

แนวทางการสร้าง  
ความเข้มแข็งทางการค้า

## สินค้าสมุนไพรไทย และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

ประเทศไทยมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ โดยเฉพาะพืชสมุนไพรที่มีความหลากหลายทั้งชนิดสายพันธุ์ และปริมาณสารสำคัญ รวมทั้งมีภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและแพทย์พื้นบ้านที่สืบทอดมาตั้งแต่อดีต

พืชสมุนไพรไทยยังมีโอกาสทางการค้าอีกมาก สนค. จึงได้ศึกษา "แนวทางการสร้างความเข้มแข็งทางการค้าสินค้าสมุนไพรไทยและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง" พบปัญหาของการพัฒนาอุตสาหกรรมสมุนไพรไทย ดังนี้

## ประเด็นปัญหาสำคัญ

### ด้านห่วงโซ่อุปทานสมุนไพร



ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีมูลค่าเพิ่มต่ำ ส่วนใหญ่ส่งออกในรูปวัตถุดิบแปรรูปขั้นต้น



เกษตรกรขาดองค์ความรู้และเทคโนโลยีในการผลิตและแปรรูป รวมทั้งการควบคุมคุณภาพวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานและปลอดภัย



ผู้ประกอบการขาดความรู้ด้านการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์



ขาดความเชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรและผู้ประกอบการ

### ด้านอื่น ๆ



การบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐขาดความต่อเนื่อง



ข้อจำกัดด้านข้อมูลการค้าและความต้องการในประเทศ/ต่างประเทศ รวมทั้งไม่มีพิกัดศุลกากรของสมุนไพรโดยเฉพาะ



งานวิจัยด้านสมุนไพรและตำรับยา ยังมีไม่เพียงพอ

## ข้อเสนอแนะในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่สินค้าสมุนไพร



### ตลาดในประเทศ

เชื่อมเกษตรกรและผู้ประกอบการด้านสมุนไพรด้วยระบบเกษตรพันธสัญญา (Contract Farming)



ส่งเสริมตลาดสมุนไพรอินทรีย์



ประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์มาตรฐานสินค้าสมุนไพรไทย ให้เป็นที่รู้จัก อาทิ Quality Thai Herbal Product และ Premium Herbal Product



เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์สมุนไพรกับภาคบริการ อาทิ ธุรกิจ Health & Wellness และการท่องเที่ยว



### ตลาดต่างประเทศ

ผลักดันสินค้าสมุนไพรในตลาดศักยภาพที่มีมูลค่าการค้าสูง ได้แก่ จีน สหรัฐฯ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ เยอรมนี อิตาลี ไต้หวัน อินเดีย ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร และฮ่องกง



สร้างฐานข้อมูลในด้านการค้าสมุนไพรและการกำหนดพิกัดศุลกากรสินค้าสมุนไพร



เตรียมความพร้อมด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาเพื่อรองรับผลกระทบจากการเจรจาการค้า



### ประเด็นอื่น ๆ

ส่งเสริมตำรับยาและผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็นสินค้า Champion ของประเทศ



ส่งเสริมการค้าสมุนไพรแปลงใหญ่เพื่อลดต้นทุน

ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมปรับปรุงการเพาะปลูก การผลิต/แปรรูป การควบคุมคุณภาพ และการเพิ่มมูลค่าสินค้า



พัฒนาโรงงานวิจัยให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภค



เพิ่มการบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานโดยเฉพาะด้านข้อมูล

