คู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)

ภิญญดา วิจิตรกูล

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2557

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

คู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 2 กันยายน พ.ศ. 2557

.....	.....
บุริม โอทกานนท์	นางสาวภิญญดา วิจิตรกูล
M.B.A.	ผู้วิจัย
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	
.....	.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปีติสันต์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์วรพรรณ เรืองผกา
Ph.D.	Ph.D.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์
.....	.....
รองศาสตราจารย์อรรณพ ตันละมัย, Ph.D.	สิทธิภาคย์ ธารากุล
คณบดี	M.B.A.
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล	กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความกรุณาจากอาจารย์ บุริม โอทกานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่ได้ให้คำแนะนำ แนวคิด ข้อเสนอแนะ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของผู้วิจัย จนงานวิจัยนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง นอกจากนี้ยังต้องขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นผู้ที่ให้ข้อมูล ผู้เชี่ยวชาญในด้านการติดต่อประสานงานโรงงานรับจ้างผลิตเครื่องสำอางทุกท่าน ที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัย

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคู่มือฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้จริง

นางสาวภิญญดา วิจิตรกูล

คู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)

Manual of local brand cosmetic business

นางสาวภิญญดา วิจิตรกูล 5650182

กจ.ม.

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ : บุริม โอทกานนท์, M.B.A., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปีติสันต์, Ph.D., สิทธิภาคย์ ธารากุล, M.B.A.

บทคัดย่อ

คู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารวบรวมขั้นตอนในการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) เพื่อนำมาจัดทำคู่มือในการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) โดยการวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการจัดสนทนากลุ่ม (Focus group) เพื่อวิพากษ์คู่มือที่จัดทำขึ้น เพื่อปรับปรุงคู่มือให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง และได้รายละเอียดจากผู้ที่มีหน้าที่ติดต่อประสานงานตัวแทนขาย และฝ่ายการตลาด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง และใช้งานได้จริง

จากผลการศึกษา ได้เป็นคู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) ทำให้ทราบถึงขั้นตอนและองค์ประกอบในการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local brand) โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

การเริ่มต้นประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local brand) เจ้าของตราสินค้าควรศึกษาข้อมูลด้านกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องสำอาง เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และทราบถึงข้อกำหนดของการผลิตเครื่องสำอาง และรวมไปถึงการโฆษณา เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการกระทำความผิดจากความไม่ตั้งใจ รวมไปถึงการศึกษากฎหมายพื้นฐานเกี่ยวกับการจดทะเบียนบริษัท หรือเครื่องหมายการค้า เพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของเจ้าของตราสินค้า

ในกระบวนการผลิต จากการสนทนากลุ่ม (Focus group) ทำให้ทราบถึงขั้นตอนต่างๆที่มีในกระบวนการก่อนจะมาเป็นเครื่องสำอางสำเร็จรูป ตั้งแต่การกำหนดรูปแบบ ไปจนถึงการออกแบบ เพื่อให้เจ้าของตราสินค้าเข้าใจภาพรวมและองค์ประกอบทั้งหมด เพื่อช่วยในการวางแผนกำหนดกรอบเวลา รวมไปถึงการตัดสินใจต่างๆ เพื่อให้กระบวนการเป็นไปอย่างราบรื่น

คำสำคัญ : เครื่องสำอาง / ตราสินค้าท้องถิ่น / เริ่มต้นประกอบธุรกิจ

50หน้า

สารบัญ

		หน้า
กิตติกรรมประกาศ		**ข**
บทคัดย่อ		**ค**
สารบัญรูปภาพ		**ช**
บทที่ 1	**ที่มา ความสำคัญ ปัญหา**	**1**
	1.1ที่มาของเรื่องความสำคัญและปัญหา	1
	1.2 คำถามงานวิจัย	2
	1.3 วัตถุประสงค์	2
	1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
	1.5 ขอบเขตของการวิจัย	3
	1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	3
บทที่ 2	**การทบทวนวรรณกรรม**	**5**
	2.1 ความหมายของคำหลัก	5
	2.1.1 ความหมายของเครื่องสำอาง	5
	2.1.2 ความหมายของตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)	5
	2.1.3 ความหมายของ โรงงานรับจ้างผลิต (OEM)	6
	2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
	2.2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตเครื่องสำอาง (Good Manufacturing Practice: GMP)	6
บทที่ 3	**วิธีดำเนินการวิจัย**	**19**
	3.1 แหล่งข้อมูล	19
	3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)	19
	3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)	19
	3.2 กรอบขั้นตอนงานวิจัย	20

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
	3.3 กลุ่มตัวอย่าง	21
	3.3.1 ระยะก่อนการสังเคราะห์คู่มือ	21
	3.3.2 ระยะหลังการสังเคราะห์คู่มือ	21
	3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย	21
	3.4.1 ระยะก่อนการสังเคราะห์คู่มือ	21
	3.4.2 ระยะหลังการสังเคราะห์คู่มือ	21
	3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	21
	3.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)	21
	3.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)	22
	3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	23
	3.7 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	23
บทที่ 4	**ผลที่ได้จากการศึกษา**	**24**
	4.1 ผลที่ได้จากการเก็บข้อมูลโดย การสัมภาษณ์เชิงลึก	24
	4.1.1 ประเด็น รายละเอียดก่อนกระบวนการผลิต	24
	4.1.2 ประเด็น รายละเอียดกระบวนการผลิต	26
	4.1.3 ประเด็น การออกแบบ	27
	4.1.4 ประเด็นหลังกระบวนการผลิต	28
	4.2 ข้อวิพากย์ที่ได้จากการทำสนทนากลุ่ม	28
	4.3 คู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local brand) หลังจากแก้ไขตามข้อวิพากย์ของการสนทนากลุ่ม	29
	4.3.1 ขั้นตอนการเตรียมตัวประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)	29
	4.3.2 ขั้นตอนการผลิตเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)	32
	4.3.3 ขั้นตอนหลังกระบวนการผลิต	35

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
บทที่ 5	**สรุปผล การอภิปราย และข้อเสนอแนะ**	**37**
	5.1 สรุปผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)	37
	5.2 สรุปผลจากการสนทนากลุ่ม (Focus group)	38
	5.3 การอภิปรายผลการวิจัย	38
	5.4 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	39
	5.5 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	39
บรรณานุกรม		**40**
ภาคผนวก		**42**
	แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด โรงงานรับจ้างผลิตเครื่องสำอาง	43
	รายชื่อผู้ให้ข้อมูล	45
	ASEAN COSMETIC CLAIM GUIDELINE	46
ประวัติผู้วิจัย		**50**

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่		หน้า
4.1	แสดงขั้นตอนการจดทะเบียนห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล/ห้างหุ้นส่วนจำกัด	30
4.2	แสดงขั้นตอนการจดทะเบียนบริษัทจำกัด	30
4.3	แสดงขั้นตอนการจดทะเบียนบริษัทมหาชนจำกัด ขึ้นใหม่	31
4.4	แสดงคู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local brand)	36

บทที่ 1
ที่มา ความสำคัญ ปัญหา

1.1 ที่มาของเรื่องความสำคัญและปัญหา

จากข้อมูลที่ว่า ตลาดอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศกลุ่ม Skin Care มีมูลค่าสูงถึง 400,000 ล้านบาท เป็นผลิตภัณฑ์บำรุงเพื่อผิวขาวถึง 48% ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวแบบทั่วไป 43% และผลิตภัณฑ์บำรุงแบบให้คุณประโยชน์เฉพาะ 9% แบ่งเป็นผลิตภัณฑ์ตลาดบน 20% ตลาดกลาง 26% และ 54%อยู่ในกลุ่มตลาดล่าง ซึ่งถือว่าเป็นตลาดที่ใหญ่มาก ทำให้มีผู้ประกอบการหลายรายเล็งเห็นถึงช่องว่างในการดำเนินธุรกิจเครื่องสำอางเครื่องสำอาง (นิตยสาร SMEs ชี้ช่องรวย, 26 พฤศจิกายน 2556: http://www.smartsme.tv/article_detail.php?gid=5&id=88)

สัดส่วนของผู้ผลิตเครื่องสำอางออกเป็น อุตสาหกรรมขนาดย่อม 75% ขนาดกลาง 20% และขนาดใหญ่ 5% มีมูลค่าการขายภายในประเทศต่อปีราว 40,000 ล้านบาท คิดเป็น 40% และมูลค่าการส่งออก ประมาณ 60,000 ล้านบาท คิดเป็น 60% (เอกสิทธ์ ใจงาม, Thailand Industrial Today: http://www.thailandpages.com/success.php?suid=22)

จากข้อมูลข้างต้น ทำให้มีผู้ประกอบการขนาดเล็กถึงขนาดกลางเล็งเห็นถึงโอกาสในการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางแบบจ้างผลิต ที่จ้างโรงงานประเภท OEM (Original Equipment Manufacturer) หรือผู้รับจ้างผลิตสินค้าให้กับบริษัทหรือเจ้าของตราสินค้า ผลิตได้รับความสนใจจากผู้ที่ต้องการมีธุรกิจเป็นของตนเองจำนวนมาก รวมไปถึงการใช้เงินทุนที่ไม่สูงนัก

ในขณะที่รูปแบบของการดำเนินธุรกิจแบบนี้ยังขาดความเข้าใจถึงขั้นตอนและข้อกำหนดต่างๆ อีกทั้งการทำผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางโดยผ่านโรงงาน OEM มีกฎหมายหลายส่วนที่ควบคุม ทำให้ผู้ดำเนินธุรกิจอาจเกิดความสับสน และไม่รู้ขั้นตอนรวมถึงสิ่งที่พึงระวังในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเพื่อให้สินค้าได้มาตรฐาน และถูกต้องตามกฎหมาย

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะออกแบบคู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการเตรียมความพร้อม เป็นแหล่งข้อมูล เพื่อสะดวกต่อเจ้าของตราสินค้า

1.2 คำถามในการทำคู่มือ

1.2.1. การทำตราสินค้าเครื่องสำอางท้องถิ่น มีขั้นตอนอย่างไร

1.2.2. การทำตราสินค้าเครื่องสำอางท้องถิ่น มีข้อกฎหมายที่ควรทราบอะไรบ้าง

1.2.3. การทำตราสินค้าเครื่องสำอางท้องถิ่นมีปัญหาใดบ้าง

1.2.4. โรงงานรับจ้างผลิต (OEM) มีเงื่อนไขในการรับจ้างทำตราสินค้าเครื่องสำอางท้องถิ่นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์

1.3.1 เพื่อศึกษาขั้นตอนในการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)

1.3.2 เพื่อรวบรวมข้อมูลทางด้านกฎหมายในการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)

1.3.3 เพื่อจัดทำคู่มือในการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)

1.4 ประโยชน์

1.4.1 เพื่อจัดทำคู่มือที่ใช้ในการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) และให้ความรู้กับผู้ที่สนใจ

1.4.2 เพื่อนำคู่มือในการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้กับเจ้าของตราสินค้า

1.4.3 เพื่อให้เจ้าของตราสินค้าสามารถติดต่อกับโรงงานรับจ้างผลิต(OEM) ได้

1.4.4 เพื่อให้เจ้าของตราสินค้าสามารถป้องกันปัญหาในการดำเนินงานร่วมกับโรงงานรับจ้างผลิต (OEM)

1.4.5 เพื่อให้เจ้าของตราสินค้าทราบถึงขั้นตอนทั้งหมดเพื่อวางขอบเขตและระยะเวลาในกระบวนการผลิตได้

1.5 ขอบเขตของคู่มือ

1.5.1 ประเด็นที่ศึกษา

คู่มือนี้เป็นการรวบรวมขั้นตอนในการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) โดยทำการศึกษาขั้นตอนและกระบวนการตั้งแต่เริ่มต้นวางแผนจนถึงขั้นตอนการผลิตจนได้เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) พร้อมขาย

1.5.2 กลุ่มเป้าหมาย

เจ้าหน้าที่ด้านการให้บริการที่ปรึกษาการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)

1.5.3 พื้นที่

เขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.5.4 ระยะเวลา

ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการตั้งแต่ เดือนมิถุนายน ถึง เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2557 เป็นระยะเวลา 45 วัน

1.6 นิยามศัพท์

นิยามคำศัพท์เฉพาะในการจัดทำคู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) มีดังนี้

1.6.1 ตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)

ตราสินค้าที่เจ้าของตราสินค้ามิได้เป็นผู้ผลิตเอง แต่จ้างโรงงานรับจ้างผลิต (OEM) รวมไปถึงมีกระบวนการการผลิตภายในประเทศ แต่อาจเติบโตหรือขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศได้

1.6.2 เจ้าของตราสินค้า หมายถึง บุคคลหรือองค์กรที่เป็นผู้มีกรรมสิทธิ์ในตราสินค้านั้นๆ

1.6.3 โรงงานรับจ้างผลิต (OEM) หมายถึง ผู้ที่รับจ้างเจ้าของตราสินค้า ในกระบวนการผลิตสินค้านั้นๆ โดยที่ผู้รับจ้างหรือโรงงานไม่ได้มีกรรมสิทธิ์ใดๆในตราสินค้า

1.6.4 กฎหมายควบคุมเครื่องสำอาง หมายถึง ข้อกำหนด หรือกฎเกณฑ์ใดๆ ที่ถูกตั้งขึ้นจากหน่วยงานราชการของประเทศไทย เพื่อควบคุมคุณภาพของเครื่องสำอาง รวมไปถึงการคุ้มครองผู้บริโภคเครื่องสำอาง

บทที่ 2
การทบทวน วรรณกรรม

การทำคู่มือและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

2.1 ความหมายของคำหลัก

2.1.1 เครื่องสำอาง

(พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง, 2535) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ทา ถู นวด โรย พ่น หยอด ใส่ อบ หรือกระทำด้วยวิธีอื่นใด ต่อส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกาย เพื่อความสะอาด ความสวยงาม หรือส่งเสริมให้เกิดความสวยงามและรวมตลอดทั้งเครื่องประทินผิวต่าง ๆ แต่ไม่รวมถึงเครื่องประดับและเครื่องแต่งตัว ซึ่งเป็นอุปกรณ์ภายนอกร่างกาย

กล่าวคือ เครื่องสำอางหมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับร่างกายมนุษย์ เพื่อความสะอาด และความสวยงามเท่านั้น แต่ไม่รวมถึง การบำบัด บรรเทา รักษาโรค ป้องกันโรค หรือมีผลต่อโครงสร้างหรือการกระทำหน้าที่ต่าง ๆ ของร่างกายอันเป็นสรรพคุณทางยา

2.1.2 ตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)

Wolfe (1991) ได้ให้คำจำกัดความของ Local Brand ว่าเป็น ตราสินค้าที่มีอยู่ในประเทศใดประเทศหนึ่งหรือในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่ จำกัด

ในขณะที่ Schuiling et al (2004) ให้ขอบเขตของ Local Brand ว่าเป็นตราสินค้าที่อยู่ในท้องถิ่น รวมไปถึงระหว่างประเทศ และระดับโลก

ในงานวิจัยนี้ ตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) หมายถึง ตราสินค้าที่ผู้เป็นเจ้าของไม่ได้เป็นผู้ดำเนินการผลิต แต่เป็นผู้ควบคุมและกำหนดรูปแบบของสินค้า โดยที่จ้างโรงงานผลิต

2.1.3 โรงงานรับจ้างผลิต (OEM)

OEM: Original Equipment Manufacturer คือผู้รับจ้างผลิตสินค้าให้กับบริษัทที่จะไปขายในตราสินค้าของตัวเอง (ดร. ชาตรี ศรีไพพรรณ, 2553)

ในงานวิจัยนี้ โรงงานรับจ้างผลิต หมายถึง ผู้ที่ดำเนินธุรกิจผลิตสินค้า โดยที่มีเจ้าของตราสินค้าเป็นผู้กำหนดรูปแบบสินค้า และโรงงานไม่มีสิทธิใดๆในตราสินค้านั้นๆ เป็นเพียงผู้ผลิตเท่านั้น

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตเครื่องสำอาง (Good Manufacturing Practice: GMP)

(กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2537)มาตรฐานการผลิตเครื่องสำอางที่มีคุณภาพ ต้องมีการควบคุม ดูแลและตรวจสอบทุกขั้นตอน เริ่มตั้งแต่ ตัวอาคารสถานที่ผลิต อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต บุคลากร วัตถุดิบ และกรรมวิธีในการผลิต หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตเครื่องสำอางดังต่อไปนี้ จึงเป็นข้อแนะนำทั่วๆ ไปที่ผู้ผลิตสามารถนำไปปรับปรุงให้สอดคล้องกับสภาพของสถานที่ผลิตเครื่องสำอางแต่ละแห่งได้ โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐานและมีความปลอดภัย อันจะเป็นการคุ้มครองสุขอนามัยและผลประโยชน์ของผู้บริโภค ในขณะเดียวกันผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาตรฐาน ก็จะได้รับความเชื่อถือจากผู้บริโภคเป็นการตอบแทน วัตถุประสงค์ในการกำหนดหลักเกณฑ์นี้ เพื่อให้ผู้ผลิตเครื่องสำอางได้ใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติ เพื่อให้การผลิตเครื่องสำอางภายในประเทศมีการพัฒนาก้าวหน้ายิ่งขึ้นต่อไป

(WHO, http://www.who.int/bloodproducts/gmp/en/) GMP เป็นระบบเพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตอย่างต่อเนื่องและมีการควบคุมเป็นไปตามมาตรฐานคุณภาพที่เหมาะสมแก่การใช้งานที่ต้องการและเป็นไปตามข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์

กล่าวคือ GMP หมายถึง ระบบในการควบคุมกระบวนการทุกกระบวนการ ตั้งแต่เริ่มรับวัตถุดิบ ไปจนถึงสินค้าส่งถึงมือผู้บริโภค เพื่อให้สินค้ามีมาตรฐานและความปลอดภัย สามารถตรวจสอบได้ในทุกขั้นตอน

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามหลักเกณฑ์ จึงกำหนดนิยามศัพท์ไว้ดังต่อไปนี้ (กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2537)

เครื่องสำอาง" (Cosmetic) หมายถึง เครื่องสำอางตามกฎหมายว่าด้วยเครื่องสำอาง

หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต (Good Manufacturing Practice) เป็นส่วนหนึ่งของการประกันคุณภาพ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นว่า ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกสู่ท้องตลาดมีคุณภาพดีสม่ำเสมอ เหมาะสำหรับการใช้ ซึ่งเกี่ยวข้องทั้งการผลิตและ การควบคุมคุณภาพ

ภาชนะบรรจุ (Primary Packaging Materials) หมายถึงวัสดุใดๆที่ใช้บรรจุ หรือหุ้มห่อเครื่องสำอางโดยเฉพาะ

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

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

ครั้งที่ผลิต (Batch or Lot) หมายถึง เครื่องสำอางที่ผลิตขึ้นแต่ละครั้งในวงจรการผลิตเดียวกัน มีคุณลักษณะ และคุณภาพที่ สม่ำเสมอกันตลอด

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

วันที่ผลิต (Date of Manufacture) หมายถึง วันที่เริ่มต้นกระบวนการผลิตเครื่องสำอางแต่ละครั้ง

วันหมดอายุ (Expiration Date or Expiry Date) หมายถึง ช่วงเวลาที่แสดงว่า ผลิตภัณฑ์ยังคงสภาพอยู่ เมื่อเก็บไว้ภายใต้เงื่อนไขที่แนะนำ

วัตถุดิบ (Raw Materials) หมายถึง สาร / วัตถุใดๆที่เป็นส่วนประกอบในสูตร ตำรับ ในการผลิตเครื่องสำอาง

เครื่องสำอางรอการบรรจุ (Bulk Product) หมายถึง เครื่องสำอางที่ผ่านกระบวนการผลิตแล้ว พร้อมที่จะบรรจุเป็นเครื่องสำอางสำเร็จรูปต่อไป

เครื่องสำอางสำเร็จรูป (Finished Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ได้ผ่านกรรมวิธีการผลิต การบรรจุและการควบคุมคุณภาพเรียบร้อยแล้ว พร้อมที่จะจำหน่ายได้

เอกสารการผลิต (Documentation) หมายถึง บันทึกที่จัดทำขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษร ที่เกี่ยวข้องกับสูตรตำรับ กรรมวิธีการผลิต ผลการทดสอบคุณภาพ และบันทึกอื่นๆซึ่งเกี่ยวข้องกับการผลิตเครื่องสำอางแต่ละครั้ง และหมาย รวมถึงการจัดเก็บบันทึกต่างๆ

สูตรแม่บท (Master Formula) หมายถึง การกำหนดปริมาณวัตถุดิบเพื่อผลิตเครื่องสำอางแต่ละตำรับ ตามกรรมวิธีการผลิตที่ได้กำหนดไว้โดยละเอียด

การผลิต (Manufacturing) หมายถึง การปฏิบัติการทุกอย่างในการผลิตเครื่องสำอาง เริ่มตั้งแต่ การชั่งวัตถุดิบกระบวนการผลิต การบรรจุ การบรรจุหีบห่อ และการติดฉลาก

การดำเนินการผลิต (Production) หมายถึง การดำเนินการในกระบวนการผลิตและการบรรจุ

กระบวนการผลิต (Processing) หมายถึง เป็นส่วนหนึ่งของวงจรการผลิต เริ่มตั้งแต่การชั่ง การผสมวัตถุดิบ จนได้เป็นเครื่องสำอางที่พร้อมจะบรรจุ

การควบคุมระหว่างการผลิต (In-Process Control) หมายถึง การทดสอบและตรวจสอบในระหว่างการดำเนินการผลิต

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

ผลผลิตที่ได้ตามทฤษฎี (Theoretical Yield) หมายถึง ปริมาณที่ควรจะผลิตได้ในขั้นตอนต่างๆของการผลิต เช่นกระบวนการผลิต การบรรจุของเครื่องสำอางแต่ละตำรับซึ่งขึ้นอยู่กับส่วนประกอบที่ใช้โดยไม่คำนึงถึงส่วนที่สูญเสียหรือขาดหายไปในการผลิตจริง

การทำให้ปราศจากเชื้อ (Sterilization) หมายถึง การทำลายเชื้อจุลินทรีย์ โดยการนึ่ง อบ ใช้ก๊าซหรือการผ่านรังสีเป็นต้น

ห้องหรือบริเวณที่สะอาด (Clean Room or Clean Area) หมายถึงห้อง หรือบริเวณที่มีการควบคุมฝุ่นละออง และเชื้อจุลินทรีย์ให้อยู่ในปริมาณที่กำหนด

การประกันคุณภาพ (Quality Assurance) หมายถึง การปฏิบัติการ หรือการดำเนินการเพื่อให้ได้มาซึ่งเครื่องสำอางที่มีคุณภาพมาตรฐานตามที่กำหนด รวมถึงหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตเครื่องสำอาง ตลอดจนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์

การควบคุมคุณภาพ (Quality Control) หมายถึง การตรวจสอบและวิเคราะห์ เพื่อให้แน่ใจได้ว่าเครื่องสำอางที่ผลิตออกมาแต่ละครั้ง มีคุณสมบัติตรงตามข้อกำหนดของเอกลักษณ์ ความแรง และคุณสมบัติอื่นของเครื่องสำอางนั้นๆ

ข้อกำหนด (Specification) หมายถึง เอกสารที่แสดงรายละเอียดคุณลักษณะทางเคมี ทางฟิสิกส์ และทางชีวภาพของวัตถุดิบส่วนผสมที่อยู่ระหว่างการผลิต หรือเครื่องสำอางสำเร็จรูป

ตัวอย่างซึ่งเป็นตัวแทนของทั้งหมด (Representative Sample) หมายถึง ตัวอย่างที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างที่ถูกต้องซึ่งเชื่อมั่นว่า จะเป็นตัวแทนของทั้งหมด

การกักกัน (Quarantine) หมายถึง การจัดแยก หรือการกันวัตถุดิบ วัสดุการบรรจุ เครื่องสำอางรอการบรรจุและเครื่องสำอางสำเร็จรูป ไว้เป็นสัดส่วนต่างหากในระหว่างที่รอผลการตรวจสอบ

ปล่อยหรือผ่าน (Released or Passed) หมายถึง วัตถุดิบ วัสดุการบรรจุ เครื่องสำอางรอการบรรจุ และเครื่องสำอางสำเร็จรูป ที่อนุญาตให้นำมาใช้ผลิตหรือจำหน่าย

ไม่ผ่าน (Rejected) หมายถึง วัตถุดิบ วัสดุการบรรจุ เครื่องสำอางรอการบรรจุ และเครื่องสำอางสำเร็จรูป ที่ไม่อนุญาตให้นำมาใช้ผลิตหรือจำหน่าย

การสุขาภิบาล (Sanitation) หมายถึง การควบคุมดูแลทุกสิ่งทุกอย่างในการผลิต รวมถึงตัวอาคารสถานที่ผลิตบุคลากร อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต และการเคลื่อนย้ายวัสดุต่างๆให้ถูกสุขอนามัย

การวิจัยพัฒนา (Research and Development) หมายถึง การดำเนินการศึกษา ค้นคว้า รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องสำอาง อันได้แก่ การศึกษาค้นคว้าคุณสมบัติของเครื่องสำอาง ทั้งในด้านฟิสิกส์ เคมี พิษวิทยา และด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้อง การศึกษาวิธีการควบคุมคุณภาพเครื่องสำอาง นอกจากนี้ยังรวมถึงการพัฒนาตำรับเครื่องสำอาง และการศึกษาความคงตัวของเครื่องสำอางด้วย

บุคลากร (Personnel)

โครงสร้างการบริหารงานของสถานที่ผลิตเครื่องสำอาง เจ้าหน้าที่ผลิตและเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพจะต้องแยกความรับผิดชอบ ทำงานเป็นอิสระไม่ขึ้นแก่กัน มีอำนาจในการตัดสินใจ และควรกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงานในแต่ละระดับ

หัวหน้ารับผิดชอบแต่ละแผนก จะต้องมีความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายเป็นอย่างดี

พนักงานที่ปฏิบัติงานในสถานที่ผลิตเครื่องสำอาง จะต้องได้รับการอบรมเกี่ยวกับการผลิต หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต (GMP)ความรู้ทางด้านสุขอนามัยและข้อควรระวังในการปฏิบัติงาน

จัดให้มีพนักงานอย่างเพียงพอในการปฏิบัติงาน

มีสุขภาพอนามัยที่สมบูรณ์ แข็งแรง ทั้งร่างกายและจิตใจ ไม่เป็นโรคติดต่อ โรคผิวหนัง หรือมีบาดแผลตามร่างกายจะต้องตรวจสุขภาพสม่ำเสมออย่างน้อยปีละ 1ครั้ง เอกสารการตรวจสุขภาพต้องเก็บไว้เป็นหลักฐาน

พนักงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เมื่อเข้าสู่บริเวณผลิต จะต้องสวมเสื้อผ้า รองเท้า ถุงมือ และที่ปิดปากและจมูกตามความเหมาะสมกับการปฏิบัติงาน อุปกรณ์ดังกล่าวจะต้องทำความสะอาดสม่ำเสมอ และไม่สวมเสื้อผ้าที่ใช้ปฏิบัติงานออกนอกบริเวณผลิต

สถานที่ผลิต (Premise)

สถานที่ตั้งตัวอาคารควรอยู่ในทำเลที่เหมาะสม แยกเป็นสัดส่วนจากบริเวณที่อยู่อาศัย

อาคารสถานที่ผลิตต้องออกแบบ และก่อสร้างให้เหมาะสม จัดให้มีพื้นที่มากเพียงพอที่จะติดตั้งเครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต พื้น ฝาผนัง และเพดานของอาคารควรทำด้วยวัสดุที่คงทน พื้นผิวเรียบ ไม่ขรุขระ ไม่มีรอยแตกและสะดวกต่อการทำความสะอาดและบำรุงรักษา

จัดให้มีแสงสว่าง และการระบายอากาศที่เหมาะสมเพียงพอสำหรับการปฏิบัติงานภายในอาคารสถานที่ผลิต

จัดให้มีการป้องกันสัตว์ และแมลงไม่ให้เข้าในบริเวณสถานที่ผลิตมีห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า ห้องน้ำ ห้องส้วม ให้เหมาะสมกับจำนวนพนักงาน

ห้องหรือบริเวณผลิต และบรรจุเครื่องสำอาง ต้องมีขนาดเหมาะสม ไม่เป็นทางผ่านไปยังบริเวณอื่น ภายในห้องจัดให้มีโต๊ะสำหรับทำงานที่เหมาะสม

ห้องหรือบริเวณเก็บวัตถุดิบจะต้องแห้ง สะอาด มีการควบคุมอุณหภูมิ ความชื้น ตามความจำเป็น

จัดให้มีบริเวณที่เป็นสัดส่วน สำหรับกักกันวัตถุดิบ วัสดุการบรรจุ เครื่องสำอางรอการบรรจุ และเครื่องสำอางสำเร็จรูปที่รอผลการวิเคราะห์

มีสถานที่เฉพาะสำหรับเก็บวัตถุไวไฟ วัสดุที่ระเบิดง่าย วัตถุมีพิษ วัสดุการบรรจุเครื่องสำอางสำเร็จรูปที่ไม่ได้มาตรฐาน หรือเครื่องสำอางที่เรียกคืนจากลูกค้า

จัดให้มีสถานที่ และอุปกรณ์ที่เหมาะสมในการวิเคราะห์คุณภาพวัตถุดิบ เครื่องสำอางรอการบรรจุ และเครื่องสำอางสำเร็จรูป ในกรณีที่ไม่สามารถจัดสถานที่และทำการวิเคราะห์เครื่องสำอางได้ อย่างน้อยจะต้องมีหลักฐานแสดงการวิเคราะห์จากหน่วยงานที่เชื่อถือได้

การสุขาภิบาล (Sanitation) สถานที่ผลิตเครื่องสำอางจะต้องมีระบบการควบคุมดูแลในเรื่องการรักษาความสะอาดอย่างถูกต้อง ดังต่อไปนี้

สถานที่จะต้องจัดให้เป็นระเบียบ สะอาด ปราศจากสิ่งสกปรก และสัตว์ซึ่งเป็นพาหะของโรค

ไม่กระทำการใดๆที่ไม่ถูกสุขลักษณะเป็นต้นว่า รับประทานอาหาร สูบบุหรี่ เก็บอาหารหรือเครื่องดื่ม และเก็บสิ่งของที่ไม่เกี่ยวข้องกับเครื่องสำอางไว้ภายในสถานที่

จัดให้มีห้องส้วม และอ่างล้างมือสำหรับผู้ปฏิบัติงาน ห้องส้วมต้องถูกสุขลักษณะ มีอุปกรณ์เครื่องใช้สำหรับทำความสะอาด และฆ่าเชื้อตามความจำเป็น

ควรมีมาตรการที่ดีในการควบคุมของเสีย วัตถุอันตราย มลสารอื่นๆรวมทั้งกากตะกอน หรือสิ่งตกค้างจากสิ่งเหล่านั้น ที่ถูกปล่อยออกจากสถานที่ผลิต ซึ่งก่อให้เกิดหรืออาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม หรือภาวะที่เป็นพิษต่อสุขอนามัยของประชาชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริม และรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535

จัดให้มีภาชนะรองรับขยะมูลฝอยที่มีฝาปิด ในจำนวนที่เพียงพอ และมีระบบกำจัดขยะมูลฝอยที่เหมาะสม

จัดให้มีระบบระบายน้ำทิ้ง และสิ่งโสโครกในลักษณะที่เหมาะสม

จัดให้มีมาตรการเพื่อความปลอดภัย ดังนี้

มีทางออกฉุกเฉินให้เพียงพอกับจำนวนคนงาน พร้อมทั้งมีป้ายแสดงทางออกที่เห็นได้ง่าย

มีสัญญาณแจ้งเหตุอันตราย

มีเครื่องดับเพลิงหรือสิ่งอื่นที่ใช้ในการดับเพลิงจำนวนเพียงพอแก่สภาพ ตลอดจนจัดให้มีการป้องกันอัคคีภัยโดยวิธีอื่นด้วย

มีสถานที่และอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับใช้ในการปฐมพยาบาล

อุปกรณ์และเครื่องมือต่าง (Equipment)

เครื่องมือเครื่องใช้ และอุปกรณ์การผลิตจะต้องมีจำนวนเพียงพอ อยู่ในสภาพที่ใช้การได้ดี เป็นชนิดที่เหมาะสมกับงาน การออกแบบ
ติดตั้ง ควรคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

การปนเปื้อนที่อาจจะเกิดขึ้นในระหว่างการผลิต เช่น จากน้ำมันหล่อลื่น น้ำมันเชื้อเพลิง ผงหรือเศษโลหะ

สามารถทำความสะอาดตัวเครื่องมือ และบริเวณที่ตั้งเครื่องมือได้ง่าย สะดวก และทั่วถึง

ควรทำด้วยวัสดุที่ไม่ทำปฏิกิริยา ไม่ดูดซึม และไม่หลุดลอกติดกับเครื่องสำอาง วัตถุดิบ และสารที่ใช้ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อ

สะดวกต่อการใช้งาน และการบำรุงรักษา

เครื่องมือ เครื่องใช้ และอุปกรณ์การผลิตก่อนและหลังการใช้แล้ว ต้องทำความสะอาดและฆ่าเชื้อ และเก็บไว้ในที่เหมาะสม

วัตถุดิบและวัสดุการบรรจุ (Raw Materials and Packaging Materials)

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

ต้องไม่เป็นสาร หรือวัสดุที่เป็นอันตรายต่อสุขอนามัยของประชาชน มีคุณภาพตามที่กำหนดไว้

ต้องอยู่ในสภาพที่ดี ภาชนะบรรจุต้องไม่มีรอยแตกหรือชำรุด และมีรายละเอียดเกี่ยวกับ ชื่อ ครั้งที่ผลิต เลขที่หรืออักษรแสดงครั้งที่ผลิต และปริมาณ

ต้องจัดเก็บให้เป็นสัดส่วนและเหมาะสม เพื่อป้องกันการหลงลืมสับสน การปนเปื้อน และการเสื่อมสลายอันเนื่องมาจากอุณหภูมิ ความชื้น และแสงแดด ในการจัดเก็บจะต้องไม่วางบนพื้นโดยตรง ควรมียกพื้น หรือชั้นสำหรับวางรองรับ

ต้องกักกันไว้ก่อนเพื่อรอผลการตรวจสอบ และทดสอบจากเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพ ที่ภาชนะบรรจุจะต้องมีเครื่องหมายเพื่อแสดงว่าได้รับการอนุมัติหรือไม่ได้รับการอนุมัติ หรืออยู่ระหว่างรอผลการวิเคราะห์

วัตถุดิบและวัสดุการบรรจุที่ได้รับการอนุมัติแล้ว จะต้องมีการใช้หมุนเวียนในลักษณะที่รับมาก่อนจะต้องนำไปใช้ก่อน (First-in, First-out)

วัตถุดิบและวัสดุการบรรจุที่เหลือเก็บอยู่ในคลังสินค้า ต้องนำมาตรวจสอบซ้ำเป็นระยะๆ เพื่อให้แน่ใจว่ายังอยู่ในสภาพที่ดี

จะต้องมีมาตรการหรือวิธีการที่ถูกต้องตามหลักวิชาการในการควบคุมคุณภาพของน้ำที่ใช้ในการผลิตเครื่องสำอาง

การดำเนินการผลิต (Production)

กระบวนการผลิต (Processing)

ต้องมีวิธีการปฏิบัติ ที่เป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อป้องกันความผิดพลาด และการปนเปื้อนที่อาจจะเกิดขึ้น ก่อนจะนำวิธีการผลิตที่กำหนดมาใช้ จะต้องตรวจสอบเพื่อให้แน่ใจว่าถูกต้องและเหมาะสม โดยเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถเป็นผู้ดำเนินการ

จัดให้มีพื้นที่สำหรับชั่งวัตถุดิบเป็นสัดส่วน และต้องมีเจ้าหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้อง

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตจะต้องบรรจุในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทมีฉลากแสดงไว

อุปกรณ์การผลิตและภาชนะที่ใช้ในการผลิตเครื่องสำอาง จะต้องทำความสะอาด และจัดเก็บรักษาให้เหมาะสมเพื่อ
ป้องกันการปนเปื้อน

ในระหว่างการผลิต พื้นที่รอบบริเวณผลิต จะต้องไม่มีวัตถุอื่นใด หรืออุปกรณ์การผลิตที่ไม่จำเป็น

ในห้องผลิตเดียวกัน ถ้ามีการผลิตเครื่องสำอางหลายๆตำรับพร้อมๆกัน หรือมีการผลิตเครื่องสำอางอื่นมาก่อน จะต้องมีการป้องกันการปนเปื้อนที่อาจจะเกิดขึ้นในเครื่องสำอาง

เครื่องสำอางก่อนจะออกสู่ผู้บริโภคจะต้องได้รับการตรวจสอบ และอนุมัติจากเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพ

เครื่องสำอางที่รอการบรรจุ จะต้องจัดเก็บในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทและมีเครื่องหมายแสดงไว้

การบรรจุ (Packaging)

เครื่องสำอางแต่ละชนิดจะต้องมีวิธีการบรรจุที่กำหนด (Master Packaging Procedure) ซึ่งระบุขนาดภาชนะบรรจุ และชนิดของภาชนะบรรจุ

วัสดุการบรรจุของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแต่ละชนิด จะต้องแยกเก็บไม่ให้ปะปนกัน

ฉลากทุกชนิดสำหรับภาชนะบรรจุ หีบห่อ และกล่อง จะต้องได้รับการตรวจสอบความถูกต้อง และผ่านการเห็นชอบจากเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพ

การบรรจุและปิดฉลากเครื่องสำอาง จะต้องบันทึกในบันทึกการผลิต (Batch Processing Record)ว่าเครื่องสำอางที่ผลิตนั้น ผ่านการทดสอบและได้รับความเห็นชอบจากเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพแล้ว

เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการบรรจุและปิดฉลาก ในการเบิกวัสดุ ภาชนะบรรจุ หีบห่อ และฉลาก จะต้องตรวจสอบจำนวนแน่นอน แล้วบันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อที่จะได้ตรวจสอบเปรียบเทียบ กับจำนวนภาชนะบรรจุ และฉลากที่ใช้จริง ภายหลังที่เสร็จสิ้นการบรรจุและปิดฉลากได้โดยง่าย

เครื่องสำอางสำเร็จรูปทุกชนิด จะต้องมีฉลากติดอยู่ ซึ่งข้อความในฉลากนั้น จะต้องเป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมาย และทำการกักกันไว้จนกว่าจะผ่านการทดสอบ และอนุมัติเป็นลายลักษณ์อักษรจากเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพ

การควบคุมคุณภาพ (Quality Control)

ผู้ผลิตจะต้องมีเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพ ซึ่งจะต้องมีอิสระและมีอำนาจในการตัดสินใจดังต่อไปนี้

จัดทำวิธีการควบคุมคุณภาพ ข้อกำหนดและวิธีการทดสอบทางเอกลักษณ์ คุณสมบัติทางเคมี ฟิสิกส์ และการปนเปื้อนของจุลินทรีย์ในวัตถุดิบ เครื่องสำอางรอการบรรจุ และเครื่องสำอางสำเร็จรูป เป็นลายลักษณ์อักษร

จัดให้มีเครื่องมือที่เหมาะสมในการควบคุมคุณภาพ

จัดทำวิธีการสุ่มตัวอย่าง และเก็บตัวอย่างวัตถุดิบ และเครื่องสำอางสำเร็จรูป ไว้เป็นหลักฐาน ในกรณีที่วัตถุดิบเก็บไว้เป็นระยะเวลานาน จะต้องนำมาตรวจซ้ำเพื่อให้แน่ใจว่ายังคงมีคุณภาพตามข้อกำหนด

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

มีอำนาจในการอนุมัติ หรือไม่อนุมัติการผ่านของวัตถุดิบโดยแสดงเครื่องหมายบนภาชนะบรรจุ วัสดุการบรรจุ และเครื่องสำอางสำเร็จรูปที่ผ่านการตรวจสอบตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

ควรกำหนดวันหมดอายุของเครื่องสำอาง และกำหนดวิธีการเก็บรักษาโดยการตรวจสอบความคงตัวของเครื่องสำอาง ในกรณีที่เครื่องสำอางนั้นมีวัตถุดิบที่ระบุวันหมดอายุ

ตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบ และวัสดุการบรรจุว่า มีคุณภาพตามที่กำหนดไว้หรือไม่

มีส่วนร่วมในการตรวจสอบผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการผลิต เช่น มีการเปลี่ยนแปลงอุปกรณ์การผลิต วิธีการผลิต และวัตถุดิบ

จัดให้มีมาตรการที่เหมาะสมในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องสำอาง เพื่อเตรียมรับกรณีที่มีการร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพ

ประเมินผลการตรวจสอบ และผลวิเคราะห์เครื่องสำอางที่พบข้อบกพร่องในเรื่องคุณภาพ และจัดให้มีมาตรการในการเรียกผลิตภัณฑ์คืนจากท้องตลาด

มีส่วนร่วมในการตัดสินใจกับแผนกอื่น ในการประเมินผลเครื่องสำอางที่ได้รับคืนจากท้องตลาด

บันทึกและรวบรวมผลการตรวจสอบ และผลวิเคราะห์วัตถุดิบ วัสดุการบรรจุ และผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ในกรณีที่ไม่สามารถทำการวิเคราะห์เครื่องสำอางได้ อย่างน้อยจะต้องมีหลักฐานแสดงการวิเคราะห์จากหน่วยงานที่เชื่อถือได้

เอกสารการผลิต (Documentation)

ผู้ผลิตจะต้องจัดทำเอกสารการผลิตเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อช่วยให้ผู้ผลิตทำการผลิตและควบคุมคุณภาพให้เป็นไปตามที่กำหนดทุกครั้งหากมีการร้องเรียนจะได้สามารถตรวจสอบและหาสาเหตุได้ เอกสารดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

สูตรแม่บท (Master Formula) มีรายละเอียด ดังนี้

(1) ชื่อผลิตภัณฑ์

(2) ชนิด จำนวน และปริมาณของวัตถุดิบและวัสดุการบรรจุที่ใช้ทั้งหมด

(3) ข้อแนะนำในการผลิต การบรรจุ และการเก็บรักษา เครื่องสำอางรอการบรรจุ และเครื่องสำอางสำเร็จรูป

(4) ผลผลิตที่ได้ตามทฤษฎี และค่าเบี่ยงเบนที่ยอมรับให้มีได้

เอกสารการผลิตของครั้งที่ผลิต (Batch Documentation) เป็นรายงานการวิเคราะห์เครื่องสำอางแต่ละครั้ง ซึ่งต้องจัดทำขึ้นเพื่อแสดงว่าได้ผ่านการผลิต และการวิเคราะห์ตามสูตรแม่บทแล้ว มีรายละเอียดดังนี้

(1) ชื่อ จำนวน สูตรหรือตำรับเครื่องสำอาง

(2) วันที่ผลิตและครั้งที่ผลิต

(3) หมายเลขการวิเคราะห์วัตถุดิบทุกชนิดที่ใช้ในการผลิต

(4) รายละเอียดเกี่ยวกับการผลิต และอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต

(5) ชื่อและลายมือชื่อเจ้าหน้าที่ผู้ดำเนินการผลิต

(6) รายงานผลการวิเคราะห์ที่เกี่ยวกับการผลิตและการแก้ไข

(7) ลายมือชื่อพร้อมวันที่ของเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในการอนุมัติหรือไม่อนุมัติให้เครื่องสำอางรุ่นนั้นออกจำหน่ายได้

รายงานการควบคุมคุณภาพ (Quality Control Report) เป็นรายงานการตรวจสอบวัตถุดิบ วัสดุการบรรจุ เครื่องสำอางรอการบรรจุ และเครื่องสำอางสำเร็จรูป มีรายละเอียดดังนี้

(1) ชื่อ จำนวน

(2) วันที่ผลิต ครั้งที่ผลิต หรือรุ่นที่ผลิต

(3) ผลการตรวจสอบ

(4) การประเมินผล สรุป และลายมือชื่อของเจ้าหน้าที่ที่ทำการตรวจสอบ

ข้อกำหนด (Specification) ประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้

(1) ข้อกำหนดของวัตถุดิบ (Raw Material Specification) มีรายละเอียดดังนี้

- ชื่อทางการค้าและ/หรือรหัส
- ชื่อทางเคมี
- ชื่อผู้ผลิต/หรือชื่อผู้แทนจำหน่าย
- คุณลักษณะ รวมถึงการทดสอบหาความบริสุทธิ์ของสาร การทดสอบคุณสมบัติทางกายภาพและทางเคมี
- การทดสอบทางด้านจุลชีววิทยา (ถ้าจำเป็น)และการวิเคราะห์
- ความถี่ของการตรวจสอบซ้ำของวัตถุดิบที่เก็บไว้นานในกรณีที่จำเป็น
- วันหมดอายุ (ถ้ามี)
- การทดสอบวัตถุดิบที่หมดอายุแล้ว ในกรณีที่ต้องการทราบว่าวัตถุดิบนั้นยังใช้ได้หรือไม่
- ข้อควรระวังพิเศษ เช่น วัตถุดิบที่จัดว่า เป็นสารที่อันตรายติดไฟง่ายหรือระเบิดได้ ควรปิดฉลากและมีเครื่องหมายแสดงไว้
- วันที่ออกข้อกำหนด

(2) ข้อกำหนดของวัสดุการบรรจุ (Packaging Material Specification) มีรายละเอียดดังนี้

- ชื่อทางการค้าและ/ หรือรหัส
- รายละเอียดต่างๆ ได้แก่ ความหนา ความกว้าง สี ความชัดเจนของตัวหนังสือ
- ชื่อผู้ผลิตและ/ หรือชื่อผู้แทนจำหน่าย
- ข้อควรระวังในกรณีที่จำเป็น
- วันที่ออกข้อกำหนด

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

- ชื่อทางการค้าและ/หรือรหัส
- รูปแบบของเครื่องสำอางและความแรง

- คุณสมบัติทางกายภาพ ได้แก่ สี รูปร่าง กลิ่น ปริมาณที่บรรจุ ความเป็นกรด-ด่าง (pH) ความหนืด เป็นต้น
- การวิเคราะห์ทางเคมีหรือจุลชีววิทยา (ในกรณีที่จำเป็น)
- วันหมดอายุ (ถ้ามี)
- การเก็บรักษาและข้อควรระวัง (ถ้ามี)
- วันที่ออกข้อกำหนด

การเก็บรักษาเอกสารและการเก็บตัวอย่างเป็นหลักฐาน (Preservation of reports and Reference Samples)

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

(2) ตัวอย่างวัตถุดิบและเครื่องสำอางสำเร็จรูปที่เก็บไว้เป็นหลักฐานจะต้องเก็บในจำนวนที่เพียงพอ สำหรับการตรวจสอบได้เมื่อมีการร้องเรียนหรือเกิดปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น

การตรวจสอบด้วยตนเอง (Self-Inspection)

ผู้ผลิตควรจัดบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความรู้ ตรวจสอบสถานที่, การผลิต การควบคุมคุณภาพ และสิ่งอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเครื่องสำอาง

เครื่องสำอางเรียกคืน (Recalled Records)

ผู้ผลิตจะต้องรับผิดชอบในการเรียกเก็บเครื่องสำอางคืน เมื่อมีเหตุจำเป็น การเรียกเก็บจะต้องสามารถทำได้ทันที และทำตามแผนที่ได้กำหนดไว้เป็นลายลักษณ์อักษรล่วงหน้า เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าใจและสามารถปฏิบัติตามได้

บันทึกการจำหน่าย (Distribution Records)

จะต้องมีบันทึกการจำหน่ายของเครื่องสำอางสำเร็จรูป เพื่อให้สามารถติดตามได้ง่าย ถูกต้อง รวดเร็ว เมื่อต้องการเรียกเก็บเครื่องสำอางคืนจากท้องตลาด

ข้อร้องเรียนและรายงานการแพ้เครื่องสำอาง (Complaints and Reports of Cosmetic Allergy)

ข้อร้องเรียนและรายงานที่ได้รับจากผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพ ความปลอดภัย และอื่นๆ เกี่ยวกับเครื่องสำอางที่ก่อให้เกิดอาการไม่พึงประสงค์ต่อผู้บริโภค ผู้ผลิตจะต้องบันทึกเกี่ยวกับเครื่องสำอางที่ก่อให้เกิดอันตรายนั้น และทำการตรวจสอบ ประเมินผล หากพบว่าคุณภาพผิดไปจากข้อกำหนดทำให้ไม่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค จะต้องเรียกเก็บคืนจากท้องตลาดและทำลายทิ้งทันที

เครื่องสำอางคืน (Returned Products)

ผู้ผลิตต้องกำหนดวิธีการจัดการเกี่ยวกับเครื่องสำอางคืน โดยการตรวจสอบ และ/หรือ วิเคราะห์เครื่องสำอางที่คืนและตัดสินใจว่าจะทำลายหรือนำมาแก้ไขใหม่

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การจัดทำคู่มือเรื่อง “คู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งมีขั้นตอน วิธีการนำเสนอ ดังนี้

1. แหล่งข้อมูล
2. กรอบขั้นตอนงานวิจัย
3. กลุ่มเป้าหมาย
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การออกแบบเครื่องมือ
6. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
7. การวิเคราะห์ข้อมูล
8. ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

3.1 แหล่งข้อมูล

การจัดทำคู่มือในครั้งนี้ใช้แหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ประกอบด้วย

3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นการสัมภาษณ์ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการต่างๆ หรือเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายในโรงงานรับจ้างผลิตเครื่องสำอาง จำนวน 5 คน

3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ได้แก่ ข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงกฎหมายที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคและการควบคุมเครื่องสำอาง

3.2 กรอบขั้นตอนงานวิจัย

ขั้นตอนที่ 1: ระบุปัญหาของการทำเครื่องสำอางท้องถิ่น (Local Brand)

ขั้นตอนที่ 2: ค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเครื่องสำอางท้องถิ่น (Local Brand)

ขั้นตอนที่ 3: การออกแบบงานวิจัย

- ศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลจากหนังสือ วารสาร บทความ และงานวิจัย เพื่อรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นในการทำคู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)
- กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารวบรวมข้อมูล
- ออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล (แบบสัมภาษณ์เชิงลึก)

ขั้นตอนที่ 4: การเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูล

- แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ โดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีหน้าที่ประสานงานระหว่างเจ้าของตราสินค้า กับโรงงาน
- แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เช่น หนังสือ วารสาร บทความ และงานวิจัยเพื่อรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นในการทำคู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)

ขั้นตอนที่ 5: รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์

ขั้นตอนที่ 6: การสังเคราะห์องค์ความรู้เพื่อสร้างคู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)

ขั้นตอนที่ 7: การจัดสนทนากลุ่มหน้าที่ประสานงานระหว่างเจ้าของตราสินค้า กับโรงงาน และเจ้าของตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) (เจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย) เพื่อวิพากย์คู่มือที่ผู้จัดทำได้ทำขึ้น

ขั้นตอนที่ 8: การปรับปรุงคู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)

ขั้นตอนที่ 9: การสรุป สังเคราะห์คู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) อภิปรายผล และข้อเสนอแนะต่อคู่มือ และการนำเสนอ

3.3 กลุ่มตัวอย่าง

3.3.1. ระยะก่อนการสังเคราะห์คู่มือ

- ผู้อำนวยการการตลาด โรงงานรับจ้างผลิตเครื่องสำอาง โดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จำนวน 1 คน

3.3.2. ระยะหลังการสังเคราะห์คู่มือ

- ผู้มีหน้าที่ดำเนินการเกี่ยวกับการติดต่อประสานงาน การตลาด หรือผู้แทนขายในโรงงานรับจ้างผลิต โดยการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) จำนวน 4 คน

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการทำคู่มือครั้งนี้ ได้แก่

ระยะก่อนการสังเคราะห์คู่มือ

1. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เกี่ยวกับขั้นตอนในการทำเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น ของกลุ่มตัวอย่าง ตัวแทนผู้ที่มีหน้าที่ประสานงานระหว่างเจ้าของตราสินค้า และ โรงงาน

ระยะหลังการสังเคราะห์คู่มือ

2. แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group Discussion) เป็นแบบสัมภาษณ์ปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อคู่มือฉบับจำลองที่ทางผู้จัดทำได้ออกแบบขึ้นสำหรับเป็นคู่มือ (Manual) การประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)

3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยเรื่อง “คู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)” เป็นงานวิจัยประเภท วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยแบ่งลักษณะการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ทำการศึกษาเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) แบ่งเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group)

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีผู้ที่เรียบเรียงไว้แล้ว ซึ่งได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากตำราเอกสาร วารสาร สิ่งตีพิมพ์ งานวิจัยทั้งในและต่างประเทศและข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต (Internet) และเว็บไซต์ (Website) ที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงกฎหมายที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค และการควบคุมเครื่องสำอาง

ระยะก่อนการทำแบบจำลองคู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการ ดังนี้

1. ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายเครื่องสำอางในประเทศไทย

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก แบบกึ่งโครงสร้าง เกี่ยวกับขั้นตอนการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น(Local Brand)

2.1 ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจากวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่าง

2.2 ผู้วิจัยเตรียมความพร้อมก่อนการสัมภาษณ์

2.3 นำหนังสือแนะนำตัวจากวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ไปดำเนินการเก็บข้อมูล โดยมีผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังการทำคู่มือจำลองการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) ได้เก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยวิธีการดังนี้

1. การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยการสำรวจความคิดเห็นต่อคู่มือจำลองที่ทางผู้วิจัยได้ออกแบบขึ้นสำหรับเป็นคู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) ของกลุ่มตัวอย่างตัวแทนผู้ที่มีหน้าที่ประสานงานระหว่างเจ้าของตราสินค้า กับโรงงาน จำนวน 5 คน ดังนี้

1.1 ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจากวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างในการตอบคำถาม การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

1.2 ผู้วิจัยเตรียมความพร้อมก่อนการสัมภาษณ์

1.3 นำหนังสือแนะนำตัวจากวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ไปดำเนินการเก็บข้อมูล โดยมีผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจะเริ่มตั้งแต่การนำข้อมูลมารวบรวมตามประเด็นที่ต้องการจะศึกษาในรูปแบบการพรรณนา (Descriptive Analysis) หลังจากนั้นจะวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมา แล้วจึงทำการสังเคราะห์และสรุปผลข้อมูล

3.7 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

คู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการตั้งแต่ เดือนมิถุนายน ถึง เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2557 เป็นระยะเวลา 45 วัน

บทที่ 4
ผลที่ได้จากการศึกษา

การวิจัยเรื่อง “การทำคู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) แล้วนำข้อมูลมาประมวลผลทำเป็นคู่มือ ซึ่งจะได้นำแสดงตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลที่ได้จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก

ส่วนที่ 2 ผลที่ได้จากการศึกษา

4.1 ผลที่ได้จากการเก็บข้อมูลโดย การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัทรับจ้างผลิตเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น

4.1.1 ประเด็น รายละเอียดก่อนกระบวนการผลิต

ในกระบวนการก่อนการผลิต เป็นกระบวนการของการทำความเข้าใจ สร้างคอนเซปท์ให้กับตราสินค้า รวมถึงเป็นขั้นตอนในการตกลงทำสัญญาระหว่างเจ้าของตราสินค้าและโรงงานรับจ้างผลิต โดยสามารถระบุเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1. เจ้าของตราสินค้าหาข้อมูลโรงงานรับจ้างผลิตเพื่อพูดคุยและทราบถึงเงื่อนไขของแต่ละโรงงาน

2. เจ้าของแบรนด์แจ้งคอนเซปท์ของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ฝ่ายวิจัยและพัฒนา พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามคอนเซปท์ และเลือกสารสำคัญเพื่อเป็นจุดขายของผลิตภัณฑ์ และทำให้ผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพตามที่เจ้าของตราสินค้ามุ่งหวัง พร้อมกำหนดขอบเขตราคา และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการ หากเจ้าของตราสินค้าต้องการขึ้นทะเบียนตราสินค้า (Trade mark) ควรรีบดำเนินการ เนื่องจากการขอขึ้นทะเบียนตราสินค้า (Trade mark) ใช้ระยะเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน โดยสามารถดำเนินการได้ที่กระทรวงพาณิชย์ และหากเจ้าของตราสินค้าต้องการจดทะเบียนนิติบุคคล สามารดำเนินการได้ที่กระทรวงพาณิชย์เช่นกัน

3. ฝ่ายวิจัยและพัฒนา พัฒนาผลิตภัณฑ์ตามคอนเซปท์ที่เจ้าของตราสินค้าระบุ และส่งตัวอย่างให้เจ้าของตราสินค้าทดลองผลิตภัณฑ์ โดยมีการปรับจนกว่าจะได้ตรงตามความต้องการของเจ้าของตราสินค้า ทั้งในด้านประสิทธิภาพและด้านความพึงพอใจในด้านกายภาพของผลิตภัณฑ์

และมีการทดสอบความเข้ากันได้ของเนื้อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ขั้นแรกทั้งในด้านเคมีและด้านกายภาพ

4. เมื่อเจ้าของตราสินค้ายืนยันสูตรสินค้าแล้ว จะเป็นขั้นตอนการเซ็นสัญญาจ้างผลิตและการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางกับคณะกรรมการอาหารและยา โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 การเซ็นสัญญาจ้างผลิต

ต้องระบุให้ชัดเจนถึงสูตรผลิตภัณฑ์ที่เจ้าของตราสินค้าเลือก โดยเจ้าของตราสินค้าต้องเซ็นกำกับตัวอย่างเนื้อผลิตภัณฑ์ที่ยืนยันและเก็บไว้เพื่อตรวจสอบ พร้อมทั้งจำนวนที่สั่ง และข้อกำหนดที่เจ้าของตราสินค้าต้องการ โดยเซ็นสัญญาระหว่างเจ้าของตราสินค้าและกรรมการผู้มีอำนาจลงนามของโรงงานรับจ้างผลิต พร้อมประทับตรา(ถ้ามี) และมีพยานลงนามกำกับไม่น้อยกว่า 2 คน พร้อมเอกสารแนบดังนี้

- สำเนาหนังสือรับรองบริษัทของทั้งผู้จ้าง(เจ้าของตราสินค้า) และผู้รับจ้าง(โรงงานรับจ้างผลิต) โดยเซ็นรับรองสำเนาพร้อมประทับตรา (ถ้ามี)
- สำเนาทะเบียนบ้านกรรมการบริษัทของทั้งผู้จ้าง(เจ้าของตราสินค้า) และผู้รับจ้าง(โรงงานรับจ้างผลิต)
- สำเนาบัตรประชาชนกรรมการบริษัทของทั้งผู้จ้าง(เจ้าของตราสินค้า) และผู้รับจ้าง(โรงงานรับจ้างผลิต)

และทั้งผู้จ้าง(เจ้าของตราสินค้า) และผู้รับจ้าง(โรงงานรับจ้างผลิต) ต้องเก็บสัญญาไว้ฝ่ายละ 1 ฉบับ

4.2 การขอขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางกับคณะกรรมการอาหารและยา

ในการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางกับคณะกรรมการอาหารและยา ผู้ผลิต หรือโรงงานจะต้องเป็นผู้ขึ้นทะเบียน โดยมีเจ้าของตราสินค้าเป็นผู้รับผิดชอบวางตลาด ใช้เวลาเฉลี่ย 14วัน ทั้งนี้ การอนุญาตของคณะกรรมการอาหารและยา ขึ้นอยู่กับส่วนงานเครื่องสำอางคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งทางโรงงานไม่สามารถควบคุมปัจจัยเหล่านั้นได้ โดยการขอขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.2.1 ชื่อที่ใช้จดแจ้ง แบ่งเป็นชื่อทางการค้า (ชื่อตราสินค้า) ซึ่งหากเจ้าของตราสินค้าได้รับการอนุญาตใช้ตราสินค้า (Trade Mark) แล้ว จะต้องนำเอาสำเนาใบอนุญาตมาให้กับโรงงานรับจ้างผลิต และชื่อผลิตภัณฑ์ โดยที่ชื่อทางการค้าและชื่อของผลิตภัณฑ์จะต้องไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในความเป็นเครื่องสำอาง กล่าวคือจะต้องไม่สื่อความหมายไป

ในทางเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของร่างกายหรืออวดอ้างสรรพคุณเกินจริง หรือเกินขอบข่ายความเป็นเครื่องสำอาง

4.2.2 การดำเนินการขอขึ้นทะเบียนเป็นผู้รับผิดชอบการวางตลาด เจ้าของตราสินค้าสามารถดำเนินการเองได้ หรืออาจให้โรงงานผู้ผลิตเป็นผู้ดำเนินการให้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริการของแต่ละโรงงาน โดยเอกสารที่ต้องใช้ในการยื่นขอดำเนินการเป็นผู้รับผิดชอบทางการวางตลาดมีดังต่อไปนี้

4.2.2.1 หนังสือมอบอำนาจในกรณีที่กรรมการบริษัท หรือนิติบุคคลไม่ได้เป็นผู้ดำเนินการกับคณะกรรมการอาหารและยาด้วยตนเอง

4.2.2.2 แบบคำขอกำหนดรหัสประจำตัวผู้ประกอบการ

4.2.2.3 สำเนาหนังสือรับรองที่ออกโดยกระทรวงพานิชย์ คัดสำเนาไม่เกิน 6 เดือน พร้อมลงชื่อรับรองสำเนาโดยกรรมการผู้มีอำนาจลงนามและประทับตรา (ถ้ามี)

4.2.2.4 สำเนาบัตรประชาชนกรรมการบริษัทพร้อมลงชื่อรับรองสำเนา

4.2.2.5 สำเนาทะเบียนบ้านกรรมการบริษัทพร้อมลงชื่อรับรองสำเนา

4.2.2.6 แผนที่ตั้งบริษัท

4.1.2 ประเด็น รายละเอียดกระบวนการผลิต

ในกระบวนการของการผลิต ใช้เวลาประมาณ 2 สัปดาห์ในการผลิตสินค้า 2,000-5,000 ชิ้น โดยจะเริ่มนับเมื่อเจ้าของตราสินค้าเซ็นสัญญาซื้อขายกับโรงงานรับจ้างผลิต และมีใบสั่งซื้อแล้ว โดยระยะเวลาดังกล่าวไม่รวบกับระยะเวลาการออกแบบ โดยสามารถแบ่งกระบวนการผลิตเป็น 2 ส่วนคือ

1. การผลิต

ในขั้นตอนของการผลิต เจ้าของตราสินค้าสามารถสอบถามความคืบหน้า หรือขอกำหนดระยะเวลา (Timeline) เพื่อตรวจสอบความคืบหน้าในกระบวนการผลิต

2. การบรรจุ

ในขั้นตอนของการบรรจุ เจ้าของตราสินค้าสามารถสอบถามความคืบหน้า หรือขอกำหนดระยะเวลา (Timeline) เพื่อตรวจสอบความคืบหน้าในกระบวนการผลิต

โดยในทุกๆการผลิตและการบรรจุ จนได้เป็นสินค้าสำเร็จรูป จะมีการตรวจสอบคุณภาพในทุกๆขั้นตอนตามมาตรฐาน GMP เพื่อให้ได้สินค้ามาตรฐาน และเจ้าของตราสินค้าสามารถขอเอกสารการตรวจสอบ (Certificate of Analysis : COA) จากทางโรงงาน เพื่อใช้เป็นเอกสารในกรณีที่ต้องการส่งออกไปยังต่างประเทศ

4.1.3 ประเด็น การออกแบบ

ในขั้นตอนของการออกแบบ เป็นขั้นตอนที่เจ้าของตราสินค้ามีส่วนในการตัดสินใจ ดังนั้นหากเจ้าของตราสินค้าสามารถสื่อสารกับคนออกแบบ (Designer) ในสิ่งที่ต้องการได้ จะช่วยให้การออกแบบใช้ระยะเวลาไม่นานจนเกินไป

การออกแบบ สามารถดำเนินการออกแบบได้ทันทีที่มีการเซ็นสัญญาซื้อขายกับโรงงานรับจ้างผลิต และมีใบสั่งซื้อแล้ว เพียงแต่ต้องรอเลขที่ใบรับแจ้งและส่วนประกอบตามเอกสารยื่นจดแจ้งลงทะเบียนกับคณะกรรมการอาหารและยา โดยสิ่งที่ต้องออกแบบ มีดังนี้

1. ฉลากผลิตภัณฑ์ สามารถเลือกเป็นการออกแบบฉลากที่ต้องการสกรีน (Screen) ลงบนบรรจุภัณฑ์ หรือการใช้สติกเกอร์ (Sticker) ได้ โดยเลือกตามความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ขั้นแรก (Primary Package) โดยแผนกออกแบบจะมีหน้าที่ในการออกแบบตามตามรูปแบบที่เจ้าของตราสินค้ากำหนด โดยคำบรรยายสรรพคุณด้านหลังจะต้องได้รับการรับรองจากเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพว่าไม่บรรยายสรรพคุณเกินขอบข่ายความเป็นเครื่องสำอาง หรือบรรยายสรรพคุณที่ไม่เป็นความจริง ไม่ตรงกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และต้องมีข้อความบนฉลากครบถ้วนในกรณีที่ไม่มีบรรจุภัณฑ์อีกชั้นหนึ่ง โดยที่เจ้าของตราสินค้าสามารถตรวจสอบและพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายว่าต้องการบรรยายสรรพคุณอย่างไร

2. กล่องชั้นนอก (Outer Box) ในบางผลิตภัณฑ์ เจ้าของตราสินค้าต้องการทำกล่องเพื่อสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ การกำหนดข้อมูลบนกล่องต้องครบถ้วนดังฉลาก โดยที่เจ้าของตราสินค้าสามารถระบุกับเจ้าหน้าที่ออกแบบว่าต้องการให้กล่องมีลักษณะอย่างไร มีขนาดเท่าไร มีฐานล็อกด้านในกล่องลักษณะอย่างไร ทั้งนี้จำนวนขั้นต่ำของกล่องที่สั่งขึ้นอยู่กับโรงงานแต่ละโรงงาน

3. ลังลูกฟูก ในบางผลิตภัณฑ์เจ้าของตราสินค้าไม่ต้องการใช้ลังลูกฟูกมาตรฐานของโรงงานรับจ้างผลิต แต่ต้องการลังลกฟูกที่มีตราสินค้าเป็นของตัวเองก็สามารถทำได้ โดยการระบุจำนวนที่ต้องการในแต่ละลัง พร้อมกับขนาดจริงของกล่องชั้นนอก ในกรณีที่มี หรือบรรจุภัณฑ์ขั้นแรก (Primary Package) เพื่อให้เจ้าหน้าที่ออกแบบได้ออกแบบเพื่อให้มีขนาดที่พอดี

4.1.4 ประเด็นหลังกระบวนการผลิต

ในขั้นตอนของกระบวนการผลิต เป็นขั้นตอนของการทำการตลาด ซึ่งเจ้าของตราสินค้าสามารถใช้ช่องทางต่างๆในการประชาสัมพันธ์สินค้าตามงบประมาณที่ได้ตั้งไว้ และอีกส่วนที่สำคัญคือการหาสถานที่กระจายสินค้า เช่นการหาตัวแทนจำหน่าย หรืออาจใช้สื่อออนไลน์เพื่อลดต้นทุน

4.2 ข้อวิพากย์ที่ได้จากการทำสนทนากลุ่ม สามารถระบุเป็นหัวข้อได้ ดังนี้

1. ก่อนการทำธุรกิจเครื่องสำอาง ควรศึกษากฎหมาย ข้อบังคับ ที่เกี่ยวกับเครื่องสำอาง รวมถึง พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง รวมถึงการขอรหัสผู้ประกอบการวางตลาดที่คณะกรรมการอาหารและยา
2. หากต้องการจดจัดตั้งบริษัท ควรให้ดำเนินการก่อนเพื่อเตรียมความพร้อม และให้มีขั้นตอนการจดทะเบียนนิติบุคคลไว้ในคู่มือ รวมถึงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า และควรเปรียบเทียบระหว่างการจดทะเบียนนิติบุคคลว่ามีข้อดี-ข้อเสียอย่างไร เพื่ออะไร
3. ควรมีคำแนะนำในการหาโรงงาน ว่าสามารถหาได้จากที่ไหน เช่นสมาคมผู้ประกอบการเครื่องสำอาง, คณะกรรมการอาหารและยา, Website และวิธีการเลือกโรงงานให้เหมาะกับขนาดธุรกิจ และเงื่อนไขของโรงงาน รวมถึงควรเปรียบเทียบระหว่างโรงงานที่มี GMP และไม่มี
4. ในขั้นตอนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงความต้องการของผลิตภัณฑ์ ของผลิตภัณฑ์ในฝ่ายวิจัยและพัฒนา พร้อมแจ้งข้อกำหนดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ว่าต้องระบุอะไรบ้าง และการเลือกบรรจุภัณฑ์ชั้นแรก ควรเลือกอย่างไร
5. ควรชี้แจงเหตุผลในการทดสอบความคงตัวและความเข้ากันได้ของผลิตภัณฑ์กับบรรจุภัณฑ์ชั้นแรก ว่าทำเพื่ออะไร
6. ในขั้นตอนการสั่งผลิต ให้เป็นไปตามข้อกำหนดของแต่ละโรงงาน
7. การขึ้นทะเบียนเครื่องสำอาง ให้ให้ความสำคัญในการจดแจ้ง รวมถึงควรยกตัวอย่างการตั้งชื่อ โดยแยกเป็นตัวข้อให้ชัดเจนระหว่างชื่อตราสินค้า และชื่อผลิตภัณฑ์
8. ในกระบวนการการผลิต ควรระบุระยะเวลาให้เป็นไปตามแต่ละโรงงาน
9. ควรเพิ่มขั้นตอนในกระบวนการการผลิต ว่ามีขั้นตอนอะไรบ้าง
10. ขั้นตอนการออกแบบ ควรดำเนินการหลังจากการสั่งซื้อ โดยให้ดำเนินการไปพร้อมกับกระบวนการผลิต และเพิ่มพระราชบัญญัติฉลาก พร้อมข้อกำหนดในการโฆษณา

11. ในการดำเนินการขอเอกสารสำหรับส่งออก ควรให้เจ้าของธุรกิจแจ้งโรงงานตั้งแต่ขั้นตอนของการดำเนินการจดแจ้งคณะกรรมการอาหารและยา

12. ควรเพิ่มวิธีการคำนวณต้นทุนต่อชั้นคร่าวๆ เพื่อเป็นแนวทางให้กับเจ้าของธุรกิจ

13. ควรสรุปมาให้เป็นรูปแบบของ FLOW CHART

4.3 คู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local brand) หลังจากแก้ไขตามข้อวิพากย์ของการสนทนากลุ่ม

4.3.1 ขั้นตอนการเตรียมตัวประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)

1. ศึกษาข้อมูลกฎหมายเครื่องสำอาง รวมถึงพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พระราชบัญญัติฉลาก โดยสามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ ดังนี้

1.1 พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.2535 สามารถศึกษาเพิ่มได้ที่ http://www.library.coj.go.th/info/data/C29-01-001.pdf

1.2 ประกาศคณะกรรมการเครื่องสำอาง เรื่อง ฉลากของเครื่องสำอาง สามารถศึกษาเพิ่มได้ที่ http://e-cosmetic.fda.moph.go.th/frontend/theme_4/view_information.php?Submit=Clear&ID_Inf_Nw_Manager=0000000483

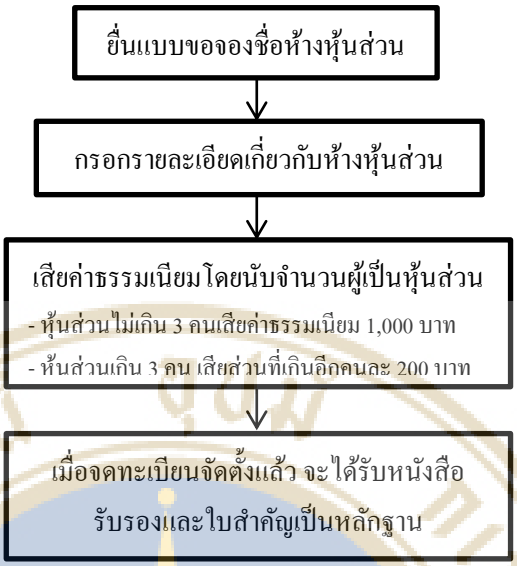
1.3 รวมกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องสำอางไทย สามารถศึกษาเพิ่มได้ที่ http://e-cosmetic.fda.moph.go.th/frontend/theme_4/view_information.php?Submit=Clear&ID_Inf_Nw_Manager=0000000582

1.4 ในกรณีที่เจ้าของตราสินค้าต้องการขึ้นทะเบียนเป็นผู้รับผิดชอบในการวางตลาดของผลิตภัณฑ์ สามารถขึ้นทะเบียนได้ที่สำนักคณะกรรมการอาหารและยา โดยสามารถขอขึ้นทะเบียนผู้รับผิดชอบวางตลาดได้ทั้งในกรณีบุคคลทั่วไป และในนามนิติบุคคล

2. ในกรณีที่เจ้าของกิจการต้องการจดทะเบียนพาณิชย์ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ดังนี้

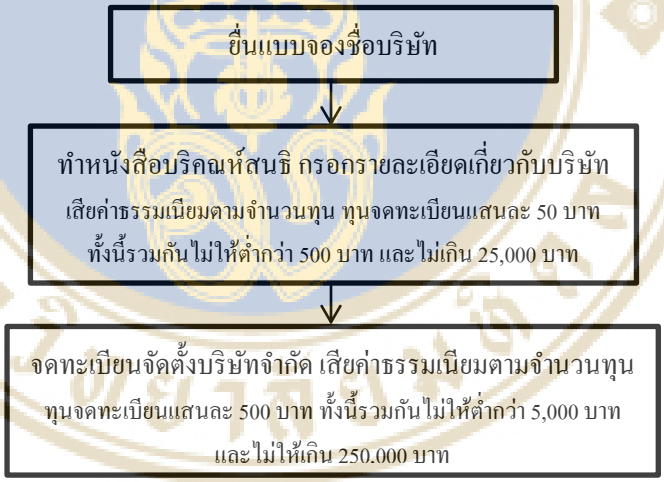
2.1 พระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499 มีขั้นตอน ดังนี้

การจดทะเบียนห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล/ห้างหุ้นส่วนจำกัด

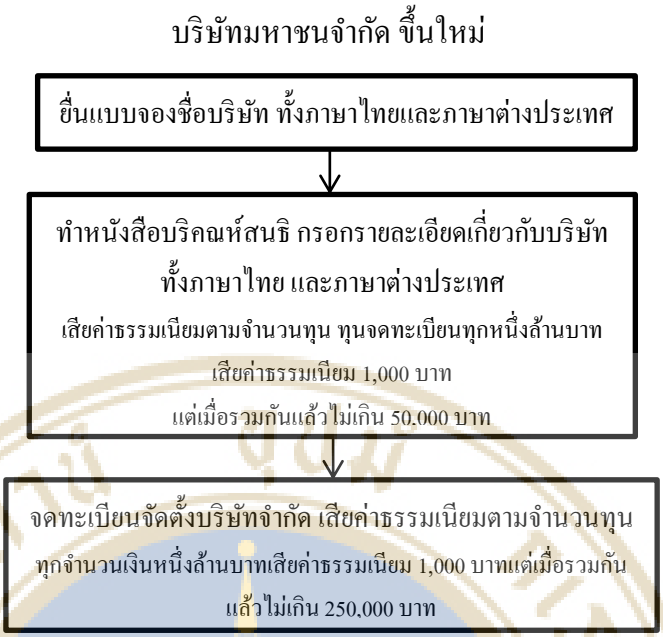


ภาพที่ 4.1 แสดงขั้นตอนการจดทะเบียนห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล/ห้างหุ้นส่วนจำกัด

การจดทะเบียนบริษัทจำกัด



ภาพที่ 4.2 แสดงขั้นตอนการจดทะเบียนบริษัทจำกัด



ภาพที่ 4.3 แสดงขั้นตอนการจดทะเบียนบริษัทมหาชนจำกัด ขึ้นใหม่

หรือ สามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

http://www.dbd.go.th/download/PDF_law/register2499_total.pdf

โดยเจ้าของตราสินค้าสามารถเลือกได้ว่าต้องการจดทะเบียนนิติบุคคลหรือเป็นเพียงในนามบุคคลธรรมดา โดยหากจดทะเบียนนิติบุคคล สามารถนำค่าใช้จ่ายไปใช้ในการหักภาษี แต่การจดทะเบียนนิติบุคคลจะทำให้มีภาระทางกฎหมายมากกว่า มีค่าใช้จ่ายและมีความยุ่งยากในการเก็บข้อมูลทางบัญชีและการเงินมากกว่าการทำธุรกรรมในนามบุคคลธรรมดา

2.2 การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า

ตราสินค้า ยี่ห้อ brand หรือ โลโก้เป็นเครื่องหมายแสดงสิทธิและความเป็นเจ้าของของผู้ที่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า นั้น ๆ ซึ่งจะได้สิทธิประโยชน์คุ้มครองตามกฎหมาย ป้องกันผู้อื่นลอกเลียนก่อให้เกิดความเสียหายทางธุรกิจ ได้ "เครื่องหมายการค้า" จึงเปรียบเสมือนเครื่องมือ ทางการตลาด หากได้มีการสร้างเครื่องหมายการค้า นี้ให้ติดตลาดแล้วลูกค้าจะจดจำ "แบรนด์" นี้ไว้ เพื่อเลือกสินค้าตามต้องการ

โดยสามารถศึกษาขั้นตอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้ที่สมาคมทรัพย์สินทางปัญญาแห่งประเทศไทย หรือที่ web address: http://ipat.or.th/index.php

3. การเลือกโรงงานผู้ผลิต เจ้าของตราสินค้าสามารถหาโรงงานผู้ผลิตได้ที่เว็บไซต์ โดยการเลือกโรงงานผู้ผลิตนั้น เจ้าของตราสินค้าควรเลือกโรงงานที่ได้รับมาตรฐานในการผลิต

(เช่นมาตรฐาน GMP) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน และควรเลือกโรงงานที่มีเงื่อนไขการผลิตที่เหมาะกับความต้องการของเจ้าของตราสินค้า เนื่องจากผู้ผลิตแต่ละรายมีเงื่อนไขการผลิตที่แตกต่างกัน

4. การคำนวณต้นทุน

ในการคำนวณต้นทุน เจ้าของตราสินค้าสามารถคำนวณต้นทุนในการผลิตสินค้าต่อชิ้นอย่างง่ายได้ ดังนี้

$$\{\text{ราคาเนื้อผลิตภัณฑ์ } (kg) \times \text{ปริมาณบรรจุ}(kg)\} + \text{ค่าบรรจุภัณฑ์ขั้นต้น} + \text{ค่าบรรจุภัณฑ์ขั้นที่สอง} + \text{ค่าบริการบรรจุต่อชิ้น} + \text{ค่าสติกเกอร์หรือค่าสกรีน}$$

4.3.2 ขั้นตอนการผลิตเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)

1. การพัฒนาเครื่องสำอาง

เจ้าของตราสินค้าแจ้งคอนเซปท์ของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการให้กับฝ่ายวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งเงื่อนไขในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะแตกต่างกันในแต่ละโรงงาน โดยสิ่งที่เจ้าของตราสินค้าควรแจ้งแก่ฝ่ายวิจัยและพัฒนา คือ

1.1 คอนเซปท์ของเนื้อผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ โดยจ้าของตราสินค้าควรแจ้งรายละเอียดให้ชัดเจน ดังนี้

1.1.1 ประเภทของผลิตภัณฑ์ เช่นผลิตภัณฑ์เพื่อผิวกระจ่างใส, ผลิตภัณฑ์ลบเลือนริ้วรอย, ผลิตภัณฑ์ป้องกันแสงแดด, ผลิตภัณฑ์เพิ่มความชุ่มชื้น เป็นต้น

1.1.2 ลักษณะของเนื้อผลิตภัณฑ์ เช่น ครีม, โลชั่น, เซรั่ม, เจล เป็นต้น

1.1.3 สีของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ เช่น ขาว, ชมพูอ่อน เป็นต้น

1.1.4 กลิ่นที่ต้องการ เช่น แนวกลิ่นดอกไม้ เป็นต้น

1.1.5 จุดขายของผลิตภัณฑ์ เช่น เน้นนวัตกรรมใหม่, เน้นการใช้สารสกัดจากธรรมชาติ เป็นต้น

1.1.6 สาระสำคัญที่ต้องการ เช่น สารสกัดจากใบบัวบก, แอลฟา อาร์บูติน เป็นต้น โดยเจ้าของผลิตภัณฑ์อาจระบุสารสำคัญ หรือไม่ก็ได้

1.1.7 ราคาที่ต้องการ โดยระบุเป็นราคาต่อกิโลกรัม

1.2 บรรจุภัณฑ์ เจ้าของตราสินค้าควรระบุบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการ เพื่อให้ฝ่ายวิจัยและพัฒนาสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ โดยสามารถแบ่งประเภทของบรรจุภัณฑ์ได้ ดังนี้

1.2.1 กระปุก เหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความข้นสูง เช่นครีม

1.2.2 หลอด เหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความข้นสูง เช่นผลิตภัณฑ์ป้องกันแสงแดด

1.2.3 บรรจุภัณฑ์สุญญากาศ เหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความข้นไม่สูงมาก มีส่วนประกอบที่มีคุณสมบัติต้านอนุมูลอิสระสูง หรือสาระสำคัญเปลี่ยนคุณสมบัติได้ง่ายเมื่อสัมผัสอากาศ

1.2.4 หัวปั๊มแบบมีสาน เหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความข้นต่ำไปจนถึงสูง แต่สามารถไหลได้ เช่น เซรั่ม

1.2.5 ขวดแก้ว หัวดรอป เหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความเข้มข้นของสารสำคัญสูง บรรจุปริมาณน้อย เช่น เซรั่มเข้มข้น

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ฝ่ายวิจัยและพัฒนาจะมีการทดสอบความคงตัวของผลิตภัณฑ์ เพื่อทดสอบมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ว่าเป็นไปตามต้องการหรือไม่ เช่นผลิตภัณฑ์ที่ระบุว่ามีอายุ 2 ปี นับจากวันที่ผลิต หมายถึงลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์จะต้องสามารถอยู่ได้ 2 ปี โดยไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ เช่นการแยกชั้นของผลิตภัณฑ์ การหมดอายุก่อนวันหมดอายุ เป็นต้น โดยแต่ละโรงงานจะมีกระบวนการทดสอบความคงตัวของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับวิธีการที่ใช้

2. การสั่งผลิต

เมื่อเจ้าของตราสินค้ายืนยันสูตรการผลิต จะต้องยืนยันสูตรที่ต้องการ และดำเนินการสั่งผลิตตามเงื่อนไขของโรงงาน โดยขั้นตอนการผลิต มีส่วนประกอบ ดังนี้

2.1 การสั่งซื้อ ให้เป็นไปตามนโยบายของแต่ละโรงงาน

2.2 การแจ้งชื่อผลิตภัณฑ์เพื่อดำเนินการขอจดแจ้งผลิตภัณฑ์ต่อคณะกรรมการอาหารและยา เลขที่ใบรับแจ้งเป็นสัญลักษณ์ที่บ่งชี้ว่าเครื่องสำอางนั้น ได้แจ้งรายละเอียดต่อรัฐตามที่กฎหมายกำหนดแล้ว ผู้เกี่ยวข้อง(ทั้งภาครัฐและเอกชน)สามารถใช้ตัวเลขเหล่านี้ในการสื่อสาร ร้องเรียน สืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูลของอย.ได้อย่างรวดเร็ว และแม่นยำ กว่าการสืบค้นด้วยชื่อเครื่องสำอางซึ่งมักจะมีหลายพยางค์ หรือเป็นคำทับศัพท์ภาษาต่างประเทศ

โดยเจ้าของตราสินค้าต้องแจ้งชื่อทางการค้า หรือชื่อแบรนด์ และชื่อผลิตภัณฑ์ ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ให้กับโรงงาน เพื่อดำเนินการยื่นจดแจ้ง โดยหากเจ้าของตราสินค้ามีรหัสผู้รับผิดชอบทางการวางตลาดที่ได้ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการต่อคณะกรรมการอาหารและยา สามารถแจ้งกับโรงงานเพื่อใช้ในการดำเนินการได้ โดยการตั้งชื่อทางการค้า และชื่อของผลิตภัณฑ์จะต้องไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญของความเป็นเครื่องสำอาง

เช่น ครีมเปลี่ยนสีผิว หรือครีมยกกระชับ เป็นการตั้งชื่อที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญของความเป็นเครื่องสำอาง

สำหรับการขอเอกสารเพื่อการส่งออก เจ้าของตราสินค้าควรแจ้งกับโรงงานถึงประเทศที่ต้องการส่งออก รวมถึงเอกสารที่ต้องการ

3. กระบวนการผลิต

ในกระบวนการผลิต มีขั้นตอนที่เจ้าของตราสินค้ามีส่วนในการตัดสินใจ ดังนี้

3.1 ขั้นตอนการออกแบบ ในขั้นตอนของการออกแบบ เป็นขั้นตอนที่เจ้าของตราสินค้ามีส่วนในการตัดสินใจ ดังนั้นหากเจ้าของตราสินค้าสามารถสื่อสารกับคนออกแบบ (Designer) ในสิ่งที่ต้องการได้ จะช่วยให้การออกแบบใช้ระยะเวลาไม่นานจนเกินไป

การออกแบบสามารถดำเนินการออกแบบได้ทันทีที่มีการเซ็นสัญญาซื้อขายกับโรงงานรับจ้างผลิต และมีใบสั่งซื้อแล้ว เพียงแต่ต้องรอเลขที่ใบรับแจ้งและส่วนประกอบตามเอกสารยื่นจดแจ้งลงทะเบียนกับคณะกรรมการอาหารและยา โดยสิ่งที่ต้องออกแบบ มีดังนี้

3.1.1 ฉลากผลิตภัณฑ์ สามารถเลือกเป็นการออกแบบฉลากที่ต้องการสกรีน (Screen) ลงบนบรรจุภัณฑ์ หรือการใช้สติกเกอร์ (Sticker) ได้ โดยเลือกตามความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ขั้นแรก (Primary Package) โดยแผนกออกแบบจะมีหน้าที่ในการออกแบบตามตามรูปแบบที่เจ้าของตราสินค้ากำหนด โดยคำบรรยายสรรพคุณด้านหลังจะต้องได้รับการรับรองจากเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพว่าไม่บรรยายสรรพคุณเกินขอบข่ายความเป็นเครื่องสำอาง หรือบรรยายสรรพคุณที่ไม่เป็นความจริง ไม่ตรงกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และต้องมีข้อความบนฉลากครบถ้วนในกรณีที่ไม่มีบรรจุภัณฑ์อีกชั้นหนึ่ง โดยที่เจ้าของตราสินค้าสามารถตรวจสอบและพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ฝ่ายขายว่าต้องการบรรยายสรรพคุณอย่างไร

3.1.2 กล่องชั้นนอก (Secondary Package) ในบางผลิตภัณฑ์เจ้าของตราสินค้าต้องการทำกล่องเพื่อสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ การกำหนดข้อมูลบนกล่องต้องครบถ้วนดังฉลาก โดยที่เจ้าของตราสินค้าสามารถระบุกับเจ้าหน้าที่ออกแบบว่าต้องการให้กล่องมีลักษณะอย่างไร มีขนาดเท่าไร มีฐาน ล็อกด้านในกล่องลักษณะอย่างไร ทั้งนี้จำนวนขั้นต่ำของกล่องที่สั่งขึ้นอยู่กับโรงงานแต่ละโรงงาน

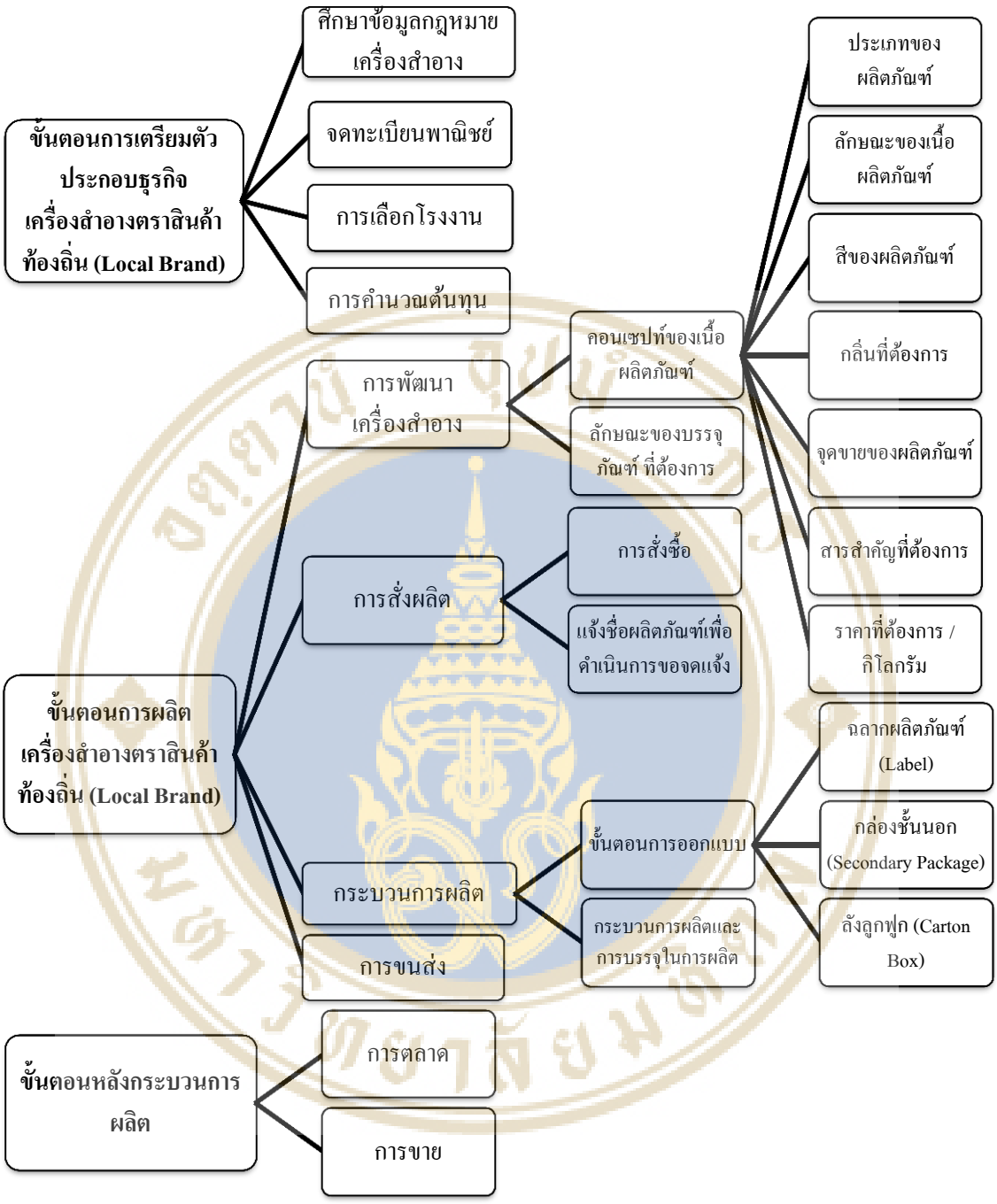
3.1.3 ลังลูกฟูก (Carton Box) ในบางผลิตภัณฑ์เจ้าของตราสินค้าไม่ต้องการใช้ลังลูกฟูกมาตรฐานของโรงงานรับจ้างผลิต แต่ต้องการลังลกฟูกที่มีตราสินค้าเป็นของตัวเองก็สามารถทำได้ โดยการระบุจำนวนที่ต้องการในแต่ละลัง พร้อมกับขนาดจริงของกล่องชั้นนอก ในกรณีที่มี หรือบรรจุภัณฑ์ขั้นแรก (Primary Package) เพื่อให้เจ้าหน้าที่ออกแบบได้ออกแบบเพื่อให้มีขนาดที่พอดี

3.2 กระบวนการผลิตและการบรรจุในการผลิต มีระยะเวลาที่แตกต่างกันในแต่ละโรงงาน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการตกลงระยะเวลาระหว่างเจ้าของตราสินค้ากับโรงงาน

4. การขนส่ง เจ้าของตราสินค้าควรแจ้งสถานที่ส่งสินค้าให้กับโรงงานให้ชัดเจน พร้อมนัดหมายส่งสินค้ากับทางโรงงาน

4.3.3 ขั้นตอนหลังกระบวนการผลิต

เป็นขั้นตอนของการทำการตลาด ซึ่งเจ้าของตราสินค้าสามารถใช้ช่องทางต่างๆในการประชาสัมพันธ์สินค้าตามงบประมาณที่ได้ตั้งไว้ และอีกส่วนที่สำคัญคือการหาสถานที่กระจายสินค้า เช่นการหาตัวแทนจำหน่าย หรืออาจใช้สื่อออนไลน์เพื่อลดต้นทุน



ภาพที่ 4.4 แสดงคู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local brand)

บทที่ 5
สรุปผล การอภิปราย และข้อเสนอแนะ

การจัดทำคู่มือเรื่อง “คู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)” ผู้วิจัยได้สรุปผลงานวิจัย รวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 สรุปผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

ส่วนที่ 2 สรุปผลจากการสนทนากลุ่ม (Focus group)

ส่วนที่ 3 การอภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.1 สรุปผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท ซี เอ็มทีเอฟ จำกัด ซึ่งเป็นโรงงานรับจ้างผลิต (OEM) ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ผู้วิจัยสามารถสรุปผลจากการสัมภาษณ์ได้ ดังนี้

ในการประกอบธุรกิจเครื่องสำอาง ตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) นั้น เหมาะสำหรับผู้ที่มีความต้องการเป็นเจ้าของธุรกิจ แต่ขาดความเชี่ยวชาญหรือเงินทุนในการก่อตั้งโรงงาน จึงจ้างโรงงานที่รับจ้างผลิตให้เป็นผู้ผลิตให้ โดยเจ้าของตราสินค้าเป็นผู้กำหนดรูปแบบ ความต้องการ และราคาของผลิตภัณฑ์ ซึ่งหากเจ้าของตราสินค้าศึกษาข้อมูล หรือระบุความต้องการที่ชัดเจน เพื่อแจ้งให้กับโรงงานรับจ้างผลิตทราบ จะทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของเจ้าของตราสินค้ามากขึ้น และจะทำไปสินค้าสามารถสร้างความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ในท้องตลาด เพื่อสร้างจุดแข็งให้กับตราสินค้าได้

และจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) นี้ ยังทำให้ทราบถึงกระบวนการต่างๆ ในการผลิตเครื่องสำอาง ซึ่งทำให้เจ้าของตราสินค้าสามารถวางแผนและเลือกสรรวัสดุ รูปแบบ การออกแบบ ให้กับผลิตภัณฑ์ได้

5.2 สรุปผลจากการสนทนากลุ่ม (Focus group)

จากการสนทนากลุ่ม (Focus group) ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตในโรงงานรับจ้างผลิต ไม่ว่าจะเป็นผู้แทนฝ่ายขาย ฝ่ายการตลาด รวมไปถึงฝ่ายผลิต ทำให้ทราบถึงขั้นตอนและองค์ประกอบในการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local brand) ดังนี้

การเริ่มต้นประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local brand) เจ้าของตราสินค้าควรศึกษาข้อมูลด้านกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องสำอาง เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และทราบถึงข้อกำหนดของการผลิตเครื่องสำอาง และรวมไปถึงการโฆษณา เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการกระทำความผิดจากความไม่ตั้งใจ รวมไปถึงการศึกษากฎหมายพื้นฐานเกี่ยวกับการจดทะเบียนบริษัท หรือเครื่องหมายการค้า เพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของเจ้าของตราสินค้า

ในกระบวนการผลิต จากการสนทนากลุ่ม (Focus group) ทำให้ทราบถึงขั้นตอนต่างๆที่มีในกระบวนการก่อนจะมาเป็นเครื่องสำอางสำเร็จรูป ตั้งแต่การกำหนดรูปแบบ ไปจนถึงการออกแบบ เพื่อให้เจ้าของตราสินค้าเข้าใจภาพรวมและองค์ประกอบทั้งหมด เพื่อช่วยในการวางแผนกำหนดกรอบเวลา รวมไปถึงการตัดสินใจต่างๆ เพื่อให้กระบวนการเป็นไปอย่างราบรื่น

5.3 การอภิปรายผลการวิจัย

ประเด็นที่ 1 ภาพรวมของคู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)

ภาพรวมของคู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) มีเนื้อหาที่ครบถ้วนจากการวิพากษ์ของฝ่ายต่างๆในโรงงานรับจ้างผลิต ที่ทำให้คนที่สนใจสามารถเข้าใจมุมมองและขั้นตอนต่างๆได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำเอาคู่มือไปใช้ประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)

ประเด็นที่ 2 การพัฒนาคู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand)

การพัฒนาคู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) จะช่วยให้ผู้ที่สนใจ หรือผู้ที่ต้องการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) มีความเข้าใจต่อกระบวนการผลิต กฎหมาย และองค์ประกอบต่างๆที่มีความเกี่ยวข้องกับต้องการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) ได้ดียิ่งขึ้น และหากมีการพัฒนาไปยังกระบวนการสำหรับผู้ที่ต้องการสร้างโรงงานเพื่อขยายธุรกิจก็จะช่วยให้คู่มือครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

5.4 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการจัดทำคู่มือการประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) นี้ ผู้วิจัยเสนอแนะให้ผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) ศึกษาข้อมูลตามที่คู่มือนี้ระบุ เพื่อเป็นแนวทางในการเตรียมตัวและวางแผนในขั้นตอนต่างๆ เพื่อเป็นการป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นหากขาดการศึกษาข้อมูลและเตรียมตัว ทั้งในด้านการสูญเสียโอกาส เวลา และค่าใช้จ่าย อีกทั้งคู่มือนี้ ยังรวบรวมข้อกำหนด มาตรฐานการผลิต และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม

5.5 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับผู้ที่มีความสนใจนำคู่มือนี้ไปใช้ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยกับกฎหมายหรือข้อกำหนดที่อาจเปลี่ยนแปลงไป

บรรณานุกรม

เอกสิทธ์ ใจงาม, เปิดนโยบาย ประธานกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องสำอางคนแรก, Thailand Industrial Today [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก http://www.thailandpages.com/success.php?suid=2288 (วันที่ค้นข้อมูล 30 กรกฎาคม 2557)

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, กระทรวงพาณิชย์, การจดทะเบียนพาณิชย์ตามพระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์พ.ศ.2499, [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก http://www.dbd.go.th/ewt_news.php?nid=373 (วันที่ค้นข้อมูล 5 กรกฎาคม 2557)

กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. กฎหมายใหม่เกี่ยวกับเครื่องสำอาง. 2551.

นิตยสาร SMEs ชี้ช่องรวย, 26 พฤศจิกายน 2556: [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก http://www.smartsme.tv/article_detail.php?gid=5&id=88 (วันที่ค้นข้อมูล 20 กรกฎาคม 2557)

ศิริกุล เลากัยกุล, Brand Equity, นิตยสาร Marketeer ฉบับที่ 60 กุมภาพันธ์ 2548 [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก http://utcc2.utcc.ac.th/brandthaicenter/Article%20etc/Brand%20Equity%20-%20%E0%B8%A8%E0%B8%B4%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%81%E0%B8%B8%E0%B8%A5%20%E0%B9%80%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%A2%E0%B8%81%E0%B8%B8%E0%B8%A5.pdf (วันที่ค้นข้อมูล 4 กรกฎาคม 2557)

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข, ขั้นตอนขอขึ้นทะเบียนเครื่องสำอางควบคุมพิเศษ, [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก http://newsser.fda.moph.go.th/ossc/tha/frontend/fda_main_request_03.php?Submit=Clear&LPage_1=1&LID_1=00127 (วันที่ค้นข้อมูล 5 สิงหาคม 2557)

หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตเครื่องสำอาง (Good Manufacturing Practice:GMP) พ.ศ.2537 , [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก http://e-cosmetic.fda.moph.go.th/frontend/theme_4/view_gmp.php?Submit=Clear&ID_Op_internal_stand=006 (วันที่ค้นข้อมูล 1 กรกฎาคม 2557)

บรรณานุกรม (ต่อ)

Schuiling, Isabelle and Jean-Noel Kapferer (2004), Real Differences between Local and International Brands: Strategic Implications for International Marketers, Journal of International Marketing, Vol. 12 (4), 97-112.

SMEsplanet.com, **ทฤษฎีของการสร้างแบรนด์และตัวอย่างความรู้ด้านวิชาการตลาด**, [ออนไลน์], เข้าถึงได้จาก http://www.smesplannet.com/%E0%B8%97%E0%B8%A4%E0%B8%A9%E0%B8%8E%E0%B8%B5%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AA%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%87-brand-%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0.html (วันที่ค้นข้อมูล 4 กรกฎาคม 2557)

Wolfe, Alan (1991), The Single European Market: National of Euro-Brands, *International Journal of Advertising*, 10 (1), 49-58.

ภาคผนวก

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด โรงงานรับจ้างผลิตเครื่องสำอาง

ข้อ	แนวประเด็นคำถาม	คำถามที่ใช้ในการถาม
	ก่อนกระบวนการผลิต	
1.	แรงจูงใจอะไรในการทำเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น ประโยชน์ หรือโอกาสที่มองเห็น	ลูกค้ามีแรงจูงใจอะไรในการทำเครื่องสำอาง มองว่าเครื่องสำอางจะทำประโยชน์ยังไง ทำถึงไม่ซื้อใช้ เห็นโอกาสอะไร
2.	ขั้นตอนของการให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย(Sale)	ถ้าจัดสินใจจะทำ เซลล์จะคุยกับเค้าว่ายังไง ทำไมถึงอยากทำเอง (รู้ความเป็นมา เป็นไป)
3.	กระบวนการโดยละเอียด	ก่อนที่จะทำ มีกระบวนการอะไร โดยละเอียด - เงื่อนไข - ขั้นต่ำ
4.	ประเภทเครื่องสำอางที่เป็นที่นิยมในการทำเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น	ส่วนใหญ่ลูกค้าทำเครื่องสำอางประเภทไหน เกี่ยวกับส่วนไหนเป็นส่วนใหญ่
5.	เอกสารที่ต้องใช้	เริ่มต้นยังไง ต้องใช้เอกสารอะไรบ้าง แล้วเซลล์ให้คำแนะนำลูกค้ายังไง
6.	ขอบข่ายที่ต้องตกลงกับเจ้าของตราสินค้าท้องถิ่น	ขั้นตอนก่อนทำ มีการตกลงกันถึงขั้นไหน (packaging?, ปริมาณบรรจุ, สี จำนวน, ชื่อที่ใช้ในการจดแจ้ง)
7.	ปัญหาที่มักพบในการเริ่มสร้างเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น	ปัญหาที่ท่านมักพบในการทำเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่นมีอะไรบ้าง
8.	คำถามอื่น ที่มักถูกถามจากเจ้าของตราสินค้า	ลูกค้าถามอะไรอีก
	ระหว่างกระบวนการผลิต	
1.	ขั้นตอนของกระบวนการผลิตสินค้า	กระบวนการผลิตสินค้าเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่นมีขั้นตอนอย่างไร
2.	ระยะเวลาในการผลิตเครื่องสำอางตราสินค้าท้องถิ่น	ในแต่ละกระบวนการของการผลิต มีระยะเวลาประมาณกี่วันจึงแล้วเสร็จ
3.	องค์ประกอบของกระบวนการผลิต	ในกระบวนการผลิต มีองค์ประกอบอะไรบ้าง

4.	ขั้นตอนในการควบคุมมาตรฐาน	มีขั้นตอนหรือระบบใดในการควบคุมคุณภาพและทำอย่างไร
	หลังกระบวนการผลิต	
1.	กระบวนการเมื่อผลิตภัณฑ์พร้อมจำหน่าย	ท่านคิดว่า เมื่อผลิตภัณฑ์พร้อมจำหน่าย สิ่งที่เจ้าของตราสินค้าควรดำเนินการต่อไปมีอะไรบ้าง
2.	กระบวนการในการรับประกันสินค้าหลังการขาย	มีกระบวนการในการรับประกันสินค้าหลังการขายอย่างไร
2.	ปัญหาที่พบภายหลังกระบวนการผลิตเสร็จสิ้น	ปัญหาที่เจ้าของตราสินค้ามักพบ หลังจากที่สินค้าออกจำหน่ายมีอะไรบ้าง
3.	แนวทางการแก้ไข	จากปัญหาที่กล่าวมา มีแนวทางในการแก้ปัญหาอย่างไรบ้าง หรือสามารถป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นได้อย่างไร

รายชื่อผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

1. นายสฤษฎ์ ชนะจินดาโสภณ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด บริษัท ซีเอ็มทีเอฟ จำกัด

รายชื่อผู้ให้ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

1. นายธนพงษ์ เทพบัณฑิต ผู้จัดการฝ่าย Pre-Factory บริษัท คอสมาพรอฟ จำกัด
2. นางสาวธรรมวรรณ เกษสยม ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่าย Pre-Factory บริษัท คอสมาพรอฟ จำกัด
3. นางสาวนภสร เพ็ญสุข ผู้จัดการฝ่ายการตลาดบริษัท คอสมาพรอฟ จำกัด
4. นางสาววรรณภา ยะกลิ้ง ผู้แทนฝ่ายขาย บริษัทคอสมาพรอฟ จำกัด

ASEAN COSMETIC CLAIM GUIDELINE

1. Introduction

The evaluation of product claims cannot be separated from the consideration of whether a product is a cosmetic or not. Whether a product can be considered to be a cosmetic product depends on several factors, claims are an important element of this process. This guideline provides a simple 5-step decision-making process that helps to identify products and claims which can be considered to be cosmetics. The document also provides some examples of unacceptable claims for cosmetic products. However, it is not to be taken as the final authority nor as an exhaustive list.

2. Decision Process to identify cosmetic products and allowable claims (See summary chart below)

a. Composition of cosmetics

The product should contain only ingredients that comply with the annexes of ACD, and does not contain any ingredients that are banned in the ACD.

b. Target site of application of cosmetics

The product should be intended to be placed in contact with the various external parts of the human body (epidermis, hair system, nails, lips and external genital organs) or with the teeth and the mucous membranes of the oral cavity.

Products that are intended to be ingested, injected or placed in contact with other parts of the human body e.g. the mucous membranes of the nasal passage or the internal genitalia cannot be considered to be cosmetic products.

c. Intended main function of cosmetics

The product should be applied to the permitted parts of the human body with a view exclusively or mainly to clean them, perfuming them, changing their appearance and/or correcting body odors and/or protecting them or keeping them in good condition.

Note that products may have a secondary, minor function that is outside the above scope. Some examples of acceptable secondary claim areas are given below. Note that this is not

an exhaustive list.

- ◆ Dandruff
- ◆ Cellulite
- ◆ Bust Contouring
- ◆ Anti-bacteria
- ◆ Caries
- ◆ Hair loss
- ◆ Acne

d. Product presentation of cosmetics

The product should not be presented as treating or preventing disease in human beings.

The following features of the product should be taken into account

i. Product claims and the context in which the claims are made

ii. Labeling and packaging/packaging inserts (including graphics)

iii. Promotional literature, including testimonials and literature issued by third parties on behalf of the supplier

iv. Advertisements

v. The product form and the way it is to be used e.g. capsule, tablet, injection etc.

vi. Particular target of the marketing information e.g. specific population groups with, or particularly vulnerable to, specific diseases of adverse conditions.

e. Physiological effects of cosmetics

Every product that has an effect on the functioning of the body also has an effect on its metabolism. Cosmetic products typically have effects that are not permanent, and have to be used regularly to maintain their effects.

As a first point of guidance, claims that can be reasonably expected for product types given in the Illustrative List of Cosmetic Products (Annexe 1 ACD) can be considered to be cosmetic in nature.

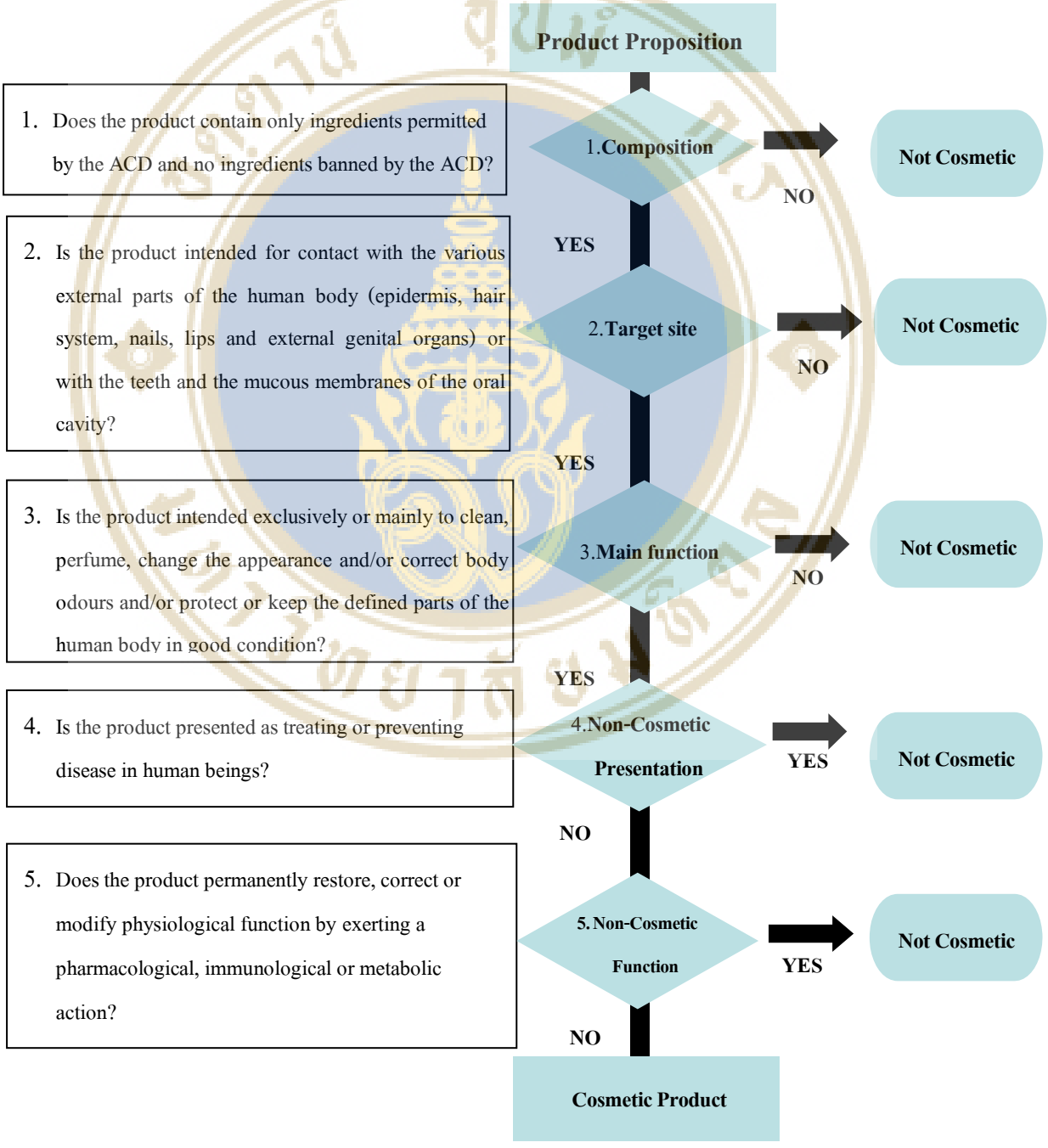
Section 3. below gives some examples of unacceptable claims for cosmetic products.

Note that it is not an exhaustive list.

3. Some examples of unacceptable claims commonly observed for cosmetics under the product types.

Product Type	Unacceptable claims
Hair care products	• Eliminates dandruff permanently • Restores hair cells • Hair loss can be arrested or reversed • Stimulates hair growth
Depilatories	• Stops/retards/prevents hair growth
Nail products	• Reference to growth resulting from nourishment
Skin products	• Prevents, reduces or reverses the physiological changes and degeneration conditions brought about by aging • Removes scars • Numbing effect • Prevents, heals, treats or stops acne • Treatment of cellulite • Lose centimetres • Reduces/controls swelling/oedema • Removes/burns fat • Fungicidal action • Virucidal action
Oral or dental hygiene products	Treatment or prevention of dental abscess, gumboils, inflammation, mouth ulcers, periodontitis, pyorrhoea, periodontal disease, stomatitis, thrush or any oral diseases or infections • Whitens tetracycline-induced stains
Deodorants & Anti-perspirants	• Completely prevents
Perfumes/fragrances/colognes	• Aphrodisiac or hormonal attraction

Note that claims can be softened i.e. made less functional and more cosmetic in nature by the use of modifiers. An example of this would be a claim for removing all oil from skin. This claim could be softened as follows,

- Helps to remove oil from skin
- Suitable for oily skin types
- Reduces the shine of oily skin
- Makes your skin feel less oily

Decision process to identify cosmetic products & claims