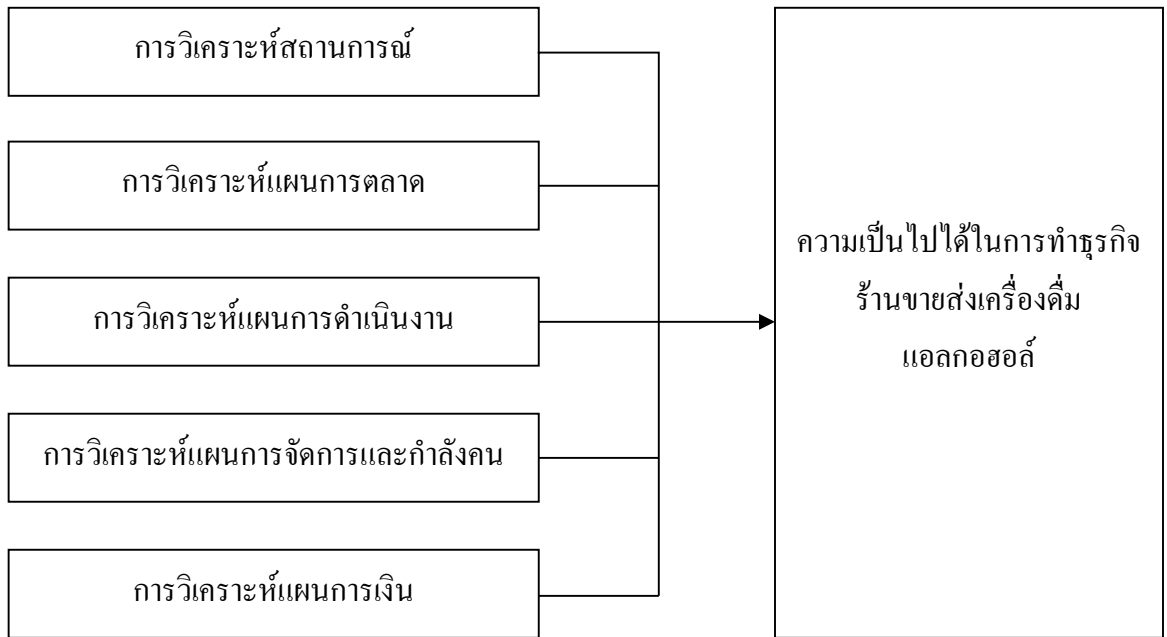
วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ร้านขายส่งเครื่องคั้มแอลกอฮอล์

ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ร้านขายส่งเครื่องคั้มแอลกอฮอล์
2. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาทำการศึกษา 4 เดือน ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ – เดือนพฤษภาคม 2558

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจร้านขายส่ง

M&Mey

นิยามศัพท์

1. แผนธุรกิจ หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่

2. ร้านขายส่ง หมายถึง ร้านที่เปิดบริการจำหน่ายเครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์

3. การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

4. การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การวางตำแหน่งทางการตลาด การกำหนดผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

5. การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การบริการ หมายถึง ขั้นตอนการผลิต/การบริการขององค์กร

6. การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์การ

7. การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาเงินทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายใน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- **การวิเคราะห์สถานการณ์**

การวิเคราะห์สถานการณ์โดยใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

1. การบริการจัดส่ง มีการบริการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าที่สั่งตามเกณฑ์ที่ทางร้านกำหนดให้ทันเวลาตามที่ลูกค้าได้นัดหมายไว้ การจัดส่งนี้ช่วยเพิ่มความสะดวก ประหยัดเวลา สร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าที่อยู่ไกล เป็นการช่วยเพิ่มยอดขายให้กับทางร้านได้อีกทาง

2. การบริการของพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นกันเอง

3. เวลาเปิดร้าน ร้านเปิด 24 ชั่วโมง ช่วยเพิ่มยอดขาย เนื่องจากลูกค้าที่มาเลือกซื้อจะมีเวลาซื้อมากขึ้น

4. ต้นทุนสินค้าราคาต่ำกว่าท้องตลาดทั่วไป

5. ทำเลที่ตั้งเป็นแหล่งชุมชนสามารถทำให้จำหน่ายสินค้าได้ง่าย

จุดอ่อนของกิจการ (Weaknesses)

1. กิจการยังขาดสภาพคล่องทางการเงิน เนื่องจากขาดทุนในการทำธุรกิจ เพื่อขยายตลาดในอนาคต

2. ช่องทางการตลาดยังไม่ค่อยกว้างขวาง คนส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยรู้จัก

โอกาสของกิจการ (Opportunities)

1. ไม่มีคู่แข่งทางการตลาด

2. งานเทศกาลต่างๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ งานบวช งานแต่ง เป็นต้น

3. ค่านิยมของผู้บริโภคสมัยปัจจุบันเริ่มสนใจการดื่มมากขึ้นเพื่อผ่อนคลาย

อุปสรรคของกิจการ (Threats)

1. วันหยุด เนื่องในวันสำคัญทางศาสนา และวันสำคัญต่าง ๆ ซึ่งมีผลบังคับทางกฎหมาย ห้ามซื้อ – ขาย เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิด

2. สภาพเศรษฐกิจภายในประเทศไม่แน่นอน ซึ่งมีผลกระทบต่อยอดขายมาก

3. มีคู่แข่งเพิ่มขึ้นตลอดเวลา

4. ต้นทุนค่าน้ำมันในการขนส่งสูงขึ้น

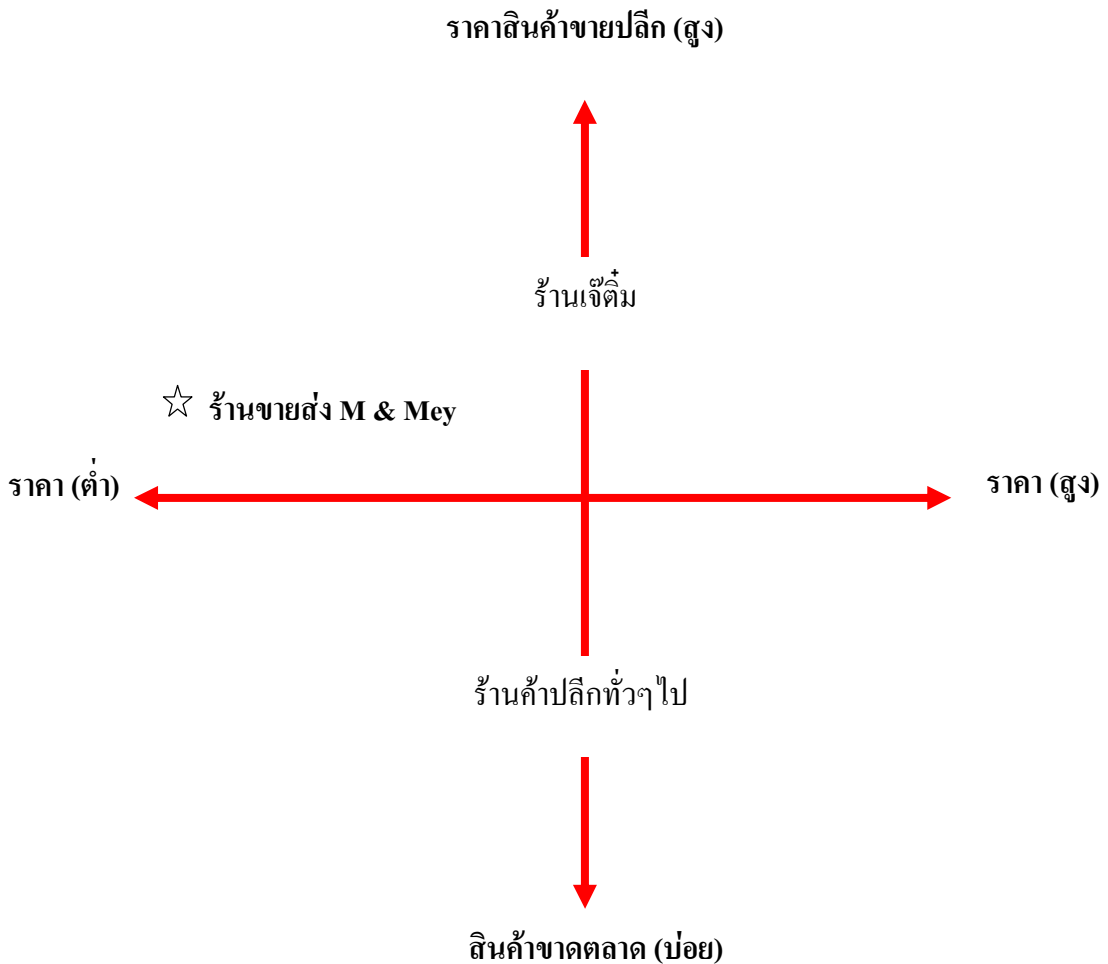
- การวิเคราะห์แผนการตลาด

การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting)

กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มพ่อค้าขายปลีก ที่มีที่พักอาศัย ในตำบลหนองเม็ก ตำบลบ้านเชียง และตำบลอื่นๆ ในเขตอำเภอหนองหาน เพื่อนำไปจำหน่ายยังพื้นที่ต่างๆ ดังนั้น เป้าหมายดังกล่าวจึงมีความต้องการที่จะซื้อสินค้าในราคาขายส่งและปลีก เนื่องจากใกล้ที่พักอาศัย สินค้ามีราคามาตรฐาน การคมนาคมที่สะดวก

กลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มลูกค้าที่พักอาศัย หรือทำงานอยู่ในบริเวณใกล้เคียงตำบลหนองเม็ก ตำบลบ้านเชียง หมู่บ้านใกล้เคียง หรือผู้ที่ผ่านมาทำภารกิจต่าง ๆ ในตำบลหนองเม็ก ดังนั้นเป้าหมายดังกล่าวจึงมีความต้องการที่จะซื้อสินค้าปลีกของทางร้านของเรา

การกำหนดตำแหน่งทางผลิตภัณฑ์ (Positioning)



จากแผนภาพแสดงการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ โดยมีการเปรียบเทียบ ระหว่าง ความหลากหลายของการบริการ และราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งนั้น แสดงให้เห็นว่า ร้านขายส่ง M & Mey อยู่ในตำแหน่งที่เหนือกว่าคู่แข่งดังที่แสดงดังภาพข้างต้น

กลยุทธ์ทางการตลาด 7P

ธุรกิจขายส่งได้เตรียมความพร้อมสำหรับการแข่งขันในทุกด้าน ทั้งการลงทุนทางด้านเทคโนโลยี ด้านราคา และทางด้านการให้บริการที่ครบวงจร โดยทางร้านเปิดบริการทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งนับว่าสร้างความแตกต่างให้กับลูกค้าได้อย่างชัดเจน และสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้า เพื่อสร้างธุรกิจต่อไป

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และราคา (Product and Price Strategy)

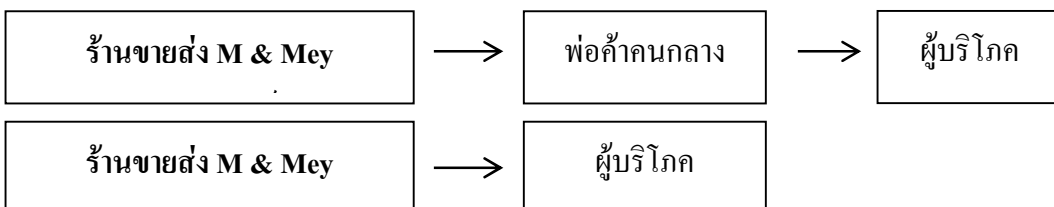
ร้านขายส่ง M & Mey มีเครื่องดื่มหลายชนิด เช่น ประเภทสุรา 285 แสงโสม แม่โขง สุราขาว เป็นต้น ส่วนชนิดเบียร์ สิงห์ ลิโอ ไฮเนเก้น ช้าง เป็นต้น โดยมีรถส่งที่ให้บริการที่รวดเร็ว ตามกำหนดเวลา ให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ จริงใจ ยืดหยุ่น และเป็นกันเองกับลูกค้า สร้างมาตรฐานด้านการให้บริการ และอัตราค่าบริการ (ตามข้อตกลง) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- การบริการส่งสินค้า สั่งซื้อตั้งแต่ 5 ลัง ขึ้นไป บริการจัดส่งโดยให้ไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ
- สั่งซื้อต่ำกว่า 5 ลัง คิดค่าส่งตามระยะทาง ขึ้นต้น 50 บาท

ร้านขายส่ง M & Mey เป็นร้านที่ขายในราคาที่ถูกลงกว่าท้องตลาด เทียบกับร้านขายส่งทั่ว ๆ ไป ให้เหมาะสมกับราคา กับคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่น ๆ ตัวอย่าง สุรา 285 1 ลัง มี 12 ขวด ขายล้งละ 3,000 บาท สุราขาว 1 ลัง มี 12 ขวด ขายล้งละ 1,150 บาท ชนิดเบียร์ สิงห์ 1 ลัง มี 12 ขวด ขายล้งละ 600 บาท เป็นต้น

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

ธุรกิจร้านขายส่งแอลกอฮอล์ เป็นผู้จัดจำหน่ายประเภทค้าส่ง และค้าปลีก จำหน่ายให้แก่คนกลาง และผู้บริโภคได้เลือกสรรต่อ จึงมีช่องทางการจัดจำหน่าย ดังภาพ



กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

กิจการมีกลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

- มีโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์
- ทำการตลาดแบบการบอกต่อ ปากต่อปาก (Mount to Mount) เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ของร้านขายส่งก็ใช้ร้านขายส่งประจำอยู่แล้ว แสดงให้เห็นว่า ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อร้านขายส่งของเรา

การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)

1. ทำป้ายโฆษณาหน้าสถานที่ให้บริการให้สะดุดตาและสามารถสื่อความหมายที่ดีต่อกลุ่มลูกค้า เป้าหมาย
2. ลงโฆษณาในสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วยต้นทุนที่ต่ำ
3. ทำโบชัวร์ แผ่นพับ และเอกสารอื่น ๆ เพื่อเผยแพร่และแนะนำบริการ เพื่อแจกจ่ายยังกลุ่มลูกค้า เป้าหมาย
4. เลือกทำเลที่ตั้งให้เหมาะสม และอยู่ใกล้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลยุทธ์ด้านการลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence Strategy)

ร้านขายส่ง M & Mey เน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก โดย

1. เลือกทำเลที่ตั้งเดินทางสัญจรไปมาได้อย่างสะดวก เพื่อให้ลูกค้าได้เข้ามาใช้บริการได้ง่าย
2. การให้บริการที่ดีจากพนักงานของร้าน และมี service mind
3. บริการจัดส่ง สุรา สุราขาว เบียร์ ถึงพ่อค้าคนกลาง และ ผู้บริโภค โดยไม่คิดค่าบริการขนส่งใดๆ ทั้งสิ้น ตลอดจนมีการใช้ยานพาหนะสภาพดีและเครื่องมืออุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน
4. จำหน่ายสินค้าแอลกอฮอล์ที่มีความเหมาะสม ราคาส่งถูกกว่าร้านอื่นๆ ในบริเวณใกล้เคียง

กลยุทธ์ด้านการกระบวนการให้บริการ (Process Strategy)

ร้านขายส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

- ลูกค้าสั่งซื้อทาง Online และโทรศัพท์
 1. ทางร้านดูรายละเอียดในระบบ online มีลูกค้าสั่งซื้อสินค้าทาง online
 2. ทางร้านตรวจสอบรายการที่ลูกค้าสั่ง

3. ทางร้านจัดเตรียมสินค้า พร้อมตรวจสอบรายละเอียดให้ครบถ้วน และถูกต้องตามที่ลูกค้าสั่งสินค้ามา

4. ทางร้านแจ้งจำนวนเงินที่ลูกค้าต้องชำระทาง online

5. ทางร้าน confirm ลูกค้าทาง online เพื่อนำส่งสินค้า ตามวัน เวลา สถานที่ ที่กำหนด

6. ลูกค้าตอบตกลง

7. พนักงานจัดส่งสินค้า นำสินค้าส่งถึงมือลูกค้า และตรวจสอบสินค้ากับลูกค้า เพื่อยืนยันความถูกต้อง ตามที่ลูกค้าสั่ง พร้อมส่งมอบสินค้าแก่ลูกค้า

8. ลูกค้าชำระค่าสินค้า และเซ็นรับสินค้าในใบเสร็จรับเงิน

9. พนักงานจัดส่งสินค้า นำใบเสร็จต้นฉบับให้กับลูกค้า ส่วนสำเนาใบเสร็จรับเงิน พนักงานจัดส่งสินค้านำกลับมาส่งที่ร้านขายส่ง M & Mey

10. พนักงานจัดส่งสินค้า กล่าวคำขอบคุณลูกค้า โดยกล่าวคำว่า “ขอบคุณครับ”

- **ลูกค้าเดินเข้ามาซื้อสินค้าที่ร้าน**

1. กล่าวต้อนรับลูกค้า โดยกล่าวคำว่า “สวัสดีค่ะ” รับอะไรดีคะ

2. ลูกค้าสั่งซื้อสินค้า

3. รับคำสั่งสินค้าจากลูกค้า

4. พนักงานขายจัดเตรียมสินค้าตามที่ลูกค้าสั่ง

5. ตรวจสอบสินค้าพร้อมกับลูกค้า

6. ลูกค้ารับสินค้าและชำระค่าสินค้า พร้อมเซ็นรับสินค้าในใบเสร็จรับเงิน

7. พนักงานขาย นำใบเสร็จต้นฉบับให้กับลูกค้า

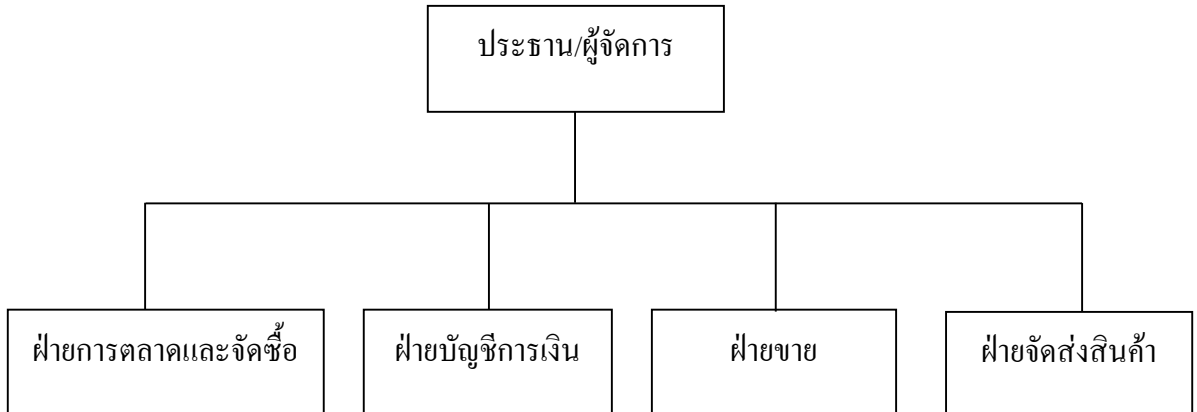
8. พนักงานจัดส่งสินค้า กล่าวคำขอบคุณลูกค้า โดยกล่าวคำว่า “ขอบคุณค่ะ”

- **การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน**

กิจการของทางร้าน ใช้การจัดการ โครงสร้างแบบตามหน้าที่ ซึ่งเป็นการจัดการองค์การแบบง่าย มีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน มีการคล่องตัวในการปฏิบัติงาน โดยโครงสร้างธุรกิจ ร้านขายส่งเครื่องแอลกอฮอล์ ประกอบด้วย ประธาน/ผู้จัดการ 1 คน ฝ่ายการตลาดและจัดซื้อ 1 คน ฝ่ายบัญชีการเงิน 1 คน ฝ่ายขาย 2 คน ฝ่ายจัดส่งสินค้า 2 คน

โครงสร้างองค์กร

เนื่องจากกิจการมีขนาดเล็ก โครงสร้างองค์กรจึงเป็นไปในรูปแบบที่ง่ายไม่ซับซ้อนทำให้กิจการดูแลกันง่าย และเข้าถึงพนักงานทุกคน



บุคลากร คุณสมบัติ และหน้าที่ความรับผิดชอบ

องค์กรแบ่งเป็นหลายฝ่ายด้วยกัน เช่น ฝ่ายการตลาดและจัดซื้อ ฝ่ายบัญชีการเงิน และ ฝ่ายขาย ฝ่ายจัดส่งสินค้า เป็นต้น ซึ่งแต่ละฝ่ายก็จะมีบุคลากรที่ทำหน้าที่แตกต่างกันไป

คุณสมบัติโดยรวมของบุคคล

- มีใจรักในงาน
- มีความรู้ความสามารถ
- ชยัน ซื่อสัตย์ อดทน
- มีระเบียบวินัย
- มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
- ตรงต่อเวลา
- มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
- กล้าตัดสินใจ

หน้าที่ความรับผิดชอบ

- ประธาน/ผู้จัดการ บริหารองค์กร ตัดสินใจเรื่องสำคัญที่มีผลต่อองค์กร ควบคุมและดูแลกิจการให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และพยายามพัฒนารูปแบบของการจัด Promotion ต่างๆ ให้เหนือกว่าคู่แข่ง

- ฝ่ายการตลาดและจัดซื้อ ตรวจสอบสินค้า หาตลาดให้กับสินค้าที่มีความต้องการของผู้บริโภคสูง ประเมินตลาด วิเคราะห์ตลาด ประชาสัมพันธ์ธุรกิจและสินค้าให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า สำรวจความต้องการของผู้บริโภคและคู่แข่งทางการค้า

- ฝ่ายบัญชีและการเงิน รับผิดชอบรายรับ รายจ่ายขององค์กร จัดทำบัญชีและรายละเอียดงบประมาณ

- ฝ่ายการขาย กระจายสินค้า ใช้กลยุทธ์ในการจำหน่ายสินค้า ติดต่อลูกค้าและทำหน้าที่บริการด้านการขายให้กับลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากที่สุด

● ฝ่ายจัดส่งสินค้า ทำหน้าที่บริการส่งสินค้าให้กับลูกค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจกับลูกค้ามากที่สุด

คำตอบแทนตามตำแหน่ง

● ประธาน/ผู้จัดการ	อัตราจ้างเป็นรายเดือน เดือนละ	25,000 บาท
● พนักงานบัญชีและการเงิน	อัตราจ้างเป็นรายเดือน เดือนละ	15,000 บาท
● พนักงานขาย 1 คน	อัตราจ้างเป็นรายเดือน เดือนละ	9,000 บาท
● พนักงานขับรถและส่งของ 2 คน	อัตราจ้างเป็นรายเดือน เดือนละ	9,000 บาท

● การวิเคราะห์แผนการเงิน

กิจการใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 1,000,000 บาท โดยจัดหาเงินลงทุนจากแหล่งกู้ยืมระยะยาว 500,000 บาทเป็นการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน และเงินทุนส่วนตัวของเจ้าของกิจการอีก 500,000 บาท เพื่อการประกอบธุรกิจ

● นโยบายการเงิน

1. การชำระคืนเงินกู้ยืมจาก ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จะเริ่มชำระคืนในปีที่ 1 โดยมีกำหนดระยะเวลา 60 งวด โดยชำระเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยเดือนละ 10,700 บาท

2. การให้เครดิตในการชำระเงินของลูกค้าหนี้การค้า เนื่องจากเป็นการขายเงินสดและเงินเชื่อ

3. วิธีการชำระเงินค่าสินค้า ชำระเงินเป็นเงินสดและเงินเชื่อ

4. ตัดค่าเสื่อมราคาโดยใช้วิธีเส้นตรงเป็นระยะเวลา 5 ปี

5. อัตราภาษีนิติบุคคลเท่ากับ 20% ของกำไรสุทธิ

● การคำนวณต้นทุนของเงินทุน (Cost of Capital)

บริษัทจะใช้ต้นทุนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก Weighted Average Cost of Capital (WACC) มาเป็นอัตราคิดลดกระแสเงินสดรับและจ่ายของโครงการ ซึ่งอัตราคิดลดเป็นอัตราที่ทำให้กระแสเงินสดในอนาคตคิดลดกลับมาเป็นกระแสเงินสดในปัจจุบัน เนื่องจาก WACC เป็นต้นทุนทางการเงินโดยเฉลี่ยของบริษัท เมื่อนำค่าของทุนที่ได้มาคำนวณเพื่อหาอัตราส่วน การคิดลด หรือ Weighted Average Cost of Capital (WACC) จะได้อัตราผลตอบแทนโครงการดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนต้นทุนเงินทุน

แหล่งเงินทุน	บาท	สัดส่วน	ต้นทุน
เงินกู้ยืมระยะยาว	500,000	0.5	4.00 %
ทุนส่วนของเจ้าของ	500,000	0.5	4.675%
รวม	1,000,000	1.00	WACC (4+4.675) = 8.68%

- ต้นทุนเงินกู้ระยะยาว

พิจารณาจากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เท่ากับ MRR (8%) + 2% = 10% (MRR ณ วันที่ 2 เมษายน 2558 เท่ากับ 8%) ต้นทุนของเงินกู้ยืมจึงเท่ากับ $(0.50) \times (10\%) \times (1-20\%)$ เท่ากับ 4.00% ต้นทุนของส่วนของเจ้าของ พิจารณาจากการนำเงินไปลงทุนในหุ้นกู้ บมจ. ซีพี ออลล์ อัตราผลตอบแทนประมาณ 5.35 % บวกกับค่าชดเชยความเสี่ยง 3 - 5% ดังนั้น ต้นทุนของเงิน เท่ากับ $(0.5) \times (5.35+4\%)$ เท่ากับ 4.675 %

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์ด้านกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจร้านขายส่งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ภายใต้เงื่อนไขที่กิจการกำหนดขึ้นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

บรรณานุกรม

การเขียนแผนธุรกิจ <http://ba.hcu.ac.th/R&C/003.htm> เข้าถึงข้อมูลวันที่ 26 มีนาคม 2558

พิชชญา รวดศิริเรกโกมล แผนธุรกิจ ร้านป้ารุ่ง (จำหน่ายอาหารอีสานแปรรูป)

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต วารสารแผนธุรกิจ ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 (ตุลาคม – ธันวาคม 2557) <http://www.rsubusinessplan.com> เข้าถึงข้อมูล วันที่ 21 มีนาคม 2558

ร.ต.อ.สมัชญ์ นาคพน แผนธุรกิจ ร้านเหล้าป๋น (บ๊ิกเมาเต๋น) นักศึกษาปริญญาโท

หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ

มหาวิทยาลัยรังสิต วารสารแผนธุรกิจ ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 (ตุลาคม – ธันวาคม 2557)

<http://www.rsubusinessplan.com> เข้าถึงข้อมูล วันที่ 21 มีนาคม 2558

สรรพพล ศิริกุล แผนธุรกิจ นำดื่มโมเลกุลเล็ก ระบบแอคติเวท “ทิปที่ออป” นักศึกษาปริญญา

โท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ

วารสารแผนธุรกิจ ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 (มกราคม – มีนาคม 2558)

มหาวิทยาลัยรังสิต วารสารแผนธุรกิจ ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (ตุลาคม – ธันวาคม 2556)
<http://www.rsubusinessplan.com> เข้าถึงข้อมูล วันที่ 12 เมษายน 2558