

COSMETICS

VOL.2/2016

ภาพปกโดย : Chanvikorn Jamphol



พระราชบัญญัติ

เครื่องสำอาง

พ.ศ.2558

Granactive Retinoid

นวัตกรรมแห่งการก้าวข้ามการระคายเคือง
จากพลังแห่ง**เรตินอยด์**
สู่การชะลอวัยอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

GMP
(อีกสักครั้ง)

บรรจุภัณฑ์

สุดยอดเครื่องมือสู่ความสำเร็จ
ของธุรกิจเครื่องสำอาง



Bronson and Jacobs



**“Your leading supplier to the food & nutrition,
health and personal care industries”**



Bronson & Jacobs International Co., Ltd.

4/11 Moo 8, Soi Watsrivareenoi, Bangna-Trad Road, Bangchalong, Bangplee, Samutprakarn 10540

Tel 0 2337 1537-42 Fax 0 2337 1543 <http://www.bjinter.co.th>



สถิตไพบดางใจตราบนิรันดร์
หม่อมสำนึกไพบดามหารุณาธิคุณเป็ล้นพันอันหาที่สดุมิได้
ข้าพระพุทธเจ้า สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย

Care
Creations™

22% of all Italian men
**USE
THEIR
HAIR**
to impress women

Add more life to hair styling products

Our styling polymers provide perfect hold and the confidence that comes with great-looking hair — and not just for Italian men.

Hair styling polymers — another Care Creations product group inspired by life.

carecreations.basf.com

 **BASF**

We create chemistry

Finding derived from a representative TNS market survey.



สารบัญ

ฉบับที่ 2 / 2559

สารสนเทศจากนายกสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย	7
Cosmetics News	8
Granactive Retinoid	19
GMP (อีกสักครั้ง)	25
พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558	31
บรรจุมัณท์ สุดยอดเครื่องมือสู่ความสำเร็จ ของธุรกิจเครื่องสำอาง	38
ความคืบหน้าการประชุม	44
24 th ASEAN Cosmetic Scientific (ACC) และ 24 th ASEAN Cosmetic Scientific Body (ACSB)	
Cosmetics News	8
กิจกรรมที่ผ่านมา	54

เจ้าของ : สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย
 สำนักงาน : 270/7 TC-green คอนโดมีเนียม เฟส1 อาคารเอ
 ถนนพระราม9 เขต/แขวงห้วยขวาง กทม. 10310
 โทร. 02-2467088 แฟกซ์. 02-2467089
 email: center@thaicosmetic.org

คณะที่ปรึกษา : ดร.วิบูลย์ สันประสงศ์, คุณกักรร พูลศักดิ์อุดมศิลป์,
 ดร.พิศาล จันทฤทธิศรี, คุณเกษมณี เลิศกิจจา,
 คุณนิพนธ์ เฝ้านิมมมงคล, คุณจิตติ อ่างสันตกุล,
 คุณพรทิพย์ สรรพกิจ

บรรณาธิการ : คุณนิพนธ์ เฝ้านิมมมงคล
 กองบรรณาธิการ : คุณกุสิกรัตน์ ศรีโรจนิกุล, คุณฐิติ ตันตพสุธา,
 ดร.พรรณษล สิมรองชัย, คุณพรรณภา ท่อพิทักษ์กุล,
 คุณศิวาพร เพ็ญฟูสีน

ศิลปกรรมรูปเล่ม : คุณสมชาย กิตติพงษ์พัฒนา
 พิมพ์ : บริษัท อำนาจเวบปรินติ้ง จำกัด



นิพนธ์ เฝ้านิมมมงคล
 อุปนายกฝ่ายจัดการรายได้

A ความก้าวกระโดดของตลาดเครื่องสำอางใน
 เอเชียมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมถึง
 ถึงกฎหมายเครื่องสำอางอาเซียนและ
 มาตรฐานสินค้าที่ต้องมีการพัฒนาให้สูงขึ้นอยู่
 ตลอดเวลา วารสารฉบับนี้ได้รายงานกฎหมายที่
 เปลี่ยนแปลง (Update) จนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้
 ยังได้สรุปความสำคัญของการทำ GMP ไม่ว่าจะ
 กฎหมายบังคับหรือไม่ก็ตาม แต่สภาพของการแข่ง
 ขันทั้ง 10 ประเทศบีบบังคับให้ผู้ประกอบการต้องม
 ความตื่นตัวในการทำ GMP เพื่อยกระดับ
 มาตรฐานและลดการสูญเสียในการผลิตเครื่อง
 สำอางให้ทุกบริษัทสามารถยืนอยู่ได้ท่ามกลางการ
 แข่งขันที่มีมากขึ้นทุกที บทความเกี่ยวกับการทำ
 GMP จะทยอยลงในวารสารสมาคมฯ ต่อเนื่องไป
 อีกหลายฉบับ เริ่มจากเรื่องที่ไม่ต้องใช้งบประมาณ
 มากในการทำ GMP ไปจนถึงในเรื่องที่ต้องใช้งบ
 ประมาณสูงในการจัดทำระบบ GMP ซึ่งเป็นเรื่อง
 ท้ายสุดของการทำให้ได้ตามมาตรฐานสากล

นิพนธ์ เฝ้านิมมมงคล
 อุปนายกฝ่ายจัดการรายได้

วารสาร "คอมเมติกส์ ทอนิส" เป็นวารสารราย 4 เดือน ของสมาคมผู้ผลิต
 เครื่องสำอางไทย ที่จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการผลิตเครื่องสำอาง ต่อสมาชิก และผู้สนใจ
 ทั่วไป ทั้งในและต่างประเทศ
2. เพื่อยกระดับมาตรฐานของสมาคมฯ ให้เป็นที่ยอมรับเชื่อถือขององค์กรต่างๆ
3. เพื่อเป็นศูนย์กลางรวบรวม และแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือแนวคิด เพื่อการพัฒนา
 อุตสาหกรรม เครื่องสำอางไปสู่ระดับมาตรฐานโลก
4. เพื่อเผยแพร่กิจกรรมของสมาชิกสมาคมฯ และกิจกรรมด้านเครื่องสำอาง
5. เพื่อเป็นศูนย์กลางในการรักษาความเป็นเอกภาพ และนโยบายของสมาคมฯ
6. เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างสมาชิก และสร้าง
 สัมพันธมิตรทางการค้าในต่างประเทศ

Dispensing Solutions



Mary Commercial Supplies Co., Ltd.

58 Soi Pattanakarn 20 Yaek 8 (Soi Saengsanti)
Pattanakarn Rd., Suan-Luang, Bangkok 10250

Tel. (02) 717 8547-52 Fax. (02) 319 6750

สาสน์จาก นายกสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย

สวัสดีค่ะ ท่านสมาชิกและท่านผู้สนใจ

จารสาร ฉบับที่ 2/59 ที่จะออกสู่สายตาในเร็ววันนี้
อัดแน่นไปด้วยสาระที่เป็นประโยชน์ยิ่งต่อผู้ประกอบการ
ด้านเครื่องสำอางทั้งเก่าและใหม่

เริ่มต้นด้วยการกล่าวถึง พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง
ฉบับ พ.ศ. 2558 เมื่อเปรียบเทียบกับพระราชบัญญัติเครื่อง
สำอาง พ.ศ.2535 มีการวิเคราะห์ เพื่อให้เข้าใจถึงข้อดี ข้อด้อย
หลายท่านอาจไม่ทราบว่า ประเทศไทยได้มีข้อตกลงกับ
ประเทศอาเซียนที่เรียกว่า ASEAN Cosmetic Harmonization
หรือ ปรับกฎระเบียบ เครื่องสำอางให้สอดคล้องหรือเป็นหนึ่งใน
เดียว ตั้งแต่ วันที่ 2 กันยายน ค.ศ. 2003 และถือปฏิบัติใน
ปี ค.ศ. 2011 ทั้งนี้ เพื่อความรวดเร็วและสะดวกทางการค้า
อีกทั้งคุ้มครองผู้บริโภคในด้านความปลอดภัย

นอกเหนือจากนั้นเพื่อการผลิตที่ดีได้มาตรฐาน ยังมี
การกล่าวถึง GMP (Good Manufacturing Practice) ซึ่งเป็น
แนวทางปฏิบัติให้ผลิตสินค้าดี มีมาตรฐานสม่ำเสมอ แนวทาง
นี้ก็เป็นหนึ่งในข้อตกลงของอาเซียน เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติ
ของผู้ประกอบการเครื่องสำอาง

เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ติดตาม หรือผู้สะสมวารสาร
สมาคมฯ ขอยืนยันว่าเราจะนำสาระที่มีคุณค่ามาติดตามนำ
เสนอในทุกฉบับของเราค่ะ แล้วพบกันใหม่ในฉบับหน้าค่ะ.

เกษมณี เลิศกิจจา

นายกสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย



เกษมณี เลิศกิจจา
นายกสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย

L'ORÉAL
THAILAND

The **Fastest**
Growing
Beauty Company in Thailand

L'ORÉAL
PROFESSIONNEL
PARIS

GIORGIO ARMANI
PARFUMS

DIESEL

KÉRASTASE
PARIS

Kiehl's
SINCE 1851

YVES SAINT LAURENT

L'ORÉAL
PARIS

clarisonic
the gentlest to treat with your skin

แบรนด์ระดับโลก
GARNIER

RALPH LAUREN

ud
URBAN DECAY
Beauty with an edge

MAYBELLINE
NEW YORK

(cacharel)

NYX
PROFESSIONAL MAKEUP

Guy Laroche
Paris

YOUR IDEAL SKIN
VICHY
LABORATOIRES

LANCÔME
PARIS

shu uemura

LA ROCHE-POSAY
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

BIOThERM

VIKTOR&ROLF



เมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2558
คุณเกษมณี เลิศกิจจา นายกสมาคมผู้ผลิต
เครื่องสำอางไทย คุณอรรรณพ อารัญญิก
รองนายกผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย และ
คุณวิมลศิริ ปัญจรงค์ดี เลขาธิการ
สมาคมได้ร่วมแสดงความยินดีกับการเข้า
รับตำแหน่งของ คุณมาลี โชคล้ำเลิศ
อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
กระทรวงพาณิชย์





คุณเกษมณี เลิศกิจจา นายกสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย, ประธานสมาคมเครื่องสำอางแห่งอาเซียน และประธานกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และคณะกรรมการสมาคม ได้ให้สัมภาษณ์คณาจารย์จากศูนย์ศึกษาดูงานระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ในเรื่องการยกระดับเครื่องสำอางไทยใน ASEAN, การช่วยเหลือผู้ประกอบการเครื่องสำอาง SMEs ของไทย, แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย

และการนำสมุนไพรไทยมาใช้ในเครื่องสำอาง เพื่อเป็นเสียงสะท้อนเพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการเครื่องสำอางไทย เติบโตอย่างยั่งยืน

คุณเกษมณี เลิศกิจจา นายกสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย และประธานกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ได้นำเครื่องสำอางในกลุ่มสมาชิกของสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย มาแสดงในงาน COSMEX 2015 ที่ Boot ของสสว และเครือข่ายสุขภาพและความงาม ของ SMI สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เพื่อยกระดับมาตรฐานเครื่อง



สำอางไทยให้ยอมรับในตลาดสากล โดยเครือข่ายสุขภาพและความงาม ประกอบไปด้วยกลุ่มอุตสาหกรรม 6 กลุ่ม ได้แก่ เครื่องสำอาง, สมุนไพร, ยาแผนโบราณ, ยาแผนปัจจุบัน, เทคโนโลยีชีวภาพ และเครื่องมือแพทย์ สำหรับผู้ประกอบการเครื่องสำอางไทย สนใจสมัครสมาชิกผู้ผลิตเครื่องสำอางไทยเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน ร่วมกัน ติดต่อได้ทุกช่องทางของเรา

จากนโยบายของสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย นำโดย คุณเกษมณี เลิศกิจจา ในฐานะนายกผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย ต้องการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันให้ผู้ประกอบการเครื่องสำอางไทยให้มีความเข้มแข็งสามารถแข่งขันตลาดสากลได้ เมื่อวันที่ 6 ตุลาคม 2558 ทางสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย นำโดย คุณนิพนธ์ เผ่าหิมมงคล รองประธานสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย ได้จัดงานสัมมนาเรื่อง "น้ำหอม" โดยมีผู้ประกอบการด้านเครื่องสำอางที่เป็น SMEs เกือบ 40 รายให้ความสนใจในการสัมมนาครั้งนี้เป็นอย่างมากมาเพื่อพัฒนางานและต่อยอดธุรกิจด้านเครื่องสำอางของตัวเองให้เข้มแข็งมากขึ้น โดยได้รับเกียรติ จาก ดร.สาธิต พุทธิชัยรงค์ อธิการบดี และ ผศ.อนุรักษณ์ นวพรไพศาล คณบดีคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ให้เกียรติในการเปิดงานในครั้งนี้



โดยการสัมมนาเรื่อง "น้ำหอม" ในครั้งนี้ ในแบ่งเป็น 3 Part ดังนี้

Part 1 : Basic Level Odors Training Part 2 : Perfume History Part 3 : วิธีการทำน้ำหอม

ซึ่งเนื้อหาทั้งหมดได้สอนทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติไปพร้อม ๆ กันเพื่อให้ผู้เข้าร่วมสัมมนาได้รับประโยชน์อย่างแท้จริงในการพัฒนางานด้านเครื่องสำอางของตัวเองต่อไป

โปรดติดตามงานสัมมนาดีๆ จากสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทยเพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันให้บุคคลากรในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางต่อไปในครั้งหน้า และติดตามข่าวสารเพิ่มเติมได้ที่ www.thaicosmetic.org หรือสนใจสมัครสมาชิกเพื่อรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และสิทธิประโยชน์ต่างๆ รวมทั้งสร้างเครือข่ายสุขภาพและความงามโปรดติดต่อEmail : center@thaicosmetic.org

ผู้สื่อข่าวประชาชาติธุรกิจ, สยามรัฐ และหลายสำนัก ได้ขอสัมภาษณ์ คุณเกษมณี เลิศกิจจา นายกสมาคมเครื่องสำอางไทย ในเรื่องแนวการช่วยเหลือและผลักดันนโยบายอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยให้สามารถแข่งขันกับตลาดสากล พร้อมแนวทางการช่วยเหลือ SMEs ในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันและการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นเมื่อ AEC ได้เปิดอย่างเป็นทางการปลายปี 2558 นี้ คุณเกษมณี ได้กล่าวว่า "ทางสมาคมพร้อมช่วยเหลือผู้ประกอบการเครื่องสำอางไทยให้แข่งขันได้ในตลาดสากลด้วยนโยบายที่จะช่วยส่งเสริมและผลักดันให้สามารถเห็นผลจริง โดยนโยบายต่างๆ นั้นจะทยอยออกมาเรื่อยๆ ให้ทุกท่านโปรดติดตามข่าวสารสมาคมได้หลายช่องทาง"



เปิดตัวไปอย่างสวยงามกับงาน Beyond Beauty Asean Bangkok 2015 งานเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง ทั้ง เล็ก กลาง หรือ SME และใหญ่ งานยิ่งใหญ่เป็นอันดับ 2 ของ ASEAN ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยสู่ตลาดสากล เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน จากการร่วมมือกันในการจัดงานของหลายภาคส่วนทั้ง สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง, คลัสเตอร์สุขภาพและความงาม, สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางแห่งประเทศไทย เป็นต้น จากปัจจุบันมูลค่าตลาดเครื่องสำอางอยู่ประมาณ 2.5 แสนล้านบาทต่อปี คิดเป็น 2.2% ของ GDP ของประเทศไทย แบ่งเป็นตลาดในประเทศประมาณ 1.5 แสนล้านบาทหรือ 60% และตลาดต่างประเทศประมาณ 1 แสนล้านบาทหรือ 40% มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องปีละ 8-10% โดยเครื่องสำอางไทยมีการส่งออกเป็นอันดับ 1



กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ร่วมกับ ทุกภาคส่วนของอุตสาหกรรมสุขภาพและความงามในภูมิภาคอาเซียน จัดงาน Beyond Beauty ASEAN Bangkok 2015 ระหว่างวันที่ 24 - 26 กันยายน 2558 ณ อาคาร 5 อิมแพคเมืองทองธานี โดยได้รับเกียรติจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม (ดร.อารวงกา สีบุญเรือง) เป็นประธานพิธีเปิด โดยมี คุณสุเทพ คุ้มคณสุธี ประธานสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ร่วมกล่าวแสดงความยินดีและให้การต้อนรับ พร้อมด้วยคณะผู้บริหารสภาอุตสาหกรรมฯ เข้าร่วมงานดังกล่าว เมื่อวันที่ 24 กันยายน 2558

ในอาเซียน มาร่วมสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมเครื่องไทย เราด้วยกันทั้ง ผู้ประกอบการ SME หรือ เล็ก กลาง ใหญ่ สนใจเป็นสมาชิกกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยและสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย ที่มีอายุยาวนานกว่า 50 ปี เพื่อสร้างความเข้มแข็งและสิทธิประโยชน์ด้านเครื่องสำอางมากมาย ติดต่อ email: center@thaicosmetic.org หรือ www.thaicosmetic.org มาสร้างความเข้มแข็งร่วมกัน เพื่อผู้ประกอบการเครื่องสำอางไทย ทุกขนาด รวมทั้ง SME




 เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2558 ที่ผ่านมาคุณเกษมณี เลิศกิจจา นายกสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย ร่วมแถลงข่าว ในงาน ASEAN beauty 2016 ที่กำลังจะมีขึ้นในวันที่ 28-30 เมษายน 2559 โดยครั้งนี้ทาง UBM ร่วมกันกับ สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย จัดงานขึ้นมา เพื่อยกระดับผู้ประกอบการเครื่องสำอางไทยให้แข่งขันใน ASEAN ได้อย่างเต็มกำลัง ที่ตลาดเครื่องสำอางจะขยายใหญ่ขึ้นจาก 60 ล้าน เป็น 600 ล้าน สูงขึ้นถึง 10 เท่า โดย ASEAN จะเริ่มเปิดเป็นทางการ 31 ธันวาคม 2558 นี้





เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2558 ที่ผ่านมา คุณเกษมณี เลิศกิจจา นายกสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย ได้รับเชิญให้เป็นวิทยากรหลักในหัวข้อ "โอกาสในการส่งออกสินค้าด้านความงามสู่อาเซียน" เพื่อเตรียมความพร้อมให้ผู้ประกอบการเครื่องสำอางไทยสู่ตลาด ASEAN





Asean Cosmetics Association

หรือ สมาคมเครื่องสำอางแห่งอาเซียนโดย คุณเกษมณี เลิศกิจจา ในฐานะประธาน และ ดร.ปรีชากร สุวรรณเพ็ญ ในฐานะนายกของสมาคมเครื่องสำอางแห่งอาเซียน การรวมตัวกันครั้งนี้เพื่อเป้าหมายการเติบโตร่วมกันสร้างความเข้มแข็งร่วมกัน โดยเกิดจากรวมตัวกันของสมาคมดังต่อไปนี้

1. สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย
 2. Ctfas Singapore
 3. Chamber of Cosmetics Industry of The Philippines, INC
 4. FMM-MCTIG Malaysia
 5. Perkosmi Indonesia
- ถือว่าเป็นการรวมตัวครั้งยิ่งใหญ่ 5 ประเทศ 5 สมาคม เพื่ออุตสาหกรรม เครื่องสำอาง





คุณเกษมณี เลิศกิจจา นายกสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย, ประธานสมาคมเครื่องสำอางแห่งอาเซียน และ ประธานกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และ คณะกรรมการสมาคม ได้ให้สัมภาษณ์ คณาจารย์จาก ศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ในเรื่องการยกระดับเครื่องสำอางไทยใน ASEAN, การช่วยเหลือผู้ประกอบการเครื่องสำอาง SMEs ของไทย, แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย และการนำสมุนไพรไทยมาใช้ในเครื่องสำอาง เพื่อเป็นเสียงสะท้อนเพื่อการพัฒนา ผู้ประกอบการเครื่องสำอางไทย เติบโตอย่างยั่งยืน



การประชุมเครื่องสำอางอาเซียน ครั้งที่ 24 ณ ประเทศเวียดนาม, 24-27 พค 2559
24th ASEAN Cosmetic Committee Meeting, Hanoi - Vietnam

เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2558 ที่ผ่านมา คุณเกษมณี เลิศกิจจา นายกสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย ดร.ปรีชากร สุวรรณเพ็ญ และ คุณนิพนธ์ เผ่านันทมงคล ในฐานะรองนายกสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย และ คณะกรรมการสมาคมอีกหลายท่าน ได้ร่วมทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการระหว่างมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกับสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย เพื่อจัดการศึกษาร่วมกันระหว่างสถานศึกษาและสถานประกอบการ, การพัฒนาการศึกษาของประเทศ, การแลกเปลี่ยนทางวิชาการ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางร่วมกันให้เติบโตอย่างยั่งยืน





การประชุมเครื่องสำอางอาเซียน ครั้งที่ 24
ณ ประเทศเวียดนาม, 24-27 พค 2559
24th ASEAN Cosmetic Committee Meeting,
Hanoi - Vietnam





Granactive Retinoid

นวัตกรรมแห่งการก้าวข้ามการระคายเคืองจากพลังแห่งเรตินอลสู่การชะลอวัยอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

ปัญหาเกี่ยวกับการเปลี่ยนสภาพทางเคมีของวิตามินเอ

ผิวเป็นอวัยวะที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในร่างกายของมนุษย์ มีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวกันระหว่างอวัยวะภายในกับสิ่งแวดล้อม อันที่จริงแล้วผิวเป็นด่านแรกในการป้องกันปัจจัยกระตุ้นต่างๆ จากภายนอกร่างกาย ด้วยผลกระทบของปัจจัยกระตุ้นที่มาจากสิ่งแวดล้อมและผลกระทบที่เกิดจากการอายุที่มากขึ้น จะทำให้ความสามารถในการรักษาสภาพความอ่อนเยาว์ของผิวเรานั้นเสื่อมลงทีละน้อย การใช้ยาทากลุ่มกรดวิตามินเอ (Topical Retinoid) พบว่าให้ผลต่อการฟื้นคืนสภาพผิวในลักษณะต่างๆ จึงสามารถนำไปใช้รักษาเพื่อการชะลอวัย กรดเรตินอิก (All-Trans-Retinoic Acid) (ซึ่งก็คือยา Tretinoin) คือยาทาที่สั่งจ่ายกันโดยมาตรฐานสำหรับใช้เป็นเครื่องสำอางเพื่อการชะลอวัย แต่กรดวิตามินเอ (Retinoic Acid) ทำให้เกิดผลข้างเคียงได้ (อาการผิวแห้งเป็นผื่นแดงและอาการผิวแห้งอักเสบ) โดยขึ้นกับปริมาณยาและความถี่ที่ใช้ จึงทำให้ไม่เป็นที่ยอมรับกัน แต่ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา Milder Synthetic และ Natural Derivatives เป็นทางเลือกที่นิยมนำมาใช้แทนกรดวิตามินเอ (Retinoic Acid) สารอนุพันธ์ต่างๆ เหล่านี้จะได้รับการเผาผลาญโดยเซลล์ผิวให้กลายเป็นสารที่ออกฤทธิ์ได้ เรตินอล (Retinol) (วิตามินเอ) เป็นยาทาในกลุ่มกรดวิตามินเอ (Topical Retinoid) ที่สามารถจำหน่ายได้โดยตรง ซึ่งเป็นสารเพื่อการชะลอวัยที่นิยมมากที่สุดในปัจจุบันนี้ แต่ส่วนผสมนั้นมีค่าความทนต่อผิวต่ำและไม่เสถียรเมื่อโดนแสงแดดจึงทำให้มีขอบเขตและความต้องการใช้ที่จำกัด สารเรตินอลเอสเทอร์ (Retinol Esters) มักจะนำมาใช้เพื่อใช้ลดการระคายเคืองและเพิ่มความมีเสถียรภาพ แต่จะไปลดการออกฤทธิ์ของสารกลุ่มกรดวิตามินเอ (Retinoid) อย่างมีนัยสำคัญ



วิถีทางชีวภาพเพื่อผิวที่อ่อนเยาว์

การกระตุ้นการเพิ่มจำนวนเซลล์และการผลิตเซลล์มีความสำคัญต่อการสร้างเซลล์ใหม่ให้เป็นปกติ กระบวนการซ่อมแซม และลดจุดต่างดำจากความชราซึ่งเกิดจากผิวที่แก่ตัวลง เมื่อเราแก่ตัวผิวของเราจะบางลงและไม่ยืดหยุ่น ทำให้ผิวมีลักษณะหย่อนคล้อย ย้อย และย่น

กลุ่มกรดวิตามินเอ (Retinoids) เป็นสารเคมีประเภทสารประกอบที่มีพันธะกับสารตัวรับกรดวิตามินเอ (Retinoic Acid Receptors (RAR)) ซึ่งควบคุมการตอบสนองต่อหน้าที่ทางชีวภาพที่สำคัญ กลุ่มกรดวิตามินเอ (Retinoids) เป็นที่รู้จักกันว่าสามารถใช้รักษาเพื่อการชะลอวัยผิวได้ เมื่อ RAR ของเซลล์ผิวจับกับกลุ่มกรด

วิตามินเอ (Retinoids) กลไกที่ดำเนินไปตามลำดับขั้นจะทำให้เกิดผลที่ดีต่อผิวพรรณ ซึ่งจะส่งผลให้มีการเพิ่มจำนวนเซลล์ที่ดีขึ้น มีการเกิดชีวสังเคราะห์ของโปรตีนภายนอกเซลล์และไกลแคน (Glycans) ต่างๆ และมีการผลิตเซลล์เพิ่มขึ้น การกระตุ้นกระบวนการทางชีวภาพเพื่อการชะลอวัยผิวเหล่านี้ทำให้ค้นพบวิธีการแบบใหม่ในการคิดค้นสูตรเครื่องสำอางเพื่อต่อสู้กับวัย และการย้อนคืนสภาพของผิวให้ดูอ่อนวัย

วิตามินเอชนิดพิเศษที่ออกฤทธิ์ได้โดยไม่ทำให้ระคายเคือง (An Advanced, Low Irritation Vitamin A Active)

Hydroxypinacolone Retinoate (HPR) เป็นสารเอสเทอร์กรดเรติโนอิก (All-Trans-Retinoic Acid) ประเภทเครื่องสำอางที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อให้มีประสิทธิภาพต่อการชะลอวัย ผลลัพธ์ที่คาดหวังคือการชะลอวัยในยุคต่อไปจะมีฐานคิดมาจากระบบการนำส่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ พร้อมทั้งส่วนผสมที่มีเรตินอล (Retinol) และสารอนุพันธ์กลุ่มกรดวิตามินเอ (Retinoid) ที่ช่วยให้ผิวกระจ่างใส ดูอ่อนเยาว์มากขึ้น เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค และเป็นเป้าหมายสำคัญของการใช้ส่วนผสมนี้ โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับยากกลุ่มกรดวิตามินเอ (Retinoid) แบบที่ไม่ต้องมีใบสั่งยาโดยให้ผลที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน

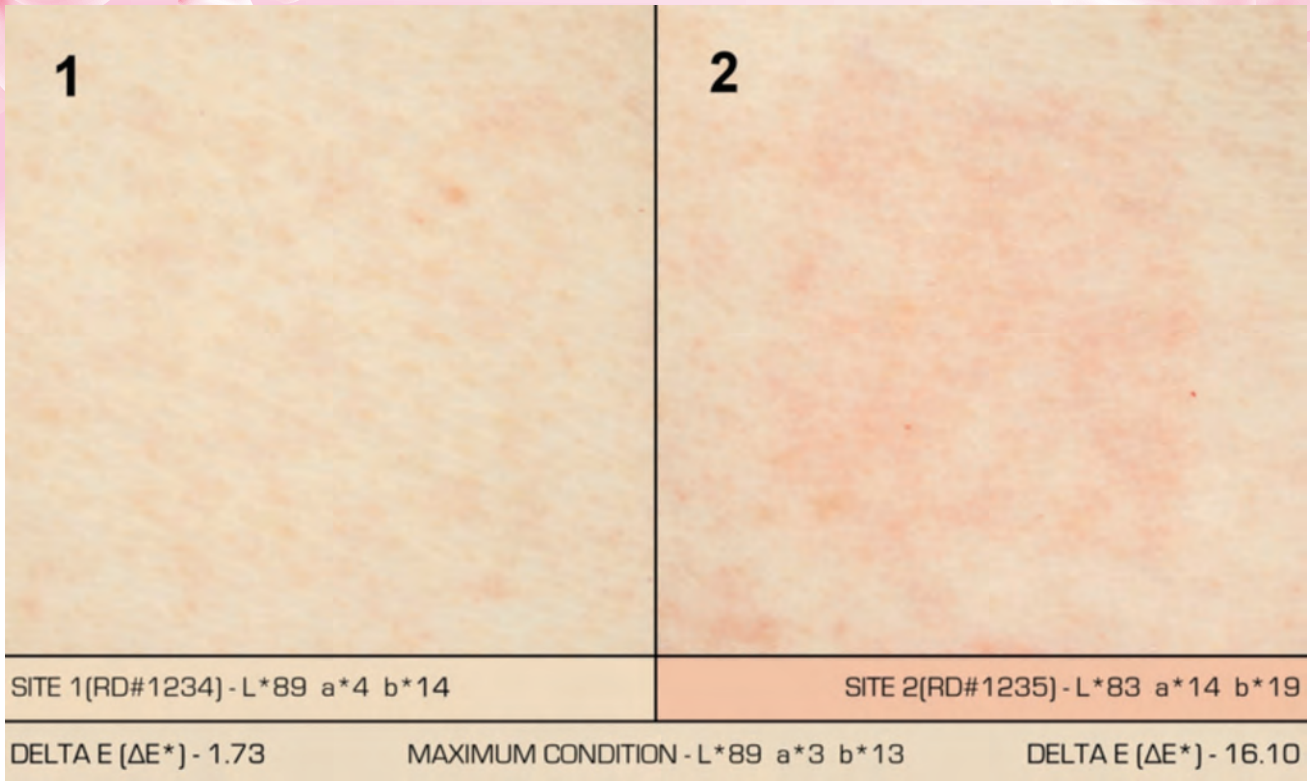
สารออกฤทธิ์ HPR ความเข้มข้น 10% ใน Dimethyl Isosorbide มีชื่อทางการค้าว่า Granactive Retinoid และสาร Dimethyl Isosorbide หรือที่เรียกกันว่า DMI เป็นสารตัวทำละลายที่มีความปลอดภัยสูง มีการนำมาใช้กันนานแล้วในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและยา มีประสิทธิภาพในการนำส่งสารออกฤทธิ์เข้าสู่ชั้นผิวสามารถนำส่งสารออกฤทธิ์ไปยังเป้าหมายได้ดีขึ้นเพื่อบำรุง

รักษาผิวในส่วนต่างๆ มีการใช้ค่า Hansen Solubility Parameter in Practice (HSPiP) ในการประมาณค่าของ DMI โดยพบว่ามีค่าใกล้เคียงกับผิว ซึ่งสอดคล้องกับข้อเท็จจริงที่ DMI นั้นเป็นตัวทำละลายที่ดีในการช่วยให้มีการซึมผ่านผิวหนังได้ดีขึ้นการนำส่งเข้าไปในชั้นผิวที่มีความจำเพาะสูงเช่นนี้ส่งผลให้สามารถลดปริมาณของสารออกฤทธิ์ (HPR) ที่ใช้สูตรเครื่องสำอางลงได้ นอกจากนี้สาร Dimethyl Isosorbide ยังสามารถผสมเข้ากับน้ำและน้ำมันต่างๆ ได้ จึงเป็นสารที่เข้ากันได้ง่ายกับสารอื่น ตัวทำละลายนี้ช่วยให้ Hydroxypinacolone Retinoate มีความเสถียรในสภาพการเก็บรักษาปกติได้ดีขึ้น โดยควบคุมสภาพแวดล้อมให้แห้งเพื่อช่วยลดการเสื่อมสภาพ

ในการเกิดปฏิสัมพันธ์กับสารตัวรับกลุ่มกรดวิตามินเอ (Retinoid Receptors) กลุ่มกรดวิตามินเอ (Retinoid) และสารที่เหมือนกันนี้ ในขั้นแรกจะต้องสามารถจะเข้าไปในชั้นผิวได้ก่อนแล้วจึงเผาผลาญไปเป็นรูปแบบสารที่ออกฤทธิ์ได้ เช่น เรติอัลดีไฮด์ (Retinaldehyde) และกรดวิตามินเอ (Retinoic Acid) โดยใช้เอ็นไซม์หลายชั้น ส่วนผสมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะนี้มีปฏิกิริยา Retinoic โดยธรรมชาติ สร้างพันธะโดยตรงต่อสารตัวรับกลุ่มกรดวิตามินเอ (Retinoid Receptors) โดยไม่ต้องมีการเผาผลาญเพื่อสลายไปเป็นรูปสารออกฤทธิ์ต่อชีวภาพ สารชนิดใหม่นี้ได้มีการทดสอบในทางคลินิกแล้วและพบว่าทำให้เกิดการระคายเคืองน้อยกว่าเรตินอล (Retinol) และเมื่อผสมเข้ากับระบบนำส่งที่ดีขึ้น จะทำให้สารกลุ่มกรดวิตามินเอ (Retinoid) มีความอ่อนโยนต่อผิวปลอดภัย และชะลอวัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

▼ รูปที่ 1. ลครีวรอยและรอยย่นอย่างเห็นได้ชัด หลังจาก 14 วันที่ใช้เซรั่มที่มีส่วนผสม Hydroxypinacolone Retinoate (0.2% wt) ใน Dimethyl Isosorbide

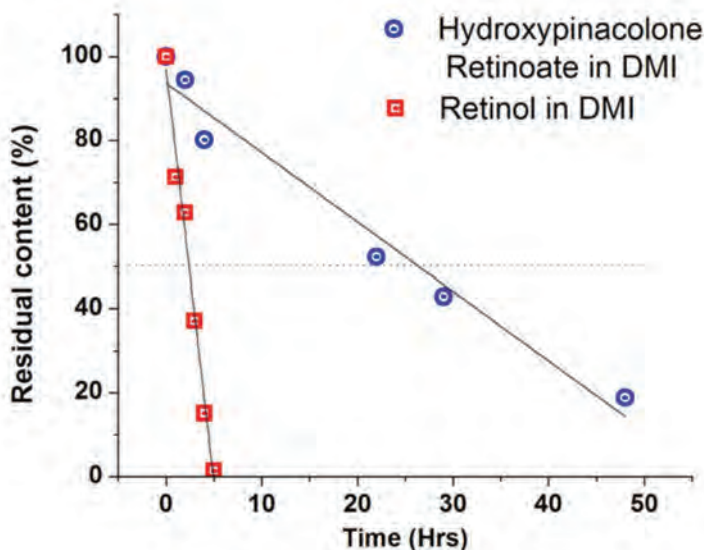




▲ รูปที่ 2. หลังจากตรวจการแพ้โดยวิธี Occlusive Patch Test เป็นเวลา 24 ชั่วโมง พบว่า Hydroxypinacolone Retinoate (HPR) มีรูปลักษณะการก่อให้เกิดอาการแพ้ได้น้อยกว่าอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อเปรียบเทียบกับเรตินอล (Retinol) ตัวอย่างที่ทดสอบนั้นแบ่งเป็น (1) HPR (0.5% wt) ใน DMI (Dimethyl Isosorbide) และ (2) เรตินอล (Retinol) (0.5%) ใน DMI

อีกด้านหนึ่งนอกจากการทำให้ความทนต่อผิวดีขึ้น HPR นั้นมีความเสถียรทางเคมีเป็นอย่างดีโดยไม่มีผลกระทบต่ออันไม่พึงประสงค์ต่อประสิทธิภาพของสาร ทำให้มีโอกาที่จะพัฒนาสารให้วิตามินเอในเครื่องสำอาง รูปที่ 3 แสดงถึงความมีเสถียรภาพที่ดีขึ้นของ Hydroxypinacolone Retinoate เปรียบเทียบกับเรตินอล (Retinol) เมื่อ

ทดสอบโดยใช้ Thermal Stress โดยละลายสารออกฤทธิ์ทั้งสองใน DMI และเก็บไว้ในขวดแก้วกันแสงภายใต้สภาพแวดล้อมที่เป็นไนโตรเจน สารออกฤทธิ์ HPR พบว่ามีความเสถียรได้ถึง 10 เท่าเมื่อเปรียบเทียบกับสารที่เหลือค้างอยู่ 50% จึงมีลักษณะเป็นสารที่ไม่ก่อให้เกิดสภาวะแทรกซ้อน



◀ รูปที่ 3. HPR (0.1% ของน้ำหนัก) ใน DMI (☒) ที่มีเสถียรภาพเชิงความร้อน (50°C) มากขึ้นเปรียบเทียบกับเรตินอล (Retinol) (0.1% ของน้ำหนัก) ใน DMI (☒) เมื่อเก็บในขวดแก้วกันแสง

ผลการศึกษากาคลินิก: ภาพโดยรวม

เมื่อใช้ห้องปฏิบัติการที่เป็นอิสระจากกัน กลุ่มอาสาสมัครแจ้งว่า:

- ไม่มีอาการระคายเคืองหลังจากทดสอบอาการแพ้ด้วยวิธี Cumulative Irritation Patch เป็นระยะ 3 สัปดาห์
 - ไม่พบอาการที่ไม่พึงประสงค์หลังจากทดสอบการระคายเคืองเฉพาะที่และการทำให้แพ้เป็นระยะ 3 สัปดาห์
 - ดีขึ้น 50% สำหรับในกรณีผิวหยาบ
 - ดีขึ้น 40% สำหรับในกรณีผิวเป็นขุย (ตัวบ่งชี้ถึงสภาพผิวแห้ง)
 - จุดต่างดำจากความชราแลดูลดลง 50%
- การวิเคราะห์เซลล์ผิวหนังในหลอดทดลอง (In Vitro) เพื่อหา HPR ที่ออกฤทธิ์:
- มีความทนได้ดีขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับเรตินอลปาล์มิเตท (Retinol Palmitate) ที่ควบคุมโดยเซลล์ผิวหนังภายใต้สภาพการทดลองที่มีความเครียดจากสิ่งแวดล้อม

แวดล้อมลักษณะต่างๆ

- มีการระคายเคืองต่ำกว่า เรตินอลปาล์มิเตท (Retinol Palmitate) ที่ควบคุมแบบจำลองโครงสร้างผิวหนังมนุษย์
 - แสดงการปรับเปลี่ยนการแสดงออกโดยทั่วไปของยีนกลุ่มกรดวิตามินเอ (Retinoid) ในเซลล์ผิวหนังมนุษย์
 - จัดเป็นสารประเภทไม่ระคายเคืองและไม่เป็นพิษต่อเซลล์กับแบบจำลองเนื้อเยื่อผิวหนัง
- การศึกษาวิจัยที่ผ่านมาในเรื่องการแพร่ผ่านผิวหนังของสารออกฤทธิ์ Granactive Retinoid พบว่า:
- สารออกฤทธิ์กลุ่มกรดวิตามินเอ (Retinoid) มีการเจาะผ่านผิวหนังจากการทดสอบในหลอดทดลองได้ดีอย่างมาก แต่ออกฤทธิ์ได้เพียงพอต่อการเจาะผ่านไปถึงตำแหน่งเป้าหมาย

การทดสอบ Granactive Retinoid ทางคลินิกในด้านความปลอดภัยการระคายเคืองและประสิทธิภาพ

การทดสอบ	อาสาสมัคร	ผลลัพธ์
Cumulative Irritation Patch	กลุ่มบุคคลที่ทดลองในทางคลินิก	ไม่มีอาการระคายเคือง
ทดสอบการระคายเคืองเฉพาะที่และการทำให้แพ้	กลุ่มบุคคลที่ทดลองในทางคลินิก	ไม่พบอาการไม่พึงประสงค์
ความหยาบของผิว	กลุ่มบุคคลที่ทดลองในทางคลินิก	ดีขึ้น 50%
ผิวเป็นขุย	กลุ่มบุคคลที่ทดลองในทางคลินิก	ดีขึ้น 40%
การระคายเคืองต่อผิวหนัง vs. เรตินอลปาล์มิเตท (Retinol Palmitate)	เซลล์ผิวหนังมนุษย์	ลดการระคายเคือง
ความทนภายใต้ความเครียดจากสิ่งแวดล้อม vs. เรตินอลปาล์มิเตท (Retinol Palmitate)	เซลล์ผิวหนังมนุษย์	ทนได้ดีขึ้น
การปรับเปลี่ยนการแสดงออกของยีนกลุ่มกรดวิตามินเอ (Retinoid)	เซลล์ผิวหนังมนุษย์	การแสดงออกของยีนกลุ่มกรดวิตามินเอ (Retinoid) โดยทั่วไป
การเจาะผ่านผิวหนังจากการทดสอบในหลอดทดลอง	ผิวหนังมนุษย์	ผ่าน – ตรวจสอบแล้วว่าปลอดภัย
การดูดซึมผ่านผิวหนังจากการทดสอบในร่างกาย	ผิวหนังมนุษย์	ผ่าน – ตรวจสอบแล้วว่าปลอดภัย

สารออกฤทธิ์ Retinoate ใน DMI เป็นสารที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อช่วยในการชะลอวัยและรักษาผิวโดยที่ทำให้ระคายเคืองน้อย ออกฤทธิ์นำส่งสารได้อย่างมีประสิทธิภาพเมื่อใช้เป็นประจำทุกวัน สาร Granactive Retinoid เป็นสารเมทริกซ์แห่งที่ช่วยให้มีชั้นขี้ผึ้งไขมันในน้ำ (O/W) อิมัลชันขี้ผึ้งในน้ำมัน (W/O) และสารชนิดต่างๆ ก่อตัวได้ง่าย สามารถนำไปใช้เพื่อ (ซึ่งไม่ได้จำกัดเพียงแค่นี้) บำรุงผิว เป็นเครื่องสำอางสำหรับแต่งหน้า และบำรุงผิวกาย สำหรับการใช้เพื่อรักษาผิว สารกลุ่มกรดวิตามินเอ (Retinoid) จะต้องนำไปผสมเข้ากับสารออกฤทธิ์ในการรักษาผิวที่ได้รับการรับรองตามกฎข้อบังคับในภูมิภาคหรือประเทศนั้นๆ แล้ว การเติมสาร Granactive Retinoid ควรเติมลงในอิมัลชันที่ยังอยู่ในระยะที่เป็นน้ำมันด้วยระดับการใช้งานในทางคลินิกที่ 1-2% ซึ่งสามารถเติมในระดับที่มากกว่านี้ได้โดยจะไม่ก่อให้เกิดการระคายเคือง ควรผสมสารผลิตภัณฑ์นี้ด้วยวิธีที่ไม่ให้โดนอากาศ/ออกซิเจนกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่พร้อมนำไปใช้ สาร



กลุ่มกรดวิตามินเอ (Retinoids) โดยทั้งหมดนั้น จะมีชุดของพันธะคู่สลับกับพันธะเดี่ยว (conjugated double bonds) ต่อกันที่เป็นลักษณะจำเพาะเป็นอย่างยิ่งซึ่งอาจเกิดออกซิเดชันและทำให้เสื่อมสภาพลง ควรใช้สารสารต้านออกซิเดชันที่มีอยู่ทั่วไป เช่น วิตามินอี และ BHT/BHA เพื่อช่วยปกป้องสารประกอบกลุ่มกรดวิตามินเอ (Retinoid) ชนิดใหม่นี้ ■

สรุป

สาร Granactive Retinoid (INCI Name: Dimethyl Isosorbide (and) Hydroxypinacolone Retinoate) เป็น Cosmetic grade เอสเทอร์ของกรดเรทีโนอิก (All-Trans-Retinoic Acid) ซึ่งพบว่าช่วยให้ผิวพรรณอิมูบ มีความยืดหยุ่น และชุ่มชื้น และดูกระจ่างใส ช่วยให้สามารถควบคุมคุณลักษณะการชะลอวัยของสารกลุ่มกรดวิตามินเอ (Retinoid) ให้คงประสิทธิภาพโดยไม่ก่อให้เกิดการระคายเคือง และไม่พบปัญหาเรื่องความเสถียรของสารซึ่งมักจะเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเคมีของวิตามินเอ ควรนำไปใช้เพื่อช่วยทำให้ผิวสะอาดเมื่อใช้ร่วมกับการรักษาผิวโดยตรง สามารถผสมเข้ากับสารต่างๆ ได้หลายชนิด และมีเหมาะกับการใช้ในผลิตภัณฑ์ที่ต้องการความอ่อนโยน เนื่องจากมีความทนต่อผิวเป็นพิเศษและมีความเสถียรทางเคมี สาร Granactive Retinoid จึงเป็นโอกาสใหม่ที่น่าสนใจในด้านสารผสมที่ออกฤทธิ์เพื่อชะลอวัยอย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

1. Kockaert, M. & Neumann, M. Systemic and topical drugs for aging skin. *J. Drugs Dermatol.* 2, 435–41 (2003).
2. Sator, P. G. Skin treatments and dermatological procedures to promote youthful skin. *Clin. Interv. Aging* 1, 51–6 (2006).
3. Hubbard, B. A., Unger, J. G. & Rohrich, R. J. Reversal of skin aging with topical retinoids. *Plast. Reconstr. Surg.* 133, 481e–90e (2014).
4. Leyden, J., Grove, G. & Zerweck, C. Facial tolerability of topical retinoid therapy. *J. Drugs Dermatol.* 3, 641–51
5. Leyden, J. J., Grossman, R. & Nighland, M. Cumulative irritation potential of topical retinoid formulations. *J. Drugs Dermatol.* 7, s14–8 (2008).
6. Culp, L., Moradi Tuchayi, S., Alinia, H. & Feldman, S. R. Tolerability of Topical Retinoids: Are There Clinically Meaningful Differences Among Topical Retinoids? *J. Cutan. Med. Surg.* (2015). doi:10.1177/1203475415591117

7. Rolewski, S. L. Clinical Review: Topical Retinoids. *Dermatology Nurs.* 15 (2003). at <<http://www.medscape.com/viewarticle/464026>>

8. Creidi, P. et al. Profilometric evaluation of photodamage after topical retinaldehyde and retinoic acid treatment. *J. Am. Acad. Dermatol.* 39, 960–965 (1998).

9. Griffiths, C. E. et al. Two concentrations of topical tretinoin (retinoic acid) cause similar improvement of photoaging but different degrees of irritation. A double-blind, vehicle-controlled comparison of 0.1% and 0.025% tretinoin creams. *Arch. Dermatol.* 131, 1037–44 (1995).

10. Mukherjee, S. et al. Retinoids in the treatment of skin aging: an overview of clinical efficacy and safety. *Clin. Interv. Aging* 1, 327–48 (2006).

11. Verschoore, M., Bouclier, M., Czernielewski, J. & Hensby, C. Topical retinoids. Their uses in dermatology. *Dermatol. Clin.* 11, 107–15 (1993).

12. Di Masi, A. et al. Retinoic acid receptors: from molecular mechanisms to cancer therapy. *Mol. Aspects Med.* 41, 1–115 (2015).

13. Repa, J. J., Hanson, K. K. & Clagett-Dame, M. All-trans-retinol is a ligand for the retinoic acid receptors. *Proc. Natl. Acad. Sci. U. S. A.* 90, 7293–7 (1993).

14. Roos, T. C., Jugert, F. K., Merk, H. F. & Bickers, D. R. Retinoid Metabolism in the Skin. *Pharmacol. Rev.* 50, 315–333 (1998).

15. HSP Examples: Skin permeation. at <<http://hansen-solubility.com/Skin.html>>

16. Wiechers, J. W., Kelley, C. L., Blease, T. G. & Dederen, J. C. Formulating for fast efficacy. *J. Cosmet. Sci.* 57, 191–2

เนื้อหาโดย

Ronald V. Lerum, PhD. และ John Gormley,
Elmwood Park, NJ, USA. Grant Industries, Inc.

เรียบเรียงภาษาไทยโดย

บริษัท ไอเอ็มซีดี (ประเทศไทย) จำกัด
ตัวแทนจำหน่าย Grant Industries
ในประเทศไทย

ติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

IMCD Thailand Co., Ltd.
909 Ample Tower, Room No. 15/2
Bangna-Trad Road, Khwaeng Bangna,
Khet Bangna, Bangkok 10260 Thailand
Phone: +66 2744 0917-9
Telefax: +66 2744 0920
www.imcdgroup.com

Function/Name	Phone	E-mail address
Sriwalpha Burark Business Unit Manager	+668 1256 9353	sriwalpha.burarak@imcd.co.th
Vichavut Tangkeang Sale Manager	+668 6354 5928	vichavut.tangkeang@imcd.co.th
Sasikan Aumkure Customer Service	+668 5099 5588	sasikan.aumkure@imcd.co.th



GMP

(อีกสักครั้ง)

กว่าจะถึงวันนี้...

๒ ปีเนเวลามากกว่าสิบห้าปีมาแล้วที่เราเริ่มต้นการทำ **Asean Harmonization of Cosmetic Regulation** หัวข้อของ **Good Manufacturing Practice** หรือที่เราเรียกกันอย่างคุ้นปากว่า **GMP** เป็นหัวข้อที่ได้รับการอภิปรายกันอย่างถึงพริกถึงขิงจากกลุ่มสมาชิกทั้ง 9 ประเทศ (ทั้งนี้เป็นเพราะในช่วงต้นประเทศพม่าไม่ได้มาร่วมประชุมด้วย)

ประเทศมาเลเซียได้รับมอบหมายให้เป็นผู้นำในการร่าง GMP โดยมี ASEAN Cosmetic Association (ACA) เป็นตัวแทนของผู้ประกอบการ เรื่องที่ผมจำได้เป็นอย่างดีในช่วงแรกก็คือว่าร่างต้นฉบับของมาเลเซียนั้น ลอก GMP ของยาออกมาเป๊ะ แทบจะพูดได้เลยว่าเป็นการเอา GMP ของยามาแล้วเปลี่ยนจากคำว่า “Pharmaceutical” เป็น “Cosmetic” เท่านั้นเอง ร่างฉบับดังกล่าวต้องการให้ห้องผลิตเครื่องสำอางเป็นห้องที่มีการควบคุมความชื้นและอุณหภูมิ หรือคือเป็นห้อง air conditioned นั่นเอง นอกจากนี้ มาเลเซียยังมีความพยายามที่จะให้ประเทศอื่นๆ ประกาศให้ GMP เป็นกฎหมายบังคับ คงจะจินตนาการกันได้ไม่ยากนักว่าถ้าต้นฉบับของมาเลเซียถูกนำมาบังคับใช้ ไม่ใช่แค่อุตสาหกรรมขนาดเล็ก (SME) เท่านั้นที่จะประสบปัญหา แต่บริษัทข้ามชาติก็คงจะต้องกระอักเลือดกันเป็นแถว อย่างไรก็ตามก็ต้องขอขอบคุณ คุณ **Lukmani** หัวหน้าทีมของมาเลเซียในสมัยนั้นรวมถึงคุณ **เกษมณี** ประธานสมาคมของเราที่ได้ผลักดันเรื่องนี้มาอย่างต่อเนื่อง



ภาพประกอบจากอินเทอร์เน็ต

และในวันนี้เราก็มี **Asean Cosmetic GMP Guidelines** ซึ่งใช้เป็นข้อควรปฏิบัติในการขบวนการการผลิตเครื่องสำอางของผู้ผลิตและผู้นำเข้าที่จัดแจ้งเครื่องสำอางต่อกองควบคุมเครื่องสำอาง (Self-declaration)

ซึ่งขณะนี้ได้มีความเคลื่อนไหวจากหน่วยงานรัฐในการทำ GRP (Good Regulatory Practice) ที่เกี่ยวข้องกับ GMP เพื่อให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติเครื่องสำอางฉบับปัจจุบัน (ซึ่งคาดว่าอาจจะมีการประกาศเป็นทางการเกี่ยวกับขั้นตอนการปฏิบัติเรื่องการทำ GMP ในอนาคตอันใกล้)

บทความนี้ ผมจะไม่ขอก้าวถึงสถานะภาพของ GMP ในประเทศไทยว่าควรจะไปทิศทางใด แต่จะขอแชร์ประสบการณ์การทำงานตลอด 36 ปีที่ผ่านมา โดยจะเน้นในเรื่อง Product Integrity Management (ซึ่งหมายถึงการดูแลรับผิดชอบผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่น่าพอใจของทั้งผู้ผลิต ผู้ขาย ผู้ใช้ และ ภาครัฐ) โดยหลักการ ของ Product Integrity นี้ ไม่ขึ้นกับขนาดของผู้ประกอบการ กล่าวคือสามารถใช้ได้ตั้งแต่ป่าแจ้ว (นามสมมุติ) ขายส้มตำปากซอย ไปจนถึงบริษัทที่มียอดขายเป็นหลัก พันล้าน ทั้งนี้ผมจะขอให้มุมมองและข้อคิดแก่ผู้ประกอบการว่าหลักเกณฑ์ของ GMP จะช่วยยกระดับธุรกิจและสร้างผลกำไรให้กับผู้ประกอบการเครื่องสำอางอย่างไรยืนได้อย่างไร.....

36 ปีชิวนะ.....

คนที่รู้จักคุ้นเคยกับผม ส่วนใหญ่จะคิดว่าประสบการณ์และมุมมองของผมนั้นเป็นมุมมองของผู้ประกอบการจากบริษัทข้ามชาติที่มีเงินลงทุนล้านฟ้า และไม่มีประสบการณ์จากบริษัทแบบ SME ที่ซึ่งทุกบาททุกสตางค์มีค่ายิ่ง แต่ในความจริงแล้ว ก่อนจะได้ทำงานกับบริษัทข้ามชาติ ผมได้เริ่มงานกับบริษัทเล็กๆ ที่มีนักเคมีคนเดียวทำหน้าที่ตั้งแต่ วิจัย พัฒนาสินค้า ควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ และ บรรจุภัณฑ์ แก้ปัญหาทุกอย่าง ในโรงงาน รวมทั้งให้ข้อมูลทางเทคนิคกับฝ่ายขายอีกด้วย เครื่องมือเครื่องใช้ก็มีแค่พอใช้ตามขนาดของโรงงาน ในสองปีนั้นเป็นช่วงเวลาที่ผมได้เรียนรู้เรื่องการจัดสรรทรัพยากร ซึ่งรวมถึง เวลา เงิน และ เครื่องใช้ต่างๆ เวลานั้นผมยังไม่รู้จักหลักเกณฑ์เกี่ยวกับ GMP แต่ก็ได้เขียนเอกสารคู่มือการปฏิบัติงาน หรือที่เรียกกันว่า

SOP รวมถึงรายชื่อหรือข้อมูลต่างๆ เพื่อให้พนักงานฝ่ายการผลิตทั้งสองคนทำการผลิตสินค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ รวมถึงผลิตได้เหมือนกันทุกครั้ง เพราะถ้าหากผลิตไม่ถูกต้องแล้ว การมาแก้ไขของที่เสีย จะเสียเวลาและเสียหายมากกว่าการใช้เวลาเขียน SOP และการฝึกฝนพนักงานหลายเท่านัก

ต่อมาเมื่อได้มาอยู่บริษัทข้ามชาติ ตำแหน่งสุดท้ายก่อนเกษียณของผมก็มีหน้าที่รับผิดชอบระบบคุณภาพทั้งหมดของโรงงานผลิตยาสีฟันในเอเชียรวมถึงการดูแลระบบคุณภาพของ Supplier วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ ซึ่งแน่นอน Supplier เหล่านี้มีหลากหลาย มาจากร้อยพ่อพันแม่ แยกย้ายกันอยู่ทั้งในเอเชีย ยุโรป และอเมริกา นอกจากนี้ Supplier เหล่านี้ก็มีตั้งแต่ขนาด SME จนถึงบริษัทข้ามชาติเช่นกัน ดังนั้นก่อนที่จะเราทำงานกับเขาได้ก็ต้องเข้าใจถึงรากฐานในการทำงานและปัญหาของเขาอย่างลึกซึ้งเสียก่อน

และเมื่อพูดถึงบริษัทข้ามชาติ คนส่วนมากจะคิดว่าบริษัทเหล่านี้มีเงินลงทุนมหาศาลใช้ได้อย่างไม่จำกัดและง่ายดาย จะใช้สร้างโรงงานใหญ่โตวิไลศมาหาอย่างไรก็ได้ แต่ในความเป็นจริงแล้วมันไม่ได้เป็นเช่นนั้นเลย เพราะก่อนที่บริษัทข้ามชาติจะลงทุนใช้เงินทำอะไรสักอย่างหนึ่ง เขาจะมีทีมที่ประกอบไปด้วย วิศวกร นักบัญชี และนักอะไรต่อมิอะไรอีกมากมายที่จะมาทำการศึกษา วิเคราะห์ทุกรูปแบบอย่างละเอียด มีขั้นตอนการอนุมัติที่รัดกุมจากผู้บริหารหลายระดับ เพื่อให้แน่ใจ ว่าการลงทุนนั้นๆจะทำการที่ยั่งยืนให้บริษัทในอนาคต แล้วท่านแปลกใจบ้างไหม ทำไมบริษัทข้ามชาติจึงลงทุนทำ GMP กันทั้งหมด เขาไม่ได้ทำเพื่อเอาหนังสือรับรองมาแปะฝาไว้ดูเล่นหรอก มันต้องมีเหตุผลที่มากกว่านั้นอย่างแน่นอน.....

เหตุผลอะไรล่ะ.....

ธุรกิจไม่ว่าเล็กหรือใหญ่ก็มีจุดประสงค์ที่เหมือนกันคือ Sustainable Profitability ผมขอแปลว่า “การทำกำไรแบบยั่งยืน” คือ ทำกำไรอย่างเดียวไม่พอ ต้องเป็นการทำกำไรที่ยั่งยืนด้วย เพื่อให้เห็นภาพชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผมขอยกตัวอย่างป่าแจ้วแม่ค้าส้มตำปากซอยก็แล้วกัน

ป่าแจ้วจะทำกำไรที่ยั่งยืนได้อย่างไรละ คำสัมตำอยู่อย่างเดียว ครกก็มีอยู่ใบเดียว งบโฆษณาก็ไม่มี คู่แข่งก็เยอะ ต้นทุนก็สูงขึ้นทุกวัน ทั้งยังค่าน้ำมันที่ราคาขึ้นๆ



ภาพประกอบจากอินเทอร์เน็ต



แล้วป้าแจ้วก็จะวางรายการไว้ตามก่อนหลังจะได้ทำตามคิวได้ถูกต้อง เวลาใส่เครื่องปรุงก็จะใช้การตวงเพื่อให้แน่ใจว่าทุกครั้งที่ทำออกมารสชาติต้องไม่เพี้ยน วัตถุดิบที่ใช้ก็จะพิถีพิถันซื้อของที่สะอาดและเลือกสรรด้วยตัวเอง สร้างความคุ้นเคยสนิทสนมกับแม่ค้าขายผัก เพราะเขาเข้าใจดีว่าป้าแจ้วขายส้มตำได้มากเท่าไร พวกเขาก็จะขายผักได้มากตามกัน ป้าแจ้วทำสิ่งเหล่านี้โดยไม่ต้องลงทุนเพิ่มสักบาทเดียว แต่สิ่งเล็กน้อยที่ทำเป็นนิสัยนี้ช่วยการค้าขายส้มตำของป้าแจ้วได้เกินคาด กว่าไรที่ป้าแจ้วได้จากการค้าส้มตำก็ไม่ได้เอามากินมาใช้ ซ้อมมือถือใหม่หรือ

ลงๆ ไหนจะยังลูกค้าที่จู้จี้ เอาเผ็ดน้อย เผ็ดพอดี เผ็ดมาก ไม่ใส่พริกเลย พอปล่อยให้รอนานก็บ่น ไหนจะยังต้องกลัวเซเวนแยงขายอีก ดูจะมีตัวแปรมากมายเหลือเกินใช่ไหม ไม่เพียงเท่านั้นในทุกวันพระป้าแจ้วจะต้องไปทำบุญที่วัดตั้งนั้นในวันดังกล่าวป้าแจ้วจะให้น้องสาวซื้อป้าจันทร์มาขายแทน เพราะเคยหยุดไปเลยแล้วลูกค้าตามหาโดยลูกค้าประจำของป้าแจ้วจะพูดเป็นเสียงเดียวกันว่าที่ชอบส้มตำป้าแจ้วเพราะสะอาด ไม่เคยทานแล้วท้องเสียรสชาติก็คงที่ สิ่งเผ็ดมากน้อยได้ตามที่ต้องการ ราคาที่มีความเหมาะสม และถ้ามาซื้อในวันพระ ป้าจันทร์ก็ทำได้ไม่แพ้ป้าแจ้ว ถ้าไม่เห็นคนตำก็จะไม่รู้เลยว่าไม่ใช่ป้าแจ้วตำ

ป้าแจ้วไม่ได้จบการตลาดหรือได้รับการสอนเรื่อง GMP Guidelines เลย แต่ก็มีความมานะในการค้าส้มตำ โดยลองพัฒนาสูตร (ตำหลายๆรส) ทำการวิจัยตลาด (คุยกับลูกค้า) จนรู้ว่าถ้าลูกค้าสั่งเผ็ดน้อย ต้องใส่พริกก็เม็ด ถ้าเอาไม่เผ็ดเลย นอกจากจะไม่ใส่พริกแล้วยังต้องล้างครกและอุปกรณ์ให้สะอาดไม่มีพริกมาปนเปื้อน เพื่อกันลิ้มป้าแจ้วก็จดสูตรส้มตำของตัวเองเอาไว้ (Master Formula) และจัดขั้นตอนการค้าส้มตำ (SOP) ให้ป้าจันทร์ไว้ดูเวลามาตำแทนวันพระ ก่อนที่จะให้ป้าจันทร์มาตำแทน ป้าแจ้วก็ได้ฝึกฝนดูแลจนแน่ใจว่าป้าจันทร์จะค้าส้มตำได้ตามที่ลูกค้าต้องการ (Training) เวลาป้าแจ้วค้าส้มตำก็จะเอาผ้าปิดปาก ไม่พูดกับใคร มีผ้าคลุมผมและผ้ากันเปื้อนเรียบร้อย ดูสะอาดสะอ้านทีเดียว เวลาลูกค้าสั่งก็จะให้ลูกค้าช่วยจดใส่กระดาษไว้เพื่อช่วยลดการค้าผิดรายการ

ทำบุญหมุด แต่อดออมไว้ทุกเดือนเพราะป้าแจ้วมีความคิดจะซื้อครกและเครื่องมือเครื่องใช้เพิ่ม และอีก 2-3 ปี จะขยายร้านและขายไปอย่างด้วย โดยจะให้ป้าจันทร์และหลานอีกคนมาช่วยทุกวัน แล้วถ้ากิจการดีขึ้นเรื่อยๆ ก็จะฝึกลูกมือเพิ่มขึ้น ไม่นานนะ อีก 4-5 ปีอาจมี “แจ้วส้มตำ” เปิดสาขาตามห้าง ใหญ่ๆ เหมือนกับ After You ก็ได้ นี่คือ แผนธุรกิจของป้าแจ้ว ไม่ต้องจบ MBA ก็คิดได้.....

ลองเอาเรื่องของป้าแจ้วแม่ค้าส้มตำมาเปรียบเทียบกับธุรกิจของผู้ประกอบการเครื่องสำอางแล้วตรงดูว่าหลักเกณฑ์ของ GMP จะช่วยให้กิจการของท่านทำกำไรที่ยั่งยืนได้อย่างไร ถ้าท่านยังคิดไม่ออก ไม่เป็นไร อ่านบทความนี้ต่อไปให้จบ จะมีข่าวดีแจ้งให้ทราบ สำหรับ



ภาพประกอบจากอินเทอร์เน็ต



ผู้ประกอบการที่พอจะเห็นประโยชน์บ้างแล้ว แต่ไม่แน่ใจว่าจะเริ่มต้นอย่างไรก็คงต้องอ่านต่อไปเช่นกัน.....

ถ้าไปไม่สอบ Calculus ให้นักเรียนชั้นประถม.....

ผมเคยพูดอยู่เสมอว่าการทำ GMP ต้องทำด้วยใจถึงจะได้ประโยชน์อย่างแท้จริง ไม่ได้ทำเพราะใครบังคับหรือทำเพื่อต้องการใบรับรองมาตรฐาน แต่เพียงอย่างเดียว เปรียบเสมือนคนขี่มอเตอร์ไซด์ที่เอาหมวกกันน็อคมาวางไว้บนศีรษะเพียงเพราะกลัวตำรวจจับ โดยไม่ได้ใส่ไปถึงประโยชน์ที่แท้จริงและวิธีใช้ที่ถูกต้อง

อีกคำถามหนึ่งที่ได้ยินอยู่เป็นประจำว่า จะเอาเงินที่ไหนมาลงทุนทำ GMP บริษัทเล็กๆไม่มีเงินจะทำรอกก่อนจะตอบคำถามนี้ ลองคิดดูหน่อยว่าทำไมเราถึงไม่สอน Calculus ให้เด็กชั้นประถม คำตอบก็คือเด็กประถมยังไม่พร้อมที่จะเรียน เพราะก่อนที่เขาจะเรียน Calculus ได้ เขาต้องมีพื้นฐานทางคณิตศาสตร์อีกหลายแขนงได้แก่ พีชคณิต เรขาคณิต และตรีโกณมิติ เป็นต้น ฉะนั้น กว่าจะพร้อมเรียน Calculus ก็ต้องเก็บวิทยายุทธกันจนถึงมัธยมปลายหรือมหาวิทยาลัยเลยทีเดียว ทีนี้ถ้ามีเด็กนักเรียนประถมมาปรารภกับท่านว่าชาตินี้เขาไม่มีทางจะเป็นวิศวกรได้เพราะเขาไม่ได้เรียน Calculus ไม่ได้เรียนกลศาสตร์ ไม่ได้เรียน ไฟฟ้า แสง เสียง ไม่ได้เรียน Thermodynamics ไม่ได้เรียน Fluid Mechanics ท่านจะ

แนะนำเขาอย่างไร.....

การเริ่มทำ GMP นั้นไม่ต้องใช้เงินลงทุนเลยถ้าเราเริ่มอย่างฉลาดตามที่ได้คุยไว้ช่วงยาวแล้วแม่ค้าสัมตำ เพราะ GMP มีอยู่หลายส่วน บางส่วนสามารถเริ่มทำได้ทันทีโดยใช้ ใจ ความมุ่งมั่น และวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร และเมื่อทำแล้วเห็นประโยชน์ว่านี่แหละ ใช้เลย ตัวช่วยที่จะทำให้การค้ำมือโรอย่างยั่งยืน ก็ต้องวางแผนการลงทุนเกี่ยวกับเครื่องมือเครื่องมือและสถานที่ในอนาคต จะใช้ เงินมากน้อยเพียงไรและ

ใช้เวลานานเท่าใดก็ขึ้นอยู่กับสถานภาพในปัจจุบันของผู้ประกอบการ การลงทุนที่ให้ประโยชน์ต่อธุรกิจเป็นสิ่งที่ควรเกิดขึ้นตลอดเวลาทั้งในปัจจุบันและอนาคต และเป็นสิ่งที่ตัวเราเองเป็นผู้กำหนด

ถ้านักเรียนชั้นประถมต้องการเป็นวิศวกรก็ต้องเตรียมตัวฝึกปรีอวิทยายุทธให้ครบถ้วนที่ต้องใช้ในอนาคต ถ้าผู้ประกอบการต้องการทำกำไรที่ยั่งยืนให้ธุรกิจก็ต้องออมเงินมาลงทุนในตัวช่วยที่จำเป็น.....

แล้วจะยังไม่ต่อ.....

สังขรณ์ที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ก็คือ อนาคตจะมาพบกับเราแน่นอน เราจะพร้อมหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับตัวเราเอง การยกระดับคุณภาพ ลดต้นทุน ผลิตสินค้าให้เป็นที่พอใจของผู้บริโภค เป็นหัวใจในการทำให้เกิดกำไรที่ยั่งยืนในธุรกิจทุกประเภท ในกิจการผลิตเครื่องสำอาง การนำ GMP Guidelines มาใช้จะเป็นตัวช่วยที่สำคัญยิ่ง

สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย ตระหนักถึงความสำคัญของ GMP เป็นอย่างมาก จึงได้จัดการฝึกอบรมมาทุกปี และในปีที่นี้ สมาคมฯจะจัดกิจกรรมเกี่ยวกับ GMP ที่จะช่วยเหลือสมาชิกที่สนใจ โดยจะมีการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง และเจาะลึกไปถึงหลักปฏิบัติที่นำไปใช้ได้ทันที โปรดติดตามรายละเอียดที่สมาคมฯ จะประชาสัมพันธ์ในโอกาสต่อไป



GROUP SINCE 1973
Striving towards excellence

กลุ่มบริษัทไทยสงวนวัฒน์
มุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพให้ดีที่สุด

TEL. 0 2216 7608 - 10, 0 3481 2994 <http://www.tsgroup.co.th>

FAX. 0 2215 5693, 0 3481 2995 info@tsgroup.co.th

THINK OF CHEMICALS, FRAGRANCES, PLASTIC PACKAGING
THAI SANGUANWAT CHEMICAL CO., LTD.

44

YEARS IN SERVICE

15th ANNIVERSARY



Chemical Distributer

The Sun Chemical Co., Ltd.
701/206 Royal Castle, Soi Pattanakan 30,
Pattanakan Road, Suanluang,
Bangkok Thailand 10250
Tel. 662-319-1026 Fax. 662-318-1158, 662-319-5791

Research &
Development
Department

Production
Department

Quality Assurance &
Quality Control
(QA & QC) Department

Graphic Design
Department

One Stop Service



เราให้บริการครบทุกขั้นตอน
เพื่อความสำเร็จของการเป็น
เจ้าของแบรนด์เครื่องสำอาง

Able Strong Co., Ltd.
บริษัท เอเบิล สตรอง จำกัด

32/21 หมู่ 8 ซอยร่วมเทื่อ 9 แขวงทวีวัฒนา
เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10170
Tel : 02-441-0967-8, 083-301-8787
Fax : 02-882-6805

E-mail : ablestrong@hotmail.com
Website : www.ablestrong46.com
Fanpage : www.facebook.com/AbleStrongCoLtd



คุณภาพตามมาตรฐาน

เราเป็นผู้ผลิตเครื่องสำอาง
ให้กับกลุ่ม OEM

We are Manufacturer for Original
Equipment Manufacturer

Tel. 662-441-0967-8

www.ablestrong46.com

พระราชบัญญัติ เครื่องสำอาง พ.ศ. ๒๕๕๘

โดย..คนคุ้นเคย



“ตามที่พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.๒๕๓๕ ได้ใช้บังคับมาเป็นเวลานานแล้ว บทบัญญัติบางประการไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน ประกอบกับประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียน ต้องเปลี่ยนแปลงระบบกำกับดูแลเครื่องสำอางให้เป็นระบบเดียวกันคือ ระบบการแจ้งเครื่องสำอางก่อนที่จะผลิตหรือนำเข้าเครื่องสำอาง จึงต้องปรับปรุงกฎหมายว่าด้วยเครื่องสำอางให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและระบบดังกล่าว อันเป็นการสนับสนุนให้อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง ของประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันในระดับสากล นอกจากนี้เพื่อเป็นการปรับปรุงมาตรการการคุ้มครองความปลอดภัยของผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทั้งในด้านการห้ามผลิต ห้ามนำเข้า หรือห้ามขายเครื่องสำอางบางประเภท การกำหนดวัตถุที่ห้ามใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง การกำหนดมาตรฐานของสถานที่ผลิตเครื่องสำอาง ภาชนะบรรจุ การรายงานข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องสำอาง มาตรการการควบคุมฉลาก มาตรการการโฆษณา มาตรการการควบคุมเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ มาตรการการควบคุมเครื่องสำอางปลอม ตลอดจนมาตรการการควบคุมเครื่องสำอางผิดมาตรฐาน ให้เกิดความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค รวมทั้งปรับปรุงบทกำหนดโทษ และอัตราค่าธรรมเนียมให้เหมาะสมยิ่งขึ้น จึงได้ตราพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ.๒๕๕๘ ขึ้น โดยพระราชบัญญัติฉบับนี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ ๙ กันยายน ๒๕๕๘ เป็นต้นไป”



ข้อความดังกล่าวข้างต้น นอกจากจะใช้เป็นคำนำของสำนักควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ในการจัดพิมพ์พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. ๒๕๕๘ เพื่อเผยแพร่แก่ผู้ประกอบการเครื่องสำอาง ผู้เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ตลอดจนบุคคลทั่วไปนำไปใช้อ้างอิง และใช้เป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจหรือดำเนินการเกี่ยวกับเครื่องสำอางให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดเมื่อเดือนมีนาคม ๒๕๕๘ ที่ผ่านมา ทั้งยังเป็นข้อความที่ทางสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ใช้เป็นเหตุผลประกอบการใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ เสนอต่อสภาผู้แทนราษฎรในปีที่แล้วเพื่อพิจารณา และได้ผ่านการพิจารณาจากสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแล้ว โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๓๒ ตอนที่ ๘๖ ก. เมื่อวันที่ ๘ กันยายน ๒๕๕๘ และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ ๘ กันยายน ๒๕๕๘ เป็นต้นไป

ที่ผู้เขียนนำเอาพระราชบัญญัติฉบับนี้มาลงในวารสารของสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย ก็เพื่อที่จะนำเสนอแนวทางในการปฏิบัติของผู้ประกอบการเกี่ยวกับเครื่องสำอาง แต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าความเห็นของผู้เขียนถูกต้องไปทั้งหมด เนื่องจากตามหลักการตีความของ



กฎหมายขึ้นอยู่กับปัจเจกบุคคล จึงขอทำความเข้าใจในเบื้องต้นก่อน

ต่อไปจะเป็นการกล่าวถึงตัวพระราชบัญญัติเป็นมาตราๆ ไป บางมาตราอาจจะไม่ได้กล่าวถึงในที่นี้ เรามาลองพิจารณากันว่า พระราชบัญญัติฉบับนี้จะไปตามเหตุผลที่ว่า จะคุ้มครองผู้บริโภคและสนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยมีศักยภาพในการแข่งขันในระดับสากลเพียงใด

มาตรา ๔ ให้พระราชบัญญัตินี้

“เครื่องสำอาง” หมายความว่า

(๑) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ทา ถู นวด โรย พ่น หยอด ใส่ อบ หรือกระทำด้วยวิธีอื่นใดกับส่วนภายนอกของร่างกายมนุษย์ และให้หมายความรวมถึงการใช้กับฟันและเยื่อในช่องปาก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความสะอาด ความสวยงาม หรือเปลี่ยนแปลงลักษณะที่ปรากฏ หรือระงับกลิ่นกาย หรือปกป้องดูแลส่วนต่างๆ นั้น ให้อยู่ในสภาพดี และรวมตลอดทั้งเครื่องประดับต่าง ๆ สำหรับผิวด้วย แต่ไม่รวมถึงเครื่องประดับและเครื่องแต่งตัวซึ่งเป็นอุปกรณ์ภายนอก

ร่างกาย

(๒) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางโดยเฉพาะ หรือ

(๓) วัตถุอื่นที่กำหนดโดยกฎกระทรวงให้เป็นเครื่องสำอาง

จะเห็นได้ว่าคำจำกัดความของคำว่า “เครื่องสำอาง” ในพรบ.ฉบับนี้ค่อนข้างจะชัดเจนกว่าและกว้างกว่า เช่น

“ส่วนภายนอกของร่างกายมนุษย์” หมายความว่า จะเป็นเครื่องสำอางได้ก็ต่อเมื่อใช้กับร่างกายมนุษย์ (คน) เท่านั้น ถ้านำไปใช้กับสัตว์หรือสิ่งของจะไม่เข้าข่ายเป็นเครื่องสำอาง

“เปลี่ยนแปลงลักษณะที่ปรากฏ” หมายความว่า เป็นการเปลี่ยนแปลงลักษณะที่ปรากฏอย่างชั่วคราวในขณะที่ใช้ ไม่ใช่เป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างถาวร ยกตัวอย่างเช่น “ทำให้ผมดำ” “แลดูขาวขึ้น” เมื่อหยุดใช้ก็จะกลับไปเป็นเหมือนเดิมในระยะเวลาหนึ่ง

“ปกป้องดูแลส่วนต่างๆ นั้นให้อยู่ในสภาพที่ดี” หมายความว่าสามารถปกป้องดูแลส่วนต่างๆ ให้อยู่ในสภาพที่ดี เช่น ปกป้องผิวจากแสงแดด ทำให้ฟันขาวสะอาด ฯลฯ ถ้าจะตีความตามข้อความนี้ จะเห็นได้ว่าสามารถแสดง



สรรพคุณได้มากกว่าเดิม แต่ทั้งนี้คงจะต้องพิจารณาให้ดีว่าเจ้าหน้าที่รัฐ จะตีความว่าอย่างไร ซึ่งผู้ประกอบการต้องหาหลักฐานทางวิชาการมาพิสูจน์โต้แย้งได้

“**สารสำคัญ**” หมายความว่า วัตถุที่ใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดตาม มาตรา ๖(๓) หรือวัตถุที่ทำให้เกิดสรรพคุณตามข้อความที่กล่าวอ้างไว้ในฉลาก หรือตามที่ได้จดแจ้งไว้ต่อผู้รับจดทะเบียนตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดตามมาตรา ๖(๔)

คำนิยามนี้เป็นคำที่เพิ่มมาใหม่ ซึ่งก่อให้เกิดความกังวลใจต่อผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก แต่ผู้เขียนกลับเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการมากกว่า เนื่องจากสารที่ก่อให้เกิดสรรพคุณดังกล่าวอ้างในฉลากเท่านั้น ถึงจะเป็นสารสำคัญได้ไม่ใช่สารทุกตัวในสูตร หากไม่กล่าวไว้จะมีผลต่อเครื่องสำอางปลอม เครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ เครื่องสำอางผิดมาตรฐาน ซึ่งจะได้กล่าวต่อไปในมาตราที่เกี่ยวข้อง

แต่ที่น่าสงสัยคือทำไมต้องระบุไว้ หรือตามที่ได้จดแจ้งไว้ต่อผู้รับจดทะเบียนตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดตามมาตรา ๖(๔) ซึ่งน่าจะหมายถึงประกาศเกี่ยวกับสี สารกันแดด สารกันเสียเหล่านี้มากกว่า ถ้าเป็นดังที่กล่าวมาก็ไม่น่าจะเป็นปัญหากับผู้ประกอบการเช่นกัน

มาตรา ๖ “เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองความปลอดภัยและอนามัยของบุคคล ให้รัฐมนตรีโดยคำแนะนำของคณะกรรมการมีอำนาจประกาศกำหนดในเรื่องดังต่อไปนี้

- (๑) ชื่อ ประเภท ชนิด หรือคุณลักษณะของเครื่องสำอางที่ห้ามผลิต นำเข้า หรือขาย
- (๒) ชื่อวัตถุที่ห้ามใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง
- (๓) ชื่อ ปริมาณ และเงื่อนไขของวัตถุที่อาจใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง

(๔) ชื่อสารสำคัญ ประเภท ชนิด หรือคุณลักษณะของเครื่องสำอางที่ทำให้เกิดสรรพคุณของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือรับจ้างผลิต

(๕) ลักษณะสถานที่ผลิต เครื่องมือ เครื่องใช้ อุปกรณ์การผลิต ภาชนะบรรจุเครื่องสำอางและสถานที่นำเข้าเครื่องสำอาง

(๖) หลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไขในการผลิตหรือนำเข้าเครื่องสำอาง

(๗) หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการรับแจ้งและการรายงานอาการอันไม่พึงประสงค์จากการใช้เครื่องสำอาง

(๘) หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขให้ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้นำเข้าเพื่อขาย หรือผู้รับจ้างผลิตจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องสำอางไว้เพื่อการตรวจสอบ

(๙) สถานที่แห่งใดในราชอาณาจักรเป็นด่านตรวจสอบเครื่องสำอาง

(๑๐) หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการจดแจ้ง การออกใบรับจดทะเบียน การแก้ไขรายการใบรับจดทะเบียน การต่ออายุใบรับจดทะเบียน และการออกใบแทนใบรับจดทะเบียน

(๑๑) หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับการผลิตหรือนำเข้าเครื่องสำอางตามมาตรา ๑๖

(๑๒) หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการยื่นคำขอ และการออกหนังสือรับรองเกี่ยวกับเครื่องสำอาง

(๑๓) หลักเกณฑ์การกำหนดค่าตลาดเคลื่อนสำหรับเครื่องสำอางผิดมาตรฐาน

(๑๔) หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการขอความเห็นเกี่ยวกับฉลาก

(๑๕) หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการขอความเห็นเกี่ยวกับการโฆษณา





(๑๖) หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับ การเรียกเก็บคืน การทำลาย และการส่งมอบเครื่องสำอาง”

ขอให้พิจารณา (๕,๖) ซึ่งน่าจะหมายถึงหลักเกณฑ์ GMP ถ้าจะประกาศให้ GMP เป็นกฎหมาย โดยมีผลบังคับใช้ในทันที คงทำให้อุตสาหกรรมผลิตเครื่องสำอางเสียหายอย่างหนัก โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อย ผู้เขียนเห็นด้วยกับการประกาศใช้หลักเกณฑ์ GMP เป็นกฎหมายแต่ไม่ให้มีผลใช้ทันที เพราะจะต้องเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการในด้านองค์ความรู้บุคลากร ตลอดจนเงินทุนที่จะใช้จ่ายในการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ GMP ฉะนั้นจึงอยากให้ภาครัฐ ดำเนินการอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ซึ่งมีจำนวนไม่น้อยที่ยังไม่มีความรู้ ความเข้าใจในหลักเกณฑ์ GMP แหล่งเงินทุนก็เป็นปัญหาหนึ่งที่ภาครัฐจะต้องจัดหาให้แก่ผู้ประกอบการอย่างพอเพียง ขณะเดียวกันเจ้าหน้าที่ภาครัฐเองมีบุคลากรพร้อมและพอเพียงหรือไม่เพียงใดในการดำเนินการ ในเรื่องนี้ควรทำการปรึกษาหารือระหว่างภาครัฐและเอกชนเพื่อประเมินศักยภาพของผู้ผลิตในประเทศที่เป็นของคนไทย ตลอดจนศึกษาวิจัยถึงผลดีและผลเสียของการดำเนินการตามมาตรานี้

มาตรา ๑๔ “ผู้ใดประสงค์จะผลิตเพื่อขาย นำเข้าเพื่อขาย หรือรับจ้างผลิตเครื่องสำอางต้องจดทะเบียนรายละเอียดยของเครื่องสำอางต่อผู้รับจดทะเบียน และเมื่อผู้รับจดทะเบียนออกใบรับจดทะเบียนให้แล้วจึงจะผลิตหรือนำเข้าเครื่องสำอางนั้นได้

การจดทะเบียนและการออกใบรับจดทะเบียนตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

ผู้จดทะเบียนตามวรรคหนึ่งต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการผลิต นำเข้าหรือการรับจ้างผลิตเครื่องสำอางที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดตามมาตรา ๖ (๕) (๖) (๗) และ (๘)”

ตามมาตรา ๑๔ วรรคหนึ่ง ผู้ประกอบการหลายฝ่ายที่มีความกังวลกับมาตรานี้ว่าจะเป็นการอุปสรรคต่ออุตสาหกรรม การผลิตเครื่องสำอางภายในประเทศ เนื่องจากในอาเซียน กำหนดให้ต้องจดทะเบียนก่อนการวางตลาดไม่ใช่ก่อนการผลิต หมายความว่าผู้ประกอบการในอาเซียนสามารถผลิตเครื่องสำอางได้โดยไม่ต้องจดทะเบียนก่อนวางจำหน่าย ในท้องตลาดถึงจะไปจดทะเบียน ทำให้มีโอกาสวางแผนการตลาดได้ดีกว่าโดยเฉพาะในการส่งออก

ในมุมมองของผู้เขียนเองคิดว่า ปัญหาเหล่านี้มีทางออกได้หลายทาง แต่ผู้เขียนไม่สามารถนำมาเปิดเผยในที่นี้ หากผู้ประกอบการท่านใดต้องการทราบรายละเอียดมากกว่านี้ ให้เขียนถามไปได้ที่สมาคมฯ หรือคุยกับผู้เขียนโดยตรง

ส่วนตามวรรคสาม ขอให้กลับไปอ่านตามข้อคิดเห็น มาตรา ๖ ที่ได้กล่าวไปแล้ว

มาตรา ๑๕ “ใบรับจดทะเบียนให้มีอายุสามปีนับแต่วันที่ ออกใบรับจดทะเบียน

ในกรณีที่ผู้จดทะเบียนประสงค์จะขอต่ออายุใบรับจดทะเบียน ให้ยื่นคำขอก่อนวันที่ใบรับจดทะเบียนสิ้นอายุเมื่อได้ยื่นคำขอ และชำระค่าธรรมเนียมการต่ออายุพร้อมกับการยื่นคำขอ แล้ว ให้ใบรับจดทะเบียนนั้นใช้ได้ต่อไปจนกว่าผู้รับจดทะเบียนจะสั่งไม่ให้ต่ออายุใบรับจดทะเบียนนั้น

การขอต่ออายุใบรับจดทะเบียน ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

ผู้จดทะเบียนซึ่งใบรับจดทะเบียนของตนสิ้นอายุไม่เกินหนึ่ง เดือน จะยื่นคำขอต่ออายุและขอผ่อนผันโดยแสดงเหตุผลในการที่มีได้ยื่นคำขอต่ออายุภายในกำหนด พร้อมทั้งชำระค่าธรรมเนียมการต่ออายุก็ได้แต่การขอผ่อนผันไม่เป็นเหตุให้พ้นผิดตามมาตรา ๖๔”

มาตรา ๑๕ ก็เป็นอีกภาระของผู้ประกอบการที่จะต้องชำระค่าจดทะเบียนทุกสามปี ซึ่งก็ยังไม่ทราบว่าทางอย.จะคิดค่าธรรมเนียมเท่าไรต่อหนึ่งใบจดทะเบียน เดิมเคยเสียค่าธรรมเนียมรายปี ปีละหนึ่งพันบาทสำหรับผู้ผลิต และสองพันบาทสำหรับผู้นำเข้า นอกจากนี้หากจะต้องมายื่นคำขอต่ออายุอีกก็จะเป็นปัญหาในการเตรียมเอกสาร ตลอดจนอาจหลงลืมทำให้เสียค่าปรับตามวรรคสี่ของมาตรานี้ ซึ่งจะได้กล่าวต่อไปในมาตรา ๒๔ ในที่นี้ผู้เขียนอยากขอให้ อย.พิจารณาความเป็นไปได้ในการต่ออายุให้โดยอัตโนมัติ ในกรณีที่ไม่มีกรแจ้งยกเลิก ก็อาจเป็นทางหนึ่งที่จะช่วย

ผ่อนปรนความเดือดร้อนของผู้ประกอบการได้

มาตรา ๑๙ “ในกรณีที่ผู้จดทะเบียนประสงค์จะขอแก้ไขรายการในใบรับจดทะเบียน ให้ยื่นคำขอต่อผู้รับจดทะเบียน

การขอแก้ไขรายการตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด”

ในมาตรานี้ผู้เขียนเห็นว่าในกรณีที่ขอแก้ไขในรายละเอียดเพียงเล็กน้อย อย.ควรอนุญาตให้ใช้เลขที่จดทะเบียนเดิม ส่วนตัวผู้เขียนอยากให้สมาคมฯ ประชุมร่วมกับอย. เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศตามวรรคสอง ให้เหมาะสมและอำนวยความสะดวกให้มากที่สุด เพราะถ้ากำหนดว่าการแก้ไขในรายละเอียด ทุกคนจะต้องขอเลขจดทะเบียนใหม่ จะเป็นภาระมหาศาลต่อผู้ประกอบการ เนื่องจากต้องพิมพ์ฉลากตลอดจนทำภาชนะบรรจุใหม่ทั้งหมด

มาตรา ๒๐ “ผู้จดทะเบียนรายใดประสงค์จะขอออกหนังสือรับรองเกี่ยวกับเครื่องสำอาง ให้ยื่นคำขอต่อผู้รับจดทะเบียนการยื่นคำขอและการออกหนังสือรับรองตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด”

ในกรณีของ หนังสือรับรองการขาย (CFS) ซึ่งขณะนี้ เป็นปัญหาสำหรับผู้ประกอบการที่ขออนุญาตตามมาตรา ๓๕ เพื่อการส่งออกอย่างเดียว อย.จะไม่ยอมออก CFS ให้ผู้เขียนมองว่า อย. อาจไม่มีวิสัยทัศน์กว้างพอที่จะพิจารณาว่าการขอตามมาตรา ๓๕ แต่ปฏิบัติตามพรบ.ทุกอย่าง ทำให้ไม่ถึงออก CFS ให้ไม่ได้ โดยใช้คำว่า “**may be freely sole in Thailand**” หรืออาจออกเป็นหนังสือรับรองว่า เครื่องสำอางนั้นปฏิบัติตามกฎหมายไทยทุกประการ

มาตรา ๒๑ “การพิจารณาออกใบรับจดทะเบียนตาม มาตรา ๑๔ การพิจารณาแก้ไขรายการตามมาตรา ๑๙ และ



การออกหนังสือรับรองตามมาตรา ๒๐ ให้เลขราชการ โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการมีอำนาจประกาศในราชกิจจานุเบกษา กำหนดผู้เชี่ยวชาญ องค์กรผู้เชี่ยวชาญ หรือหน่วยงานทั้งในประเทศและต่างประเทศในการประเมินเอกสารทางวิชาการ การตรวจสอบสถานประกอบการ การตรวจสอบหรือตรวจวิเคราะห์เครื่องสำอาง และกำหนดอัตราค่าใช้จ่ายและวิธีการชำระค่าใช้จ่ายในการดำเนินการดังกล่าวได้ ทั้งนี้ ให้ผู้ยื่นคำขอเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย”

ผู้เขียนเห็นว่าเห็นว่าเป็นการเพิ่มภาระให้กับผู้ประกอบการ ภาครัฐควรเป็นผู้สนับสนุนให้ภาคเอกชนสามารถประกอบธุรกิจของตนเองได้โดยไม่ต้องเพิ่มภาระค่าใช้จ่าย ซึ่งผลเสียจะตกแก่ผู้บริโภคเอง คือซื้อสินค้าในราคาที่สูงขึ้น ทั้งนี้เจ้าหน้าที่รัฐเองก็เป็นผู้บริโภคด้วย

มาตรา ๒๒ “ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้นำเข้าเพื่อขาย และผู้รับจ้างผลิตเครื่องสำอางต้องจัดทำฉลาก

ฉลากของเครื่องสำอางตามวรรคหนึ่ง จะต้องมิลักษณะดังต่อไปนี้

(๑) ใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริง ไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับเครื่องสำอาง และไม่ใช้ข้อความที่ขัดต่อศีลธรรม หรือวัฒนธรรมอันดีงามของไทย

(๒) ใช้ข้อความภาษาไทย และมีขนาดที่สามารถอ่านได้ชัดเจน และอาจมีภาษาต่างประเทศด้วยก็ได้ สำหรับเครื่องสำอางที่นำเข้าเพื่อขายให้ได้รับยกเว้นไม่ต้องทำฉลากภาษาไทยที่ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อในขณะนำเข้าที่ด่านตรวจสอบเครื่องสำอาง แต่ต้องจัดทำฉลากเป็นภาษาไทยก่อนขาย

(๓) ต้องระบุข้อความดังต่อไปนี้

(ก) ชื่อเครื่องสำอางและชื่อทางการค้า

(ข) ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต กรณีที่ผลิตในประเทศ ชื่อและที่ตั้งของผู้นำเข้า และชื่อผู้ผลิตและประเทศที่ผลิต กรณีที่นำเข้า

(ค) ปริมาณ วิธีใช้ ข้อแนะนำ คำเตือน เดือน ปีที่ผลิตและที่หมดอายุ เลขที่หรืออักษรแสดงครั้งที่ผลิต และชื่อของสารทุกชนิดที่ใช้เป็นส่วนผสมในการผลิต

(ง) ข้อความอื่นเพื่อคุ้มครองประโยชน์ของผู้บริโภค ตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่คณะกรรมการกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

การกำหนดรายละเอียดตามวรรคสอง (๒) และ (๓)

ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่คณะกรรมการกำหนดโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา”

ขอให้พิจารณา (๓)(ค) “เดือนปีที่ผลิตและหมดอายุ” ถ้าตีความตามตัวอักษรต้องหมายความว่า เครื่องสำอางทุกชนิดจะต้องแจ้งเดือนปีที่หมดอายุบนฉลากด้วย ซึ่งเป็นไปไม่ได้และไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของอาเซียนจึงขอความชัดเจนจากออย.ด้วย

มาตรา ๒๔ “ผู้จัดแจ้งผู้ใดสงสัยว่าฉลากของตนจะเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่เป็นไปตามมาตรา ๒๒ ผู้จัดแจ้งผู้นั้นอาจขอให้คณะกรรมการให้ความเห็นเกี่ยวกับฉลากที่ประสงค์จะใช้นั้นได้ ทั้งนี้ คณะกรรมการ จะต้องให้ความเห็นและแจ้งให้ผู้ขอทราบภายในเก้าสิบวันนับแต่วันที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้รับคำขอ ถ้าไม่แจ้งภายในกำหนดระยะเวลาดังกล่าว ให้ถือว่าคณะกรรมการให้ความเห็นชอบแล้ว

การยื่นคำขอและการให้ความเห็นตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด”

การใช้เวลาในการพิจารณาถึงเก้าสิบวัน นานเกินความจำเป็น ไม่เอื้อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ทั้งๆ ที่ข้อความบนฉลากไม่ได้มีความเห็นซับซ้อนใดๆ ทั้งสิ้น

มาตรา ๓๐ “เครื่องสำอางซึ่งมีสารสำคัญขาดหรือเกินกว่าที่ได้จัดแจ้งไว้ต่อผู้รับจดแจ้งหรือที่ระบุไว้ในฉลากเกินเกณฑ์ค่าคลาดเคลื่อนที่รัฐมนตรีกำหนดโดยประกาศใน



ราชกิจจานุเบกษา แต่ไม่ถึงขนาดตามที่กำหนดไว้ในมาตรา ๒๙ (๒) ให้ถือว่าเป็นเครื่องสำอางผิดมาตรฐาน”

ดังที่กล่าวมาแล้วในเรื่องคำนิยามขอคำว่า “สารสำคัญ” จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการจะได้รับประโยชน์มากกว่าผลเสีย เพราะถ้าไม่มีคำจำกัดความดังกล่าว จะทำให้สารทุกตัวในสูตรจะมีปริมาณขาดหรือเกินกว่าที่กำหนดในมาตรานี้ไม่ได้ ขอย้ำว่า “สารทุกตัวในสูตร”

มาตรา ๓๔ “เมื่อมีการประกาศกำหนดให้วัตถุใดอาจใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางตามมาตรา ๖ (๓) ให้ถือว่าการใช้วัตถุดังกล่าวในเครื่องสำอางได้รับการยกเว้นไม่อยู่ภายใต้บังคับแห่งกฎหมายว่าด้วยยา กฎหมายว่าด้วยอาหาร กฎหมายว่าด้วยวัตถุอันตราย และกฎหมายว่าด้วยเครื่องมือแพทย์หรือกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

วัตถุใดที่มีการกำหนดเป็นวัตถุที่อาจใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางได้ตามมาตรา ๖ (๓) ถ้าต่อมาได้มีการประกาศให้วัตถุนั้นเป็นวัตถุที่ห้ามใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอางตามมาตรา ๖ (๒) ประกาศดังกล่าวจะใช้บังคับได้ เมื่อพ้นกำหนดหนึ่งร้อยแปดสิบวันนับแต่วันที่ประกาศ เว้นแต่กรณีที่จะเป็นอันตรายร้ายแรงต่อผู้ใช้ จะมีการกำหนดให้ใช้บังคับโดยทันทีหรือมีการกำหนดให้ใช้บังคับน้อยกว่าระยะเวลาดังกล่าวก็ได้”

มาตรานี้ น่าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ขอให้คณะกรรมการวิชาการของสมาคมฯ พิจารณาว่าสมควรจะมีสารตัวใดบ้างที่จะประกาศตามมาตรา ๖(๓) เนื่องจากบางครั้งไปยื่นต่อเจ้าหน้าที่ จะปฏิเสธไม่รับจดแจ้ง โดยอ้างว่าอยู่ในตำรายาที่รัฐมนตรีประกาศ ทั้งที่ปริมาณที่ใช้ตลอดจนวัตถุประสงค์ในการใช้ไม่ใช่ยา

มาตรา ๓๕ “เพื่อประโยชน์ในการส่งออก ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าจะผลิตหรือนำเข้าเครื่องสำอางเพื่อการส่งออกโดยมีคุณภาพ มาตรฐาน ฉลาก หรือรายละเอียดอื่น ๆ ตามที่ผู้สั่งซื้อกำหนดก็ได้ แต่จะต้องจัดแจ้งรายละเอียดของเครื่องสำอางต่อผู้รับจดแจ้ง และปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่เลขาธิการกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการโดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

ห้ามมิให้ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าเพื่อการส่งออกตามวรรคหนึ่งขายเครื่องสำอางตามวรรคหนึ่งในราชอาณาจักร”

มาตรานี้ก็เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ เพียงแต่ติดปัญหาตรง CFS ซึ่งผู้เขียนได้กล่าวไปแล้วในมาตรา ๒๐ จึงไม่ขอนำมากล่าวซ้ำ



ย้อนกลับไปอ่านข้อความในมาตรา ๖(๕,๖)
มาตรา ๙๑ “ในวาระเริ่มแรก ให้
คณะกรรมการประกอบด้วยกรรมการโดย
ตำแหน่งตามมาตรา ๗ ยกเว้นคนบดัตถะ
เภสัชศาสตร์ของสถาบันอุดมศึกษา ปฏิบัติ
หน้าที่คณะกรรมการตามพระราชบัญญัตินี้
ไปพลางก่อน จนกว่าจะมีกรรมการที่มา
จากคนบดัตถะเภสัชศาสตร์ของสถาบัน
อุดมศึกษา และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตาม
พระราชบัญญัตินี้ ทั้งนี้ ต้องไม่เกินหนึ่ง
ร้อยยี่สิบวันนับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้
บังคับ”

แต่ขณะนี้ผู้เขียนทราบมาว่าทางอย.ยังไม่อนุญาตให้
มีการจดทะเบียนตามมาตรานี้ โดยอ้างว่ายังไม่

หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการจดทะเบียน ซึ่งผู้
เขียนเห็นว่าอย.กำลังฝ่าฝืนมาตรา 157 แห่งกฎหมายอาญา
กรณีที่ยังไม่ได้ประกาศกำหนดหลักเกณฑ์ใดๆ เจ้าหน้าที่จะ
นำมาใช้อ้างในการไม่รับจดทะเบียนไม่ได้ เพราะจะทำให้ผู้
ประกอบการหลายรายเดือดร้อน หากไม่ได้มีการกำหนด
หลักเกณฑ์ใดๆ ให้ถือว่าไม่มีหลักเกณฑ์และพนักงานเจ้า
หน้าที่จะปฏิเสธการรับจดทะเบียนไม่ได้ เพราะถือว่าอย.จะต้อง
ประกาศกำหนดกฎเกณฑ์ให้ผู้ประกอบการปฏิบัติทันทีที่
พรบ.ฉบับนี้มีผลใช้บังคับ

มาตรา ๓๗ “เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองสุขภาพ
และความปลอดภัยของผู้บริโภค ผู้รับจดทะเบียนโดยความเห็น
ชอบของคณะกรรมการมีอำนาจสั่งเพิกถอนใบรับจดทะเบียน
เครื่องสำอางได้ หากปรากฏว่า

(๑) ผู้จดทะเบียนไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ วิธี
การ และเงื่อนไขที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดในมาตรา ๑๔
วรรคสาม

(๒) เป็นเครื่องสำอางที่ไม่ปลอดภัยในการใช้ตาม
มาตรา ๒๘

(๓) เป็นเครื่องสำอางที่ผู้จดทะเบียนได้เปลี่ยนหรือเพิ่ม
เติมวัตถุประสงค์ในการใช้หรือคุณสมบัติประโยชน์ของเครื่อง
สำอางเป็นยา อาหาร วัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ยา
เสพติดให้โทษ วัตถุอันตรายหรือเครื่องมือแพทย์”

ใน (๑) ถ้าอย.ประกาศ GMP เป็นกฎหมาย จะทำให้
ผู้ผลิตที่ไม่ได้มาตรฐาน GMP ถูกยกเลิกการจดทะเบียน (ขอให้

ขณะนี้มีการประกาศกระทรวงสาธารณสุขเรื่องสาร
ห้ามใช้ ผู้เขียนไม่แน่ใจว่าทางอย. ได้นำเสนอคณะกรรมการ
เครื่องสำอางหรือไม่ เมื่อไหร่ เพราะประกาศกระทรวง
สาธารณสุขฉบับดังกล่าวอาจเป็นโมฆียะได้ ถ้าไม่ผ่านคณะ
กรรมการ และจะต้องเป็นคณะกรรมการชุดใหม่ตามมาตรา
นี้ด้วย

มาตรา ๙๓ “ใบรับแจ้งเครื่องสำอางควบคุมที่ออก
ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. ๒๕๓๕ ก่อนวันที่พระ
ราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ ให้ถือว่าเป็นใบรับจดทะเบียนตามพระราช
บัญญัตินี้ และให้ใช้ได้ต่อไปอีกสามปีนับแต่วันที่พระราช
บัญญัตินี้ใช้บังคับ”

ผู้เขียนไม่แน่ใจว่าตามหลักของกฎหมาย การออก
กฎหมายย้อนหลังอันเป็นโทษ จะกระทำได้หรือไม่เพียงใด
ในกรณีที่ใบรับจดทะเบียนที่ได้รับก่อนพรบ.ฉบับนี้ประกาศ ซึ่ง
ตามพรบ.พ.ศ.๒๕๓๕ กำหนดให้ใบจดทะเบียนใช้ได้ตลอดชีพ
ถ้าหากการจดทะเบียนตามพรบ.เดิมถูกต้องตามพรบ.ใหม่ทุก
ประการ ทำไมจะต้องหมดอายุด้วย อยากทราบความคิดเห็น
ของนักกฎหมาย

บทความนี้คงไม่ใช่ทั้งหมดของพรบ.แต่เป็นส่วนใหญ่
ที่เป็นข้อสงสัย และวิพากษ์วิจารณ์ หากผู้อ่านท่านใดมีความ
เห็นที่เป็นอย่างอื่น หรือสงสัยมาตราใดในพรบ.เครื่องสำอาง
พ.ศ. ๒๕๕๘ ให้สอบถามหรือแจ้งไปที่สมาคมฯได้ หรือ
ต้องการพูดคุยกับผู้เขียนเป็นการส่วนตัวก็ยินดี หวังว่าโอกาส
หน้าคงได้มีการเสนอบทความอย่างนี้อีก ขอขอบคุณ...



บรรจุกภัณฑ์ สุดยอดเครื่องมือสู่ความสำเร็จ ของธุรกิจเครื่องสำอาง

เรื่องโดย...มยุรี ภาคสำเญก

เมือเรีวๆ นี้ ผู้เขียนได้บรรยายและเขียนบทความเรื่อง “ความท้าทายของอุตสาหกรรมบรรจุกภัณฑ์ หลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” โดยได้กล่าวไว้ในตอนหนึ่งว่า สินค้าดาวเด่นที่ไทยเรามีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดอาเซียนรองจากสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คือ เครื่องสำอาง ซึ่งครอบคลุมถึงผลิตภัณฑ์ทุกประเภทที่ใช้กับร่างกาย เพื่อทำความสะอาดหรือเสริมสุขภาพหรือเสริมความสวยงาม เนื่องจากในปัจจุบันอุตสาหกรรมเครื่องสำอางของไทยจัดว่าเป็นอันดับ 1 ในอาเซียน มีการเติบโตประมาณ 10% ต่อปี และมีการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนถึง 40% ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกแชมพูเป็นอันดับ 1 ของโลก ส่งออกผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเป็นอันดับที่ 12 ของโลก ในปี 2558 คาดว่ามูลค่าของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางของประเทศไทยจะมีมูลค่าประมาณ 300,000 ล้านบาท โดยมีการส่งออก 50% และจำหน่ายในประเทศ 50%

วารสารฉบับนี้ ผู้เขียนจะมาอธิบายว่าจะใช้บรรจุกภัณฑ์อย่างไรเพื่อให้เป็นเครื่องมือที่จะทำให้เครื่องสำอางของไทยประสบความสำเร็จทางธุรกิจ



ก่อนอื่น มาทบทวนบทบาทของบรรจุภัณฑ์กันหน่อย

1. บทบาทในด้านเทคนิค ได้แก่ การไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ ให้ความความสะอาดและเพิ่มประสิทธิภาพในการบรรจุ ลำเลียงขนส่งและจัดจำหน่าย คัดกรองสินค้ามิให้เสียหายทางกายภาพจากแหล่งผลิตจนถึงปลายทาง รักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตลอดอายุการเก็บ (shelf life) ให้ความสะดวกในการใช้งานต่อผู้บริโภค ตลอดจนช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การออกแบบเพื่อบทบาทในด้านเทคนิคนี้เรียกว่า **การออกแบบโครงสร้าง**

2. บทบาทในการตลาด ได้แก่ การแสดงตัวสินค้าได้ดี ณ จุดขาย แจกข้อมูลสินค้า สรรพคุณ วิธีการใช้ สื่อตำแหน่งการขายและกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน อีกทั้งช่วยส่งเสริมการขายและสนับสนุนโครงการทางการตลาด การออกแบบเพื่อบทบาทในการตลาดนี้ เรียกว่า **การออกแบบกราฟิก หรือ การออกแบบเพื่อการสื่อสาร**

ในธุรกิจสมัยใหม่ บรรจุภัณฑ์ต้องได้รับการออกแบบทั้ง 2 ด้านซึ่งมีความสัมพันธ์กันและมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่ากัน โดยต้องเริ่มที่ออกแบบโครงสร้างก่อนเสมอ เพื่อให้ได้ข้อกำหนดของรูปแบบ ขนาด วัสดุและสมบัติของบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการ จากนั้นจึงนำไปออกแบบกราฟิก เพื่อให้ได้ข้อกำหนดในด้านองค์ประกอบต่างๆของแบบพิมพ์และการตกแต่งของฉลาก

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์จะมีขั้นตอนมากมาย ซึ่งได้กล่าวรายละเอียดไว้ในวารสารบรรจุภัณฑ์ฉบับที่ 111 และ 112 ปี 2558 ข้อมูลหลักที่ต้องทราบ คือ

1. ประเภทและสมบัติของผลิตภัณฑ์ เช่น ความเหนียว เพราะจะมีผลต่อวิธีการบรรจุ และการเลือกบรรจุภัณฑ์ที่จะให้ความสะดวกในการใช้ สีและกลิ่นหอมของผลิตภัณฑ์ที่ต้องเก็บรักษาไว้ตลอดอายุการเก็บด้วยการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม

2. ประเภทและ ตลาดเป้าหมาย ช่องทางการจำหน่าย ต้องระบุให้ชัดเจน เพราะสภาพและการแข่งขันต่างกัน นอกจากนี้ กฎระเบียบด้านเครื่องหมายก็ต่างกันในแต่ละประเทศด้วย เช่น ประเทศกลุ่มมุสลิม ส่วนใหญ่จะมีข้อกำหนดด้านฮาลาล (halal) สำหรับช่องทางการจำหน่ายนั้น ควรเน้นไปที่แบบทันสมัย (modern trade) อันได้แก่ ไฮเปอร์มาร์เกต ซูเปอร์มาร์เกตและร้านสะดวกซื้อ เพราะได้รับความนิยมมากขึ้นในทุกประเทศ บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ต้องมีความโดดเด่นเมื่ออยู่บนชั้นวางขาย ท่ามกลางคู่แข่งที่มากมาย เพื่อให้ผู้บริโภค



มองเห็น และสนใจ มีการพิมพ์ข้อมูลและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ไว้อย่างชัดเจน อ่านแล้วเกิดการกระตุ้นให้อยากซื้อ

3. กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายและตำแหน่งของสินค้า ความแตกต่างของเพศ วัย ฐานะการเงิน วิถีชีวิต (lifestyle) ของกลุ่มผู้บริโภคจะมีผลต่อความชอบบรรจุภัณฑ์ที่ต่างกัน ในการกำหนดตำแหน่งของสินค้า แนะนำให้เน้นสินค้าที่มีตำแหน่งทางการตลาดระดับกลางขึ้นไป (medium-high product positioning) โดยเจาะกลุ่มผู้บริโภคที่มีการศึกษา เอาใจใส่ในด้านสุขภาพ มีวิถีชีวิตแบบทันสมัย อาศัยในเมือง มีรายได้ดีถึงดีมาก นิยมซื้อสินค้าที่ให้ความเชื่อมั่นว่าปลอดภัย มีประโยชน์และให้ความสะดวกในการใช้ เพราะสินค้าในกลุ่มนี้จะสามารถขายได้ในราคาที่สูงขึ้น ทำให้ได้ผลกำไรเป็นที่น่าพอใจ หากผู้ประกอบการเน้นสินค้าที่มีตำแหน่งทางการตลาดระดับล่าง ที่เจาะกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้และการศึกษาไม่สูงนัก จะมีคู่แข่งมาก ประสบปัญหาภัยกับการแข่งขันในด้านราคาขายได้ในราคาต่ำ ได้ผลกำไรน้อย

4. สภาพการลำเลียงขนส่ง เก็บรักษา และ จัดจำหน่าย วิธีการและข้อจำกัดต่างๆ จะนำมาสู่การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งซึ่งมักเป็นกล่องกระดาษลูกฟูก ให้ความแข็งแรงอย่างเหมาะสมเพื่อป้องกันสินค้าเสียหายจากแหล่งผลิตจนถึงปลายทาง นอกจากนี้ยังควรออกแบบให้สามารถใช้พื้นที่การขนส่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดต้นทุนในการขนส่ง

5. ความรู้เรื่องบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ประเภท สมบัติ ราคา ข้อจำกัด และการจัดหา เป็นต้น ข้อนี้มักเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก (SME) ของไทยประสบปัญหา เพราะบรรจุภัณฑ์มีหลากหลายชนิด มีข้อดีและข้อจำกัดต่างกัน เช่น

ขวดแก้ว มีข้อเด่น คือ ใส ให้ภาพลักษณ์ที่ดี ไม่ทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ ป้องกันไอน้ำ ก๊าซและกลิ่นได้ดีมาก ทำให้เก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้นาน แต่ก็มีข้อด้อย คือ แดงง่าย

ราคาสูง หากต้องการรูปทรงเฉพาะ ต้องเสียค่าแม่แบบสูงมาก ดังนั้นขวดแก้วจึงเหมาะกับใช้กับเครื่องสำอางที่มีราคาสูง เช่น น้ำหอม ลูกกลิ้งระงับกลิ่นกาย ดังรูป



บรรจุภัณฑ์พลาสติกได้รับความนิยมสูงสุด เพราะมีน้ำหนักเบา ไม่แตก ราคาไม่สูง และมีหลายรูปแบบให้เลือกใช้ เช่น ขวด ตลับ หลอด ถุง ซอง แต่การใช้ให้ถูกต้องจำเป็นต้องมีความรู้ในด้านสมบัติของพลาสติกที่แตกต่างกันไปตามชนิดที่มีมากมาย ถ้าเลือกชนิดพลาสติกไม่เหมาะสม จะส่งผลให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณภาพเร็ว และไม่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

ฝาขวดเป็นสิ่งที่ไม่ควรมองข้าม ขนาดและเกลียวต้องพอดีกับปากขวด เพื่อป้องกันการรั่วซึม การใช้ฝาฟลิป (flip

cap) ได้รับความนิยมสูง เพราะเปิดและปิดง่าย หากต้องการให้ผลิตภัณฑ์ไหลออกในปริมาณที่แน่นอนก็ควรใช้ฝาปั๊ม (pump dispenser) ซึ่งมีโครงสร้างที่ซับซ้อน แต่ละชิ้นส่วนมีความละเอียดสูง ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญในด้านคุณภาพมากกว่าราคา และควรเลือกใช้ฝาปั๊มมาตรฐานที่มีจำหน่ายอยู่แล้ว เพื่อไม่ต้องลงทุนในการทำแม่แบบหัวปั๊ม ฉลากของขวด ตลับ หลอด มีความสำคัญอย่างยิ่งในด้านการตลาด หากต้องการพิมพ์รูปภาพที่มีความละเอียดสูง เช่น ภาพหน้าคน ภาพผลไม้ การพิมพ์โดยตรงบนผิวบรรจุภัณฑ์มักให้คุณภาพที่ไม่ดีพอ จึงมีการใช้ฉลากที่พิมพ์แล้วนำไปติดหรือหุ้มที่บรรจุภัณฑ์ ฉลากที่นิยมใช้มี 2 ประเภท คือ ฉลากกาวในตัว (สติ๊กเกอร์ pressure sensitive label) และ ฉลากฟิล์มหด (shrink label) ต่างก็มีข้อดีแตกต่างกัน (อ่านรายละเอียดได้จากหนังสือ ครอบรู้บรรจุภัณฑ์ หน้า 100-111) การออกแบบอาร์ตเวิร์คของฉลาก และคุณภาพการพิมพ์ต้องดี เพื่อยกระดับตราสินค้า และสร้างความเชื่อมั่นในด้านคุณภาพให้ผู้บริโภค



ขวดพลาสติก HDPE ค่าแม่แบบการผลิตไม่สูง ขวดมักมีสีเฉพาะ ใช้ฉลากกาวในตัว หรือ ฉลากฟิล์มหด



ขวดพลาสติก PET ค่าแม่แบบการผลิตสูง ขวดมีความใสเงาวาว แต่อาจใส่สีเฉพาะ ใช้ฉลากกาวในตัว หรือ ฉลากฟิล์มหด



หลอดพลาสติกแบบทั่วไป ไม่มีตะเข็บข้าง พิมพ์บนผิวโค้งของหลอด หลังขึ้นรูปหลอดแล้ว จึงไม่ควรมียอดปลายที่ต้องการความละเอียดสูง



ตลับทำจากพลาสติกได้หลายชนิด เช่น PP, PVC, SAN ใช้กับผลิตภัณฑ์ที่มีความหนืดสูง



ซองพลาสติกขนาดเล็ก ทำจากฟิล์มพลาสติกหลายชั้น อาจมีรูปร่างเฉพาะ และมีจุก&ฝาปิด



การห่อสบู่ก้อน ใช้ฟิล์มพลาสติกหลายชั้น ถ้าใช้กระดาษเป็นชั้นนอก ควรใช้เกรดที่ได้สารกันเชื้อรา เพราะสบู่มีการคายน้ำออกมา จะทำให้กระดาษเปียกชื้น และราขึ้นได้



ถุงพลาสติกแบบตั้งได้ ทำด้วยฟิล์มพลาสติกหลายชั้น นิยมใช้เป็นถุงเติมของสบู่เหลวอาบนํ้า และ ล้างมือ

เครื่องสำอางหลายชนิดมีการใช้กล่องกระดาษแข็งเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 เพื่อให้สามารถวางขายได้ดี และช่วยยกระดับสินค้า การออกแบบกล่องที่ดีจึงมีความสำคัญโดยครอบคลุมการเลือกแบบกล่อง ชนิดและสมบัติของกระดาษแข็ง การพิมพ์และตกแต่งหลังพิมพ์ ดังรูป

การออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางให้แข่งขันได้ในตลาดโลก ไม่ว่าจะเป็ตลาดในประเทศ หรือส่งออก ควรเกาะกระแสแนวโน้มบรรจุภัณฑ์โลก ซึ่งสรุปได้ 7 ข้อหลัก ดังนี้

1 สร้างความเชื่อมั่นในความปลอดภัยและคุณภาพ

2 สื่อสารถึงประโยชน์และวิธีการใช้ของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน

3 ให้ความสะดวกในการใช้แก่ทุกวัย รวมทั้งกลุ่มผู้สูงอายุที่มีปริมาณมากขึ้นทั่วโลก

4 ให้ความโดดเด่นบนชั้นวางขาย บ่งบอกถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้

5 เสริมตราสินค้า (brand) และยกระดับสินค้าให้อยู่ในระดับสูง (premiumization)

6 ลดต้นทุนบรรจุภัณฑ์รวม

7 ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

Clear benefit claim printed on pack and easy to understand



Packaging for senior women: Magnifying mirror 2 times larger than usual. When open, the base raises up a sponge. Clear plastic sheet covering the face powder is attached to the case on one side for easily use and to avoid being lost



Convenience: Easily hold, open and close



Women Segment- Packaging shall convey modern, trusted quality, clear benefit claim & connected to lifestyle

Men Segment: Packaging preferences are non-complicated in use (e.g. all in 1 pack), clearly communicated straight forward (not too details) and convey men image and easy to use



จากรูปตัวอย่างทั้งหลายนี้ จะสังเกตได้ว่าบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทขวดมีการใช้มากที่สุดหากต้องการขวดที่มีรูปทรงเฉพาะ ต้องลงทุนแม่แบบขวดสำหรับการผลิตอยู่ที่ประมาณ 50,000 – 1,000,000 บาท ขึ้นกับกรรมวิธีการผลิตขวดและผลผลิตขวดที่ต้องการ เงินจำนวนนี้อาจสูงไปสำหรับ SME ในประเทศ (มีจำนวนถึง 99% ของทั้งหมด) ยิ่งไปกว่านั้น การสั่งซื้อขวดในแต่ละครั้งมักมีปริมาณไม่สูง ทำให้ราคาขวดต่อหน่วยสูงมาก เป็นที่น่ายินดีว่าผู้ผลิตขวดพลาสติกหลายรายในประเทศต้องการช่วยแก้ปัญหานี้ โดยการผลิตขวดมาตรฐานที่ทำด้วยพลาสติกหลายชนิด เช่น HDPE, PET, PETG, PVC ในแบบและขนาดต่างๆที่แน่นอน เพื่อให้ SME สามารถซื้อได้ในปริมาณไม่มากและในราคาต่อหน่วยที่ไม่สูงโดยไม่เสียค่าแม่แบบแต่ประการใด หากผู้อ่านสนใจว่ามีบริษัทใดที่ผลิตขวดมาตรฐานดังกล่าว ติดต่อถามได้ที่สมาคมการบรรจุภัณฑ์ไทย

การออกแบบฉลาก ถ้าต้องการให้ตกแต่งได้รอบตัวขวด แนะนำให้ใช้ฉลากฟิล์มหัด ปัญหาของ SME คือมักไม่สามารถสั่งซื้อได้ เพราะการสั่งซื้อในแต่ละครั้งต่อ 1 SKU มีจำนวนต่ำกว่าการพิมพ์ขั้นต่ำด้วยระบบการพิมพ์กราวัวร์ อีกทั้งยังต้องจ่ายค่าแม่พิมพ์ที่สูงมากด้วย ปัญหานี้สามารถแก้ไขได้ด้วยการเลือกผู้ผลิตฉลากฟิล์มหัดที่มีเครื่องพิมพ์ระบบดิจิทัล (digital printer) ที่พิมพ์บนผิวฟิล์มหัดได้ในปริมาณ

ไม่มาก ในเวลาที่รวดเร็ว และไม่มีค่าใช้จ่ายด้านแม่พิมพ์ ในขณะที่บ้านเรามีหลายบริษัทที่มีความพร้อมในด้านนี้แล้ว หากต้องการทราบชื่อบริษัท ขอให้ติดต่อสมาคมการบรรจุภัณฑ์ไทยเช่นกัน

ท้ายสุด ผู้เขียนขอสรุปเรื่องนี้ ดังนี้

1. ธุรกิจเครื่องสำอางของไทยมีอนาคตที่สดใส การจะประสบความสำเร็จได้ ทั้งผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ต้องมีคุณภาพดีและสม่ำเสมอ สอดคล้องกับรสนิยมและวิถีชีวิตของผู้บริโภคเป้าหมาย โดยต้องมีการใช้กลยุทธ์การตลาดต่างๆที่เหมาะสมร่วมสนับสนุนด้วยเสมอ
2. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้องให้ความสำคัญทั้งด้านโครงสร้างและกราฟิก เพราะต่างมีบทบาทและความสำคัญที่ไม่ยิ่งหย่อนกว่ากัน การออกแบบที่ไม่สมบูรณ์ในด้านใดด้านหนึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจล้มเหลวได้
3. รูปแบบ ขนาด และวัสดุของบรรจุภัณฑ์ปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ตลาด ภาวะเศรษฐกิจและแฟชั่น ผู้ประกอบการควรหมั่นติดตามหาความรู้ในด้านเทคโนโลยีและแนวโน้มของบรรจุภัณฑ์อยู่เสมอ หากต้องการคำแนะนำ ควรติดต่อสมาคมการบรรจุภัณฑ์ไทย โทร. 02 712 1995

สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติสงวนลิขสิทธิ์



CONIMEX Co.,Ltd.
Your partner in plastic containers

With our "one stop shop" concept, customers' packaging requirements are transformed into complete solutions by having prototypes designed, moulds fabricated, containers produced, decorated and delivered to customers' doorsteps.



Call (662) 738 0305, 172 9056

www.conimexthai.com



ความคืบหน้าการประชุม

24th ASEAN Cosmetic Committee (ACC)

และ 24th ASEAN Cosmetic Scientific Body (ACSB)

เรียบเรียงโดย ดร. ธนกร เวียงศรีพนาวาส์

การประชุมครั้งนี้จัดขึ้นที่เมืองฮานอย สาธารณรัฐเวียดนาม ระหว่างวันที่ 23-27 พฤษภาคม พ.ศ. 2559 โดยมีผู้ร่วมประชุมจาก ASEAN Secretary และสมาชิกจากภาครัฐ 9 ประเทศ คือ บรูไนดารุสซาลาม กัมพูชา อินโดนีเซีย ลาว มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย เวียดนาม รวมทั้งตัวแทนจาก



สมาคมเครื่องสำอางอาเซียน หรือ ASEAN Cosmetic Association (ACA) และผู้ประกอบการจากหลายประเทศ เข้าร่วมประชุมในครั้งนี้ หัวข้อที่พิจารณากันในที่ประชุมสรุปได้ดังนี้

1. Thioglycolic acid (EC No. 2015/1190) ในตารางที่ 1 EU ได้เพิ่มการใช้สาร Thioglycolic acid ในผลิตภัณฑ์สำหรับัดขนตา ที่ไม่เกิน 11% โดยต้องอยู่ภายใต้การดูแลของผู้เชี่ยวชาญ ทางที่ประชุม ACSB มีมติไม่ให้ใช้สาร Thioglycolic acid ในผลิตภัณฑ์สำหรับัดขนตา เนื่องจากผลิตภัณฑ์ัดขนตาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงที่จะก่อให้เกิดอันตรายต่อดวงตาสูงและผู้บริโภคในอาเซียนเองสามารถซื้อผลิตภัณฑ์นี้ไปใช้เองโดยไม่ต้องอยู่ในการดูแลของผู้เชี่ยวชาญเหมือนอย่างการใช้งานในประเทศ EU ซึ่งมีโอกาสเกิดอันตรายต่อดวงตาได้

ตารางที่ 1

a	b	c	d	e	f	g	h	i
2a	Thioglycolic acid and its salts	Thioglycolic acid	68-11-1	200-677-4	(a) Hair waving or straightening products	(a) (i) 8 % (ii) 11 %	(a) (i) General use ready for use pH 7 to 9,5 (ii) Professional use ready for use pH 7 to 9,5	Conditions of use: (a) (b) (c) (d) Avoid contact with eyes Rinse eyes immediately if product comes into contact with them. (a) (c) (d) Wear suitable gloves Warnings to be printed on the label (a)(i) (b) (c) Contains thioglycolate Follow the instructions Keep out of reach of children (a)(ii) (d) For professional use only Contains thioglycolate Follow the instructions'
					(b) Depilatories	(b) 5 %	(b) ready for use pH 7 to 12,7	
					(c) Other hair rinse-off products	(c) 2 %	(c) ready for use pH 7 to 9,5	
					(d) Products intended for eyelash waving	(d) 11 % The abovementioned percentages are calculated as thioglycolic acid	(d) For professional use ready for use pH 7 to 9,5	


2. 3-Benzylidene Camphor (EC No. 2015/1298) ในตารางที่ 2 EU ได้แก้ไขตารางสารห้ามใช้ โดยเพิ่มสาร 3-Benzylidene Camphor เป็นสารห้ามใช้ในเครื่องสำอาง ซึ่งแต่เดิมสาร 3-Benzylidene Camphor ใช้เป็นสารป้องกันแสงแดด

ตารางที่ 2

Regulation (EC) No 1223/2009 is amended as follows:

(1) in Annex II, the following entry is added:

Reference number	Chemical name/INN	CAS number	EC number
1379	3-Benzylidene Camphor	15087-24-8	239-139-9

(2) in Annex VI the entry concerning reference number 19 is deleted.  For ACD, will be Annex VII

3. ผลิตภัณฑ์พลอยได้จากสัตว์ (animal by-products)

จากตารางรายการสารห้ามใช้ ลำดับที่ 419 อาเซียนจะเพิ่มนิยามอาเซียนเกี่ยวกับ Animal product category 1, 2 และ 3 เข้าไปใน Annex II เพื่อให้เกิดความชัดเจนมากขึ้น

Category 1 material and Category 2 material as defined in Articles 4 and 5 respectively of Regulation (EC) No 1774/2002 of the European Parliament and of the Council, and ingredients derived therefrom.	-	419
---	---	-----

4. 9 Hair dyes (EC no. 2015/1190) Annex III No. 288-296 ผลสรุปจากที่ประชุม ทุกประเทศเห็นด้วยที่จะเพิ่มสารย้อมผมทั้ง 9 สารใน Annex III ยกเว้นอินโดนีเซีย รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3

No	Ingredients	Status in Indonesia	Status in other countries
296 290	Pigment Red 57 Acid Green No.25	Permitted	Permitted
288 291	HC Blue 17 Acid Violet 43	Permitted if supported by adequate safety data	Permitted
294 295 289 292 293	Disperse Red 17 Acid Black 1 HC Blue 15 2-Methoxy-methyl-p-phenylenediamine 2-Methoxy-methyl-p-phenylenediamine sulfate Hydroxyanthraquinone-aminopropyl methyl morpholinium methosulfate	Not permitted	Permitted



5. Paraben in Annex II (EC no. 2014/358) อินโดนีเซียได้นำเรื่องนี้กลับเข้ามาพิจารณาอีกครั้ง โดยทุกประเทศยังคงเห็นด้วยตาม EU เหมือนเดิมในการห้ามใช้สารพาราเบนทั้ง 5 ตัวในเครื่องสำอาง และได้นำไปประกาศเป็นกฎหมายแล้วในหลาย ๆ ประเทศ ยกเว้นประเทศอินโดนีเซียที่ยังคงใช้ Isopropylparaben, Isobutylparaben, Benzylparaben เป็นสารกันเสียในเครื่องสำอางได้ ดังตารางที่ 4

Isopropyl 4-hydroxybenzoate (INCI: <u>Isopropylparaben</u>) Sodium salt or Salts of <u>Isopropylparaben</u> Exception for Indonesia : include this under Annex VI	4191-73-5	1374
Isobutyl 4-hydroxybenzoate (INCI: <u>Isobutylparaben</u>)	4247-02-3	1375
Sodium salt or Salts of <u>Isobutylparaben</u> Exception for Indonesia : include it under Annex VI	84930-15-4	
Phenyl 4-hydroxybenzoate (INCI: <u>Phenylparaben</u>)	17696-62-7	1376
Benzyl 4-hydroxybenzoate (INCI: <u>Benzylparaben</u>) Exception for Indonesia : include it under Annex VI	94-18-8	1377
<u>Pentyl</u> 4-hydroxybenzoate (INCI: <u>Pentylparaben</u>)	6521-29-5	1378

6. Ethoxydiglycol (EC no. 2016/314) แต่เดิม สาร Ethoxydiglycol นั้นไม่ได้มีข้อกำหนดในการใช้ในเครื่องสำอาง ในปี 2016 นี้ทาง EU ได้มีข้อกำหนดปริมาณและเงื่อนไขการใช้เพิ่มขึ้นดังตารางที่ 5 ทั้งนี้ผู้ประกอบการต้องตรวจสอบว่ามีการใช้สาร Ethoxydiglycol ในเครื่องสำอางหรือไม่ ถ้ามีการใช้ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามเงื่อนไขการใช้และ % ในการใช้สารนี้ เรื่องนี้จะนำเข้าพิจารณาที่ประชุม ACSB ครั้งหน้าเพื่อพิจารณาถึงการยอมรับประกาศของ EU และระยะเวลาในการเตรียมการเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปปฏิบัติ ตารางที่ 5

Ref. No	Substance identification				Restrictions			Wording of conditions of use and warnings
	Chemical name/INN	Name of Common Ingredients Glossary	CAS number	EC number	Product type, body parts	Maximum concentration in ready for use preparation	Other	
a	b	c	d	e	f	g	h	i
x	2-(2-ethoxyethoxy)ethanol Diethylene Glycol Monoethyl Ether (DFGEE)	Ethoxydiglycol	111-90-0	203-919-7	(a) Oxidative hair dye products (b) Non-oxidative hair dye products (c) Rinse-off products other than hair dye products (d) Other non-spray cosmetic products (e) The following spray products: fine fragrances, hair sprays, antiperspirants and deodorants	(a) 7 % (b) 5 % (c) 10 % (d) 2.6 % (e) 2.6 %	(a) to (e): The level of ethylene glycol impurity in Ethoxydiglycol must be \leq 0.1 %. Not to be used in eye products and oral products.	

7. Zinc Oxide and Zinc Oxide (nano) (EC no. 2016/621) EU ได้กำหนดปริมาณการใช้และเงื่อนไขเพิ่มเติมสำหรับ zinc oxide ที่เป็น nano particle ซึ่งที่ประชุม ASEAN ได้ตกลงให้มีการจัดตั้ง Task force ประกอบด้วย ACA, มาเลเซียและไทย เพื่อกำหนดนิยามของคำว่า nano materials อาจเป็นไปได้ที่อนาคต ingredients listing (ส่วนผสม) อาจต้องเขียนให้ชัดเจนว่าเป็น Zinc Oxide หรือ Zinc Oxide (nano) โดยเรื่องนี้จะนำเข้าที่ประชุม ACSB ครั้งหน้า

Reference number	Substance identification				Conditions			Wording of conditions of use and warnings
	Chemical name/INN	Name of Common Ingredients Glossary	CAS number	EC number	Product type, body parts	Maximum concentration in ready for use preparation	Other	
a	b	c	d	e	f	g	h	i
30	Zinc oxide	Zinc Oxide	1314-13-2	215-222-5		25 % (*)	Not to be used in applications that may lead to exposure of the end-user's lungs by inhalation.	
30a	Zinc oxide	Zinc Oxide (nano)	1314-13-2	215-222-5		25 % (*)	Not to be used in applications that may lead to exposure of the end-user's lungs by inhalation. Only nanomaterials having the following characteristics are allowed: — purity \geq 96 %, with wurtzite crystalline structure and physical appearance as clusters that are rod-like, star-like and/or isometric shapes, with impurities consisting only of carbon dioxide and water, whilst any other impurities are less than 1 % in total, — median diameter of the particle number size distribution D50 (50 % of the number below this diameter) > 30 nm and D1 (1 % below this size) > 20 nm, — water solubility < 50 mg/l, — uncoated, or coated with triethoxycaprylsilane, dimethicone, dimethoxydiphenylsilanetriethoxycaprylsilane cross-polymer, or octyl triethoxy silane.	

(*) In case of combined use of zinc oxide and zinc oxide (nano), the sum shall not exceed the limit given in column g.

8. Potassium hydroxide (EC no. 2016/622) ทาง EU ได้เพิ่มการใช้งานของ Potassium hydroxide สำหรับผลิตภัณฑ์ Callosity softening โดยเพิ่มเงื่อนไขการใช้ใน Annex III โดยเรื่องนี้จะนำเข้าที่ประชุม ACSB ครั้งหน้า

(2) entry 15d is inserted:

Ref No.	Substance identification				Restrictions			Wording of conditions of use and warnings
	Chemical name/INN	Name of Common Ingredients Glossary	CAS number	EC number	Product type, body part	Maximum concentration in ready for use preparation	Other	
a	b	c	d	e	f	g	h	i
15d	Potassium hydroxide (*)	Potassium hydroxide	1310-58-3	215-181-3	Callosity softener/remover	1,5 % (**)		Contains alkali Avoid contact with eyes Keep out of reach of children Read directions for use carefully

(*) For other uses of Potassium hydroxide, see Annex III, No 15a.
(**) The quantity of sodium, potassium or lithium hydroxide is expressed as weight of sodium hydroxide. In cases of mixtures, the sum should not exceed the limits given in column g.

9. Purity Criteria of Colorants in Annex IV ทางที่ประชุมมีมติให้ปฏิบัติตามเดิมคือไม่รับตามรายละเอียดของ EU ในเรื่อง Purity Criteria

10. ACSB template for scientific review ภาครัฐทุกประเทศขอให้มี template เพื่อการ follow up ที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยแต่ละประเทศต้องส่งหัวข้อที่จะพิจารณาและข้อมูลสำหรับการประชุมครั้งหน้าก่อน 4 เดือนล่วงหน้าหรือภายในกรกฎาคม 2559 และให้ทุกประเทศตอบความเห็นล่วงหน้าก่อนการประชุม 1 เดือนหรือภายในตุลาคม 2559



11. ASEAN joint opinion statement for issue management ที่ประชุมจัดตั้ง Task force ที่ประกอบด้วย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์และไทย เพื่อดำเนินการศึกษาหัวข้อเกี่ยวกับ Talcum powder เพื่อเป็นกรณีศึกษาในกรณีที่มีข่าวเกี่ยวกับความปลอดภัยของสารที่ใช้ในเครื่องสำอางผ่านทางสื่อสาธารณะเพื่อให้ทางภาครัฐใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้บริโภค

การประชุมครั้งถัดไป ครั้งที่ 25 จะจัดขึ้นที่ประเทศบรูไนดารุสซาลาม ในเดือนพฤศจิกายน โดยจะมีหัวข้อฝึก



อบรมเรื่อง Green chemistry workshop จากประเทศสหรัฐอเมริกา ส่วนการประชุมครั้งที่ 26 ที่ประเทศกัมพูชา ในช่วงกลางปี 2017 นั้นจะมีหัวข้อฝึกอบรม EU regulation training ด้วย ซึ่งทางสมาคมจะแจ้งความคืบหน้าในสมาชิกได้ทราบต่อไป



▲ ทางสมาคมได้จัดทำหลักสูตร พร้อม Workshop ของการทำสินค้าชำระล้าง เนื่องจากสินค้าประเภทชำระล้าง นับเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน ตั้งแต่หัวจรดเท้า ไม่ว่าจะเป็นแชมพู โฟมล้างหน้า หรือสบู่ ยาสีฟัน ย่อมต้องใช้สาร Surfactants ทั้งสิ้น หลายท่านอาจจะเคยทำสินค้าเหล่านี้ตามสูตรที่ Supplier แนะนำ แต่ยังมีอีกมากที่ทำได้โดยไม่เข้าใจ basic ของตัวสินค้า จึงได้จัดสัมมนาขึ้นโดยสอนตั้งแต่พื้นฐานจนถึงการทำสินค้าสำเร็จรูป หลักสูตรนี้จะมีการบรรยาย 1 วัน และทำ Lab 1 วัน ทุกท่านจะได้เรียนทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติอย่างครบวงจร สามารถทำสินค้าที่มีคุณภาพด้วยความเข้าใจในหลักการอย่างถูกต้อง สำหรับผู้เข้าอบรมครบ 2 วัน จะได้รับ Certificate จากสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย

หลักสูตรสัมมนาจะจัดขึ้นที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล กรุงเทพฯ ห้อง R 401 ในวันที่ 26-27 พฤษภาคม 2559



งาน **Beyond Beauty ASEAN Bangkok 2016** มหกรรมงานแสดงสินค้า และการประชุมนานาชาติด้านสุขภาพและความงามที่ยิ่งใหญ่และครบวงจรที่สุดในอาเซียน ครั้งที่ 3 เพื่อแสดงถึงศักยภาพของผู้ผลิต และผู้จัดจำหน่ายเครื่องสำอางไทย พร้อมยังมีกิจกรรม **VIP Buyer Program** ที่จะนำผู้ซื้อคนสำคัญกว่า 150 รายมาร่วมงาน ในครั้งนี้ โดยมีผู้ร่วมออกแสดงงานจากทั่วโลกกว่า 550 บริษัท และจะมีผู้ซื้อและผู้ขายกว่า 15,000 รายตลอดทั้ง 3 วันของการจัดงาน

งานจัดขึ้นที่ **Beyond Beauty ASEAN-Bangkok 2016 @อิมแพ็ค เมืองทองธานี** ณ อาคาร ชาเลนเจอร์ 3 อิมแพ็คเมืองทองธานี , นนทบุรี 22 กันยายน 2559 - 24 กันยายน 2559

สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทยได้มีการเข้าร่วมสัมมนา และกิจกรรมต่างๆ ทั้งในภาครัฐ และเอกชน





สัมมนา TMB SME On Tour 2016 เป็นการนัดสัมมนาของสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย ร่วมกับธนาคารทหารไทย ในวันศุกร์ที่ 26 สิงหาคม 2559 ที่ผ่านมา ณ ห้องบอลรูม 4 โซนซี 3 ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย





COSMEX 2016 ครั้งแรกในอาเซียนกับงานที่ครอบคลุมทุกปัจจัยสำคัญสำหรับการผลิต บรรจุภัณฑ์ และบริการรับจ้างการผลิตเครื่องสำอางกับงาน “COSMEX” ที่จะเป็นการเปิดตัวในฐานะงานระดับนานาชาติงานเดียวในภูมิภาคนี้ที่จะเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดสำหรับ บริษัทเครื่องสำอางในไทยและอาเซียนที่ต้องการเปรียบเทียบและคัดเลือกเทคโนโลยีการผลิต และค้นหาพันธมิตรใหม่ ระหว่างวันที่ 8-10 พฤศจิกายน 2559 เวลา 10.00 – 18.00 น. ณ EH 102-104 ไบเทค บางนา เวทีรวมคนในวงการจากบริษัทเครื่องสำอางประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตชั้นนำของโลก ผู้ผลิตรายใหม่ จนถึงบริษัทที่มีแบรนด์ของตัวเองที่ต้องการติดตามความเคลื่อนไหวของวงการด้านการผลิต การกำหนดสูตร การควบคุมคุณภาพรวมถึงบรรจุภัณฑ์หรือการบริการรับจ้างผลิต งาน COSMEX จะเป็นช่องทางสำคัญในการพบปะลูกค้าและโอกาสทางธุรกิจใหม่ นอกจากนี้ การจัดงานพร้อมกับงาน in-cosmetic Asia 2016 (งานแสดงด้านส่วนประกอบเครื่องสำอางชั้นนำของเอเชีย) ซึ่งจะช่วยให้ช่องทางให้ผู้ซื้อจากทั่วโลกได้เห็นภาพรวมของอุตสาหกรรมและรายละเอียดข้อมูลของแต่ละสาขาเช่น การเปิดตัวใหม่ และนวัตกรรมทางเทคนิค ร่วมแสดงสินค้าพร้อมคว้าโอกาสทางธุรกิจในการเจาะตลาดที่กำลังมาแรงในอาเซียนที่มีจุดแข็งด้านความหลากหลายและตลาดที่เติบโตด้วย 600 ล้านคน โดยสมาคมได้ออกบูธเพื่อโปรโมทและให้คำแนะนำให้กับผู้เข้าชมงานด้วย



สัมมนา ระบบคุณภาพและความปลอดภัยในเครื่องสำอาง

สมาคมฯ ได้เชิญ ดร. วีรวัฒน์ ติระณะชัยติกุล คณะเภสัชมหาวิทยาลัยมหิดล ผู้เชี่ยวชาญด้านความปลอดภัยในเครื่องสำอางมาบรรยายในหัวข้อ “ระบบความปลอดภัยในเครื่องสำอาง” และคุณอภิรักษ์ โรจนวิภาต บรรยายในหัวข้อ “ระบบคุณภาพในเครื่องสำอาง”

เนื่องจากผู้บริโภคปัจจุบันมีความพิถีพิถันในการเลือกซื้อเครื่องสำอางมากขึ้น ปัจจัยหลักที่จะเลือกซื้อสินค้าต้องมีคุณภาพและความปลอดภัยในการใช้ ข้อมูลข่าวสารใน social network กระจายไปอย่างรวดเร็ว หากสินค้ามีปัญหาทำให้หยุดซื้อสินค้าทันทีที่รับข่าวสาร ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับสินค้าที่ผลิตขายอยู่ไม่ให้มีปัญหาทั้งความปลอดภัยและคุณภาพ

โดยการสัมมนาครั้งนี้จัดขึ้นที่ห้อง Meeting Room 2 ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ในวันที่ 4 ตุลาคม 2559 เวลา 9.00-16.00 น.





หวัด!
โรคระบาดได้ ด้วยมือคุณ
Virus SARS Bacteria

คิเรอิ คิเรอิ แล่วน:

No. 1 Brand
in Japan



มาร่วมเป็นครอบครัวมือสะอาด
กับ โฟมล้างมือ
คิเรอิคิเรอิ



โฟมล้างมือสะอาด หอม นุ่ม... ขาดอินกับหนึ่งในตู้ปุ่
ฟองโฟมสามารถขอกซอนทำความสะอาดได้อย่างทั่วถึง
ล้างออกง่าย อ่อนโยน ลดการระคายเคืองที่เรื้อรัง ช่วยป้องกัน
โรคระบาดจากการสัมผัส

การล้างมือเป็นการป้องกันการติดเชื้อทั้งทางเดินหายใจและทางสัมผัส

*Japan's No.1 Hand Soap Series Intage SRI Hand Soap Value Sales Jan. 2000 - Dec. 2012, consecutive years

www.kireikireithailand.com

f KireiKirei



โฟมล้างมือคิเรอิคิเรอิ

ธรรมชาติเพื่อมือสะอาด...อย่างมีอนามัย



Home
Care

THE QUALITY YOU NEED

Personal care &
Cosmetic



Coating



Pulp &
Paper

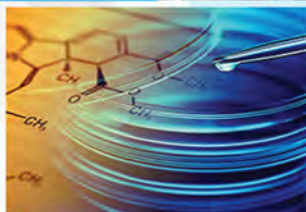


Water
Management

Surface
Technology



Basic
Chemical



VS Chem

VS Chem (1970) Limited.
24 Rama 1 Rd., Rongmuang, Pathumwan
Bangkok 10330
Tel. : (66)2-613-7960-3, (66)2-613-7712-5
Fax. : (66)2-215-4949, (66)2-613-7716
www.vschem.com



สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย
泰國化粧品廠商公會
THE THAI COSMETIC MANUFACTURERS ASSOCIATION

อาคารชุดทีซี-กรีน ดอนโด้เมียม เฟส 1 อาคาร เอ
270/7 ชั้น 1 ถนนพระราม 9 ห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310

TC-Green Condominium Phase 1 Tower A
270/7, 1st Fl. Rama 9 Rd. Huaykwang, Bangkok 10310

เพื่อผู้ผลิต ผู้ค้า และผู้ใช้ Tel : 0 2246 7088 Fax : 0 2246 7089 Website : www.thaicosmetic.org E-Mail : center@thaicosmetic.org Fanpage : facebook.com/1TCMA

ใบแจ้งความจำนงลงโฆษณาวารสาร “เครื่องสำอาง”

ข้าพเจ้า
ในนามของบริษัท..... สมาชิกสมาคมเลขที่.....

มีความประสงค์ที่จะลงโฆษณาในวารสาร “เครื่องสำอาง” ดังต่อไปนี้

- โฆษณา ปกหลัง 1 หน้าสีสี ราคา 20,000 บาท
- โฆษณา ปกหน้าด้านใน 1 หน้าสีสี ราคา 18,000 บาท
- โฆษณา ปกหลังด้านใน 1 หน้าสีสี ราคา 18,000 บาท
- โฆษณา เต็มหน้า 3 1 หน้าสีสี ราคา 17,000 บาท
- โฆษณา เต็มหน้า 4 1 หน้าสีสี ราคา 17,000 บาท
- โฆษณา เนื้อใน ไม่ระบุตำแหน่ง 1 หน้าสีสี ราคา 16,000 บาท
- โฆษณา เนื้อ ใน ไม่ระบุตำแหน่ง ครึ่งหน้าสีสี ราคา 8,500 บาท

ทั้งนี้ทางสมาคมฯ จะให้สิทธิบริษัทที่เคยลงโฆษณาในพื้นที่ ที่เดิม ได้เลือกเพื่อลงโฆษณา
ในหน้าเดิมก่อน บริษัทที่ต้องการลงโฆษณา

กรุณาส่งอาร์ตเวิร์ค फिल्म หรือแผ่นดิสก์ มาที่ คุณกิริณาก เดชเดโช เจ้าหน้าที่สมาคมฯ
โทรศัพท์ 0 2246 7088 โทรสาร 02 246 7089

อีเมล center@thaicosmetic.org

ลงชื่อ.....ผู้ส่งจอง

ตราประทับบริษัท ()

สมัครในนามบุคคล
APPLY IN PERSONAL

สมัครในนามนิติบุคคล
APPLY IN THE FORM OF COMPANY

กรุณากรอกข้อความภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
PLEASE IN THE RELEVANT DETAILS IN THAI AND ENGLISH

สามัญ 3000 บาท
ORDINARY MEMBER

ค่าสมัคร 300 บาท

1. นาย/นาง/นางสาว MR./MRS./MISS

อายุ AGE สัญชาติ NATIONALITY

2. บริษัท/หจก./ร้าน NAME OF COMPANY

ตำแหน่ง POSITION

3. สถานที่ตั้ง FULL ADDRESS

โทรศัพท์ TEL. โทรสาร FAX.

E-MAIL WEBSITE

4. ธุรกิจหลัก
MAIN BUSINESS ACTIVITIES

ผู้ขาย - ผู้จัดส่งวัตถุดิบ
RAW MATERIAL SUPPLIER

ผู้ผลิตเครื่องสำอาง
COSMETIC MANUFACTURER

ผู้ขาย - ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์
PACKAGING & COMPONENT SUPPLIEA

อื่นๆ
OTHERS

5. จดทะเบียนการค้าในนาม CERTIFICATE OF REGISTRATION FOR

เลขที่ No. ลงวันที่ DATE

* แล้วเจ้าหน้าที่ของสมาคมฯ จะติดต่อกลับไปหาท่านอีกครั้ง

ลงชื่อ

()

คณะกรรมการ / สมาชิกที่แนะนำ

ที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 1 วันที่

ลงมติ รับ ไม่รับ เป็นสมาชิกเลขที่

ลงชื่อ เลขานุการ

()

ลงชื่อ เลขานุการ

()



SYN-STAR™

The global beauty maximizer
Are you ready for a fabulous day?

DSM Nutritional Products (Thailand) Ltd.
17/1 Fl., Maleenont Tower,
3199 Rama IV Road, Klongton, Klongtoey,
Bangkok 10110 Thailand
Phone: +66 (0) 2264-9800
Fax: +66 (0) 2264-9899
Email: info.pc-apac@dsm.com

www.dsm.com/personal-care



HEALTH • NUTRITION • MATERIALS

Maximize the beauty of your skin with SYN-STAR™.

SYN-STAR™ – an innovation based on a patented peptide technology – has been tested at 7 and 28 days for its efficacy in wrinkle reduction and mattifying effect. This multifunctional anti-ager for all skin tones visibly reduces the signs of ageing and shiny look. It improves skin smoothness and appearance resulting in more beautiful looking skin.



Beyond Collaboration

C

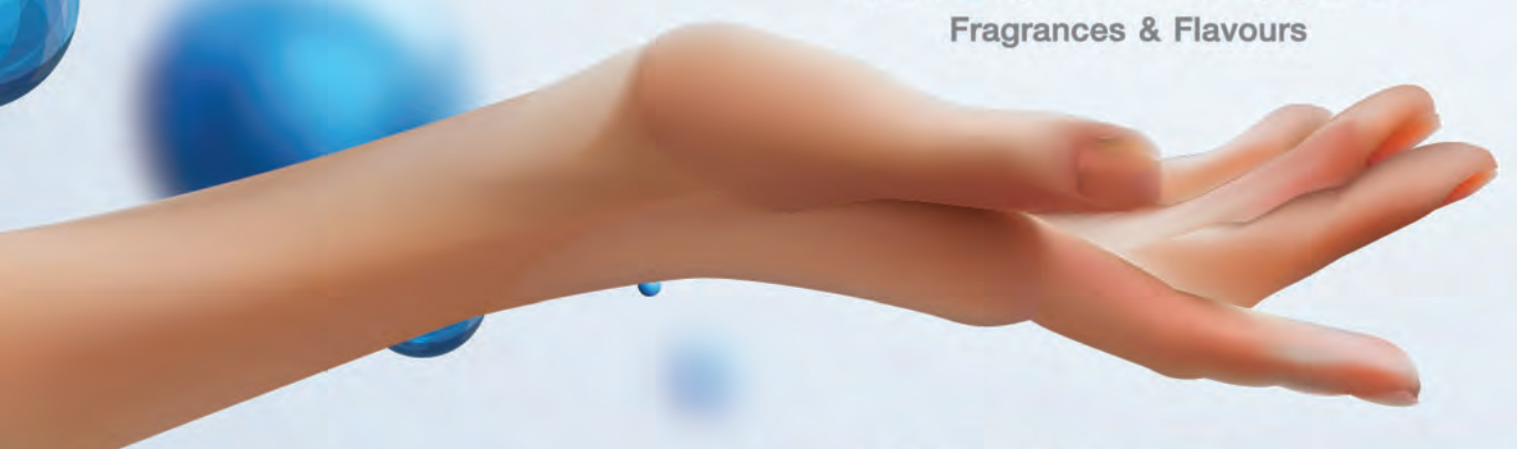
Who we are

- Leading distributor
- Broad range of products from the world's leading manufacturers
- Integrated Solution Provider with superior products and full technical support
- Strong network and long-term partnerships
- Excellent Logistic services



Products

- Cosmetics ingredients
- Household ingredients
- Food supplements & Food additive
- Skin testing devices & Equipment
- Fragrances & Flavours



Location Thailand Head Office

19 Sukhumvit 70 Bangna Bangkok 10260
Tel: (662) 3617301-4, (662) 7448257-60 Fax: (662) 7447082, (662) 3617305



China Town Branch

233-235 Chakrawad Rd. Samphanthawong Bangkok 10100
Tel: (662) 2249961-3 Fax: (662) 2220279



Rongmuang Branch

56/63 Rama 1 rd. Rongmuang Pathumwan Bangkok 10330
Tel: (662) 6124114-5 Fax: (662) 2155505



Chiangmai Branch

179/29 Chiangmai Home Office & Commerce park (CHOC) Mahidol Rd.
Haya Muang Chiangmai 50100 Tel (6653) 285226-8 Fax: (6653) 285229



Email : info@namsiang.com
www.namsiang.com