

แผนการเงินและความเป็นไปได้ในการจัดตั้ง  
บริษัท ไอเซน ฟาร์มา จำกัด



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ. 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง “แผนการเงินและความเป็นไปได้ในการจัดตั้ง บริษัท ไอเซน ฟาร์ม จำกัด” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาแผนการเงิน และโอกาสความเป็นไปได้ในบริหารการเงินเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางออร์แกนิกสำหรับเด็กและผู้ที่มีผิวบอบบาง และดำเนินกิจการของบริษัทฯ ให้เป็นผู้นำด้านชีวเวชสำอางค์อันดับ 1 ของไทย เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้สามารถนำไปใช้ดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ในอนาคต

สารนิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงและสมบูรณ์ตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ทางบริษัทฯ ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงแก่อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานกรรมการ และคณะกรรมการที่ปรึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนพล วิราสา อาจารย์กฤษฎกร สุขเวชชวรกิจ อาจารย์ตรียุทธ พรหมศิริ ที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และเสียสละเวลาชี้แนะแนวทางในการดำเนินงานที่เป็นประโยชน์ ตลอดจนให้ความช่วยเหลือในการตรวจสอบแก้ไขเนื้อหาสารนิพนธ์ฉบับนี้ด้วยความละเอียดถี่ถ้วน จนทำให้รายงานศึกษาอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงและสมบูรณ์ รวมถึงขอขอบพระคุณ เกษักรหญิง ดร. ศศิธร เอื้อวิริยะวิทย์ อาจารย์ เกษักรหญิง ดร. วิริยาพร ศิริกุล ที่กรุณาชี้แนะแนวคิดและกระบวนการทางเกษตรกรรมจนกลายมาเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางออร์แกนิกคุณภาพดีเยี่ยมของบริษัทฯ

สุดท้ายนี้ ผู้จัดทำขอกล่าวขอบคุณเป็นการส่วนตัวกับสมาชิกในครอบครัว คุณพ่อ คุณแม่ น้องสาว น้องชาย และ พ.ต.พิศุทธิ์ สมุทรสาคร ผู้เป็นคั้งอีกหนึ่งในสมาชิกครอบครัวของข้าพเจ้า ที่คอยให้ความช่วยเหลือ รับฟัง แก้ไขปัญหา เป็นแรงใจที่สำคัญของข้าพเจ้าตลอดมา ขอขอบคุณเพื่อนๆ สาขาผู้ประกอบการและนวัตกรรมรุ่น 19A ทุกคนสำหรับการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ และช่วยสนับสนุนในเรื่องปลีกย่อยต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอขอบคุณคณะครูอาจารย์ทุกท่าน สำหรับความรู้ที่ประสาทวิชาให้ และขอบคุณบรรยาศการเรียนการสอนชั้นแนวหน้าที่เจ้าหน้าที่ทุกท่านในวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลมอบให้ไว้ ณ ที่นี้

เบญจา สุกะหทัยวรรณ

## บทสรุปผู้บริหาร

บริษัท ไอเซน ฟาร์มา จำกัด ประกอบธุรกิจพัฒนาและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง จากวัตถุดิบ ธรรมชาติสำหรับเด็ก ภายใต้ตราสินค้า ฮิมะวะริออร์แกนิก (HIMAWARI ORGANICS™) ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์คือ Tinted Baby Lip Care และ Baby Lip Care เป็นผลิตภัณฑ์ดูแลริมฝีปากที่มีนวัตกรรมสกัดจากพืช ทำให้ลิปมีสีสวยเป็นธรรมชาติไม่ไหลเลอะง่าย ช่วยบำรุงริมฝีปากใช้ได้ทุกวันทุกเวลา และปลอดภัยเมื่อเข้าสู่ร่างกายใช้ได้ตั้งแต่เด็กเล็ก ไม่ทำให้ปากดำและลอก ตรงต่อความต้องการของผู้ปกครองที่มีบุตรหลานรวมถึงผู้ที่รักสุขภาพ

ที่มาของปัญหาและโอกาสทางธุรกิจ สืบเนื่องจากกระแสความตื่นตัวเรื่องสารเคมีอันตรายในเครื่องสำอาง ที่ทำให้เด็กมีโอกาสสัมผัสและก่อให้เกิดอันตรายกับร่างกายได้ ประกอบกับ บริษัทฯ มีผู้บริหารเป็นเภสัชกรซึ่งสามารถศึกษาค้นสูตรผลิตภัณฑ์ได้เอง รวมถึงมีอาจารย์เภสัชกรและแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านผิวหนัง ซึ่งมีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี ในด้านเวชศาสตร์ความงามและเครื่องสำอาง เป็นที่ปรึกษาด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริษัทฯ จึงทำการพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากสารสกัดธรรมชาติที่ดีที่สุดสำหรับเด็กและผู้ที่มีผิวบอบบางขึ้นมาจำหน่าย

ในปีแรกบริษัทฯ จะจัดจำหน่ายสินค้าผ่านทางช่องทางออนไลน์ โดยเริ่มขายเองผ่านช่องทางเฟซบุ๊กและไลน์แอด ซึ่งจะสามารถช่วยผลักดันผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รับรู้ในตลาดและเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว โดยปีต่อไปเมื่อสินค้าเริ่มเป็นที่รู้จักแล้วจะเปิดรับตัวแทนจำหน่ายและฝากขายที่ร้านผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก

ในการจัดตั้งธุรกิจใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 1,096,000 บาท เป็นเงินลงทุนของผู้ถือหุ้น 596,000 บาท เงินกู้ 500,000 บาท โดยเงินทุนหมุนเวียนที่สำรองไว้สำหรับการบริหารสภาพคล่องทางการเงินของกิจการเป็นเวลา 1 ปีเป็นจำนวนเงิน 220,000 บาท คาดว่าบริษัทจะมีกำไรสุทธิในปีแรก 1,498,580 บาท โดยจากการประมาณการโครงการระยะเวลา 5 ปี มีมูลค่าโครงการปัจจุบัน (NPV) 10,454,602 บาท อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR) ร้อยละ 203.51 และระยะคืนทุนของโครงการอยู่ที่ 9 เดือน 22 วัน

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ช
<b>บทที่ 1 ประวัติความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ</b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาของธุรกิจและโอกาสทางธุรกิจ	1
1.2 รูปแบบธุรกิจ	2
<b>บทที่ 2 การจัดตั้งและบริหารองค์กรธุรกิจ</b>	<b>3</b>
2.1 ภาพรวมของบริษัท	3
2.2 รายละเอียดผู้ถือหุ้น ทีมผู้บริหาร และที่ปรึกษา	6
2.3 โครงสร้างองค์กร	7
2.4 คุณสมบัติพนักงาน	11
<b>บทที่ 3 แผนการปฏิบัติการในการจัดตั้งธุรกิจ</b>	<b>15</b>
3.1 การเตรียมการก่อนเริ่มธุรกิจ	15
3.2 เป้าหมายของการดำเนินงาน	16
3.3 กลยุทธ์ในการปฏิบัติการ	18
3.3.1 กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์	17
3.3.2 กลยุทธ์การผลิต	18
3.4 การวางแผนเวลาในกระบวนการผลิต	23
3.5 ขั้นตอนการเริ่มต้นธุรกิจโดยภาพรวม	24
3.6 กระบวนการขายและสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าช่องทางออนไลน์	25
3.7 ประเมินการผลการดำเนินงาน	26
3.8 แผนพัฒนาธุรกิจ	27



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 สมมุติฐานทางการเงินและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน</b>	<b>28</b>
4.1 โครงสร้างและนโยบายทางการเงิน (Capital Investment)	28
4.2 ที่มาของรายได้	30
4.2.1 รายได้จากการขายสินค้า (Revenue Structure)	30
4.2.2 การประมาณการต้นทุน (Cost Structure)	31
4.3 การคำนวณเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ (Working Capital)	37
4.4 การประมาณการงบกำไรขาดทุน (Income Statement)	38
4.5 ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุน และประมาณการงบกระแสเงินสด	39
4.6 ประมาณการงบดุล	40
4.7 สัดส่วนประมาณการงบกำไรขาดทุน (Common Size from Sales)	42
4.8 จุดคุ้มทุน (Break-Even Point)	43
4.9 การประเมินโครงการและอัตราส่วนทางการเงิน	43
<b>บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจ</b>	<b>45</b>
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>47</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>48</b>
ภาคผนวก ก หนังสือรับรองการจัดตั้งบริษัท ไอเซน ฟาร์ม จำกัด	49
ภาคผนวก ข ใบแสดงผลการวิเคราะห์คุณภาพผลิตภัณฑ์ จากสถาบันอินเทอร์เน็ต	51
ภาคผนวก ค เอกสารจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแบรนด์ อิมะวะริ ออร์แกนิกส์	54
ภาคผนวก ง ใบสมัครและหนังสือรับรองการเข้าเป็นสมาชิกของสถาบันรหัสสากล	56
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>61</b>

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 บทบาทหน้าที่ของแต่ละตำแหน่งพร้อมรายได้ต่อเดือน	8
2.2 รายชื่อคณะผู้บริหารพร้อมข้อมูลประกอบ	10
3.1 แผนการดำเนินงาน บริษัท ไอเซนฟาร์มา จำกัด	15
3.2 ตารางแสดงการประมาณการยอดขาย	26
4.1 เงินลงทุนในโครงการ	29
4.2 รายละเอียดเงินลงทุนในโครงการ	29
4.3 ประมาณการยอดขายต่อปี	31
4.4 ต้นทุนผันแปรจากการผลิต	32
4.5 ต้นทุนผันแปรในการผลิต แยกตามหมวดหมู่สินค้า	32
4.6 ค่าแรงการขายและบริหาร	34
4.7 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	35
4.8 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	36
4.9 ผลรวมต้นทุนคงที่	36
4.10 เงินทุนหมุนเวียน	37
4.11 ประมาณการงบกำไรขาดทุน	38
4.12 ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุนระหว่างปีที่ 1-5	39
4.13 ประมาณการงบกระแสเงินสดสุทธิ	40
4.14 ประมาณการงบดุลระหว่างปีที่ 1-5	40
4.15 โครงสร้างต้นทุน	42

## สารบัญญรูปภาพ

รูปภาพ	หน้า
2.1 สัญลักษณ์ บริษัท AIZEN PharmaCo.,Ltd	3
2.2 แผนที่ตั้งของบริษัท ไอเซน ฟาร์มา จำกัด	4
2.3 สัญลักษณ์แบรนด์สินค้า HIMAWARI ORGANICS™	4
2.4 แนวคิดการสร้างคุณค่าขององค์กร AIZEN Pharma	5
2.5 Organization Chart ของบริษัท ไอเซน ฟาร์มา จำกัด	7
3.1 ผู้เชี่ยวชาญที่ให้คำปรึกษาโครงการ	17
3.2 กระบวนการผลิตลิปแคร์ชนิดแท่งบาล์ม	18
3.3 แท่งลิปแคร์ชนิดแท่งบาล์ม	19
3.4 รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์ลิปแคร์ชนิดแท่งบาล์ม	20
3.5 รูปแบบกล่องใส่ผลิตภัณฑ์ลิปแคร์ชนิดแท่งบาล์ม	20
3.6 รูปแบบกล่องใส่ผลิตภัณฑ์ลิปแคร์ชนิดแท่งบาล์ม	21
3.7 รูปแบบกล่องใส่ผลิตภัณฑ์ลิปแคร์ชนิดแท่งบาล์ม	22
3.8 การใช้เวลาในกระบวนการผลิตลิปแคร์ชนิดแท่งบาล์ม	23
3.9 ขั้นตอนการเริ่มต้นธุรกิจโดยภาพรวม	24
3.10 กระบวนการให้บริการช่องทางออนไลน์	25
3.11 บทบาทหน้าที่ของแอดมินตัวละครในกระบวนการให้บริการทางออนไลน์	25

## บทที่ 1

### ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ

#### 1.1 ความเป็นมาและโอกาสทางธุรกิจ

ลูกชอบเล่นเครื่องสำอางต้องทำอะไร? เป็นปัญหาที่คุณแม่จำนวนมากต้องการหาวิธีจัดการ เนื่องจากเด็กผู้หญิงที่มีอายุตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไป เป็นวัยที่ช่างสังเกตและจดจำพฤติกรรมคนรอบตัว โดยเฉพาะกับลูกสาวที่อยากสวยตามคุณแม่ เด็กจะจดจำการแต่งหน้าแต่งตัวของคุณแม่และจะนำมาทำตามทันทีถ้าปล่อยให้ลูกเล่นเครื่องสำอางอย่างนี้ต่อไปจะมีผลเสียต่อตัวของเด็กเองจากงานวิจัยในวารสาร ฮาซซาคูสเมทที่เรียลปี 2553 พบว่ามีสารเคมีในลิปสติกซึ่งมีส่วนผสมของโลหะหนัก เช่น แคดเมียมและโครเมียม นำไปสู่ปัญหาเกี่ยวกับโรคผิวหนัง เช่น ผิวหนังอักเสบ เกิดแผลพุพองตามผิวหนัง และทำลายระบบไตในระยะยาว ผลการวิจัยได้บอกว่า สารเคมีเหล่านี้จะออกจากร่างกาย ต้องใช้เวลาจนถึง 40 ปี นอกจากนี้ส่วนผสมของ เมธอะครีเลทในลิปสติก มีผลทำให้เกิดการระคายเคืองของผิวหนัง และสามารถพัฒนาเป็นโรคมะเร็งผิวหนัง หรือ โรคเอสแอลอี ซึ่งจะทำให้ระบบภูมิคุ้มกันของร่างกายมีการตอบสนองต่อสิ่งแปลกปลอมไวกว่าปกติ ส่งผลให้เกิดการอักเสบตามผิวหนังและลามไปถึงอวัยวะภายใน รวมถึงไตอีกด้วย

นอกจากนี้ นายแพทย์วรพล สุวิวัฒนา ผู้เชี่ยวชาญด้านผิวหนัง ได้ให้ความเห็นว่าการแต่งหน้าแต่ละครั้ง ภายใน 1 นาที ผิวหนังสามารถซึมซับสารเคมีจากเครื่องสำอางเข้าสู่ร่างกายได้ถึงร้อยละ 60 โดยเฉพาะเด็กจะซึมซับเข้าสู่ผิวหนังมากกว่าผู้ใหญ่ถึง 1.5 เท่า จึงเป็นสาเหตุเบื้องต้นของผิวหนังได้รับออกซิเจนน้อยลงทำให้เซลล์เสื่อมและคูมีอายุก่อนวัยอีกทั้งยังเสี่ยงต่อการสะสมสารเคมีในร่างกายถึงปีละ 2 กิโลกรัมซึ่งทำให้เกิดความผิดปกติเกี่ยวกับผิวและด้านฮอร์โมน หรือแม้กระทั่งก่อให้เกิดมะเร็งได้อีกด้วยดังนั้นจึงต้องรีบล้างออกทันทีเมื่อหมดวัน หากทิ้งไว้อาจเป็นต้นกำเนิดของแบคทีเรียต่างๆ ทำให้เกิดการอุดตัน เป็นที่มาของผื่นแพ้และเป็นสิว

ประกอบกับความรู้ความชำนาญของผู้บริหารองค์กรที่มีความรู้เฉพาะด้านเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์สุขภาพเคมีเครื่องสำอางผสมกับประสบการณ์ด้านการตลาดในวงการยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพจึงถือกำเนิดมาเป็นแนวคิดการสร้างผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางธรรมชาติ ผ่านเทคโนโลยีด้านนวัตกรรมการสกัดสีจากพืชผักธรรมชาติหรือเรียกว่า กระบวนการผลิต AIZENphytotec โดยมีผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความเห็นว่าตลาดสินค้าออร์แกนิกกำลังเติบโตและแนวคิดกระบวนการสกัดสีที่ได้

ขึ้นมาใหม่ โดยเป็นกระบวนการที่ใช้สารอินทรีย์ทั้งหมดและสีที่ได้ยังมีความคงตัวสูง ได้ตั้งชื่อ นวัตกรรมในการสกัดสีรวมถึงสีที่ได้ชื่อว่า AIZENphytotec ต้องผ่านกระบวนการทดสอบคุณภาพทั้ง 4 ขั้นตอน คือ ทดสอบความคงตัวต่อรังสี UV ทดสอบความคงตัวต่ออุณหภูมิสูงและต่ำ ทดสอบ ความคงตัวต่อน้ำและแอลกอฮอล์ รวมถึง Anti-aging Effect

ทางกลุ่มได้เกิดแนวคิดในการศึกษาความเป็นไปได้เรื่องความนิยมของเครื่องสำอาง เด็กที่มีเพิ่มมากขึ้น มีแนวคิดการแก้ปัญหาโดยนึกถึงการเล่นของเด็กต่างจังหวัด ที่เอาพีชมาบดให้ เกิดสีเพื่อทาใบหน้าและเนื้อตัว ได้ทำเครื่องสำอางให้ปลอดภัยเป็นธรรมชาติมากที่สุด สามารถกิน เข้าปากได้เหมือนกับกินผักและผลไม้ ทำให้สีที่มีความสวยงามและคงตัวในระดับที่ดีติดทนนาน และเพื่อให้ได้รับความมั่นใจจากผู้บริโภคมากที่สุด ได้ทำสินค้าให้มีคุณภาพระดับ Certified Organic Product ทางกลุ่มได้สร้างผลิตภัณฑ์ลิปแคร์มีสีจากสารสกัดพีชธรรมชาติ (Tinted Baby Lip Care) และลิปแคร์ไม่มีสี (Baby Lip Care) ชนิดแท่งบาล์มสำหรับเด็ก ภายใต้ตราสินค้า HIMAWARI ORGANICS™

## 1.2 รูปแบบธุรกิจ

HIMAWARI ORGANICS™ เป็นธุรกิจที่สร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและ แก้ไขปัญหาเครื่องสำอางที่มีสารเคมีในตลาดปัจจุบัน จนส่งผลกระทบต่อคุณแม่ที่มีบุตรสาวซึ่งนำ เครื่องสำอางที่มีสารเคมีเหล่านี้ไปเล่นและกระทบต่อผิวหนังของเด็ก รวมถึงกินเข้าไปสู่ร่างกาย จะ ทำให้เกิดผลเสียตามมาอย่างมากมาย

บริษัทฯ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางเพจในเฟสบุ๊ค “HIMAWARI Organics” เพื่อที่จะเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในแต่ละพื้นที่ให้ได้ทั่วถึงซึ่งจะสามารถช่วยผลักดัน ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รับรู้ในตลาด และเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วโดยผลิตภัณฑ์มีการ คิดค้นสูตรเฉพาะและผ่านการวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญ โดยมีการทดลองเพื่อให้ผลิตสินค้าได้ตรงตาม ใจหทัยที่ต้องการและมีบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม น่ารัก และปลอดภัยสำหรับเด็กอายุ 6 เดือนขึ้นไป อีกทั้งสามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้

รูปแบบธุรกิจของ HIMAWARI ORGANICS™ เป็นลักษณะของธุรกิจ B2C (Business to Consumer) ทางบริษัทฯ มีการส่งมอบผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคโดยตรงผ่านทางออนไลน์ เพื่อมอบ ความสะดวกสบาย และประหยัดเวลาให้กับผู้บริโภคอีกด้วย

## บทที่ 2

### การจัดตั้งและบริหารองค์กรธุรกิจ

#### 2.1 ภาพรวมของบริษัท

**ชื่อบริษัท:** บริษัท ไอเซน ฟาร์มา จำกัด

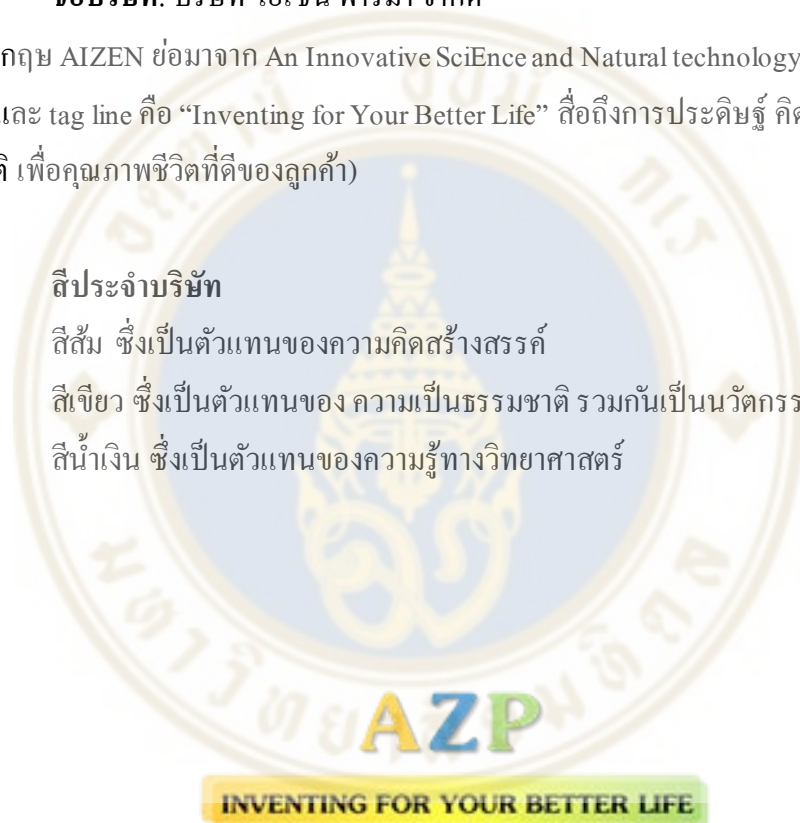
(ภาษาอังกฤษ AIZEN ย่อมาจาก An Innovative SciEnce and Natural technology company ใช้ตัวย่อว่า AZP และ tag line คือ “Inventing for Your Better Life” สู่ถึงการประดิษฐ์ คิดค้นนวัตกรรมจากธรรมชาติ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของลูกค้า)

**สีประจำบริษัท**

สีส้ม ซึ่งเป็นตัวแทนของความคิดสร้างสรรค์

สีเขียว ซึ่งเป็นตัวแทนของ ความเป็นธรรมชาติ รวมกันเป็นนวัตกรรมจากธรรมชาติ

สีน้ำเงิน ซึ่งเป็นตัวแทนของความรู้ทางวิทยาศาสตร์



ภาพที่ 2.1 สัญลักษณ์ บริษัท AIZEN PharmaCo.,Ltd.

**สถานที่จดทะเบียนสถานประกอบการ:** อาคารดิออฟฟิศเสสแอท เซนทรัลเวิลด์ ชั้น 29 ถ. พระราม1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน 10330 โทร.02-207-2646 เลขทะเบียนนิติบุคคล 0105556166853



เหตุผลในการเลือกที่ตั้งบริษัทที่บริเวณนี้เพราะ

- 1) ง่ายต่อการเดินทางเพื่อติดต่อพันธมิตรและลูกค้าของบริษัทฯ
- 2) ง่ายต่อการกระจายสินค้าและการเดินทางของพนักงาน
- 3) เป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง คนส่วนใหญ่รู้จัก รวมถึงอยู่ในย่านธุรกิจชั้นนำ ทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อบริษัทฯ ในมุมมองของผู้มาติดต่อและลูกค้า



ภาพที่ 2.2 แผนที่ตั้งของบริษัท ไอเซน ฟาร์มา จำกัด

ตราสินค้า: HIMAWARI ORGANICS™

ชื่อนี้ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากคำว่าดอกทานตะวัน ซึ่งสื่อความหมาย 3 ประการ ได้แก่

- สีเหลืองเป็นสีของพลังแห่งจินตนาการ และกระตือรือร้น
- ดอกทานตะวัน สื่อถึงธรรมชาติ ความอ่อนโยน และความร่าเริง สดใสของวัยเด็ก
- น้ำมันเมล็ดทานตะวันออร์แกนิกเป็นส่วนประกอบหลักของผลิตภัณฑ์ ซึ่งให้การ

บำรุงผิว ด้วยกรดไขมันไม่อิ่มตัวและวิตามินอีธรรมชาติ

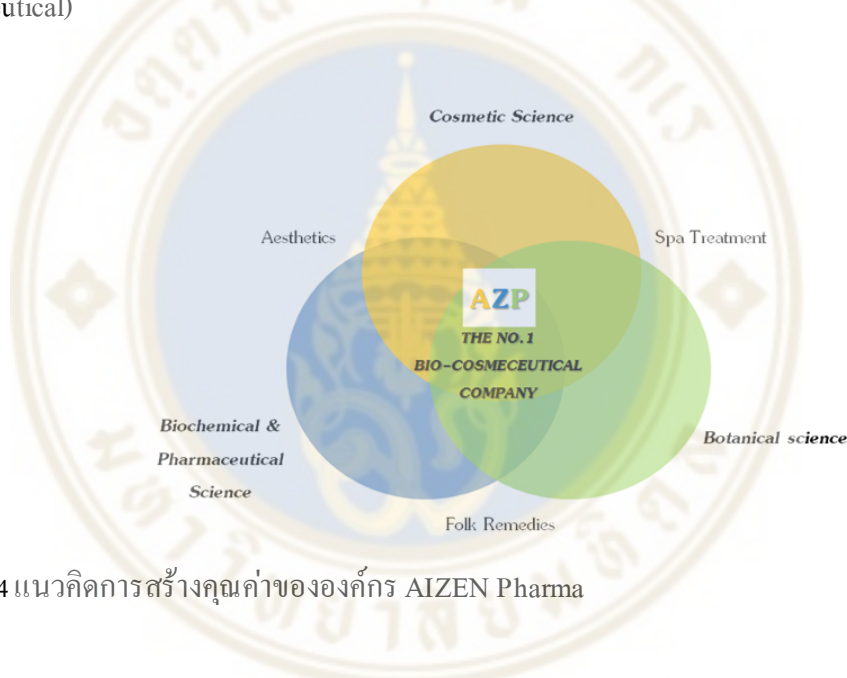
สัญลักษณ์:



ภาพที่ 2.3 สัญลักษณ์แบรนด์สินค้า HIMAWARI ORGANICS™

ส่วนที่เป็นอักษรสีดำคือการวาดด้วยหมึกและฟูกัน รวมถึงชื่อแบรนด์ภาษาญี่ปุ่น อ่านว่า ฮิเมะวะริ แปลว่า ดอกทานตะวัน เพื่อต้องการแสดงถึงความใส่ใจสุขภาพตามวิถีธรรมชาติ ซึ่งชาวญี่ปุ่นถือเป็นผู้นำในด้านนี้ รวมถึงต้องการสื่อว่าเป็นสินค้าคุณภาพสูงแบบสินค้าญี่ปุ่น

**วิสัยทัศน์:** บริษัทฯมีความมุ่งมั่นที่จะเป็นบริษัทอันดับหนึ่ง ในเรื่องของชีวเวชสำอางของไทย (Bio-Cosmeceutical) โดยพัฒนาคุณค่าทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านชีวเวชศาสตร์กรรม ด้านสมุนไพร และด้านเครื่องสำอาง และมุ่งมั่นที่จะเป็นบริษัทแนวหน้าในนวัตกรรมเพื่อสุขภาพและความงาม ด้วยการผสมผสานการคัดเลือกว่าวัตถุดิบชั้นดีและประสบการณ์ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางมาสร้างสินค้าที่ดีที่สุด โดยผู้บริโภคสามารถวางใจได้ทั้งในด้านคุณภาพ และความพึงพอใจ เมื่อได้ใช้สินค้าของบริษัทฯทุกครั้ง ในฐานะเป็นบริษัทอันดับหนึ่งด้านชีวเวชสำอางของไทย (Bio-Cosmeceutical)



ภาพที่ 2.4 แนวคิดการสร้างคุณค่าขององค์กร AIZEN Pharma

**พันธกิจ:** บริษัท ไอเซน ฟาร์มา จำกัด ประกอบธุรกิจเครื่องสำอางออร์แกนิกสำหรับเด็ก โดยพัฒนาและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชีวเวชสำอางจากวัตถุดิบธรรมชาติ เพื่อส่งมอบประโยชน์และความปลอดภัยให้กับเด็กโดยเฉพาะ

**เป้าหมายในการดำเนินการดำเนินธุรกิจ :**

1. พัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้รู้จักในตลาด
2. เพื่อมอบสินค้าที่มีคุณภาพส่งต่อไปยังผู้บริโภค
3. เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับแบรนด์
4. สร้างกำไรจากการจำหน่ายสินค้า
5. เพื่อขยายกลุ่มลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น

## 2.2 รายละเอียดผู้ถือหุ้น ทีมผู้บริหาร และที่ปรึกษา

บริษัท ไอเซน ฟาร์มา ได้จดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัทจำกัดขึ้น ณ วันที่ 4 กรกฎาคม 2560 ทะเบียนนิติบุคคลเลขที่ 0105556166853 มีทุนจดทะเบียนจากผู้ถือหุ้นทั้ง 3 ท่าน เป็นจำนวน 1,000,000 บาท แบ่งมูลค่าเป็นหุ้นละ 10 บาท จำนวน 100,000 หุ้น สัดส่วนผู้ถือหุ้นมีรายละเอียด ดังนี้

- |                             |                       |               |             |
|-----------------------------|-----------------------|---------------|-------------|
| 1. นางสาวรณิ วงศ์อนุสรณ์    | เป็น กรรมการผู้จัดการ | ถือหุ้น จำนวน | 1 หุ้น      |
| 2. นายศุภชัย วงศ์อนุสรณ์    | เป็น กรรมการ          | ถือหุ้น จำนวน | 1 หุ้น      |
| 3. นางสาวเบญจา สุกะหทัยวรรณ | เป็นกรรมการ           | ถือหุ้น จำนวน | 99,998 หุ้น |

### บอร์ดผู้บริหารในปัจจุบัน มีจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย

1. นางสาว เบญจา สุกะหทัยวรรณ ดำรงตำแหน่ง Chief Executive Officer, Business Development Manager, Finance Director
2. นางสาวพลอยชมพู ยุววรรณ ศรีดำรงตำแหน่ง Supply chain & Operation Manager, Sales Manager
3. นางสาว เบญจพร สุทธินิติวงศ์ ดำรงตำแหน่ง Marketing Manager, External Affair Manager

นอกจากนี้ CEO ของบริษัทฯ มีความรู้จักรและสายสัมพันธ์ส่วนตัวที่สามารถชักชวนผู้ทรงคุณวุฒิมาเป็นที่ปรึกษาได้อีก 4 ท่านโดยไม่มีค่าใช้จ่าย คือ

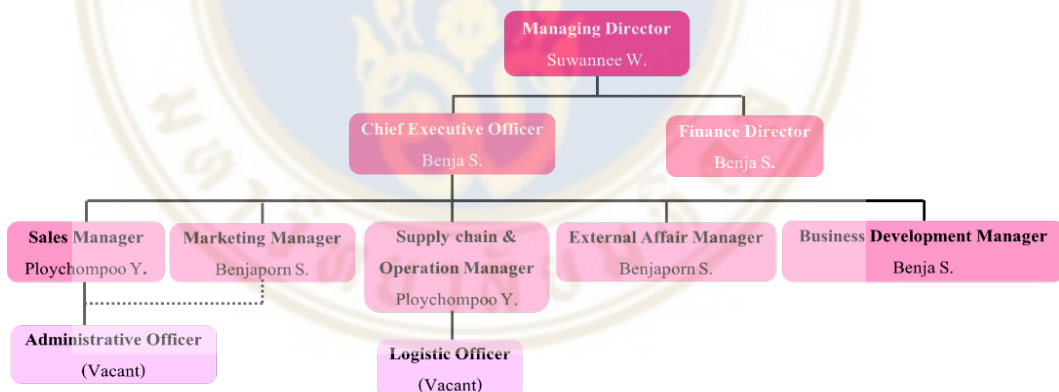
1. คุณกุลรัตน์ลอริน ถิ่นนักภาษาศาสตร์ผู้เชี่ยวชาญการใช้ภาษาในสื่อโฆษณา จากบริษัท เอ.เค. ทรานสเลเตอร์ เซ็นเตอร์ จำกัด
2. คุณเบญญาดา ภูธรนิรัชญา นักธุรกิจเครือข่ายและผู้มีประสบการณ์ขายสินค้าออนไลน์มากกว่า 6 ปี
3. ญ.ดร.วิริยาพร ศิริกุล อาจารย์ประจำภาควิชาเภสัชอุตสาหกรรม คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

4. พญ.พิชญาน์ ชำรงธีระกุล แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านผิวหนังประจำโรงพยาบาลเอกชนชั้นนำ และ ผู้ร่วมก่อตั้งธุรกิจhealth tech startupสำหรับเด็กและสตรีชื่อดังChiiwii.com

ซึ่งสองท่านแรก จะเป็นที่ปรึกษาด้านกลยุทธ์การขายและการตลาด ญญ.วิริยาพร จะเป็นที่ปรึกษาด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พญ.พิชญาน์ จะเป็นที่ปรึกษาด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และพันธมิตรด้านช่องทางการสื่อสารกับผู้บริโภค

## 2.3 โครงสร้างองค์กร

บริษัท ไอเซน ฟาร์มา จำกัด มีโครงสร้างองค์กรตามภาพที่ 2.5 โดยแสดงถึง Chain of Command ทั้งแนวนอนและแนวตั้ง นอกจากนี้ยังแสดงถึงบทบาทหน้าที่ของแต่ละตำแหน่งพร้อมรายได้ต่อเดือนตามตาราง 2.1 และรายชื่อทีมงานผู้บริหารพร้อมข้อมูลประกอบตามตาราง 2.2



ภาพที่ 2.5 Organization Chart ของบริษัท ไอเซน ฟาร์มา จำกัด

ตารางที่ 2.1 บทบาทหน้าที่ของแต่ละตำแหน่งพร้อมรายได้ต่อเดือน

ตำแหน่ง	เงินเดือน	หน้าที่ความรับผิดชอบ
Chief Executive Officer	30,000	<ul style="list-style-type: none"> <li>-วางแผนกลยุทธ์การทำงานภายในบริษัทเพื่อให้เป็นในทิศทางเดียวกัน และ ปรับกลยุทธ์ทุกไตรมาส</li> <li>- มีอำนาจตัดสินใจเพื่ออนุมัติแนวทางในการทำงานของฝ่ายต่างๆ</li> <li>- ตรวจสอบและติดตามผลการดำเนินงานทุก 2 สัปดาห์</li> </ul>
Finance Director		<ul style="list-style-type: none"> <li>- กำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์แผนด้านการเงินรวมถึงจัดหาแหล่งเงินทุน และ ปรับกลยุทธ์ทุกไตรมาส</li> <li>- เป็นผู้ถือสมุดบัญชีของบริษัทและอนุมัติงบประมาณให้แต่ละฝ่าย</li> <li>- ตรวจสอบและติดตามสถานะทางการเงินทุกๆ สัปดาห์</li> </ul>
Business Development Manager		<ul style="list-style-type: none"> <li>- วิจัยค้นคว้าเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมให้ดียิ่งขึ้น หรือวางแผนการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ตรงความต้องการของฝ่ายการตลาด</li> <li>- สรรหาและวางแผนการพัฒนาการทำงานบุคลากรในองค์กร</li> </ul>
Sales Manager	25,000	<ul style="list-style-type: none"> <li>- วางแผนระบบการเข้ากะทำงานของ Administrative Officer</li> <li>- ตั้งเป้าหมายยอดขายและคิดรูปแบบการจ่ายค่าคอมมิชชั่นให้พนักงานขาย</li> <li>- พยากรณ์ยอดขายเพื่อส่งต่อให้ฝ่าย Supply Chain วางแผนการจัดหาสินค้าให้สอดคล้องความต้องการ</li> <li>- ตรวจสอบการทำงานและยอดขายสินค้าของ Administrative Officer ทุกวัน</li> </ul>
Supply chain & Operation Manager		<ul style="list-style-type: none"> <li>- รับข้อมูลจากฝ่ายขายเพื่อวางแผนการผลิตสินค้าให้สอดคล้องความต้องการ</li> <li>- จัดหา/สั่งซื้อ วัตถุดิบสำหรับผลิตสินค้าและวัสดุที่ใช้ในสำนักงาน</li> <li>- รับสิ่งของต่างๆเข้าคลังและตรวจสอบจำนวนและคุณภาพของสิ่งของทุกอย่างที่ได้รับ</li> <li>- วางแผนการกระจายสินค้าและ ตรวจสอบการทำงานของ Logistic Officer</li> </ul>

ตารางที่ 2.1 บทบาทหน้าที่ของแต่ละตำแหน่งพร้อมรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

ตำแหน่ง	เงินเดือน	หน้าที่ความรับผิดชอบ
Marketing Manager	25,000	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดและพยากรณ์งบประมาณที่ต้องใช้</li> <li>- สำรวจความต้องการใหม่ๆ ในตลาดและรวบรวมข้อมูลของผู้บริโภคจาก Administrative Officer แล้วประมวลผลส่งให้ฝ่าย Business Development</li> <li>- จัดทำสื่อ/อุปกรณ์ส่งเสริมการขายเพื่อสนับสนุนการทำงานของฝ่ายขาย</li> </ul>
External Affair Manager		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ติดต่อประสานงานกับพันธมิตรที่เป็นบุคคล/หน่วยงานภายนอกเพื่อกลยุทธ์ทางการตลาด/การขาย/การวิจัยและพัฒนา</li> <li>- วางกลยุทธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร</li> <li>- ดำเนินการทางด้านกฎหมายและเจรจาต่อรองกับคู่กรณี</li> </ul>
Administrative Officer	6,000++	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บริการลูกค้าช่องทางออนไลน์ ทั้งการตอบคำถามการรับคำสั่งซื้อ การติดตามผลการจัดส่งและผลรีวิวกความพึงพอใจจากการใช้สินค้า</li> <li>- นำเสนอรายการส่งเสริมการขายและโปร โมทให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์</li> <li>- ตรวจสอบ และรวบรวมข้อมูลการขาย/การรีวิวกสินค้า/สิ่งของที่ต้องการใช้เพื่อส่งเสริมการขายส่ง Sales Manager/Marketing Manager</li> </ul>
Logistic Officer	8,000++	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ขนย้ายสินค้าเข้าและออกจากคลังสินค้า</li> <li>- จัดทำสินค้าให้เป็นหีบห่อที่เรียบร้อยและส่ง ไปยังผู้รับตามเป้าหมาย</li> </ul>



ตารางที่ 2.2 รายชื่อคณะผู้บริหารพร้อมข้อมูลประกอบ

ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	ประสบการณ์และรางวัล
เบญจมา สุกะหทัยวรรณ 	- Chief Executive Officer - Finance Director - Business Development Manager	-สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านเกษตรศาสตร์หลักสูตรเกษตรกรรมศึกษาและการผลิตและวิจัยผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากกรมเจ้าพระยาอภัยภูเบศร์ -รางวัล Best Performance Sales Representative มากมายจากการทำงานฝ่ายขายในบริษัทฯ9ปี - ประสบการณ์ 4 ปี ในตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายการตลาดของบริษัทชั้นนำอันดับ 1 ใน 5 ของโลกและสินค้าที่ดูแลมีอัตราการเติบโตของยอดขายสูงอย่างต่อเนื่องถึง 3 ปี
พลอยชมพู ยุวธรรมศรี 	- Sales Manager - Supply chain & Operation Manager	-สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านนิเทศศาสตร์ สาขาวารสารศาสตร์ -ประสบการณ์ 5 ปี ในการบริหารธุรกิจส่วนตัว -ประสบการณ์ 2 ปี ในตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ บริษัท รับจ้างหาแรงงานชั้นนำ) -ประสบการณ์ 2 ปี ในการขายสินค้าออนไลน์ทางเฟสบุ๊คและประสบความสำเร็จมีผู้ติดตามเพจเป็นหลักพันคน
เบญจพร สุทธานินวงศ์ 	- Marketing Manager - External Affair Manager	-สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านศิลปศาสตร์ สาขาภาษาอังกฤษธุรกิจ -ประสบการณ์ 3 ปี ในตำแหน่งเจ้าหน้าที่การตลาดบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดนตรีชั้นนำของไทย -ประสบการณ์ 1 ปี ในตำแหน่งเลขานุการของบริษัทที่ปรึกษาทางกฎหมายชั้นนำของโลก

## 2.4 คุณสมบัติพนักงาน

### Chief Executive Officer

- อายุ 25 ปีขึ้นไป / การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ไม่จำกัดสาขา
- ประสบการณ์ในด้านการขายหรือการตลาดอย่างน้อย 3 ปี
- ประสบการณ์ตำแหน่งระดับบริหารอย่างน้อย 2 ปี
- มีความเป็นผู้นำ รู้จักการบริหารงานและบริหารคน
- รักการทำงานเชิงกลยุทธ์ วิเคราะห์ และมีทักษะในการต่อรอง
- มีทักษะด้านการวิเคราะห์ และมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี
- มีความรับผิดชอบสูง และสามารถทำงานแบบยืดหยุ่นเวลาได้
- สามารถทำงานภายใต้สภาวะที่มีความกดดันได้
- สามารถใช้คอมพิวเตอร์ โปรแกรม Microsoft Office และโปรแกรมที่เกี่ยวข้องได้
- สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้ในระดับดีถึงดีมาก
- นิสัยสุภาพ ซื่อสัตย์ ไม่มีประวัติอาชญากรรมมาก่อน

### Finance Director

- อายุ 25 ปีขึ้นไป / การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ในสาขาการจัดการ/การเงิน/บัญชี
- มีความรู้เรื่องหลักการทางบัญชี ภาษี และการควบคุมบัญชีภายใน
- มีทักษะในการบริหารงบประมาณ และสามารถวางแผนเชิงกลยุทธ์ได้
- สามารถทำงานภายใต้สภาวะที่มีความกดดันได้
- สามารถใช้คอมพิวเตอร์ โปรแกรม Microsoft Office และโปรแกรมที่เกี่ยวข้องได้
- สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้ในระดับพอใช้ถึงดี
- นิสัยสุภาพ ซื่อสัตย์ ไม่มีประวัติอาชญากรรมมาก่อน

### Business Development Manager

- อายุ 25 ปีขึ้นไป / วุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ในสาขาด้านวิทยาศาสตร์
- มีประสบการณ์ทำงานในระดับบริหาร 1 ปีขึ้นไป
- รักการทำงานเชิงกลยุทธ์วิเคราะห์ และมีทักษะในการต่อรอง
- มีความคิดสร้างสรรค์และชอบเรียนรู้
- มีบุคลิกภาพที่ดี และมีความรับผิดชอบสูง
- มีทักษะในด้านประสานงานและการสื่อสารที่ดี
- สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้ในระดับดีถึงดีมาก
- นิสัยสุภาพ ซื่อสัตย์ ไม่มีประวัติอาชญากรรมมาก่อน

### Sales Manager

- อายุ 25 ปีขึ้นไป / วุฒิการศึกษาในระดับ ปวส.ขึ้นไป
- มีประสบการณ์ในด้านการขาย 3 ปีขึ้นไป
- มีความเป็นผู้นำ รู้จักการบริหารงานและบริหารคน
- มีทักษะการวิเคราะห์ การวางแผนการขายและมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า  
ได้ดี
- กระตือรือร้น ทะเยอทะยาน ทำงานภายใต้สภาวะที่มีความกดดันได้
- มีความรับผิดชอบสูง และสามารถทำงานแบบยืดหยุ่นเวลาได้
- สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้ในระดับพอใช้ถึงดี
- นิสัยสุภาพ ซื่อสัตย์ ไม่มีประวัติอาชญากรรมมาก่อน

### Supply chain & Operation Manager

- อายุ 25 ปีขึ้นไป / วุฒิการศึกษาในระดับ ปวส. ขึ้นไป

- มีประสบการณ์ในด้านการผลิต หรือบริหารคลังสินค้า 3 ปีขึ้นไป
- สามารถวิเคราะห์สาเหตุและหาแนวทางในแก้ไขปัญหาคุณภาพของสินค้า
- มีทักษะกระบวนการจัดการภายในคลังสินค้า
- สามารถใช้คอมพิวเตอร์ โปรแกรม Microsoft Office และโปรแกรมที่เกี่ยวข้องได้ดีเยี่ยม
- สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้ในระดับพอใช้ถึงดี
- นิสัยสุภาพ ซื่อสัตย์ ไม่มีประวัติอาชญากรรมมาก่อน

#### Marketing Manager

- อายุ 25 ปีขึ้นไป / วุฒิการศึกษาในระดับ ปวส.ขึ้นไป
- มีประสบการณ์ในด้านการตลาด 3 ปีขึ้นไป
- มีความเชี่ยวชาญในด้านการตลาดออนไลน์ และ ตลาดสินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม
- สามารถกำหนดนโยบายและวางแผนงานด้านการตลาดเชิงกลยุทธ์ได้
- มีความคิดสร้างสรรค์และชอบเรียนรู้
- สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้ในระดับพอใช้ถึงดี
- นิสัยสุภาพ ซื่อสัตย์ ไม่มีประวัติอาชญากรรมมาก่อน

#### External Affair Manager

- อายุ 25 ปีขึ้นไป / การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปไม่จำกัดสาขา
- บุคลิกดี ชอบการพบปะผู้คน รักในการบริการ และมีทักษะในการสื่อสารดี
- รักการทำงานเชิงกลยุทธ์วิเคราะห์ และมีทักษะในการต่อรอง
- ใจเย็น ทำงานภายใต้สภาวะที่มีความกดดันได้
- มีความรับผิดชอบสูง และสามารถทำงานแบบยืดหยุ่นเวลาได้
- มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

- สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้ในระดับดีถึงดีมาก
- นิสัยสุภาพ ซื่อสัตย์ ไม่มีประวัติอาชญากรรมมาก่อน

#### Administrative Officer

- อายุ 18 ปีขึ้นไป ไม่จำกัดเพศและวุฒิการศึกษา
- สามารถใช้ Line Facebook Instagram และ internet ได้เป็นอย่างดี
- มีมนุษยสัมพันธ์ดีและมีใจรักบริการ
- ใจเย็น มีไหวพริบในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า
- มีความรับผิดชอบสูงและสามารถทำงานแบบยืดหยุ่นเวลาได้
- สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้ในระดับพื้นฐาน
- สามารถใช้คอมพิวเตอร์ โปรแกรม Microsoft Office และโปรแกรมที่เกี่ยวข้องได้ใน

#### ระดับพื้นฐาน

- นิสัยสุภาพ ซื่อสัตย์ ไม่มีประวัติอาชญากรรมมาก่อน

#### Logistic Officer

- อายุ 18 ปีขึ้นไป เพศชาย ไม่จำกัดวุฒิการศึกษา
- สุขภาพร่างกายสมบูรณ์แข็งแรง ไม่มีโรคประจำตัว
- มีความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายและตรงต่อเวลา
- มียานพาหนะส่วนตัวเป็นรถ 4 ล้อ ไม่จำกัดรุ่นและอายุ และมีใบอนุญาตขับขี่รถยนต์
- เชี่ยวชาญการใช้เส้นทางเดินรถในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นอย่างดี
- นิสัยสุภาพ ซื่อสัตย์ ไม่มีประวัติอาชญากรรมมาก่อน

### บทที่ 3

## แผนการปฏิบัติการในการจัดตั้งธุรกิจ

### 3.1 การเตรียมการก่อนเริ่มธุรกิจ

บริษัท ไอเซน ฟาร์มา จำกัด ได้มีการวางแผนก่อนดำเนินงาน แบ่งออกเป็นช่วงดังตารางด้านล่างนี้

ตารางที่ 3.1 แผนการดำเนินงาน บริษัท ไอเซน ฟาร์มา จำกัด

รายละเอียดแผนการ	JUNE				JULY				AUG				SEP				OCT				NOV				DEC				*JAN 2018
	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	
Concept Test																													
Product Research & Development																													
Product Prototyping											1						2						3						
Company Registration																													
Product Test																													
Trademark Developing & Licensing																													
Packaging Design																													
FDA Registration																													
Final Product																													
Market Test (online & offline)																													
Public Launch																													

- การทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ (Concept Test) ได้มีการทำแบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ว่ามีความต้องการในตลาดหรือไม่ ใช้เวลาในการดำเนินงานประมาณ 8 สัปดาห์

- การทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Reserch and Development) ตัวต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Product Prototyping) และการทดสอบผลิตภัณฑ์ (Product Test) บริษัทฯ มีการคิดค้นสูตรเฉพาะ ทดสอบ และปรับปรุงสูตรให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยทำการสอบถามกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มีการแนะนำ ทางคณะผู้จัดจึงได้ทำการปรับปรุงสูตร 3 ครั้ง ครั้งที่ 1 เนื้อลิปบาล์มจะมีเนื้อที่แข็งไป ครั้งที่ 2 เนื้อลิปบาล์มจะนิ่มไปจนได้เนื้อลิป กลิ่น และสี ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เป็นครั้งสุดท้าย ทั้ง 3 ขั้นตอนนี้ใช้เวลาดำเนินการประมาณ 20 สัปดาห์

- การจดทะเบียนบริษัทฯ (Compamy Registration) จัดตั้งบริษัท ไอเซน ฟาร์มา จำกัด



- จดเครื่องหมายการค้า ตราสินค้า (Trademark Developing and Licensing) อาทิ โลโก้ของบริษัทฯ และแบรนด์ตัวการ์ตูนที่เป็นคาแรกเตอร์ของแบรนด์ โดยใช้เวลาประมาณ 8 สัปดาห์
- การออกแบบผลิตภัณฑ์(Packaging Design) อาทิ แท่งลิปแคร์ชนิดแท่งบาล์ม โลโก้ฉลาก และ กล่องลิปแคร์ชนิดแท่งบาล์ม ใช้เวลาดำเนินงานประมาณ 9 สัปดาห์
- จดแจ้งขอใบอนุญาตจัดจำหน่ายสินค้ากึ่งองค์การอาหารและยา (FDA Registration) ใช้เวลาประมาณ 2 สัปดาห์
- สินค้าขั้นสุดท้าย (Final Product) จะได้สินค้าในสัปดาห์สุดท้ายของเดือนธันวาคม 2560 ซึ่งจะมีการทำการทดสอบการตลาด (Market Test) รวมถึงจำหน่ายออกสู่ตลาดเดือนกุมภาพันธ์ 2561

### 3.2 เป้าหมายของการดำเนินงาน

- สร้างสินค้าที่มีประโยชน์ และมีคุณค่า ส่งมอบให้กับผู้บริโภค
- มีการช่วยเหลือสังคมและรณรงค์เกี่ยวกับเด็ก
- บริหารทรัพยากรในแง่ของเงินทุน ความรู้ และบุคลากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดกับบริษัทฯ
- ให้ผู้ที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบในด้านต่างๆของบริษัทฯ ได้เข้าใจเกี่ยวกับหน้าที่ของแต่ละบุคคลและมีขอบเขตขั้นตอนการปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จ
- สร้างมาตรฐานในการดำเนินงานด้านการพัฒนาสินค้าให้มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- ให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในเรื่องของแม่และเด็ก รวมถึงการรักษาสุขภาพ
- คัดเลือกโรงงาน OEM โรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์ และโรงงานผลิตฉลากและกล่องที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านทำให้สินค้ามีมาตรฐานตรงตามความต้องการที่บริษัทได้ตั้งไว้

### 3.3 กลยุทธ์ในการปฏิบัติการ

#### 3.3.1 กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์

เมื่อได้แนวทางการผลิตและคอนเซ็ปท์ทั้งหมดของสินค้าแล้วทางบริษัทฯ ได้นำเรื่องนี้ปรึกษากับโรงงาน เพื่อเข้ากระบวนการ OEM โดยทีมงานเป็นผู้กำหนดสูตรการผลิต แต่พบว่าปัญหาคือ โรงงานในไทยทั้งหมดไม่มีศักยภาพพอที่จะสกัด AIZENphytotec ได้จึงว่าจ้างโรงงาน OEM นำเข้าสารสกัดที่ให้คุณสมบัติเช่น Gattefosse, Namsieng, Chemsourc วัตุดิบ ได้รับมาตรฐานออร์แกนิก จากสถาบัน Organic standard จาก Soil association uk ได้แก่ Beeswax, Non-GMO soy lecithin Organic standard จาก Ecocert ได้แก่ Shea butter, Jojoba ester, Sunflower seed oil, Acacia Wax Organic standard จาก USDA (เป็นกระทรวงเกษตรของประเทศสหรัฐอเมริกา) และมีที่ปรึกษา 2 ท่านคือ

- ญ.ดร.ศศิธร เอื้อวิริยะวิทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านเภสัชวิทยา สถาบันพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ท่านได้แนะนำว่าสามารถจ้าง สวทช. วิจัยวิธีสกัดสีแบบอื่นและผลิตให้ได้ แต่รอใช้ระยะเวลาขั้นต่ำ 6 เดือนขึ้นไป และงบประมาณหลักหลายแสนถึงล้านบาทเพราะต้องมีการซื้อเครื่องจักรสกัด ในขนาดสเกลอุตสาหกรรมมาใช้ ท่านจึงแนะนำว่างบประมาณสูงกว่าการจ้างผู้ผลิตต่างประเทศ จึงแนะนำให้ลองติดต่อผู้ผลิตวัตถุดิบในต่างประเทศซึ่งมีความเชี่ยวชาญมานาน ได้ผลงานเร็วและดีกว่า

- อ.ญ.ดร.วิริยาพร ศิริกุล อาจารย์ประจำสาขาวิชาเภสัชอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยสยาม ท่านได้กรุณาแนะนำโรงงานผลิต raw material ให้ที่ญี่ปุ่น อินเดีย และจีน แต่พบว่าการส่งผลิตวัตถุดิบมีกำหนดปริมาณขั้นต่ำทำให้ค่าใช้จ่ายสูงมากเช่นกัน ซึ่งท่านได้แนะนำว่าปัจจุบันตลาดสินค้าออร์แกนิกกำลังเติบโต มีผู้ผลิตวัตถุดิบสีจากธรรมชาติในประเทศทางยุโรป วิจัยและผลิตได้ดีพอสมควรแล้ว ควรลองซื้อสำเร็จรูปน่าจะได้สินค้าคุณภาพดีที่ต้นทุนการผลิตพอรับได้



ญ.ดร.ศศิธร เอื้อวิริยะวิทย์



อ.ญ.ดร.วิริยาพร ศิริกุล

ภาพที่ 3.1 ผู้เชี่ยวชาญที่ให้คำปรึกษาโครงการ

### 3.3.2 กลยุทธ์การผลิต

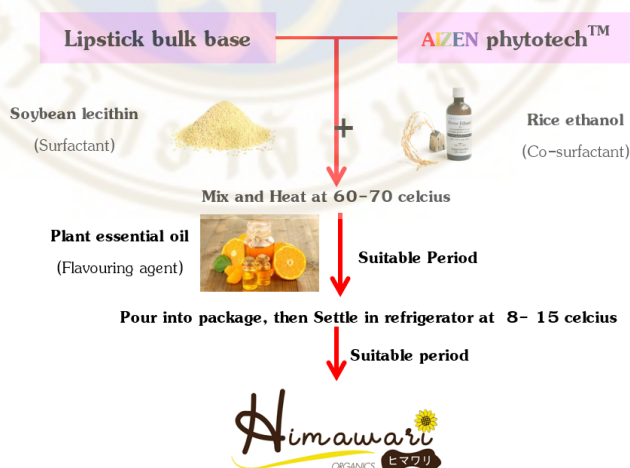
กระบวนการผลิตเครื่องสำอางออร์แกนิกสำหรับเด็ก ภายใต้ตราสินค้า HIMAWARI ORGANICS™ ของบริษัท ไอเซน ฟาร์มา ประกอบด้วยรายละเอียดขอบเขตดังนี้

#### 1) วัตถุดิบ

วิธีการเตรียมวัตถุดิบ ได้นำเข้าวัตถุดิบหลักจากต่างประเทศเป็นหลักโดยยึดสูตรเฉพาะของทางบริษัทฯ ให้โรงงานผลิตเป็นผู้คัดเลือกวัตถุดิบตั้งต้นจนจบเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

#### 2) สูตรและกรรมวิธีการผลิต

มีการพัฒนาสูตรเฉพาะของทางบริษัทฯ โดยผู้บริหารของบริษัท ไอเซน ฟาร์มา จำกัด เกษัชกรหญิงเบญจา สุกะหทัยวรรณ ได้คิดค้นสูตร “ไอเซน ไฟโตเทค (AIZEN phytotech)” มีคุณสมบัติเด่นคือเป็นสารต้านอนุมูลอิสระและเป็นสารรงควัตถุ (Pigment) ที่ให้สีส้มกับพืชธรรมชาติ ดังนั้นจึงมีคุณสมบัติที่ทั้งบำรุงริมฝีปากและให้สีส้มที่สวยเป็นธรรมชาติในขั้นตอนเดียวกัน ได้ส่งสูตรเฉพาะของทาง HIMAWARI ORGANICS™ ให้กับบริษัท เนเจอร์พรอฟ จำกัด ซึ่งเป็นโรงงานผู้ผลิตสินค้าให้แก่ทาง HIMAWARI ORGANICS™ ซึ่งสูตรเฉพาะจะมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มีประสิทธิภาพอย่างสูงสุดแก่ผู้บริโภคมีกระบวนการผลิตลิปแคร์ชนิดแท่งบาล์มของ HIMAWARI ORGANICS™ ดังนี้



ภาพที่ 3.2 กระบวนการผลิตลิปแคร์ชนิดแท่งบาล์ม

### 3) การควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์

บริษัทฯ มีมาตรฐานการสุ่มสินค้าที่ผลิตภายใต้การผลิตของHIMAWARI ORGANICS™ ส่งตรวจคุณสมบัติ ความปลอดภัย และต้องทำอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มั่นใจในคุณภาพการผลิตและคุณภาพของสินค้าที่ต้องปลอดภัยต่อผู้บริโภคอีกทั้งผลิตภัณฑ์ที่ออกจำหน่ายสู่ตลาดจะต้องมีคุณภาพ และประสิทธิภาพตามที่บริษัทกำหนดไว้ โดยใช้บริการตรวจสอบจากสถาบัน Interetek เนื่องจากเป็นสถาบันที่ก่อตั้งมานานกว่า 120 ปี และใช้มาตรฐานตรวจสอบระดับสูงจากประเทศอังกฤษ เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ

### 4) บรรจุกัญช์

สำหรับบรรจุกัญช์คือแท่งลิปแคร์ บริษัทฯสั่งซื้อและนำเข้าจากบริษัท So nice pack ประเทศจีน เนื่องจากสีและรูปทรงมีเอกลักษณ์ คุณภาพสินค้าดี รวมถึงง่ายต่อการควบคุมคุณภาพสินค้ามากกว่าการซื้อจากผู้ค้าส่งในไทย สำหรับกล่องและฉลากผลิตภัณฑ์ ทางบริษัทฯ ได้ทำการว่าจ้างบริษัท เวลด์ สติกเกอร์ และ บริษัท เซเวน เวิร์ค จำกัด ให้เป็นผู้พิมพ์บรรจุกัญช์ตามแบบที่ทางบริษัทฯเป็นผู้กำหนดไว้ รวมถึงต้องมีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มีมาตรฐานตรงตามที่ตั้งไว้



ภาพที่ 3.3 แท่งลิปแคร์ชนิดแท่งบาล์ม

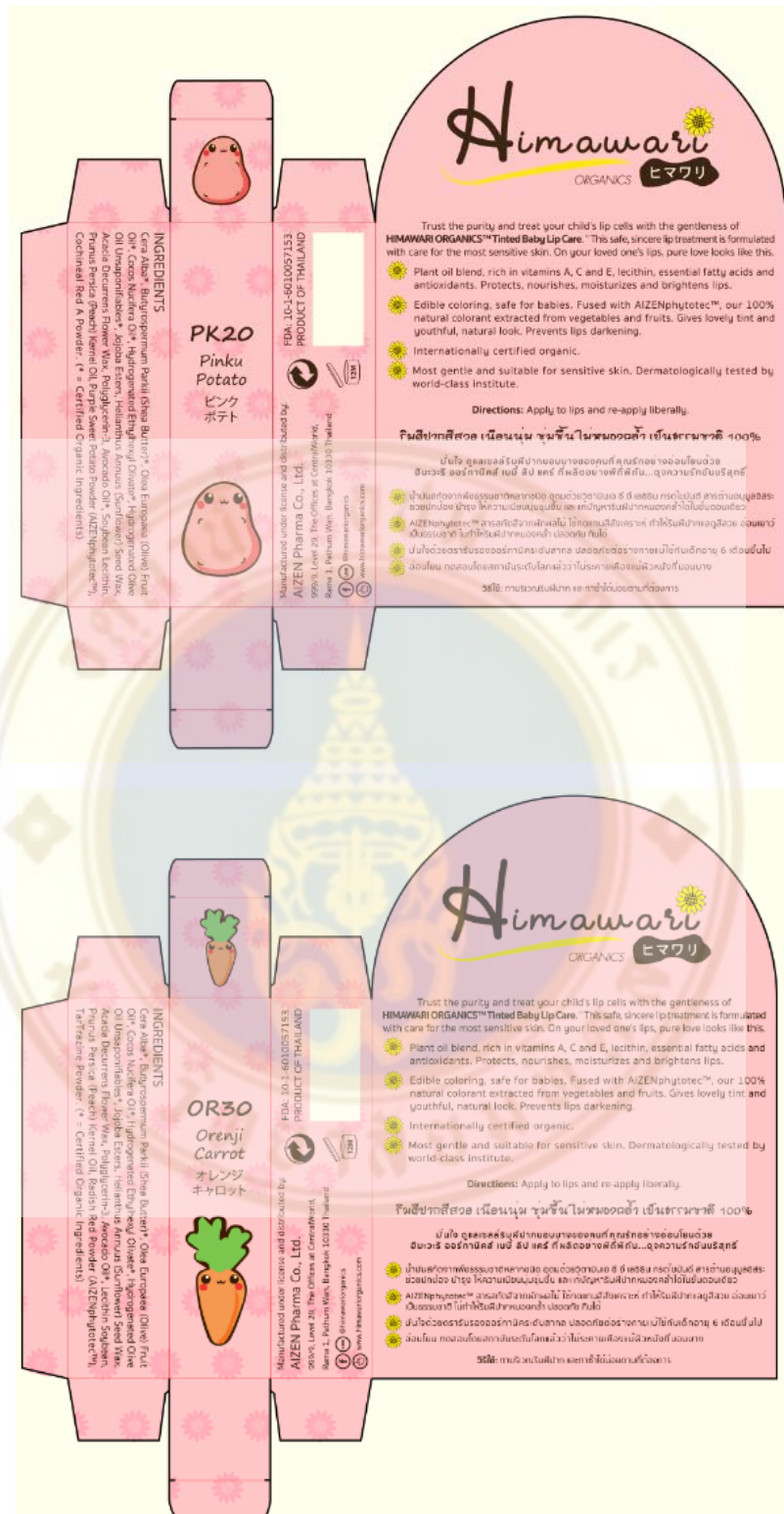


ภาพที่ 3.4 รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์ลิปแคร์ชนิดแท่งบดัม



ภาพที่ 3.5 รูปแบบกล่องใส่ผลิตภัณฑ์ลิปแคร์ชนิดแท่งบดัม





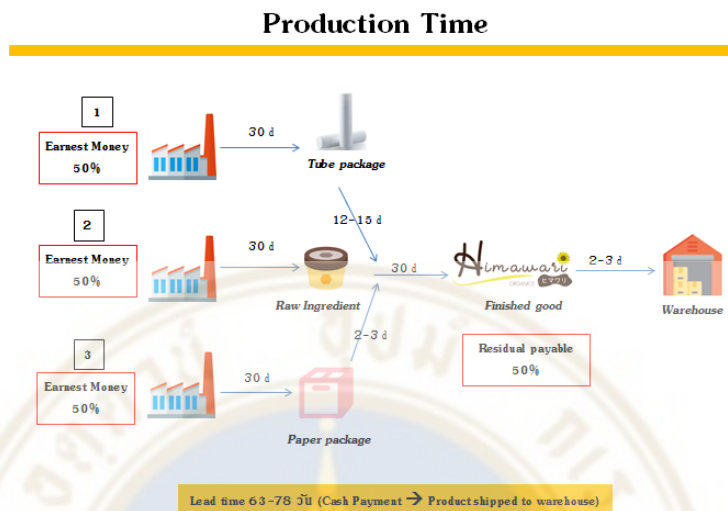
ภาพที่ 3.6 รูปแบบกล่องใส่ผลิตภัณฑ์ลิปแคร์ชนิดแท่งบาล์ม





ภาพที่ 3.7 รูปแบบกล่องใส่ผลิตภัณฑ์ลิปแคร์ชนิดแท่งบาล์ม

### 3.4 การวางแผนเวลาในกระบวนการผลิต



ภาพที่ 3.8 การใช้เวลาในกระบวนการผลิตลิปแคร์ชนิดแท่งบาล์ม

การใช้เวลาในกระบวนการผลิตลิปแคร์ชนิดแท่งบาล์ม มีขั้นตอนดังนี้

1. การสั่งผลิตแท่งลิปแคร์ชนิดแท่งบาล์ม โดยชำระเงินค่าสินค้าเต็มจำนวน จากนั้นบริษัท So nice pack ใช้เวลาในการผลิตแท่งลิปแคร์ประมาณ 30 วัน หลังจากสินค้าเสร็จสิ้นแล้ว ส่งสินค้าไปยังโรงงาน OEM โดยใช้เวลาประมาณ 7 วัน

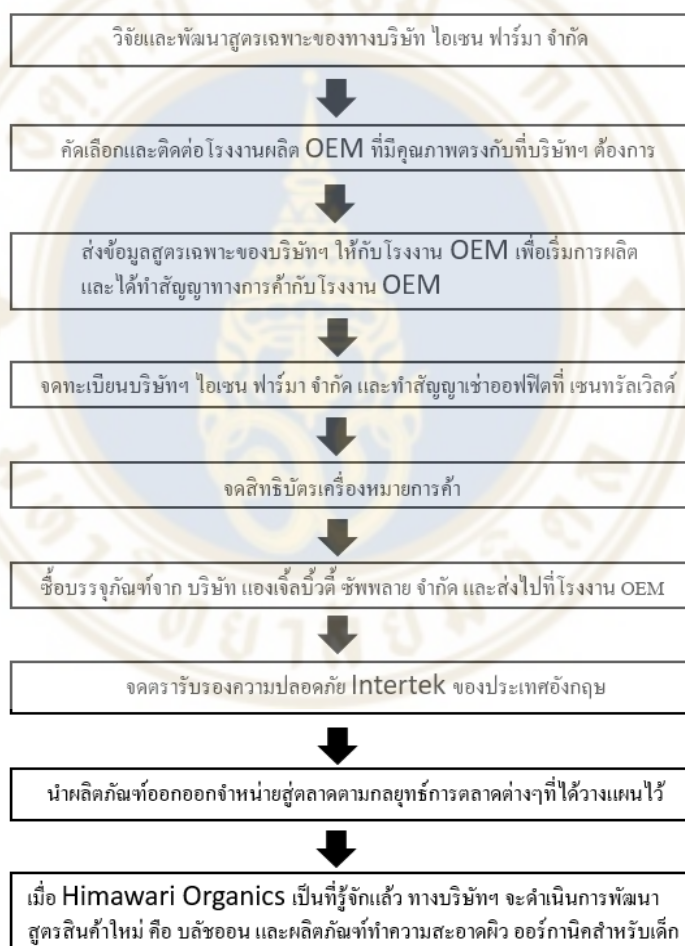
2. บริษัทฯ ได้คัดเลือกและติดต่อโรงงาน OEM มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านให้เป็นผู้ผลิตลิปแคร์มีสีจากสารสกัดพืชธรรมชาติ (Tinted Baby Lip Care) และลิปแคร์ไม่มีสี (Baby Lip Care) ชนิดแท่งบาล์มสำหรับเด็กภายใต้แบรนด์ HIMAWARI ORGANICS™ ให้หลังจากได้ทำสัญญาทางการค้ากับบริษัทคู่ค้าแล้ว ทางบริษัทไอเซน ฟาร์มา จำกัดต้องชำระเงินค่าผลิตลิปบาล์มจำนวนร้อยละ 50 ของจำนวนเงินทั้งหมด ทางโรงงาน OEM จึงจะสั่งวัตถุดิบที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศเข้ามาหลังจากได้วัตถุดิบครบทุกอย่างแล้ว ถึงจะเริ่มกระบวนการผลิตใช้เวลาประมาณ 30 วัน จึงจะได้ลิปแคร์และต้องชำระเงินร้อยละ 50 ที่เหลือให้กับโรงงาน OEM ทางโรงงาน OEM จึงจะส่งสินค้ามาให้ที่ออฟฟิศของบริษัทฯ โดยใช้เวลาประมาณ 2-3 วัน

3. การสั่งผลิตหลอดและกล่องใส่ผลิตภัณฑ์ลิปแคร์ชนิดแท่งบาล์ม โดยชำระเงินค่าสินค้าเต็มจำนวน จากนั้นบริษัท เซเว่น เวิร์ค และ เวิลด์ สตีเกอร์ ใช้เวลาในการผลิต 30 วัน หลังจากสินค้าเสร็จสิ้นแล้ว ส่งสินค้าไปยังโรงงาน OEM โดยใช้เวลาประมาณ 2-3 วัน

ระยะเวลาตั้งแต่การชำระเงินไปจนกระทั่งสินค้าสำเร็จรูปเดินทางมาถึงคลังใช้เวลาทั้งสิ้นประมาณ 63 วัน นั้นหมายถึง บริษัท ควรเริ่มสั่งผลิตสินค้าซ้ำ เมื่ออัตราสินค้าคงคลังสำหรับจำหน่ายเหลือไม่ถึง 2 เดือน

### 3.5 กระบวนการดำเนินงาน

บริษัท ไอเซน ฟาร์มา จำกัด มีขั้นตอนการเริ่มต้นธุรกิจโดยภาพรวม ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3.9 ขั้นตอนการเริ่มต้นธุรกิจ โดยภาพรวม

### 3.6 กระบวนการขายและสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าช่องทางออนไลน์

กระบวนการขายสินค้าและสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าทางช่องทางออนไลน์ มีการเวลาเปิดทำการในเฟสบุ๊คเพจ และ Line Ad คือเวลา 9 โมงเช้าจนถึง 4 ทุ่มตรง มีกระบวนการให้บริการดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3.10 กระบวนการให้บริการทางออนไลน์



ภาพที่ 3.11 บทบาทหน้าที่ของแอดมินตัวละครในกระบวนการให้บริการทางออนไลน์

### 3.7 ประมาณการผลการดำเนินงาน

ตารางที่ 3.2 ตารางแสดงการประมาณการยอดขาย

หน่วย : บาท

ชื่อสินค้า	การสั่งซื้อ (แท่ง/ปี)				
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สี Pure Himawari	3,600	5,040	5,280	5,544	5,822
สี Pinku Potato	3,600	5,040	5,280	5,544	5,822
สี Orenji Carrot	3,600	5,040	5,280	5,544	5,822
สี Aka Beetroot		5,040	5,280	5,544	5,822
สี Fukushia Plum			5,280	5,544	5,822
<b>รวม</b>	<b>10,800</b>	<b>20,160</b>	<b>26,400</b>	<b>27,720</b>	<b>29,112</b>

จากกระบวนการผลิตลิปแคร์มีสีจากสารสกัดพืชธรรมชาติ (Tinted Baby Lip Care) และลิปแคร์ไม่มีสี (Baby Lip Care) ชนิดแท่งบาล์มสำหรับเด็กภายใต้แบรนด์ HIMAWARI ORGANICS™ ทำการประมาณการสั่งซื้อจากการคาดการณ์จากจำนวน Market Size ของบริษัทฯ คือ 294,075 คน คุณกับเปอร์เซ็นต์ที่ได้ไปทำการสอบถามกลุ่มลูกค้าว่าถ้า HIMAWARI ORGANICS™ ได้ออกจำหน่ายสู่ตลาดจะซื้อหรือไม่ ร้อยละ 48 ตอบว่าซื้อและซื้อทันที จำนวนได้ตัวเลขประมาณ 141,156 คน ดังนั้นจึงทำให้มีการประมาณยอดขาย HIMAWARI ORGANICS™

ปีที่ 1 ได้มียอดขาย 10,800 แท่ง (เป็นจำนวนร้อยละ 3.67 ของจำนวน Market Size)

ปีที่ 2 ได้มียอดขาย 20,160 แท่ง

ปีที่ 3 ได้มียอดขาย 26,400 แท่ง

ปีที่ 4 ได้มียอดขาย 27,720 แท่ง

และปีที่ 5 ได้มียอดขาย 29,112 แห่ง

รวมจำนวนแห่งทั้งหมด 5 ปีมียอดขายอยู่ที่ 114,192 แห่ง

จากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่าทางบริษัทฯสามารถวางแผนกับ โรงงาน OEM ที่ทำการผลิตสินค้าได้ และมีการผลิตสินค้าตามการประมาณยอดขายที่ได้กล่าวมา กรณีที่มีการคาดการณ์ผิดพลาด บริษัท ไอเซน ฟาร์มา จำกัด สามารถเพิ่มหรือลดการสั่งซื้อได้ตามการคาดการณ์ และสถานการณ์ในขณะนั้น เพื่อลดการขัดแย้งระหว่างคู่ค้าจึงทำสัญญาทางการค้ากับ โรงงาน OEM ผู้ผลิตสินค้าให้กับบริษัทฯ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

### 3.8 แผนพัฒนาธุรกิจ

- พัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มโดยการผลิตบัตช์ออน แป้งทาไบหน้า และผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวออร์แกนิกสำหรับเด็ก ซึ่งเป็นสูตรเฉพาะของบริษัท ไอเซน ฟาร์มา จำกัด
- เพิ่มยอดขาย และขยายช่องทางการขายให้แก่บริษัทฯ โดยการรับสมัครตัวแทนจำหน่าย และฝากขายที่ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าได้มากยิ่งขึ้น
- ขยายกลุ่มลูกค้าไปยังกลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มผู้หญิงที่รักสุขภาพ และชอบใช้สินค้าที่เป็นธรรมชาติ



## บทที่ 4

### สมมุติฐานทางการเงินและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน

#### 4.1 โครงสร้างและนโยบายทางการเงิน (Capital Investment)

ด้วยลักษณะการดำเนินธุรกิจของ HIMAWARI ORGANICS™ ที่เป็นการจ้างโรงงาน OEM ผลิตสินค้าชีวเวชสำอางสำหรับเด็กและผู้ที่มีผิวบอบบาง ภายใต้สูตรที่บริษัท ไอเซน ฟาร์มา เป็นผู้กำหนด และบริษัทฯ เป็นผู้จัดจำหน่ายเอง จึงต้องมีการสั่งผลิตจากโรงงานในปริมาณขั้นต่ำที่ 20-30 กิโลกรัม ถึงจะมี Economy of scale เพียงพอที่จะกำหนดราคาขายแข่งขันกับคู่แข่งได้ และส่งผลให้ต้องมีการเช่าพื้นที่บนตึกสำนักงานที่ทันสมัยใจกลางกรุงเทพ เพื่อจัดเก็บผลิตภัณฑ์ลิปแคร์ ชนิดแท่งบาล์ม ที่ผลิตมาในแต่ละล็อตจำนวนกว่า 6,000 แท่ง รวมถึงใช้เป็นพื้นที่ทำงานของพนักงานและเป็นจุดกระจายสินค้าเพื่อให้สามารถเดินทางได้สะดวก นอกจากนี้ยังส่งผลต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ สำหรับการทำธุรกิจกับองค์กรอื่นในระยะยาวด้วย

เหตุผลที่บริษัทฯ ไม่ลงทุนระยะยาวกับที่ดิน สิ่งปลูกสร้าง เพราะไม่ต้องการก่อหนี้ปริมาณมากเกินไปตั้งแต่เริ่มต้นธุรกิจ ซึ่งหนี้ปริมาณสูงนี้ อาจก่อให้เกิดแรงกดดันจากดอกเบี้ยเงินกู้ และเพิ่มความเสี่ยงของ Exit cost กรณีที่บริษัทดำเนินกิจการได้ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังแต่มีการซื้อสินทรัพย์ถาวรหนึ่งรายการคือ รถกระบะมือสอง เพื่อใช้เป็นพาหนะและขนส่งสินค้า เพราะมีความจำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจ และถ้าหากเลิกกิจการ ยังสามารถขายต่อได้ง่าย

นอกจากนี้เงินลงทุนในโครงการเริ่มแรกยังมีค่าจดทะเบียนจัดตั้งนิติบุคคล ค่าออกแบบเครื่องหมายการค้าผลิตภัณฑ์ ค่าจดสิทธิบัตรเครื่องหมายการค้า ค่าใช้จ่ายเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ ค่าตรวจรับรองคุณภาพสินค้าจากสถาบันต่างๆ ใช้จ่ายจัดซื้ออุปกรณ์สำนักงานและเครื่องมือต่างๆ รวมแล้วค่าเงินลงทุนในโครงการมีรายละเอียดตามตารางที่ 4.1 โดยสามารถแยกเป็นรายละเอียดการลงทุนแรกเริ่มในโครงการได้ดังตารางที่ 4.2

## ตารางที่ 4.1 เงินลงทุนในโครงการ

รายการ	รวม	แหล่งที่มาของเงินลงทุน	
		เงินลงทุน	เงินกู้
ที่ดินและการปรับปรุง	-	-	-
สิ่งปลูกสร้าง	-	-	-
เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	35,000	35,000	-
ยานพาหนะ	550,000	50,000	500,000
อุปกรณ์สำนักงาน	1,000	1,000	-
ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	290,000	290,000	-
เงินทุนหมุนเวียน	220,000	220,000	-
รวม	1,096,000	596,000	500,000

## ตารางที่ 4.2 รายละเอียดเงินลงทุนในโครงการ

ยานพาหนะ	หน่วย : บาท	ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	หน่วย : บาท
รายการ	ราคา	รายการ	ราคา
รถกระบะมือสอง	550,000	ค่าวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์	10,000
รวม	550,000	ค่าจดทะเบียนบริษัท	5,000
เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	หน่วย : บาท	ค่าออกแบบตราสินค้า+ฉลากผลิตภัณฑ์	10,000
รายการ	ราคา	ค่าเช่าสำนักงานรายปี(พิเศษ)	240,000
Laptop (Dell) 2 เครื่อง	30,000	ค่าทดสอบทางผิวหนังIntertek	20,000
Printer 1 เครื่อง	5,000	ค่าจดสิทธิบัตรตราสินค้า	5,000
รวม	35,000	รวม	290,000
อุปกรณ์สำนักงาน	หน่วย : บาท		
รายการ	ราคา		
วัสดุสิ้นเปลืองในสำนักงาน	1,000		
รวม	1,000		

## 4.2 ที่มาของรายได้

### 4.2.1 รายได้จากการขายสินค้า (Revenue Structure)

โครงสร้างรายได้ของบริษัทฯเป็นรูปแบบการขายปลีกมีช่องทางหลักคือ ขายผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ เฟสบุ๊กและไลน์แอดและช่องทางรองคือร้านขายสินค้าเพื่อสุขภาพหรือซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีมุมขายสินค้าเพื่อสุขภาพ โดยปีแรกจะมีผลิตภัณฑ์ 3 SKUs ได้แก่

(1) Baby Lip Care ชนิดไม่มีสี ชื่อสินค้า Pure Himawari รหัสสี PH10 ราคาขายปลีก 395 บาท/แท่ง

(2) Tinted Baby Lip Care สีชมพูบานเย็น ชื่อสี Pinku Potato รหัสสี PK20 ราคาขายปลีก 495 บาท/แท่ง

(3) Tinted Baby Lip Care สีส้มแดง ชื่อสี Orenji Carrot รหัสสี OR30 ราคาขายปลีก 495 บาท/แท่ง

จากนั้นถัดในแต่ละปี ปีที่ 2 และ 3 บริษัทจะวางจำหน่ายสีใหม่ อีก 2 สี ตามลำดับคือ

(4) Tinted Baby Lip Care สีแดง ชื่อสี Aka Beetroot รหัสสี RD40 ราคาขายปลีก 495 บาท/แท่ง

(5) Tinted Baby Lip Care สีม่วงแดง ชื่อสี Fukushia Plum รหัสสี FS50 ราคาขายปลีก 495 บาท/แท่ง

ทั้งนี้บริษัทฯประเมินว่าปีแรกจะมียอดขายของผลิตภัณฑ์ลิปแคร์ทั้ง 3SKUs รวมอยู่ที่ 10,800 ชิ้น อยู่ที่ประมาณร้อยละ 3.7 ของปริมาณประชากรกลุ่มเป้าหมายหลักทั้งหมด (อ้างอิงจากข้อมูลทางการตลาด) ซึ่งสามารถประมาณการเป็นยอดขายได้ที่ 30ชิ้นต่อวัน(10ชิ้น/SKU/วัน) หรือประมาณ900 ชิ้นต่อเดือน (300 ชิ้น/SKU/เดือน) นอกจากนี้บริษัทฯยังประเมินว่าตั้งแต่ปีที่สองเป็นต้นไป หลังจากการเริ่มทำการตลาดในช่องทางรองคือร้านขายสินค้าเพื่อสุขภาพมากขึ้น รวมถึงมีการรับตัวแทนจำหน่ายผสมผสานกับรายการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง จะให้ยอดขายเติบโตต่อเนื่องได้ที่ ร้อยละ 86.67, ร้อยละ 30.9, ร้อยละ 5 และ ร้อยละ 5 ในปีที่ 2 ถึงปีที่ 5 ตามลำดับซึ่งจะสามารถทำให้บริษัทฯ สร้างยอดขายต่อปีได้ตามที่ได้ประเมินไว้ดังตารางที่ 4.3

## ตารางที่ 4.3 ประมาณการยอดขายต่อปี

หน่วย : บาท

สินค้า	ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1	Baby Lip Care # Pure Himawari (PH10)	1,422,000	1,990,800	2,085,600	2,189,880	2,299,848
2	Tinted Baby Lip Care # Pinku Potato (PK20)	1,782,000	2,494,800	2,613,600	2,744,280	2,882,088
3	Tinted Baby Lip Care # Orenji Carrot (OR30)	1,782,000	2,494,800	2,613,600	2,744,280	2,882,088
4	Tinted Baby Lip Care # Aka Beetroot (RD40)	-	2,494,800	2,613,600	2,744,280	2,882,088
5	Tinted Baby Lip Care # Fukushia Plum (FS50)	-	-	2,613,720	2,744,280	2,882,088
	รวม	4,986,000	9,475,200	12,540,120	13,167,000	13,828,200
	เฉลี่ยรายได้ต่อเดือน	415,500	789,600	1,045,010	1,097,250	1,152,350

## 4.2.2 การประมาณการต้นทุน (Cost Structure)

การประมาณการต้นทุนแปรผัน (Variable Cost) ประกอบด้วยต้นทุนจากการผลิตได้แก่ วัตถุดิบทำเนื้อลิป กล่องและฉลากที่จ้างผลิตโดยบริษัท PudDicut จำกัด ค่าแรงทางตรงในการจ้างโรงงานผลิตสินค้าและบรรจุซึ่งสามารถประมาณการต้นทุนผันแปรจากการผลิตได้ดังนี้

ตารางที่ 4.4 ต้นทุนผันแปรจากการผลิต

หน่วย : บาท

รายการ	ชื่อสินค้า	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
1	Baby Lip Care # Pure Himawari (PH10)	161,820	226,548	237,336	249,203	261,717
2	Tinted Baby Lip Care # Pinku Potato (PK20)	224,388	314,143	329,102	345,558	362,910
3	Tinted Baby Lip Care # Orenji Carrot (OR30)	224,388	314,143	329,102	345,558	362,910
4	Tinted Baby Lip Care # Aka Beetroot (RD40)	-	314,143	329,102	345,558	362,910
5	Tinted Baby Lip Care # Fukushia Plum (FS50)	-	-	329,118	345,558	362,910
	รวม	610,596	1,168,978	1,553,761	1,631,433	1,713,358
	เฉลี่ยต้นทุนผันแปรจากวัตถุดิบต่อเดือน	50,883	97,415	129,480	135,953	142,780

ตารางที่ 4.5 ต้นทุนผันแปรในการผลิตแยกตามหมวดหมู่สินค้า

ต้นทุนวัตถุดิบ (ต้นทุนแปรได้ต่อหน่วย)

สินค้า 1	Baby Lip Care # Pure Himawari (PH10)		
ต้นทุน 1	เนื้อลิปสติค	24.08	บาท / แท่ง
ต้นทุน 2	ฉลาก+บรรจุภัณฑ์	17.12	บาท / แท่ง
ต้นทุน 3	ค่าแรงผลิต	3.75	บาท / แท่ง
	รวม	44.95	บาท / แท่ง

ตารางที่ 4.5 ต้นทุนผันแปรในการผลิตแยกตามหมวดหมู่สินค้า (ต่อ)

สินค้า 2	Tinted Baby Lip Care # Pinku Potato (PK20)		
ต้นทุน 1	เนื้อลิปสติค	41.46	บาท / แท่ง
ต้นทุน 2	ฉลาก+บรรจุภัณฑ์	17.12	บาท / แท่ง
ต้นทุน 3	ค่าแรงบรรจุ	3.75	บาท / แท่ง
	รวม	62.33	บาท / แท่ง

สินค้า 3	Tinted Baby Lip Care # Orenji Carrot (OR30)		
ต้นทุน 1	เนื้อลิปสติค	41.46	บาท / แท่ง
ต้นทุน 2	ฉลาก+บรรจุภัณฑ์	17.12	บาท / แท่ง
ต้นทุน 3	ค่าแรงบรรจุ	3.75	บาท / แท่ง
	รวม	62.33	บาท / แท่ง

สินค้า 4	Tinted Baby Lip Care # Aka Beetroot (RD40)		
ต้นทุน 1	เนื้อลิปสติค	41.46	บาท / แท่ง
ต้นทุน 2	ฉลาก+บรรจุภัณฑ์	17.12	บาท / แท่ง
ต้นทุน 3	ค่าแรงบรรจุ	3.75	บาท / แท่ง
	รวม	62.33	บาท / แท่ง

สินค้า 5	Tinted Baby Lip Care # Fukushia Plum (FS50)		
ต้นทุน 1	เนื้อลิปสติค	41.46	บาท / แท่ง
ต้นทุน 2	ฉลาก+บรรจุภัณฑ์	17.12	บาท / แท่ง
ต้นทุน 3	ค่าแรงบรรจุ	3.75	บาท / แท่ง
	รวม	62.33	บาท / แท่ง



การประมาณการต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) ประกอบไปด้วยเงินเดือนพนักงานขายและบริหารค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารค่าใช้จ่ายทางการตลาดทั้งนี้บริษัทฯ ไม่มีต้นทุนคงที่จากแรงงานในการผลิตเนื่องจากบริษัทฯ เลือกใช้รูปแบบของการจ้างผลิตแทนการผลิตด้วยตนเอง

สำหรับการว่าจ้างพนักงานขายและบริหารในปีแรกจะมี Sales Manager และ Product Manager ร่วมงานด้วย แต่ทั้งสองท่านมีสัญญาทำงานกับบริษัทฯ เพียง 1 ปี ดังนั้นบริษัทฯ จึงวางแผนจ้างพนักงาน Admin 1 คน มาเรียนรู้งาน ดังนั้นในปีที่สองเมื่อ Sales Manager และ Product Manager หหมดสัญญาลง จะว่างจ้างพนักงาน Admin เพิ่มเติมเพื่อมาเรียนรู้งานจากคนที่ 1 และเพิ่มพนักงานส่งสินค้า 1 คน จากนั้นในปีที่สามจะว่าจ้างพนักงาน Admin เพิ่มเป็นคนที่สาม ตามที่แสดงในตารางที่ 4.6 ซึ่งบริษัทจะจ้างพนักงานระดับปฏิบัติการเหล่านี้ด้วยการให้สวัสดิการเพิ่มเติมเป็น ค่าเดินทาง (ค่าน้ำมัน) การอบรมพัฒนาบุคลากร ค่าตอบแทนพิเศษและโบนัส นอกจากนี้ยังเพื่องบบตอบแทนพิเศษและโบนัสไว้ใช้ว่าจ้างบุคคลภายนอกให้ช่วยทำงานไปเป็นวาระ เพราะปัจจุบันสามารถหาฟรีแลนซ์ได้ง่าย รายละเอียดค่าใช้จ่ายการขายและบริหารจะแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.6 ค่าแรงการขายและบริหาร

หน่วย : บาท

เงินเดือน บาท/ เดือน	ตำแหน่ง	จำนวนคน				
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
30,000	CEO	1	1	1	1	1
25,000	Sales Manager	1				
25,000	Marketing Manager	1				
6,000	Administrative Officer	1	2	3	3	3
8,000	Logistic Officer		1	1	1	1
	ค่าแรงการขายและบริหาร	804,000	600,000	672,000	672,000	672,000
	เฉลี่ยต่อเดือน	67,000	50,000	56,000	56,000	56,000

ตารางที่ 4.7 ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่ายานพาหนะและประกันภัย	-	150,000	150,000	150,000	150,000
ค่าใช้จ่ายในการวิจัยพัฒนาและฝึกอบรม	20,000	40,000	60,000	72,000	86,400
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	108,000	201,600	264,002	277,200	291,120
ค่าเช่าสำนักงาน และค่าสาธารณูปโภค	-	180,000	180,000	180,000	180,000
ค่าจ้างทำและตรวจสอบบัญชี	10,000	15,000	15,000	15,000	15,000
ค่าตอบแทนพิเศษให้พนักงานและปันผล	48,000	484,000	848,000	1,044,000	1,240,000
ค่าน้ำมันรถและขนส่งสินค้า	250,000	536,000	804,000	964,800	1,157,760
ค่าเผื่อนี้สงฆ์จะสูญและสินค้าเสียหาย	18,318	35,069	46,613	48,943	51,401
ค่าเลี้ยงรับรอง	15,000	30,000	60,000	72,000	75,600
รวม	469,318	1,671,669	2,427,615	2,823,943	3,247,281
เฉลี่ยต่อเดือน	39,109.82	139,305.78	202,301.27	235,328.58	270,606.73

สำหรับค่าใช้จ่ายทางการตลาดในปีแรกบริษัทฯ ตั้งงบประมาณของการใช้สร้าง Brand Awareness ก็กับการทำ Sales Campaign ไว้ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงปัญหาและผลเสียการได้รับสารเคมีจากเครื่องสำอาง และตัดสินใจเปลี่ยนพฤติกรรมมาเป็นลูกค้าของแบรนด์ HIMAWARI ORGANICS™ ทั้งนี้ จากนั้นในปีถัดไป เมื่อแบรนด์เริ่มเป็นที่รู้จักแพร่หลายดีแล้ว และอาจมีผู้ผลิตรายอื่นเข้ามาสู่ตลาดเครื่องสำอางเด็กมากขึ้น บริษัทฯ จะปรับกลยุทธ์ให้สัดส่วนงบประมาณถูกนำไปใช้จัด Sales Campaign มากขึ้น เช่น การให้ส่วนลดราคา ของสมาชิก รวมถึงการให้ค่า GP และ Incentive กับตัวแทนและร้านค้าที่ฝากขายมากขึ้น เพื่อรักษฐานลูกค้าเดิมเอาไว้และหวังผลให้ผู้บริโภคเกิดการชักชวนมาซื้อกันเองรายการงบประมาณการตลาดปรากฏตามที่แสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ค่าใช้จ่ายทางการตลาด

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Sales Incentive&GP	334,800	947,520	1,254,012	1,316,700	1,382,820
Free product samples	199,361	202,381	244,933	188,064	197,507
Promotional material (Gift & POP)	250,000	750,000	900,000	945,000	992,250
Online Advertising (Line& FB & Web Banner)	100,000	120,000	144,000	172,800	207,360
Public Event (Booth)	20,000	24,000	28,800	34,560	41,472
PR (Real influencer review)	100,000	120,000	144,000	172,800	207,360
Website hosting & Domain	3,000	50,000	5,000	5,000	5,000
CSR	-	50,000	50,000	50,000	50,000
รวม	1,007,161	2,213,901	2,720,745	2,834,924	3,033,769
เฉลี่ยต่อเดือน	83,930.07	184,491.77	226,728.77	236,243.63	252,814.12

ตารางที่ 4.9 ผลรวมต้นทุนคงที่

หน่วย: บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ค่าแรงในการขายและบริหาร	804,000	600,000	672,000	672,000	672,000
ค่าใช้จ่ายการขายและบริหาร	469,318	1,671,669	2,427,615	2,823,943	3,247,281
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	1,007,161	2,213,901	2,720,745	2,834,924	3,033,769
รวม	2,280,479	4,485,571	5,820,360	6,330,867	6,953,050
เฉลี่ยต่อเดือน	190,040	373,798	485,030	527,572	579,421

### 4.3 การคำนวณเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ (Working Capital)

ด้วยรูปแบบการทำธุรกิจขายปลีกทางช่องทางออนไลน์เป็นช่องทางหลัก ทำให้บริษัทฯ ได้รับรายได้เป็นเงินสดและไม่มีลูกหนี้การค้าอย่างไรก็ตามเนื่องจากเป็นบริษัทที่เพิ่งก่อตั้ง ต้องชำระค่าใช้จ่ายทุกอย่างเป็นเงินสดจึงไม่มีเจ้าหนี้การค้าเช่นกัน ดังนั้นเงินทุนหมุนเวียนจึงมีแค่เพียงงานระหว่างทำและสต็อกวัสดุสิ้นเปลือง ซึ่งงานระหว่างทำ ใช้เวลา 2 เดือนนับจากวันที่ชำระเงินให้โรงงานผลิตสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ส่วนสต็อกวัสดุสิ้นเปลือง คือวัสดุที่ใช้ในการขายสินค้า เช่น ซองและกล่องสำหรับส่งพัสดุไปรษณีย์ กระดาษและหมึกปริ้นท์ เป็นต้น และสต็อกไว้ในปริมาณที่เหมาะสมเพื่อให้ประหยัดต้นทุนทั้งด้าน Ordering Cost และ Carrying Cost นอกจากนี้รูปแบบธุรกิจจ้างผลิตและขายสินค้าเองในรูปแบบของการค้าปลีก ยังทำให้เงินทุนหมุนเวียนของบริษัทฯ ไม่มากเท่าธุรกิจประเภทอื่นๆ ทั้งนี้บริษัทฯ ได้ประเมินเงินทุนหมุนเวียนสำหรับเริ่มต้นดำเนินธุรกิจในปีที่ 1 ไว้สำรองที่ประมาณ 220,000 บาท ดังตารางที่ 4.10 (โดยอ้างอิงจากเงินทุนหมุนเวียนปีที่ 2) ซึ่งถูกนับรวมไว้ในมูลค่าการลงทุนโครงการ (Capital Expenditure) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ตารางที่ 4.10 เงินทุนหมุนเวียน

งานระหว่างทำ	2.00 เดือน		หน่วย : บาท		
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
งานระหว่างทำ	102,349	195,413	259,543	272,489	286,143
งานระหว่างทำที่เพิ่มขึ้น	102,349	93,064	64,131	12,945	13,654

สต็อกวัสดุสิ้นเปลือง	0.25 เดือน		หน่วย : บาท		
	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สต็อกวัสดุสิ้นเปลือง	12,721	24,354	32,370	33,988	35,695
สต็อกวัสดุสิ้นเปลืองที่เพิ่มขึ้น	12,721	11,633	8,016	1,618	1,707
เงินทุนหมุนเวียน	115,000	220,000	292,000	306,000	322,000

#### 4.4 การประมาณการงบกำไรขาดทุน (Income Statement)

บริษัทฯ ได้นำตัวเลขประมาณการยอดขายต่อปีและต้นทุนการดำเนินงานธุรกิจได้แก่ ค่าใช้จ่ายทางการตลาดค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารค่าแรงงานและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ทั้งในส่วน of ต้นทุนแปรผัน (Variable Cost) และต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) รวมถึงค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง (Financial Parameter) มาใช้ในการคำนวณและประเมินผลประกอบการงบกำไรขาดทุน (Income Statement) ดังที่ปรากฏในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ประมาณการงบกำไรขาดทุน

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>รายได้</b>	4,986,000	9,475,200	12,540,120	13,167,000	13,828,200
<b>ต้นทุนการผลิตสินค้า</b>					
- ต้นทุนการผลิตสินค้าแปรได้	610,596	1,168,978	1,553,761	1,631,433	1,713,358
- แรงงานในการผลิตสินค้า	-	-	-	-	-
- ค่าเสื่อมราคาในการผลิตสินค้า	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
- ค่าใช้จ่ายในการผลิตสินค้า	-	-	-	-	-
<b>รวมต้นทุนการผลิตสินค้า</b>	614,096	1,172,478	1,557,261	1,634,933	1,716,858
<b>กำไรขั้นต้น</b>	4,371,904	8,302,722	10,982,859	11,532,067	12,111,342
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>					
- แรงงานในการขายและบริหาร	804,000	600,000	672,000	672,000	672,000
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	168,200	168,200	168,200	168,200	168,200
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	1,007,161	2,213,901	2,720,745	2,834,924	3,033,769
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	469,318	1,671,669	2,427,615	2,823,943	3,247,281
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>	2,448,679	4,653,771	5,988,560	6,499,067	7,121,250
<b>กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้</b>	1,923,225	3,648,952	4,994,299	5,033,001	4,990,092
<b>ดอกเบี้ยจ่าย</b>	50,000	40,000	30,000	20,000	10,000

ตารางที่ 4.11 ประมาณการงบกำไรขาดทุน (ต่อ)

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	1,873,225	3,608,925	4,964,299	5,013,001	4,980,092
ภาษีเงินได้	374,645	721,790	992,860	1,002,600	996,018
กำไรสุทธิ	1,498,580	2,887,161	3,971,439	4,010,400	3,984,074

4.5 ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุนและประมาณการงบกระแสเงินสด

ตารางที่ 4.12 ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุนระหว่างปีที่ 1-5

หน่วย:บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>แหล่งที่มาของเงินลงทุน</b>					
- เงินลงทุน	596,000	-	-	-	-
- เงินกู้ยืม	500,000	-	-	-	-
- รายได้	4,986,000	9,475,200	12,540,120	13,167,000	13,828,200
- เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
รวมแหล่งที่มา (ก.)	6,082,000	9,475,200	12,540,120	13,167,000	13,828,200
<b>แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน</b>					
- เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	876,000	-	-	-	-
- ต้นทุนบริการ - ไม่รวมค่าเสื่อม	610,596	1,168,978	1,553,761	1,631,433	1,713,358
- ค่าใช้จ่ายในการขายฯ - ไม่รวมค่าเสื่อม	2,280,479	4,485,571	5,820,360	6,330,867	6,953,050
- ดอกเบี้ยจ่าย	50,000	40,000	30,000	20,000	10,000
- ภาษีเงินได้	374,645	712,790	992,860	1,002,600	996,018
- ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	-	-	-	-	-
- งานระหว่างทำที่เพิ่มขึ้น	102,349	93,064	64,131	12,945	13,654
- สต็อกวัสดุสิ้นเปลืองที่เพิ่มขึ้น	12,721	11,633	8,016	1,618	1,707
- ชำระคืนเงินกู้	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000



ตารางที่ 4.12 ประมาณการงบแหล่งที่มาและใช้ไปของเงินลงทุนระหว่างปีที่ 1-5 (ต่อ)

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	4,406,790	6,621,035	8,569,128	9,099,463	9,787,787
เงินสดคงเหลือ-ต้นงวด	-	1,675,210	4,529,375	8,500,367	12,567,904
เงินสดคงเหลือสุทธิระหว่างงวด (ก.-ข.)	1,675,210	2,854,165	3,970,992	4,067,537	4,040,413
เงินสดคงเหลือ-ปลายงวด	1,675,210	4,529,375	8,500,367	12,567,904	16,608,317

ตารางที่ 4.13 ประมาณการงบกระแสเงินสดสุทธิ

หน่วย : บาท

กระแสเงินสดสุทธิ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
- กำไรสุทธิ	1,498,580	2,887,161	3,971,439	4,010,000	3,984,074
- ค่าเสื่อมราคา	171,700	171,700	171,700	171,700	171,700
กระแสเงินสดสุทธิ	1,670,280	3,058,861	4,143,139	4,182,100	4,155,174

#### 4.6 ประมาณการงบดุล

ตารางที่ 4.14 ประมาณการงบดุลระหว่างปีที่ 1-5

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์					
สินทรัพย์หมุนเวียน					
- เงินสดและเงินในธนาคาร	1,675,210	4,529,375	8,500,367	12,567,904	16,608,317
- ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-
- งานระหว่างทำ	102,349	195,413	259,543	272,489	286,143

ตารางที่ 4.14 ประมาณการงบดุลระหว่างปีที่ 1-5 (ต่อ)

หน่วย : บาท

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
- สติ๊กเกอร์สติ๊กเกอร์เปลี่ยน	12,721	24,354	32,370	33,988	35,695
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,790,280	4,749,142	8,792,281	12,874,381	16,930,155
<b>สินทรัพย์ถาวร</b>					
- ที่ดินและการปรับปรุง	-	-	-	-	-
- สิ่งปลูกสร้าง	-	-	-	-	-
- เครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000
- ยานพาหนะ	550,000	550,000	550,000	550,000	550,000
- อุปกรณ์สำนักงาน	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
- ค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินงาน	290,000	290,000	290,000	290,000	290,000
รวมสินทรัพย์ถาวร	876,000	876,000	876,000	876,000	876,000
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	171,700	343,400	515,100	686,800	858,500
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	704,300	532,600	360,900	189,200	17,500
<b>รวมสินทรัพย์</b>	<b>2,494,580</b>	<b>5,281,742</b>	<b>9,153,181</b>	<b>13,063,581</b>	<b>16,947,655</b>
<b>หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>					
<b>หนี้สินหมุนเวียน</b>					
- เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-
รวมหนี้สินหมุนเวียน	-	-	-	-	-
<b>หนี้สินระยะยาว</b>	400,000	300,000	200,000	100,000	-
รวมหนี้สิน	400,000	300,000	200,000	100,000	-
<b>ส่วนของผู้ถือหุ้น</b>					
- เงินลงทุน	596,000	596,000	596,000	596,000	596,000
- กำไรสะสม	1,498,580	4,385,742	8,357,181	12,367,581	16,351,655
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น	2,094,580	4,981,742	8,953,181	12,963,581	16,947,655
<b>รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น</b>	<b>2,494,580</b>	<b>5,281,742</b>	<b>9,153,181</b>	<b>13,063,581</b>	<b>16,947,655</b>

#### 4.7 สัดส่วนประมาณการงบกำไรขาดทุน (Common Size from Sales)

ทั้งนี้หลังจากที่ได้งบกำไรขาดทุน (Income Statement) แล้วทางบริษัทฯ ได้ทำการวิเคราะห์ถึงตัวเลข Common size ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า โครงสร้างต้นทุนส่วนใหญ่เป็นต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) โดยต้นทุนดังกล่าวมาจากค่าใช้จ่ายทางการตลาดและค่าใช้จ่ายทางการขายและบริหาร อย่างไรก็ตาม สัดส่วนงบนี้เป็นค่าประมาณค่าใช้จ่ายภายใต้สมมติฐานที่ใช้งบประมาณเต็มพิกัด และใช้ราคาประเมินค่าใช้จ่ายที่สูงสุดที่ทำได้ในท้องตลาด ดังนั้นหากบริษัทฯ สามารถประหยัดต้นทุนในส่วนดังกล่าวลงได้ จะทำให้สัดส่วนกำไรเพิ่มขึ้นอีก ตามที่แสดงในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 โครงสร้างต้นทุน

หน่วย: ร้อยละ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>รายได้</b>	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
<b>ต้นทุนการให้บริการ</b>					
- ต้นทุนบริการแปรได้	12.25%	12.34%	12.39%	12.39%	12.39%
- แรงงานในการบริการ	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
- ค่าเสื่อมราคาในการบริการ	0.07%	0.04%	0.03%	0.03%	0.03%
- ค่าใช้จ่ายในการให้บริการ	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
<b>รวมต้นทุนการให้บริการ</b>	12.32%	12.37%	12.42%	12.42%	12.42%
<b>กำไรขั้นต้น</b>	87.68%	87.63%	87.58%	87.58%	87.58%
รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
<b>ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>					
- แรงงานในการขายและบริหาร	16.13%	6.33%	5.36%	5.10%	4.86%
- ค่าเสื่อมราคาในการขายและบริหาร	3.37%	1.78%	1.34%	1.28%	1.22%
- ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	20.20%	23.37%	21.70%	21.53%	21.94%
- ค่าใช้จ่ายด้านการขายและบริหาร	9.41%	17.64%	19.36%	21.45%	23.48%
<b>รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร</b>	49.11%	49.12%	47.76%	49.36%	51.50%
<b>กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีเงินได้</b>	38.57%	38.51%	39.83%	38.22%	36.09%
<b>ดอกเบี้ยจ่าย</b>	1.00%	0.42%	0.24%	0.15%	0.07%

ตารางที่ 4.15 โครงสร้างต้นทุน (ต่อ)

หน่วย : ร้อยละ

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้	37.57%	38.09%	39.59%	38.07%	36.01%
ภาษีเงินได้	7.51%	7.62%	7.92%	7.61%	7.20%
กำไรสุทธิ	30.06%	30.47%	31.67%	30.46%	28.81%

#### 4.8 จุดคุ้มทุน (Break-Even Point)

ทางบริษัทฯ ได้วิเคราะห์จุดคุ้มทุนของสินค้าได้ดังนี้

Total Fixed cost/ปี = 2,280,479 บาท ดังนั้น คิดเป็น 6,334.66 บาท/วัน

Variable cost ของ Tinted baby lip care = 62.33 บาท/ชิ้น และ Baby lip care = 44.95บาท/ชิ้น

Revenue ของ Tinted baby lip care = 495 บาท และ Baby lip care = 395 บาท/ชิ้น

Break-Event point=Total fixed cost / (Revenue-Variable cost)

ดังนั้นจุดคุ้มทุนจึงเท่ากับการขาย Tinted baby lip care 15 ชิ้น/วัน หรือขาย Baby lip care 19 ชิ้น/วัน ซึ่งนับว่าเป็นปริมาณไม่มากและมีโอกาสเป็นไปได้สูง

#### 4.9 การประเมินโครงการและอัตราส่วนทางการเงิน

เมื่อนำประมาณการตัวเลขของกำไรสุทธิเงินลงทุนในโครงการและค่าเสื่อมราคาต่างๆ มาใช้ในการประเมินกระแสเงินสดสุทธิในอนาคตพบว่าโครงการมีผลประกอบการที่ดี ดังนี้

มูลค่าโครงการปัจจุบันสุทธิ (NPV) 10,454,602 บาท

อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR) ร้อยละ 203.51

ระยะเวลาคืนทุน (PB) 9เดือน 22 วัน

### จุดคุ้มทุน Tinted baby lip care 15 แห่ง/วัน หรือ Baby lipcare 19 แห่ง/วัน

และเมื่อวิเคราะห์ Financial Ratio พบว่ามีอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return on Asset) เฉลี่ย 5 ปี ประมาณร้อยละ 63.74 มีอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity) เฉลี่ย 5 ปี ประมาณร้อยละ 54.68 และมีอัตราผลตอบแทนจากส่วนของการลงทุนอื่นที่ทั้งวงจรการสร้างกระแสเงินสด (Cash Conversion Cycle) ยังต่ำเนื่องจากธุรกิจมีการเก็บเงินสดจากลูกค้าเป็นส่วนใหญ่ อีกทั้งสต็อกสินค้าวัสดุสิ้นเปลืองก็มีไม่มาก





## บทที่ 5

### บทสรุปและข้อเสนอแนะในการเริ่มต้นธุรกิจ

แม้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติจะเป็นกระแสที่อยู่ในความนิยมของผู้บริโภคยุคปัจจุบัน แต่ก็ยังมีผลิตภัณฑ์เกิดใหม่มากมายในท้องตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดเครื่องสำอาง ซึ่งมีโรงงานรับจ้างผลิต หรือ OEM จำนวนมาก ดังนั้นธุรกิจจึงจำเป็นต้องสร้างความแตกต่างของสินค้าให้ชัดเจน มองหาตลาดเป้าหมายที่มีศักยภาพ รวมถึงบริหารต้นทุนอย่างเหมาะสม เพื่อให้สามารถแข่งขันและอยู่รอดได้

ในแง่ของการบริหารต้นทุนสำหรับผู้ประกอบการใหม่ ช่องทางจำหน่ายออนไลน์เป็นช่องทางที่น่าสนใจเพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายแรกเข้าให้ร้านฝากขาย ทำให้มีงบประมาณในการทำตลาดและพัฒนาสินค้าให้ดีขึ้นได้มากขึ้น แต่สิ่งที่จะต้องเตรียมรับมือคือ บุคคลากรที่ขายต้องสื่อสารรวดเร็วและต้องมีทักษะมากพอในการให้บริการลูกค้า ดังนั้นการคัดเลือกบุคคลากรจึงถือเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่เป็นหัวใจสำคัญไม่แพ้การพัฒนาสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลากรระดับบริหารที่จะมาร่วมก่อตั้งทีม เพราะในช่วงแรกของการจัดตั้งองค์กรจะพบอุปสรรคที่ไม่คาดฝันมากมาย หากได้ทีมไม่ดี ไม่สามารถช่วยเหลือกันได้เต็มที่จะทำให้คนที่เหลือต้องรับภาระมากกว่าคนอื่น

สำหรับแผนการเงิน ในช่วงแรกของการเริ่มธุรกิจ ไม่ควรใช้เงินไปจมลงไปกับสินทรัพย์ที่ไม่หมุนเวียนมาก และไม่ควรมีหนี้สินมาก เพราะระยะพัฒนาสินค้า จัดตั้งองค์กร จนกระทั่งขายสินค้าให้คืนทุน จะใช้เวลา รวมแล้วนับเป็นปี หากขาดสภาพคล่องและมีหนี้สินที่เยอะจะทำให้ผู้ประกอบการใหม่มีความกังวลสูง และส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริหารธุรกิจได้

อีกประการหนึ่งที่ผู้ประกอบการต้องเข้าใจ คือ ธรรมชาติของการทำธุรกิจมีความไม่แน่นอนอยู่เสมอ จึงควรมีการสำรองเงินและเวลาในการทำงานไว้ ไม่ควรวางทุกอย่างให้ลงตามเส้นตายพอดี เพราะความล่าช้า ความผิดพลาด หรือสิ่งที่ไม่คาดฝันอาจเกิดขึ้นเสมอ วิธีที่ดีที่สุดคือ ควรมีแผนสำรองเอาไว้สำหรับการปฏิบัติการทุกอย่าง เช่น

1. กรณีโรงงานรับจ้างผลิตไม่สามารถผลิตสินค้ารองรับความต้องการได้

บริษัทฯ ได้หาโรงงานรับจ้างผลิตที่มีมาตรฐานสำรองไว้แล้ว และเนื่องจากบริษัทฯ เป็นผู้กำหนดสูตรผลิตภัณฑ์เอง ดังนั้นจึงมีโอกาสน้อยที่คุณภาพสินค้าจะเปลี่ยนแปลงไปถึงแม้จะย้ายฐานการผลิต

## 2. กรณีจำนวนยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

กรณีดังกล่าวมีความเป็นไปได้น้อยเนื่องจากในการคาดการณ์จำนวนยอดขายต่อเดือนของผลิตภัณฑ์ลิปแคร์นั้นทางบริษัทฯ ได้มีการคาดการณ์ยอดขายไว้บนพื้นฐานความเป็นจริงและความเป็นไปได้โดยตัวเลขยอดขายที่ได้มีการประมาณการปีแรกไว้อยู่ที่ 10,800 แห่งคิดเป็นปริมาณการซื้อเพียง 3.7% ประชากรในตลาดกลุ่มเป้าหมายหลักนอกจากนี้โครงสร้างต้นทุนของธุรกิจส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายในการจ้างผลิตซึ่งเป็นต้นทุนผันแปรจึงมีความเสี่ยงในการลงทุนต่ำกว่าเมื่อเทียบกับการมีต้นทุนคงที่แต่อย่างไรก็ตามเกิดเหตุการณ์ตามความเสี่ยงดังกล่าวขึ้นจริงบริษัทฯ ได้วางแผนว่าจะเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดมาจับกลุ่มเป้าหมายตลาดรองให้มากขึ้นแทน เพราะมีประชากรมากกว่าตลาดเดิมหลายเท่า จึงมีโอกาขายสินค้าได้มากขึ้น



## บรรณานุกรม

ศูนย์วิทยบริการ สำนักงานอาหารและยา. 2557. ระวังสารเคมีในเมคอัพ สะสมเสี่ยงมะเร็ง.

(ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

<http://elib.fda.moph.go.th/2008/default.asp?page2=subdetail&id=38246>

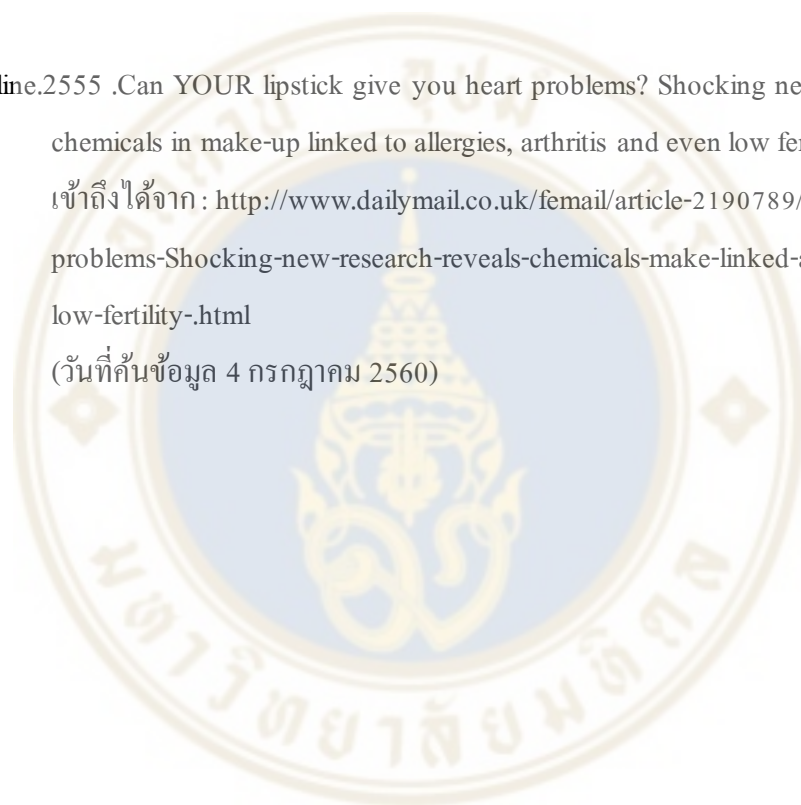
(วันที่ค้นข้อมูล 4 กรกฎาคม 2560)

Mail Online.2555 .Can YOUR lipstick give you heart problems? Shocking new research reveals

chemicals in make-up linked to allergies, arthritis and even low fertility. (ออนไลน์).

เข้าถึงได้จาก : <http://www.dailymail.co.uk/femail/article-2190789/Can-lipstick-heart-problems-Shocking-new-research-reveals-chemicals-make-linked-allergies-arthritis-low-fertility-.html>

(วันที่ค้นข้อมูล 4 กรกฎาคม 2560)





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
หนังสือรับรองการจัดตั้งบริษัท ไอเซน ฟาร์มา จำกัด

ที่ สจก. 010169



สำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัทกรุงเทพมหานคร  
กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

หนังสือรับรอง

ขอรับรองว่าบริษัทนี้ ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์  
เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2556 ทะเบียนนิติบุคคลเลขที่ 0105556166853

ปรากฏข้อความในรายการตามเอกสารทะเบียนนิติบุคคล ณ วันออกหนังสือนี้ ดังนี้

1. ชื่อบริษัท บริษัท ไอเซน ฟาร์มา จำกัด
2. กรรมการของบริษัทมี 1 คน ตามรายชื่อดังต่อไปนี้
  1. นางสาวรณี วงศ์อนุสรณ์/
3. จำนวนหรือชื่อกรรมการซึ่งลงชื่อผูกพันบริษัทได้คือ นางสาวรณี วงศ์อนุสรณ์ ลงลายมือชื่อ

และประทับตราสำคัญของบริษัท/

- 4.ทุนจดทะเบียน 1,000,000.00 บาท / หนึ่งล้านบาทถ้วน/
5. สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 999/9 อาคารดิออปฟิตเนส แอทเซ็นทรัลเวิลด์ ชั้นที่ 29 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร/
6. วัตถุประสงค์ของบริษัทมี 22 ข้อ ดังปรากฏในสำเนาเอกสารแนบท้ายหนังสือรับรองนี้ จำนวน 1 แผ่น โดยมีลายมือชื่อนายทะเบียนซึ่งรับรองเอกสารและประทับตราสำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัทเป็นสำคัญ

ออกให้ ณ วันที่ 4 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2560



คำเตือน : ผู้ใช้ควรตรวจสอบข้อควรทราบท้ายหนังสือรับรองฉบับนี้ทุกครั้ง



กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์  
Department of Business Development  
Ministry of Commerce

"จ้างจึง มีสิ่งใส่ใจบริการ"  
Creative Services  
สายด่วน 1570 www.dbd.go.th

เว็บไซต์ : [www.dbd.go.th](http://www.dbd.go.th) --> ชำระเป็นทางธนาคาร --> บริการจัดส่ง โทร. 02 528 7600 ต่อ 3630, 3636 หรือ 02 547 5994



ที่ สก. 010169 ออกให้ ณ วันที่ 4 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2560

ว.1 (วพ.)

**รายละเอียดวัตถุประสงค์**

สำเนาเอกสารนี้แนบท้ายหนังสือรับรอง  
10ตม  
นายทะเบียน

**วัตถุประสงค์ทั่วไป**

- (1) ชื่อ จัดหา รับ เข้า เข้าซื้อ ถูกรวมสิทธิ์ ครอบครอง ปรับปรุง ไร่ และจัดการ โดยประการอื่น ซึ่งทรัพย์สินใดๆ ตลอดจน ดอกผลของทรัพย์สินนั้น
- (2) ขาย โอน จำนอง จำนำ แลกเปลี่ยน และจำหน่ายทรัพย์สินโดยประการอื่น
- (3) เป็นนายหน้า ตัวแทน ตัวแทนค่าต่างในกิจการและธุรกิจทุกประเภท เว้นแต่ในธุรกิจประกันภัย การหาสมาชิกให้สมาคม และการค้าหลักทรัพย์
- (4) กู้ยืมเงิน เบิกเงินเกินบัญชีจากธนาคาร นิติบุคคล หรือสถาบันการเงินอื่น และให้กู้ยืมเงินหรือให้เครดิตด้วยวิธีการอื่น โดยจะมีหลักประกันหรือไม่ก็ตาม รวมทั้งการรับ ออก โอน และสลับหลังตัวเงิน หรือตราสารที่เปลี่ยนมือโดยวิธีอื่น เว้นแต่ใน ธุรกิจธนาคาร ธุรกิจเงินทุน และธุรกิจเครดิตฟองซิเอร์
- (5) ทำการจัดตั้งสำนักงานสาขาหรือแต่งตั้งตัวแทน ทั้งภายในและภายนอกประเทศ
- (6) เข้าเป็นหุ้นส่วนจำกัดความรับผิดชอบในทางหุ้นส่วนจำกัด เป็นผู้ถือหุ้นในบริษัทจำกัด และบริษัทมหาชนจำกัด

**วัตถุประสงค์ประกอบพาณิชย์กรรม**

- (7) ประกอบกิจการค้าสัตว์มีชีวิต เนื้อสัตว์ฆ่าแล้ว เนื้อสัตว์แช่แข็ง และเนื้อสัตว์บรรจุกระป๋อง
- (8) ประกอบกิจการค้า ข้าว ข้าวโพด มันสำปะหลัง มันสำปะหลังอัดเม็ด กาแฟ เม็ดมะม่วงหิมพานต์ ถั่ว งา ละหุ่ง ปาล์ม น้ำมัน ฝ้าย นุ่น พืชไร่ ผลิตภัณฑ์จากสินค้าดังกล่าว ครึ่ง หนึ่งสัตว์ เขาสัตว์ ไม้ แร่ ยาง ยางดิบ ยางแผ่น หรือยางชนิดอื่นอันผลิตขึ้น หรือได้มาจากส่วนหนึ่งส่วนใดของต้นยางพารา ของป่าสมุนไพร และพืชผลทางเกษตรอื่นทุกชนิด
- (9) ประกอบกิจการค้า ผัก ผลไม้ หน่อไม้ พริกไทย พืชสวน บุหรี่ ยาเส้น เครื่องดื่ม น้ำดื่ม น้ำแร่ น้ำผลไม้ สุรา เบียร์ อาหาร สด อาหารแห้ง อาหารสำเร็จรูป อาหารทะเลบรรจุกระป๋อง เครื่องกระป๋อง เครื่องปรุงรสอาหาร น้ำซอส น้ำตาล น้ำมันพืช อาหารสัตว์ และเครื่องบริโภคอื่น
- (10) ประกอบกิจการค้า ผ้า ผ้าทอจากใยสังเคราะห์ ด้าย ด้ายยัดเส้น ไส้ใยในลอน ไส้สังเคราะห์ เส้นด้ายยัด เครื่องนุ่งห่ม เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับกาย ถุงเท้า ถุงน่อง เครื่องหนัง รองเท้า กระเป๋า เครื่องอุปโภคอื่น สิ่งทอ อุปกรณ์การเล่นกีฬา
- (11) ประกอบกิจการค้า เครื่องเคหภัณฑ์ เครื่องเรือน เฟอร์นิเจอร์ เครื่องแก้ว เครื่องครัว ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ เครื่องฟอกอากาศ พัดลม เครื่องดูดอากาศ หม้อหุงข้าวไฟฟ้า เตาหุงต้มไฟฟ้า เครื่องทำความร้อน เครื่องทำความเย็น เต้าหู้ต้มในโครเวฟ เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์ไฟฟ้า รวมทั้งอะไหล่และอุปกรณ์ของสินค้าดังกล่าว
- (12) ประกอบกิจการค้า วัสดุก่อสร้าง อุปกรณ์และเครื่องมือใช้ในการก่อสร้าง เครื่องมือช่างทุกประเภท สี เครื่องมือทาสี เครื่องตกแต่งอาคาร เครื่องเหล็ก เครื่องทองแดง เครื่องทองเหลือง เครื่องเคลือบ เครื่องสุขภัณฑ์ อุปกรณ์ประปา รวมทั้งอะไหล่ และอุปกรณ์ของสินค้าดังกล่าว
- (13) ประกอบกิจการค้า เครื่องจักร เครื่องยนต์ เครื่องมือกล เครื่องทุ่นแรง ยานพาหนะ เครื่องกำเนิดไฟฟ้า เครื่องสูบน้ำ เครื่องบำบัดน้ำเสีย และเครื่องกำจัดขยะ
- (14) ประกอบกิจการค้า น้ำมันเชื้อเพลิง ถ่านหิน ผลิตภัณฑ์อื่นที่ก่อให้เกิดพลังงาน และสถานีบริกรน้ำมันเชื้อเพลิง
- (15) ประกอบกิจการค้า ยา ยารักษาโรค เกล็ดภัณฑ์ เคมีภัณฑ์ เครื่องมือแพทย์ เครื่องมือเครื่องใช้ทางวิทยาศาสตร์ ปุ๋ย ยาปราบศัตรูพืช ยาบำรุงพืชและสัตว์ทุกชนิด
- (16) ประกอบกิจการค้า เครื่องสำอาง อุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้เสริมความงาม
- (17) ประกอบกิจการค้า กระดาษ เครื่องเขียน แบบเรียน แบบพิมพ์ หนังสือ อุปกรณ์การเรียนการสอน อุปกรณ์การถ่ายภาพ และภาพยนตร์ เครื่องคำนวณ เครื่องพิมพ์ อุปกรณ์การพิมพ์ สิ่งพิมพ์ หนังสือพิมพ์ ตู้เก็บเอกสาร เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องมือสื่อสาร คอมพิวเตอร์ รวมทั้งอุปกรณ์และอะไหล่ของสินค้าดังกล่าว
- (18) ประกอบกิจการค้า ทอง นาก เงิน เพชร พลอย และอัญมณีอื่น รวมทั้งวัตถุทำเทียมสิ่งดังกล่าว
- (19) ประกอบกิจการค้า เม็ดพลาสติก พลาสติก หรือสิ่งอื่นซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกัน ทั้งที่อยู่ในสภาพวัตถุดิบ หรือสำเร็จรูป
- (20) ประกอบกิจการค้า ยางเทียม สิ่งทำเทียม วัตถุหรือสินค้าดังกล่าวโดยกรรมวิธีทางวิทยาศาสตร์
- (21) สิ่งเข้ามาจำหน่ายในประเทศและส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศ ซึ่งสินค้าตามที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์
- (22) ทำการประมูลเพื่อขายสินค้าตามวัตถุประสงค์ให้แก่บุคคล คณะบุคคล นิติบุคคล ส่วนราชการและองค์การของรัฐ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ



กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์  
Department of Business Development  
Ministry of Commerce

"จับเงิน ไม่งี่เง่า" ใจบริการ  
Creative Services  
สายด่วน 1570 www.dbd.go.th

สำนักงานเขตการค้า 15-90 ม. dbd.go.th --> เข้าระบบธนาคาร --> บริการไร้สาขา โทร. 02 528 7600 ต่อ 3630, 3636 หรือ 02 547 5994



## ภาคผนวก ข

## ใบแสดงผลการวิเคราะห์คุณภาพผลิตภัณฑ์ จากสถาบันอินเทอร์เน็ต



## TEST REPORT

The report shall not be reproduced without written approval from Intertek  
The results relate only to the item tested.

Accreditation No.1258/58

Number: BKKH17015705

Date: Jan 05, 2018

Applicant: NATUREPROF CO., LTD.  
88 M. 4 TAZALA, MUANG, CHIANGMAI 50000 THAILAND  
ATTN: K.NARANPORN

## Sample Submitted:

Quantity of sample: 26 pieces  
Sample description: Pale yellow paste  
Date sample received: December 25, 2017

## Client Information:

Sample Name: HIMAWARI ORGANICS  
Supplier Name: NATUREPROF  
Country of Origin: THAILAND



## Test conducted:

As requested by the applicant, for details please refer to attached page(s)

## Conclusion:

Tested sample	Standard	Result
Submitted samples	British Pharmacopoeia, 2017 Appendix XVI B: Microbiological examination of non-sterile product	See test conducted
	Client's requirement Heavy Metal ( As, Cd, Sb, Hg, Pb )	See test conducted

Authorized by :  
For Intertek Testing Services (Thailand) Ltd.,  
Hardlines Laboratory

*Ladtaka N.*

Ladtaka Wongwiboonporn  
Laboratory Manager  
Hardlines Department

Intertek Testing Services (Thailand) Ltd. 1285/5 Prachachuen Road, Tel + 662 837 2999  
Wong-Sawang, Bangsue, Fax + 660 837 2936  
Bangkok 10800 Thailand www.intertek.com

Page 1 of 3





## TEST REPORT

Accreditation No.1258/58

The report shall not be reproduced without written approval from Intertek  
The results relate only to the item tested.

Number: BKKH17015705

Test conducted:

Test result:

Chemical Test Item	Result	LOD	LOQ	Test method
1. Arsenic (As) <sup>▲</sup> , mg/kg	<0.85	0.06	0.85	In-house method TP-HL-CH-022 based on ACM THA 05, 2006
2. Cadmium (Cd) <sup>▲</sup> , mg/kg	<0.85	0.06	0.85	
3. Lead (Pb), mg/kg	ND	0.06	0.85	
4. Mercury (Hg), mg/kg	ND	0.01	0.13	
5. Antimony (Sb) <sup>▲</sup> , mg/kg	<0.85	0.06	0.85	

Remark: mg/kg = Milligram per kilogram based on weight of sample = ppm  
 < = Less than  
 ND = Not detected (less than LOD)  
 LOD = Limited of detection  
 LOQ = Limited of quantitation  
 ▲ = This laboratory is not accredited for the tests marked ▲

Testing period: December 25, 2017 to January 05, 2018

\*\*\*\*\*

To be continued



## TEST REPORT

Accreditation No.1258/58

The report shall not be reproduced without written approval from Intertek  
The results relate only to the item tested.

Number: BKKH17015705

Test conducted:

### Microbiological examination

With reference to British Pharmacopoeia, 2017 Appendix XVI B: Microbiological examination of non-sterile product.

Test item	Result	Limit
1. Total aerobic microbial count, CFU/g	<1	(1) + (2) Should be $\leq 100^{(a)}$ CFU/g, $\leq 1,000^{(b,d)}$ CFU/g,
2. Total combined yeasts and molds count, CFU/g	<1	$\leq 500^{(c)}$ CFU/g
3. <i>Staphylococcus aureus</i> , /g	Absent	Absent
4. <i>Pseudomonas aeruginosa</i> , /g	Absent	Absent
5. <i>Salmonella</i> spp., / 10g	Absent	Absent
6. <i>Escherichia coli</i> , /g	Absent	Absent
7. Bile-tolerant gram-negative bacteria, /g	Absent	Absent
8. <i>Clostridium</i> spp., /g	Absent	Absent
9. <i>Candida albicans</i> , /g	Absent	Absent

Remark: CFU/g = Colony forming unit per gram  
< = Less than

The limit for item (1) and (2) is reference to

- (a) ISO 17516: 2014 Cosmetics-Microbiology- Microbiological limits (Products specifically intended for children under three years of age, the eye area or the mucous membranes)
- (b) ISO 17516: 2014 Cosmetics-Microbiology- Microbiological limits(Other products)
- (c) The Notification of the Ministry of Public Health (No.40) B.E.2548 (2005), prescription of banning the production, imported or distribution of cosmetics (Products specifically intended for children under three years of age, the eye area or the mucous membranes)
- (d) The Notification of the Ministry of Public Health (No.40) B.E.2548 (2005), prescription of banning the production, imported or distribution of cosmetics (Other products)



Testing period: December 25, 2017 to January 05, 2018

\*\*\*\*\* E N D \*\*\*\*\* /WK/JP/NK  
Except where explicitly agreed in writing, all work and services performed by Intertek is subject to our standard Terms and Conditions which can be obtained at our website: <http://www.intertek.com/terms/>. Intertek's responsibility and liability are limited to the terms and conditions of the agreement. This report is made solely on the basis of your instructions and / or information and materials supplied by you and provide no warranty on the tested sample(s) be truly representative of the sample source. The report is not intended to be a recommendation for any particular course of action, you are responsible for acting as you see fit on the basis of the report results. Intertek is under no obligation to refer to or report upon any facts or circumstances which are outside the specific instructions received and accepts no responsibility to any parties whatsoever, following the issue of the report, for any matters arising outside the agreed scope of the works. This report does not discharge or release you from your legal obligations and duties to any other person. You are the only one authorized to permit copying or distribution of this report (and then only in its entirety). Any such third parties to whom this report may be circulated rely on the content of the report solely at their own risk. This report shall not be reproduced, except in full.

## ภาคผนวก ก

## เอกสารจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า แบรินด์ ฮิมะวะริ ออร์แกนิกส์

แบบ ก.01

 <b>คำขอจดทะเบียน</b> <input checked="" type="checkbox"/> เครื่องหมายการค้า/บริการ <input type="checkbox"/> เครื่องหมายรับรอง <input type="checkbox"/> เครื่องหมายร่วม	<b>สำหรับเจ้าหน้าที่</b>
	วันที่ยื่น
	ค่าธรรมเนียม <span style="float: right;">บาท</span>
	ลงชื่อ ( ) <span style="float: right;">ผู้ตั้ง</span>
คำขอเลขที่	
1. เจ้าของ <input type="checkbox"/> บุคคลธรรมดา(ไทย) <input checked="" type="checkbox"/> นิติบุคคล(ไทย) <input type="checkbox"/> ส่วนราชการ(ไทย) <input type="checkbox"/> ต่างชาติ ชื่อ บริษัท ไอเซน ฟาร์มา จำกัด ที่อยู่ 999/9 อาคาร ดี ออฟฟิศเคส แอท เซ็นทรัลเวิลด์ ชั้นที่ 29 ถนนพระราม 1 แขวง/ตำบล ปทุมวัน เขต/อำเภอ ปทุมวัน จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10330 ประเทศไทย โทรศัพท์ 084-146-3642 โทรสาร สัญชาติ ไทย อาชีพ อีเมล aizen.pharma@gmail.com <input type="checkbox"/> เลขประจำตัวประชาชน <input checked="" type="checkbox"/> นิติบุคคล <input type="checkbox"/> เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร 0 1 0 5 5 5 6 1 6 6 8 5 3 <input type="checkbox"/> เพิ่มเติม (ตั้งแบบ)	
2. ตัวแทน <input checked="" type="checkbox"/> ตัวแทน <input type="checkbox"/> ตัวแทนช่วง <input checked="" type="checkbox"/> บุคคลธรรมดา(ไทย) <input type="checkbox"/> นิติบุคคล(ไทย) <input type="checkbox"/> ส่วนราชการ(ไทย) <input type="checkbox"/> อื่นๆ ชื่อ นางสาว เบญจมา ศุภะหทัยวรรณ ที่อยู่ 89/1559 หมู่บ้าน เทอร์เฟดพาร์ค พระราม5-บางใหญ่ หมู่5 ซอยวัดพระนอน ถนนกาญจนาภิเษก แขวง/ตำบล บางแม่นาง เขต/อำเภอ บางใหญ่ จังหวัด นนทบุรี รหัสไปรษณีย์ 11140 ประเทศไทย โทรศัพท์ 085-929-4599 โทรสาร สัญชาติ ไทย อาชีพ รับจ้าง อีเมล luckypalm@gmail.com <input checked="" type="checkbox"/> เลขประจำตัวประชาชน <input type="checkbox"/> นิติบุคคล <input type="checkbox"/> เลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร 3 1 0 0 4 0 0 7 3 0 9 3 0 <input type="checkbox"/> เพิ่มเติม (ตั้งแบบ) คำเชื่อมระหว่างตัวแทน <input type="checkbox"/> และ <input type="checkbox"/> หรือ <input type="checkbox"/> และ/หรือ	
3. สถานที่ติดต่อภายในประเทศไทย <input type="checkbox"/> เจ้าของ <input checked="" type="checkbox"/> ตัวแทน <input type="checkbox"/> ตัวแทนช่วง <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (ระบุชื่อและที่อยู่ผู้รับให้ชัดเจน)	
4. เครื่องหมายที่ขอจดทะเบียน 4.1 ภาพเครื่องหมาย  <input type="checkbox"/> เพิ่มเติม (ตั้งแบบ)	4.2 เครื่องหมายเสียง <input type="checkbox"/> เสียงคน <input type="checkbox"/> เสียงสัตว์ <input type="checkbox"/> เสียงเพลง/ดนตรี <input type="checkbox"/> เสียงอื่นๆ การออกเสียงหรือคำบรรยายเสียง <input type="checkbox"/> เพิ่มเติม (ตั้งแบบ) (ให้แนบสิ่งบันทึกเสียงพร้อมคำขอจดทะเบียน)
5. อักษรต่างประเทศตาม 4.1 (ถ้ามี) ให้ระบุคำอ่านและคำแปลเป็นภาษาไทย อักษรโรมัน HIMAWARI ORGANICS อ่านว่า ฮิมะวะริ ออร์แกนิกส์ คำว่า HIMAWARI เป็นภาษาญี่ปุ่นมีความหมายว่า "ดอกทานตะวัน" คำว่า ORGANICS เป็นภาษาอังกฤษ แปลว่า สิ่งอินทรีย์ (กรณีเป็นภาษาจีนให้ระบุคำอ่านสำเนียงจีนกลางและจีนแต้จิ๋วและคำแปล) <input type="checkbox"/> เพิ่มเติม (ตั้งแบบ)	
6. จำนวนที่ 2 รายการสินค้า/บริการ-1. ลิปสติก 2. บร็อกโคล 3. แป้ง 4. แชมพู 5. ครีมหาคิว (ให้ระบุหมายเลขจำพวกและรายการสินค้า/บริการเป็นอย่างๆ ตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง การกำหนดจำพวกสินค้าและบริการ) <input type="checkbox"/> เพิ่มเติม (ตั้งแบบ)	

หมายเหตุ การออกข้อความให้ใช้สิทธิในกรณีที่ไม่อาจระบุรายละเอียดได้ครบถ้วน ให้พิมพ์ไปข้อ (ก.11)

(ลายมือชื่อ) \_\_\_\_\_ ตัวแทน  
(นางสาว เบญจมา ศุภะหทัยวรรณ)

หน้า 1 ของจำนวน 2 หน้า

แบบ ก.01

<p>7. การจดทะเบียนเครื่องหมายที่มีลักษณะเป็นกลุ่มของสี ตามมาตรา 7 วรรคสอง (5) (กลุ่มของสี หมายถึง การรวมกันของสีตั้งแต่ 2 สีขึ้นไปและแสดงโดยลักษณะพิเศษ เช่น ภาพหลายที่เป็นสีต่างๆ)</p> <p><input type="checkbox"/> ขอรับความคุ้มครองให้บรรยายลักษณะกลุ่มของสีและระบุสีให้ชัดเจน</p> <p><input type="checkbox"/> ไม่ขอรับความคุ้มครอง</p> <p style="text-align: right;"><input type="checkbox"/> เพิ่มเติม (ตั้งแนบ)</p>
<p>8. การจดทะเบียนเครื่องหมายที่มีลักษณะเป็นรูปร่างหรือรูปทรงของวัตถุ ตามมาตรา 7 วรรคสอง (10) (รูปร่างหรือรูปทรงของวัตถุ หมายถึง เครื่องหมายที่แสดงด้านกว้าง ด้านยาว ด้านลึก หรือสามมิติ)</p> <p><input type="checkbox"/> ขอรับความคุ้มครอง (ให้แสดงภาพด้านหน้าของเครื่องหมายลงในข้อ 4.1 ส่วนภาพด้านอื่นๆ (ถ้ามี) คำบรรยายลักษณะเครื่องหมาย(ถ้ามี))</p> <p><input type="checkbox"/> ไม่ขอรับความคุ้มครอง</p> <p style="text-align: right;"><input type="checkbox"/> เพิ่มเติม (ตั้งแนบ)</p>
<p>9. การใช้เครื่องหมายโดยการจำหน่าย แหะแพร่ หรือโฆษณาก่อนยื่นคำขอนี้</p> <p><input type="checkbox"/> ได้ใช้หรืออนุญาตให้ใช้ <input checked="" type="checkbox"/> ไม่เคยใช้หรืออนุญาตให้ใช้</p>
<p>10. การขอให้อีกวันที่ยื่นคำขออนุญาตออกอากาศครั้งแรกเป็นวันยื่นคำขอในราชอาณาจักรตามมาตรา 28 หรือการขอให้อีกวันที่น่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าออกแสดงในงานแสดงสินค้าระหว่างประเทศตามมาตรา 28 หรือ</p> <p><input type="checkbox"/> ขอสิทธิและได้ยื่นคำขอพร้อมเอกสารหลักฐาน <input type="checkbox"/> ขอสิทธิและได้ยื่นหนังสือขอม่อนดำเนินการส่งเอกสารหลักฐาน</p>
<p>11. ผู้ประกอบการ OTOP</p> <p>ประเภท OTOP <input type="checkbox"/> ประกอบการรายเดียว <input type="checkbox"/> กลุ่มผู้ประกอบการ <input type="checkbox"/> SMEs เลขทะเบียน OTOP</p>
<p>12. เอกสารหลักฐานประกอบคำขอจดทะเบียน</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> สำเนาบัตรประจำตัวหรือสำเนาหนังสือรับรองนิติบุคคลที่ออกให้ไม่เกิน 6 เดือน ของเจ้าของ</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> สำเนาหนังสือมอบอำนาจ (ก.18) และสำเนาบัตรประจำตัวของผู้รับมอบอำนาจ (ถ้ามี)</p> <p><input type="checkbox"/> หนังสือแสดงการปฏิเสธ (ก.12) (ถ้ามี)</p> <p><input type="checkbox"/> รายชื่อและเอกสารหลักฐานหรือคำชี้แจงแสดงความสัมพันธ์ของผู้มีสิทธิใช้เครื่องหมายร่วม (กรณีเครื่องหมายร่วม)</p> <p><input type="checkbox"/> ข้อบังคับหรือข้อกำหนดหลักเกณฑ์การใช้เครื่องหมายรับรอง (กรณีเครื่องหมายรับรอง)</p> <p><input type="checkbox"/> เอกสารหลักฐานการนำสิทธิพิเศษเฉพาะที่เกิดจากการใช้เครื่องหมายตามข้อ 9.</p> <p><input type="checkbox"/> คำขอถือสิทธิวันที่ยื่นคำขอในต่างประเทศครั้งแรกหรือวันที่นำสินค้าออกแสดง (ก.10) (ถ้ามี)</p> <p><input type="checkbox"/> เอกสารหลักฐานประกอบการยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายเสียง (ถ้ามี)</p> <p><input type="checkbox"/> หนังสือยินยอมจากผู้โอนหรือผู้รับโอนตามมาตรา 51/1</p> <p><input type="checkbox"/> หนังสืออนุญาตให้ใช้ลายมือชื่อหรือภาพของบุคคลอื่นเป็นเครื่องหมายการค้า</p> <p><input type="checkbox"/> หนังสือขอม่อนดำเนินการส่งเอกสารหลักฐาน (ก.19)</p>
<p>13. ข้าพเจ้าขอรับรองว่า</p> <p>(1) ข้าพเจ้าเป็นเจ้าของหรือเป็นผู้มีสิทธิโดยชอบด้วยกฎหมายในเครื่องหมายการค้าที่นำมายื่นคำขอจดทะเบียนตามคำขอนี้</p> <p>(2) ข้อเท็จจริงทั้งปวงที่ระบุไว้ในคำขอจดทะเบียนและเอกสารการจดทะเบียนถูกต้องและเป็นความจริงทุกประการ</p> <p style="text-align: right;">(ลายมือชื่อ) _____ ตัวแทน (นางสาว เมญญา สุกะหทัยวรรณ)</p>

หมายเหตุ การกรอกข้อความให้ใช้วิธีพิมพ์ ในกรณีที่ไม่อาจระบุรายละเอียดได้ครบถ้วน ให้พิมพ์ในใบต่อ (ก.11)

## ภาคผนวก ง

## ใบสมัครและหนังสือรับรองการเข้าเป็นสมาชิกของสถาบันรหัสสากล



ใบสมัครสมาชิกสถาบันรหัสสากล / Application Form for GS1 Thailand Member

เลขที่ใบสมัคร	GTIN003472		วันที่ / Date	28 เดือน / Month พฤศจิกายน พ.ศ. / Year 2560
สมัครสมาชิกสถาบันรหัสสากลในนาม	บริษัท ไอเซน ฟาร์มา จำกัด (สำนักงานใหญ่)		เลขทะเบียนนิติบุคคล	0105556166853
Member Name	AIZEN PHARMA Co., Ltd. (Head Office)		เลขที่บัตรประชาชนผู้มีอำนาจทำการ	
<b>ข้อมูลสถานที่ติดต่อ / Address</b>				
<b>ที่อยู่สำนักงาน / Office Address</b>				
เลขที่ 999/9	หมู่	ซอย	อาคาร / หมู่บ้าน ดิโอฟิสเส แอทเซ็นทรัลเวิลด์ ชั้นที่29	
No. 999/9	Moo	Soi	Building / Village Level29, The Offices at CentralWorld	
ถนน พระราม1	แขวง / ตำบล ปทุมวัน		เขต / อำเภอ ปทุมวัน	
Road Rama1	Sub-district Pathumwan		District Pathumwan	
จังหวัด กรุงเทพมหานคร	รหัสไปรษณีย์ 10330		โทรศัพท์ 0841463642	
Province Bangkok	Postal code 10330		Telephone No. 0841463642	
โทรสาร	อีเมล aizen.pharma@gmail.com		เว็บไซต์	
Fax No	E-mail aizen.pharma@gmail.com		Web site	
<b>ที่อยู่ออกใบกำกับภาษี / Tax Address</b>				
เลขที่ 999/9	หมู่	ซอย	อาคาร / หมู่บ้าน ดิโอฟิสเส แอทเซ็นทรัลเวิลด์ ชั้นที่29	
No. 999/9	Moo	Soi	Building / Village Level29, The Offices at CentralWorld	
ถนน พระราม1	แขวง / ตำบล ปทุมวัน		เขต / อำเภอ ปทุมวัน	
Road Rama1	Sub-district Pathumwan		District Pathumwan	
จังหวัด กรุงเทพมหานคร	รหัสไปรษณีย์ 10330		โทรศัพท์ 0841463642	
Province Bangkok	Postal code 10330		Telephone No. 0841463642	
โทรสาร	อีเมล aizen.pharma@gmail.com		เว็บไซต์	
Fax No	E-mail aizen.pharma@gmail.com		Web site	
<b>ที่อยู่ส่งเอกสาร / Mailing Address</b>				
เลขที่ 999/9	หมู่	ซอย	อาคาร / หมู่บ้าน ดิโอฟิสเส แอทเซ็นทรัลเวิลด์ ชั้นที่29	
No. 999/9	Moo	Soi	Building / Village Level29, The Offices at CentralWorld	
ถนน พระราม1	แขวง / ตำบล ปทุมวัน		เขต / อำเภอ ปทุมวัน	



Road Rama1	Sub-district Pathumwan	District Pathumwan
จังหวัด กรุงเทพมหานคร	รหัสไปรษณีย์ 10330	โทรศัพท์ 0841463642
Province Bangkok	Postal code 10330	Telephone No. 0841463642
โทรสาร	อีเมล aizen.pharma@gmail.com	เว็บไซต์
Fax No	E-mail aizen.pharma@gmail.com	Web site

#### ข้อมูลบุคคลติดต่อ / Contacted Person

ผู้มีอำนาจทำการ	นาง สุวรรณี วงศ์อนุสรณ์	ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ
1st Authorizer	Mrs. Suwannee Wonganusorn	Position Managing Director
โทรศัพท์ / Phone	0841463642 ต่อ/Ext	โทรสาร/Fax
อีเมล/E-mail	aizen.pharma@gmail.com	
ผู้มีอำนาจทำการแทน	นางสาว เบญจมา ศุภะหทัยวรรณ	ตำแหน่ง กรรมการ
2nd Authorizer	Ms. เบญจมา Supahathaiwan	Position Chief Executive Officer
โทรศัพท์ / Phone	0859294599 ต่อ/Ext	โทรสาร/Fax
อีเมล/E-mail	luckypalm@gmail.com	
ผู้ประสานงานกับสถาบันฯ	นางสาว เบญจมา ศุภะหทัยวรรณ	ตำแหน่ง กรรมการ
Coordinated Person	Ms. เบญจมา Supahathaiwan	Position Chief Executive Officer
โทรศัพท์ / Phone	0859294599 ต่อ/Ext	โทรสาร/Fax
อีเมล/E-mail	luckypalm@gmail.com	

#### ข้อมูลทางการเงิน / Financial Data

ทุนจดทะเบียนของบริษัท / ทุนส่วนจำกัด เป็นจำนวนเงิน 1,000,000

รายได้ของปีที่ผ่านมา (จากงบกำไรขาดทุน / งบ.ด.) เป็นจำนวนเงิน 0

รายได้ไม่เกิน 50 ล้านบาท สถานภาพสมาชิกประเภท 8,000 บาทต่อปี (ค่าแรกเข้า 7,000 บาท)

ข้าพเจ้ามีความประสงค์จะสมัครเป็นสมาชิกสถาบันรหัสสากล สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย โดยยินยอมชำระค่าธรรมเนียมตามระเบียบของสถาบันฯ พร้อมยื่นงบกำไรขาดทุนเพื่อแสดงรายได้ให้กับสถาบันฯ ทุกปี หากปีใดข้าพเจ้าไม่ยื่นงบกำไรขาดทุน/เอกสารแสดงรายได้ ข้าพเจ้าจะยินยอมชำระค่าบำรุงสมาชิกในอัตราสูงสุด คือ 12,000 บาท

#### ข้อมูลธุรกิจ / Type of Business

กลุ่มอุตสาหกรรม	เคมี		
ประเภทธุรกิจ	ผู้จัดจำหน่าย Distributor	ผู้ค้าปลีก Modern	ผู้ค้าส่ง Trade
ประเภทสินค้า	เครื่องสำอาง	จำนวนรายการสินค้า (โดยประมาณ)	2 รายการ
ผลิตภัณฑ์หลัก	1. ลิปปาล์ม	ตราสินค้า	HIMAWARI Organics
	2. ลิปปาล์มมีสี	ตราสินค้า	HIMAWARI Organics
	3.	ตราสินค้า	

#### ข้อมูลอื่นๆ / Other Detail

### สัญญาให้สิทธิ

สัญญานี้ทำขึ้นระหว่าง

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สำนักงานตั้งอยู่ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ โชนสี ชั้น 4 เลขที่ 60 ถนนรัชดาภิเษกตัดใหม่ แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร (ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า “ผู้ให้สิทธิ”) ฝ่ายหนึ่ง กับ

ชื่อ (บุคคล/บริษัท/ห้าง) **บริษัท โอเชน ฟาร์มา จำกัด (สำนักงานใหญ่)** ที่อยู่/ที่ตั้งสำนักงาน เลขที่ **999/9** หมู่

ชอย ถนน **พระราม1** แขวง/ตำบล **ปทุมวัน** เขต/อำเภอ **ปทุมวัน**

จังหวัด **กรุงเทพมหานคร** (ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า “ผู้ใช้เครื่องหมาย”) อีกฝ่ายหนึ่ง

โดย : (1) สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เป็นสมาชิกของ GS1 ซึ่งมีสำนักงานตั้งอยู่ใน กรุงบรัสเซล ประเทศเบลเยียม ซึ่งเป็นองค์กรที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนา และเป็นเจ้าของระบบในการสื่อสารและการระบุสินค้าและบริการ ซึ่งสามารถใช้ในอุตสาหกรรมหลากหลายประเภทในระดับโลกเป็นมาตรฐานซึ่งเป็นที่ยอมรับระหว่างประเทศและมุ่งเน้นในทางธุรกิจ ในฐานะสมาชิกของ GS1 สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยมีสิทธิที่จะใช้และคุ้มครองเครื่องหมายการค้าของ GS1 และเป็นผู้ได้รับสิทธิแต่ผู้เดียวในประเทศไทยจาก GS1 ในการให้สิทธิการใช้ระบบและ/หรือเครื่องหมายของ GS1 แก่ผู้ใช้ ในภาคการค้าและอุตสาหกรรมในประเทศไทย

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ได้จัดตั้งสถาบันรหัสสากลขึ้น เพื่อเป็นหน่วยงานในการบริหารการใช้ระบบและ/หรือเครื่องหมายของ GS1 แก่ผู้ใช้ และการประสานงานติดต่อกับสมาชิก

(2) ผู้ใช้เครื่องหมายมีความประสงค์ขอใช้ระบบและ/หรือเครื่องหมายของ GS1 กับสินค้าและ/หรือบริการของตน

คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายจึงตกลงร่วมกัน โดยมีรายละเอียดของสัญญา ดังนี้

1. ผู้ใช้เครื่องหมายตกลงขอสิทธิจากสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยให้สิทธิแก่ผู้ใช้เครื่องหมาย ซึ่งระบบและ/หรือเครื่องหมายของ GS1 ดังต่อไปนี้ เพื่อใช้กับสินค้าบริการ หรือบรรจุภัณฑ์ของผู้ใช้เครื่องหมาย คือ

- สัญลักษณ์แท่ง (Bar Code) ระบบ EAN 8 หลัก, 13 หลัก, 14 หลัก
- ระบบและ/หรือเครื่องหมายของ GS1 อื่นตามที่จะได้ตกลงเพิ่มเติมต่อไป

(ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า “เครื่องหมาย”)

ทั้งนี้ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยจะเป็นผู้กำหนดรหัสสมาชิกสัญลักษณ์รหัสแห่งให้แก่ผู้ใช้เครื่องหมายแต่ละราย

ผู้ใช้เครื่องหมายไม่มีสิทธิที่จะตั้งรหัสสมาชิกเอง

ผู้ใช้เครื่องหมายมีสิทธิใช้เครื่องหมาย เฉพาะกับสินค้าและบริการของผู้ใช้เครื่องหมายเท่านั้น

2. เพื่อเป็นการต่างตอบแทนกับสิทธิใช้เครื่องหมายตามข้อ 1. ข้างต้น ผู้ใช้เครื่องหมายต้องสมัครเป็นสมาชิกของสถาบันรหัสสากล สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และต้องชำระเงินดังต่อไปนี้แก่สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย คือ

2.1 ค่าลงทะเบียนเข้าในอัตราซึ่งสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยกำหนด โดยชำระครั้งเดียวในวันที่แรกเข้าเป็นสมาชิก

2.2 ค่าบริการรายปีแก่สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

ในอัตราที่สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยกำหนดตามขนาดของกิจการและปริมาณเลขหมายของเครื่องหมายที่ผู้ใช้เครื่องหมายต้องการ ทั้งนี้ ผู้ใช้เครื่องหมายต้องชำระค่าบริการรายปีสำหรับปีแรกพร้อมกับชำระค่าลงทะเบียนแรกเข้าและชำระค่าบริการรายปีในปีถัดไปเมื่อครบรอบปีที่สมัครเป็นสมาชิก สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยมีสิทธิปรับค่าบริการรายปีได้ตามความเหมาะสม โดยการออกประกาศสถาบันรหัสสากลล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 30 วัน และให้มีผลบังคับและผูกพันผู้ใช้เครื่องหมาย โดยถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญานี้

3. ผู้ใช้เครื่องหมายมีหน้าที่ต่อสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย คือ

3.1 ร่วมส่งเสริมการใช้ระบบและ/หรือเครื่องหมายของ GS1 ให้แพร่หลายแก่คู่ค้าและผู้บริโภคทั่วไป

และต้องไม่ร่วมหรือส่งเสริมการใช้ระบบและ/หรือเครื่องหมายทางธุรกิจอื่น ซึ่งมีลักษณะเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน

3.2 ต้องปฏิบัติตามระบบและ/หรือเครื่องหมายของ GS1 และตามข้อกำหนดและแนวทางปฏิบัติซึ่งสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยกำหนดโดยเคร่งครัด

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยมีสิทธิวางข้อกำหนดและแนวทางปฏิบัติ และการแก้ไขเพิ่มเติมข้อกำหนดและแนวทางปฏิบัติได้

โดยการออกประกาศสถาบันรหัสสากล โดยให้ถือว่า มีผลบังคับและผูกพันผู้ใช้เครื่องหมาย เป็นส่วนหนึ่งของสัญญานี้

4. ผู้ใช้เครื่องหมายมีหน้าที่ต้องชำระค่าบริการรายปีแก่สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ตลอดระยะเวลาที่ได้สิทธิใช้เครื่องหมายตามสัญญานี้

หากไม่ประสงค์จะใช้เครื่องหมายต่อไป ผู้ใช้เครื่องหมายต้องแจ้งเลิกการใช้เครื่องหมายต่อสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยเป็นลายลักษณ์อักษรโดยคู่สัญญาตกลงให้มีผลต่อสิทธิหน้าที่ตามสัญญา ดังนี้ คือ

4.1 ให้ถือว่าสิทธิของผู้ใช้เครื่องหมายในการใช้เครื่องหมายสิ้นสุดลงทันที

และให้ถือว่าผู้ใช้เครื่องหมายได้คืนรหัสสมาชิกสัญลักษณ์รหัสแห่งแก่สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยแล้ว

โดยเป็นสิทธิของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยที่จะนำรหัสสมาชิกสัญลักษณ์รหัสแห่งที่ได้คืนดังกล่าวไปให้ผู้ใช้เครื่องหมายอื่นนำไปใช้กับสินค้า บริการ และบรรจุภัณฑ์ของผู้ใช้เครื่องหมายรายอื่นดังกล่าว

4.2 ผู้ใช้เครื่องมือต้องไม่ใช่เครื่องมือและรหัสสมาชิกสัญลักษณ์รหัสแท่งกับธุรกิจ ตลอดจนสินค้าบริการ และบรรจุภัณฑ์ของตนอีกต่อไป  
ไม่ว่าในทางหนึ่งทางใดก็ตามในทันที และผู้ใช้เครื่องมือต้องลบหรือขีดฆ่าเครื่องมือออกจากสินค้า บริการและบรรจุภัณฑ์เดิมซึ่งเคยใช้เครื่องมือ  
และเก็บสินค้า บริการและบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดซึ่งใช้เครื่องมือคืนจากตลาด ให้เสร็จสิ้นภายใน 3 เดือนนับจากที่สิทธิการใช้เครื่องมือสิ้นสุดลง

4.3 ผู้ใช้เครื่องมือไม่ต้องชำระค่าสมาชิกรายปีในปีถัดไปจากวันแจ้งเลิกใช้เครื่องมือ แต่มีหน้าที่ต้องชำระค่าสมาชิกรายปีที่ค้างค้างก่อน วันแจ้งเลิก  
ใช้เครื่องมือให้แก่สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยให้ครบถ้วน

5. สิทธิของผู้ใช้เครื่องมือตามสัญญาเป็นสิทธิเฉพาะตัว ไม่สามารถจำหน่ายโอนได้ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจาก GS1 Thailand

6. ในกรณีที่ใช้เครื่องมือชำระค่าสมาชิกรายปีหรือเงินจำนวนใดจำนวนหนึ่งให้แก่สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยแล้วต่ำกว่ากำหนด

ผู้ใช้เครื่องมือต้องชำระดอกเบี้ยให้แก่สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยในอัตราร้อยละ 15 ต่อปีของจำนวนที่ค้างชำระจนกว่าจะชำระครบถ้วน

และหากสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายในการติดตามทวงถามหรือฟ้องคดีเพื่อบังคับชำระหนี้ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยมีสิทธิเรียกค่าใช้จ่าย  
ค่าธรรมเนียม รวมทั้งค่าทนายความจากผู้ใช้เครื่องมือผู้ค้างชำระได้

นอกจากนั้น สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยมีสิทธิเรียกเบี้ยปรับเพิ่มเติมจากผู้ใช้เครื่องมือ ซึ่งไม่ชำระค่าบริการรายปีตามระยะเวลาที่กำหนด ดังนี้

- ค้างชำระเกิน 6 เดือน ต้องชำระเบี้ยปรับในอัตราร้อยละ 50 ของค่าบริการรายปีที่ค้างชำระทั้งหมดทุกจำนวน

- ค้างชำระเกิน 1 ปี ต้องชำระเบี้ยปรับ 1 เท่าของค่าบริการรายปีที่ค้างชำระทั้งหมดทุกจำนวน

- ค้างชำระเกิน 2 ปี ต้องชำระเบี้ยปรับ 2 เท่าของค่าบริการรายปีที่ค้างชำระทั้งหมดทุกจำนวน

- ค้างชำระเกิน 3 ปี ต้องชำระเบี้ยปรับ 3 เท่าของค่าบริการรายปีที่ค้างชำระทั้งหมดทุกจำนวน

7. หากผู้ใช้เครื่องมือไม่ปฏิบัติตามสัญญาข้อใดข้อหนึ่ง หรือไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดและแนวทางปฏิบัติของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยข้อใดข้อหนึ่ง

หรือฝ่าฝืนหรือละเมิดสิทธิของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและระบบและ/หรือเครื่องมือของ GS1 หรือไม่ชำระหนี้จำนวนใดจำนวนหนึ่ง

และสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ได้มีหนังสือเตือนถึงผู้ใช้เครื่องมือ ให้ปฏิบัติตามที่ถูกต้องภายในระยะเวลาที่กำหนดในหนังสือเตือนดังกล่าว

แต่ผู้ใช้เครื่องมือยังคงเพิกเฉยไม่ปฏิบัติตามที่แจ้งเตือน สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยมีสิทธิบอกเลิกสัญญานี้

และเพิกถอนสิทธิการใช้เครื่องมือและรหัสสมาชิกสัญลักษณ์รหัสแท่งของผู้ใช้เครื่องมือดังกล่าวทันทีเมื่อครบกำหนดระยะเวลาในหนังสือเตือน

ในกรณีที่มีการบอกเลิกสัญญาดังกล่าว คู่สัญญาในข้อ 4.1 ถึง 4.3 ของสัญญานี้มาใช้บังคับให้ครบถ้วน

8. ผู้ใช้เครื่องมือตระหนักถึงความสำคัญของระบบและ/หรือเครื่องมือของ GS1 และข้อกำหนดและแนวทางปฏิบัติของสภาอุตสาหกรรมแห่ง

ประเทศไทยซึ่งเป็นมาตรฐาน เครื่องมือ และระเบียบทางการค้าสำคัญอันทำให้ผู้ใช้เครื่องมือ ผู้ขายสินค้าบริการ

และผู้บริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศสามารถทำธุรกิจค้าขายร่วมกันโดยสะดวก และเป็นผลดีทั้งทางเศรษฐกิจและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

ผู้ใช้เครื่องมือต้องไม่ลอกเลียน ละเมิด หรือฝ่าฝืนระบบและ/หรือเครื่องมือของ GS1

และข้อกำหนดและแนวทางปฏิบัติของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยโดยเด็ดขาด ในกรณีที่มีลอกเลียน ละเมิด หรือฝ่าฝืน

ผู้ใช้เครื่องมือตกลงและต้องรับผิดชอบในความเสียหายที่เกิดขึ้นต่อสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและ GS1

ซึ่งสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยมีความจำเป็นและไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ต้องดำเนินการตามกฎหมายทั้งทางแพ่งและทางอาญากับผู้ฝ่าฝืนในทุกกรณี

ผู้ใช้เครื่องมือได้อ่านและเข้าใจเนื้อหาของสัญญาโดยตลอดแล้ว ผู้มีอำนาจลงนามของคู่สัญญาทั้งสองฝ่ายจึงได้ลงนามพร้อมประทับตราสำคัญ (ถ้ามี)

ไว้เป็นหลักฐานในวันทำสัญญานี้

สำหรับผู้มีครมสมาชิกสถาบันรหัสสากล  
ผู้มีอำนาจทำการเป็นมูลลงนาม / ประทับตรา (ถ้ามี)

สำหรับเจ้าหน้าที่สถาบันรหัสสากล

ลงชื่อ.....  
(.....)

ตำแหน่ง .....

วันที่.....เดือน..... พ.ศ. ....

วันที่.....เดือน..... พ.ศ. ....

ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ โซน ซี ชั้น 3 60 ถนนราชดาดิษเกษมใหม่ คลองเตย กรุงเทพฯ 10110 โทร. 0-2345-1195-8 โทรสาร 0-2345-1217-8



สถาบันรหัสสากล GS1 THAILAND  
สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย THE FEDERATION OF THAI INDUSTRIES

Thailand

ที่ 18/7704/2560

29 พฤศจิกายน 2560

เรื่อง การอนุมัติเลขหมายสัญลักษณ์รหัสสากล เพื่อลงทะเบียนระบบแลกเปลี่ยนรายการข้อมูลสินค้า  
เรียน คุณสุวรรณี วงศ์อนุสรณ์

ตามที่ท่านได้ยื่นใบสมัครพร้อมทั้งเอกสารประกอบการสมัครเป็นสมาชิกของสถาบันรหัสสากลในนาม บริษัท ไอเซน ฟาร์มา จำกัด เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2560 นั้น

บัดนี้สถาบันฯ ได้พิจารณา บริษัท ไอเซน ฟาร์มา จำกัด เป็นสมาชิกของสถาบันฯ ตั้งแต่วันที่ 29 พฤศจิกายน 2560 โดยกำหนดเลขหมายที่นำไปใช้กับผลิตภัณฑ์ของท่าน คือ 885 7125223 xx C จำนวน 99 รายการ และ Global Location Number คือ 885 7125223 99 7 เป็นเลขหมายประจำหน่วยงานของท่าน ทั้งนี้ท่านจะต้องปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับของสถาบันฯ ทุกประการโดยเฉพาะ ข้อ 4. ในใบสมัคร คือ สมาชิกจะต้องชำระเงินค่าบำรุงประจำปีโดยพิจารณาจากรายได้เป็นเกณฑ์และต้องยื่นงบกำไร-ขาดทุน ทุกครั้งเมื่อครบกำหนดการชำระเงินของทุกปี ในกรณีที่สมาชิกไม่ปฏิบัติตามกฎข้อบังคับทั้งสถาบันฯ มีสิทธิ์เพิกถอนการเป็นสมาชิก และจะต้องหยุดการใช้เลขหมายนั้นทันที

การบันทึกข้อมูลลง ระบบ e-catalogue service

สถาบันรหัสสากลได้พัฒนาโครงการระบบ e-catalogue service เพื่อรวบรวมข้อมูลสินค้าของสมาชิกที่มีการใช้เลขหมายรหัสสากล เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการสื่อสารระหว่างคู่ค้าทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์สินค้าอีกช่องทางหนึ่งด้วย ฐานข้อมูลสินค้านี้จะเป็นแหล่งข้อมูลสินค้าในโลกออนไลน์ที่มีความน่าเชื่อถือ เพราะเป็นข้อมูลจากเจ้าของสินค้าโดยตรง และได้รับการตรวจสอบจากระบบข้อมูลสมาชิกสถาบันรหัสสากล โดยสถาบันฯ ได้กำหนด


รหัสสำนักหมายเลข GTIN ของหน่วยงาน : 8857125223 และ GLN : 8857125223997

เพื่อเข้าสู่ระบบลงทะเบียน <https://ecatalogue.eta.or.th>

สถาบันฯหวังเป็นอย่างยิ่งว่า บริการพัฒนาโครงการระบบ e-catalogue service จะเป็นประโยชน์ให้กับธุรกิจในอนาคต อีกทั้งยังเป็นการจัดเก็บข้อมูลการตั้งรหัสสินค้าของบริษัทอีกทางหนึ่งด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ และโปรดบันทึกข้อมูลสินค้าทุกครั้งที่มีการตั้งรหัสสินค้าใหม่ และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลใดๆ เช่น ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ E-mail ฯ โปรดแจ้งกลับมายังสถาบันฯ สถาบันฯ ขอขอบคุณในความร่วมมือ มา ณ โอกาสนี้ เป็นอย่างสูง

ขอแสดงความนับถือ

  
(นายประวิทย์ ไซติประายกุล)  
ผู้อำนวยการสถาบันรหัสสากล  
สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

การสมัครสมาชิกจะสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อท่าน เข้าบันทึกข้อมูลสินค้าในระบบ e-catalogue service กรุณาเก็บสำเนาหนังสือฉบับนี้เพื่อเป็นหลักฐาน สอบถามเพิ่มเติมได้ที่ งานสมาชิก โทร. 02-345-1214, 02-345-1216

Queen Sirikit National Convention Center Zone C 3<sup>rd</sup> Fl., 60 New Rachadapisek Rd., Klongtoey, Bangkok 10110  
[www.gs1thailand.org](http://www.gs1thailand.org) E-mail : [info@gs1thailand.org](mailto:info@gs1thailand.org)