



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล  
(Individual Study)

เรื่อง การเตรียมความพร้อมของประเทศไทยก้าวเข้าสู่  
ประชาคมอาเซียน : กรณีศึกษา -  
ศูนย์บริการวิชาการด้านเครื่องสำอางของประเทศไทย

จัดทำโดย นางहरษา ไชยวานิช  
รหัส 4058

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม  
หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 4 ปี 2555  
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ  
ลิขสิทธิ์ของกระทรวงการต่างประเทศ



**รายงานการศึกษาส่วนบุคคล  
(Individual Study)**

**เรื่อง การเตรียมความพร้อมของประเทศไทยก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน :  
กรณีศึกษา - ศูนย์บริการวิชาการด้านเครื่องสำอางของประเทศไทย**

**จัดทำโดย นางहरรรษา ไชยวานิช  
รหัส 4058**

**หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 4 ปี 2555  
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ  
รายงานนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา**

## สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฅ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	1
1.1 ภูมิหลังและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	7
1.3 ขอบเขตการศึกษา วิธีการดำเนินการศึกษา และระเบียบวิธีการศึกษา	8
1.4 ประโยชน์ของการศึกษา	8
<b>บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	9
2.1 ทฤษฎีการจัดองค์การ	9
2.2 องค์การแห่งการเรียนรู้	11
2.3 สรุปกรอบแนวคิด	12
<b>บทที่ 3 ผลการศึกษา</b>	13
3.1 ผลการศึกษา	13
3.1.1 ข้อมูลจากแบบสอบถามและข้อปรีกษาหารือ	13
3.1.2 รายงานการประชุม การสัมมนา	13
3.1.3 ข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน	15
3.2 การส่งออกเครื่องสำอาง	18
3.3 ผลกระทบเครื่องสำอางในตลาดโลก	22
3.4 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการจัดตั้ง ศูนย์บริการวิชาการด้านเครื่องสำอางของประเทศไทย	23

<b>บทที่ 4 บทสรุปและข้อเสนอแนะ</b>	28
4.1 สรุปผลการศึกษา	28
4.2 ข้อเสนอแนะ	
4.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	28
4.2.2 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ	30
บรรณานุกรม	31
ประวัติผู้เขียน	32

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 1 ตลาดการส่งออกเครื่องสำอางไทย	23

## สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
ภาพที่ 1 สัญลักษณ์ของอาเซียน	2
ภาพที่ 2 ประเทศสมาชิกอาเซียน	2
ภาพที่ 3 โครงสร้างของคณะกรรมการ ACCSQ	5
ภาพที่ 4 มูลค่าของเครื่องสำอางในปี 2554 ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2549	19
ภาพที่ 5 มูลค่าของเครื่องสำอางประเภทต่างๆ ในปี 2554 ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2549	20
ภาพที่ 6 มูลค่าสินค้า (ล้านเหรียญสหรัฐ) เครื่องสำอางประเภทสบู่มะและผลิตภัณฑ์ดูแลผิว	21

## บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

การเตรียมความพร้อมของประเทศไทยที่จะก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (ASEAN Community : AC) ในปี พ.ศ. 2558 นั้น ในงานด้านเครื่องสำอางมีการเตรียมความพร้อมและเริ่มดำเนินการภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community – AEC) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 โดยคณะกรรมการเครื่องสำอางอาเซียน หรือ ACCSQ : ASEAN Cosmetic Committee (ACC) ได้ดำเนินการปรับกฎระเบียบด้านเครื่องสำอางของประเทศสมาชิกให้มีความสอดคล้องกัน ทั้ง 10 ประเทศ เรียกว่า **บทบัญญัติเครื่องสำอางแห่งอาเซียน (ASEAN Cosmetic Directive – ACD) เริ่มบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2551** และดำเนินการอย่างสมบูรณ์เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2554 นั้นหมายความว่า ในการส่งออก หรือนำเข้าเครื่องสำอาง ระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ จะดำเนินการภายใต้ กฎ ระเบียบเดียวกัน เป็นการลดอุปสรรคทางการค้าลงได้

ในด้านการส่งออกเครื่องสำอาง ประเทศไทยส่งออกเป็นอันดับหนึ่งในอาเซียน ตลาดนำเข้าเครื่องสำอางที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศในกลุ่มอาเซียน, สหภาพยุโรป, สหรัฐอเมริกา, ญี่ปุ่น, จีน และออสเตรเลีย ตามลำดับ และประเทศไทยยังสามารถขยายตลาดเครื่องสำอาง โดยเฉพาะในกลุ่มเครื่องสำอางจากธรรมชาติหรือสมุนไพร เนื่องจากเรามีแหล่งสมุนไพรที่สามารถนำมาพัฒนาเข้าสู่ตลาดได้เป็นจำนวนมาก แต่กลุ่มผู้ผลิตเครื่องสำอางซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงวิสาหกิจชุมชนด้วย ยังขาดความรู้ ความเข้าใจในกระบวนการผลิตที่ดีที่ต้องมีการควบคุมคุณภาพทุกขั้นตอน ตั้งแต่คุณภาพของวัตถุดิบ ระหว่างกระบวนการผลิต จนถึงผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้จึงมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ รวมทั้งขาดข้อมูลในด้านข้อกำหนดของประเทศคู่ค้า ทำให้ไม่ทราบว่าต้องส่งผลิตภัณฑ์ทดสอบทางด้านห้องปฏิบัติการในรายการใดบ้าง และไม่สามารถหาแหล่งข้อมูลเหล่านี้ได้

การมีศูนย์บริการวิชาการด้านเครื่องสำอางของประเทศไทย โดยสนับสนุนให้มีการดำเนินการอย่างเป็นระบบ มีหน่วยงานของภาครัฐเป็นแกนกลางในการประสานงานทางด้านวิชาการ ที่ครอบคลุมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ทั้งข้อกำหนด/กฎระเบียบ กฎหมาย มาตรฐาน และด้านการบริหารจัดการ จะช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันรวมทั้งการขยายการส่งออกไปยังตลาดอาเซียนและสากลได้เพิ่มอีกด้วย

## กิตติกรรมประกาศ

ในการศึกษาส่วนบุคคล เรื่อง “ศูนย์บริการวิชาการด้านเครื่องสำอางของประเทศไทย” ครั้งนี้ ผู้ศึกษาขอขอบคุณคณาจารย์ที่ปรึกษาทั้ง 3 ท่าน รองศาสตราจารย์ ดร. สมพร แสงชัย ศาสตราจารย์ ดร. ไชยวัฒน์ คำชู และเอกอัครราชทูต จันทรทิพา ภูตระกูล ที่ได้กรุณาให้ความรู้ คำปรึกษา และข้อแนะนำ ในการจัดทำรายงานการศึกษาส่วนบุคคล ตามหลักสูตร นักบริหารการทูต รุ่นที่ 4 ของกระทรวงการต่างประเทศ เพื่อให้การศึกษานี้มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ นอกจากนี้ ผู้ศึกษาขอขอบคุณคณาจารย์ของกระทรวงการต่างประเทศ ที่ได้ความรู้ทั้งในด้านการต่างประเทศ การเมืองการปกครอง การเจรจาต่อรอง การพูดในที่ชุมชน และในหลาย ๆ ด้าน ที่สามารถนำไปปรับใช้ในงานที่รับผิดชอบได้ และขอขอบคุณ ท่านปลัดกระทรวงสาธารณสุข (นายแพทย์ ไพจิตร วราชาติ) อธิบดีกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ (นายแพทย์ บุญชัย สุขสมบูรณ์) รองอธิบดีกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ (นายแพทย์ นิพนธ์ โพธิ์พัฒนชัย นางจุริภรณ์ บุญวงศ์วิโรจน์ และนายแพทย์ ปฐม สวรรค์ปัญญาเลิศ) ที่ให้แนวนโยบาย และสนับสนุนให้มาฝึกอบรมในครั้งนี้ รวมทั้งอนุญาตให้ใช้ทรัพยากรที่จำเป็นต่อการศึกษาของข้าพเจ้าตลอดหลักสูตร

ขอขอบคุณ กระทรวงการต่างประเทศ ที่เปิดโอกาสให้หน่วยงานอื่นเข้าร่วมศึกษาและสนับสนุนงบประมาณตลอดหลักสูตร รวมทั้งขอขอบคุณผู้อำนวยการสถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ และเจ้าหน้าที่ประจำหลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 4 ทุกท่านที่ช่วยประสานงาน และอำนวยความสะดวกในทุกเรื่องตลอดหลักสูตร ขอขอบคุณนางกรภัทร์ ดำรงค์ไทย ผู้ตรวจราชการ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช ที่ช่วยให้คำแนะนำในเรื่องทฤษฎีองค์การและเอกสารอ้างอิง นางสาวนภัสพร ภัทริชวาล อัครราชทูตที่ปรึกษา สอท. ณ กรุงบูคาเรสต์ นางสาวอัญชลี สายฟ้า รองกงสุลใหญ่ สกญ. ณ กรุงเจดดาห์ ที่ให้คำแนะนำและตัวอย่างในการเขียนรายงานส่วนบุคคล

สุดท้ายขอขอบคุณเพื่อนร่วมงานในกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข และเจ้าหน้าที่ของสำนักเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข เพื่อน ๆ ร่วมหลักสูตร และสมาชิกครอบครัวที่เป็นกำลังใจ ทำให้การศึกษาวិชาลัยส่วนบุคคลนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ภูมิหลังและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เพื่อใช้เป็นกรอบกำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศมาตั้งแต่ พ.ศ. 2504 ซึ่งการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) เป็นช่วงที่ประเทศไทยต้องเผชิญกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคม ทั้งภายในและภายนอกประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชนอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่ประเทศไทยจะต้องก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (ASEAN Community : AC) ในปี พ.ศ. 2558 ดังนั้น จึงได้ประกาศแนวทางการเตรียมความพร้อมประเทศไทยเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ตามยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2554 อันเป็นวันเริ่มต้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2555

สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of South East Asian Nations : ASEAN) หรือ “อาเซียน” ก่อตั้งขึ้นโดยปฏิญญากรุงเทพ (The Bangkok Declaration) เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2510 โดยสมาชิกผู้ก่อตั้ง 5 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และไทย ในเวลาต่อมา ได้มีประเทศต่าง ๆ เป็นสมาชิกเพิ่มเติม ได้แก่ บรูไนดารุสซาลาม เข้าเป็นสมาชิกในปี พ.ศ. 2527 เวียดนาม เข้าเป็นสมาชิกในปี พ.ศ. 2528 ลาว และพม่า เข้าเป็นสมาชิกในปี พ.ศ. 2540 และกัมพูชา เข้าเป็นสมาชิกในปี พ.ศ. 2542 ทำให้อาเซียนมีสมาชิกรวม 10 ประเทศ อาเซียน ก่อตั้งขึ้นเพื่อ

- 1) ส่งเสริมความร่วมมือทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม
- 2) ส่งเสริมสันติภาพและความมั่นคงของภูมิภาค
- 3) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างอาเซียนกับต่างประเทศและองค์การระหว่างประเทศ



ภาพที่ 1: สัญลักษณ์อาเซียน

สัญลักษณ์ของอาเซียน คือ รวงข้าว 10 ต้น หมายถึง ประเทศสมาชิก 10 ประเทศ สีเหลือง หมายถึง ความเจริญรุ่งเรือง สีแดง หมายถึง ความกล้าหาญและการมีพลวัติ สีขาว หมายถึง ความบริสุทธิ์ น้ำเงิน หมายถึง สันติภาพและความมั่นคง



ภาพที่ 2 : ประเทศสมาชิกอาเซียน

นโยบายการดำเนินงานของอาเซียนมาจากการประชุมหารือในระดับหัวหน้ารัฐบาล ระดับรัฐมนตรี (ASEAN Economic Minister Meeting – AEM) และระดับเจ้าหน้าที่อาวุโสอาเซียน (ASEAN Senior Economic Official Meeting – SEOM) ทั้งนี้การประชุมสุดยอดอาเซียน (ASEAN

Summit) ซึ่งเป็นการประชุมผู้นำของประเทศสมาชิก เพื่อกำหนดนโยบายในภาพรวม ในการประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 9 วันที่ 7 ตุลาคม พ.ศ. 2546 ผู้นำประเทศลงนามร่วมกันในปฏิญญาว่าด้วยความร่วมมือในอาเซียน ฉบับที่ 2 หรือเรียกว่า Bali Concord II โดยเห็นชอบให้จัดตั้งประชาคมอาเซียน ภายในปี พ.ศ. 2563 (2020) เป็นการสนับสนุนการรวมตัวและความร่วมมืออย่างรอบด้าน มีการจัดตั้งประชาคมรวม 3 ด้าน ได้แก่

- 1) ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน หรือ ASEAN Political-Security Community (APSC)
- 2) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ ASEAN Economic Community (AEC)
- 3) ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน หรือ ASEAN Socio-Cultural Community (ASCC)

จากการประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 12 วันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2550 ผู้นำอาเซียนเห็นชอบให้เร่งรัดการรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียนให้เร็วขึ้นกว่าเดิมอีก 5 ปี คือ ภายในปี พ.ศ. 2558 (2015) เพื่อปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ของโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

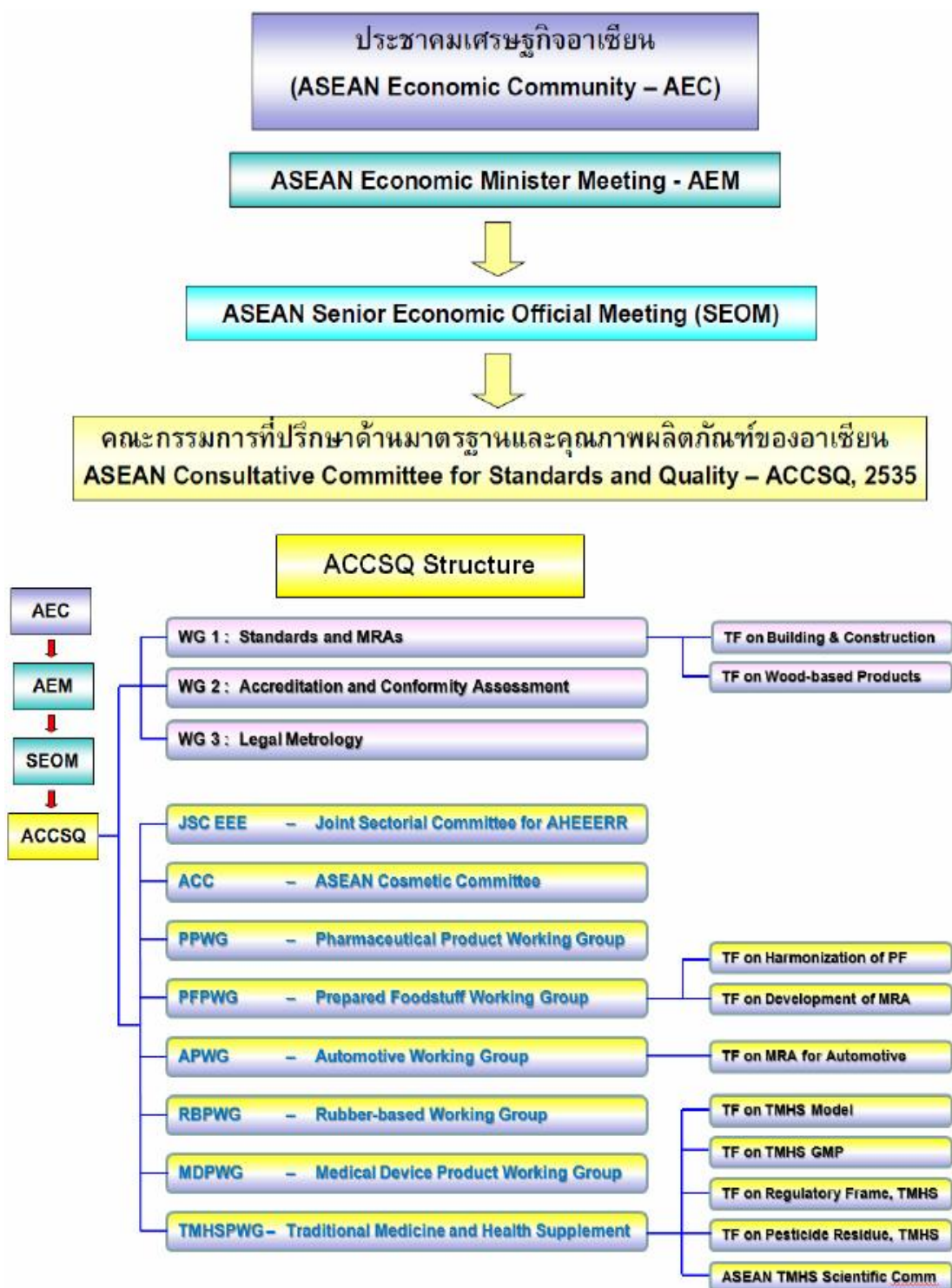
ภายใต้แผนพิมพ์เขียวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานด้านมาตรฐานและการตรวจสอบรับรอง (Standard and Conformance) โดยคณะกรรมการที่ปรึกษาด้านมาตรฐานและคุณภาพผลิตภัณฑ์ของอาเซียน หรือ ASEAN Consultative Committee for Standards and Quality (ACCSQ) ซึ่งแต่งตั้งโดยคณะรัฐมนตรีเศรษฐกิจของอาเซียน (ASEAN Economic Minister Meeting) ให้ทำหน้าที่ดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวกับด้านมาตรฐานและการตรวจสอบรับรอง เพื่อตอบสนองนโยบายของอาเซียนที่มุ่งไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยการปรับมาตรฐานและกฎระเบียบทางเทคนิคระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนให้เป็นหนึ่งเดียว และยอมรับร่วมกัน รวมทั้งความร่วมมือด้านมาตรฐานและการรับรองกับคู่เจรจาต่าง ๆ เช่น จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ สหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกาสำหรับงานด้านเครื่องสำอางอาเซียน

คณะกรรมการ ACCSQ มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริม และอำนวยความสะดวกทางการค้าระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน ตลอดจนการปรับมาตรฐานและกฎระเบียบให้สอดคล้องหรือใกล้เคียงกัน ทำให้มีเสรีมากขึ้นในการเคลื่อนย้ายสินค้าระหว่างกัน ในการดำเนินของคณะกรรมการ ACCSQ เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้ครอบคลุมอย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้มีการแต่งตั้งคณะทำงานทั้งทางเทคนิคและด้านผลิตภัณฑ์ ในปี พ.ศ. 2540 คณะกรรมการ ACCSQ ได้รับคำร้องจากสมาคมเครื่องสำอางอาเซียน (ASEAN Cosmetic Association - ACA) ขอให้พิจารณาปรับกฎหมายเครื่องสำอางของประเทศสมาชิกอาเซียนให้สอดคล้องกัน เพื่อลดอุปสรรคทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (Non Tariff Barrier) คณะกรรมการ ACCSQ จึงแต่งตั้งคณะทำงานด้านผลิตภัณฑ์

เครื่องสำอางที่เรียกว่า ACCSQ Cosmetic Product Working Group ซึ่งปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนชื่อเป็น คณะกรรมการเครื่องสำอางอาเซียน หรือ ASEAN Cosmetic Committee (ACC) เพื่อศึกษาแนวทางในการปรับกฎระเบียบทางวิชาการ และการตรวจสอบรับรองเครื่องสำอางให้สอดคล้องกันในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน ปัจจุบันคณะกรรมการ ACCSQ มีการแต่งตั้งคณะทำงานด้านเทคนิค 3 คณะ และด้านผลิตภัณฑ์ รวม 8 คณะ ได้แก่

- 1) คณะทำงานด้านมาตรฐาน (Standards and MRAs)
- 2) คณะทำงานด้านการตรวจสอบและรับรอง (Accreditation and Conformity Assessment)
- 3) คณะทำงานด้านมาตรวิทยาทางกฎหมาย (Legal Metrology)
- 4) คณะทำงานผลิตภัณฑ์ไฟฟ้า (Joint Sectorial Committee for AHEEERR)
- 5) คณะกรรมการเครื่องสำอาง (ASEAN Cosmetic Committee)
- 6) คณะทำงานผลิตภัณฑ์ยา (Pharmaceutical Product Working Group)
- 7) คณะทำงานผลิตภัณฑ์อาหาร (Prepared Foodstuff Working Group)
- 8) คณะทำงานผลิตภัณฑ์กลุ่มยานยนต์ (Automotive Working Group)
- 9) คณะทำงานผลิตภัณฑ์ยาง (Rubber-based Working Group)
- 10) คณะทำงานผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์ (Medical Device Product Working Group)
- 11) คณะทำงานผลิตภัณฑ์ยาแผนโบราณและอาหารเสริม (Traditional Medicine and Health Supplement)

ดังแสดงในภาพที่ 3 : โครงสร้างคณะกรรมการ ACCSQ



ภาพที่ 3 : โครงสร้างคณะกรรมการ ACCSQ

ในการดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ประเทศไทยโดยรัฐมนตรีกระทรวงพาณิชย์ ได้ลงนามร่วมกับรัฐมนตรีด้านเศรษฐกิจจากกลุ่มประเทศอาเซียนอีก 9 ประเทศ ในข้อตกลงว่าด้วยการปรับระบบการกำกับดูแลเครื่องสำอางให้เป็นหนึ่งเดียวแห่งอาเซียน (The ASEAN Harmonization of Cosmetic Regulation Scheme – AHCRS) เมื่อวันที่ 2 กันยายน พ.ศ. 2546 ในการประชุม ASEAN Economic Minister ครั้งที่ 35 ณ กรุงพนมเปญ ประเทศกัมพูชา ซึ่งข้อความตกลงดังกล่าวประกอบด้วย 2 แนวทาง (Schedules) ดังนี้

Schedule A: Mutual Recognition Arrangement of Product Registration Approval (MRA)

การยอมรับการจดทะเบียนที่ประเทศหนึ่งแล้ว สามารถเข้าไปขายอีกประเทศหนึ่งได้ ประเทศที่เข้าร่วมได้แก่ ประเทศมาเลเซีย ลาว และฟิลิปปินส์

Schedule B: ASEAN Cosmetic Directive (ACD) การปรับระบบการกำกับดูแลเครื่องสำอาง

ให้เป็นหนึ่งเดียวของอาเซียน โดยปรับกฎระเบียบเครื่องสำอาง ให้มีการแจ้งรายละเอียดเครื่องสำอางก่อนออกสู่ท้องตลาด

ทุกประเทศในอาเซียนตกลงเข้าร่วมใน Schedule B โดยปรับกฎระเบียบด้านเครื่องสำอางของประเทศสมาชิกให้มีความสอดคล้องกัน เรียกว่า **บทบัญญัติเครื่องสำอางแห่งอาเซียน (ASEAN Cosmetic Directive – ACD)** และเริ่มบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2551 เป็นต้นไป และดำเนินการอย่างสมบูรณ์เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2554

คณะกรรมการเครื่องสำอางอาเซียน (ASEAN Cosmetic Committee – ACC) มีการประชุมเป็นประจำทุกปี ๆ ละ 2 ครั้งในเดือนมิถุนายน และเดือนธันวาคม เพื่อพิจารณาปรับกฎระเบียบของประเทศสมาชิกให้สอดคล้องกับ ACD รวมทั้งติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินงานของประเทศสมาชิกในการเตรียมรับบทบัญญัตินี้ และนำเสนอปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน สำหรับประเทศไทย เริ่มดำเนินการตามบทบัญญัติเครื่องสำอางแห่งอาเซียน หรือ ACD ที่เริ่มบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2551 พร้อม ๆ กับอีกหลายประเทศในอาเซียน นอกจากนี้ คณะกรรมการเครื่องสำอางอาเซียน ยังมีการแต่งตั้งคณะทำงานเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานบทบัญญัติเครื่องสำอางแห่งอาเซียนของประเทศสมาชิก ให้เป็นอย่างมีประสิทธิภาพ จึงมีการแต่งตั้งคณะทำงานอีก 2 คณะ ได้แก่ คณะทำงานด้านวิชาการที่เรียกว่า ASEAN Cosmetic Scientific Body (ACSB) ทำหน้าที่พิจารณาหลักเกณฑ์ และข้อกำหนดทางด้านวิชาการ และคณะกรรมการด้านห้องปฏิบัติการที่เรียกว่า ASEAN Cosmetic Testing Laboratory Committee (ACTLC) ทำหน้าที่พิจารณาด้านเทคนิควิธีการตรวจวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการ รวมทั้งการพัฒนาห้องปฏิบัติการของประเทศสมาชิก

ในด้านการเป็นฐานการผลิต ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตรายใหญ่ของอาเซียน โดยส่งออกเครื่องสำอางเป็นอันดับหนึ่งในกลุ่มประเทศอาเซียน ตลาดนำเข้าเครื่องสำอางไทยรองลงมา ได้แก่ สหภาพยุโรป, สหรัฐอเมริกา, ญี่ปุ่น, จีน และออสเตรเลีย ตามลำดับ กลุ่มผู้ผลิตในประเทศไทย แบ่งออกเป็น กลุ่มผู้ผลิตขนาดใหญ่ ที่มีคนงานมากกว่า 200 คน ซึ่งมีทั้งที่เป็นของต่างประเทศ และของประเทศไทย มีจำนวน 22 ราย กลุ่มผู้ผลิตขนาดกลาง ที่มีคนงาน 51 – น้อยกว่า 200 คน มีจำนวน 220 ราย และกลุ่มผู้ผลิตขนาดเล็ก ที่รวมกลุ่มผู้ผลิตวิสาหกิจชุมชน ที่มีคนงานน้อยกว่า 50 คน มีจำนวน 520 ราย และยังมีศักยภาพที่จะขยายตลาดการส่งออกกลุ่มเครื่องสำอางที่ผสมสมุนไพรซึ่งกำลังเป็นที่นิยมของตลาดโลกได้อีกมาก ปัจจุบันกลุ่มผู้ผลิตที่มีกระบวนการผลิตที่เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการผลิตที่ดี หรือ GMP (Good Manufacturing Practice) และได้รับการรับรอง คิดเป็นร้อยละ 10 ของผู้ผลิตเครื่องสำอาง โดยเป็นกลุ่มผู้ผลิตขนาดใหญ่ และขนาดกลางบางราย ส่วนกลุ่มผู้ผลิตเครื่องสำอางขนาดกลางส่วนใหญ่ กลุ่มผู้ผลิตขนาดเล็ก และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ยังไม่ได้รับการรับรองกระบวนการผลิตตาม GMP ซึ่งกลุ่มนี้เป็นกลุ่มใหญ่ที่ผลิตเครื่องสำอางที่ผสมสมุนไพร และพบปัญหาในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ไม่สม่ำเสมอ เนื่องจากขาดความรู้ในการพัฒนา การควบคุมคุณภาพ รวมทั้งข้อมูลทางด้านวิชาการทั้งในด้านการผลิต การควบคุมคุณภาพ และการส่งออก

ด้วยเหตุดังกล่าว ผู้ศึกษาเห็นว่า กรณีศึกษาเรื่องการจัดตั้งศูนย์บริการวิชาการด้านเครื่องสำอางของประเทศไทย โดยสนับสนุนให้มีการดำเนินการอย่างเป็นระบบ มีหน่วยงานของภาครัฐเป็นแกนกลางในการประสานงานทางด้านวิชาการ ที่ครอบคลุมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ทั้งข้อกำหนด/กฎระเบียบ กฎหมาย มาตรฐาน และด้านการบริหารจัดการ ก็สามารถช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันรวมทั้งการขยายการส่งออก และเป็นการเตรียมความพร้อมของประเทศไทยในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลด้านการบริหารจัดการ ด้านวิชาการที่เกี่ยวข้องกับประเทศ ภูมิภาค และสากล

1.2.2 แนวทางการจัดตั้ง ศูนย์บริการวิชาการด้านเครื่องสำอางของประเทศไทย สำหรับสนับสนุนการส่งออก

### 1.3 ขอบเขตการศึกษา วิธีการดำเนินการศึกษา และระเบียบวิธีการศึกษา

1.3.1 ศึกษาในขอบเขตของด้านการบริหารจัดการเพื่อการส่งออก ข้อกำหนดด้านวิชาการที่เกี่ยวข้องกับห้องปฏิบัติการทดสอบ ข้อกำหนด กฎ ระเบียบ มาตรฐานของเครื่องสำอางทั้งของประเทศ ภูมิภาคอาเซียน และสากล

1.3.2 สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งจากการสัมภาษณ์และการจัดสัมมนา รวบรวมข้อมูลจากรายงานการประชุมและแหล่งข้อมูลที่มีอยู่ทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ

1.3.3 วิเคราะห์ข้อมูล จัดรูปแบบให้เป็นระบบ และสรุปผลการวิเคราะห์ในเชิงพรรณารวมทั้งการใช้ภาพ ตารางในการจัดทำรายงาน

### 1.4 ประโยชน์ของการศึกษา

1.4.1 ประเทศไทยมีศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการรักษา และเพิ่มส่วนแบ่งในตลาดอาเซียน และสากล

1.4.2 ได้รูปแบบในการพัฒนาระบบงาน ที่สามารถนำไปใช้ในการขยายศักยภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่น โดยเป็นศูนย์กลางการประสานงานทดสอบผลิตภัณฑ์ ยา อาหาร ยาสมุนไพรและอาหารเสริม และเครื่องมือแพทย์ เป็นการเตรียมความพร้อมการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ในปี พ.ศ. 2558



## บทที่ 2

### แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ทฤษฎีการจัดองค์การ หรือ Organization Theory

องค์การ (Organization) คือ การที่คนมากกว่าหนึ่งคนได้มาร่วมกันทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งหรือหลายกิจกรรม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน โดยมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบไปมาระหว่างกันทั้งภายในและภายนอกองค์การ ถ้าองค์การมีการขยายตัวใหญ่ขึ้น เริ่มมีระบบ และการยอมรับจากสังคมมากขึ้น ก็จะมีสถานะ “เป็นทางการ” (Formal Organization) ซึ่งจะต่างจากองค์การที่ไม่มีการระบุวัตถุประสงค์ และไม่มีระบบระเบียบในการดำเนินการเอาไว้ หรือมีการยอมรับกันแต่อย่าง “ไม่เป็นทางการ” (Informal Organization) องค์การโดยทั่วไป มีลักษณะที่สำคัญ 5 ประการ (วิรัช สงวนวงษ์วาน, 2537) คือ ต้องประกอบด้วย คน คนในองค์การต้องมีความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน ความเกี่ยวข้องดังกล่าวอยู่ในรูปโครงสร้าง ทุกคนต่างมีจุดมุ่งหมายส่วนบุคคล และการร่วมงานต้องตอบสนองให้ทุกคนพอใจ

ส่วนทฤษฎีการจัดองค์การ (Organization Theory) หมายถึง กรอบความคิดเชิงทฤษฎีที่พรรณนาถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ขององค์การที่มีปฏิสัมพันธ์กัน และรวมถึงความเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนการให้ข้อเสนอแนะว่า เราควรจะทำอย่างไรจึงจะทำให้้องค์การปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถทำให้องค์การดำเนินงานได้บรรลุเป้าหมาย ทฤษฎีการจัดองค์การสามารถแบ่งเป็นกลุ่มได้ 3 กลุ่ม คือ ทฤษฎีการจัดองค์การแบบประเพณีนิยม ทฤษฎีการจัดองค์การแบบกึ่งประเพณีนิยม และทฤษฎีการจัดองค์การแบบสมัยใหม่ (ไชยา ยิ้มวิไล, 2528 อ้างจาก Henry L. Tosi) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

##### 1) ทฤษฎีการจัดองค์การแบบประเพณีนิยม (Classical Organization Theory)

ลักษณะสำคัญของทฤษฎีนี้คือ องค์การเป็นผลที่เกิดจากความคิดที่ใช้เหตุผลเป็นทฤษฎีที่เกี่ยวกับการประสานงานระหว่างหน่วยงาน ทฤษฎีนี้ถือว่า “คน” เป็นเพียงเครื่องมือที่ทำให้้องค์การไปสู่ความสำเร็จและเป็นเพียงเอกบุคคล ผู้ที่ยึดทฤษฎีนี้เชื่อว่า การคัดเลือก การฝึกอบรม และการแนะนำจะทำให้คนปฏิบัติงานเฉพาะอย่าง เป็นทฤษฎีตามกฎหมาย อำนาจหน้าที่ที่กำหนดตามกฎหมายมีความเคร่งครัดในระดับสูง ทฤษฎีนี้แบ่งออกเป็นทฤษฎีย่อย 2 ทฤษฎี

1. ทฤษฎีการจูงใจ ทฤษฎีนี้กล่าวว่า ค่าตอบแทนทางวัตถุสิ่งของมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับการออกแรงทำงาน คนเป็นเพียงเครื่องมือเท่านั้น การให้เงินจึงถือว่าเป็นการจูงใจ และการให้เงินต้องจ่ายตามปริมาณงาน

2. ทฤษฎีการจัดองค์การอย่างมีระบบ ทฤษฎีนี้ศึกษาสิ่งแวดล้อมทางกายภาพขององค์การแบบเป็นทางการ เน้นการแบ่งงานกันทำคนละส่วนมีการแบ่งสายงาน และการมอบอำนาจอย่างมีระบบ

### 2) ทฤษฎีการจัดองค์การแบบกึ่งประเพณีนิยม (Neo-Classical Organization Theory)

ทฤษฎีนี้ยังสนใจโครงสร้างตามแบบแผน และการคิดตามหลักเหตุผลบ้าง แต่ศึกษาเพิ่มเติมว่าทำอะไรจริงจะบรรลุวัตถุประสงค์หลักได้เร็วขึ้น ทฤษฎีนี้จึงหันมาสนใจคนมากขึ้นเพราะได้มีการพิจารณาว่าการแบ่งงานกันทำอย่างเด็ดขาดนั้น จะทำให้คนหมดกำลังใจรู้สึกโดดเดี่ยวและต้องทำงานหน้าที่เดียว ซ้ำซาก ไม่สนุกสนานเพราะไม่มีโอกาสได้ติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่น ทฤษฎีนี้คำนึงผลที่เกิดจากการมอบอำนาจว่า ถ้ามอบอำนาจมากเกินไปก็ไม่พอใจ ถ้าไม่มอบอำนาจก็จะขัดเคืองใจ ทฤษฎีนี้ยอมรับว่าบุคคลและหน่วยงานต่างๆ ในองค์การย่อมมีความขัดแย้งกัน ซึ่งทฤษฎีแรกไม่ยอมรับว่ามีความขัดแย้ง ทฤษฎีนี้เชื่อว่าการแก้ไขความขัดแย้งนั้นควรใช้วิธีประชุมปรึกษาหารือกัน และต้องใช้การสื่อสารที่ดีแต่บางครั้งความขัดแย้งก็ทำให้เกิดผลดีได้เช่นกัน

ทฤษฎีกึ่งประเพณีนิยมนี้ให้ความสำคัญแก่เป้าหมายมากกว่าวิธีการ ดังนั้นทฤษฎีนี้จึงเสนอให้ ผู้ควบคุมอำนาจเกี่ยวกับเป้าหมายขององค์การมีอำนาจมากกว่าผู้ควบคุมอำนาจเกี่ยวกับวิธีการ เช่น คณะกรรมการอำนวยการขององค์การธุรกิจมีอำนาจในการควบคุมนักวิชาการและนายช่างเทคนิคต่าง ๆ ขององค์การ เป็นต้น

### 3) ทฤษฎีการจัดองค์การแบบสมัยใหม่ (Modern Organization Theory)

เป็นทฤษฎีผสมผสานระหว่างทฤษฎีที่ 1 และทฤษฎีที่ 2 ทฤษฎีนี้เกิดขึ้นเพื่อแก้ไขข้อบกพร่องของทฤษฎีดังกล่าว เช่น

1. ทฤษฎีตามแบบแผนนั้นให้คนงานแบ่งงานกันเด็ดขาด คือ ทำงานโดยใช้ทักษะเดียวซ้ำ ๆ ทำให้เกิดความจำเจซ้ำซาก ส่วนทฤษฎีองค์การด้านมนุษยสัมพันธ์ให้มีการหมุนเวียนผลัดเปลี่ยนกันทำงาน ทำให้คนงานได้ทักษะการทำงานหลายทักษะ และมีโอกาสติดติดสัมพันธ์กัน แต่ทฤษฎีองค์การสมัยใหม่ยอมรับว่าการหมุนเวียนหน้าที่หรือทำงานเป็นกลุ่มก็ยังคงมีความซ้ำซากอยู่นั่นเอง

2. ทฤษฎีนี้ยอมรับว่า ความขัดแย้งเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่เป็นสิ่งที่ดีที่ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน

3. ทฤษฎีนี้เล็งเห็นปัญหาว่า ทำอย่างไรจึงจะทำให้เกิดการผสมผสานระหว่างองค์การ

เป็นทางการและองค์กรไม่เป็นทางการ เนื่องจากองค์การแบบประเพณีนิยมสนใจองค์การเป็นทางการที่เป็นโครงสร้างทั้งหมด (Macro Organization View) แต่ทฤษฎีการจัดองค์การแบบกึ่งประเพณีนิยม หรือทฤษฎี มนุษย์สัมพันธ์สนใจองค์การไม่เป็นทางการ และมุ่งศึกษาเฉพาะส่วนใดส่วนหนึ่ง โดยเฉพาะพฤติกรรมของมนุษย์ซึ่งเป็นระบบย่อย (Micro Analysis) ส่วนทฤษฎีการจัดองค์การแบบสมัยใหม่ ใช้ข้อมูลที่ศึกษาในระบบย่อยมาอธิบายระบบใหญ่ และนำมาประกอบการตัดสินใจจัดวางตัวบุคคลในองค์การเป็นต้น

4. ทฤษฎีนี้ได้ขยายการศึกษาครอบคลุมถึงองค์การอื่น ๆ นอกเหนือจากโรงงาน และได้ศึกษาสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลเหนือองค์การองค์การต้องปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และเทคโนโลยีต่าง ๆ

## 2.2 องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization)

องค์กรแห่งการเรียนรู้ได้รับการกล่าวถึงกันอย่างกว้างขวางทั้งในภาครัฐและเอกชน โดยภาครัฐได้กำหนดให้มีมาตราไว้ในกฎหมาย คือ พระราชบัญญัติว่าด้วยหลักเกณฑ์ และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 หมวด 3 มาตรา 11 “ส่วนราชการมีหน้าที่พัฒนาความรู้ในส่วนราชการ เพื่อให้มีลักษณะเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ โดยต้องรับรู้ข้อมูลข่าวสารและสามารถประมวลผลความรู้ในด้านต่าง ๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติราชการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วและเหมาะสมกับสถานการณ์ รวมทั้งต้องส่งเสริมและพัฒนาความรู้ความสามารถ สร้างวิสัยทัศน์ และปรับเปลี่ยนทัศนคติของข้าราชการในสังกัดให้เป็นบุคลากรที่มีประสิทธิภาพและมีการเรียนรู้ร่วมกัน”

องค์กรสมัยใหม่ควรมีลักษณะสำคัญดังนี้ ต้องเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ต้องอาศัยความเข้าใจและความมุ่งมั่นในการทำระบบย่อยทั้ง 5 ระบบขององค์กรแห่งการเรียนรู้อันได้แก่ การเรียนรู้ (Learning) องค์กร (Organization) คน (People) ความรู้ (Knowledge) และเทคโนโลยี (Technology) การเรียนรู้ประเภทนี้ไม่สามารถเกิดขึ้น และไม่สามารถคงอยู่ได้ หากปราศจากความเข้าใจ และการพัฒนาระบบย่อยที่สัมพันธ์กัน นอกจากนี้ การที่จะสร้างให้เกิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ได้นั้น Peter M. Senge ได้แนะนำว่า องค์กรต้องสร้างวินัย 5 ประการ (The Fifth Discipline) ให้เกิดขึ้นแก่บุคลากร ดังต่อไปนี้

1) บุคลากรที่มีความรอบรู้ (Personal mastery) บุคคลต้องได้รับการส่งเสริมให้มีการพัฒนาอยู่เสมอโดยในการพัฒนาควรเป็นไปอย่างต่อเนื่อง รูปแบบของการเรียนรู้จะเน้นการเรียนรู้ในที่ทำงาน หรือการเรียนรู้งานในหน้าที่

2) **รูปแบบความคิด (Mental models)** รูปแบบความคิดของบุคคลมีอิทธิพลต่อแนวทางการปฏิบัติของบุคคลนั้นๆ โดยเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมการปฏิบัติงานว่าจะมีลักษณะเช่นไร ดังนั้นองค์กรต้องพัฒนาบุคลากรให้มีการเรียนรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่องค์กรต้องการ

3) **วิสัยทัศน์ร่วม (Shared vision)** ความสอดคล้องระหว่างวิสัยทัศน์ขององค์กรและวิสัยทัศน์ของบุคคล ส่งผลให้บุคคลปฏิบัติหน้าที่ด้วยความผูกพัน มีการแลกเปลี่ยนแนวความคิด ความรู้ ประสบการณ์ ซึ่งกันและกัน

4) **การเรียนรู้เป็นทีม (Team learning)** ในองค์กรแห่งการเรียนรู้อาจตั้งเป็นทีมเรียนรู้ เพื่อพิจารณาความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อนำมาแลกเปลี่ยนแนวความคิดและนำไปสู่ข้อกำหนดในการปรับปรุงองค์กรให้มีประสิทธิภาพ

5) **ความคิดเป็นระบบ (System thinking)** เป็นวินัยข้อที่สำคัญมาก มีลักษณะคือ คิดเป็นกลยุทธ์ เน้นรูปแบบที่สามารถนำมาปฏิบัติจริงได้ คิดทันต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อองค์กร และสามารถแก้ไขปัญหาได้ทันเหตุการณ์

### 2.3 สรุปกรอบแนวคิด

ลักษณะสำคัญของศูนย์บริการวิชาการด้านเครื่องสำอางของประเทศไทย คือ การให้บริการด้านวิชาการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และน่าเชื่อถือ รวมทั้งการให้บริการที่คล่องตัว และต้องทันเหตุการณ์ด้วย การจัดองค์กรให้มีลักษณะดังกล่าว จะต้องมีการทบทวนสถานการณ์องค์กรต่าง ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน โดยใช้แนวคิดทฤษฎีในด้าน “**ทฤษฎีการจัดองค์กร หรือ Organization Theory**” ศึกษารูปแบบของการจัดองค์กรให้เหมาะสม ทันสมัย และมีความคล่องตัวที่สามารถปรับให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมและสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ และสิ่งสำคัญคือ สามารถนำไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) คือ องค์กรที่ซึ่งบุคลากรสามารถเพิ่มพูนความรู้ความสามารถได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถสร้างผลงานได้ตามความปรารถนา (Peter M. Senge, 1990)

ในการดำเนินการศึกษาแนวทาง ในการจัดตั้งศูนย์บริการวิชาการด้านเครื่องสำอางของประเทศไทย ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

- 1) ข้อมูลจากแบบสอบถาม และข้อปรักรษาหารือกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย ผู้ผลิตเครื่องสำอาง หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- 2) รายการประชุมคณะกรรมการร่วมภาครัฐ เอกชน และประชาชน กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ และของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- 3) ข้อมูลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งของภาครัฐ และเอกชน

## บทที่ 3

### ผลการศึกษา

#### 3.1 ผลการศึกษา

จากการศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งจากข้อมูลที่ได้รับโดยตรง และรายงานการประชุมของกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งจากภาครัฐและเอกชน มีรายละเอียดดังนี้

##### 3.1.1 ข้อมูลจากแบบสอบถาม และข้อปรีกษาหารือ

3.1.1.1 วันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2554 ผู้แทนจากสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย เข้าพบผู้บริหารระดับสูงของกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข เพื่อปรึกษาหารือในเรื่องการสนับสนุนด้านวิชาการด้านเครื่องสำอาง เรื่องการตรวจวิเคราะห์เครื่องสำอางทางห้องปฏิบัติการตามข้อกำหนด กฎหมาย และมาตรฐานของต่างประเทศ เพื่อการส่งออก โดยขอให้พิจารณาในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ถูก และตรวจสอบความปลอดภัยและออกเอกสารรับรอง รวมทั้งงานด้านวิจัยสารสกัดสมุนไพรที่ใช้ในการผลิตเครื่องสำอาง ให้มีคุณภาพสม่ำเสมอตามมาตรฐานสากล

3.1.1.2 วันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ. 2554 ถึงวันที่ 15 สิงหาคม พ.ศ. 2554 สํารวจความพึงพอใจ ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ จากผู้รับบริการงานด้านเครื่องสำอาง ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวม 22 ราย สรุปได้ว่า ต้องการให้ลดขั้นตอนในการดำเนินงาน ขยายรายการทดสอบให้มากขึ้น ให้เป็นผู้ประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อความสะดวกและรวดเร็ว รวมทั้งเสนอให้รับงานศึกษาวิจัย ในราคาที่ถูก และรวดเร็ว

##### 3.1.2 รายงานการประชุม การสัมมนา

3.1.2.1 วันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2553 วันที่ 8 กันยายน พ.ศ. 2553 และวันที่ 23 มีนาคม พ.ศ. 2554 กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข เป็นการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นโดยตรงจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน ซึ่งสรุปผลจากการประชุมได้ว่า ต้องการให้กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ ขยายการรายการตรวจวิเคราะห์สารอันตราย และการทดสอบความปลอดภัยของสำอางที่ไม่ใช้สัตว์ทดลอง ซึ่งปัจจุบันต้องส่งตรวจที่ต่างประเทศ รวมทั้งขอให้ขยายเครือข่ายห้องปฏิบัติการ สนับสนุนข้อมูลทางด้านวิชาการ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผสมสมุนไพร ตลอดจนการจัดฝึกอบรมและศึกษาดูงาน

**3.1.2.2 วันที่ 10 พฤษภาคม พ.ศ. 2554 กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข ประชุมกับสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค** เป็นการประชุมร่วมกัน เพื่อหาแนวทางในการดำเนินการศึกษาวิจัยในการตรวจวิเคราะห์สารอันตรายที่ยังไม่มีการควบคุมเป็นเครื่องสำอาง เช่น สีสีก เหล็กคัตฟันแฟชั่น สนับสนุนข้อมูลวิชาการ รวมทั้งการเป็นห้องปฏิบัติการอ้างอิงด้านเครื่องสำอางให้แก่สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคด้วย

**3.1.2.3 วันที่ 12 ธันวาคม พ.ศ. 2554 กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข ประชุมกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา** เป็นการประชุมร่วมกัน เพื่อร่วมดำเนินการเฝ้าระวังอันตรายจากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่อาจมีสารอันตรายตามที่กฎหมายห้ามใช้ เช่น สารหอมผสม สีในลิปสติก โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จะดำเนินการเก็บตัวอย่างจากท้องตลาดและผู้ผลิต ส่งตรวจวิเคราะห์ที่กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ และขอสนับสนุนเป็นห้องปฏิบัติการอ้างอิงในการดำเนินการตามกฎหมาย และขอให้พัฒนาชุดทดสอบอย่างง่ายที่สามารถใช้ในภาคสนามได้

**3.1.2.4 วันที่ 26-27 เมษายน พ.ศ. 2555 กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข ประชุมกับกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ** เป็นการประชุมร่วมกัน เพื่อร่วมดำเนินการเฝ้าระวังผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ใช้ในสปา ประเภท ขัด ฟอก และนวด โดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ดำเนินการเก็บตัวอย่างจากสถานประกอบการสปา ส่งตรวจวิเคราะห์ที่กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ และขอให้พัฒนาชุดทดสอบที่สามารถใช้ในภาคสนามได้

**3.1.2.5 รายงานการประชุมคณะทำงานจัดทำแผนยุทธศาสตร์ต่างประเทศด้านเครื่องสำอาง พ.ศ. 2553 – 2557 โดยมีสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เป็นเจ้าของเรื่อง** และมีหน่วยงานจากกระทรวงต่างๆ ภาคเอกชน ร่วมประชุมด้วย โดยมีผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่านจากภาครัฐ และเอกชน ได้แก่ ผศ. ดร. ชาญชัย จารุภาชนัน จากคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการจัดทำยุทธศาสตร์ และ ดร. นิลสุวรรณ ลีลารัศมี รองเลขาธิการสภาอุตสาหกรรมแห่งชาติ ซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์ตรงในการเจรจา เวทีของอาเซียนและเวทีนานาชาติมากมาย ผู้เชี่ยวชาญทั้งสองท่านมาให้ข้อเสนอแนะในกระบวนการและการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ต่างประเทศ และนำข้อมูลจากการสัมมนาวิเคราะห์เพื่อจัดทำเป็นแผนยุทธศาสตร์ต่างประเทศด้านเครื่องสำอาง

แผนยุทธศาสตร์ต่างประเทศด้านเครื่องสำอาง พ.ศ. 2553 – 2557 ประกอบด้วย 6 ประเด็นยุทธศาสตร์ ได้แก่

1. เร่งรัดให้ข้อมูลผู้ประกอบการเครื่องสำอางขนาดเล็ก และวิสาหกิจชุมชน ให้มีความรู้ตามข้อกำหนด บทบัญญัติเครื่องสำอางอาเซียน

2. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเครื่องสำอางไทยทุกระดับ พัฒนาคุณภาพกระบวนการผลิตตามศักยภาพของตนเอง
3. เพิ่มความเข้มแข็งและสร้างความได้เปรียบ เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตเครื่องสำอางในการส่งออก
4. พัฒนาระบบการ วิธีการเจรจา และพิธีการระหว่างประเทศ
5. ส่งเสริม/สนับสนุนให้มีการวิจัย พัฒนาเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน
6. สร้างความร่วมมือภาคีเครือข่าย

**3.1.2.6 วันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2555 การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อผลักดันการส่งออกของประเทศ โดยมี ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี (นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร) จัดโดยกระทรวงพาณิชย์** เป็นการประชุมเพื่อผลักดันการส่งออกของประเทศ โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมจากภาครัฐ สมาคมการค้าที่เกี่ยวข้อง และผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ 65 แห่งทั่วโลก ซึ่ง ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี ได้มอบนโยบายและมาตรการในการผลักดันการส่งออกทั้งในระยะเร่งด่วน และระยะยาว ทั้งนี้ให้หน่วยงานต่างบูรณาการเพื่อแก้ไขปัญหาปัญหา/อุปสรรคทางการค้า และทำงานร่วมกัน โดยปรับวิธีการทำงานแต่ไม่ปรับเป้าหมาย

ปัญหา/อุปสรรคในการส่งออกของไทยที่เกี่ยวข้องงานด้านเครื่องสำอาง ได้แก่ ปัญหาการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าส่งออก และปัญหาการเชื่อมโยงและพัฒนาาระบบโลจิสติกส์ โดยมีมาตรการเร่งด่วนเพื่อแก้ไขปัญหา คือ จัดตั้งศูนย์ทดสอบและพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก เช่น ศูนย์ทดสอบมาตรฐานเครื่องสำอาง เป็นต้น

### 3.1.3 ข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน

**3.1.3.1 กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์กระทรวงสาธารณสุข กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ (วพ.)** มีวิสัยทัศน์ “เป็นองค์กรชั้นนำด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์ในระดับประเทศและภูมิภาคเอเชีย” มีหน้าที่รับผิดชอบในการเป็นห้องปฏิบัติการอ้างอิงของประเทศ โดยกำหนดวิธีวิเคราะห์หามาตรฐานของประเทศ และเสนอให้เป็นวิธีวิเคราะห์ของอาเซียน (ASEAN Cosmetic Methods – ACMs) ดำเนินการประเมินความเสี่ยงจากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ยังไม่มีการควบคุมตามกฎหมาย เพื่อเสนอข้อมูลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนดเป็นกฎหมายต่อไป และดำเนินการร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดทั่วประเทศ ในการเฝ้าระวังอันตรายจากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่จำหน่ายในท้องตลาด

นอกจากนี้ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ ยังให้บริการรับรองความสามารถห้องปฏิบัติการทางการแพทย์และสาธารณสุขตามมาตรฐานสากล ISO/IEC 17025 และ ISO 15189

ให้บริการฝึกอบรมในด้านการประกันคุณภาพทางห้องปฏิบัติการ และฝึกอบรมด้านการตรวจวิเคราะห์ให้แก่ห้องปฏิบัติการทั้งจากภาครัฐ และเอกชน ทั้งในประเทศและจากหน่วยงานในต่างประเทศ

**3.1.3.2 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข** สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (สนอย.) มีวิสัยทัศน์ “องค์กรที่เป็นเลิศด้านการคุ้มครองและส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และสมประโยชน์ มุ่งสู่สังคมสุขภาพดี” เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการรับจดแจ้งเครื่องสำอาง ตามที่กำหนดในพระราชบัญญัติ เครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 และตามกฎหมาย/ระเบียบเครื่องสำอางอาเซียน หรือ ASEAN Cosmetic Directives (ACD) และเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการตรวจรับรองตามหลักเกณฑ์และวิธีการผลิตที่ดี หรือ Good Manufacturing Practices (GMP)

สนอย. ให้บริการข้อมูลในด้าน รายชื่อสารที่ห้ามใช้ สารอันตราย สารที่กำหนดปริมาณการใช้ในเครื่องสำอาง, ข้อกำหนด GMP ของประเทศและของอาเซียน, รายชื่อผู้ประกอบการ, รายชื่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอันตราย, กฎ/ระเบียบของประเทศ และของอาเซียน และความรู้ทั่วไปด้านเครื่องสำอาง

**3.1.3.3 กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข** กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (สบส.) วิสัยทัศน์ “เป็นองค์กรหลักด้านบริการสุขภาพ และระบบสุขภาพภาคประชาชน” มีหน้าที่รับผิดชอบในการควบคุมสถานที่เพื่อสุขภาพ หรือเสริมสวย ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 ให้บริการข้อมูลด้านกฎหมายและรายชื่อสถานประกอบการที่ได้รับมาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด

**3.1.3.4 กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์** กรมการค้าต่างประเทศ มีวิสัยทัศน์ “เป็นองค์กรที่เป็นเลิศในการบริหารการค้าระหว่างประเทศของไทย” ให้บริการข้อมูลด้านกฎหมาย กฎระเบียบ และมาตรการทางการค้า สิทธิประโยชน์ทางการค้า รวมทั้งมีศูนย์บริการส่งออกแบบเบ็ดเสร็จ ความรู้เบื้องต้นในการประกอบธุรกิจส่งออก และศูนย์บริการร่วมกระทรวงพาณิชย์

**3.1.3.5 กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์** กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (จร.) มีวิสัยทัศน์ “ก้าวทันกระแสการค้าโลก เจรจาเชิงรุก เพื่อประโยชน์สูงสุดของประเทศ” ให้บริการข้อมูลด้านกฎหมายด้านการค้า มาตรการต่างๆ เวทีการเจรจา ภาพรวมการค้า สรุปการค้าระหว่างประเทศของไทยกับประเทศคู่ค้าสำคัญ สถิติการค้าของประเทศ ลำดับประเทศคู่ค้า สิทธิประโยชน์ทางการค้า และรายงานผลการจ้างศึกษาวิจัย

**3.1.3.6 กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์** กรมส่งเสริมการส่งออก มี



วิสัยทัศน์ “เป็นหน่วยงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศชั้นนำของเอเชีย” ให้บริการข้อมูลด้านสรุปการค้าระหว่างประเทศ รายละเอียดกลุ่มประเทศ มูลค่าการส่งออก การนำเข้า สถิติการค้าระหว่างประเทศตามโครงสร้างสินค้าสำคัญ ข้อมูลสินค้าเครื่องสำอางและสปา ข้อมูลธุรกิจบริการสปา ข้อมูลโลจิสติกส์ ข้อมูลระเบียบการค้าระหว่างประเทศ ความรู้เบื้องต้นเพื่อการส่งออก ศูนย์ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ ฝึกอบรม e-learning เกี่ยวกับการส่งออก

**3.1.3.7 สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม**  
สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) มีวิสัยทัศน์ “เป็นผู้นำด้านการมาตรฐาน เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจ และสังคมอย่างยั่งยืน” ให้บริการข้อมูลด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน การรับรองระบบงานของประเทศไทย การรับรองความสามารถห้องปฏิบัติการอุตสาหกรรมตามมาตรฐาน ISO/IEC 17025 และจดทะเบียนบุคลากรด้านการมาตรฐาน

**3.1.3.8 สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม** สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) มีวิสัยทัศน์ “เป็นองค์กรชั้นนำการพัฒนาอุตสาหกรรม” ให้บริการข้อมูลด้านดัชนีอุตสาหกรรม สถิติอุตสาหกรรม ภาวะอุตสาหกรรมภาพรวม แผนแม่บทอุตสาหกรรม สรุปรายงานสถานการณ์เศรษฐกิจอุตสาหกรรมรายเดือน ความร่วมมือระหว่างประเทศด้านวิชาการ และระเบียบสหภาพยุโรป

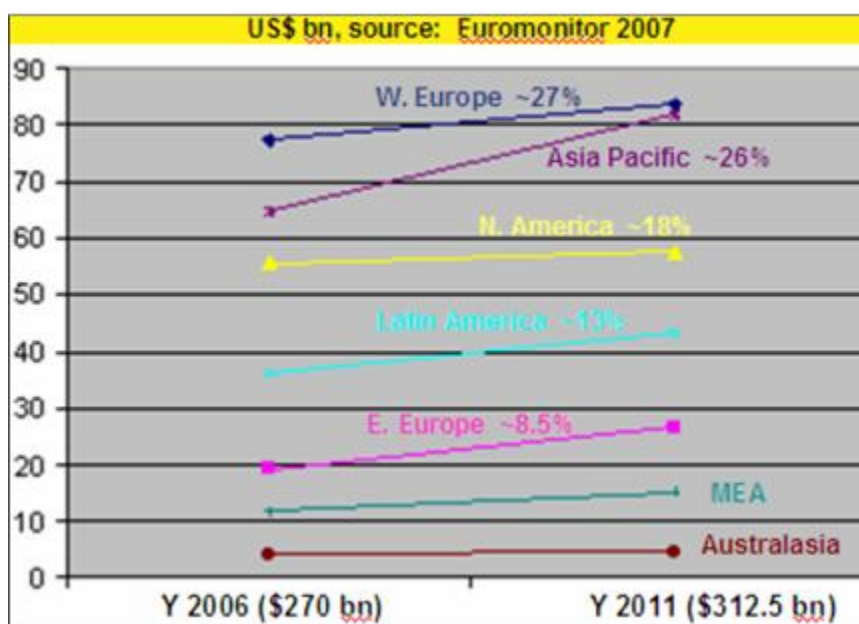
**3.1.3.9 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กระทรวงอุตสาหกรรม** สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) มีวิสัยทัศน์ “เป็นผู้นำในการกำหนดนโยบายและเป็นศูนย์กลางการประสานระบบการทำงานเพื่อขับเคลื่อนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ” มีหน้าที่ในการจัดทำแผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รายงานสถานการณ์และเตือนภัย สถานการณ์ส่งออก-นำเข้า มาตรการและกฎระเบียบทางการค้าสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่วนใหญ่เป็นมาตรการทางภาษี

**3.1.3.10 สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์** สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (สลคช.) มีวิสัยทัศน์ “วิสาหกิจชุมชนเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้ ส่งผลต่อเศรษฐกิจชุมชน” ให้บริการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน มีสินค้าและบริการ OTOP แบ่งเป็นสินค้าได้ 18 ประเภท และด้านบริการ 6 กลุ่ม เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพร 186 แห่ง นอกจากนี้ จัดให้มีการฝึกอบรมหรือการถ่ายทอดความรู้ที่เป็นประโยชน์และเป็นไปตามความต้องการของวิสาหกิจชุมชน ทั้งด้านเทคโนโลยีการผลิต การจัดการ การบัญชี ภาษีอากร และการตลาด ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน อย่างครบวงจร

**3.1.3.11 สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย** สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย ให้บริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ กฎหมาย กฎระเบียบอาเซียน และข้อมูลทั่วไปด้านเครื่องสำอาง และให้บริการข้อมูลเฉพาะสมาชิก

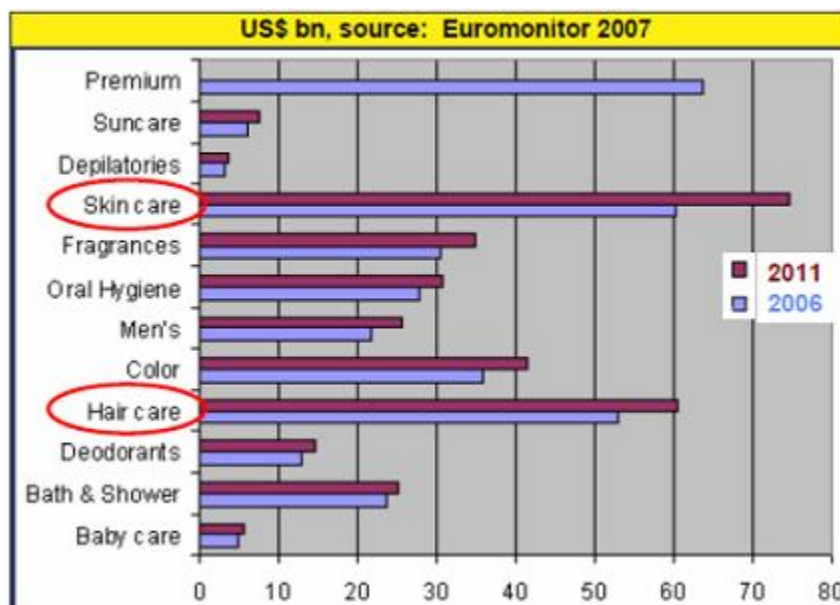
### 3.2 การส่งออกเครื่องสำอาง

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่จำหน่ายทั่วโลก มีการประมาณมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปี โดยมีการประมาณมูลค่าในปี พ.ศ. 2549 จำนวน 270 พันล้านเหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นเป็น 313 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2554 คิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 16 จากปี พ.ศ. 2549 โดยมีรายละเอียดตามทวีปต่างๆ คือ ในทวีปยุโรปตะวันตก เพิ่มขึ้นร้อยละ 27 ในแถบเอเชียแปซิฟิก เพิ่มขึ้นร้อยละ 26 ในทวีปอเมริกาเหนือเพิ่มขึ้นร้อยละ 18 กลุ่มลาตินอเมริกาเพิ่มขึ้นร้อยละ 13 และทวีปยุโรปตะวันตกเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.5 (Euromonitor, 2007) ดังแสดงในภาพที่ 4



ภาพที่ 4 : มูลค่าของเครื่องสำอางในปี 2554 ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2549

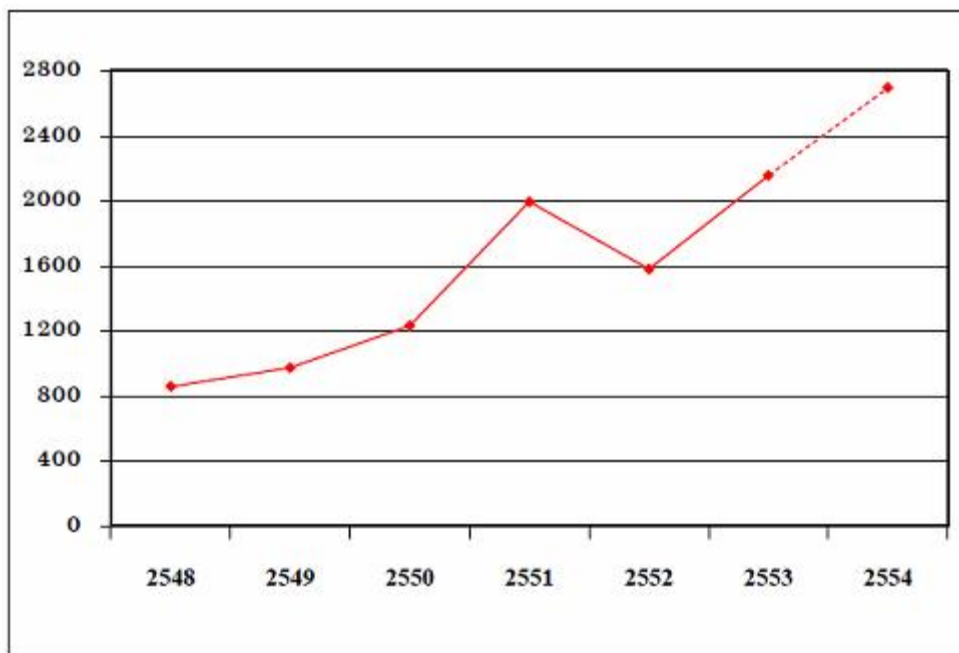
เมื่อพิจารณาเป็นรายประเภทผลิตภัณฑ์ของเครื่องสำอาง พบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม ผลิตภัณฑ์ตกแต่งใบหน้า น้ำหอม และผลิตภัณฑ์ดูแลช่องปาก เป็นกลุ่มใหญ่ที่มีแนวโน้มการใช้มาก (Euromonitor, 2007) ตามรายละเอียดที่แสดงในภาพที่ 5



ภาพที่ 5: มูลค่าของเครื่องสำอางประเภทต่างๆ ในปี 2554 ที่เพิ่มขึ้นจากปี 2549

ในปี พ.ศ. 2554 มีการคาดการณ์การส่งออกเครื่องสำอางในภาพรวมว่า จะมีมูลค่าการส่งออกประมาณ 2,695 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 25 ของมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2553 โดยมีมูลค่าการส่งออกในตลาดหลัก 5 อันดับ ได้แก่ ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และออสเตรเลีย โดยคิดเป็นร้อยละ 75.1, 38.6, 10.8, 1.2 และ 54.3 ตามลำดับ และสัดส่วนการส่งออกของทั้ง 5 อันดับนี้รวมกัน คิดเป็นร้อยละ 56.6 ของมูลค่าการส่งออก ตลาดใหม่ที่มีอัตราการขยายตัวสูง ได้แก่ เวียดนาม คิดเป็นร้อยละ 1,033.9 จอร์แดน คิดเป็นร้อยละ 294.8 และยูเครน คิดเป็นร้อยละ 171.7 จอร์แดน คิดเป็นร้อยละ 294.8 และยูเครน คิดเป็นร้อยละ 171.7

สำหรับเครื่องสำอางที่ส่งออกไปที่ญี่ปุ่น ได้แก่ สบู่ และผลิตภัณฑ์ดูแลผิว คาดว่าในปี พ.ศ. 2554 จะมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2553 คิดเป็นร้อยละ 75.1 และมีแนวโน้มให้ความสนใจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมสมุนไพร หรือผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของตลาดอื่นด้วย ดังแสดงในภาพที่ 6



ภาพที่ 6 : มูลค่าสินค้า (ล้านเหรียญสหรัฐ) เครื่องสำอางประเภทสบู่มะและผลิตภัณฑ์ดูแลผิว  
ที่มา : กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์, 2554

ตลาดการส่งออกที่สำคัญของไทย 10 อันดับแรก ในช่วงปี พ.ศ. 2552 – 2553 และการคาดการณ์ในปี พ.ศ. 2554 ได้แก่ ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลีย เวียดนาม สหราชอาณาจักร ฮ่องกง พม่า และจีน ดังมีรายละเอียดตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 : ตลาดการส่งออกเครื่องสำอางไทย

ประเทศ	มูลค่า : ล้าน เหรียญสหรัฐ			อัตรายายตัว : ร้อยละ			สัดส่วน : ร้อยละ		
	2551	2552	2553 (ม.ค.-ธ.ค.)	2551	2552	2553 (ม.ค.-ธ.ค.)	2551	2552	2553 (ม.ค.-ธ.ค.)
1. ญี่ปุ่น	164.92	275.68	549.22	-6.83	67.16	99.23	8.27	17.44	25.47
2. อินโดนีเซีย	143.46	133.77	166.32	19.93	-6.75	24.33	7.19	8.46	7.71
3. มาเลเซีย	697.71	152.57	160.89	487.12	-78.13	5.46	34.97	9.65	7.46
4. ฟิลิปปินส์	106.78	122.72	152.01	20.53	14.92	23.87	5.35	7.76	7.05
5. ออสเตรเลีย	105.41	106.18	131.22	14.91	0.73	23.57	5.28	6.72	6.08
6. เวียดนาม	84.88	100.37	113.69	39.25	18.24	13.27	4.25	6.35	5.27
7. สหราชอาณาจักร	54.51	70.00	85.69	26.38	28.42	22.42	2.73	4.43	3.97
8. กัมพูชา	44.61	53.19	80.09	20.65	19.22	50.58	2.24	3.37	3.71
9. พม่า	40.77	45.61	66.09	44.74	11.86	44.92	2.04	2.89	3.06
10. จีน	51.59	52.46	64.12	32.39	1.68	22.22	2.59	3.32	2.97
รวม 10 ประเทศ	1,494.70	1,112.50	1,569.30	85.91	-25.57	41.06	74.91	70.39	72.78
อื่น ๆ	500.60	468.00	587.10	16.54	-6.50	25.44	25.09	29.61	27.22
มูลค่ารวม	1,995.22	1,580.58	2,156.44	61.75	-20.78	36.43	100.00	100.00	100.00

ที่มา : กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์, 2554

กลยุทธ์ที่สำคัญที่จะช่วยลดปัญหาและอุปสรรคข้างต้น ได้แก่ การสนับสนุนการค้นคว้าวิจัย และพัฒนาทางด้านการผลิตวัตถุดิบอย่างจริงจัง การช่วยเหลือผู้ประกอบการทำการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้ดีและมีประสิทธิภาพทัดเทียมต่างประเทศ เพื่อลดการนำเข้าเทคโนโลยีการผลิตจากต่างประเทศ การลดกำแพงภาษีการนำเข้าวัตถุดิบ และบรรจุกิจกรรมในการผลิต หน่วยงานที่กำกับดูแล เร่งแก้ไขกฎหมาย พัฒนาและปรับปรุงระบบการขอขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับ ปริมาณคำขอจัดสัมมนาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขยายการส่งออกในตลาดหลักและตลาดที่มีศักยภาพโดยเน้นการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า และการดูแลค่าเงินบาท

### 3.3 ผลกระทบเครื่องสำอางในตลาดโลก

ปัจจุบันการนวดและสปาไทย เป็นที่นิยมมากในสหภาพยุโรป ผลจากการดำเนินการส่งเสริมการนวดสปาไทยอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 มีการจัดตั้งสถานสุขภาพนวดสปาไทยในกรุงโรม และเมืองอื่นๆ หลายแห่ง รวมทั้งคนไทยที่ให้บริการนวดแผนไทยตรงแก่ลูกค้าด้วย ทำให้ผลิตภัณฑ์สปาไทย อาทิ น้ำมันนวดสมุนไพร ลูกประคบ น้ำมันหอม/เทียนหอม เป็นต้น มีการนำเข้าผลิตภัณฑ์สุขภาพ วัตถุดิบเครื่องสำอาง รวมทั้งการบริโภคในสินค้าดังกล่าวค่อนข้างสูง ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากธรรมชาติ สมุนไพรไทย มีแนวโน้มเป็นที่นิยมมากขึ้น เนื่องจากผู้ใช้นั้นใจว่าปลอดภัยมากกว่าการใช้สารเคมี ได้แก่ ว่านหางจระเข้ อัญชัน มะคำดีควาย เปลือกมังคุด เป็นต้น โดยนำมาใช้เป็นส่วนผสมของแชมพู ครีมนวดผม สบู่ โลชั่นบำรุงผิว เป็นต้น จากสถิตินำเข้าผลิตภัณฑ์สุขภาพความงามจากไทยในอิตาลี มียอดเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2548 ถึงร้อยละ 530.1 และตัวเลขการนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 343.4 จึงกล่าวได้ว่าส่วนแบ่งตลาดของอิตาลีสำหรับสินค้าเครื่องสำอางและสุขภาพจากประเทศไทย ยังมีอนาคตที่ดี

สินค้าในกลุ่มสมุนไพรส่วนใหญ่ยังทำตลาดในประเทศเป็นหลัก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 70 – 80 ของการผลิต และส่งออกร้อยละ 20 – 30 ของการผลิต ในปี พ.ศ. 2554 กลุ่มอุตสาหกรรมสมุนไพร สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ผนึกกำลังดันตัวเลขส่งออกที่คาดกว่า 1.5 แสนล้านบาท กลุ่มเครื่องสำอางดาวเด่น ตามด้วยอาหารเสริม ระบุตลาดต่างประเทศแข่งขันสูง แคมเปญถูกกีดกันการค้าหนักๆ ต้องใช้เวลาสร้างการยอมรับ มีการขอให้สำนักงานผู้แทนการค้าไทยเจรจากับหน่วยงานที่ดูแลด้านอาหารและยาของ 12 ประเทศ อาทิ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และกลุ่มประเทศในลาตินอเมริกาได้แก่ เปรู ปานามา บราซิล รวมถึงเม็กซิโก ในเรื่องข้อมูล ขั้นตอนการขึ้นทะเบียน ฯลฯ เพื่อให้สินค้าไทยเข้าไปทำตลาดได้ง่ายขึ้น จากปัจจุบันที่ขั้นตอนการขึ้นทะเบียนอาหารและยาสมุนไพรนำเข้าของแต่ละประเทศ ค่อนข้างซับซ้อนยุ่งยาก

สำหรับสินค้าเป้าหมายที่ไทยจะส่งออกไปในกลุ่มประเทศเหล่านี้ ได้แก่ เครื่องสำอาง อาหารเสริม และผลิตภัณฑ์สปาเพื่อค้นเปิดตลาดครั้งใหญ่ ซึ่งในปี พ.ศ. 2553 กลุ่มสมุนไพรที่ส่งออกมาที่สุด คือ เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมสมุนไพร คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 รองลงมาคือ ประเภทอาหารเสริม โดยส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และยุโรป ซึ่งเรามีจุดแข็ง คือ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่วนเรื่องคุณภาพยังต้องสร้างการยอมรับ โดยพัฒนาให้ได้ตามมาตรฐานของประเทศ และสากล

### 3.4 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์บริการวิชาการด้านเครื่องสำอางของประเทศไทย

พิจารณาจากจุดแข็ง (strength) จุดอ่อนหรือจุดด้อย (weakness) ของประเทศไทย และพิจารณาในด้านโอกาส (opportunity) และอุปสรรคหรือภัยคุกคามหรือความเสี่ยง (threats) จากภายนอกประเทศไทย แล้วนำมาวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์ ดังนี้

#### จุดแข็ง (strength)

จุดแข็งของประเทศไทย ในเรื่องระบบการทดสอบและตรวจวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการ มีจุดแข็งทั้งที่เป็นเรื่องของบุคลากร เครื่องมือและเทคโนโลยี งบประมาณ และอื่น ๆ ดังนี้

#### บุคลากร

(1) วุฒิศึกษาของเจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่ในการทดสอบและตรวจวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการ ของภาครัฐ และห้องปฏิบัติการเอกชนขนาดใหญ่ จบอย่างน้อยระดับปริญญาตรี ในสายงานด้านวิทยาศาสตร์และสายวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง

(2) บุคลากรจากภาครัฐได้รับการฝึกอบรมทั้งทางด้านวิชาการ เทคนิคการตรวจวิเคราะห์โดยใช้เครื่องชั้นสูง และได้รับการสนับสนุนให้ศึกษาต่อในระดับปริญญาโทและระดับปริญญาเอก

(3) บุคลากรของภาครัฐได้เข้าร่วมประชุมวิชาการทั้งในระดับประเทศ และเป็นผู้แทนของประเทศในการประชุมระหว่างประเทศ

(4) บุคลากรของภาครัฐสามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้ในระดับปานกลางถึงดี เครื่องมือและเทคโนโลยี

(1) ห้องปฏิบัติการทางเคมีของภาครัฐ มีเครื่องมือวิทยาศาสตร์ที่ทันสมัย (state to the art) สามารถวิเคราะห์หาชนิดของสารเคมีและปริมาณในระดับที่น้อยมาก ซึ่งราคาเครื่องมือวิทยาศาสตร์เหล่านี้มีราคาแพงมาก ตั้งแต่ 2 – 30 ล้านบาท ตัวอย่างเช่น

- Gas Chromatograph (GC)
- Gas Chromatograph – Mass Spectrophotometer (GC-MS)

- Gas Chromatograph – Mass Spectrophotometer – Mass Spectrophotometer (GC-MS-MS)
- High Pressure Liquid Chromatograph (HPLC)
- Liquid Chromatograph – Mass Spectrophotometer (LC-MS)
- Liquid Chromatograph – Mass Spectrophotometer – Mass Spectrophotometer (LC-MS-MS),

- ICP – Mass Spectrophotometer (ICP-MS) เป็นต้น

(2) ห้องปฏิบัติการทางจุลชีววิทยา มีเครื่องมือวิทยาศาสตร์ที่ทันสมัย (state to the art) สามารถทดสอบทั้งในระดับการตรวจในงานปกติ และการยืนยันชนิดของเชื้อที่ก่อให้เกิดโรค

(3) ห้องปฏิบัติการงานวิจัยด้านสมุนไพร ที่มีเครื่องมือที่ทันสมัยและได้มาตรฐานในระดับสากล

(4) ห้องปฏิบัติการทางชีววิทยาในการทดสอบโดยใช้สัตว์ทดลอง มีอุปกรณ์และเครื่องมืออำนวยความสะดวกที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล

(5) มีระบบการบริหารงานคุณภาพทางห้องปฏิบัติการตามมาตรฐานสากล ISO/IEC 17025 : General Requirements for the Competence of Testing and Calibration Laboratories

(6) มีห้องปฏิบัติการอ้างอิงด้านเครื่องสำอางของประเทศที่สามารถให้การสนับสนุนด้านวิชาการ การฝึกอบรม หรือสนับสนุนวัสดุ มาตรฐานที่จำเป็นได้

(7) มีห้องปฏิบัติการที่เป็นผู้แทนของประเทศไทย ในการเข้าร่วมแสดงความสามารถในการวัด เพื่อให้สามารถเทียบเคียงได้กับนานาชาติ

#### งบประมาณ

ก. ได้รับการสนับสนุนงบประมาณในหมวดเงินลงทุน เพื่อก่อสร้างอาคารสถานห้องปฏิบัติการ และเครื่องมือวิทยาศาสตร์ที่ทันสมัย

ข. ได้รับการสนับสนุนงบประมาณในหมวดเงินดำเนินการ เพื่อจัดซื้อวัสดุสิ้นเปลืองในการดำเนินการทดสอบ

ค. ได้รับการสนับสนุนงบประมาณในหมวดรายจ่ายอื่น เพื่อการเดินทางไปประชุมและเสนอผลงานทางวิชาการในต่างประเทศ

#### อื่นๆ

(1) ประเทศไทยตั้งอยู่ในจุดยุทธศาสตร์ที่ดีในด้านภูมิศาสตร์ที่สามารถพัฒนาเส้นทางการขนส่งไปยังประเทศต่าง ๆ ได้แก่ ประเทศจีน ประเทศสมาชิกอาเซียน (พม่า ลาว เวียดนาม กัมพูชา มาเลเซีย) และเอเชียใต้ เพื่อออกสู่สหภาพยุโรปหรือออกสู่ทะเลได้ เหมาะสม



## (2) มีกฎหมายและมาตรฐานที่เอื้อต่อการปฏิบัติงาน ได้แก่

1. ระบบคุณภาพและมาตรฐานการผลิตสินค้าและการบริการ ที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล เช่น ISO 9001, ISO 14000, ISO 18000, cGMP, CODEX, HACCP เป็นต้น
2. มาตรฐานสินค้าที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เช่น มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, มาตรฐานสินค้าการเกษตรและอาหารแห่งชาติ, เป็นต้น
3. มาตรฐานด้านความปลอดภัยที่สอดคล้องกับกฎหมายหรือระเบียบสากล เช่น พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2530, พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522, พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535, พระราชบัญญัติเครื่องมือแพทย์ พ.ศ. 2551, พระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ. 2551, พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522, พระราชบัญญัติยาเสพติด พ.ศ. 2522, พระราชบัญญัติสารระเหย พ.ศ. 2531, เป็นต้น
4. มีระบบและหน่วยงานรับรองในด้านการตรวจสอบและรับรองสินค้า และการบริการตามมาตรฐานสากล เช่น ISO/IEC 17025, ISO 17043, ISO Guide 34, ISO 17000, เป็นต้น

(3) มีการรวมตัวของผู้ประกอบการด้านเครื่องสำอาง และห้องปฏิบัติการ เป็นสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย สมาคมผู้ตรวจรับรองและวิเคราะห์คุณภาพ สมาคมนักเคมีเครื่องสำอางแห่งประเทศไทย เพื่อดำเนินกิจการให้ความช่วยเหลือแก่สมาชิก

(4) ประเทศไทยมีความสามารถในการผลิตเครื่องสำอางและส่งออกได้เป็นอันดับหนึ่งของอาเซียน

(5) ประเทศไทยมีองค์ความรู้มากในด้านผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและสมุนไพรที่สั่งสมกัน

**จุดอ่อน (weakness)**

สำหรับจุดอ่อนของประเทศไทย ในเรื่องระบบการทดสอบและตรวจวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการ มีจุดอ่อนในเรื่องของบุคลากร เครื่องมือและเทคโนโลยี งบประมาณ และการบริหารงาน ดังนี้

**บุคลากร**

(1) เจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่ทดสอบและตรวจวิเคราะห์ในห้องปฏิบัติการของผู้ประกอบการ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก ส่วนใหญ่ไม่ได้จบการศึกษาในสายงานด้านวิทยาศาสตร์ จึงทำสามารถปฏิบัติงานได้ค่อนข้างจำกัด ไม่สามารถปฏิบัติงานในเชิงวิจัยและพัฒนาได้

(2) เจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่ทดสอบและตรวจวิเคราะห์ในห้องปฏิบัติการของผู้ประกอบการ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก ส่วนใหญ่ไม่ได้รับการฝึกอบรมทางด้านเทคนิคการทดสอบและด้านวิชาการที่เกี่ยวข้อง

(3) ไม่สามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้

(2) เครื่องมือและเทคโนโลยี – ผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดเล็ก ไม่ลงทุนในการจัดให้มีห้องปฏิบัติการและเครื่องมือที่จำเป็น เนื่องจากไม่มีความรู้ และต้องลงทุนค่อนข้างสูง

(3) งบประมาณ – ในการดำเนินการของผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดเล็ก จะไม่มีการเตรียมงบประมาณเพื่อการนี้ เนื่องจากต้องใช้งบประมาณค่อนข้างสูง และเมื่อเทียบกับส่งตัวอย่างไปตรวจที่ห้องปฏิบัติการภาครัฐ จะมีต้นทุนที่ต่ำกว่า

(4) แนวนโยบายและการบริหารจัดการ

(1) มีจุดอ่อนในการประสานงาน และบริหารจัดการซึ่งทำให้เกิดปัญหาการซ้ำซ้อน หรือเกิดช่องว่างที่ไม่มีผู้ใดดำเนินการ

(2) ไม่มีนโยบายที่ชัดเจนในการสนับสนุนงานด้านห้องปฏิบัติการ ค่าตอบแทนต่ำ และมีความเสี่ยงสูงในการที่สัมผัสกับสารเคมีหรือเชื้ออันตราย ทำให้เด็กรุ่นใหม่ไม่สนใจที่จะศึกษาหรือทำงานในด้านนี้

(3) ขาดการพัฒนาและงานวิจัยในงานผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและสมุนไพร ให้มีความหลากหลาย และมีคุณภาพสม่ำเสมอ

#### โอกาส (opportunity)

(1) คณะกรรมการเครื่องสำอางอาเซียน (ASEAN Cosmetic Committee – ACC) แต่งตั้งให้ประเทศไทยโดยสำนักเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุขเป็นห้องปฏิบัติการอ้างอิงของอาเซียนด้านเครื่องสำอาง (ASEAN Cosmetic Reference Laboratory – ACRL)

(2) คณะกรรมการเครื่องสำอางอาเซียน (ASEAN Cosmetic Committee – ACC) แต่งตั้งคณะทำงานด้านวิชาการเครื่องสำอางของอาเซียน (ASEAN Cosmetic Scientific Body – ACSB) เพื่อศึกษาข้อกำหนดทางวิชาการด้านเครื่องสำอาง

(3) คณะกรรมการเครื่องสำอางอาเซียน (ASEAN Cosmetic Committee – ACC) แต่งตั้งคณะกรรมการห้องปฏิบัติการด้านเครื่องสำอางของอาเซียน (ASEAN Cosmetic Testing Laboratory Committee – ACTLC) เพื่อดำเนินการกิจการพัฒนางานทางห้องปฏิบัติการ

(4) ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากธรรมชาติและสมุนไพรของประเทศไทย เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการของตลาดโลกมาก เนื่องจากประชากรโลกหันมาให้ความสนใจในเรื่องสุขภาพมากขึ้น

(5) ประเทศในกลุ่มอาเซียนมีการรวมตัวกัน และจัดทำข้อกำหนดด้านเครื่องสำอางร่วมกันที่เรียกว่า บทบัญญัติเครื่องสำอางแห่งอาเซียน (ASEAN Cosmetic Directive – ACD) และมีผลบังคับใช้อย่างสมบูรณ์เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2554 ทำให้สะดวกในการส่งออกระหว่างประเทศอาเซียนด้วยกัน

(6) มีการรวมตัวของห้องปฏิบัติการด้านเครื่องสำอาง ของประเทศสมาชิกอาเซียน ไม่ใช่จากหน่วยที่กำกับดูแลด้านกฎหมาย ทำให้เป็นโอกาสที่แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น และแลกเปลี่ยนความช่วยเหลือด้านวิชาการ ซึ่งกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ มีศักยภาพและพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือด้านวิชาการแก่ประเทศสมาชิกได้

#### **อุปสรรค (threats)**

(1) ประเทศสมาชิกอาเซียนที่เป็นคู่แข่งสำคัญในด้านการพัฒนาการทดสอบและการตรวจวิเคราะห์ คือ สิงคโปร์ และมาเลเซีย และมีบริษัทข้ามชาติจากกลุ่มสหภาพยุโรป ดำเนินธุรกิจด้านการทดสอบในประเทศไทย ส่วนคู่แข่งในด้านการศึกษาวิจัยผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและ สมุนไพร คือ ประเทศอินโดนีเซีย

(2) ข้อกำหนด คำหมายของประเทศในภูมิภาคอื่น

(3) ภาวะเศรษฐกิจโลกที่ตกต่ำ

จากผลวิเคราะห์ SWOT เกี่ยวกับจุดแข็งและโอกาส แนวโน้มของผู้บริโภคในเรื่องความปลอดภัยและทิศทางของธุรกิจและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative economy) ทุกฝ่ายเห็นพ้องกันว่าในอนาคตเครื่องสำอางที่มาจากสารธรรมชาติจะเป็นที่ต้องการของตลาด จึงทำให้มองวิสัยทัศน์เน้นไปที่เครื่องสำอางจากสารธรรมชาติ ซึ่งต้องใช้เวลาในการวิจัยและพัฒนาโดยยังคงมีแผนงานสนับสนุนเครื่องสำอางอื่น ๆ ไปพร้อมกัน และได้มีเสนอโครงการสำคัญที่ต้องเร่งดำเนินการให้แล้วเสร็จโดยเร็ว ซึ่งมีโครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนางานระบบการทดสอบและการตรวจวิเคราะห์เครื่องสำอาง เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตาม “บทบัญญัติเครื่องสำอางแห่งอาเซียน” (ASEAN Cosmetic Directive – ACD) ในประเทศไทย เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

## บทที่ 4

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

#### 4.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งจากข้อมูลที่ได้รับโดยตรง และรายงานการประชุมสัมมนาของกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งจากภาครัฐและเอกชน รวมทั้งข้อมูลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของกระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกระทรวงสาธารณสุข สรุปได้ว่า ข้อมูลที่หน่วยงานต่าง ๆ ให้บริการ ส่วนใหญ่เป็นข้อมูลด้านกฎหมาย กฎระเบียบ การบริหารจัดการ การค้า การลงทุน การดำเนินธุรกิจเพื่อการส่งออก มีบางส่วนที่เป็นข้อมูลทางวิชาการ และรายงานผลการศึกษาวิจัยและพบอีกว่า ข้อมูลในแต่ละด้านยังขาดการเชื่อมโยงของข้อมูลบางส่วน และไม่พบข้อมูลทางวิชาการด้านข้อกำหนดของประเทศคู่ค้า ที่เชื่อมโยงกับการสนับสนุนด้านการตรวจวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการ รวมทั้งข้อมูลในภาพรวมของห้องปฏิบัติการทั้งของประเทศไทย และของประเทศใกล้เคียง อาทิ ประเทศสมาชิกอาเซียน หรือประเทศในแถบเอเชีย ที่สามารถตรวจวิเคราะห์เครื่องสำอาง เพื่อสนับสนุนการส่งออก

นอกจากนี้ รัฐบาลมีมาตรการเร่งด่วนเพื่อแก้ไขปัญหาการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าส่งออก โดยการจัดตั้งศูนย์ทดสอบและพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก เช่น ศูนย์ทดสอบมาตรฐานเครื่องสำอาง เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ผู้ประกอบการต้องการให้ภาครัฐ เป็นศูนย์กลางให้บริการวิชาการ ที่ครอบคลุมทั้งทางการทดสอบและการศึกษาวิจัย

#### 4.2 ข้อเสนอแนะ

##### 4.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

4.2.1.1 ส่งเสริมให้เป็นนโยบายในการบูรณาการ การดำเนินงาน และข้อมูลระหว่างหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนและมีหน่วยงานที่รับผิดชอบรวมการสนับสนุนงบประมาณ ดำเนินการและครุภัณฑ์ที่จำเป็นและทันสมัย โดยอาจตั้งเป็นองค์การขนาดเล็กที่เป็นทางการ โดยจะต้องเป็นองค์การที่มีความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน และสามารถปรับรูปแบบให้เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมและสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป

4.2.1.2 แผนการพัฒนาด้านการศึกษาวิจัยในงานด้านเครื่องสำอาง และธุรกิจต่อเนื่องของประเทศ ซึ่งต้องจัดทำแผนระยะสั้น และระยะยาว โดยเฉพาะการศึกษาวิจัยเครื่องสำอางจากธรรมชาติและสมุนไพร ซึ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีแนวโน้มเป็นที่ต้องการของตลาดโลกมาก และการพัฒนากลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางฮาลาล เพื่อเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดเครื่องสำอางในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง รวมถึงแผนการส่งเสริมและสนับสนุนบุคลากรด้านวิเคราะห์และวิจัยทางห้องปฏิบัติการ ให้มีความก้าวหน้าและค่าตอบแทนที่สมเหตุสมผล

4.2.1.3 แผนการพัฒนาบุคลากรที่สอดคล้องและต่อเนื่อง ให้มีความรู้ในส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน เพื่อประโยชน์ในการประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพ สนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ ได้อย่างทันการณณ์

#### 4.2.2 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

สิ่งที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถดำเนินการได้ คือ การปรับฐานข้อมูลที่สามารถเชื่อมโยงประสานกันได้ ซึ่งควรเร่งดำเนินการในการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน สำหรับกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข สามารถดำเนินกิจกรรม ดังนี้

##### 4.2.2.1 การจัดทำฐานข้อมูล

(1) ฐานข้อมูลรายชื่อสารห้ามใช้ สารอันตราย สารที่กำหนดปริมาณการใช้ ตามที่กฎหมายกำหนด

(2) ฐานข้อมูลห้องปฏิบัติการทางเคมี จุลชีววิทยา กายภาพ การทดสอบความปลอดภัย

(3) ข้อกำหนด กฎระเบียบ กฎหมาย มาตรฐานของเครื่องสำอาง

ฐานข้อมูลข้างต้นให้จัดทำทั้งข้อมูลของประเทศไทย ภูมิภาค อาเซียน ประเทศในเอเชีย สหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกา

##### 4.2.2.2 การสร้างเครือข่ายห้องปฏิบัติการ

สร้างเครือข่ายห้องปฏิบัติการทั้งในประเทศ ภูมิภาค อาเซียน และหากเป็นไปได้ ควรขยายขอบข่ายไปยังประเทศในเอเชีย และภูมิภาคอื่น ๆ ด้วย โดยขยายกิจกรรมการพัฒนาความสามารถการตรวจวิเคราะห์ของประเทศสมาชิกอาเซียน ผ่านคณะกรรมการห้องปฏิบัติการด้านเครื่องสำอางของอาเซียน (ASEAN Cosmetic Testing Laboratory Committee – ACTLC) ซึ่งมีการประชุมปีละ 2 ครั้ง ในเดือนมิถุนายน และพฤศจิกายน ในลักษณะ back to back กับ คณะกรรมการเครื่องสำอางอาเซียน (ASEAN Cosmetic Committee – ACC)

#### 4.2.2.3 การพัฒนางานด้านการวิจัยสารสกัดสมุนไพรไทย

สารสกัดสมุนไพร ที่นำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเครื่องสำอางที่มาจากธรรมชาติและสมุนไพร ซึ่งจะมีคุณภาพที่แตกต่างไปตามส่วนที่นำมาใช้สกัด และตามฤดูกาล ซึ่งต้องการการศึกษาวิจัยและพัฒนาการควบคุมคุณภาพของสารสกัดสมุนไพร ให้เป็นอย่างสม่ำเสมอ และจัดทำเป็นมาตรฐานของประเทศต่อไป

#### 4.2.2.4 จัดตั้งศูนย์ประสานงานการทดสอบเครื่องสำอางของประเทศไทย

จัดตั้งศูนย์ประสานงานการทดสอบเครื่องสำอางของประเทศไทย โดยเน้นการประสานงานกับห้องปฏิบัติการทดสอบในด้านต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะต้องพัฒนาในด้าน โลจิสติกส์ไปพร้อม ๆ กันด้วย ทั้งนี้อาจเริ่มดำเนินการจากรายการทดสอบที่มีความต้องการสูงสุดก่อน

จากข้อเสนอแนะทั้งในเชิงนโยบาย และข้อเสนอแนะในการดำเนินการนั้น ควรได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง จะต้องได้รับการสนับสนุนทั้งในด้านงบประมาณและกำลังคน ซึ่งอาจทำได้โดยการพัฒนาบุคลากรที่มีอยู่ให้มีความรู้ความสามารถเหมาะสม ทันต่อเหตุการณ์ โดยเฉพาะให้สามารถเรียนรู้และปรับนำไปใช้ให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมและสถานการณ์ได้

## บรรณานุกรม

### หนังสือ

รองศาสตราจารย์ ดร.โกวิท กังสนันท์. การบริหารการเปลี่ยนแปลงองค์การ : มุมมองแนวบูรณาการกระบวนการและพฤติกรรม. คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2550.

นิตยา เงินประเสริฐศรี,รศ. ทฤษฎีองค์การ : แนวทางการศึกษาเชิงบูรณาการ. ภาควิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2542.

### เอกสารราชการ

ทศพนธ์ นรทศน์. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559) กกับการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน. รายงานพิเศษ 21 มิถุนายน พ.ศ. 2554

ASEAN Economic Community Blueprint. January 2008.

รายงานการประชุมรัฐมนตรีทางเศรษฐกิจ (ASEAN Economic Minister Meeting). The ASEAN Harmonization of Cosmetic Regulation Scheme (AHCRS). 2003.

ASEAN Mini Book กรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศ

กรมการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

Fact Sheet – เครื่องสำอาง สบู่ ผลิตภัณฑ์รักษาผิว. ธันวาคม พ.ศ. 2553

Fact Sheet – เครื่องสำอาง สบู่ ผลิตภัณฑ์รักษาผิว. ธันวาคม พ.ศ. 2554

Fact Sheet – เครื่องสำอาง สบู่ ผลิตภัณฑ์รักษาผิว. เมษายน พ.ศ. 2555

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ทฤษฎีการจัดองค์การ (Organization Theory). (ออนไลน์). เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ <http://chetsada.wordpress.com/2008/10/04/organization-theory/>, พ.ศ. 2551

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล	นางพรรษา ไชยวานิช		
ตำแหน่งปัจจุบัน	ผู้อำนวยการ		
ชื่อหน่วยงาน	สำนักเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข		
สถานที่ทำงาน	88/7 ติวานนท์ 14 ถนนติวานนท์ ตำบลตลาดขวัญ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี		
โทรศัพท์	66 2951 0454	โทรสาร	66 2591 5436
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 224/87 หมู่ 3 หมู่บ้านลัดดาภิรมย์ อีลิแกนซ์ เกษตร-นวมินทร์ รามอินทรา 14 ถนนมัยลาภ แขวงจระเข้บัว เขตลาดพร้าว กรุงเทพฯ 10230		
โทรศัพท์	66 2349 7840	โทรสาร	66 2349 7839
วุฒิการศึกษา (สถานที่ศึกษา)	วิทยาศาสตรบัณฑิต (เคมี) มหาวิทยาลัยรามคำแหง		

### ประสบการณ์และผลงาน

- ผู้แทนกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ในคณะกรรมการวัตถุอันตราย ตามพระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ. 2535, คณะกรรมการเครื่องสำอาง ตามพระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2535 และคณะผู้แทนประเทศไทย ในการประชุมคณะกรรมการเครื่องสำอางเขียน พ.ศ. 2550 ถึงปัจจุบัน
- ผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการวิชาการมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และผู้เชี่ยวชาญใน WG 4 Terminology ในคณะกรรมการวิชาการ ISO/TC 217 : Cosmetics
- ปรธานร่วมในการประชุมระหว่างประเทศ The Special Experts' Meeting of the ASEAN Cosmetic Testing Laboratory Network (ACTLN) 31 March – 1 April 2011. THAILAND.
- ปรธานร่วมในการประชุมระหว่างประเทศ The 2<sup>nd</sup> Special Experts' Meeting of the ASEAN Cosmetic Testing Laboratory Network (ACTLN) 21 June 2011. Brunei Darussalam.



- ประธานร่วมในการประชุมระหว่างประเทศ The 3<sup>rd</sup> Special Experts' Meeting of the ASEAN Cosmetic Testing Laboratory Network (ACTLN) 10 July 2012. Siem Reap, Cambodia.
- ประธานในการประชุมระหว่างประเทศ ASEAN Cosmetic Testing Laboratory Committee (ACTLC) 2012 – 2015.

อื่น ๆ (เช่น เครื่องราชอิสริยาภรณ์ เป็นต้น)

ประถมาภรณ์มงกุฎไทย (ป.ม.)

เหรียญจักรพรรดิมาลา

ทวีติยาภรณ์ช้างเผือกไทย (ท.ช.)

ทวีติยาภรณ์มงกุฎไทย (ท.ม.)