

บทคัดย่อ



แผนธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์ไอศกรีมโฮมเมดปราศจากน้ำตาล
“Caröver”

วรวิฒิ สายฟ้า

การศึกษาระดับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรม
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ปีการศึกษา 2560

บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท เฮลท์แคร์สายฟ้า จำกัด ก่อตั้งขึ้นมาจากแนวความคิดที่จะผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากในสถานการณ์ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพที่หลากหลาย แต่ไม่พบผลิตภัณฑ์ของหวานหรือไอศกรีมเพื่อสุขภาพ ด้วยตระหนักถึงเรื่องสุขภาพของครอบครัว และอัตราการเกิดโรคเบาหวานในประเทศไทยที่เพิ่มขึ้น จึงได้เกิดการวางแผนดำเนินการธุรกิจ ไอศกรีมโฮมเมดปราศจากน้ำตาลที่เสริมคุณค่าทางโภชนาการด้านต่างๆ ที่มีคุณค่าเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค โดยเป็นไอศกรีมโฮมเมดที่ทำขึ้นจากการใส่ส่วนผสมสารให้ความแทนน้ำตาลและเสริมด้วยวิตามินหรือแร่ธาตุในไอศกรีมรสนมอัดแท่ง เพื่อช่วยในเรื่องความชุ่มชื้น นุ่มนวล เติ่งติ่งแก้ผิว สร้างกล้ามเนื้อ และช่วยเรื่องระบบขับถ่าย เป็นไอศกรีมโฮมเมดสำหรับคนรักสุขภาพและต้องการควบคุมน้ำหนัก

ในปัจจุบันกระแสความสนใจและความนิยมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพและแนวโน้มการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ (functional food) มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ข้อมูลตลาดไอศกรีมในประเทศไทย ช่วง 5 ปีที่ผ่านมาเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 8.1 ต่อปี จากมูลค่า 12,000 ล้านบาท เมื่อปี 2553 เพิ่มขึ้นเป็น 16,500 ล้านบาท ในปี 2557 สำหรับปัจจัยสนับสนุนการเติบโตของตลาด คือ คุณสมบัติของไอศกรีมเองที่มีความหวาน เย็น ให้ความอร่อยและสดชื่น เป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย และเป็นโอกาสทางธุรกิจที่ดีสำหรับบริษัทในการเข้าตลาดไอศกรีมทางบริษัทจึงมองเห็นเป็น โอกาสทางการตลาดไอศกรีมที่มีผู้ประกอบการไอศกรีมโฮมเมดเพื่อสุขภาพระดับพรีเมียมที่มีผู้ประกอบการจำนวนน้อยราย เมื่อเทียบกับไอศกรีมทั่วไปในตลาดพรีเมียม

บริษัทกำหนดจัดตั้งบริษัทในเดือน พฤศจิกายน 2562 ด้วยทุนจดทะเบียน 10,000,000 บาท ประกอบด้วยผู้ถือหุ้น จำนวน 4 ท่าน โดยแบ่งเป็นจำนวนหุ้นทั้งสิ้น 100,000 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 100 บาท ใช้เงินลงทุนเริ่มแรกในการทำธุรกิจ 10,000,000 บาทโดยเป็นส่วนเงินลงทุนผู้ถือหุ้นทั้งหมด สินทรัพย์ของทางบริษัท ประกอบไปด้วย ที่ดิน มูลค่า 6,000,000 บาท สิ่งปลูกสร้างโรงงานมูลค่า 1,000,000 บาท เครื่องใช้สำนักงาน 48,500 บาท เครื่องจักรโรงงานมูลค่า 286,400 บาท เครื่องจักรหน้าร้าน 902,400

บาท โดยมีแหล่งจำหน่ายคือหน้าร้านสาขาในพื้นที่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย มีเงินลงทุนหมุนเวียน 1,762,700 บาท รวมมูลค่าสินทรัพย์ทั้งสิ้น 10,000,000 บาท บริษัทคาดว่าในปีแรกบริษัทจะมีกำไรสุทธิ 2,847,464 บาท มีอัตราการเติบโตของธุรกิจเฉลี่ยอยู่ที่ 3.8 % ผลตอบแทนจากการลงทุน มีระยะเวลาในการคืนทุน 2 ปี 2 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเป็นบวก และอัตราผลตอบแทนภายใน เท่ากับ 54.96 % แสดงให้เห็นว่าโครงการนี้มีความเป็นไปได้ในการลงทุน

วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นผู้ผลิตไอศกรีมโฮมเมดชั้นนำในอุตสาหกรรมไอศกรีม เพื่อคุณค่าและเสริมสร้างโภชนาการของผู้บริโภคให้มีร่างกายที่แข็งแรงสมบูรณ์

พันธกิจ (Mission)

พัฒนาไอศกรีมโฮมเมดที่คำนึงถึงโภชนาการด้านต่างๆ และ คุณค่าสำหรับสุขภาพของผู้บริโภค ให้มีคุณภาพ ในราคาที่เหมาะสม

วัตถุประสงค์และเป้าหมาย (Object and Goal)

ระยะสั้น (1 ปี)

- สร้างยอดขายไม่ต่ำกว่า 300,000 แห่งในปีแรก
- สร้างช่องทางการจัดจำหน่าย 5 สาขา ในกรุงเทพมหานคร

ระยะกลาง (3 ปี)

- เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย 5 สาขา ใกล้เคียงโรงพยาบาลและสถานที่ออกกำลังกาย
- มียอดขายต่อปีไม่ต่ำกว่า 500,000 แห่ง

ระยะยาว (5 ปี)

- มีอัตราการเพิ่มของรายได้เฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 15 % ต่อปี
- เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย 10 สาขาในปริมณฑล

ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อกิจการ	บริษัท เฮลท์แคร์ สายฟ้า จำกัด
ประเภทธุรกิจ	ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นมในรูปแบบไอศกรีม โฮมเมดปราศจากน้ำตาลเสริมคอลลาเจนผงเพื่อ สุขภาพ และ สำหรับผู้ป่วย
กำหนดก่อตั้ง	วันที่ 5 มกราคม 2562
รูปแบบการดำเนินธุรกิจ	บริษัทจำกัด (Limited Company) ผลิตและจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ไอศกรีมโฮมเมดเพื่อสุขภาพส่งตรงถึง ผู้บริโภค
ที่อยู่ / ที่ตั้งกิจการ	36/55 หมู่ 8 ซอยนครอินทร์ 1 แยก 2 ถนนนครอินทร์ ตำบล บางเขน อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี รหัสไปรษณีย์ 11000
โทรศัพท์	02-9503352
E-mail	Healthcare_Saifa@hotmail.com
ทุนจดทะเบียน	10,000,000 บาท

รายละเอียดสินค้าและบริการ

แคร์เวอร์ (Caröver) เป็นผลิตภัณฑ์ไอศกรีมแช่แข็งชนิดหนึ่ง ที่ได้ใช้วัตถุดิบหลักคือนมโค ที่ผสมวัตถุดิบสารให้ความหวาน “สตีวิโอไซด์” (Stevioside) จากหญ้าหวานที่สกัดออกมาทดแทนน้ำตาล พร้อมเสริมคุณค่าทางอาหารในด้านต่างๆ เพื่อสุขภาพที่ดีของผู้บริโภคที่รักสุขภาพและผู้ป่วยที่จำเป็นต้องบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีน้ำตาล เมื่อรับประทานแล้วไม่ก่อให้เกิดโทษและสามารถรับประทานได้บ่อยครั้งและปริมาณมากๆ คุ้มราคา รับประทานได้ทุกเพศทุกวัย เหมาะอย่างยิ่งสำหรับผู้หญิงที่รักสวยรักงาม รักการออกกำลังกาย และผู้ป่วยที่ไม่สามารถบริโภคปริมาณน้ำตาลได้มาก

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation)

ไอศกรีมในปัจจุบันเป็นของหวานแซ่แข็งชนิดหนึ่งที่ได้จากการผสมผสานส่วนผสมผ่านกระบวนการฆ่าเชื้อ นำไปปั่นและกระบวนการแช่เยือกแข็งก่อนนำมาบริโภคซึ่งวัตถุดิบหลักคือ นม น้ำตาล เนย สารให้ความคงตัว และสารอิมัลซิไฟเออร์ และมีการคำนึงถึงโภชนาการ แต่ในปัจจุบันมีกลุ่มผู้บริโภคจำนวนมากเริ่มหันมาสนใจผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ควบคุมน้ำหนักตัวสนใจในวัตถุดิบที่ใช้และโภชนาการที่ได้รับ โดยเฉพาะปัจจุบันมีอัตราผู้ป่วยโรคเบาหวานเพิ่มขึ้น ดังนั้นบริษัทจึงได้ศึกษาข้อมูลและสำรวจตลาดว่าปัจจุบันได้มีอาหารเสริมเพื่อสุขภาพจำนวนมากแต่ยังไม่มีผลิตภัณฑ์ไอศกรีมที่สามารถให้ประโยชน์แก่ผู้บริโภค

ประเภทของนวัตกรรม

ในการนำนวัตกรรมเข้ามาปรับใช้ในการผลิตไอศกรีมของบริษัทเป็นนวัตกรรมประเภท “นวัตกรรมผลิตภัณฑ์” (Product Innovation) คือ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในเชิงพาณิชย์ที่ได้ปรุงแต่งให้ดีขึ้น หรือ เป็นสิ่งใหม่ในตลาดไอศกรีมโฮมเมดระดับพรีเมียม มีนวัตกรรมกระบวนการผลิตที่นำคุณค่าทางโภชนาการต่างๆที่มีประโยชน์ต่อร่างกายนำลงไปใส่ในส่วนผสมเพื่อทำให้ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ต่อผู้บริโภค

รูปแบบการดำเนินการธุรกิจ (Business Model)

ภาพ 1 Business Model Canvas – ผลิตภัณฑ์ไอศกรีมโฮมเมด “แคร่เวอร์” (Carèver)

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
1. Supplier วัตถุดิบ ฟาร์มโคนม 2. Supplier วัตถุดิบคอลลาเจนผง 3. Supplier วัตถุดิบสารให้ความหวานจากหญ้าหวาน 4. ผู้ซื้อแฟรนไชส์ 5. เจ้าของพื้นที่	1. การผลิตและจำหน่ายไอศกรีมโฮมเมดปราศจากน้ำตาลเสริมคอลลาเจนผงเพื่อผู้ป่วยโรคเบาหวานและผู้ที่ไม่ใส่ใจในสุขภาพ 2. คุกกี้และขนมเค้ก 3. วิจัยและพัฒนาไอศกรีมเพื่อสุขภาพ Key Resources 1. คลังแช่แข็ง ที่ใช้ในการผลิต 2. เครื่องขึ้นรูป และ พนักงาน 3. รถขนส่งสินค้า และ พนักงาน	1. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ปราศจากน้ำตาล ช่วยในการรักษาผู้ป่วยโรคเบาหวาน 2. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยให้ตัวเพิ่มขึ้น เติบโต และ มีส่วนช่วยซ่อมแซมกระดูก 3. ง่ายต่อการพกพา	1. อำนวยความสะดวกต่อการช้อปปิ้งทางออนไลน์ของผู้บริโภค และ ทำผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าแก่ผู้บริโภคมากที่สุด 2. แปรนัยสุขภาพ 3. CSR Channels สาขา, เว็บไซต์, ประชาสัมพันธ์, การขนส่ง, ร้านสะดวกซื้อทั่วประเทศ	1. ผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย 2. ผู้บริโภคที่ใส่ใจในสุขภาพ 3. ผู้ป่วยโรคเบาหวาน 4. ผู้ที่ชื่นชอบไอศกรีมแต่ต้องการควบคุมน้ำหนัก
Cost Structure รายได้จากการขาย, ค่าแฟรนไชส์, ค่าเช่าที่, ค่าลิขสิทธิ์แฟรนไชส์, ค่าใช้จ่ายในการบริหาร, ค่าวัตถุดิบ, ค่าใช้จ่ายในการขาย, ค่าประชาสัมพันธ์, ค่าวิจัยคิดค้นและพัฒนา, ค่ากระจายสินค้า, ค่าบำรุงซ่อมแซม, ค่าสาธารณูปโภค		Revenue Streams ผลิตภัณฑ์ไอศกรีมโฮมเมด, คุกกี้และขนมเค้ก, ค่าบริการบำรุงซ่อมแซมรถขึ้นรูป		

จุดแข็ง (Strengths)

1. เป็นผู้นำตลาดทางด้านไอศกรีมโฮมเมดเพื่อสุขภาพระดับพรีเมียม
2. มีทีมบุคคลากรในการคิดค้นวิจัยได้อย่างต่อเนื่อง
3. เป็นไอศกรีมโฮมเมดเพื่อสุขภาพที่มีความโดดเด่นในการควบคุมน้ำหนัก
4. ผลิตภัณฑ์มีราคาไม่สูงมากเมื่อเทียบกับตลาดไอศกรีมระดับเดียวกัน

จุดอ่อน (Weaknesses)

1. ประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจน้อย
2. ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้า
3. ใช้เงินในการลงทุนเริ่มแรกค่อนข้างสูง
4. มีคู่แข่งรายใหญ่ที่สามารถหันมาแข่งขันในตลาดได้สูง

โอกาส (Opportunities)

1. สภาพอากาศประเทศไทยร้อนขึ้นจึงทำให้ธุรกิจไอศกรีมเติบโตได้เป็นอย่างดี
2. ปัจจุบันผู้บริโภคหันมาสนใจรักษาสุขภาพกันมากขึ้น จึงเป็นโอกาสในการขายผลิตภัณฑ์
3. เป็นผลิตภัณฑ์รับประทานง่าย ราคาไม่แพง
4. เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถให้ผู้ป่วยโรคเบาหวานหรือผู้ต้องการควบคุมน้ำหนักบริโภคได้
5. หาซื้อได้สะดวก

อุปสรรค (Challenges)

1. ราคาวัตถุดิบมีความผันผวน
2. คู่แข่งสามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย
3. คู่แข่งขันเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภค
4. ต้นทุนในการคิดค้นและวิจัยค่อนข้างสูง การเข้าถึงช่องทางจัดจำหน่ายค่อนข้างยาก เนื่องจากเป็นลูกค้ารายใหม่

Positioning

เป็นผลิตภัณฑ์ไอศกรีมโฮมเมดเพื่อสุขภาพ (Functional food) ในตลาดระดับพรีเมียม



ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ไอศกรีมโฮมเมดปราศจากน้ำตาล ผลิตจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพเสริมด้วยสารให้ความหวานที่สกัดจากหญ้าหวานที่ไม่มีแคลอรีช่วยบำรุงตับอ่อน เหมาะสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน และ ผู้ที่ชื่นชอบผลิตภัณฑ์ไอศกรีมทุกเพศทุกวัยที่รักและใส่ใจดูแลสุขภาพ จำหน่ายในรูปแบบแพ่งที่มีบรรจุภัณฑ์พร้อมฉลากข้อมูลโภชนาการ

บรรจุภัณฑ์ ในรูปแบบแพ่งในบรรจุภัณฑ์แสดงข้อมูลโภชนาการ

ขนาดบรรจุ 1 แพ่ง /1 ไม้ ปริมาตร 70 กรัม

รสชาติของไอศกรีม มีกลิ่นรสของนมและกลิ่นหอมหวาน

ตราสินค้า(Logo) *Caröver*



Carëver Collagen Pop



Carëver Menthol Pop



Carëver Whey Pop

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

บริษัทเน้นการประชาสัมพันธ์เป็นเป้าหมายหลักพร้อมมีการจัดจำหน่ายโดยเปิดสาขาหลักและสาขาย่อย รวมกันจำนวน 20 สาขาใน 5 ปี ภายในกรุงเทพมหานคร และ บริเวณทล_พื้นที่ใกล้เคียง โรงพยาบาล และฟิตเนต

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาดในระยะสั้น เป็นการประชาสัมพันธ์สินค้า มีการนำการส่งเสริมการตลาดเชิงบูรณาการ (IMC) เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าใจในตัวสินค้า ทำให้ผู้บริโภคทราบถึงจุดเด่นของสินค้า และวัตถุประสงค์ของบริษัทที่ต้องการสื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับรู้ โดยมีการจัดกิจกรรมและโปรโมชั่นพิเศษให้กับผู้บริโภคให้ได้รับประโยชน์สูงสุด

แหล่งที่มาของเงินทุน

เงินลงทุนของบริษัท มาจากส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด จำนวน 10,000,000 บาท โดยแยกเป็นรายละเอียดดังนี้

สินทรัพย์การลงทุน

รายละเอียดการลงทุน	โครงสร้างการลงทุน			
	ส่วนของผู้ถือหุ้น		เจ้าหนี้เงินกู้	
	จำนวนเงิน	(%)	จำนวนเงิน	(%)
สินทรัพย์ถาวร				
1. ที่ดิน	6,000,000	60.00	-	-
2. โรงงานและสำนักงาน	1,000,000	10.00	-	-
3. เครื่องจักรหน้าร้าน	902,400	9.02	-	-
4. เครื่องจักร โรงงาน	286,400	2.86	-	-
5. เครื่องใช้สำนักงาน	48,500	0.49	-	-
เงินทุนหมุนเวียน	1,762,700	17.63	-	-
รวม	10,000,000	100.00	-	-

Debt	-	บาท		
Equity	10,000,000	บาท		
Debt : Equity	0.00	:	1	เท่า

ประมาณการงบกระแสเงินสด 1 - 5 ปี

รายการ	เวลา (ปี)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงาน					
กำไรสุทธิ	2,347,464	2,955,619	9,054,052	10,563,506	24,174,665
บวก/ลบ					
ค่าเสื่อมราคา	292,730	292,730	436,460	436,460	358,460
ขจัดวัฏจักร (กำไร/ผล)	(165,393)	(206,536)	(497,743)	(540,256)	(1,122,960)
ขจัดภาระระหว่างเวลา (กำไร/ผล)	(582,429)	(481,563)	(1,554,346)	(1,455,983)	(2,907,970)
ขจัดหนี้ค้าขายรูป (กำไร/ผล)	(582,429)	(481,563)	(1,554,346)	(1,455,983)	(2,907,970)
เงินสดจากการดำเนินงาน	2,211,433	2,078,277	6,515,052	7,406,560	13,074,225
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน					
ที่ดิน	(6,000,000)	-	-	-	-
อาคารสำนักงาน	(1,000,000)	-	-	-	-
เงินทุนหมุนเวียน	(1,762,700)	(1,762,700)	(1,369,000)	(1,369,000)	(3,336,109)
เครื่องจักร โรงงาน	(286,400)	-	(38,400)	-	-
เครื่องใช้ สาน.	(48,500)	-	-	-	-
เครื่องจักรหน้าร้าน	(902,400)	-	(280,000)	-	(1,760,000)
เงินสดจากการลงทุน	(10,000,000)	(1,762,700)	(2,257,400)	(1,369,000)	(3,346,109)
กระแสเงินสดจากกิจกรรมการจัดหาเงิน					
ทุนจดทะเบียน	10,000,000	-	-	-	-
เงินสดจากการจัดหาเงิน	10,000,000	0	0	0	0
การเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสด	2,211,433	316,177	4,075,652	5,537,560	12,728,116
เงินสดและเทียบเท่า	-	2,211,433	2,527,664	6,603,316	12,140,376
เงินสดและเทียบเท่ารวม	2,211,433	2,527,664	6,603,316	12,140,376	24,368,991

ผลการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)

ปี	กระแสเงินสดสุทธิของโครงการ	
เงินลงทุนในโครงการ	(10,000,000)	
ปีที่ 1	2,847,464	2,847,464
ปีที่ 2	2,955,619	5,803,083
ปีที่ 3	9,034,032	14,837,115
ปีที่ 4	10,368,306	25,205,421
ปีที่ 5	24,174,665	49,380,086
ระยะเวลาคืนทุน	2 ปี 2 เดือน	

ผลการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)

ปี	เงินสดสุทธิ	กระแสเงินสดสุทธิของโครงการ
เงินลงทุนในโครงการ	-10,000,000	
ปีที่ 1	2,847,464	2,847,464
ปีที่ 2	2,979,619	5,803,083
ปีที่ 3	9,034,032	14,837,115
ปีที่ 4	10,368,306	25,205,421
ปีที่ 5	24,174,665	49,380,086
Rate		0.0%
NPV		49,380,086
IRR		54.96 %

