

แป้งนํารักษาผิวจากเปลือกมังคุด

ภาณุศักดิ์ สุภา

1. บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ผิวเป็นปัญหาสุขภาพที่มีผลกระทบทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจต่อผู้ที่เป็นผิว แต่ปัญหาผิวเป็นเรื่องธรรมดาที่สามารถเกิดขึ้นได้กับทุกคน โดยธรรมชาติของผิวหนังแต่ละคนนั้นจะแตกต่างกันออกไป จึงส่งผลต่อใบหน้าและร่างกายของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ทำให้บางคนเป็นผิวมาก ส่วนบางคนก็เป็นผิวน้อย แต่เชื่อได้ว่าเกือบทุกคนคงต้องเผชิญกับปัญหาผิวอย่างแน่นอน

บริษัท อติแกนซ์ คอสเมติกส์ จำกัด (Elegance Cosmetics Co., Ltd) จึงได้ผลิตแป้งนํารักษาผิวที่ตอบโจทย์ความต้องการ ช่วยแก้ปัญหาได้อย่างตรงจุด เพราะมีคุณสมบัติช่วยควบคุมความมันเมื่อทาบริเวณที่เป็นผิวจะรู้สึกเย็นและแห้งในทันที โดยไม่ก่อให้เกิดการแพ้หรือระคายเคือง เพราะผลิตจากสารสกัดจากธรรมชาติ (Natural Extract)

ด้านนวัตกรรม ได้ทำการจ้างโรงงานรับจ้างผลิตที่สามารถควบคุมการผลิตให้ได้มาตรฐานในทุกขั้นตอน มีความเชี่ยวชาญและมีทีมงานผู้ควบคุมการผลิตและการวิจัยผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์นี้ทำตามมาตรฐาน GMP. และ ISO มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี โดยรับผลิตเครื่องสำอางและเวชสำอางทุกชนิด และใช้เทคโนโลยีการวิจัยและพัฒนาสูตรจาก S&P Laboratory ประเทศเกาหลี และ Switz Lab ประเทศสวิตเซอร์แลนด์โดยทางโรงงานจะรับพัฒนาสูตร วิจัยผลิตภัณฑ์ พร้อมการจัดการบรรจุภัณฑ์ ออกแบบฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ ให้บริการอย่างครบวงจร One Stop Service

ด้านแนวโน้มของธุรกิจ ปัจจุบันพบว่าตลาดผลิตภัณฑ์รักษาผิวมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีมูลค่าเพิ่มสูงถึง 1,000 ล้านบาท และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องปีละ 8-10% ผลิตภัณฑ์รักษาผิวซึ่งเป็นที่นิยมในท้องตลาดคือ ผลิตภัณฑ์แต้มผิวทั้งเนื้อเจลและเนื้อครีม 50% โฟมล้างหน้าขจัดผิว 40% แผ่นแปะผิว 2% และอื่นๆ อีก 8% จากผลการวิเคราะห์ของ ดร.พิกุลทอง ขอเพิ่มทรัพย์ และ ดร.สุวิมล สุรัสโม นักวิจัยจากศูนย์นาโนเทคโนโลยีแห่งชาติ หรือนาโนเทค สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

กลุ่มเป้าหมาย บริษัทมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มวัยรุ่น ชาย – หญิง อายุระหว่าง 13-19 ปี ที่เริ่มเป็นสิวจากการเปลี่ยนแปลงของฮอร์โมน เนื่องจากเป็นวัยที่รักสวยรักงาม ต้องการได้รับความสนใจจากเพื่อนและเพศตรงข้าม และ กลุ่มวัยผู้ใหญ่ ชาย – หญิง อายุระหว่าง 22 – 40 ปี ที่เป็นสิวในวัยผู้ใหญ่ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อ และสามารถตัดสินใจซื้อได้ด้วยตนเอง

สำหรับการลงทุนเริ่มต้นใช้เงินลงทุนจำนวน 2,000,000 บาท ซึ่งจากการประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนพบว่า มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 13,848,197.35 และอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เป็นบวก เท่ากับ 189.15% มีระยะเวลาในการคืนทุน Payback Period เท่ากับ 5.5 เดือน ซึ่งเป็นระยะเวลาคืนทุนที่ค่อนข้างเร็ว เมื่อเทียบกับธุรกิจทั่วไป ดังนั้นจะเห็นได้ว่าแผนธุรกิจเบื้องต้นนี้รักษาสิวจากเปลือกมังคุดนี้มีความน่าสนใจ สามารถสร้างผลกำไรและผลตอบแทนที่ดีแก่ผู้ถือหุ้น คุ้มค่าแก่การลงทุน

2. ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ

คิล-ซิท (Kill - Zit) แป้งนํ้ารักษาสิวจากเปลือกมังคุด เป็นผลิตภัณฑ์อยู่ในรูปแบบคล้ายกับยาแวนตะคอน กล่าวคือ ต้องเขย่าให้ส่วนที่เป็นแป้งด้านล่างมาผสมเป็นเนื้อเดียวกันกับนํ้าก่อน จากนั้นจึงค่อยนำมาแต้ม หรือทาในบริเวณที่เป็นสิว ส่วนผสมหลักๆในแป้งนํ้าที่มีประสิทธิภาพในการรักษาสิว คือ Salicylic acid ซึ่งเป็นตัวยาที่มีคุณสมบัติในการผลัดเซลล์ผิว ลดการเกิดสิว ทำให้หัวสิวแห้งเร็วขึ้นซึ่งนิยมใช้มากในปัจจุบัน

2.1 ปัญหาและแนวคิดผลิตภัณฑ์

Salicylic Acid คือกรดชนิดหนึ่งที่เกิดจากการสังเคราะห์โดยนักวิทยาศาสตร์ของประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมักจะถูกผสมอยู่ในเครื่องสำอางที่เราใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ครีมทาผิว แชมพู สบู่ โลชั่น รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้รักษาสิวด้วย ในมุมมองของการรักษาสิว Salicylic Acid จะมีสรรพคุณในการรักษาสิวอุดตันและรอยแผลสิว หรือจุดด่างดำจากสิวได้ดี กรด Salicylic Acid จะละลายได้ดีในน้ำมันที่เกิดจากแบคทีเรียบนรูขุมขน จึงสามารถเข้าไปซอนไซซจัดสิ่งสกปรกที่อยู่ในรูขุมขนของร่างกายได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ กรด Salicylic Acid ยังมีฤทธิ์ที่ช่วยผลัดเซลล์ผิวชั้นบนของร่างกายให้หลุดลอกออกไปก่อนเวลาอันควร ซึ่งนอกจากจะช่วยป้องกันการอุดตันของสิวแล้ว ยังมีผลทำให้รอยสิว จุดด่างดำจากสิวดูจางลงได้อีกด้วย

แต่ Salicylic Acid เป็นกรดที่มีผลข้างเคียงต่อร่างกาย เมื่อมีการใช้สะสมเป็นเวลานานจะเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ได้แก่

ตารางที่ 1

แสดงผลข้างเคียงต่อร่างกายของกรด Salicylic Acid

รายการ	ผลข้างเคียง
1. ระบบหายใจ	การสูดดมฝุ่นหรือไอระเหยจะทำให้เกิดการระคายเคืองของเยื่อทางเดินหายใจ ไอ แน่นหน้าอก ปวดหัวศีรษะ
2. ทางผิวหนัง	หากสัมผัสทางผิวหนังในความเข้มข้นที่สูงจะทำให้ผิวหนังระคายเคือง แดง อักเสบ
3. สัมผัสกับตา	หากสัมผัสกับตาจะทำให้เยื่อตาระคายเคือง ตาแดง น้ำตาไหล
4. การกลืนกิน	การกลืนกินเข้าสู่ระบบทางเดินอาหารจากกรดซาลิซิลิกบริสุทธิ์หรือการผสมในอาหารจะเกิดการดูดซึมเข้าสู่กระแสเลือดทำให้เลือดมีภาวะความเป็นกรดสูงอันตรายต่อชีวิตได้

2.2 ข้อบ่งชี้ความเป็นนวัตกรรม

บริษัท อลิแกนซ์ คอสเมติกส์ จำกัด (Elegance Cosmetics Co., Ltd) ผลิตแป้งน้ำรักษาสิวจากเปลือกมังคุด ภายใต้แบรนด์ “คิล-ซิท” (Kill - Zit) เป็นสินค้านวัตกรรมประยุกต์เจ้าแรกของเมืองไทย โดยนำสารสกัดจากเปลือกมังคุดที่มีชื่อว่า แซนโทน (Xanthone) มาแทนกรดซาลิซิลิก (Salicylic acid) ที่คุณสมบัติคล้ายกัน ซึ่งพบมากที่สุดในมังคุดและใช้แป้งจากพืชแทน แป้งทัลคัมจากโครงการประชุมวิชาการ เรื่อง ความงามตามธรรมชาติและสุขภาพดีผ่านวิถีวิทยาศาสตร์ความงาม หัวข้อ ผลของสารสกัดเปลือกมังคุดต่อเชื้อ Propionibacterium acnes หรือ P. acnes ผลการวิจัยพบว่าสารสกัดจากเปลือกมังคุดด้วยเอทิลอะซิเตท มีประสิทธิภาพในการต้านเชื้อ P. acnes ดีที่สุดโดย

มีสรรพคุณช่วยยับยั้งเชื้อแบคทีเรีย ช่วยลดการอักเสบของผิวหนัง ช่วยป้องกันการเกิดสิว บรรเทาอาการเกิดอาการแพ้ ป้องกันผิวจากแสงแดด และยังมีสารต้านอนุมูลอิสระที่ช่วยให้ผิวเต่งตึงขึ้น และช่วยลดการสร้างเม็ดสีที่ผิว ทำให้ผิวขาวขึ้นอย่างเป็นธรรมชาติ ช่วยผลัดเซลล์ผิวแบบเล็กๆช่วยให้ผิวแห้งและหลุดลอกออกไปได้ เป็นยาทารักษาสิวที่สามารถใช้ได้ทั้งที่หน้าและส่วนต่างๆของร่างกายที่มีสิวจน เช่น หน้าอก แผ่นหลัง คอ แขนขา เป็นต้น

2.3 โครงสร้างธุรกิจ Business Model

เป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แป้งน้ำใช้ส่วนผสมสารสกัดจากธรรมชาติ แทนสารเคมี โดยเน้นรักษาผิวที่ใบหน้าและแผ่นหลัง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากสารสกัดจากธรรมชาติ คือ เปลือกมังคุด โดยกระบวนการผลิตจะจ้างโรงงานผลิต OEM (Original Equipment Manufacturer) ตั้งแต่สารสกัดจากเปลือกมังคุด ผลิตตัวแป้งน้ำ บรรจุตัวแป้งน้ำลงในบรรจุภัณฑ์ที่ทางแบรนด์เป็นผู้ออกแบบ และจัดส่งสินค้าไปยังสถานที่จัดเก็บของทางแบรนด์เพื่อจำหน่ายต่อไป โดยจะจำหน่ายผ่านตัวแทนร้านสะดวกซื้อชั้นนำต่างๆ รวมทั้งช่องทางโซเชียลมีเดียและออกงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์รักษาผิว

2.4 การวิเคราะห์อุตสาหกรรม ด้วย Five Forces Model

ตารางที่ 2

ปัจจัยบวกและปัจจัยลบต่อธุรกิจจาก Porter's Five Forces Model

Porter's Five Forces Model	ปัจจัยบวก	ปัจจัยลบ
อำนาจต่อรองของผู้ผลิต	ปานกลาง	
อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ		สูง
การแข่งขันระหว่างคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน		สูง
ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่		ปานกลาง
ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน		ต่ำ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางธุรกิจ		ต่ำ

2.5 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ของธุรกิจ ตารางที่ 3

การวิเคราะห์ SWOT Analysis

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> - เป็นผลิตภัณฑ์สารสกัดจากธรรมชาติที่มีคุณภาพ ของสาร Xanthone จากเปลือกมังคุด - ใช้แป้งจากพืช แทน แป้ง ทาลค์ม - ผู้บริหารมีความเชี่ยวชาญในการบริหารและ การทำการตลาด - ด้านราคาผลิตภัณฑ์สามารถแข่งขัน ได้ เนื่องจากเป็นสารสกัดจากผลไม้ไทยซึ่งมีราคา ไม่แพง - มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม มีความ เป็นธรรมชาติและทันสมัย - ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานสากลรับรองจาก โรงงานรับจ้างผลิตที่มีคุณภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีโรงงานผลิตเป็นของตัวเอง - ใช้งบประมาณทางการตลาดสูงเพื่อ ทำให้ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก - การขยายช่องทางขายยังไม่ครอบคลุมเท่า คู่แข่งขัน - บริษัทมีเงินทุนจำกัด - มีคู่แข่งที่ทำตลาดอยู่ก่อนแล้ว
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
<ul style="list-style-type: none"> - กระแสผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง - สิวมีการเกิดขึ้นในผู้บริโภคอยู่ตลอด - ผู้บริโภคยึดติดกับตรา ยี่ห้อ น้อยลง จึงมี โอกาสในการก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำตลาดได้ - ช่องทางการจัดจำหน่ายมีความหลากหลาย โดยเฉพาะระบบออนไลน์ - ธุรกิจมีโอกาสการเจริญเติบโตสูง 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์รักษาสิวเป็นสินค้าที่ทดแทน กันได้ - คู่แข่งขันมีโรงงานผลิตเป็นของตนเอง และมีความพร้อมทางด้านเงินทุน - โอกาสที่คู่แข่งรายใหม่จะเข้ามา

3. แผนการตลาด

3.1 ส่วนแบ่งทางการตลาดและการเติบโต (Market Size)

จากผลวิเคราะห์ของ ดร.พิกุลทอง ขอเพิ่มทรัพย์ และ ดร.สุวิมล สุรัสโม นักวิจัยจากศูนย์นาโนเทคโนโลยีแห่งชาติ หรือนาโนเทค สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ตลาดผลิตภัณฑ์รักษาผิวมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องปัจจุบันพบว่าตลาดผลิตภัณฑ์รักษาผิวมีมูลค่าเพิ่มสูงถึง 1,000 ล้านบาท และมีแนวโน้มเพิ่มอย่างต่อเนื่องปีละ 8-10% ผลิตภัณฑ์รักษาผิวซึ่งเป็นที่นิยมในท้องตลาดคือ ผลิตภัณฑ์แต้มผิวทั้งเนื้อเจลและเนื้อครีม 50% โฟมล้างหน้าจัดผิว 40% แผ่นแปะผิว 2% และอื่นๆ อีก 8%

3.2 การวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและตำแหน่งทางการตลาด (STP)

ในการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและตำแหน่งทางการตลาดจะใช้กลยุทธ์ STP ในการวิเคราะห์ โดยแบ่งเป็น 3 หัวข้อหลักๆ ได้แก่ การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting) และการกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ (Positioning) โดยจะกล่าวรายละเอียด ดังต่อไปนี้

การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation)

การแบ่งส่วนตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์แป้งนํารักษาผิวจากเปลือกมังคุด ได้แก่ กลุ่มคนที่เป็นสิ่ว สิวอุดตัน สิวผด เป็นสิ่วบริเวณกว้างที่เกิดจากเชื้อ P.ance ที่ต้องการรักษาผิวให้หายทั้งใบหน้าและแผ่นหลัง รวมทั้งต้องการผลิตภัณฑ์รักษาผิวที่มีส่วนผสมของสารสกัดจากธรรมชาติ มีมาตรฐานและคุณภาพ อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และหัวเมืองใหญ่ๆ ในต่างหวัด โดยมีเกณฑ์การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ และตามหลักพฤติกรรมศาสตร์ ดังนี้

1. ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

โดยแบ่งเป็นวัยรุ่นเพศชายหญิงที่เป็นสิ่วโดยพบว่าร้อยละ 85 ของเด็กอายุ 15 – 18 ปีจะเป็นสิ่ว ในเพศหญิงสิ่วพบบ่อยในช่วง อายุ 13 – 17 ปี เพศชายพบบ่อยในอายุ 16 – 19 ปี ร้อยละ 85 ของคนที่เป็นสิ่วจะเป็นชนิดไม่รุนแรง มีเพียงร้อยละ 15 เท่านั้นที่เป็นสิ่วรุนแรง โดยร้อยละ 80 อาการของสิ่วจะดีขึ้นในอายุ 22-23 ปี มีเพียงร้อยละ 10 เท่านั้นที่สิ่วยังปรากฏอยู่จนอายุ 30-40 ปี

ที่มา (dlibrary.childrenhospital.go.th)

2. ตามหลักพฤติกรรม (Behavioristic Segmentation)

1. โอกาสในการซื้อ คือ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เมื่อเป็นสิว
2. การแสวงหาผลประโยชน์ คือ ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์รักษาสิว ที่มีส่วนผสมของสารสกัดธรรมชาติ เพื่อต้องการรักษาสิวให้หายและไม่เกิดการแพ้

การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Targeting)

บริษัทมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มวัยรุ่น ชาย – หญิง อายุระหว่าง 13-19 ปี ที่เริ่มเป็นสิวจากการเปลี่ยนแปลงของฮอร์โมน เนื่องจากเป็นวัยที่รักสวยรักงาม ต้องการได้รับความสนใจจากเพื่อนและเพศตรงข้าม
2. กลุ่มวัยผู้ใหญ่ ชาย – หญิง อายุระหว่าง 22 – 40 ปี ที่เป็นสิวในวัยผู้ใหญ่ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อ และสามารถตัดสินใจซื้อได้ด้วยตนเอง

3.3 กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

กลยุทธ์ราคา (Price Strategy)

ราคาจำหน่ายปลีกคือ 199 บาท ต่อขวด ขนาด 50 มิลลิลิตร โดยใช้กลยุทธ์การตั้งราคาเลขคี่ มีหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา คือ ราคาเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง และ ราคาเมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าที่ลูกค้าได้รับ

กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Chanel Strategy)

ผลิตภัณฑ์ คิล-ซิท (Kill – Zit) แป้งนํ้ารักษาสิวจากเปลือกมังคุด มีช่องทางการจัดจำหน่ายดังนี้

1. ระบบตัวแทนจำหน่าย (Drop Ship) คือ ระบบจัดการขายสินค้าด้วยตัวแทนจำหน่าย โดยใช้บริการการจัดการระบบตัวแทนจำหน่ายสินค้าออนไลน์ Smith จากเว็บไซต์ www.atcreative.co.th ซึ่ง Smith จะเข้ามาช่วยจัดการรูปแบบระบบการขาย
2. ขายผ่านสื่อออนไลน์ ได้แก่ เครือข่ายสังคม (Social Network) Facebook จะทำการขายผ่านเพจชื่อว่า “Kill Zit แป้งนํ้ารักษาสิวจากเปลือกมังคุด” เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และสะดวกต่อการซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชม. ของลูกค้า
3. งานแสดงสินค้าความงามและผลิตภัณฑ์รักษาสิว โดยนำสินค้าไปจำหน่ายตามงาน โรดโชว์ ออกบูชางานแสดงสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพความงาม ตลอดปี 2561 ดังนี้

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix)

การโฆษณา

- (1) การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ Social Network ผ่านทาง Facebook
- (2) การโฆษณาผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง (Radio)

4. แผนการผลิตและเทคโนโลยีการผลิต

4.1 สถานที่ตั้งโรงงานรับจ้างผลิตและจำหน่ายวัตถุดิบ

สถานที่ตั้งของผู้รับจ้างผลิต

ชื่อบริษัท : บริษัท เดอร์มา อินโนเวชั่น จำกัด (Derma Innovation Co., Ltd.)
ที่อยู่ : 111/210 หมู่ 9 ซ.แจ้งวัฒนะ-ปากเกร็ด 19ต.บางพูด อ.ปากเกร็ด
จ.นนทบุรี 11120
โทร : 02-962-3223
E-mail : Sales@derma-innovation.com
เว็บไซต์ : www.derma-innovation.com

สถานที่ตั้งของผู้จำหน่ายผงเปลือกมังคุด

ชื่อบริษัท : ร้านสมุนไพรท่าพระจันทร์
โทร : 02-457-8996 / 092-928-7047
E-mail : tpcherb@hotmail.com
Facebook : <https://www.facebook.com/tpcherb>

4.2 เทคโนโลยีการผลิต

บริษัท เดอร์มา อินโนเวชั่น จำกัด เป็นโรงงานรับจ้างผลิตที่สามารถควบคุมการผลิตให้ได้มาตรฐานในทุกขั้นตอน มีความเชี่ยวชาญและมีทีมงานผู้ควบคุมการผลิตและการวิจัยผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐาน GMP และ ISO มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี โดยรับผลิตเครื่องสำอางและเวชสำอางทุกชนิด และใช้เทคโนโลยีการวิจัยและพัฒนาสูตรจาก S&P Laboratory ประเทศเกาหลี และ Switz Lab ประเทศสวิตเซอร์แลนด์โดยทางโรงงานจะรับพัฒนาสูตร วิจัยผลิตภัณฑ์ พร้อมการจัดหาบรรจุภัณฑ์ ออกแบบฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ ให้บริการอย่างครบวงจร One Stop Service

4.3 ขั้นตอนในการผลิต

เนื่องจากบริษัท อลิแกนซ์ คอสเมติกส์ จำกัด (Elegance Cosmetics Co., Ltd) เป็นบริษัทใหม่ที่กำลังเริ่มต้นธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์รักษาผิวจากธรรมชาติ โดยบริษัทจะดำเนินกิจกรรมทางการตลาด จัดจำหน่ายและกระจายสินค้า ตลอดจนการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สำหรับด้านการผลิตทางบริษัทจะทำสัญญาว่าจ้างโรงงานให้ผลิตแป้งน้ำรักษาผิวจากเปลือกมังคุด โดยบริษัทเป็นผู้จัดหาส่วนผสมเปลือกมังคุด และนำส่งให้โรงงานรับจ้างผลิต โดยโรงงานจะทำการผลิตตั้งแต่การนำส่วนผสมไปผลิตจนถึงบรรจุใส่บรรจุภัณฑ์ตามที่บริษัทกำหนด ซึ่งบริษัทเป็นผู้ออกแบบลักษณะบรรจุภัณฑ์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

5. แผนการจัดการองค์กร

ข้อมูลกิจการ

บริษัท : อลิแกนซ์ คอสเมติกส์ จำกัด (Elegance Cosmetics Co., Ltd)

วันที่จัดตั้ง : 9 มกราคม 2561

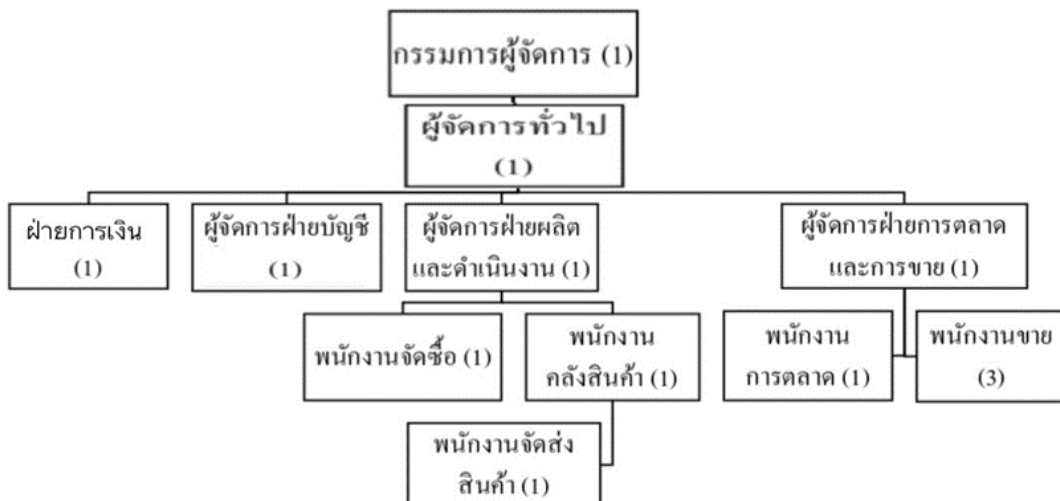
ทุนจดทะเบียน : 2,000,000 บาท

ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ : เลขที่ 9 อาคารอินโน ทาวน์โฮม ถนนเชิดวุฒิกาศ

แขวงสีกัน เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร 10250

ลักษณะธุรกิจ : ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์รักษาผิวสารสกัดจากธรรมชาติ

แผนผังองค์กรบริษัท อลิแกนซ์ คอสเมติกส์ จำกัด



6. แผนการเงิน

ในการประมาณการยอดขายในปีแรกของการดำเนินการ ประมาณการจากส่วนแบ่งทางตลาดของผลิตภัณฑ์รักษาสิว 500,000,000 บาท โดยในปีแรกบริษัทต้องการส่วนแบ่งตลาด อยู่ที่ 0.03 เป็นเงิน 15,000,000 บาท หรือ ยอดขาย 100,000 ขวดต่อปี (คิดราคาขายที่ 150 บาทต่อขวด) และอัตราการเติบโตของยอดขายอยู่ที่ 5% ในปีที่ 2 - ปีที่ 5

สำหรับการลงทุนเริ่มต้นใช้เงินลงทุนจำนวน 2,000,000 บาท ซึ่งจากการประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนพบว่า มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 13,848,197.35 และอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เป็นบวก เท่ากับ 189.15% มีระยะเวลาในการคืนทุน Payback Period เท่ากับ 5.5 เดือน ซึ่งเป็นระยะเวลาคืนทุนที่ค่อนข้างเร็ว เมื่อเทียบกับธุรกิจทั่วไป ดังนั้นจะเห็นได้ว่าแผนธุรกิจเบ่งน้ำรักษาสิวจากเปลือกมังคุดนี้มีความน่าสนใจ สามารถสร้างผลกำไรและผลตอบแทนที่ดีแก่ผู้ถือหุ้น คุ้มค่าแก่การลงทุน

7. การประเมินสถานการณ์จำลอง (Sensitivity Analysis) และแนวทางป้องกันแก้ไข

กรณีที่ดีที่สุด (Best Case Scenario)

กรณีที่ปัจจัยต่าง ๆ ส่งผลดีต่อผลประกอบการ ทำให้บริษัท สามารถขายสินค้าได้เพิ่มขึ้น 10% อันเนื่องมาจากการทำการตลาดที่ประสบความสำเร็จและสินค้าตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ในขณะที่ต้นทุนขายโดยเฉลี่ยสามารถลดลงได้อีก 10% อาจจะช่วยเหตุผลจากการมีการผลิตที่เพิ่มขึ้น ซึ่งกรณีดังกล่าวจะทำให้ผลประกอบการที่น่าจะเป็นไปได้เกิดขึ้นดีที่สุด

กรณีที่แย่ที่สุด (Worst Case Scenario)

กรณีที่ปัจจัยต่าง ๆ ส่งผลในทางลบต่อผลประกอบการ โดยให้บริษัทตั้งราคาขายต่ำกว่ากรณีพื้นฐานอยู่ 10% ให้ปริมาณขายลดลง 10% เนื่องจากสินค้าไม่ตอบโจทย์ของลูกค้าและผลของการทำการตลาดไม่เป็นที่น่าพอใจ นอกจากนั้น ให้ต้นทุนขายโดยเฉลี่ยทั้งหมดยังเพิ่มขึ้นอีก 20% อันเนื่องมาจากความเป็นไปได้ที่เงินเฟ้อจะปรับตัวสูงมากขึ้น จากสาเหตุราคาน้ำมันพุ่งขึ้น เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กนิษฐา อุดมทรัพย์พงศ์, รติยา คูเขตพิทักษ์วงศ์ (2556), ผลของสารสกัดเปลือกมังคุดต่อเชื้อ Propionibacterium acnes. โครงการประชุมวิชาการ ความงามตามธรรมชาติ และสุขภาพดี ผ่านวิถีวิทยาศาสตร์ความงาม
- พูนศิริ อัตรารณประดิษฐ์.(2558). ผลิตภัณฑ์เวชสำอางบำรุงผิวสารสกัดจากพื้กข้าว:
แผนธุรกิจบริหารธุรกิจมหบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
สยามเคมี, กรดซาลิซิลิก (salicylic acid). ค้นเมื่อ 15 มกราคม 2561,
จาก <http://www.siamchemi.com/กรดซาลิซิลิก>
- องค์การอิสระเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค, พ.ร.บ. เครื่องสำอาง พ.ศ. (2558). ค้นเมื่อ 15 มกราคม 2561, จาก <http://indyconsumers.org/main/index.php/information/law/465-cosmetics-law-2558>
- อรุชา ตรศิริโชติ, Childhood Acanthosis Nigricans. ปีที่ 19 ฉบับที่ 1 ม.ค.-เม.ย. (2555)
หน่วยโรคผิวหนัง. ภาควิชากุมารเวชศาสตร์คณะแพทยศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิ
โรฒ
- Acnedefend, บล็อกเพื่อคนเป็นสิว. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2561,
จาก <http://acnedefend.blogspot.com/2014/04/difference-aha-and-bha.html>
- Asianbioplex, สารสกัด เปลือกมังคุด. ค้นเมื่อ 15 มกราคม 2561,
จาก <http://www.asianbioplex.com/shop/extracts-for-cosmetics/mangosteen-extract-liquid>
- Hibridxshop, พีแอกเน่ P.acne. พฤษภาคม 20 (2016) ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2561,
จาก <http://www.hibridxshop.com/พีแอกเน่-P-acne-2>