

บทที่ 9

กลยุทธ์และนโยบายทางการเงิน

9.1 วัตถุประสงค์

การจัดการแหล่งเงินทุนและจัดโครงสร้างเงินลงทุนอย่างเหมาะสม เพื่อให้มีต้นทุนทางการเงินที่ต่ำ สามารถจัดสรรทรัพยากรต่างๆ ให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ดูแลและตรวจสอบ รายได้ รายจ่าย ที่มาของเงินทุนและการใช้ไปของเงินทุนให้สอดคล้องกับแผนการดำเนินงานที่วางไว้ ตลอดจนดูแลเงินทุนหมุนเวียนเพื่อให้มีสภาพคล่องต่อการดำเนินธุรกิจในระยะยาวต่อไป

9.2 เป้าหมายทางการเงิน

บริษัทฯ ได้กำหนดเป้าหมายทางการเงินไว้ดังนี้

- มี NPV เป็นบวก
- สามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 5 ปี
- อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น 20%

9.3 แหล่งที่มาของเงินทุน โครงสร้างเงินทุนและต้นทุนของแหล่งเงินทุน

9.3.1 แหล่งที่มาของเงินทุน

บริษัทฯ มีนโยบายในการจัดหาเงินทุนเพื่อใช้ในการดำเนินงานจากส่วนของผู้ถือหุ้นและแหล่งเงินกู้ระยะยาว จากการประมาณการเบื้องต้นบริษัทฯ ใช้เงินลงทุนประมาณ 6,500,000 บาท ซึ่งใช้ในการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ค่าใช้จ่ายอื่นๆ รวมถึงเงินทุนหมุนเวียนที่ต้องใช้ในการดำเนินงาน โดยบริษัทฯ จะจัดหาเงินทุนจากทั้ง 2 ส่วน ดังนี้

- การจัดหาเงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (Equity)

บริษัทฯ จะระดมทุนจากผู้ถือหุ้น 5 คน คนละ 1,000,000 บาท รวมเป็นเงิน 5,000,000 บาท

- การจัดหาเงินทุนจากแหล่งเงินกู้ระยะยาว (Long Term Loan)

บริษัทฯจะขอสินเชื่อเพื่อพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) จากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จำนวน 1,500,000 บาท โดยใช้ที่บ้านและที่ดินของหนึ่งในผู้ถือหุ้นเป็นหลักประกันการกู้ยืม ต้นทุนในการกู้ยืมเท่ากับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้สำหรับลูกค้ารายย่อยชั้นดี (MRR = 7.75%) บวก 3.75% เท่ากับ 11.5% บริษัทฯ จะจ่ายชำระดอกเบี้ยทุกปีและจะทยอยจ่ายคืนเงินกู้ภายในระยะเวลาไม่เกิน 5 ปี และเมื่อบริษัทฯ มีผลการดำเนินงานที่ดีและมีความสามารถในการจ่ายคืนเงินกู้ยืม บริษัทฯ จะรีบทยอยจ่ายคืนเงินกู้ในระยะเวลาเร็วที่สุด เพื่อลดภาระดอกเบี้ย

9.3.2 โครงสร้างเงินทุน

บริษัทฯ กำหนดโครงสร้างเงินทุน (Target Capital Structure) ให้มีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนเป็น 15:50 เนื่องจากธุรกิจของบริษัทฯ เป็นธุรกิจใหม่ หากมีสัดส่วนหนี้สินที่สูงเกินไปอาจทำให้สถาบันการเงินปล่อยสินเชื่อยาก

9.3.3 ต้นทุนของแหล่งเงินทุน

- ต้นทุนของหนี้สินระยะยาว (Cost of Debt: K_d)
คำนวณจาก $MRR + 3.75\%$
 $K_d = 11.50\%$
- ต้นทุนของส่วนของผู้ถือหุ้น (Cost of Equity: K_e)
คำนวณจากสูตร Capital Asset Pricing Model (CAPM)
 $K_e = 18.07\%$ (ดูวิธีการคำนวณจากภาคผนวก ฉ)
- ต้นทุนเงินลงทุนของกิจการ (Weighted Average Cost of Capital : WACC) (ดูวิธีการคำนวณจากภาคผนวก ฉ)

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
WACC	16.56%	16.11%	15.94%	15.93%	15.94%

9.4 สมมติฐานและประมาณการทางการเงิน

9.4.1 การประมาณการรายได้

การประมาณการรายได้จากการขายจะมาจาก 2 ประเภท คือ รายได้การขาย Package Free Sampling ซึ่งเป็นรายได้หลักของธุรกิจ และรายได้จากการขาย Banner

1. รายได้จากการขาย Package Free Sampling

ประมาณการจำนวนสินค้า

ประเภทของผลิตภัณฑ์ (Categories) ภายในเว็บไซต์ จะแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลักๆ ได้แก่ คือ ผลิตภัณฑ์สำหรับความสวยความงาม และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตประจำวันของกลุ่มเป้าหมายหลักของเว็บไซต์

ในการประมาณการจำนวนชิ้นของสินค้าที่แจกนั้นจะทำการเทียบจากจำนวนสินค้าที่แจกผ่านทางเว็บไซต์ในปัจจุบัน โดยจากข้อมูลข่าวการทำการตลาดของเครื่องสำอางค์เอสเต ลอเดอร์ (Estee Lauder) พบว่าบริษัทมีการจัดทำเว็บไซต์ขึ้นมา สำหรับแคมเปญการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ในกลุ่มฟื้นฟูสภาพผิว (Repair) ในชื่อ ไอเดียลิส (Idealist) โดยภายในหนึ่งสัปดาห์มีการแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์ประมาณ 100 ชิ้น (อ้างอิงในหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ฉบับที่ 2378 วันที่ 27 - 29 พฤศจิกายน 2551) ดังนั้นในระยะเวลา 1 เดือนก็จะทำการแจกประมาณ 400 ชิ้น (100 x4) นอกจากนี้จากการเข้าไปสำรวจจำนวนสินค้าที่แจกใน www.jeban.com ประจำเดือนพฤศจิกายน 2551 พบว่า มีการแจกสินค้าไตร-แอคทีลีน (Tri-Aktiline) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เติมเต็มริ้วรอยลึกและรอยเหี่ยวย่นจาก Good Skin จำนวน 400 ชิ้น

จากข้อมูลข้างต้นจึงประมาณการได้ว่าจำนวนสินค้าที่จะแจกผ่านทางเว็บไซต์ประมาณเดือนละ 400 ชิ้น

นอกจากนี้จากข้อมูลขององค์การอาหารและยา แสดงจำนวนเครื่องสำอางค์ที่ได้รับอนุญาตในแต่ละปี แสดงดังต่อไปนี้

ประเภท	2548	2549	2550
ผลิต	596	591	548
นำเข้า	798	794	1,018
แบ่งบรรจุ	-	-	-
รวม	1,394	1,385	1,566

ตารางที่ 9.1 แสดงสถิติจำนวนใบรับแจ้งเครื่องสำอางควบคุม ที่อนุญาต ณ ปี พ.ศ.2548 - พ.ศ. 2550

ประเภท	2548	2549	2550
ผลิต	247	223	285
นำเข้า	715	610	364
แบ่งบรรจุ	-	7	3
ผลิตเพื่อ	-	-	-
นำเข้าเพื่อ	-	-	-
นำเข้า	-	-	-
รวม	962	840	652

ตารางที่ 9.2 แสดงสถิติจำนวนทะเบียนเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ ที่อนุญาต ณ ปี พ.ศ. 2548 - พ.ศ. 2550

จากข้อมูลข้างต้นนี้ทำให้ทราบถึงจำนวนประเภทของเครื่องสำอางที่ออกมาใหม่ในปี 2550 มีจำนวน 2,218 ชิ้น ซึ่งสินค้าใหม่จำนวนนี้จะมีบางส่วนที่มีการแจกสินค้าตัวอย่างเพื่อเป็นการแนะนำสินค้าใหม่ โดยการแจกสินค้าตัวอย่างสามารถทำได้หลายวิธี ซึ่งการแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางสื่อออนไลน์หรือเว็บไซต์ก็เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการแจกสินค้าตัวอย่างในปัจจุบัน ดังนั้น จึงทำการประมาณการโดยอาศัยหลัก Conservative ว่า โอกาสที่จำนวนสินค้าใหม่เหล่านี้จะทำการแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์ของเรามีค่าประมาณ 3% หรือคิดเป็น 66 ประเภทต่อปี (และเป็นไปตามการประมาณการศักยภาพในการขายของฝ่ายการตลาด)

จำนวนประเภทสินค้าใหม่(ต่อปี)	2,218	ประเภท
จำนวนชนิดสินค้าที่จะแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์ของเรา	66	ประเภท
จำนวนสินค้าตัวอย่างที่จะแจกผ่านทางเว็บไซต์ของเราต่อสินค้า 1 ชนิด	400	ชิ้น
รวมจำนวนสินค้าตัวอย่างที่จะแจกผ่านทางเว็บไซต์ของเราต่อปี	26,400	ชิ้น

ในส่วนของปีที่สองนั้น อัตราของจำนวนสินค้าใหม่ที่จะทำการแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์ของเรามีค่า 3% โดยใช้จำนวนเครื่องสำอางหรือสินค้าที่ออกใหม่ในปี 2550 เป็นตัวฐานในการคำนวณ (เนื่องจากเมื่อเทียบจำนวนสินค้าใหม่ในช่วงปี 2448 -2550 มีจำนวนใกล้เคียงกัน แสดงให้เห็นว่าจำนวนสินค้าใหม่ในแต่ละปีมีค่าใกล้เคียงกัน)

ในปีที่สองนั้นสินค้าที่จะมาแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์นอกจากจะเป็นสินค้าออกใหม่แล้วยังคาดการณ์ว่าจะมีสินค้าที่ออกมาแล้วในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา (สินค้าใหม่ในปี 2549) ต้องการทำการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขาย หรือมีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ก็จะต้องมีการแจกสินค้าตัวอย่าง จึงประมาณการว่าในส่วนของกลุ่มนี้จะทำการแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์ของเราประมาณ 2% หรือเท่ากับ 44 ประเภท ($2,225 * 2\% = 44$)

ปี	% ของสินค้าใหม่	จำนวนประเภทสินค้า	% ของสินค้าเก่า	จำนวนประเภทสินค้า	รวม
Y2	3%	66	2%	44	110

ตารางที่ 9.3 แสดงประมาณการจำนวนชนิดประเภทของสินค้า ณ ปีที่ 2

สำหรับในปีที่ 3 4 และ 5 จำนวนประเภทของเครื่องสำอางที่ออกมาใหม่เพิ่มขึ้นปีละ 2% ซึ่งเป็นผลมาจากการทำการตลาด และเว็บไซต์เริ่มเป็นที่รู้จักและยอมรับมากขึ้น

ประมาณการราคาขาย

การตั้งราคาขายจะพิจารณาจากสองส่วน คือ ราคาที่ตั้งกันอยู่ในปัจจุบันและระดับราคาที่เราขายสินค้าอมรับ ซึ่งในส่วนของเราที่ตั้งกันอยู่ในปัจจุบันนั้น จะทำการเทียบกับระดับราคาของการทำ Product Use Test (เนื่องจากมีความใกล้เคียงกับรูปแบบการแจกสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ทุกวันในส่วนของเรา research ที่ให้ซึ่งของเราจะมีจำนวนคำถามที่น้อยกว่า) ที่มีค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 600 ชุด ค่าใช้จ่ายทั้งหมด 400,000 บาท หรือเฉลี่ยค่าใช้จ่ายขึ้นละประมาณ 660 บาท แต่การแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์ของเราจะไม่ได้ทำการวิจัยอย่างเต็มรูปแบบตามที่ทำกัน Product Use Test ดังนั้นจึงทำการลดราคาลงมาที่ 200 บาทต่อชิ้น

นอกจากนี้จากการสอบถามเจ้าของตราสินค้า(อ้างถึงในบทที่ 5 งานวิจัยทางการตลาด) ณ ระดับราคา 200 บาทต่อชิ้นจากการแจกสินค้าตัวอย่างประมาณ 400 ชิ้นเป็นระดับราคาที่ยอมรับได้

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถประมาณการรายได้จากการขาย Package Free Sampling เป็นรายปีได้ดังนี้

	Unit : Baht				
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
Package Free Sampling Revenue	5,280,000	9,108,000	9,615,316	10,150,889	10,716,293

ตารางที่ 9.4 แสดงประมาณการรายได้จากการขาย Package Free Sampling

2. รายได้จากการขาย Banner

Banner จะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ fix กับ rotate โดยในส่วนของเรา fix จะมีจำนวน 2 ตำแหน่งในหน้า Home ราคา 25,000 บาท และ อีก 13 ตำแหน่งตามหน้าต่างๆ (แสดงตามภาคผนวก จ) ราคา 10,000 บาท และ 7,000 บาท ในส่วนของเรา rotate จะมีจำนวน 5 ตำแหน่ง ราคา 30,000 บาท และปรับราคาขึ้นในปีที่ 2 3 4 และ 5 ร้อยละ 3.5 ต่อปี (ตามการคาดการณ์อัตราเงินเฟ้อ จากรายงานแนวโน้มเงินเฟ้อ ตุลาคม 2551, ธนาคารแห่งประเทศไทย)

	Unit : Baht				
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
Banner Revenue	3,096,000	4,893,480	5,064,752	5,242,018	5,425,489

ตารางที่ 9.5 แสดงประมาณการรายได้จากการขาย Banner

9.4.2 การประมาณการต้นทุนขาย

1 ต้นทุนในการขนส่ง

เป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการจัดส่งสินค้าให้กับสมาชิก โดยราคาค่าจัดส่งคือ ราคา 20 บาทต่อ 1 กิโลกรัม (ที่มา http://www.thailandpost.com/search_ems_result.asp) โดยมีการจำกัดน้ำหนักของสินค้าตัวอย่างที่จะทำการแจกไม่เกิน 1,000 กรัม และอัตราการเพิ่มขึ้นของค่าขนส่งปีละ 3.5% (ตามการคาดการณ์อัตราเงินเฟ้อ จากรายงานแนวโน้มเงินเฟ้อ ตุลาคม 2551, ธนาคารแห่งประเทศไทย)

2 ต้นทุนค่าบรรจุภัณฑ์

ต้นทุนค่าบรรจุภัณฑ์แบบธรรมดากล่องละ 10 บาทและแบบพิเศษราคากล่องละ 20 บาท (สำหรับลูกค้าที่ต้องการ package ที่พิเศษมีความสวยงามกว่ากล่องปกติ) และเพิ่มขึ้นปีละ 3.5 % (ตามการคาดการณ์อัตราเงินเฟ้อ จากรายงานแนวโน้มเงินเฟ้อ ตุลาคม 2551, ธนาคารแห่งประเทศไทย)

3. ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน

คำนวณจากเงินเดือนพนักงานที่เกี่ยวข้องในการจัดทำและปรับปรุงเว็บไซต์
ผู้จัดการฝ่ายเทคโนโลยี 1 คน 35,000 บาทต่อคนต่อเดือน
พนักงานด้านคอมพิวเตอร์ 1 คน 20,000 บาทต่อคนต่อเดือน
เงินเดือนของพนักงานเพิ่มขึ้น 10% ต่อปี (ตามอัตราเงินการขึ้นเงินเดือนเฉลี่ยในตลาดแรงงาน)

เงินประกันสังคม 5% ของเงินเดือนหรือไม่เกิน 750 บาทต่อเดือน

4 ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

ค่าเสื่อมราคาของคอมพิวเตอร์และค่าตัดจำหน่ายโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการออกแบบและพัฒนา Website โดยจะตัดตามวิธีเส้นตรงตามอายุการใช้งานของสินทรัพย์

9.4.3 การประมาณการค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการขายและบริหาร

1 ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน

พนักงานระดับผู้จัดการ

กรรมการผู้จัดการและผู้จัดการ

ฝ่ายการตลาด 2 คน 50,000 บาทต่อคนต่อเดือน

พนักงานระดับปฏิบัติการ

พนักงานฝ่ายขายและฝ่ายการตลาด 1 คน 15,000 บาทต่อคนต่อเดือน
พนักงานทั่วไป 2 คน 12,000 บาทต่อคนต่อเดือน
เงินเดือนของพนักงานเพิ่มขึ้น 10% ต่อปี (ตามอัตราเงินการขึ้นเงินเดือนเฉลี่ย
ในตลาดแรงงาน)
เงินประกันสังคม 5% ของเงินเดือนหรือไม่เกิน 750 บาทต่อเดือน

2 ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่พนักงานฝ่ายขายเดินทางไปติดต่อกับลูกค้าประมาณ
เดือนละ 8,000 บาท และเพิ่มขึ้นปีละ 3.5% ต่อปี (ตามการคาดการณ์อัตราเงินเฟ้อ จากรายงาน
แนวโน้มเงินเฟ้อ ตุลาคม 2551, ธนาคารแห่งประเทศไทย)

3 ค่าสาธารณูปโภค

รายจ่ายค่าสาธารณูปโภคประกอบด้วยค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าอินเทอร์เน็ต
ค่าโทรสารประมาณเดือนละ 22,800 บาท และเพิ่มขึ้นปีละ 3.5% (ตามการคาดการณ์อัตราเงินเฟ้อ
จากรายงานแนวโน้มเงินเฟ้อ ตุลาคม 2551, ธนาคารแห่งประเทศไทย)

4 ค่าเช่าอาคาร

บริษัท เช่าอาคารเพื่อจัดทำเป็นสำนักงานในพื้นที่ 110 ตารางเมตร ตาราง
เมตรละ 320 บาท

ค่าเช่าอาคาร 35,200 บาทต่อเดือน

ค่ามัดจำอาคาร 3 เดือน รวมเป็นเงิน 105,600 บาทต่อเดือน

ค่าเช่าอาคารเพิ่มขึ้น 3.5% ในปีที 4 (ตามการคาดการณ์อัตราเงินเฟ้อ จาก
รายงานแนวโน้มเงินเฟ้อ ตุลาคม 2551, ธนาคารแห่งประเทศไทย)

5 ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดเป็นค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นในการดำเนินงานของบริษัทฯ
เช่น ค่าเครื่องเขียน ค่ากระดาษ ค่าหมึกพิมพ์ ค่าสอบบัญชี ค่าธรรมเนียมต่างๆ ประมาณเดือนละ
20,000 บาทและเพิ่มขึ้นปีละ 3.5% (ตามการคาดการณ์อัตราเงินเฟ้อ จากรายงานแนวโน้มเงินเฟ้อ
ตุลาคม 2551, ธนาคารแห่งประเทศไทย)

6 ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา

ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาคิดเป็นสัดส่วน 1% ของสินทรัพย์ที่ซื้อในปีแรก

7 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

ค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมทางการตลาดเป็นไปตามที่ประมาณการไว้ในการทำ การตลาดซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา การจัดกิจกรรม การ Search Engine ค่าของขวัญสำหรับ สมาชิกในการนำคะแนนสะสมมาแลก ค่านายหน้า ซึ่งค่าใช้จ่ายสามารถแยกเป็นกิจกรรมทาง การตลาดในส่วนของ Above the line และ Below the line ได้ดังนี้

(หน่วย : บาท)

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
Above the line	3,133,000	2,956,000	189,000	198,450	208,373
Below the line	2,505,120	3,180,178	2,969,108	3,199,649	3,444,639
Total	5,638,120	6,136,178	3,158,108	3,398,099	3,653,011

ตารางที่9.6 แสดงประมาณการค่าใช้จ่ายทางการตลาด

8 ค่าเช่า server และ leased line

ค่าเช่า Server ปีละ 550,000 บาท (สัญญาเช่า 3 ปี) ปีที่ 4 เพิ่มขึ้น 10%

ค่าเช่า Leased line เดือนละ 50,000 บาท ปีที่ 3 ค่าเช่าเพิ่มขึ้นเป็น 100,000 บาท (เพิ่มBandwidth) เพื่อรองรับการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น

9 ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย

ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายสินทรัพย์ จะตัดจำหน่ายตามวิธีเส้นตรง ตาม อายุการใช้งานของสินทรัพย์ ดังนี้

อุปกรณ์สำนักงาน	5	ปี
ส่วนปรับปรุงอาคาร	5	ปี
คอมพิวเตอร์	5	ปี
โปรแกรมคอมพิวเตอร์	5	ปี

10 ภาษีเงินได้นิติบุคคล

อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท) จะคิดอัตราก้าวหน้าตามกำไรทางภาษีที่เกิดขึ้น

กำไร (บาท)	อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล
1 - 1,000,000	15%
1,000,001 - 3,000,000	25%
> 3,000,000	30%

ที่มา: พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการลดอัตรารัษฎากร (ฉบับที่ 431 พ.ศ.2548)

9.4.4 สมมติฐานทางการค้าและนโยบายทางการบัญชี

- 1) บริษัทจะถือเงินสดสำรองไว้ขั้นต่ำ 300,000 บาท สำหรับยอดเงินคงเหลือสิ้นปี ในส่วนที่เกิด 1,000,000 บาทจะนำไปฝากธนาคารประเภทออมทรัพย์ เพื่อความสะดวกในการเบิกจ่าย (อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์ 0.75% ต่อปี, ธนาคารกรุงเทพ วันที่ 4.12.08)
- 2) ระยะเวลาในการรับชำระหนี้จากลูกค้า (Credit Term) 30 วัน
- 3) ระยะเวลาในการจ่ายชำระเจ้าหนี้การค้า (Credit Term) 30 วัน
- 4) ค่าเช่าจ่ายต้นเดือน

9.5 แหล่งที่มาและใช้ไปในการลงทุน

แหล่งที่มาของเงินทุน

1	เงินทุนของผู้ถือหุ้น	5,000,000	บาท
2	เงินกู้ระยะยาว	1,500,000	บาท

แหล่งใช้ไปของเงินทุน

1.	อุปกรณ์สำนักงาน		
	โต๊ะทำงาน 7 ตัวๆละ	8,200	บาท
	เก้าอี้ทำงาน 7 ตัวๆละ	8,000	บาท
	โทรศัพท์ 7 เครื่องๆละ	300	บาท
	เครื่อง Projector 1 เครื่องๆ ละ	50,000	บาท
	เครื่องพิมพ์เอกสาร ถ่านสำเนา โทรสาร	50,000	บาท
2.	คอมพิวเตอร์		
	คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) 5 เครื่องๆ ละ	20,000	บาท
	คอมพิวเตอร์ Notebook 2 เครื่องๆ ละ	30,000	บาท
3.	โปรแกรมคอมพิวเตอร์		
	โปรแกรมสำหรับการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์	650,000	บาท
4	ค่าตกแต่งสำนักงาน	650,000	บาท

9.6 สรุปผลประมาณการทางการเงินของบริษัท

	Unit : Baht				
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
Income Statement					
Sales Revenue	8,376,000	14,001,480	14,680,067	15,392,907	16,141,782
Cost of Gold Sold	1,645,000	2,240,200	2,405,397	2,572,918	2,745,579
Gross Profit	6,731,000	11,761,280	12,274,670	12,819,988	13,396,203
Other Income	3,291	3,935	11,195	30,896	45,574
Selling and Administrative Expenses	9,037,130	10,022,741	8,001,401	8,508,419	8,990,137
EBITDA	(2,302,839)	1,742,474	4,284,464	4,342,466	4,451,640
Depreciation Expenses	329,300	369,160	433,492	534,215	710,297
EBIT	(2,632,139)	1,373,314	3,850,972	3,808,250	3,741,343
Interest	172,500	172,500	86,250	-	-
EBT	(2,804,639)	1,200,814	3,764,722	3,808,250	3,741,343
Tax	-	200,203	879,416	892,475	872,403
Net Profit(Loss)	(2,804,639)	1,000,611	2,885,306	2,915,776	2,868,941
Balance Sheet					
Total Current Assets	2,499,861	3,747,283	6,342,823	8,359,217	9,888,419
Total Non Current Assets	1,422,800	1,382,940	1,518,608	1,597,885	1,921,803
Total Assets	3,922,661	5,130,223	7,861,431	9,957,102	11,810,222
Total Current Liabilities	227,300	1,184,251	1,780,154	960,049	944,229
Total Non Current Liabilities	1,500,000	750,000	-	-	-
Total Liabilities	1,727,300	1,934,251	1,780,154	960,049	944,229
Total Shareholders' Equity	2,195,361	3,195,972	6,081,277	8,997,053	10,865,993
Total Liabilities and Shareholders' Equity	3,922,661	5,130,223	7,861,431	9,957,102	11,810,222
Financial Ratio					
Gross Profit Margin	80%	84%	84%	83%	83%
EBITDA Margin	-27%	12%	29%	28%	28%
Net Profit Margin	-33%	7%	20%	19%	18%
Return on Asset (%)	-71%	20%	37%	29%	24%
Return on Equity (%)	-128%	31%	47%	32%	26%
Current Ratio	11.00	3.16	3.56	8.71	10.47
Debt to Equity	0.79	0.61	0.29	0.11	0.09

ตารางที่ 9.7 สรุปผลประมาณการทางการเงิน

9.7 การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน

จากงบประมาณทางการเงินของบริษัท (ภาคผนวก ก) สามารถสรุปกระแสเงินสดอิสระ (Free Cash Flow) ของบริษัทได้ดังนี้

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
EBIT	(2,632,139)	1,373,314	3,850,972	3,808,250	3,741,343
Cash taxed on EBIT	-	(243,328)	(905,291)	(892,475)	(872,403)
Dep.	329,300	369,160	433,492	534,215	710,297
Capital expenditures	-	(329,300)	(369,160)	(433,492)	(534,215)
NWC	(962,000)	(254,650)	33,375	(57,172)	(60,050)
Free Cash Flow	(3,264,839)	915,196	3,043,388	2,959,327	2,984,972

ตารางที่ 9.8 แสดงกระแสเงินสดอิสระ (Free Cash Flow)

จาก Free Cash Flow นี้สามารถนำมาคำนวณหา NPV IRR และ Payback period เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนได้ ดังนี้

	สำหรับ 5 ปีแรก	สำหรับตลอดอายุ (รวม Terminal Value)
NPV	1,267,278.62	14,478,444.67
Payback Period	3.32	3.32
Discount Payback Period	4.11	4.11
IRR	8.73%	45.64%

ตารางที่ 9.9 แสดงมูลค่าของกิจการ (NPV) และผลตอบแทนของกิจการ

9.8 การวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง (Sensitivity Analysis)

การประมาณการทางการเงินตามข้างต้นนี้ มีการตั้งสมมติฐานไว้หลายตัวแปร แต่ในความเป็นจริงแล้วอาจไม่ได้เป็นไปตามที่ได้ตั้งสมมติฐานไว้ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อมูลค่าของกิจการในที่สุด ดังนั้นเพื่อให้ในส่วนของการวิเคราะห์ทางการเงินมีความสอดคล้องกับสิ่งที่จะเกิดขึ้นจริงมากยิ่งขึ้น จึงทำการวิเคราะห์ Sensitivity เพื่อทำการศึกษาว่าแต่ละปัจจัยที่มีความไม่แน่นอนนั้น เมื่อปัจจัยดังกล่าวมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น จะมีผลกระทบต่อมูลค่าของกิจการมากน้อยเพียงใด โดยมีปัจจัยหลัก คือ จำนวนประเภทของสินค้า ราคา package ที่ขาย ต้นทุนการขนส่ง ต้นทุนค่าบรรจุภัณฑ์

Sensitivity		-20%	-10%	-5%	0%	5%	10%	20%
Sale Volume	IRR	22.34%	34.75%	40.35%	45.64%	50.80%	55.86%	65.77%
	NPV	6,200,790	10,437,198	12,473,643	14,478,445	16,482,457	18,485,953	22,491,732
	% Change	-57%	-28%	-14%	0%	14%	28%	55%
Sale Price	IRR	16.46%	32.24%	39.19%	45.64%	51.90%	58.02%	70.01%
	NPV	4,392,546	9,551,290	12,049,759	14,478,445	16,903,993	19,328,856	24,176,902
	% Change	-70%	-34%	-17%	0%	17%	34%	67%
Freight Cost	IRR	48.69%	47.17%	46.41%	45.64%	44.88%	44.11%	42.57%
	NPV	15,614,548	15,046,525	14,762,492	14,478,445	14,194,382	13,910,305	13,342,131
	% Change	8%	4%	2%	0%	-2%	-4%	-8%
Packaging Cost	IRR	47.11%	46.38%	46.01%	45.64%	45.27%	44.90%	44.16%
	NPV	15,037,000	14,757,730	14,618,089	14,478,445	14,338,796	14,199,143	13,919,825
	% Change	4%	2%	1%	0%	-1%	-2%	-4%

ตารางที่ 9.10 แสดงผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis)

จากผลของการวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง (Sensitivity Analysis) สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ดังนี้

1) ยอดขาย

ปัจจัยที่กระทบต่อยอดขายก็คือ จำนวนของสินค้าที่จะมาลงในเว็บไซต์เพื่อแจกลินค้า ตัวอย่าง ซึ่งจำนวนของสินค้านั้น ส่งผลกระทบต่อกิจการในระดับใกล้เคียงกับราคาขาย จะเห็นได้ว่า ถ้าลดจำนวนของสินค้าลง 20% NPV ของกิจการจะลดลงประมาณ 57% ทำให้ NPV มีค่าประมาณ 6 ล้านบาท โดยจำนวนของสินค้าที่ต่ำสุดที่ทำให้ NPV ยังมีค่าเป็นบวกอยู่ (สมมติฐานว่าแต่ละสินค้าจะแจกลินค้าตัวอย่าง 400 ชิ้นเท่ากันทุกปี) แสดงได้ดังตาราง

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
จำนวนสินค้า	44	74	75	77	78

ตารางที่ 9.11 แสดงจำนวนสินค้าต่ำสุดที่ทำให้ NPV ยังมีค่าเป็นบวก

2) ราคาขาย

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานมากที่สุด คือ ราคาขาย จะเห็นได้ว่าเมื่อลดราคาขายลง 20% จะทำให้ค่าของ NPV ลดลงถึง 70% (NPV ประมาณ 4.4 ล้านบาท) และ IRR 16.46% โดยราคาต่ำสุดที่บริษัทสามารถลดแล้ว NPV ยังเป็นบวกอยู่ คือ ลดราคาลงประมาณ 27% คือ ราคา 146 บาทต่อชิ้น (เดิมตั้งไว้ที่ 200 บาทต่อชิ้น)

3) ต้นทุนค่าขนส่ง

ต้นทุนค่าขนส่งต่อชิ้นมีต้นทุนที่ไม่สูงมากนัก เพราะมีการกำหนดน้ำหนักของสินค้า ตัวอย่างที่จะนำมาแจก คือ ไม่เกิน 1 กิโลกรัม ซึ่งค่าขนส่งคือ 20 บาท ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนค่าขนส่ง จึงไม่ค่อยส่งผลกระทบต่อการทำงานมากนัก โดยเมื่อปรับราคาค่าขนส่งต่อชิ้นขึ้น 20% ก็ยังคงทำให้ NPV เปลี่ยนไปเพียงแค่ 8%

4) ต้นทุนค่าบรรจุภัณฑ์

ต้นทุนค่าบรรจุภัณฑ์ต่อชิ้นมีต้นทุนที่ไม่สูงมากนัก เพราะจะเป็นกล่องที่มีขนาดเล็ก ไม่เกิน 10x10 เซนติเมตร เนื่องจากของที่จะนำมาแจกจะเป็นสินค้าตัวอย่าง ซึ่งมีขนาดไม่ใหญ่มาก จึงไม่จำเป็นต้องมีกล่องที่มีขนาดใหญ่ จึงทำให้ต้นทุนในส่วนนี้ไม่สูงและไม่ค่อยส่งผลกระทบต่อการทำงานมากนัก โดยเมื่อปรับราคาค่าขนส่งต่อชิ้นขึ้น 20% ก็ยังคงทำให้ NPV ลดลงเพียง 4%

โดยสรุปจากการวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานมาก คือ ราคาขายและจำนวนชนิดของประเภทสินค้า

9.9 การวิเคราะห์ทัศนภาพ (Scenario Analysis)

เมื่อนำเอาปัจจัยต่างๆที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของบริษัทมาทำ Scenario Analysis โดยการสร้างสถานการณ์ที่น่าจะเป็นไปได้ขึ้นมาเพื่อประเมินผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ คือ จำนวนชนิดของสินค้า (ยอดขาย) และราคา package ที่ขาย เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานธุรกิจมากที่สุด โดยแบ่งออกเป็น 2 กรณี

9.9.1 กรณีที่ดีที่สุด (Best Case)

เป็นกรณีที่ปัจจัยต่างๆส่งผลดีต่อการทำงานของบริษัท โดยการเพิ่มราคาขายและจำนวนชนิดของสินค้า (ยอดขาย) (ในส่วนของค่าใช้จ่ายทางการตลาดก็จะมีบางส่วนที่แปรผันตามยอดขายอยู่แล้ว)

- อัตราของจำนวนสินค้าใหม่ที่จะทำการแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์เพิ่มเป็น 5% (จากจำนวนสินค้าใหม่ในปี 2550 = 2,218 ชนิด เดิมคาดการณ์ว่าจะมาเลือกแจกสินค้าผ่านทางเว็บไซต์เรา 3% หรือ 66 ชนิด เมื่อจำนวนสินค้าที่จะมาลงจะเพิ่มเป็น 5% เท่ากับ 110 ชนิด)
- ราคาสินค้าเพิ่มขึ้น 5% (จากราคา 200 บาทต่อชิ้น เพิ่มเป็น 210 บาทต่อชิ้น)

- ราคาขายขนส่งคงที่ (การเปลี่ยนแปลงราคาไม่ค่อยส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานธุรกิจ)
- ราคาค่าบรรจุภัณฑ์คงที่ (การเปลี่ยนแปลงราคาไม่ค่อยส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานธุรกิจ)

9.9.2 กรณีที่แย่ที่สุด (Worst Case)

เป็นกรณีที่ปัจจัยต่างๆส่งผลกระทบในทางลบต่อการดำเนินงานของบริษัท บริษัทที่เป็นเจ้าของตราสินค้าเกิดความไม่มั่นใจในเว็บไซต์ของเรา ทำให้จำนวนสินค้าลดลง

- อัตราของจำนวนสินค้าใหม่ที่จะทำการแจกสินค้าตัวอย่างผ่านทางเว็บไซต์ลดลงเป็น 2% ในปีแรก (จากจำนวนสินค้าใหม่ในปี 2550 = 2,218 ชนิด เดิม คาดการณ์ว่าจะมาเลือกแจกสินค้าผ่านทางเว็บไซต์เรา 3% หรือ 66 ชนิด เมื่อจำนวนสินค้าที่จะมาลงจะเพิ่มเป็น 2% เท่ากับ 44 ชนิด)
- ระดับราคาสินค้าลดลง 15% (จากราคา 200 บาทต่อชิ้น ลดลงเป็น 170 บาทต่อชิ้น) เนื่องจากเว็บไซต์เราเป็นเว็บไซต์ใหม่ เจ้าของสินค้าอาจจะไม่มีความมั่นใจในการมาลงสินค้าที่เว็บไซต์ Freesampling ว่าจะได้ผลเท่ากับการทำ Product Concept Test (ถึงแม้ว่าราคาที่ตั้งจะต่ำกว่าการทำ Product Concept Test ประมาณ 67% ก็ตาม)
- ราคาขายขนส่งคงที่ (การเปลี่ยนแปลงราคาไม่ค่อยส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานธุรกิจ)
- ราคาค่าบรรจุภัณฑ์คงที่ (การเปลี่ยนแปลงราคาไม่ค่อยส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานธุรกิจ)

ซึ่งสามารถคำนวณผลตอบแทนจากการลงทุนได้ดังนี้

Scenario	NPV	Payack Period	Discount Payack Period	IRR
Best Case	20,027,630	2.21	2.47	76.38%
Base Case	14,478,445	3.32	4.11	45.64%
Worst Case	(372,203)	มากกว่า 5 ปี	มากกว่า 5 ปี	-1.55%

ตารางที่ 9.12 ผลตอบแทนจากการลงทุน

จากตารางพบว่า ถ้าเกิดกรณี Best Case เกิดขึ้นจะทำให้ NPV ของบริษัทเพิ่มขึ้น เป็น 20 ล้านบาท และสามารถคืนทุนภายในระยะเวลาประมาณ 2.4 ปีซึ่งเร็วกว่าปกติประมาณ 1.5 ปี แต่ถ้าเกิดกรณี Worst Case ขึ้นนั้นจะทำให้เกิดผลกระทบต่อการทำงานของบริษัท คือ ทำให้ NPV ติดลบประมาณ 0.4 ล้านบาท และต้องใช้เวลาคืนทุนมากกว่า 5 ปีซึ่งส่งผลให้บริษัทต้องพิจารณาถึงการเลิกโครงการลงทุน