

บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท เอ็นแคป จำกัด ก่อตั้งขึ้นปี 2552 โดยนักศึกษาปริญญาโท คณะนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยการดำเนินธุรกิจเริ่มต้นมาจากผลงานวิจัยพัฒนาของ ดร. รักรอง ยกสำน ที่ได้ประกาศในIBPG เรื่องการเตรียมอนุภาคโคโตซานห่อหุ้มวิตามินซี เพื่อการประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมคอสเมติกส์ ซึ่งบริษัทได้เล็งเห็นว่า เป็นนวัตกรรมที่มีคุณประโยชน์อย่างยิ่งต่อวงการแพทย์โรคผิวหนัง วงการเครื่องสำอางและสามารถสร้างโอกาสทางการตลาดได้

จากมูลค่าตลาดของผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิว ในปี 2550 ที่ผ่านมามีมูลค่า 5,900 ล้านบาท โดยแบ่งสัดส่วนเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อผิวขาว 50% ผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอย 39% และผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวทั่วไป 11% ซึ่งอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์เพื่อผิวขาว ผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอย เพิ่มขึ้น 10% ต่อปี โดยเอกสารทางวิชาการระบุว่า วิตามินซีผสมอยู่ในสูตรผลิตภัณฑ์ปริมาณ 10% หรือสูงกว่า จึงมีข้อบ่งชี้สรรพคุณเพื่อช่วยชะลอความแก่ ทำให้ผิวขาวใส แต่จากการสำรวจผลิตภัณฑ์พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ขายในท้องตลาดส่วนมากมีส่วนผสมวิตามินซีต่ำกว่ามาตรฐานที่ควรมี (ต่ำกว่า 10%) เนื่องจาก วิตามินซีและ/หรืออนุพันธ์มีความเสถียรต่อสิ่งแวดล้อมค่อนข้างต่ำ ทำให้เกิดการสูญเสียในกระบวนการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการนำไปใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ ดังนั้น ดร. รักรอง ยกสำน จึงได้ศึกษาค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับการห่อหุ้มสาร (Encapsulation) ด้วยอนุภาคลิเมอร์ชีวภาพ (โคโตซาน) โดยนำมาพัฒนาร่วมกับวิตามินซี (แอสคอร์บิลปาล์มิเตท) เพื่อรักษาความเสถียรของวิตามินซี ซึ่งจากผลการวิจัยถือได้ว่า ประสิทธิภาพสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมได้

ผลิตภัณฑ์แรกของบริษัทเป็น วัตถุดิบ อนุภาคโคโตซานห่อหุ้มวิตามินซี เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมคอสเมติกส์ ภายใต้ชื่อ  ในรูปแบบของอิมัลชัน อนุภาคเดี่ยว ลักษณะกลมหยากระดับนาโนเมตร (60-100 nm) สามารถปลดปล่อยสารได้ดี มีคุณสมบัติ เป็นสารต่อต้านอนุมูลอิสระและเพิ่มความขาวให้แก่ผิว ช่วยคงความชุ่มชื้น คงความยืดหยุ่นให้แก่ผิว ยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อแบคทีเรีย ลดความมันของผิวหนังและที่สำคัญเหมาะในการนำมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิว กล่าวคือ ประจุบวกของหมู่แอมโมเนียม (-NH_3^+) ที่อยู่บนโครงสร้างของโคโตซานมีความว่องไวต่อการจับหรือเกาะติดกับผิวหนังได้เป็นอย่างดีเนื่องจากผิวหนังประกอบด้วยสารมิวโคพอลิแซ็กคาไรด์ โปรตีน และไขมัน ซึ่งเป็นประจุลบ

ในระยะแรก บริษัทร่วมวิจัยผลิตภัณฑ์ และจัดจำหน่าย อนุภาคโคโตซานห่อหุ้มวิตามินซี โดยการจัดตั้งโรงงานเพื่อพัฒนาคุณภาพของวิตามินซีที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ซึ่งมีความ

เสียเปรียบสูงมากนัก เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมคอสมेटิกส์ ซึ่งได้ขออนุญาตสิทธิบัตรจาก ดร. รักรอง ยกส์าน โดยบริษัทจะจ่ายค่าสิทธิบัตรและส่วนแบ่งจากยอดขายเป็นการตอบแทน บริษัทจะเปิดตัวในเดือนมกราคม พ.ศ. 2553 และจะคงความได้เปรียบในระยะยาวด้วยการขอมาตรฐานอุตสาหกรรม (เช่น GMP, ISO) รวมทั้ง พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย นอกเหนือจาก การมุ่งเน้นการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันแล้ว ทางบริษัทยังมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดที่แตกต่างจากคู่แข่ง ควบคู่ไปกับกลยุทธ์ทางด้านราคาเพื่อความสำเร็จในระยะยาว

กลุ่มเป้าหมายหลักของบริษัท เอ็นแคลิป จำกัด คือ กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมคอสมेटิกส์ กลุ่มคลินิก/สถานเสริมความงาม กลุ่มโรงพยาบาลที่มีแผนกคอสมेटิกส์ โดยเริ่มจากในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แล้วขยายออกไปในเขตต่างจังหวัด ซึ่งบริษัทจะมีการทำตลาดเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง เช่น การหาสร้างพันธมิตรร่วมวิจัย การให้ความรู้ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมและการแสดงสินค้าต่างๆ เพื่อให้บริษัทได้รับความเชื่อมั่นในธุรกิจและสินค้าของบริษัทเป็นที่ยอมรับในตลาด

ในส่วนของทีมผู้บริหารประกอบไปด้วย นางสาว พาชีน เกิดสิริวุฒิธรรม กรรมการผู้จัดการและผู้จัดการฝ่ายผลิต, นางสาว อังคนา กุลเสวต ผู้จัดการฝ่ายการตลาด, นางสาว จินดาภา ลีนิวา ผู้จัดการฝ่ายการเงิน โดยมี ดร. ธีระ ชินภัทร รามเดชะ อาจารย์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เป็นประธานบริษัท

บริษัท เอ็นแคลิป จำกัด ต้องการเงินทุนในการดำเนินกิจการทั้งสิ้น 8 ล้านบาท เพื่อพัฒนาสินค้าและการขยายกิจการ โดยเงินทุนดังกล่าว จะระดมมาจากทีมผู้บริหารซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งบริษัท เอ็นแคลิป จำกัด จะลงทุนเป็นจำนวน 4,080,000 บาท มีสัดส่วนของผู้ถือหุ้นที่ 51% และกำลังมองหาผู้ร่วมทุนจากภายนอก เพื่อมาร่วมสร้างความสำเร็จในระยะยาวร่วมกันกับบริษัทฯ ส่วนผู้ร่วมทุนจะลงทุนเป็นจำนวน 3,920,000 ล้านบาท มีสัดส่วนของผู้ถือหุ้นที่ 49% รวมถึงตำแหน่งกรรมการบริษัทจำนวน 2 ตำแหน่ง และได้รับเงินปันผลทุกปี

บริษัทจะมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) เป็นจำนวน 4,918,018 บาท โดยใช้อัตราคิดลด (Discount rate) ที่ 20% และมีผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return) เท่ากับ 40.84% ในขณะที่ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) อยู่ที่ประมาณ 2 ปี 21 วัน ทั้งนี้ เป็นการประมาณค่าจากผลิตภัณฑ์เพียงตัวเดียวเท่านั้น ยังไม่มีการรวมถึงผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่จะออกตามมาในอนาคต

โดยเงินของนักลงทุนได้รับผลตอบแทนคืนทั้งจากเงินปันผล และการแผนการออกจากธุรกิจ (Exit strategy) ที่บริษัทเตรียมไว้ให้ในหลายทางให้นักลงทุนพิจารณา ไม่ว่าจะเป็นการนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ใหม่หรือการขายหุ้นคืนให้แก่ทีมผู้บริหารก็ตาม