



แนวทางการสร้าง ความเข้มแข็งทางการค้า



สินค้าสมุนไพรไทย
และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง





หลักการและเหตุผล

ไทย เป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางชีวภาพที่อุดมสมบูรณ์ โดยเฉพาะพืชสมุนไพร ที่มีความหลากหลายทั้งชนิด สายพันธุ์ และปริมาณสารสำคัญ รวมทั้งมีภูมิปัญญาด้านแพทย์แผนไทย และแพทย์พื้นบ้านที่สืบทอดมาตั้งแต่อดีต



ไทยมีความโดดเด่นด้าน ความหลากหลายของชนิดและสายพันธุ์ รวมทั้งปริมาณสารสำคัญ ในสมุนไพรที่โดดเด่น



ภูมิปัญญาด้านการแพทย์แผนไทย และแพทย์พื้นบ้าน ที่ได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้ จากอดีตถึงปัจจุบัน

อุตสาหกรรมสมุนไพรของไทย มีองค์ประกอบพื้นฐานเพียงพอต่อการแข่งขันในตลาดโลก และมีโอกาสทางการค้าอีกมาก

ปัจจัย
สนับสนุน



ผู้บริโภคหันมาใส่ใจ การดูแลสุขภาพมากขึ้น



การแพร่ระบาดของ โควิด-19



การเข้าสู่สังคมสูงวัย

นอกจากนี้ไทยยังเป็นประเทศเกษตรกรรมที่มีความสามารถด้านการเพาะปลูกพืชและทำการเกษตร มีอุตสาหกรรมสนับสนุนที่แข็งแกร่ง อาทิ อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมบริการสุขภาพและการแพทย์และสุขภาพ ซึ่งจะช่วยให้ อุตสาหกรรมสมุนไพรและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เป็นอุตสาหกรรมที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และสร้างรายได้ให้กับประเทศอย่างยั่งยืน

แนวโน้มสถานการณ์ปัจจุบัน

พืชสมุนไพรไทยยังมีโอกาสทางการตลาดอีกมาก เนื่องจากสามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย มีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม พบว่า อุตสาหกรรมสมุนไพรไทย ยังมีการเติบโตอย่างไม่เต็มศักยภาพ แม้ว่าจะมีการส่งเสริมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และมียุทธศาสตร์การพัฒนาด้านสมุนไพรที่ชัดเจน แต่เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศผู้นำด้านสมุนไพรอย่าง จีนหรืออินเดีย จะเห็นว่ายังมีปัญหาอีกหลายประการที่ส่งผล ทำให้การพัฒนาอุตสาหกรรมสมุนไพรไทยไม่เติบโตเท่าที่ควร



ของการพัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรมสมุนไพรของไทย โดยเฉพาะด้านการค้าและการตลาด ซึ่งเป็นบทบาทและหน้าที่ของกระทรวงพาณิชย์ จึงตั้งเป้าหมายในการศึกษา “แนวทางการสร้างความเข้มแข็งทางการค้าสินค้าสมุนไพรไทยและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง”



โดยหวังว่าแนวทางดังกล่าว จะสามารถช่วยเกษตรกร ผู้ปลูกพืชสมุนไพร ซึ่งเป็นผู้ผลิตวัตถุดิบตั้งต้นของอุตสาหกรรมสมุนไพรได้รับประโยชน์ สามารถผลิตและจำหน่ายได้ตรงตามความต้องการของตลาด รวมทั้งผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสมุนไพร ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กและกลาง ให้มีรายได้ เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยยกระดับเศรษฐกิจฐานรากไทย ได้อย่างยั่งยืน และเพิ่มความสำคัญของอุตสาหกรรมสมุนไพร ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้ประเทศมากยิ่งขึ้น

วิธีการศึกษา

ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเพื่อใช้ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างพื้นที่ศึกษา สำหรับลงพื้นที่เพื่อรับฟังปัญหาที่แท้จริงของเกษตรกร ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกลุ่มสินค้าสมุนไพรและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

- ลงพื้นที่ศึกษาดูงาน ณ จังหวัดสกลนคร ซึ่งเป็นจังหวัดนำร่อง เมืองสมุนไพร ระหว่างวันที่ 24 – 26 พฤศจิกายน 2563

ศึกษาข้อมูลลุ่มลึกที่มีเกี่ยวข้องกับสมุนไพรและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่มย่อย (focus group) กับผู้เชี่ยวชาญด้านสมุนไพร

- ผู้เชี่ยวชาญจากศูนย์ให้คำปรึกษาสมุนไพรเพื่อเศรษฐกิจ กองสมุนไพร เพื่อเศรษฐกิจ กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2564
- รองอธิบดีกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ (นายแพทย์พิเชฐ บัญญัติ) เมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2564

นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และจัดทำรายงาน “แนวทางการสร้างความเข้มแข็งทางการค้าสินค้าสมุนไพรไทยและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง”

- เสนอต่อกระทรวงพาณิชย์ และเผยแพร่ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ประโยชน์ต่อไป



ปัญหาสำคัญ ของการพัฒนาอุตสาหกรรมสมุนไพรไทย

ด้านต้นน้ำ

การจัดการวัตถุดิบสมุนไพร ที่ขาดประสิทธิภาพ โดยเฉพาะสมุนไพรที่มีผลผลิตมาก และสมุนไพรหายาก

พืชสมุนไพรต้องการการบริหารจัดการต้นน้ำแตกต่างจากพืชเกษตรทั่วไป ทำให้หน่วยงานที่มีหน้าที่ส่งเสริมการปลูกต้องมีความรู้และความเชี่ยวชาญด้านสายพันธุ์สมุนไพร

คุณภาพวัตถุดิบและผลผลิตไม่สม่ำเสมอ

วัตถุดิบสมุนไพรมีการปนเปื้อนสารเคมี อาทิ โลหะหนัก สารเคมี หรือยาฆ่าแมลง

การขาดแคลนสมุนไพรสายพันธุ์ที่มีปริมาณสารสำคัญสูง และสมุนไพรหายากบางชนิด ทำให้จำเป็นต้องนำเข้าวัตถุดิบสมุนไพรจากต่างประเทศ

ด้านกลางน้ำ

การขาดความเชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรและผู้ซื้อสมุนไพร และการสร้างเครือข่าย รวมทั้งจับคู่ธุรกิจระหว่างเกษตรกรกับผู้ประกอบการ

การขาดเทคโนโลยี และองค์ความรู้ในการแปรรูป และการควบคุมคุณภาพระหว่างการผลิต รวมทั้ง เทคโนโลยีหรือเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต และแปรรูปสมุนไพรมีราคาสูง

ด้านปลายน้ำ

ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่วางจำหน่ายในท้องตลาดไม่ได้มาตรฐาน อาทิ ไม่พบสารสำคัญจากสมุนไพร โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร



การส่งออกสินค้าสมุนไพรส่วนใหญ่อยู่ในรูปของวัตถุดิบสมุนไพรหรือมีการแปรรูปขั้นต้นซึ่งมีมูลค่าเพิ่มต่ำ

การขาดองค์ความรู้ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์



ผู้บริโภคไม่ไว้วางใจหรือเชื่อมั่นในมาตรฐานของผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ด้านอื่นๆ

เกษตรกรและผู้ประกอบการจะเลือกเพาะปลูกและผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ตนถนัดและเชี่ยวชาญเท่านั้น



การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยกำหนด Product Champion เป็นรายชนิดสมุนไพรเป็นข้อจำกัดสำคัญของการขับเคลื่อนนโยบายที่เกี่ยวข้องกับสมุนไพร เนื่องจากแต่ละพื้นที่มีสมุนไพรที่มีความโดดเด่น หลากหลายชนิด และสายพันธุ์ ทำให้ยากต่อการเลือกชนิดของสมุนไพรเพื่อใช้เป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรเด่นของพื้นที่



การขาดข้อมูลทางวิทยาศาสตร์และงานวิจัยรองรับสรรพคุณสมุนไพร ข้อมูลสนับสนุนการใช้สมุนไพรตามตำรับภูมิปัญญาและขาดการทดสอบในคน (Clinical Trial)



หน่วยงานภาครัฐมีการบูรณาการการทำงานร่วมกันที่ไม่ต่อเนื่อง ทำให้ไม่สามารถเชื่อมโยงการผลักดันอุตสาหกรรมสมุนไพรตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานได้



การไม่มีพิกัดศุลกากรของสมุนไพรสำหรับติดตามมูลค่านำเข้าและส่งออกสินค้าสมุนไพร รวมทั้งข้อมูลความต้องการสมุนไพรของตลาดในประเทศและต่างประเทศ



ข้อเสนอแนะ

แนวทางการสร้างความเข้มแข็ง
ทางการค้าสินค้าสมุนไพรไทย
และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่

1 ด้านตลาดต่างประเทศ

การผลักดันสินค้าสมุนไพรไทยในตลาดศักยภาพที่มีมูลค่าการค้าสูง และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ จีน สหรัฐฯ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ เยอรมนี อิตาลี ไต้หวัน อินเดีย ฝรั่งเศส ฮองกง และสหราชอาณาจักร



การสร้างฐานข้อมูลความต้องการและแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าสมุนไพรและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งกระแสมืออาชีพที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ และการกำหนดรหัสพิกัดศุลกากรเพื่อติดตามมูลค่านำเข้าและส่งออกสินค้าสมุนไพร



การเตรียมความพร้อมเรื่องมาตรการทางกฎหมายเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นจากการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ว่าด้วยทรัพย์สินทางปัญญา



2 ด้านตลาดในประเทศ



การเชื่อมโยงอุตสาหกรรมสกัดสมุนไพร และอุตสาหกรรมเกี่ยวข้องที่มีความต้องการใช้สมุนไพร เป็นองค์ประกอบหรือวัตถุดิบกับเกษตรกรผู้ปลูกสมุนไพร โดยใช้ระบบเกษตรพันธสัญญา (Contract Farming)



การส่งเสริมตลาดสมุนไพรอินทรีย์ภายในประเทศ



การมุ่งเน้นการเติบโตจากอุปสงค์ในประเทศเพื่อกระตุ้นการบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง



การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตราสัญลักษณ์มาตรฐานด้านสินค้าสมุนไพร เพื่อให้ผู้บริโภคภายในประเทศรับรู้ และเป็นที่ยุ้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศ



การเพิ่มช่องทางการตลาดเชิงรุกทั้งออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่ปรับตัวสู่ยุคปกติใหม่ (New Normal)



การเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปกับภาคบริการ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ธุรกิจ Health and Wellness เป็นต้น

3 ประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง (Cross-Cutting)

การปรับปรุงยุทธศาสตร์ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพร

โดยปรับหรือเพิ่มการกำหนดยุทธศาสตร์
การพัฒนาเป็น “ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
Champion” หรือ “ตำรับยา Champion”

การส่งเสริมการรวมกลุ่มของเกษตรกร ในลักษณะสมุนไพรแปลงใหญ่

เพื่อลดต้นทุนด้านปัจจัยการผลิต

การใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ด้านการเกษตรในการเพาะปลูก พืชสมุนไพร

รวมถึงเทคโนโลยีชีวภาพเพื่อช่วยปรับปรุง
สายพันธุ์ให้มีคุณภาพดี และขยายสายพันธุ์
พืชสมุนไพร

การผลักดันให้เกิดการแปรรูปเพื่อเพิ่ม มูลค่าสินค้าสมุนไพร

ปรับเปลี่ยนจากการขายและส่งออกสมุนไพร
ในรูปแบบวัตถุดิบ (Raw Material) เป็นสินค้า
ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง (High Value Added)

การส่งเสริมการผลิตสมุนไพร และผลิตภัณฑ์

ต้องมีการควบคุมคุณภาพระหว่างกระบวนการ
ผลิตและคุณภาพของผลิตภัณฑ์

การส่งเสริมความรู้ด้านการทำธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

และการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพ
ให้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการ

การพัฒนาโครงการวิจัยร่วมระหว่าง ผู้ประกอบการกับนักวิจัย

ต้องสามารถใช้ประโยชน์จากงานวิจัยได้อย่าง
แท้จริง

การยกระดับการบูรณาการด้านข้อมูล

เพื่อใช้ในการทำงานร่วมกันของหน่วยงาน
ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะกระทรวงเกษตรและ
สหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวง
พาณิชย์

รับข้อมูล ข่าวสาร บทวิเคราะห์ ง่ายๆ แคสแกน QR Code



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า



@TPSO.Tradeinsights



www.tpsoc.moc.go.th



Facebook



LINE



Website