

ครีมลดถุงใต้ตา Perfectly Eye Cream

วาริ ต่ายทอง

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจ ครีมลดถุงใต้ตา ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อให้ผู้ศึกษาได้นำเอาความรู้ ต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ ซึ่งผู้ศึกษาได้เลือกเอา ผลิตภัณฑ์ครีม ลดถุงใต้ตา มาเป็นกรณีศึกษา โดยได้มีการค้นคว้า รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ทั้ง จุดเด่น คุณสมบัติ และประโยชน์ เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยและค้นคว้าเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่แก้ปัญหา ปกปิดจุดบกพร่องบนใบหน้า ให้กับผู้บริโภค

นอกจากนี้แล้วยังมีการ สืบค้นข้อมูลสถิติต่างๆ วิเคราะห์ตลาด จัดทำกลยุทธ์ทางการตลาด เลือกกลุ่มเป้าหมาย บริหารจัดการองค์กร ช่องทางการจัดจำหน่าย แผนการผลิตและเทคโนโลยีการผลิต แผนการเงิน ความเสี่ยงขอและผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการประกอบธุรกิจ เพื่อนำมาวิเคราะห์ และประเมินแนวโน้มและหาข้อสรุปความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจ

บริษัทใช้เงินลงทุนในระยะเริ่มต้นอยู่ที่ 4,000,000 บาทแบ่งเป็นหุ้นสามัญ จำนวน 400,000 หุ้น มีผู้ถือหุ้น 4 คนโดยไม่มีนโยบายกู้เงินจากแหล่งภายนอก บริษัทได้ประมาณการยอดขายในปีแรกที่ 17,472,000 บาท มีกำไรสุทธิ 974,400 บาทหากแผนธุรกิจนี้สามารถดำเนินไปตามที่คาดการณ์ในกรณีปกติ (Base Case) กิจการจะมีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) เฉลี่ยอยู่ที่ 1 ปี 4 เดือน 10 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิจากการลงทุน (Net Present Value: NPV) เมื่อสิ้นปีที่ 5 เท่ากับ 6,015,951 บาท และอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return :IRR) เมื่อสิ้น ปีที่ 5 เท่ากับ 61.65% จากอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ที่สูงกว่าต้นทุนของเงินทุน (9%) และมูลค่าปัจจุบัน สุทธิ (NPV) ของกิจการที่เป็นบวกแสดงให้เห็น เป็นกิจการที่น่าลงทุน โดยกิจการสามารถสร้างมูลค่าปัจจุบัน สุทธิ (NPV) เป็นเงิน 6,015,951 บาท เมื่อ สิ้นสุดกิจการ

คำสำคัญ : ลดถุงใต้ตา รวดเร็ว ทดแทนศัลยกรรม

1. บทนำ

สุขภาพความงามเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้หญิงในยุคปัจจุบัน เพราะผู้หญิงได้หันมาใส่ใจและดูแลสุขภาพกันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพ หรือเครื่องประทินผิวภายนอกและภายใน องค์ประกอบของใบหน้า ก็เป็นสิ่งสำคัญ ที่จะมองข้ามเสียไม่ได้ คือบริเวณใต้ตา เพราะแม้ว่าจะแต่งใบหน้าให้สวยเพียงใดแต่ ถ้ามีถุงใต้ตาความสวยก็จะลดลง และทำให้ดูมีอายุมากขึ้นมาทันที จนทำให้ขาดความมั่นใจ และผู้หญิงในหลาย ๆ คนก็ยอมเสียเงินเป็นจำนวนมาก ในการทำศัลยกรรม ฉีดโบท็อกซ์ เลเซอร์ หรือ ฟิลเลอร์ เพื่อแก้ไขปัญหา

ในจุดนี้เองที่บริษัทมองเห็นปัญหาของผู้หญิง จึงได้ทำการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรม ครีมลดถุงใต้ตา จากสารสกัดจากธรรมชาติ 100% ทดแทนการทำศัลยกรรม หรือ ฉีดโบท็อกซ์ เพื่อ แก้ปัญหาที่ตรงจุด ให้กับผู้หญิง ที่ต้องการปกปิดจุดบกพร่องบนใบหน้าของตนเองเพื่อเพิ่มภาพลักษณ์ บุคลิกภาพ ให้ดูดีอยู่เสมอ เพื่อสร้างความมั่นใจ การยอมรับ ส่งผลถึงโอกาสในการทำงาน และกิจกรรม ในด้านต่าง ๆ ขององค์กร

2. รายละเอียดผลิตภัณฑ์

ครีมลดถุงใต้ตา Perfectly Eye Cream ถูกวิจัยและพัฒนาขึ้นมาจากจากสารสกัดจากธรรมชาติ 100% โดยได้ผ่านการทดสอบประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ กับผู้หญิง หนึ่งร้อยคน ว่าสารสกัดดังกล่าวไม่ก่อให้เกิดอาการระคายเคืองหรือแพ้ใดๆ ไม่เป็นอันตรายต่อผิวเพื่อเป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้หญิงทันสมัย ที่นิยมเพิ่มเติมความสวยจากภายนอก และต้องการปกปิดจุดบกพร่องบนใบหน้า โดยไม่ต้องทำศัลยกรรม ตัวผลิตภัณฑ์ออกแบบให้สะดวก ง่าย แก่การใช้ และเหมาะกับ รูปแบบการใช้ชีวิตที่เร่งรีบในปัจจุบัน เป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ มาสำหรับ ผู้บริโภคอย่างแท้จริง

3. ความเป็นนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ ได้คิดค้น นวัตกรรมครีมลดถุงใต้ตา Perfectly Eye Cream จากสกัดจากสารธรรมชาติหลายชนิด และแร่ธาตุต่างๆ ที่มีโมเลกุล เล็ก มาก ๆ ผ่านกระบวนการผลิตที่มี

มาตรฐานจนได้เนื้อครีมที่บางเบา ไม่เหนียวเหนอะหนะ สามารถซึมเข้าสู่ผิวอย่างรวดเร็ว ภายใน 1 นาที เป็นการเปิดประสบการณ์ใหม่สำหรับผู้หญิงในการใช้ครีมเพื่อปกปิดจุดบกพร่องบนใบหน้า และยกกระชับผิวให้เรียบตึงขึ้น ภายในเวลาไม่เกิน 5 นาที เพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้หญิงยุคใหม่ ที่ใส่ใจในความสวย ความงาม และต้องการมีบุคลิกภาพดี เพื่อให้ได้รับโอกาสดี ๆ จากสังคม

4. การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (Five Force Analysis)

การแข่งขันทางคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง เนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบันทั้งชายและหญิงมีความตระหนักในการสร้างภาพลักษณ์และเสริมบุคลิกภาพ ส่งผลให้มีความต้องการในผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมที่มีอยู่จำนวนมาก มองเห็นโอกาสที่จะเติมเต็มความต้องการด้วยการนำเสนอคุณภาพต่าง ๆ มากมายให้กับกลุ่มเป้าหมายไม่ว่าตราสินค้าไทยหรือต่างประเทศ ถือว่ามีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ในระดับสูง

การเข้ามาแข่งขันในอุตสาหกรรมของกลุ่มรายใหม่ อุตสาหกรรมเครื่องสำอางทั้งที่เป็นชนิด การดูแล บำรุงผิว หรือ เพื่อการตกแต่งใบหน้าในปัจจุบันสามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการได้อย่างมากมาย อันเนื่องมาจากการลงทุนไม่มากนักและไม่จำเป็นต้องมีโรงงานก็สามารถผลิตและดำเนินธุรกิจได้ ดังนั้นโอกาสที่คู่แข่งรายใหม่จะเข้ามาในอุตสาหกรรมนี้จึงสูงและไม่เป็นการยาก

ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางหลายๆ ยี่ห้อสามารถใช้ทดแทนกันได้ ทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกว่าไม่มีความแตกต่าง ใช้ยี่ห้ออะไรก็ได้ แต่ในความเป็นจริงผลิตภัณฑ์แต่ละยี่ห้อก็ไม่สามารถทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากคุณสมบัติที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้บริโภคต้องมีการทดลอง ใช้หลายๆ ยี่ห้อ จนกว่าจะพบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติถูกใจ และเหมาะสมกับสภาพผิวของตนเอง

อำนาจต่อรองของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ ครีมลดจุดใต้ตา เป็นครีมที่แก้จุดบกพร่อง เป็นทางเลือกใหม่ให้กับลูกค้าที่ประสบปัญหาการมีจุดใต้ตา โดยอำนาจต่อรองของลูกค้าหรือผู้บริโภคถือว่าไม่น้อย อันเนื่องมาจากยังไม่มีผู้ประกอบการในประเทศไทยผลิตเพื่อจำหน่าย จะมี

ก็แต่สินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งถ้าหากลูกค้าเกิดความไม่พอใจไม่ว่าจะเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ของบริษัทฯ ก็สามารถเปลี่ยนไปเลือกใช้ตราสินค้านำเข้าจากต่างประเทศได้

อำนาจต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบ วัตถุดิบสำคัญ ที่ใช้ในการผลิต “ครีมลดถุงใต้ตา” นั้น ทางบริษัทฯ สามารถเลือกจ้างผลิตจากบริษัทรับจ้างผลิตวัตถุดิบได้หลายบริษัทฯ ในกรณีผู้รับจ้างผลิตวัตถุดิบรายหนึ่งไม่สามารถผลิตวัตถุดิบตามมาตรฐานให้ได้ บริษัทฯ ก็สามารถจ้างผลิตจากผู้รับจ้างผลิตรายอื่นได้ ฉะนั้นบริษัทฯ จึงมีอำนาจการต่อรองกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบได้

ผู้มีส่วนได้เสีย (stakeholders) จากดำเนินธุรกิจ “ครีมลดถุงใต้ตา” จะประกอบด้วย

1. ผู้บริโภค เป็นผู้ได้รับประโยชน์จากการใช้ ผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของกิจการอีกด้วย ดังนั้นบริษัทฯ มีนโยบายที่จะส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ รวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด ซึ่งจะเป็นการเพิ่มโอกาสในการซื้อซ้ำของลูกค้า และลดการร้องเรียนต่างๆ
2. พนักงาน เป็นหนึ่งของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักที่จะทำให้องค์กรสามารถเดินก้าวหน้าได้ ทางบริษัทฯ จะมีการจ่ายค่าจ้างอย่างเป็นธรรมและจ่ายผลตอบแทนให้เหมาะสม
3. ผู้ถือหุ้น เป็นผู้มีส่วนได้เสียหลักในด้านทุน ซึ่งบริษัทฯ จะต้องมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้ธุรกิจมีกำไรและเติบโตอย่างต่อเนื่อง และจ่ายเงินปันผลอย่างเหมาะสมแก่ผู้ถือหุ้น
4. ธนาคาร เป็นผู้ที่มีส่วนได้เสียที่ช่วยให้การดำเนินงานของธุรกิจ ให้เป็นไปด้วยความสะดวก เรียบร้อย
5. หน่วยงานภาครัฐ ถือเป็นผู้มีส่วนได้เสีย ในการออกข้อกำหนดต่าง ซึ่งบริษัทฯ ต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่หน่วยงานภาครัฐกำหนดไว้อย่างเคร่งครัด เช่นการขอใบอนุญาตต่างๆ และ การชำระภาษีอย่างถูกต้อง

5. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมปัจจัยภายนอก ด้วย PEST

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกด้วย PEST มีหลายปัจจัย ที่ส่งผลที่ดีกับธุรกิจเช่น ปัจจัยทางด้านการเมืองและกฎหมาย (Political and Legal Factors) รัฐบาลมีความความเป็นเสถียรภาพ

หน่วยงานภาครัฐชูนโยบายในการสนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย ส่วนทางด้านปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ(Economic Factors) ถึงแม้ในปี 2558 จะมีแนวโน้มที่ลดลง แต่จากปัจจัยเอื้อหนุนจากภาครัฐ ทำให้ปัจจุบันธุรกิจเครื่องสำอาง มีการฟื้นตัวไปในทิศทางที่ดีขึ้นในปี 2559 และเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในด้าน ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Cultural Factors) จะเห็นได้ว่าคนไทยมีความใส่ใจดูแล สุขภาพ ความสวยงาม การแต่งมากขึ้น ในชีวิตประจำวัน ส่งผลดีให้แก่ธุรกิจเครื่องสำอาง เป็นอย่างมาก และปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี (Technology Factors) เป็นส่วนที่ส่วนที่สำคัญในการสนับสนุนด้านงานขายและการตลาดแบบออนไลน์ ที่กำลังเติบโตแบบก้าวกระโดด และ เป็นที่นิยมของคนไทยในปัจจุบัน

6.การวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดของธุรกิจ

ไม่ว่าสถานการณ์เศรษฐกิจจะเป็นเช่นไร แต่ ตลาดอุตสาหกรรมความงามเครื่องสำอาง ในประเทศไทยไม่เคยซบเซา ยิ่งนับวันมีแต่จะขยายตัวต่อเนื่องเพราะคนในยุคปัจจุบันทั้งเพศชาย เพศหญิง และทุกๆ ช่วงวัย ต่างให้ความสนใจใส่ใจเกี่ยวกับสุขภาพ ความงาม และ ผิวพรรณ รวมทั้งการดูแลตัวเองมากขึ้น เป็นเหตุให้ธุรกิจด้านความงาม คลินิกดูแลรักษา ผิวพรรณ เครื่องสำอางแบรนด์ชั้นนำต่างๆ จึงเกิดขึ้นมากมายเพื่อรองรับกับความต้องการที่สูงขึ้นทุกปี

ถ้ามองในภาพรวมตลาดผลิตภัณฑ์ความงามในปีที่ผ่านมามีมูลค่า 1.5 แสนล้านบาท มีการเติบโต 6 – 10 % โดยมีส่วนแบ่งการตลาดใหญ่สุดได้แก่กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผิวมีมูลค่าราว 7 หมื่นล้านบาท แบ่งเป็นผลิตภัณฑ์ดูแลผิวกาย 20 % ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า 80 % (ที่มา www.thansettakij.com สืบค้น 28 กุมภาพันธ์ 2561) จึงเป็นธุรกิจที่สร้างสีสันของความสุขความสวยงามท่ามกลางสมรภูมิการแย่งชิงและการแข่งขันอย่างดุเดือดของผู้ประกอบการ

7. การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมาย และจุดยืนผลิตภัณฑ์ (Segmentation Targeting and Positioning – STP)

การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) บริษัทมีการแบ่งส่วนตลาดตามหลักประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์และตามหลักพฤติกรรมศาสตร์ดังนี้

- หลักประชากรศาสตร์ : เพศ หญิงอายุ 25-60 ปี รายได้ 40,000 ต่อเดือน ขึ้นไป
- หลักภูมิศาสตร์ : ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ
- หลักพฤติกรรมศาสตร์ : เป็นคนรักสวย รักงาม ชอบแต่งตัว ทันสมัย ชอบนวัตกรรม สิ่งแปลกใหม่

กลุ่มตลาดเป้าหมาย (Target Market) เพศหญิงแบ่งตามช่วงอายุโดยกลุ่มที่มีประชากรมากที่สุดคือกลุ่มวัย 36-45 ปี มีประชากร 8,283,119 คน รองลงมาคือกลุ่มคนวัย 46-60 ปี มีประชากร 4,957,458 คน รองลงมาคือกลุ่มคนวัย 26-35 ปี มีประชากร 4,781,497 คน และกลุ่มคนวัย 15-25 ปี มีประชากร 4,760,119 คน ดังนั้นเพศหญิงในช่วงวัย 25-60 ปีจึงเป็นกลุ่มเป้าหมายของบริษัท ฯ (ที่มา สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ปี 2559)

จุดยืนผลิตภัณฑ์ สินค้าของบริษัทเป็นสินค้านวัตกรรม และจะวางสำหรับตลาดบนที่เหมาะสมสำหรับคนทำงาน ที่มีรายได้ 40,000 บาท ต่อเดือน ขึ้นไป

8.กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix Strategy)

บริษัทฯ จะใช้กลยุทธ์ 4P ในการทำ การตลาดโดยมีรายละเอียดดังนี้

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy) ใช้กลยุทธ์ที่สร้างความแตกต่าง (Differentiation) เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ เป็นผลิตภัณฑ์ครีมนวัตกรรม ผลิตเป็นเจ้าแรกโดยคนไทย เพื่อใช้ลดคู่แข่งได้ ตา มีมีคุณสมบัติที่แตกต่างจากที่วางขายในตลาดทั่วไป ใช้งานได้จะหายไปภายในเวลา 5 นาที หลังจากการใช้ผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ด้านราคา (Price strategy) การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ แบบ ระดับ Premium Value เมื่อเปรียบเทียบกับราคาของคู่แข่งชั้นที่มีการนำเข้ามาจากต่างประเทศมาจำหน่ายในตลาด เพื่อแสดงภาพลักษณ์ของตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของสินค้าที่อยู่ในระดับสูง เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีนวัตกรรม มีความแตกต่าง และมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพ

กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy) มุ่งเน้นการจัดจำหน่าย โดยผ่านทางโซเชียลมีเดีย FACEBOOK INTRAGRAM LINE WEBSITE เนื่องจากเป็นช่องทางที่สามารถ

เข้าถึงบริโภคได้ง่ายและตรงกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งยังเป็นช่องทางที่มีโอกาสเพื่อให้สินค้ากระจายออกไปอย่างแพร่หลายและรวดเร็ว

กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy) เนื่องจากเป็นตราสินค้าใหม่ที่และยังไม่เป็นที่รู้จัก ดังนั้นจึงต้องสร้างการรับรู้ของตราสินค้า ให้ความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ กระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้ และบอกต่อ ซึ่งมีเครื่องมือที่จะใช้ในการทำการส่งเสริมการตลาดมีดังต่อไปนี้

1. ใช้ การโฆษณา และ ประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ให้เกิดการจดจำ และสร้าง Brand Awareness
2. ออกงานแสดงสินค้า เพื่อเพิ่มโอกาสให้มีการพบ และ เข้าถึง ผู้บริโภคมากขึ้น
3. การประชาสัมพันธ์ ผ่านทาง FACEBOOK โดยให้คนดูกด ไลก์ เพจ เพื่อชิงรางวัลรับตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ไปทดลองใช้
4. ทำ Sale Promotion ในช่วงต้นเพื่อสร้างความสนใจตราสินค้า เกิดการซื้อและเกิดการทดลองใช้ แล้วบอกต่อ

9.แผนการผลิตและเทคโนโลยีการผลิต

สถานที่ตั้ง บริษัทได้เลือกเช่าพื้นที่ในอาคารซีคอนสแควร์ บริเวณชั้น 5 เพื่อใช้เป็นสำนักงาน และ จัดเก็บสินค้า เพื่อการจำหน่าย โดยมีพื้นที่ใช้สอยขนาด 500 ตารางเมตร

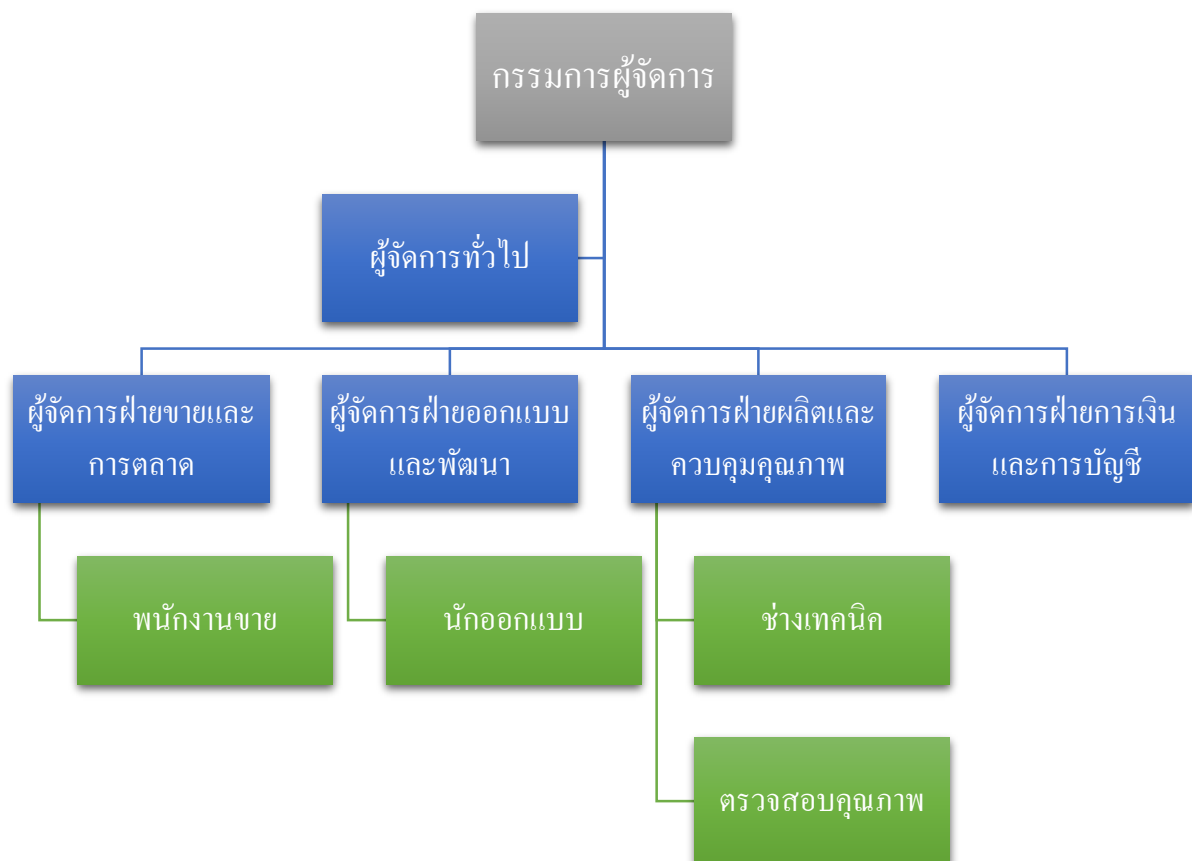
กระบวนการผลิต

1. สารสกัดที่นำมาเป็นส่วนประกอบนั้นทางบริษัทฯ ได้มีการคัดสรรมาจากแหล่งวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน
2. ผสมส่วนประกอบหลักต่างๆเข้าด้วยกัน โดยมีปริมาณที่พอเหมาะกับส่วนผสมทั้งหมดตามสัดส่วนของสูตรที่ทางโรงงานกำหนดไว้
3. มีการทดสอบประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ กับผู้ทดลองใช้จำนวน 100 คนว่าสารสกัดดังกล่าวไม่ก่อให้เกิดอาการระคายเคืองหรือแพ้ใดๆ
4. เมื่อผ่านการทดสอบว่าไม่มีผลข้างเคียงใดๆที่ทำให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภคทางโรงงานจะบรรจุลงหลอด

5. บรรจุลงกล่อง
6. จัดเก็บเข้าคลังพร้อมจำหน่าย

ประมาณการผลิต เนื่องจากกำลังการผลิตสูงสุดอยู่ที่ 11,000 ชิ้นต่อเดือน จึงไม่มีปัญหาด้าน
การผลิตจากผู้รับจ้างผลิต (OEM)

10.แผนการจัดการองค์กร



ภาพที่ 1 แผนผังองค์กร

11. แผนการเงิน

บริษัทฯ ใช้เงินลงทุน 4,000,000 บาท แบ่งเป็นหุ้นสามัญ 400,000 หุ้น ราคาหุ้นละ 10 บาท มีผู้ถือหุ้นทั้งหมด 4 คน และไม่มีการกู้เงินจากแหล่งทุนใด ๆ ทั้งนี้ เพื่อเลี่ยงภาวะดอกเบี้ย ซึ่งจะทำให้เป็นต้นทุนของบริษัทฯ เงินลงทุน 100% ดังกล่าว จะถูกจัดสรรใช้เป็นเงินลงทุนในการเช่าอาคารสำนักงาน ซื้อ เครื่องใช้/อุปกรณ์ สำนักงาน คอมพิวเตอร์และอื่นๆ รวมถึงจะใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการผลิตสินค้าสำเร็จรูป เพื่อ จัดจำหน่ายให้กับลูกค้า

บริษัทฯ ได้ประมาณการยอดขายในปีแรกที่ 17,472,000 บาท มีกำไรสุทธิ 974,400 บาท หาก แผนธุรกิจนี้สามารถดำเนินไปตามที่คาดการณ์ในกรณีปกติ (Base Case) กิจการจะมีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) เฉลี่ย อยู่ที่ 1 ปี 4 เดือน 10 วัน และ มูลค่าปัจจุบันสุทธิจากการลงทุน (Net Present Value: NPV) เมื่อสิ้นปีที่ 5 เท่ากับ 6,015,951 บาท ซึ่งมี อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return : IRR) เมื่อสิ้น ปีที่ 5 เท่ากับ 61.65% จาก อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ที่สูงกว่าต้นทุนของเงินทุน (9%) และมูลค่าปัจจุบัน สุทธิ (NPV) ของกิจการที่เป็นบวกแสดงให้เห็น ว่ากิจการนี้เป็นกิจการที่น่าลงทุน และคุ้มค่ากับการลงทุน โดยกิจการสามารถสร้างมูลค่าปัจจุบัน สุทธิ (NPV) เป็นเงิน 6,015,951 บาท เมื่อ สิ้นสุด กิจการ

12. วิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง (Sensitivity Analysis)

เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์สำหรับการวางแผนเป้าหมายของกิจการในอนาคต การประเมินสถานการณ์ในมิติต่าง ๆ เพื่อจะได้มีการวางแผนป้องกันสิ่งที่จะเกิดขึ้นได้โดยไม่คาดฝัน โดยจะต้องมีมุมมองทั้งด้านที่เลวร้ายที่สุดของสถานการณ์ (Worst Case Scenario) และด้านที่ดีที่สุดของสถานการณ์ (Best Case Scenario) เพื่อนำมาพิจารณาภาพที่เป็นไปได้มากที่สุด สถานการณ์ข้างหน้าดังนี้

ในกรณีที่ สถานการณ์แย่กว่าที่คาดการณ์ไว้ Worst Case Scenario โดยตั้งสมมติฐานให้ ปริมาณการขายลดลง 20% มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 675,539.77 บาท จะเห็นว่ากิจการ จะมีผลการดำเนินงานลดลงอย่างมาก ดังนั้นบริษัทจะต้องมีแผนปฏิบัติการรับมือเพื่อเลี่ยง สถานการณ์ขาดทุน หาแนวทางที่สามารถตอบสนองปริมาณการขายที่ลดลง ด้วยการปรับลด

ค่าใช้จ่าย โดยยังคงคุณภาพของสินค้าโดยรวม ปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด โฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผ่านทาง Social media ให้มากขึ้นจัดโปรโมชั่น ลด แจกของสมนาคุณตาม โอกาสต่าง ๆ นอกจากนี้ อาจจะใช้ดารา นักแสดง เป็นสื่อกลางในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ สินค้า เพื่อช่วยในเพิ่มยอดขาย

ด้วยความเป็นผู้เชี่ยวชาญ ของทีมงาน และมีประสบการณ์ ในการผลิตเครื่องสำอางที่มีความเป็นนวัตกรรม จะ ส่งผลให้บริษัทฯ มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดอุตสาหกรรมได้เป็นอย่างดี และสามารถก้าวสู่ความสำเร็จได้ในอนาคต

บรรณานุกรม

สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ข้อมูลสถิติประชากรเพศหญิงในประเทศไทย.

สืบค้นเมื่อ 31 มกราคม 2561

แหล่งที่มา : <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/service/servstat.html>

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า,ผลิตเครื่องสำอาง.

สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2561

แหล่งที่มา:http://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2559/T26/T26_201603.pdf

สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางค์ไทย.

สืบค้นเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2561

แหล่งที่มา : <https://www.thaicosmetic.org/>