

|                              |                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| หัวข้อการค้นคว้าอิสระ        | แผนธุรกิจการผลิตอนุภาคไคโตซานห่อหุ้มวิตามินซี เพื่อใช้ใน<br>อุตสาหกรรมคอสเมติกส์<br>Business plan for vitamin C encapsulated in chitosan<br>particles for cosmetic applications |
| ชื่อผู้เขียน                 | นางสาวพาชื่น เกิดสิริวุฒิธรรม<br>Miss Pachuen Koedsirivutithum                                                                                                                  |
| แผนกวิชา/คณะ                 | สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม<br>มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์                                                                                                            |
| อาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ | ดร.ธีระ ชินภัทร รามเดชะ                                                                                                                                                         |
| ปีการศึกษา                   | 2551                                                                                                                                                                            |

#### บทสรุป

บริษัท เอ็นแคปส์ จำกัด ก่อตั้งขึ้นปี 2552 โดยนักศึกษาปริญญาโท คณะนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยการดำเนินธุรกิจเริ่มต้นมาจากผลงานวิจัยพัฒนาของ ดร.รังรอง ยกसान ที่ได้ประกาศในIBPG เรื่องการเตรียมอนุภาคไคโตซานห่อหุ้มวิตามินซี เพื่อการประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมคอสเมติกส์ ซึ่งบริษัทได้เล็งเห็นว่า เป็นนวัตกรรมที่มีคุณประโยชน์อย่างยิ่งต่อวงการแพทย์โรคผิวหนัง วงการเครื่องสำอางและสามารถสร้างโอกาสทางการตลาดได้

จากมูลค่าตลาดของผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิว ในปี 2550 ที่ผ่านมามีมูลค่า 5,900 ล้านบาท โดยแบ่งสัดส่วนเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อผิวขาว 50% ผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอย 39% และผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวทั่วไป 11% ซึ่งอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์เพื่อผิวขาว ผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอยเพิ่มขึ้น10% ต่อปี โดยเอกสารทางวิชาการระบุว่า วิตามินซีผสมอยู่ในสูตรผลิตภัณฑ์ปริมาณ10% หรือสูงกว่า จึงมีข้อบ่งชี้สรรพคุณเพื่อช่วยชะลอความแก่ ทำให้ผิวขาวใส แต่จากการสำรวจผลิตภัณฑ์พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ขายในท้องตลาดส่วนมากมีส่วนผสมวิตามินซีต่ำกว่ามาตรฐานที่ควรมี (ต่ำกว่า10%) เนื่องจาก วิตามินซีและ/หรืออนุพันธ์มีความเสถียรต่อสิ่งแวดล้อมค่อนข้างต่ำทำให้เกิดการสูญเสียในกระบวนการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการนำไปใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ ดังนั้น ดร. รังรอง ยกसान จึงได้ศึกษาค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับการห่อหุ้มสาร (Encapsulation) ด้วยอนุภาคพอลิเมอร์ชีวภาพ (ไคโตซาน) โดยนำมาพัฒนาร่วมกับวิตามินซี (แอสคอร์บิลปาล์ม

เทพ) เพื่อรักษาความเสถียรของวิตามินซี ซึ่งจากผลการวิจัยถือได้ว่า ประสบผลสำเร็จสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมได้

### การวิเคราะห์สถานะอุตสาหกรรม (5 Forces Model)

**คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Industry Competitors)** วิตามินซีที่ขายอยู่ในขณะนี้มีความเสถียรค่อนข้างต่ำ สลายตัวได้ง่าย ต้องนำเข้าจากต่างประเทศโดยผ่านบริษัทตัวแทนนำเข้า หรือตัวแทนจำหน่าย(Suppliers) เท่านั้น **วัตถุดิบ(Suppliers)** ทำให้วิตามินซีมีราคาค่อนข้างสูง เป็นธุรกิจค่อนข้างผูกขาด จึงมี Barrier สูง แต่การแข่งขันทางการตลาดไม่รุนแรง ความแตกต่างของวิตามินซีในตลาดเป็นผลจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการผลิต และ ความเชี่ยวชาญเฉพาะในการผลิตของแต่ละบริษัท แต่ปัจจุบันวิตามินซีที่มีคุณสมบัติเหมาะสม กล่าวคือ ความเสถียรสูงและปลดปล่อยตัวยาได้ดีก็ยังไม่พบในอุตสาหกรรม

ตลาดเครื่องสำอางมีแข่งขันสูงและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ผู้ประกอบการพยายามที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาด จึงเป็นแรงผลักดันอีกด้านหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้สินค้าของบริษัทสามารถก้าวเข้าสู่ตลาดได้อย่างง่ายและรวดเร็ว

**แนวโน้มคู่แข่งรายใหม่ (Potential Entrants)** การวิจัยพัฒนานั้นต้องอาศัยระยะเวลา และเงินทุนอย่างมหาศาล รวมถึง ผู้เชี่ยวชาญโดยเฉพาะ ดังนั้น แนวโน้มการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต แต่ค่อนข้างน้อย อย่างไรก็ตามบริษัทก็ยังคงความได้เปรียบคู่แข่งรายใหม่ในหลายๆ ด้าน เช่น การเป็นผู้นำทางด้านการตลาด ทำให้สามารถเป็นผู้กำหนดคุณภาพของสินค้าในตลาด สร้างความน่าเชื่อถือได้ง่าย ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ที่มีความโดดเด่น การจดสิทธิบัตร และบริษัทมีนโยบายเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน โดยการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

### **สินค้าทดแทน (Substitutes)**

■ **สินค้าทดแทนทางตรง** เนื่องจากวิตามินซีสามารถพัฒนาได้หลายรูปแบบและสามารถพัฒนาอนุพันธ์ได้หลากหลายชนิด ขึ้นอยู่กับความต้องการนำไปใช้งาน และบริษัทผู้ผลิต ดังนั้นจึงทำให้สามารถมีสินค้าทดแทนทางตรงมีได้หลากหลาย โดย วิตามินซีและ/หรืออนุพันธ์ วิตามินซีที่นิยมใช้ในอุตสาหกรรมคอสมेटิกส์ มีด้วยกัน 3 ชนิด Ascorbic acid, Ascorbyl palmitate, Magnesium ascorbyl phosphate แต่สินค้าทดแทนทางตรงทั้งหมดก็ยังปัญหาเรื่องความเสถียรและการปลดปล่อยตัวยาอยู่

### ■ **สินค้าทดแทนทางอ้อม**

สินค้าทดแทนทางอ้อมถึงจะมีอยู่มากมาย เช่น Arbutin ,vitamin A, Hydroquinone, Licorice และอื่นๆ ที่โอ้อวดสรรพคุณในด้านการทำให้ผิวขาวใส และลดรอยเหี่ยวย่น แต่ส่วนใหญ่

ยังไม่มีผลการวิจัยที่ชัดเจนที่ระบุว่าสามารถรักษาและป้องกันได้อย่างแท้จริง รวมถึงปัจจัยทางด้านราคา λικขสิทธิ์ สิทธิบัตร กฎหมาย และความปลอดภัย ก็เป็นข้อจำกัดสำคัญที่ช่วยส่งเสริมและผลักดันให้วิตามินซียังคงเป็นสารที่ได้รับความนิยมที่ต้องการนำมาใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางมาโดยตลอดตั้งแต่อดีต จนถึงปัจจุบัน กล่าวคือสินค้าทดแทนทางอ้อมไม่สามารถทดแทนวิตามินซีได้ร้อยเปอร์เซ็นต์

#### **ผู้ขายวัตถุดิบ (Suppliers)**

■ **ผู้ขายวัตถุดิบหลักชนิดวิตามินซีให้แก่บริษัท** คือ ผู้ผลิตสารเคมีภัณฑ์ในตลาดต่างประเทศ โดยบริษัทจะนำเข้าวิตามินซีจากจากประเทศจีน ซึ่งปัจจุบันเป็นแหล่งผลิตวิตามินซีที่สำคัญของโลก และเป็นแหล่งผลิตที่ใกล้ประเทศไทย โดยจากการสำรวจพบว่าราคาอยู่ที่ประมาณ 1,250บาท/กิโลกรัม ค่านำเข้า 70 บาทต่อกิโลกรัม

■ **ผู้ขายวัตถุดิบหลักชนิดโคโคซานให้แก่บริษัท** คือ ผู้ผลิตโคโคซานภายในประเทศ ประเทศไทยมีผลผลิตทั้งประมาณ 350,000-400,000 ตันต่อปี จากการส่งออกนำเข้า และบริโภคภายในประเทศ จะพบว่ากากของเหลือทิ้งที่เหลือ อาทิ เปลือกและหัวกุ้งอยู่ประมาณ 30-40% ของน้ำหนักกุ้งทั้งหมด ซึ่งเมื่อนำมาคำนวณหาปริมาณกาก จะพบว่า ประเทศไทยจะเหลือกากกุ้งตกค้าง โดยเฉลี่ยประมาณ 105,000-160,000 ตันต่อปี โดยสามารถนำมาผลิตโคโคซานได้ประมาณ 1,050 -1,600 ตันต่อปี (จาก 100 ตันสามารถผลิตโคโคซานได้1ตัน) ราคาของโคโคซานในท้องตลาดปัจจุบันอยู่ที่ 700-2,500 บาทต่อกิโลกรัม ขึ้นอยู่กับเกรดของสินค้าที่เลือก (เกรดAหรือเกรดทางการแพทย์ราคาอยู่ที่ 2,500 บาทต่อกิโลกรัม) ปัจจุบันจำนวนผู้ผลิตโคโคซาน-โคโคซานมีอยู่ 10 ราย โดยบริษัทจะเลือกพิจารณาจากคุณภาพของโคโคซาน-โคโคซานที่ต้องได้ตามมาตรฐานของบริษัท และยังพิจารณาจากผู้ผลิตที่อยู่ในทำเลใกล้กับทำเลของบริษัทเป็นหลัก

**ลักษณะผู้บริโภค (Buyers)** กลุ่มผู้บริโภคที่ใช้วิตามินซี คือ กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมคอสมेटิกส์ รวมถึง คลินิกและโรงพยาบาลที่มีแผนกคอสมेटิกส์ ซึ่งส่วนมากต้องการวิตามินซีที่มีความเสถียรสูง และปลอดภัยได้ดี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์และเพิ่มประสิทธิผลในการรักษา เนื่องจากคุณสมบัติทางยาของวิตามินซีให้ผลที่ดีในการรักษาตรงตามความต้องการของผู้ใช้เครื่องสำอาง มีความปลอดภัยในการใช้สูง ราคาไม่แพงมากเมื่อเทียบกับสารเคมีตัวอื่นๆ รวมถึงผู้ใช้มีความเชื่อมั่นในคุณสมบัติของวิตามิน และต้องการวิตามินซีที่มีความเสถียรเพิ่มมากยิ่งขึ้นเรื่อยๆ

### การวิเคราะห์สภาพการณ์ (SWOT)

| จุดแข็ง                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | จุดอ่อน                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>1.ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ มีความเสถียรสามารถออกฤทธิ์ได้ยาวนานขึ้น</li> <li>○ มีโครงสร้างทางเคมีที่เหมาะสมในการนำมาใช้ในอุตสาหกรรมคอสมेटิกส์ สามารถเข้ากันได้ดีกับโครงสร้างทางเคมีของสูตรผสมทางคอสมेटิกส์</li> <li>○ มีฤทธิ์ช่วยส่งเสริมทางบวกให้สูตรผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีขึ้น เป็นสารที่ได้จากธรรมชาติ</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p>1. สินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักและเป็นบริษัทที่ดั่งใหม่ ดังนั้น ในช่วงแรกจึงจำเป็นต้องกันเงินทุนส่วนหนึ่งเพื่อใช้ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เพื่อให้เป็นที่รู้จักและยอมรับ</p>                                                                                               |
| โอกาส                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | อุปสรรค                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <p>1.มูลค่าของตลาดเครื่องสำอางมีอัตราการเติบโตสูง โดยเฉพาะจากการสร้างกระแสค่านิยมให้แก่สังคมโดยผ่านสื่อต่างๆ ทำให้เทรนด์เครื่องสำอางประเภทครีมกันแดด ครีมต่อต้านริ้วรอย รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผิวขาว กระจ่างใส กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก ซึ่งผลิตภัณฑ์ลดริ้วรอย และผลิตภัณฑ์เพื่อผิวขาวใสในส่วนใหญ่มักจะมีวิตามินซีเป็นสารสำคัญในสูตรผลิตภัณฑ์</p> <p>2.ยังไม่พบวัตถุดิบ(raw material)ในกลุ่มวิตามินซี ที่รักษาความเสถียรของวิตามินซีได้ดี ที่มีคุณสมบัติเหมือนกันในราคาไม่แพง</p> <p>3.การเพิ่มขึ้นของประชากร และการขยายตัวของผู้บริโภคกลุ่มใหม่ๆ จากเดิมที่ตลาดเครื่องสำอางถูกจำกัดอยู่เฉพาะผู้บริโภคที่เป็นผู้หญิงวัยสาวขึ้นไป แต่ในปัจจุบันตลาดเครื่องสำอางขยายเข้าสู่กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นผู้ชาย และผู้บริโภคที่เป็นเด็กในวัยทีนเอง ซึ่งต่ำลงจนถึงระดับอายุ 14-15 ปี</p> | <p>1.เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อาจมีเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ช่วยรักษาความเสถียรของวิตามินซี เกิดขึ้นในอนาคต ผู้บริโภคที่มีประวัติแพ้อาหารทะเล อาจเกิดการแพ้โปรตีนที่อยู่ในโคโคซานได้</p> <p>2.ผู้บริโภคที่มีประวัติแพ้อาหารทะเล อาจเกิดการแพ้โปรตีนที่อยู่ในโคโคซานได้</p> |

| โอกาส                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | อุปสรรค |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| <p>4. ปัญหามลภาวะทั้งอากาศและน้ำที่เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้บริโภคต้องดูแลผิวพรรณตนเองมากขึ้น ซึ่งเครื่องสำอางมีส่วนสำคัญ</p> <p>5. ตลาดเครื่องสำอางมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทำให้ผู้ผลิตต้องพยายามคิดค้นสูตรผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นวัตถุดิบ(raw material)จึงเป็นเป้าหมายหนึ่งที่ช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ ทำให้สินค้าของบริษัทสามารถเข้าสู่ตลาดได้ง่าย</p> <p>6. แนวโน้มของพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง และกฎหมายในเรื่องการรักษาความเสถียรของสารสำคัญในผลิตภัณฑ์ที่มีความเคร่งครัดมากขึ้น</p> <p>7. การสนับสนุนนวัตกรรมใหม่จากรัฐบาล (เช่น การให้แหล่งเงินทุน การให้สิทธิพิเศษทางภาษี)</p> |         |

ผลิตภัณฑ์แรกของบริษัทเป็น วัตถุดิบ อนุภาคโคโตซานห่อหุ้มวิตามินซี เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมคอสเมติกส์ ภายใต้ชื่อ  ในรูปแบบของอิมัลชัน อนุภาคเดี่ยว ลักษณะกลม ขนาดระดับนาโนเมตร (60-100 nm) สามารถปลดปล่อยสารได้ดี มีคุณสมบัติ เป็นสารต่อต้านอนุมูลอิสระและเพิ่มความขาวให้แก่ผิว ช่วยคงความชุ่มชื้น คงความยืดหยุ่นให้แก่ผิว ยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อแบคทีเรีย ลดความมันของผิวหน้าและที่สำคัญเหมาะในการนำมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิว กล่าวคือ ประจุบวกของหมู่แอมโมเนียม ( $-NH_3^+$ ) ที่อยู่บนโครงสร้างของโคโตซานมีความว่องไวต่อการจับหรือเกาะติดกับผิวหน้าได้เป็นอย่างดี เนื่องจากผิวหน้าประกอบด้วยสารมิวโคพอลิแซ็กคาไรด์ โปรตีน และไขมัน ซึ่งเป็นประจุลบ

ในระยะแรก บริษัทร่วมวิจัยผลิตภัณฑ์ ผลิตและจัดจำหน่าย อนุภาคโคโตซานห่อหุ้มวิตามินซี โดยการจัดตั้งโรงงานเพื่อพัฒนาคุณภาพของวิตามินซีที่นำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งมีความเสถียรไม่สูงมากนัก เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมคอสเมติกส์ ซึ่งได้ขออนุญาติสิทธิบัตรจาก ดร. รังรอง ยกถ่าน โดยบริษัทจะจ่ายค่าสิทธิบัตรและส่วนแบ่งจากยอดขายเป็นการตอบแทน บริษัทจะเปิดตัวในเดือนมกราคม พ.ศ. 2553 และจะคงความได้เปรียบในระยะยาวด้วยการขอมาตรฐาน

อุตสาหกรรม (เช่น GMP, ISO) รวมทั้ง พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย นอกเหนือจากการมุ่งเน้นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันแล้ว ทางบริษัทยังมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดที่แตกต่างจากคู่แข่ง ควบคู่ไปกับกลยุทธ์ทางด้านราคาเพื่อความสำเร็จในระยะยาว

กลุ่มเป้าหมายหลักของบริษัท เอ็นแคลิป จำกัด คือ กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมคอสเมติกส์ กลุ่มคลินิก/สถาบันเสริมความงาม กลุ่มโรงพยาบาลที่มีแผนกคอสเมติกส์ โดยเริ่มจากในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แล้วขยายออกไปในเขตต่างจังหวัด ซึ่งบริษัทจะมีการทำตลาดเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง เช่น การหาสร้างพันธมิตรร่วมวิจัย การให้ความรู้ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมและการแสดงสินค้าต่างๆ เพื่อให้บริษัทได้รับความเชื่อมั่นในธุรกิจและสินค้าของบริษัทเป็นที่ยอมรับในตลาด

ในส่วนของทีมผู้บริหารประกอบไปด้วย นางสาวพาชีน เกิดสิริวุฒิธรรม กรรมการผู้จัดการและผู้จัดการฝ่ายผลิต, นางสาวอังคณา กุลเสวต ผู้จัดการฝ่ายการตลาด, นางสาวจินดาภา สีนินา 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 และการแผนการออกจากรูทิจ (Exit strategy) ที่บริษัทฯเตรียมไว้ให้ในหลายทางให้นักลงทุนพิจารณา ไม่ว่าจะเป็นการนำบริษัทฯ เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ใหม่หรือการขายหุ้นคืนให้แก่ทีมผู้บริหาร