

บทที่ 7 กลยุทธ์ทางการเงิน

วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางการเงิน

วัตถุประสงค์ทางการเงิน

บริษัทฯ ดำเนินนโยบายทางการเงินโดยใช้หลักความระมัดระวัง โดยจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เหมาะสมทั้งทางด้านการดำเนินงานและการตลาดเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ด้วยการใช้โครงสร้างทุนอย่างเหมาะสมเพื่อให้มีต้นทุนทางการเงินที่ต่ำ และมีสภาพคล่องเพียงพอในการดำเนินงานในระยะยาว

เป้าหมายทางการเงิน

บริษัทฯ มีเป้าหมายทางการเงินดังนี้

- NPV มากกว่า 10 ล้านบาท
- สามารถคืนทุนได้ภายใน 5 ปี
- IRR ไม่ต่ำกว่า 15%

แหล่งที่มาของเงินทุน โครงสร้างเงินทุนและต้นทุนเงินทุน

แหล่งที่มาของเงินทุน

บริษัทฯ มีนโยบายในการจัดหาเงินทุนเพื่อใช้ในการดำเนินงานจากส่วนของเจ้าของจำนวน 15 ล้านบาท เพื่อบริหารการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรต่างๆ และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในการเริ่มดำเนินการ นอกจากนี้เงินทุนอีกส่วนหนึ่งยังใช้สำหรับเป็นเงินทุนหมุนเวียนในช่วงแรกของการดำเนินกิจการซึ่งยังอาจไม่มีกระแสเงินสดรับมากนัก และหนี้สินหมุนเวียนระยะสั้น (Overdraft) จำนวนประมาณ 15 ล้านบาทเพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนของบริษัทฯ ในช่วงบริษัทฯ เจริญเติบโตและต้องจ่ายชำระหนี้เจ้าหนี้การค้าเป็นจำนวนมากซึ่งเกิดจากการผลิตผลิตภัณฑ์เสริมอาหารให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้าตามที่ได้ประมาณการไว้ แหล่งที่มาของเงินทุนแสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 7.1 แสดงแหล่งที่มาของเงินทุน

แหล่งเงินทุน	จำนวนเงิน (บาท)	รายละเอียด
จากผู้ถือหุ้น	15,000,000	โดยการออกหุ้นสามัญ

อย่างไรก็ตามค่าใช้จ่ายหลักในการดำเนินงานจะเป็นค่าโฆษณา เงินเดือนของพนักงาน และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารต่างๆ เช่น ค่าเช่าสำนักงาน ค่าน้ำค่าไฟ และค่าวัสดุสำนักงาน เป็นต้น จากการประมาณการขึ้นต้นบริษัท ต้องใช้เงินทุนเริ่มแรกจำนวน 15 ล้านบาทเพื่อรองรับกับการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรต่างๆ และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในการเริ่มดำเนินการ นอกจากนี้เงินทุนอีกส่วนหนึ่งยังใช้สำหรับเป็นเงินทุนหมุนเวียนในช่วงแรกของการดำเนินกิจการ ซึ่งเป็นช่วงที่ไม่มีกระแสเงินสดรับมากนัก

โครงสร้างเงินทุน

บริษัท กำหนดเป้าหมายสัดส่วนโครงสร้างเงินทุน (Target Capital Structure) โดยมีอัตราส่วนของหนี้สินต่อทุนไม่เกินร้อยละ 40 : 60 ทั้งนี้เนื่องจากบริษัท เพิ่งเริ่มเข้ามาดำเนินธุรกิจและยังคงมีความเสี่ยงในด้านความไม่แน่นอนของผลกำไรจากการประกอบกิจการ หากบริษัท มีอัตราส่วนของหนี้สินสูงกว่าทุนจะทำให้บริษัท มีความเสี่ยงสูงและอาจประสบปัญหาในการขอสินเชื่อจากธนาคารหรือสถาบันการเงินในอนาคต

ต้นทุนเงินทุน

ต้นทุนหนี้สินระยะยาว (Cost of Debt – K_d)

โดยปกติต้นทุนหนี้สินระยะยาว หรือ K_d คำนวณจากการถัวเฉลี่ยอัตราดอกเบี้ยที่เรียกเก็บจากลูกค้ารายย่อย (MRR) ของธนาคารพาณิชย์ไทยบวกด้วยส่วนชดเชยความเสี่ยงที่ธนาคารกำหนด (Ceiling rate) เนื่องจากโครงสร้างของบริษัทใช้การ Outsource กระบวนการผลิตทั้งหมด จึงไม่จำเป็นต้องลงทุนในสินทรัพย์ถาวร บริษัทจึงไม่พิจารณาใช้เงินกู้ระยะยาวจากธนาคารพาณิชย์

ต้นทุนเงินทุนส่วนของผู้ถือหุ้น (Cost of equity – K_e)

K_e คำนวณจากสูตร Capital Asset Pricing Model (CAPM) ดังนี้

R_f อัตราผลตอบแทนที่ปราศจากความเสี่ยง บริษัทใช้อัตราผลตอบแทนของพันธบัตรธนาคารแห่งประเทศไทยอายุ 10 ปีซึ่งเท่ากับ 4.86% (อ้างอิงจากสมาคมตราสารหนี้แห่งประเทศไทย www.thaibma.or.th)

MRP อัตราส่วนชดเชยความเสี่ยงจากการลงทุนในตราสารอื่นนอกเหนือจากตราสารที่ปราศจากความเสี่ยง เท่ากับ 6.41 (อ้างอิงจาก <http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/pc/datasets/ctryprem.xls> วันที่ 26 พฤศจิกายน 2550)

ค่า Beta ใช้ค่า Beta ของอุตสาหกรรมยาในตลาดสหรัฐอเมริกา ณ วันที่ 30 พฤศจิกายน 2550 ซึ่งเท่ากับ 1.59 เนื่องจากว่าไม่มีบริษัทใดในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เสริมอาหารหรือยาที่จดทะเบียนและซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศไทย จึงต้องเลือกใช้อุตสาหกรรมหรือประเทศอื่นที่สามารถเทียบเคียงได้ใกล้เคียงที่สุดแทน

ตารางที่ 7.2 แสดง Ke ของบริษัท

	เท่ากับ	อ้างอิงจาก
Rf	4.86%	ผลตอบแทนของพันธบัตรธนาคารแห่งประเทศไทยอายุ 10 ปี
MRP	6.41%	http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar
Beta	1.59	ค่า Beta ของอุตสาหกรรมยาในตลาดสหรัฐอเมริกา
Ke	15.05%	

ต้นทุนเงินทุนของกิจการ (Weighted average cost of capital – WACC)

ในการคำนวณหาต้นทุนของเงินทุนจะใช้ การหาต้นทุนของบริษัทจาก Weighted Average Cost of Capital (WACC) ซึ่งเป็นการหาต้นทุนของเงินทุนตามสัดส่วนของการใช้เงินทุนของกิจการ ว่ามีสัดส่วนการก่อหนี้ และการลงทุนของผู้ถือหุ้นอย่างไร โดยบริษัทไม่มีการก่อหนี้จากเงินกู้ยืมระยะยาว ดังนั้น K_d จึงเท่ากับ 0% WACC ของบริษัทฯ จึงเท่ากับ K_e ซึ่งเท่ากับ 15.05%

เงื่อนไขการใช้เงินทุน

ในการก่อตั้งบริษัทฯ บริษัทฯใช้เงินทุนจากส่วนของเจ้าของทั้งหมดในการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร และค่าใช้จ่ายอื่นที่เพื่อประโยชน์ในการจัดตั้งบริษัทฯ และดำเนินงานในอนาคต บริษัทจึงไม่มีข้อจำกัดในการใช้ทุน

นโยบายการจ่ายเงินปันผล

อัตราการจ่ายเงินปันผลร้อยละ 30 ของกำไรสุทธิ โดยจะจ่ายในปีถัดจากปีที่บริษัทฯ สามารถล้างขาดทุนสะสมได้ ซึ่งประมาณการว่าเป็นปีที่ 3 จากการดำเนินงาน อนึ่งอัตราการจ่ายปันผลสามารถเปลี่ยนแปลงได้โดยใช้เสียงส่วนใหญ่ของผู้ถือหุ้นในการตกลงร่วมกันในการประชุมประจำปีของบริษัทฯ

สมมติฐานและประมาณการทางการเงิน

สมมติฐานในการจัดทำประมาณการทางการเงิน

ประมาณการทางการเงินนี้จัดทำสำหรับการดำเนินงานในช่วงระยะเวลา 5 ปีนับจากเริ่มก่อตั้งบริษัท ในเดือน กรกฎาคม 2551 จนถึง เดือน กรกฎาคม 2556 เนื่องจากบริษัท คาดว่ากิจการจะเริ่มมีผลการดำเนินงานที่คงที่ในปลายปีที่ 2 ของการดำเนินงาน ดังนั้นผลการดำเนินงานหลังจากปีที่ 2 เป็นต้นไปจะไม่แตกต่างจากปลายปีที่ 2 เว้นแต่บริษัท จะมีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ อย่างไรก็ตามได้แสดงประมาณการทางการเงินสำหรับ 2 ปีแรกของการดำเนินงานเป็นช่วงระยะเวลาช่วงละ 6 เดือนเพื่อให้ประมาณการทางการเงินสะท้อนผลการดำเนินงานของบริษัทและวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ บริษัทประมาณการระยะเวลาในการเตรียมการก่อตั้งบริษัท จัดและขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกับองค์การอาหารและยา จัดทะเบียนลิขสิทธิ์ในสูตรการผลิต รวมทั้งร่างสัญญาที่จำเป็นในการดำเนินงาน เช่น สัญญาจ้างบริษัทผู้ผลิตดำเนินงาน สัญญาจ้างงานในตำแหน่งงานที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างยิ่งกับความลับของบริษัท บริษัทได้ประมาณช่วงเวลาในการเตรียมการก่อตั้งบริษัทนี้ไว้ 6 เดือน สำหรับวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ บริษัทได้ประมาณการช่วงแนะนำผลิตภัณฑ์ไว้ (introduction) 6 เดือน ช่วงเจริญเติบโต (Growth) 12 เดือน ช่วงการดำเนินงานคงที่ (Mature) ไว้ 12 เดือน และช่วงระยะเวลาคดต่ำ 12 เดือน จากนั้นการเจริญเติบโตจะเข้าสู่ภาวะคงที่ ไม่มีการเติบโตอีกแล้วลูกค้าที่ยังคงอยู่กับบริษัทจะเป็นกลุ่มที่ลูกค้าที่มี Brand Loyalty เท่านั้น

ประมาณการรายได้และค่าใช้จ่าย

- การประมาณการยอดขาย

ประมาณการปริมาณขาย

การประมาณการปริมาณการขาย บริษัทได้ใช้ประมาณการการรับรู้ในตราสินค้าและประมาณการอัตราการทดลองซื้อสินค้าร่วมกันเพื่อกำหนดเป็นอัตราร้อยละของกลุ่มเป้าหมายที่คาดว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของทางบริษัทฯ โดยบริษัทได้แบ่งการประมาณปริมาณขายของผลิตภัณฑ์ขนาด 30 และ 60 เม็ดแยกออกจากกัน โดยสำหรับขนาด 30 เม็ด ซึ่งเป็นขนาดที่ใช้สำหรับผู้ที่ต้องการทดลองประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ จะถูกปรับลดด้วยอัตราร้อยละ 30 ที่คาดว่าจะลูกค้าที่ซื้อสินค้าในครั้งแรกจะไม่ซื้อสินค้าซ้ำ โดยอ้างอิงจากข้อมูลจากประสิทธิภาพของ Quercetin ที่ให้ผลกับร่างกายของคนไข้ไม่เท่ากัน ([http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B6 TGX-4 G6 5 V6 C-2&_user= 10&_rdoc=1&_fmt=&](http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B6 TGX-4 G6 5 V6 C-2&_user= 10&_rdoc=1&_fmt=&_)

orig=search&_sort=d&view=c&_acct=C000050221&_version=1&_urlVersion=0&_userid=10&md5=d3f817d50511ab6f23424cd21c6d838d) ดังนั้นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของทางบริษัท อาจจะไม่ให้ผลในการบรรเทาอาการภูมิแพ้ในผู้ป่วยบางราย และผู้ป่วยเหล่านั้นจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มซ้ำ แต่สำหรับขนาด 60 เม็ด บริษัทจะใช้อัตราการซื้อซ้ำ 90% เนื่องจากผู้บริโภคที่ซื้อขนาดดังกล่าวจะมีความมั่นใจในประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ในระดับหนึ่งแล้วจากการได้บริโภคขนาดเล็กลงมาก่อน

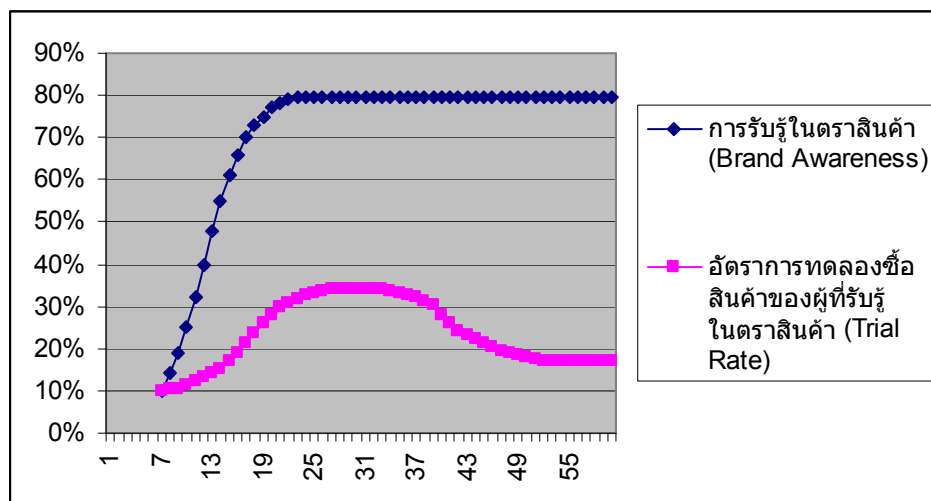
บริษัท ได้ประมาณการปริมาณการขายเป็นรายเดือนซึ่งเพิ่มขึ้นตามอัตราการรับรู้ในตราสินค้าและอัตราการทดลองซื้อสินค้าที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละเดือน

อัตราการรับรู้ในตราสินค้าจะเพิ่มขึ้นแบบ Step-up ตามระยะเวลาที่ผ่านมาโดยอ้างอิงจากงบประมาณทางการตลาด

อัตราการทดลองซื้อสินค้าจะเพิ่มขึ้นแบบค่อยเป็นค่อยไปในช่วงแรกใช้ระยะเวลาประมาณ 6 เดือนจากนั้นจะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในอัตราเร่งในช่วงการเติบโตประมาณ 1 ปี เติบโตในอัตราถดถอยประมาณ 1 ปีในช่วงเจริญเติบโตเต็มที่ และอัตราการทดลองซื้อสินค้าจะลดลงอย่างรวดเร็วในช่วงตกต่ำประมาณ 1 ปี จากนั้นอัตราการทดลองซื้อสินค้าจะเข้าสู่เสถียรภาพตลอดไปจนกว่าจะได้รับผลกระทบจากอุตสาหกรรมหรือสภาพแวดล้อมภายนอก กล่าวคือ มีผู้เล่นรายใหม่เข้ามาในอุตสาหกรรม หรือเกิดการเปลี่ยนแปลงของกระแสสังคม อัตราการทดลองซื้อสินค้านี้อ้างอิงจากแบบสอบถามเพื่อทำ Product Concept Test ของบริษัท

ตารางที่ 7.3 แสดงขอบเขตขององค์ประกอบของประมาณการปริมาณขาย

	การรับรู้ในตราสินค้า	อัตราการทดลองซื้อสินค้าของผู้ที่รับรู้ในตราสินค้า
ช่วงแนะนำ	10% - 40%	10%-13%
ช่วงเจริญเติบโต	40-80%	13%-34%
ช่วงการดำเนินงานคงที่	80%	34%
ช่วงถดถอย	80%	34%-17%
ช่วงเสถียรภาพ	80%	17%



ภาพที่ 7.1 กราฟแสดงอัตราการรับรู้ในตราสินค้าและอัตราการทดลองซื้อสินค้า

เมื่อบริษัทได้ประมาณการส่วนประกอบของปริมาณการขายแล้วจึงนำองค์ประกอบทั้งหมดมาคูณกันเพื่อหาปริมาณการขายเป็นกล่องต่อเดือน โดยจะแบ่งการพิจารณาออกเป็น 2 ขนาดคือขนาด 30 เม็ดและ 60 เม็ด โดยในช่วงแรกอัตราส่วนระหว่างจำนวนผู้ซื้อกล่องเล็กกับผู้ซื้อกล่องใหญ่ต่อ 1 เดือนจะเป็น 3:1 เพราะยังมีความต้องการทดลองประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ก่อน และจำนวนผู้ซื้อกล่องใหญ่นี้จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนในที่สุดจะมีอัตราส่วนเป็น 1:3

จากนั้นได้คำนึงถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่ได้จัดให้มีสมาชิกของบริษัทราย 12 เดือนเพื่อรับประกันรายได้ของบริษัทและลดค่าใช้จ่ายช่องทางการจัดจำหน่ายที่ต้องจ่ายให้กับช่องทางต่าง ๆ การประมาณการยอดสมาชิกนี้อ้างอิงจากผลของแบบสอบถามที่ทำการสอบถามกลุ่มเป้าหมายของบริษัทฯ และพบว่า 5% ของผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นอย่างมาก เมื่อทางบริษัทเสนอบริการสมาชิกราย 12 เดือน สมาชิกจะได้ส่วนลดพิเศษ และบริการจัดส่งถึงบ้าน กลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการซื้ออย่างมกนั้นต้องสนใจแน่นอน ประมาณกลุ่มเป้าหมายที่จะเป็นสมาชิกละนี้จะนำยอดไปหักลบออกจากประมาณการปริมาณการขายรวม ทำให้ประมาณการปริมาณการขายรวมไม่เปลี่ยนแปลง อย่างไรก็ตาม ทางบริษัทได้เพิ่มประมาณการยอดสมาชิกในช่วงเจริญเติบโตเป็น 6% และลดลงเป็น 5% เท่าเดิมเมื่อหมดช่วงระยะเวลาเจริญเติบโต

นอกจากนี้ทางบริษัทฯ ยังมีการจำหน่ายให้กับโรงพยาบาล ศูนย์ภูมิแพ้ และศูนย์แพทย์ทางเลือก (ต่อไปจะเรียกว่า “ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ 2”) เพื่อให้แพทย์จ่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารให้กับคนไข้ ประมาณการปริมาณการขายในช่องทางการจัดจำหน่ายที่ 2 นี้ คำนวณจากประมาณการจำนวนช่องทางการจัดจำหน่ายและประมาณการจำนวนสั่งซื้อ

ประมาณการจำนวนช่องทางการจัดจำหน่ายที่ 2 จะเพิ่มขึ้นจนถึงระดับสูงสุดที่ 60 สถานที่ ประมาณการจำนวนสั่งซื้อจะใช้ปริมาณที่เปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการซึ่งเป็นไปตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

ประมาณการราคาขาย

การประมาณการราคาขายของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของบริษัทฯ ได้กำหนดขึ้นให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อวาง Positioning สินค้าโดยเทียบเคียงจากตำแหน่งผลิตภัณฑ์และการตั้งราคาของคู่แข่ง

อย่างไรก็ดี เพื่อสร้างแรงจูงใจกลุ่มลูกค้าทั้งที่ซื้อไปเพื่อรับประทานเองหรือซื้อไปเพื่อจำหน่ายในธุรกิจ ทางบริษัทได้กำหนดราคาไว้ไม่เท่ากันดังนี้

ประเภท	ส่วนลด	ราคาต่อกล่อง (บาท)	
		กล่องเล็ก	กล่องใหญ่
ลูกค้าธุรกิจ			
- ร้าน Boots ช่วงแนะนำผลิตภัณฑ์	40%	192.00	354.00
- ร้าน Boots ช่วงเจริญเติบโตเป็นต้นไป	35%	208.00	383.50
- โรงพยาบาล ศูนย์ภูมิแพ้และศูนย์แพทย์ทางเลือก (ช่องทางการจำหน่ายที่ 2)	30%	224.00	-
ลูกค้าที่ซื้อไปรับประทานเอง			
- ลูกค้าที่ซื้อผ่านเว็บไซต์	-	320	590.00
- ลูกค้าสมาชิก 12 เดือน	10%	-	530.00

ตารางที่ 7.4 ประมาณการราคาขายสำหรับแต่ละช่องทางการจัดจำหน่าย

- ประมาณการต้นทุนขาย

ประมาณการต้นทุนขายของบริษัทฯอ้างอิงจากราคาที่ตกลงร่วมกันกับโรงงานผู้ผลิตที่ทำสัญญารับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์เสริมอาหารให้บริษัท ราคาที่ตกลงร่วมกันจะเป็นอัตราเดิมตลอด 2 ปีแรกที่สั่งผลิต จากนั้นบริษัทได้ประมาณการว่าราคาที่ตกลงร่วมกันจะเพิ่มขึ้น 5% ต่อปีจากการประมาณการว่าราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาจจะขึ้นราคาได้จากภาวะเงินเฟ้อ

ต้นทุนขายนี้ได้รวมค่าบรรจุภัณฑ์ทั้งชั้นนอก (กล่อง) และชั้นใน (Blister) แล้ว

- ประเมินการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงาน

เงินเดือน

เงินเดือนพนักงาน เงินเดือนรวมจะเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 6 ต่อปีในปีถัดจากปีที่บริษัทสามารถล้างขาดทุนสะสมได้ การเพิ่มขึ้นของเงินเดือนของพนักงานแต่ละคนจะเพิ่มขึ้นในอัตราที่ไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับผลการปฏิบัติงานในปีที่ผ่านมา โดยมีอัตราการเพิ่มขึ้นอยู่ระหว่าง 2% - 8%

เงินเดือนพนักงานรวมทุกระดับเท่ากับ 415,000 บาทและจะคงที่ใน 2 ปีแรกนับจากวันเริ่มต้นดำเนินงานและจะเพิ่มขึ้นในปีที่ 3 ตามประมาณการที่คาดว่าจะทำได้ เพื่อให้สอดคล้องกับอัตราการจ้างแรงงานในท้องตลาด บริษัทได้จัดทำประมาณการเงินเดือนว่าจะเพิ่มขึ้น 6% ในทุกกรณี ในช่วงเตรียมบริษัทที่ใช้ระยะเวลา 6 เดือนนั้นจะไม่มีการจ่ายเงินเดือนให้กับพนักงาน เพราะยังไม่มีกิจการจ้างแรงงานคงจ่ายเพียงเงินเดือนกรรมการที่เป็นผู้ก่อตั้งบริษัทเท่านั้นเป็นจำนวน 240,000 บาท

ตารางที่ 7.5 เงินเดือนพนักงานในแต่ละปี

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
เงินเดือนรวม	6 เดือนแรก	415,000	439,900	466,294	494,272
ต่อเดือน	240,000 บาท				
(บาท)	6 เดือนต่อไป				
	415,000 บาท				

โบนัสพนักงาน

บริษัทฯ มีนโยบายการให้เงินโบนัสกับพนักงานขั้นต่ำ 1 เดือนเริ่มต้นในปีที่บริษัทสามารถล้างขาดทุนสะสมได้ จำนวนเงินที่จ่ายจริงจะขึ้นอยู่กับผลกำไรของบริษัทฯ อย่างไรก็ตามในการจัดทำประมาณการทางการเงินนี้ได้คาดการณ์ว่าบริษัทจะสามารถล้างขาดทุนสะสมได้ในปีที่ 2 และเริ่มจ่ายโบนัสในปีที่ 3 โดยจ่ายเท่ากับ 1 เท่าของเงินเดือนสำหรับทุกระดับของพนักงาน

เงินประกันสังคม

เงินประกันสังคมเท่ากับ 5% ของเงินเดือน แต่ไม่เกิน 750 บาท

- ค่าใช้จ่ายสำนักงานและค่าใช้จ่ายคงที่

ค่าเช่าสำนักงาน Office

บริษัทเช่าอาคารสำนักงานเพื่อทำเป็นสำนักงานของบริษัทที่ อาคารมหาทุนพลาซ่า ถนนเพลินจิต อาคารสำนักงานดังกล่าวให้เช่าพื้นที่ในอัตรา 450 บาทต่อตารางเมตร ค่าไฟตาม อัตราของการไฟฟ้า และค่าน้ำในอัตรา 20 บาทต่อยูนิต บริษัทฯ ได้ประมาณการค่าเช่าอาคารและ ค่าน้ำค่าไฟจ่ายต่อเดือนเดือนละ 105,000 บาท

ค่าโทรศัพท์,โทรสาร,อินเทอร์เน็ต

ใช้สำหรับการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าและโรงงานผู้ผลิต รวมทั้งเพื่อใช้ในการติดต่อ ประสานงานต่าง ๆ บริษัทได้ประมาณการค่าใช้จ่ายไว้ที่ 3,000 บาทต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา

ในระยะแรกค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับทำการวิจัย ผลิตภัณฑ์โดยแพทย์เพื่อรับรองถึงประสิทธิภาพและคุณสมบัติหลักของ Quercetin ที่เป็นส่วนผสม สำคัญของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เนื่องจากผลของแบบสอบถามที่ทำการสอบถามกลุ่มลูกค้า เป้าหมายของบริษัทได้ให้ความเห็นว่า จะเชื่อถือผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจากแพทย์ และจาก การทำ Depth Interview ปรากฏว่าแพทย์ส่วนใหญ่ยังไม่ทราบถึงคุณสมบัติของ Quercetin ดังนั้น ทางบริษัทจึงจำเป็นต้องทำการวิจัยนี้และเชิญแพทย์เข้าร่วมการวิจัยนอกเหนือจากพนักงาน ประจำของบริษัท ค่าใช้จ่ายนี้ได้ประมาณการไว้ 600,000 บาท

ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาต่อไปจะทำเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมเพื่อให้มี คุณสมบัติดีขึ้นและเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด ได้ประมาณการค่าใช้จ่ายนี้ 10,000 บาทต่อเดือน

ค่าวัสดุสิ้นเปลืองสำนักงานและค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

ค่าวัสดุสิ้นเปลืองสำนักงานต่างๆ ได้แก่ ค่าเครื่องเขียน หมึกพิมพ์ กระดาษ เป็นต้น ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดประกอบด้วยค่าใช้จ่ายอื่นๆนอกเหนือจากที่กล่าวไปข้างต้น ได้แก่ ค่าธรรมเนียมธนาคารและค่าธรรมเนียมอื่นๆ ค่าน้ำมันรถ ค่าไปรษณีย์และพัสดุภัณฑ์ และ สังกศรรค์ภายในบริษัทฯ เป็นต้น ประมาณการไว้ที่ 5,000 บาทต่อเดือน

ส่วนแบ่งรายได้จากการขาย (Incentives)

เป็นเงินที่จ่ายสำหรับการจูงใจพนักงานขายและพนักงานตัวแทนผลิตภัณฑ์เพื่อให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจในการทำงานและเกิดความกระตือรือร้น โดยจะจ่ายในอัตรา 7% ของยอดขายรายเดือนส่วนเพิ่มที่เกิดจากลูกค้ารายใหม่แต่ส่วนแบ่งรายได้จากการขายรวมไม่เกิน 150,000 บาทต่อเดือน ดังนั้นทางบริษัทจึงได้ประมาณการไว้ที่อัตราสูงสุดคือ 150,000 บาทต่อเดือน

ค่าเสื่อมราคา

ค่าเสื่อมราคาคำนวณโดยวิธีเส้นตรงโดยคิดค่าเสื่อมราคาในอัตรา 5% ต่อปี ของต้นทุนของสินทรัพย์ถาวร ได้แก่ ยานพาหนะ คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์สำนักงาน เป็นต้น

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด

เป็นค่าใช้จ่ายต่างๆที่เกิดขึ้นทั้งหมดเพื่อใช้ในการดำเนินการทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การโฆษณา ประชาสัมพันธ์บริษัทและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เป็นต้น ซึ่งในช่วงแรกของการดำเนินการซึ่งต้องมีการเน้นกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้าให้เร็วที่สุด ในช่วงเจริญเติบโตจะใช้ค่าใช้จ่ายด้านตลาดไม่เกิน 15% ของยอดขาย สำหรับในปีต่อไปที่ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของบริษัทเป็นที่รู้จักและนิยมแล้วจะคงค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดไว้ประมาณไม่เกิน 10% ของยอดขาย

- ประเมินการสินทรัพย์และหนี้สิน

เงินสดและเงินฝากธนาคาร

ช่วงจัดตั้งบริษัทก่อนเริ่มเปิดดำเนินการในเดือนกรกฎาคม 2551 บริษัทฯ จะมีเงินทุนทั้งสิ้น 15 ล้านบาท มาจากการระดมทุนจากการออกหุ้นสามัญจำนวน 1 ล้านหุ้นมูลค่าตามราคาที่ตั้งไว้ หุ้นละ 15 บาท ซึ่งในจำนวนนี้จะต้องใช้จ่ายในการซื้อสินทรัพย์ถาวร ค่าใช้จ่าย ๗ ต่างในการก่อตั้งบริษัท และค่าใช้จ่ายในการทำการวิจัยและพัฒนา ร่วมกับคณะแพทย์เพื่อเผยแพร่ผลที่ได้จากการวิจัยในกิจกรรมทางการตลาด ส่งผลให้เหลือเงินสดยกมาก่อนเริ่มเปิดดำเนินการในเดือน มกราคม 2552 เป็นจำนวน 5,777,315.07 บาท สำหรับยอดคงเหลือของเงินสดและเงินฝากธนาคารจะเพิ่มลดตามกระแสเงินสดในแต่ละเดือน อย่างไรก็ตามจะบริหารเงินสดโดยสำรองเงินสดและเงินฝากธนาคารไว้ขั้นต่ำ 500,000 บาท (Minimum cash balance) หากในกรณีที่ไม่มีเงินสด

ในมือสูงเกินความจำเป็นจะนำไปฝากธนาคารประเภทเงินฝากประจำหรือฝากเป็นตั๋วสัญญาใช้เงินเพื่อก่อให้เกิดผลตอบแทนที่สูงขึ้น

เงินลงทุนชั่วคราว – เงินฝากประจำ 3 เดือน

กิจการนำเงินทุนหมุนเวียนส่วนหนึ่งไปทำการฝากธนาคารประเภทเงินฝากประจำ 3 เดือน เนื่องจากมีอัตราดอกเบี้ยที่สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์ และยังสามารถนำมาเป็นเงินทุนหมุนเวียนได้

สินค้าคงเหลือ

สินค้าคงเหลือของบริษัท คือ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผลิตสำเร็จรูปการจัดจำหน่าย บริษัทมีนโยบายถือสินค้าคงเหลือให้เพียงพอต่อการจำหน่ายในเดือนถัดไปโดยใช้ประมาณการปริมาณขายของเดือนถัดไปบวกด้วยส่วนเพิ่ม 20% เป็นตัวชี้วัดถึงจุดส่งโรงงานผู้ผลิตผลิตสินค้าเพิ่ม

เงินลงทุนระยะยาว

บริษัทฯ มีนโยบายนำเงินสดส่วนเกินไปลงทุนระยะยาวประเภทตั๋วสัญญาใช้เงิน (Promissory Note) เนื่องจากจะได้รับดอกเบี้ยมากกว่าอัตราดอกเบี้ยของธนาคารพาณิชย์ แต่บริษัทจะลงทุนในเงินลงทุนระยะยาวก็ต่อเมื่อบริษัทเข้าสู่ช่วงการดำเนินงานคงที่ (Mature) เท่านั้น

สินทรัพย์ถาวร

สินทรัพย์ถาวรที่จำเป็นต้องใช้ในการดำเนินกิจการประกอบด้วยสินทรัพย์ประเภทหลักๆ คือยานพาหนะ คอมพิวเตอร์ และเครื่องใช้สำนักงาน

เงินเบิกเกินบัญชีจากธนาคาร

บริษัทขอเปิดวงเงินเบิกเกินบัญชีกับธนาคารไว้ที่ 15 ล้านบาทเพื่อความคล่องตัวในการดำเนินงาน อย่างไรก็ตามบริษัทจะเริ่มใช้วงเงินเบิกเกินบัญชีเมื่อกิจการมีเงินสดในมือไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน หลักประกันที่ใช้ค้ำประกันวงเงินเบิกเกินบัญชีธนาคารนี้ใช้ทรัพย์สินส่วนตัวของกรรมการค้ำประกัน

เจ้าหนี้การค้า

บริษัทมีเจ้าหนี้การค้าเพียงบริษัทเดียวคือ โรงงานผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ตามเงื่อนไขการค้าที่ตกลงกันบริษัทจะต้องจ่ายค่ามัดจำสินค้า 50% ของมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลิตและจ่ายชำระอีก 50% เมื่อได้รับสินค้าดังนั้นทางบริษัทจึงไม่มีเจ้าหนี้การค้า ในการจัดทำประมาณการงบดุล บริษัทฯประมาณยอดเงินสดจ่ายเจ้าหนี้การค้า โดยพิจารณายอดปริมาณขายที่พยากรณ์ไว้ล่วงหน้าร่วมกับยอดสินค้าคงเหลือเพราะว่าเจ้าหนี้การค้าของบริษัทเกิดจากการส่งผลิตเป็น lot

นโยบายบัญชี

นโยบายการบัญชีที่สำคัญของบริษัทฯ โดยสรุปมีดังต่อไปนี้ :-

การรับรู้รายได้และค่าใช้จ่าย

รายได้จากการขายและค่าใช้จ่ายยึดตามหลักเกณฑ์คงค้าง (Accrual basis)

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดหมายความว่ารวมถึงเงินสดและเงินฝากธนาคารซึ่งปราศจากภาระผูกพัน โดยบริษัทฯ มีนโยบายดำรงเงินสดขั้นต่ำจำนวน 500,000 บาท ต่อเดือน

เงินลงทุนชั่วคราว

เงินลงทุนชั่วคราว หมายถึง เงินฝากประจำธนาคารที่มีกำหนดจ่ายคืนในระยะเวลาตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไปแต่ไม่เกิน 1 ปี โดยบริษัทฯ มีนโยบายที่จะนำเงินสดส่วนที่เกินไปลงทุนระยะสั้นในเงินฝากประจำ 3 เดือน โดยจะได้รับผลตอบแทนประมาณ 2 % ต่อปี อ้างอิงจากอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 3 เดือนของธนาคารพาณิชย์ตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทยในช่วง 2 – 2.5% แต่ในการจัดทำประมาณการนี้ ทางบริษัทได้ใช้อัตรา 2%

สินค้าคงเหลือ

สินค้าคงเหลือแสดงตามวิธีเข้าก่อนออกก่อน (First in – first out Method)

สินทรัพย์ถาวร

สินทรัพย์ถาวรของบริษัทประกอบด้วยยานพาหนะ คอมพิวเตอร์ และเครื่องใช้สำนักงาน โดยแสดงตามราคาทุนหลังหักค่าเสื่อมราคาสะสม ค่าเสื่อมราคาคำนวณจากราคาทุนของสินทรัพย์โดยวิธีเส้นตรงตามอายุการใช้งานโดยประมาณ 5 ปี

ภาษีเงินได้นิติบุคคล

ภาษีเงินได้นิติบุคคลคำนวณขึ้นจากกำไรสุทธิสำหรับปีหลังปรับกระทบรายการต่างๆ ที่ไม่สามารถถือเป็นค่าใช้จ่ายทางภาษีหรือรายการปรับปรุงทางภาษีอื่นๆ และหักด้วยผลขาดทุนสะสมทางภาษียกมาจากรายการปีก่อนไม่เกิน 5 รอบระยะเวลาบัญชี

การใช้ประมาณการทางบัญชี

ในการจัดทำงบการเงินตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป ในบางกรณี ฝ่ายบริหารอาจต้องใช้ประมาณการรายการบัญชีบางรายการ ซึ่งมีผลกระทบต่อจำนวนเงินที่แสดงในงบการเงิน และหมายเหตุประกอบงบการเงิน ด้วยเหตุนี้ผลที่เกิดขึ้นจริงในภายหลังจึงอาจแตกต่างไปจากจำนวนที่ประมาณไว้

งบการเงินและรายละเอียดประมาณการทางการเงิน

งบการเงินฯ รวมถึงรายละเอียดการประมาณการทางการเงินต่างๆ อยู่ในภาคผนวก

การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน

จากงบการเงินของบริษัทฯ กรณี Base Case ดังแสดงในภาคผนวกสามารถสรุป Free Cash Flow ของบริษัทได้ดังนี้

ตารางที่.7.6 Free Cash Flow กรณี Base Case

(หน่วย : พันบาท)

	2551	2552	2553	2554	2555
กำไรสุทธิ	(9,573.48)	13,861.23	25,241.01	15,895.82	9,567.78
กำไรจากการดำเนินงาน					
สุทธิจากภาษีเงินได้					
(NOPAT)	(9,573.48)	13,861.23	25,241.01	15,895.82	9,567.78
ค่าเสื่อมราคา	184.00	184.00	184.00	184.00	184.00
กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน(Operating cash flow)	(9,389.48)	14,045.23	25,425.01	16,079.82	9,751.78
เงินลงทุนสุทธิในสินทรัพย์ถาวร	(920.00)	-	-	-	-
เงินลงทุนสุทธิใน working capital (Net investment in working capital)	(6,640.22)	(17,712.80)	1,733.46	5,341.23	2,500.37
	(16,949.70)	(3,667.57)	27,158.47	21,421.05	7,251.41
มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดตั้งแต่ปีที่ 6 เป็นต้นไป (Terminal Value)	-	-	-	-	48,182.13
Free Cash Flow	(16,949.70)	(3,667.57)	27,158.47	21,421.05	55,433.54
Discount Free Cash Flow	(14,732.46)	(2,770.80)	17,833.86	12,226.27	27,500.43
Total Discount Free Cash Flow			40,057.30	พื่นบาท	
เงินลงทุนเริ่มแรก			15,000.00	พื่นบาท	
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)			25,057.30	พื่นบาท	

จากการคำนวณผลตอบแทนจากการลงทุน เห็นได้ว่าผลตอบแทนของบริษัทฯ ดังนี้
ตารางที่ 7.7 การคำนวณผลตอบแทนจากการลงทุน

	(หน่วย : พันบาท)
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	25,057.30
ระยะเวลาคืนทุน (Payback period)	3 ปี 5 เดือน
ระยะเวลาคืนทุนที่คำนึงถึงมูลค่าปัจจุบัน (Discounted Payback period)	4 ปี 9 เดือน
อัตราผลตอบแทน (Internal rate of return)	35%
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนแบบปรับค่า (Modified internal rate of return)	27%

การวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value : NPV)

จากการคำนวณ NPV ของกระแสเงินสด (Free Cash Flow) ของบริษัทพบว่าค่า NPV ที่คำนวณได้มีค่าเป็นบวกแสดงว่าการลงทุนในธุรกิจนี้มีความน่าสนใจ เนื่องจากกระแสเงินสดรับมากกว่ากระแสเงินสดจ่าย

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) หรือ ระยะเวลาคืนทุนที่คำนึงถึงมูลค่าปัจจุบัน (Discounted Payback period)

จากผลการดำเนินงานดังกล่าวจะเห็นได้ว่า บริษัทฯ มีระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ประมาณ 3 ปี 5 เดือนหรือ หากเป็นระยะเวลาคืนทุนที่คำนึงถึงมูลค่าปัจจุบัน(Discounted Pay Back Period)จะอยู่ที่ประมาณ 4 ปี 9 เดือนซึ่งเป็นระยะเวลาคืนทุนที่เหมาะสมสำหรับบริษัทฯ ถึงแม้ว่าบริษัทฯ ไม่มีการลงทุนสินทรัพย์ถาวรมากนัก มีเพียงยานพาหนะ เครื่องตกแต่งสำนักงานและคอมพิวเตอร์เท่านั้น แต่บริษัทฯ ได้ลงทุนเป็นจำนวนมากสำหรับค่าใช้จ่ายทางการตลาดที่บริษัทฯ จ่ายเพื่อทำการตลาดอย่างต่อเนื่องซึ่งก็ได้ผลเป็นไปตามที่คาดหมายทำให้บริษัทฯ เป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมายและมีรายได้จากการขายเพียงพอ ดังนั้นทางบริษัทจึงเห็นว่าระยะเวลาคืนทุนที่ไม่เกิน 5 ปีซึ่งเป็นระยะเวลาที่คาดไว้ของผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าสู่ช่วงเสถียรภาพเป็นระยะเวลาที่เหมาะสมและธุรกิจนี้น่าสนใจ

การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทน (Internal Rate of Return : IRR) หรืออัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่ปรับค่า (Modified Internal Rate of Return : MIRR)

จาก Free Cash Flow ที่คำนวณได้สามารถคำนวณหา IRR และ MIRR ได้เท่ากับ 35% และ 27% ตามลำดับ ซึ่งถือเป็นอัตราผลตอบแทนที่สูงและสูงกว่า Cost of Capital ก่อนข้างมาก จึงทำให้สามารถตัดสินใจได้ว่าธุรกิจนี้น่าลงทุนและให้ผลตอบแทนที่น่าพึงพอใจ

จากผลการวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนทั้งแบบธรรมดาและแบบปรับมูลค่า และระยะเวลาคืนทุนทั้งแบบธรรมดาและแบบคำนึงถึงมูลค่าปัจจุบัน พบว่า ผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับมีความน่าสนใจ และมีระยะเวลาคืนทุนที่ยอมรับได้ ดังนั้นจึงควรลงทุนในธุรกิจนี้ แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทจะต้องทำการวิเคราะห์ปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งอาจมีผลทำให้ผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามเป้าหมาย พร้อมทั้งวิเคราะห์กระแสเงินสดในกรณีที่ยอดขายไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ด้วย

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

จากการประมาณการงบการเงิน 5 ปี สามารถวิเคราะห์หาจุดคุ้มทุนโดยพบว่าบริษัทฯ จะถึงจุดคุ้มทุนในปีที่ 2 ของการดำเนินงาน ดังนี้

ตารางที่ 7.8 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

(หน่วย : พันบาท)					
ต้นทุนคงที่	2551	2552	2553	2554	2555
รวมต้นทุนคงที่	6,460.00	8,220.00	8,452.20	8,793.73	9,155.76
จำนวนหน่วยผลิต (หน่วย)	58,332.00	283,330.00	333,330.00	199,998.00	233,331.00
ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย	119.00	106.45	120.97	150.17	98.81
ราคาขาย- ร้าน Boots กล่องเล็ก	192.00	208.00	208.00	208.00	208.00
ราคาขาย- ร้าน Boots กล่องใหญ่	354.00	383.50	383.50	383.50	383.50
ราคาขาย- โรงพยาบาล	244.00	244.00	244.00	244.00	244.00
ราคาขาย- สมาชิก	530.00	530.00	530.00	530.00	530.00
จำนวนหน่วยขายถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	11,544.10	156,621.91	239,535.20	172,596.03	128,296.16
Break even point (กล่อง)	34,946.00	100,082.00	127,184.00	101,248.00	83,994.00

ต้นทุนคงที่ เนื่องจากบริษัทใช้วิธีการจ้างผลิตจึงไม่มีต้นทุนคงที่ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต ต้นทุนคงที่ของบริษัทจึงประกอบด้วยรายจ่ายอื่นที่ไม่ผันแปรตามปริมาณการผลิต ต้นทุนคงที่หลัก ๆ ประกอบด้วย ค่าเช่าอาคารสำนักงาน เงินเดือนพนักงานประจำ ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา และค่าใช้จ่ายอื่นที่ต้องจ่ายเพื่อเริ่มให้สามารถเริ่มดำเนินการผลิตได้

ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย ประกอบด้วย ต้นทุนสินค้า ค่าโฆษณา ค่าขนส่งสินค้า และค่าเก็บรักษาสินค้า หาดด้วยจำนวนหน่วยที่ส่งผลิตในปี

จำนวนหน่วยขายเฉลี่ยและจำนวน ณ จุด Break even point คำนวณโดยถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักด้วยราคาขายที่ไม่เท่ากัน

Sensitivity Analysis

จากการประเมินมูลค่าการลงทุนของบริษัท โดยพิจารณากระแสเงินสดที่ได้รับจากการดำเนินงานในแต่ละปี พบว่า บริษัท มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดที่ได้รับจากการลงทุน (NPV) เป็นเงิน 25,057,308 บาท ซึ่งมูลค่านี้มีแนวโน้มการปรับตัวเพิ่มขึ้นหรือลดลงได้อันเนื่องมาจากปัจจัยต่างๆ หลายประการ แต่ปัจจัยที่มีผลกระทบมากที่สุดซึ่งถ้าเกิดการเปลี่ยนแปลงจะส่งผลกระทบต่อปัจจัยอื่น ๆ ด้วย คือ ปริมาณการขาย ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับปริมาณการส่งผลิต ต้นทุนสินค้าขายซึ่งอาจจะกระทบจากปริมาณการส่งผลิตต่อรอบที่น้อยลง (ถ้าส่งผลิตต่อรอบน้อยลงจะทำให้โรงงานผู้ผลิตคิดราคารับจ้างผลิตต่อรอบแพงขึ้น) ด้วยเหตุนี้บริษัท จึงได้ทำการวิเคราะห์ผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน (Sensitivity Analysis) จากการเปลี่ยนแปลงปริมาณขาย

ปริมาณขายของบริษัทแปรผันตามความต้องการบริโภคของลูกค้า ซึ่งอาจเพิ่มขึ้นหรือลดลงตามกระแสมโนยมของสังคม ภาวะเศรษฐกิจ และคู่แข่งที่เข้ามาแย่งส่วนแบ่งตลาด

นอกจากนี้ต้นทุนเงินทุนของกิจการ (WACC) ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งซึ่งส่งผลกระทบต่ออย่างป็นสาระสำคัญต่อผลการดำเนินงานของกิจการ การเปลี่ยนแปลง WACC ของบริษัทเกิดจากเจ้าของกิจการอาจมีความต้องการผลตอบแทนที่สูงขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับความเสี่ยงและผลตอบแทนของอุตสาหกรรม หรือภาวะเศรษฐกิจ

ผลการวิเคราะห์ Sensitivity Analysis เป็นดังตาราง

- กรณีมีการเปลี่ยนแปลงในปริมาณขาย

ในที่นี้จะทำการวิเคราะห์ Sensitivity โดยการปรับเพิ่มและลดครั้งละ 10% เพื่อดูผลของ NPV ที่เปลี่ยนแปลงไป

ตารางที่ 7.9 Sensitivity Analysis กรณีมีการเปลี่ยนแปลงในปริมาณขาย

(หน่วย : พันบาท)

Sensitivity		-30%	-20%	-10%	0%	10%
Quantity	NPV	8,838.7	13,658.65	21,681.47	25,057.31	48,029.95
	%Change	65%	45%	13%	0%	92%

- กรณีมีการเปลี่ยนแปลงในต้นทุนเงินทุนของกิจการ (WACC)

อัตราผลตอบแทนของเงินลงทุนที่ผู้ถือหุ้นต้องการของบริษัทคือ อัตรา $K_e = 15.05\%$ อัตราผลตอบแทนนี้ถือเป็นต้นทุนของบริษัทซึ่งจะใช้เป็นอัตราคิดลดที่บริษัทใช้ในการคิดมูลค่าผลตอบแทนจากการลงทุนปรับลด อย่างไรก็ตามเพื่อให้มองเห็นผลตอบแทนจากการลงทุนในกรณีอื่นๆ ทางบริษัทจะทำการ ปรับเพิ่มลดอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนเพื่อชดเชยความเสี่ยงครั้งละ 2%

ตารางที่ 7.10 Sensitivity Analysis กรณีมีการเปลี่ยนแปลงในต้นทุนเงินทุนของกิจการ (WACC)

(หน่วย : พันบาท)

ต้นทุนเงินทุนของกิจการ (WACC)		13.05%	15.05%	17.05%	19.05%	21.05%
WACC	NPV	33,068.76	25,057.31	18,846.92	13,884.87	9,826.62
	%Change	32%	0%	25%	45%	61%

กล่าวโดยสรุป ผลที่ได้จากการทำ Sensitivity Analysis ทั้งการเปลี่ยนแปลงในปริมาณการขาย และการเปลี่ยนแปลงค่าของ WACC แล้วพบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของกระแสเงินสดของกิจการ (NPV) ยังคงเป็นบวกทั้งหมด จึงสามารถสรุปได้ว่ากิจการมีความสามารถในการรองรับการเปลี่ยนแปลงปริมาณการขายได้มากกว่า 30% และสามารถรับต้นทุนเงินทุนได้มากกว่า 21.05% จึงเป็นธุรกิจที่น่าลงทุน

Scenario analysis

บริษัทได้ทำการวิเคราะห์เพิ่มเติมกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงยอดขายโดยไม่ได้เป็นไปอย่างที่เราคาดการณ์ไว้ ซึ่งในความเป็นจริงบริษัทจะต้องมีการปรับเปลี่ยนงบประมาณด้านต่างๆ ให้เหมาะสมกับยอดขายที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนี้

กรณีที่ดีที่สุด(Best case)

ในกรณีนี้บริษัทจะกำหนดให้ผลที่ได้รับจากแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือได้ทั้งหมด 100% และต้นทุนด้านการผลิตเพิ่มขึ้น 2% ในแต่ละปี แต่เนื่องจากผลประกอบการกรณีพื้นฐานดังที่ได้กล่าวมาทั้งหมดนั้นบรรลูปเป้าหมายทางการเงินที่ได้กำหนดไว้ จึงทำให้ในกรณีที่ดียุติสุดนั้น บรรลูปเป้าหมายทางการเงินด้วย ดังนี้

ตารางที่ 7.11 การคำนวณผลตอบแทนจากการลงทุนในกรณี best case

	(หน่วย : พันบาท)
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	55,709.40
ระยะเวลาคืนทุน (Payback period)	3 ปี 1 เดือน
ระยะเวลาคืนทุนที่คำนึงถึงมูลค่าปัจจุบัน (Discounted Payback period)	3 ปี 8 เดือน
อัตราผลตอบแทน (Internal rate of return)	52%
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนแบบปรับค่า (Modified internal rate of return)	387%

กรณีแย่ที่สุด(Worst case)

ในกรณีนี้บริษัทจะกำหนดให้ผลที่ได้รับจากแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือได้เพียง 50% ซึ่งจะทำให้ยอดขายของบริษัทลดลงอย่างมาก ประกอบกับต้นทุนด้านการผลิตเพิ่มขึ้นจาก 5% เป็น 7% บริษัทจึงต้องมีการปรับต้นทุนให้ลดลงซึ่งต้นทุนที่บริษัทจะพิจารณาที่จะลดลงได้ก็คือ ค่าใช้จ่ายด้านการตลาดและด้านบุคลากรลง โดยในส่วนของบุคลากรของบริษัท บริษัทจะลดอัตราการเพิ่มขึ้นของเงินเดือนลงจาก 6% เป็น 3% ต่อปี ในส่วนของค่าใช้จ่ายด้านการตลาดโดยบริษัทจะแบ่งค่าใช้จ่ายด้านการตลาดออกเป็น 2 แบบคือ ค่าใช้จ่ายการตลาดที่คงที่และค่าใช้จ่ายการตลาดที่ผันแปรได้ โดยบริษัทจะทำการลดค่าใช้จ่ายการตลาดที่ผันแปรได้ลงซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

- ลดจำนวนโฆษณาที่ใช้สำหรับนิตยสารลงจาก 3 ฉบับต่อเดือนเหลือ 2 ฉบับและลดความถี่ในการโฆษณาในช่วงหลังลงไปอีก
- ลดจำนวนเดือนที่ใช้ในการโฆษณาผ่านทางรถไฟฟ้าลงจาก 6 เดือนเหลือ 4 เดือนและลดความถี่ของการโฆษณาในช่วงหลังลง
- ลดความถี่ของการจัดกิจกรรมร่วมกันระหว่างสมาชิกลงจาก 2 เดือนต่อครั้งเป็น 3 เดือนต่อครั้ง
- ลดความถี่ของการจัดส่งวารสารและการทำ co-promotion ลงเหลือเพียง 2 เดือนต่อครั้ง
ซึ่งเมื่อกระทำการดังกล่าวแล้วจะสามารถคำนวณผลตอบแทนจากการลงทุนใหม่ได้ดังนี้

ตารางที่ 7.12 การคำนวณผลตอบแทนจากการลงทุนในกรณี worst case

(หน่วย : พันบาท)

มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	3,179.87
ระยะเวลาคืนทุน (Payback period)	4 ปี 10 เดือน
ระยะเวลาคืนทุนที่คำนึงถึงมูลค่าปัจจุบัน (Discounted Payback period)	10 ปี 1 เดือน
อัตราผลตอบแทน (Internal rate of return)	18.18%
อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนแบบปรับค่า (Modified internal rate of return)	14.67%

จะเห็นได้ว่าในกรณีที่บริษัทไม่สามารถสร้างยอดขายได้อย่างที่คาดการณ์ไว้ บริษัทต้องมีการปรับงบประมาณทางการเงินเสียใหม่โดยวิธีข้างต้น จึงจะทำให้บริษัทสามารถงผลตอบแทนไว้ได้ตามวัตถุประสงค์ทางการเงินของบริษัท

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

ตารางที่ 7.13 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

ปีที่	1	2	3	4
<u>Profitability Ratios</u>				
Gross profit margin	41%	61%	61%	59%
EBIT margin	-234%	30%	43%	37%
Net profit margin	-234%	25%	30%	26%
ROA	-54%	45%	69%	40%
ROE	-77%	57%	74%	42%
<u>Liquidity Ratios</u>				
Current ratio	89.82	12.14	11.31	9.16
Quick ratio	44.63	10.19	10.86	5.34
<u>Asset Management Ratios</u>				
Accounts receivable turnover	0.36	2.88	5.63	5.65
Day sales outstanding	1,022.39	126.86	64.85	64.65
Inventory turnover	0.58	9.09	7.70	2.58
Days in inventory	627.38	40.13	47.43	141.74
Fixed assets turnover	4.44	60.33	92.43	66.72
Total asset turnover	0.23	1.81	2.34	1.53
<u>Debt Management Ratios</u>				
Long-term debt ratio	-	-	-	-
Debt-to-Equity ratio	0.51	0.41	0.07	0.06
Liability-to-Asset ratio	0.34	0.29	0.06	0.05

1. การวิเคราะห์อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio)

● Return on Equity

อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเป็นดัชนีชี้ให้เห็นว่าผู้ถือหุ้นสามัญจะได้รับผลตอบแทนสุทธิจากการลงทุนในกิจการเป็นเท่าใด จากการวิเคราะห์ พบว่าบริษัท มีค่าอัตราส่วนดังกล่าวติดลบในปีแรกของการดำเนินงานค่อนข้างสูง การติดลบในกรณีนี้มีสาเหตุจากการเตรียมความพร้อมของบริษัทในช่วงปีแรกทั้งการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ การทำสัญญากับผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย ส่งผลทำให้ใน 6 เดือนแรกมีเฉพาะค่าใช้จ่ายแต่ไม่มียอดขายเลย ประกอบกับยอดขายที่ประมาณการไว้สำหรับ 6 เดือนหลังของปีแรกยังมีขนาดค่อนข้างเล็ก เนื่องจากอยู่ในช่วงแนะนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด

ROE ของบริษัทจะเพิ่มสูงขึ้นในปีต่อไปโดย ณ สิ้นปีที่ 3 มีค่าสูงถึง 74% ซึ่งสูงที่สุดเนื่องจากอยู่ในช่วงเจริญเติบโตเต็มที่ และจะลดลงเรื่อยๆเนื่องจากเข้าสู่ช่วงตกต่ำของผลิตภัณฑ์ ในช่วงหลังจากนี้ โดยในปีที่ 4 ROE ของบริษัทจะอยู่ที่ 42%

หากใช้ Dupont Equation* มาช่วยในการวิเคราะห์จะพบว่า การที่ ROE ของบริษัทเพิ่มขึ้นนั้นสาเหตุหลักมาจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราส่วนแต่ละตัว ได้แก่ อัตรากำไรสุทธิ (Net profit margin) อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ (Total asset turnover) และ อัตราส่วน Equity Multiplier ซึ่งเมื่อพิจารณาอัตราส่วนแต่ละตัวจะวิเคราะห์ได้ดังนี้

	1	2	3	4
ROE:	-77%	57%	74%	42%
Net Profit Margin	-234%	25%	30%	26%
Total asset turnover	0.23	1.81	2.34	1.53
Equity Multiplier	1.44	1.20	1.06	1.05

(*Dupont Equation = Net Profit Margin Ratio x Total Asset Turnover x Equity Multiplier)

อัตรากำไรสุทธิ (Net profit margin)

เป็นอัตราส่วนที่แสดงสัดส่วนของกำไรสุทธิต่อยอดขาย ซึ่งการที่อัตราส่วนกำไรสุทธิติดลบในปีแรกเนื่องมาจากการเปิดดำเนินการในปีแรกทำให้มีค่าใช้จ่ายต่างๆในการดำเนินงานค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตาม บริษัท จะสามารถทำกำไรสุทธิได้ในปีถัดไป โดยมีลักษณะ

ตามวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ซึ่งทำให้ในปีที่ 2 และ 3 อัตรากำไรจะเพิ่มสูงขึ้น ขณะที่นับแต่ปีที่ 4 เป็นต้นมาอัตรากำไรจะเริ่มลดลง

อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ (Total asset turnover)

อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ดังที่ปรากฏ มีผลมาจากยอดขายของบริษัทเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากบริษัทไม่มีการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรเท่าใดนัก อัตราส่วนนี้จะเป็นไปตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ จึงเพิ่มสูงขึ้นในปีที่ 2 และสูงสุดในช่วงปีที่ 3 อันเป็นช่วงเจริญเติบโตเต็มที่ ขณะที่ลดลงในปีต่อมา

อัตราส่วน Equity Multiplier

การมีแนวโน้มของ Equity Multiplier ลดลงแสดงให้เห็นถึงสัดส่วนการก่อหนี้ของบริษัทที่ลดลง เนื่องจากยอดขายที่สูงขึ้นในแต่ละปี

กล่าวโดยสรุปคือการที่อัตราส่วน ROE ของบริษัท เพิ่มขึ้นในปีที่ 2 และ 3 นั้นเป็นผลมาจากการมีอัตรากำไรสุทธิและอัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ที่เพิ่มสูงขึ้นในแต่ละปี อย่างไรก็ตาม Equity Multiplier ที่มีค่าลดลงไม่ใช่ปัจจัยที่ทำให้ค่า ROE มีค่าสูงขึ้น

● *Gross Profit Margin*

เป็นอัตราส่วนที่แสดงกำไรขั้นต้นต่อยอดขาย จากการพิจารณาอัตราส่วนกำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) จะเห็นได้ว่าบริษัทมีความสามารถในการทำกำไรค่อนข้างสูง โดยในปีแรกอยู่ที่ 46% และปีถัดๆไป มีระดับสูงกว่า 61%

การที่กำไรขั้นต้นเพิ่มสูงขึ้นแต่ละปี เนื่องจากปริมาณสั่งผลิตที่มากขึ้น ซึ่งทำให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลง อย่างไรก็ตามกำไรขั้นต้นของบริษัทจะไม่สูงไปกว่านี้ เนื่องจากอยู่ในระดับเพดานต้นทุนคงที่ของผู้ผลิต และค่าวัตถุดิบยังสูงขึ้นตามอัตราเงินเฟ้อในแต่ละปี

● *Return on Asset*

เป็นอัตราส่วนผลตอบแทนจากการลงทุนในสินทรัพย์ ซึ่งคำนวณจากกำไรสุทธิของบริษัทต่อสินทรัพย์ทั้งหมด โดยค่าอัตราส่วนดังกล่าวเป็นการอธิบายถึงควมมีประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์ในการสร้างผลตอบแทนให้แก่กิจการ โดยจากตารางการวิเคราะห์ค่าอัตราส่วนทางการเงินของบริษัทพบว่ามีลักษณะเช่นเดียวกับ ROE ซึ่งมีเหตุผลจากวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์เช่นเดียวกัน

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงขนาด จะพบว่าอัตราส่วนค่อนข้างสูง ซึ่งเป็นผลมาจากนโยบายการไม่ลงทุนในสินทรัพย์ถาวรของบริษัทนั่นเอง

การวิเคราะห์อัตราส่วนแสดงสภาพคล่อง (Liquidity Ratio Analysis)

- *Current Ratio*

เป็นอัตราส่วนที่แสดงถึงสภาพคล่อง และความสามารถในการจ่ายชำระหนี้สินระยะสั้นทั้งหมดของกิจการ กล่าวคือ เป็นอัตราส่วนที่แสดงถึงความสามารถของบริษัทในการแปลงสินทรัพย์หมุนเวียนที่มีอยู่ทั้งหมดเป็นเงินสดเพื่อจ่ายคืนหนี้สินหมุนเวียนทั้งหมด และเมื่อพิจารณาจากตารางการวิเคราะห์ค่าอัตราส่วนทางการเงินของบริษัท พบว่า บริษัทมีค่าอัตราส่วนดังกล่าวที่สูงมากในปีแรก คือ 89.82 อันเป็นผลมาจากการยังไม่เริ่มผลิตและทำตลาดในช่วงแรกของปี และปริมาณเงินสดที่มีอยู่จำนวนมากจากเงินลงทุนเริ่มต้นของบริษัท จากนั้นจึงปรับเข้าสู่ระดับปกติที่ 9% -12%

จากค่าอัตราส่วนดังกล่าว ถือได้ว่าบริษัท มีสภาพคล่องในการดำเนินงานจัดอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ค่าที่ค่อนข้างสูงนี้เกิดจากผลประกอบการที่ดีซึ่งอยู่ในรูปของลูกหนี้การค้า และเงินสดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะลดลงไปบ้างในช่วงตกต่ำของผลิตภัณฑ์ ขณะเดียวกันบริษัทยังไม่มีภาระหนี้เพิ่มและลดอัตราภาระหนี้ลงโดยหันมาใช้เงินหมุนเวียนจากกระแสเงินสดจากการดำเนินการ

- *Quick Ratio*

เป็นอัตราส่วนที่พิจารณาเฉพาะสินทรัพย์หมุนเวียนที่สามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ภายในระยะเวลาอันสั้น โดยไม่รวม สินค้าคงเหลือ บริษัทมีค่าอัตราส่วนดังกล่าวใกล้เคียงกับ Current ratio แสดงให้เห็นว่ามียอดสินค้าคงเหลือไม่สูงนัก อันเป็นผลมาจากนโยบายการรักษาระดับสินค้าคงเหลือที่ดี

โดยสรุป เมื่อพิจารณาอัตราส่วนสภาพคล่อง (Liquidity Ratio) ของบริษัทจะพบว่า บริษัทมีสภาพคล่องค่อนข้างสูง

2. การวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์ (Asset Management Ratio)

- *Total asset turnover*

อัตราส่วน Total asset turnover เป็นอัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพหรือความสามารถในการใช้สินทรัพย์ โดยเทียบยอดขายกับสินทรัพย์รวมว่า แต่ละ 1 บาทของสินทรัพย์รวมนั้น สร้างยอดขายให้บริษัทมากน้อยเพียงใด หากพิจารณาเฉพาะอัตราส่วนเมื่อเทียบกับ Fix asset(Fix

asset turnover) จะพบค่าที่สูงมากผิดปกติ ซึ่งเป็นผลจากการไม่ลงทุนในสินทรัพย์ถาวรทำให้มีสินทรัพย์ถาวรอยู่ในระดับต่ำมาก

บริษัทฯ มีอัตราส่วน Total asset turnover ดังกล่าวโดยเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 1.5 - 2.5% โดยเพิ่มสูงขึ้นในปีที่ 2 และ 3 หากไม่นับรวมปีแรกซึ่งเป็นปีที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เท่าใดนัก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารสินทรัพย์ของบริษัทฯ ที่มีค่อนข้างสูง

- *Inventory turnover*

อัตราส่วน Inventory turnover และ Days in Inventory เป็นอัตราส่วนที่แสดงถึงประสิทธิภาพหรือความสามารถในการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ โดยทั่วไปแล้วนั้นต้องการให้ Inventory turnover ซึ่งแสดงให้เห็นถึงจำนวนรอบในการหมุนเวียนของสินค้า มีอัตราส่วนที่สูง แต่ต้องการให้ Days in Inventory ซึ่งหมายถึงจำนวนวันจนกระทั่งสามารถขายสินค้าออกไปได้นั้น มีค่าที่ต่ำ

ในปีแรกบริษัทมีรอบในการหมุนเวียนสินค้าอยู่ที่ 0.58 รอบต่อปี ถือได้ว่าเป็นระดับที่ต่ำมาก อันเกิดจากนโยบายการควบคุมต้นทุนการผลิตของทางบริษัทฯ ทำให้เกิดการสั่งผลิตในปริมาณที่สูงกว่าความต้องการสินค้าของตลาดในปีแรก แล้วจึงค่อยๆทยอยขายสินค้าออกไป บริษัทฯใช้นโยบายเช่นนี้เนื่องจากพิจารณาอย่างถี่ถ้วนแล้วว่าคุ้มต่อการถือ Inventory มากขึ้นในช่วงแรก และยังไม่กระทบต่อคุณภาพของสินค้า เนื่องจากตัวสินค้ามีอายุการเก็บรักษานานถึง 2-3 ปี

สำหรับปีที่ 2 บริษัทมีรอบในการหมุนเวียนสินค้าคงเหลืออยู่ที่ประมาณ 9 รอบต่อปี แต่จะลดลงในปีที่ 3 และ 4 ตามลำดับ ซึ่งนั่นเป็นเพราะว่าบริษัทเลือกที่จะผลิตออกมาเป็นจำนวนมากเพื่อให้สามารถลดต้นทุนในการผลิตลงไปได้ โดยบริษัทพิจารณาเห็นแล้วว่าต้นทุนของการเก็บสินค้าคงเหลือที่ต่ำจากการให้บริษัทผู้ผลิตเป็นผู้เก็บสินค้าคงเหลือให้ ทำให้บริษัทสามารถลดต้นทุนในการผลิตลงไปได้ ประกอบกับจากการประมาณการยอดขาย บริษัทจะสามารถขายสินค้าได้หมดในรอบถัดๆไป

- *Day Sales Outstanding*

โดยปกติใช้ควบคู่กับ Account receivable turnover เป็นอัตราส่วนที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารลูกหนี้ หรือระยะเวลาที่บริษัทใช้หลังจากขายสินค้าใดๆเพื่อเรียกเก็บเงินสดทั้งหมดได้

บริษัท มีอัตราส่วนนี้ค่อนข้างสูงมาก เนื่องจากมีอำนาจต่อรองกับตัวแทนช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าต่ำ ทำให้ต้องให้เครดิตเทอมกับตัวแทนเหล่านี้ตามที่กำหนดไว้ในสัญญา อย่างไรก็ตาม อัตราส่วนนี้มีลักษณะลดลงเรื่อยๆ เนื่องมาจากลูกค้าในระบบสมาชิกหรือช่องทางจัดจำหน่ายอื่นนอกจากตัวแทนเพิ่มสูงขึ้น และอำนาจต่อรองกับช่องทางจัดจำหน่ายที่อาจเพิ่มขึ้นได้เล็กน้อย

3. การวิเคราะห์อัตราส่วนแสดงสภาพหนี้ (Debt Management Ratio)

- *Debt to total asset ratio*

Debt to total asset ratio นั้นเป็นส่วนที่แสดงให้เห็นที่มาของสินทรัพย์รวมว่าจากสินทรัพย์ทั้งหมดของบริษัทนั้น มีแหล่งที่มาของเงินทุนจากเจ้าหนี้คิดเป็นส่วนเท่าไร อย่างไรก็ตาม บริษัท ใช้เงินทุนส่วนของผู้ถือหุ้นเป็นหลัก โดยไม่มีการกู้ยืมหนี้สินระยะยาวใดๆเลย เนื่องจากไม่มีความจำเป็นต่อการนำไปลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ส่วนของหนี้สินที่บริษัทใช้เป็นเพียงยอดคงค้างที่เป็นหนี้สินระยะสั้นเท่านั้น การใช้นโยบายลักษณะดังกล่าวทำให้บริษัทมีอัตราส่วนอยู่ในระดับต่ำ ยกเว้นในปีที่แรกและปีที่ 2 อันเป็นผลมาจากยอดกู้ยืม OD ที่สูง(เกิดจากการผลิตสินค้าล่วงหน้า และงบสื่อสารการตลาดที่สูง) การที่ในปีต่อไปอัตราส่วนนี้กลับมามีระดับต่ำเป็นผลมาจากยอดขายที่เพิ่มขึ้น ทำให้กระแสเงินสดจากการดำเนินงานเพียงพอต่อการชำระหนี้ได้

- *Debt to equity ratio*

เมื่อพิจารณาจากอัตราส่วนหนี้ต่อทุน (Debt to Equity Ratio) ซึ่งเป็นตัววัดความเสี่ยงของบริษัทว่ามีมากน้อยเพียงใด ในกรณีที่ไม่สามารถชำระหนี้ตามกำหนดได้ อัตราส่วนนี้ของบริษัทมีลักษณะเช่นเดียวกับอัตราส่วนก่อนหน้า อันเนื่องมาจากเหตุผลเดียวกัน

อย่างไรก็ตามแม้ว่าบริษัทจะไม่มีความเสี่ยงจากการก่อหนี้ ทว่าบริษัทยังต้องรับภาระการจัดหาเงินทุนจากส่วนของเจ้าของเพิ่มสูงขึ้นเพื่อชดเชยการกู้ยืมทั้งหมด

การควบคุมทางการเงิน

เพื่อให้การดำเนินงานของบริษัทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายทางการเงินที่วางไว้ จึงต้องมีการจัดระบบการควบคุมในด้านต่างๆ เพื่อให้การวัดผลการดำเนินงานของบริษัท เป็นไปอย่างถูกต้องแม่นยำ โดยบริษัทจะมีการจัดทำงบการเงินตามผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริงเป็นรายเดือนเพื่อให้สามารถวัดผลการดำเนินงานได้และจัดส่งให้กับหน่วยงานราชการต่างๆ เจ้าหนี้ (ธนาคาร) รวมไปถึงผู้ที่สนใจทั่วไป ในกรณีที่มีการขยายผลิตภัณฑ์ในอนาคตบริษัท

จะจัดทำรายงานการเงินเป็นรายงานที่ใช้ภายในบริษัทแยกตามผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถวัดผล การดำเนินงานและใช้ประกอบการตัดสินใจในด้านต่างๆ เป็นรายผลิตภัณฑ์ได้ การตัดสินใจส่วน ใหญ่จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงบประมาณทางการตลาด การตัดสินใจจะผลิตผลิตภัณฑ์นั้นต่อไป ในอนาคตหรือไม่ นอกจากนี้ บริษัทฯ จะจัดให้มีการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินสำหรับงบ การเงินในแต่ละเดือนเพื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับอัตราส่วนเป้าหมายที่วางไว้และใช้สำหรับ เป็นข้อมูลให้แก่ผู้บริหาร ไม่ว่าจะเป็นอัตราส่วนการทำกำไร อัตราส่วนการบริหารสินทรัพย์ หรือ อัตราส่วนสภาพคล่อง ฯลฯ ซึ่งหากผลการดำเนินงานต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริงนั้นมีความแตกต่างจากที่ ได้ตั้งเป้าหมายไว้อย่างมีนัยสำคัญแล้ว บริษัทฯ จะต้องทำการวิเคราะห์เพื่อหาสาเหตุที่แท้จริง เพื่อที่จะนำไปทำการปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

บริษัทฯ จะมีการทบทวนเป้าหมายทางการเงินที่กำหนดไว้ทุกๆ ครึ่งปีให้เป็น ระยะเวลาเดียวกันกับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ของบริษัทและเพื่อให้เป้าหมายที่กำหนดไว้ในแต่ละปีมี ลักษณะที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด