

## บทคัดย่อ

ปรัชญา อุตัยโชติรัตน์

บริษัท สยามไทยความงาม จำกัด 12/3 ต.บางปะหัน อ.บางปะหัน จ.พระนครศรีอยุธยา 13220 ตั้งอยู่บนถนนสายเอเชีย ติดกับถนนใหญ่ ขนาดของโรงงาน พื้นที่ 2 ไร่ โกล์นิคมอุตสาหกรรมโรจนะ เปิดดำเนินธุรกิจปี 2560 จำหน่ายผลิตภัณฑ์ขัดผิวหน้าจากข้าวไทยที่ครบวงจรในประเทศไทย โดยมีจุดเด่นของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ล้างหน้าสำหรับผิวขาวโดยมีส่วนผสมของข้าวไทย ให้คุณสมบัติที่ดีต่อผิว โดยมีปริมาณวิตามิน แร่ธาตุ และสารต้านอนุมูลอิสระในระดับสูง กระบวนการผลิตง่าย ไม่ซับซ้อน ใช้วัตถุดิบที่หาได้ง่ายในประเทศ มีผลการวิจัยในระดับห้องทดลอง เนื้อครีมมีความคงตัวทางกายภาพและจุลชีววิทยา มีการทดสอบในมนุษย์ หลังการใช้ไม่พบความระคายเคืองต่อผิว คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยและมาจากธรรมชาติแท้ โดยผ่านการรับรองและได้รับเครื่องหมาย GMP/HACCP เครื่องหมายอาหารและยา และเครื่องหมาย ฮาลาล ใช้วัตถุดิบจากข้าวไทยที่ผลิตภายในประเทศ โดยทำการคัดสรรแหล่งที่มาของข้าว และนำมาผสมผสานเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ตอบสนองความต้องการของตลาด

### โอกาสทางธุรกิจ

ธุรกิจเครื่องสำอางนั้น แยกย่อยเป็นสินค้าสกินแคร์และแฮร์แคร์ โดยสินค้าสำหรับดูแลผิวหน้าและผิวกายจะได้รับความนิยมสูงสุดและในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา อุตสาหกรรมเครื่องสำอางของไทยเติบโตเฉลี่ย 10-20% ต่อปีจัดอยู่ในอันดับที่ 17 ในการผลิตเครื่องสำอางของโลกอีกทั้งยังมีการพัฒนาเทคโนโลยีและส่วนผสมเครื่องสำอางอย่างมากในเอเชียรองจากประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ สาเหตุสำคัญที่ทำให้ธุรกิจเครื่องสำอางมีอัตราการเจริญเติบโตและขยายอย่างต่อเนื่องทุกปี เพราะผู้คนในยุคปัจจุบันทั้งเพศชาย เพศหญิง และเพศที่สามทั้งหลายในทุก ๆ ช่วงวัย โดยเฉพาะในวัยหนุ่มสาวต่างให้ความสนใจใส่ใจเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพ ความงาม และผิวพรรณรวมทั้งการดูแลตัวเองมากขึ้น ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ความงามในท้องตลาดไม่ว่าจะเป็นเมคอินไทยแลนด์หรือนำเข้าจากต่างประเทศนอกจากนี้จะต้องมุ่งเน้นไปในเรื่องการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ รวมถึงกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

## **กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย**

**กลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน** กลุ่มแรกนี่คือกลุ่มหลักในการจัดจำหน่ายเนื่องจาก ผู้หญิงต้องการความมั่นใจให้กับตนเองและเสริมสร้างบุคลิกภาพที่ดีโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้หญิงวัยทำงาน ที่ต้องออกไปทำงานพบปะกับผู้คนมากมาย

**กลุ่มวัยรุ่น** กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่เริ่มดูแลตนเอง และสนใจเรื่องความสวยความงามแน่นอนว่าผลิตภัณฑ์จัดผิวอ่อนเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับหญิงวัยแรกสาว

**กลุ่มวัยผู้ใหญ่** กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่ต้องการทำนุถนอมความงามของตนให้คงอยู่ และดูดีอ่อนกว่าวัย

## **แผนการเงินและการลงทุน**

จากการลงทุนทั้งสิ้นค่า 3,0000,000 บาท บริษัท สยามไทยความงาม จำกัด ใช้เวลาคืนทุนจากการดำเนินธุรกิจ 2. ปี 6 เดือน โดยมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนในระยะเวลา 5 ปี เท่ากับ 44% โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ NPV เท่ากับ 4,025,763.10 บาท ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการลงทุนของบริษัท สามารถสร้างผลตอบแทนอยู่ในเกณฑ์ดีมาก ทั้งยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กิจการได้เป็นที่น่าพอใจและเกินเป้าหมายที่บริษัทตั้งไว้

## **รายละเอียดสินค้า**

ชื่อสินค้าภาษาไทย : **เอชดับเบิลบี แอคทีฟไวท์ 3อิน1 ครีมแพค 100 มล.**

ชื่อสินค้าภาษาอังกฤษ : **HWB ACTIVWHITE 3in1 cream pack 100ml.**

จุดขาย : **มหัสจรรย์ครีมแพคหน้า เพื่อผิวดูขาวใสใน 1 นาที**

ส่วนผสม : **สารเรสเวอราทรอล Resveratrol+Rich**

สรรพคุณสินค้า : **ช่วยลดความมัน ขจัดสิ่งอุดตัน กระชับรูขุมขน**

## ผลิตภัณฑ์ล้างหน้า HWB Rice Active 3in1 Cream Pack

สครับ-พอก-บำรุง 3 ขั้นตอนใน 1 เดียวพร้อม ยับยั้งการสร้างเม็ดสี ทั้ง 5 ขั้นตอน ด้วย สารเรสเวอราทรอล (Resveratrol)+ข้าว (Rice) ให้ผิวขาวกระจ่างใส นวลเนียน น่าสัมผัส ช่วยขจัดสิ่งอุดตัน ควบคุมความมัน กระจับผิวเพียง 1 นาที

1. สครับขจัดสิ่งอุดตัน สาร Rice Calcium Bleed (ไรท์ แคลเซียม บีช) จากธรรมชาติ อนุภาคขนาดเล็กไม่ทำร้ายผิวช่วยขจัดสิ่งสกปรก สิ่งอุดตัน และเซลล์ผิวที่ตายแล้ว ทำความสะอาดอย่างอ่อนโยน พร้อมกระตุ้นการผลิตเซลล์ผิวใหม่ กระจ่างใสอย่างเป็นธรรมชาติ
2. พอกผิวขาว ด้วย “White Clay” เข้มข้น ไม่เหนียวเหนอะหนะ เกลี่ยง่าย สามารถกระจายได้ทั่วทุกอณูผิว พอกทิ้งไว้เพียงวันละ 1 นาทีผิวขาวใสทันทีหลังล้างผลิตภัณฑ์ปรับสมดุลความมัน กระจับให้ผิวแข็งแรงพร้อมปลอบประโลมผิว จากความเมื่อยล้าให้รู้สึกผ่อนคลาย

บำรุง เติมอาหารแก่ผิว Resveratrol ที่สุดแห่งการต่อต้านอนุมูลอิสระศักดิ์สิทธิ์แรกของการรับแสงยับยั้งการสร้างเม็ดสีเมลานินช่วยเผยผิวให้กระจ่างใส นวลเนียน ขาวขึ้นอย่างธรรมชาติ

ตราสินค้า - สินค้า

**HwB**  
Health White Beauty



## การวิเคราะห์อุตสาหกรรม (FIVE FORCE MODELS)

### 1. ข้อจำกัดการเข้าสู่อุตสาหกรรมของผู้แข่งขันรายใหม่

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมความงามเป็นตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด มีคู่แข่งรายใหม่เกิดขึ้นมากมาย และมีการเข้าออกธุรกิจค่อนข้างง่าย เนื่องจากการทำผลิตภัณฑ์ขัดผิวบำรุงผิว ใช้เงินลงทุนไม่สูง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทำได้ไม่ยาก เนื่องจากมีหน่วยงานราชการและนักวิทยาศาสตร์คิดค้นและพัฒนาให้อยู่แล้ว

### 2. การแข่งขันระหว่างคู่แข่งกันในธุรกิจเดียวกัน

เนื่องจากในปัจจุบันมีคู่แข่งรายใหม่เข้ามามากขึ้น ทำให้การแข่งขันกันภายในอุตสาหกรรมเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่เป็นรายใหญ่และอยู่ในตลาดมานานแล้ว ต้องทำการแข่งขันด้วยการลดราคา เพื่อป้องกันคู่แข่งรายเล็กหรือคู่แข่งรายใหม่แย่งส่วนแบ่งตลาด

### 3. อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ

มีมากขึ้นเนื่องจากในปัจจุบันมีตราผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางให้ผู้ซื้อได้เลือกซื้ออย่างมากมายตั้งแต่ผลิตภัณฑ์ระดับล่างจนถึงระดับพรีเมียม ทำให้อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อมีสูง

### 4. อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต

มีน้อยลง เนื่องจากอำนาจการต่อรองในการซื้อปัจจัยการผลิตไปอยู่ที่ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เนื่องจากมีจำนวนมาก และผู้ผลิตแต่ละผู้ผลิตสามารถเลือกผู้ขายปัจจัยการผลิตได้ และปัจจัยการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ขัดผิวหน้ามีความหลากหลายมากขึ้น ทำให้ผู้ผลิตมีสิทธิในการเลือกและต่อรองมากขึ้น

5. สินค้าทดแทน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ขัดผิวบำรุงผิวหน้าจากสมุนไพรไทย เช่น ขมิ้น กวาวเครือ เปลือกมังคุด เป็นต้น ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากในตลาดผลิตภัณฑ์ขัดผิวบำรุงผิวหน้าในปัจจุบัน

## วิเคราะห์สภาพแวดล้อม Environmental Trend (SPEELT)

### สังคม (Social)

ค่านิยมในปัจจุบันของผู้หญิงไทยนั้นได้รับอิทธิพลจากค่านิยมจากต่างประเทศ ทั้งค่านิยมเกาหลี ญี่ปุ่น ซึ่งมีผิวพรรณขาวใส ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่จะสามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคได้นั้นคือผลิตภัณฑ์บำรุงผิวขาว ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมาก

### การเมือง (Political)

ปัญหาความวุ่นวายทางการเมืองในปัจจุบัน ทั้งความขัดแย้งระหว่างประเทศนั้นเรามองว่าไม่มีผลต่อการใช้สินค้าประเภทบำรุงผิวภัณฑ์ หรือ Consumer product อื่น ๆ แต่อย่างใด

### เศรษฐกิจ (Economics)

ภาวะเศรษฐกิจมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งคือหากเศรษฐกิจแย่หรือชะลอตัวจะส่งผลให้ผู้บริโภคหันไปซื้อสินค้าที่มีราคาต่ำ แต่หากเศรษฐกิจปรับตัวดีขึ้น หรือเศรษฐกิจขาขึ้น ผู้บริโภคจะสามารถซื้อสินค้าที่มีราคาสูงได้เนื่องจากอำนาจในการซื้อที่สูงขึ้น และไม่กังวลต่อความมั่นคงในหน้าที่การงาน และถึงแม้ว่าเศรษฐกิจจะแย่ลงผู้หญิงยังให้ความสำคัญกับการดูแลความสวย ความงาม และสุขภาพ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของตนในสังคม การใช้จ่ายเกี่ยวกับเครื่องสำอางไม่แตกต่างจากเดิมมากนัก

### สิ่งแวดล้อม (Environment)

ประเด็นด้านปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมากในปัจจุบัน จากความกังวลที่มีต่อภาวะโลกร้อน จึงส่งผลให้ผู้บริโภคหรือประชาชนหันมาใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น และส่งผลให้ผู้ประกอบการนั้นต้องปรับตัวตามด้วย อาทิ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การกำจัดของเสียสิ่งปฏิกูลที่ถูกต้องวิธี แม้ว่าการผลิตสินค้าประเภทดังกล่าวจะมีต้นทุนที่สูง แต่ก็สมควรที่จะผลิตเพื่อการยอมรับจากผู้บริโภค

## กฎระเบียบ (Legal)

กฎระเบียบมีผลอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจ และการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบ หรือการบังคับใช้กฎระเบียบอย่างเข้มงวดจากรัฐบาลจะส่งผลกระทบต่อการค้าไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภทใดก็ตาม อาทิ กฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม , สารตกค้างในเครื่องสำอาง

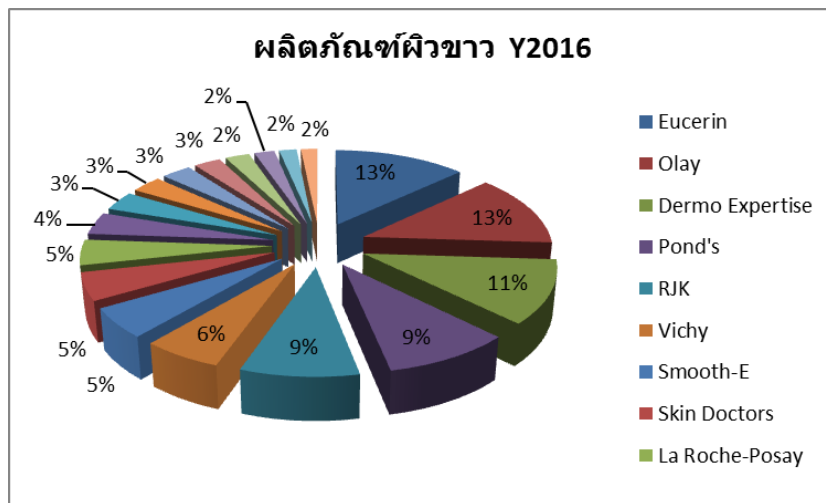
## เทคโนโลยี (Technology)

เทคโนโลยีการผลิต ความสามารถทางเทคโนโลยีการผลิตที่ต้องอาศัยการวิจัยและพัฒนาอย่างจริงจัง ตลอดจนการลงทุนพัฒนาเครื่องจักรโรงงานและอุปกรณ์ นับเป็นปัจจัยการผลิตที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันทั้งในปัจจุบันและอนาคตได้เป็นอย่างดี โดยปัจจุบันผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเน้นการแข่งขันด้านนวัตกรรมและสูตร ซึ่งเทคโนโลยีที่ดีขึ้นในปัจจุบันยังเป็นส่วนผลักดันคุณภาพของสินค้า

## โครงสร้างตลาด (Market Structure)

ตลาดครีมบำรุงผิวขาว (Whitening) **Monopolistic Market** ตลาดผู้ขายมากมาย เนื่องจากสินค้าในตลาดมีผู้ประกอบการหลายราย อาทิ Pond's, โอเลย์, การ์นิเย่ ซึ่งสินค้าสามารถทดแทนกันได้แต่ไม่สมบูรณ์ (Product Differentiation) คือตัวสินค้ามีความแตกต่างกัน แม้จะมีคุณสมบัติเดียวกันเนื่องจากจะมีส่วนผสมที่แตกต่าง หรือมีนวัตกรรมบำรุงผิวขึ้นอยู่กับแบรนด์นั้น ๆ และนอกจากนี้การเข้าออกอุตสาหกรรมค่อนข้างเป็นไปได้ไปอย่างเสรี (Free Entry and Exit) แต่จะต้องมีเงินทุนในการเข้าตลาดบ้าง เพราะหลัก ๆ แล้วตลาดจะถูกครอบครองโดยบริษัทข้ามชาติ

## ส่วนแบ่งตลาดกลุ่มสินค้าผิวขาว



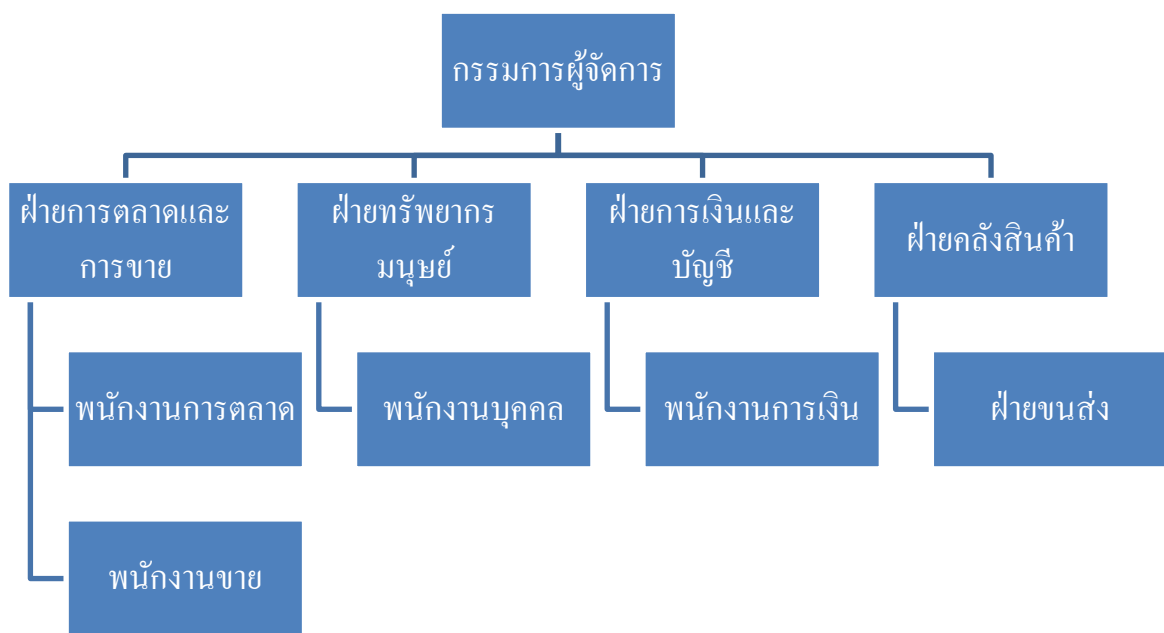
## เทคโนโลยีการผลิต

บริษัทฯ นำนวัตกรรมจากทั้งในประเทศและต่างประเทศมาใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางบำรุงและดูแลผิวพรรณที่ดีที่สุดตั้งแต่ดูแลสิริษะ จรดปลายเท้า สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดทั่วโลก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางกลุ่มบำรุงผิวหน้า ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางกลุ่มลดเลือนริ้วรอย ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางกลุ่มปรับสภาพผิวหน้าให้ขาวใส ผลิตภัณฑ์กลุ่มบำรุงเส้นผม ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางกลุ่มทำความสะอาดผิวหน้า และเครื่องสำอางบำรุงผิวกาย อีกทั้งเครื่องสำอางกันแดด และรวมถึงผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอื่นๆ อีกมากมายที่นิยมใช้บำรุงและดูแลตั้งแต่สิริษะจรดปลายเท้า โดยผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของบริษัทล้วนแล้วแต่เป็นเครื่องสำอางที่มีคุณภาพสูง และได้มาตรฐานโลก การค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีแล็บ (Lab) และมีทีมนักวิทยาศาสตร์ ผู้ที่มีประสบการณ์มานานและเชี่ยวชาญ ในการคิดค้น วิจัย และพัฒนาสูตรเครื่องสำอางต่างๆ รวมทั้งมีทีมที่ปรึกษาจากแพทย์ เกษัชกร นักเคมี ที่จะช่วยทำให้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ต่างๆ คงคุณภาพ และได้มาตรฐานตามที่กำหนด

## โครงสร้างองค์กร

โครงสร้างองค์กรแบ่งตามหน้าที่ทางธุรกิจ ได้แก่ กรรมการผู้จัดการ, ผู้จัดการทั่วไป, ฝ่ายวางแผนการผลิต, ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์, ฝ่ายบัญชี, ฝ่ายการเงิน, ฝ่ายขาย , โดยจัดทำโครงสร้างดังต่อไปนี้

## แผนผังองค์กร



## สมมติฐานการเงิน

โดยมีรูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ เป็นห้างหุ้นส่วน มีทุนจดทะเบียน 3 ล้านบาท

## นโยบายการเก็บสินค้าคงเหลือ

กำหนดให้สต็อกสินค้าคงเหลือเพียงพอสำหรับการขายเป็นระยะเวลา 3 เดือน

## การสำรองเงินสด

การสำรองเงินสดขั้นต่ำเป็นจำนวนที่เพียงพอสำหรับการสั่งซื้อสินค้า 3 งวด



## นโยบายการจ่ายเงินปันผล

บริษัทจะเริ่มจ่ายเงินปันผล เมื่อบริษัทมีกำไรและมีเงินสดเพียงพอ โดยมีระดับอัตราผลตอบแทนที่ผู้ถือหุ้นต้องการคือ 25% เมื่อมีกำไรและมีเงินสดเพียงพอ

### การประเมินสถานการณ์สำรอง

#### กรณีที่ยอดขายมากกว่าคาดการณ์ 10%

##### ด้านการตลาด

1. ผลิตภัณฑ์เพิ่มทางเลือกใหม่ให้ผู้บริโภค โดยอาศัยผลิตภัณฑ์ใหม่ๆให้เร็วกว่าแผนการที่กำหนดไว้ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาด โดยมีการอ้างอิงการศึกษาแนวโน้มความต้องการของตลาดเป็นเกณฑ์ เพิ่มขนาดบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะขนาดใหญ่

##### 2. ราคา รักษาระดับราคาเดิม

3. ช่องทางการจำหน่าย ขยายช่องทางการจำหน่าย โดยพิจารณาเลือกประเภทช่องทางการจำหน่ายที่ขยายจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากยอดขายจริงที่เกิดขึ้นและแนวโน้มการเติบโตของแต่ละช่องทาง

##### ด้านการเงิน

1. วางแผนและบริหารการเงินให้สอดคล้อง กับการเพิ่มปริมาณการสั่งซื้อ และยอดขายที่เพิ่มขึ้น

##### 2. เพิ่มระดับเงินสดสำรองให้สามารถรองรับการเพิ่มปริมาณการสั่งซื้อ

##### ด้านการผลิต

1. ติดตามการเพิ่มปริมาณการสั่งซื้อจากแหล่งผลิตและปริมาณสินค้าที่จะวางจำหน่ายในแต่ละช่องทางการจำหน่ายอย่างใกล้ชิด เพื่อไม่ให้เสียโอกาสทางการตลาด

##### 2. วางแผนการเจรจาต่อรองขอส่วนลดเพิ่มขึ้น เพื่อลดต้นทุน

#### กรณีที่ยอดขายต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ 10%

##### ด้านการตลาด

1. วิเคราะห์สถานการณ์ตลาด การแข่งขัน และเปรียบเทียบจุดแข็ง จุดอ่อนกับคู่แข่ง

ทางตรงและทางอ้อม เพื่อหาสาเหตุหลักที่ทำให้ยอดขายไม่เป็นไปตามคาดการณ์ และทำการ  
ปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการตลาดและกลุ่มเป้าหมาย

2. จัดโปรโมชั่นรูปแบบใหม่ๆ สำหรับช่องทางการบริการจัดส่งที่น่าสนใจมากขึ้น เพื่อ  
ทดสอบตลาดว่าจะสามารถทำให้ยอดขายได้หรือไม่ การจัดโปรโมชั่นสำหรับช่องทางการจัดส่ง  
นั้นสามารถทำได้มากกว่าช่องทางอื่นๆ เนื่องจากช่องทางนี้ค่อนข้างมี profit Margin ที่สูงกว่า

3. ออกสำรวจตลาด เพื่อวิเคราะห์หาสาเหตุที่ไม่ใช่ช่องทางการบริการจัดส่ง และ  
แก้ปัญหาจากสาเหตุดังกล่าว ซึ่งสาเหตุเกิดจากผู้บริโภคไม่ยอมรับในช่องทางการจำหน่ายนี้กับ  
การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ บริษัทจะชะลอการลงทุนเพื่อสังเกตการณ์ต่อไป

#### ด้านการเงิน

1. ทำการกู้เงินระยะสั้นจาก โครงการสนับสนุนอุตสาหกรรมและธุรกิจ SMEs เพื่อ  
นำมาแก้ไข

#### ปัญหาสภาพคล่องระยะสั้น

2. ใช้นโยบายให้ส่วนลดลูกค้าการซื้อเพื่อเร่งกระแสเงินสดเข้าของบริษัท

## บรรณานุกรม

1. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ.ผลิตภัณฑ์จากข้าวและนวัตกรรมข้าวไทย.คั่นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2560, จาก<http://www.thairiceforlife.com/riceproducts/index>
2. โครงการผลงานวิจัยพร้อมใช้.ผลิตภัณฑ์ขัดผิวหน้าจากข้าวไทย.คั่นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2560, จาก<http://www.reseacrh2biz.com>
3. สำนักงานบริหารจัดการทรัพยากรทางปัญญา.ครีมขัดผิวหน้าคั่นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2560, จาก<https://ip.kku.ac.th>
4. สำนักงานข่าวกรมประชาสัมพันธ์.เพิ่มมูลค่าข้าวอินทรีย์ชุมชนด้วยไบโอเทคโนโลยี ผู้ครีมบำรุงผิวและสบู่จากข้าวไรซ์เบอร์รี่คุณภาพสูงเหมาะกับผิวคนไทย. คั่นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2560, จาก<http://nwnt.prd.go.th/>