วารสารอาหารและยา THAI FOOD AND DRUG JOURNAL
ปีที่ 30 ฉบับที่ 3 (2566): กันยายน – ธันวาคม Vol. 30 No. 3 (2023): September – December
https://he01.tci-thaijo.org/index.php/fdajournal/index

การยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG: การศึกษาปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอเชิงนโยบายของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสมุนไพร

อัจจิมา สถาพรเจริญยิ่ง[1]

[1]กองควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา นนทบุรี
ที่อยู่ติดต่อ: อัจจิมา สถาพรเจริญยิ่ง กองควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ถนนติวานนท์ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000 udjima_sa@fda.moph.go.th

Enhancing the Development of the Cosmetics Industries with the BCG Economic Model: a Study of Problem and Propose Policy Development for the Thai Cosmetics Industries Containing Herbal Ingredients

Udjima Sathaporncharoenying[1]

[1]Division of Cosmetics and Hazardous Substances Control, Food and Drug Administration, Nonthaburi
Contact address: Udjima Sathaporncharoenying, Division of Cosmetics and Hazardous Substances Control, Food and Drug Administration, Tiwanon Road, Nonthaburi, 11000, Thailand, udjima_sa@fda.moph.go.th

Received: 30 May 2023, **Revised:** 27 July 2023, **Accepted:** 12 September 2023

Abstract

Background: Annual economic growth rate in Thailand averaged 3 percent over the last decade. At the same time, the rate of degradation of natural resource had an enormous impact and there was loss of biodiversity in an ecosystem. Therefore, Thailand was assimilated into changing circumstances by obtaining the Bio-Circular-Green Economy (BCG) model in order to develop the nation economic and social. Because cosmetic products, the product group in the health and medical industries, can be enhanced the quality of production and Thailand is the one of main important source of herbal cultivation. In

addition, the trends of consumption prefer environmentally friendly products such as natural health and herbal treatments. For the above reasons, the products using natural raw materials chemical-free are an opportunity for economic growth. Cosmetics, especially those containing herbal ingredients, can enhance the country's economic value.

Objective: To study the gaps in mechanisms and measures to drive Thailand's development with the BCG model for Thai herbal cosmetics, study the import and export situation of herbal cosmetics in the country, and develop policy proposals to drive the herbal cosmetics industry to sustainable economic model.

Methods: This study was qualitative research that was conducted between January and May 2023, using documents and data from the 2022 import and export data on the herbal cosmetics. It involves specific sampling by using three questionnaires in a sample directly related to industries in the private, education, and public sectors.

Results: The study found that the gap in mechanisms and measures to drive Thailand's development with a sustainable economic model with Thai herbal cosmetics. There is a lack of establishment of the BCG Model Economic Development Subcommittee in the field of cosmetic products, which is one of the economically viable product groups and the target economic group, health and medical. This reason has detrimental impact on the lack of monitoring of cosmetic-related operations, the lack of clarity in connecting with BCG Model. Business based on BCG concept in each region, especially health tourism such as spa business which uses cosmetic products. There is no data link between the research agencies and the regulatory agencies of concrete products. For cosmetic import data in 2022, the total import value was 48,590.31 million baht. The total export value was 46,438.20 million baht. The value of imports is higher than the value of exports. The major importer countries for cosmetic products are ASEAN 22.31%, China 7.80 %, and France 5.72 %. The main exporter countries for cosmetic products are ASEAN 19.33%, Japan 10.53 %, Australia 6.09%, respectively. The obstacles to developing the cosmetics

industry with the BCG economic model are the production problems. The raw materials and packaging of cosmetic must are imported which makes an effect on 90% of product prices are increased. It brings about the high costs in trade and distribution. It was found that the government has no measures to promote the production of environmentally friendly products. For the financial aspect, there are no investment promotion measures for the production of environmentally friendly consumer products and no tax deduction. For the environmental aspect, there is a lack of laws requiring consumers to screen about waste. And for the development of the BCG industry, government official and the public sector lacks knowledge and disregarding the importance of BCG

Therefore, the researcher has prepared an important policy proposal, namely the appointment of a sub-committee to promote the cosmetics industry containing herbal ingredients under the BCG economic model to develop policies to drive the top-down, supervise, monitor, and evaluate the performance continuously, and propose policies to develop and/or promote the cosmetics industry under the BCG economic model. So, the first thing is the legal development in order to do more efficient claims of cosmeceutical products. Develop manpower and expertise, reduce dependence on external experts and develop experts to provide regulatory advice to entrepreneurs. Able to link the database that searches for herbal compounds that Thailand allows for use in cosmetics with the agencies that have already acted. Academic to support knowledge in technology, innovation, development of knowledge of cosmetic production technology operating under the BCG model for the private sector, community enterprise groups. Emphasis on the decentralization and the knowledge of new laws and regulations will be applied to authorities in each area. Establishing the international networks or/and expanding the member of the international networks in supervision on export products. The action plan for the development of the cosmetic industry includes the academic industry development plan on the safety standards of cosmetic products and market creation for BCG innovative products, has legitimately advertised marketing as well as promoting labels related to bio economy, circular economy, and green economy.

Conclusion: Enhancing the development of the herbal cosmetic industry based on the BCG economic model can be driven concretely, quickly and sustainably. Although, there are a gap in mechanisms and measures to drive Thailand's development with a sustainable economic model, there is an integration of cooperation between the public sector, the private sector, the education sector and the public sector by relying on the strength of the country that consists of biodiversity and cultural diversity and use the knowledge of science, technology and innovation to promote and develop the economy to achieve the goals.

Keywords: development of the cosmetics industries, BCG economic model, herbal cosmetics

บทคัดย่อ

ความสำคัญ: การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมามีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศเฉลี่ย ร้อยละ 3 ต่อปี ขณะเดียวกันเกิดผลกระทบจากการเสื่อมโทรมของทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพที่ลดลง ไทยจึงปรับรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศด้วยโมเดลเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน เศรษฐกิจสีเขียว (BCG: Bio-Circular-Green Economy) ซึ่งผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเป็นหนึ่งในการยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมสุขภาพและการแพทย์ อีกทั้งไทยเป็นแหล่งการปลูกสมุนไพรที่สำคัญ รวมถึงกระแสการบริโภคที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและให้ความสำคัญกับสุขภาพตามวิถีธรรมชาติและบำบัดอาการด้วยสมุนไพร ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ ปลอดสารเคมี มีการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจึงมีโอกาสเติบโตขยายตัวทางเศรษฐกิจ ดังนั้น เครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสมุนไพรจึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศได้

วัตถุประสงค์: เพื่อศึกษาช่องว่างของกลไกและมาตรการการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG ในเครื่องสำอางไทยที่มีส่วนประกอบของสมุนไพร ศึกษาสถานการณ์นำเข้าและส่งออกเครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสมุนไพรในประเทศไทย และจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายผลักดันให้อุตสาหกรรมเครื่องสำอางมีส่วนประกอบของสมุนไพรสู่การขับเคลื่อนโมเดลเศรษฐกิจ BCG

วิธีวิจัย: การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการระหว่างเดือนมกราคม - พฤษภาคม 2566 ใช้ข้อมูลจากเอกสาร ข้อมูลการนำเข้าและส่งออกเครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสมุนไพรปี 2565 และสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยใช้แบบสอบถาม 3 ชุดในกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวข้องโดยตรงกับอุตสาหกรรมในภาคเอกชน ภาคการศึกษา และภาคประชาชน

ผลการศึกษา: การศึกษาพบว่าช่องว่างของกลไกและมาตรการการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG กับเครื่องสำอางไทยที่มีส่วนประกอบของสมุนไพร คือไม่มีคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนการพัฒนาโมเดลเศรษฐกิจ BCG สาขาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจและเป็นกลุ่มเศรษฐกิจเป้าหมายสุขภาพและการแพทย์ เป็นเหตุให้ขาดการติดตามการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับเครื่องสำอาง ขาดความชัดเจนในการนำผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเข้าไปเชื่อมโยงในการขับเคลื่อนการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจ BCG ในแต่ละภูมิภาค โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีกลุ่มสปาเป็นจุดเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและยังไม่มีการเชื่อมโยงฐานข้อมูลสมุนไพรระหว่างหน่วยงานที่วิจัย และ หน่วยงานที่กำกับดูแลผลิตภัณฑ์ที่เป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน ในปี 2565 ข้อมูลการนำเข้าเครื่องสำอาง เครื่องหอมและสบู่ รวมถึงวัตถุดิบเพื่อใช้ทำเครื่องสำอางมีมูลค่าการนำเข้ารวม 48,590.31 ล้านบาท ขณะที่มูลค่าการส่งออกรวม 46,438.20 ล้านบาท ซึ่งมูลค่าการนำเข้าสูงกว่ามูลค่าการส่งออก ประเทศไทยมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง เครื่องหอม และสบู่ รวมถึงวัตถุดิบเพื่อใช้ทำเครื่องสำอางจากประเทศต่าง ๆ โดยเรียงตามลำดับการนำเข้ามากที่สุด 3 ประเทศคือ ประเทศอาเซียน ร้อยละ 22.31 ประเทศจีน ร้อยละ7.80 และประเทศฝรั่งเศส ร้อยละ 5.72 และประเทศไทยส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง เครื่องหอมและสบู่ รวมถึงวัตถุดิบเพื่อใช้ทำเครื่องสำอาง คือ ประเทศอาเซียนร้อยละ 19.33 ประเทศญี่ปุ่น ร้อยละ 10.53 และประเทศออสเตรเลีย ร้อยละ 6.09 ตามลำดับ สำหรับปัญหาอุปสรรคของการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางฯด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG คือปัญหาด้านการผลิตสินค้า พบว่าวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์มีการนำเข้ามากกว่า ร้อยละ 90 มีการปรับราคา ทำให้ต้นทุนสูง ด้านการตลาดและการจัดจำหน่าย พบว่าภาครัฐไม่มีมาตรการส่งเสริมการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้านการเงิน พบว่าไม่มีมาตรการส่งเสริมการลงทุนสำหรับการผลิตผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่มีการลดหย่อนภาษี ด้านสิ่งแวดล้อม พบว่าขาดกฎหมายกำหนดให้ผู้บริโภคคัดกรองเกี่ยวกับขยะ และด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมด้าน BCG พบว่าบุคลากรภาครัฐ และภาคประชาชนขาดความรู้ ความเข้าใจและไม่เห็นความสำคัญของโมเดลเศรษฐกิจ BCG

ผู้วิจัยจึงได้จัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายที่สำคัญคือ แต่งตั้งคณะอนุกรรมการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสมุนไพรภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG เพื่อกำหนดนโยบายให้ขับเคลื่อนแบบ top-down กำกับ ติดตาม ประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และกำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาและ/หรือส่งเสริมสนับสนุนการยกระดับอุตสาหกรรมเครื่องสำอางฯภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG โดยเรียงลำดับความสำคัญคือ ด้านการเพิ่มแก้ไขกฎหมาย กฎระเบียบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คาบเกี่ยวระหว่างผลิตภัณฑ์ให้มีความรวดเร็วและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เช่น ผลิตภัณฑ์ microneedle เพื่อความงาม เป็นต้น เนื่องจากปัจจุบันมีการพัฒนาผลิตสมุนไพรเพื่อความงามโดยใช้เทคโนโลยีที่เกินขอบเขตของความเป็นเครื่องสำอางตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง แต่ไม่เข้าข่ายเป็นเครื่องมือแพทย์ตามพระราชบัญญัติ เครื่องมือแพทย์ นอกจากนี้ต้องกำหนดกฎระเบียบที่ชัดเจนโดยอ้างอิงมาตรฐานสากลที่ได้รับการยอมรับ เพื่อสามารถปรับปรุงงานวิจัยให้สอดคล้องกับความต้องการของรัฐและสังคมได้มากขึ้น ด้านการพัฒนากำลังคน ผู้เชี่ยวชาญ ลดการพึ่งพาผู้เชี่ยวชาญภายนอก และพัฒนาผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้คำแนะนำด้านกฎระเบียบต่าง ๆ แก่ผู้ประกอบการ พัฒนาให้มีหน่วยงานที่เป็นศูนย์กลางการให้ข้อมูลความรู้ ความเข้าใจ ที่ถูกต้องของผู้ประกอบการว่าผลิตภัณฑ์เข้าข่ายเครื่องสำอางหรือเวชสำอางสมุนไพร ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก สามารถเชื่อมโยงฐานข้อมูลที่สืบค้นสารประกอบสมุนไพรที่ประเทศไทยอนุญาตให้ใช้ได้ในเครื่องสำอางกับหน่วยงานที่ดำเนินการแล้ว ด้านการสนับสนุนวิชาการ ความรู้ทางด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม พัฒนาองค์ความรู้ของเทคโนโลยีการผลิตเครื่องสำอางที่ดำเนินธุรกิจภายใต้รูปแบบโมเดลเศรษฐกิจ BCG ให้แก่ภาคเอกชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ด้านการพัฒนาเชิงพื้นที่ เน้นการมอบอำนาจ การพัฒนาองค์ความรู้ด้านกฎหมายและกฎระเบียบใหม่ที่จะบังคับใช้กับเจ้าหน้าที่ในแต่ละพื้นที่ ด้านการยกระดับเครือข่ายระหว่างประเทศ มีการสร้างหรือเพิ่มเครือข่ายระหว่างประเทศเกี่ยวกับการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางส่งออก ด้านแผนการปฏิบัติงานเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง มีแผนพัฒนาอุตสาหกรรมด้านวิชาการ ด้านมาตรฐานความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และด้านการสร้างตลาด สนับสนุนช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นวัตกรรมและบริการ BCG มีการโฆษณาที่ถูกต้องตามกฎหมาย รวมทั้งส่งเสริมฉลากที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว

สรุป: การยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสมุนไพรโดยอาศัยโมเดลเศรษฐกิจ BCG สามารถขับเคลื่อนได้อย่างเป็นรูปธรรมโดยเร็วและยั่งยืน ถึงแม้ว่าจะเกิดช่องว่างของกลไกและมาตรการการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG โดยเฉพาะแต่หากมี

การบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา และภาคประชาชน โดยอาศัยฐานความเข้มแข็งของประเทศที่ประกอบด้วยความหลากหลายทางชีวภาพและความหลากหลายทางวัฒนธรรมและ ใช้องค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม จะสามารถส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจได้บรรลุเป้าหมาย

คำสำคัญ: การพัฒนาอุตสาหกรรม โมเดลเศรษฐกิจ BCG เครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสมุนไพร

บทนำ

การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาก่อให้เกิดการเสื่อมโทรมของทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพที่ลดลง ใช้งบประมาณมหาศาลในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมและปัญหาสุขภาพ อีกทั้งไม่สามารถสร้างมูลค่าสินค้าได้เต็มศักยภาพ ซึ่งเศรษฐกิจไทยในรอบทศวรรษที่ผ่านมามีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศเฉลี่ยร้อยละ 3 ต่อปี ยากต่อการก้าวข้ามกับดักประเทศรายได้ปานกลาง และลดความเหลื่อมล้ำของภาคส่วนต่าง ๆ ไทยจึงปรับเปลี่ยนรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศด้วยโมเดลเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน เศรษฐกิจสีเขียว (BCG: Bio-Circular-Green Economy) เพื่อต่อยอดจุดแข็งของความหลากหลายทางชีวภาพและความหลากหลายทางวัฒนธรรมของประเทศให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง ซึ่งอาศัยกลไกวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม โดยรัฐบาลไทยได้กำหนดเป็นวาระแห่งชาติและมีแผนการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564-2570 เพื่อให้ทุกหน่วยงานร่วมกันพัฒนาเป็นรูปธรรมและยั่งยืน[1] ขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ (bio-economy) ให้เกิดการนำความรู้ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมยุคใหม่มาพัฒนาต่อยอดพื้นฐานด้านทรัพยากรชีวภาพหรือผลผลิตทางการเกษตรที่ไทยมีความเข้มแข็งเป็นทุนเดิม เพื่อยกระดับและเพิ่มมูลค่าให้ผลผลิต เศรษฐกิจหมุนเวียน (circular-economy) คือการนำทรัพยากรหรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประโยชน์ไปแล้วกลับมาแปรรูปในกระบวนการผลิตอีกครั้ง เพื่อนำกลับมาใช้ใหม่หรือแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ นอกจากจะสร้างมูลค่าให้ขยะแล้วยังลดปริมาณขยะภาคการผลิตให้เป็นศูนย์ (zero waste) เช่น นำขยะพลาสติกบางชนิดมาผลิตใหม่โดยไม่ลดคุณภาพ และจัดเป็นระบบเศรษฐกิจสีเขียว (green-economy) ให้มีการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ใช้สารชีวภัณฑ์แทนสารเคมีในการกำจัดศัตรูพืช การฟอกกระดาษด้วยเอนไซม์จากจุลินทรีย์[2]

หนึ่งในความท้าทายสำคัญได้แก่การยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมสุขภาพและการแพทย์ให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน มุ่งสร้างความสามารถในการพัฒนานวัตกรรมทางการแพทย์เพื่อความมั่นคง เช่น ส่งเสริมการวิจัยทางคลินิกเพื่อรองรับการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์และสุขภาพ ได้แก่ ยา วัคซีน อาหารสุขภาพ อาหารการแพทย์ เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์และวัสดุทางการแพทย์1 เมื่อพิจารณาถึงตลาดเครื่องสำอางไทยแม้ว่าอยู่ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 พบว่ามีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องยังเป็นความต้องการของคนทั่วโลก มีผู้ประกอบการหน้าใหม่เข้ามามากขึ้นรวมทั้งนวัตกรรมเข้ามาเสริมเช่น กัญชง กัญชา และช่องทางการขายแบบออนไลน์ คาดการณ์ตลาดสินค้าความงามของไทยในปี 2566 จะเติบโตร้อยละ 10.4 ขณะที่สินค้าอื่น ๆ หดตัว[3-4] แต่การประกอบธุรกิจความงามเป็นธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงตามกระแสนิยมที่รวดเร็ว เป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูงเพื่อก้าวให้ทันความต้องการการบริโภค รวมถึงกระแสการดูแลสิ่งแวดล้อมและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ ๆ เช่น คลีนบิวตี้ หรือออร์แกนิก เป็นต้น ประกอบกับแนวโน้มปัจจุบันที่ผู้บริโภคเริ่มให้ความสำคัญกับสุขภาพตามวิถีธรรมชาติและบำบัดอาการต่าง ๆ ด้วยสมุนไพร ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ ปลอดสารเคมี มีการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจึงมีโอกาสเติบโตขยายตัวทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศอย่างรวดเร็ว ซึ่ง Euromonitorได้คาดการณ์มูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ในปี 2569 จะเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 30.37 มีมูลค่า 59,500 ล้านบาท ขณะที่การค้าปลีกผลิตภัณฑ์สมุนไพรทั่วโลกในปี 2564 มีมูลค่าประมาณ 1.92 ล้านล้านบาท จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการหรือภาคเอกชนในการขยายตลาดผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร[5]

ดังนั้น เพื่อให้การขับเคลื่อนประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564 – 2570 เกิดประสิทธิผล ผู้วิจัยจึงศึกษาปัญหาอุปสรรคที่อาจส่งผลกระทบต่อภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาคเอกชน ภาคการศึกษา และภาคประชาชน รวมถึงจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายและเป็นแนวทางในการผลักดันให้อุตสาหกรรมเครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสมุนไพรดำเนินการได้อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาช่องว่างของกลไกและมาตรการ การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG กับเครื่องสำอางไทยที่มีส่วนประกอบของสมุนไพร

2. เพื่อศึกษาสถานการณ์นำเข้าและส่งออกเครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสมุนไพรของประเทศไทย

3. เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคและจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายผลักดันให้อุตสาหกรรมเครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสมุนไพรขับเคลื่อนด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG

ระเบียบวิธีการวิจัย

วิธีวิจัย

ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม - พฤษภาคม 2566

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

1. ข้อมูลการนำเข้าและส่งออกเครื่องสำอางปี 2565 ระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม 2565 จากฐานข้อมูลกองด่านอาหารและยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) จำแนกตามพิกัดศุลกากร

2. กลุ่มตัวอย่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับอุตสาหกรรมเครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสมุนไพร แบ่งเป็น 3 กลุ่มตัวอย่าง สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีเฉพาะเจาะจง ได้แก่ (1) ภาคเอกชน เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องสำอางของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย จำนวน 2 หน่วยงาน โดยกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ประกอบด้วยบริษัทสมาชิก จำนวน 89 ราย และสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย ประกอบด้วยบริษัทที่เป็นสมาชิก จำนวน 197 ราย (2) ภาคการศึกษา คัดเลือกจากสถาบันที่มีการจัดการหลักสูตรวิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง มีนโยบายด้านการพัฒนาด้านการวิจัยเชิงนวัตกรรม ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืนจำนวน 2 มหาวิทยาลัย ได้แก่ ผู้แทนจากมหาวิทยาลัยนเรศวร และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ (3) ภาคประชาชนที่เป็นตัวแทนของผู้บริโภคทำหน้าที่เสนอความคิดเห็นจัดทำนโยบายมาตรการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 3 หน่วยงาน ได้แก่ ตัวแทนจากสภาองค์กรของผู้บริโภค สมาคมพิทักษ์ประโยชน์ผู้บริโภค สมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน

เครื่องมือ

ใช้แบบสอบถาม (questionnaire) 3 ชุด เป็นคำถามแบบปลายเปิดและปลายปิด ประกอบด้วย

1. แบบสอบถามภาคเอกชน สอบถามเกี่ยวกับข้อกฎหมาย/กฎระเบียบ ที่เป็นปัญหาอุปสรรคต่อการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจ BCG ประกอบด้วยประเด็นข้อคำถาม 3 ส่วนคือ (1) การดำเนินธุรกิจในรูปแบบตามโมเดลเศรษฐกิจ BCG (2) ประเด็นปัญหาในการดำเนินธุรกิจ/โครงการตามโมเดลเศรษฐกิจ BCG และ (3) ข้อเสนอให้ภาครัฐออกนโยบาย กฎระเบียบ หรือส่งเสริม

2. แบบสอบถามภาคการศึกษา สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางฯ ให้ผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ผู้แทนจากมหาวิทยาลัยนเรศวร และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประกอบด้วยประเด็นข้อคำถาม 3 ส่วน คือ (1) การจัดทำแผนเพื่อรองรับโมเดลเศรษฐกิจ BCG (2) ต้องการให้ อย. มีนโยบายอย่างไรเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางฯ และ (3) ความเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางฯ ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG เป็นคำถามปลายปิด

3. แบบสอบถามภาคประชาชน สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริม สนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องสำอางฯ ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG มีข้อคำถาม 3 ส่วนคือ (1) การจัดทำแผน

เพื่อรองรับโมเดลเศรษฐกิจ BCG (2) ต้องการให้ อย. มีนโยบายอย่างไรเพื่อส่งเสริม/สนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางฯ (3) การพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางฯ ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG เป็นคำถามปลายปิด

การรวบรวมข้อมูล

ส่งแบบสอบถามทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์โดยให้ภาคเอกชน ภาคการศึกษา และภาคประชาชนระดมความคิดเห็นภายในกลุ่ม โดยให้ส่งแบบสอบถามกลับทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และติดตามทางโทรศัพท์และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จนครบทุกกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์แบบแก่นสาระ (thematic analysis) จากคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่ม

ผลการศึกษา

1. ช่องว่างของกลไกและมาตรการการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG ของไทยกับเครื่องสำอางไทยที่มีส่วนประกอบของสมุนไพร

จากผลการศึกษาช่องว่างแผนปฏิบัติการด้านการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564 – 2570 กับเครื่องสำอางไทยที่มีส่วนประกอบของสมุนไพร (ดังรูปที่ 1) พบว่า

1. มีการตั้งคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจ BCG Model ในกลุ่มเครื่องมือแพทย์ กลุ่มยาและวัคซีน ซึ่งอยู่ในกลุ่มเศรษฐกิจสุขภาพและการแพทย์ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่ไม่ครอบคลุมผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสมุนไพร ซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจและเป็นกลุ่มเศรษฐกิจเป้าหมายสุขภาพและการแพทย์เช่นกัน เนื่องจากมีมูลค่าเพิ่มสูงและใช้ระยะเวลาในการพัฒนานวัตกรรมได้รวดเร็วกว่ากลุ่มยาหรือวัคซีน

2. กลไกการติดตามการขับเคลื่อนโมเดลเศรษฐกิจ BCG ไม่มีการตั้งคณะอนุกรรมการในกลุ่มเครื่องสำอางโดยตรง อาจทำให้ขาดการติดตามการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับเครื่องสำอางที่ต้องการกล่าวอ้างสรรพคุณด้านหน้าที่สารออกฤทธิ์สำคัญ (functional & health claims) อาจส่งผลกระทบโดยตรงต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรด้านเวชสำอางเพื่อจัดจำหน่ายและธุรกิจการส่งออก

3. การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจ BCG ในแต่ละภูมิภาค ด้วยการเชื่อมโยงอุปสงค์และอุปทาน การเชื่อมโยงการเกษตรทางเลือก การเกษตรสมัยใหม่ การแปรรูป การท่องเที่ยว การค้าและการลงทุน ยังขาดความชัดเจนในด้านการนำผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสมุนไพรที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยเข้าไปเชื่อมโยง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกลุ่มสปา

4. การพัฒนาฐานข้อมูลสมุนไพรเพื่อการใช้ประโยชน์ทางเครื่องสำอาง อย. มีความร่วมมือกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) มหาวิทยาลัยมหิดล และกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ ในการจัดทำฐานข้อมูลกลางเกี่ยวกับสมุนไพรที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ซึ่งระยะแรกปี 2564 ฐานข้อมูลมีจำนวนสมุนไพรไม่น้อยกว่า 50 ชนิด และเมื่อสิ้นสุดโครงการภายในปี 2568 จะมีข้อมูลสมุนไพรต้องมีไม่น้อยกว่า 1,000 ชนิด[6]

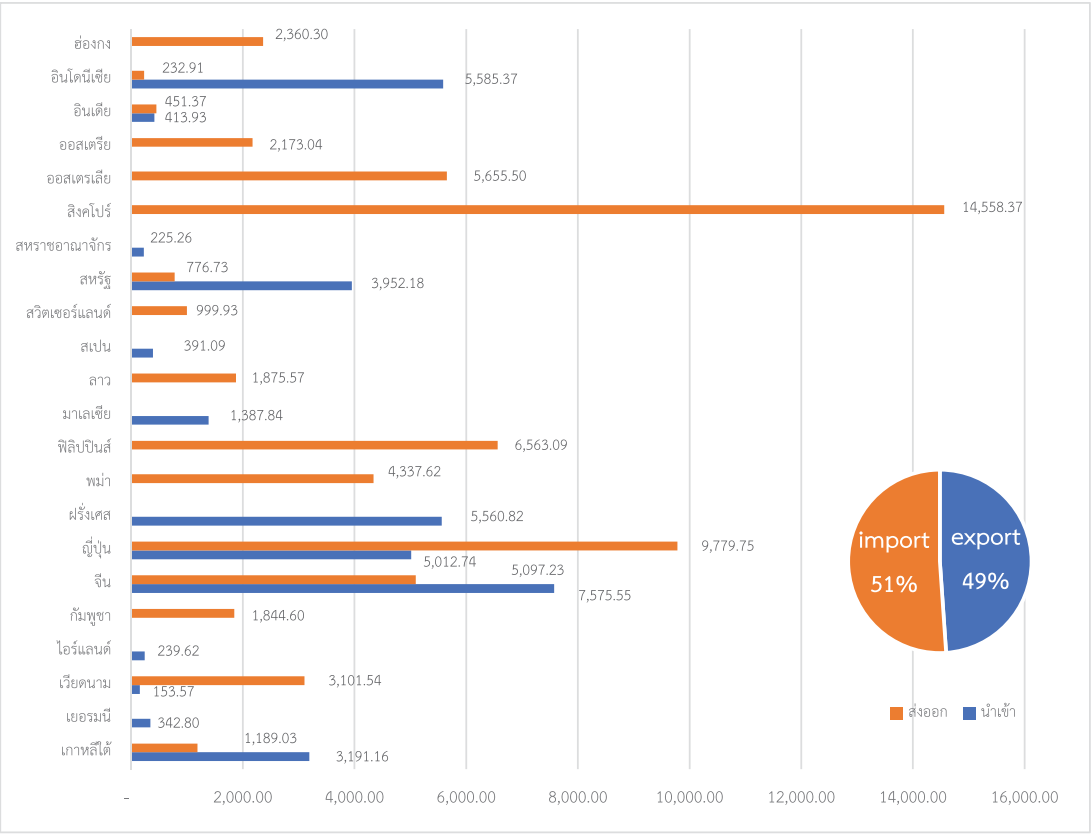


รูปที่ 1 ช่องว่างของกลไกและมาตรการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG ของไทย

2. สถานการณ์นำเข้าและส่งออกเครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสมุนไพรในประเทศไทยปี 2565

สถานภาพการนำเข้าเครื่องสำอาง เครื่องหอมและสบู่ รวมถึงวัตถุดิบเพื่อใช้ผลิตเครื่องสำอางในประเทศไทย พบว่า ปี 2565 มีมูลค่ารวม 48,590.31 ล้านบาท ประเภทที่นำเข้า ได้แก่ วัตถุดิบ ร้อยละ 11.49 หัวน้ำหอมและน้ำหอม ร้อยละ 1.76 สิ่งปรุงแต่งที่ใช้บำรุงผิวและสิ่งปรุงแต่งที่ใช้กับผมร้อยละ 60.26 สิ่งปรุงแต่งที่ใช้ทำความสะอาด ร้อยละ 23.59 ไขเทียมและไขปรุงแต่ง ร้อยละ 2.90 ส่วนการส่งออกเครื่องสำอาง เครื่องหอม สบู่ และวัตถุดิบเพื่อใช้ทำเครื่องสำอางมีมูลค่า 46,438.20 ล้านบาท มีสัดส่วนการนำเข้า-ส่งออก ร้อยละ 51.00 และ 49.00 ประเภทที่ส่งออก ได้แก่ สิ่งปรุงแต่งที่ใช้แต่งหน้าหรือบำรุงผิวและสิ่งปรุงแต่งที่ใช้กับผม ซึ่งมีสัดส่วนรวมกันสูงถึง ร้อยละ 42.7 รองลงมาคือ วัตถุดิบที่ใช้ทำเครื่องสำอาง ร้อยละ 32.68

สำหรับประเทศที่มีการนำเข้ามากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ประเทศในกลุ่มอาเซียน สาธารณรัฐประชาชนจีน และฝรั่งเศส ร้อยละ 22.31, 7.80 และ 5.72 ตามลำดับ ส่วนประเทศที่ส่งออกมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ประเทศในกลุ่มอาเซียน ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย ร้อยละ 19.33, 10.53 และ 6.09 ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 มูลค่าการนำเข้า-ส่งออกเครื่องสำอาง เครื่องหอมและสบู่ วัตถุดิบเครื่องสำอางในประเทศไทย ปี 2565 (หน่วยล้านบาท)

เมื่อจำแนกตามพิกัดศุลกากร พบว่า สถานภาพอุตสาหกรรมเครื่องสำอางของประเทศไทยตามรหัส Harmonized System Code (HS code) ข้อมูลจากกองด่านอาหารและยาพบว่า เครื่องสำอาง เครื่องหอม และสบู่ ครอบคลุม HS code 3303 3304 3305 3306 3307 3401 3402 3403 และ 3404 ส่วนวัตถุดิบเพื่อผลิตเครื่องสำอางครอบคลุมตั้งแต่ HS code 3301 3302 3402 3403 และ 3404 (ดังตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 มูลค่าการนำเข้า-ส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง เครื่องหอมและสบู่ และวัตถุดิบเครื่องสำอางของไทยปี 2565 จำแนกตามพิกัดศุลกากร

พิกัดศุลกากร 2 หลัก	พิกัดศุลกากร 4 หลัก	ประเทศ	นำเข้า	ส่งออก
33 เอสเซนเชียลออยล์	3301 เอสเซนเชียลออยล์ (จะมีเทอร์พีนหรือไม่ก็ตาม)		**932.71**	**366.33**
และเรซินอยด์ เครื่องหอม	รวมถึงคอนกรีตและแอบโซลูต เรซินอยด์ ออลีโอเรซิน	ญี่ปุ่น	-	150.50
เครื่องสำอาง หรือสิ่งปรุง	ที่สกัดแล้ว สิ่งเข้มข้นในลักษณะเป็นไขมัน น้ำมันระเหย	อินเดีย	413.93	109.80
แต่งสำหรับประทิน	ยาก เป็นไขหรือของที่คล้ายกันจากกรรมวิธีเอ็นฟลูเรจ	จีน	293.53	106.02

ตารางที่ 1 มูลค่าการนำเข้า-ส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง เครื่องหอมและสบู่ และวัตถุดิบเครื่องสำอางของไทยปี 2565 จำแนกตามพิกัดศุลกากร (ต่อ)

พิกัดศุลกากร 2 หลัก	พิกัดศุลกากร 4 หลัก	ประเทศ	นำเข้า	ส่งออก
ร่างกาย หรือประเทืองโฉม (ทอยเล็ตเพรพาเรชัน)	หรือมาเซอเรชัน ผลพลอยได้ที่มีเทอร์พีนจากกรรมวิธีแยกเทอร์พีน น้ำที่ได้จากการกลั่นในกรรมวิธีสกัดด้วยไอน้ำ และสารละลายของเอสเซนเชียลออยล์ในน้ำ	อังกฤษ	225.26	-
	3302 ของผสมของสารที่มีกลิ่นหอม และของผสม		**19,602.52**	**4,970.51**
	(รวมถึงสารละลายในแอลกอฮอล์) ที่มีสารดังกล่าว	สิงคโปร์	14,558.37	-
	ตั้งแต่หนึ่งชนิดขึ้นไปเป็นหลัก ชนิดที่ใช้เป็นวัตถุดิบ	อินโดนีเซีย	3,337.02	-
	ในอุตสาหกรรม รวมทั้งสิ่งปรุงแต่งอื่น ๆ ที่มีสารที่มี	สหรัฐ	1,707.12	-
	กลิ่นหอมเป็นหลักชนิดที่ใช้สำหรับผลิตเครื่องดื่ม	ออสเตรีย	-	2,173.04
		จีน	-	1,797.55
		สวิตเซอร์แลนด์	-	999.93
	3303 หัวน้ำหอมและน้ำหอม		**2,771.33**	**818.31**
		ฝรั่งเศส	2,120.62	-
		สเปน	391.09	-
		สหรัฐ	259.61	-
		ฝรั่งเศส	3,440.20	-
		อินเดีย	-	341.56
		เกาหลีใต้	-	251.36
		จีน	-	225.39
	3304 สิ่งปรุงแต่งที่ใช้แต่งเสริมความงามหรือแต่งหน้า		**9,460.00**	**7,199.48**
	และสิ่งปรุงแต่งสำหรับบำรุงรักษาผิว (นอกจากยารักษา	ฝรั่งเศส	3,440.20	-
	หรือป้องกันโรค) รวมถึงสิ่งปรุงแต่งที่ใช้ทากันแสงแดด	เกาหลีใต้	3,191.16	-
	หรือทำให้ผิวคล้ำ สิ่งปรุงแต่งที่ใช้แต่งเล็บมือหรือเล็บเท้า	ญี่ปุ่น	2,828.64	-
		พม่า	-	2,735.32
		ฮ่องกง	-	2,360.30
		จีน	-	2,103.85
	3305 สิ่งปรุงแต่งสำหรับใช้กับผม		**1,577.67**	**12,613.87**
		จีน	804.19	-
		ญี่ปุ่น	420.49	6,383.41
		อินโดนีเซีย	352.99	-
		ฟิลิปปินส์	-	3,746.63
		ออสเตรเลีย	-	2,483.83
	3306 สิ่งปรุงแต่งที่ใช้เพื่ออนามัยของช่องปากหรือฟัน		**1,037.36**	**4,653.19**
	รวมถึงเพสต์และผงสำหรับยึดฟันปลอม รวมทั้งไหม	จีน	644.16	-
	ใช้ทำความสะอาดซอกฟัน (เดนทัลฟอส) ที่บรรจุภาชนะ	ไอร์แลนด์	239.62	-

ตารางที่ 1 มูลค่าการนำเข้า-ส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง เครื่องหอมและสบู่ และวัตถุดิบเครื่องสำอางของไทยปี 2565 จำแนกตามพิกัดศุลกากร (ต่อ)

พิกัดศุลกากร 2 หลัก	พิกัดศุลกากร 4 หลัก	ประเทศ	นำเข้า	ส่งออก
	เพื่อการขายปลีก	เวียดนาม	153.57	-
		ฟิลิปปินส์	-	2,112.25
		ออสเตรเลีย	-	1,603.27
		เกาหลีใต้	-	937.68
	3307 สิ่งปรุงแต่งที่ใช้ก่อน ระหว่าง หรือหลังการโกนหนวด สิ่งที่ใช้ดับกลิ่นตัว สิ่งปรุงแต่งที่ใช้อาบน้ำ สิ่งที่ใช้ทำให้ขนร่วง และเครื่องหอมอื่น ๆ เครื่องสำอาง หรือสิ่งปรุงแต่งสำหรับประทินร่างกายหรือประเทืองโฉม ที่ไม่ได้ระบุหรือรวมไว้ในที่อื่น สิ่งปรุงแต่งที่ใช้ดับกลิ่นห้อง จะมีกลิ่นหอมหรือมีคุณสมบัติในการฆ่าเชื้อหรือไม่ก็ตาม		**2,207.66**	**3,515.51**
		จีน	1,269.24	-
		สหรัฐ	503.22	-
		อินโดนีเซีย	435.20	-
		ญี่ปุ่น	-	2,034.57
		สหรัฐ	-	776.73
		ฟิลิปปินส์	-	704.21
34 สิ่งปรุงแต่งที่ใช้หล่อลื่น ไขเทียม ไขปรุงแต่ง สิ่งปรุงแต่งที่ใช้ขัดเงา หรือขัดถู สบู่ สารอินทรีย์ที่เป็นตัวลดแรงตึงผิว สิ่งปรุงแต่งที่ใช้ซักล้าง เทียนไขและของที่คล้ายกัน เพสต์สำหรับทำแบบ "ไขที่ใช้ทางทันตกรรม" สิ่งปรุงแต่งทางทันตกรรม ซึ่งมีปลาสเตอร์เป็นหลัก	3401 สบู่ ผลิตภัณฑ์อินทรีย์และสารอินทรีย์ปรุงแต่งที่มีคุณสมบัติลดแรงตึงผิวสำหรับใช้เป็นสบู่ ซึ่งมีลักษณะเป็นแท่ง เป็นก้อน หล่อหรืออัดเป็นชิ้นหรือเป็นรูปทรง จะมีสบู่หรือไม่ก็ตาม ผลิตภัณฑ์อินทรีย์และสารอินทรีย์ปรุงแต่งที่มีคุณสมบัติลดแรงตึงผิวสำหรับทำความสะอาดผิว ซึ่งมีลักษณะเป็นของเหลวหรือครีม และจัดทำขึ้นเพื่อการขายปลีก จะมีสบู่หรือไม่ก็ตาม รวมทั้งกระดาษแวดดิ้ง สักหลาดและผ้าไม่ทอ ที่อาบซึม เคลือบหรือหุ้มด้วยสบู่หรือสารซักฟอก (ดีเทอร์เจนต์)		**2,608.35**	**4,381.97**
		อินโดนีเซีย	1,460.16	-
		มาเลเซีย	790.34	-
		จีน	357.85	
		พม่า	-	1,602.30
		ออสเตรเลีย	-	1,568.40
		ญี่ปุ่น	-	1,211.27
	3402 สารอินทรีย์ที่เป็นตัวลดแรงตึงผิว (นอกจากสบู่) รวมทั้งสิ่งปรุงแต่งที่มีคุณสมบัติลดแรงตึงผิว สิ่งปรุงแต่งที่ใช้ซักล้าง (รวมถึงสิ่งปรุงแต่งสำหรับช่วยในการซักล้าง) และสิ่งปรุงแต่งที่ใช้ทำความสะอาด จะมีสบู่หรือไม่ก็ตาม นอกจากของตามประเภท 34.01		**6,852.40**	**6,573.54**
		จีน	3,606.57	-
		ญี่ปุ่น	1,763.61	-
		สหรัฐ	1,482.22	-
		เวียดนาม	-	2,853.37
		ลาว	-	1,875.57
		กัมพูชา	-	1,844.60
	3404 ไขเทียมและไขปรุงแต่ง		**1,540.30**	**1,345.49**
		จีน	600.01	864.41
		มาเลเซีย	597.50	-
		เยอรมนี	342.80	-
		เวียดนาม	-	248.17
		อินโดนีเซีย	-	232.91
		รวมทั้งสิ้น	**48,509.31**	**46,438.20**

3. ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอเชิงนโยบายผลักดันให้อุตสาหกรรมเครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสมุนไพรขับเคลื่อนด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG

3.1 ประเด็นปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของภาคเอกชน

1. ด้านการผลิตสินค้า มีการนำเข้าวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์จากต่างประเทศมากกว่าร้อยละ 90 ทำให้ไม่สามารถควบคุมราคาได้ ต้นทุนการผลิตสูง และขาดแรงจูงใจทางภาษี จึงขอให้ภาครัฐได้แก่ กรมสรรพากรสนับสนุนการลดหย่อนภาษีให้กับบริษัทที่มีการพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงนวัตกรรมและการใช้วัสดุรีไซเคิล กรมควบคุมมลพิษสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายสิ่งแวดล้อม เช่น ความปลอดภัยสารเคมีของสหภาพยุโรป (REACH) การขอรับรองอาหารฮาลาล มาตรการด้านสิ่งแวดล้อม และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับ พ.ร.บ. เศรษฐกิจหมุนเวียน ความรับผิดชอบของผู้ผลิตไปยังช่วงต่าง ๆ ของวงจรชีวิตบรรจุภัณฑ์ (EPR) และ อย. สนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางเพื่อให้คำปรึกษาผู้ประกอบการพัฒนาให้มีหน่วยงานบริการให้คำปรึกษาแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) และห้องปฏิบัติการทดสอบเครื่องสำอาง รวมทั้งฐานข้อมูลเน้นสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และมีหน่วยงานกลางกำหนดกฎเกณฑ์ มาตรฐาน และรับรองมาตรฐานของเครื่องสำอาง

2. ด้านการตลาดและการจัดจำหน่าย ไม่มีมาตรการส่งเสริมการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่กำหนดโลโก้หรือฉลากสากลเป็นมาตรฐานเดียวกัน ไม่กำหนดช่องว่างระหว่างส่วนหัวและตัวผลิตภัณฑ์ข้างใน (head space) ขอให้ภาครัฐเช่น สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมออกกฎระเบียบมาตรฐานของฉลากที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กรมการค้าภายในกำหนดภาชนะบรรจุ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) สนับสนุนการลงทุน เช่น กิจการประเภทผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กิจการเรียกเก็บบรรจุภัณฑ์คืน กิจการบรรจุภัณฑ์รีไซเคิล เป็นต้น

3. ด้านการเงิน ไม่มีมาตรการส่งเสริมการลงทุนสำหรับการผลิตผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่มีมาตรการลดหย่อนภาษีต้นทุนสินค้าที่บรรจุภัณฑ์ประเภทรีไซเคิล เช่น มีส่วนผสมของ PCR plastic มีราคาแพงกว่า virgin plastic ไม่มีการลดหย่อนภาษี ขอให้ภาครัฐ เช่น BOI กำหนดมาตรการส่งเสริมการลงทุนขยายตลาด มีห้องปฏิบัติการเฉพาะทางเพื่อสนับสนุนการวิจัยสารสกัดและวัตถุดิบ สนับสนุนการลงทุนด้านนวัตกรรมการผลิตสินค้า และกรมสรรพากรมีมาตรการหักลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล

4. ด้านสิ่งแวดล้อม ไม่มีกฎหมายกำหนดให้ผู้บริโภคคัดกรองเกี่ยวกับขยะ ขอให้ภาครัฐ เช่น กรมควบคุมมลพิษพัฒนากฎหมายการคัดแยก

ขยะและกำหนดบทลงโทษ กรุงเทพมหานครองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้ความรู้และแรงจูงใจทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภคให้ใส่ใจใช้ผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

5. ด้านพัฒนาอุตสาหกรรมด้าน BCG กล่าวคือ บุคลากรภาครัฐ ประชาชน ขาดความรู้ความเข้าใจและไม่เห็นความสำคัญจึงขอให้ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน จัดอบรมหลักสูตรการเรียนรู้เกี่ยวกับ BCG ให้แก่บุคลากรภาครัฐและภาคประชาชน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการกำหนดเรื่องการพัฒนาโมเดลเศรษฐกิจ BCG เป็นตัวชี้วัดแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (ดังตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ข้อคิดเห็นของภาคเอกชนต่อปัญหาข้อจำกัดและกฎหมายที่เป็นอุปสรรคของ BCG ไทย ด้านเครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสมุนไพร

ประเด็นด้าน	Green Economy	Circular Economy
1. การผลิตสินค้า	1. ปัญหาข้อจำกัด: ต้นทุนการผลิตสูง 2. อุปสรรคกฎหมาย: ขาดแรงจูงใจทางภาษี	1. ปัญหาข้อจำกัด: - ต้นทุนการผลิตสูงทั้งวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ - ด้านเทคนิค เช่น กฎหมายความปลอดภัยสารเคมีของสหภาพยุโรป (REACH) และกฎหมายการขอรับรองอาหารฮาลาล 2. อุปสรรคกฎหมาย: - มาตรการด้านสิ่งแวดล้อม เช่น CBAM - กฎหมายที่จะประกาศในไทย เช่น พรบ. เศรษฐกิจหมุนเวียน หลักการที่ขยายความรับผิดชอบของผู้ผลิตไปยังส่วนต่าง ๆ ของบรรจุภัณฑ์ (EPR)
2. การตลาดและการจัดจำหน่าย	1. ปัญหาข้อจำกัด: ไม่มีมาตรการส่งเสริมผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2. อุปสรรคกฎหมาย: - มาตรฐานฉลากที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ไม่มีการกำหนดโลโก้หรือฉลากสากลเป็นมาตรฐานเดียวกัน) - กฎหมายชั่ง ตวง วัด ไม่มีการกำหนดช่องว่างระหว่างส่วนหัวของบรรจุภัณฑ์กับตัวผลิตภัณฑ์ข้างใน (head space)	1. ปัญหาข้อจำกัด: - สินค้านำเข้าจากจีนราคาถูกกว่า - ด้านเทคนิค เช่น REACH กฎหมายเกี่ยวกับการขอรับรองอาหารฮาลาล 2. อุปสรรคกฎหมาย: - มาตรการด้านสิ่งแวดล้อม เช่น CBAM - กฎหมายที่กำลังจะประกาศในไทย เช่น พรบ. เศรษฐกิจหมุนเวียน และ EPR
3. การเงิน	1. ปัญหาข้อจำกัด: - ไม่มีมาตรการส่งเสริมการลงทุนสำหรับการผลิตผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1. ปัญหาข้อจำกัด: ต้นทุนสินค้าที่บรรจุภัณฑ์ประเภทรีไซเคิล เช่น มีส่วนผสมของ PCR Plastic มีราคาแพงกว่า Virgin Plastic

ตารางที่ 2 ข้อคิดเห็นของภาคเอกชนต่อปัญหาข้อจำกัดและกฎหมายที่เป็นอุปสรรคของ BCG ไทย ด้านเครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสมุนไพร (ต่อ)

ประเด็นด้าน	Green Economy	Circular Economy
	- ไม่มีการลดหย่อนภาษี 2. อุปสรรคกฎหมาย: - มาตรการส่งเสริมการลงทุน - มาตรการหักลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล	2. อุปสรรคกฎหมาย: EPR
4. สิ่งแวดล้อม	1. ปัญหาข้อจำกัด: ขาดกฎหมายที่กำหนดให้ผู้บริโภคคัดกรองปัญหาเกี่ยวกับขยะ 2. อุปสรรคกฎหมาย: กฎหมายสิ่งแวดล้อม	1. ปัญหาข้อจำกัด: ไม่มีการกำหนดเรื่องเรียกคืนบรรจุภัณฑ์ให้ชัดเจน เช่น การเรียกคืนบรรจุภัณฑ์ต้องส่งไปที่ไหน 2. อุปสรรคกฎหมาย: EPR
5. การพัฒนาอุตสาหกรรม BCG	1. ปัญหาข้อจำกัด: บุคลากรภาครัฐ ประชาชนขาดความรู้ความเข้าใจและไม่เห็นความสำคัญของ BCG 2. อุปสรรคกฎหมาย: - การพัฒนาข้าราชการพลเรือน การศึกษาระดับอุดมศึกษา - การบังคับใช้กฎหมายการแยกขยะ	-

3.2 ความคิดเห็นของภาคการศึกษาและเอกชน

ผลการศึกษาประเด็นความคิดเห็นจากภาคการศึกษาและภาคประชาชนต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยที่มีส่วนประกอบของสมุนไพร มีความเห็นให้ อย. พัฒนาและสนับสนุนในแต่ละประเด็นคือ

1. การเพิ่ม/แก้ไขข้อกฎหมาย กฎระเบียบและแนวทางการปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คาบเกี่ยวระหว่างผลิตภัณฑ์ให้มีความรวดเร็วและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี สร้างความชัดเจนด้านกฎระเบียบ นโยบายของภาครัฐในการอ้างอิงกฎระเบียบ แนวทาง/มาตรฐานของประเทศหรือองค์กรใดซึ่งทางภาคการศึกษาสามารถช่วยทำความเข้าใจหลักการเหล่านั้นและปรับปรุง/พัฒนาแนวทางการวิจัยให้สอดคล้องกับความต้องการของรัฐและสังคมได้ดียิ่งขึ้น สนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภคเรื่องการบังคับใช้กฎหมายสำคัญที่สุดตั้งแต่การเข้มงวด pre marketing ตลอดจน post marketing

2. การพัฒนากำลังคน โดยพัฒนาผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้เกิดความเข้าใจและความคล่องตัวในการช่วยเหลือให้คำแนะนำด้านกฎระเบียบต่าง ๆ เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการรายย่อย จัดให้มีผู้เชี่ยวชาญภายในของ อย. เพื่อลดการพึ่งพาผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก รวมถึงการพัฒนาผู้บริโภครู้เท่าทันสถานการณ์เทคโนโลยีที่ทันสมัย พัฒนาองค์ความรู้แก่ผู้บริโภค/วิสาหกิจชุมชนด้านการประยุกต์ขั้นตอนการผลิตมาใช้กับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสมุนไพร

3. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสำคัญและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยพัฒนาระบบฐานข้อมูลที่สามารถสืบค้นสารประกอบสมุนไพรที่ประเทศไทยอนุญาตให้ใช้ได้ในเครื่องสำอาง ด้านประโยชน์และสรรพคุณอันนำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ด้านสมุนไพร รวมถึงการผลิตเครื่องสำอางที่มีคุณภาพปลอดภัยและได้มาตรฐานสากลให้สามารถแข่งขันได้ในระดับนานาชาติ พัฒนาระบบหรือฐานข้อมูลที่ตรวจสอบรายชื่อบริษัทผู้ผลิต รายชื่อผลิตภัณฑ์ที่ขออนุญาต ตรวจสอบผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคเข้าถึงง่ายและสะดวก

4. การสนับสนุนวิชาการ ความรู้ด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม โดยจัดประชุมวิชาการร่วมกับสถาบันการศึกษาทั้งในและต่างประเทศเพื่อพัฒนาการผลิตแก่ภาคเอกชน รวมทั้งข้อมูลความปลอดภัยและประสิทธิภาพของส่วนประกอบที่มาจากสมุนไพร ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการใช้สารจากธรรมชาติที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนำสมุนไพรท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ เช่น การพัฒนาคุณภาพกระบวนการผลิต บรรจุภัณฑ์ และฉลาก เป็นต้น

5. การพัฒนาเชิงพื้นที่ โดยพัฒนาองค์ความรู้ทั้งหมดและสร้างความเข้าใจอย่างรวดเร็วเกี่ยวกับกฎหมายหรือกฎระเบียบใหม่ที่บังคับใช้ให้กับหน่วยงานและบุคลากรในพื้นที่ เช่น สสจ. อปท. และเน้นการกระจายอำนาจ พัฒนาเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคให้มีความรู้ เป็นต้น

6. การยกระดับเครือข่ายระหว่างประเทศ โดยสร้างเครือข่ายระหว่างประเทศด้านการกำกับดูแลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ ตลอดจนสร้างการตลาดให้มีช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นวัตกรรมและบริการ BCG ส่งเสริมฉลากที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว สนับสนุนการตลาดที่โฆษณาไม่เกินจริง สนับสนุนผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนสู่ต่างประเทศ สนับสนุนการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ได้รับอนุญาตจาก อย.

7. แผนปฏิบัติงานเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง โดยพัฒนาผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดย่อมทางด้านวิชาการ มีแผนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน/อุตสาหกรรมในด้านคุณภาพ ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ ลดหย่อนภาษี รณรงค์ให้ประชาชนใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น (ดังตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นของภาคการศึกษาและเอกชนต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยที่มีส่วนประกอบของสมุนไพร

ประเด็น	ภาคการศึกษา	ภาคประชาชน
1. การเพิ่ม/แก้ไขข้อกฎหมาย กฎระเบียบ	- เพิ่มข้อกฎหมาย กฎระเบียบ แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คาบเกี่ยวระหว่างผลิตภัณฑ์ให้รวดเร็วทันเทคโนโลยี และกฎหมายเกี่ยวกับเวชสำอางที่อ้างสรรพคุณ - ปรับกฎระเบียบ นโยบายรัฐในการอ้างกฎระเบียบแนวทาง/มาตรฐานของประเทศหรือองค์กรให้ชัดเจน	- สนับสนุนการคุ้มครองผู้บริโภค เรื่องการบังคับใช้กฎหมายตั้งแต่ pre-marketing ถึง post-marketing - มีฐานข้อมูลที่ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบผลิตภัณฑ์ได้สะดวก เข้าถึงง่าย

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นของภาคการศึกษาและเอกชนต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยที่มีส่วนประกอบของสมุนไพร (ต่อ)

ประเด็น	ภาคการศึกษา	ภาคประชาชน
2. การพัฒนากำลังคนผู้เชี่ยวชาญ	- ลดการพึ่งพาผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก พัฒนาผู้เชี่ยวชาญภายในการช่วยเหลือให้คำแนะนำเกี่ยวกับกฎระเบียบต่าง ๆ แก่ผู้ประกอบการ	- พัฒนาผู้บริโภครู้เท่าทันสถานการณ์เทคโนโลยี พัฒนาองค์ความรู้แก่ผู้บริโภคควบคู่กับ SMEs ในการผลิตผลิตภัณฑ์
3. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสำคัญ สิ่งอำนวยความสะดวก	- พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารประกอบสมุนไพรที่ประเทศไทยอนุญาตให้ใช้ได้ในเครื่องสำอาง	- พัฒนาระบบให้ตรวจสอบรายชื่อผู้ผลิต/ ผลิตภัณฑ์ที่ขออนุญาต เพื่อให้เครือข่ายผู้บริโภค/ผู้บริโภคเข้าถึงได้รวดเร็ว
4. การสนับสนุนวิชาการความรู้ทางด้านเทคโนโลยีนวัตกรรม	- จัดประชุมวิชาการร่วมกับสภาการศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อพัฒนาความรู้และเทคโนโลยีการผลิตแก่ภาคเอกชนที่ดำเนินธุรกิจภายใต้รูปแบบ BCG	- มีแนวทางการสนับสนุนด้านวิชาการความปลอดภัยและประสิทธิภาพของส่วนประกอบที่มาจากสมุนไพรภูมิปัญญาท้องถิ่นในการใช้สารจากธรรมชาติเพื่อประโยชน์ด้านสุขภาพที่ปลอดภัย - สนับสนุนองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยี นวัตกรรมที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่นำสมุนไพรในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ เช่น การพัฒนาคุณภาพกระบวนการผลิต
5. การพัฒนาเชิงพื้นที่	- สร้างความเข้าใจด้านกฎหมายหรือกฎระเบียบใหม่แก่บุคลากรแต่ละพื้นที่ให้มีความเข้าใจตรงกันอย่างรวดเร็ว	- กระจายอำนาจการพัฒนาองค์ความรู้ทั้งหมดให้หน่วยงานในพื้นที่ เช่น สสจ. ท้องถิ่น เป็นต้น - พัฒนาเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคให้ความรู้
6. - การยกระดับเครือข่ายระหว่างประเทศ	- เพิ่มเครือข่ายระหว่างประเทศด้านการกำกับดูแลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกไปประเทศต่าง ๆ	-
- การสร้างการตลาด	-	- สนับสนุนผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนสู่ต่างประเทศ - ให้มีช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ - ส่งเสริมฉลากที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว - สนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่โฆษณา ไม่โอ้อวด ไม่เกินจริง - สนับสนุนการตลาดที่ปลอดภัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้รับอนุญาตจาก อย.
7. แผนการปฏิบัติงานเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง	- ให้พัฒนาผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดย่อมทั้งทางวิชาการ และร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ	- รณรงค์ใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม - ให้มีแผนการพัฒนา SMEs/อุตสาหกรรมในด้านคุณภาพมาตรฐานความปลอดภัย การใช้ฉลากที่ถูกต้อง รวมถึงด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้รับอนุญาต อย.

3.3 ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมเครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสมุนไพร

จากข้อมูลผลการศึกษาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสมุนไพรของไทย (ดังรูปที่ 3) ดังนี้

1. แต่งตั้งคณะอนุกรรมการส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสมุนไพรภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG เพื่อกำหนดนโยบายให้เกิดการขับเคลื่อนแบบ top-down ประกอบด้วยหน่วยงานภาครัฐ ภาคการศึกษา และผู้แทนภาคประชาชน

2. กำหนดนโยบายเพื่อพัฒนา และ/หรือส่งเสริมสนับสนุนการยกระดับอุตสาหกรรมเครื่องสำอางฯ ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG โดยเรียงลำดับความสำคัญในแต่ละด้าน ดังนี้

2.1 ด้านการเพิ่ม/แก้ไขกฎหมาย กฎระเบียบ แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คาบเกี่ยวระหว่างผลิตภัณฑ์ให้มีความรวดเร็วและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี มีการอ้างอิงกฎระเบียบ แนวทางและมาตรฐานของต่างประเทศที่ชัดเจน ให้ผลิตภัณฑ์สามารถกล่าวอ้างด้านสรรพคุณและหน้าที่สารออกฤทธิ์สำคัญ ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมให้เป็นที่ยอมรับในตลาดไทยและตลาดต่างประเทศจึงควรจัดทำกฎเกณฑ์ในการผลิตเครื่องสำอางกลุ่มนี้ให้ชัดเจน

2.2 ด้านการพัฒนากำลังคน ผู้เชี่ยวชาญภายในให้มีความรู้ความเชี่ยวชาญทันการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม 4.0 เพื่อให้ คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการ จัดหาผู้เชี่ยวชาญภายนอกเพื่อพิจารณาและประเมินเอกสารเกี่ยวกับการขออนุญาต พัฒนาด้านการวิจัยและนวัตกรรม เช่น การสกัดสารออกฤทธิ์ กระบวนการผลิตรองรับการพัฒนาตลอดห่วงโซ่ สร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย พัฒนาให้มีหน่วยงานบริการให้คำปรึกษาแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) และห้องปฏิบัติการทดสอบเครื่องสำอาง

2.3 ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก คือ มีฐานข้อมูลที่ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบผลิตภัณฑ์ได้รวดเร็ว ง่ายต่อการเข้าถึง จัดทำฐานข้อมูลทางวิทยาศาสตร์และทางวิจัยรวมทั้งเชื่อมโยงฐานข้อมูลสมุนไพรเพื่อการใช้ประโยชน์ทางเครื่องสำอางและการวิจัยเชิงนวัตกรรมระหว่างหน่วยงานวิจัย หน่วยงานกำกับดูแลผลิตภัณฑ์ จัดทำคู่มือคำแนะนำการพัฒนาการผลิตและมีช่องทางให้ขอรับคำปรึกษา จัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาและบ่มเพาะผลิตภัณฑ์สุขภาพนวัตกรรมครบวงจร และร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น หน่วยงานให้ทุนเพื่อสร้างเครือข่ายบ่มเพาะ

2.4 ด้านการสนับสนุนวิชาการ ความรู้ทางด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม โดยจัดประชุมวิชาการร่วมกับสถาบันการศึกษาในประเทศและต่างประเทศเพื่อพัฒนาองค์ความรู้การผลิตแก่ภาคเอกชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในด้านความปลอดภัย ประสิทธิภาพของสารสกัดจากสมุนไพร รวมทั้งสนับสนุนภูมิปัญญาท้องถิ่นในการใช้สารสกัดจากธรรมชาติ สนับสนุนมาตรฐานในการระบุ functional claim ในฉลาก

ส่งเสริมการจัดทำมาตรฐานตั้งแต่วัตถุดิบ สารสกัด ตลอดห่วงโซ่การผลิต สนับสนุนการนำสมุนไพรในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ เช่น การพัฒนาคุณภาพกระบวนการผลิต การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาฉลาก เป็นต้น

2.5 ด้านการพัฒนาเชิงพื้นที่ เน้นการมอบอำนาจ การพัฒนาองค์ความรู้ด้านกฎหมายและกฎระเบียบใหม่ให้กับเจ้าหน้าที่ในพื้นที่ เช่น สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น เน้นการตอบสนองความต้องการในแต่ละพื้นที่ ควบคู่ไปกับการดำรงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของพื้นที่

2.6 ด้านการยกระดับเครือข่ายระหว่างประเทศ คือการเพิ่ม/สร้างเครือข่ายระหว่างประเทศด้านการกำกับดูแลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ส่งออก

2.7 ด้านแผนการปฏิบัติงานเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง คือมีแผนยกระดับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน/อุตสาหกรรม ทั้งด้านวิชาการ ด้านมาตรฐานความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ด้านสถานที่ผลิตที่ได้มาตรฐาน ด้านการโฆษณาที่ถูกต้องตามกฎหมาย รณรงค์ให้ประชาชนหันมาใส่ใจและตระหนักถึงการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2.8 ด้านการสร้างตลาด คือสนับสนุนช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นวัตกรรมและบริการ BCG ส่งเสริมฉลากที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว สนับสนุนโฆษณาที่ถูกต้องตามกฎหมายและผลิตภัณฑ์ที่ได้รับอนุญาตจาก อย. รวมทั้งสนับสนุนผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนสู่ต่างประเทศ



รูปที่ 3 ข้อเสนอเชิงนโยบายขับเคลื่อน BCG ด้านเครื่องสำอางไทยที่มีส่วนประกอบของสมุนไพร

อภิปรายผล

การยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสมุนไพรโดยอาศัยโมเดลเศรษฐกิจ BCG สามารถขับเคลื่อนได้อย่างเป็นรูปธรรมโดยเร็วและยั่งยืน ถึงแม้ว่าจากการศึกษาพบช่องว่างของกลไกและมาตรการการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG กล่าวคือ ไม่มีคณะอนุกรรมการด้านเครื่องสำอางอยู่ในคณะอนุกรรมการกลุ่มเศรษฐกิจสุขภาพและการแพทย์ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายการขับเคลื่อนทำให้ขาดการติดตามการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับเครื่องสำอางที่กล่าวอ้างสรรพคุณด้านหน้าที่สารออกฤทธิ์

สำคัญ ทำให้ขาดโอกาสในการขยายตลาดเนื่องจากไม่มีการนำเครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสมุนไพรเข้าไปอยู่ในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภค ไม่สามารถสืบค้นข้อมูลและเชื่อมโยงฐานข้อมูลสมุนไพรเพื่อใช้ประโยชน์ทางเครื่องสำอางได้อย่างครอบคลุม ประกอบกับภาคเอกชนพบปัญหาอุปสรรคด้านการผลิตสินค้าที่มีการนำเข้าวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์จากต่างประเทศมาก ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง ปัญหาด้านการตลาดและการจัดจำหน่าย ปัญหาด้านการเงิน การลงทุน ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม และปัญหาด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมด้าน BCG ในเรื่องความรู้ ความเข้าใจของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง

อย่างไรก็ตามการยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสมุนไพรด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG จำเป็นต้องมีการบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา และภาคประชาชน โดยอาศัยฐานความเข้มแข็งของประเทศที่ประกอบด้วยความหลากหลายทางชีวภาพ ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและใช้องค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อให้สามารถพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจได้บรรลุเป้าหมาย

สรุปผล

การยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบของสมุนไพรด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG ไม่มีคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจ BCG Model เป็นการเฉพาะในกลุ่มเครื่องมือแพทย์ กลุ่มยาและวัคซีน ในการขับเคลื่อน ในขณะที่การนำเข้ามีมูลค่ามากกว่าส่งออก อุปสรรคสำคัญของ Green และ Circular economy คือข้อจำกัดด้านต้นทุนการผลิต การตลาด การเงิน กฎหมาย รวมทั้งความรู้ความเข้าใจของภาครัฐ เอกชน และประชาชนในการพัฒนาอุตสาหกรรม BCG แต่อาจขับเคลื่อนได้หากลดช่องว่างเหล่านี้ด้วยรูปแบบข้อเสนอการพัฒนาดังรูปที่ 3

ข้อเสนอแนะ

1. บูรณาการทุกภาคส่วนทั้งภาคเอกชน ภาคการศึกษา ภาคประชาชน ในการกำหนดนโยบายเพื่อสร้างปัจจัยเอื้อต่อการปรับตัวของธุรกิจสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจ BCG ควบคู่กับการส่งเสริมบทบาทผู้บริโภคและประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับ

2. อย. ควรเสนอมาตรการต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนตามโมเดลเศรษฐกิจ BCG บรรลุวัตถุประสงค์ เช่น มาตรการส่งเสริมการลงทุนในกิจการประเภทผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการแยกเก็บของเสีย มาตรการทางภาษี ควรมีมาตรการลดหย่อนภาษีกระตุ้นการใช้วัสดุรีไซเคิล ยกเว้นภาษีเงินได้ ภาษีนำเข้าวัตถุดิบ และสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ภาคเอกชนเกี่ยวกับกฎหมายสิ่งแวดล้อม เช่น REACH เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

1. สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. แผนปฏิบัติการด้านการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564-2570 [อินเทอร์เน็ต]. ปทุมธานี: สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ; 2564 [เข้าถึงเมื่อ 13 มิ.ย. 2566]. เข้าถึงได้จาก: https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/bcg/20211228-BCG-Action-Plan-2564-2570.pdf
2. สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. BCG economy model คืออะไร [อินเทอร์เน็ต]. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ; 2563 [เข้าถึงเมื่อ 10 พ.ค. 2566]. เข้าถึงได้จาก: https://www.nstda.or.th/home/knowledge_post/what-is-bcg-economy-model/
3. ฐานเศรษฐกิจ. เศรษฐกิจ: ตลาดสินค้าความงามฯ ใน ปท. คาดโต 10.4% [อินเทอร์เน็ต]. กรุงเทพฯ: ฐานเศรษฐกิจ มัลติมิเดีย; 2566 [เข้าถึงเมื่อ 13 มิ.ย. 2566]. เข้าถึงได้จาก: https://www.thansettakij.com/business/economy/555138
4. สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย. News: 3 เมกะเทรน์ เปลี่ยนตลาด ‘เครื่องสำอาง’ สร้างโอกาสผู้เล่นไทย ชิงแชร์ 3 แสนล้าน [อินเทอร์เน็ต]. กรุงเทพฯ: สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย; 2566 [เข้าถึงเมื่อ 13 มิ.ย. 2566]. เข้าถึงได้จาก: https://www.thaicosmetic.org/index.php/tcmanews/news-from-media/89-3-3
5. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. DITP เร่งขยายตลาดสมุนไพรไทย ยกระดับเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์สมุนไพร. [อินเทอร์เน็ต]. กรุงเทพฯ. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ; 2563 [เข้าถึงเมื่อ 7 มิ.ย. 2566]. เข้าถึงได้จาก: https://www.thaipr.net/business/3232360
6. พระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. 2562. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่136, ตอนที่ 56 ก (ลงวันที่ 30 เมษายน 2562)
7. สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ.สวทช. จับมือ 3 พันธมิตรสร้างฐานข้อมูลสมุนไพร หนุนเอกชนใช้งานด้านเครื่องสำอาง [อินเทอร์เน็ต].กรุงเทพฯ. สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ; 2563. [เข้าถึงเมื่อ 2 ก.ค. 2566].เข้าถึงได้จาก: https://www.nstda.or.th/home/news_post/nanotec-2/
8. กรมควบคุมมลพิษ.แผนแม่บทกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมระยะ20ปี (พ.ศ.2561-2580). [อินเทอร์เน็ต].กรุงเทพฯ;กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม;2564 [เข้าถึงเมื่อ 12 มี.ค. 2566].เข้าถึงได้จาก: https://www.mnre.go.th/attachment/iu/download.php?WP=qUIcnKt0pQSgZaqCGWOghJstqTgcWat1pQugZ3p2GQAgG2rDqYyc4Uux