

MATICHON INFORMATION CENTER		Subject Heading :	
Source :	กรุงเทพธุรกิจ	50223938	
Date :	20 พ.ค. 2550	Page :	5
		No :	

แปลงธุรกิจเครื่องสำอาง สู่ทุนจัดการปัญญา

■ วรณช เจียมรจนานนท์

“เครื่องสำอางเป็นแฟชั่น เปลี่ยนไปเรื่อยๆ คนไทยเราจะตามอย่างอเมริกา ยุโรป ญี่ปุ่น ซึ่งมีวิวัฒนาการอย่างต่อเนื่อง สารในเครื่องสำอางพอเข้าไปก็จะมีการพัฒนาตัวใหม่ขึ้นมา คนไทยเรามีค่านิยมต้องแห่ตามฝรั่งนี่คือพัฒนาการของบ้านเรา”

รองศาสตราจารย์ ดร.พรณวิภา กฤษฎาพงษ์ คณบดีสำนักวิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง (มฟล.) มองถึงกระแสเทรนด์ของนอก ที่ไม่เคยตกยุค

ที่ผ่านมกเหตุผลที่โอทีอบไม่ค่อยประสบความสำเร้งเป็นเพราะว่าผู้ผลิตยังไม่ม่มาตรฐานที่ดีพอ และขาดความต่อเนื่อง

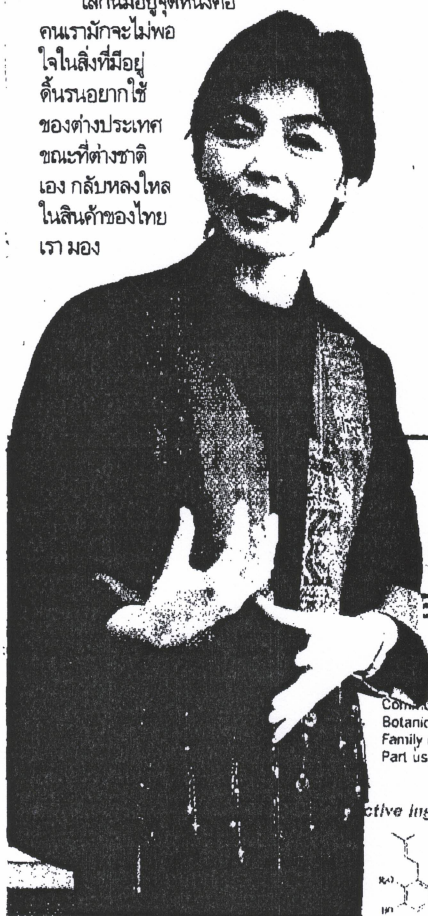
อย่างการผลิตเครื่องสำอางในกลุ่มของโอโรมาเธอราพี บางครั้งก็ดี หลายครั้งก็ไม่ดี เป็นผลมากกว่าตุดิบที่ผันแปรไปตามธรรมชาติ เรื่อยกตัวอย่าง แชมพูมะกรูด ซึ่งถือเป็นผลิตผลที่ดีจากภูมิปัญญาไทยแต่ค่าความเป็นกรดเป็นด่างในการผลิตกลับใช้เบสเดียวกับผงซักฟอกหรือไม่ก็เข้มข้นเกินไปจนเกือบกลายเป็นน้ำยาล้างพื้นมากกว่าเป็นแชมพูสระผม

“ภูมิปัญญาชาวบ้านดี แต่ไม่ครบวงจร บางส่วนดี บางส่วนก็ไม่ได้ ซึ่งถือเป็นเรื่องน่าเสียดาย”

ในยุคที่การเห่อของนอก ยังคงเป็นวัฒนธรรมที่ไม่มีวันละลาย วิธีคิดแบบไหน? ที่ทำให้โอท็อปยัง "เข้ากันได้" กับความเป็นสินค้าแฟชั่น โดยไม่ตกขอบ

"เราต้องไปดูว่าประเทศพัฒนาแล้วเหล่านี้ เขามีอะไร? เราไม่จำเป็นต้องไปก๊อปปี เรารู้เทรนด์ ดูเทรนด์สีสันโลก ดูในสิ่งที่มีการพัฒนาการ มองสิ่งที่ดีกว่าว่าเป็นอย่างไร?

โลกนี้มีอยู่จุดหนึ่งคือ คนเรามักจะไม่พอใจในสิ่งที่มียู ดึ้นร่นอยากใช้ ของต่างประเทศ ขณะที่ต่างชาติเอง กลับหลงใหลในสินค้าของไทย เรา มอง



ว่าวัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติเป็นสิ่งที่ดี"

ฉะนั้น สิ่งที่ต้องมานั่งคุยกันเป็นเรื่องเป็นราวคือ จะหาจุดที่ดีและพอดีได้อย่างไร?

รศ.ดร.พรรณวิภา บอกว่า บทบาทของนักวิชาการคือ การเห็นหาสิ่งดีๆ เรื่องราวดีๆ ถือเป็นภาระหน้าที่ ที่ต้องทำให้กับชุมชนยังให้ความรู้ ให้ข้อมูลได้มาก ทั้งผู้ผลิต ผู้ซื้อ ผู้ขายในตลาด ก็จะสามารถวิจารณ์เกณฑ์ถูกต้องได้มาก

องค์ความรู้ต่างๆ ดีๆ ของโบราณถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสามารถมากใช้ได้เลย บางคำถาม เราอาจจะเคยสงสัยกันว่า ทำไมต้องใช้ขมิ้นหรือมะขามมาขัดผิว นี่คือ สิ่งๆ ย่า ตา ยาย บอกเล่าต่อกันมา หน้าที่นักวิชาการต้องนำมาพิสูจน์ว่าจริงไหม?

"พอเรารู้ว่ามะขามเปียกใช้ได้ก็เอามาทำการทดลอง ควบคุมมาตรฐานการผลิต หน้าที่ของเราคือ เอาองค์ความรู้มาพิสูจน์ มาพัฒนา และทำให้เป็นอุตสาหกรรม"

แนวคิดของโอท็อปถือเป็นสิ่งที่ดีสร้างงานสร้างรายได้ให้เกิดกับชุมชนทำให้ภูมิปัญญากลายเป็นองค์ความรู้ที่จับกับเป็นเรื่องเป็นราวได้เพิ่มเติม แต่ว่าที่ผ่านมามีโอท็อปยังขาดการเรียนรู้อย่างลึกซึ้ง และยังเรียนรู้ไม่ได้ทั้งหมด

"รู้ไหมว่ามะคำดีควายมีสรรพคุณที่ดี แต่ถ้าเอาไปต้มทั้งคันกินไว้จะปวด จะมีกลิ่นแรง ที่ผ่านมามีโอท็อปอาจจะไม่ประสบความสำเร็จมาก แต่จากนี้ไปถ้าปรับบางมุมเอาไปผสมผสาน กับความรู้ที่มี จะไปได้ไกลมากกว่านี้"

ถึงกระนั้นถ้าไปเปลี่ยนผู้ผลิตโอท็อปโดยทันที คงทำไม่ได้ ต้องหาวิธีการค่อยๆ ปรับ ค่อยๆ เปลี่ยน

หลักสูตรปริญญาโทสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ เครื่องสำอาง มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง จัดรูปแบบ เนื้อหาองค์ความรู้ที่ผสมผสานความรู้ด้านเคมี นาฬิกาวิทยา พืชวิทยา จุลชีววิทยา และเภสัชกรรม เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรม เครื่องสำอางและสร้างผู้เชี่ยวชาญในสาขา

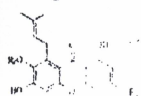
Bioactivity of Mangosteen

(*Garcinia mangostana* Linn.)

Common Name : Mangosteen, Mung Koed
Botanical Name : *Garcinia mangostana* Linn.
Family name : GUTTIFERAE
Part used : fruit peel



Active ingredients



Mangostin: R = H, R = CH
Mangostol: R = R = H
Mangoside: R = R = H } Group of Xanthone

วิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง หวังสร้างประโยชน์
ที่เอื้อต่ออุตสาหกรรมเครื่องสำอางทั้งระบบ
เธอเล่าว่า ที่ผ่านมาเวลาพูดถึงตลาด
แรงงานที่จบออกไปจากสาขาวิชานี้ หลายคน
มักนึกถึงวิชาชีพพยาบาล จบออกไปแล้วต้อง
ดูแลผู้ป่วย

แต่ถ้ามุมมองใหม่ในการบริหารจัดการ
จากตลาดเครื่องสำอางมูลค่า 5 หมื่นล้านบาท
แบ่งสัดส่วนตลาดออกเป็น สกินแคร์ เมกอัพ
แฮร์แคร์ เนลแคร์ อโรมาเธอราพี สปา
และน้ำหอม

จุดที่สาขาวิชานี้มองก็คือการผลิตคนที่มี
คุณภาพ ทำหน้าที่ในการวิจัยพัฒนาสินค้าเสริม
สร้างประสิทธิภาพการผลิต การควบคุมคุณภาพ
กำหนดหลักเกณฑ์ต่างๆ ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์
ถือเป็นการเติมเต็มทุกภาคส่วนธุรกิจ
โดยใช้คนเป็นแรงงาน

“ถ้าเอาบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจอย่าง
ถ่องแท้มาสอน มอบหมายกับให้ตี ตังกฎเกณฑ์
แต่ต้นแล้วให้คนเดินตาม ก็จะมีโอกาสประสบ
ความสำเร็จได้”

ที่ผ่านมายังไม่มีวิชาชีพที่ชัดเจนโดยตรง
ที่เข้ามารองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมเครื่อง
สำอาง ทั้งๆ ที่ถือเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพและไม่ควร
มองข้าม

การสร้างคนเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหาร

จัดการ การเลือกคนเข้าไปทำหน้าที่หลักต้น
จำเป็นต้องสร้างคนและมองคนที่มีประสบการณ์
มีความรู้ ความสามารถ เพื่อให้ไทยแข่งขันได้
ในวิถีที่ควรจะเป็น ไม่ใช่ในแบบของผู้ตามที่ไม่มีความ
สิ้นสุด

ไทยเป็นผู้นำในตลาดเครื่องสำอางจาก
ธรรมชาติเรามีพืชผักสมุนไพรในครัวเรือนอย่าง
หัวหอมใหญ่ ผักเบี้ยใหญ่ ผักบุ้งทะเล เม็ดมะขาม
เมล็ดลำไย เปลือกมังคุด เปลือกทุเรียน ทุบหิม
และอื่นๆ อีกมากมายที่มีสรรพคุณทางยา
สมุนไพร รักษาแผลเป็นได้

ถ้ามองหากคุณค่า แล้วเอามาพัฒนาต่อ
ด้วยการตั้งคำถามง่ายๆ ว่างานวิจัยชิ้นนี้ตลาด
ต้องการอะไร? วิจัยแล้วใช้ในระดับอุตสาหกรรม
ได้ไหม? ต่อยอดไปเป็นอะไรได้อีก?

เพียงเท่านี้ก็จะมีส่วนสนับสนุนจาก
ภูมิปัญญาที่เกิดการสร้างงาน สร้างมูลค่าเพิ่ม
และกระตุ้นเข้าสู่ตลาดสินค้าแฟชั่นได้

“มฟล.เรา จะพุ่งไปผลิตสินค้าเครื่องสำอาง
ที่ใช้วัตถุดิบจากสมุนไพรไทยเป็นหลักและทำให้
ครอบคลุมทั้งหมดเรามีคนไปทำหน้าที่สร้าง
คน ผลิตงานวิจัยและสร้างผลิตภัณฑ์ใน
อุตสาหกรรม”

ด้วยการแปลง “ปัญหา” ให้เป็น “โอกาส”
แปลง “ภูมิปัญญา” เป็น “ทุน”
การจัดการ

เครื่องสำอางกับมิดโกนหวด

“เรามองตามสถานการณ์ ณ วันนี้ควรทำ
อะไร? อนาคตควรทำอะไร? หลักการเครื่อง
สำอางเหมือนกับหลักการใบมิดโกนหวด

ซื้อมาใช้แล้วทิ้ง เป็นสินค้าต่อเนื่อง
ใช้แล้วล้างออกจากนั้นก็ทิ้ง ขายได้
ไม่จบสิ้นอะไรก็ตามใช้ครั้งเดียวทิ้ง
แต่ต้องใช้ทุกวัน ขายได้ตลอด
ชีวิต” รองศาสตราจารย์ ดร.วันชัย
ศิริชนะ อธิการบดี มหาวิทยาลัย
แม่ฟ้าหลวง (มฟล.) บอกถึง
ศักยภาพตลาดเครื่องสำอางไทย
แต่ละปีไทยนำเข้าเครื่อง



วันชัย ศิริชนะ

สำอางจากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ด้วย
ความเชื่อที่ว่ามิดโกนหวดในโลยีการผลิต และเกรด
วัตถุดิบดีกว่า

สิ่งที่น่าคิดก็คือ ถ้าไทยเราชิงดวงอยาก
เป็นพี่เบิ้มในตลาดเครื่องสำอางเอเชียได้ พื้นที่
มีกำลังซื้อครอบคลุมมหาศาล ไม่ต่ำกว่า 450
ล้านคนถ้าบวกจีนเข้าไปด้วยก็รวมหลักพันล้าน

ในเมื่อเป็นตลาดอภิมหาที่ไม่ควรมอง
ข้าม แล้วเราต้องทำอะไร?

“เราจะแข่งขันกับญี่ปุ่นได้ไหมในอีก 10 ปี
ข้างหน้า? เราไม่มีทางแข่งขันได้ ในแง่โนว์ฮาว
แต่ถามว่าเราคิดไหม? ถ้าเราจะประยุกต์โนว์ฮาว
ที่ญี่ปุ่น หรือฝรั่งเศสมีอยู่ แล้วเอามาบริหารจัดการ
เพื่อให้เหมาะกับคนไทย คนเอเชียที่มีสภาพ
ผิวอยู่ในโซนเส้นศูนย์สูตร”

เขาบอกว่า เครื่องสำอางในตลาดญี่ปุ่น จะ
มุ่งเทคโนโลยีการผลิตสำหรับเมืองหนาว ถ้าผู้
ประกอบการไทยบิดมูมมาผลิตเครื่องสำอาง
สำหรับเมืองร้อน ครอบคลุมประเทศหลักอย่าง
อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เขมร ลาว พม่า และไทย

ซึ่งต่างก็มีสภาพผิวที่อยู่ในโซนเดียวกันทั้งหมด
แม้แต่ญี่ปุ่นเองเวลาจะตลาดเมืองไทย
ก็ต้องมาศึกษาค้นคว้าว่า ผิวคนไทยเป็น
อย่างไร? ต่อให้เป็นเอเชียเหมือนกัน
แต่ความเป็นคนเอเชียได้ กับเอเชีย
เหนือ ก็ยังถือเป็นคนละตลาด คน
ละสภาพผิวกัน

ปัจจุบันไทยเรามีเครื่อง
สำอางที่เรียกว่าเป็น original cos-
metic น้อยมาก ที่เห็นชัดคือ
เครื่องสำอางครีมไข่มุก ซึ่งเป็น
การผลิตสำหรับตลาดล่าง ขณะที่
ตลาดระดับบนมีราคาจำหน่ายแพงहु้ และมียอดขายแปรผันตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ

แต่เครื่องสำอางตลาดล่างไม่ได้แปรผัน
ตามภาวะเศรษฐกิจ อย่างเช่น แป้งตลับ เครื่อง
สำอางเมกอัพ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ครีมทาหน้า
ถือเป็นสินค้าพื้นฐานที่ใช้ได้ตลอดโดยไม่อิงกับ
ภาวะการเปลี่ยนแปลงของตลาด

“พอเราเปิดสาขาวิชาวิทยาศาสตร์เครื่อง
สำอาง หลายคนเริ่มมองเห็นอนาคต มองเห็น
อาชีพขึ้นมาทันที เพราะเครื่องสำอางถือเป็น
ปัจจัยที่ทุกคนต้องใช้”

ที่ผ่านมาไทยไม่ค่อยมีนักวิทยาศาสตร์ ที่
ชำนาญการทางด้านนี้อย่างเพียงพอ แต่จากนี้ไป
มฟล. จะสร้างจุดเปลี่ยนธุรกิจ ให้เป็นสัญญาณ
แดนบวก

หลักการเครื่องสำอางเหมือนกับมิดโกน
หวดคือ ใช้แล้วทิ้ง

ต่างกันที่ตอนใช้ อย่างแรกต้องเติมต้อง
โปะกันทั้งวัน กว่าจะล้าง อย่างหลังต้องโกน
ออกให้เกลี้ยงแล้วล้างออกทันที