บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีสมุนไพรเป็นจำนวนมาก อีกทั้งมีภูมิปัญญาท้องถิ่นในการใช้สมุนไพรเหล่านี้ โดยเฉพาะในปัจจุบันที่ประเทศต่าง ๆ ได้ให้ความสนใจในการศึกษาการใช้สมุนไพรของตนเองให้เกิดประโยชน์มากที่สุดเพื่อเพิ่มทั้งคุณค่าและมูลค่า รัฐบาลไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญนี้เช่นกัน จึงได้จัดทำยุทธศาสตร์โดยบรรจุในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559) ภายใต้ยุทธศาสตร์การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ซึ่งได้ให้ความสำคัญในการสร้างรายได้จากการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพ พร้อมทั้งส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจจากทรัพยากรพันธุกรรมและความหลากหลายทางชีวภาพให้มีการอนุรักษ์ การวิจัยและพัฒนาพันธุกรรมท้องถิ่นและพืชพื้นบ้าน เพื่อสร้างนวัตกรรมในการผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่มและเป็นเอกลักษณ์ของประเทศ เช่น สมุนไพร เวชภัณฑ์ เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจ รวมทั้งเป็นการสนับสนุนยุทธศาสตร์ประเทศในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ รวมทั้งการสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคของประเทศ ซึ่งส่วนหนึ่งยังขาดความไว้วางใจในผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรของไทยให้เกิดความเชื่อถือ และหันมาใช้ผลิตภัณฑ์เหล่านี้แทนของที่มาจากต่างประเทศซึ่งเป็นที่นิยมมากกว่า ประโยชน์ของสมุนไพรนอกจากนำมาเตรียมเป็นยาเพื่อการรักษาแล้วยังสามารถนำมาเตรียมเป็นผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่น ซึ่งรวมถึงสุขภาพความงามผิว เช่น ผลิตภัณฑ์อาหารสมุนไพรเสริมสุขภาพ เครื่องดื่มสมุนไพร ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร ผลิตภัณฑ์สปา ฯลฯ ด้วยเหตุนี้ การผลักดันการใช้สมุนไพรในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและความงามให้เป็นที่ไว้วางใจและนิยมในผู้บริโภค จะนำมาซึ่งเศรษฐกิจที่เข้มแข็งของประเทศชาติอย่างยั่งยืน การจะประสบความสำเร็จในส่วนนี้ได้จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากฝ่ายต่าง ๆ ทั้งการส่งเสริมการพัฒนา และการใช้สมุนไพร เกษตรกรที่ปลูกสมุนไพรถูกวิธีการตั้งแต่วัตถุดิบจนพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้คุณภาพระดับมาตรฐาน ธุรกิจสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยให้มีประสิทธิภาพ ความปลอดภัย สูตรตำรับ และการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรอย่างครบวงจรและน่าเชื่อถือ และภาคเอกชนที่ส่งเสริมการผลิตและการตลาดของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร มีกฎหมายที่เอื้อต่อการพัฒนาสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพร จนกระทั่งได้รับความเชื่อถือจากผู้บริโภครวมไปถึงการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการพัฒนาสมุนไพร ให้มีการพัฒนาสมุนไพรที่สอดคล้องกับท้องถิ่นโดยใช้ภูมิปัญญาและการเรียนรู้ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน และ

ความต้องการของประเทศ อันนำไปสู่การสร้างเสริมความเข้มแข็งของสังคมฐานความรู้ในทุกระดับรวมทั้งประชาชนที่หันมานิยมสมุนไพรไทยมากขึ้นโดยใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรที่ผลิตภายในประเทศเพิ่มขึ้น

แต่เดิมเครื่องสำอางมักใช้วัตถุดิบที่ได้จากธรรมชาติ ต่อมาวิทยาศาสตร์มีความเจริญก้าวหน้า จึงมีการสังเคราะห์สารต่างๆขึ้นมาใช้เพื่อความสะดวกและสวยงามจนมาจนปัจจุบันกระแสการรักสุขภาพและลดการใช้สารเคมี ได้รับความนิยมอย่างมากแม้แต่การใช้เครื่องสำอางก็มีแนวโน้มที่จะกลับไปให้ความสนใจกับเครื่องสำอางที่มีสารสกัดจากธรรมชาติเป็นเครื่องปรุงแต่งมากขึ้น ผู้บริโภคทั้งเพศชาย เพศหญิง ในทุกๆ ช่วงวัยต่างให้ความสนใจและใส่ใจในการดูแลตัวเอง ทั้งความงามและผิวพรรณ ตลาดเครื่องสำอางจึงมีแนวโน้มการเติบโตที่ดี ประกอบกับปัจจุบันผู้บริโภคสนใจผลิตภัณฑ์ธรรมชาติและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทใหม่ๆ ที่ใช้สมุนไพรตามธรรมชาติเป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากผู้ผลิตสมุนไพรมักเป็นเกษตรกรท้องถิ่น การปลูกพืชสมุนไพรส่วนใหญ่จึงเป็นการปลูกแบบผสมผสานพืชสมุนไพรหลายชนิด หรือปลูกร่วมกับพืชชนิดอื่นเพื่อลดความเสี่ยงด้านราคาและเพื่อไม่ให้มีปริมาณวัตถุดิบล้นตลาด และราคาผลผลิตต่ำ รวมทั้งเพื่อการใช้สอยในครัวเรือนตามภูมิปัญญา จากแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจที่เป็นโอกาสธุรกิจของผู้ประกอบการ แต่ปัญหาหรืออุปสรรคหลักของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังคงอยู่ที่การขาดการทำตลาดและการประชาสัมพันธ์สินค้า นอกจากนี้ ความกังวลของผู้บริโภคต่อมาตรฐานการผลิต ยังเป็นอีกหนึ่งประเด็นที่ผู้ประกอบการจะต้องเร่งพัฒนาและปรับปรุง เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค และสามารถอยู่รอดในธุรกิจได้อย่างมั่นคงในระยะยาว

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ศึกษาและวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจท้องถิ่นจากผลิตภัณฑ์สมุนไพร

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ได้วางแนวทางศึกษาการดำเนินงานทางธุรกิจท้องถิ่นจากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร จากฐานข้อมูลกลุ่มอาชีพจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ระยะเวลาดำเนินการวิจัย 1 ปี (1 ตุลาคม 2557 – 30 กันยายน 2558)

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างกรอบแนวคิดในการศึกษาธุรกิจท้องถิ่นจากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร จากฐานข้อมูลกลุ่มอาชีพจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยผ่านกระบวนการสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ ดำเนินการวิจัย เพื่อให้ทราบถึงการดำเนินงาน กลยุทธ์ทางการตลาดและโอกาสของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร

1.5 คำสำคัญของการวิจัย

โอกาสทางธุรกิจ เครื่องสำอางสมุนไพร ธุรกิจท้องถิ่น กลยุทธ์การตลาด

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบการดำเนินงาน กลยุทธ์ทางการตลาดและโอกาสของธุรกิจท้องถิ่นจากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร
2. เพื่อนำข้อมูลมาเป็นแนวทางการบริหารจัดการและการส่งเสริมธุรกิจท้องถิ่น

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร หมายถึง ผลผลิตจากธรรมชาติที่ไม่ใช่อาหารบริโภค เช่น เครื่องสำอางสมุนไพร สบู่สมุนไพร แชมพูสมุนไพร น้ำมันหอมระเหย เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น หมายถึง กลุ่มคนจากฐานข้อมูลกลุ่มอาชีพจังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ร่วมกันสร้างผลิตภัณฑ์ หรือประกอบการผลิตสินค้าและบริการที่อาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นแนวทางในการดำเนินการทางเศรษฐกิจ สร้างรายได้และก่อให้เกิดการพึ่งตนเองในชุมชน

กลยุทธ์ หมายถึงวิธีทางหรือแนวทางที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อระดมและจัดสรรการใช้ทรัพยากรในอันที่จะช่วยบรรลุถึงเป้าหมายทางธุรกิจชุมชนและท้องถิ่นต้องร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าหรือสภาพแวดล้อม ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด