

การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงินของธุรกิจผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าประเภทมาสก์
ภายใต้แบรนด์ “LAMOON Sleeping Mask”



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ.2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า LAMOON Sleeping Mask สามารถสำเร็จ
ลุล่วงบรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ด้วยความกรุณาของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนพล วิชาสา
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการที่ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์และให้ความช่วยเหลือในการตรวจสอบ
แก้ไขเนื้อหาของสารนิพนธ์ฉบับนี้ รวมถึงขอขอบพระคุณอาจารย์กฤษกร สุขเวชวรกิจ และอาจารย์
ตรียุทธ พรหมศิริ อาจารย์ผู้สอนวิชาการศึกษาอิสระเป็นอย่างดี สำหรับคำชี้แนะแนวทางที่เป็น
ประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการและการดำเนินธุรกิจในสถานการณ์จริง ผู้ซึ่งเสียสละเวลาในการให้
คำปรึกษาอย่างทุ่มเทต่อเนื่อง และช่วยกำกับดูแลกระบวนการจัดทำแผนธุรกิจ จนกระทั่งสารนิพนธ์
นี้เสร็จพร้อมสมบูรณ์

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณ บุคลากรนักวิจัย ที่ปรึกษาเกี่ยวกับสูตรทางการค้าของ
ผลิตภัณฑ์ ผู้ให้คำปรึกษาเรื่องสูตรและส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ รวมถึงขอขอบพระคุณผู้บริหาร
ตัวอย่างจากมหาวิทยาลัยหัวเฉียว เพื่อใช้ในการประกอบการศึกษาและจัดทำแผนธุรกิจนี้

คณะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณมหาวิทยาลัยมหิดล ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่
ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่คณะผู้วิจัย และขอขอบคุณผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวถึงมา ณ
ที่นี้ ท้ายที่สุด คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าแผนธุรกิจฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ หากมี
ข้อผิดพลาดประการใด คณะผู้วิจัยขอรับไว้และขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

วรท ฐิตินันท์พันธุ์

บทสรุปผู้บริหาร

จากการศึกษาตลาดเครื่องสำอางของจีนพบว่ามียอดค่าตลาดสูงถึง 2.4 ล้านล้านบาท โดยที่มีมาสก์หน้าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุด คือ 22.39% และภายในไม่กี่ปีที่ผ่านมา มีเครื่องสำอางไทยหลายแบรนด์ที่ได้รับการนิยมนิยมจากผู้บริโภคชาวจีน เช่น Snail White, VooDoo, และMistine โดยสิ่งที่คุณบริโภคชาวจีนต้องการมากที่สุดเมื่อใช้เครื่องสำอาง คือ ความชุ่มชื้น และความกระชับใส ซึ่งต่างจากผู้บริโภคชาวไทยที่ต้องการความขาวใสเป็นหลัก

บริษัท ลาร์มูน จำกัด (LAMOON Co., Ltd.) จึงได้วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคชาวจีนในเรื่องความชุ่มชื้น และความกระชับใส โดยใช้ชื่อว่า LAMOON Sleeping Mask ซึ่งเป็นมาสก์หน้านวัตกรรมใหม่ ที่สามารถพอกทิ้งไว้ก่อนนอน โดยไม่ต้องล้างออก และมีส่วนผสมของสารสกัดจากสาหร่ายสีแดงที่เรียกว่า แอสต้าแซนทิน (Astaxanthin) ซึ่งจะช่วยให้คุณรู้สึกได้ถึงความเปลี่ยนแปลงของผิวที่ดีขึ้นตั้งแต่ครั้งแรกที่ใช้ ว่าผิวพรรณจะเนียนนุ่ม ความแห้งกร้านของผิวลดลง

บริษัท ลาร์มูน จำกัด จัดตั้งขึ้นผู้ถือหุ้น 3 คน ที่มีประสบการณ์การผลิตเครื่องสำอาง, การส่งสินค้าไปขายที่จีน และการขายส่งสินค้าในไทย รูปแบบการดำเนินงาน ในช่วงแรกจะเป็นการว่าจ้างบริษัท OEM ผลิต และถ้ายอดขายเป็นไปตามที่คาดไว้ เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2559 ก็จะเริ่มตั้งโรงงานผลิตของตัวเอง โดยเช่าตึกแถว 3 คูหา ขนาด 10x15 เมตร และมีกำลังผลิตอยู่ที่ 30,000 ชิ้นต่อเดือน จากนั้นจะนำสินค้าที่ได้ผ่านช่องทางการจำหน่ายหลักสองช่องทาง คือ

1. ผู้จำหน่ายอิสระชาวจีน โดยคาดว่าจะมีทั้งหมด 10 คนในปีแรก
2. ร้านค้าขายของฝากทัวร์จีนในไทย โดยคาดว่าจะมีทั้งหมด 30 ร้านค้าในปีแรก

โดยที่จะให้ส่วนลดสูงสุดที่ 50% คือ-345 บาท โดยบริษัทฯ มีต้นทุนอยู่ที่ 160 บาท นโยบายการบริหารงานต่างๆเป็นไปอย่างระมัดระวังโดยให้มีต้นทุนคงที่และสต็อกสินค้าน้อยที่สุด สำหรับเรื่องการบริหารคน ทางบริษัทฯ มีพนักงานทำครีม 1 คน, พนักงานควบคุมคุณภาพ 1 คน, พนักงานบรรจุ 3 คน, พนักงานขาย 3 คน และพนักงานส่งของ 2 คน ซึ่งเพียงพอต่อการผลิตและการขายในช่วงปีแรก และพอขยายเพิ่มขึ้นในปีถัดๆ ไปก็จะเพิ่มจำนวนพนักงานมากขึ้น

ในส่วนของการลงทุน บริษัทฯ จะใช้เงินทุนเริ่มต้นทั้งสิ้น 12.4 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นแหล่งเงินทุนเจ้าของ 50% และจากการกู้ยืม 50% โดยบริษัทฯ คาดว่าจะมียอดขายกว่า 25 ล้านบาท

บทสรุปผู้บริหาร (ต่อ)

ในปีแรก คิดเป็นกำไรสุทธิ 1.98 ล้านบาท มีอัตราการเติบโต 100% ในปีแรก 30% ในปีที่สอง 20% ในปีที่สามและสี่ มีมูลค่าโครงการในปัจจุบันสุทธิ (NPV) 33 ล้านบาท และอัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR) 68.77% ระยะเวลาการคืนทุน 2 ปี



สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ซ
บทที่ 1 ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ	1
1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ	1
1.2 โอกาสทางธุรกิจ	3
1.3 รายละเอียดของบริษัทฯ	5
1.4 รายละเอียดผลิตภัณฑ์	6
1.5 กระบวนการดำเนินงาน	10
บทที่ 2 การจัดตั้งและบริหารองค์กรธุรกิจ	12
2.1 โครงสร้างการจัดผังองค์กร	12
2.2 บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากร	12
บทที่ 3 แผนการปฏิบัติการในการจัดตั้งธุรกิจ	15
3.1 เป้าหมายของการดำเนินงาน	15
3.2 แผนงานในการดำเนินงาน	15
3.3 แผนงานด้านผลิตภัณฑ์	17
3.4 กระบวนการผลิต	20
บทที่ 4 สมมติฐานทางการเงินและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน	21
4.1 เป้าหมายทางการเงิน	21
4.2 ประมาณการเงินลงทุนในโครงการ	21
4.3 การจัดทำงบประมาณทางการเงิน	24
4.4 การคำนวณหาต้นทุนเงินทุน	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
	37
บทที่ 5	38
4.5 การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนและจุดคุ้มทุน	37
บทสรุปและข้อเสนอแนะในการลงทุน	38
5.1 บทสรุปธุรกิจ	38
5.2 ข้อเสนอแนะในการลงทุน	38
บรรณานุกรม	39
ภาคผนวก	41
ภาคผนวก ก โครงสร้างผิวหน้า	42
ภาคผนวก ข ความรู้ทั่วไปเรื่องเครื่องสำอาง	46
ภาคผนวก ค ข้อมูลประชากรชาวจีน	51
ภาคผนวก ง ตัวอย่างแบบสอบถามที่ 1 ด้านผู้บริโภค (ทั่วไป)	60
ภาคผนวก จ ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามที่ 1 ด้านผู้บริโภค (ทั่วไป)	63
ภาคผนวก ฉ หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตเครื่องสำอาง	70
ภาคผนวก ช ขั้นตอนการส่งออกเครื่องสำอางไปจีน	83
ภาคผนวก ซ บทวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคนักท่องเที่ยวชาวจีน	87
ภาคผนวก ฌ Action Plan	91
ประวัติผู้วิจัย	92

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	แสดงราคาสินค้า	8
3.1	แสดงรายละเอียดสถานที่เช่า	15
3.2	แสดงขั้นตอนการผลิต และผู้รับผิดชอบ	20
4.1	แสดงการประมาณการเงินลงทุนในโครงการ	22
4.2	แสดงรายละเอียดการใช้ไปของเงินทุนในการเริ่มต้น	22
4.3	แสดงยอดขายรายปี	25
4.4	แสดงต้นทุนสินค้า (ต่อปี)	25
4.5	แสดงต้นทุนแรงงานในการผลิต (ต่อปี)	26
4.6	แสดงต้นทุนแรงงานในการขายและบริหาร (ต่อปี)	27
4.7	แสดงต้นทุนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (ต่อปี)	27
4.8	แสดงต้นทุนค่าใช้จ่ายทางการตลาด (ต่อปี)	28
4.9	แสดงต้นทุนค่าเสียหายในการผลิต (ต่อปี)	28
4.10	แสดงค่าเสื่อมในการผลิต (ต่อปี)	29
4.11	แสดงค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร (ต่อปี)	29
4.12	แสดงค่าใช้จ่ายในการ Stock สินค้าสำเร็จรูป (ต่อปี)	29
4.13	แสดงค่าใช้จ่ายในการ Stock วัตถุดิบ (ต่อปี)	30
4.14	แสดงงบกำไรขาดทุน (ต่อปี)	31
4.15	แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด (ต่อปี)	32
4.16	แสดงการประมาณการงบดุล (ต่อปี)	33
4.17	แสดงผลตอบแทนของโครงการ	37

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	แสดงการประมาณการเติบโตของ GDP ในประเทศจีน	1
1.2	แสดงการประมาณการเติบโต GDP ต่อหัว ในประเทศจีน	2
1.3	แสดงการประมาณการเติบโตของรายได้ต่อปีในประเทศจีน	2
1.4	แสดงความต้องการประเภทสินค้าบำรุงผิวต่างๆ	3
1.5	แสดงการเติบโตในการซื้อสินค้าออนไลน์ในประเทศจีน	4
1.6	แสดงจำนวนประชากรในประเทศจีน	4
1.7	แสดงจำนวนประชากรที่ซื้อสินค้าออนไลน์ตามช่วงอายุ	5
1.8	บรรจุภัณฑ์ LAMOON Sleeping Mask	7
1.9	แสดงตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ LAMOON Sleeping Mask	7
1.10	ผลิตภัณฑ์ LAMOON Sleeping Mask	8
2.1	ฟังก์ชัน	12
3.1	แสดงแผนผังโรงงานชั้นที่ 1	16
3.2	แสดงแผนผังโรงงานชั้นที่ 2	16
3.3	แสดงเนื้อครีมที่พัฒนาออกมา 4 สูตร	17
3.4	ตัวอย่างทดลอง LAMOON Sleeping Mask	18
3.5	บรรจุภัณฑ์ LAMOON Sleeping Mask	19
3.6	กล่อง LAMOON Sleeping Mask	19

บทที่ 1

ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ

1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ

เนื่องด้วยปัจจุบัน ผู้คนมาดูแลเรื่องสุขภาพร่างกายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการดูแลตนเองจากภายใน หรือแม้กระทั่งภายนอกด้วยก็ดี การดูแลตัวเองนั้นสามารถกระทำได้อย่างหลากหลายรูปแบบ เช่น การรับประทานอาหารสุขภาพ การออกกำลังกาย การทานอาหารเสริม การใช้ครีมบำรุงชนิดต่างๆ หรือแม้กระทั่งการหาศัลยแพทย์เพื่อปรับเปลี่ยนหรือทำให้ดีขึ้นในส่วนของรูปร่างลักษณะภายนอกก็ดี ทุกอย่างล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ตนเองนั้นดูดีขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นโอกาสสำคัญและความท้าทายทางธุรกิจที่น่าจับตามองและควรศึกษาเพิ่มเติม เพื่อเข้าสู่ตลาดสำคัญตลาดนี้ เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคดังกล่าวยังมีความต้องการ และให้ความสนใจต่อสินค้าเหล่านี้อีกด้วย ซึ่งทางบริษัทฯ ได้มองหาตลาดที่มีมูลค่าสูงและมีผู้บริโภคจำนวนมาก

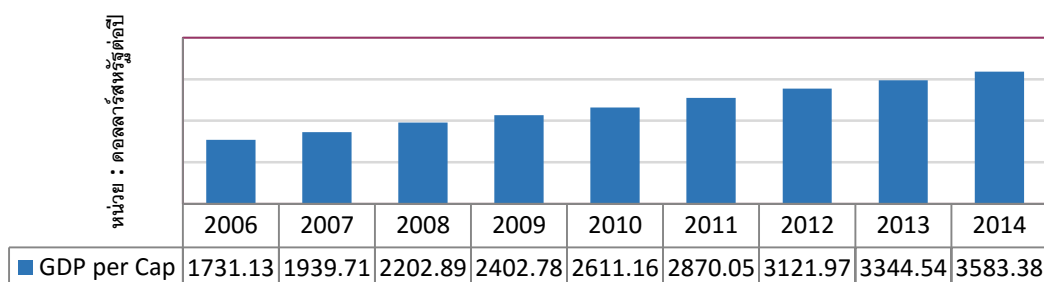
ประเทศจีน เป็นอีกตลาดที่มีความสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของจำนวนประชากรที่มีจำนวนมาก เศรษฐกิจที่กำลังเติบโตอย่างก้าวกระโดด GDP รวม และ GDP ต่อหัว อีกทั้งรายได้ต่อหัวที่เพิ่มขึ้นในทุกๆปี แสดงจากกราฟด้านล่าง



ภาพที่ 1.1 แสดงการประมาณการเติบโตของ GDP ในประเทศจีน

Ref : <http://www.tradingeconomics.com/china/gdp-growth>

รายได้ต่อหัวต่อปี



ภาพที่ 1.2 แสดงการประมาณการเติบโต GDP ต่อหัว ในประเทศจีน

Ref : <http://www.usfunds.com/investor-library>



ภาพที่ 1.3 แสดงการประมาณการเติบโตของรายได้ต่อปีในประเทศจีน

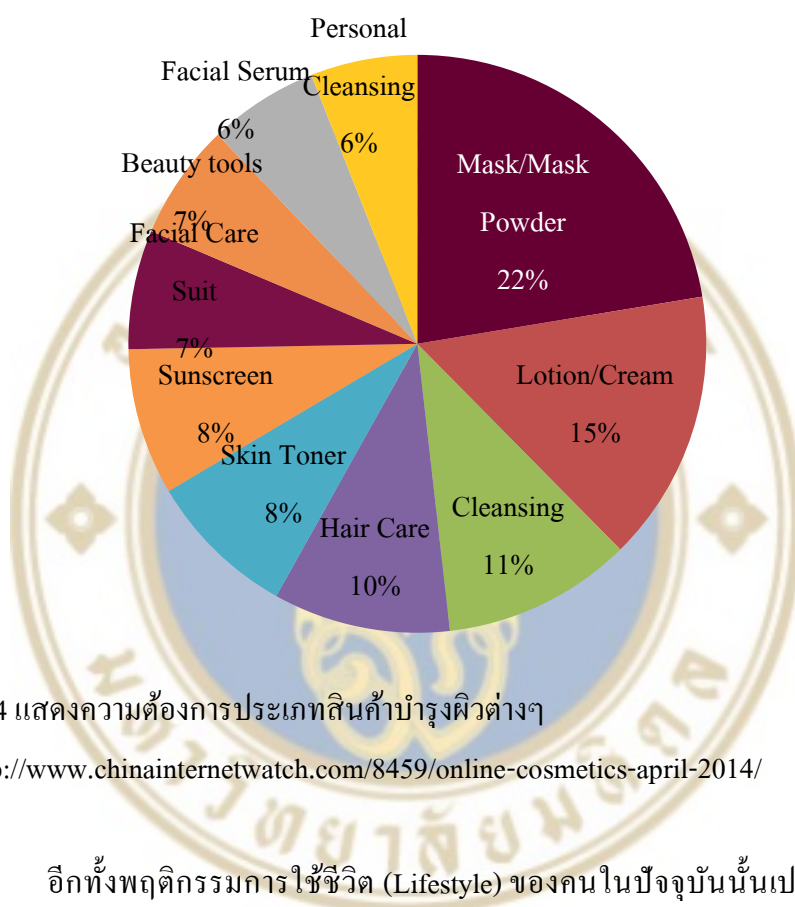
Ref : http://benmuse.typepad.com/ben_muse/china/

ด้วยสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงจากอดีตถึงปัจจุบัน ภาวะโลกร้อนที่เกิดขึ้น มลภาวะที่สูงขึ้นในอากาศ ทำให้ผิวหนังของคนในปัจจุบันนั้นเสื่อมโทรมได้ง่าย และดูชรากว่าวัย ส่งผลให้การเติบโตในตลาดดูแลผิวหนังนั้นเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว การเลือกใช้ครีมนั้นเป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน เนื่องด้วยการเติบโตในเรื่องของเทคโนโลยีในปัจจุบันอย่างก้าวกระโดด ทำให้เกิดสารเคมีชนิดใหม่ถูกสร้างขึ้นมามากมาย ซึ่งมีทั้งสารที่สามารถเป็นตัวช่วยผิวหนังในระยะสั้น และยังสามารถเป็นตัวทำลายผิวหนังในระยะยาวในสารตัวเดียวกัน

ดังนั้นบริษัทฯ จึงได้ตระหนักถึงความสำคัญและเล็งเห็นโอกาสจากช่องทางทั้งหมดนี้ ในการนำเสนอแนวคิดผลิตภัณฑ์ครีมบำรุงผิวหนัง ผสมผสานกับนวัตกรรมใหม่ ที่สามารถช่วยบำรุงผิวในล้ำลึกยิ่งขึ้น มีความสามารถในการบำรุงผิวโดยเหมาะสมต่อผู้บริโภคชาวจีน โดยเฉพาะการสร้างความชุ่มชื้นให้แก่ผิว

1.2 โอกาสทางธุรกิจ

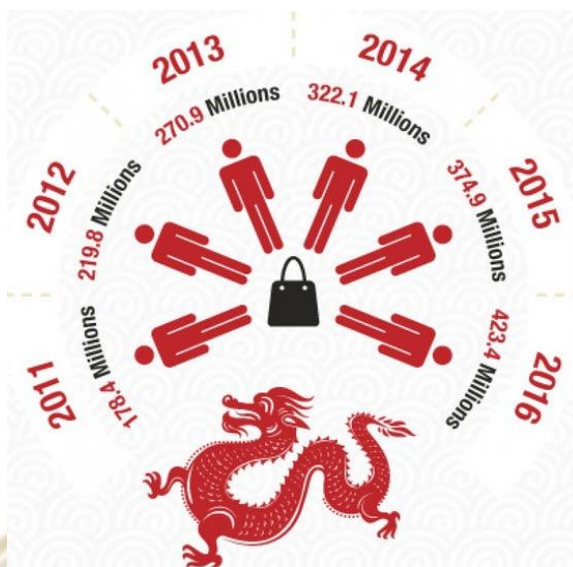
จากการศึกษาข้อมูลความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในประเทศจีนพบว่า พวกเขาต้องการผลิตภัณฑ์ประเภท Mask อยู่จำนวนกว่า 22.39% ในความต้องการทั้งหมด ซึ่งความต้องการของผู้บริโภคนั้นล้วนมีผลมาจากการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของเทรนในปัจจุบันที่คนเรานั้นหันมาดูแลตัวเองมากขึ้น จากพายกราฟด้านล่าง



ภาพที่ 1.4 แสดงความต้องการประเภทสินค้าบำรุงผิวต่างๆ

Ref : <http://www.chinainternetwatch.com/8459/online-cosmetics-april-2014/>

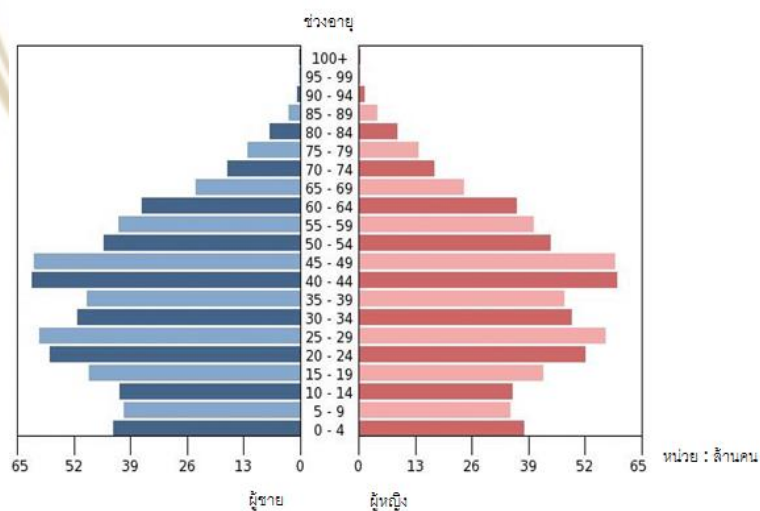
อีกทั้งพฤติกรรมการใช้ชีวิต (Lifestyle) ของคนในปัจจุบันนั้นเปลี่ยนแปลงไป การเข้าถึงผู้บริโภคนั้นย่อมแตกต่างกันไป ด้วย การเข้าถึงผู้บริโภคเหล่านั้นผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตนั้นง่ายขึ้น ซึ่งเปลี่ยนแปลงจาก 5 ปีที่แล้วโดยเท่าตัว (เปรียบเทียบจากการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคชาวจีน) ผู้บริโภคให้ความน่าเชื่อถือในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น จากการรีวิวสินค้าจากผู้ที่น่าเชื่อถือในสังคม การซื้อสินค้าตามผู้อื่น (เมื่อสินค้าชนิดไหนขายได้ดี คนส่วนใหญ่จะซื้อตาม)



ภาพที่ 1.5 แสดงการเติบโตในการซื้อสินค้าออนไลน์ในประเทศจีน

Ref : <http://www.nanjingmarketinggroup.com/blog/chinese-internet-users/>

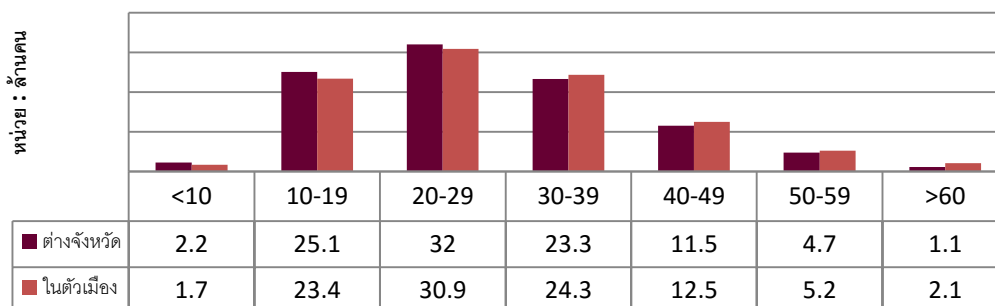
จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ตลาดการซื้อสินค้าออนไลน์ในประเทศจีนนั้นเติบโตอย่างรวดเร็ว เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนผู้บริโภคที่มีอายุประมาณ 20-39 ปี (คาดว่าเป็กลุ่มลูกค้า) จะมีจำนวนผู้บริโภคในตลาด ดังภาพที่ 1.6 และ 1.7



ภาพที่ 1.6 แสดงจำนวนประชากรในประเทศจีน

Ref : http://www.indexmundi.com/china/age_structure.html

จำนวนประชากรที่ซื้อสินค้าออนไลน์ตามช่วงอายุ



ภาพที่ 1.7 แสดงจำนวนประชากรที่ซื้อสินค้าออนไลน์ตามช่วงอายุ

Ref : <http://www.nanjingmarketinggroup.com/blog/chinese-internet-users/>

เมื่อพิจารณาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปรวมถึงจำนวนประชากรที่ซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงโอกาสในการทำธุรกิจด้านความสวยงามเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะครีมบำรุงผิว ซึ่งต้องพัฒนาให้มีความหลากหลายเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สามารถตอบสนองต่อประโยชน์เชิงหน้าที่ ทั้งในแง่ของการช่วยเพิ่มความชุ่มชื้น ความกระชับใสแก่ผิวหนัง เหมือนการรีเฟรชให้กับผิวหนังนั่นเอง

1.3 รายละเอียดของบริษัทฯ

1.3.1 ชื่อบริษัทฯ

บริษัท ลาร์มูน จำกัด /LA MOON CO.,LTD

1.3.2 วิสัยทัศน์

ผลิตภัณฑ์ที่ได้คุณภาพ เป็นหนึ่งในห้าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมในประเทศจีน

1.3.3 พันธกิจ

1. ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด
2. ดำเนินการผลิตด้วยวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้บริโภค
3. มีกระบวนการผลิตเป็นมาตรฐานระดับสากล

1.34 เป้าหมายทางธุรกิจ

1. เป้าหมายระยะสั้น สร้างการรับรู้ในตราสินค้า ด้วยการให้ความรู้และประชาสัมพันธ์ รวมถึงนำเสนอจุดเด่นของสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักในตลาด
2. เป้าหมายระยะยาว ขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น รวมไปถึงในประเทศไทย และประเทศเพื่อนบ้านอีกด้วย

1.35 วัตถุประสงค์

1. เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ให้ครอบคลุมทุกผลิตภัณฑ์
2. เพื่อสร้างทางเลือกใหม่ๆ ให้กับผู้บริโภค สินค้าและราคามีความเหมาะสมกัน

1.4 รายละเอียดผลิตภัณฑ์

1.4.1 บรรจุภัณฑ์

ในปัจจุบันบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับบรรจุครีมมีความแตกต่างกันออกไป ตามคุณลักษณะและคุณสมบัติของสินค้า ดังนั้นเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกบรรจุภัณฑ์ของบริษัทฯ นั้น จะใช้เกณฑ์การเปรียบเทียบแยกตามลักษณะวิธีการใช้งาน ความสะดวก ปลอดภัยในการใช้งาน รวมไปถึงความสะดวกในการใช้งานอีกด้วย ซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่มีขายตามร้านค้าทั่วไปนั้น มีอยู่ด้วยกันหลายหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นแบบหลอดบีบ ฝาเปิด แบบหัวบีบ ซึ่งในแต่ละรูปแบบนั้น มีความแตกต่างในเรื่องของรูปแบบการใช้งานที่แตกต่างกัน เช่น แบบหลอดบีบ เหมาะสมกับการทำ Serum บำรุงผิว ที่เนื้อครีมค่อนข้างเบาบาง แบบฝาเปิดนั้น เหมาะสำหรับการบรรจุครีมที่มีความหนาแน่นสูง ดังนั้น ทาง LAMOON จึงเลือกที่จะใช้งานแบบหัวบีบสุญญากาศ ซึ่งมีข้อดีคือ ผู้บริโภคนั้นไม่จำเป็นต้องใช้มือสัมผัสกับครีมที่ไม่ถูกใช้ในครั้งนั้นๆ โดยตรง ทำให้สะดวกในการใช้งาน



ภาพที่ 1.8 บรรจุภัณฑ์ LAMOON Sleeping Mask

รูปแบบของกล่องผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาใช้ มุ่งเน้นไปที่ความเรียบหรูและสื่อถึงส่วนผสมหลักของสินค้าคือสีแดงเข้ม แต่ละด้านระบุถึงเนื้อหาที่ต่างกัน โดยมีตราสินค้าอยู่สองส่วน และระบุถึงวิธีการใช้งาน ส่วนผสม และข้อมูลพื้นฐานของสินค้า กล่องจะถูกตีพิมพ์ด้วย Inkjet และเคลือบ Spot UV บนตราสินค้า โดยภายในกล่องจะมีช่องสำหรับการสอดขวดบรรจุภัณฑ์ได้พอดี สะดวกสำหรับการเปิดใช้งาน เก็บรักษา (ซึ่งการยืดระยะเวลาสินค้าสามารถเก็บรักษาในอุณหภูมิห้องปกติ)

1.4.2 ตราสินค้า

ชื่อผลิตภัณฑ์ : LAMOON สื่อถึงความอ่อนโยน สดใส เนื่องจากผู้บริโภคนั้น อาจไม่รับทราบถึงคำศัพท์ภาษาไทย แต่เนื่องด้วยตลาดนั้นมีความต้องการสินค้าจากประเทศไทยเนื่องด้วยความเชื่อของชาวจีน ว่าสินค้าจากประเทศไทยนั้น มีคุณภาพที่ดีกว่าของประเทศจีนเอง

โลโก้ : LAMOON สื่อตามความหมาย หมายถึง ความนุ่มนวล

สี : แดงเข้ม สื่อถึงความหรูหรา มีระดับ (premium)

LAMOON

SLEEPING MASK

ภาพที่ 1.9 แสดงตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ LAMOON Sleeping Mask

1.4.3 ลักษณะผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์พร้อมใช้ มีคุณสมบัติช่วยให้ผิวพรรณมีความนุ่มนวล กระจ่างใสตั้งแต่ครั้งแรกที่ใช้เนื้อสัมผัสของสินค้าอ่อนขำอ่อนโยน สามารถใช้ได้ทุกเพศทุกวัย มีคุณสมบัติที่เหมาะสมต่อผู้บริโภคชาวจีน โดยเฉพาะ ผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัย เนื่องด้วยขั้นตอนของการผลิต รวมไปถึงขั้นตอนการบรรจุลงบรรจุภัณฑ์ ไม่มีการผสมสารเคมีที่อันตรายต่อผิวหนังทั้งระยะสั้นและระยะยาว เช่น สารปรอท กลูต้าไทโอน เป็นต้น อีกทั้งยังสะดวกในการใช้งานและการเก็บรักษา สามารถตอบสนองวิถีชีวิตของชาวจีนในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

1.4.4 ราคาสินค้า

ราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์นั้นถูกกำหนดโดยราคาตามตลาดของผู้บริโภคระดับกลางขึ้นไป (รายได้ 15,000 บาท/เดือน ขึ้นไป) ราคาของสินค้านั้นจะอยู่ที่ 690 บาท ราคาการสั่งซื้อสินค้านั้น จะลดลงตามจำนวนสินค้าที่สั่ง ดังตาราง

ตารางที่ 1.1 แสดงราคาสินค้า

จำนวนการสั่งซื้อ	ต้นทุน(บาท)	ส่วนลด(%)	ราคาค้าส่ง(บาท)
Buy 1	160	0	690
Buy 10	160	30	483
Buy 100	160	50	345

จากตารางจะเห็นได้ว่า การสั่งซื้อสินค้าจำนวนมาก ราคาสินค้าจะถูกลง ขึ้นอยู่กับจำนวนการสั่งซื้อในแต่ละครั้ง



ภาพที่ 1.10 ภาพผลิตภัณฑ์ LAMOON Sleeping Mask

1.4.5 คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ LAMOON มีส่วนประกอบที่สำคัญดังนี้

1. Alpha Arbutin : ช่วยให้ขาวกระจ่างใส ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. Simmondsia Chinensis (Jojoba) Seed Oil : ช่วยป้องกันการสูญเสียน้ำผ่านทางผิวหนังทำให้ผิวเนียนนุ่มจนเห็นความแตกต่างได้อย่างชัดเจนและลดรอยเหี่ยวย่น นอกจากนี้น้ำมันโจโจบายังมีสารโทโคเฟอรอล (วิตามินอี) อยู่ในระดับสูง ช่วยให้ผิวสามารถต่อต้านอนุมูลอิสระได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. Hydrogenated Olive Oil : ทำให้ผิวกระจ่างใส และกักเก็บความชุ่มชื้น
4. Tannic Acid : ยับยั้งการเจริญของแบคทีเรีย และการสลายผิว
5. Aloe Barbadensis Leaf Juice Powder : สารสกัดจากว่านหางจระเข้ ยับยั้งกระบวนการเกิดการอักเสบของผิวหนัง เร่งการผลัดเซลล์ผิว ช่วยเพิ่มความชุ่มชื้น ให้ผิวรู้สึกนุ่มสบาย ลดอาการระคายเคืองจากสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง ช่วยปกป้องผิวจากแสงแดด
6. Hydrolyzed Hyaluronic Acid : เสริมสร้างให้ผิวมีความชุ่มชื้น และลดริ้วรอย
7. Soluble Collagen : โปรรตีนที่มีคุณภาพสูงสำหรับใช้เป็นผลิตภัณฑ์ดูแลผิว ซึมซาบเข้าสู่ผิวได้ดี ช่วยปกป้องผิว และให้ความชุ่มชื้นแก่ผิว
8. Glycine Soja Protein : โปรรตีนที่ยืดเหนียวคอลลาเจนได้สองเท่าและช่วยเสริมสร้างในชั้นหนังแท้และยืดอายุได้ยาวนานขึ้น
9. Astaxanthin สารในกลุ่มแซนโทโรฟิลล์ มีความสามารถในการยับยั้งการเกิดออกซิเดชันและแสดงค่าการต้านอนุมูลอิสระสูงที่สุด ลดความแห้งและหยابกระด้างของผิวลดลง ผิวมีความชุ่มชื้นเพิ่มขึ้น ความยืดหยุ่นมากขึ้น ริ้วรอยลดลง อีกทั้งยังช่วยลดการเจริญเติบโตของแบคทีเรีย

สารสำคัญที่เป็นส่วนผสมหลัก คือ แอสต้าแซนทิน (Astaxanthin) เป็นสารสีแดง ในกลุ่มแซนโทโรฟิลล์ ตระกูลแคโรทีนอยด์ที่พบในธรรมชาติ เช่น ในปลาแซลมอน ไข่ปลาคาเวียร์ เปลือกกุ้ง เปลือกปู และสาหร่ายสีน้ำตาลคอคัสพลูวเลียลิส (Haematococcus Pluvialis) ร่างกายไม่สามารถสังเคราะห์สารชนิดนี้ได้ เราจะได้รับจากอาหารที่รับประทานเข้าไป และได้รับในปริมาณที่น้อยมาก เช่น ปลาแซลมอน 200 กรัม จะมีแอสต้าแซนทิน เพียง 1 มิลลิกรัมเท่านั้น แต่กลับพบมากในสาหร่ายเขียวแกมน้ำเงินพันธุ์ฮีมาโตคอคัส พลูวเลียลิสซึ่งมีอยู่ทั่วไปในแถบภูมิอากาศอบอุ่นทั่วโลก สาหร่ายชนิดนี้ปกติจะมีสีเขียวสมบูรณ์ดี แต่เมื่อสภาพแวดล้อมเกิดการเปลี่ยนแปลงจนไม่เอื้ออำนวยต่อการดำรงชีวิตอยู่ได้ มันจะปรับตัวเพื่อความอยู่รอดด้วยการสร้างสารสีแดงที่มีชื่อว่า

แอสต้าแซนทิน ขึ้นมาเพื่อปกป้องเซลล์ของตัวเอง โดยจะปรับตัวให้มีผนังเซลล์หนาขึ้นเพื่อสะสมสารต้านอนุมูลอิสระซึ่งให้รังควัตถุสีแดงเข้มที่เรียกว่า แอสต้าแซนทิน เพิ่มขึ้นในปริมาณสูงที่สุด

จากการวิจัยพบว่า แอสต้าแซนทิน มีคุณลักษณะโดดเด่นเป็นสารต้านอนุมูลอิสระที่เข้มข้นที่สุด โดยมีประสิทธิภาพสูงกว่าโคเอนไซม์คิวเทน 800 เท่า สูงกว่าคาทีชิน (สารสกัดจากชาเขียว) 560 เท่าสูงกว่าวิตามินซี 6,000 เท่า และสูงกว่าวิตามินอี 550

ด้วยคุณลักษณะดังกล่าว จึงมีการศึกษาทางวิทยาศาสตร์เกี่ยวกับแอสต้าแซนทินอย่างกว้างขวางเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านสุขภาพและความงามหลากหลายด้าน

1.5 กระบวนการดำเนินงาน

ในส่วนของกระบวนการและขั้นตอนในการดำเนินงาน เพื่อนำไปสู่การวางแผนการผลิตสินค้าในอนาคต มีขั้นตอนการดำเนินงานดังต่อไปนี้

1.5.1 การสำรวจความต้องการของตลาด

ขั้นตอนส่วนเริ่มต้นของทาง LAMOON คือการค้นหาคำความต้องการของตลาดประเทศจีน ซึ่งศึกษาจากบทความต่างประเทศ โดยการสรุปรวมจากข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเชิงลึก ค้นหาปัจจัยต่างๆ เช่น ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า ปัจจัยความต้องการเชิงลึก สภาพภูมิอากาศและสภาพภูมิประเทศ และนำข้อมูลเหล่านั้นไปใช้วางแผนวิธีการขาย และวิธีเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเหล่านั้น

1.5.2 สรุปผลการสำรวจข้อมูลและเตรียมข้อมูลพื้นฐาน

เมื่อได้ข้อมูลการสำรวจความต้องการของตลาดและเปรียบเทียบกับสถานะต่างๆ ภายในประเทศจีนแล้ว นำข้อมูลการสำรวจนั้นมาประเมินเพื่อหาโอกาสการเข้าตลาดของผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งวิเคราะห์ความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในธุรกิจนี้ อีกทั้งสรุปรวมเนื้อหาสำหรับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

1.5.3 พัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนของการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ทางบริษัทฯ จะทำการพัฒนาสูตรและรูปแบบผลิตภัณฑ์ร่วมกับผู้ผลิตที่มีความรู้ในแต่ละด้าน เพื่อช่วยให้เกิดความสมดุลและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุด

1. การวิจัยและพัฒนาสูตรสินค้าร่วมกับผู้ผลิตที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องของ ส่วนผสมหลัก
2. การออกแบบผลิตภัณฑ์ ว่าจ้างผู้รับจ้างออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Designer) ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามน่าสนใจ ดึงดูดผู้บริโภค โดยคัดเลือกจากประสบการณ์ในการทำงาน ความคิดสร้างสรรค์ของผลงานในอดีต

1.5.4 กระบวนการผลิตและกระจายสินค้า

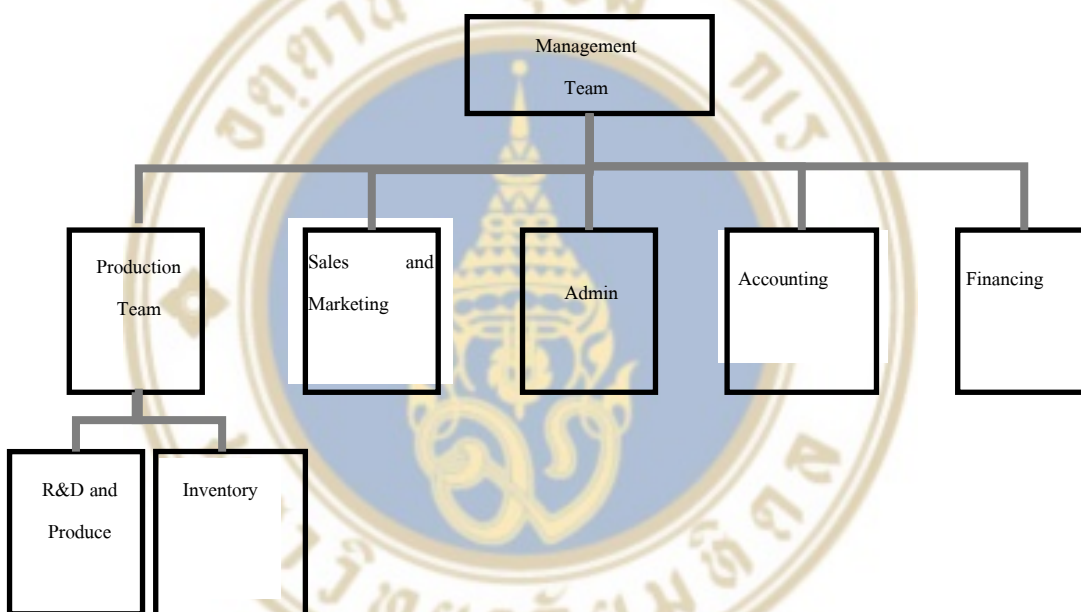
เมื่อผลิตภัณฑ์ถูกผลิตและตรวจสอบคุณภาพเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือ ขั้นตอนของการบรรจุภัณฑ์โดยใช้พนักงานชั่วคราวเป็นผู้บรรจุภัณฑ์ และกระจายสินค้าเข้าสู่ตลาด ซึ่งทาง บริษัทฯ จะเป็นผู้กระจายสินค้าไปยังจุดจำหน่ายเองทั้งหมด โดยในช่วงแรกกระจายสินค้าไปยังผู้ขายอิสระในประเทศจีน และจะเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้าด้วยการกระจายสินค้าเข้าสู่ Distributor รายใหญ่ในอนาคต อีกทั้งยังมีแผนขยายตลาดไปยังร้านค้าสะดวกซื้อและซูเปอร์มาเก็ต ที่ใกล้แหล่งสถานที่ที่คนจีนนิยมไปเที่ยวเพื่อความสะดวกในการที่คนจีนจะเห็นผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น

บทที่ 2

การจัดตั้งและบริหารองค์กรธุรกิจ

2.1 โครงสร้างการจัดผังองค์กร

ผลิตภัณฑ์ LAMOON ได้จัดระเบียบโครงสร้างในรูปแบบบุคคล ได้มีการจัดการโครงสร้างองค์กร โดยแบ่งการบริหารงานตามผังองค์กรดังนี้



ภาพที่ 2.1 ผังองค์กร

2.2 บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากร

2.2.1 Management Team

เป็นกลุ่มผู้บริหาร ซึ่งประกอบไปด้วย CEO ท่าน 3 ทำหน้าที่ดูแลภาพรวมขององค์กร โดยมีหน้าที่ต้องปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. การบริหารจัดการ ควบคุมการปฏิบัติงานของฝ่ายของบุคลากร โดยให้องค์กรดำเนินไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้
2. กำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานในแต่ละส่วนให้บรรลุตามวัตถุประสงค์
3. ตรวจสอบความถูกต้อง ปรับปรุง และแก้ไขการทำงาน อีกทั้งจำเป็นต้องดูแลภาพรวมขององค์กร และธุรกิจให้เป็นไปตามแนวทางที่บริษัทฯ กำหนด

2.2.2 Production Team

เป็นกลุ่มที่ดูแลเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการผลิตทั้งหมด โดยกำหนดตำแหน่งและหน้าที่ดังนี้

1. ฝ่ายวิจัย และฝ่ายการผลิต ศึกษา พัฒนาและควบคุมการผลิตผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีโอกาสทางธุรกิจ สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้
2. Inventory ทำหน้าที่ควบคุม ดูแลยอดการรับเข้าวาง ออก ของผลิตภัณฑ์คงคลัง-แผนการจัดการสต็อกผลิตภัณฑ์ให้มีจำนวนที่พอเหมาะ กำหนดปริมาณการผลิตของผลิตภัณฑ์และประสานงานกับทางโรงงานผลิตในแต่ละครั้ง กระจายผลิตภัณฑ์ไปยังช่องทางต่างๆ ให้ครอบคลุม พร้อมทั้งคำนวณและควบคุมค่าใช้จ่ายในการจัดส่ง

2.2.3 Sales & Marketing

1. รับผิดชอบในการติดต่อประสานงานกับลูกค้าทางธุรกิจทั้งด้านโรงงานผลิต และช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
2. ศึกษาตลาดและความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันและคาดการณ์แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคต
3. กำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเชิงรุก เพื่อที่จะขยายฐานลูกค้าและสร้างความสัมพันธ์อันดีให้แก่ลูกค้า
4. วิเคราะห์สถานการณ์ยอดขายและพัฒนาช่องทางของผลิตภัณฑ์
5. คำนวณโครงสร้างราคา วิเคราะห์ และ ควบคุมดูแลแผนกิจกรรมต่างๆ
6. จัดทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขายต่างๆ รับผิดชอบเรื่องสื่อและสิ่งพิมพ์ต่างๆ รวมถึงเครื่องมือทางการตลาดที่ใช้โปรโมทผลิตภัณฑ์และตราสินค้า

2.2.4 Administrative

1. ทำหน้าที่ประสานงานภายในองค์กร
2. จัดทำเอกสารเพื่อสนับสนุนฝ่ายการตลาดและการขายทั้งในและต่างประเทศ
3. รวบรวมและจัดทำรายงานยอดขายประจำเดือน

2.2.5 Accounting

1. ทำหน้าที่จัดเตรียมข้อมูลทางบัญชีให้เป็นไปด้วยความถูกต้อง เพื่อใช้ในการปรับแผนธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว
2. จัดทำงบการเงิน และ บริหารจัดการเรื่องภาษี รวมถึงพัฒนาระบบบัญชีให้มีความถูกต้อง
3. รับผิดชอบด้านการเงินของบริษัทฯ

2.2.6 Financing

1. ทำหน้าที่บริหารจัดการด้านเงินทุนของบริษัทฯ โดยทำงานร่วมกับแผนกบัญชีเพื่อพิจารณาโอกาสในการลงทุนเพิ่มเติมของบริษัทฯ
2. พิจารณาโอกาสทางการบริหารเงินทุนให้มีประสิทธิภาพทั้งด้านการ กู้ยืม การจ่ายดอกเบี้ย
3. วางกลยุทธ์ในการบริหารลูกหนี้ และสภาพคล่องของบริษัทฯให้เป็นอย่างดีมีประสิทธิภาพ

บทที่ 3

แผนการปฏิบัติการในการจัดตั้งธุรกิจ

3.1 เป้าหมายของการดำเนินงาน

1. เพื่อบริหารจัดการทรัพยากร ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งวัตถุดิบ, บุคลากร, พื้นที่, เงินทุน และระยะเวลา เป็นต้น
2. วัตถุดิบ การผลิต การจัดจำหน่ายและบริการ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ตามมาตรฐานและตรงตามความต้องการของลูกค้า ตามที่บริษัทฯ สื่อสารทางการตลาดออกไป
3. เพื่อให้พนักงานได้เข้าใจถึงหน้าที่และความรับผิดชอบ ของขั้นตอนในการปฏิบัติงาน และการให้บริการ

3.2 แผนงานในการดำเนินงาน

3.2.1 เลือกทำเลที่ตั้งโรงงาน และสำนักงาน

ในช่วงเริ่มต้นของการดำเนินงาน จะว่าจ้างบริษัท OEM ในการผลิตสินค้า เพื่อวางจำหน่ายในร้านขายของฝากตามที่ได้วางแผนไว้ และรวมถึงตัวแทนจำหน่ายที่จีน เพื่อคอยตอบรับของลูกค้า และประเมินแนวโน้มในอนาคตว่าเป็นไปตามที่คาดไว้หรือไม่ เมื่อสินค้าเริ่มติดตลาด และผลตอบรับจากลูกค้าดี ก็จะเริ่มสร้างโรงงานและสั่งซื้อเครื่องจักร เมื่อเข้าเดือนที่ 6 ของการดำเนินงาน ซึ่งคาดว่าจะใช้เวลาในการสร้างโรงงาน 3 เดือน โดยเลือกเช่าอาคารพาณิชย์

ตารางที่ 3.1 แสดงรายละเอียดสถานที่เช่า

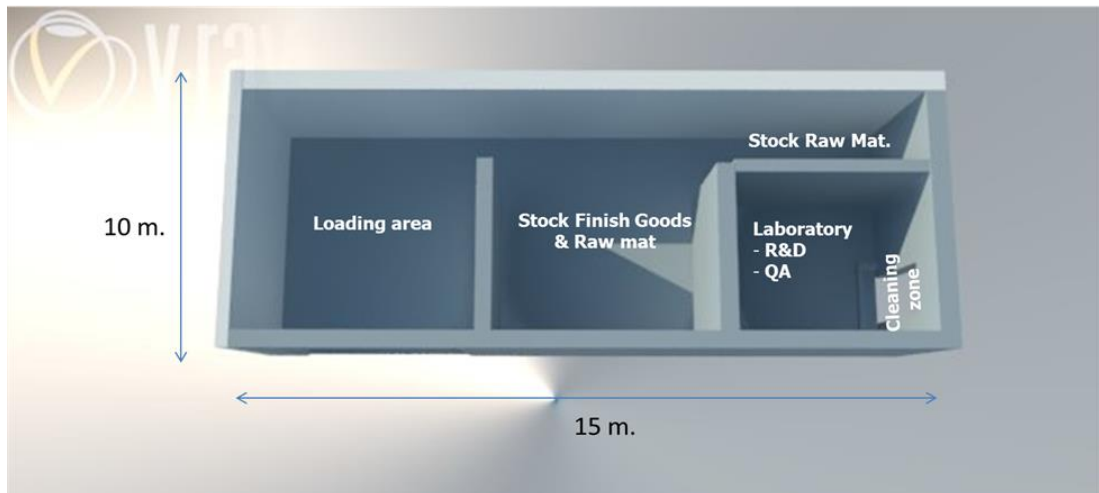
ลักษณะ	อาคารพาณิชย์ หน้ากว้างอย่างน้อย 5 เมตร ลึกอย่างน้อย 10 เมตร
ทำเล	บริเวณถนนงามวงศ์วาน เพราะสะดวกในการขนส่งวัตถุดิบ และสินค้าสำเร็จรูป
จำนวน	3 คูหา
ค่าเช่า	12,000 บาท/คูหา/เดือน/ มัดจำ 3 เดือน
สัญญาเช่า	3 -5 ปี

3.2.2 การออกแบบวางพื้นที่ใช้งานภายในโรงงาน

ประกอบด้วย

ชั้นที่ 1 Loading Area, Stock Raw Material, Finished Goods และ Laboratory

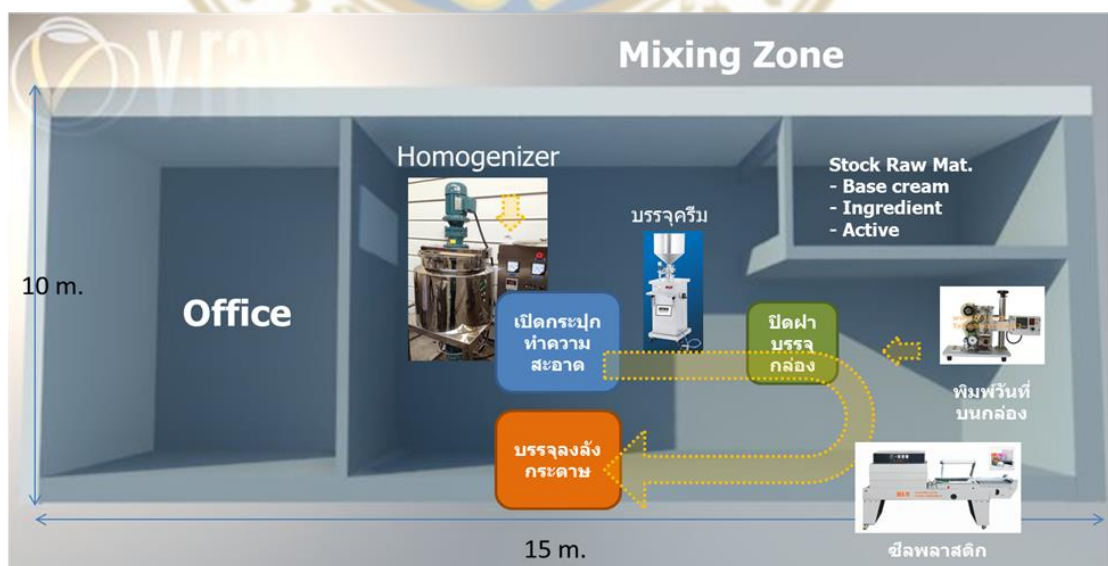
1st Floor



ภาพที่ 3.1 แสดงแผนผังโรงงานชั้นที่ 1

ชั้นที่ 2 Office, Manufacturing Area และ Stock Raw Material

2nd Floor



ภาพที่ 3.2 แสดงแผนผังโรงงานชั้นที่ 2

3.3 แผนงานด้านผลิตภัณฑ์

3.3.1 ขั้นตอนการพัฒนาสูตรครีม

1. ร่วมมือกับ บริษัท บารามิ แลบบอราทอรีส์ จำกัด เพื่อพัฒนาสูตรครีมที่ทำให้ได้ครีมที่เห็นผลดี และมีราคาที่เหมาะสม

2. ร่วมมือกับ บริษัท บารามิ แลบบอราทอรีส์ จำกัด เพื่อพัฒนาสูตรเนื้อครีม ที่ทำให้ถูกคำรู้สึกสบายผิวที่สุดในขณะมาส์กหน้า ซึ่งส่วนผสม และอัตราส่วนผสมของสารแต่ละชนิด จะทำให้ได้เนื้อครีมที่ต่างกัน ดังนี้ ความข้นของเนื้อครีม, ความเร็วในการซึม, การเกาะผิว และสี โดยพัฒนาออกมาทั้งหมด 4 สูตร



ภาพที่ 3.3 แสดงเนื้อครีมที่พัฒนาออกมา 4 สูตร

3. นำตัวอย่างครีมที่ได้ แจกให้กลุ่มทดลอง คน และให้ตอบแบบสอบถามถึง 20 ความชอบของเนื้อครีมซึ่งผลลัพธ์ที่ได้คือ ชอบเนื้อครีมหมายเลข มากที่สุด 1

4. ทำตัวอย่าง LAMOON Sleeping Mask และทดสอบกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทั้งคนจีนที่อยู่ในไทย และคนจีนที่อยู่จีน

5. ทดลองส่งสินค้าจำนวน 300 ชิ้น ไปยังประเทศจีน เพื่อพิสูจน์และยืนยันถึงความชื่นชอบในตัวสินค้า โดยทำการแจกสินค้าขนาดทดลองฟรี ให้แก่ผู้บริโภคชาวจีนโดยตรง ผ่านทางลูกค้าของบริษัทฯ พบว่า ทางลูกค้าสามารถแจกจ่ายได้กว่า 177 ชิ้น และได้รับการตอบรับจากผู้ทดลองใช้สินค้ากว่า 103 ท่าน ถึงความชื่นชอบในตัวสินค้า ว่าสินค้านี้มีคุณภาพดี และรู้สึกได้ถึงชุ่มชื้นทันทีหลังจากที่ได้ทดลองใช้ตั้งแต่ครั้งแรก และไม่มีอาการแพ้ใดๆ และทางบริษัทฯ ได้รับยอดสั่งซื้อ

สินค้าที่จำนวน 12 ชิ้น จึงเป็นการพิสูจน์ได้อย่างแท้จริงว่ายังมีความต้องการสินค้าประเภท Sleeping mask อยู่ เพื่อเพิ่มความชุ่มชื้นให้กับผิวหนังของผู้บริโภคชาวจีน



ภาพที่ 3.4 ตัวอย่างทดลอง LAMOON Sleeping Mask

3.3.2 ขั้นตอนการเลือกบรรจุภัณฑ์

1. เลือกบรรจุภัณฑ์แบบ กระจุกสุญญากาศ เพราะครีมสมัยใหม่นิยมใช้กระจุกแบบนี้ เนื่องจากนิ้วมือไม่ต้องสัมผัสกับเนื้อครีมที่อยู่ในกระจุกโดยตรง เนื้อครีมจะได้สะอาด
2. เลือกขนาด 15 ml. เพื่อให้ลูกค้าใช้หมดภายใน 1 เดือน แล้วจะได้มีการซื้อซ้ำ
3. เลือกกระจุกสีทอง และสกรีนกระจุกสีแดง เพราะเป็นสีที่คนจีนชอบ
4. ตั้งชื่อจากบริษัท เพียวคริสตัล โปรดักส์ จำกัด



ภาพที่ 3.5 บรรจุภัณฑ์ LAMOON Sleeping Mask

3.3.3 ขั้นตอนการออกแบบกล่อง

มีแนวคิดเริ่มต้นว่า ต้องการสื่อถึงสายสำหรับสีแดง และเป็นแนวเรียบหรู จึงได้ทำงานร่วมกับ Package Designer คือ คุณณัฐปภัทร์ นิต์ศน์กุล เมื่อได้แบบที่ต้องการแล้วจึง เริ่มสั่งทำกล่องกับบริษัท พียูดี ไคลท์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจเดิมอยู่แล้ว



ภาพที่ 3.6 กล่อง LAMOON Sleeping Mask

3.4 กระบวนการผลิต

กำลังการผลิต LAMOON Sleeping Mask อยู่ที่ 30,000 กระปุกต่อเดือน และมีขั้นตอนการผลิต และผู้รับผิดชอบดังนี้

ตารางที่ 3.2 แสดงขั้นตอนการผลิต และผู้รับผิดชอบ

ขั้นตอน	ผู้รับผิดชอบ
1. ประมาณการคำสั่งซื้อ	ผู้จัดการฝ่ายขาย
2. วางแผนการผลิต	ผู้จัดการฝ่ายผลิต
3. สั่งซื้อวัตถุดิบครีมกระปุก, ก่อ่ง ,	ผู้จัดการฝ่ายผลิต
4. ตรวจสอบและเช็คคุณภาพสินค้าเข้า	พนักงานควบคุมคุณภาพ
5. ขึ้นเนื้อครีม	พนักงานทำครีม
6. ทำความสะอาดกระปุก	พนักงานบรรจุ
7. บรรจุครีมลงกระปุก	พนักงานบรรจุ
8. พิมพ์เลข Lot. และวันเดือนปีผลิตบนกล่อง	พนักงานบรรจุ
9. ปิดฝาครีม แล้วบรรจุลงกล่อง	พนักงานบรรจุ
10. ซึลพลาสติก	พนักงานบรรจุ
11. ตรวจสอบคุณภาพ	พนักงานควบคุมคุณภาพ
12. บรรจุลงลัง	พนักงานบรรจุ

บทที่ 4

สมมติฐานทางการเงินและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน

จากการวางแผนงานที่ผ่านมาในเบื้องต้น สามารถนำข้อมูลที่ได้มา เพื่อใช้ในการจัดทำประมาณการทางการเงิน โดยมีการวางแผนทั้งหมด -ปี โดยปีที่ 1 เริ่มตั้งแต่เดือน มกราคม 5 ธันวาคม 2559 สำหรับการจ่ายเงินปันผล จะเริ่มจ่ายในปีที่ 6 ของการดำเนินงาน

4.1 เป้าหมายทางการเงิน

1. ออกแบบแผนและกลยุทธ์ที่เหมาะสมให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการเป็นบวก
2. ออกแบบแผนและกลยุทธ์ที่เหมาะสมให้ระยะเวลาคืนโครงการไม่เกิน ปี 3
3. สามารถบริหารจัดการด้านการเงินอย่างมีประสิทธิภาพและรักษาระดับเงินสดให้พอเพียงต่อการดำเนินงาน

4.2 ประมาณการเงินลงทุนในโครงการ

การประเมินการลงทุนในการดำเนินธุรกิจของบริษัท ลาร์มูน จำกัด คาดว่าจะต้องใช้เงินลงทุนทั้งหมด 12,428,000 บาท โดยแบ่งเป็นแหล่งเงินทุนจากเจ้าของ 50% คือ 6,214,000 บาท และจากการกู้เงินอีก 50% คือ 6,214,000 บาท

ตารางที่ 4.1 แสดงการประมาณการเงินลงทุนในโครงการ

หน่วย : บาท

รายการ	รวม	แหล่งที่มาของเงินลงทุน	
		เงินลงทุน	เงินกู้
ที่ดินและการปรับปรุง	108,000	54,000	54,000
สิ่งปลูกสร้าง	1,000,000	500,000	500,000
เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	1,700,000	850,000	850,000
ยานพาหนะ	2,800,000	1,400,000	1,400,000
อุปกรณ์สำนักงาน	117,000	58,500	58,500
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	131,000	65,500	65,500
เงินทุนหมุนเวียน	6,572,000	3,286,000	3,286,000
รวม	12,428,000	6,214,000	6,214,000

ตารางที่ 4.2 แสดงรายละเอียดการใช้ไปของเงินทุนในการเริ่มต้น

ที่ดินและการปรับปรุง

หน่วย : บาท

รายการ	บาทต่อคูหา	จำนวนคูหา	จำนวนเงิน
เงินมัดจำอาคารพาณิชย์ 3 เดือน	36,000	3	108,000

สิ่งปลูกสร้าง

หน่วย : บาท

รายการ	จำนวนเงิน
ตกแต่งภายใน ,ปรับปรุงระบบประปา และระบบไฟฟ้า	1,000,000

เครื่องจักรอุปกรณ์

หน่วย : บาท

รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวนหน่วย	จำนวนเงิน
เครื่อง Homogenizer	1,000,000	1	1,000,000
เครื่องบรรจุครีม	100,000	1	100,000
เครื่องซีลพลาสติก	300,000	1	300,000
เครื่องพิมพ์วันที่	100,000	1	100,000
อุปกรณ์ทำครีมอื่นๆ	200,000	1	200,000
รวม			1,700,000

ยานพาหนะ

หน่วย : บาท

รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวนหน่วย	จำนวนเงิน
รถกระบะอีซูซุ	700,000	4	2,800,000

อุปกรณ์สำนักงาน

หน่วย : บาท

รายการ	ราคาต่อหน่วย	จำนวนหน่วย	จำนวนเงิน
คอมพิวเตอร์	15,000	3	45,000
โทรศัพท์บ้าน	500	2	1,000
โทรศัพท์มือถือ	8,000	6	48,000
ชุดโต๊ะและเก้าอี้	5,000	3	15,000
เครื่องพิมพ์	3,000	1	3,000
เครื่องเขียนและเครื่องคำนวณ	3,000	1	3,000
เบ็ดเตล็ด	2,000	1	2,000
รวม			117,000

ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงาน

หน่วย : บาท

รายการ	จำนวนเงิน
ค่าจัดตั้งบริษัทฯ	23,000
ค่าขอขึ้นทะเบียนเครื่องสำอาง	3,000
ค่าออกแบบบรรจุภัณฑ์	5,000
ค่าวิจัยค้นคว้า	50,000
ค่าใช้จ่ายในการติดต่อประสานงาน	30,000
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	20,000
รวม	131,000

4.3 การจัดทำงบประมาณทางการเงิน

4.3.1 ประมาณการแหล่งที่มาของรายได้

ยอดขายมีมาจาก 2 ช่องทางหลัก ดังนี้

ช่องทางที่ 1 คือ ร้านขายของฝากชาวจีน โดยทางช่องทางนี้ได้มีการลองฝากขายตั้งแต่วันที่ 25 ตุลาคม 2558 ถึงวันที่ 18 พฤศจิกายน 2558 รวมเป็นเวลาทั้งหมด 25 วัน ซึ่งสามารถขายได้ทั้งหมด 35 กระปุก คิดเป็นค่าเฉลี่ยดังนี้

$$\text{Average sales} = 35 / 25 = 1.4 \text{ pcs/day/location}$$

$$= 1.4 \text{ pcs} \times 30 \text{ days} = 42 \text{ pcs/month/location}$$

ทางบริษัทฯ คาดหวังว่าจะวางขายทั้งหมด ร้านค้า ดังนั้นยอดขายจากช่องทางที่ 1 30

$$\text{Sale Expectation} = 30 \times 42 = 1,260 \text{ pcs/month}$$

ช่องทางที่ 2 คือ ตัวแทนจำหน่ายอิสระ โดยจากประสบการณ์ที่เคยส่งสินค้าไปขายที่จีน พบว่าสำหรับสินค้าที่เปิดตัวใหม่ ยอดขายที่ตัวแทนจำหน่ายสามารถขายได้ขั้นต่ำอยู่ที่ 500 กระปุกต่อคนต่อเดือน ซึ่งทางบริษัทฯ คาดหวังว่าจะมีตัวแทนจำหน่ายหน้าอิสระทั้งหมด 10 คน ดังนั้นยอดขายจากช่องทางที่ 2

$$\text{Sale Expectation} = 500 \times 10 = 5,000 \text{ pcs/month}$$

$$\text{ยอดขายทั้งหมด Total Sale} = 1,260 + 5,000 = 6,260 \text{ pcs/month}$$

ดังนั้นประมาณการยอดขายปีแรกจะอยู่ที่ 75,120 กระปุก

สำหรับยอดขายในปีถัดๆมา คำนวณจากประสบการณ์ในตลาดครีม

อัตราการเติบโตปีที่ 1-2 = 100%

อัตราการเติบโตปีที่ 2-3 = 30%

อัตราการเติบโตปีที่ 3-4 = 20%

อัตราการเติบโตปีที่ 4-5 = 20%

ตารางที่ 4.3 แสดงยอดขายรายปี

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
อัตราการเติบโต (%)		100	30	20	20
ยอดขาย (กระปุก)	75,120	150,240	195,312	234,374	281,249
ราคาขาย	345	345	345	345	345
ยอดขาย (บาท)	25,916,400	51,832,800	67,382,640	80,859,168	97,031,002

4.3.2 ประมาณการต้นทุนและค่าใช้จ่าย

4.3.2.1 ต้นทุนสินค้า จะประกอบด้วยกัน 3 ส่วน คือ

1. เนื้อมะพร้าว 80 บาท/กระปุก

2. คุกกี้+สตรอว์เบอร์รี่ 50 บาท/กระปุก

3. กล่อง+ซีลพลาสติก 30 บาท/กระปุก

รวม 160 บาท/กระปุก

ตารางที่ 4.4 แสดงต้นทุนสินค้า (ต่อปี)

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย (กระปุก)	75,120	150,240	195,312	234,374	281,249
ต้นทุนสินค้า (บาท/กระปุก)	160	160	160	160	160
ต้นทุนสินค้า (บาท)	12,019,200	24,038,400	31,249,920	37,499,904	44,999,885

4.3.2.2 ต้นทุนแรงงานในการผลิต

ต้นทุนแรงงานในการผลิตประกอบไปด้วยพนักงานทำครีม, พนักงานควบคุมคุณภาพ และพนักงานงานบรรจุ ซึ่งจะมีการเพิ่มจำนวนพนักงาน และมีการปรับเงินเดือนพนักงานเพิ่มขึ้น 5% ทุกปี โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.5 แสดงต้นทุนแรงงานในการผลิต (ต่อปี)

หน่วย : บาท

เงินเดือน บาทเดือน/	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
30,000	พนักงานทำครีม	1	1	1	1	1
20,000	พนักงานควบคุมคุณภาพ	1	2	2	2	2
15,000	พนักงานบรรจุ	3	6	6	6	6
	ค่าแรงในการผลิต	1,140,000	2,016,000	2,116,800	2,222,640	2,333,772

4.3.2.3 ต้นทุนแรงงานในการขายและบริหาร

ต้นทุนแรงงานในการขายและบริหาร จะมีการเพิ่มพนักงานในส่วนพนักงานขาย และพนักงานส่งของให้มากขึ้น และจะมีการปรับเงินเดือนพนักงานเพิ่มขึ้น 5% ทุกปี โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.6 แสดงต้นทุนแรงงานในการขายและบริหาร (ต่อปี)

หน่วย : บาท

เงินเดือน บาทเดือน/ ตำแหน่ง	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
50,000	กรรมการผู้จัดการ	1	1	1	1	1
40,000	ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	1	1	1	1	1
40,000	ผู้จัดการฝ่ายการผลิต	1	1	1	1	1
25,000	พนักงานขาย	3	3	3	3	3
15,000	พนักงานส่งของ	2	2	2	2	2
15,000	พนักงานทำความสะอาด	1	1	1	1	1
	ค่าแรงในการขายและบริหาร	3,000,000	2,772,000	3,307,500	3,472,875	3,646,519

4.3.2.4 ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร

ตารางที่ 4.7 แสดงต้นทุนค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (ต่อปี)

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าจ้างทำบัญชี	12,000	12,000	12,000	12,000	12,000
ค่าโทรศัพท์	96,000	96,000	96,000	96,000	96,000
ค่าน้ำมัน	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000
ค่าน้ำไฟ ส่วนกลาง	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
รวม	624,000	624,000	624,000	624,000	624,000

4.3.2.5 ต้นทุนค่าใช้จ่ายทางการตลาด

มีรายละเอียดในการคิดดังนี้

1. ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์ กำหนดให้เป็น 10% ของยอดขาย
2. Commission sale บริษัทฯ 20 บาท/กระปุก(ที่จำหน่ายที่ร้านของฝาก)
3. Commission พนักงานร้าน 50 บาท/กระปุก(ที่จำหน่ายที่ร้านของฝาก)
4. Commission ไกด์ทัวร์ 50 บาท/กระปุก(ที่จำหน่ายที่ร้านของฝาก)

ตารางที่ 4.8 แสดงต้นทุนค่าใช้จ่ายทางการตลาด (ต่อปี)

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าโฆษณา ประชาสัมพันธ์	2,591,640	5,183,280	6,738,264	8,085,917	9,703,100
commission sale ของบริษัทฯ	302,400	604,800	622,944	747,533	897,039
commission พนักงานร้านของฝาก	756,000	1,512,000	1,557,360	1,868,832	2,242,598
commission ไกด์ทัวร์	756,000	1,512,000	1,557,360	1,868,832	2,242,598
รวม	4,406,040	8,812,080	10,475,928	12,571,114	15,085,336

4.3.2.6 ต้นทุนค่าโสหุ้ยในการผลิต

มีรายละเอียดในการคิดดังนี้

1. ค่าเช่าตึกแถว จำนวน 3 คูหา คูหาละ 12,000 บาทต่อเดือน
2. ค่าไฟฟ้า 10,000 บาทต่อเดือน และเพิ่มขึ้นตามยอดขาย
3. ค่าน้ำ 1,000 บาทต่อเดือน และเพิ่มขึ้นตามยอดขาย
4. ค่า internet 700 บาทต่อเดือน

ตารางที่ 4.9 แสดงต้นทุนค่าโสหุ้ยในการผลิต (ต่อปี)

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าเช่าตึก	432,000	432,000	432,000	432,000	432,000
ค่าไฟฟ้า	120,000	240,000	312,000	374,400	449,280
ค่าน้ำ	12,000	24,000	31,200	37,440	44,928
ค่า internet	8,400	8,400	8,400	8,400	8,400
รวม	572,400	704,400	783,600	852,240	934,608

4.3.2.7 ต้นทุนอื่น ๆ

สมมติฐานทางการเงิน

1. อัตราภาษีเงินได้ร้อยละ 20 ต่อปี
2. ค่าเสื่อมราคาของสิ่งปลูกสร้าง และเครื่องจักร คิด 10 ปี

3. ค่าเสื่อมราคายานพาหนะ, อุปกรณ์สำนักงาน และค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินการคิด 5 ปี

4. บริษัทชำระค่าวัสดุและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ด้วยเงินสด ไม่มีเจ้าหนี้การค้า

5. บริษัทไม่มีลูกหนี้การค้า

6. บริษัทมีการ Stock วัตถุดิบ 1 เดือน และ สต็อกสินค้า 1 เดือน

7. การผ่อนชำระเงินกู้ คิด 5 ปี

8. ดอกเบี้ยเงินกู้ 12.87% ต่อปี อ้างอิงจากอัตราเงินกู้เพื่อทำธุรกิจธนาคารกสิกรไทย

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเสื่อมในการผลิต (ต่อปี)

หน่วย : บาท

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สิ่งปลูกสร้าง	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
เครื่องจักรอุปกรณ์	170,000	170,000	170,000	170,000	170,000
รวม	270,000	270,000	270,000	270,000	270,000

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร (ต่อปี)

หน่วย : บาท

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยานพาหนะ	560,000	560,000	560,000	560,000	560,000
อุปกรณ์สำนักงาน	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
รวม	609,600	609,600	609,600	609,600	609,600

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าใช้จ่ายในการ Stock สินค้าสำเร็จรูป (ต่อปี)

หน่วย : บาท

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	1,166,800	2,252,400	2,868,360	3,403,732	4,044,855
สต็อกสินค้าสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้น	1,166,800	1,085,600	615,960	535,372	641,123

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าใช้จ่ายในการ Stock วัตถุดิบ (ต่อปี)

หน่วย : บาท

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สต็อกวัตถุดิบ	1,001,600	2,003,200	2,604,160	3,124,992	3,749,990
สต็อกวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น	1,001,600	1,001,600	600,960	520,832	624,998

4.3.3 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

บริษัท ลาร์มูน จำกัด คาดว่าจะมีกำไรสุทธิในปีแรกของการดำเนินการ 1,980,335 บาท และเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในปีถัดไปจากการขยายตลาด โดยแสดงดังตาราง



ตารางที่ 4.14 แสดงงบกำไรขาดทุน (ต่อปี)

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ยอดขาย	25,916,400	51,832,800	67,382,640	80,859,168	97,031,002
ต้นทุนขาย					
- วัสดุคืบ	12,019,200	24,038,400	31,249,920	37,499,904	44,999,885
- แรงงานในการผลิต	1,140,000	2,016,000	2,116,800	2,222,640	2,333,772
- ค่าเสื่อมราคาในการผลิต	270,000	270,000	270,000	270,000	270,000
- ค่าสูญหายในการผลิต	572,400	704,400	783,600	852,240	934,608
รวมต้นทุนขาย	14,001,600	27,028,800	34,420,320	40,844,784	48,538,265
กำไรขั้นต้น	11,914,800	24,804,000	32,962,320	40,014,384	48,492,737
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร					
- แรงงานในการขายและบริหาร	3,000,000	2,772,000	3,307,500	3,472,875	3,646,519
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	609,600	609,600	609,600	609,600	609,600
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	4,406,040	8,812,080	10,475,928	12,571,114	15,085,336
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	624,000	624,000	624,000	624,000	624,000
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	8,639,640	12,817,680	15,017,028	17,277,589	19,965,455
กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้	3,275,160	11,986,320	17,945,292	22,736,795	28,527,282
ดอกเบี้ยจ่าย	799,742	639,793	479,845	319,897	159,948
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	2,475,418	11,346,527	17,465,447	22,416,899	28,367,333
ภาษีเงินได้	495,084	2,269,305	3,493,089	4,483,380	5,673,467
กำไรสุทธิ	1,980,335	9,077,221	13,972,358	17,933,519	22,693,867

ตารางที่ 4.15 แสดงประมาณการงบกระแสเงินสด (ต่อปี)

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
แหล่งที่มาของเงินลงทุน					
- เงินลงทุน	6,214,000	-	-	-	-
- เงินกู้ยืม	6,214,000	-	-	-	-
- ยอดขาย	25,916,400	51,832,800	67,382,640	80,859,168	97,031,002
- เจ้าหน้าที่การค้าที่เพิ่มขึ้น	1,001,600	1,001,600	600,960	520,832	624,998
รวมแหล่งที่มา (ก)	39,346,000	52,834,400	67,983,600	81,380,000	97,656,000
แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน					
- เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	5,856,000	-	-	-	-
- ต้นทุนขาย ไม่รวมค่าเสื่อมราคา -	13,731,600	26,758,800	34,150,320	40,574,784	48,268,265
- ค่าใช้จ่ายในการขายฯ ไม่รวมค่าเสื่อม-	8,030,040	12,208,080	14,407,428	16,667,989	19,355,855
- ดอกเบี้ยจ่าย	799,742	639,793	479,845	319,897	159,948
- ภาษีเงินได้	495,084	2,269,305	3,493,089	4,483,380	5,673,467
- ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	2,159,700	2,159,700	1,295,820	1,123,044	1,347,653
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูปที่เพิ่มขึ้น	1,166,800	1,085,600	615,960	535,372	641,123
- สต็อกวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น	1,001,600	1,001,600	600,960	520,832	624,998
- ชำระคืนเงินกู้	1,242,800	1,242,800	1,242,800	1,242,800	1,242,800
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข)	34,483,365	47,365,679	56,286,222	65,468,097	77,314,110
เงินสดคงเหลือ ต้นงวด -	-	4,862,635	10,331,356	22,028,733	37,940,636
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ข-ก)	4,862,635	5,468,721	11,697,378	15,911,903	20,341,890
เงินสดคงเหลือ ปลายงวด -	4,862,635	10,331,356	22,028,733	37,940,636	58,282,527

4.3.4 ประมาณการงบดุล

การประมาณการงบดุล แสดงให้เห็นถึงมูลค่าทรัพย์สิน หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้นที่คาดว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงในแต่ละปี ซึ่งในการดำเนินการปีแรกมีสินทรัพย์รวม 14,167,135 บาท

ตารางที่ 4.16 แสดงการประมาณการงบดุล (ต่อปี)

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	4,862,635	10,331,356	22,028,733	37,940,636	58,282,527
- ลูกหนี้การค้า	2,159,700	4,319,400	5,615,220	6,738,264	8,085,917
- สต็อกสินค้าสำเร็จรูป	1,166,800	2,252,400	2,868,360	3,403,732	4,044,855
- สต็อกวัตถุดิบ	1,001,600	2,003,200	2,604,160	3,124,992	3,749,990
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	9,190,735	18,906,356	33,116,473	51,207,624	74,163,289
สินทรัพย์ถาวร					
- ที่ดินและการปรับปรุง	108,000	108,000	108,000	108,000	108,000
- สิ่งปลูกสร้าง	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
- เครื่องจักรอุปกรณ์	1,700,000	1,700,000	1,700,000	1,700,000	1,700,000
- ยานพาหนะ	2,800,000	2,800,000	2,800,000	2,800,000	2,800,000
- อุปกรณ์สำนักงาน	117,000	117,000	117,000	117,000	117,000
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	131,000	131,000	131,000	131,000	131,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	5,856,000	5,856,000	5,856,000	5,856,000	5,856,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	879,600	1,759,200	2,638,800	3,518,400	4,398,000
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	4,976,400	4,096,800	3,217,200	2,337,600	1,458,000
รวมสินทรัพย์	14,167,135	23,003,156	36,333,673	53,545,224	75,621,289

ตารางที่ 4.16 แสดงการประมาณการงบดุล (ต่อปี) (ต่อ)

หน่วย : บาท

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
หนี้สินหมุนเวียน					
- เจ้าหนี้การค้า	1,001,600	2,003,200	2,604,160	3,124,992	3,749,990
รวมหนี้สินหมุนเวียน	1,001,600	2,003,200	2,604,160	3,124,992	3,749,990
หนี้สินระยะยาว	4,971,200	3,728,400	2,485,600	1,242,800	-
รวมหนี้สิน	5,972,800	5,731,600	5,089,760	4,367,792	3,749,990
ส่วนของผู้ถือหุ้น					
- เงินลงทุน	6,214,000	6,214,000	6,214,000	6,214,000	6,214,000
- กำไรสะสม	1,980,335	11,057,556	25,029,913	42,963,432	65,657,299
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	8,194,335	17,271,556	31,243,913	49,177,432	71,871,299
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	14,167,135	23,003,156	36,333,673	53,545,224	75,621,289

4.4 การคำนวณหาต้นทุนเงินทุน

โครงการนี้ มีสัดส่วนในการลงทุน เป็นเงินกู้ 50% และเงินลงทุนส่วนตัวอีก 50% ซึ่งจะสามารถคำนวณหาอัตราต้นทุนถั่วเฉลี่ย ได้ดังนี้

$$WACC = w_d r_d (1-T) + w_e r_e$$

r_e หาได้จากการคำนวณจากสูตร CAPM ดังนี้

$$CAPM = r_{RF} + (r_M - r_{RF})b$$

คำนวณหาค่าวัดความเสี่ยง (Beta : b) ได้จาก Hamada's Equation

$$b_L = b_U [1 + (1-T)(D/S)]$$

$$b_L = 1.0 [1 + (1-0.2)(50\%/50\%)]$$

$$b_L = 1.8$$

$$\text{ค่า } r_{RF} = 1.75\%$$

เลือกจากผลตอบแทนที่ใกล้เคียงกับอายุของโครงการ 5.12 ปี (โครงการอายุ 5ปี)

ที่มา : <http://www.thaibma.or.th/PriceYield.html>



[Home](#) > Price & Yield > Quotation > Government Bonds Quoted

Treasury Bills		Government Bonds		State Owned Enterprise Bonds		State Agency Bonds		Corporate Bonds		Foreign Bonds	
Government Bonds Quoted Yields										Historical Quoted Yield >> 19/02/2016 <input type="text"/> Go! (dd/mm/yyyy)	
19 February 2016											
Bond	Coupon	Maturity	TTM (Yrs.)	Quoted Date	Quoted Yield(%)						
ILB217A	1.2	14-Jul-21	5.40	19-Feb-16	2.130000						
ILB283A	1.25	12-Mar-28	12.07	19-Feb-16	2.321429						
LB167A	5.4	27-Jul-16	0.44	19-Feb-16	1.461350						
LB176A	3.25	16-Jun-17	1.32	19-Feb-16	1.371726						
LB170A	2.8	10-Oct-17	1.64	19-Feb-16	1.468216						
LB183B	5.125	13-Mar-18	2.06	19-Feb-16	1.477167						
LB191A	5.625	12-Jan-19	2.90	19-Feb-16	1.509688						
LB193A	3.45	08-Mar-19	3.05	19-Feb-16	1.514308						
LB196A	3.875	13-Jun-19	3.32	19-Feb-16	1.495714						
LB206A	2.55	26-Jun-20	4.35	19-Feb-16	1.584286						
LB213A	5.85	31-Mar-21	5.12	19-Feb-16	1.747946						
LB21DA	3.65	17-Dec-21	5.83	19-Feb-16	1.690000						
LB236A	3.625	16-Jun-23	7.33	19-Feb-16	1.890000						
LB24DA	4.75	20-Dec-24	8.84	19-Feb-16	2.028406						
LB25DA	3.85	12-Dec-25	9.82	19-Feb-16	2.023095						
LB27DA	3.58	17-Dec-27	11.83	19-Feb-16	2.267917						

$$RP_M = 2.38\%$$

ที่มา http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/ctryprem.html

Thailand Country Risk Premium (based on rating) 2.38%

$$r_M = 4.13\%$$

จากสูตร

$$RP_M = r_M - r_{RF}$$

$$2.38 = r_M - 1.75$$

$$r_M = 2.38 + 1.75 = 4.13$$

r_d คือ อัตราเงินกู้เพื่อทำธุรกิจธนาคารกสิกร 12.87%

ที่มา : <http://www.kasikornbank.com/TH/RatesAndFees/Lending/Pages/Lending.aspx>

สินเชื่อเพื่อการประกอบธุรกิจ

อัตราดอกเบี้ยอ้างอิง	O/D	Revolving	ระยะสั้น (< 1 ปี)	ระยะยาว (> 1 ปี)
7. อัตราดอกเบี้ยสูงสุดกรณีปกติ	MRR+5 (=ร้อยละ 12.87)	MRR+5 (=ร้อยละ 12.87)	MRR+5 (=ร้อยละ 12.87)	MRR+5 (=ร้อยละ 12.87)
8. อัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืมที่ปฏิบัติผิดเงื่อนไข หรือผิดนัดชำระหนี้และอัตราดอกเบี้ยกู้เบิกเงินเกินบัญชีโดยไม่มีสัญญา หรือส่วนที่เกินวงเงินตามสัญญา	ร้อยละ 15.00	ร้อยละ 15.00	ร้อยละ 15.00	ร้อยละ 15.00

สินเชื่อเพื่อการเกษตร

อัตราดอกเบี้ยอ้างอิง	O/D	Revolving	ระยะสั้น (≤ 1 ปี)	ระยะยาว (> 1 ปี)
7. อัตราดอกเบี้ยสูงสุดกรณีปกติ	MRR+1.5 (=ร้อยละ 9.37)	MRR+1.5 (=ร้อยละ 9.37)	MRR+1.5 (=ร้อยละ 9.37)	MRR+1.5 (=ร้อยละ 9.37)
8. อัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืมที่ปฏิบัติผิดเงื่อนไข หรือผิดนัดชำระหนี้และอัตราดอกเบี้ยกู้เบิกเงินเกินบัญชีโดยไม่มีสัญญา หรือส่วนที่เกินวงเงินตามสัญญา	ร้อยละ 15.00	ร้อยละ 15.00	ร้อยละ 15.00	ร้อยละ 15.00

สินเชื่อเพื่อการประกอบธุรกิจ โครงการสินเชื่อที่ไม่ต้องแสดงหลักทรัพย์กสิกรไทย

อัตราดอกเบี้ยอ้างอิง	O/D	Revolving	ระยะสั้น (≤ 1 ปี)	ระยะยาว (> 1 ปี)
7. อัตราดอกเบี้ยสูงสุดกรณีปกติ	MRR+11 (=ร้อยละ 18.87)			MRR+9 (=ร้อยละ 16.87)
8. อัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืมที่ปฏิบัติผิดเงื่อนไข หรือผิดนัดชำระหนี้และอัตราดอกเบี้ยกู้เบิกเงินเกินบัญชีโดยไม่มีสัญญา หรือส่วนที่เกินวงเงินตามสัญญา	MRR+15 (=ร้อยละ 22.87)			MRR+15 (=ร้อยละ 22.87)

การคำนวณหา WACC โดยใช้สูตร CAPM

$$CAPM = r_{RF} + (r_M - r_{RF})b$$

$$[b = 1.8, r_{RF} = 1.75\%, r_M = 4.13\%]$$

$$r_e = 1.75\% + (4.13\% - 1.75\%)1.8$$

$$= 6.03\%$$

ดังนั้น ต้นทุนเงินทุนของโครงการจากส่วนของทุน (r_e) = 6.03

$$WACC = w_d r_d (-1T) + w_e r_e$$

$$= [(0.5 \times 12.87\%)(1-0.2)] + (0.5 \times 6.03\%)$$

$$= 5.148\% + 3.015\%$$

$$= 8.163\%$$

4.5 การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนและจุดคุ้มทุน

ตารางที่ 4.17 แสดงผลตอบแทนของโครงการ

รายการ	มูลค่า
เงินลงทุนเริ่มต้น	12,428,000 บาท
ยอดขายปีแรก	25,916,400 บาท
กำไรปีแรก	1,980,335 บาท
มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV)	33,678,269 บาท
อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR)	68.27 %
ระยะเวลาคืนทุน (PB)	2 ปี
WACC	8.16%

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะในการลงทุน

5.1 บทสรุปธุรกิจ

ธุรกิจเครื่องสำอางเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูงมากในตลาดจีน ดังนั้นการที่ผลิตภัณฑ์ LAMOON Sleeping Mask จะสามารถเข้ามาแข่งขันในตลาดนี้และยืนอยู่ได้อย่างมั่นคงต้องประกอบด้วยปัจจัยหลายอย่าง ซึ่งสิ่งที่บริษัทฯ อยากจะทำให้ผู้บริโภครับรู้ก็คือ ผลิตภัณฑ์ LAMOON Sleeping Mask เป็นผลิตภัณฑ์ที่เห็นผลลัพธ์ชัดเจน มีราคาที่เหมาะสม และไว้ใจได้เรื่องคุณภาพ ซึ่งนอกจากจะทำให้เกิดการบอกต่อแล้ว ยังจะเกิด Brand Royalty และทำให้ผู้บริโภคกลับมาซื้อซ้ำในผลิตภัณฑ์ตัวเดิม หรือสินค้าที่จะออกใหม่ในอนาคตอีกด้วย

ผู้จำหน่ายอิสระที่จีนก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จะทำให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นทางบริษัทฯ จึงต้องหาผู้จำหน่ายอิสระเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ หรือเปลี่ยนจากลูกค้าให้กลายมาเป็นผู้จำหน่ายอิสระ เพื่อให้สินค้าสามารถกระจายได้ครอบคลุมทั่วประเทศจีน

5.2 ข้อเสนอแนะในการลงทุน

ธุรกิจนี้มีการลงทุนค่อนข้างสูง เพราะต้องมีการสร้างโรงงานผลิต และต้องมีการส่งสินค้าไปที่จีน เรื่องของลูกหนี้การค้าจะต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ เพราะไม่สามารถจะไปตามเก็บหนี้ได้ ดังนั้นจึงไม่ควรมีลูกหนี้การค้า และพยายามผลักดันยอดขายผ่านร้านค้าขายของฝากในช่วงแรกก่อน เพื่อเอาเงินมาหมุนเวียนในธุรกิจ พอสินค้าเริ่มมีชื่อเสียง การส่งสินค้าให้ผู้จำหน่ายอิสระ ก็จะสามารถเก็บเงินสดก่อนได้ง่าย

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. 2555. “สถิตินักท่องเที่ยวชาวจีน”. (ระบบออนไลน์). สืบค้นวันที่ 17 เมษายน 2555, จาก <http://www.tourism.go.th/>
- โครงสร้างผิวหนัง. (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก : <http://www.eucerin.co.th/about-skin/basic-skin-knowledge/skin-structure-and-function> (วันที่ค้นข้อมูล: 1 กุมภาพันธ์ 2559)
- นักท่องเที่ยวจีนกระเป๋านัก. (2558). เข้าถึงได้จาก : <http://www.dailynews.co.th/economic/324108> (วันที่ค้นข้อมูล: 6 พฤศจิกายน 2558)
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. 2552. “พฤติกรรมกรบริโภค ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ชาวจีน”. วารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ. ฉบับที่ 1. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2552, จาก <http://www.ttresearch.org>
- มายะ พุจิตะ. (2554). เคล็ดลับผิวใสสไตล์ญี่ปุ่น. (แปลจากเรื่อง Skin Care no Sobokuna Gimon “Zubatto” Kaiketsu โดย เสาวนีย์ ภัทรากาญจน์). กรุงเทพมหานคร: บริษัท แอควีพรินติ้ง จำกัด.
- มิ่งสรรพ ขาวสอาด, สุเมธ พงษ์ฤดี, จักริ เตชะวาริ, เกษรินทร์ พรหมเป็ง และอาภาภรณ์ สุน พรหม. 2553. รายงานการสำรวจพฤติกรรม นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- รศ.ดร.อรัญญา มโนสร้อย และ ผศ.ดร.จิระเดช มโนสร้อย. (2537). เครื่องสำอาง เล่มที่ 4. (หน้า 230, 231,260). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- รศ. ดร.อรัญญา มโนสร้อย. (2558). ผลิตภัณฑ์ทางผิวหนัง. เอกสารประกอบการเรียนการสอน คณะวิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- ส่งออกเครื่องสำอาง อีกช่องทางธุรกิจไทย. (2558). เข้าถึงได้จาก : <http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/interesting-facts> (วันที่ค้นข้อมูล: 6 พฤศจิกายน 2558)
- สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2558 (จำแนกตามสัญชาติและถิ่นที่อยู่). (2558). เข้าถึงได้จาก : <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/24710> (วันที่ค้นข้อมูล: 6 พฤศจิกายน 2558)

บรรณานุกรม(ต่อ)

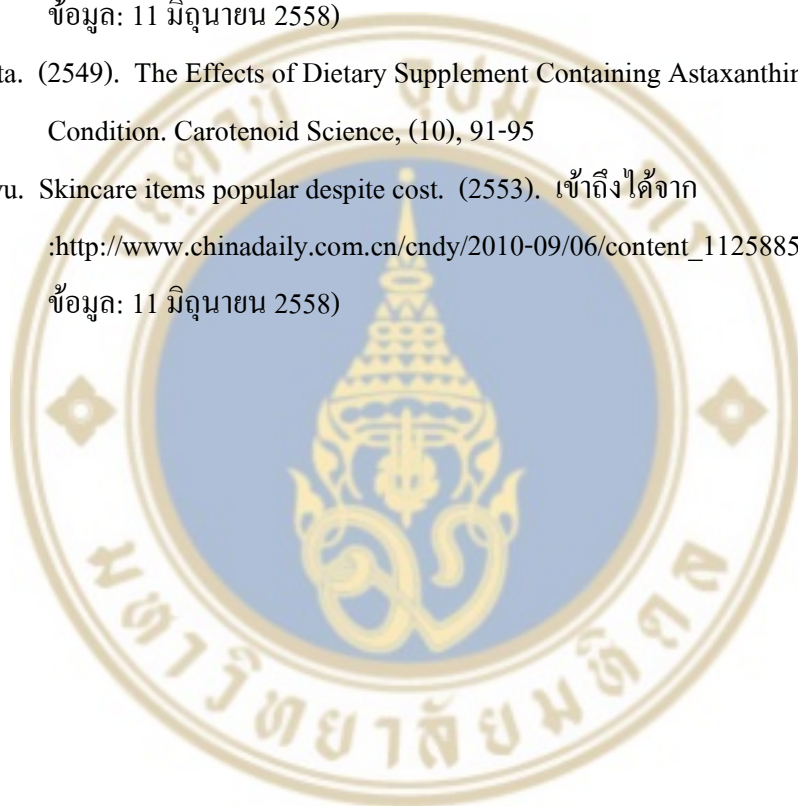
หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตเครื่องสำอาง (Good Manufacturing Practice:GMP). เข้าถึงได้จาก : <http://e-cosmetic.fda.moph.go.th/> (วันที่ค้นข้อมูล: 6 พฤศจิกายน 2558)

China Online Cosmetics Market Overview. (2557). เข้าถึงได้จาก :

<http://www.chinainternetwatch.com/8459/online-cosmetics-april-2014> (วันที่ค้นข้อมูล: 11 มิถุนายน 2558)

Yamashita. (2549). The Effects of Dietary Supplement Containing Astaxanthin on Skin Condition. Carotenoid Science, (10), 91-95

Yu Tianyu. Skincare items popular despite cost. (2553). เข้าถึงได้จาก :http://www.chinadaily.com.cn/cndy/2010-09/06/content_11258857.htm (วันที่ค้นข้อมูล: 11 มิถุนายน 2558)

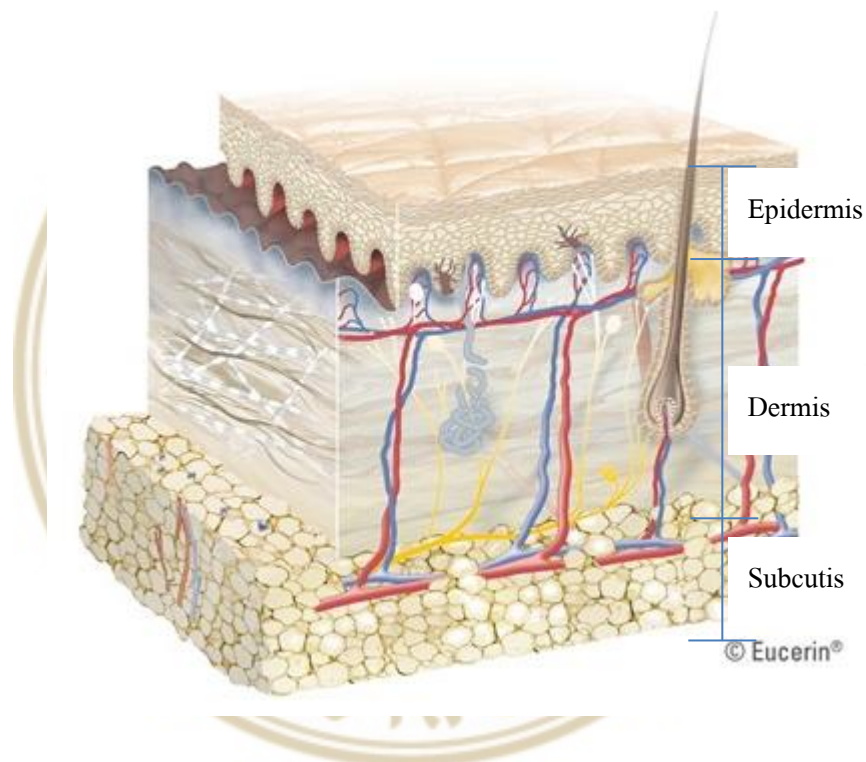


ภาคผนวก



ภาคผนวก ก โครงสร้างผิวหนัง

ผิวหนังประกอบด้วย 3 ชั้น ได้แก่ ชั้นหนังกำพร้า (Epidermis), ชั้นหนังแท้ (Dermis) และชั้นไขมัน (Subcutis) ในแต่ละชั้นจะแบ่งเป็นชั้นย่อยๆอีกหลายชั้น และมีต่อมต่างๆอีกมากมาย เช่น ต่อมเหงื่อ ต่อมไขมัน เป็นต้น ซึ่งจะมีหน้าที่แตกต่างกันออกไป



ผิวหนังชั้นหนังกำพร้า (Epidermis)

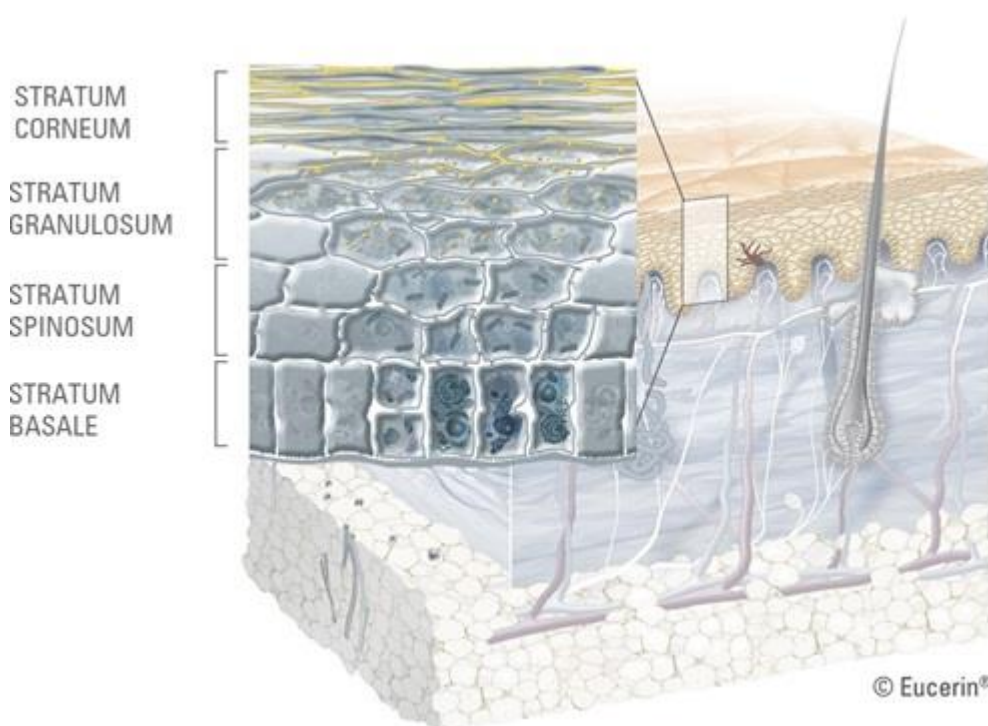
ชั้นหนังกำพร้า เป็นชั้นที่อยู่นอกสุด ทำหน้าที่ช่วยปกป้องผิวเราจากสารพิษ, แสงที่เรียกว่า การสูญเสีย น้ำ ชั้นหนังกำพร้านี้จะมีอีก 5 ชั้นย่อย ซึ่งจะมีส่วนในกระบวนการผลิตเซลล์ผิว (Keratinisation) ประกอบด้วย

1. Basal layer หรือ Stratum basale: เป็นส่วนที่อยู่ชั้นในสุด ที่ซึ่งเซลล์ keratinocyte ถูกผลิต และถือว่าเป็นชั้นที่เซลล์ยังมีชีวิต
2. Prickle layer หรือ Stratum spinosum: เซลล์ Keratinocyte ในส่วนนี้จะผลิตโปรตีนที่เรียกว่า Keratin ซึ่งจะมีลักษณะเล็กเรียวยาว

3. Granular layer หรือ Stratum granulosum: ชั้นนี้จะเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการผลัดเซลล์ผิว (Keratinisation) เซลล์จะเริ่มมีลักษณะแข็ง และเริ่มเปลี่ยนเป็น Keratin และ lipids

4. Clear layer หรือ Stratum lucidum: เซลล์ในชั้นนี้จะอัดตัวกันอยู่อย่างหนาแน่น และมีลักษณะแบนราบ ไม่สามารถแยกตัวออกจากกันได้

5. Horny layer หรือ Stratum corneum: มีลักษณะเป็นเซลล์แบนๆ เรียงกันขนานกับผิว เป็นเซลล์ที่ตายแล้ว ซึ่งจะหลุดลอกออกเป็นขี้ไคล (Desquamation process)

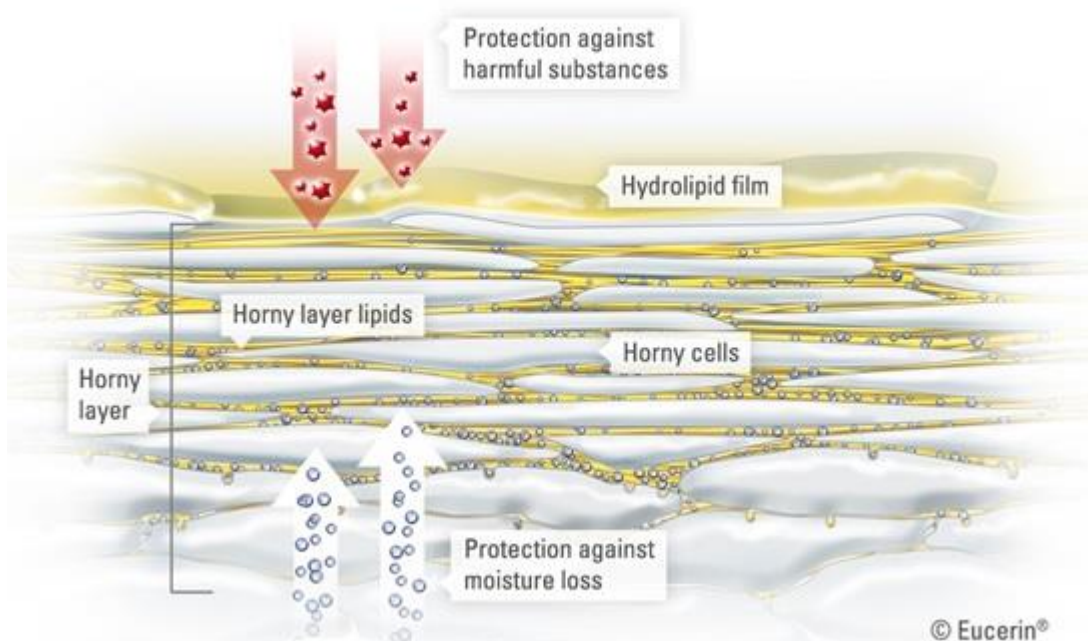


เซลล์ใน horny layer จะถูกจับยึดกันไว้ด้วยไลปิด แบรีเออร์ (lipids barriers) ซึ่งไลปิดเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นเกราะป้องกัน และมอยส์เจอร์ไรเซอร์ให้ความชุ่มชื้น ถ้าผิวของเราขาดไลปิดก็จะทำให้ผิวแห้งหยาบ ลอกเป็นขุย ชั้นหนังกำพร้าถูกปกคลุมด้วยน้ำและไลปิด ที่เรียกว่า Hydrolipid film ทำหน้าที่ช่วยทำให้ผิวอ่อนนุ่ม และปกป้องผิวจากแบคทีเรีย เชื้อราต่างๆ โดยปกติ hydrolipid film จะถูกรักษาไว้โดยต่อมเหงื่อและต่อมไขมัน

ส่วนที่ประกอบเป็นน้ำของ Hydrolipid film ประกอบด้วย

1. กรดแลคติก (Lactic acid) และ กรดอะมิโนอีกหลายชนิด ที่ได้จากต่อมเหงื่อ
2. กรดไขมัน (Free fatty acid) จากน้ำมัน (Sebum)
3. กรดอะมิโน เช่น pyrrolidine carboxylic acid และ สารให้ความชุ่มชื้นอื่นๆ (NMF)

ซึ่งได้มาจากกระบวนการ Keratinisation



ภายในชั้นฮอร์นนี้เลเซอร์ หรือเซลล์ผิวที่ตายแล้วนั้น จะถูกจับยึดไว้ด้วยไลปิด ซึ่งจะช่วยให้ผิวแลดูสุขภาพดี

ผิวหนังชั้นหนังแท้ (Dermis)

ชั้นหนังแท้ เป็นชั้นที่ความหนา และมีความยืดหยุ่น ประกอบด้วย 2 ชั้นย่อยๆ ได้แก่

1. The lower layer (or stratum reticulare): เป็นส่วนที่อยู่ลึกสุด และมีความหนา ซึ่งในชั้นนี้จะมีการผลิตของเหลวกั้นชั้นของไขมัน (Subcutis) ไว้อีกด้วย

2. The upper layer (or stratum papillare): มีลักษณะของขอบเหมือนคลื่น กั้นระหว่างชั้นหนังกำพร้า

องค์ประกอบหลักที่พบในชั้นหนังแท้คือ คอลลาเจน และ อิลาสติน, เนื้อเยื่อเกี่ยวพัน ซึ่งให้ความแข็งแรง และความยืดหยุ่น ช่วยให้ผิวมีสุขภาพดี ดูอ่อนเยาว์ เส้นใยเหล่านี้จะถูกตรึงไว้ด้วยสารที่ลักษณะคล้ายเจล หรือสาร hyaluronic acid ซึ่งมีความสามารถในการจับน้ำได้ดี และช่วยรักษาปริมาณของผิวเอาไว้อีกด้วย ชั้นหนังแท้ยังเป็นที่อยู่ของ ต่อมเหงื่อ, ประสาทรับความรู้สึก และรูรากขน/ผม ช่วยรองรับแรงกระแทก กักเก็บสารอาหาร จับถ่ายของเสีย



ผิวหนังชั้นไขมัน (Subcutis)

ชั้นไขมันจะอยู่ในสุดของชั้นผิวหนังมักประกอบด้วย

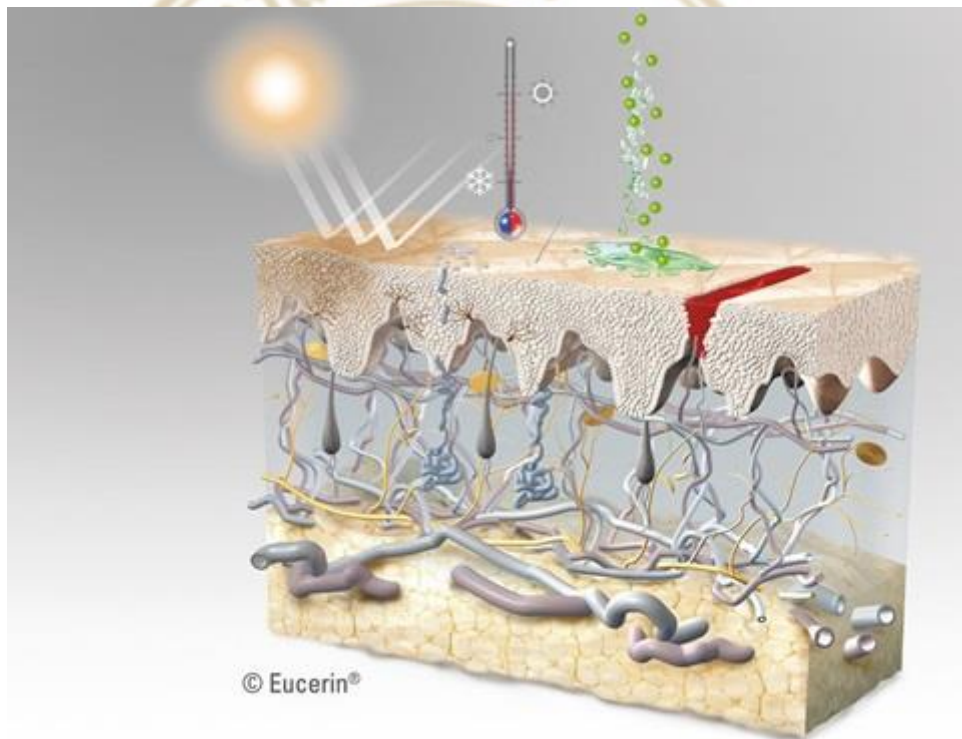
1. เซลล์ไขมัน (adipocytes & special collagen fibres)

2. โปรตีนคอลลาเจน และหลอดเลือดต่างๆที่ไหลเวียนจำนวนมาก ทำหน้าที่กักเก็บพลังงาน เป็นเหมือนเบาะกันกระแทกให้กับอวัยวะภายใน

จำนวนของเซลล์ไขมันที่อยู่ในชั้น ไขมันจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละส่วนของร่างกาย ยิ่งไปกว่านั้นการกระจายตัวของไขมันยังมีความแตกต่างกันระหว่างผู้หญิงกับผู้ชายอีกด้วย

หน้าที่ของผิวหนัง

ผิวหนังช่วยป้องกันอันตรายจากภายนอก อีกทั้งยังแสดงถึงความเป็นสุขภาพดีอีกด้วย



ความเย็น, ร้อน, การระเหยของน้ำในผิว และรังสี: ผิวหนังชั้นนอกสุด (Horny layer) จะทำหน้าที่คอยปกป้องผิวเราจากปัจจัยต่างๆเหล่านี้และจำกัดการระเหยของน้ำออกจากผิว โดยปกติผิวเราจะมีสารให้ความชุ่มชื้นตามธรรมชาติ (natural moisturising factors (NMFa)) ซึ่งมาจากน้ำมัน ภาวะความเป็นกรดอ่อนที่ผิว และยูเรีย ซึ่งเมื่อรวมกับน้ำในผิวก็จะทำให้ผิวมีความนุ่ม ชุ่มชื้น มีความกระชับยืดหยุ่น ถ้าสิ่งต่างๆที่กล่าวมาเกิดความบกพร่อง หรือลดลงต่ำกว่า 8-10% ก็จะทำให้ผิวแห้ง หยิบกร้าน อาจลอกเป็นขุยได้

Ref : <http://www.eucerin.co.th/about-skin/basic-skin-knowledge/skin-structure-and-function>

ภาคผนวก ข

ความรู้ทั่วไปเรื่องเครื่องสำอาง

พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558

“เครื่องสำอาง” หมายความว่า

1. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ทา ถู วนวด โขย ฟน หยอด ใส่ อบ หรือกระทำด้วยวิธีอื่นใด กับส่วนภายนอกของร่างกายมนุษย์ และให้หมายความรวมถึงการใช้กับฟันและเยื่อในช่องปาก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความสะอาด ความสวยงาม หรือเปลี่ยนแปลงลักษณะที่ปรากฏ หรือระงับกลิ่นกาย หรือปกป้องดูแลส่วนต่างๆ นั้น ให้อยู่ในสภาพดี และรวมตลอดทั้งเครื่องประดับต่างๆ สำหรับผิวด้วย แต่ไม่รวมถึงเครื่องประดับและเครื่องแต่งตัวซึ่งเป็นอุปกรณ์ภายนอกร่างกาย
2. วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางโดยเฉพาะ
3. วัตถุอื่นที่กำหนดโดยกฎกระทรวงให้เป็นเครื่องสำอาง

Ref : http://library2.parliament.go.th/giventake/content_nla2557/law86-080958-5.pdf

รูปแบบผลิตภัณฑ์สำหรับผิวหน้า (ที่นิยมใช้)

1. ยาขี้ผึ้ง (ointments) คือ ผลิตภัณฑ์ที่กึ่งแข็งซึ่งใช้ทาภายนอก องค์ประกอบของยาขี้ผึ้ง ได้แก่ ตัวยาและยาพื้น (base) ซึ่งประกอบด้วย wax, fat และ oil ยาขี้ผึ้งที่ไม่มีตัวยาผสมอยู่อาจมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นตัวหล่อลื่น (lubricant) เป็นตัวที่ทำให้เกิดความชุ่มชื้น (moisturizer) หรือเตรียมไว้เพื่อเป็นยาพื้นสำหรับผสมกับตัวยาภายหลัง

2. Cream (thick liquid emulsion) คือ ผลิตภัณฑ์ที่ประกอบด้วยของเหลวซึ่งไม่ละลายกันและกันอย่างน้อยสองชนิด โดยของเหลวชนิดหนึ่งจะกระจายตัวเป็นหยดเล็กๆ ในของเหลวอีกชนิดหนึ่ง ของเหลวทั้งสองชนิดมักหมายถึง น้ำและน้ำมัน วัตถุประสงค์ทั้งสองจะผสมกันได้โดยอาศัยสารที่เรียกว่า ตัวทำอิมัลชัน (emulsifying agent หรือ emulsifier) และมักมีการเติม active และ preservatives ด้วย ครีมส่วนใหญ่จะประกอบด้วยน้ำและน้ำมัน การแบ่งชนิดของครีมหรืออิมัลชันจะแบ่งตามชนิดของวัตถุภายในและวัตถุภายนอกได้เป็น 2 ชนิด คือ

- ชนิดน้ำในน้ำมัน (water in oil, w/o emulsions)
- ชนิดน้ำมันในน้ำ (oil in water, o/w emulsions)

3. เจล (gels) หรือ เจลลี่ (jelly) คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะกึ่งแข็งไม่เป็นมัน โปร่งแสงหรือไม่โปร่งใส ใช้ทาภายนอกเป็นยาหรือใช้หล่อลื่น เป็นต้น

การเปรียบเทียบข้อดี/ข้อเสียของผลิตภัณฑ์ใช้ทางผิวหนังประเภทต่างๆ

รูปแบบผลิตภัณฑ์	ข้อดี	ข้อเสีย
ขี้ผึ้ง (ointment)	<ul style="list-style-type: none"> - มีคุณสมบัติปิดกั้น (occlusive effect) - เก็บความชื้นไว้ที่ผิวหนังสำหรับคนผิวแห้ง โดยธรรมชาติหรือจากโรค เช่น atopic disease - ใช้กับ sensitive skin area ได้ - active คงตัวใน base ได้ดี - occlusive effect/เพิ่มการดูดซึมของ actives - มี emollient effect สูง - สามารถควบคุมการดูดซึมผ่านผิวได้ดี 	<ul style="list-style-type: none"> - เหนอะหนะ เป็นมัน - ล้างน้ำออกยาก - เปราะเปื้อนเสื้อผ้า
ครีม (cream) - O/W	ล้างน้ำออกง่าย ไม่เป็นมันแฉก ซึมเข้าผิวหนังได้ดี	องค์กรประกอบส่วนใหญ่ในตำรับเป็นน้ำจึงอาจมีปัญหาการเจริญของจุลินทรีย์และการระเหยของน้ำออกจากตำรับได้ (ทำให้ความเข้มข้นของ active เปลี่ยนไป/ควบคุมการปลดปล่อยยาก)
ครีม (cream) - W/O	- ล้างน้ำออกง่ายกว่าขี้ผึ้ง สามารถป้องกันการสูญเสียความชื้นจากผิวได้ดี แต่น้อยกว่าขี้ผึ้ง	<ul style="list-style-type: none"> - อาจเกิดระคายเคืองจาก emulsifier และ preservatives - Actives อาจไม่คงตัวใน base
เจล (gel)	<ul style="list-style-type: none"> - การปลดปล่อยตัวยาดี - ไม่เหนียวเหนอะหนะ - ใช้สะดวก รู้สึกเย็นที่ผิว 	<ul style="list-style-type: none"> - เมื่อเก็บไว้นานจะเกิดปัญหาความคงตัว เนื่องจากเจลเกิดการหดตัว ส่งผลต่อการปลดปล่อยสาร - ตำรับเจลมีน้ำอยู่มากจึงมักมี

		<p>ปัญหาการเจริญของเชื้อจุลินทรีย์และการระเหยของน้ำออกจากตัวรับได้ ทำให้ความเข้มข้นของ active เปลี่ยนไป</p> <ul style="list-style-type: none"> - อยู่บนผิวหนังได้ไม่นาน - Active อาจไม่คงตัวใน base
--	--	---

Ref : ผลิตภัณฑ์ทางผิวหนัง, รศ. ดร.อนัญญา มโนสร้อย, เอกสารประกอบการเรียนการสอน คณะวิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง พศ 2558



ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์มาส์กหน้ากับครีมบำรุงผิว

เป็นที่ทราบกันอยู่แล้วว่าผลิตภัณฑ์มาส์กหน้ามีความเข้มข้นของสารบำรุงสูง ถ้าเช่นนั้นเราก็สามารถใช้ครีมที่มีสารบำรุงสูงมาส์กหน้าได้เหมือนกัน แต่มันไม่เหมือนกัน เพราะครีมบำรุงผิวที่ทาแล้วซึมซาบได้ดี จะมีรูขนาดเล็กที่ตามองไม่เห็น อากาศและไอน้ำสามารถเล็ดลอดผ่านรูเหล่านี้ได้ แต่สำหรับผลิตภัณฑ์มาส์กหน้าจะไม่มีรูเล็กๆ เหล่านี้ และสามารถปิดผนึกผิวได้ดี นอกจากจะผลักสารบำรุงเข้าไปในผิวแล้ว ในเวลาเดียวกันก็ยังช่วยกักเก็บความชุ่มชื้นไว้ในผิวด้วย นอกจากนี้ความชุ่มชื้นที่กักเก็บไว้จะทำให้ผิวชุ่มชื้นขึ้น และการดูดซึมสารบำรุงก็จะทำได้ดีขึ้นตามไปด้วย

Ref : เคล็ดลับผิวใสสไตล์ญี่ปุ่น มายะ พุจิตะ เขียน, เสาวนีย์ ภัทรากาญจน์ แปล, สำนักพิมพ์เพื่อนักอ่าน, เมษายน 2554, หน้า 62-64

ความระคายเคืองและการแพ้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

สำหรับเครื่องสำอางสามารถก่อให้เกิดปัญหาได้ 2 ประเภท คือ ระคายเคือง และการแพ้ ซึ่งจะมีอาการคล้ายกัน โดยมีอาการตั้งแต่อ่อนจนถึงรุนแรง ตามปกติอาการจะเริ่มด้วยแดงในปริมาณน้อย ตรงบริเวณที่ทา แล้วตามด้วยบวม และในที่สุดจะแดงเป็นบริเวณกว้างรอบๆ ออกไป และหลังจากนั้นจะมีอาการคัน ตกสะเก็ดและเป็นแผลอักเสบในรายที่รุนแรง

การรักษาอาการแพ้เครื่องสำอาง

เมื่อมีอาการแพ้หรือระคายเคืองจากการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทใดก็ตาม ควรปฏิบัติตามในการรักษาและป้องกันดังนี้คือ

1. ให้รีบหยุดใช้เครื่องสำอางที่สงสัย แล้วรอคูอาการสัก 3-4 วัน ถ้าอาการไม่ดีขึ้นให้รีบปรึกษาแพทย์ทันที ในระหว่างเวลาดังกล่าวให้น้ำจืดหรือน้ำกลั่น หรือสบู่ที่ไม่มีไขมันล้างบริเวณที่แพ้บ่อยๆ ใ้แห้งใช้เครื่องสำอางทุกชนิด ทำความสะอาดร่างกายตามปกติ ตลอดจนเครื่องใช้ส่วนตัวต่างๆ ด้วยตามปกติ ถ้าดูแลตามนี้เพียง 7-8 วัน อาการแพ้ต่างๆ ในระยะแรกจะหายเป็นปกติ แต่ถ้าอาการแพ้ระยะแรกนี้มีอาการรุนแรงมากๆ ควรปรึกษาแพทย์ทันที
2. หลีกเลี่ยงสิ่งที่แพ้ เมื่อสามารถทราบสาเหตุของเครื่องสำอางที่จะทำให้เกิดการแพ้ ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้และอาการที่เกิดเพียงเล็กน้อย ก็ให้ทายาเมื่อเกิดอาการ และพยายามให้การสัมผัสเครื่องสำอางนั้นๆ ช่วงสั้นที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

3. การรักษาผื่นที่เกิดขึ้น ให้ออกจากความรุนแรง ลักษณะของการอักเสบและการเป็นผื่น ในการนี้ให้งดใช้สบู่ทุกชนิด หลังจากที่ใช้ล้างสารที่แพ้หรือก่อความระคายเคืองออกแล้ว ให้ใช้ยาทั้งยาทาและยารับประทานตามอาการและความรุนแรงของอาการที่เกิดขึ้น ถ้าอาการเฉียบพลันแต่ไม่มาก ให้ประคบด้วย boric acid 3% สำหรับในเด็กให้ประคบด้วย Burrow's solution วันละ 3-4 ครั้ง ส่วนอาการรุนแรงปานกลาง และเป็นมานานพอสมควรจนผื่นแห้ง ให้ทาด้วยครีม steroid ส่วนกรณีเรื้อรังให้ทาด้วยครีมหรือขี้ผึ้ง steroid ในกรณีที่เป็น อาจให้รับประทาน steroid เช่นอาจให้ prednisolone 20-30 มิลลิกรัมต่อวัน แล้วลดลงภายใน 7-10 วัน นอกจากนี้อาจให้ยาปฏิชีวนะในกรณีที่มีการติดเชื้อเกิดขึ้น บางครั้งจะให้ยา antihistamine เพื่อป้องกันในรายที่เกิดอาการแพ้และช่วยให้อาการแพ้ทุเลาลงอีกด้วย

Ref : เครื่องสำอาง เล่มที่ 4, รศ.ดร.อรัญญา มโนสร้อย และ ผศ.ดร.จิรเดช มโนสร้อย เขียน, สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์ , 2537, หน้า 230, 231, 260



ภาคผนวก ค

ข้อมูลประชากรชาวจีน

ประเทศจีน เป็นประเทศที่มีประชากรมากที่สุดในโลก คือ 1,341,335,152 คน แบ่งเป็น ประชากรชาย 696,340,752 คน ประชากรหญิง 745,014,402 คน

ภูมิภาคประเทศจีน



ภาคเหนือ

เมืองหลวงเป่ย์จิง (ปักกิ่ง) เป็นศูนย์กลางการปกครอง วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 12 เขต และ 6 อำเภอ ตั้งอยู่ที่ละติจูด 39.56 องศาเหนือ และลองจิจูด 116.20 องศาตะวันออก บริเวณตอนเหนือของที่ราบภาคเหนือของจีน พื้นที่โดยรอบติดกับมณฑลเหอเป่ย์ ยกเว้นทิศตะวันออกติดกับเทียนจิน (เทียนสิน)

เทียนจิน ตะวันออก บริเวณตะวันออกเฉียงเหนือของที่ราบภาคเหนือของจีน ทิศตะวันออกติดทะเลป้อไห่ ทิศเหนือจรดปักกิ่งบริเวณเทือกเขาเอียนชาน ทิศตะวันออก ติดวันตง และได้ติดเมืองสำคัญต่างๆของมณฑลเหอเป่ย์ นครเทียนจิน

เหอเป่ย์ ตั้งอยู่ระหว่างที่ราบสูงมองโกเลียในและที่ราบภาคเหนือของประเทศ เป็นมณฑลที่อยู่ล้อมรอบนครสำคัญคือ ปักกิ่ง และเทียนจิน ทิศเหนือติดต่อกับมณฑลเหลียวหนิง และ

มองโกเลียใน ทิศตะวันออกติดซานซี ได้ติดกับเหอหนันและซานตง ทิศตะวันออกติดกับทะเลป้อไฮ่ มีชายฝั่งทะเลยาว 487 กิโลเมตร

ซานซี ตั้งอยู่บริเวณตอนกลางของแม่น้ำเหลือง(หวงเหอ) ในภาคเหนือของประเทศจีน ทางทิศตะวันตกของภูเขาไท่หังชัน มีแม่น้ำเฟินเหอไหลผ่ากลางมณฑล พื้นที่ 156,000 ตร.กม มองโกเลีย ลักษณะพื้นที่แคบยาวพาดตามชายแดนภาคเหนือของจีน กั้นระหว่างจีนกับประเทศมองโกเลียและรัสเซีย โดยมีชายแดนยาว 4,200 กิโลเมตร ด้านตะวันออกติดตะวันตกและใต้มีพื้นที่ติดกับ 8 มณฑลของจีน

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

เหลียวหนิง ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือของจีน ทิศตะวันตกติดเหอเป่ย์ เหนือติดจีหลิน มองโกเลียใน ทิศตะวันออกเฉียงใต้มีแม่น้ำยาลู่ว์เจียงกั้นเขตแดนกับประเทศเกาหลีเหนือ ทางใต้เป็นทะเลเหลืองและทะเลป้อไฮ่

จีหลิน ตั้งอยู่ทางตอนกลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศ มีชายแดนติดต่อกับมณฑลต่างๆ ได้แก่ ทางใต้ติดกับเหลียวหนิง ตะวันตกติดกับมองโกเลียใน เหนือติดกับเฮยหลงเจียง และตะวันออกติดต่อกับรัสเซีย และคาบสมุทรเกาหลี โดยมีแม่น้ำยาลู่ว์เจียงเป็นเส้นเขตแดน พื้นที่ 187,400 ตร.กม.

เฮยหลงเจียง มาจากชื่อแม่น้ำสายที่ใหญ่ที่สุดในมณฑล มณฑลเฮยหลงเจียง ตั้งอยู่เหนือสุดทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของจีน ทิศตะวันออกและทิศเหนือติดกับรัสเซีย โดยมีแม่น้ำเฮยหลงเจียงและแม่น้ำอุซุหลี่กั้นกลาง ทิศตะวันตกติดต่อกับเขตปกครองตนเองมองโกเลียใน ทิศใต้ติดต่อกับมณฑลจีหลิน พื้นที่ 454,000 ตร.กม. เป็น 4.7%ของพื้นที่ทั้งประเทศ

ภาคตะวันออก

เซี่ยงไฮ้ ตั้งอยู่บนชายฝั่งทะเลทางตะวันตกของมหาสมุทรแปซิฟิกตรงกึ่งกลางระหว่างส่วนเหนือและใต้ของแผ่นดินจีน ทิศเหนือติดบริเวณปากแม่น้ำแยงซี ทิศใต้เป็นอ่าวหางโจว ตะวันตกติดมณฑลเจียงซูและเจ้อเจียง ตะวันออกเป็นทะเลตงไห่ ใจกลางเมืองกว้างใหญ่การคมนาคมขนส่งสะดวกรวดเร็ว เป็นท่าเรือออกสู่ทะเลที่สำคัญของประเทศ และเป็นศูนย์กลางของสามเหลี่ยมเศรษฐกิจลุ่มน้ำแยงซี

เจียงซู ตั้งอยู่ตอนกลางของดินแดนชายฝั่งทะเลทางตะวันออกของประเทศจีน บนสามเหลี่ยมปากแม่น้ำแยงซีเกียง (ฉางเจียง) อังคงงามและอุดมสมบูรณ์ มีดินแดนติดชายฝั่งทะเล

ยาวกว่า 1,000 กิโลเมตร ทิศตะวันตกเฉียงเหนือติดมณฑลอันฮุย ชันตง ตะวันออกเฉียงใต้ติดมณฑลเจ้อเจียงและเซี่ยงไฮ้

อันฮุย ตั้งอยู่ทางตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศ ความยาวจากเหนือจรดใต้ประมาณ 570 กิโลเมตร ความกว้างจากตะวันออกถึงตะวันตกประมาณ 450 กิโลเมตร พื้นที่ราว 139,000 ตร.กม.

ฝูเจี้ยน ตั้งอยู่ริมทะเลตงไฮ้ ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศ ตะวันออกจรดช่องแคบไต้หวัน ฝั่งทะเลตรงข้ามเป็นเกาะไต้หวัน ทิศตะวันออกเฉียงเหนือจรดมณฑลเจ้อเจียง ตะวันตกเฉียงเหนือเป็นเทือกเขาอู่อี้กั้นระหว่างมณฑลฝูเจี้ยนและเจียงซี

เจียงซี ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศ บนชายฝั่งตอนใต้ของกลุ่มน้ำฉางเจียง(แยงซีเกียง) ตอนล่าง โดยด้านตะวันออกติดกับมณฑลเจ้อเจียง และฝูเจี้ยน ด้านใต้ติดกับกวางตุ้ง ด้านตะวันตกติดกับหูหนัน ด้านเหนือติดกับหูเป่ย์ และอันฮุย ซึ่งทั้งมณฑลมีพื้นที่ทั้งสิ้น 166,900 ตร.กม.

เจ้อเจียง ติดทะเลทางตะวันออกเฉียงใต้ของดินแดนจีน และทางใต้ของสามเหลี่ยมแม่น้ำแยงซีเกียง มีพื้นที่ 101,800 ตร.กม. โดยเป็นเทือกเขาเล็กถึงขนาดกลางอยู่ถึง 70.4% พื้นที่ราบ 23.2% ทะเลสาบและแม่น้ำ 6.4% มีชายฝั่งที่ติดทะเลยาวที่สุดในประเทศถึง 6,486 กิโลเมตร มีเกาะมากที่สุดถึง 3,061 เกาะ คิดเป็นพื้นที่มากกว่า 500 ตร.เมตร

ชันตง เป็นมณฑลชายฝั่งทะเลทางภาคตะวันออกของประเทศจีน และเป็นพื้นที่ปากแม่น้ำเหลือง(หวงเหอ)ที่ไหลลงสู่ทะเลป๋อไห่ พื้นที่บนแผ่นดินมีอาณาเขตติดต่อกับมณฑลเหอเป่ย์ เหอหนัน อันฮุย เจียงซู พื้นที่ทั้งสิ้น 156,700 ตร.กม.

ภาคกลาง

เหอหนัน ตั้งอยู่ทางตอนกลางเฉียงทางตะวันออกของประเทศ อยู่ทางตอนกลางส่วนล่างของแม่น้ำเหลือง (หวงเหอ) ซึ่งไหลผ่านเป็นระยะทาง 700 กว่ากิโลเมตร ถือเป็นแหล่งอารยธรรมที่เก่าแก่แห่งหนึ่งของจีน พื้นที่ทั้งหมดของมณฑลราว 167,000 ตร.กม. แบ่งการปกครองออกเป็น 17 เมืองใหญ่ 21 เมืองระดับอำเภอ และอีก 89 อำเภอ

หูเป่ย์ ตั้งอยู่ตอนกลางของประเทศ มีอาณาเขตอยู่ในพื้นที่ของแม่น้ำ 2 สายคือ แม่น้ำฉางเจียง(แยงซีเกียง) และฮั่นเจียง เนื่องจากอยู่ทางเหนือของทะเลสาบตั้งถึงทางตอนกลางของแม่น้ำฉางเจียง ทางเหนือติดต่อกับมณฑลเหอหนัน ตะวันออกติดต่อกับมณฑลอันฮุย ตะวันออกเฉียงใต้ไปจนถึงทางใต้ติดมณฑลเจียงซี และหูหนัน ตะวันตกติดกับเมืองฉงชิ่ง ตะวันตกเฉียงเหนือติดกับมณฑลส่านซี พื้นที่ 185,900 ตร.กม. คิดเป็น 1.94 % ของทั้งประเทศ

หูหนัน ทางตอนใต้ของทะเลสาบตั้งถึง ทะเลสาบใหญ่ทางตอนกลางของแม่น้ำฉางเจียง(แยงซี) ความกว้างจากตะวันออกไปถึงตะวันตก 667 กิโลเมตร ความยาวด้านเหนือใต้ 774 กิโลเมตร พื้นที่ทั้งหมด 211,800 ตร.กม.

ภาคใต้

กวางตุ้ง แบ่งการปกครองออกเป็น 21 เมืองใหญ่ 30 เมืองระดับอำเภอ 42 อำเภอและ 3 เขตปกครองตนเอง ตั้งอยู่ตอนใต้สุดของประเทศ ทางใต้ติดกับทะเลจีนใต้ ใกล้กับเกาะฮ่องกงและมาเก๊า เป็นประตูเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

กวางซี มีพื้นที่ประมาณ 240,000 ตารางกิโลเมตร ทางทิศใต้ติดกับมณฑลหูหนัน ทางเหนือติดกับก๊วยโจว ทางตะวันออกเฉียงเหนือติดกับหูหนัน ทางตะวันออกเฉียงใต้ติดกับกวางตุ้ง ทางใต้ติดกับอ่าวตังเกี๋ย และทางตะวันตกเฉียงใต้ติดกับประเทศเวียดนาม มณฑลนี้แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 14 เมืองใหญ่ 7 เมืองระดับอำเภอ 58 อำเภอและ 12 เขตการปกครองตนเอง

ไหหลำ อยู่ทางตอนใต้สุดของจีนล้อมรอบด้วยทะเลจีนใต้ โดยทิศเหนือมีช่องแคบฉงโจวกั้นระหว่างไหหลำกับมณฑลกวางตุ้ง ทิศตะวันตกมีอ่าวหนือกั้นแดนกับประเทศเวียดนาม ทิศตะวันออกหันเข้าหาเกาะไต้หวัน ตะวันออกและใต้หันหน้าสู่ประเทศฟิลิปปินส์ บรูไนและมาเลเซีย เกาะเจิงหมู่อันซาในหมู่เกาะหนันซาถือเป็นเขตพรมแดนใต้สุดของจีน

ภาคตะวันตกเฉียงใต้

ฉงชิ่ง ตั้งอยู่ทางตอนบนของแม่น้ำแยงซีเกียง เป็นพื้นที่ล้อมระหว่างเขตที่ติดต่อกับภาคกลางและภาคตะวันตกของจีน มีพื้นที่ติดกับมณฑล หูเป่ย์ หูหนัน ก๊วยโจว ซื่อชวนและส่านซี มีพื้นที่ 82,400 ตร.กม. ภายในตัวเมืองมีแม่น้ำไหลพาดผ่านหลายสาย

เสฉวน ช่วงตอนบนของแม่น้ำแยงซีเกียง มีลักษณะทางภูมิศาสตร์แบบแอ่งกระทะ คือพื้นที่โดยรอบถูกโอบล้อมด้วยภูเขาสูง 4 ด้าน ตรงกลางเป็นที่ราบ ลักษณะภูมิอากาศอบอุ่นไม่ร้อนหรือหนาวเกินไป มีพื้นที่โดยรวมกว่า 485,000 ตร.กม.

ก๊วยโจว ตั้งอยู่บนที่ราบสูงหยุนก๊วยส่วนตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศจีน มีพื้นที่ทั้งสิ้น 176,100 ตร.กม. แบ่งเขตการปกครองเป็น 3 เมืองใหญ่ 3 เขต 3 แคว้นปกครองตนเอง

หูหนัน เป็นมณฑลชายแดนภาคตะวันตกเฉียงใต้ของจีน มีพื้นที่ทั้งสิ้น 394,000 ตารางกิโลเมตร คิดเป็น 4.1%ของพื้นที่ทั้งประเทศ ด้านตะวันออกติดกับมณฑลก๊วยโจวและเขตปกครองตนเองมณฑลกวางซี ด้านเหนือมีแม่น้ำจินซาเจียงกั้นคนละฟากกับมณฑลซื่อชวน ด้าน

ตะวันตกเฉียงเหนือเชื่อมต่อกับเขตปกครองตนเองทิเบต ด้านตะวันตกติดกับประเทศพม่า ด้านใต้ติดกับประเทศลาวและเวียดนาม รวมทั้งสิ้นมีพรมแดนติดต่อกันเป็นระยะทางยาว 4,060 กิโลเมตร

ทิเบต ทิศเหนือติดกับเขตปกครองตนเองซินเจียงของชนเผ่าอุยกูร์และมณฑลชิงไห่ ตะวันออกเชื่อมมณฑลเสฉวน ตะวันออกเฉียงใต้ติดกับมณฑลหูหนัน และทิศใต้กับตะวันตกมีอาณาเขตติดกับประเทศพม่า อินเดีย ภูฐาน สิบิมและเนปาล เป็นต้น ซึ่งเป็นแนวตะเข็บชายแดนที่มีความยาวกว่า 4,000 กิโลเมตร โดยมีพื้นที่กว่า 1.22 ล้านตร.กม.คิดเป็นอัตราส่วน 12.8% ของพื้นที่ประเทศจีน

ภาคตะวันตกเฉียงเหนือ

สำนซี ตั้งอยู่ในเขตใจกลางประเทศแถบลุ่มแม่น้ำเหลือง ตอนกลาง ครอบคลุมเนื้อที่ 205,600 ตร.กม. จากเหนือจรดใต้อาว 1,000 กว่ากิโลเมตร ตะวันออกจรดตะวันตกกว่า 360 กิโลเมตร ถือเป็นเมืองหน้าด่านที่จะเข้าสู่ภาคตะวันตกเฉียงเหนือของจีน เชื่อมภูมิภาคตะวันออกและภาคกลางเข้ากับภาคตะวันตกเฉียงเหนือและตะวันตกเฉียงใต้เข้าด้วยกัน อีกทั้งยังเป็นเส้นทางเศรษฐกิจเอเชีย-ยุโรปที่สำคัญอีกด้วย สำนซีมีอาณาเขตติดต่อกับ 7 มณฑล ได้แก่ ฉ่านซี เหนือหนัน หูเป่ย์ ซื่อชวน(เสฉวน) กั้นซู่ หึงเซี่ย และมองโกเลียใน

กั้นซู่ ตอนบนของแม่น้ำหวงเหอ ด้านทิศตะวันออกติดกับมณฑลสำนซี ทิศตะวันตกเฉียงเหนือติดกับมณฑลหึงเซี่ย ทิศตะวันตกติดกับมณฑลชิงไห่ เขตปกครองตนเองซินเจียง ทิศเหนือติดกับมองโกเลียใน มณฑลหึงเซี่ย อีกทั้งมีอาณาเขตติดกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนมองโกเลีย และทิศใต้ติดกับมณฑลซื่อชวน(เสฉวน)

ชิงไห่ แปลว่าทะเลสีเขียว ตามชื่อทะเลสาบน้ำเค็มที่ใหญ่ที่สุดของจีนที่อยู่ในมณฑล มณฑลชิงไห่ ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของที่ราบสูงชิงไห่-ทิเบต ที่ราบสูงทางทิศตะวันตกของประเทศจีน ทางเหนือติดกับมณฑลซินเจียง และกานซู่ ทางใต้ติดกับซื่อชวน(เสฉวน) และทิเบต เป็นต้นน้ำของแม่น้ำฉางเจียง (แยงซีเกียง) หวงเหอ (แม่น้ำเหลือง) หลันซาง (แม่น้ำโขง) พื้นที่ทั้งสิ้น 720,000 ตร.กม. ใหญ่เป็นอันดับ 4 ของประเทศ

หึงเซี่ย เป็นหนึ่งในห้าเขตปกครองตนเองของจีน ตั้งอยู่ในภาคตะวันตกเฉียงเหนือของจีน ทางตอนบนของแม่น้ำหวงเหอ (แม่น้ำเหลือง) ทิศตะวันออกติดกับมณฑลสำนซี ทิศเหนือติดกับมองโกเลียใน ทิศใต้ติดกับมณฑลกั้นซู่ แบ่งเขตการปกครองเป็น 2 เขต 4 เมือง 16 อำเภอ พื้นที่ 66,000 ตร.กม.

ซินเจียง ประมาณ 1/6 ของพื้นที่ทั้งประเทศ นับเป็นพื้นที่เขตปกครองที่ใหญ่ที่สุดของจีน ทิศตะวันออกเฉียงเหนือติดกับประเทศมองโกเลีย ทิศตะวันตกติดกับประเทศรัสเซีย คาซัคสถาน

กีร์กีซสถาน และทาจิกิสถาน ตะวันตกเฉียงใต้ติดกับอัฟกานิสถาน ปากีสถาน และอินเดีย มีชายแดนยาวถึง 5,600 กิโลเมตร

เขตปกครองพิเศษ

ฮ่องกง เป็นเขตปกครองพิเศษที่ขึ้นตรงต่อรัฐบาลกลางของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน รัฐบาลจีนได้ใช้นโยบาย 'หนึ่งประเทศสองระบบ' ในการปกครองฮ่องกง ตามกฎหมายพื้นฐานที่ใช้ในการปกครองและบริหารฮ่องกงที่สภาประชาชนจีนได้อนุมัติและประกาศใช้เป็นกฎหมายเมื่อวันที่ 4 เมษายน พ.ศ.2533 โดยได้ให้สิทธิฮ่องกงในการปกครองตนเองอย่างอิสระสามารถดำเนินนโยบายทางด้านเศรษฐกิจ การค้า การเงิน การพาณิชย์ ฯลฯ ได้ตามระบบเสรี

มาเก๊า ครอบคลุมอาณาบริเวณที่เป็นคาบสมุทรมาเก๊า (8.5 ตร.กม.) เกาะตั้งจ้อ (6.2 ตร.กม.) และเกาะลู่หวาน (7.6 ตร.กม.) มีเนื้อที่โดยรวม เพียง 25.8 ตร.กม. ทั้งนี้ในแต่ละปี มาเก๊าจะมีพื้นที่เพิ่มขึ้นจากการถมทะเล (3.5 ตร.กม.) บริเวณคาบสมุทรมาเก๊า มีลักษณะแคบยาว เชื่อมต่อกับเมืองจูไห่ของมณฑลกวางตุ้ง พื้นที่จากเหนือจรดใต้ยาว 4 กิโลเมตร จากตะวันออกจรดตะวันตกกว้าง 1.8 กิโลเมตรโดยประมาณ คาบสมุทรมีลักษณะเอียงจากตะวันออกเฉียงเหนือ ไปยังตะวันตกเฉียงใต้ ภูเขาในบริเวณนี้สูงไม่มากนัก ยอดเขาสูงสุดสูงกว่าระดับน้ำทะเลเพียง 91.07 เมตร พื้นที่โดยเฉลี่ยมีความสูง 50-75 เมตร

สภาพอากาศแต่ละภูมิภาค

ภาคเหนือ

เนื่องจากตั้งอยู่บนชายฝั่งตะวันออกของแผ่นดินจีน ตรงข้ามมหาสมุทรแปซิฟิก จึงรับอิทธิพลจากลมมรสุมอย่างเต็มที่ มีสภาพอากาศอบอุ่นถึงชุ่มชื้น แสงแดดเพียงพอ แบ่งเป็น 4 ฤดูชัดเจน อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปี 12.3 องศาเซลเซียส เดือนกรกฎาคมอากาศร้อนจัด อุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ย 26 องศา เดือนมกราคมอากาศหนาวจัด อุณหภูมิต่ำสุด -4 องศา

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

มีสภาพอากาศมรสุมภาคพื้นทวีปแบบอบอุ่นแถบเหนือ มีฤดูหนาวอันยาวนาน ฤดูร้อนที่อบอุ่น และฤดูใบไม้ผลิ-ใบไม้ร่วงช่วงสั้นๆ อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปี 4-10 องศาเซลเซียส ฤดูหนาว

เดือนมกราคมอากาศหนาวจัด อุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ย -15-5 องศา เดือนกรกฎาคม อุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ย 22-26 องศา

ภาคตะวันออก

มีอุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปีราวๆ 18 องศาเซลเซียส ปริมาณน้ำฝนตลอดปีเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 1,341 - 1,940 มิลลิเมตร โดยทางใต้ ตะวันออก และเขตภูเขาจะมีฝนตกชุกมากกว่าทางเหนือ ตะวันตก และบริเวณแอ่งกระทะ เดือนมกราคมอุณหภูมิเฉลี่ย 4 - 9 องศาเซลเซียส เดือนกรกฎาคมเฉลี่ย 28 - 30 องศา

ภาคกลาง

มีสภาพอากาศแบบมรสุมเขตร้อนภาคพื้นทวีปเอเชียกลาง ได้รับอิทธิพลของลมตะวันออก อุณหภูมิเฉลี่ยปี 16-18 องศาเซลเซียส สภาพอากาศมี 3 ลักษณะเด่น คือ สภาพอากาศแบบสมคูล มีแสงแดด และแหล่งน้ำเพียงพอ อากาศอบอุ่น สภาพอากาศแบบที่มีความแตกต่างอย่างมากระหว่างฤดูกาลต่างๆ เช่น ฤดูหนาวหนาวเย็น ฤดูร้อนร้อนมาก ฤดูใบไม้ผลิอากาศแปรปรวน ฤดูใบไม้ร่วงอุณหภูมิลดลงอย่างฉับพลัน และสุดท้าย สภาพอากาศในพื้นที่ภูเขา โดยเฉพาะแถบภูเขาสูงทางตะวันตกและทางใต้ มีความแตกต่างที่ชัดเจน

ภาคใต้

อยู่ในเขตร้อนชื้น พื้นที่เกือบทั้งหมดมีสภาพภูมิอากาศแบบมรสุมเขตร้อนแถบเอเชีย ดังนั้น จึงมีฤดูร้อนที่ยาวนานและฤดูหนาวที่อบอุ่น ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ย 1,366 มิลลิเมตรต่อปี อุณหภูมิเฉลี่ยทั้งปีระหว่าง 19-22 องศา

ภาคตะวันตกเฉียงใต้

เนื่องจากความหลากหลายทางภูมิศาสตร์และอิทธิพลลมมรสุมพัดผ่านตามฤดูต่างๆ ทำให้สภาพอากาศมีความซับซ้อนมาก มีตั้งแต่ลักษณะอากาศแบบเขตร้อนชื้นไปจนถึงแบบหนาวเย็นตลอดปี ทั้งนี้มีประโยชน์ต่อการพัฒนาผลผลิตทางการเกษตร พื้นที่แอ่งกระทะด้านตะวันออกจะมีภูมิอากาศแบบร้อนชื้น มีอุณหภูมิเฉลี่ยตลอดทั้งปี 14-19 องศาเซลเซียส ส่วนที่ราบสูงด้านตะวันตกหนาวเย็นตลอดทั้งปี อุณหภูมิเฉลี่ยต่ำกว่า 8 องศา เขตที่ราบสูงตอนใต้มีสภาพอากาศแบบเขตร้อน ส่วนที่ราบสูงทางตอนเหนือมีสภาพอากาศหนาวเย็นตลอดปี

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ฤดูกาลทั้ง 4 มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน คือ ฤดูหนาวหนาวเย็นและยาวนาน ฤดูใบไม้ผลิอุณหภูมิเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ฤดูร้อนช่วงสั้นๆอากาศเย็นสบาย ฤดูใบไม้ร่วงอากาศเย็นสบายแต่อุณหภูมิลดต่ำเร็ว อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปี 0-15 องศาเซลเซียส กันชู่มีสภาพอากาศรุนแรงและมักก่อให้เกิดภัยพิบัติ อาทิ การเกิดพายุทราย ลมร้อนแล้ง ลูกเห็บตก น้ำค้างแข็ง โดยเฉพาะปัญหาเรื่องความแห้งแล้ง ที่สร้างความเสียหายอย่างหนักต่อภาคเกษตรกรรม

เขตปกครองพิเศษ

ภูมิอากาศแบบร้อนชื้น อากาศอบอุ่นและฝนตกชุก อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปี 16-25 องศาเซลเซียส ความชื้นสูงราว 75-90% อากาศเย็นสุดในเดือนมกราคม อุณหภูมิเฉลี่ย 14.6 องศาเซลเซียส อุณหภูมิต่ำสุดวัดได้ 5 องศาเซลเซียส เดือนกรกฎาคมอากาศร้อนสุด อุณหภูมิเฉลี่ย 28.5 องศา ในขณะที่ร้อนสุดอาจสูงถึง 32 องศาเซลเซียส ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ย 1970 มิลลิเมตร ฝนตกชุกในช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนตุลาคม ฤดูกาลตลอดทั้งปี แบ่งออกเป็น 2 ฤดู คือร้อนและหนาว ฤดูร้อนอากาศร้อน ฝนตกชุก ฤดูหนาว อากาศเย็นและแห้ง ช่วงผลัดเปลี่ยนฤดูมีช่วงระยะเวลาสั้น ก่อนเข้าสู่ฤดูร้อนอากาศอุ่นมีเมฆมาก เมื่อย่างฤดูหนาวอากาศสดชื่นแจ่มใส ช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคมเป็นช่วงฤดูมรสุม

สภาพอากาศของประเทศจีนส่วนใหญ่ยึดตามสภาพอากาศในเขตภาคเหนือที่ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุม โดยในเดือนกันยายนและตุลาคมไปจนถึงเดือนมีนาคมและเมษายนของปีถัดไป จะได้รับลมมรสุมจากที่ไซบีเรียและที่ราบสูงมองโกเลียพัดเข้าสู่ประเทศจีน ทำให้อากาศแห้งและหนาวเย็น และทำให้อุณหภูมิแตกต่างกันถึง 40 องศาเซลเซียสระหว่างทางเหนือกับทางใต้ของประเทศ อุณหภูมิในฤดูหนาวจะอยู่ที่ระหว่าง 5-18 องศาเซลเซียสซึ่งหนาวกว่าประเทศอื่น ๆ ที่อยู่ในเส้นละติจูดเดียวกัน ในฤดูร้อนนั้น ลมมรสุมพัดจากมหาสมุทรเข้าสู่แผ่นดินจึงนำเอาความอบอุ่นและความชุ่มชื้นซึ่ง ก่อให้เกิดฝนตก

ภูมิอากาศของประเทศจีนในแต่ละภูมิภาคมีความแตกต่างกันอย่างมาก ทางเหนือของไฮหลงเจียง ซึ่งอยู่ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศจะไม่มีฤดูร้อน ที่เกาะไห่หนานหรือไหหลำทางใต้มีฤดูร้อนอันยาวนานแต่ไม่มีฤดูหนาว ที่ลุ่มน้ำฮว่ยเหอมีครบสี่ฤดู ทางตะวันตกของประเทศแถบที่ราบสูงชิงไห่-ทิเบต มีหิมะปกคลุมทั้งปี ทางตอนใต้แถบที่ราบสูงหยุนหนานกึ่งโจวมีอากาศเย็นสบายเหมือนฤดูใบไม้ผลิตลอดทั้งปีเช่นกัน ด้านปริมาณน้ำฝนต่อปีก็แตกต่างกันตามแต่ละภูมิภาคเช่นกัน เช่นปริมาณน้ำฝนต่อปีสูงถึง 1500 มม.ในแถบชายฝั่งตะวันออกเฉียงใต้ และลดลงเหลือแค่ 50 มม.ในแผ่นดินตอนในในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Ref : www.gustotour.com/info_asia/china/china.html



ภาคผนวก ง

ตัวอย่างแบบสอบถามที่ 1 ด้านผู้บริโภค (ทั่วไป)

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ LAMOON Sleeping Mask

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคและพฤติกรรมการใช้ครีมบำรุงผิว โดยนักศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ทางคณะผู้จัดทำใคร่ขอความกรุณาท่านกรอกแบบสอบถามนี้ตามความคิดเห็นและตามความเป็นจริง ความคิดเห็นต่างๆของท่าน ทางคณะผู้จัดทำจะเก็บเป็นความลับและนำไปใช้สำหรับการศึกษาเท่านั้น

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ใน หรือเติมข้อความในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- 18-25 ปี 26-35 ปี 36-45 ปี
 46-59 ปี 60 ปีขึ้นไป

3. เชื้อชาติ

- ไทย จีน อื่นๆ

4. สถานภาพ

- โสด สมรส หย่าร้าง/แยกกันอยู่

5. การศึกษา

- ต่ำกว่ามัธยมศึกษา มัธยมศึกษา ปริญญาตรี
 ปริญญาโท สูงกว่าปริญญาโท

6. อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง
 ข้าราชการ/พนักงานรัฐ แม่บ้าน/เกษียณอายุ

7. รายได้ต่อเดือน

- <15,000 บาท 15,001-25,000 บาท 25,001-35,000 บาท
 35,001-50,000 บาท > 50,000 บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

8. ท่านเคยใช้ผลิตภัณฑ์ประเภทมาสก์บำรุงผิวหน้าหรือไม่

- เคย ไม่เคย

9. โดยเฉลี่ยท่านมีการใช้ผลิตภัณฑ์ประเภทมาสก์บำรุงผิวหน้าบ่อยเพียงใด

- นานๆครั้ง 1-2 วัน/สัปดาห์ 3-4 วัน/สัปดาห์
 มากกว่า 5 วัน/สัปดาห์

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า

10. ปัจจัยใดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทมาสก์บำรุงผิวหน้า (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- หน้าขาวใส เพิ่มความชุ่มชื้น ลดฝ้า สิว กระ
 บำรุงทั่วไป ผิวหน้าเต่งตึง อื่นๆ.....

11. จุดประสงค์หลักที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทมาสก์บำรุงผิวหน้า (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- พนักงานแนะนำ ความน่าเชื่อถือของแบรนด์
 อื่นๆ.....

ส่วนที่ 4 ผลลัพธ์จากการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์

12. หลังจากที่ได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ LAMOON Sleeping Mask แล้ว ท่านรู้สึกอย่างไร

- ชอบ ไม่ชอบ ไม่แน่ใจ

13. ท่านมีความรู้สึกหลังจากการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ LAMOON Sleeping Mask อย่างไรบ้าง

ชอบ เนื่องจาก

ความนุ่มของผิวหนัง

ความชุ่มชื้น

ผิวขาว กระจ่างใส

ผิวหน้าเต่งตึง

ไม่ชอบ เนื่องจาก

ไม่รู้สึกถึงความแตกต่าง

เนื้อครีมซึมเร็วเกินไป

เนื้อครีมเหนียวเหนอะหนะ

อื่นๆ.....

14. ท่านมีอาการแพ้ หรือระคายเคืองหลังจากทดลองใช้หรือไม่

มี

ไม่มี

ส่วนที่ 5 การประเมินทางด้านราคาสินค้า

15. ท่านคิดว่าครีม LAMOON Sleeping Mask ขนาด 5g (กระปุกทดลอง) มีราคาขายอยู่ที่เท่าไร

กรุณาระบุ

16. ท่านคิดว่าครีม LAMOON Sleeping Mask ขนาด 15g (3 เท่าของกระปุกทดลอง) มีราคาขายอยู่ที่

เท่าไร กรุณาระบุ

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

ขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก จ

ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามที่ 1 ด้านผู้บริโภค (ทั่วไป)

จากการทำแบบสำรวจสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมใช้ครีมบำรุงผิวหน้า จำนวน 70 ชุด กับนักศึกษามหาวิทยาลัยหัวเฉียว ภาคภาษาจีน ได้ผลสำรวจดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

แสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	0	0
หญิง	70	100
รวม	70	100.00

จากการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 70 คน แบ่งเป็น เพศชาย จำนวน 0 คน เพศหญิง จำนวน 70 คน โดยเป็นชาวไทยจำนวน 38 ท่าน และเป็นชาวจีนที่อยู่ในประเทศไทยจำนวน 32 ท่าน

แสดงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
18-25 ปี	70	100
26-35 ปี	0	0
36-45 ปี	0	0
46-59 ปี	0	0
60 ปีขึ้นไป	0	0
รวม	70	100.00

จากการเก็บข้อมูล โดยแบบสอบถามพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 70 คน แบ่งเป็น กลุ่มอายุ 18-25 ปี จำนวน 70 คน

แสดงสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	70	100
สมรส	0	0
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	0	0
รวม	70	100.00

จากการเก็บข้อมูล โดยแบบสอบถามพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 70 คน แบ่งเป็น สถานะ โสด จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 100

แสดงระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา	0	0
ปริญญาตรี	70	100
ปริญญาโท	0	0
สูงกว่าปริญญาโท	0	0
รวม	70	100.00

จากการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 70 คน กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 100

แสดงอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	70	100
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	0	0
พนักงานบริษัท / ลูกจ้าง	0	0
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0	0
แม่บ้าน / เกษียณอายุ	0	0
รวม	70	100.00

จากการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 70 คน โดยแบ่งเป็นอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 100

แสดงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15,000 บาท	42	60
15,001-25,000 บาท	27	38.5
25,001-35,000 บาท	1	1.42
35,000 บาทขึ้นไป	0	0
รวม	70	100.00

จากการเก็บข้อมูล โดยแบบสอบถามพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 70 คน มีรายได้ น้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รายได้ 15,001-25,000 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 รายได้ 25,001-35,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.42

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์มาสก์บำรุงผิวหน้า

แสดงพฤติกรรมในการใช้ผลิตภัณฑ์มาสก์บำรุงผิวหน้า

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ประเภทมาสก์	49	70
ผู้ที่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ประเภทมาสก์	21	30
รวม	70	100.00

จากการเก็บข้อมูล โดยแบบสอบถามพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เคยใช้ผลิตภัณฑ์ ประเภทมาสก์บำรุงผิวจำนวน จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 70 และไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ประเภท มาสก์มาก่อน จำนวน 21คน คิดเป็นร้อยละ 30

แสดงความถี่ใช้ผลิตภัณฑ์มาสก์บำรุงผิวหน้า

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เคยใช้นานๆครั้ง	10	20.4
ใช้ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์	13	26.53
ใช้ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์	24	49
ใช้มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์	2	4.08
รวม	49	100.00

จากการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามพบว่า จากกลุ่มผู้ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ประเภทมาสก์บำรุงผิวจำนวน 49 คน เคยใช้นานๆครั้ง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 และใช้ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26.53 ใช้ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 49 และ ใช้มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.08

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทมาสก์บำรุงผิวหน้า

รายการ	จำนวน
หน้าขาวใส	15
เพิ่มความชุ่มชื้น	35
ลดฝ้า สิว กระ	2
ผิวหน้าเต่งตึง	42
บำรุงทั่วไป	21

จากการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 49 คนที่ใช้มาสก์บำรุงผิวหน้า ต้องการช่วยบำรุงให้ผิวหน้าเต่งตึงเป็นอันดับแรก คือ 42 คน และเพิ่มความชุ่มชื้นให้กับผิวหน้าจำนวน 35 คน

ส่วนที่ 4 ผลลัพธ์จากการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์

จำนวนผู้ที่ชื่นชอบ/ไม่ชอบ หลังจากได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ชอบ	68	97
ไม่ชอบ	2	3
รวม	70	100

จากการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามพบว่า หลังจากที่ได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ประเภท มาส์กบำรุง LAMOON Sleeping Mask จำนวน 70 คน รู้สึกชอบหลังจากการใช้ครั้งแรก จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 97 และไม่ชอบหลังจากการทดลองใช้ครั้งแรก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3

ปัจจัยที่จะส่งผลต่อการสั่งซื้อสินค้า

รายการ	จำนวน
ความนุ่มของผิวหนัง	63
ความชุ่มชื้น	55
ผิวขาว กระจ่างใส	8
ผิวหนังเต่งตึง	12

จากการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 68 คน ที่รู้สึกชอบ หลังจากการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ 2 อันดับแรก ที่ผู้ทดลองรู้สึกพึงพอใจ ได้แก่ ความนุ่มของผิวหนัง และความชุ่มชื้นของผิวหนัง

จำนวนผู้ที่มีอาการแพ้หลังจากได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
มีอาการแพ้	0	0
ไม่มีอาการแพ้	70	100
รวม	70	100

จากการเก็บข้อมูล โดยแบบสอบถามพบว่า หลังจากที่ได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ประเภท มาส์กบำรุง LAMOON Sleeping Mask จำนวน 70 คน ไม่พบผู้ที่มีอาการแพ้สารเคมีในผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 5 การประเมินทางด้านราคาสินค้า

การประเมินราคาจากผู้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์

รายการ	จำนวน
ราคา 300-399 บาท	1
ราคา 400-499 บาท	21
ราคา 500-599 บาท	32
ราคา 600-699 บาท	15
ราคา 700-799 บาท	1
รวม	70

จากการเก็บข้อมูล โดยแบบสอบถามพบว่า หลังจากที่ได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ประเภท มาส์กบำรุง LAMOON Sleeping Mask จำนวน 70 คน ประเมินราคาสินค้า อยู่ที่ 300-399 บาท จำนวน 1 คน ราคา 400-499 บาท จำนวน 21 คน ราคา 500-599 บาท จำนวน 32 คน ราคา 600-699 บาท จำนวน 15 คน และ ราคา 700-799 บาท จำนวน 1 คน

ภาคผนวก จ
หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตเครื่องสำอาง
(Good Manufacturing Practice:GMP)

1. บทนำ (Introduction)

เครื่องสำอางเป็นปัจจัยเสริมที่มีความจำเป็นต่อมนุษย์ อาจกล่าวได้ว่าในสังคมปัจจุบัน ไม่มีผู้ใดดำเนินชีวิตประจำวัน โดยไม่ได้ใช้เครื่องสำอางอย่างน้อยที่สุดก็ใช้เครื่องสำอางบางประเภท เช่น สบู่ แชมพู หรือยาสีฟัน เพื่อความสะอาด เพื่อความสวยงาม หรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงาม การใช้เครื่องสำอางเพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าวข้างต้น อาจก่อให้เกิดอันตราย เช่น การแพ้เครื่องสำอาง โดยสาเหตุของการแพ้อาจเกิดเฉพาะตัวบุคคลที่ใช้เอง หรืออาจเกิดจากการใช้เครื่องสำอางที่ไม่ได้คุณภาพมาตรฐานการผลิตเครื่องสำอางที่มีคุณภาพ ต้องมีการควบคุม ดูแลและตรวจสอบทุกขั้นตอน เริ่มตั้งแต่ ตัวอาคารสถานที่ผลิต อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต บุคลากร วัตถุดิบ และกรรมวิธีในการผลิต หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตเครื่องสำอางดังต่อไปนี้จึงเป็นข้อแนะนำต่างๆ ไปที่ผู้ผลิตสามารถนำไปปรับปรุงให้สอดคล้องกับสภาพของสถานที่ผลิตเครื่องสำอางแต่ละแห่งได้ โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐานและมีความปลอดภัย อันจะเป็นการคุ้มครอง สุขอนามัยและผลประโยชน์ของผู้บริโภค ในขณะที่เดียวกันผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐาน ก็จะได้รับความสำเร็จจากผู้บริโภคเป็นการตอบแทน วัตถุประสงค์ในการกำหนดหลักเกณฑ์นี้ เพื่อให้ผู้ผลิตเครื่องสำอางได้ใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติ เพื่อให้การผลิตเครื่องสำอางภายในประเทศมีการพัฒนาก้าวหน้ายิ่งขึ้นต่อไป

2. นิยามศัพท์ (Definition)

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามหลักเกณฑ์ จึงกำหนดนิยามศัพท์ไว้ดังต่อไปนี้

2.1 "เครื่องสำอาง" (Cosmetic) หมายถึง เครื่องสำอางตามกฎหมายว่าด้วยเครื่องสำอาง

2.2 "หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต" (Good Manufacturing Practice) เป็นส่วนหนึ่งของการประกันคุณภาพ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นว่า ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกสู่ท้องตลาดมีคุณภาพดี สม่่าเสมอ เหมาะสำหรับการใช้ ซึ่งเกี่ยวข้องทั้งการผลิตและ การควบคุมคุณภาพ

2.3 "ภาชนะบรรจุ" (Primary Packaging Materials) หมายถึงวัสดุใดๆที่ใช้บรรจุ หรือหุ้มห่อเครื่องสำอางโดยเฉพาะ

2.4 "วัสดุบรรจุ" (Secondary Packaging Materials) หมายถึง วัสดุทุกชนิดที่ใช้ห่อหุ้มภาชนะบรรจุ (Primary Packaging Materials) รวมถึงฉลาก และเอกสารกำกับเครื่องสำอาง

2.5 "ฉลาก" (Label) หมายถึง รูปรอยประดิษฐ์หรือข้อความใดๆ เกี่ยวกับเครื่องสำอางที่แสดงไว้ที่เครื่องสำอาง ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อ หรือสอดแทรก หรือรวมไว้กับเครื่องสำอาง ภาชนะบรรจุ หรือหีบห่อ และรวมถึงเอกสาร หรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบกับเครื่องสำอาง

2.6 "ครั้งที่ผลิต" (Batch or Lot) หมายถึง เครื่องสำอางที่ผลิตขึ้นแต่ละครั้งในวงจรการผลิตเดียวกัน มีคุณลักษณะ และ คุณภาพที่ สม่่าเสมอกันตลอด

2.7 "เลขที่หรืออักษรแสดงรุ่นที่ผลิต และ/หรือ วิเคราะห์" (Lot Number and/or Control Number) หมายถึง ตัวเลข หรืออักษร หรือทั้งสองอย่างรวมกัน เพื่อบ่งถึงรายละเอียด ตลอดจนความเป็นมาต่างๆเกี่ยวกับการผลิต การควบคุมคุณภาพการบรรจุ และการส่งออกเพื่อจำหน่ายของแต่ละครั้งที่ผลิตขึ้น

2.8 "วันที่ผลิต" (Date of Manufacture) หมายถึง วันที่เริ่มต้นกระบวนการผลิตเครื่องสำอาง แต่ละครั้ง

2.9 "วันหมดอายุ " (Expiration Date or Expiry Date) หมายถึง ช่วงเวลาที่แสดงว่าผลิตภัณฑ์ยังคงสภาพอยู่ เมื่อเก็บไว้ภายใต้เงื่อนไขที่แนะนำ

2.10 "วัตถุดิบ" (Raw Materials) หมายถึง สาร / วัตถุใดๆที่เป็นส่วนประกอบในสูตรตำรับ ในการผลิตเครื่องสำอาง

2.11 "เครื่องสำอางรอการบรรจุ" (Bulk Product) หมายถึง เครื่องสำอางที่ผ่านกระบวนการผลิตแล้ว พร้อมที่จะบรรจุเป็นเครื่องสำอางสำเร็จรูปต่อไป

2.12 "เครื่องสำอางสำเร็จรูป" (Finished Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ได้ผ่าน กรรมวิธีการผลิต การบรรจุและการควบคุมคุณภาพเรียบร้อยแล้ว พร้อมที่จะจำหน่ายได้

2.13 "เอกสารการผลิต" (Documentation) หมายถึง บันทึกที่จัดทำขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษร ที่เกี่ยวข้องกับสูตรตำรับกรรมวิธีการผลิต ผลการทดสอบคุณภาพ และบันทึกอื่นๆซึ่งเกี่ยวข้องกับการผลิตเครื่องสำอางแต่ละครั้ง และหมายรวมถึงการจัดเก็บบันทึกต่างๆ

2.14 "สูตรแม่บท" (Master Formula) หมายถึง การกำหนดปริมาณวัตถุดิบเพื่อผลิตเครื่องสำอางแต่ละตำรับ ตามกรรมวิธีการผลิตที่ได้กำหนดไว้โดยละเอียด

2.15 "การผลิต" (Manufacturing) หมายถึง การปฏิบัติการทุกอย่างในการผลิตเครื่องสำอาง เริ่มตั้งแต่ การชั่งวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การบรรจุ การบรรจุหีบห่อ และการติดฉลาก

2.16 "การดำเนินการผลิต" (Production) หมายถึง การดำเนินการในกระบวนการผลิต และการบรรจุ

2.17 "กระบวนการผลิต" (Processing) หมายถึง เป็นส่วนหนึ่งของวงจรการผลิต เริ่มตั้งแต่การชั่ง การผสมวัตถุดิบ จนได้เป็นเครื่องสำอางที่พร้อมจะบรรจุ

2.18 "การควบคุมระหว่างการผลิต" (In-Process Control) หมายถึง การทดสอบและตรวจสอบในระหว่างการดำเนินการผลิต

2.19 "การบรรจุ" (Packaging) หมายถึง ขั้นตอนหนึ่งในการดำเนินการผลิตโดยเริ่มตั้งแต่ การบรรจุเครื่องสำอางใส่ภาชนะ ปิดฉลาก ใส่กล่อง/ห่อ จนสำเร็จพร้อมที่จะจัดส่ง

2.20 "ผลผลิตที่ได้ตามทฤษฎี" (Theoretical Yield) หมายถึง ปริมาณที่ควรจะได้ผลิตได้ในขั้นตอนต่างๆของการผลิต เช่น กระบวนการผลิต การบรรจุของเครื่องสำอางแต่ละตำรับซึ่งขึ้นอยู่กับส่วนประกอบที่ใช้โดยไม่คำนึงถึงส่วนที่สูญเสียหรือขาดหายไปในการผลิตจริง

2.21 "การทำให้ปราศจากเชื้อ" (Sterilization) หมายถึง การทำลายเชื้อจุลินทรีย์ โดยการนึ่ง อบ ใช้ก๊าซหรือการผ่านรังสี เป็นต้น

2.22 "ห้องหรือบริเวณที่สะอาด" (Clean Room or Clean Area) หมายถึง ห้อง หรือบริเวณที่มีการควบคุมฝุ่นละออง และเชื้อจุลินทรีย์ให้อยู่ในปริมาณที่กำหนด

2.23 "การประกันคุณภาพ" (Quality Assurance) หมายถึง การปฏิบัติการ หรือการดำเนินการ เพื่อให้ได้มาซึ่งเครื่องสำอางที่มีคุณภาพมาตรฐานตามที่กำหนด รวมถึงหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตเครื่องสำอาง ตลอดจนการวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์

2.24 "การควบคุมคุณภาพ" (Quality Control) หมายถึง การตรวจสอบและวิเคราะห์ เพื่อให้แน่ใจได้ว่าเครื่องสำอางที่ผลิตออกมาแต่ละครั้ง มีคุณสมบัติตรงตามข้อกำหนดของเอกลักษณ์ ความแรง และคุณสมบัติอื่นของเครื่องสำอางนั้นๆ

2.25 "ข้อกำหนด" (Specification) หมายถึง เอกสารที่แสดงรายละเอียดคุณลักษณะทางเคมี ทางฟิสิกส์ และทางชีวภาพของวัตถุดิบส่วนผสมที่อยู่ระหว่างการผลิต หรือเครื่องสำอางสำเร็จรูป

2.26 "ตัวอย่างซึ่งเป็นตัวแทนของทั้งหมด" (Representative Sample) หมายถึง ตัวอย่างที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างที่ถูกต้องซึ่งเชื่อมั่นว่า จะเป็นตัวแทนของทั้งหมด

2.27 "การกักกัน" (Quarantine) หมายถึง การจัดแยก หรือการกักวัตถุดิบ วัสดุการบรรจุ เครื่องสำอางการบรรจุและเครื่องสำอางสำเร็จรูป ไว้เป็นสัดส่วนต่างหากในระหว่างที่รอผลการตรวจสอบ

2.28 "ปล่อยหรือผ่าน" (Released or Passed) หมายถึง วัตถุดิบ วัสดุการบรรจุ เครื่องสำอางการบรรจุ และเครื่องสำอางสำเร็จรูป ที่อนุญาตให้นำมาใช้ผลิตหรือจำหน่าย

2.29 "ไม่ผ่าน" (Rejected) หมายถึง วัตถุดิบ วัสดุการบรรจุ เครื่องสำอางการบรรจุ และเครื่องสำอางสำเร็จรูป ที่ไม่อนุญาตให้นำมาใช้ผลิตหรือจำหน่าย

2.30 "การสุขาภิบาล" (Sanitation) หมายถึง การควบคุมดูแลทุกสิ่งทุกอย่างในการผลิต รวมถึงตัวอาคารสถานที่ผลิตบุคลากร อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต และการเคลื่อนย้ายวัสดุต่างๆ ให้ถูกสุขอนามัย

2.31 "การวิจัยพัฒนา" (Research and Development) หมายถึง การดำเนินการศึกษาค้นคว้า รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องสำอาง อันได้แก่ การศึกษาค้นคว้าคุณสมบัติของเครื่องสำอางทั้งในด้านฟิสิกส์ เคมี พืชวิทยา และด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้อง การศึกษาวิธีการควบคุมคุณภาพเครื่องสำอาง นอกจากนี้ยังรวมถึงการพัฒนาตำรับเครื่องสำอาง และการศึกษาความคงตัวของเครื่องสำอางด้วย

3. บุคลากร (Personnel)

3.1 โครงสร้างการบริหารงานของสถานที่ผลิตเครื่องสำอาง เจ้าหน้าที่ผลิตและเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพจะต้องแยกความรับผิดชอบ ทำงานเป็นอิสระไม่ขึ้นแก่กัน มีอำนาจในการตัดสินใจและควรกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงานในแต่ละระดับ

3.2 หัวหน้ารับผิดชอบแต่ละแผนก จะต้องมีความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายเป็นอย่างดี

3.3 พนักงานที่ปฏิบัติงานในสถานที่ผลิตเครื่องสำอาง จะต้องได้รับการอบรมเกี่ยวกับการผลิต หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต (GMP) ความรู้ทางด้านสุขอนามัยและข้อควรระวังในการปฏิบัติงาน

3.4 จัดให้มีพนักงานอย่างเพียงพอในการปฏิบัติงาน

3.5 มีสุขภาพอนามัยที่สมบูรณ์ แข็งแรง ทั้งร่างกายและจิตใจ ไม่เป็นโรคติดต่อ โรคผิวหนัง หรือมีบาดแผลตามร่างกายจะต้องตรวจสุขภาพสม่ำเสมออย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เอกสารการตรวจสุขภาพต้องเก็บไว้เป็นหลักฐาน

3.6 พนักงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เมื่อเข้าสู่บริเวณผลิต จะต้องสวมเสื้อผ้า รองเท้า ถุงมือ และที่ปิดปากและจมูกตามความเหมาะสมกับการปฏิบัติงาน อุปกรณ์ดังกล่าวจะต้องทำความสะอาดสม่ำเสมอ และไม่สวมเสื้อผ้าที่ใช้ปฏิบัติงานออกนอกบริเวณผลิต

4.สถานที่ผลิต (Premise)

- 4.1 สถานที่ตั้งตัวอาคารควรอยู่ในทำเลที่แยกเป็นสัดส่วนจากบริเวณที่อยู่อาศัย
- 4.2 อาคารสถานที่ผลิตต้องออกแบบ และก่อสร้างให้เหมาะสม จัดให้มีพื้นที่มากเพียงพอที่จะติดตั้งเครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตพื้น ฝาผนัง และเพดานของอาคารควรทำด้วยวัสดุที่คงทน พื้นผิวเรียบ ไม่ขรุขระ ไม่มีรอยแตกและสะดวกต่อการทำความสะอาดและบำรุงรักษา
- 4.3 จัดให้มีแสงสว่าง และการระบายอากาศที่เหมาะสมเพียงพอสำหรับการปฏิบัติงานภายในอาคารสถานที่ผลิต
- 4.4 จัดให้มีการป้องกันสัตว์ และแมลงไม่ให้เข้าไปในบริเวณสถานที่ผลิต
- 4.5 มีห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า ห้องน้ำ ห้องส้วม ให้เหมาะสมกับจำนวนพนักงาน
- 4.6 ห้องหรือบริเวณผลิต และบรรจุเครื่องสำอาง ต้องมีขนาดเหมาะสม ไม่เป็นทางผ่านไปยังบริเวณอื่น ภายในห้องจัดให้มีโต๊ะสำหรับทำงานที่เหมาะสม
- 4.7 ห้องหรือบริเวณเก็บวัตถุดิบจะต้องแห้ง สะอาด มีการควบคุมอุณหภูมิ ความชื้นตามความจำเป็น
- 4.8 จัดให้มีบริเวณที่เป็นสัดส่วน สำหรับกักกันวัตถุดิบ วัสดุการบรรจุ เครื่องสำอางรอการบรรจุ และเครื่องสำอางสำเร็จรูปที่รอผลการวิเคราะห์
- 4.9 มีสถานที่เฉพาะสำหรับเก็บวัตถุไวไฟ วัตถุที่ระเบิดง่าย วัตถุมีพิษ วัสดุการบรรจุเครื่องสำอางสำเร็จรูปที่ไม่ได้มาตรฐาน หรือเครื่องสำอางที่เรียกคืนจากลูกค้า
- 4.10 จัดให้มีสถานที่ และอุปกรณ์ที่เหมาะสมในการวิเคราะห์คุณภาพวัตถุดิบ เครื่องสำอางรอการบรรจุ และเครื่องสำอางสำเร็จรูป ในกรณีที่ไม่สามารถจัดสถานที่และทำการวิเคราะห์เครื่องสำอางได้ อย่างน้อยจะต้องมีหลักฐานแสดงการวิเคราะห์จากหน่วยงานที่เชื่อถือได้

5. การสุขาภิบาล (Sanitation)

สถานที่ผลิตเครื่องสำอางจะต้องมีระบบการควบคุมดูแลในเรื่องการรักษาความสะอาดอย่างถูกต้อง ดังต่อไปนี้

5.1 สถานที่จะต้องจัดให้เป็นระเบียบ สะอาด ปราศจากสิ่งสกปรก และสัตว์ซึ่งเป็นพาหะของโรค

5.2 ไม่กระทำการใดๆที่ไม่ถูกสุขลักษณะเป็นต้นว่า รับประทานอาหาร สูบบุหรี่ รับประทานอาหารหรือเครื่องดื่ม และเก็บสิ่งของที่ไมเกี่ยวข้องกับเครื่องสำอางไว้ภายในสถานที่

5.3 จัดให้มีห้องส้วม และอ่างล้างมือสำหรับผู้ปฏิบัติงาน ห้องส้วมต้องถูกสุขลักษณะ มีอุปกรณ์เครื่องใช้สำหรับทำความสะอาด และฆ่าเชื้อตามความจำเป็น

5.4 ควรมีมาตรการที่ดีในการควบคุมของเสีย วัตถุอันตราย มลสารอื่น ๆ รวมทั้งกากตะกอน หรือสิ่งตกค้างจากสิ่งเหล่านั้น ที่ถูกปล่อยออกจากสถานที่ผลิต ซึ่งก่อให้เกิดหรืออาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม หรือภาวะที่เป็นพิษต่อสุขภาพของประชาชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริม และรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535

5.5 จัดให้มีภาชนะรองรับขยะมูลฝอยที่มีฝาปิด ในจำนวนที่เพียงพอ และมีระบบกำจัดขยะมูลฝอยที่เหมาะสม

5.6 จัดให้มีระบบระบายน้ำทิ้ง และสิ่งโสโครกในลักษณะที่เหมาะสม

5.7 จัดให้มีมาตรการเพื่อความปลอดภัย ดังนี้

5.7.1 มีทางออกฉุกเฉินให้เพียงพอกับจำนวนคนงาน พร้อมทั้งมีป้ายแสดงทางออกที่เห็นได้ง่าย

5.7.2 มีสัญญาณแจ้งเหตุอันตราย

5.7.3 มีเครื่องดับเพลิงหรือสิ่งอื่นที่ใช้ในการดับเพลิงจำนวนเพียงพอแก่สภาพ ตลอดจนจัดให้มีการป้องกันอัคคีภัยโดยวิธีอื่นด้วย

5.7.4 มีสถานที่และอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการปฐมพยาบาล

6. อุปกรณ์และเครื่องมือต่าง (Equipment)

6.1 เครื่องมือเครื่องใช้ และอุปกรณ์การผลิตจะต้องมีจำนวนเพียงพอ อยู่ในสภาพที่ใช้การได้ดี เป็นชนิดที่เหมาะสมกับงาน การออกแบบติดตั้ง ควรคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

6.1.1 การปนเปื้อนที่อาจเกิดขึ้น ในระหว่างการผลิต เช่น จากน้ำมันหล่อลื่น น้ำมันเชื้อเพลิง ผงหรือเศษโลหะ

6.1.2 สามารถทำความสะอาดตัวเครื่องมือ และบริเวณที่ตั้งเครื่องมือได้ง่าย สะดวก และทั่วถึง

6.1.3 ควรทำด้วยวัสดุที่ไม่ทำปฏิกิริยา ไม่ดูดซึม และไม่หลุดลอกติดกับเครื่องสำอาง วัสดุคืบ และสารที่ใช้ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อ

6.1.4 สะดวกต่อการใช้งาน และการบำรุงรักษา

6.2 เครื่องมือ เครื่องใช้ และอุปกรณ์การผลิตก่อนและหลังการใช้แล้ว ต้องทำความสะอาดและฆ่าเชื้อ และเก็บไว้ในที่เหมาะสม

7. วัตถุดิบและวัสดุการบรรจุ (Raw Materials and Packaging Materials)

7.1 ต้องมีการลงบันทึกการรับวัตถุดิบ และวัสดุการบรรจุทุกครั้ง โดยมีรายละเอียดวัน เดือนปีที่รับ ชื่อ ครั้งที่ผลิต (Batch or Lot No.) ชื่อผู้จัดจำหน่าย แหล่งผลิต จำนวน วันที่วิเคราะห์ วันที่ได้รับอนุมัติจากเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพ และวันที่หมดอายุ (ถ้ามี)

7.2 ต้องไม่เป็นสาร หรือวัสดุที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของประชาชน มีคุณภาพตามที่กำหนดไว้

7.3 ต้องอยู่ในสภาพที่ดี ภาชนะบรรจุต้องไม่มีรอยแตกหรือชำรุด และมีรายละเอียดเกี่ยวกับ ชื่อ ครั้งที่ผลิต เลขที่หรืออักษรแสดงครั้งที่ผลิต และปริมาณ

7.4 ต้องจัดเก็บให้เป็นสัดส่วนและเหมาะสม เพื่อป้องกันการหลงลืมสับสน การปนเปื้อน และการเสื่อมสลายอันเนื่องมาจากอุณหภูมิ ความชื้น และแสงแดด ในการจัดเก็บจะต้องไม่วางบนพื้นโดยตรง ควรมียกพื้น หรือชั้นสำหรับวางรองรับ

7.5 ต้องกักกันไว้ก่อนเพื่อรอผลการตรวจสอบ และทดสอบจากเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพ ที่ภาชนะบรรจุจะต้องมีเครื่องหมายเพื่อแสดงว่าได้รับการอนุมัติหรือไม่ได้รับการอนุมัติ หรืออยู่ระหว่างรอผลการวิเคราะห์

7.6 วัตถุดิบและวัสดุการบรรจุที่ได้รับการอนุมัติแล้ว จะต้องมีการใช้หมุนเวียนในลักษณะที่รับมาก่อนจะต้องนำไปใช้ก่อน (First-in, First-out)

7.7 วัตถุดิบและวัสดุการบรรจุที่เหลือเก็บอยู่ในคลังสินค้า ต้องนำมาตรวจสอบซ้ำเป็นระยะๆ เพื่อให้แน่ใจว่ายังอยู่ในสภาพที่ดี

7.8 จะต้องมีมาตรการหรือวิธีการที่ถูกต้องตามหลักวิชาการในการควบคุมคุณภาพของน้ำที่ใช้ในการผลิตเครื่องสำอาง

8. การดำเนินการผลิต (Production)

8.1 กระบวนการผลิต (Processing)

8.1.1 ต้องมีวิธีการปฏิบัติ ที่เป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อป้องกันความผิดพลาด และการปนเปื้อนที่อาจจะเกิดขึ้น ก่อนจะนำวิธีการผลิตที่กำหนดมาใช้ จะต้องตรวจสอบเพื่อให้แน่ใจว่าถูกต้องและเหมาะสม โดยเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถเป็นผู้ดำเนินการ

8.1.2 จัดให้มีพื้นที่สำหรับซั่งวัตถุดิบเป็นสัดส่วน และต้องมีเจ้าหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้อง

8.1.3 วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตจะต้องบรรจุในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท และมีฉลากแสดงไว้อย่างชัดเจน

8.1.4 อุปกรณ์การผลิตและภาชนะที่ใช้ในการผลิตเครื่องสำอาง จะต้องทำความสะอาด และจัดเก็บรักษาให้เหมาะสมเพื่อป้องกันการปนเปื้อน

8.1.5 ในระหว่างการผลิต พื้นที่รอบบริเวณผลิต จะต้องไม่มีวัตถุอื่นใด หรืออุปกรณ์การผลิตที่ไม่จำเป็น

8.1.6 ในห้องผลิตเดียวกัน ถ้ามีการผลิตเครื่องสำอางหลายๆตำรับพร้อมๆกัน หรือมีการผลิตเครื่องสำอางอื่นมาก่อน จะต้องมีการป้องกันการปนเปื้อนที่อาจจะเกิดขึ้นในเครื่องสำอาง

8.1.7 เครื่องสำอางก่อนจะออกสู่ผู้บริโภคจะต้องได้รับการตรวจสอบ และอนุมัติจากเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพ

8.1.8 เครื่องสำอางที่รอการบรรจุ จะต้องจัดเก็บในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทและมีเครื่องหมายแสดงไว้

8.2 การบรรจุ (Packaging)

เครื่องสำอางแต่ละชนิดจะต้องมีวิธีการบรรจุที่กำหนด (Master Packaging Procedure) ซึ่งระบุขนาดภาชนะบรรจุ และชนิดของภาชนะบรรจุ

8.2.1 วัสดุการบรรจุของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแต่ละชนิด จะต้องแยกเก็บไม่ให้ปะปนกัน

8.2.2 ฉลากทุกชนิดสำหรับภาชนะบรรจุ หีบห่อ และกล่อง จะต้องได้รับการตรวจสอบความถูกต้อง และผ่านการเห็นชอบจากเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพ

8.2.3 การบรรจุและปิดฉลากเครื่องสำอาง จะต้องบันทึกในบันทึกการผลิต (Batch Processing Record) ว่าเครื่องสำอางที่ผลิตนั้น ผ่านการทดสอบและได้รับความเห็นชอบจากเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพแล้ว

8.2.4 เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการบรรจุและปิดฉลาก ในการเบิกวัสดุ ภาชนะบรรจุ หีบห่อ และฉลาก จะต้องตรวจสอบจำนวนแน่นอน แล้วบันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อที่จะได้ตรวจสอบเปรียบเทียบกับจำนวนภาชนะบรรจุ และฉลากที่ใช้จริง ภายหลังที่เสร็จสิ้นการบรรจุและปิดฉลากได้โดยง่าย

8.2.5 เครื่องสำอางสำเร็จรูปทุกชนิด ต้องมีฉลากติดอยู่ ซึ่งข้อความในฉลากนั้น จะต้องเป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมาย และทำการกักกันไว้จนกว่าจะผ่านการทดสอบและอนุมัติเป็นลายลักษณ์อักษรจากเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพ

9. การควบคุมคุณภาพ (Quality Control)

ผู้ผลิตต้องมีเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพ ซึ่งจะต้องมีอิสระและมีอำนาจในการตัดสินใจดังต่อไปนี้

9.1 จัดทำวิธีการควบคุมคุณภาพ ข้อกำหนดและวิธีการทดสอบทางเอกลักษณ์ คุณสมบัติทางเคมี ฟิสิกส์ และการปนเปื้อนของจุลินทรีย์ในวัตถุดิบ เครื่องสำอางรอการบรรจุ และเครื่องสำอางสำเร็จรูป เป็นลายลักษณ์อักษร

9.2 จัดให้มีเครื่องมือที่เหมาะสมในการควบคุมคุณภาพ

9.3 จัดทำวิธีการสุ่มตัวอย่าง และเก็บตัวอย่างวัตถุดิบ และเครื่องสำอางสำเร็จรูป ไว้เป็นหลักฐาน ในกรณีที่วัตถุดิบเก็บไว้เป็นระยะเวลานาน จะต้องนำมาตรวจซ้ำเพื่อให้แน่ใจว่ายังคงมีคุณภาพตามข้อกำหนด

9.4 เก็บตัวอย่าง (Retained Sample) เครื่องสำอางสำเร็จรูปที่ผลิตแต่ละครั้งในจำนวนที่เพียงพอ เพื่อตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานได้อย่างน้อย 2 ครั้ง เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 1 ปี หลังจากวันผลิต

9.5 มีอำนาจในการอนุมัติ หรือไม่อนุมัติการผ่านของวัตถุดิบ โดยแสดงเครื่องหมายบนภาชนะบรรจุ วัสดุการบรรจุ และเครื่องสำอางสำเร็จรูปที่ผ่านการตรวจสอบตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

9.6 ควรกำหนดวันหมดอายุของเครื่องสำอาง และกำหนดวิธีการเก็บรักษาโดยการตรวจสอบความคงตัวของเครื่องสำอางในกรณีที่เครื่องสำอางนั้นมีวัตถุดิบที่ระบุวันหมดอายุ

9.7 ตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบ และวัสดุการบรรจุว่า มีคุณภาพตามที่กำหนดไว้หรือไม่

9.8 มีส่วนร่วมในการตรวจสอบผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการผลิต เช่น มีการเปลี่ยนแปลงอุปกรณ์การผลิต วิธีการผลิต และวัตถุดิบ

9.9 จัดให้มีมาตรการที่เหมาะสมในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องสำอาง เพื่อเตรียมรับกรณีที่มีการร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพ

9.10 ประเมินผลการตรวจสอบ และผลวิเคราะห์เครื่องสำอางที่พบข้อบกพร่องในเรื่องคุณภาพ และจัดให้มีมาตรการในการเรียกผลิตภัณฑ์คืนจากท้องตลาด

9.11 มีส่วนร่วมในการตัดสินใจกับแผนกอื่น ในการประเมินผลเครื่องสำอางที่ได้รับคืนจากท้องตลาด

9.12 บันทึกและรวบรวมผลการตรวจสอบ และผลวิเคราะห์วัตถุดิบ วัสดุการบรรจุ และผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ในกรณีที่ไม่สามารถทำการวิเคราะห์เครื่องสำอางได้ อย่างน้อยจะต้องมีหลักฐานแสดงการวิเคราะห์จากหน่วยงานที่เชื่อถือได้

10. เอกสารการผลิต (Documentation)

ผู้ผลิตจะต้องจัดทำเอกสารการผลิตเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อช่วยให้ผู้ผลิตทำการผลิต และควบคุมคุณภาพให้เป็นไปตามที่กำหนดทุกครั้ง หากมีการร้องเรียนจะได้สามารถตรวจสอบและหาสาเหตุได้ เอกสารดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

10.1 สูตรแม่บท (Master Formula) มีรายละเอียด ดังนี้

- (1) ชื่อผลิตภัณฑ์
- (2) ชนิด จำนวน และปริมาณของวัตถุดิบและวัสดุการบรรจุที่ใช้ทั้งหมด
- (3) ข้อเสนอแนะในการผลิต การบรรจุ และการเก็บรักษา เครื่องสำอางรอการบรรจุ และเครื่องสำอางสำเร็จรูป
- (4) ผลผลิตที่ได้ตามทฤษฎี และค่าเบี่ยงเบนที่ยอมรับให้มีได้

10.2 เอกสารการผลิตของครั้งที่ผลิต (Batch Documentation) เป็นรายงานการวิเคราะห์เครื่องสำอางแต่ละครั้ง ซึ่งต้องจัดทำขึ้นเพื่อแสดงว่าได้ผ่านการผลิต และการวิเคราะห์ตามสูตรแม่บทแล้ว มีรายละเอียดดังนี้

- (1) ชื่อ จำนวน สูตรหรือตำรับเครื่องสำอาง
- (2) วันที่ผลิตและครั้งที่ผลิต

- (3) หมายเลขการวิเคราะห์วัตถุดิบทุกชนิดที่ใช้ในการผลิต
- (4) รายละเอียดเกี่ยวกับการผลิต และอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต
- (5) ชื่อและลายมือชื่อเจ้าหน้าที่ผู้ดำเนินการผลิต
- (6) รายงานผลการวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการแก้ไข
- (7) ลายมือชื่อพร้อมวันที่ของเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในการอนุมัติหรือไม่อนุมัติให้เครื่องสำอางรุ่นนั้นออกจำหน่ายได้

10.3 รายงานการควบคุมคุณภาพ (Quality Control Report) เป็นรายงานการตรวจสอบวัตถุดิบ วัสดุการบรรจุ เครื่องสำอางการบรรจุ และเครื่องสำอางสำเร็จรูป มีรายละเอียดดังนี้

- (1) ชื่อ จำนวน
- (2) วันที่ผลิต ครั้งที่ผลิต หรือรุ่นที่ผลิต
- (3) ผลการตรวจสอบ
- (4) การประเมินผล สรุป และลายมือชื่อของเจ้าหน้าที่ที่ทำการตรวจสอบ

10.4 ข้อกำหนด (Specification) ประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้

- (1) ข้อกำหนดของวัตถุดิบ (Raw Material Specification) มีรายละเอียดดังนี้
 - ชื่อทางการค้าและ/หรือรหัส
 - ชื่อทางเคมี
 - ชื่อผู้ผลิต/หรือชื่อผู้แทนจำหน่าย
 - คุณสมบัติ รวมถึงการทดสอบหาความบริสุทธิ์ของสาร การทดสอบคุณสมบัติทางกายภาพและทางเคมี การทดสอบทางด้านจุลชีววิทยา (ถ้าจำเป็น) และการวิเคราะห์
 - ความถี่ของการตรวจสอบซ้ำของวัตถุดิบที่เก็บไว้นานในกรณีที่เป็น
 - วันหมดอายุ (ถ้ามี)
 - การทดสอบวัตถุดิบที่หมดอายุแล้ว ในกรณีที่ต้องการทราบว่าวัตถุดิบนั้นยังใช้ได้หรือไม่
 - ข้อควรระวังพิเศษ เช่น วัตถุดิบที่จัดว่า เป็นสารที่อันตราย ติดไฟง่าย หรือระเบิดได้ ควรปิดฉลากและมีเครื่องหมายแสดงไว้
 - วันที่ออกข้อกำหนด
- (2) ข้อกำหนดของวัสดุการบรรจุ (Packaging Material Specification) มีรายละเอียดดังนี้
 - ชื่อทางการค้าและ/หรือรหัส

- รายละเอียดต่างๆ ได้แก่ ความหนา ความกว้าง สี ความชัดเจนของ
ตัวหนังสือ

- ชื่อผู้ผลิตและ/ หรือชื่อผู้แทนจำหน่าย
- ข้อควรระวังในกรณีที่เป็น
- วันที่ออกข้อกำหนด

(3) ข้อกำหนดของเครื่องสำอางการบรรจุและเครื่องสำอางสำเร็จรูป
(Bulk and Finished Products Specifications) มีรายละเอียดดังนี้

- ชื่อทางการค้าและ/หรือรหัส
- รูปแบบของเครื่องสำอางและความแรง
- คุณสมบัติทางกายภาพ ได้แก่ สี รูปร่าง กลิ่น ปริมาณที่บรรจุ ความเป็นกรด-ด่าง (pH) ความหนืด เป็นต้น

- การวิเคราะห์ทางเคมีหรือจุลชีววิทยา (ในกรณีที่เป็น)
- วันหมดอายุ (ถ้ามี)
- การเก็บรักษาและข้อควรระวัง (ถ้ามี)
- วันที่ออกข้อกำหนด

10.5 การเก็บรักษาเอกสารและการเก็บตัวอย่างเป็นหลักฐาน (Preservation of reports and Reference Samples)

- (1) เอกสารตาม 10.2 , 10.3 และ 10.4 จะต้องเก็บรักษาไว้ไม่น้อยกว่า 2 ปี
- (2) ตัวอย่างวัตถุดิบและเครื่องสำอางสำเร็จรูปที่เก็บไว้เป็นหลักฐานจะต้องเก็บในจำนวนที่เพียงพอสำหรับการตรวจสอบได้เมื่อมีการร้องเรียนหรือเกิดปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น

11. การตรวจสอบด้วยตนเอง (Self Inspection)

ผู้ผลิตควรจัดบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความรู้ ตรวจสอบสถานที่, การผลิต การควบคุมคุณภาพ และสิ่งอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเครื่องสำอาง

12. เครื่องสำอางเรียกคืน (Recalled Records)

ผู้ผลิตจะต้องรับผิดชอบในการเรียกเก็บเครื่องสำอางคืน เมื่อมีเหตุจำเป็น การเรียกเก็บจะต้องสามารถทำได้ทันที และทำตามแผนที่ได้กำหนดไว้เป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้า เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าใจและสามารถปฏิบัติตามได้

13. บันทึกการจำหน่าย (Distribution Records)

จะต้องมีบันทึกการจำหน่ายของเครื่องสำอางสำเร็จรูป เพื่อให้สามารถติดตามได้ง่าย ถูกต้อง รวดเร็ว เมื่อต้องการเรียกเก็บเครื่องสำอางคืนจากท้องตลาด

14. ข้อร้องเรียนและรายงานการแพ้เครื่องสำอาง (Complaints and Reports of Cosmetic Allergy)

ข้อร้องเรียนและรายงานที่ได้รับจากผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพ ความปลอดภัย และอื่นๆ เกี่ยวกับเครื่องสำอางที่ก่อให้เกิดอาการ ไม่พึงประสงค์ต่อผู้บริโภค ผู้ผลิตจะต้องบันทึกเกี่ยวกับเครื่องสำอางที่ก่อให้เกิดอันตรายนั้น และทำการตรวจสอบ ประเมินผล หากพบว่าคุณภาพผิดไปจากข้อกำหนดทำให้ไม่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค จะต้องเรียกเก็บคืนจากท้องตลาดและทำลายทิ้งทันที

15. เครื่องสำอางคืน (Returned Products)

ผู้ผลิตต้องกำหนดวิธีการจัดการเกี่ยวกับเครื่องสำอางคืน โดยการตรวจสอบ และ/หรือ วิเคราะห์เครื่องสำอางที่คืนและตัดสินใจว่าจะทำลายหรือนำมาแก้ไขใหม่

ภาคผนวก ข

ขั้นตอนในการส่งออกเครื่องสำอางไปจีน

ขั้นที่ 1 รู้จักกรอบและกฎระเบียบการทำงานของจีน

ตามระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขอนามัยเครื่องสำอางฉบับปี พ.ศ. 2532 บริษัทที่จะทำการส่งออกสินค้าเครื่องสำอางมายังประเทศจีน ต้องผ่านการทดสอบคุณภาพสินค้าจากหน่วยงาน SFDA / CFDA (States/ China Food and Drug Administration) โดยในประเทศจีนเครื่องสำอางถือเป็นสินค้าเคมีภัณฑ์ที่ใช้ภายนอกในร่างกายในชีวิตประจำวัน ซึ่งแบ่งการจัดการประเภทออกเป็น 2 ประเภทย่อยคือ

1. เครื่องสำอางประเภทพิเศษใช้เฉพาะที่มีคุณสมบัติเฉพาะทาง (Special Use Cosmetics) เช่น ยาสระผมเพื่อเร่งผมยาว โลชั่นกันแดด ครีมเพิ่มความขาว ครีมกระชับรูขุมขน ครีมลดรอยด่างดำ เป็นต้น สินค้าประเภทนี้จะต้องขอใบรับรองความสะอาดและความปลอดภัยที่เรียกว่า Hygiene License
2. เครื่องสำอางประเภททั่วไป (Ordinary Cosmetics) เช่น แชมพูสระผมเพื่อทำความสะอาดผม โลชั่นบำรุงผิว ครีมบำรุงเล็บ น้ำหอม ผลิตภัณฑ์สำหรับแต่งหน้า เป็นต้น จะต้องขอใบรับรองการผ่านมาตรฐานการทดสอบที่เรียกว่า Record-keeping Certificate (สามารถตรวจสอบประเภทสินค้าได้ตาม เว็บไซต์ www.sfda.gov.cn)

ขั้นที่ 2. ตรวจสอบส่วนผสมของสินค้า

สืบเนื่องจากการขอรับการทดสอบมาตรฐานเครื่องสำอางในข้อที่ 1 ผู้ส่งออกเครื่องสำอางต้องผ่านการทดสอบมาตรฐานความปลอดภัยตามกฎหมายกำหนดของ SFDA จีน ซึ่งจะระบุรายชื่อเคมีภัณฑ์ต้องห้ามสำหรับเครื่องสำอางไว้อย่างละเอียดเป็นกลุ่ม ๆ อาทิ เคมีภัณฑ์ต้องห้ามประมาณกว่า 1200 รายการ เคมีภัณฑ์ให้ใช้ได้แต่ห้ามเกินปริมาณประมาณ 73 รายการ ชนิดของวัตถุกันเสีย 56 รายการ เคมีภัณฑ์แต่งสี 156 รายการ เป็นต้น ดังนั้นก่อนที่ผู้ส่งออกไทยจึงควรตรวจสอบสูตรส่วนผสมของเครื่องสำอางของตนอย่างละเอียดก่อนยื่นขอใบรับรอง เพราะหากมีการตรวจพบสารต้องห้าม หรือพบสารต้องสงสัย ทำให้ไม่ผ่านการตรวจสอบอาจจะเป็นผลเสียต่อชื่อเสียงของบริษัท และอาจจะถูกขึ้นบัญชีดำของทาง SFDA ได้

ขั้นที่ 3 ส่งตัวอย่างเข้าห้องทดลอง ทดสอบความปลอดภัยในการใช้เครื่องสำอาง

ตามมาตรฐานความปลอดภัยของสินค้าประเภทเครื่องสำอางที่ออกโดยกระทรวงสาธารณสุขจีน และดำเนินการโดยหน่วยงาน SFDA นั้น สินค้าประเภทเครื่องสำอางจะต้องส่งตัวอย่างมาเข้ารับการทดสอบอย่างละเอียดจากห้องแลปในประเทศจีนเท่านั้น แม้ว่าสินค้านั้น ๆ จะได้รับการทดสอบหรือผ่านการรับรองมาจากห้องแลปประเทศต้นทางแล้วก็ตาม ซึ่งตัวอย่างที่ส่งเข้ามาในประเทศจีนจะถูกส่งไป ตามห้องแลปที่ได้รับการรับรองว่าผ่านมาตรฐาน SFDA ตามแต่หัวข้อที่ต้องเข้ารับการทดสอบ โดยการทดสอบหลัก ๆ จะเป็นการตรวจสอบหาสารเคมีอันตรายตกค้าง และทดสอบความปลอดภัยในการใช้งาน แต่หากตรวจสอบสารต้องสงสัยทางการเงินอาจจะขอข้อมูลเพิ่มเติมกับทางผู้ส่งออกต่อไป

ขั้นที่ 4. เอกสารที่ผู้ส่งออกต้องจัดเตรียมให้พร้อมเพื่อขอรับการทดสอบตัวอย่าง

เนื่องจากการขอใบอนุญาตจาก SFDA ต้องทำการนัดล่วงหน้า ดังนั้น ผู้ส่งออกควรต้องเตรียมเอกสารให้พร้อม ดังนี้

1. ใบคำร้องเพื่อขอรับใบอนุญาตส่งออกเครื่องสำอางจาก SFDA
2. เอกสารชื่อสินค้าแปลภาษาจีน หรือชื่อภาษาจีนที่ต้องการใช้ รวมถึงคำแปลภาษาจีนของชื่อเฉพาะต่าง ๆ ที่จำเป็น
3. เอกสารคำอธิบายเกี่ยวกับสูตรและส่วนผสมของสินค้าที่ต้องการขอรับการทดสอบอย่างละเอียด
4. เอกสารชี้แจงขั้นตอนการผลิต และการควบคุมความปลอดภัยในการผลิต
5. ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ ซึ่งต้องมีสินค้าและตราสินค้ารวมถึงคำแนะนำในการใช้งานเหมือนของจริง
6. เอกสารรับรองการขอเข้ารับการทดสอบจากกระทรวงสาธารณสุขจีน
7. เอกสารรับรองสำหรับเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมที่อาจจะก่อให้เกิดอันตราย
8. หนังสือมอบอำนาจในการดำเนินการแทน พร้อมสำเนาใบอนุญาตประกอบกิจการประทับตราบริษัทในกรณีที่ผู้ส่งออกใช้บริการบริษัทเอเจนเป็นผู้ดำเนินการแทน
9. ใบอนุญาตให้จำหน่ายสินค้าในประเทศที่ผลิต
10. หนังสือคำอธิบายขั้นตอนการผลิต
11. หนังสืออธิบายการใช้เทคโนโลยีในการผลิตสินค้า

12. เอกสารอื่นที่เกี่ยวข้องและคาดว่าเป็นประโยชน์ในการตรวจมาตรฐานตัวอย่างสินค้า

ขั้นที่ 5 ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับ SFDA

เนื่องจากการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าเครื่องสำอางของจีนมีขั้นตอนที่มีความซับซ้อนอยู่บ้าง ทางกรจีนจึงมี การจัดประชุมให้ความรู้ ทำความเข้าใจ และชี้แจงถึงกฎระเบียบใหม่ให้แก่ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นประจำทุกเดือน เพื่อให้เข้าใจและปฏิบัติตามระเบียบตรงกัน โดยการประชุมจะจัดเป็นประจำเดือนละ 1 ครั้ง ซึ่งการติดตามการเปลี่ยนแปลงระเบียบและกฎของ SFDA เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะผู้ประกอบการ ต้องนำเอกสารที่ออกโดย SFDA นี้ ไปใช้ในพิธีศุลกากรต่อไป

โดยทั่วไปการทำกรทดสอบมาตรฐานเครื่องสำอางของ SFDA จะใช้เวลาประมาณ 4 - 13 เดือน ตั้งแต่วันที่วันส่ง ตัวอย่างไปทำการทดสอบ และมีค่าใช้จ่ายมากน้อยตามแต่หัวข้อที่ต้องทำการตรวจสอบโดยอาจจะอยู่ในช่วงประมาณ 10,000-80,000 หยวนตามตารางด้านล่าง

ตารางแสดงค่าใช้จ่ายและระยะเวลาในการทดสอบเครื่องสำอาง

ชนิดของเครื่องสำอาง	ระยะเวลาในการทดสอบ	ค่าใช้จ่ายโดยประมาณ
เครื่องสำอางประเภททั่วไป	4-6 เดือน	10,000-16,000 หยวน
เครื่องสำอางประเภทพิเศษ	7-13 เดือน	19,000-80,000 หยวน

การสำแดงสินค้าต่อต้านศุลกากรจีน และมาตรฐานฉลากสินค้า นอกจากจะต้องเตรียมความพร้อมในการตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานของเครื่องสำอางแล้ว ผู้ประกอบการยังต้องเตรียมตัวในการดำเนิน พิธีทางศุลกากรไปพร้อม ๆ กัน โดย หลังจากที่ได้รับผลจากห้องทดลองและได้รับใบรับรองการผ่านการตรวจมาตรฐานของ SFDA แล้ว ทางบริษัทผู้ส่งออกต้องจัดเตรียมส่งสำเนาเอกสารใบอนุญาตจาก SFDA ให้แก่ตัวแทนจำหน่ายในประเทศจีนผู้ซึ่งจะเป็นคนนำสินค้าออกจาก ด่านศุลกากร และจะต้องติดฉลากสินค้าที่มีเนื้อหาตรงตามที่ทางการจีนกำหนดไว้ให้เรียบร้อยดังนี้

1. ชื่อสินค้า
2. ชื่อโรงงานและสถานที่ตั้งของโรงงานแหล่งผลิต
3. ปริมาตรสุทธิของสินค้า

4. ส่วนผสมของสินค้า
5. วันหมดอายุของสินค้า
6. รหัสหรือเลขที่ของใบรับรองมาตรฐานสินค้าและโรงงานที่ผลิต
7. เลขที่ของใบรับรองมาตรฐานความสะอาดและความปลอดภัยของสินค้า
8. วิธีการใช้งาน



ภาคผนวก ข

บทวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคนักท่องเที่ยวชาวจีน

จากการศึกษาปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยสามารถนำมาสรุปผลและอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ณ สภาวะการณ์ปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 29,931 หยวนขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของเทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) และมิ่งสรรพ ขาวสอาดและคณะ (2553) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีการศึกษาดี และฐานะทางเศรษฐกิจดี

2. การวิจัยครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ณ สภาวะการณ์ปัจจุบันส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์มาเยือนเมืองไทยแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง โดยวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวทุกอย่างด้วยตนเองและเดินทางกับบริษัททัวร์ในระดับที่ใกล้เคียงกัน โดยมีเพื่อนหรือญาติเป็นผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว มีค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว 5,991- 11970 หยวน นิยมค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวครั้งนี้คือ เพื่อพักผ่อนวันหยุด ภูมิภาคในประเทศไทยที่ต้องการไปเยือนมากที่สุดคือ ภาคตะวันออก: พัทยา และภาคใต้:ภูเก็ต สมุย ในระดับที่ใกล้เคียงกัน โดยชื่นชอบการไปแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของเทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) และมิ่งสรรพ ขาวสอาดและคณะ (2553) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่นิยมเดินทางกับบริษัทนำเที่ยวและเริ่มมีการหันมาท่องเที่ยวแบบไปคนเดียวมากกว่าการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ มีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวสูงขึ้น ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากนิตยสารการท่องเที่ยวและสื่ออินเทอร์เน็ต ชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและวิถีความเป็นไทยสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมคือกรุงเทพมหานคร พัทยาและภูเก็ต

3. การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เป็นปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่า ระดับค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยทุกตัวแปรอยู่ในระดับเห็นด้วยระดับมาก (Average = 3.83, S.D.=0.90) โดยปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ อาหารไทย รองลงมาคือ วัฒนธรรมไทย ความงดงามของธรรมชาติทะเลและชายหาดที่สวยงาม และความพร้อม

ของข้อมูลการท่องเที่ยว ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของเทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) กิรติ ตระการศิริวานิช(2552)มิ่งสรรพ ขาวสอาดและคณะ (2553) บุญยา สุธีธรและคณะ (2541) และ จิร ยุทธ บุญแต่ง (2546) ที่กล่าวว่า ปัจจัยหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกมาท่องเที่ยวเมืองไทยคือ ภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเลและชายหาด ที่มีความสวยงาม อาหารไทย วัฒนธรรม/ประเพณี และอภิยาชัยไมตรีของคนไทยที่เป็นเอกลักษณ์

4. การวิจัยครั้งนี้ได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านประชากรศาสตร์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เป็นปัจจัยหลักคั่นในการเดินทางมาท่องเที่ยวใน ประเทศไทยโดยใช้สถิติการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) เพื่อทดสอบสมมติฐานมีผลดังนี้

a. สมมติฐานข้อ 1 เพศของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ ท่องเที่ยวได้แก่วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวและผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวจากการทดสอบพบว่า เพศ ของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้งในด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว และผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

b. สมมติฐานข้อ 2 อายุของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ ท่องเที่ยวได้แก่ รูปแบบการท่องเที่ยวและภูมิภาคในประเทศไทยที่ต้องการไปเยือน จากการทดสอบ พบว่า อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ทั้งด้านรูปแบบการท่องเที่ยวและด้านภูมิภาคในประเทศไทยที่ต้องการไปเยือน ($\chi^2 = 23.819, P=0.022^*$) โดยมีการพิจารณาความแตกต่างดังนี้

i. ระหว่างอายุกับรูปแบบการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มอายุ 21-30 ปี เลือกการ เดินทางกับบริษัททัวร์ใน ระดับที่สูงที่สุด กลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป เลือกซื้อ แพคเกจ (การ เดินทาง+ที่พัก) ในระดับที่สูงที่สุดเช่นกัน ส่วนกลุ่มที่เหลือเลือกการจัดการทุกอย่างด้วยตนเองโดย กลุ่มอายุ 20 ปีหรือน้อยกว่าเลือกในระดับที่สูงกว่ากลุ่ม อายุ 31-40 ปี

ii. ระหว่างอายุกับภูมิภาคในประเทศไทยที่ต้องการไปเยือน พบว่ากลุ่ม อายุ 20 ปีหรือน้อยกว่า และ กลุ่มอายุ 21-30 ปี เลือกภาคตะวันออก: พัทยาเป็น ภูมิภาคในประเทศไทยที่ต้องการไปเยือนในระดับที่สูง ที่สุด โดยกลุ่มอายุ 20 ปีหรือน้อยกว่าเลือกในระดับที่สูง กว่า ส่วนกลุ่มที่เหลือเลือกภาคใต้: ภูเก็ต สมุย ในระดับที่ สูงที่สุดเช่นกัน โดยกลุ่มอายุตั้งแต่ 41ปีขึ้นไป เลือกใน ระดับที่สูงกว่ากลุ่มอายุ 31-40 ปี

c. สมมติฐาน ข้อ 3 ระดับการศึกษาของ นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการ ท่องเที่ยวได้แก่สื่อที่ใช้ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว และ กิจกรรมที่ต้องการจะทำเมื่อมา เยือนประเทศไทย จากการทดสอบพบว่า ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวมี ความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านกิจกรรมที่ ต้องการจะทำเมื่อ

มาเยือนประเทศไทย ($\chi^2 = 18.504, P = 0.018^*$) ส่วนในด้านสื่อที่ใช้ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว ไม่มี ความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ($\chi^2 = 8.216, P = 0.413$) โดยมีการพิจารณาความแตกต่างดังนี้

i. ระหว่างระดับการศึกษา กับกิจกรรมที่ต้องการจะทำเมื่อมาเยือน ประเทศไทย พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษา ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี เลือกการช้อปปิ้งในระดับที่สูงที่สุด ส่วนกลุ่มที่เหลือเลือกการไปแหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติในระดับที่สูงที่สุดเช่นกัน โดยกลุ่มที่มีการศึกษา ระดับปริญญาโทหรือสูงกว่าเลือกในระดับที่สูงกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

d. สมมติฐาน ข้อ 4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของ นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวได้แก่ ประสบการณ์การมาเยือนประเทศไทย และค่าใช้จ่ายสำหรับการ ท่องเที่ยว จากการทดสอบ พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว ($\chi^2 = 134.518, P = 0.000^*$) อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนในด้านประสบการณ์การมาเยือนประเทศไทย ไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน ($\chi^2 = 4.908, P = 0.961$) โดยมีการพิจารณาความแตกต่างดังนี้

i. ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับค่าใช้จ่าย สำหรับการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 29,931 หยวนขึ้นไป จะมีค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว 17,951 หยวน ขึ้นไปในระดับที่สูงที่สุด ส่วน กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 14,970-20,950 หยวน กับ กลุ่มที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,951-29,930 หยวน เลือกค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว 5,991-11,970 หยวน ในระดับที่สูงที่สุดเช่นกัน โดยกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 14,970-20,950 หยวน เลือกในระดับที่ สูงกว่า ในขณะที่กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,980 หยวนหรือ น้อยกว่ากับกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน 8,981-14,969 หยวน เลือกค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว 2,991- 5,990 หยวน กลุ่มที่มีรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน 8,981- 14,969 หยวนเลือกในระดับที่สูงกว่า

5. การวิจัยครั้งนี้ได้วิเคราะห์ความแตกต่าง ของค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นของ นักท่องเที่ยวชาวจีน ที่มีต่อปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวใน ประเทศไทยระหว่างตัว แปรด้านประชากรศาสตร์กับตัว แปรด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยใช้สถิติการทดสอบ ค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทาง เดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์ความ แตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe) เพื่อทดสอบสมมติฐานมีผลดังนี้

a. สมมติฐานข้อ 5 ลักษณะประชากรศาสตร์ของ นักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็น ต่อปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวใน ประเทศไทยแตกต่างกัน จากการทดสอบพบว่า นักท่องเที่ยวชาว จีนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่ แตกต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวเพศชายกับนักท่องเที่ยวเพศ หญิงมีค่าคะแนนความคิดเห็น ($t = 1.306,$

$p=0.310$) นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีค่าคะแนนความคิดเห็น ($F=2.035, p=0.108$) นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกันไป มีค่าคะแนนความคิดเห็น ($F=0.352, p=0.704$) และ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันไป มีค่าคะแนนความคิดเห็น ($F=1.438, p=0.221$)

บ. สมมติฐาน ข้อ 6 ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ ประสบการณ์ การมาเยือนประเทศไทย รูปแบบการท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย สำหรับการท่องเที่ยว สื่อที่ ใช้ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ภูมิภาคในประเทศไทยที่ต้องการไปเยือน และกิจกรรมที่ ต้องการจะทำเมื่อมาเยือนประเทศไทยที่แตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยดังกล่าวในการตัดสินใจเลือก มาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน จากการทดสอบ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ต้องการจะทำเมื่อมาเยือนประเทศไทยแตกต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการไปท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นสูงกว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการไปเยี่ยมชมวิถีชีวิตพื้นเมืองอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนกลุ่มที่เหลือมีค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะพฤติกรรม การท่องเที่ยวอื่นๆ ที่แตกต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ยคะแนน ความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การมาเยือน ประเทศไทยแตกต่างกัน

Ref : <https://www.tci-thaijo.org/index.php>

