

**ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวไทยใน
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
THE COMPETITIVENESS OF THAI MAKE-UP & SKIN-CARE PRODUCTS IN LAO
PEOPLE'S DEMOCRATIC REPUBLIC**

ธีตินาถ ทวีศรี¹
ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทั่วไปและความสามารถในการแข่งขันของเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวของไทยในสปป.ลาว โดยการรวบรวมข้อมูลระดับทุติยภูมิจากงานวิจัย บทความทางวิชาการ ข่าวสาร เอกสารอื่นๆ จากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน นำมาวิเคราะห์ตามการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PEST Analysis) ร่วมกับข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมนี้ โดยสัมภาษณ์ตัวแทนจำหน่ายสินค้าที่เป็นคนลาว และผู้ส่งออกคนไทยที่ส่งสินค้าไปสปป.ลาว จำนวนทั้งหมด 4 ท่าน โดยข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ใช้คำถามที่สอดคล้องตามการวิเคราะห์แบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Model) ผลการศึกษาพบว่าอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวไทยได้รับแรงกดดันจากการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรม แรงกดดันจากการคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ และแรงกดดันจากอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อสูง ส่วนแรงกดดันจากผู้ขายวัตถุดิบและแรงกดดันจากสินค้าทดแทนอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งผลจากการสัมภาษณ์แม้จะมีแรงผลักดันสูงแต่ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวของไทยยังคงเป็นที่ต้องการสำหรับผู้บริโภคชาวลาวยู่อเสมอ

คำสำคัญ: เครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวไทย สปป.ลาว, ความสามารถในการแข่งขัน

Abstract

The objectives of this study are to study the competitiveness of Thai Make-up & Skin-Care Products in Laos PDR. This study was carried out based on descriptive research method which was made by collecting the relevant secondary data from government and private sections in order to analyze Porter's Five Forces Model analysis. Primary data from in-depth with 4 informant relevant Make-up & Skin-care products in Laos PDR was also applied in this study. The results of this study found that Thai Make-up & Skin-Care products has been forces high pressure in term of threat of new entrants, rivalry among existing competitors and bargaining power of buyers. In terms of threat of substitute products and bargaining power of suppliers, the pressures are in low level.

Keywords: Thai Make-up & Skin-Care Products, Laos PDR, Competitiveness

¹ นักศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ณ กรุงเทพมหานคร email: theetinat1979@gmail.com

² อาจารย์ประจำคณะวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ณ กรุงเทพมหานคร

บทนำ

อุตสาหกรรมเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิว เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้จากการส่งออกให้กับประเทศไทย ซึ่งสปป.ลาวเป็น 1 ใน 10 อันดับแรกที่เคยส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยมีมูลค่าการส่งออกในปีพ.ศ. 2555- 2558 อยู่ที่ 67.46 ล้านดอลลาร์สหรัฐ 84.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐ 94.77 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และ 106.98 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ ที่แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงตลาดส่งออก 10 อันดับแรกของไทย

ตลาดส่งออก 10 อันดับแรกของไทย					
เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว					
มูลค่า : ล้านดอลลาร์					
อันดับที่		2555	2556	2557	2558 (ม.ค.-ธ.ค.)
1	ญี่ปุ่น	665.49	568.93	510.65	440.85
2	ฟิลิปปินส์	160.99	168.58	217.23	189.99
3	ออสเตรเลีย	154.99	169.29	171.42	168.21
4	มาเลเซีย	197.93	201.81	183.89	166.16
5	อินโดนีเซีย	232.33	223.75	183.64	164.26
6	พม่า	101.05	123.23	145.05	141.36
7	เวียดนาม	108.64	127.74	120.73	131.71
8	กัมพูชา	160.21	169.61	127.95	125.42
9	ลาว	67.46	84.52	94.77	106.98
10	จีน	80.43	108.54	109.91	104.29
รวม 10 รายการ		1,929.5	1,946.0	1,865.2	1,739.2
รวมอื่นๆ		747.3	760.9	749.2	711.1
รวมทุกประเทศ		2,676.82	2,706.94	2,614.48	2,450.29

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (2559)

นอกจากการนำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวจากไทยแล้ว สปป.ลาวมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากจีน เวียดนาม และประเทศอื่นๆ ด้วย โดยในปีงบประมาณ 2013-2014 สปป.ลาวมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นจากมูลค่า 4,976 เหรียญสหรัฐ ในปีงบประมาณ 2012-2013 เพิ่มขึ้นเป็น 1,688,382 เหรียญสหรัฐ ในปีงบประมาณ 2013-2014 นอกจากผลิตภัณฑ์ของสหรัฐอเมริกาแล้วยังมีผลิตภัณฑ์จากประเทศอื่นๆเช่น เกาหลีใต้ ฝรั่งเศส เป็นต้นเพิ่มขึ้นด้วยโดยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจาก 290,248 เหรียญสหรัฐ ในปีงบประมาณ 2012-2013 เป็น 3,023,436 เหรียญสหรัฐ ในปีงบประมาณ 2013-2014 ทำให้มูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์ของไทยลดลง จาก 11,898,269 เหรียญสหรัฐ ในปีงบประมาณ 2012-2013 ลดลงเป็น

11,161,185 เหรียญสหรัฐ ในปีงบประมาณ 2013-2014 ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สถิติการนำเข้าสินค้าในกลุ่มสบู่ เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ของสปป.ลาว(เฉพาะพิกัด 33) ระหว่างปีงบประมาณ (กันยายน-ตุลาคม) 2012-2013 และ 2013-2014 หน่วย: เหรียญสหรัฐ

แหล่งนำเข้า	มูลค่า		อัตราการเติบโต	สัดส่วน (ร้อยละ)	
	2012-2013	2013-2014		2012-2013	2013-2014
รวมทั้งหมด	14,572,509	16,535,489	13.5%	100	100
ไทย	11,898,269	11,161,185	-6.2%	81.65	67.50
สหรัฐอเมริกา	4,976	1,688,382	3,3830.5%	0.03	10.21
จีน	812,380	608,196	-25.1%	5.57	3.68
เวียดนาม	1,566,636.00	54,290	-96.5%	10.75	0.33
อื่นๆ	290,248	3,023,436	941.67%	1.99	18.28

ที่มา:กรมการนำเข้า-ส่งออก, กระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม สปป.ลาว (รายงานตลาดสินค้า;2558)

จากข้อมูลการนำเข้าแสดงให้เห็นว่าสปป.ลาวมีความต้องการนำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวเพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้ทุกประเทศสนใจเข้ามาทำตลาดมากขึ้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวไทยในสปป.ลาว เพื่อให้ทราบถึงสภาพทั่วไป ปัญหา และอุปสรรค รวมถึงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวของไทยใน สปป.ลาว กองความร่วมมือการค้าและการลงทุน กรมการค้าต่างประเทศ เรียบเรียงโดย จิรา เจียรศิริสิน (2558) เรื่องโอกาสผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของไทยในตลาดเพื่อนบ้าน ว่าสินค้าไทยเป็นที่ยอมรับในด้านคุณภาพจากประเทศเพื่อนบ้านที่มีพรมแดนติดกับไทย ได้แก่ กัมพูชา มาเลเซีย สปป.ลาว และเมียนมา โดยเฉพาะตลาดสินค้าในสปป.ลาวมีสินค้าไทยถึงร้อยละ 70 ซึ่งมูลค่าการส่งออกเครื่องสำอางและสบู่ไปประเทศเพื่อนบ้านที่พรมแดนติดกับไทยในช่วงปี 2550-2557 มีมูลค่าการส่งออกสูงขึ้นทุกปีโดยเฉพาะสปป.ลาวที่มีมูลค่าส่งออกเติบโตอย่างต่อเนื่องผ่านทางการค้าชายแดนทั้ง 6 ด้านรัฐบาลไทยจึงเสนอให้ทั้งฝ่ายไทย และสปป.ลาวร่วมกันจัดทำแผนปฏิบัติการว่าด้วยความสัมพันธ์หุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ ปี พ.ศ. 2558 – 2560 โดยมีเป้าหมายเพิ่มการค้า ทั้ง 2 ฝ่ายอีกเท่าตัวในปี 2560 ซึ่งจะบรรจุสาระการลดอุปสรรคทางการค้า การเปิดด่านชายแดน ลดขั้นตอนและกฎระเบียบ รวมถึงมาตรการป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาระหว่างกัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์สภาพทั่วไป ปัญหาและอุปสรรคในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวไทยไปยังสปป.ลาว
2. เพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวไทยในสปป.ลาว

วิธีดำเนินงาน

การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวไทยในสปป.ลาว เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพทั่วไป ปัญหาและอุปสรรคในการแข่งขันของเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวไทยในสปป.ลาว ใช้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PEST Analysis) โดยการรวบรวมข้อมูลระดับทุติยภูมิ (Secondary Data) จากรายงานการวิจัยทางการศึกษา บทความวิชาการ ข่าวสาร บทความอื่นๆ จากหน่วยงานราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องสำอาง การแข่งขันและการส่งออกไปสปป.ลาว

2. การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวไทยในสปป.ลาว เป็นการเก็บข้อมูลระดับทุติยภูมิ (Secondary Data) จากรายงานการวิจัยทางการศึกษา บทความวิชาการ ข่าวสาร บทความอื่นๆ จากหน่วยงานราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องสำอาง การแข่งขันและการส่งออกไปสปป.ลาวร่วมกับข้อมูลระดับปฐมภูมิ (Primary data) โดยการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องจำนวน 4 ท่านได้แก่ตัวแทนจำหน่ายเครื่องสำอางในสปป.ลาว ผู้ผลิตและส่งออกเครื่องสำอางไทย และนายกสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย โดยรูปแบบคำถามเป็นแบบแสดงความคิดเห็นที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับข้อมูลตามการวิเคราะห์แบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Model)

ผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ในการศึกษาได้ผลการวิจัยดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพทั่วไป ปัญหาและอุปสรรคในการแข่งขันของเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวไทยในสปป.ลาว จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PEST Analysis) พบว่า สปป.ลาวมีสถานะทางการเมืองที่มีเสถียรภาพ มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินสูง รัฐบาลให้ความสำคัญกับการลงทุนจากต่างประเทศและเป็นประเทศที่มีทรัพยากรที่สมบูรณ์ มีค่าจ้างแรงงานต่ำ มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยี และโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อรองรับการลงทุนจากต่างประเทศ เช่น จีน หรือเกาหลีใต้ เป็นต้น เข้ามาลงทุนจนมีเขตอุตสาหกรรมหลายแห่ง ทำให้เศรษฐกิจของสปป.ลาวมีอัตราการเติบโตสูงขึ้นทุกปี ส่งผลให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้นและส่งผลต่อกำลังซื้อที่มากขึ้น แม้ว่าสปป.ลาวจะมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เทคโนโลยี มีค่าจ้างแรงงานที่ถูกกว่าไทย และมีวัฒนธรรม สังคมและภาษาที่คล้ายคลึงกับไทยทำให้สื่อสารกันได้ง่าย แต่ผู้ผลิตเครื่องสำอางไทยกลับไม่สนใจเข้าไปตั้งโรงงานผลิตในสปป.ลาว เนื่องจากผู้ผลิตไทยมองว่าการคมนาคมจากไทยไปสปป.ลาวสะดวก ใช้เวลาในการขนส่งไม่นาน จึงไม่จำเป็นต้องตั้งโรงงานในสปป.ลาว อีกทั้งสปป.ลาวเป็นประเทศที่มีประชากรเพียง 6.77 ล้านคน แม้ว่าประชาชนจะมีรายได้เพิ่มขึ้นทุกปีแต่ประชาชนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเลือกซื้อสินค้าในปริมาณที่เหมาะสมต่อการใช้ในแต่ละครั้งเท่านั้น และเลือกสินค้าที่ราคาไม่แพง ทำให้ผู้ส่งออกเครื่องสำอางไทยไม่สนใจเข้าไปทำตลาดในสปป.ลาวมากนักเพราะในสายตานักธุรกิจของไทยมองว่าสปป.ลาวเป็นตลาดขนาดเล็ก และแม้ว่าประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น แต่การเลือกซื้อสินค้านี้ยังเป็นสินค้าที่มีราคาถูก ทำให้ผู้ผลิตและส่งออกเครื่องสำอางไทยไม่สนใจทำตลาดในสปป.ลาวอย่างจริงจัง โดยเฉพาะผู้ประกอบการระดับ SMEs

2. การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวไทยในสปป.ลาว จากการวิเคราะห์แบบจำลองแรงผลักดัน 5 ประการ (Porter's Five Forces Model) จากข้อมูลระดับทุติยภูมิ พบว่า การคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ การแข่งขันระหว่างธุรกิจที่มีอยู่ในอุตสาหกรรม และอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ มีแรงกดดันสูง เนื่องจากสปป.ลาวมีมูลค่าการนำเข้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสูงขึ้นทุกปี เพราะมีความต้องการ

ในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมากขึ้น และเป็นประเทศเศรษฐกิจใหม่ ทำให้สปป.ลาวเป็นประเทศที่น่าสนใจสำหรับผู้ผลิตและส่งออกเครื่องสำอาง จึงมีสินค้าจากประเทศสหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส เกาหลีใต้ และประเทศอื่นๆ เข้ามาในตลาดสปป.ลาวมากขึ้นทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของไทยลดลง และการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมแล้วอย่างสินค้าจากจีน ไทย และเวียดนามมีการแข่งขันกันมากขึ้นเพราะต้องการได้ส่วนแบ่งทางการตลาดในสปป.ลาวคืน ทำให้เกิดการแข่งขันในการพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้นและราคาที่ถูกลง โดยเฉพาะสินค้าจากจีนที่มีต้นทุนผลิตที่ต่ำกว่าของไทย เนื่องจากสามารถนำเข้าวัตถุดิบได้ในปริมาณมาก มีโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย ทำให้สินค้าจากจีนราคาถูกกว่าของไทยและมีคุณภาพไม่แตกต่างกันมากนัก ทำให้ผู้บริโภคชาวลาวยึดติดใจเลือกซื้อได้ง่ายขึ้น อีกทั้งกระแสเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งผู้บริโภคชาวลาวยอมรับรู้ได้ผ่านสื่อโทรทัศน์ได้หลายประเทศเช่น ไทย จีนและสื่อทางอินเทอร์เน็ต และการขนส่งที่สะดวกมากขึ้น จึงไม่จำเป็นต้องเลือกซื้อสินค้าที่มีขายในประเทศเท่านั้น ทำให้ผู้บริโภคชาวลาวยังมีอำนาจต่อรองมากขึ้น ส่วนแรงกดดันจากการคุกคามของสินค้าหรือบริการทดแทน และอำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ มีแรงกดดันต่ำ เนื่องจากสินค้าทดแทนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเพื่อใช้เองในครัวเรือนซึ่งไม่ได้มาตรฐานและค่าใช้จ่ายในการซื้อวัตถุดิบสูงจึงนิยมผลิตเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมสปาเท่านั้น และยังมีสินค้าเลียนแบบ แต่มีจำนวนไม่มากนักเพราะผู้ผลิตมีการตรวจสอบอยู่ตลอดเวลา ส่วนผู้ขายวัตถุดิบในสปป.ลาวมีไม่มากนักและรัฐบาลสปป.ลาวยังไม่สนับสนุนอุตสาหกรรมนี้จึงไม่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่วนผู้ขายวัตถุดิบให้กับผู้ผลิตของไทยมองว่าสปป.ลาวเป็นตลาดขนาดเล็กจึงไม่น่าสนใจและผู้ขายวัตถุดิบต้องคิดค้นสูตรเครื่องสำอางเพื่อแข่งขันจึงทำให้ไม่สนใจเข้ามาแข่งขันในตลาดนี้ ส่วนผลจากการสัมภาษณ์ตัวแทนจำหน่ายสินค้าชาวลาวยและผู้ผลิต และส่งออกเครื่องสำอางไทย พบว่า แม้จะมีการแข่งขันในอุตสาหกรรมจากคู่แข่งเดิมเช่น จีน หรือการแข่งขันจากคู่แข่งใหม่เช่น เกาหลีใต้ เข้ามาในตลาดสปป.ลาวมากขึ้น แต่ตัวแทนจำหน่ายสินค้าชาวลาวยและผู้ผลิตและส่งออกเครื่องสำอางไทย มีความเห็นว่าไทยเองก็มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขบวนการผลิต และโรงงานให้ได้มาตรฐานสากลมากขึ้นเช่นกัน เพราะนอกจากจะส่งสินค้าไปยังสปป.ลาวได้แล้วยังสามารถส่งไปประเทศอื่นๆ ได้อีกด้วย และอุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทยเองกำลังเป็นที่นิยม มีผู้ผลิต ผู้ประกอบการใหม่เกิดขึ้นมากมาย มีสินค้าที่หลากหลาย และรัฐบาลมีความมุ่งมั่นที่จะให้ไทยเป็นศูนย์กลางในอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง จึงมีการสนับสนุนอย่างเต็มที่ ส่วนผู้บริโภคชาวลาวยังคงเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าไทยมากกว่าสินค้าจากจีน และราคาสินค้าของไทยถูกกว่าเมื่อเทียบกับราคาสินค้าจากเกาหลีใต้ หรือสหรัฐอเมริกา และผู้บริโภคชาวลาวยินยอมรับซื้อจากไทยจึงรับกระแสเครื่องสำอางจากไทยได้ดีกว่าจากประเทศอื่นๆ

สรุป

จากการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวไทยในสปป.ลาว พบว่าผู้ผลิตและส่งออกของไทยมีความสามารถในการแข่งขันในสปป.ลาว เพราะมีโรงงานผลิตที่ได้มาตรฐาน มีวัตถุดิบที่หลากหลาย มีผู้ประกอบการเครื่องสำอางเพิ่มขึ้นทุกปีโดยเฉพาะธุรกิจขนาดSMEs รัฐบาลให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง และผู้บริโภคชาวลาวยินยอมและเชื่อมั่นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวจากไทย แต่ผู้ประกอบการไทยยังไม่สนใจเข้าไปทำตลาดในสปป.ลาวมากนัก เพราะมองว่าเป็นตลาดขนาดเล็ก และธุรกิจSMEsยังขาดความเป็นนักการตลาดมืออาชีพ และการประชาสัมพันธ์ หรือข้อมูลการทำธุรกิจในสปป.ลาวไม่มากพอ จึงมีเฉพาะผู้ประกอบการรายใหญ่เท่านั้นที่เข้าไปทำตลาดอย่างจริงจัง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ ภาครัฐควรมีการสนับสนุนในด้านข้อมูล และประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการค้าและการลงทุนไทย-สปป.ลาว เพื่อให้ผู้ประกอบการระดับSMEs สนใจเข้าไปทำการตลาดในสปป.ลาวมากขึ้น และมีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกไปยังสปป.ลาว เพื่อป้องกันสินค้าเลียนแบบ

ข้อเสนอแนะสำหรับภาคเอกชน ภาคเอกชนต้องเพิ่มการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อความยั่งยืนในตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางโดยใช้นวัตกรรม ศึกษาตลาดประเทศเพื่อนบ้านเพื่อเป็นช่องทางในการส่งออกผลิตภัณฑ์มากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้ขออภัยเรื่อง “ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิวไทยในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว” สามารถสำเร็จลุล่วง ก็ด้วยความกรุณาจาก ผศ.ดร.ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษานี้ที่ได้เสียสละเวลาโดยการชี้แนะแนวทางความรู้ในการศึกษาและค้นคว้า ตลอดจนควบคุมและดูแลการปรับปรุงการศึกษานี้จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบคุณมารดา และหัวหน้างาน ที่คอยให้กำลังใจ ทำให้ผู้วิจัยมีกำลังใจจนสามารถทำการวิจัยครั้งนี้ประสบความสำเร็จ ตลอดจนคณาจารย์ทุกท่านของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่ถ่ายทอดความรู้ด้านวิชาการ อันมีค่าต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในด้านของการทำงาน และในชีวิตประจำวัน

ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญที่อยู่ในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางทั้ง 4 ท่าน ที่กรุณาสละเวลาให้สัมภาษณ์เชิงลึก ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ประจำหอสมุดกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (รัชดา) ที่ให้คำแนะนำด้านการค้นคว้าข้อมูลการส่งออก และคุณทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือด้านต่างๆจนทำให้การศึกษานี้ประสบความสำเร็จ

อนึ่งหากการศึกษานี้มีข้อผิดพลาดประการใด ข้าพเจ้าขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

เอกสารอ้างอิง

- [1] กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2559). **ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง**. ค้นเมื่อ วันที่ 20 เมษายน 2559 จาก http://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2559/T26/T26_201603.pdf
- [2] กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2558). **รายงานตลาดสินค้า: สบู่เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์บำรุงผิวในสปป.ลาว**. ค้นเมื่อ วันที่ 3 เมษายน 2559 จาก http://www.ditp.go.th/contents_attach/136301/136301.pdf
- [3] กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง กระทรวงสาธารณสุข. (2558). **ไลฟ์สไตล์ รสนิยม และวัฒนธรรมของคนประเทศต่างๆในอาเซียน**. ค้นเมื่อ วันที่ 20 เมษายน 2559, จาก http://www.rd.go.th/publish/fileadmin/user_upload/sorpor/RDtoASEAN/lifestyasean.pdf
- [4] จิรา เจริญศิริสิน (2558). **โอกาสผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของไทยในตลาดเพื่อนบ้าน**. ค้นเมื่อ วันที่ 10 เมษายน 2559 จาก <http://bts.dft.go.th/btsc/files/Border%20Trade%20Service%20Center/4.Documentanalysis/3.Laos/2558/1.pdf>
- [5] นงนุช เชี่ยวพัทธยากร(2558). **การศึกษาศักยภาพในการแข่งขันของผู้ผลิตเครื่องสำอางไทยในภูมิภาคอาเซียน**. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น

- [6] ประเสริฐ วิจิตรนพรัตน์. (2557). **ทัศนคติผู้ประกอบการชาวลาวต่อสินค้าและบริการที่มีศักยภาพส่งออกของ SMEs ไทย**. ค้นเมื่อ วันที่ 10 เมษายน 2559 จาก <http://www.sme.go.th/th/images/data/SR/download/2014/%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%A2/%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A8%E0%B8%99%E0%B8%84%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%9A%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B9%82%E0%B8%A0%E0%B8%84%E0%B8%8A%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%95%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%AA%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B8%84%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%9A%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A1%E0%B8%B5%E0%B8%A8%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%A2%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%9F%E0%B8%AA%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%81%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%87%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2.pdf>
- [6] ศูนย์อาเซียน สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย.(2558). **สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว**. ค้นเมื่อ วันที่ 20 เมษายน 2559 จาก <http://www.fact.fti.or.th/th/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%84%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%A5%E0%B8%87%E0%B8%97%E0%B8%B8%E0%B8%99-%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%A7/#i-17>
- [7] สถานเอกอัครราชทูตไทย ณ เวียงจันทน์. (2558). **เกี่ยวกับ สปป.ลาว**. ค้นเมื่อ วันที่ 20 เมษายน 2559, จาก <http://vientiane.thaiembassy.org/th/about/>
- [8] สำนักควบคุมเครื่องสำอางและวัตถุอันตราย กระทรวงสาธารณสุข. **ASEAN Cosmetic Harmonization**. ค้นเมื่อ วันที่ 20 เมษายน 2559 จาก http://e-cosmetic.fda.moph.go.th/frontend/theme_4/view_organization.php
- [9] สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2557). **คลังข้อมูลอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและเวชสำอาง(2554)**. ค้นเมื่อ 3 เมษายน 2559 จาก <http://www.greenshopcafe.com/greennews1224.html>
- [10] สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2559). **คลังข้อมูลอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและเวชสำอาง**. ค้นเมื่อ วันที่ 3 เมษายน 2559 จาก <http://www.nstda.or.th/industry/cosmetics-industry>
- [11] สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เวียงจันทน์. (2559). **ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสปป.ลาว**. ค้นเมื่อ วันที่ 20 เมษายน 2559, จาก http://www.ditp.go.th/contents_attach/142421/142421.pdf