

ทำไมต้องทดสอบครีมกันแดดก่อนวางจำหน่าย? เรื่องสำคัญที่เจ้าของแบรนด์ควรรู้

นำเสนอเมื่อ : 14 ก.ย. 2569



ทำไมต้องทดสอบครีมกันแดดก่อนวางจำหน่าย?

เรื่องสำคัญที่เจ้าของแบรนด์ควรรู้

ในปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการปกป้องผิวจากแสงแดดและรังสี UV มากขึ้น ทำให้ครีมกันแดด กลายเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์สกินแคร์ที่มีความต้องการอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน สำหรับผิวหน้า ผิวกาย หรือสูตรเฉพาะที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค

สำหรับผู้ที่ต้องการสร้างแบรนด์ครีมกันแดด การมีเพียงสูตรที่ใช้งานได้อาจยังไม่เพียงพอ เพราะผลิตภัณฑ์ประเภทนี้จำเป็นต้องให้ความสำคัญทั้งด้านประสิทธิภาพ ความปลอดภัย ความคงตัวของสูตร บุรุษภัณฑ์ และเอกสารที่เกี่ยวข้องของกอนำออกสู่ตลาด โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ต้องการสื่อสารค่า SPF หรือการปกป้องรังสี UVA/UVB

บทความนี้จะพาไปทำความเข้าใจตั้งแต่การพัฒนาสูตรครีมกันแดด การเลือกสารกันแดด การทดสอบประสิทธิภาพ ความคงตัว และความปลอดภัย ไปจนถึงขั้นตอนการผลิตและเตรียมผลิตภัณฑ์ก่อนวางจำหน่ายจริง

การทดสอบครีมกันแดดคืออะไร?

การทดสอบครีมกันแดด

คือกระบวนการประเมินคุณสมบัติและประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ทราบว่าสูตรที่พัฒนาขึ้นสามารถทำงานได้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดหรือไม่ โดยการทดสอบอาจครอบคลุมทั้งประสิทธิภาพในการป้องกันรังสี UV ความปลอดภัย ความคงตัว รวมถึงคุณสมบัติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสูตร

สำหรับการสร้างแบรนด์ ครีมกันแดด ผลการทดสอบมีความสำคัญอย่างมาก เพราะช่วยให้เจ้าของแบรนด์มีข้อมูลประกอบการพัฒนาสูตรและการสื่อสารผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะเมื่อมีการระบุค่า SPF หรือคุณสมบัติในการปกป้องผิวจากรังสี UVA และ UVB

ทำไมต้องทดสอบครีมกันแดดก่อนวางจำหน่าย?

การทดสอบครีมกันแดด

ก่อนออกสู่ตลาดช่วยให้แบรนด์ประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้อย่างรอบด้าน และลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นหลังจากสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว โดยมีเหตุผลสำคัญดังนี้

1. ยืนยันประสิทธิภาพของครีมกันแดด

จุดสำคัญของครีมกันแดด คือความสามารถในการช่วยปกป้องผิวจากรังสี UV ดังนั้นสูตรที่มีการระบุค่า SPF หรือคุณสมบัติด้านการปกป้องรังสี UVA ควรมีการทดสอบที่เหมาะสมเพื่อให้ได้ข้อมูลสนับสนุนการสื่อสารผลิตภัณฑ์

การมีผลทดสอบที่เหมาะสมยังช่วยให้เจ้าของแบรนด์สามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการพัฒนาสูตรและตรวจสอบว่าผลิตภัณฑ์เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่

2. ช่วยประเมินความปลอดภัยของสูตร

เนื่องจากครีมกันแดด เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมักใช้เป็นประจำและอาจใช้ทุกวัน สูตรจึงควรได้รับการประเมินด้านความปลอดภัยอย่างเหมาะสม การตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และคุณสมบัติของสูตร ล้วนมีส่วนช่วยลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากผลิตภัณฑ์

3. ลดความเสี่ยงก่อนผลิตจำนวนมาก

ก่อนลงทุนผลิต ครีมกันแดด จำนวนมาก

เจ้าของแบรนด์ควรมั่นใจว่าสูตรมีความเหมาะสมและผ่านกระบวนการตรวจสอบที่จำเป็น การทดสอบก่อนผลิตจริงจึงช่วยลดความเสี่ยงจากการต้องแก้สูตรหรือแก้ไขผลิตภัณฑ์ภายหลัง

4. เพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์

ผลการทดสอบจากห้องปฏิบัติการที่เหมาะสมสามารถช่วยสนับสนุนการสื่อสารด้านคุณภาพของครีมกันแดด ทำให้แบรนด์มีข้อมูลที่ชัดเจนในการอธิบายผลิตภัณฑ์ และช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค

5. ช่วยวางแผนการตลาดได้แม่นยำขึ้น

ข้อมูลจากการพัฒนาและทดสอบครีมกันแดดสามารถนำมาประกอบการกำหนดจุดขาย เช่น การเน้นการใช้งานในชีวิตประจำวัน เนื้อสัมผัสบางเบา ความเหมาะสมกับสภาพผิว หรือคุณสมบัติด้านการปกป้องผิว ทั้งนี้การสื่อสารต้องสอดคล้องกับข้อมูลและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการทดสอบครีมกันแดดมีอะไรบ้าง?

การพัฒนาครีมกันแดด ที่มีคุณภาพควรพิจารณาการทดสอบหลายด้าน ไม่ควรดูเฉพาะค่า SPF เพียงอย่างเดียว เพราะคุณภาพของผลิตภัณฑ์ยังเกี่ยวข้องกับความคงตัว เนื้อสัมผัส บรรจุภัณฑ์ และความปลอดภัย

การทดสอบค่า SPF

SPF หรือ Sun Protection Factor เป็นค่าที่ใช้สื่อสารระดับการป้องกันรังสี UVB ของผลิตภัณฑ์ การทดสอบจึงเป็นขั้นตอนสำคัญสำหรับครีมกันแดด ที่ต้องการระบุค่า SPF บนฉลากหรือใช้เป็นจุดสื่อสารทางการตลาด

ตัวเลข SPF ที่สูงไม่ได้หมายความว่าสามารถป้องกันรังสีได้ทุกช่วงอย่างสมบูรณ์ แต่เป็นข้อมูลหนึ่งที่ช่วยให้ผู้บริโภคเข้าใจระดับการป้องกัน UVB ของผลิตภัณฑ์

การประเมินการป้องกันรังสี UVA

นอกจาก UVB แล้ว รังสี UVA ก็เป็นอีกปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเกิดความเสื่อมของผิวในระยะยาว ดังนั้นการพัฒนาครีมกันแดด จึงควรพิจารณาความสามารถในการปกป้องทั้ง UVA และ UVB ให้เหมาะสมกับแนวคิดของผลิตภัณฑ์

การทดสอบด้าน UVA และการสื่อสารค่า PA หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการตามวิธีทดสอบและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

การทดสอบความคงตัวของสูตร

ครีมกันแดดต้องสามารถคงคุณสมบัติของสูตรได้ตลอดช่วงอายุผลิตภัณฑ์ที่กำหนด การทำ Stability Test จึงมีบทบาทสำคัญในการประเมินการเปลี่ยนแปลงของเนื้อผลิตภัณฑ์ สี กลิ่น ค่า pH รวมถึงลักษณะทางกายภาพภายใต้สภาวะต่าง ๆ

ข้อมูลเหล่านี้ช่วยให้ทีมพัฒนาสูตรประเมินความเหมาะสมของสูตรและบรรจุภัณฑ์ รวมถึงช่วยวางแผนทางการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม

การทดสอบด้านจุลชีววิทยา

การตรวจสอบด้านจุลชีววิทยาเป็นอีกขั้นตอนที่สำคัญสำหรับครีมกันแดด โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีน้ำเป็นส่วนประกอบ เพราะช่วยประเมินคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ในด้านที่เกี่ยวข้องกับการปนเปื้อนจุลินทรีย์

การประเมินการระคายเคือง



สูตรครีมกันแดด

ควรได้รับการประเมินความปลอดภัยตามความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์และกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการเจาะตลาด เพราะผู้ใช้แต่ละกลุ่มมีความต้องการแตกต่างกัน เช่น ผู้ที่มีผิวบอบบาง ผู้ที่ต้องการใช้เป็นประจำ หรือผู้ที่ต้องการผลิตภัณฑ์สำหรับผิวหน้า

สิ่งที่เจ้าของแบรนด์ควรเตรียมก่อนทดสอบครีมกันแดด

ก่อนเริ่มทดสอบครีมกันแดด เจ้าของแบรนด์ควรกำหนดข้อมูลสำคัญของผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน เพื่อให้ทีมพัฒนาสูตรและวางแผนทางการทดสอบได้ตรงกับความต้องการมากที่สุด โดยควรเตรียมข้อมูลดังนี้

1. กำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน
ระบุความต้องการพัฒนาครีมกันแดดสำหรับกลุ่มใด เช่น คนผิวมัน ผิวแห้ง ผิวแพ้ง่าย หรือผู้ที่ต้องการใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อให้เลือกเนื้อสัมผัสและส่วนผสมได้เหมาะสม
2. ระบุค่า SPF และระดับการปกป้องที่ต้องการ กำหนดค่า SPF และระดับ PA ที่ต้องการตั้งแต่นั้น
เพื่อให้สามารถวางแผนทางการพัฒนาสูตรและการทดสอบประสิทธิภาพได้อย่างเหมาะสม
3. กำหนดเนื้อสัมผัสและรูปแบบผลิตภัณฑ์ เช่น ครีม โลชั่น เนื้อนํ้านม หรือเนื้อเจล รวมถึงความต้องการด้านการเกลี่ยง่าย ซึมไว ไม่เหนียวเหนอะหนะ หรือเหมาะกับการแต่งหน้า
4. กำหนดจุดขายของผลิตภัณฑ์
ควรมีแนวคิดหลักว่าต้องการให้ครีมกันแดดโดดเด่นด้านใด เช่น กันแดดสำหรับผิวมัน กันแดดเนื้อบางเบา หรือกันแดดที่เน้นการดูแลผิวควบคู่ไปด้วย
5. วาง Positioning และช่องทางจำหน่าย
พิจารณาวางจำหน่ายผ่านทางใดและวางผลิตภัณฑ์ในระดับไหน เพราะมีผลต่อการเลือกสูตร บรรจุภัณฑ์ ราคา และจุดขายของสินค้า
6. กำหนดคุณสมบัติที่ต้องการสื่อสาร เช่น ต้องการเน้นความบางเบา ไม่อุดตันผิว กันน้ำ หรือเหมาะสำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน
เพื่อให้ทีมพัฒนาสูตรนำข้อมูลไปออกแบบและทดสอบได้ตรงตามเป้าหมาย

สิ่งที่ควรรู้ก่อนนำผลทดสอบไปใช้ทำการตลาด

ผลการทดสอบครีมกันแดดสามารถนำมาใช้สนับสนุนการสื่อสารทางการตลาดได้ แต่ควรพิจารณาข้อมูลอย่างรอบคอบ โดยมีสิ่งที่เจ้าของแบรนด์ควรรู้อยู่ดังนี้

1. ใช้ข้อมูลให้ตรงกับผลทดสอบจริง
ข้อความหรือจุดขายที่นำไปสื่อสารควรอ้างอิงจากผลการทดสอบที่ได้รับจริง ไม่ควรเพิ่มเติมคุณสมบัติที่ไม่ได้อยู่ในขอบเขตของการทดสอบ
2. ไม่ควรกล่าวอ้างเกินจริง
หลีกเลี่ยงการนำผลทดสอบเพียงบางส่วนมาตีความหรือขยายความจนทำให้ผู้บริโภคเข้าใจประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์มากกว่าความเป็นจริง
3. ตรวจสอบข้อความก่อนนำไปใช้ ควรตรวจสอบคำเคลมบนฉลาก เว็บไซต์ และสื่อโฆษณาให้สอดคล้องกับข้อกำหนดด้านเครื่องหมายการค้า เพื่อช่วยลดความเสี่ยงด้านการสื่อสารที่ไม่เหมาะสม
4. วางแผนการทดสอบตั้งแต่ช่วงพัฒนาสูตร
หากกำหนดจุดขายที่ต้องการตั้งแต่นั้น ทีมพัฒนาสูตรจะสามารถวางแผนทางการทดสอบได้เหมาะสม และช่วยให้ผลลัพธ์นำไปต่อยอดด้านการตลาดได้ง่ายขึ้น
5. ทำงานร่วมกับโรงงานและผู้เชี่ยวชาญ
การปรึกษาผู้เชี่ยวชาญตั้งแต่ขั้นตอนพัฒนาสูตร ทดสอบ และวางข้อความสื่อสาร ช่วยให้แบรนด์สามารถนำผลทดสอบมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสม

สรุปการทดสอบครีมกันแดดก่อนวางจำหน่าย

การทดสอบครีมกันแดดเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับเจ้าของแบรนด์ เพราะช่วยให้สามารถประเมินประสิทธิภาพ คุณภาพ ความคงตัว และความปลอดภัยของสูตรก่อนนำออกสู่ตลาด โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ต้องการสื่อสารค่า SPF หรือการป้องกันรังสี UVA และ UVB

สิ่งสำคัญคือไม่ควรมองว่าการทดสอบเป็นเพียงขั้นตอนปลายทาง แต่ควรวางแผนตั้งแต่เริ่มพัฒนาสูตร เพราะผลจากการทดสอบสามารถนำกลับมาใช้ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และช่วยลดความเสี่ยงก่อนลงทุนผลิตจริง

สำหรับผู้ที่ต้องการสร้างแบรนด์ การเลือกโรงงานรับผลิตที่มีทีม R&D และสามารถดูแลกระบวนการทดสอบได้อย่างเหมาะสม จะช่วยให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์มีความเป็นระบบมากขึ้น ตั้งแต่การกำหนดคอนเซปต์ ทดลองสูตร ทดสอบคุณสมบัติ เตรียมเอกสาร ไปจนถึงการผลิตและจัดส่งสินค้า