

บทบาทภาครัฐในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย

นฤมล พุ่มฉัตร¹ สมพร เพื่องจันทร์²

อรุณ รักษ์ธรรม³ เพ็ญศรี นิธินัง⁴

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์สภาพทั่วไปของบทบาทภาครัฐ ศักยภาพการแข่งขัน และความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย (2) ศึกษาอิทธิพลของ บทบาทภาครัฐ ศักยภาพการแข่งขัน และความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย และ (3) เสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยให้มีความสามารถทางการแข่งขันในระดับนานาชาติ ใช้วิธีการวิจัยที่ ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยคุณภาพ ประชากรวิจัยเชิงปริมาณ คือผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องสำอางที่มีขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วประเทศ จำนวน 2,899 ราย ได้ตัวอย่าง 323 ราย ใช้แบบสอบถาม ในการสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ มีจำนวน 8 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์

ผลการวิจัย พบว่า (1) บทบาทภาครัฐ ศักยภาพการแข่งขัน และการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยอยู่ในระดับมาก ส่วนความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนอยู่ในระดับปานกลาง (2) บทบาทภาครัฐ ศักยภาพการแข่งขัน และความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนมีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรม และ (3) แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันอุตสาหกรรม โดยมีการสนับสนุนจากภาครัฐ และความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย ให้มีความสามารถในการแข่งขัน คือ การที่ผู้ประกอบการควรเน้นการสร้างนวัตกรรม มีการพัฒนาสินค้าเพื่อสร้างความแตกต่างและจุดแข็งให้กับผลิตภัณฑ์ พัฒนากลยุทธ์การตลาดออนไลน์เพื่อสื่อสารกับโลกภายนอก

คำสำคัญ: บทบาทภาครัฐ; ศักยภาพการแข่งขัน; ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

นฤมล พุ่มฉัตร, สมพร เพื่องจันทร์, อรุณ รักษ์ธรรม และเพ็ญศรี นิธินัง. (2563). บทบาทภาครัฐในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 10(3), 650-662.

¹ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

96 หมู่ 3 ถนนพุทธมณฑล สาย 5 ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 73170, ประเทศไทย,

อีเมล: iampretty.es@gmail.com

^{2,3,4} วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

The Government Role in Thai Cosmetic Industry Potential Development

Narumon Pumchat¹ Somporn Fuangchan²

Aroon Raktham³ Pensri Chirinang⁴

Abstract

This research article aims to (1) analyze general circumstance concerning the government roles, competitive potential and collaboration between government and private sector in Thai cosmetic industry's potential development (2) study the influence of the government roles, competitive potential and collaboration between government and private sector on Thai cosmetic industry's potential development and (3) propose a guideline for Thai cosmetic industry's potential. This study was quantitative research and qualitative research. The population of the quantitative research were 2,899 owners of small and medium cosmetic business in Thailand. The sample size was 323. The questionnaire was employed as a data collection tool. Eight key informants were interviewed in the qualitative research. Data collection tool was interview script.

Findings are as follows: (1) The government roles, competitive potential and Thai cosmetic industry's potential development were at a much level. Collaboration between government and private sector were at a medium level. (2) The government roles, competitive potential and collaboration between government and private sector have influenced on Thai cosmetic industry's potential development. (3) Guideline for Thai cosmetic industry's potential development in order to attain competitiveness at an international level was that the business owners should emphasize on creation of innovation, product development to create product differentiation and strength as well as online marketing strategy development to communicate to the world.

Keywords: Government Role; Competitive Potential; Cooperation Between Government and Private Sectors.

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Pumchat, N., Fuangchan, S., Raktham, A., & Chirinang, P. (2020). The government role in developing potential of Thai Cosmetics Industry. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 10(3), 650-662.

¹ Doctor of Public Administration Program, Rajamangala University of Technology Rattanakosin
96 Moo 3, Phutthamonthon Sai 5 Road, Salaya, Phutthamonthon, Nakhon Pathom, 73170, Thailand,
Email: iampretty.es@gmail.com

^{2,3,4} College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมเครื่องสำอางของไทยเป็นธุรกิจที่นำลงทุน โดยในปี พ.ศ. 2559 การวิเคราะห์ของศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยจัดให้อุตสาหกรรมเครื่องสำอางของไทยถูกจัดอันดับให้เป็น 1 ใน 10 ธุรกิจที่นำลงทุนประจำปี 2559 เนื่องจากว่าปัจจุบันมีการเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทำให้เกิดการรับรู้และลอกเลียนแบบในเรื่องของสุขภาพและความสวยงามของผู้บริโภคอย่างแพร่หลายจึงทำให้ธุรกิจมีการเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่องอีกทั้งในช่วงที่ผ่านมายังพบว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าประเภทเครื่องสำอางไปยังกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา ลาว เมียนมาและเวียดนาม) มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเช่นกันเนื่องจากเครื่องสำอางแบรนด์ไทยได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับในด้านคุณภาพจึงถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ทำให้ผู้ประกอบการไทยสามารถทำการตลาดและเป็นศูนย์กลางในการกระจายสินค้าไปยังกลุ่มประเทศ (Cambodia-Laos-Myanmar-Vietnam—CLMV) (Department of Business Development, 2016)

ประเทศไทยเป็นสมาชิกของอาเซียน อุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการ เช่น อาเซียนมีการลดภาษีสินค้านำเข้าในหมวดเครื่องสำอางเหลือศูนย์ในปี พ.ศ. 2553 นอกจากนี้ไทยยังต้องปฏิบัติตามข้อตกลงว่าด้วยแผนการปรับกฎระเบียบเครื่องสำอางให้สอดคล้องกันใน กลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน (Agreement on the ASEAN Harmonized Cosmetic Regulatory Scheme) ที่มีการจัดทำขึ้นในปี พ.ศ. 2551 นอกจากนี้ไทยยังเผชิญกับความท้าทายในด้านอื่นๆ เช่น ภาษี การนำเข้าวัตถุดิบบางรายการและต้นทุนการผลิตโดยรวมสูงกว่าประเทศ การวิจัยและพัฒนา รวมถึงการพัฒนาด้านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในประเทศ (Office of Small and Medium Enterprise Promotion, 2016)

วัตถุดิบที่ใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิต ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยมีอุตสาหกรรมการผลิตวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตเครื่องสำอางเพียงบางส่วนเท่านั้น ขณะเดียวกันกลุ่มวัตถุดิบที่ผลิตได้ภายในประเทศบางรายการก็ยังมีคุณภาพไม่ได้มาตรฐานเท่าที่ควร เมื่อเทียบกับวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศ อีกทั้งยังมีปัญหาด้านมาตรฐานคุณภาพของวัตถุดิบที่ยังไม่สม่ำเสมอมากนัก ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศเป็นหลัก นอกจากนี้ผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็กจำนวนมากก็ยังไม่สามารถนำเข้าวัตถุดิบได้โดยตรง เพราะปริมาณที่สั่งต่อรายไม่มากพอ และไม่สามารถรวบรวมกันเพื่อสั่งซื้อได้ ทำให้ต้องซื้อผ่านผู้นำเข้าอีกต่อหนึ่ง จึงส่งผลให้การนำเข้าวัตถุดิบเป็นไปในลักษณะตลาดที่ผูกขาดกับผู้นำเข้าเฉพาะกลุ่ม (Kasikorn Research Center, 2006)

นอกจากนั้น ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยส่วนใหญ่ไม่ได้มีการขอขึ้นทะเบียนมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภคในเรื่องของคุณภาพและมาตรฐานความปลอดภัยและมีจุดอ่อนตรงที่ขาดการสื่อสารแบรนด์และทำตลาดอย่างจริงจัง แต่ที่สำคัญที่สุดคือมีปัญหาด้านการทำตลาดในต่างประเทศ ทั้งๆ ที่ผู้ประกอบการหลายรายมีการส่งออกสินค้าไปวางจำหน่ายต่างประเทศ YaoCheug (2016)

จะเห็นได้ว่าการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยขนาดกลางและขนาดย่อมนั้น ยังพบกับปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดของการทำธุรกิจ และยังต้องการความช่วยเหลือ สนับสนุนและส่งเสริมจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ซึ่งหากภาครัฐสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม ก็จะเป็นสิ่งที่มีผลกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยให้มีความสามารถในการแข่งขัน

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงบทบาทภาครัฐในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยรวมถึงแนวทางในการยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยให้มีความสามารถในการแข่งขันกับตลาดต่างประเทศและผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างโอกาสให้อุตสาหกรรมเครื่องสำอางของไทยเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้น อันจะนำไปความสำเร็จในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางของผู้ประกอบการไทยในระยะยาว ซึ่งไม่เฉพาะแต่ตลาดในประเทศเท่านั้น แต่ยังรวมถึงตลาดในระดับโลกอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. วิเคราะห์สภาพทั่วไปของ บทบาทภาครัฐ ศักยภาพการแข่งขัน และความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย

2. อิทธิพลของ บทบาทภาครัฐ ศักยภาพการแข่งขัน และความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย

3. แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย ให้มีความสามารถในการแข่งขัน

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ตัวแปรอิสระ ได้แก่ บทบาทภาครัฐ ศักยภาพการแข่งขัน และความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ตัวแปรตาม ได้แก่ การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย

2. ขอบเขตด้านประชากรและตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบกิจการธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง ทั้งที่เป็นนิติบุคคลและห้างหุ้นส่วนจำกัด ในระดับ SMEs และอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวนทั้งสิ้น 2,899 บริษัท (ข้อมูลสำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เดือนมีนาคม พ.ศ. 2561) เป็นข้อมูลปีล่าสุด ตัวอย่างใช้จำนวน 323 บริษัท โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ตัวอย่างใช้วิธีคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เจาะลึก รวมทั้งสิ้น จำนวน 8 ท่าน แยกเป็น 2 กลุ่มประเภท ประกอบไปด้วย กลุ่มที่ 1 ตัวแทนจากภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย จำนวน 4 ท่าน และกลุ่มที่ 2 ตัวแทนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง จำนวน 4 ท่าน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาครั้งนี้กำหนดพื้นที่เฉพาะกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ภาครัฐทราบถึงแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย

2. ผู้ประกอบการเครื่องสำอางไทยได้ทราบถึงแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน

3. ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยได้ทราบถึงแนวทางในความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย

4. ผู้ประกอบการเครื่องสำอางไทยได้ทราบถึงองค์ประกอบในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทบาทภาครัฐ จากความสำคัญของธุรกิจ SMEs หลายหน่วยงานได้ตระหนักถึงศักยภาพในการเป็นธุรกิจพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจทั้งในระดับจุลภาคและระดับมหภาคแล้วนั้น ทำให้หน่วยงานต่างๆ โดยเฉพาะหน่วยงานภาครัฐบาลเริ่มให้ความสนใจ มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจ SMEs และให้การสนับสนุนรวมถึงการช่วยเหลือธุรกิจนี้ ทั้งนี้ โดยคำนึงถึงการปรับปรุงประสิทธิภาพ ประสิทธิผล การอยู่รอด และการเติบโตของธุรกิจเป็นสำคัญสำหรับความช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐที่พบได้ทั้งในและต่างประเทศ ดังนี้ (Klaprasert, 2010)

1. ด้านเงินทุน เงินทุนมีผลอย่างยิ่งต่อการเติบโตและความอยู่รอดของธุรกิจ อย่างไรก็ตามการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ถือเป็นปัญหาสำคัญสำหรับ SME ไทยมาอย่างยาวนาน เป็นผลจากข้อจำกัดทั้งด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ หลักเกณฑ์ที่ไม่ยืดหยุ่นของสถาบันการเงิน ด้านประเภทของเงินทุนในประเทศที่ไม่มีความหลากหลายและไม่ตอบสนองความต้องการของธุรกิจในแต่ละช่วงการเติบโต ทั้งนี้ พบว่า ผู้ประกอบการที่ต้องเผชิญปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุนส่วนใหญ่ มีแนวโน้มที่จะปิดกิจการและบางกลุ่มต้องรับภาระจากต้นทุนการกู้ยืมที่สูงเกินไป ซึ่งถือเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการเติบโตของธุรกิจ (Office of Small and Medium Enterprise Promotion, 2016, p. 40)

2. การส่งเสริมการตลาด สำหรับนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SMEs ด้านการตลาดของหน่วยงานต่างๆ นับเป็นสิ่งสำคัญและจะขาดเสียไม่ได้ ปัญหาส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการ SMEs คือ มีข้อจำกัดทางด้านการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด การรวบรวมและเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลการตลาดของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดในตลาด หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดการฝึกอบรมวิธีการเข้าถึงข่าวสารข้อมูลการตลาด และวิธีการทางด้านการโฆษณาจำหน่ายสินค้าโดยทางอินเทอร์เน็ต

ให้แก่ ผู้ประกอบการ SMEs (Klaprasert, 2010)

3. การส่งเสริมเทคโนโลยี การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงเช่นทุกวันนี้ จำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญอย่างมากกับเรื่องการพัฒนาผลิตภาพเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้กับ SME เพื่อส่งเสริมให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับ มูลค่าให้กับสินค้าและบริการ (moving up the value chain) ตลอดจนเป็นเครื่องมือที่ช่วยเสริมสร้างให้ SME สามารถแข่งขันมากขึ้นทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งจะนำไปสู่การเสริมสร้างศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศเพื่อปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศที่มีรายได้ ปานกลาง และมีความเจริญก้าวหน้าทัดเทียมกับประเทศพัฒนาแล้ว (Office of Small and Medium Enterprise Promotion, 2016, p. 34)

ความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนในการพัฒนาอุตสาหกรรม ภาครัฐมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการเป็นผู้นำการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในเรื่องของการพัฒนายุทธศาสตร์ การสนับสนุนทางการเงิน และความช่วยเหลือในการบริหารจัดการ โดยภาคเอกชนต้องสามารถเชื่อมโยงและร่วมมือกับภาครัฐในการกำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ ที่ถูกต้องในขณะที่ภาคเอกชนมีบทบาทในการกำหนดทิศทางของประเทศในด้านเศรษฐกิจ ทั้งนี้ภาครัฐต้องอาศัยพลังที่แข็งแกร่งของภาคเอกชนในการพัฒนาเศรษฐกิจเนื่องจากภาคเอกชนคือความหวังอันสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ประเทศสามารถพัฒนาก้าวหน้าไปข้างหน้าได้ เพราะภาคเอกชนเพียบพร้อมทั้งทรัพยากรและความสามารถ ภาครัฐจึงต้องร่วมมือกับภาคเอกชนในการพัฒนาความสามารถของภาคเอกชนทั้งเล็กและใหญ่ให้พร้อมรับกับการแข่งขันในระดับประเทศ และภาคเอกชนก็ต้องอาศัยภาครัฐในการริเริ่มและให้การสนับสนุนในกิจกรรมที่มีความสำคัญซึ่งภาคเอกชนไม่อาจจะกระทำได้ด้วยลำพัง (Mueangwong, 2016)

การวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขัน (SWOT) การวิเคราะห์ SWOT หรือการวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันเป็นการประเมินสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ใช้เป็นเครื่องมือในการช่วยกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยเหล่านี้ต่อภาคอุตสาหกรรม โดยกำหนดแนวทางกลยุทธ์เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งหรือโอกาส และลดจุดอ่อน หรือภัยคุกคาม โดยองค์ประกอบของการทำ SWOT และการวิเคราะห์แบบย้อนกลับหรือ TOWS ประกอบด้วย (Kasetsart University, Center for Strategic and Operations Management Research, 2016, pp. 1-5)

1. **จุดแข็ง (strength)** หมายถึง ทรัพยากรด้านต่างๆ ที่ได้เปรียบหรือส่วนที่เข้มแข็งภายในองค์กรที่สามารถใช้ประโยชน์เพื่อผลักดันให้องค์กรสามารถดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์และภารกิจของ องค์กร เช่น ด้านโครงสร้าง ด้านระบบงาน ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ด้านวัสดุอุปกรณ์ ด้านกฎหมาย

2. **จุดอ่อน (weakness)** หมายถึง ข้อเสียเปรียบ ข้อผิดพลาดในองค์กรที่เป็นข้อด้อยหรือเป็นข้อจำกัดต่างๆ ที่ส่งผลให้ไม่บรรลุวัตถุประสงค์และภารกิจของ องค์กร เช่น ด้านโครงสร้าง ด้านระบบงาน ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ด้านวัสดุอุปกรณ์ ด้านกฎหมาย

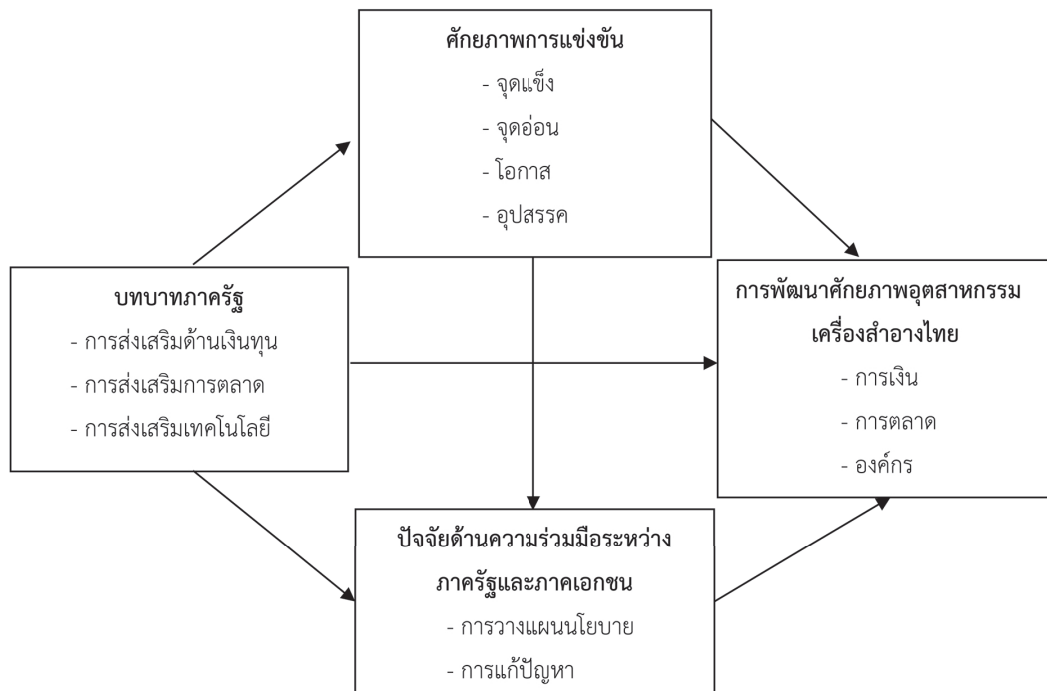
3. **โอกาส (opportunity)** หมายถึง สถานการณ์หรือปัจจัยที่เกิดจากสภาพแวดล้อมที่มีลักษณะเกื้อกูลต่อการบรรลุวัตถุประสงค์และภารกิจขององค์กร เช่น สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป ได้แก่ด้าน เศรษฐกิจ

ด้านสังคม ด้านการเมือง ด้านเทคโนโลยี เป็นต้น สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านสภาพการแข่งขัน ด้านผู้สนับสนุนปัจจัย ด้านแรงงาน ด้านสถานการณ์ นานาชาติ

4. **อุปสรรค (threat)** หมายถึง สถานการณ์หรือปัจจัยที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีลักษณะเป็นอุปสรรคขัดขวาง หรือทำให้เกิดผลเสียหาย ผลกระทบในทางลบต่อการบริหารงานขององค์กร เช่น สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านการเมือง ด้านเทคโนโลยี เป็นต้น สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านสภาพการแข่งขัน ด้านผู้สนับสนุน ปัจจัยด้านแรงงาน ด้านสถานการณ์นานาชาติ

ความได้เปรียบในการแข่งขัน องค์กรที่เต็มไปด้วยความได้เปรียบในการแข่งขันจะพัฒนาและรักษาผลงานได้อย่างยั่งยืนของระดับผลการปฏิบัติงาน ซึ่งจะแปรผลออกมาเป็นผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) โอกาสในการได้ทำงาน และความมั่งคั่งของประชาชน จากมุมมองของเศรษฐศาสตร์มหภาค แต่ถ้าจากมุมมองของผู้ประกอบการ องค์กรที่เต็มไปด้วยความได้เปรียบในการแข่งขันต้องการให้กิจการอยู่รอดได้ตลอดการแข่งขัน และบรรลุเป้าหมายที่เป็นส่วนแบ่งตลาดรวมไปถึงผลกำไร ความสำเร็จขององค์กรที่เต็มไปด้วยความได้เปรียบในการแข่งขันจะถูกวัดด้วยหลักเกณฑ์ ทั้งวัดวิถีสายและหลักเกณฑ์อัตราวัดสาย หลักเกณฑ์วัดวิถีสายจะรวมอัตราผลตอบแทนจาก การลงทุน ส่วนแบ่งตลาด ผลกำไร และยอดขาย ขณะที่หลักเกณฑ์ทางอัตราวัดสาย จะรวมความสามารถทำให้ลูกค้าพึงพอใจ และคุณภาพของการบริการดีขึ้น (Barney, 2002, p. 20)

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

จากกรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย พบว่า ตัวแปรอิสระ ประกอบไปด้วย บทบาทภาครัฐ ซึ่งมีองค์ประกอบ การส่งเสริมด้านเงินทุน การส่งเสริมการตลาด และการส่งเสริมเทคโนโลยี ส่วนศักยภาพการแข่งขัน ซึ่งมีองค์ประกอบจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค และปัจจัยด้านความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งมีองค์ประกอบวางแผนนโยบาย และการแก้ปัญหา ส่วนตัวแปรตาม ประกอบไปด้วย การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย ซึ่งมีองค์ประกอบการเงิน การตลาด และองค์กร

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสม ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative approach)

ประชากรและตัวอย่าง ประชากร คือผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่มีขนาดกลางและขนาดเล็ก จำนวน 2,899 ราย กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย 323 ราย ซึ่งผู้วิจัยใช้เทคนิคการสุ่มหลายชั้น ส่วนการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้การส่งลิงค์แบบสอบถามผ่านทางอีเมลไปยังตัวอย่าง และ ใช้การเก็บข้อมูลจากตัวอย่างโดยตรงจากการตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอ้างอิง (inferential statistics) ใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุปกติ (ordinary multiple regression analysis) และสถิติการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ (path analysis) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative approach)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ตัวแทนจากภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย จำนวน 4 หน่วยงานและตัวแทนของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม จำนวน 4 หน่วยงาน รวมจำนวน 8 ท่าน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสัมภาษณ์ (Interview) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัยหรือเชิงตรรกะ (inductive analysis)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน พบว่า เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 72.5 รองลงมาเป็นเพศชาย ร้อยละ 27.5 ลักษณะของกิจการของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกิจการของคนไทยคิดเป็น

ร้อยละ 94.5 รองลงมาเป็นลักษณะกิจการร่วมทุนกับต่างชาติคิดเป็นร้อยละ 5.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ มากที่สุดที่ 10 ปีขึ้นไป รองลงมาการดำเนินกิจการที่ระยะเวลา 5-10 ปี และต่ำกว่า 5 ปี ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 52.2 รองลงมาจบ ปริญญาโทหรือสูงกว่า ร้อยละ 33.9 รองลงมาจบการศึกษาระดับอนุปริญญาตรี ร้อยละ 10.8 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 1,000,000-5,000,000 บาท/ปี คิดเป็นร้อยละ 31.9 รองลงมา มีรายได้มากกว่า 10,000,000 บาท/ปี ขึ้นไป ร้อยละ 21.9 และน้อยที่สุด คือ มีรายได้ต่ำกว่า 100,000 บาท/ปี คิดเป็นร้อยละ 5.6

ตาราง 1

ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือของตัวแปรในการศึกษา

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ตัวอย่าง	ค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือ	แปลค่า
- บทบาทภาครัฐ	3.60	.85914	320	.6389	มาก
- ศักยภาพการแข่งขัน	3.91	.49109	314	.7074	มาก
- ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน	3.22	.95831	322	.6830	ปานกลาง
- การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย	3.66	.64468	318	.6488	มาก

ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพบว่า ผลการตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อบทบาทภาครัฐ ศักยภาพการแข่งขัน และการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย ในภาพรวม

อยู่ในระดับมาก แต่มีความคิดเห็นต่อ ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 2

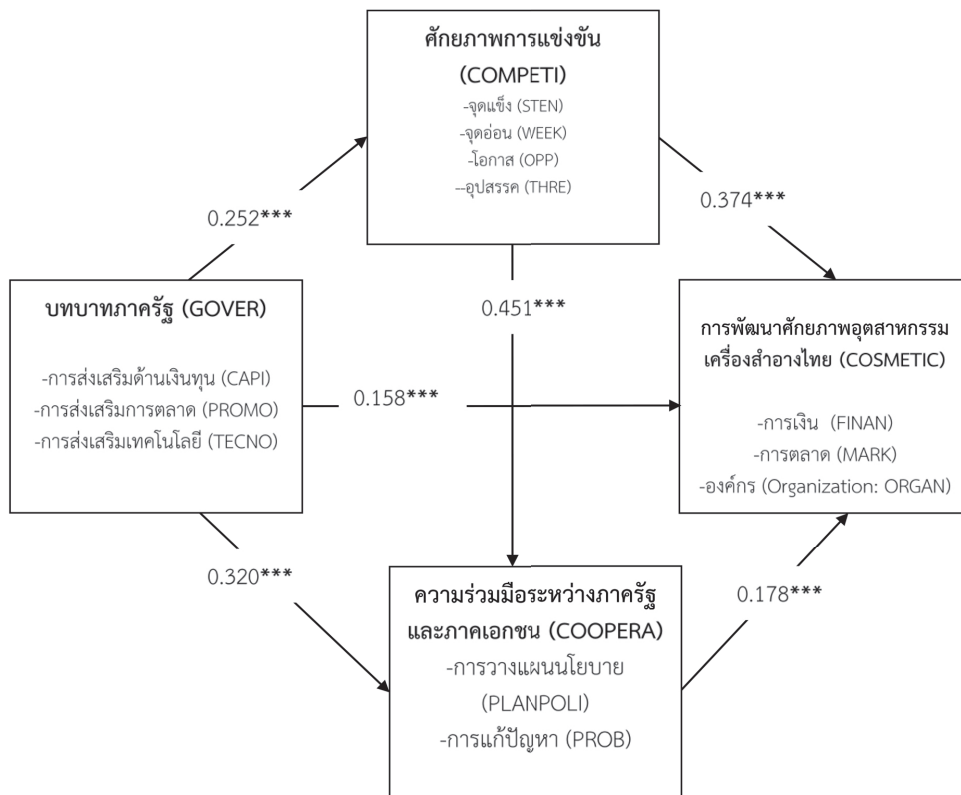
ผลการทดสอบสมมุติฐาน

ตัวแปร	b	Std. Error	Beta	t	Sig
- ค่าคงที่	1.057	.242		4.363	.000***
- บทบาทภาครัฐ	.158	.042	.212	3.805	.000***
- ศักยภาพการแข่งขัน	.374	.069	.284	5.446	.000***
- ปัจจัยด้านความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน	.178	.035	.267	5.034	.000***

$R = .594$, $R^2 = .346$, $SEE = .52079$, $F = 54.779$, $sig = .000$

ค่านัยสำคัญทางสถิติ * < 0.05., ** < 0.001., *** = 0.000

จากตาราง 2 พบว่า บทบาทภาครัฐ ศักยภาพ เอกชน ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรม การแข่งขัน และความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาค เครื่องสำอางไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ



ภาพ 2 บทบาทภาครัฐ ศักยภาพการแข่งขัน ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน

จากภาพที่ 2 พบว่า บทบาทภาครัฐ ศักยภาพการแข่งขัน ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนส่งต่อการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย ให้มีความสามารถในการแข่งขัน

3.1 ด้านบทบาทของภาครัฐ กฎหมายที่ทางภาครัฐออกมามควรถูกจะเข้ามา ไม่ควรกระทบต่อการเพิ่มต้นทุนของผู้ประกอบการช่วยผู้ประกอบการ แต่ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องสำอางมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน

3.2 ด้านความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับเอกชน ต้องมีภาคเอกชนหรือภาคสถาบันวิจัยเข้ามาช่วยในการพัฒนา โดยที่รัฐควรให้งบประมาณสถาบันวิจัยในส่วนของการพัฒนาและคิดค้นนวัตกรรมที่ช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องสำอางเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน

3.3 ด้านการพัฒนาศักยภาพ การยกระดับอู่เกิดอุตสาหกรรมจะต้องมีการทำวิจัยและพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน ต้องมีการทำ SWOT จะได้ทราบจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจ

การอภิปรายผล

1. วิเคราะห์สภาพทั่วไปของบทบาทภาครัฐ ศักยภาพการแข่งขัน และความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย

1.1 สภาพทั่วไปของบทบาทภาครัฐ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากการที่จะพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยให้มีความสามารถในการแข่งขันในทุกๆ ด้านนั้น ต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่มีอำนาจในการกำหนดนโยบายอย่างมาก ซึ่งหน่วยงานที่มีอำนาจและเป็นหน่วยงานที่สามารถกำหนดทิศทางการพัฒนาศักยภาพ

อุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยคงต้องเป็นหน่วยงานภาครัฐ สอดคล้องกับ Phuiboonwongsakul (2015) ศึกษาพบว่า นโยบายของภาครัฐส่งผลให้เกิดปัจจัยด้านบวก โดยภาครัฐได้กำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ มาตรการและงบประมาณในการสนับสนุน ด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ด้านการพัฒนาและส่งเสริมนวัตกรรม ในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน ด้านปัจจัยเอื้อในการดำเนินธุรกิจ ด้านการตลาด เป็นต้น

1.2 สภาพทั่วไปของศักยภาพการแข่งขัน พบว่าภาพรวม อยู่ในระดับมาก เนื่องจากธุรกิจเครื่องสำอางเป็นธุรกิจที่มีการเจริญเติบโตมาก เป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีการลงทุนในระดับต้นๆ ซึ่งเมื่อมีคู่แข่งเป็นจำนวนมากผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาสินค้าของตนเองให้มีความแตกต่างจากคู่แข่งในทุกๆ ด้าน ต้องความสามารถหรือความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอันมีผลต่อการพัฒนาและปรับตัวของอุตสาหกรรมนั้นๆ โดยมี 4 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคด้านจุดแข็ง ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เรื่องดำเนินการขอจดแจ้งเครื่องสำอางถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด เพราะการดำเนินการขอจดแจ้งเครื่องสำอางถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนด ถือว่าเป็นการสร้างจุดแข็งของสินค้าว่ามีความมาตรฐานการผลิตที่ถูกต้อง สร้างความเชื่อมั่นให้แก่กลุ่มลูกค้าได้เป็นอย่างดี ในส่วนเรื่องทำนุพัฒนาศักยภาพของพนักงานในด้านต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ เพราะการพัฒนาศักยภาพของพนักงานในด้านต่างๆ จะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในด้านต่างๆ ให้แก่องค์กรได้ เรื่องทำนุพัฒนาการผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาดอยู่เสมอ เพราะการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาดอยู่เสมอ ถือว่าเป็นจุดแข็งในการประกอบกิจการ สามารถเพิ่มยอดขายสินค้าให้กิจการได้เป็นอย่างดี เรื่องการใช้วัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติในการผลิตเครื่องสำอาง เพราะหากกิจการสามารถนำวัตถุดิบที่มาจาก

ธรรมชาติในการผลิตเครื่องสำอางจะสามารถสร้างจุดแข็งให้แก่ผู้ประกอบการได้ และท่านมีเงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจอย่างคล่องตัวสูง เพราะการที่อุตสาหกรรมมีเงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจอย่างคล่องตัวสูงจะเป็นจุดแข็งในการพัฒนาสินค้าได้

1.3 สภาพทั่วไปของความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากการร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในปัจจุบันมีความร่วมมือกันค่อนข้างน้อย ทำให้ไม่สามารถกำหนดแนวทางร่วมกันในการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง หน่วยงานภาครัฐควรจะเปิดช่องการในการให้เอกชนได้เข้าร่วมมากขึ้น สอดคล้องกับ Kunpalin (2007) พบว่า การดำเนินการของภาครัฐยังเป็นไปเชิงรับและไม่มีการบูรณาการความร่วมมืออย่างจริงจังในส่วนของภาครัฐและระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนในระดับต่างๆ ล้วนส่งผลให้การพัฒนาและแก้ปัญหาต้องได้รับความร่วมมือจากองค์กรหลายฝ่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชน

1.4 สภาพทั่วไปของการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก เพราะการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย หากจะได้ผลอย่างประสิทธิภาพและประสิทธิภาพต้องอาศัยความร่วมมือจากหลากหลายภาคส่วน โดยเฉพาะภาครัฐต้องให้โอกาสให้ภาคเอกชนได้เข้าร่วมกำหนดทิศทางและนโยบายร่วมกัน

2. อิทธิพลของ บทบาทภาครัฐ ศักยภาพการแข่งขัน และความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย

2.1 อิทธิพลของบทบาทภาครัฐส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย เนื่องจากการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย ต้องได้รับการสนับสนุนจากบทบาทภาค

รัฐ เนื่องจากภาครัฐจะเป็นผู้กำกับดูแล ออกกฎหมายแนวทางปฏิบัติต่างๆ หากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องออกข้อปฏิบัติที่มีความชัดเจน กฎหมายต่างๆ ที่สามารถปฏิบัติได้จริง การพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยก็จะพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ Kasikorn Research Center (2006) ที่กล่าวถึง บทบาทของภาครัฐนับเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในการกำหนดศักยภาพการแข่งขันทางอุตสาหกรรม เนื่องจากนโยบาย ยุทธศาสตร์ มาตรการกฎหมาย กฎระเบียบ อัตราภาษี และมาตรฐานต่างๆ ที่ภาครัฐกำหนดนั้นสามารถเป็นทั้งปัจจัยสนับสนุน และปัจจัยเสี่ยงของอุตสาหกรรม

2.2 อิทธิพลของศักยภาพการแข่งขันส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย เพราะ การพัฒนาศักยภาพการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการถือว่าเป็นจุดสำคัญมากในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย หากผู้ประกอบการเข้าใจว่าจะมีแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันในเรื่องใดบ้าง จะสามารถเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันได้ สอดคล้องกับ Pongprasertchai (2007) ศึกษาพบว่า การส่งเสริมและสนับสนุนของภาครัฐทางด้านการเงิน และด้านการตลาดส่งผลให้วิสาหกิจมีความสามารถทางการแข่งขัน

2.3 อิทธิพลของความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย เพราะการใช้ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนจะส่งผลอย่างมากในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย เพราะสามารถมองเห็นปัญหาที่แท้จริง สามารถกำหนดแนวทางในการพัฒนาได้ถูกทาง เป็นการร่วมคิดจากผู้ปฏิบัติงานจริงและมีกำหนดทิศทางกฎหมายต่างๆ สอดคล้องกับ Sucarom (2011) ศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์สูงที่สุดกับความร่วมมือในการพัฒนา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยในภาพรวม ซึ่งการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนา การมีส่วนร่วมในเรื่องของการแบ่งปันข้อมูล การมีส่วนร่วมในเรื่องของการสนับสนุนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ จึงมีความสำคัญสูงสุด ต่อการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างองค์กรในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย

3. แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยให้มีความสามารถในการแข่งขัน ต้องเน้นการสร้างนวัตกรรม มุ่งการหาจุดอ่อนของสินค้าให้มีความสำคัญในการสร้างการรับรู้เรื่องการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะการเข้าถึงแหล่งข้อมูล เน้นการหาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต สร้างเครือข่ายในการร่วมธุรกิจ ให้มีความสำคัญด้านวัตถุดิบ เน้นการวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับการเข้าถึงแหล่งเงินทุนพัฒนาทางด้านการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการสร้างแบรนด์สินค้า นอกจากนี้ การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย เน้นการสร้างจุดแข็งให้กับผลิตภัณฑ์ บังคับใช้การออกกฎหมายในการกำกับดูแลต้องสามารถปฏิบัติได้จริง การสร้างบุคลิกให้สินค้าเน้นคุณภาพ สร้างการตลาดแบบใหม่ เน้นการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ใช้เทคโนโลยีในการช่วยการพัฒนาสินค้าการบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ ให้ความสำคัญในการร่วมมือกับภาครัฐ และการส่งเสริมให้เอกชนร่วมมือกับภาครัฐ

ดังนั้น แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย ต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาการตลาดการสร้างความแตกต่าง การพัฒนาสินค้าเน้นเรื่องคุณภาพของวัตถุดิบ สร้างการสื่อสารกับโลกภายนอก เน้นการลดจุดอ่อนของสินค้า การ

สร้างโอกาสให้สินค้ารู้จักการตลาดแบบใหม่ๆ เข้าใจในอุปสรรคในการผลิต เน้นการส่งเสริมจากภาครัฐ การส่งเสริมการตลาด สร้างความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เน้นจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ เน้นให้ภาคเอกชนความร่วมมือกับภาครัฐในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย

ข้อเสนอแนะ

1. การพัฒนาอุตสาหกรรมไทยให้ยั่งยืนนั้น ภาครัฐควรส่งเสริมและสนับสนุนห่วงโซ่อุปทานทั้งระบบ ตั้งแต่ในส่วนของการวัตถุดิบการผลิต กระบวนการผลิต การขนส่งและช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2. ภาครัฐควรจัดมาตรการจูงใจให้ SMEs รวมตัวกันจัดตั้งสมาคมและมาตรฐานจูงใจให้ SMEs เข้าร่วมเป็นสมาชิกสมาคม เพื่อสร้างอำนาจการต่อรอง สร้างความสามารถในการเจรจาทางธุรกิจ อาทิ กำหนดเป็นส่วนหนึ่งของเงื่อนไขในการรับการส่งเสริมการลงทุน หรือสิทธิประโยชน์อื่นๆ

3. ภาครัฐควรส่งเสริมและสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาสารสกัดที่ได้จากวัตถุดิบภายในประเทศ รวมถึงออกเอกสารรับรองมาตรฐานในสากล เพื่อลดปริมาณการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ และส่งเสริมวัตถุดิบไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

4. ภาครัฐควรมีมาตรการส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าไทยและแบรนด์เนมของไทย ด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ หรือร่วมมือกับสถานทูตไทยและสำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศจัดนิทรรศการ เพื่อแสดงให้เห็นถึงคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าที่ผลิตในประเทศไทยหรือแบรนด์เนมไทยให้คนต่างประเทศได้รู้จักและเชื่อมั่นในคุณภาพ

References

- Barney, J. H. (2002). *Gaining and sustaining competitive advantage* (2nd ed.). Prentice Hall.
- Department of Business Development. (2016). *Cosmetics manufacturing business*. Retrieved from https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2559/T26/T26_201603.pdf [In Thai]
- Kasetsart University, Center for Strategic and Operations Management Research. (2016) *Strategies and action plans for Small and Medium Enterprises promotion bio-based industry: Cosmetic industry*. Author. [In Thai]
- Kasikorn Research Center. (2006). *Cosmetics market year 2006: Focus on quality, make a difference, expand the market*. Retrieved from <https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/5766.aspx> [In Thai]
- Klaprasert, P. (2010). *The influence of marketing orientation on Thai Small and Medium Enterprises performance*. Doctoral Dissertation of Philosophy (Development Administration), Pathumthani University. [In Thai]
- Kunpalin, P. (2007). *Development administration in Bangkok Metropolitan area: A study of the integrated tourism strategies*. Doctoral Dissertation of Philosophy (Public Administration), Ramkhamhaeng University. [In Thai]
- Mueangwong, C. (2016). The role of public sector in cosmetic surgery industry's development. *Journal of Humanities and Social Sciences, Thonburi University*, 10(21), 56-69. [In Thai]
- Office of Small and Medium Enterprise Promotion. (2016). *Small and Medium Enterprises Promotion Plan No. 4 (B. E. 2560-2564)*. Author. [In Thai]
- Phuiboonwongsakul, S. (2015). *Enhancing competitiveness strategies development for Thai SMEs in Asean economic community*. Doctoral Dissertation of Philosophy (Development Administration), Silpakorn University. [In Thai]
- Pongprasertchai, M. (2007). *A resource-based view of the competitiveness of Thai Small and Medium Enterprises: A case of the food processing export industry*. Doctoral Dissertation of Philosophy (Business Administration), Ramkhamhaeng University. [In Thai]
- Sucarom, V. (2011). *Cooperation among organization in the development of the Thai tourism industry*. Doctoral Dissertation of Philosophy (Public Administration), Ramkhamhaeng University. [In Thai]
- YaoCheug, E. (2016). Cosmetic controlling policy and measures by Cosmetic Act. *Isan Journal of Pharmaceutical Sciences*, 11(Special February), 156-170. [In Thai]