

แผนการเงินและความเป็นไปได้ในการจัดตั้งบริษัท แอคทีฟ จำกัด



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำแผนธุรกิจเรื่อง ผลิตภัณฑ์สุขอนามัยสำหรับผู้เล่นกีฬาและออกกำลังกายฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาหาข้อมูลและ โอกาสความเป็นไปได้ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการทำความสะอาดในส่วนของการขจัดกลิ่นพร้อมกับทำความสะอาดสิ่งๆที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกาย เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้สามารถนำไปใช้ดำเนินธุรกิจได้เป็นอย่างดีทำให้ประสบความสำเร็จได้ในอนาคต

ทางคณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงแก่ อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานกรรมการและคณะกรรมการที่ปรึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีราสา อาจารย์กฤษกร สุขเวชชวรกิจ และอาจารย์ตรียุทธ พรหมศิริ ที่กรุณาให้คำปรึกษาจนทำให้รายงานศึกษาอิสระฉบับนี้เกิดขึ้นมาได้ ขอขอบพระคุณ ศาสตราจารย์สนอง เอกสิทธิ์ ที่กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษาในเรื่องความเป็นไปได้ของแผนธุรกิจฉบับนี้

สุดท้ายนี้คณะผู้จัดทำ ขอกราบขอบพระคุณสมาชิกในครอบครัว ที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจสำคัญตลอดมา ขอขอบพระคุณเพื่อนๆ ในห้องเรียนทุกท่านที่สละเวลาแบ่งปันข้อมูลและกำลังใจ ตลอดจนคณะครูอาจารย์ทุกท่านสำหรับความรู้และคำปรึกษา ขอคุณบรรยาศ การเรียนการสอน เจ้าหน้าที่ทุกท่านในวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

จรรุภา รุจิรัตน์กุล

บทสรุปผู้บริหาร

Aktiv Instant Shower Body Spray (แอคทีฟ อินสแตนท์ ชาวเวอร์ บอดีส์เปรย์) เป็นผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดกลิ่นตัวไม่พึงประสงค์ขนาดพกพา สำหรับผู้ออกกำลังกายที่มีกลิ่นตัวไม่พึงประสงค์หลังออกกำลังกาย ใช้ฉีดพ่นบนร่างกายและเสื้อผ้าที่สวมใส่อยู่ เพื่อกำจัดกลิ่นตัวบนร่างกายหรือกลิ่นที่ฝังอยู่บนเสื้อผ้าที่สวมใส่ได้ในทันที โดยไม่ต้องอาบน้ำ สามารถใช้ทดแทนการอาบน้ำและการเปลี่ยนเสื้อผ้าได้ ในกรณีที่สถานที่ออกกำลังกายขาดแคลนห้องอาบน้ำ หรือผู้ออกกำลังกายไม่มีเวลาอาบน้ำ เพื่อให้ผู้ออกกำลังกายลดความกังวลใจในการออกกำลังกาย และมั่นใจในบุคลิกภาพของตนเอง เมื่อต้องทำกิจกรรมอื่นหลังจากการออกกำลังกาย ไม่ว่าจะเป็นการสังสรรค์ พบปะเพื่อนฝูง หรือแม้กระทั่งการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะที่ต้องใกล้ชิดกับผู้อื่น

จากสถิติความนิยมในการออกกำลังกายด้วยการวิ่งเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากจำนวนกิจกรรมงานวิ่งในประเทศไทย ในปี 2560 ที่มีจำนวนงานวิ่งถึง 816 งาน โดยในประเทศไทยมีคนที่ออกกำลังกายด้วยการวิ่งมากกว่า 15 ล้านคน

ทางกลุ่มจึงได้จัดตั้งบริษัท พัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญทางด้านเคมีภัณฑ์ พัฒนาสูตร Aktiv Instant Shower Body Spray ที่มีสารประกอบนาโนซิลเวอร์ที่สามารถกำจัดกลิ่นตัวไม่พึงประสงค์ที่เกิดขึ้นแล้วได้ในทันที ขณะที่ผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดทำได้เพียงแค่ป้องกันเท่านั้น

ในการดำเนินงาน บริษัทฯ จะใช้เงินลงทุนทั้งหมด 450,000 บาท จากส่วนของผู้ออกหุ้นทั้งหมด เพื่อใช้เป็นต้นทุนผลิตโดยบริษัทฯ จะมีรายได้ทั้งหมดมาจากการจำหน่ายสินค้า ด้วยอัตราส่วน ระหว่างร้านขายอุปกรณ์วิ่ง และออนไลน์ เป็น 60 ต่อ 40 และจากการประมาณรายได้ บริษัทฯ คาดว่าจะมีรายได้ในปีแรก 10,176,000 บาท มีกำไรสุทธิ 2,228,720 บาท จากการดำเนินธุรกิจภายใน 5 ปี บริษัทฯ จะมีมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) รวมทั้งสิ้น 16,073,731 บาท มีอัตราผลตอบแทนการลงทุน (IRR) 585.56% มีระยะเวลาคืนทุน 3 เดือน และจุดคุ้มทุน 756 ขวดต่อเดือน

สารบัญ

| | หน้า |
|--|-----------|
| กิตติกรรมประกาศ | ข |
| บทสรุปผู้บริหาร | ค |
| สารบัญ | ง |
| สารบัญตาราง | ฉ |
| สารบัญภาพ | ช |
| บทที่ 1 ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ | 1 |
| 1.1 ความเป็นมาและโอกาสทางธุรกิจ | 1 |
| 1.2 รูปแบบธุรกิจ | 2 |
| บทที่ 2 การจัดตั้งและบริหารองค์กรธุรกิจ | 5 |
| 2.1 ทำเลที่ตั้ง | 5 |
| 2.2 การวางแผนด้านกำลังการผลิต | 6 |
| 2.3 กระบวนการดำเนินงาน | 8 |
| บทที่ 3 แผนการปฏิบัติการจัดตั้งธุรกิจ | 12 |
| 3.1 รายละเอียดผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร | 12 |
| 3.2 โครงสร้างองค์กร | 13 |
| บทที่ 4 สมมติฐานทางการเงินและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน | 15 |
| 4.1 โครงสร้างและแผนการเงิน | 15 |
| 4.2 รายละเอียดของเงินลงทุนในโครงการ | 16 |
| 4.3 ที่มาของรายได้ | 17 |
| 4.4 การประมาณการต้นทุน | 20 |
| 4.5 การคำนวณเงินทุนหมุนเวียน | 24 |
| 4.6 ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน | 26 |
| 4.7 กรณี Worst Case | 29 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|---|-----------|
| บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะในการลงทุน | 34 |
| 5.1 บทสรุป | 34 |
| 5.2 ข้อเสนอแนะในการลงทุน | 34 |
| บรรณานุกรม | 36 |
| ภาคผนวก | 37 |
| ภาคผนวก ก จำนวนประชากร | 38 |
| ภาคผนวก ข วิธีคิดจำนวนของผลิตภัณฑ์ที่ 2 และ 3 ของ Axtiv | 39 |
| ภาคผนวก ค ตารางแสดงแผนการดำเนินงานของ Axtiv | 40 |
| ภาคผนวก ง ภาพการเรียนรู้ของคณะผู้จัดทำ | 41 |
| ภาคผนวก จ วิธีใช้ผลิตภัณฑ์ | 42 |
| ประวัติผู้วิจัย | 43 |



สารบัญตาราง

| ตาราง | | หน้า |
|-------|--|------|
| 1 | แสดงความสามารถในการผลิตสูงสุดต่อเดือน | 6 |
| 2 | แสดงปริมาณการขาย ผลิต ตามประมาณการยอดขาย | 6 |
| 3 | แสดงระยะเวลาดำเนินการผลิตของแต่ละส่วนประกอบ | 8 |
| 4 | แสดงการจัดส่งสินค้า | 9 |
| 5 | แสดงรูปแบบการจัดส่งสินค้า | 11 |
| 6 | แสดงรายชื่อผู้ร่วมทุนและสัดส่วนการถือหุ้น | 12 |
| 7 | แสดงที่มาของเงินลงทุนในโครงการในปีที่ 1 | 15 |
| 8 | แสดงเงินลงทุนเริ่มต้น | 16 |
| 9 | แสดงการขายส่ง | 18 |
| 10 | แสดงจำนวนปริมาณการผลิตของแต่ละปี | 18 |
| 11 | แสดงรายได้ต่อปี | 19 |
| 12 | แสดงต้นทุนต่อหน่วยของเอกทิฟ อินสแตนท์ ชาวเวอร์ บอดี้สเปรย์ | 20 |
| 13 | แสดงต้นทุนต่อหน่วยของทิชชูเปียก | 20 |
| 14 | แสดงต้นทุนต่อหน่วยของน้ำยาซักผ้า | 21 |
| 15 | แสดงต้นทุนผันแปรต่อปี | 22 |
| 16 | แสดงค่าใช้จ่ายทางด้านแรงงาน | 23 |
| 17 | แสดงค่าใช้จ่ายทางการตลาด | 23 |
| 18 | แสดงค่าใช้จ่ายทางด้านสำนักงานและอุปกรณ์ต่างๆ | 24 |
| 19 | แสดงสต็อกสินค้าสำเร็จรูป | 24 |
| 20 | แสดงงบกำไรขาดทุน | 25 |
| 21 | แสดงงบกระแสเงินสด | 26 |
| 22 | แสดงประมาณการงบดุล | 27 |
| 23 | แสดงประมาณโครงการ | 28 |
| 24 | แสดงจำนวนผู้ซื้อในแต่ละปี | 29 |
| 25 | แสดงรายได้ต่อปีในกรณี Worst Case | 29 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | | หน้า |
|-------|-----------------------------------|------|
| 26 | แสดงงบกำไรขาดทุน กรณี Worst Case | 30 |
| 27 | แสดงงบกระแสเงินสด กรณี Worst Case | 31 |
| 28 | แสดงงบดุล กรณี Worst Case | 32 |
| 29 | แสดงประมาณโครงการ กรณี Worst Case | 33 |



สารบัญภาพ

| ภาพ | | หน้า |
|-----|---|------|
| 1 | ภาพผลิตภัณฑ์ Axtiv Instant Shower Body Spray | 2 |
| 2 | ตราสินค้า Axtiv | 4 |
| 3 | การจัดการสินค้า | 7 |
| 4 | กระบวนการดำเนินงาน | 9 |
| 5 | ฉลากผลิตภัณฑ์ Axtiv Inxtant Shower Body Spray | 10 |
| 6 | แสดงภาพโครงสร้างองค์กร พร้อมรายละเอียด | 13 |
| 7 | การใช้ไปของเงินลงทุนและการลงทุนใน | 17 |
| 8 | ผลิตภัณฑ์ของ Axtiv | 17 |



บทที่ 1

ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ

1.1 ความเป็นมาและโอกาสทางธุรกิจ

ความเป็นมาของแนวคิดผลิตภัณฑ์ Axtiv Instant Shower Body Spray (แอคทีฟ อินสแตนท์ ชาวเวอร์ บอดีส์เปรย์) เกิดมาจากประสบการณ์ตรงของสมาชิกกลุ่ม ซึ่งเป็นผู้ออกกำลังกายด้วยการวิ่งเป็นประจำ และพบกับความกังวลในเรื่องกลิ่นตัวหลังออกกำลังกาย ทั้งบนร่างกาย และบนเสื้อผ้า แม้จะใช้ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายสำหรับใต้รักแร้ในห้องตลาดก็ตาม และที่สุดแล้วก็ต้องต้องแก้ปัญหากลิ่นตัวไม่พึงประสงค์ ด้วยการอาบน้ำและเปลี่ยนเสื้อผ้าเท่านั้น แต่ต้องพบกับความไม่สะดวกอยู่เสมอเช่นห้องอาบน้ำในสถานออกกำลังกายไม่เพียงพอ หรือในบางสถานที่เช่นสวนสาธารณะก็ไม่มีห้องอาบน้ำไว้ให้บริการ

ในการสำรวจของกลุ่มพบว่า กว่า 75% ของกลุ่มสำรวจซึ่งเป็นผู้ออกกำลังกายก็มีความกังวลเกี่ยวกับกลิ่นตัว และจากการสนทนากลุ่มพบว่าผู้ออกกำลังกายด้วยการวิ่งกลางแจ้ง มีอุปสรรคในการขจัดกลิ่นตัวไม่พึงประสงค์มากที่สุด เนื่องจากข้อจำกัดด้านสถานที่ โดยพบว่าสวนสาธารณะในความดูแลของกรุงเทพมหานคร มีเพียงร้อยละ 20 เท่านั้นที่มีห้องอาบน้ำไว้บริการ นอกจากนี้ในงานวิ่งต่างๆ ก็ไม่มีห้องน้ำจัดไว้ให้เป็นพิเศษต่างๆ ที่มีผู้เข้าร่วมเฉลี่ย 3,000 คนต่องาน ความขาดแคลนห้องอาบน้ำนี้ทำให้นักวิ่งต้องเลือกใช้วิธีอื่นได้แก่ ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายประเภทลูกกลิ้งหรือสเปรย์สำหรับใช้บริเวณรักแร้เพื่อป้องกันการเกิดกลิ่นตัวจากบริเวณรักแร้ และทิชชูเปียกเพื่อเช็ดทำความสะอาดร่างกาย แต่อย่างไรก็ตาม การใช้ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายประเภทลูกกลิ้งหรือสเปรย์ป้องกันกลิ่นนั้นป้องกันกลิ่นได้เพียงรักแร้ แต่อย่างไรก็ยังมีกลิ่นจากส่วนอื่นของร่างกายและกลิ่นจากเสื้อผ้าที่เปื้อนเหงื่อ ส่วนทิชชูเปียกนั้นแม้ทำความสะอาดผิวหนังได้ดีแต่ไม่สามารถทำความสะอาดหรือกำจัดกลิ่นจากเสื้อผ้าที่สวมใส่อยู่ได้

ทางกลุ่มจึงได้คิดค้นและพัฒนา Axtiv Instant Shower Body Spray ผลิตภัณฑ์กำจัดกลิ่นตัวไม่พึงประสงค์สำหรับผู้ออกกำลังกายด้วยการวิ่ง ที่สามารถพกพาและใช้งานได้สะดวก อย่างมีประสิทธิภาพ กำจัดกลิ่นได้ทั้งบนร่างกายและเสื้อผ้า แก้ปัญหากลิ่นตัวของนักวิ่ง ให้สามารถไปทำ

กิจกรรมอื่นต่อไปได้อย่างมั่นใจ ไม่ว่าจะเป็นการสังสรรค์พบปะเพื่อนฝูงหรือเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนที่ต้องใกล้ชิดกับคนอื่นโดยไม่จำเป็นต้องอาบน้ำหรือเปลี่ยนเสื้อผ้า

1.2 รูปแบบธุรกิจ

บริษัทดำเนินการออกแบบคิดค้น ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขอนามัยสำหรับผู้ออกกำลังกาย โดยมีสินค้าตัวแรกคือ Axtiv Instant Shower Body Spray (แอคทีฟ อินสแตนท ชาวเวอร์ บอดีสปเรย์) ผลิตภัณฑ์กำจัดกลิ่นตัวไม่พึ่งประสงค์ สูตรน้ำ บรรจุขวดสเปรย์ขนาดพกพาสำหรับผู้ออกกำลังกายและมีกลิ่นตัวไม่พึ่งประสงค์หลังออกกำลังกาย โดยในช่วง 5 ปีแรกของธุรกิจ ใช้การจ้างผลิตจากโรงงาน OEM และจัดจำหน่ายสินค้า ทำการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางร้านขายอุปกรณ์วิ่ง และทาง Online Marketplace ทำการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการขาย ผ่านช่องทางออนไลน์เช่นการออกบูทในงานแสดงสินค้าและงานวิ่ง ประกอบกับการทำการตลาดออนไลน์ด้วยการรีวิวสินค้าทางเพจที่เกี่ยวข้อง และการใช้ยูทูปเกอร์



ภาพที่ 1 ภาพผลิตภัณฑ์ Axtiv Instant Shower Body Spray

ภาพรวมของบริษัท

ชื่อบริษัท

บริษัท แอคทีฟ จำกัด จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด โดยมีสถานที่ตั้งบริษัทอยู่ที่ The Hive ทองหล่อ สุขุมวิท 49 โดยบริษัทฯ จะทำธุรกิจเป็นผู้ดำเนินการออกแบบคิดค้น และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขอนามัยสำหรับผู้ออกกำลังกาย โดยมีสินค้าตัวแรกคือ Axtiv Instant Shower Body Spray (แอคทีฟ อินสแตนท์ ชาวเวอร์ บอดีสเปรย์)

วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำในการออกแบบคิดค้น และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในหมวด Fitness Hygiene Solution (สุขอนามัยสำหรับผู้ออกกำลังกาย) เพื่อส่งเสริมให้ผู้ออกกำลังกาย มีสุขอนามัยที่ดี ทั้งในด้านความสะอาดของร่างกาย ความสะอาดของเสื้อผ้า อุปกรณ์ ตลอดจนสภาพแวดล้อมของการออกกำลังกาย เพื่อบุคลิกภาพที่ดีของผู้ออกกำลังกาย ตลอดจนปลอดภัยจากโรคร้ายไข้เจ็บที่อาจเกิดจากเชื้อโรคและความสกปรก

พันธกิจ

เป็นผู้การออกแบบคิดค้นผลิตภัณฑ์ในหมวด Fitness Hygiene Solution ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมและสามารถแก้ไขปัญหาสุขอนามัยของผู้ออกกำลังกายได้ และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในผ่านตัวแทนจำหน่าย ที่เป็นร้านขายอุปกรณ์ออกกำลังกายโดยเฉพาะ ตลอดจนดำเนินกิจกรรมการตลาดในงานแสดงสินค้าและงานวิ่ง รวมถึงทางออนไลน์ เพื่อให้ลูกค้าเกิดการรับรู้และจดจำสินค้าของบริษัทฯ ได้

เป้าหมายและวัตถุประสงค์

1. Axtiv Instant Shower Body Spray เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับและจดจำในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายภายใน 2 ปี
2. มีการขยายสายผลิตภัณฑ์เพื่อตอกย้ำความเป็นผู้นำในกลุ่มผลิตภัณฑ์ Fitness Hygiene Solution โดยมีแผนออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในช่วงห้าปีแรกดังนี้
 - 2.1 ช่วงปีแรก ผลิตภัณฑ์ Axtiv Instant Shower Body Spray ผลิตภัณฑ์กำจัดกลิ่นตัวไม่ฟุ้งกระจาย สุนทรน้ำ บรรจุขวดสเปรย์ขนาดพกพา เพื่อผู้ออกกำลังกาย และมีกลิ่นตัวไม่ฟุ้งกระจายหลังออกกำลังกาย

2.2 ปีที่ 2 ผลิตภัณฑ์พืชชูเปียก Axtiv สำหรับการทำความสะอาด ผิวหนังและอุปกรณ์ออกกำลังกายเช่นม้านั่งยกน้ำหนัก หรือเสื้อโยคะ เพื่อทำความสะอาดและปกป้องผิวหนังจากเชื้อโรคและความสกปรก

2.3 ปีที่ 4 ผลิตภัณฑ์น้ำยาซักผ้า Axtiv สำหรับการทำความสะอาดชุด ออกกำลังกายที่มีคราบสกปรกมากเต็มเนื้อผ้าที่บอบบาง และมีความต้องการการระบายความร้อน และป้องกันการสะสมของเชื้อโรค

ภาพที่ 2 ตราสินค้า Axtiv



บทที่ 2

การจัดตั้งและบริหารองค์กรธุรกิจ

2.1 ทำเลที่ตั้ง

เนื่องจากทางบริษัท Axtiv จำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยจำหน่ายผ่านตัวแทนเป็นหลัก ทำเลที่ตั้งของทางบริษัทฯ จะใช้ในกาสต็อกสินค้า และเป็นสำนักงานเท่านั้น โดยเลือกทำเลที่ตั้งจาก เรื่องของความสะดวก และเรื่องต้นทุนค่าใช้จ่าย

ดังนั้น ที่ตั้งสำนักงาน จึงเลือกในเขตกรุงเทพมหานคร และสามารถเดินทางได้สะดวก โดยเลือกที่ตั้งสำนักงานคือ The Hive โดยสำนักงานจะใช้เพื่อเป็นสถานที่ในการติดต่อลูกค้าและดำเนินงานเป็นหลัก ทั้งนี้ใน 5 ปีแรก จำนวนพนักงาน ประมาณการไว้ที่ 5 คน จากปัจจัยต่างๆ โดยทางบริษัทฯ จะเน้นการดำเนินงานในรูปแบบ Outsource เป็นหลัก

การจัดส่งสินค้า จะจัดส่งจากสำนักงาน โดยรูปแบบการจัดส่งจะขึ้นกับประเภทของธุรกิจ

1. การจัดส่งถึงลูกค้า B2B: การจัดส่งให้ลูกค้าในรูปแบบ B2B เช่น ร้านขายอุปกรณ์กีฬา จะใช้การจัดส่งโดย Kerry Express เนื่องจากค่าจัดส่งโดยการส่งแบบจำนวนมากจะมีค่าจัดส่งที่ถูกลง โดยจัดส่งทุกวันทำการ

2. การจัดส่งถึงลูกค้า B2C: บริษัทฯ จะจัดส่งทางไปรษณีย์ไทยวันละ 1 รอบ จัดส่งช่วง 10.00 - 11.00 นาฬิกา เนื่องจากการตัดรอบไปรษณีย์ไทยจะอยู่ที่เวลา 11.00 นาฬิกา โดยทำการตัดยอดการสั่งซื้อตอน 9.00 นาฬิกา โดยคำสั่งซื้อที่เกิดหลังจากเวลา 9.00 นาฬิกา จะถูกจัดส่ง ในวันทำการถัดไป

2.2 การวางแผนด้านกำลังการผลิต

การวางแผนด้านกำลังการผลิต 13,800 คนมาจาก การสำรวจความคิดเห็นถึงโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์สเปรย์ระงับกลิ่นกายหลังออกกำลังกายที่ใช้ทดแทนการอาบน้ำ มีผู้สนใจซื้อคาดการณ์เป็นจำนวน 172,000 คน และหากเน้นไปยังกลุ่มคนที่ออกกำลังกายโดยการวิ่ง จะมีจำนวนกลุ่มลูกค้าที่สนใจจะซื้อ คิดเป็นร้อยละ 18.5 คิดเป็น 31,800 ขวดต่อปี หรือเดือนละ 2,650 ขวด โดยทางบริษัทฯ ทำการสต็อกสินค้าที่ 1 เดือน ทั้งนี้กำลังการผลิตสูงสุดของโรงงานที่เป็น Partner สามารถผลิตได้สูงสุด เดือนละ 8,500 ขวด

ตารางที่ 1 แสดงความสามารถในการผลิตสูงสุดต่อเดือน

| | ชื่อสินค้า | จำนวน/เดือน | หน่วย |
|----------|-------------------------------------|-------------|-------|
| สินค้า 1 | แอกทีฟ อินสแตนท์ ชาเวอร์ บอดีสเปรย์ | 2,650 | ขวด |

ตารางที่ 2 แสดงปริมาณการขาย/ผลิต ตามประมาณการยอดขาย

| คิดเป็นร้อยละของปริมาณการผลิตสูงสุด | | 35 | 36 | 37 | 38 | 39 |
|-------------------------------------|-------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | ชื่อสินค้า | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
| สินค้า 1 | แอกทีฟ อินสแตนท์ ชาเวอร์ บอดีสเปรย์ | 31,800 | 32,754 | 33,737 | 34,749 | 35,791 |
| | รวม | 31,800 | 32,754 | 33,737 | 34,749 | 35,791 |

โดยทางกลุ่มผู้จัดทำมีการประมาณการขายในปีแรก อยู่ที่ 31,800 ขวดต่อปี หรือ 2,650 ขวด ต่อเดือน และมองอัตราการเติบโต อยู่ที่ร้อยละ 3 ต่อปี ตามอัตราการเติบโตของตลาด

การผลิต (Operation Plan)

ประกอบด้วยการจัดการใน 3 ด้านหลักดังต่อไปนี้

1. Product Management

ก. น้ำยา ซึ่งเป็นส่วนประกอบหลักของผลิตภัณฑ์ โดยทางโรงงานที่เป็น Partner กับทางกลุ่มจะเป็นผู้รับผิดชอบในเรื่อง วัตถุดิบและการผลิต รวมทั้งกระบวนการและ

ติดฉลาก เมื่อทำกระบวนการทั้งหมดเสร็จ ทางโรงงานจะส่งผลิตภัณฑ์มายังสถานที่เก็บสินค้าของทางกลุ่ม และทางกลุ่มจะเป็นผู้ดำเนินการขายต่อไป ตัวน้ำยามีอายุการเก็บรักษา 2 ปี

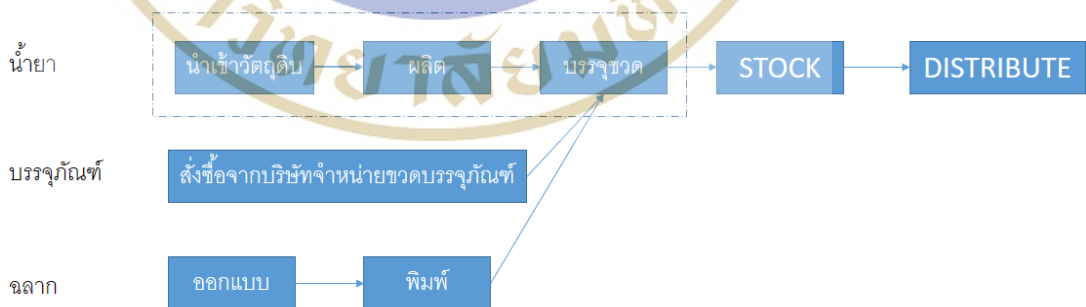
ทั้งนี้ในส่วนของโรงงานที่ทำการผลิตน้ำยา ทางกลุ่มได้จัดทำสัญญาขึ้นระหว่างทางโรงงานและทางกลุ่ม เพื่อเป็นการรักษาความลับของสูตรน้ำยา และทำสัญญา Loyalty Contract กับทางโรงงาน

ข. อุปกรณ์หลักๆที่ทางกลุ่ม ต้องจัดหาคือขวดบรรจุภัณฑ์ โดยทางกลุ่มมีการติดต่อกับทางร้านจำหน่ายขวด โดยจะแจ้งให้ทางร้านทราบล่วงหน้า 2 สัปดาห์ และให้ทางร้านจัดส่งขวดที่จะใช้ไปทางโรงงานผลิต เพื่อให้ทางโรงงานผลิตบรรจุน้ำยาลงบรรจุภัณฑ์ได้

ค. การสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์ ทางกลุ่มจะจัดซื้อจำนวนบรรจุภัณฑ์ให้มีจำนวนมากกว่าจำนวนที่จะผลิตจริง โดยสั่งซื้อมากกว่าจำนวนผลิตจริง 10% เพื่อป้องกันกรณีตรวจพบบรรจุภัณฑ์มีตำหนิ

ง. ทางด้านฉลาก มีกระบวนการพิมพ์ที่ใช้ระยะเวลาการพิมพ์อยู่ที่ 3 วัน ทั้งนี้ในช่วงแรกทางกลุ่มจะเป็นผู้ดำเนินการติดฉลากเอง หลังจากนั้นจะดำเนินการจ้างโรงงานให้เป็นผู้ติดฉลากแทน

จ. ขั้นตอนการดำเนินการผลิต ทางกลุ่มจะทำการจ้างโรงงานตามแต่ละส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ เพื่อไม่ให้เป็นภาระผูกพันการผลิตสินค้าไว้เพียงแค่โรงงานเดียว โดยแบ่งออกเป็น 3 คือ โรงงานที่ผลิตน้ำยา โรงงานที่จำหน่ายขวดบรรจุภัณฑ์ และสุดท้ายคือ โรงงานที่ผลิตฉลาก



ภาพที่ 3 การจัดการสินค้า

ตารางที่ 3 แสดงระยะเวลาดำเนินการผลิตของแต่ละส่วนประกอบ

| ส่วนประกอบ | ระยะเวลาดำเนินการ |
|------------------|-------------------|
| น้ำยา | 2 สัปดาห์ |
| เตรียมบรรจุภัณฑ์ | 2 สัปดาห์ |
| พิมพ์ฉลาก | 3 วัน |

ทั้งนี้ระยะเวลาการดำเนินการผลิตของแต่ละส่วนประกอบ เริ่มจากการเตรียมบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ระยะเวลา 2 สัปดาห์ และหลังจากนั้นจะดำเนินการผลิตน้ำยาและบรรจุขวดอีก 2 สัปดาห์ ดังนั้นระยะเวลาการดำเนินการผลิต จะใช้เวลารวมทั้งสิ้น 1 เดือน ซึ่งทางบริษัทฯ จะวางแผนการผลิตล่วงหน้า 1 เดือน เมื่อต้องการผลิตเพิ่ม

2. People Management

ในส่วนของพนักงาน บริษัทฯ ดำเนินงาน โดยรูปแบบธุรกิจเป็นแบบการขาย B2B เป็นหลัก จึงเน้นการจ้างพนักงานขาย เพื่อให้พนักงานขายเป็นผู้ติดต่อหาร้านอาหารอุปกรณีกีฬา และร้านที่เกี่ยวข้องกับการวิ่ง โดยมีเป้าหมายให้ทางพนักงานขายดูแลร้านอาหารอุปกรณีกีฬา โดยแบ่งพนักงานขายให้ดูแลรับผิดชอบร้านค้า

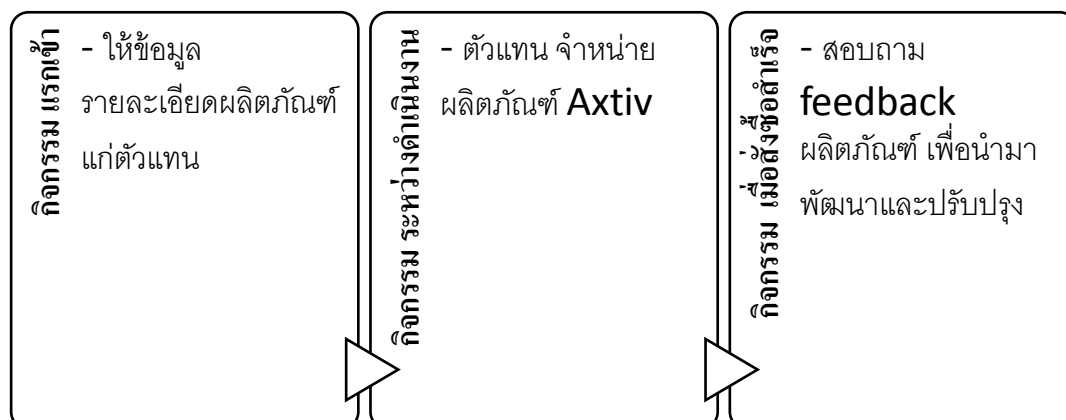
3. Technology and Information Management

บริษัทฯ ดำเนินงานผ่านทาง Online เป็นหลัก จึงเรื่องใช้เครื่องมือที่สามารถบันทึกข้อมูลออนไลน์ และสามารถทำงานได้ในเวลาเดียวกัน โดยเครื่องมือที่เลือกใช้ คือ Google Sheet เพื่อบันทึกกิจกรรมหลักๆ ดังต่อไปนี้

- บันทึกรายรับ รายจ่าย ของกลุ่ม
- บันทึกจำนวนสินค้าคงเหลือ

2.3 กระบวนการดำเนินงาน

ภาพกระบวนการดำเนินงานของ Axtiv มีขั้นตอนดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4 กระบวนการดำเนินงาน

- กิจกรรมแรกเข้า**
- เนื่องจากทางกลุ่ม เน้นการจำหน่ายผ่านทางตัวแทน ทางทีมจึงจำเป็นต้องให้ ข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์แก่ตัวแทนจำหน่าย ในเรื่องของการใช้งาน คุณสมบัติ และให้ ทดลองใช้เพื่อแสดงให้เห็นประสิทธิภาพของจริง
 - การจัดส่งสินค้าของทางกลุ่ม จะจัดส่งเป็นรอบ เดือนละ 2 รอบ โดยจ้างจักรยานยนต์เพื่อดำเนินการส่งให้ทางร้านค้า

ตารางที่ 4 แสดงการจัดส่งสินค้า

| รูปแบบการจำหน่าย | รูปแบบการจัดส่ง | วันที่จัดส่ง |
|------------------|--|---|
| B2C | จัดส่งโดยไปรษณีย์ไทย (ลงทะเบียน และ EMS) | จัดส่งทุกวันทำการ ตัดรอบการ จัดส่งที่ 9.00 นาฬิกา |
| B2B | จัดส่งโดย รถจักรยานยนต์ หรือ Kerry Express | จัดส่งทุกวัน |

- ให้ข้อมูลการสั่งซื้อแก่ตัวแทนจำหน่าย ในเรื่อง ราคาสินค้าแบบราคาส่ง ข้อดีของ ผลิตภัณฑ์ วิธีการใช้ และรายละเอียดอื่นๆ ของผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 5 ฉลากผลิตภัณฑ์ Axtiv Instant Shower Body Spray

กิจกรรมระหว่างดำเนินงาน

ตัวแทนเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ Axtiv จะจำหน่ายที่ราคา 320 บาท โดยทางตัวแทนจำหน่ายจะจัดซื้อที่ราคา 230 บาท ต่อขวด

ทางกลุ่มมีการคิดค่าจัดส่ง โดยคิดค่าส่งแบบลงทะเบียนอยู่ที่ราคา 30 บาท และค่าจัดส่งแบบ EMS อยู่ที่ 50 บาท ทางกลุ่มจะดำเนินการจัดส่งให้ทุกวันทำการ โดยมีการตัดรอบการส่งตอน 9.00 นาฬิกา ทั้งนี้คำสั่งซื้อที่เกิดขึ้นหลังเวลา 9.00 นาฬิกา จะถูกดำเนินการจัดส่งในวันทำการถัดไป

ตารางที่ 5 แสดงรูปแบบการจัดส่งสินค้า

| รูปแบบการจัดส่ง | ค่าส่งสินค้า | ระยะเวลาการได้รับสินค้า |
|-------------------------|--------------|---|
| ลงทะเบียน | 30 บาท | กรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล ได้รับสินค้า ใน 2-3 วันทำการ |
| | | ต่างจังหวัด ได้รับสินค้าใน 4-5 วันทำการ |
| บริการไปรษณีย์ด่วนพิเศษ | 50 บาท | กรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล ได้รับสินค้า ใน 1-2 วันทำการ |
| | | ต่างจังหวัด ได้รับสินค้าใน 2-3 วันทำการ |

กิจกรรมเมื่อสั่งซื้อสำเร็จ

- เนื่องจากทางบริษัทฯ เป็นผู้จำหน่ายทาง Online ดังนั้น ทางทีมจะมีการเก็บ Feedback ผ่านทางลูกค้าที่สั่งซื้อ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
- กลุ่มลูกค้าที่สั่งซื้อ Online ทางบริษัทฯ จะมีการจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้ากับทางกลุ่มโดยตรง
- เก็บข้อมูลจากตัวแทนจำหน่าย ในเรื่องของ Feedback การใช้งานเพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ต่อไป

บทที่ 3

แผนการปฏิบัติการในการจัดตั้งธุรกิจ

3.1 รายละเอียดผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร

Aktiv จัดตั้งเป็นบริษัทจำกัด โดยมีเงินจากผู้ถือหุ้นทั้ง 3 คน เป็นจำนวน 450,000 บาท โดยจัดสรรหุ้นจำนวน 4,500 หุ้น ในราคาหุ้นละ 100 บาท มีนโยบายจ่ายปันผล 30% จากกำไรสุทธิตั้งแต่ปีที่ 1 เป็นต้นไป ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 6 แสดงรายชื่อผู้ร่วมทุนและสัดส่วนการถือหุ้น

| ลำดับที่ | ชื่อผู้ร่วมทุน | จำนวนหุ้น | สัดส่วน (ร้อยละ) | เงินลงทุน |
|----------|-----------------------|-----------|------------------|-----------|
| 1 | ชญนิน นาคีสถิตย์ | 1,800 | 40 | 180,000 |
| 2 | สมฤทัย พิพัฒน์ศิริกุล | 1,350 | 30 | 135,000 |
| 3 | จารุภา รุจิรัตน์กุล | 1,350 | 30 | 135,000 |
| | รวม | 4,500 | 100 | 450,000 |

คณะกรรมการบริหาร (Board of Director) มีจำนวน 3 คน ประกอบด้วย

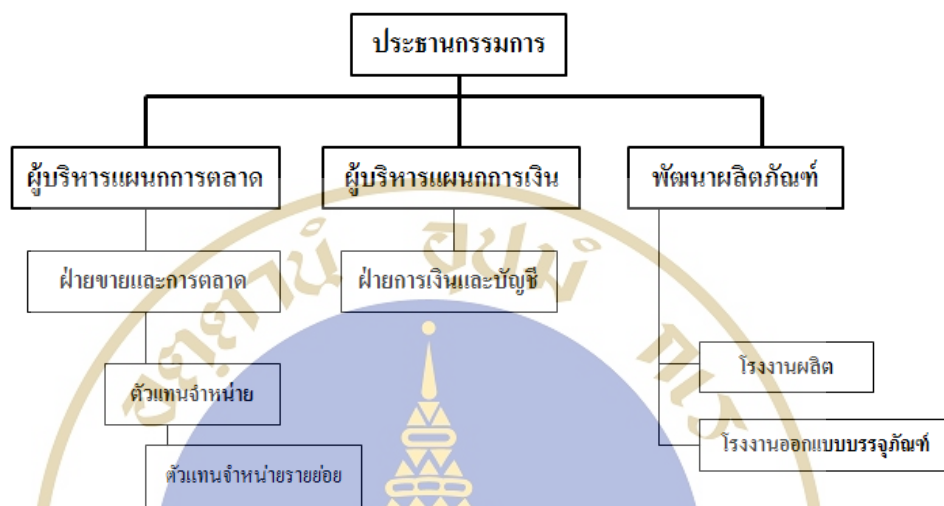
- ผู้ถือหุ้นของบริษัท 3 ราย ตามรายชื่อในตารางด้านบน

ที่ปรึกษาแผนธุรกิจฯ

- ศาสตราจารย์ ดร. สนอง เอกสิทธิ์ (อาจารย์ภาควิชาเคมี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)

3.2 โครงสร้างองค์กร

การบริหารและจัดการองค์กรสามารถอธิบายได้จากภาพด้านล่าง โดยในภาพได้แสดงถึงโครงสร้างองค์กร พร้อมระบุตำแหน่ง บทบาทหน้าที่และรายได้แต่ละเดือน ของผู้บริหาร



ภาพที่ 6 แสดงภาพโครงสร้างองค์กร พร้อมรายละเอียด

ตำแหน่งประธานกรรมการ (Chief Executive Officer)

นางสาวชญิน นาคีสถิตย์

เงินเดือน 30,000 บาทต่อเดือน

ทำหน้าที่ดูแลความเรียบร้อยของทั้งองค์กร ดูแลฝ่ายพัฒนาสินค้า และควบคุมการออกแบบผลิตภัณฑ์ รวมถึงประสานงานกับโรงงานผลิต และโรงงานออกแบบบรรจุภัณฑ์

ตำแหน่งผู้บริหารแผนการตลาด (Chief Marketing Officer)

นางสาวสมฤทัย พิพัฒน์ศิริกุล

เงินเดือน 30,000 บาทต่อเดือน

ทำหน้าที่ ดูแลฝ่ายขายและการตลาด เพิ่มยอดขาย ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย จัดทำแผนการการ นอกจากนี้ดูแลตัวแทนจำหน่ายรายใหญ่และตัวแทนจำหน่ายรายย่อย

ตำแหน่งผู้บริหารแผนการเงิน (Chief Financial Officer)

นางสาวจรรุภา รุจิรัตนากุล

เงินเดือน 30,000 บาทต่อเดือน

ทำหน้าที่ ดูแลฝ่ายการเงินและบัญชี เป็นผู้จัดส่งพัสดุทางไปรษณีย์ให้ลูกค้า

พนักงานขาย ในปีที่ 3-5

ความรับผิดชอบ

- ทำงานตามที่ได้รับมอบหมายจากหัวหน้างาน
- เข้าพบและนำเสนอสินค้าให้กับร้านขายอุปกรณ์กีฬา
- ติดต่อสถานที่จัดงานแสดงสินค้าต่างๆ
- จัดของส่งตัวแทนจำหน่าย

คุณสมบัติ

- การศึกษาขั้นต่ำ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป
- เพศหญิง เพศชาย อายุไม่เกิน 35 ปี
- มีมนุษยสัมพันธ์ดีและมีใจรักบริการ
- สามารถในการใช้คอมพิวเตอร์
- เคยขายสินค้าออนไลน์จะพิจารณาเป็นพิเศษ
- สามารถทำงานเป็นทีมได้
- กล้าขายของหรือกล้าแนะนำสินค้า

บทที่ 4

สมมติฐานทางการเงินและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน

4.1 โครงสร้างและแผนการเงิน

บริษัท แอคทีฟ จำกัด มีแผนที่จะออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ในปีที่ 2 และปีที่ 4 โดยแหล่งเงินทุนเริ่มต้นจะมาจากส่วนของเจ้าของทั้งหมด เป็นเงินลงทุนรวมเริ่มต้น 450,000 บาท โดยการออกผลิตภัณฑ์ที่ 2 และผลิตภัณฑ์ที่ 3 จะใช้เงินจากกำไรสะสมของธุรกิจ โดยทางกลุ่มผู้จัดทำใช้วิธีการ OEM กับ โรงงานที่เป็น Partner ทำให้บริษัทฯ มีเงินลงทุนในโครงการเฉพาะส่วนของค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน และเงินทุนหมุนเวียน

ตารางที่ 7 แสดงที่มาของเงินลงทุนในโครงการในปีที่ 1

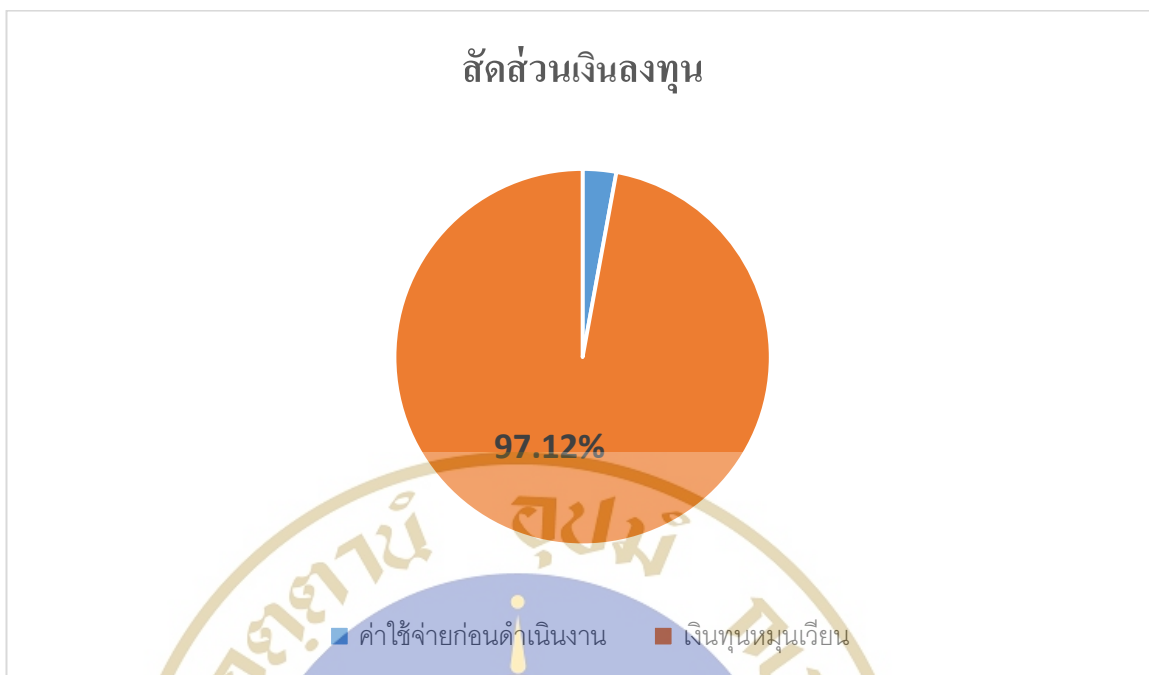
| เงินลงทุนในโครงการ | รวม | แหล่งที่มาของเงินลงทุน | |
|--------------------------------|----------------|------------------------|---------|
| | | เงินลงทุน | เงินกู้ |
| ที่ดินและการปรับปรุง | - | - | - |
| สิ่งปลูกสร้าง | - | - | - |
| เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ | - | - | - |
| ยานพาหนะ | - | - | - |
| อุปกรณ์สำนักงาน | - | - | - |
| ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน | 13,000 | 13,000 | |
| เงินทุนหมุนเวียน | 437,000 | 437,000 | |
| รวม | 450,000 | 450,000 | - |

4.2 รายละเอียดของเงินลงทุนในโครงการ

ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน เป็นค่าใช้จ่าย ในการขอเลขจดแจ้งจากทางองค์กรอาหาร และยา และค่าใช้จ่ายดำเนินงานส่วนอื่นๆ เช่น ค่าเดินทาง และค่าประสานงาน เป็นต้น

ตารางที่ 8 แสดงเงินลงทุนเริ่มต้น

| รายการ | เงื่อนไข | จำนวนเงิน |
|-----------------------------|----------------------|------------|
| ต้นทุนสินค้า | ยอดขาย หนึ่งเดือนแรก | 300,000.00 |
| แรงงานในการขายและบริหาร | หนึ่งเดือนแรก | 90,000.00 |
| ค่าใช้จ่ายทางการตลาด | หนึ่งเดือนแรก | 17,000.00 |
| ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร | หนึ่งเดือนแรก | 20,000.00 |
| ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินการ | | 13,000.00 |
| เงินสดสำรอง | | 10,000.00 |
| รวม | | 450,000.00 |



ภาพที่ 7 การใช้ไปของเงินลงทุนและการลงทุนใน

4.3 ที่มาของรายได้

รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ตัวแทนจำหน่าย

เนื่องจากบริษัทฯ มีกลยุทธ์คือการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ในปีที่ 2 และปีที่ 4 โดยผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มผู้จัดทำออกเพิ่ม ได้แก่ ทิชชูเปียก และน้ำยาซักผ้า ตามลำดับ



ภาพที่ 8 ผลิตภัณฑ์ของ Axtiv

รายได้ของ Axtiv มาจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แบบขายส่งและแบบขายปลีก โดยตัวแทนจะมีส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อที่ทางตัวแทนสั่ง โดยมีรายละเอียด ตารางการขายส่ง ดังนี้

ตารางที่ 9 แสดงการขายส่ง

| ผลิตภัณฑ์ | จำนวนชิ้นต่ำที่ ขายส่ง | ราคาขายส่ง (บาท) | ราคาขายปลีก (บาท) |
|--------------------------------------|---------------------------|---------------------|----------------------|
| แอกทีฟ อินสแตนท์ ซาวเวอร์ บอดีสเปรย์ | 36 ขวด | 230 | 320 |
| ทิชชูเปียก | 150 ซอง | 22 | 30 |
| น้ำยาซักผ้า | 24 ขวด | 124 | 159 |

ในส่วนของการขายปลีก ทางผู้จัดทำจะเป็นผู้จัดจำหน่ายเอง โดยเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านทางออนไลน์เป็นหลัก เพื่อเป็นการโปรโมทให้ลูกค้ารู้จักแบรนด์ Axtiv มากขึ้น

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนปริมาณการผลิตของแต่ละปี

| | ชื่อสินค้า | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|----------|--------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| สินค้า 1 | แอกทีฟ อินสแตนท์ ซาวเวอร์ บอดีสเปรย์ | 31,800 | 32,754 | 33,737 | 34,749 | 35,791 |
| สินค้า 2 | ทิชชูเปียก | | 148,800 | 153,600 | 158,400 | 163,200 |
| สินค้า 3 | น้ำยาซักผ้า | | | | 31,680 | 32,640 |
| | รวม | 31,800 | 205,794 | 211,968 | 255,042 | 262,694 |

จากการตั้งกลุ่มเป้าหมาย ที่เป็นกลุ่มผู้ออกกำลังกาย ที่เป็นกลุ่มผู้หญิงที่ออกกำลังกายอย่างน้อย 2 วันต่อสัปดาห์ และมีรายได้มากกว่า 20,000 บาท อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวนเท่ากับ 5,338,544 คน และเนื่องจากกลุ่มผู้จัดทำโฟกัสกลุ่มคนที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ของที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีร้อยละ 50 ซึ่งคิดเป็น 2,669,272 คน และเนื่องจากผลิตภัณฑ์ Axtiv

จะเน้นไปกลุ่มผู้ที่ออกกำลังกาย ซึ่งจากตัวเลขสถิติ พบว่าร้อยละ 31.5 ของประชากรทั้งหมดเป็นผู้ ออกกำลังกายประจำ เท่ากับ 840,820 คน (ข้อมูลจาก สำนักงานสถิติแห่งชาติ (สศช.) ปี 2554)

บริษัทฯ ได้ทำการสำรวจข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าร้อยละ 37.6 ของผู้ตอบ แบบสอบถาม มีปัญหาเรื่องกล้ามเนื้อตัวขณะออกกำลังกาย และร้อยละ 75.2 มีความกังวลกับกล้ามเนื้อ ดังนั้นประมาณร้อยละ 28.27 ของประชากร มีปัญหาเรื่องกล้ามเนื้อและกังวลในเรื่องนี้ คิดเป็น $840,820 * 28.27\% = 237,699$ คน

จากการสำรวจความคิดเห็นถึงโอกาสในการซื้อ ผลิตภัณฑ์สเปรย์ระงับกลิ่นกายหลัง ออกกำลังกาย ที่ใช้ทดแทนการอาบน้ำ มีผู้สนใจซื้อ คิดเป็น $72.6\% = 237,699 * 72.6\% = 172,000$ คน สนใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นสเปรย์ระงับกลิ่นกายหลังออกกำลังกาย

ทั้งนี้ในปีแรก บริษัทฯ เน้นที่กลุ่มผู้ออกกำลังกายที่วิ่ง คิดเป็นร้อยละ 18.5 (จากข้อมูล สถิติแห่งชาติ) คิดเป็น $172,000 * 18.5\%$ เป็นจำนวน 31,800 คน โดยสมมุติฐานของทางผู้จัดทำ คือ 1 คน ซื้อ 1 ขวดต่อปี คิดเป็น 31,800 ขวด ต่อปี หรือ 2,650 ขวดต่อเดือน

โดยปีถัดไปจะมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 3 ต่อปี และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ 2 และ 3 ในปีที่ 2 และ ปีที่ 4 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงรายได้ต่อปี

| สินค้า | ชื่อสินค้า | ราคาต่อ หน่วย | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|--------|--|------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 1 | แอกทีฟ อินสแตนท์ ชาวเวอร์ บอดี้ สเปรย์ | 320 | 10,176,000 | 10,481,280 | 10,795,718 | 11,119,590 | 11,453,178 |
| 2 | ทิชชูเปียก | 30 | - | 5,191,200 | 5,346,936 | 5,507,344 | 5,672,564 |
| 3 | น้ำยาซักผ้า | 159 | - | - | - | 5,837,785 | 6,012,918 |
| | รวม | | 10,176,000 | 15,672,480 | 16,142,654 | 22,464,719 | 23,138,660 |
| | ยอดขายต่อเดือน | | 848,000 | 1,306,040 | 1,345,221 | 1,872,060 | 1,928,222 |

รายได้ของบริษัทฯ มาจากการประมาณยอดขายของผลิตภัณฑ์แต่ละตัว จากจำนวนที่ ประมาณไว้ ในปีที่สอง บริษัทฯ จะออกผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ ทิชชูเปียก ซึ่งมีการประมาณการจำหน่าย 148,800 ซองต่อปี โดยอ้างอิงจำนวนข้อมูลจากสมมุติฐานของตลาด และปีที่ 4 เป็นน้ำยาซักผ้า

4.4 การประมาณการต้นทุน

ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย

เนื่องจากบริษัทฯ มีผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 3 ประเภท ซึ่งสามารถแจกแจงตารางต้นทุนต่อหน่วยได้ตามตาราง ต่อไปนี้

ตารางที่ 12 แสดงต้นทุนต่อหน่วยของแอกทีฟ อินสแตนท์ ซาวเวอร์ บอดีส์เปรย์

| สินค้า 1 | แอกทีฟ อินสแตนท์ ซาวเวอร์ บอดีส์เปรย์ | | | |
|------------|---------------------------------------|--------|-------|-----|
| วัตถุดิบ 1 | น้ำยา | 88 | บาท / | ขวด |
| วัตถุดิบ 2 | ฉลาก | 2 | บาท / | ขวด |
| วัตถุดิบ 3 | บรรจุภัณฑ์ (ขวดและหัวปั๊ม) | 13.50 | บาท / | ขวด |
| | รวม | 103.50 | บาท / | ขวด |

ต้นทุนต่อหน่วย ของทางบริษัทฯ ประกอบไปด้วย 3 ส่วนใหญ่ ได้แก่

1. น้ำยา เป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่สุด โดยมีต้นทุนที่ 88 บาทต่อขวด
2. ฉลาก ฉลากของทางบริษัทฯ มีการผลิตตามจำนวนขั้นต่ำที่ 10,000 ดวง เพื่อให้ได้ราคาต้นทุนที่ 2 บาท
3. บรรจุภัณฑ์ บริษัทฯ มีการจัดซื้อบรรจุภัณฑ์จากแหล่งสะพานขาว ตามจำนวนขั้นต่ำของทางบริษัทฯ ที่ 1,000 ขวด ซึ่งจะทำให้ได้ต้นทุนต่อขวดอยู่ที่ 13.50 บาท

ตารางที่ 13 แสดงต้นทุนต่อหน่วยของทิชชูเปียก

| สินค้า 2 | ทิชชูเปียก | | | |
|------------|------------|---|-------|-----|
| วัตถุดิบ 1 | ทิชชูเปียก | 6 | บาท / | ซอง |
| | รวม | 6 | บาท / | ซอง |

ตารางที่ 14 แสดงต้นทุนต่อหน่วยของน้ำยาซักผ้า

| สินค้า 3 | น้ำยาซักผ้า | | | |
|------------|----------------------------|----|-------|-----|
| วัตถุดิบ 1 | น้ำยา | 30 | บาท / | ขวด |
| วัตถุดิบ 2 | ฉลาก | 2 | บาท / | ขวด |
| วัตถุดิบ 3 | บรรจุภัณฑ์ (ขวดและหัวปั๊ม) | 15 | บาท / | ขวด |
| | รวม | 47 | บาท / | ขวด |

ต้นทุนน้ำยาซักผ้า มีจำนวนขั้นต่ำ 2,000 ขวดในการผลิต โดยทางโรงงานจะเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดหาบรรจุภัณฑ์ และบรรจุน้ำยาซักผ้าลงในขวดให้ ทั้งนี้การผลิตฉลากและติดฉลากจะเป็นหน้าที่ของทางบริษัทฯ



ต้นทุนผันแปรต่อปี

ตารางที่ 15 แสดงต้นทุนผันแปรต่อปี

| ค่าใช้จ่ายขายและ บริหาร | | | | หน่วย : | บาท |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
| สินค้าที่ 1 | | | | | |
| ค่าส่งของ | 75,600.00 | 75,600.00 | 75,600.00 | 75,600.00 | 75,600.00 |
| ส่วนลดตัวแทน | 1,717,200.00 | 1,768,716.00 | 1,821,777.48 | 1,876,430.80 | 1,932,723.73 |
| สินค้าที่ 2 | | | | | |
| ค่าส่งของ | | 72,000.00 | 72,000.00 | 72,000.00 | 72,000.00 |
| ส่วนลดตัวแทน | | 830,592.00 | 855,509.76 | 881,175.05 | 907,610.30 |
| สินค้าที่ 3 | | | | | |
| ค่าส่งของ | | | | 96,000.00 | 96,000.00 |
| ส่วนลดตัวแทน | | | | 771,028.17 | 794,159.02 |
| จำหน่ายเอง | | | | | |
| ค่ากล่องสินค้า 1 | 40,068.00 | 41,270.04 | 42,508.14 | 43,783.39 | 45,096.89 |
| ค่ากล่องสินค้า 2 | | 218,030.40 | 224,571.31 | 231,308.45 | 238,247.70 |
| ค่ากล่องสินค้า 3 | | | | 46,261.69 | 47,649.54 |
| ค่าส่วนแบ่งการ ขาย | | | | | |
| แอกทีฟ อินสแตนซ์ ชาวเวอร์ บอดี้สเปร์ย์ | 763,200.00 | 786,096.00 | 809,678.88 | 833,969.25 | 858,988.32 |
| ทิชชูเปียก | | 432,600.00 | 445,578.00 | 458,945.34 | 472,713.70 |
| น้ำยาซักผ้า | | | | 367,156.27 | 378,170.96 |
| รวม | 2,596,068.00 | 4,224,904.44 | 4,347,223.57 | 5,753,658.41 | 5,918,960.16 |

ต้นทุนคงที่

ต้นทุนคงที่จะประกอบไปด้วย ต้นทุนด้านแรงงาน ค่าใช้จ่ายทางการตลาด ค่าเปิดเว็บไซต์ ค่าโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต และค่าเช่าสำนักงาน

ค่าใช้จ่ายทางด้านแรงงาน

บริษัทฯ มีนโยบายในการให้เงินเดือนในอัตราคงที่ ของผู้ร่วมก่อตั้ง และเน้นไปทางการปันผลตอนสิ้นปีแทน ในส่วนของปีที่ 3-5 จะมีจำนวนพนักงานขาย เพิ่มมา 1 คน

ตารางที่ 16 แสดงค่าใช้จ่ายทางด้านแรงงาน

| เงินเดือน บาท/เดือน | ตำแหน่ง | จำนวนคน | | | | |
|------------------------|-------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
| 30000 | ผู้จัดการ การเงิน | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 30000 | ผู้จัดการ การตลาด | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 30000 | ผู้จัดการ การขาย | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 18000 | พนักงานขาย | | | 1 | 1 | 1 |
| | ค่าแรงในการขายและบริหาร | 1,080,000 | 1,080,000 | 1,296,000 | 1,296,000 | 1,296,000 |

ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ตารางที่ 17 แสดงค่าใช้จ่ายทางการตลาด

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|
| ค่าเช่าบูธแสดงสินค้า(ปีละ 2 ครั้ง) ในงาน Sport Expo | 40,000 | 41,200 | 42,436 | 43,709 | 45,020 |
| ค่าบูธแสดงสินค้าและอุปกรณ์ | 18,000 | | | | |
| ค่าแจกสินค้าทดลองโดยแจกปีละ 2000 ขวด (สินค้า 1) | 14,000 | | 14,000 | | 14,000 |
| ค่าแจกสินค้าทดลอง แจกปีละ 2000 ขวด (สินค้า 3) | | | | 3,200 | 3,200 |
| ค่าแจกทิชชูเปียก 2000 กล่อง (สินค้า 1) | | 12,000 | | | 12,000 |
| ค่าแจกของ ขวดใหญ่ 10 ขวด/เดือน (สินค้า 1) | 36,000 | 36,000 | 36,000 | 36,000 | 36,000 |
| ค่ารีวิว | 20,000 | 20,000 | | 20,000 | |
| ค่ารีวิว คนทั่วไป 6 คน | 12,000 | 12,000 | 6,000 | 12,000 | 6,000 |

ตารางที่ 17 แสดงค่าใช้จ่ายทางการตลาด (ต่อ)

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|
| ค่า boost โพสต์ ออนไลน์ | 12,000 | 14,400 | 17,280 | 20,736 | 24,883 |
| ค่าเช่าบูธแสดงสินค้า (ปีละ 2 ครั้ง) ในงานวิ่ง | 40,000 | 41,200 | 42,436 | 43,709 | 45,020 |
| ค่า Adword | 12,000 | 14,400 | 17,280 | 20,736 | 24,883 |
| รวม | 204,000 | 191,200 | 175,432 | 200,090 | 211,007 |

ค่าใช้จ่ายทางด้านสำนักงานและอุปกรณ์ต่างๆ

ตารางที่ 18 แสดงค่าใช้จ่ายทางด้านสำนักงานและอุปกรณ์ต่างๆ

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|----------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| ค่าเปิดเว็บ เป็นรายปี / ค่าโดเมน | 6,732 | 6,732 | 6,732 | 6,732 | 6,732 |
| ค่าโทรศัพท์ และค่าอินเทอร์เน็ต | 11,400 | 11,400 | 11,400 | 11,400 | 11,400 |
| ค่าเช่าสำนักงาน (The Hive) | 198,000 | 198,000 | 198,000 | 198,000 | 198,000 |
| รวม | 216,132 | 216,132 | 216,132 | 216,132 | 216,132 |

4.5 การคำนวณเงินทุนหมุนเวียน

บริษัทฯ เน้นการจำหน่ายรูปแบบขายส่งเป็นหลัก ทำให้ไม่มีเรื่องลูกหนี้การค้า และมีนโยบายในการสต็อกสินค้าสำเร็จรูปอยู่ที่ 1 เดือน

ตารางที่ 19 แสดงสต็อกสินค้าสำเร็จรูป

| สต็อกสินค้าสำเร็จรูป | 1 | เดือน | | หน่วย : | บาท |
|----------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
| สต็อกสินค้าสำเร็จรูป | 274,275 | 369,023 | 380,094 | 535,300 | 551,359 |
| สต็อกสินค้าสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้น | 274,275 | 94,748 | 11,071 | 155,206 | 16,059 |

การประมาณการงบกำไรขาดทุน

กำไรสุทธิในปีแรก คาดการณ์ว่าจะได้กำไร 2,228,720 บาท และได้กำไรเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง เนื่องจากการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ ทิชชูเปียก ในปีที่ 2 และออกผลิตภัณฑ์ น้ำยาซักผ้า ในปีที่ 4

ตารางที่ 20 แสดงงบกำไรขาดทุน

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|
| ยอดขาย | 10,176,000 | 15,672,480 | 16,142,654 | 22,464,719 | 23,138,660 |
| ต้นทุนขาย | | | | | |
| - วัตถุดิบ | 3,291,300 | 4,428,279 | 4,561,127 | 6,423,596 | 6,616,304 |
| - แรงงานในการผลิต | - | - | - | - | - |
| - ค่าเสื่อมราคาในการผลิต | - | - | - | - | - |
| - ค่าโซหุ้ยในการผลิต | - | - | - | - | - |
| รวมต้นทุนขาย | 3,291,300 | 4,428,279 | 4,561,127 | 6,423,596 | 6,616,304 |
| กำไรขั้นต้น | 6,884,700 | 11,244,201 | 11,581,527 | 16,041,123 | 16,522,357 |
| ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร | | | | | |
| - ค่าแรง | 1,080,000 | 1,080,000 | 1,296,000 | 1,296,000 | 1,296,000 |
| - ค่าเสื่อมราคา | 2,600 | 2,600 | 2,600 | 2,600 | 2,600 |
| - ค่าใช้จ่ายทางการตลาด | 204,000 | 191,200 | 175,432 | 200,090 | 211,007 |
| - ค่าใช้จ่ายขายและบริหาร | 2,812,200 | 4,441,036 | 4,563,356 | 5,969,790 | 6,135,092 |
| ค่าใช้จ่ายรวม | 4,098,800 | 5,714,836 | 6,037,388 | 7,468,481 | 7,644,699 |
| กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้ | 2,785,900 | 5,529,365 | 5,544,139 | 8,572,643 | 8,877,658 |
| ดอกเบี้ยจ่าย | - | - | - | - | - |
| กำไรก่อนหักภาษีเงินได้ | 2,785,900 | 5,529,365 | 5,544,139 | 8,572,643 | 8,877,658 |
| ภาษีเงินได้ | 557,180 | 1,105,873 | 1,108,828 | 1,714,529 | 1,775,532 |
| กำไรสุทธิ | 2,228,720 | 4,423,492 | 4,435,312 | 6,858,114 | 7,102,126 |

4.6 ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน

ตารางที่ 21 แสดงงบกระแสเงินสด

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|
| แหล่งที่มาของเงินลงทุน | | | | | |
| - เงินลงทุน | 450,000 | - | - | - | - |
| - เงินกู้ยืม | - | - | - | - | - |
| - ยอดขาย | 10,176,000 | 15,672,480 | 16,142,654 | 22,464,719 | 23,138,660 |
| - เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น | - | - | - | - | - |
| รวมแหล่งที่มา (ก.) | 10,626,000 | 15,672,480 | 16,142,654 | 22,464,719 | 23,138,660 |
| แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน | | | | | |
| - เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร | 13,000 | - | - | - | - |
| - ต้นทุนขาย – ไม่รวมค่าเสื่อมราคา | 3,291,300 | 4,428,279 | 4,561,127 | 6,423,596 | 6,616,304 |
| - ค่าใช้จ่ายในการขายฯ - ไม่รวมค่าเสื่อม | 4,096,200 | 5,712,236 | 6,034,788 | 7,465,881 | 7,642,099 |
| - ดอกเบี้ยจ่าย | - | - | - | - | - |
| - ภาษีเงินได้ | 557,180 | 1,105,873 | 1,108,828 | 1,714,529 | 1,775,532 |
| - ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น | - | - | - | - | - |
| - สต็อกสินค้าสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้น | 274,275 | 94,748 | 11,071 | 155,206 | 16,059 |
| - สต็อกวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น | - | - | - | - | - |
| - ชำระคืนเงินกู้ | - | - | - | - | - |
| รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.) | 8,231,955 | 11,341,137 | 11,715,814 | 15,759,210 | 16,049,993 |
| เงินสดคงเหลือ – ต้นงวด | - | 2,394,045 | 6,725,388 | 11,152,229 | 17,857,738 |
| เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.-ข.) | 2,394,045 | 4,331,343 | 4,426,841 | 6,705,508 | 7,088,667 |
| เงินสดคงเหลือ – ปลายงวด | 2,394,045 | 6,725,388 | 11,152,229 | 17,857,738 | 24,946,405 |

ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 22 แสดงประมาณการงบดุล

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|------------------------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| สินทรัพย์ | | | | | |
| สินทรัพย์หมุนเวียน | | | | | |
| - เงินสดและเงินในธนาคาร | 2,394,045 | 6,725,388 | 11,152,229 | 17,857,738 | 24,946,405 |
| - ลูกหนี้การค้า | - | - | - | - | - |
| - สต็อกสินค้าสำเร็จรูป | 274,275 | 369,023 | 380,094 | 535,300 | 551,359 |
| - สต็อกวัตถุดิบ | - | - | - | - | - |
| รวมสินทรัพย์หมุนเวียน | 2,668,320 | 7,094,412 | 11,532,323 | 18,393,037 | 25,497,763 |
| สินทรัพย์ถาวร | | | | | |
| - ที่ดินและการปรับปรุง | | | | | |
| - สิ่งปลูกสร้าง | | | | | |
| - เครื่องจักรอุปกรณ์ | | | | | |
| - ยานพาหนะ | | | | | |
| - อุปกรณ์สำนักงาน | | | | | |
| - ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน | 13,000 | 13,000 | 13,000 | 13,000 | 13,000 |
| รวมสินทรัพย์ถาวร | 13,000 | 13,000 | 13,000 | 13,000 | 13,000 |
| หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม | 2,600 | 5,200 | 7,800 | 10,400 | 13,000 |
| รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ | 10,400 | 7,800 | 5,200 | 2,600 | - |
| รวมสินทรัพย์ | 2,678,720 | 7,102,212 | 11,537,523 | 18,395,637 | 25,497,763 |
| หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น | | | | | |
| หนี้สินหมุนเวียน | | | | | |
| - เจ้าหนี้การค้า | - | - | - | - | - |
| รวมหนี้สินหมุนเวียน | - | - | - | - | - |
| หนี้สินระยะยาว | - | - | - | - | - |
| รวมหนี้สิน | - | - | - | - | - |

ตารางที่ 22 แสดงประมาณการงบดุล (ต่อ)

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|------------------------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| ส่วนของเจ้าของ | | | | | |
| - เงินลงทุน | 450,000 | 450,000 | 450,000 | 450,000 | 450,000 |
| - กำไรสะสม | 2,228,720 | 6,652,212 | 11,087,523 | 17,945,637 | 25,047,763 |
| รวมส่วนของเจ้าของ | 2,678,720 | 7,102,212 | 11,537,523 | 18,395,637 | 25,497,763 |
| รวมหนี้สินและส่วนของเจ้าของ | 2,678,720 | 7,102,212 | 11,537,523 | 18,395,637 | 25,497,763 |

ประมาณโครงการ

สมมุติฐานให้ $k = 10\%$ จากการประมาณการ 5 ปี

ตารางที่ 23 แสดงประมาณโครงการ

| | | |
|----------------------------------|------------|-------|
| ค่า k | 10 | % |
| มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) | 16,073,731 | บาท |
| BC Ratio | 37.78 | เท่า |
| อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR) | 585.56 | % |
| ระยะเวลาคืนทุน | 3 | เดือน |
| จุดคุ้มทุนในปีที่ 1 | 756 | หน่วย |

4.7 กรณี Worst Case

กรณีสถานการณ์ไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง ทางกลุ่มผู้จัดทำได้ส่วนแบ่งการตลาดน้อยกว่าที่คาดไว้ 45% จากการประมาณการจำนวนการผลิตที่ 31,800 ขวด คงเหลือจำนวนขวดต่อปีที่ 14,280 ขวด

ตารางที่ 24 จำนวนผู้ซื้อในแต่ละปี

| | ชื่อสินค้า | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|----------|---------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| สินค้า 1 | แอลทีพี อินสแตนท์ ชาเวอร์ บอดี สเปรย์ | 14,280 | 14,708 | 15,150 | 15,604 | 16,072 |
| สินค้า 2 | ทิชชูเปียก | | 69,216 | 71,292 | 73,431 | 75,634 |
| สินค้า 3 | น้ำยาซักผ้า | | | | 14,686 | 15,127 |
| | รวม | 14,280 | 83,924 | 86,442 | 103,722 | 106,833 |

ทั้งนี้รายได้ของทางกลุ่มผู้จัดทำ จะมีรายได้ลดลง แต่ยังคงไว้ซึ่งกำไรอยู่ โดยกำไรได้น้อยลง คงเหลือกำไร 375,193 บาท ในปีแรก

ตารางที่ 25 แสดงรายได้ต่อปีในกรณี Worst Case

| สินค้า | ชื่อสินค้า | ราคาต่อหน่วย | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|--------|---------------------------------------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 1 | แอลทีพี อินสแตนท์ ชาเวอร์ บอดี สเปรย์ | 320 | 4,569,600 | 4,706,688 | 4,847,888 | 4,993,325 | 5,143,125 |
| 2 | ทิชชูเปียก | 30 | - | 2,076,480 | 2,138,774 | 2,202,938 | 2,269,026 |
| 3 | น้ำยาซักผ้า | 159 | - | - | - | 2,335,114 | 2,405,167 |
| | รวม | | 4,569,600 | 6,783,168 | 6,986,662 | 9,531,377 | 9,817,318 |
| | ยอดขายต่อเดือน | | 380,800 | 565,264 | 582,222 | 794,212 | 818,110 |

ตารางที่ 26 แสดงงบกำไรขาดทุน กรณี Worst Case

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|--|-----------|-----------|-----------|------------|------------|
| ยอดขาย | 5,569,200 | 7,812,756 | 8,047,139 | 10,623,667 | 10,942,377 |
| ต้นทุนขาย | | | | | |
| - วัตถุดิบ | 2,142,000 | 2,621,556 | 2,700,203 | 3,471,463 | 3,575,606 |
| - แรงงานในการผลิต | - | - | - | - | - |
| - ค่าเสื่อมราคาในการผลิต | - | - | - | - | - |
| - ค่าเสียหายในการผลิต | - | - | - | - | - |
| รวมต้นทุนขาย | 2,142,000 | 2,621,556 | 2,700,203 | 3,471,463 | 3,575,606 |
| กำไรขั้นต้น | 3,427,200 | 5,191,200 | 5,346,936 | 7,152,204 | 7,366,770 |
| ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร | | | | | |
| - แรงงานในการขายและบริหาร | 1,080,000 | 1,080,000 | 1,296,000 | 1,296,000 | 1,296,000 |
| - ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร | 2,600 | 2,600 | 2,600 | 2,600 | 2,600 |
| - ค่าใช้จ่ายทางการตลาด | 204,000 | 191,200 | 175,432 | 200,090 | 211,007 |
| - ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร | 1,671,608 | 2,444,633 | 2,507,060 | 3,234,690 | 3,317,939 |
| รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร | 2,958,208 | 3,718,433 | 3,981,092 | 4,733,380 | 4,827,546 |
| กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้ | 468,992 | 1,472,767 | 1,365,844 | 2,418,824 | 2,539,225 |
| ดอกเบี้ยจ่าย | - | - | - | - | - |
| กำไรก่อนหักภาษีเงินได้ | 468,992 | 1,472,767 | 1,365,844 | 2,418,824 | 2,539,225 |
| ภาษีเงินได้ | 93,798 | 294,553 | 273,169 | 483,765 | 507,845 |
| กำไรสุทธิ | 375,193 | 1,178,213 | 1,092,675 | 1,935,059 | 2,031,380 |

ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน

ตารางที่ 27 แสดงงบกระแสเงินสด กรณี Worst Case

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|---|-----------|-----------|-----------|------------|------------|
| แหล่งที่มาของเงินลงทุน | | | | | |
| - เงินลงทุน | 450,000 | - | - | - | - |
| - เงินกู้ยืม | - | - | - | - | - |
| - ยอดขาย | 5,569,200 | 7,812,756 | 8,047,139 | 10,623,667 | 10,942,377 |
| - เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น | - | - | - | - | - |
| รวมแหล่งที่มา (ก.) | 6,019,200 | 7,812,756 | 8,047,139 | 10,623,667 | 10,942,377 |
| แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน | | | | | |
| - เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร | 13,000 | - | - | - | - |
| - ต้นทุนขาย – ไม่รวมค่าเสื่อมราคา | 2,142,000 | 2,621,556 | 2,700,203 | 3,471,463 | 3,575,606 |
| - ค่าใช้จ่ายในการขายฯ – ไม่รวมค่าเสื่อม | 2,955,608 | 3,715,833 | 3,978,492 | 4,730,780 | 4,824,946 |
| - ดอกเบี้ยจ่าย | - | - | - | - | - |
| - ภาษีเงินได้ | 93,798 | 294,553 | 273,169 | 483,765 | 507,845 |
| - ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น | - | - | - | - | - |
| - สต็อกสินค้าสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้น | 178,500 | 39,963 | 6,554 | 64,272 | 8,679 |
| - สต็อกวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น | - | - | - | - | - |
| รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.) | 5,382,907 | 6,671,906 | 6,958,418 | 8,750,279 | 8,917,076 |
| เงินสดคงเหลือ – ต้นงวด | - | 636,293 | 1,777,144 | 2,865,865 | 4,739,253 |
| เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.-ข.) | 636,293 | 1,140,850 | 1,088,721 | 1,873,388 | 2,025,301 |
| เงินสดคงเหลือ – ปลายงวด | 636,293 | 1,777,144 | 2,865,865 | 4,739,253 | 6,764,553 |

ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 28 แสดงงบดุล กรณี Worst Case

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|------------------------------------|----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| สินทรัพย์ | | | | | |
| สินทรัพย์หมุนเวียน | | | | | |
| - เงินสดและเงินในธนาคาร | 636,293 | 1,777,144 | 2,865,865 | 4,739,253 | 6,764,553 |
| - ลูกหนี้การค้า | - | - | - | - | - |
| - สต็อกสินค้าสำเร็จรูป | 178,500 | 218,463 | 225,017 | 289,289 | 297,967 |
| - สต็อกวัตถุดิบ | - | - | - | - | - |
| รวมสินทรัพย์หมุนเวียน | 814,793 | 1,995,607 | 3,090,882 | 5,028,541 | 7,062,521 |
| สินทรัพย์ถาวร | | | | | |
| - ที่ดินและการปรับปรุง | | | | | |
| - สิ่งปลูกสร้าง | | | | | |
| - เครื่องจักรอุปกรณ์ | | | | | |
| - ยานพาหนะ | | | | | |
| - อุปกรณ์สำนักงาน | | | | | |
| - ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน | 13,000 | 13,000 | 13,000 | 13,000 | 13,000 |
| รวมสินทรัพย์ถาวร | 13,000 | 13,000 | 13,000 | 13,000 | 13,000 |
| หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม | 2,600 | 5,200 | 7,800 | 10,400 | 13,000 |
| รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ | 10,400 | 7,800 | 5,200 | 2,600 | - |
| รวมสินทรัพย์ | 825,193 | 2,003,407 | 3,096,082 | 5,031,141 | 7,062,521 |
| หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น | | | | | |
| หนี้สินหมุนเวียน | | | | | |
| - เจ้าหนี้การค้า | - | - | - | - | - |
| รวมหนี้สินหมุนเวียน | - | - | - | - | - |
| หนี้สินระยะยาว | - | - | - | - | - |
| รวมหนี้สิน | - | - | - | - | - |
| ส่วนของผู้ถือหุ้น | | | | | |

ตารางที่ 28 แสดงงบดุล กรณี Worst Case (ต่อ)

| รายการ | ปีที่ 1 | ปีที่ 2 | ปีที่ 3 | ปีที่ 4 | ปีที่ 5 |
|-----------------------------|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| - เงินลงทุน | 450,000 | 450,000 | 450,000 | 450,000 | 450,000 |
| - กำไรสะสม | 375,193 | 1,553,407 | 2,646,082 | 4,581,141 | 6,612,521 |
| รวมส่วนของเจ้าของ | 825,193 | 2,003,407 | 3,096,082 | 5,031,141 | 7,062,521 |
| รวมหนี้สินและส่วนของเจ้าของ | 825,193 | 2,003,407 | 3,096,082 | 5,031,141 | 7,062,521 |

ประมาณโครงการ

สมมติฐานให้ $k = 10\%$ จากการประมาณการ 5 ปี หากสถานการณ์ไม่เป็นไปตามคาด

ตารางที่ 29 ประมาณ โครงการ กรณี Worst Case

| | | |
|----------------------------------|---------|-------|
| ค่า k | 10 | % |
| มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) | 991,648 | บาท |
| BC Ratio | 3.27 | เท่า |
| อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR) | 41.24 | % |
| ระยะเวลาคืนทุน | 26 | เดือน |
| จุดคุ้มทุนในปีที่ 1 | - | หน่วย |

จุดคุ้มทุนจะใช้ระยะเวลามากขึ้น โดยจะคืนทุนในปีที่ 3 ทั้งนี้ในปีที่ 1 จะยังไม่มีจุดคุ้มทุน เนื่องจากยังไม่ได้กำไร

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะในการลงทุน

5.1 บทสรุป

แหล่งที่มาของเงินลงทุนในโครงการมาจากส่วนของเจ้าของทั้งหมด เป็นเงิน 450,000 บาท มีค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน 13,000 บาท อีกส่วนหนึ่งเป็นเงินทุนหมุนเวียน 437,000 บาท ต้นทุนสินค้าจากการผลิตรอบแรก เป็นเงินจำนวน 300,000 บาท

บริษัทฯ มีรายได้ทั้งหมดมาจากการจำหน่ายสินค้า ด้วยอัตราส่วน ระหว่างร้านขาย อุปกรณ์วิ่ง และออนไลน์ เป็น 60 ต่อ 40 และจากการประมาณรายได้ บริษัทฯ คาดว่าจะมีรายได้ในปีแรก 10,176,000 บาท มีกำไรสุทธิ 2,228,720 บาท จากการดำเนินธุรกิจภายใน 5 ปี บริษัทฯ จะมีมูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) รวมทั้งสิ้น 16,073,731 บาท มีอัตราผลตอบแทนการลงทุน (IRR) 585.56% มีระยะเวลาคืนทุน 3 เดือน และจุดคุ้มทุน 756 ขวดต่อเดือน

5.2 ข้อเสนอแนะในการลงทุน

1. ก่อนลงทุนควรจะศึกษาตลาดที่จะเข้าไปลงทุนทำธุรกิจนั้นๆ และความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคอย่างถี่ถ้วน เพื่อที่จะได้สร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ตอบใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
2. ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ เช่น ศึกษาความเป็นไปได้ด้านอุตสาหกรรม ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน ศึกษาให้ครบทุกด้าน เพื่อลดความเสี่ยงในการลงทุน
3. หาข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ ของภาครัฐ เพื่อหาโอกาสในการลงทุนเพิ่มขึ้น เพราะบางที่ทางภาครัฐจะมีการลดหย่อนภาษี หรือการลดดอกเบี้ยสำหรับการลงทุนในประเภทต่างๆ
4. การลงทุนทุกประเภทมีความเสี่ยงที่จะไม่ได้กำไร หรือขาดทุน ผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูลอย่างละเอียด และคิดว่าตัวเราสามารถรับความเสี่ยงได้ในระดับใด

5. ต้นทุนสินค้าในปัจจุบันยังสูงอยู่เนื่องจากสั่งผลิตเพียง 230 ขวด ซึ่งถ้าผลิตในจำนวนผลิตขั้นต่ำของตัวน้ำยาจริงๆ อยู่ที่ 2,000 ขวด ซึ่งจะทำให้ต้นทุนลดลงต่อขวด ลดลงไป 15 บาทต่อขวด คำนายาจะอยู่ที่ 73 บาทต่อขวด

6. ในปีที่ 2 สามารถออกผลิตภัณฑ์กำจัดกลิ่นตัวไม่พึงประสงค์สำหรับผู้ไปงานปาร์ตี้ และงานไปชมคอนเสิร์ต หรือผลิตภัณฑ์กำจัดกลิ่นตัวไม่พึงประสงค์สำหรับผู้ไปทานอาหารนอกบ้านแล้วกลิ่นอาหารติดเสื้อผ้าแล้วจะต้องทำธุระต่อ โดยที่สามารถใช้ตัวน้ำยาเป็นตัวเดียวกัน เปลี่ยนแค่อกลิ่นที่เหมาะสมสำหรับกิจกรรมนั้นๆ ก็จะได้ลูกค้ากลุ่มใหม่เพิ่มขึ้น



บรรณานุกรม

- ฉลองศักดิ์ สุขใจธรรม (2014). “COVER STORY: NO. 1 BRAND: NIVEA: LEADING THE CHANGE: CHANGE TO NO.1 BRAND from <http://marketeer.co.th/archives/17987>
- ผู้จัดการออนไลน์ (2550), รายงานตลาด “ตลาดผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกาย:มีโอกาสขยายตัวดีทั้งในและต่างประเทศ.” from <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9500000065625>
- ไทยรัฐออนไลน์ (2557). “เรื่องเซ็กซี่ดังคนไทย ใช้ชีวิตฟิตแค่วัน.” from <https://www.thairath.co.th/content/447109>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2559). “การสำรวจกิจกรรมทางกายของประชากร พ.ศ. 2558.” from http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/ExcPhysical_ActivityFull58.pdf
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง (2559). “ระบบสถิติทางการทะเบียน.” from http://stat.dopa.go.th/stat/y_stat59.htm
- Matemate (2560). “Brand inside เรื่อง วิ่งเพื่อสุขภาพ เทรนด์มาแรงหยุดไม่อยู่ จัดกว่า 600 รายการต่อปี มูลค่ารวมกว่า 1 หมื่นล้านบาท.” from <https://brandinside.asia/running-for-health-and-business/>
- (2016). “Female Deodorant Usage in Thailand.” from <http://dreamincubator.asia/>



ภาคผนวก ก
จำนวนประชากร

ที่มา : ประกาศสำนักทะเบียนกลาง (http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age.php)

ประกาศสำนักทะเบียนกลาง เรื่อง จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2559 ในที่นี้เลือกมา 5 จังหวัดที่มีจำนวนประชากรรวมมากที่สุดมา 5 ลำดับ แต่ ณ ตอนนีไฟท์สที่กรุงเทพมหานคร จังหวัดเดียว

| ลำดับ | จังหวัด | จำนวนราษฎร | | | | | | รวมทั้งสิ้น |
|-------|---------------|------------|------------|------------|------------------|---------|---------|-------------|
| | | สัญชาติไทย | | | ไม่ได้สัญชาติไทย | | | |
| | | ชาย | หญิง | รวม | ชาย | หญิง | รวม | |
| | ทั่วประเทศ | 31,923,786 | 33,173,119 | 65,096,905 | 434,022 | 400,623 | 834,645 | 65,931,550 |
| 1 | กรุงเทพมหานคร | 2,635,431 | 2,956,644 | 5,592,075 | 51,822 | 42,749 | 94,571 | 5,686,646 |
| 2 | นครราชสีมา | 1,295,824 | 1,332,055 | 2,627,879 | 2,095 | 1,461 | 3,556 | 2,631,435 |
| 3 | อุบลราชธานี | 929,860 | 925,607 | 1,855,467 | 3,224 | 4,274 | 7,498 | 1,862,965 |
| 4 | ขอนแก่น | 887,244 | 911,842 | 1,799,086 | 1,889 | 778 | 2,667 | 1,801,753 |
| 5 | เชียงใหม่ | 776,538 | 829,181 | 1,605,719 | 66,550 | 63,493 | 130,043 | 1,735,762 |

ภาคผนวก ข
วิธีคิดจำนวนของผลิตภัณฑ์ที่ 2 และ 3 ของ Axtiv

การคิดจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ 2

ที่มาของจำนวนซอง 148,800 ต่อปี จากสมมุติฐานของตลาดรวม 660 ล้านบาท โดยเฉลี่ย
ทิชชูเปียกของตลาด ราคา 30 บาท ดังนั้น จำนวนซองที่จำหน่ายทั้งปีของตลาดทิชชูเปียกคือ 22 ล้าน
ซอง ทั้งนี้ทางกลุ่มผู้จัดทำคาดการณ์ส่วนแบ่งการตลาดที่ร้อยละ 0.7 ของตลาดทั้งหมด หรือเท่ากับ
 $22,000,000 * 0.7\% = 154,000$ ซองต่อปี โดยเฉลี่ยคือ เดือนละ 12,800 ซองต่อเดือน

| ตลาดทิชชูเปียก | |
|-------------------------|------------------|
| ประเภท | มูลค่า (ล้านบาท) |
| ทิชชูเปียกสำหรับเด็ก | 510 |
| ทิชชูเปียกสำหรับผู้ใหญ่ | 150 |
| ตลาดรวม | 660 |

ที่มา: มุ่งพัฒนา, ตุลาคม 2558 Manceteer

การคิดจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ 3

ที่มาของจำนวนขวดน้ำยาซักผ้าที่ขายได้ มาจากข้อมูลการจำหน่ายของบริษัท Pimper
Standard ที่มียอดขาย 4,000 ยูนิต ต่อเดือน ในช่วงเริ่มแรก โดยทางกลุ่มผู้จัดทำมองว่าความสามารถ
ในการจำหน่ายของกลุ่ม อยู่ที่ร้อยละ 65 ของ Pimper Standard จึงอยู่ที่ $4,000 * 65\% = 2,600$ ขวดต่อ
เดือน

ภาคผนวก ง
ภาพการเรียนรู้ของคณะผู้วิจัย



ภาคผนวก จ

วิธีใช้ผลิตภัณฑ์

1. เมื่อมีกลิ่นตัว กลิ่นเหงื่อ กลิ่นเหม็นอับ บนร่างกายและเสื้อผ้า ให้ฉีดพรมผลิตภัณฑ์บนร่างกายและเสื้อผ้าที่สวมอยู่ ผลิตภัณฑ์สามารถใช้ได้ผลดี แม้มีเหงื่ออยู่บนร่างกาย อ่อนโยนต่อผิวหนังและไม่เป็นคราบบนเสื้อผ้า ท่านไม่จำเป็นต้องถอดเสื้อผ้าออกก่อนใช้ผลิตภัณฑ์ และไม่ต้องเช็ดล้างหลังใช้ผลิตภัณฑ์ หากท่านต้องการเช็ดล้างร่างกาย ให้ใช้ผลิตภัณฑ์หลังจากนั้น
2. ฉีดพรมให้ทั่วบริเวณที่มีกลิ่น และทิ้งระยะสัก 5-10 วินาทีให้สารออกฤทธิ์ทำงานแล้วท่านจะสัมผัสกับความหอมสดชื่นมั่นใจ เพื่อออกกำลังกายต่อ เดินทาง หรือแม้แต่สังสรรค์กับเพื่อนได้อย่างมั่นใจ
3. ท่านสามารถใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อกำจัดกลิ่นไม่พึงประสงค์จากแบคทีเรียบนอุปกรณ์ออกกำลังกายได้ เช่น นวมชกมวย เสื้อโยคะ ม้านั่งยกน้ำหนัก โดยหลังจากการเช็ดทำความสะอาดปกติ ให้ฉีดพรมบริเวณที่มีกลิ่นให้ทั่ว แล้วผึ่งให้แห้งโดยไม่ต้องล้างออก

ภาพการสาธิตใช้ผลิตภัณฑ์

