



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ก

ตาราง 49 แสดงประเภทและจำนวนสถานพยาบาลในประเทศไทย พ.ศ. 2549

ประเภทสถานประกอบการทางการแพทย์	จำนวน
คลินิกเอกชน	12,242
สถานีนอนมัย	10692
โรงพยาบาลชุมชน	701
โรงพยาบาลศูนย์/โรงพยาบาลทั่วไป	94
โรงพยาบาลเอกชน	429
โรงพยาบาลรัฐบาล	156
ศูนย์บริการทางการแพทย์	9

ตาราง 50 แสดงจำนวนร้านขายยาแผนปัจจุบันในประเทศไทย พ.ศ. 2550

ประเภทร้านขายยา	จำนวน
ร้านขายยาแผนปัจจุบันทั่วไป	15,058
ร้าน Watsons	100
ร้าน Boots	153
ร้าน PharmacistCity	3,206

ภาคผนวก ข

ท็อปส์ คือ ซูเปอร์มาร์เก็ตครบวงจรซึ่งมีสินค้าหลากหลายชนิด อาทิ ผักสด ผลไม้ เนื้อสัตว์ ปลา อาหารทะเล สินค้าทั่วไป ผลิตภัณฑ์นม เนย และเบเกอรี่ รวมทั้ง สินค้านำเข้าจากต่างประเทศ และสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ...ประหยัดกว่าไว้คอยบริการลูกค้าอย่างครบครัน

ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต มีสาขาหลายแห่งที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า เช่น ทรูและโรบินสัน มีพื้นที่ตั้งแต่ 1,500 - 5,000 ตารางเมตร และมีบางสาขาของท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ตตั้งอยู่อย่างอิสระ ซึ่งมีพื้นที่ตั้งแต่ 800-4,000 ตารางเมตร

บริษัท เซ็นทรัล ฟู๊ด รีเทล จำกัด ดำเนินการงานซูเปอร์มาร์เก็ต ใน 3 รูปแบบที่แตกต่างกัน คือ ในรูปแบบ "ท็อปส์ ซูเปอร์" รูปแบบ "ท็อปส์ มาร์เก็ต" และ ท็อปส์ เดลี่ ทั้งสิ้น 100 สาขาทั่วประเทศ

1. TOPS SUPER มีรูปแบบการนำเสนอสินค้าและการตกแต่งที่โดดเด่นด้วย สีแดง – เหลือง อันเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งรวมถึงป้ายต่างๆ ทุ่งใส่สินค้า เครื่องแบบ พนักงาน และเคาน์เตอร์แคชเชียร์ ท็อปส์ ใช้แสงไฟที่ทำให้รู้สึก ถึงความเป็นธรรมชาติกับอาหาร โดยเฉพาะผักและผลไม้จะ ให้บรรยากาศ แสง เหมือนตลาดสด

ทั้งนี้ สาขารูปแบบ “ท็อปส์ ซูเปอร์” เปิดให้บริการทั้งสิ้น 66 สาขาทั่วประเทศ

2. TOPS MARKET จะมีรูปแบบการตกแต่งโดยใช้ไม้ และทองแดง มุ่งเน้นความหลากหลายครบครันของสินค้า จากทั้งที่ผลิตในประเทศ และสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ภายใต้ สโลแกน “ไอเดียสดใหม่ เกิดได้ทุกวันทั้งที่ท็อปส์” นอกจากนี้ ยังมีบริการพิเศษ เช่น บริการส่งสินค้า ถึงรถ ป้ายสัญลักษณ์ และป้ายราคา 2 ภาษา (ไทย - อังกฤษ) และบริการล่ามภาษาต่างประเทศ ขณะนี้ท็อปส์ มาร์เก็ต โรบินสัน สุขุมวิท 19, เซ็นทรัลสีลมคอมเพล็กซ์, สุขุมวิท 24, ทองหล่อ, สุขุมวิท 41, เซ็นทรัลบางนา, ปิยะมัย, แอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่, เซ็นทรัล กาดสวนแก้ว (ห้วยแก้ว), เอส พลานาด, สุขุมวิท 3, ปิ่นเกล้า, โรบินสันภูเก็ต, เซ็นทรัล ภูเก็ต เฟสติวัล, โชตนา เชียงใหม่ สามารถให้บริการส่งสินค้าถึงบ้านฟรี ซึ่งเป็นการเพิ่มความสะดวกอีกระดับสำหรับคุณจาก

ประสบการณ์ ในการบริหารมาร์เก็ตเพลส 5 ปีที่ผ่านมา ปัจจุบันท็อปส์ มาร์เก็ต ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ สีสินค้า และเพิ่มการบริการหลากหลายมากขึ้น โดยเรานำให้ท็อปส์ มาร์เก็ต เป็นบรรยากาศ เหมือนสถานที่ ที่ทุกท่าน และครอบครัว จะสามารถมาเลือก สรรเสริญสินค้าคุณภาพ ในบรรยากาศของการบริการที่เป็นมิตรและสัมผัสกับ กิจกรรมพิเศษต่างๆ ได้ตลอดทั้งปี

ทั้งนี้ สาขารูปแบบ “ท็อปส์ มาร์เก็ต” เปิดให้บริการทั้งสิ้น 25 สาขา

3. TOPS DAILY ซูเปอร์มาร์เก็ตรูปแบบใหม่ มีพื้นที่ให้บริการประมาณ 300 ตารางเมตร ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน สะดวกสบายในการเดินทาง มีรูปแบบการตกแต่งร้านสีส้ม และบรรยากาศที่ทันสมัย มุ่งเน้นให้ความสำคัญ ในเรื่องคุณภาพของสินค้า และความคุ้มค่า โดยเฉพาะสินค้าอาหารสดทุกชนิด จะต้องผ่านการรับรองจาก สถาบันต่างๆ ในเรื่องความสด สะอาดและปลอดภัยจากสารพิษ มีเมนูอาหารปรุงสำเร็จที่เลือกใช้เฉพาะวัตถุดิบอย่างดีปรุงสดใหม่ทุกวัน เบเกอรี่ที่อร่อย นุ่ม สดแบบวันต่อวัน และยังมีสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน สินค้าเพื่อสุขภาพและความงามที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละพื้นที่ได้มากที่สุด นอกจากนี้ ยังมีพื้นที่สำหรับร้านค้าเช่า ที่ได้เลือกสรรให้เหมาะสมกับทำเล ของแต่ละสาขาอีกด้วย ถึงแม้จะเป็นซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดเล็ก แต่สามารถนำเสนอสินค้าที่หลากหลาย ครบครันในที่เดียว มีการจัดแบ่งสินค้า ออกเป็นแผนกต่างๆ อย่างชัดเจน

ทั้งนี้ สาขารูปแบบ “ท็อปส์ เดลี่” เปิดให้บริการทั้งสิ้น 8 สาขา ได้แก่ เมืองทองธานี, ดินแดง, คลองตัน, เพชรเกษม 75, อ่างทอง, เชียงราย เอคิสัน, เชียงใหม่ แมร์ริม และเชียงใหม่ บริบูรณ์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการลงทุน โรงงานผลิตสเปร์ยก๊าซไพรอกซิมในประเทศไทย

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระ ในระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สเปร์ยก๊าซไพรอกซิม ซึ่งข้อมูลที่ได้มีคุณค่ายิ่งต่องานวิจัยและจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ โดยจะนำไปใช้เพื่อการวิเคราะห์และนำเสนอในภาพรวมเท่านั้น ผู้ศึกษาใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

โปรดทำเครื่องหมาย (/) หน้าคำตอบที่ท่านต้องการเลือกตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

(1) ชาย

(2) หญิง

2. อายุ

(1) ต่ำกว่า 15 ปี

(2) 16 – 25 ปี

(3) 26 – 35 ปี

(4) 36 – 45 ปี

(5) 46 – 55 ปี

(4) 56 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

(1) โสด

(2) สมรส

(3) หย่า/หม้าย

(4) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

- | | |
|-----------------------------|-------------------------|
| (1) ประถมศึกษา | (2) มัธยมศึกษาตอนต้น |
| (3) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. | (4) อนุปริญญา/ ปวส. |
| (5) ปริญญาตรี | (6) ปริญญาโทหรือสูงกว่า |

5. รายได้ต่อเดือน

- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| (1) ต่ำกว่า 10,000 บาท | (2) 10,001 – 20,000 บาท |
| (3) 20,001 – 30,000 บาท | (4) 30,001 – 40,000 บาท |
| (5) 40,001 – 50,000 บาท | (6) 50,001 บาทขึ้นไป |

6. อาชีพ

- | | |
|--------------------------------------|--------------------------------|
| (1) นักเรียน/นักศึกษา | (2) พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง |
| (3) ประกอบอาชีพส่วนตัว/เจ้าของกิจการ | (4) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ |
| (5) อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

ตอนที่ 2 อาการของโรคภูมิแพ้จากไรฝุ่นและพฤติกรรมการรักษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

7. ท่านเป็นโรคภูมิแพ้จากไรฝุ่นเป็นระยะเวลาานเท่าใด

- | | |
|------------------|------------------|
| (1) ต่ำกว่า 1 ปี | (2) 1-2 ปี |
| (3) 3-5 ปี | (4) มากกว่า 5 ปี |

8. ในกรณีที่ท่านมีอาการของโรคภูมิแพ้จากไรฝุ่นกำเริบ ท่านมีวิธีการรักษาอาการของโรคภูมิแพ้จากไรฝุ่นอย่างไรมากที่สุด

- | |
|---|
| (1) ปรึกษาแพทย์และรับประทานยาตามแพทย์สั่ง |
| (2) ปรึกษาเภสัชกรและรับประทานยาตามคำแนะนำ |
| (3) ซื้อยารับประทานเอง |
| (4) ไม่รับการรักษา (กรุณาข้ามไปตอบข้อ 13) |

9. ท่านเข้าพบแพทย์เพื่อรับการรักษาโรคภูมิแพ้จากไรฝุ่นโดยเฉลี่ยกี่ครั้งใน 1 ปี

- | | |
|------------------|----------------------|
| (1) 1 - 2 ครั้ง | (2) 3-5 ครั้ง |
| (3) 6 – 11 ครั้ง | (4) มากกว่า 12 ครั้ง |

10. ท่านเข้าพบแพทย์เพื่อรับการรักษาโรคมุมิแพ้จากไรฝุ่นจากสถานบริการพยาบาลลักษณะใดมากที่สุด

- | | |
|-----------------------------------|--------------------------|
| (1) โรงพยาบาลเอกชน | (2) โรงพยาบาลรัฐบาล |
| (3) คลินิกรักษาโรคมุมิแพ้เฉพาะทาง | (4) คลินิกรักษาโรคทั่วไป |
| (5) อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

11. ท่านเลือกปรึกษาเภสัชกรหรือเลือกซื้อยาเพื่อรักษาโรคมุมิแพ้จากไรฝุ่นจากร้านขายยาใดมากที่สุด

- | |
|---|
| (1) ร้านขายยา Modern Drugstores เช่น ร้านบูทส์ วัดตัน เพ็รส์ดรั๊กส์ เป็นต้น |
| (2) ร้านขายยาแผนปัจจุบันทั่วไป |
| (3) ร้านขายยาแผนโบราณ |
| (4) อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

12. ท่านเสียค่าใช้จ่ายในการรักษา รวมถึงการซื้อยารักษาโรคมุมิแพ้จากไรฝุ่นใน 1 ปีเป็นเท่าใด

- | | |
|------------------------|-----------------------|
| (1) ต่ำกว่า 1,000 บาท | (2) 1,001 – 5,000 บาท |
| (3) 5,001 – 10,000 บาท | (4) 10,001 บาทขึ้นไป |

ส่วนที่ 3 ความต้องการในการใช้สเปรย์สมุนไพรกำจัดไรฝุ่นเพื่อป้องกันอาการของโรคมุมิแพ้จากไรฝุ่นของผู้ตอบแบบสอบถาม

13. โดยทั่วไป ท่านมีวิธีการป้องกันและหลีกเลี่ยงมิให้อาการของโรคมุมิแพ้จากไรฝุ่นได้อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) ซักล้างทำความสะอาดเครื่องใช้ เสื้อผ้า
- (2) ใช้ความร้อน เช่น การรีดผ้า การซักด้วยน้ำร้อน การตากแดด
- (3) ใช้สารเคมี เช่น ยาฆ่าไรในพรม
- (3) ใช้สารสกัดธรรมชาติ
- (4) ใช้เครื่องฟอกอากาศหรือเครื่องกรองอากาศ
- (5) ใช้เครื่องใช้ เสื้อผ้าหรือวัสดุที่สามารถป้องกันไรฝุ่น
- (6) ไม่ป้องกันใดๆ
- (7) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

14. ท่านคิดว่าวิธีการป้องกันและหลีกเลี่ยงอาการ โรคภูมิแพ้จากไรฝุ่นที่ท่านใช้อยู่ มีประสิทธิภาพเพียงพอต่อการป้องกันการเกิดอาการของโรคภูมิแพ้จากไรฝุ่นหรือไม่

(1) เพียงพอ

(2) ไม่เพียงพอ

15. หากมีสเปรย์สมุนไพรกำจัดไรฝุ่นที่สามารถกำจัดไรฝุ่นซึ่งเป็นสาเหตุหลักของอาการของโรคภูมิแพ้ที่ออกสู่ตลาด โดยใช้ฉีดพ่นลงบนเฟอร์นิเจอร์ เครื่องนอนภายในบ้าน ท่านคิดว่าท่านจะซื้อสเปรย์สมุนไพรกำจัดไรฝุ่นนี้หรือไม่

(1) ซื้ออย่างแน่นอน

(2) ไม่ซื้อ

16. หากมีสเปรย์สมุนไพรกำจัดไรฝุ่นที่สามารถกำจัดไรฝุ่นออกสู่ตลาด ปัจจัยใดเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ท่านเลือกพิจารณา

(1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

(2) ปัจจัยด้านราคา

(3) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

(4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

17. หากมีสเปรย์สมุนไพรกำจัดไรฝุ่นที่สามารถกำจัดไรฝุ่นออกสู่ตลาด ระดับราคาสูงสุดเท่าไรที่ท่านจะเลือกซื้อ

(1) ต่ำกว่า 50 บาท

(2) 51 - 100 บาท

(3) 101 - 200 บาท

(4) 201 - 500 บาท

(5) 501 บาทขึ้นไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

18. กรุณาแสดงความคิดเห็นของท่านว่าปัจจัยต่อไปนี้มีสำคัญมากน้อยเพียงใดในการพิจารณาเลือกซื้อสเปรย์สมุนไพรกำจัดไรฝุ่น หากผลิตภัณฑ์นี้ออกสู่ท้องตลาด

โปรดทำเครื่องหมาย (/) หน้าคำตอบที่ท่านต้องการเลือกตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับความสำคัญ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์						
1.1 ประสิทธิภาพในการกำจัดไรฝุ่น						
1.2 ประสิทธิภาพการฆ่าเชื้อโรค เชื้อแบคทีเรีย และเชื้อรา						
1.3 ความคงทนของตัวยาหลังการฉีดพ่น						
1.4 สารตกค้างในพื้นที่ฉีดพ่น						
1.5 ไม่มีสี						
1.6 ไม่มีกลิ่น						
1.7 ได้รับความมาตรฐานรับรองสินค้าจากหน่วยงานต่างๆในประเทศ						
1.8 ได้รับความมาตรฐานรับรองสินค้าจากหน่วยงานต่างๆในต่างประเทศ						
1.9 ชื่อเสียงของตราหือ						
1.10 ขนาดของบรรจุภัณฑ์						
1.11 รูปแบบของสินค้าสะดวกต่อการใช้						
1.12 ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์						
1.13 ความสะอาดของบรรจุภัณฑ์						
1.14 มีรายละเอียดสินค้าบนบรรจุภัณฑ์						
1.15 สามารถเก็บรักษาได้นานไม่เสื่อมคุณภาพเร็ว						
1.16 มีมาตรการรับประกันสินค้า						
1.17 อื่นๆ.....						

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับความสำคัญ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ
2. ปัจจัยด้านราคา						
2.1 ราคาต่อหนึ่งบรรจุภัณฑ์						
2.2 มีป้ายราคาติดชัดเจน						
2.3 มีหลายระดับราคาให้เลือก						
2.4 มีส่วนลด						
2.5 ราคาเหมาะสมกับปริมาณ						
2.6 อื่นๆ (โปรดระบุ).....						
3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย						
3.1 มีจำหน่ายในสถานบริการพยาบาล เช่น โรงพยาบาลรัฐ โรงพยาบาลเอกชน คลินิกรักษาโรค ภูมิแพ้เฉพาะทาง คลินิกรักษาโรคทั่วไป เป็นต้น						
3.2 มีจำหน่ายในร้านขายยาแบบ Modern Drugstore เช่น บูทส์ วัตสัน เป็นต้น						
3.3 มีจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ต/ห้างสรรพสินค้า						
3.4 มีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ						
3.5 มีบูทจำหน่ายสินค้ากระจายทั่วไป						
3.6 มีบริการจัดส่งทางไปรษณีย์						
3.7 โทรสั่งสินค้าได้						
3.8 หาซื้อได้สะดวก						
3.9 มีสินค้าวางขายตลอดเวลา						
3.10 มีพนักงานขายตรง						
3.11 อื่นๆ (โปรดระบุ).....						


ปัจจัยทางการตลาด	ระดับความสำคัญ					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด						
4.1 มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์						
4.2 มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม						
4.3 มีการแจกสินค้าให้ทดลองใช้						
4.4 แพทย์หรือเจ้าหน้าที่ทางการแพทย์เป็นผู้แนะนำสินค้า						
4.5 มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย						
4.6 มีการสาธิตการใช้สินค้า						
4.7 มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า						
4.8 มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า						
4.9 มีการจัดสัมมนาให้ความรู้						
4.10 มีงานจัดแสดงสินค้า						
4.11 อื่นๆ (โปรดระบุ).....						

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ภาคผนวก ง

รายงานผลการทดสอบสารสกัด “Mite-icide 20 ®” ในการกำจัดไรฝุ่น

ภาควิชาปรสิตวิทยา คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล 2 ถนนพราณอก บางกอกน้อย กรุงเทพฯ 10700 Tel +662-4197000 ext 6471		Department of Parasitology Faculty of Medicine Siriraj Hospital Mahidol University 2 Prannok Road, Bangkoknoi Bangkok 10700, Thailand Email: sinml@mahidol.ac.th
--	---	---

Report of analysis

Date 30 August 2007

Documents: Total of 3 pages

Determination of Anti-mite activities

1. Compound “Mite-icide 20”

Propriety: Assoc. Prof. Vanna Mahakittikun and Assoc. Prof. Dr. Noppamas Soonthornchareonnon

Address: 5/26 Moo 8 Bangprom, Talingchun, Bangkok 10170, Thailand
 Tel: 02-8647094 email : sivmh@mahidol.ac.th

2. Objective: To determine the efficacy of an acaricidal agent in the eradication of live mites

3. Tested organisms: Common house dust mites, *Dermatophagoides pteronyssinus* were used in these experiments after separation from their culture media by the mite isolator.

4. Methods: Spraying

Approximately 10 house dust mites were placed on a 2 cm² filter paper in the Siriraj chamber. Then, under the observation of a stereomicroscope, the acaricide, “Mite-icide 20” was sprayed directly onto the mites’ bodies. The Chamber was closed and locked to prevent any mites from escaping. This procedure was replicated 5 times for the Experimental (treated) sets and 3 times for the untreated Control groups.

Stereomicroscopic observations of dead mites were recorded after 15 min and 1 hr for the acaricidal groups, and after 1 hr for the Control sets. All observations were conducted on an open work bench at ambient room temperature (22 ± 2° C) with a relative humidity of 75%. The diluent for the test solution was ethyl alcohol which served as the inactive placebo for the Control group.

The number of live mites and dead mites were enumerated according to the following definitions: a live mite was one who exhibited movement especially when prodded by a fine needle, whereas a dead mite would appear shriveled, immobile and dark brown in color.

1

Definitions:

- Live mites were discerned predominantly by movement, while dead mites, if they were to be observed, would be immobile, would appear shriveled and changed in color.
- An active acaricidal agent is defined as one which causes 100% mortality within 24 hrs after the initial application.
- A moderate acaricidal agent is defined as one which causes 100% mortality within 48 hrs after the initial application.

Results

The number of dead mites in the 15 min time period was independent of the number of mites in the 1 hr time period; i.e. the total number of dead mites in the earlier 1 hr interval did not include the dead mites observed in the earlier time period. Consequently these are independent groups which permit the use of Chi Square for statistical evaluation. Table 1 presents a comparison of the number of dead mites divided by the total number of mites in each set. In general, 21.15% of all the mites in the 15 min time period were observed dead while 91.1% of the remaining mites were observed dead in the 1 hr time period. No mites were killed after 1 hr when the control spray was used. These differences between the early and late acaricide spray conditions were statistically significant ($\chi^2 = 44.71.00$. $p = .00000$).

Table 1. The number of mites killed by the acaricide, Mite-icide20, and the control solution out of the total number of mites in each independent set

Spray	Set	Number Dead/Number in set					Totals
		1	2	3	4	5	
Mite-icide 20	15 min	3/12	2/10	4/9	0/8	2/13	11/52
	1 hour	9/9	8/8	5/9	8/8	11/11	41/45
Control	1 hour	0/10	0/10	0/12	-	-	0/32

Figure 1 presents the same data as Table 1 only transposed into percentages of mites killed for each of the sets and the time periods of this study/It clearly indicates the superiority of the 1 hr duration acaricide spray over both the 15 min observation and the placebo or control spray.

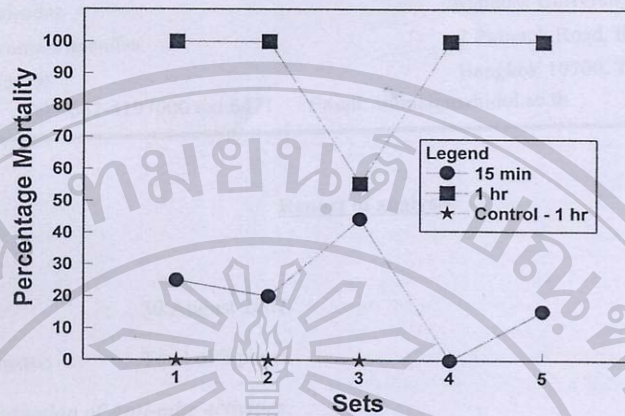


Figure 1. A graphical presentation of the results given Table 1 transposed into percentages expressing percentage mortality of the Mite-icide 20 and the placebo (Control) sprays over all sets of mites and the two time periods of observation.

Conclusions & Suggestions:

Within the limitations of this experiment, it may be concluded that "Mite-icide 20" solution is an active acaricidal agent that is highly effective in eradicating live mites when spraying directly onto the mites' bodies in an undiluted form. The major result was the almost complete eradication of all mites, i.e. the test solution was 100% effective in killing the test subjects.

Certification:

We hereby certify that the information in this report is true and correct for only the samples sent to be analyzed, the dose and techniques used to saturate the mites with the anti-mite agent, including the duration of treatment. It is specific to the testing of this anti-mite agent only under these methods and these laboratory conditions. It is not meant to extend or be generalized beyond these parameters. This report is private, confidential and is not to be used in any way, shape or form for distribution to a larger audience including but not limited to advertisement.

Nat Malainual

 (Assist. Prof. Dr. Nat Malainual)
 Acarologist
 30 August 2007

Contact : email sinml@mahidol.ac.th
 Tel : 662-4197000 ext 6471

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวชนิกา สุวรรณรัตน์
วัน เดือน ปี เกิด	31 ธันวาคม 2524
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2542 สำเร็จการศึกษาปริญญานิติศาสตรบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2546 สำเร็จการศึกษาปริญญาโทเศรษฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา กรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2547
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2547 – 2548 International Justice Mission พ.ศ. 2548 – ปัจจุบัน บริษัท อินโนเว็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved