

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) วิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันอุตสาหกรรมเครื่องสำอางของประเทศไทย และ 2) วางแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางของประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางของประเทศไทย โดยวิเคราะห์ปัจจัย 4 ด้าน พบว่า ปัจจัยที่เป็นผลต่อการสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน ได้แก่ 1) ด้านปัจจัยการผลิต คือ การจ้างงานเพิ่มมากขึ้น 2) ด้านอุปสงค์ คือ อัตราการขยายตัวของยอดขายเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และดุลการค้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเกินดุล 3) ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน คือ การได้รับสนับสนุนจากการรวมกลุ่มธุรกิจเครื่องสำอาง และ 4) ด้านยุทธศาสตร์โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน คือ จำนวนสถานประกอบการเพิ่มขึ้นมาก สำหรับปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน ได้แก่ 1) ด้านปัจจัยการผลิต คือ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนทำได้ยาก ความไม่แน่นอนในผลิตภาพแรงงาน วัตถุดิบส่วนใหญ่นำเข้าจากต่างประเทศ และขาดการพัฒนาและต่อยอดทางด้านเทคโนโลยี 2) ด้านอุปสงค์ คือ กำไรขึ้นอยู่กับราคาต้นทุนวัตถุดิบที่มีความไม่แน่นอน 3) ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน คือ มีความเชื่อมโยงกับสาขาการผลิตอื่นในระบบเศรษฐกิจน้อย พิจารณาได้จากค่าดัชนีความเชื่อมโยงโดยรวมไปข้างหน้าและข้างหลังมีค่าเท่ากับ 0.7550 และ 0.9550 ตามลำดับ และ 4) ด้านยุทธศาสตร์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน คือ สถานประกอบการส่วนใหญ่มีขนาดเล็กซึ่งมีศักยภาพการผลิตค่อนข้างต่ำ โรงงานผลิตเครื่องสำอางที่ได้รับรองมาตรฐาน GMP มีค่อนข้างน้อย สิทธิบัตรเครื่องสำอางมีสัดส่วนน้อยเมื่อเทียบกับสิทธิบัตรทั้งหมดในประเทศ แปรณด์ชั้นนำส่วนใหญ่เป็นแปรณด์จากต่างประเทศ และประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกรายเล็กของตลาดโลก

นอกจากนี้บทบาทของภาครัฐที่เป็นผลต่อการสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน คือ อุตสาหกรรมเครื่องสำอางได้รับการส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันจากหลายหน่วยงาน สำหรับบทบาทภาครัฐที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน คือ ภาษีนำเข้าวัตถุดิบเครื่องสำอางมีอัตราที่สูง

การวิเคราะห์ระดับศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งจากตัวชี้วัดปัจจัย 4 ด้าน พบว่า ประเทศไทยเสียเปรียบประเทศคู่แข่งทั้ง 5 ประเทศ โดยประเทศไทยเสียเปรียบประเทศสหรัฐอเมริกามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.40 รองลงมา คือ ประเทศเกาหลีใต้ จีน ฝรั่งเศส และเยอรมนี คิดเป็นร้อยละ 20.28, 19.00, 9.66 และ 7.49 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์การวางแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางของประเทศไทย พบว่าการวางแนวทางมี 5 ยุทธศาสตร์ 8 กลยุทธ์ 8 แผนงาน และ 19 โครงการในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางของประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจเครื่องสำอาง 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาเพื่อยกระดับความสามารถในการผลิตเครื่องสำอาง 3) ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการส่งออกเครื่องสำอาง 4) ยุทธศาสตร์การเชื่อมโยงความร่วมมือในกลุ่มเครื่องสำอางและ 5) ยุทธศาสตร์การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสู่สากล