

แนวทางการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพร
เพื่อสุขภาพเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

โดย

นางศรินันท์ ทับทิมเทศ
ผู้อำนวยการศูนย์เชี่ยวชาญนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพร
สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 62
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2562 - 2563

หนังสือรับรอง

วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ได้อนุมัติให้เอกสารวิจัยส่วนบุคคล เรื่อง “แนวทางการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน” ลักษณะวิชา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ของ นางศิรินันท์ ทับทิมเทศ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 62 ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2562 - 2563

พลโท

(พิสิณห์ ปฐมเอม)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ

บทคัดย่อ

เรื่อง แนวทางการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน
ลักษณะวิชา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
ผู้วิจัย นางศิรินันท์ ทับทิมเทศ **หลักสูตร** วปอ. รุ่นที่ 62

ปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนก็คือการพัฒนาเชิงพื้นที่ ที่สามารถทำได้โดยการพัฒนาหรือส่งเสริมชุมชนให้เข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้ รวมทั้งสามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของโลก รัฐบาลไทยได้นำเสนอแนวความคิดที่สนับสนุนนโยบาย Thailand 4.0 รูปแบบใหม่เรียกว่า BCG ซึ่งเป็นกลยุทธ์ใหม่ในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเป็นการรวมตัวของเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียนและเศรษฐกิจสีเขียว เป็นที่เชื่อกันว่าแนวคิด BCG จะช่วยให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) โดยผ่านการส่งเสริมการเกษตรที่ยั่งยืน พลังงานสะอาด และการใช้ความหลากหลายทางชีวภาพอย่างยั่งยืน รวมถึงการปกป้องสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ ในปัจจุบันนี้สมุนไพรมีการใช้มากขึ้นเพื่อสุขภาพของประชาชน รวมทั้งใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมต่างๆ การพัฒนาสมุนไพรเพื่อเศรษฐกิจของประเทศจึงมีความจำเป็นเพื่อให้บรรลุผลภายใต้กรอบการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและแผนสมุนไพรแห่งชาติ การนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมมาใช้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรและความสามารถในการแข่งขันตลอดห่วงโซ่คุณค่า ทั้งต้นทาง กลางทางและปลายทาง พร้อมทั้งการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิด BCG ในการศึกษานี้ได้พิจารณาปัจจัยสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรตามพื้นที่อย่างยั่งยืน ได้แก่การส่งเสริมแนวปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีในการจัดหาวัตถุดิบสมุนไพรที่มีคุณภาพและการใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์สมุนไพรรวมทั้งการสร้างกลไกการทำงานร่วมกันของภาครัฐ สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยและหน่วยงานภาคเอกชน การนำพืชอัตลักษณ์ในแต่ละท้องถิ่นมาพัฒนาเพิ่มคุณค่าและมูลค่า เชื่อมโยงกับองค์ความรู้เดิมของชุมชน เรื่องราว ประวัติศาสตร์ สร้างเนื้อหาการท่องเที่ยว รวมถึงการนำ เทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยให้มีความทันสมัย ทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ แหล่งใหม่ ดึงดูดนักท่องเที่ยว เกิดการพัฒนาทั้งด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการท่องเที่ยวจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากไปพร้อมกันแนวคิดนี้จะเป็นการพัฒนาประเทศแบบยั่งยืนโดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลังและลดความเหลื่อมล้ำได้

Abstract

Title Guidelines on sustainable development for innovation of local health-oriented herbal products
Field Science and technology
Name Mrs. Sirinan Thubthimthed **Course** NDC **Class** 62

One of the essential factors of driving sustainable development is an area-based development which can be done by developing and promoting communities to be strong and self-reliant as well as being able to adapt to the rapid changes. A new model called BCG has been conceptualized to underpin Thailand 4.0 policy as a strategy to drive the economic and social development. BCG is an integration of bio-economy, circular economy and green economy. It is believed that BCG model will enable Sustainable Development Goals (SDGs) through the promotion of sustainable agriculture, clean energy, sustainable utilization of biodiversity and protecting environment and ecosystem. Nowadays, herbs are increasingly needed in terms of health consumption for the people, including raw materials used in many industries. The development of herbs for the national economy is imperative to achieve results within the framework of the development of science and technology and the National Herbal Master Plan. Science, technology and innovation will be employed to enhance the capacity and competitiveness of players in the value chain which covers origin, mid-way, destination and drives under the concept of BCG. In this study, the important factors of the sustainable area-based development of herbal products were considered. The promotion of the good agriculture practice for providing quality herbal raw materials and using science and technology for value added herb products are the main factors for development as well as creating collaborative mechanisms and setting guidelines or needs of the area by area as a conceptual unit combined with government assistance, research institutes, universities and private sector agencies. Promoting Thai herbal products to the public is another factor in the development for creating awareness and knowledge of properties and effectiveness of various types of Thai herbs. Bringing local unique plants which have previous knowledge, stories and history for creating high value added herbal products including the use of digital technology result in new quality tourist attractions. The development of both herbal products and tourism will result in the development of the economy at the same time. This concept will make sustainable country development without leaving anyone behind and reducing inequality.

คำนำ

จากยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ที่มีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ บนพื้นฐานแนวคิด ได้แก่ การต่อยอดอดีต โดยมองกลับไปพื้นฐานของเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย รวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศในด้านอื่น ๆ นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดรับกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ และสร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ การพัฒนาคนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับรูปแบบธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคต บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปัจจุบัน พร้อมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลกควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้และการกินดีอยู่ดี พร้อมทั้งลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศได้ในคราวเดียวกัน

ปัจจัยหนึ่งที่เป็นต่อกระบวนการผลักดันการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนก็คือการพัฒนาเชิงพื้นที่ โดยการพัฒนาหรือส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งสามารถพึ่งตนเองได้ สามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ใช้ความรู้ ในการหาวิธีจัดการหรือแก้ไขปัญหาของตัวเอง ชุมชนและ ประเทศได้อย่างยั่งยืน การขยายแนวความคิดหรือแนวทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ให้เป็นการพัฒนาที่มาจากภูมิปัญญาของพื้นที่หรือชุมชนอย่างแท้จริง ประเทศไทยอุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติซึ่งเพียงพอได้เปรียบต่อการนำมาพัฒนาต่อยอดโดยเฉพาะอย่างยิ่งภูมิความรู้ทางด้านสมุนไพรไทย การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากสมุนไพรไทยโดยใช้วัตถุดิบที่เป็นอัตลักษณ์ในแต่ละท้องถิ่นของไทยเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้เกิดการพัฒนา อันจะก่อให้เกิดความยั่งยืนต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงพื้นที่และเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

การพัฒนาสมุนไพรเพื่อเศรษฐกิจของประเทศมีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการให้บรรลุผลภายใต้กรอบการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศไทย เพื่อเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว เนื่องจากเป็นแนวโน้มการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก โดยจะต้องพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับแผนแม่บทสมุนไพรฯ ครอบคลุมตั้งแต่ กลางทาง ปลายทาง และขับเคลื่อนภายใต้แนวคิด BCG เพื่อให้ไทยเป็นผู้นำการส่งออกสมุนไพรระดับอาเซียนและมีมูลค่าการบริโภคสมุนไพรเพิ่มขึ้น มีการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างคุ้มค่า การหมุนเวียนของที่ใช้แล้วหรือของเหลือใช้กลับมาใช้ใหม่ การผลิตอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและทำให้เกิดของเสียน้อยที่สุด ผ่านแรงขับเคลื่อนทางด้านนวัตกรรมให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง เช่น ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร สารสกัดสมุนไพรมูลค่าสูง ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ยาจากสมุนไพร และเชื่อมกับการท่องเที่ยววิถีสุขภาพ โดยใช้ข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่น พิษอัตลักษณ์หรือพืช GI ของชุมชนหรือท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นเรื่องราวที่ใช้ในการดึงความสนใจของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว โดยจะนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาตลอดห่วงโซ่คุณค่าของการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพร

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาองค์ประกอบสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรเชิงพื้นที่ที่มีความยั่งยืนโดยศึกษาภูมิปัญญาชาวบ้านด้านสมุนไพรไทยจากพืชอัตลักษณ์ในท้องถิ่น วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนานวัตกรรมเพื่อสุขภาพจากสมุนไพรในเชิงพาณิชย์ นำมาสังเคราะห์เป็นรูปแบบการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพจากพืชอัตลักษณ์เชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนและนำไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ทั้งในระดับประเทศและสู่ตลาดระดับโลก

(นางศรินันท์ ทับทิมเทศ)

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 62

ผู้วิจัย

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้โดยความกรุณาของอาจารย์ที่ปรึกษา พลตรี กิติชาติ นิลขำ และ พันเอกหญิง อัจฉรีย์กุล อำไพ ที่ให้คำปรึกษาแนะนำและช่วยเหลือในการจัดทำงานวิจัยตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างให้สมบูรณ์และลุล่วงไปด้วยดี ขอขอบคุณ คุณศิรินันท์ สารมณัฐ ผู้จัดการ วิชากิจ ชุมชนชีวิตวิถีตำบลน้ำเกี๋ยน อำเภอภูเพียง จังหวัดน่าน คุณชัยวัฒน์ ศรีเทศ เจ้าของบริษัท ไนน์ แทม มะรินด์ จำกัด จ.เพชรบูรณ์ และคุณสายันต์ ตันพานิช รองผู้ว่าการวิจัยอุตสาหกรรมชีวภาพ วว. ที่ได้ให้ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ในการศึกษาคั้งนี้ สุดท้ายขอขอบคุณผู้บริหาร สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ที่ได้เสนอชื่อดิฉันเข้ามาศึกษาในหลักสูตรวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร รุ่น 62 สุดท้ายหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลจากงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนต่อไป

(นางศิรินันท์ ทับทิมเทศ)

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 62

ผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
Abstract	ข
คำนำ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญแผนภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
วิธีดำเนินการวิจัย	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	4
คำจำกัดความ	4
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดเกี่ยวกับสมุนไพรมะ	5
ความสำคัญของสมุนไพรมะไทย	6
โอกาสและความท้าทายในการพัฒนาสมุนไพรมะ	7
หลักการตรวจสอบสภาวะแวดล้อมภายในโดยใช้ SOAR Analysis	8
หลักการตรวจสอบสภาวะแวดล้อมภายนอกโดยใช้ PESTEL Analysis	10
ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี	11
ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ	15
กรอบแนวคิดของการวิจัย	18
สรุป	18
บทที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาสมุนไพรมะสู่เชิงพาณิชย์	19
แนวโน้มสถานการณ์ในปัจจุบัน	19
ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีใหม่ในการดูแลสุขภาพในปัจจุบันและอนาคต	20
ภาพรวมสถานการณ์สมุนไพรมะ	21
การดำเนินงานของภาครัฐ	23
การพัฒนาอย่างยั่งยืน (STI FOR SDGS)	26
บทบาทของ STI for SDGs ของประเทศไทย	27
แนวคิดในการสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์	27

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
	28
	29
บทที่ 4	
การวิเคราะห์ข้อมูล	32
การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกด้วย PESTEL	33
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาด	50
แนวทางการบูรณาการความร่วมมือของภาครัฐ เอกชนและชุมชน	
เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน	52
บทที่ 5	
สรุปและข้อเสนอแนะ	54
สรุป	54
ข้อเสนอแนะ	59
บรรณานุกรม	60
ประวัติย่อผู้วิจัย	62

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
2 - 1	แผนภาพองค์ประกอบการวิเคราะห์ PESTEL	10
4 - 1	ยุทธศาสตร์ ตามแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1	34
4 - 2	ผลกระทบของ COVID-19 ต่อเศรษฐกิจไทย	38
4 - 3	มูลค่าการส่งออกตลาดสมุนไพรของไทย (ม.ค. 2563)	40
4 - 4	แสดงประมาณการสังคมผู้สูงอายุและรายได้	42
4 - 5	แผนภาพแสดงระดับความเป็นเมืองของประเทศไทย	43
4 - 6	สัดส่วนประชากรในแต่ละช่วงอายุ	44
4 - 7	กราฟแสดงการเพิ่มขึ้นของมูลค่า E-Commerce	46
4 - 8	แผนที่โลกแสดงลำดับภูมิภาคที่มีความเสี่ยงตาม Global Climate Risk Index 1996-2015	47
4 - 9	จำนวนการเกิดภัยแล้งในช่วง 3 ทศวรรษของประเทศไทย	48

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4 - 1	เปรียบเทียบลักษณะแนวโน้มนิสัยความเปลี่ยนแปลงของคน Gen Babyboom มาเป็น Gen Y	44

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เพื่อการเกษตรกรรม การเพาะปลูกพืชหลักที่สำคัญของประเทศได้แก่ ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง อ้อย ข้าวโพด และปาล์มน้ำมันนั้น เกษตรกรผู้เพาะปลูกมีรายได้เฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ต่ำเนื่องจากสินค้าเกษตรเหล่านี้มีราคาซื้อขายผันผวนตามสภาพภูมิอากาศและความต้องการของตลาดโลก หากเราเพิ่มรายได้ของเกษตรกรด้วยการเพิ่มปริมาณผลผลิตจะต้องแลกด้วยการใช้ทรัพยากรเป็นจำนวนมาก ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ไม่สอดคล้องกับโครงสร้างของแรงงานภาคเกษตรที่มีอายุมากขึ้น ดังนั้น การยกระดับผลผลิตทางการเกษตรให้มีคุณภาพ มีความปลอดภัย และสร้างมาตรฐานจะช่วยสร้างความแตกต่างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตร เปลี่ยนรูปแบบจากการผลิตมากแต่สร้างรายได้น้อยไปสู่การผลิตสินค้ามูลค่าสูงที่ผลิตน้อยแต่สร้างรายได้มากโดยใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีช่วยในการผลิต และเพิ่มประสิทธิผลของวัตถุดิบการเกษตรให้สูงขึ้น ทั้งยังเป็นการรักษาเสถียรภาพของสินค้าเกษตรบนพื้นฐานของความหลากหลายทางชีวภาพ และประเทศสามารถเพิ่มความหลากหลายของสินค้าเกษตรเศรษฐกิจอื่น ๆ ได้อีก เช่น สมุนไพร ผลไม้ ไม้ดอก ไม้เศรษฐกิจ เป็นต้น

สมุนไพรไทยถือเป็นสมบัติภูมิปัญญาล้ำค่าที่เราได้รับถ่ายทอดมาจากบรรพชน ในอดีตสมุนไพรผูกพันอยู่กับวิถีดำรงชีพร่วมกับธรรมชาติเป็นวัตถุดิบที่เปี่ยมด้วยสรรพคุณในการบำบัดรักษาสุขภาพ ปัจจุบันรัฐบาลได้ให้ความสนใจเรื่องสมุนไพรเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นทรัพยากรที่สำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในภาวะที่ประเทศกำลังประสบปัญหาของการเกิดโรคอุบัติใหม่ เช่น โรคไวรัสโคโรนา-19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อเอื้อไปยังเศรษฐกิจของประเทศ การนำสมุนไพรไทยมาใช้เป็นยาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร แม้แต่พัฒนาเป็นเครื่องสำอาง จะช่วยทำให้คนไทยสามารถพึ่งตนเองได้โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในประเทศ ลดการนำเข้าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากต่างประเทศ และถ้าเราผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยโดยใช้ภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษผสมผสานกับองค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยให้มีประสิทธิภาพและความปลอดภัยโดยการทดสอบตามหลักสากลก็จะทำให้เราสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์ไปยังต่างประเทศได้ สร้างรายได้ให้กับประเทศอีกด้วย

เมื่อปี พ.ศ. 2560 รัฐบาลได้กำหนดแนวทางการพัฒนาสมุนไพรแห่งชาติฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560- พ.ศ.2564) ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์คือ 1) ส่งเสริมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ส่งเสริมการปลูกพืชสมุนไพร แปรรูปเบื้องต้น อย่างมีคุณภาพ 2) พัฒนาอุตสาหกรรม และการตลาดสมุนไพร เพื่อไปสู่ระดับสากล 3) ส่งเสริมการใช้ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ สมุนไพรเพื่อการรักษาโรคและการเสริมสร้างสุขภาพ เพิ่มการใช้สมุนไพรในระบบ สุขภาพ ในการรักษาโรคและเสริมสร้าง สุขภาพ 4) สร้างความเข้มแข็งของการบริหารและนโยบายภาครัฐเพื่อการขับเคลื่อนสมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมพืชสมุนไพรไทยในปัจจุบันได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก อีกทั้งในปัจจุบันโลกได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุจึงเป็นปัจจัยเสริมที่ทำให้ความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับความเชื่อด้านสรรพคุณและผลข้างเคียงของผลิตภัณฑ์สมุนไพรส่งผลให้บริษัทด้านเภสัชกรรมในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกหันมาให้ความสนใจศึกษาและวิจัยพืชสมุนไพรเพิ่มขึ้นโดยผลิตเป็นยารักษาโรคและอาหารเสริมสุขภาพและเครื่องสำอาง ขณะเดียวกันได้มีการปรับปรุงรูปปลั๊กซ์ของยาสมุนไพรให้ทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของคนรุ่นใหม่ องค์การอนามัยโลกได้คาดการณ์ว่าในปี 2593 ความนิยมสมุนไพรในตลาดโลกจะมีมูลค่าถึง 150,000 ล้านล้านบาท และมีการประมาณการว่าประชากรโลกกว่าครึ่งหนึ่งคือ 4,600 ล้านคนจะป่วยด้วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรังหรือ NCDs (Non-Communicable diseases) ซึ่งเป็นกลุ่มโรคที่มีสาเหตุมาจากพฤติกรรมการใช้ชีวิต เช่น โรคเบาหวาน โรคหลอดเลือดหัวใจและสมอง โรคถุงลมโป่งพอง โรคมะเร็ง โรคความดันโลหิตสูง และโรคอ้วนลงพุง เป็นต้น โรคเหล่านี้จะเกิดขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไปและรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ จนอาจอันตรายถึงชีวิต กลุ่มยารักษาโรค NCDs มีมูลค่าที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยาสมุนไพรไทยที่สามารถใช้ป้องกันและรักษากลุ่มโรค NCDs มีอยู่มากมายเช่นกัน ตัวอย่างเช่น ขมิ้นชัน ใช้รักษาอาการระบบทางเดินอาหาร, ใพล ใช้บรรเทาอาการปวดเมื่อย ลดบวม ฟกช้ำ และฟาดทลายโจร ใช้รักษาอาการระบบทางเดินหายใจ เป็นต้น

จากยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ที่มีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ บนพื้นฐานแนวคิด ได้แก่ การต่อยอดอดีต โดยมองกลับไปพื้นฐานของเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย รวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศในด้านอื่น ๆ นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ และสร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ การพัฒนาคนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับปรุงรูปแบบธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคต บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปัจจุบัน พร้อมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลกควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้และการกินดีอยู่ดี พร้อมทั้งลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศได้ในคราวเดียวกัน

การพัฒนานวัตกรรมนั้นแต่เดิมจะใช้การผลักดันด้วยเทคโนโลยี และการใช้ตลาดเป็นตัวตั้งนั้น เป็นแนวคิดเดิมที่หลายองค์กรยังคงใช้อยู่แต่พบว่ายังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ต่อมาจึงมีแนวความคิดในการสร้างนวัตกรรมแบบเปิดซึ่งเป็นแนวคิดใหม่ที่ยังมีใช้ไม่มากนัก ซึ่งเป็นการนำนวัตกรรมมาใช้เป็นเครื่องมือในการยกระดับการพัฒนาประเทศโดยผ่านบริหารจัดการและการทำงานร่วมกันระหว่างองค์กรต่าง ๆ ที่ร่วมอยู่ในเครือข่ายการสร้างนวัตกรรม

อีกหนึ่งปัจจัยที่จำเป็นต่อกระบวนการผลักดันการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนก็คือ การพัฒนาเชิงพื้นที่ โดยการพัฒนาหรือส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งสามารถพึ่งตนเองได้ สามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ใช้ความรู้ ในการหาวิธีจัดการหรือแก้ไขปัญหาของตัวเอง ชุมชนและ ประเทศได้อย่างยั่งยืน การขยายแนวความคิดหรือแนวทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ให้เป็นการพัฒนาที่มาจากภูมิเริ่มของพื้นที่หรือชุมชนอย่างแท้จริง โดยการกำหนดความต้องการของพื้นที่ การสร้าง

เครื่องมือเพื่อหา ข้อมูล ความรู้ การค้นหาและสร้างกลไกความร่วมมือ และการกำหนดแนวทางหรือความต้องการของพื้นที่โดยพื้นที่เป็นหน่วยต้นคิด ผสานกับความช่วยเหลือจากภาครัฐ หน่วยงานวิจัย มหาวิทยาลัยและหน่วยงานภาคเอกชน ประเทศไทยอุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติซึ่งเป็นข้อได้เปรียบต่อการนำมาพัฒนาต่อยอดโดยเฉพาะอย่างยิ่งภูมิความรู้ทางด้านสมุนไพรไทย การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากสมุนไพรไทยโดยใช้วัตถุดิบที่เป็นอัตลักษณ์ในแต่ละท้องถิ่นของไทยเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้เกิดการพัฒนาดังแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ อันจะก่อให้เกิดความยั่งยืนต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงพื้นที่และเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภูมิปัญญาชาวบ้านด้านสมุนไพรไทยจากพืชอัตลักษณ์ในท้องถิ่น
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนานวัตกรรมเพื่อสุขภาพจากสมุนไพรในเชิงพาณิชย์
3. เพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพจากพืชอัตลักษณ์เชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนและนำไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ทั้งในระดับประเทศและสู่ตลาดระดับโลก

ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาและการประยุกต์ใช้เฉพาะผลิตภัณฑ์นวัตกรรมเพื่อสุขภาพจากสมุนไพร
2. ศึกษาสำรวจเฉพาะพื้นที่ จังหวัดเพชรบูรณ์ ที่มีสมุนไพรเป็นอัตลักษณ์

วิธีการดำเนินการวิจัย

ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงพรรณนา ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูล
 - 1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ ดำเนินการโดยการศึกษาจากตำราและเอกสารต่าง ๆ
 - 1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ ดำเนินการโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก นักวิชาการ ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจชุมชน
2. การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์เปรียบเทียบและสังเคราะห์ข้อมูลทฤษฎี หลักการต่าง ๆ
3. การนำเสนอข้อมูล นำเสนอข้อมูลแบบรายงานวิจัยเชิงพรรณนาและวิเคราะห์นำเสนอแนวคิดใหม่จากการวิจัย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพในเชิงพาณิชย์
2. ทำให้ทราบรูปแบบการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพจากพืชอัตลักษณ์เชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนและนำไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์เพื่อการส่งออก

คำจำกัดความ

BCG Model	หมายถึง	การบูรณาการการพัฒนาเศรษฐกิจ 3 มิติ คือ เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว พร้อมกัน ๆ โดยนำองค์ความรู้มาต่อยอดฐานความเข้มแข็ง
PESTEL Analysis	หมายถึง	เป็นเครื่องมือและกรอบแนวคิดที่จะช่วยวิเคราะห์และติดตามสิ่งแวดล้อมภายนอกในระดับมหภาค
SOAR Analysis	หมายถึง	เป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน เพื่อเป็นฐานสำหรับการพัฒนาและการดำเนินการตามแผนกลยุทธ์ SOAR เป็นคำย่อของ Strengths (จุดแข็ง) Opportunities (โอกาส) Aspiration (แรงบันดาลใจ) และ Result (ผลลัพธ์)
เศรษฐกิจชีวภาพ	หมายถึง	เป็นเศรษฐกิจที่มีการนำทรัพยากรชีวภาพมาผลิตให้คุ้มค่าที่สุด โดยใช้ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมมาพัฒนาต่อยอด
เศรษฐกิจหมุนเวียน	หมายถึง	เป็นเศรษฐกิจที่มีการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดและคุ้มค่าที่สุด และต้องสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ที่สำคัญคือการผลิตปริมาณของเสียให้น้อยลงหรือเท่ากับศูนย์
เศรษฐกิจสีเขียว	หมายถึง	เป็นเศรษฐกิจที่ให้ความสำคัญในเรื่องความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การจัดการสภาพสังคมให้ กระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด
พืชอัตลักษณ์	หมายถึง	พืชที่มีคุณลักษณะเฉพาะตัว ที่บ่งบอกหรือมีความชี้ชัดของพื้นที่นั้น ๆ
โรค NCDs	หมายถึง	โรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ย่อมาจาก Non-Communicable diseases ซึ่งเป็นกลุ่มโรคที่มีสาเหตุมาจากพฤติกรรมการใช้ชีวิต เช่น โรคเบาหวาน โรคหลอดเลือดหัวใจและสมอง โรคถุงลมโป่งพอง โรคมะเร็ง โรคความดันโลหิตสูง และโรคอ้วนลงพุง เป็นต้น
ชีวเภสัชภัณฑ์	หมายถึง	ผลิตภัณฑ์ยาประเภทหนึ่งซึ่งสร้างหรือสังเคราะห์ขึ้นมาจากสารที่มีอยู่ตามธรรมชาติ อาทิ มนุษย์ สัตว์ พืช เห็ดรา และจุลินทรีย์
จตุรภาคี	หมายถึง	โมเดลการสร้างนวัตกรรมแบบเกลียว 4 สาย ซึ่งเป็นการทำงานร่วมกันระหว่าง ภาครัฐ-เอกชน/ชุมชน/สังคมมหาวิทยาลัย สถาบันวิจัย และหน่วยงานต่างประเทศ

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้จะทบทวนแนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้แก่แนวคิดหลักการตรวจสอบสถานะแวดล้อมภายในโดยใช้ SOAR Analysis และหลักการตรวจสอบสถานะแวดล้อมภายนอกโดยใช้ PESTEL Analysis เพื่อวิเคราะห์สถานะแวดล้อมภายในและภายนอกของการพัฒนานวัตกรรมสมุนไพรเชิงพื้นที่ ประกอบกับความสอดคล้องของ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เพื่อให้ได้กรอบแนวคิดของการวิจัย พร้อมสรุปแนวทางการดำเนินงาน

แนวคิดเกี่ยวกับสมุนไพร

ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน คนไทยได้สะสมความรู้และภูมิปัญญาของพืชท้องถิ่นมานานนับร้อยปี พืชท้องถิ่นหลายร้อยชนิดมีถิ่นอาศัยตามป่าธรรมชาติ พืชหลายชนิดได้ถูกใช้เป็นยารักษาโรคตามตำรับหมอยาพื้นบ้านซึ่งทุกหมู่บ้านมีผู้รู้เรื่องพืชพันธุ์ การนำมาใช้ทำยา ผู้รู้เหล่านี้ถูกเรียกว่า “หมอยาหรือ หมอพื้นบ้าน” ซึ่งเก็บรักษาพืชเหล่านั้นไว้ มีตำรายาสำหรับรักษาโรค ภูมิปัญญาเหล่านี้ได้ถูกถ่ายทอดสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นจนถึงปัจจุบัน พืชสมุนไพร” คือ พืชที่ถูกนำมาใช้เป็นยารักษาโรค เนื่องจากประเทศไทยตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ป่าเขตร้อน ซึ่งเป็นเขตกระจายพันธุ์พืชจาก 3 พื้นที่ ได้แก่ พื้นที่ Indo-Chinese พื้นที่ Indo-Malaya และพื้นที่ Indo-Bermese จึงไม่เป็นเรื่องแปลกที่ประเทศไทยจะมีพืชสมุนไพรหลายร้อยชนิดและถูกนำมาใช้รักษาโรคตามหลักแพทย์แผนโบราณมาหลายร้อยปี อาทิ การนวดแผนไทย ยาต้ม เวชกรรมไทยและการใช้ยาจากพืชสมุนไพร อย่างไรก็ตามผู้ใช้สมุนไพรจำต้องรู้วิธีการใช้ เนื่องจากพืชสมุนไพรสามารถก่อให้เกิดพิษได้หากใช้ในปริมาณที่มากเกินไป ซึ่งภูมิปัญญาพื้นบ้านมีลักษณะเฉพาะ

องค์ความรู้มีความเฉพาะในแต่ละท้องถิ่น เนื่องจากแต่ละท้องถิ่นมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน ภูมิปัญญาได้ผ่านการทดลองจนสะสมเป็นประสบการณ์มาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน องค์ความรู้ได้ถูกถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ยาสมุนไพรถูกผลิตและใช้ภายในท้องถิ่นเอง และผลิตภายใต้แนวคิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น ส่วนใหญ่พืชสมุนไพรโดยทั่วไปพบว่ามีการปลูกในรูปแบบผักสวนครัวที่บริโภคในครัวเรือนมีฤทธิ์เป็นยาอยู่แล้ว ทั้งไทยและต่างประเทศก็ปรากฏการปลูกพืชสมุนไพรไว้บริโภคตามบ้านเรือน ซึ่งให้ประโยชน์ในแง่แหล่งผลิตอาหารไว้ใช้เอง สร้างสุขภาพอนามัยและโภชนาการที่ดีเกิดการพึ่งพาตนเอง และลดค่าใช้จ่ายทั้งในระดับครัวเรือนไปจนถึงระดับชุมชน หากผลผลิตเกินความต้องการสามารถนำมาขายเพื่อสร้างรายได้อีกผักหรือสมุนไพรที่นิยมปลูกในสวนครัว เช่น ถั่วฝักยาว พริกทอง มันหวาน ขิง ถั่วฝักยาว เป็นต้น

จากการศึกษาในเรื่องของสมุนไพรพบว่าได้มีผู้ให้ความหมายของสมุนไพรไว้ต่าง ๆ กัน ดังนี้ สถาบันการแพทย์แผนไทย (2547) กล่าวว่า สมุนไพร หมายถึง ส่วนที่ได้จากพืช สัตว์และแร่ธาตุที่ยังไม่ได้ผสมและแปรรูปใด ๆ เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าอย่างหนึ่งของประเทศบรรพบุรุษได้เลือกสมุนไพรมาทำยารักษาโรคต่าง ๆ โดยนำมาผสม ปรง หรือแปรสภาพและเรียกว่า ยาสมุนไพร วิชา จิรัจฉริยาภูล (2543) กล่าวว่า สมุนไพร หมายถึงยาจากพืชที่ผ่านขั้นตอนการเก็บเกี่ยวและอยู่ในสภาพแห้งแล้ว โดยยานั้นแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ กลุ่มที่มีหลักฐานสนับสนุนการแสดงฤทธิ์และมีประสิทธิภาพ กลุ่มที่ไม่มีหลักฐานว่าการแสดงฤทธิ์ หรือมีประสิทธิภาพ สุดท้ายคือกลุ่มที่ไม่สามารถการออกฤทธิ์ และประสิทธิภาพ จากความหมายของสมุนไพรที่มีผู้กล่าวมาข้างต้นนั้น อาจจะสรุปได้ว่าสมุนไพรมีความหมายรวมไปถึง พืช สัตว์ และแร่ธาตุที่ยังมิได้นำมาแปรสภาพโดยอาจมีฤทธิ์ทางเภสัชหรือไม่ก็ได้ วัตถุประสงค์อาจนำมาใช้เพื่อการรักษาโรค หรือบำบัดอาการเจ็บป่วย และสุดท้ายอาจนำมาส่งเสริมสุขภาพก็ได้

เมื่อพิจารณาจากที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่า ประชาชนสนใจและให้ความสำคัญกับการบริการการรักษามากกว่าการป้องกันส่งเสริมสุขภาพ โดยเฉพาะการใช้ยาสมุนไพรเป็นการใช้รักษา กลุ่มอาการของโรคหรือลักษณะความเจ็บป่วยที่ไม่รุนแรงมากนัก อาการที่แนะนำให้ใช้ยาสมุนไพร ได้แก่ อาการท้องผูก ท้องอืด ท้องเฟ้อ อาการท้องเดิน พยาธิลำไส้ บิด คลื่นไส้ อาเจียน ไอและเสมหะ กลาก เกลื้อน นอนไม่หลับ เบื่ออาหาร ฝี แผลพุพอง เคล็ด ชัด ยอก แพ้ อักเสบ ไฟไหม้ น้ำร้อนลวก เหา ชันนะตุ โรคกระเพาะ เจ็บคอ แผลถลอก ฟกช้ำ ยุ้งกัด ผื่นคัน เป็นต้น อาการดังกล่าวเป็นเพียงอาการเริ่มต้น ซึ่งต้องมีคู่แข่งสำคัญคือยาแผนปัจจุบันด้วยเหตุผลสำคัญคือ สะดวก ใกล้เคียงบ้านราคาถูก และสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ ทำให้การรักษาแบบแผนไทยด้วยสมุนไพรลดความนิยมลง แต่พบว่า การใช้ยาสมุนไพรแผนโบราณยังคงมีความนิยมสูงในกลุ่มโรคเรื้อรัง เช่น ภาวะเครียด ปวดหลัง ปัจจุบันมีแนวโน้มกลับมาใช้ยาสมุนไพรสูงขึ้น เพื่อรักษาสุขภาพให้แข็งแรงหรือป้องกัน นับได้ว่า เป็นที่น่าภาคภูมิใจที่คนไทยหันมาใช้ยาสมุนไพร ซึ่งเป็นภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่นเพิ่มสูงขึ้น เป็นการใช้เป็นไปเพื่อการป้องกันโรคมามากกว่าการรักษาโรค ซึ่งแสดงว่าประชาชนหันมาดูแลสุขภาพมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อการพัฒนางานด้านสาธารณสุขต่อไป

ความสำคัญของสมุนไพรไทย

สมุนไพรไทยถือเป็นสมบัติภูมิปัญญาล้ำค่าที่เราได้รับถ่ายทอดมาจากบรรพชน ในอดีตสมุนไพรผูกพันอยู่กับวิถีดำรงชีพร่วมกับธรรมชาติเป็นวัตถุดิบที่เปี่ยมด้วยสรรพคุณในการบำบัดรักษาสุขภาพ ปัจจุบันรัฐบาลได้ให้ความสนใจเรื่องสมุนไพรเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นทรัพยากรที่สำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในภาวะที่ประเทศกำลังประสบปัญหาของการเกิดโรคอุบัติใหม่ เช่น โรคไวรัสโควิด-19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อเนื่องไปยังเศรษฐกิจของประเทศ การนำสมุนไพรไทยมาใช้เป็นยาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และเครื่องสำอาง จะช่วยทำให้เราสามารถพึ่งตนเองได้โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในประเทศ ลดการนำเข้าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากต่างประเทศ และถ้าเราผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยโดยใช้ภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษผสมผสานกับองค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยให้มีประสิทธิภาพและความปลอดภัยโดยการทดสอบตามหลักสากลก็จะทำให้เราสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์ไปยังต่างประเทศได้ สร้างรายได้ให้กับประเทศ

เมื่อปี พ.ศ. 2560 รัฐบาลได้กำหนดแนวทางการพัฒนาสมุนไพรแห่งชาติฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2564) ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์คือ 1) ส่งเสริมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ส่งเสริมการปลูกพืชสมุนไพรแปรรูปเบื้องต้น อย่างมีคุณภาพ 2) พัฒนาอุตสาหกรรม และการตลาดสมุนไพรเพื่อไปสู่ระดับสากล 3) ส่งเสริมการใช้ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อการรักษาโรคและการเสริมสร้างสุขภาพ เพิ่มการใช้สมุนไพรในระบบสุขภาพ ในการรักษาโรคและเสริมสร้างสุขภาพ 4) สร้างความเข้มแข็งของการบริหารและ นโยบายภาครัฐเพื่อการขับเคลื่อนสมุนไพร ไทยอย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมพืชสมุนไพรไทยในปัจจุบันได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก อีกทั้งในปัจจุบันโลกได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุจึงเป็นปัจจัยเสริมที่ทำให้ความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับความเชื่อด้านสรรพคุณและผลข้างเคียงของผลิตภัณฑ์สมุนไพร ส่งผลให้บริษัทด้านเภสัชกรรมในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกหันมาให้ความสนใจศึกษาและวิจัยพืชสมุนไพรเพิ่มขึ้น โดยผลิตเป็นยารักษาโรคและอาหารเสริมสุขภาพและเครื่องสำอาง ขณะเดียวกันได้มีการปรับปรุงรูปลักษณะของยาสมุนไพรให้ทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของคนรุ่นใหม่ จากการคาดการณ์ขององค์การอนามัยโลก ได้รับความนิยมสมุนไพรในตลาดโลกจะมีมูลค่าถึง 5,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2593 และมีการประมาณการว่าประชากรโลกกว่าครึ่งหนึ่งคือ 4,600 ล้านคนจะป่วยด้วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรังหรือ NCDs (Non-Communicable diseases) คือกลุ่มโรคเรื้อรังไม่ติดต่อที่มีสาเหตุมาจากพฤติกรรมการใช้ชีวิต เช่น โรคเบาหวาน โรคหลอดเลือดหัวใจและสมอง โรคถุงลมโป่งพอง โรคมะเร็ง โรคความดันโลหิตสูง และโรคอ้วนลงพุง ซึ่งโรคเหล่านี้จะเกิดขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไปและรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ จนอาจอันตรายถึงชีวิต กลุ่มยารักษาโรค NCD มีมูลค่าที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยาสมุนไพรไทยที่สามารถใช้ป้องกันและรักษากลุ่มโรค NCDs มีอยู่มากมายเช่นกัน เช่น ขมิ้นชัน ใช้รักษาอาการระบบทางเดินอาหาร, โพล ใช้บรรเทาอาการปวดเมื่อย ลดบวม ฟกช้ำ และฟาทลายใจ ใช้รักษาอาการระบบทางเดินหายใจ เป็นต้น

โอกาสและความท้าทายในการพัฒนาสมุนไพร

ในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพประมาณ 4 แสนล้านบาท โดยคาดการณ์ว่าค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพจะเพิ่มเป็น 1.4 ล้านล้านบาท เมื่อประเทศไทยก้าวสู่สังคมสูงวัยโดยสมบูรณ์ ในแต่ละปี ประเทศไทยนำเข้าผลิตภัณฑ์เวชกรรมและเภสัชกรรมรวมกันกว่า 1 แสนล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้ายารักษาโรค ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มชีวเภสัชภัณฑ์ (Biopharmaceutical) เช่น วัคซีน โปรตีนเพื่อการรักษาและแอนติบอดี ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูงมาก สำหรับผลิตภัณฑ์สมุนไพรในปี 2560 พบว่ามีมูลค่าการใช้สมุนไพรทั่วประเทศ ทั้งสิ้น 254,830 ล้านบาทแบ่งเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง 192,600 ล้านบาท ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร 51,848 ล้านบาท และยาสมุนไพร 7,548 ล้านบาท ผลิตภัณฑ์สมุนไพรนับว่าเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ชีวภาพ (Biobased products) ที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีความต้องการของตลาดสูง มีการคาดการณ์ว่าในตลาดโลกมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชีวภาพจะเพิ่มจาก 12.8 ล้านล้านบาท เป็น 12.8 ล้านล้านบาท ในปี พ.ศ. 2567 จึงเป็นโอกาสสำหรับประเทศไทยที่อุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติในการสร้างมูลค่าเพิ่ม

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยประเมินว่า ในปี 2563 ตลาดสมุนไพรที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมต่อเนื่องจะมีมูลค่าพุ่งไปสู่ระดับ 20,000 ล้านบาท โดยมีปัจจัยหนุนจากเทรนด์การบริโภคของคนรุ่นใหม่ที่นิยมใช้สมุนไพรเป็นทางเลือกในการดูแลสุขภาพ และนโยบายส่งเสริมการใช้สมุนไพรของรัฐ ได้มีการส่งเสริมให้โรงพยาบาล/สถานพยาบาลใช้สมุนไพรทดแทนการนำเข้ายาแผนปัจจุบัน ทั้งนี้ ตลาดรองรับที่มีความต้องการสูงในระยะข้างหน้า ได้แก่ กลุ่มธุรกิจด้านการแพทย์และความงาม รวมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวและตลาดส่งออก โดยที่ขมื่นชัน คือหนึ่งในกลุ่มสมุนไพร Product Champion ของไทยที่มีศักยภาพ ในการต่อยอดเชิงพาณิชย์ โดยเฉพาะความต้องการเพื่อใช้ประโยชน์ด้านสุขภาพและการแพทย์ ซึ่งเป็นโอกาสทางการตลาดให้กับผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากขมื่นชันในรูปแบบออร์แกนิก หรือสารสกัดที่ได้มาตรฐานรับรองด้านความปลอดภัย โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือ กลุ่มธุรกิจอาหารเสริม ยาและโรงพยาบาล นอกเหนือจากเดิมที่นิยมใช้ในธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องสำอาง แม้ว่าจะมีโอกาสทางการตลาด แต่ความท้าทายในธุรกิจที่สำคัญคือ ความเชื่อถือของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพร ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการควบคุมการผลิตให้ได้คุณภาพและมาตรฐานเพียงพอที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ควบคู่ไปกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้เท่าทันเทรนด์การบริโภคของตลาด

หลักการตรวจสอบสถานะแวดล้อมภายในโดยใช้ SOAR Analysis

SOAR Analysis เป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน เพื่อเป็นฐานสำหรับการพัฒนาและการดำเนินการตามแผนกลยุทธ์ SOAR เป็นคำย่อของ Strengths (จุดแข็ง) Opportunities (โอกาส) Aspiration (แรงบันดาลใจ) และ Result (ผลลัพธ์) ทั้งนี้ SOAR Analysis พัฒนาต่อยอดมาจากสุนทรียศาสตร์ หรือ Appreciative Inquiry (AI) โดย AI คือกระบวนการค้นหาสิ่งที่ดีอยู่แล้วในระบบ ทั้งนี้สามารถนำ SOAR Analysis มาใช้วิเคราะห์แทน SWOT Analysis โดย SOAR Analysis ไม่เพียงแต่สามารถนำมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์เท่านั้น แต่ยังสามารถนำมาใช้ในการวางแผนการตลาด การพัฒนาองค์กร เป็นต้น แนวทางในการวางแผนทางด้านกลยุทธ์ SOAR พัฒนามาจาก SWOT Analysis ที่มีการนำมาใช้ครั้งแรกปี พ.ศ.2583 โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ภายในองค์กร และมองหาโอกาส อุปสรรค ที่อยู่ภายนอกองค์กร แล้วนำเอาข้อมูลที่ได้มาวางแผนทางด้านกลยุทธ์ของหน่วยงานหรือองค์กรของตนเอง แต่ในปัจจุบันเราอาจจะพบว่าการใช้เครื่องมือ SWOT Analysis ยังถือว่าไม่เพียงพออีกต่อไปแล้วเพราะว่าสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้การวางแผนโดยผ่านเครื่องมือที่เรียกว่า SWOT Analysis ขาดการเชื่อมโยงกับ วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายในอนาคตของหน่วยงานหรือองค์กร นอกจากนี้ SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์ในช่วงเวลาปัจจุบันที่เรียกว่า Snapshot หมายถึงการวิเคราะห์โดยใช้ข้อมูลในขณะเวลานั้น และเป็นการมองทั้งเชิงบวก (Positive) คือ จุดแข็งและโอกาส และเชิงลบ (Negative) คือ จุดอ่อนและอุปสรรค เช่น ตอนนี้เรามีจุดแข็งอะไรบ้างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Strengths) ขณะนี้เรามีจุดอ่อนอะไรบ้างที่ด้อยกว่าคู่แข่ง (Weaknesses) ปัจจุบันนี้มีปัจจัยภายนอกอะไรที่จะสนับสนุนให้เรามีโอกาสในการทำงานในการตลาดหรือในการขาย ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของเรา (Opportunities) และสุดท้ายปัจจัยภายนอกอะไรที่จะเป็นอุปสรรคต่อการทำงานของหน่วยงานหรือองค์กรของเรา (Threats) เมื่อวิเคราะห์เสร็จแล้ว องค์กรส่วนใหญ่ก็จะหาทางออกโดยการแก้ไขจุดอ่อน โดยหวังว่าการแก้ไขจุดอ่อนจะ

ทำให้องค์กรบรรลุถึงเป้าหมายที่วางไว้ได้ แต่ในเมื่อสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรง คู่แข่งขันก็มีการปรับตัวอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว สิ่งที่เราวิเคราะห์มาแล้วเมื่อเดือนที่ผ่านมา อาจต้องทำการวางแผนใหม่ อาจจะมีจุดอ่อนเพิ่มขึ้นอีกหลายอย่างเพียงชั่วข้ามคืน โดยที่ไม่ทันตั้งตัว ดังนั้น การวางแผนทางกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์กรสมัยใหม่ และเหมาะสมกับการนำการเปลี่ยนแปลงมาสู่องค์กรของผู้นำแบบ AI นั้น ต้องใช้ เครื่องมือที่เรียกว่า ซออาร์ (SOAR Analysis) ซึ่งมีความหมายดังนี้

S = Strength จุดแข็ง ข้อดีขององค์กร จากมุมมองทั้งภายในและภายนอกองค์กร

O = Opportunities มีโอกาสอะไรบ้างที่เป็นประโยชน์กับองค์กรของเรา

A = Aspirations เป้าหมายในอนาคตที่อยากจะเป็น หรือสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นในอนาคตกับองค์กร

R = Results ผลลัพธ์ที่องค์กรต้องการตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับ Aspirations

Strength ได้จากการพิจารณาจุดแข็ง ข้อดีขององค์กรจากมุมมองทั้งภายในและภายนอกองค์กร ทรัพยากรหรือสิ่งที่ดีที่สุดที่เรามีในขณะนี้ สิ่งที่เราทำได้ดีกว่าคู่แข่ง

Opportunities ได้จากการพิจารณาโอกาสภายในและภายนอกที่เป็นไปได้อะไรบ้างที่จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรของเรา เช่น นโยบายผู้บริหาร กระแสสังคม แนวโน้มพฤติกรรมพนักงาน หรือผู้บริโภค ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เป็นต้น

Aspirations คือ สิ่งดี ๆ ที่เราอยากเห็น อยากให้เกิดขึ้นกับองค์กรของเราในอนาคต เช่น วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ เป้าหมายที่ต้องการแก้ไข

Results คือ ผลลัพธ์ที่เราอยากเห็นและสามารถวัดผลออกมาเป็นรูปธรรมได้ ซึ่งถ้าทำสำเร็จตามผลลัพธ์ที่ตั้งไว้ ก็จะทำให้ วิสัยทัศน์ หรือเป้าหมายเป็นจริงได้

หลักการสำคัญในการนำเครื่องมือซออาร์มาใช้คือ การที่เปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วม ตั้งแต่ต้นจนจบ กระบวนการทั้ง 4 ด้าน ซึ่งอาจจะต้องมีการทำหลายครั้งในหลายระดับ แล้วนำมารวบรวมเป็นการวิเคราะห์ในขั้นสุดท้ายเพื่อให้ได้ข้อสรุปที่ดีที่สุดจากสมาชิกทุกคนทุกระดับ ข้อดีของการใช้ SOAR Analysis คือ

1. ทุกคนในองค์กรมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ วางแผนงาน และทำตามแผนงานนั้นตามแนวคิดพื้นฐานด้าน AI ซึ่งจะทำให้ก่อให้เกิดการร่วมมือกันทำงานให้บรรลุเป้าหมายได้ดีกว่าวิธีการวิเคราะห์จากผู้บริหารอย่างเดียว (Top-down SWOT analysis) เป็นการสร้างวัฒนธรรมภายในองค์กรเชิงบวก โดยมุ่งไปที่จุดแข็ง สิ่งที่ประสบความสำเร็จที่ผ่านมา ค้นหาโอกาสแห่งความสำเร็จ สร้างแรงบันดาลใจให้ไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ร่วมกัน และสามารถกำหนดผลงานที่ตั้งไว้ในแต่ละช่วงได้

2. ซออาร์ (SOAR Analysis) เป็นตัวเชื่อมโยง วิสัยทัศน์ (vision) พันธกิจ (Mission) และเป้าหมาย (Goals) ที่ทุกฝ่ายได้ร่วมกันกำหนดขึ้น ให้เป็นรูปธรรมในเชิงแผนงานที่สอดคล้องกับสภาพการแข่งขันในปัจจุบันมากขึ้น

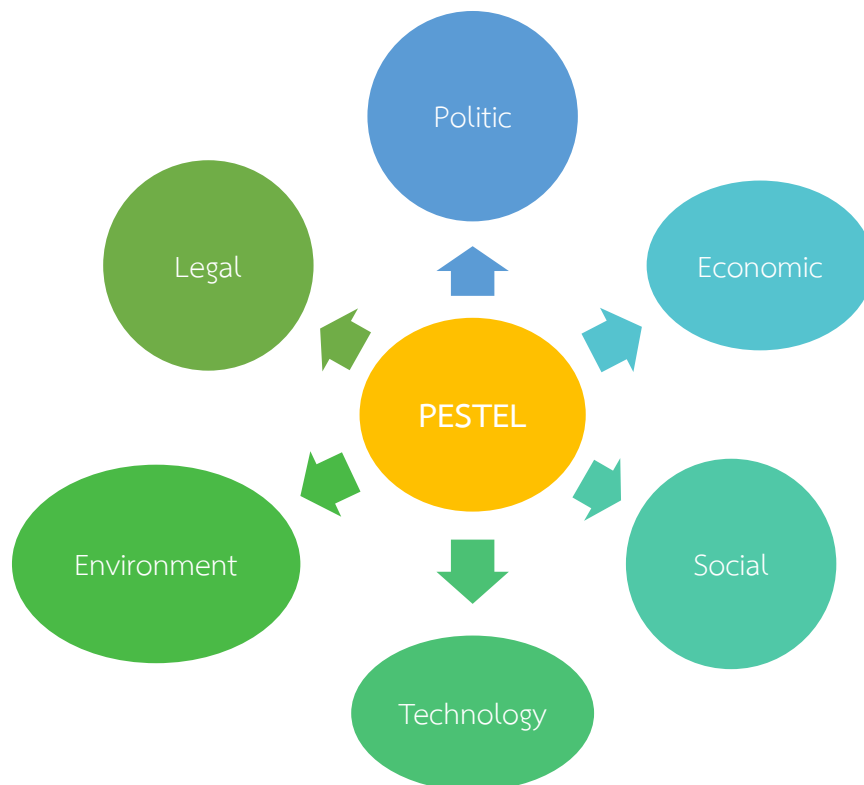
3. ทำให้ขวัญ กำลังใจของพนักงานมากขึ้น สร้างการมีส่วนร่วม มีวิสัยทัศน์เดียวกัน มีการทำงานเป็นทีมของคนในองค์กรดีขึ้น ร่วมมือกันมากขึ้น เพราะสิ่งที่ทุกคนอยากเห็นอยากได้ถูกรวบรวมไว้ด้วยกัน (โดยใช้กระบวนการ 4-D cycles of AI)

4. ทำให้การพัฒนาองค์กร การแก้ไขปัญหา และการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ มีประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น เพราะคนที่ทำงานในระดับปฏิบัติการหรือที่เรียกว่า คนที่อยู่หน้างาน ได้เสนอแนวทางในการแก้ปัญหาด้วยตัวเอง บางครั้งองค์กรจะได้นวัตกรรมใหม่ ๆ ในการทำงานและแก้ไขปัญหาจากกลุ่มคนเหล่านี้อย่างมากมาย

หลักการตรวจสอบสถานะแวดล้อมภายนอกโดยใช้ PESTEL Analysis

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกด้วย PESTEL

แผนภาพที่ 2-1 แผนภาพองค์ประกอบการวิเคราะห์ PESTEL



ที่มา : goodmaterial

PESTEL Analysis เป็นเครื่องมือและกรอบแนวคิดที่จะช่วยวิเคราะห์และติดตามสิ่งแวดล้อมภายนอกในระดับมหภาค (External marketing environment) ที่มีผลกระทบต่อธุรกิจองค์กร PESTEL Analysis ประกอบไปด้วยการวิเคราะห์ต่อไปนี้

P-Politic : หมายถึงวิธีการและระดับการเข้ามาแทรกแซงเศรษฐกิจของรัฐบาล ได้แก่ นโยบายของภาครัฐ ความมีเสถียรภาพในตลาดต่างประเทศ นโยบายการค้าต่างประเทศ นโยบายภาษี กฎหมายแรง กฎหมายสิ่งแวดล้อม ข้อจำกัดทางการค้า

E-Economic : ปัจจัยทางเศรษฐกิจจะเป็นตัวส่งสัญญาณกระทบว่าองค์กรยังสามารถดำเนินธุรกิจแล้วสามารถทำกำไรได้หรือไม่ ตัวอย่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ อัตราดอกเบี้ย อัตราการแลกเปลี่ยน ภาวะเงินเฟ้อ รายได้สุทธิของทั้งผู้บริโภคและองค์กรธุรกิจ โดยปัจจัยนี้แบ่งได้เป็นปัจจัยเศรษฐกิจระดับมหภาค และจุลภาค ในระดับมหภาครัฐบาลจะใช้วิธีการควบคุมอัตราดอกเบี้ย นโยบายภาษี และการใช้จ่ายภาครัฐมาเป็นกลไกในการจัดระบบเศรษฐกิจมหภาค ในระดับจุลภาคจะเกี่ยวข้องกับการใช้จ่ายในภาคครัวเรือนที่จะมีผลกระทบต่อธุรกิจที่ขายสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป (B2C)

S-Social : ปัจจัยทางวัฒนธรรมและสังคม เกี่ยวข้องกับความเชื่อ และทัศนคติของประชากร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะประกอบไปด้วย จำนวนประชากร ช่วงอายุ รูปแบบการดำเนินชีวิต ความพึงพอใจ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่น่าสนใจเนื่องจากมีผลกระทบโดยตรงต่อการที่จะเข้าใจผู้บริโภค

T-Technological : ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่รวดเร็วมีผลต่อวิธีการทำการตลาดผลิตภัณฑ์ โดยที่ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีมีผลกระทบต่อ การตลาดและการจัดการในสามทิศทางดังนี้ 1) แนวทางใหม่ในการผลิตสินค้าและบริการ 2) ทิศทางใหม่ในการกระจายสินค้าและบริการและ 3) ทิศทางใหม่ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย

E-Environmental : ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมกลายมามีความสำคัญเนื่องด้วยมีการขาดแคลนวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้น ปัญหามลพิษ การทำธุรกิจอย่างมีจริยธรรม และยั่งยืน ตัวอย่างเช่น การทำคาร์บอนฟุตพริ้นท์(Carbon footprint) ก็เป็นตัวอย่งที่ที่ถูกจัดเป็นนโยบายและสิ่งแวดล้อมได้ในขณะเดียวกัน โดยมากแล้วผู้บริโภคก็ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ต้นซื่อ มาจากแหล่งที่มีจริยธรรมและถ้าเป็นไปได้ก็เป็นแหล่งที่มีความยั่งยืน

L-Legal : ปัจจัยทางด้านกฎหมาย ประกอบไปด้วย ทางด้านสุขภาพ ความปลอดภัย ความเท่าเทียมกัน มาตรฐานการโฆษณา สิทธิและกฎหมายของผู้บริโภค การแสดงฉลากผลิตภัณฑ์ และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ซึ่งแต่ละประเทศก็จะมีกฎหมายของตัวเองดังนั้นต้องมีเกี่ยวกับสิ่งที่ เป็นและไม่ใช่ไปตามกฎหมายเพื่อการประสบความสำเร็จโดยเฉพาะการค้าระหว่างประเทศ

เครื่องมือชิ้นนี้สามารถให้ภาพรวมเรื่องปัจจัยเสี่ยงหรือโอกาสต่าง ๆ ที่จะช่วยให้เราสามารถวิเคราะห์ด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และปัจจัยอื่น ๆ รอบตัวได้มากขึ้น

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 65 กำหนดให้รัฐพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติ เป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน ตามหลักธรรมาภิบาลเพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่าง ๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการกันเพื่อให้เกิดเป็นพลังผลักดันร่วมกันไปสู่เป้าหมายดังกล่าว โดยให้

เป็นไป ตามที่กำหนดในกฎหมายว่าด้วยการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ โดยกำหนดให้มีการแต่งตั้ง คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ เพื่อรับผิดชอบในการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติ กำหนดวิธีการ การมีส่วนร่วม ของประชาชนในการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติ ในการติดตาม การตรวจสอบ และการประเมินผล รวมทั้งกำหนดมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนทุกภาคส่วนดำเนินการให้สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ชาติ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) เป็นยุทธศาสตร์ชาติฉบับแรกของประเทศไทย ตาม รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ซึ่งจะต้องนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของ เศรษฐกิจพอเพียง” ภายในช่วงเวลาดังกล่าว เพื่อความสุขของคนไทยทุกคน

วิสัยทัศน์ประเทศไทย “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลัก ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” หรือเป็นคติพจน์ประจำชาติว่า “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” ยุทธศาสตร์ชาติถือว่าเป็นแม่บทหลักที่จะเป็นกรอบชี้้นำการกำหนดนโยบายและแผนต่าง ๆ สำหรับการพัฒนาประเทศ กำหนดทิศทาง เป้าหมายหรือแนวทางการพัฒนาประเทศ การบริหาร ราชการแผ่นดินและเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาของภาคเอกชนและภาคประชาชนด้วยการนำไปสู่ ยุทธศาสตร์ชาติที่มีเป้าประสงค์หลัก คือ “ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” ซึ่งถือว่าเป็นคติพจน์ประจำชาติ นอกจากนั้น ในการบริหารราชการแผ่นดินจำเป็นต้องมีองค์ประกอบสำคัญอย่างน้อย 4 ประการ ได้แก่ (1) โครงสร้างหน่วยงานของรัฐที่มีคุณภาพ (2) ทรัพยากรบุคคลของชาติที่มีคุณภาพและมีความ มุ่งมั่น (3) กลไกการบริหารที่มีประสิทธิภาพและธรรมาภิบาล (4) การแสวงหาและจัดสรรทรัพยากร อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การบริหารราชการแผ่นดินมีประสิทธิภาพสูงสุดส่งผลให้ประเทศมีขีดความสามารถในการแข่งขัน มีรายได้สูงอยู่ในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วคนไทยมีความสุข อยู่ดีกินดี สังคมมีความมั่นคง เสมอภาคและเป็นธรรม

ความมั่นคง หมายถึง การมีความมั่นคงปลอดภัยจากภัยและการเปลี่ยนแปลง ทั้งภายในประเทศ และภายนอกประเทศในทุกระดับ ทั้งระดับประเทศ สังคม ชุมชน ครัวเรือน และปัจเจกบุคคล และ มีความมั่นคงในทุกมิติ ทั้งมิติทางการทหาร เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการเมือง เช่น ประเทศ มีความมั่นคงในเอกราชและอธิปไตย มีการปกครองระบอบประชาธิปไตยที่มี พระมหากษัตริย์ทรงเป็น ประมุข สถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์มีความเข้มแข็งเป็นศูนย์กลาง และเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ ของประชาชน มีระบบการเมืองที่มั่นคงเป็นกลไกที่นำไปสู่การบริหาร ประเทศที่ต่อเนื่องและโปร่งใสตามหลักธรรมาภิบาล สังคมมีความปรองดองและความสามัคคี สามารถ ผนึกกำลังเพื่อพัฒนาประเทศ ชุมชน มีความเข้มแข็ง ครอบครัวมีความอบอุ่น ประชาชนมีความมั่นคง ในชีวิต มีงานและรายได้ที่มั่นคงพอเพียง กับการดำรงชีวิต มีการออมสำหรับวัยเกษียณ ความมั่นคง ของอาหาร พลังงาน และน้ำ มีที่อยู่อาศัย และความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สิน

ความมั่งคั่ง หมายถึง ประเทศไทยมีการขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและมีความยั่งยืน จนเข้าสู่กลุ่มประเทศรายได้สูง ความเหลื่อมล้ำของการพัฒนาลดลง ประชากรมีความอยู่ดีมีสุขได้รับ ผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเท่าเทียมกันมากขึ้น และมีการพัฒนาอย่างทั่วถึงทุกภาคส่วน มีคุณภาพชีวิตตามมาตรฐานขององค์การสหประชาชาติ ไม่มีประชาชนที่อยู่ในภาวะความยากจน เศรษฐกิจในประเทศมีความเข้มแข็ง ขณะเดียวกันต้องมีความสามารถในการแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ

ทั้งในตลาดโลกและตลาดภายในประเทศเพื่อให้สามารถสร้างรายได้ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ ตลอดจนมีการสร้างฐานเศรษฐกิจและสังคมแห่งอนาคตเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทการพัฒนาที่เปลี่ยนแปลงไป และประเทศไทยมีบทบาทที่สำคัญในเวทีโลก และมีความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ และการค้าอย่างแน่นแฟ้นกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย เป็นจุดสำคัญของการเชื่อมโยงในภูมิภาค ทั้งการคมนาคมขนส่ง การผลิต การค้า การลงทุน และการทำธุรกิจ เพื่อให้เป็นพลังในการพัฒนา นอกจากนี้ยังมีความสมบูรณ์ในทุนที่จะสามารถสร้างการพัฒนาต่อเนื่องไปได้ ได้แก่ ทุนมนุษย์ ทุนทางปัญญา ทุนทางการเงิน ทุนที่เป็นเครื่องมือเครื่องจักร ทุนทางสังคม และทุนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ความยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาที่สามารถสร้างความเจริญ รายได้ และคุณภาพชีวิตของประชาชนให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจที่อยู่บนหลักการใช้ การรักษา และการฟื้นฟูฐานทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ไม่ใช่ทรัพยากรธรรมชาติจนเกินพอดี ไม่สร้างมลภาวะ ต่อสิ่งแวดล้อมจนเกินความสามารถในการรองรับและเยียวยาของระบบนิเวศ การผลิตและการบริโภค เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์มากขึ้นและสิ่งแวดล้อมมีคุณภาพดีขึ้น คนมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีความเอื้ออาทร เสียสละเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม รัฐบาลมีนโยบายที่มุ่งประโยชน์ส่วนรวมอย่างยั่งยืน และให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชน และทุกภาคส่วนในสังคมยึดถือและปฏิบัติตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาอย่างสมดุล มีเสถียรภาพ และยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ชาติที่จะใช้เป็นกรอบแนวทางการพัฒนาในระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) จะประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ได้แก่

1. ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง
2. ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
3. ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน
4. ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างโอกาสความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคม
5. ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
6. ยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

งานวิจัยฉบับนี้จะขอพิเคราะห์ยุทธศาสตร์ที่สอดคล้อง ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันและยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ บนพื้นฐานแนวคิด 3 ประการ ได้แก่ (1) “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่เราทำทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย รวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศในด้านอื่น ๆ นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ (2) “ปรับปัจจุบัน” เพื่อปูทางสู่อนาคต ผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่าง ๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคมและขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และดิจิทัล และการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอนาคต และ (3) “สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนานวัตกรรม

รวมถึงปรับปรุงแบบธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคต บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปรุงปัจจุบัน พร้อมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ ให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุน ในเวทีโลก ควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้และการกินดีอยู่ดี รวมถึงการเพิ่มขึ้นของคนชั้นกลาง และลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศได้ในคราวเดียวกัน แนวทางการพัฒนา เช่น การเกษตรสร้างมูลค่า เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เกษตรปลอดภัย เกษตรชีวภาพ เกษตรแปรรูป เกษตรอัจฉริยะอุตสาหกรรมชีวภาพ อุตสาหกรรมและบริการการแพทย์ครบวงจร สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย เพิ่มพื้นที่และเมืองเศรษฐกิจ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสมัยใหม่ พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม มีเป้าหมายการพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับการดึงเอาพลังของภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาคเอกชน ประชาสังคม ชุมชน ท้องถิ่น มาร่วมขับเคลื่อน โดยการสนับสนุนการรวมตัวของประชาชนในการร่วมคิดร่วมทำเพื่อส่วนรวม การกระจายอำนาจและความรับผิดชอบไปสู่กลไกบริหารราชการแผ่นดินในระดับท้องถิ่น การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการตนเอง และการเตรียมความพร้อมของประชากรไทย ทั้งในมิติสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมให้เป็นประชากรที่มีคุณภาพ สามารถพึ่งตนเอง และทำประโยชน์แก่ครอบครัว ชุมชน และสังคมให้นานที่สุด โดยรัฐให้หลักประกันการเข้าถึงบริการ และสวัสดิการที่มีคุณภาพอย่างเป็นธรรมและทั่วถึงแนวทางการพัฒนา เช่น การลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ ปรับโครงสร้างเศรษฐกิจฐานราก ปฏิรูประบบภาษีและการคุ้มครองผู้บริโภค กระจายการถือครองที่ดินและการเข้าถึงทรัพยากร เพิ่มผลิตภาพและคุ้มครองแรงงานไทย ให้เป็นแรงงานฝีมือที่มีคุณภาพ และความริเริ่มสร้างสรรค์ มีความปลอดภัยในการทำงานสร้างหลักประกันทางสังคมที่ครอบคลุมและเหมาะสมกับคนทุกช่วงวัย ทุกเพศภาวะและทุกกลุ่มการกระจายศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี พัฒนาศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีในภูมิภาค กำหนดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของแต่ละกลุ่มจังหวัดในมิติต่าง ๆ สนับสนุนการพัฒนาพื้นที่บนฐานข้อมูลความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม การพัฒนากำลังแรงงานในพื้นที่ สร้างสังคมเข้มแข็งที่แบ่งปัน ไม่ทอดทิ้งกัน และมีคุณธรรม การรองรับสังคมสูงวัยอย่างมีคุณภาพสนับสนุนความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชา สังคมและภาคประชาชน การเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนา การพึ่งตนเองและการจัดการตนเอง ส่งเสริมการปรับพฤติกรรมในระดับครัวเรือน ให้มีขีดความสามารถในการจัดการวางแผนชีวิต สุขภาพ ครอบครัว การเงินและอาชีพ เสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในการพึ่งตนเองและการพึ่งพากันเอง สร้างการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อสร้างประชาธิปไตยชุมชน สร้างภูมิคุ้มกันทางปัญญาให้กับชุมชน

ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ

การพัฒนาประเทศไทยในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) อยู่ในห้วงเวลาของการปฏิรูปประเทศเพื่อแก้ปัญหาพื้นฐานหลายด้านที่สั่งสมมานานท่ามกลางสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วและเชื่อมโยงกันใกล้ชิดมากขึ้น การแข่งขันด้านเศรษฐกิจจะเข้มข้นมากขึ้นสังคมโลกจะมีความเชื่อมโยงใกล้ชิดกันมากขึ้นเป็นสภาพไร้พรมแดน การพัฒนาเทคโนโลยีจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและจะกระทบชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมและการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างมาก ขณะที่ประเทศไทยมีข้อจำกัดของปัจจัยพื้นฐานเชิงยุทธศาสตร์เกือบทุกด้านและจะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาที่ชัดเจนขึ้น ช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 นับเป็นจังหวะเวลาที่ท้าทายอย่างมากที่ประเทศไทยต้องปรับตัวขนานใหญ่ โดยจะต้องเร่งพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา และนวัตกรรมให้เป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาในทุกด้านเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยท่ามกลางการแข่งขันในโลกที่รุนแรงขึ้นมากแต่ประเทศไทยมีข้อจำกัดหลายด้าน อาทิคุณภาพคนไทยยังต่ำ แรงงานส่วนใหญ่มีปัญหาทั้งในเรื่ององค์ความรู้ ทักษะ และทัศนคติ สังคมขาดคุณภาพและมีความเหลื่อมล้ำสูง เป็นอุปสรรคต่อการยกระดับศักยภาพการพัฒนา

โครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมสูงวัยส่งผลให้ขาดแคลนแรงงานจำนวนประชากรวัยแรงงานลดลงตั้งแต่ปี 2558 และโครงสร้างประชากรจะเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ภายในสิ้นแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมก็เหลืออยู่ปริมาณน้อยและเสื่อมโทรมอย่างรวดเร็วซึ่งเป็นทั้งต้นทุนในเชิงเศรษฐกิจและผลกระทบร้ายแรงต่อคุณภาพชีวิตประชาชน บางภาคส่วนของสังคมจึงยังถูกทิ้งอยู่ข้างหลังท่ามกลางปัญหาท้าทายหลากหลายที่เป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับการพัฒนาประเทศในระยะยาว เป็นที่ตระหนักร่วมกันในทุกภาคส่วนว่าการพัฒนาประเทศไทยไปสู่การเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนในระยะยาวได้นั้น ประเทศต้องเร่งพัฒนาปัจจัยพื้นฐานเชิงยุทธศาสตร์ในทุกด้านได้แก่ การเพิ่มการลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนา การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ซึ่งต้องดำเนินการควบคู่กับการเร่งยกระดับทักษะฝีมือแรงงานกลุ่มที่กำลังจะเข้าสู่ตลาดแรงงานและกลุ่มที่อยู่ในตลาดแรงงานในปัจจุบันให้สอดคล้องกับสาขาการผลิตและบริการเป้าหมาย และการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี รวมถึงการพัฒนาคนในภาพรวมให้เป็นคนที่สมบูรณ์ในทุกช่วงวัยที่สามารถบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เป็นสภาพแวดล้อมการดำเนินชีวิตได้อย่างดี นอกจากนี้ ในช่วงเวลาต่อจากนี้การพัฒนาต้องมุ่งเน้นการพัฒนาเชิงพื้นที่และเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของเมืองต่าง ๆ ให้สูงขึ้นภายใต้การใช้มาตรฐานเพื่อกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจและสังคมให้ทั่วถึงและเป็นการสร้างฐานเศรษฐกิจและรายได้จากพื้นที่เศรษฐกิจใหม่มากขึ้น ซึ่งจะช่วยลดความเหลื่อมล้ำภายในสังคมไทยลง และในขณะเดียวกันก็เป็นการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันจากการพัฒนาเมืองให้น่าอยู่ เป็นพื้นที่เศรษฐกิจใหม่

นับว่าเป็นช่วงจังหวะเวลาสำคัญที่ประเทศไทยยังจะต้องผลักดันให้การดำเนินการลงทุนระหว่างประเทศขยายตัวต่อเนื่องและเป็นแรงขับเคลื่อนการพัฒนาที่สำคัญควบคู่ไปกับการส่งเสริมลงทุนและเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยยังมีความจำเป็นที่จะต้องทำความเข้าใจด้านการค้าและการลงทุนและการร่วมมือกับมิตรประเทศเพื่อการพัฒนาให้ขยายวงกว้างขึ้นทั้งในรูปของความตกลง

ทวิภาคีกรอบพหุภาคีต่าง ๆ ควบคู่กับการผลักดันให้ความเชื่อมโยงในอนุภูมิภาคและภูมิภาค มีความสมบูรณ์มากขึ้นรวมทั้งการดำเนินยุทธศาสตร์เชิงรุกในการส่งเสริมการลงทุนของไทยในภูมิภาค กรอบแนวทางการร่วมมือระหว่างประเทศในทุกระดับดังกล่าวจะเป็นประตูแห่งโอกาสของประเทศไทย ในการใช้จุดเด่นในเรื่องที่ตั้งเชิงภูมิศาสตร์ให้เกิดผลเต็มที่และสามารถจะพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์กลาง ทางเศรษฐกิจและการค้าที่สำคัญแห่งหนึ่งของภูมิภาค แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 นี้ให้ความสำคัญกับการผลักดันให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเชิงกายภาพที่ต้องเชื่อมโยงเครือข่ายภายในประเทศ และต่อเชื่อมกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้ประเทศไทยเป็นประตูไปสู่ภาคตะวันตกและตะวันออกของ ภูมิภาคและต่อยอดจากความเชื่อมโยงเชิงกายภาพสู่การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจและชุมชนตามแนว ระเบียงเศรษฐกิจต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการกระจายความ เจริญในการพัฒนาชุมชนจังหวัดและเมืองตามแนวระเบียงเศรษฐกิจ นับว่าเป็นช่วงเวลาประเทศไทย จะต้องดำเนินยุทธศาสตร์เชิงรุกในการสร้างสังคมผู้ประกอบการและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทย ไปลงทุนในต่างประเทศอย่างจริงจังเพื่อสร้างผลตอบแทนจากทุนและศักยภาพทางธุรกิจ รวมทั้งเป็น การส่งเสริมการเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าในภูมิภาค โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประเทศกัมพูชา สปป.ลาว เมียนมาและเวียดนาม และในอาเซียน ความร่วมมือระหว่างประเทศที่จะเป็นแนวทางการพัฒนา สำคัญสำหรับประเทศไทยในช่วงต่อจากนี้ไปเป็นความร่วมมือทางการค้าและการลงทุนทางเศรษฐกิจ ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาทางสังคม สิ่งแวดล้อมและความร่วมมือด้านความมั่นคงในมิติต่าง ๆ ในทุก กรอบความร่วมมือทั้งระดับอนุภูมิภาค ภูมิภาค และระดับโลกทั้งการผลักดันให้เกิดการใช้ประโยชน์ อย่างเต็มที่จากกรอบความร่วมมือทวิภาคีและพหุภาคีที่มีอยู่แล้ว ส่งเสริมความร่วมมือเพื่อการพัฒนา ในทุกด้านให้เป็นบทบาทที่สร้างสรรค์ของประเทศไทย และการสนับสนุนการแก้ปัญหาความยากจน และลดความเหลื่อมล้ำในอนุภูมิภาคและในภูมิภาคการขับเคลื่อนการพัฒนาภายใต้กรอบเป้าหมาย การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) รวมทั้งการนำกฎเกณฑ์ระเบียบ ปฏิบัติและมาตรฐานสากลทั้งในด้านคุณภาพสินค้าและบริการ สิทธิแรงงาน ความเป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม ความมั่นคง ความโปร่งใส และอื่น ๆ มาเป็นแนวปฏิบัติและบังคับใช้สำหรับประเทศไทย

ดังนั้น ภายใต้ข้อจำกัดของปัจจัยพื้นฐานสำหรับการพัฒนาประเทศไทยในทุกด้าน ดังกล่าว ท่ามกลางแนวโน้มโลกที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว และประเทศต่าง ๆ กำลังเร่งพัฒนานวัตกรรมและนำมาใช้ในการเพิ่มมูลค่าผลผลิตและเพิ่มผลิตภาพการผลิตเพื่อเป็นอาวุธ สำคัญในการต่อสู้ในสนามแข่งขันของโลกและการใช้ในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน จึงเป็นความท้าทายอย่างยิ่งสำหรับประเทศไทยที่จะต้องเร่งพัฒนาปัจจัยพื้นฐานทางยุทธศาสตร์ ทุกด้าน ได้แก่ การลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาการพัฒนาวินยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไว้ทั้งหมด 10 ยุทธศาสตร์ โดยมียุทธศาสตร์ตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และอีก 4 ยุทธศาสตร์ที่เป็นปัจจัย สนับสนุน ดังนี้

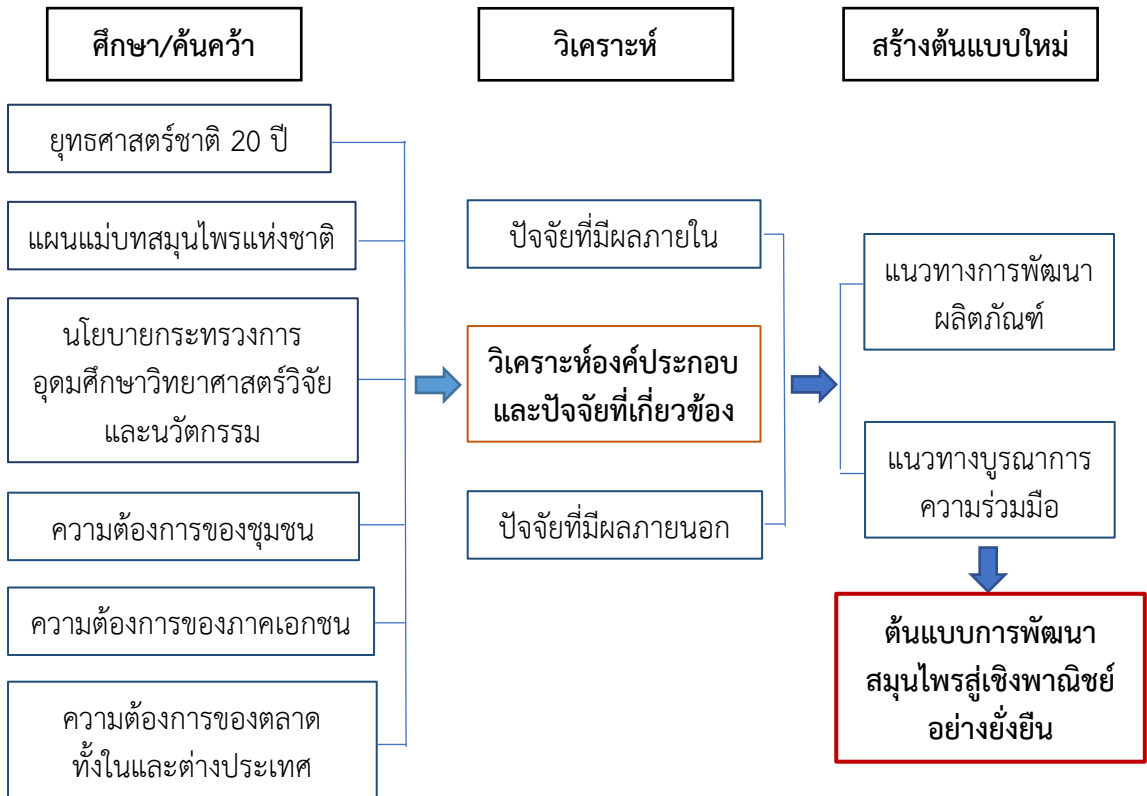
1. การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์
2. ยุทธศาสตร์การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม
3. ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

4. ยุทธศาสตร์การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
5. ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่งและยั่งยืน
6. ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการในภาครัฐการป้องกันการทุจริตประพฤติมิชอบและธรรมาภิบาลในสังคมไทย
7. ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์
8. ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม
9. ยุทธศาสตร์การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ
10. ยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา

โดยแต่ละยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 กำหนดแผนงานหรือโครงการสำคัญที่ต้องดำเนินการให้เห็นผลเป็นรูปธรรมในช่วง 5 ปีแรกของการขับเคลื่อน ภาพอนาคตเพื่อวางรากฐานการพัฒนาในระยะยาวสู่ประเทศพัฒนาแล้ว และรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้อย่างเหมาะสมอนาคตประเทศไทย 20 ปี

นับว่าแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 นี้มุ่งเน้นการนำความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรมเพื่อทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจทั้งในเรื่องกระบวนการผลิตและรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี รูปแบบการดำเนินธุรกิจ และการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมทั้งที่เป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างสิ้นเชิงและการพัฒนาต่อยอด รวมถึงการใช้ นวัตกรรมสำหรับการพัฒนาสินค้าและบริการทั้งในระดับพื้นฐานจนถึงระดับสูงซึ่งมีผลต่อคุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ของประชาชนในวงกว้าง ดังนั้น การพัฒนาในช่วงต่อจากนี้ไปจะเป็นช่วงที่มุ่งเน้นการพัฒนาบนฐานภูมิปัญญาที่เกิดจากการใช้ความรู้และทักษะ การใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัย และพัฒนาและการพัฒนานวัตกรรมนำมาใช้ในทุกด้านของการพัฒนา การพัฒนาที่มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับกรอบเป้าหมาย

กรอบแนวคิดของการวิจัย



สรุป

การพัฒนานวัตกรรมแบบเดิมที่คำนึงถึงการผลักดันด้วยเทคโนโลยี และการใช้ตลาดเป็นตัวตั้ง นั้น เป็นแนวคิดเดิมซึ่งองค์กรหลายแห่งยังคงใช้อยู่แต่ยังไม่ประสบความสำเร็จ ปัจจุบันมีแนวคิดการสร้างนวัตกรรมแบบเปิด เป็นการนำนวัตกรรมใช้เป็นเครื่องมือหนึ่งในการยกระดับการพัฒนาประเทศ การบริหารจัดการ การทำงานร่วมกันระหว่างองค์กรต่าง ๆ ที่ร่วมอยู่ในเครือข่ายการสร้างนวัตกรรมจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง

การพัฒนาเชิงพื้นที่ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของกระบวนการผลักดันการพัฒนาประเทศ โดยการพัฒนาหรือส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งสามารถพึ่งตนเองได้ สามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ใช้ความรู้ ในการบริหารจัดการหรือแก้ไขปัญหาของ ตัวเอง ครัวเรือน ชุมชน และ ประเทศได้อย่างยั่งยืน การขยายแนวความคิดหรือแนวทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ให้เป็นการพัฒนาที่มาจากกรณีริเริ่มของพื้นที่หรือชุมชนอย่างแท้จริง โดยการกำหนดประเด็นปัญหาหรือความต้องการของพื้นที่ การสร้างเครื่องมือเพื่อหา ข้อมูล ความรู้ การค้นหาและสร้างกลไกความร่วมมือ และการกำหนดแนวทางหรือวิธีการจัดการกับประเด็นปัญหาหรือความต้องการของพื้นที่โดยพื้นที่เป็นหน่วยตัดสินใจ การที่ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติซึ่งเป็นข้อได้เปรียบของไทย การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากสมุนไพรไทยโดยใช้วัตถุดิบที่เป็นอัตลักษณ์ในแต่ละท้องถิ่นของไทยเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้เกิดการพัฒนาดังแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ

บทที่ 3

ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาสมุนไพรรู่เชิงพาณิชย์

แนวโน้มสถานการณ์ในปัจจุบัน

องค์การสหประชาชาติ (UN) ได้นิยามว่า ประเทศใดมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป เกินร้อยละ 10 หรืออายุ 65 ปีขึ้นไป เกินร้อยละ 7 ของประชากรทั้งประเทศ ถือว่าประเทศนั้นได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) และจะเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) เมื่อสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 20 และอายุ 65 ปีขึ้นไป เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 14 เมื่อพิจารณาจากนิยามดังกล่าว ประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมสูงวัยตั้งแต่ปี 2548 อันเป็นผลจากการที่อัตราการเกิดของคนไทยลดลงอย่างมาก และชีวิตของคนไทยยืนยาวขึ้นโครงสร้างของประชากรไทย จะมีผู้สูงอายุมากขึ้นอย่างรวดเร็วมาก จะทำให้ประเทศไทยกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ในปี 2561 และเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ที่ประเทศไทยจะมีผู้สูงอายุมากกว่าเด็ก และประชากรสูงอายุจะมีสัดส่วนประมาณ 1 ใน 5 ของประชากรทั้งหมด (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2556) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสู่สังคมสูงวัยดังกล่าว ส่งผลกระทบต่อในด้านต่าง ๆ เช่น ภาวะพึ่งพิงมีแนวโน้มสูงขึ้น ภาระค่าใช้จ่ายของภาครัฐและภาคครัวเรือนในการดูแลผู้สูงอายุจะเพิ่มสูงขึ้น กระทบต่อฐานะทางการเงินการคลังของประเทศ รูปแบบของการเจ็บป่วยด้วยโรคเรื้อรังมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อการจัดบริการด้านสุขภาพทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ การผลิตสินค้าและบริการพื้นฐานจะต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุให้มากขึ้น และประเทศที่เป็นสังคมผู้สูงอายุจะขาดแคลนแรงงาน ซึ่งส่งผลให้มีการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรีมากขึ้น การวิจัยและพัฒนา นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ และบริการ เทคโนโลยีใหม่ในการป้องกันบำบัดรักษาและฟื้นฟูสุขภาพ ตลอดจนการเครื่องมือที่ช่วยทดแทนแรงงานในการดูแลรักษาสุขภาพ เพื่อรองรับการเป็นสังคมผู้สูงอายุ จึงมีความสำคัญสำหรับปัจจุบันและอนาคต

จากประชากรมีอายุยืนยาวมากขึ้นนี้ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการเจ็บป่วยและการเสียชีวิตของประชาชน โดยจะมีโรคที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและวิถีการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป จากเดิมพบว่าส่วนใหญ่การเกิดโรคเกิดจากโรคติดเชื้อที่สามารถป้องกันได้ ก็จะเปลี่ยนกลายเป็นกลุ่มโรคเรื้อรังจากความเสื่อมของอวัยวะ หรือกลุ่มโรคไม่ติดต่อ เช่น โรคหัวใจ โรคมะเร็ง โรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูงและโรคจากสภาพแวดล้อมที่ไม่ปลอดภัย เช่น อุบัติเหตุจากรถ มลภาวะในสิ่งแวดล้อม โรคจากสภาพแวดล้อมในการทำงาน นอกจากนี้ยังพบว่าความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะวิกฤติมากขึ้น ทั้งจากสาธารณสุขภัยต่าง ๆ และการระบาดของโรคติดเชื้ออุบัติใหม่ โรคติดเชื้ออุบัติซ้ำ ปัจจุบันแนวโน้มการเกิดโรคอุบัติใหม่มีเพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่โรคอุบัติใหม่เป็นโรคติดต่อจากสัตว์สู่คน มักมีต้นเหตุจากสัตว์ป่า เช่น โรคซาร์ส โรคไข้หวัดนก โรคไข้เลือดออกอีโบลา บางส่วนมีสาเหตุมาจากเชื้อแบคทีเรียหรือริกเก็ตเซีย แสดงถึงเชื้อจุลชีพที่ดื้อยาเป็นจำนวนมาก (กรมควบคุมโรคกระทรวงสาธารณสุข, 2555) และการติดเชื้อมิได้จำกัดเฉพาะประเทศที่มีการระบาด หรือประเทศในเขตร้อน

เท่านั้น แต่สามารถขยายไปยังภูมิภาคอื่น ๆ ได้ทั่วโลก เนื่องจากการคมนาคมขนส่งที่สะดวกรวดเร็ว หรือจากสัตว์ป่าหรือแมลงที่เป็นพาหนะที่นำโรคในช่วงปลายปี 2562 ได้เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัส COVID-19 โดยขยายวงกว้างอย่างต่อเนื่องในหลาย ๆ ประเทศ รวมถึงในประเทศไทย ไวรัส COVID-19 เป็นเชื้อในตระกูลโคโรนาไวรัส แต่เป็นสายพันธุ์ใหม่ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ดังนั้น ทางองค์การอนามัยโลก จึงได้ตั้งชื่อโรคติดต่อชนิดนี้ใหม่อย่างเป็นทางการ โดยมีชื่อว่า COVID-19 เนื่องจากเชื้อไวรัส COVID-19 สามารถติดต่อได้โดยง่ายทำให้เกิดการแพร่ระบาดไปทั่วโลกอย่างรวดเร็ว เริ่มต้นที่เมืองอู่ฮั่น ประเทศจีนไปยังประเทศในเอเชีย ยุโรปและสหรัฐอเมริกา ทำให้มีผู้ติดเชื้อเป็นจำนวนมาก การเจ็บป่วยและเสียชีวิตด้วยโรคที่เกิดจากพฤติกรรมและโรคอุบัติใหม่และโรคอุบัติซ้ำก่อให้เกิดการสูญเสียทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างมาก จึงได้การศึกษาค้นคว้าวิจัย เพื่อพัฒนาเครื่องมือตรวจวินิจฉัยที่มีความแม่นยำ สะดวกรวดเร็ว การพัฒนา ยา วัคซีน เพื่อการป้องกันและบำบัดรักษาที่มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว และยังมีความจำเป็นที่ต้องพัฒนาควบคู่ไปกับการติดตามเฝ้าระวัง ให้ทันต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการเจ็บป่วย ตลอดจนการเกิดโรคอุบัติใหม่ และโรคอุบัติซ้ำอยู่ตลอดเวลา

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีใหม่ในการดูแลสุขภาพในปัจจุบันและอนาคต

ปัจจุบันเทคโนโลยีด้านสุขภาพและเทคโนโลยีทางการแพทย์มีการพัฒนาแบบก้าวกระโดด การเป็นโรคแล้วค่อยรักษาจะเป็นเรื่องไม่ทันการณ์ แนวโน้มในการดูแลสุขภาพในปัจจุบัน ที่ได้รับความนิยมมากเน้นการป้องกันโรคมกกว่าการรักษา ทั่วโลกจึงมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพสูงในการดูแลสุขภาพจำนวนมาก ทั้งนี้เพื่อช่วยยกระดับการดูแลและพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น ดังเช่นเทคโนโลยีที่กำลังเข้ามามีบทบาทในปัจจุบันและอนาคต ได้แก่ เทคโนโลยีเพื่อการเฝ้าระวังและป้องกันสุขภาพด้วยตนเอง เช่น เครื่องสแกนอาหารอัจฉริยะเพื่อตรวจสอบส่วนผสมของอาหารที่มีผลต่อร่างกายเพื่อป้องกันสุขภาพก่อนที่จะเกิดโรค หรือ แอปพลิเคชันที่สามารถตรวจและเฝ้าระวังอาการเสี่ยงต่อโรคได้ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลจากชีพจร ความดันโลหิต การหายใจ การเคลื่อนไหว การนอนหลับ เป็นต้น หุ่นยนต์ทางการแพทย์เช่น การสร้างหุ่นยนต์เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในทางการแพทย์หรือเภสัชกรรมเพื่อใช้ในการรักษาและติดตามโรค การศึกษาจีโนมมนุษย์ (Human Genome Project) ความรู้เรื่องยีนที่มีความเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงต่อการเกิดโรค ซึ่งความรู้ดังกล่าวจะเป็นประโยชน์โดยตรงต่อการรักษาโรคและนำไปสู่การพัฒนาวิธีการรักษาโรคที่จำเพาะตามพื้นฐานทางพันธุกรรมของแต่ละบุคคลเภสัชพันธุศาสตร์ (Pharmacogenetics หรือ Pharmacogenomics) เป็นศาสตร์แขนงหนึ่งที่มีความสนใจอย่างมากในปัจจุบัน เป็นการศึกษาความหลากหลายของยีนมนุษย์เพื่อช่วยหาสาเหตุ พยากรณ์ความเสี่ยงต่อการเกิดโรคในแต่ละบุคคล การป้องกันโรค การตอบสนองต่อยา การเลือกใช้ยาและขนาดยาที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการรักษาสูงสุด และลดอาการอันไม่พึงประสงค์จากการใช้ยากับผู้ป่วยแต่ละราย เซลล์และยีนบำบัด (Cell and Gene Therapy) เป็นหนึ่งความหวังในการป้องกันรักษาโรคสำหรับอนาคตของโลก เป็นนวัตกรรมที่คาดหวังจะนำไปสู่การบำบัดรักษาโรคที่ไม่สามารถรักษาได้ในปัจจุบัน

ภาพรวมสถานการณ์สมุนไพร

1. สถานการณ์และแนวโน้มของสมุนไพรในต่างประเทศ

มูลค่าการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรของโลกในปี 2559 อยู่ที่สามหมื่นหกพันล้าน เหรียญสหรัฐคิดเป็นร้อยละ จากมูลค่าตลาดด้านการดูแลสุขภาพ โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร มีมูลค่าการตลาดประมาณสองหมื่นล้านเหรียญสหรัฐ และผลิตภัณฑ์ยา เช่น ยาแก้ปวดเฉพาะที่ ยานอนหลับ ยารักษาอาการไอแก้หวัดและภูมิแพ้ มีมูลค่าการตลาดหนึ่งหมื่นล้านเหรียญสหรัฐ เนื่องจากการใช้สมุนไพรธรรมชาติเป็นทางเลือกที่มีต้นทุนถูกและค่อนข้างปลอดภัยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการรักษาโดยการแพทย์กระแสหลัก และการศึกษาวิจัยรวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีด้านวิทยาศาสตร์ที่เกี่ยวข้องได้ขยายความสามารถในการใช้สมุนไพรและสารสกัดต่าง ๆ ในการดูแลสุขภาพเกี่ยวกับระบบประสาทและฮอร์โมน เป็นต้น การใช้สมุนไพรจึงเป็นแนวโน้มทางด้านสุขภาพที่กำลังเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะส่วนที่มีคุณสมบัติในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน การส่งเสริมการทำงานของระบบร่างกาย การให้พลังงาน การเสริมสร้างความแข็งแรง รวมทั้งการผ่อนคลาย

ตลาดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรคือตลาดยุโรป แต่เป็นกลุ่มที่มีอัตราการเจริญเติบโตค่อนข้างน้อยหรือคงที่ เพราะประเทศเหล่านี้เพิ่มกฎระเบียบที่เกี่ยวกับการบริโภคสมุนไพร และยาแผนโบราณซึ่งแตกต่างกับตลาดการบริโภคสมุนไพรในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีสูงถึงมากกว่าร้อยละ 25 เนื่องจากประเทศกำลังพัฒนาเริ่มมีความตระหนักถึงความสำคัญของการใช้สมุนไพรและยาแผนโบราณ ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากลักษณะวัฒนธรรมประเพณีของภูมิภาคที่มีความเชื่อมโยงกับการใช้สมุนไพรเพื่อการรักษาและดูแลสุขภาพ รวมถึงความเชื่อมั่นเกี่ยวกับประสิทธิผลและความปลอดภัยของสมุนไพร และส่วนประกอบที่เป็นสมุนไพรของผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศที่มีรากฐานเกี่ยวกับสมุนไพรอย่างสาธารณรัฐประชาชนจีนและอินเดีย

ในเชิงอุตสาหกรรมประเทศสิงคโปร์ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก ในด้านการรับรองผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยนำเข้าวัตถุดิบสมุนไพรราคาต่ำจากสาธารณรัฐประชาชนจีนเข้ามาแปรรูปและสร้างแบรนด์สินค้าเพื่อส่งออก ที่สำคัญยังมีศักยภาพทางการค้าและการตลาดที่สูงอีกด้วย ขณะที่ประเทศในแถบอาเซียน อาทิ ประเทศมาเลเซียก็สามารถพัฒนาโรงงานแปรรูปสมุนไพรที่มีศักยภาพและมีการนำเข้าวัตถุดิบสมุนไพรจากสาธารณรัฐประชาชนจีนเพื่อแปรรูปเช่นกัน ซึ่งทำให้ต้นทุนการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีราคาต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทย รวมถึงประเทศเวียดนามที่ขณะนี้ก็เริ่มมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรเช่นเดียวกับหลาย ๆ ประเทศ

เมื่อแนวโน้มของการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพิ่มขึ้น การกำกับดูแลอย่างเข้มงวดตลอดกระบวนการผลิต การขาย และกรจดทะเบียนผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ทุกประเภทอยู่ในมาตรฐานเดียวกันจึงมีความจำเป็น ผลิตภัณฑ์สมุนไพรต้องมีคุณภาพ และมีเอกสารรับรองความปลอดภัยโดยประเทศใหญ่ ๆ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และเวียดนาม ต่างมีการกำหนดมาตรฐาน GMP และเอกสารกำกับผลิตภัณฑ์สมุนไพร และอาจมีบางประเทศที่อาจได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพร เช่น ออสเตรเลีย อิหร่าน โปตุเกส แคนาดา เวเนซุเอลา และนอร์เวย์

เนื่องจากผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทอาหารเสริมในกลุ่มประเทศดังกล่าวไม่ได้มาตรฐาน มีการปลอมปนซึ่งส่งผลต่อความเชื่อถือของผลิตภัณฑ์

2. สถานการณ์และแนวโน้มของสมุนไพรในประเทศ

2.1 สถานการณ์วัตถุดิบสมุนไพร

พืชสมุนไพรที่จับคู่คุณสมบัติและมาใช้ประโยชน์ในรูปแบบต่าง ๆ มีประมาณ 800 - 1,800 ชนิด มาจาก 3 แหล่งที่สำคัญ ได้แก่ สมุนไพรที่ได้จากการปลูก สมุนไพรที่ได้จากแหล่งธรรมชาติ และสมุนไพรที่ได้จากการนำเข้าเป็นวัตถุดิบสมุนไพรเฉพาะซึ่งเป็นยาสมุนไพรที่ไม่ใช่พืชท้องถิ่นของไทย แต่สามารถปลูกได้ในประเทศไทย เช่น สมุนไพรกลุ่มโกฐ และสมุนไพรกลุ่มเทียน บางชนิดการนำเข้าสะดวกกว่าหรือมีราคาต่ำกว่าที่ซื้อในประเทศ การนำเข้าสมุนไพรมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ทั้งในรูปแบบวัตถุดิบและสารสกัด โดยในปี พ.ศ. 2557 มีมูลค่าการนำเข้าในรูปแบบวัตถุดิบ 1,099.61 ล้านบาท ซึ่งสมุนไพรนำเข้าหลัก ได้แก่ พริกไทย อบเชย จันทน์แปดกลีบ ลูกจันทน์เทศ สมุนไพรกลุ่มโกฐ สมุนไพรกลุ่มเทียน และอื่น ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในอุตสาหกรรมยาแผนโบราณ โดยนำเข้าจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน อินเดีย และอินโดนีเซียเป็นหลัก วัตถุดิบสมุนไพรประสบปัญหาใหญ่ ๆ 3 ประเด็น คือ

2.1.1 การขาดระบบการจัดการที่ดิน และการปลูกหรือขยายพันธุ์ทดแทน

2.1.2 มาตรฐานคุณภาพวัตถุดิบ ทั้งด้านองค์ประกอบทางเคมีและการปนเปื้อน ซึ่งส่วนมากเกิดจากการปนเปื้อนจุลินทรีย์เกินมาตรฐาน

2.1.3 การขาดแคลนวัตถุดิบและสมุนไพรนำเข้าเพื่อทดแทน ประสบปัญหาของชนิดพันธุ์ที่อาจแตกต่างจากการใช้แบบเดิม และส่งผลต่อคุณภาพของยา

การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน และข้อตกลงการค้าแบบพหุภาคีกับประเทศต่าง ๆ เป็นอีกหนึ่งความท้าทายที่สำคัญซึ่งจะมีผลต่อภาคการผลิตวัตถุดิบสมุนไพรของประเทศไทยที่อยู่ในส่วนต้นน้ำจำเป็นต้องเร่งเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถของเกษตรกรทั้งด้านคุณภาพ ต้นทุน และแรงงาน เพื่อให้สามารถแข่งขันกับวัตถุดิบจากกลุ่มประเทศที่มีศักยภาพในภูมิภาค โดยพืชสมุนไพรที่ส่งออกอยู่ในรูปแบบวัตถุดิบแห้งบดเป็นผง สารสกัดหยาบและผลิตภัณฑ์ มูลค่าการส่งออกในรูปแบบวัตถุดิบแห้งและบดเป็นผงเท่ากับ 245.47 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2557 สมุนไพรที่ส่งออกเป็นหลัก ได้แก่ พริกไทย และ ขมิ้นชัน

2.2 สถานการณ์ด้านอุตสาหกรรมสมุนไพร

ในส่วนของผลิตภัณฑ์พบว่ากลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสมุนไพรมีมูลค่าการใช้และส่งออกต่างประเทศรวมกว่า 80,000 ล้านบาท กลุ่มสปาและผลิตภัณฑ์มีมูลค่าประมาณ 10,000 ล้านบาท และกลุ่มยาแผนโบราณตามภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย มีมูลค่าประมาณ 10,000 ล้านบาท อุตสาหกรรมสมุนไพรของประเทศไทยดำเนินการโดยโรงงานอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็กมากที่สุด (ร้อยละ 98) ดังนั้นหากต้องการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสมุนไพรไทยควรต้องร่วมผลักดันให้อุตสาหกรรมเหล่านี้เปลี่ยนแปลงและปรับตัวโดยการเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพการผลิตของอุตสาหกรรมสมุนไพร ร่วมกับการส่งเสริมให้เกิดการใช้ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรมตลอดจนการนำภูมิปัญญามาประยุกต์กับความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มพร้อมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความหลากหลายและสามารถ

ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงบริบทและความต้องการได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้สินค้าสมุนไพรไทยสามารถแข่งขันกับสินค้าที่ผลิตในประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สาธารณรัฐประชาชนจีน และ อินเดีย

2.3 ตลาดสมุนไพรไทยและการใช้สมุนไพรในประเทศไทย

มูลค่าการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรของไทยระหว่างปี 2551 – 2559 พบว่ามีอัตราเติบโตสูงถึงร้อยละ 57 มากเป็นอันดับสองรองจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 68 หากพิจารณาแนวโน้มการตลาดสมุนไพรแต่ละวัตถุประสงค์ของการบริโภคพบว่าการใช้สมุนไพรเพื่อการแพทย์แผนไทยโรงพยาบาลมีมูลค่าการใช้ยาสมุนไพรไทยเฉพาะ 24 รายการจากยาแผนไทยที่บรรจุในบัญชียาหลักแห่งชาติ ประมาณปีละ 14,000 ล้านบาท และมีแนวโน้มที่มีความต้องการใช้งานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีการผลิตยาสมุนไพรในโรงพยาบาลรัฐประมาณ 70 แห่ง และได้รับมาตรฐาน GMP แล้ว จำนวน 45 แห่ง สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มในการใช้ยาสมุนไพรเพื่อการดูแลด้านสุขภาพของประชาชนที่มากขึ้น นอกจากนี้การที่ประเทศไทยกำลังเข้าสู่สถานการณ์สังคมผู้สูงอายุในอนาคตอันใกล้ ทำให้เกิดโอกาสและความท้าทายที่สำคัญในการให้บริการสาธารณสุขส่วนของการใช้สมุนไพรเพื่อการเสริมสร้างสุขภาพและความงาม ผู้บริโภคมีความใส่ใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น ข้อมูลของสมาพันธ์สุขภาพและความงามได้ระบุว่า ตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพในประเทศไทยมีมูลค่าการตลาดสูงถึงประมาณ 80,000 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2554 และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรพร้อมดื่ม รวมถึง ผลิตภัณฑ์สปาที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว โดยพบว่า ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีมูลค่าการตลาดกว่า 30,000 ล้านบาท และมีอัตราขยายตัวร้อยละ 30 ส่วนอุตสาหกรรมเครื่องสำอางมีมูลค่าการส่งออกเครื่องสำอาง 140,000 ล้านบาท และมีการนำเข้าวัตถุดิบร้อยละ 90 เพื่อใช้ในการผลิต โดยมีการนำเข้าวัตถุดิบสารสกัดสมุนไพรจากต่างประเทศ 20,000 ล้านบาท นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มในการใช้สมุนไพรในการผลิตสัตว์ที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้ผลิตตระหนักถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค ซึ่งเป็นข้อเรียกร้องที่สำคัญที่ทำให้ผู้ผลิตอาหารจากสัตว์จำเป็นต้องแสวงหาวัตถุดิบจากธรรมชาติเพื่อใช้ทดแทนยาปฏิชีวนะ โดยมีงานวิจัยที่เป็นหลักฐานสนับสนุนการใช้สมุนไพรทดแทนการใช้ยาปฏิชีวนะได้ เช่น ฟาทะลายโจร ขมิ้นชัน กระเทียม ข่า และ ไพล ที่มีศักยภาพในการป้องกันโรค ลดโอกาสเกิดโรคดื้อยา และเกิดโรคร้ายในมนุษย์จากการใช้สารปฏิชีวนะ (Antibiotic Growth Promoters, APGS)

การดำเนินงานของภาครัฐ

รัฐบาลได้มีนโยบายในการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของประเทศโดยพัฒนาและสร้างความเติบโตของธุรกิจและอุตสาหกรรมด้านชีวภาพซึ่งเป็นอุตสาหกรรมใหม่ที่เกิดขึ้นได้ไม่นานเนื่องจากการค้นพบเทคโนโลยีใหม่ ๆ ของโลก ดังเช่น เทคโนโลยีชีวภาพ (Biotechnology), เทคโนโลยีนาโน (Nanotechnology) เทคโนโลยีด้านไอที ทำให้ธุรกิจและอุตสาหกรรมด้านนี้มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว และมีโอกาสที่จะเติบโตต่อไปในอนาคตเนื่องจากมีความต้องการทั้งในและต่างประเทศที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะธุรกิจและอุตสาหกรรมชีวภาพที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ หลายประเทศจึงให้ความสำคัญและมีการลงทุนด้วยมูลค่าสูงในการพัฒนาองค์ความรู้และเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อสร้างความเป็นผู้นำหรือความสามารถในการแข่งขัน จนประสบความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งและเติบโตให้กับธุรกิจและอุตสาหกรรม

ชีวภาพของประเทศได้อย่างมาก เช่น ประเทศเกาหลี ประเทศญี่ปุ่น ประเทศจีน ประเทศสิงคโปร์ และประเทศมาเลเซีย เป็นต้น หากมองธุรกิจและอุตสาหกรรมชีวภาพที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ พบว่าประเทศไทยมีศักยภาพและโอกาสสร้างความเติบโตได้เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ เนื่องจากมีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์สุขภาพได้หลากหลาย

จากการศึกษาวิเคราะห์สถานภาพ ศักยภาพการผลิต และการส่งออก รวมถึงรูปแบบการแข่งขันในอุตสาหกรรมยาของประเทศไทย ร่วมกับยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมยาและนโยบายของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง รวมถึงปัจจัยแนวโน้มที่ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมยาของไทย เห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ยาชื่อสามัญ (Generic Drugs) เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ยาที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออก แต่ก็ยังมีข้อจำกัดด้านต้นทุนและมาตรฐานการผลิต เนื่องจากวัตถุดิบที่เป็นสารสกัดที่ใช้ในการผลิตยาชื่อสามัญยังต้องนำเข้าจากต่างประเทศ รวมทั้งโรงงานผลิตยาที่ต้องพัฒนาให้ได้ตามมาตรฐานระดับสากลเพื่อลดข้อจำกัดในการกีดกันทางการค้าการเติบโตของยา อาหารเสริมและเครื่องสำอางจากสมุนไพรไทย ประเทศไทยมีจุดเด่นที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ ทำให้เป็นประเทศที่มีผลิตภัณฑ์สมุนไพรเกิดขึ้นมากและหลากหลายชนิด จากกระแสของการแพทย์ทางเลือก ทำให้ผลิตภัณฑ์ยา ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มาจากสมุนไพรเป็นที่สนใจของคนทั่วโลก นอกจากนี้ภาครัฐก็มีนโยบายสนับสนุนการผลิตสมุนไพรพื้นบ้านไทยอย่างจริงจังด้วย จนปัจจุบันได้เกิดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ด้านการผลิตสมุนไพรไทยขึ้นมาอย่างมากมาย อีกทั้งในส่วนของภาครัฐยังได้มีการผลักดันให้มีการนำตัวยาสสมุนไพรไทยไปใช้ร่วมกับการรักษาแผนปัจจุบัน โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้จัดให้บรรจยาสสมุนไพรไทยอยู่ในบัญชียาหลักเป็นจำนวนหลายตำรับ

อุตสาหกรรมสมุนไพรไทยส่วนใหญ่จะผลิตเพื่อใช้ในประเทศและส่งออกในตลาดเอเชีย เป็นส่วนใหญ่ ตลาดส่งออกที่สำคัญ คือ จีน ญี่ปุ่น ฮองกง เวียดนาม และบาหลีเรน ตามลำดับ โดยภาพรวมการส่งออกผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบของสมุนไพรไทย หรือผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสมุนไพรไทย มีอัตราการเติบโตประมาณ ร้อยละ 3 หรือมีมูลค่า 2.5 – 3 แสนล้านบาท (สมาคมสมุนไพรไทย, 2556) ส่วนตลาดเครื่องสำอางของไทย มีมูลค่าการเติบโตประมาณร้อยละ 10 มูลค่าการส่งออกประมาณ 2 แสนล้านบาท และมีโอกาสที่จะเติบโตเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 15 – 20 หลังเปิดตลาด AEC (คลังเตอร์อุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทย, 2557) ในด้านข้อจำกัดของอุตสาหกรรมยาและเครื่องสำอางจากสมุนไพรไทย ยังต้องการการพัฒนามาตรฐานด้านความปลอดภัยในขั้นตอนต่าง ๆ ตั้งแต่ มาตรฐานของวัตถุดิบ มาตรฐานการทดสอบความเป็นพิษ และมาตรฐานของโรงงานผลิตที่พบว่าส่วนใหญ่ยังไม่ได้มาตรฐาน GMP

การที่ประเทศไทยจะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้นั้น ส่วนหนึ่งมาจากการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ซึ่งมีความสอดคล้องกับการกำหนดนโยบายประเทศไทย 4.0 จากทางภาครัฐที่เน้นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศ ไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (สภานโยบายวิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ, 2560) ดังนั้นการปฏิรูประบบวิจัยเพื่อให้เกิดการพัฒนาไปสู่การสร้างนวัตกรรม จึงกลายเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายประเทศไทย 4.0

รัฐบาลมีนโยบายในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้ออกจากกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง (middle income trap) โดยการส่งเสริมการนำองค์ความรู้และความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาพัฒนาให้เกิดนวัตกรรมเพื่อการใช้ประโยชน์ของภาคการผลิต ภาคบริการและภาคชุมชนโดยเฉพาะการสร้างความเข้มแข็งด้านการวิจัยที่เชื่อมโยงกับภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมของประเทศ ดังเช่นนโยบายสนับสนุนมาตรการทางด้านภาษี การส่งเสริมการลงทุน ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนสนับสนุนในด้านการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมของประเทศมากขึ้นและเพื่อหวังเพิ่มสัดส่วนการลงทุนในการวิจัยและพัฒนา ระหว่างภาคเอกชนและภาครัฐ เป็น 70 : 30 นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมให้ภาคเอกชนเข้ามาร่วมลงทุนกับภาครัฐในโครงการขนาดใหญ่ (Spearhead Project) ถึงแม้ว่าในปัจจุบันมาตรการการสนับสนุนทางการเงินและการคลังให้กับการพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศจะยังน้อยมากเมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว แต่ก็ช่วยให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ในด้านการพัฒนาบุคลากรทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศ มีการส่งเสริมให้นักวิจัยหรือนักวิชาการจากสถาบันการศึกษาภาครัฐเข้าไปทำงานให้กับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมของประเทศ (Talent Mobility) โดยมุ่งหวังเพื่อสร้างความเข้มแข็งของภาคอุตสาหกรรมและเพิ่มขีดความสามารถในการวิจัยของสถาบันการศึกษาในการวิจัยและพัฒนาที่ต่อไป

นอกจากนี้สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้มีนโยบายส่งเสริมการลงทุนของไทยในปัจจุบันได้มุ่งเน้นการลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างค่า (value creation strategy) ด้วยเล็งเห็นว่า การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย ไม่ใช่การพัฒนาในแง่ส่งเสริมเม็ดเงินการลงทุนและการจ้างงานเท่านั้น แต่จะทำให้เกิดการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมขึ้นในวงการอุตสาหกรรมไทยด้วย โดยมาตรการหนึ่งที่ตั้งขึ้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนี้คือ การจูงใจให้กิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนได้มีการลงทุนเพื่อพัฒนาทักษะ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (Skill Technology & Innovation) เรียกกันง่าย ๆ ว่า นโยบาย STI โดยสามารถจำแนกออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

กลุ่มแรก คือ กลุ่มที่ส่งเสริมการพัฒนา STI โดยตรง ให้ได้รับสิทธิประโยชน์สูงสุด คือ ยกเว้นอากรขาเข้า เครื่องจักร และยกเว้นภาษีเงินได้ 8 ปี โดยไม่จำกัดวงเงิน กำหนด 8 ประเภทกิจการ คือ กิจการผลิตเวชภัณฑ์หรืออุปกรณ์ทางการแพทย์ กิจการผลิตเครื่องมือวิทยาศาสตร์ กิจการผลิตหรือซ่อมอากาศยาน กิจการออกแบบทางอิเล็กทรอนิกส์ กิจการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ กิจการวิจัยและพัฒนา บริการทดสอบทางวิทยาศาสตร์ กิจการสอบเทียบมาตรฐาน นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 เป็นต้นมา ได้อนุมัติให้การส่งเสริมไปแล้ว 495 โครงการ มีเงินลงทุนรวม 70,655 ล้านบาท

กลุ่มที่สอง คือ กลุ่มที่ช่วยเสริมสร้าง STI ทางอ้อม เป็นกิจการที่ได้รับการส่งเสริมปกติที่ลงทุน แต่ได้มีการใช้จ่ายในด้าน STI เกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนา ออกแบบ ฝึกอบรมเทคโนโลยีขั้นสูง หรือสนับสนุนสถาบันการศึกษา หรือสถาบันวิจัย ซึ่งอยู่ในข่ายได้รับสิทธิประโยชน์ภาษีเงินได้นิติบุคคลเพิ่มเติม ตามประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ที่ 3/2549 ได้แก่ ประการแรก มีการลงทุนค่าใช้จ่ายด้าน STI ร้อยละ 1 ของยอดขายรวมใน 3 ปีแรก หรือไม่ต่ำกว่า 150 ล้านบาท ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้เพิ่มเติม 1 ปี แต่รวมแล้วไม่ต่ำกว่า 8 ปี และยกเลิกการจำกัดวงเงินการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล ประการที่สอง มีการลงทุนค่าใช้จ่าย STI ร้อยละ 2 ของยอดขายรวมใน 3 ปีแรก หรือไม่ต่ำกว่า 300 ล้านบาท ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้เพิ่มเติม 2 ปี แต่รวมแล้วไม่ต่ำกว่า 8 ปี และ

ยกเลิกการจำกัดวงเงินการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลประเภทที่สาม มีการลงทุนค่าใช้จ่าย STI ร้อยละ 3 ของยอดขายรวมใน 3 ปีแรก หรือไม่ต่ำกว่า 450 ล้านบาท ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้เพิ่มเติม 3 ปี แต่รวมแล้วไม่ต่ำกว่า 8 ปี และยกเลิกการจำกัดวงเงินการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลโดยปกติแล้วผู้ขอรับการส่งเสริมฯ จะมุ่งเน้นเฉพาะการผลิตเท่านั้นในขั้นยื่นขอรับการส่งเสริมฯ แต่เมื่อได้เริ่มทำการผลิตไประยะหนึ่ง จะเริ่มตระหนักถึงความสำคัญและเห็นโอกาสทางธุรกิจจากการลงทุนในด้าน STI เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของตนเอง ต่อมาคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้อนุมัติให้ปรับปรุงหลักเกณฑ์นโยบาย STI ใหม่ตามประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ที่ 6/2552 เรื่อง การแก้ไขเพิ่มเติม

การให้สิทธิและประโยชน์สำหรับการลงทุน เพื่อพัฒนาทักษะ เทคโนโลยี และนวัตกรรมนี้ได้ดำเนินการตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2549 เป็นต้นมา มีผู้ได้รับการส่งเสริมฯ ในกิจการตามนโยบาย STI ทางอ้อมไปแล้ว 43 โครงการ มีเงินลงทุน/ค่าใช้จ่ายด้าน STI รวม 6,417 ล้านบาท โดยขอขยายที่ว่าเป็นกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนแล้ว แต่ต้องมีการดำเนินการลงทุนด้าน R&D พัฒนาทักษะจึงได้รับสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมเช่น R&D เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ (Product upgrading) R&D เพื่อยกระดับกระบวนการผลิต (Process upgrading) R&D เพื่อยกระดับไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (Inter-sectoral upgrading) และ R&D เพื่อยกระดับการดำเนินการในห่วงโซ่อุปทาน functional upgrading)

การสนับสนุนทางด้านนโยบายจากทางภาครัฐที่มีการกำหนดยุทธศาสตร์ให้มีการขับเคลื่อนผลงานวิจัย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์เป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ และเป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับประเทศอีกด้วย

การพัฒนาที่ยั่งยืน (STI FOR SDGS)

การพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นวาระหลักในการพัฒนาโดยองค์การสหประชาชาติได้ประกาศ “เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน” หรือ Sustainable Development Goals (SDGs) 17 เป้าหมาย เพื่อเป็นแนวทางในการกำกับดูแลการพัฒนาของโลก ในระยะเวลา 15 ปี ระหว่างเดือนกันยายน พ.ศ.2558 ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ.2573 ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่ลงนามร่วมมือกับภาคีสมาชิก และรัฐธรรมนูญ มาตรา 65 กำหนดให้ยุทธศาสตร์ชาติบรรจุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยกระทรวงต่างประเทศเสนอให้ประเทศไทยขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืนเพื่อบรรลุเป้าหมาย พ.ศ.2573 โดยยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทาง หรือ SEP for SDGs เพื่อสานต่อพระราชปณิธาน พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชฯ การสร้างความสมดุลในการพัฒนาตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยการปรับหลักคิดของ คนให้ถูกต้อง และปรับกระบวนการพัฒนาให้ถูกทาง เพื่อให้ประเทศไทยก้าวเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจที่เน้นคุณค่า (Value-based Ecosystem) โดยการปรับสมดุลระหว่างมนุษย์ ธรรมชาติ และเทคโนโลยี ให้สอดคล้องกับ SDGs ทั้ง 17 เป้าหมาย

STI for SDGs คือ แนวทางการใช้ประโยชน์จากวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อการขับเคลื่อนเป้าหมาย การพัฒนาที่ยั่งยืน STI for SDGs ใช้การบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เนื่องจากในปัจจุบันภาคเอกชนมีการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เป็นอย่างมาก ดังนั้นการสร้างความร่วมมือในการผลักดัน

การใช้ประโยชน์จาก วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อการขับเคลื่อนเป้าหมาย การพัฒนาที่ยั่งยืนจึงเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่ง

บทบาทของ STI for SDGs ของประเทศไทย

การพัฒนานวัตกรรมและการนำมาใช้เป็นปัจจัยขับเคลื่อนการพัฒนาในทุกมิติ เพื่อยกระดับศักยภาพของ ประเทศในทุกด้าน มุ่งเน้นการนำความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรมเพื่อทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่มี มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจทั้งในเรื่องกระบวนการผลิตและรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและรูปแบบการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งวิถีชีวิตของผู้คนในสังคม การเตรียมความพร้อมของประเทศในด้านการพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม มุ่งเน้น การสนับสนุนการวิจัยพัฒนา การดัดแปลงและต่อยอดการพัฒนาเทคโนโลยี เพื่อสร้างความเข้มแข็ง ให้กับสาขาการผลิตและบริการและต่อยอดไปสู่ความเป็นอัจฉริยะโดยใช้เทคโนโลยีขั้นสูงและการ ผสมผสานเทคโนโลยี

แนวคิดในการสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์

การพัฒนางานวิจัยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ เป็นอีกหนึ่งแนวทางในการริเริ่มสร้างสรรค์องค์ความรู้ สิ่งประดิษฐ์ ตลอดจนเทคโนโลยีใหม่ ๆ หรือต่อยอดจากงานวิจัยเดิม พัฒนาจนเกิดเป็นองค์ความรู้ งานวิจัย หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น เป็นที่ยอมรับของสังคมตอบสนองความต้องการของตลาด นำไปสู่การพัฒนาชุมชนได้อย่างยั่งยืน การสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ที่ตอบโจทย์การพัฒนาประเทศจำเป็นต้องอยู่บนพื้นฐานความคิดที่ว่า การสร้างนวัตกรรม ต้องทำให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถจับต้องได้ มีมูลค่าที่สูงขึ้น และสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ดียิ่งขึ้นและต้องสามารถย้อนกลับมาสู่การพัฒนาชุมชนได้

การสร้างนวัตกรรมจากงานวิจัย เพื่อเพิ่มมูลค่าในเชิงพาณิชย์ มีวิธีดำเนินการเริ่มต้นได้ 2 แนวทางคือเริ่มต้นจากการพัฒนาโจทย์วิจัยซึ่งเป็นการริเริ่มการทำวิจัยโดยการศึกษาจากสิ่งที่มีผู้วิจัยสนใจซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มตลาด ชุมชน สังคม และสามารถตอบโจทย์ของการนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเกิดประสิทธิผลสูงสุด หรือสามารถการสร้างนวัตกรรมจากการต่อยอดงานวิจัย เป็นการพัฒนางานวิจัยเดิมโดยผู้วิจัยต้องทำการศึกษา ค้นคว้า และนำองค์ความรู้ การทดลอง รวมถึงเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการพัฒนา จนเกิดเป็นองค์ความรู้ งานวิจัย หรือนวัตกรรมชิ้นใหม่ที่มีความทันสมัย สามารถเพิ่มมูลค่าของชิ้นงาน นำไปสู่การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น หลังจากได้โจทย์วิจัยแล้วจะต้องมีการ สืบหาความเป็นไปได้ และวิเคราะห์ความต้องการของตลาดก่อนที่จะดำเนินการศึกษา ค้นคว้า ทดลอง และทดสอบการใช้งานในนวัตกรรมใหม่ที่ได้พัฒนาขึ้นพร้อมการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยให้มีรูปแบบที่กลมกลืนสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความทันสมัย และสามารถบอกรับถึงคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ได้ และขั้นตอนสุดท้ายที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการแข่งขัน นั่นก็คือการดำเนินการผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานการผลิตผลิตภัณฑ์ตามหลักเกณฑ์

หรือวิธีการที่หน่วยงานให้การรับรองกำหนด เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และเพิ่มความมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ นำไปสู่การเป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งในและต่างประเทศ

นอกจากนี้ยังมีหลายบริษัทฯ เข้าร่วมโครงการกับสถาบันการศึกษาหรือสถาบันวิจัย เพื่อจัดทำโครงการร่วมกันเพราะต่างฝ่ายตระหนักดีว่า ทั้งสองฝ่ายต้องพึ่งพาอาศัยกัน โดยมีหน่วยงานภาครัฐทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการอำนวยความสะดวก เนื่องจากความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ ก็ต้องผ่านการฝึกฝนถึงจะสามารถมองเห็นลู่ทางในการพัฒนานวัตกรรมที่มีฐานของงานวิจัย การทดลอง Pilot Plant การสร้างผลิตภัณฑ์ในจำนวนน้อย ๆ ก่อน ถ้าได้ผลพอใจได้ ถึงจดสิทธิบัตร แนวคิดนี้นับว่าเป็นแนวคิดที่ดีที่จะไปสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ให้ประสบความสำเร็จ

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์

การสนับสนุนทางด้านนโยบายจากทางภาครัฐโดยมีการกำหนดยุทธศาสตร์ให้มีการขับเคลื่อนผลงานวิจัย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์เป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับประเทศ ซึ่งการที่จะต่อยอดผลงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์ให้ประสบความสำเร็จได้นั้น มักจะพบกับอุปสรรคและปัญหาระหว่างทางของกิจกรรมที่ทำในแต่ละขั้นตอน ส่งผลให้การวิจัยและพัฒนาเกิดความขัดข้อง และเกิดความล่าช้า และยากที่จะประสบความสำเร็จทางเชิงพาณิชย์ได้ จึงเกิดคำถามงานวิจัยที่ว่า มีกิจกรรมใดบ้างที่สำคัญที่ทำให้กระบวนการต่อยอดผลงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์ประสบความสำเร็จ

ปัจจัยหนึ่งอยู่ที่ผลงานนวัตกรรมนั้น ผู้คิดค้นนวัตกรรมต้องมีความใฝ่รู้ คิดนอกกรอบ และสามารถนำองค์ความรู้หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยเดิม เพื่อให้เกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ หรือนวัตกรรมที่มีคุณภาพและมีมูลค่าที่สูงขึ้นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัย ตอบสนองความต้องการของตลาดได้และออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น น่าสนใจ การมีเครือข่ายการพัฒนางานวิจัยสู่การเป็นนวัตกรรมเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญ เพราะนอกจากจะเป็นการบูรณาการองค์ความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ จากเครือข่ายมาพัฒนาผลงานให้เกิดเป็นนวัตกรรมที่มีคุณภาพแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้การพัฒนาผลงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

อีกปัจจัยที่สำคัญในการส่งเสริมและพัฒนานวัตกรรมสู่เชิงพาณิชย์คือการต่อยอดงานวิจัยให้สามารถออกสู่ตลาด เกิดการลงทุนไปสู่การผลิตในระดับอุตสาหกรรมได้ต้องอาศัยกลไกสนับสนุนจากภาครัฐ การสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม และผู้ประกอบการเองก็ต้องมีคุณสมบัติที่จะสามารถนำนวัตกรรมนั้นไปต่อยอดให้ประสบความสำเร็จได้ ได้แก่ ผู้ประกอบการต้องเป็นผู้ที่มีความพยายามสูง มีความต้องการประสบความสำเร็จ มีความกระตือรือร้นต่อสิ่งที่ตนเองสนใจอย่างจริงจัง มีสถานะทางครอบครัว และสถานะทางสังคมที่ดี มีประสบการณ์ในการทำงาน มีแหล่งสนับสนุนทางการเงิน การเข้าถึงแหล่งเงินสนับสนุนจากภาครัฐ หรือการได้รับรางวัลต่าง ๆ จากการประกวดความคิดสร้างสรรค์ การประกวดสิ่งประดิษฐ์ หรือการประกวดนวัตกรรม มีความเชื่อมโยงกับแหล่งเทคโนโลยี และมีความใกล้ชิดกับตลาดเป้าหมายหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นต้น

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง

การสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรเชิงพื้นที่ ปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ในการดำเนินงานอย่างยั่งยืน เพื่อสรุปเป็นแนวทางที่ดีการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรสู่เชิงพาณิชย์อย่างยั่งยืนต่อไป

1. นางสาวศิรินันท์ สารมณัฐ ผู้จัดการ วิสาหกิจชุมชนชีววิถีตำบลน้ำเกียน อำเภอกัญญาพิมาย จังหวัดน่าน เป็นต้นแบบชุมชนแห่งการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรชีวภาพได้อย่างยั่งยืน ปี 2550 ชาวบ้านในชุมชนแห่งนี้ได้นำวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนมาใช้ประโยชน์ และใช้สารเคมีให้น้อยที่สุด ผลิตภัณฑ์ที่ได้นอกจากจะปลอดภัยต่อผู้ใช้ ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังช่วยลดรายจ่ายในครัวเรือน และสร้างโอกาสมีรายได้สู่ชุมชนกิจการกลุ่มชีววิถีเป็นธุรกิจชุมชนในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน ซึ่งชาวบ้านทุกคนถือหุ้นเป็นเจ้าของธุรกิจร่วมกัน บริหารงานอย่างเป็นระบบ มีการคัดเลือกคณะกรรมการบริหาร แบ่งหน้าที่กันดูแลทั้งด้านการผลิต การตลาด ด้านบัญชี สมาชิกช่วยกันผลิต และบรรจุเครื่องสำอางสมุนไพร สมาชิกส่วนใหญ่ทำหน้าที่ปลูกสมุนไพรเป็นแหล่งวัตถุดิบ เช่น ดอกอัญชัน มะกรูด มะเฟือง ขมิ้นชัน ไพล ผักเชียงดา ใบหมี มะขาม ฯลฯ

สมุนไพรเหล่านี้ถูกนำมาแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มโดยผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่นมาผลิตเป็นสินค้ามากกว่า 35 ชนิด เช่น แชมพู สบู่ ครีมทาผิว ครีมนวด ฯลฯ สินค้าของกลุ่ม มีการจำหน่ายทั้งปลีกและส่ง ทั้งในจังหวัดน่าน และต่างจังหวัด โดยการส่งพัสดุไปรษณีย์ และจำหน่ายตรงให้แก่บริษัทเครื่องสำอางปัจจุบัน สินค้าของกลุ่มชีววิถีได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐหลายแห่ง เช่น สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน) หรือ BEDO มาช่วยพัฒนาคุณภาพมาตรฐาน บรรจุภัณฑ์ และการส่งเสริมช่องทางการตลาด โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลน้ำเกียน เป็นหน่วยงานให้การสนับสนุนด้านการควบคุมคุณภาพการผลิต และนำเครื่องจักรมาช่วยเพิ่มศักยภาพการผลิต เช่น เครื่องปั่นแชมพู เครื่องปั่นสร้างเนื้อครีม เป็นต้น และทำการทดสอบค่า Ph ทุกครั้งที่ผลิต และส่งมีการส่งตรวจคุณภาพการผลิต กับสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัดน่าน และได้ผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ได้นำเครื่องสกัดมาช่วยเพิ่มศักยภาพการผลิตสารสกัดจากพืชสมุนไพรให้มีคุณภาพ

วิสาหกิจชุมชนชีววิถีตำบลน้ำเกียน เป็นศูนย์เรียนรู้ด้านการผลิตเครื่องสำอางสมุนไพรโดยชุมชน และขยายองค์ความรู้ไปสู่กลุ่มผู้สนใจในจังหวัดน่าน โดยการเป็นวิทยากรฝึกอบรมการทำแชมพูสมุนไพร และสบู่สมุนไพรแล้วกว่า 20 ชุมชน และมีคณะศึกษาดูงาน มาเรียนรู้ที่กลุ่มชีววิถีเป็นประจำทุกเดือนในปี 2559 กลุ่มชีววิถีฯ ได้เข้าร่วมโครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (หมู่บ้าน CIV) ภายใต้การสนับสนุนของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม โดยได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น และส่งเสริมชุมชนแห่งนี้เป็นศูนย์กลางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่องเที่ยวเชิงเกษตร เชื่อมโยงกับพื้นที่ใกล้เคียงกลุ่มอื่น ๆ ทั่วชุมชน เช่น ชนคำข้าวแต่นสมุนไพร จันสมโฮมสเตย์ สวนสะเติน กลุ่มมัดย้อมสีธรรมชาติ และกลุ่มทอผ้าลายโบราณ เกิดการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนขึ้น สร้างรายได้เข้าสู่ท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง

การที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรเชิงพื้นที่เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรสู่เชิงพาณิชย์อย่างยั่งยืนนั้น ทางกลุ่มฯ ยังขาดการตลาดที่ดี ที่จะทำให้สามารถขายสินค้าได้ในปริมาณมาก ๆ และขาดเครื่องมือในการผลิตในปริมาณมากรวมถึงเทคโนโลยีที่ทันสมัย

2. นายชัยวัฒน์ ศรีเทศ ชาวตำบลนางั่ว อ.เมืองเพชรบูรณ์ จ.เพชรบูรณ์ (บริษัท ไนน์แอมเมรินด์ จำกัด) เผยว่า ในแต่ละปี โรงงานจะรับซื้อมะขามจากชาวสวนมาอบแห้งเป็นเนื้อมะขามมะขาม 100 ตัน จะได้เนื้อมะขาม 30 ตัน อีก 70 ตันเป็นเมล็ดและเปลือกกลายเป็นขยะ ต้องจ้างชาวบ้านมาขนออกไป เพราะทิ้งไว้เมล็ดมะขามจะงอกกลายเป็นวัชพืชรำจืดยาก จึงต้องใช้วิธีเผาซึ่งกลายเป็นปัญหามลพิษ เกิดหมอกควันรบกวนชุมชน หลังจากหาวิธีกำจัดเมล็ดมะขามมานานหลายปี จนกระทั่งไปพบกับ คุณภาคภูมิ เพิ่มมงคล นักพัฒนานวัตกรรมเชิงพาณิชย์ จึงปรึกษาหาวิธีนำเมล็ดและเปลือกมะขามสามารถจัดทำประโยชน์อะไรได้บ้างถึงได้รู้ว่าเมล็ดมะขามมีสารไฮยาลูโรนิก แอซิด (Hydrolyzed Hyaluronic acid) เป็นสารให้ความชุ่มชื้นเกรดพรีเมียมชนิด ที่อุตสาหกรรมเครื่องสำอางทั่วโลกนิยมนำมาใช้เป็นส่วนผสมในผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และเป็นสารให้ความชุ่มชื้นที่ใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางกลุ่มที่ได้จากธรรมชาติโดยเฉพาะ พบได้ในเมล็ดมะขาม เมล็ดองุ่น และเปลือกสนฝรั่งเศส และได้ปรึกษาการดำเนินการสกัดกับนักวิจัยของสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) พบว่าสามารถสกัดเมล็ดมะขามได้ โดยนำเมล็ดมะขามสะอาดมาแช่ในตัวทำละลายกลุ่มโพลีแซคคาไรด์นาน 8 ชม. จะได้สารออกฤทธิ์ที่มีสรรพคุณทางเภสัชวิทยาในด้านการต้านอนุมูลอิสระ ด้านการเกิดเม็ดสีผิว ช่วยให้ผิวกระจ่างใสกระตุ้นการสมานผิวจากบาดแผล และด้านการอักเสบ เมล็ดมะขาม 10 กก. แ่สารตัวทำละลาย 90 กก. จะได้สารสกัดที่ให้ความชุ่มชื้น 100 กก. ขายได้มูลค่าสูงถึง 3,000,000 บาท เพราะในวงการเครื่องสำอางสารตัวนี้ซื้อขายกันในราคา กก.ละ 30,000-45,000 บาท

กระบวนการพัฒนามะขามของจังหวัดเพชรบูรณ์ให้มีชื่อเสียงไปทั่วโลก ด้วยคุณภาพและรสชาติที่หวานอร่อยเป็นที่จดจำว่ามะขามหวานต้องที่จังหวัดเพชรบูรณ์เท่านั้น โดยใช้ Know how จากประเทศญี่ปุ่น

สิ่งที่ต้องการในการต่อยอดคือต้องสร้างโรงสกัดสารสำคัญจากวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรที่เป็นอัตลักษณ์ เช่น เมล็ดมะขามและยังใช้เป็นศูนย์การเรียนรู้การสาธิต "นวัตกรรมการจัดการธุรกิจเพื่อสุขภาพและความงาม" หากโรงสกัดสามารถไปได้ดีจะสามารถต่อยอดเป็นแหล่งความรู้กับเกษตรกร เช่น การทำมะขามต้นเดี่ยว และใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ของจังหวัดได้ และต้องมีการขอการรับรองมาตรฐานโรงงานและสารสกัดเพื่อยืนยันคุณภาพของสารสกัดให้ผู้ประกอบการด้านเครื่องสำอางทั้งในประเทศและต่างประเทศเกิดความมั่นใจและซื้อสารสกัดไปใช้ในผลิตภัณฑ์ของตนเอง โดยต้องอ้างอิงแหล่งที่มาว่าเป็นสารสกัดเมล็ดมะขามจากเพชรบูรณ์ ประเทศไทย รวมถึงการจดสิทธิบัตรเกี่ยวกับสารทุกประเภทที่สกัดจากมะขาม

การสร้างโรงงานผลิตสารสกัดและโรงงานผลิตเครื่องสำอางจากสารสกัดธรรมชาติเต็มรูปแบบเพื่อป้อนตลาดทั้งภายในจังหวัดเพชรบูรณ์ ภาคเหนือ ทั่วประเทศและส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศ มาตรฐานโรงงานสารสกัดเพื่อให้ผู้ประกอบการด้านเครื่องสำอางทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้เกิดการอุดหนุนมะขามจากพี่น้องเกษตรกร สร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจของชุมชน และสิ่งแวดล้อมของจังหวัดเพชรบูรณ์

3. นายস্যันต์ ตันพานิช รองผู้อำนวยการวิจัยอุตสาหกรรมชีวภาพ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)

นายস্যันต์ ตันพานิช รองผู้อำนวยการกลุ่มวิจัยและพัฒนาด้านอุตสาหกรรมชีวภาพ วว. กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรเชิงพื้นที่ให้ยั่งยืนต้องดำเนินการตั้งแต่คัดเลือกพืชสมุนไพรหรือพืชที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อที่จะสร้างเรื่องราวในการส่งเสริมการตลาดและสร้างจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ สร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาดทั่วไป การเพิ่มมูลค่าผลผลิตการเกษตรและสมุนไพรเป็นการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบภายในประเทศ ช่วยลดการนำเข้าที่เป็นรูปธรรม ส่งเสริมทรัพยากรชีวภาพของแต่ละท้องถิ่นที่มีความเป็นอัตลักษณ์ หรือเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเสริมความแข็งแกร่งให้กับชุมชน โดยนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (วทน.) มาพัฒนาวัตถุดิบจากผลผลิตการเกษตรและสมุนไพร ถือเป็น การเพิ่มมูลค่าวัตถุดิบท้องถิ่นให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (Creation values) เพื่อให้เป็นที่รู้จักในระดับชาติและช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดความยั่งยืน รวมทั้งส่งเสริมนโยบาย BCG ให้เกิดการขยายตัวอย่างสร้างสรรค์ และยั่งยืนโดยมีเครือข่ายความร่วมมือทั้งภาครัฐ เอกชน ของจังหวัดต่าง ๆ ในประเทศไทย

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ปัจจัยภายในโดยใช้ SOAR Analysis

Strength จุดแข็ง เมื่อพิจารณาจุดแข็ง ข้อดี จากมุมมองทั้งภายในและภายนอก ทรัพยากรหรือสิ่งที่ดีที่สุดในขณะนี้ สิ่งที่เราทำได้ดีกว่าคู่แข่ง จึงได้จุดแข็งดังนี้

1. ประเทศไทยอยู่ในเขตร้อน ซึ่งเหมาะกับการเติบโตของสมุนไพรสำคัญ ชนิดต่าง ๆ
2. มีชื่อเสียงด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพรมายาวนาน มี Product Champion 4 ชนิด ได้แก่ ไพล กระชายดำขมิ้นชัน และใบบัวบก ที่สามารถแข่งขันกับประเทศผู้นำด้านสมุนไพรได้
3. มีความเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาค เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล
4. มีแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทยฉบับที่ 1 พ.ศ.2560-2564
5. การประกาศพระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ.2562 ซึ่งเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมสมุนไพร ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีคุณภาพ มาตรฐานและปลอดภัย
6. มีการสนับสนุนจากภาครัฐ คัดเลือกจังหวัด/กลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพให้เป็นเมืองสมุนไพรโดย ต้นแบบใน 4 ภูมิภาคของประเทศ ได้แก่ เชียงราย ปราจีนบุรี สกลนคร และสุราษฎร์ธานี

Opportunities โอกาส เมื่อพิจารณาโอกาสภายในและภายนอกที่เป็นไปได้และเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสมุนไพรของได้ มีดังนี้

1. ห่วงโซ่คุณค่าของการพัฒนา องค์ความรู้และผลิตภัณฑ์ ยังมีช่องว่างของการพัฒนาอยู่มาก ซึ่งเป็นโอกาสให้สามารถเร่งดำเนินการและสร้างผลงานที่เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ
2. ธุรกิจและอุตสาหกรรมด้านสมุนไพรของประเทศเป็นตลาดที่สำคัญของไทยในอนาคตขณะนี้อยู่ในสถานการณ์ที่ต้องการกลไกสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ตั้งแต่ ด้านการร่วมลงทุน ด้านการพัฒนายกระดับมาตรฐาน การพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน ตลอดจนการส่งเสริมระดับนโยบายจากภาครัฐ
3. การประสานความร่วมมือในการทำงานทั้งในด้านวิชาการ การร่วมทุน และการพัฒนา กำลังคน เพื่อสร้างความเข้มแข็งและศักยภาพให้กับธุรกิจและอุตสาหกรรมชีววิทยาศาสตร์ของประเทศ
4. นโยบายภาครัฐ ทุกรัฐบาลให้การส่งเสริมและสนับสนุนการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมผลงานวิจัยทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และยังน่าจะสนับสนุนให้สามารถผลักดันให้เกิดนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของประเทศได้อย่างเพียงพอมากกว่านี้อีกได้
5. เทคโนโลยีใหม่ที่กำลังขยายตัวและเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวัน สามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาด

Aspirations คือสิ่งดี ๆ ที่เราอยากเห็น มีดังนี้

1. การบริหารจัดการที่ดีที่จะสามารถขับเคลื่อนงานส่งเสริมห่วงโซ่ผลิตผลสมุนไพรที่มีศักยภาพ เพื่อให้เกิดการนำไปใช้ประโยชน์สูงสุด รวมทั้งประสานและบูรณาการการทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และเกษตรกร
2. ผลักดันให้สมุนไพรเป็นพืชเศรษฐกิจที่สร้างความมั่งคั่งและมั่นคงให้กับประเทศ
3. มีการวิจัย และพัฒนานวัตกรรมเพื่อต่อยอดทางการค้าอย่างเป็นระบบ

Results คือผลลัพธ์ที่เราอยากเห็นและสามารถวัดผลออกมาเป็นรูปธรรมได้ มีดังนี้

1. ความนิยมในการใช้สมุนไพรเพิ่มมากขึ้น ในทุกช่วงวัย โดยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้เพิ่มมูลค่าสมุนไพร
2. ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพรของภูมิภาคเกิดและมีความได้เปรียบในการแข่งขัน

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกด้วย PESTEL

PESTEL Analysis เป็นเครื่องมือและกรอบแนวคิดที่จะช่วยวิเคราะห์และติดตาม สิ่งแวดล้อมภายนอกในระดับมหภาค (External marketing environment) ที่มีผลกระทบต่อธุรกิจองค์กร ซึ่ง PESTEL Analysis ประกอบไปด้วยการวิเคราะห์ ดังนี้

P-Politic ปัจจัยทางนโยบายภาครัฐ

จากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจุบันประเทศไทยมีนโยบายสนับสนุนส่งเสริมแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564 สมุนไพรนำร่องเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรซึ่งประกอบไปด้วย 4 ยุทธศาสตร์ ดังแผนภาพที่ 4 – 1 นอกจากนี้รัฐบาลยังส่งเสริมและสนับสนุนการลงทุนให้แก่กลุ่ม Startup ผ่านโครงการและ แหล่งเงินทุนต่าง ๆ เช่น โครงการคูปองวิทย์เพื่อโอท็อป (STI for OTOP Upgrade), โครงการ iTAP , และโครงการ STIM ซึ่งเป็นโครงการที่อยู่ภายใต้กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่มุ่งเน้นเกี่ยวกับการส่งเสริมการลงทุนทางด้านงานวิจัยให้กับหน่วยงานภาคเอกชนที่สนใจร่วมทำวิจัยกับหน่วยงานภายใต้กระทรวงวิทยาศาสตร์

แผนภาพที่ 4 - 1 ยุทธศาสตร์ ตามแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1



ที่มา : แผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ.2560-2564

E-Economic : ปัจจัยทางเศรษฐกิจจะเป็นตัวส่งสัญญาณกระทบว่าองค์กรยังสามารถดำเนินธุรกิจแล้วสามารถทำอะไรได้หรือไม่ ตัวอย่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ อัตราดอกเบี้ย อัตราการแลกเปลี่ยน ภาวะเงินเฟ้อ รายได้สุทธิของทั้งผู้บริโภคและองค์กรธุรกิจ โดยปัจจัยนี้แบ่งได้เป็นปัจจัยเศรษฐกิจระดับมหภาค และจุลภาค ในระดับมหภาครัฐบาลจะใช้วิธีการควบคุมอัตราดอกเบี้ย นโยบายภาษี และการใช้จ่ายภาครัฐมาเป็นกลไกในการจัดระบบเศรษฐกิจมหภาค ในระดับจุลภาคจะเกี่ยวข้องกับการใช้จ่ายในภาคครัวเรือนที่จะมีกระทบต่อธุรกิจที่ขายสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป(B2C)

ปี 2563 เศรษฐกิจไทยเปิดศักราชใหม่ด้วยความหวังว่าจะกลับมาขยายตัวดีกว่าปีที่ผ่านมาแต่ภาวะ "VUCAWorld" ทำให้เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มจะชะลอตัวและต่ำกว่าระดับศักยภาพต่ออีกปี เนื่องจากยังไม่ทันข้ามเดือนแรกของปีก็เกิดภาวะการระบาดของไวรัสโควิด-19 ในหลายประเทศ โดยเฉพาะจีน ซึ่งส่งผลกระทบต่อการค้าและการจ้างงานของภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจำนวนมาก ปี 2563 ยังคงเป็นอีกปีที่เติบโตต่ำกว่าระดับศักยภาพโดยมีปัจจัยฉุดรั้งสำคัญ คือ ปัจจัยชั่วคราวแต่รุนแรงได้แก่การระบาดของไวรัสโควิด-19 ปัญหาภัยแล้งและ พ.ร.บ. งบประมาณฯ ที่ล่าช้า นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีปัจจัยเชิงโครงสร้างที่เป็นปัญหาเรื้อรังมานาน อาทิ ความสามารถในการแข่งขันของภาคการส่งออกปัญหาความเหลื่อมล้ำและการกระจายรายได้ของภาคครัวเรือน รวมถึงปัญหานี้ครัวเรือนซึ่งล้วนเกี่ยวพันและผูกโยงกัน ดังนั้นการจะแก้ไขเศรษฐกิจไทยกลับมาขยายตัวที่ระดับศักยภาพได้อีกครั้งคงไม่สามารถพึ่งพาการกระตุ้นผ่านมาตรการการคลังระยะสั้นหรือการใช้นโยบายการเงินที่มีประสิทธิผลจำกัดในการรักษาโรคที่มาจากปัญหาเชิงโครงสร้างได้ปัญหาเชิงโครงสร้างจำเป็นต้องได้รับยาที่ถูกโรคหรือการผ่าตัดเศรษฐกิจไทยโดยต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันให้พร้อมออกวิ่งในสนามอย่างแข็งแรงยามเมื่อ

เศรษฐกิจโลกกลับมาฟื้นตัวอีกครั้งและปัจจัยลบชั่วคราวหมดไปมิเช่นนั้นแล้วเศรษฐกิจไทยคงจะต้องเติบโตต่ำกว่าระดับศักยภาพไปอีกหลายปี

อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจประเทศคู่ค้า คาดว่าจะหดตัวที่ร้อยละ 4.6 ในปี 2563 และกลับมาขยายตัวที่ร้อยละ 4.2 ในปี 2564 ทั้งนี้ ประเมินว่ายังมีโอกาสที่เศรษฐกิจประเทศคู่ค้าจะหดตัวมากกว่ากรณีฐาน จากการระบาดของ COVID-19 ที่อาจรุนแรงและยืดเยื้อกว่าคาดหากเกิดการระบาดระลอกใหม่ (Second wave) ความเสี่ยงด้านเสถียรภาพระบบการเงินโลกที่อาจสูงขึ้นจากความเสี่ยงที่ภาคเอกชนและรัฐบาลบางประเทศมีโอกาสผิมนัดชำระหนี้เพิ่มขึ้นหรืออาจถูกปรับลดอันดับความน่าเชื่อถือ การกีดกันทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีนที่อาจกลับมารุนแรงขึ้น รวมถึงความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ อาทิ ความตึงเครียดระหว่างจีนและฮ่องกง อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจประเทศคู่ค้าอาจขยายตัวมากกว่ากรณีฐาน หากการระบาดสิ้นสุดเร็วกว่าคาด หรือมาตรการภาครัฐของประเทศต่าง ๆ ที่อาจกระตุ้นเศรษฐกิจได้มากกว่าคาด

ภาครัฐออกมาตรการการเงินการคลังเพิ่มเติม เพื่อบรรเทาผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการระบาดของ COVID-19 โดยภาครัฐออกมาตรการช่วยเหลือภาคธุรกิจโดยเฉพาะธุรกิจ SMEs ภาคครัวเรือนและการจ้างงานอย่างต่อเนื่อง ธนาคารกลางประเทศอุตสาหกรรมหลักดำเนินมาตรการทางการเงินอื่นนอกจากการคงอัตราดอกเบี้ยนโยบายในระดับต่ำ ส่วนธนาคารกลางในภูมิภาคหลายแห่งผ่อนคลายนโยบายการเงินเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ธนาคารกลางหลายประเทศยังดำเนินมาตรการเพื่อรักษาเสถียรภาพในตลาดการเงินควบคู่กัน เพื่อดูแลสภาพคล่องในตลาดการเงินอย่างต่อเนื่อง

เศรษฐกิจไทยในปี 2563 มีแนวโน้มหดตัวร้อยละ 8.1 มากกว่าที่ประมาณการไว้ในรายงานนโยบายการเงินฉบับก่อน และหดตัวมากในเกือบทุกองค์ประกอบยกเว้นการใช้จ่ายภาครัฐเนื่องจากผลกระทบของ COVID-19 รุนแรงกว่าที่คาดไว้และหลายประเทศรวมทั้งไทยต้องดำเนินมาตรการควบคุมการระบาด ส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจหลายภาคส่วนทั่วโลกต้องหยุดชั่วคราว โดยเฉพาะในช่วงไตรมาสที่ 2 การท่องเที่ยวและการส่งออกสินค้าของไทยจึงมีแนวโน้มหดตัวสูง ส่งผลต่อการบริโภคเอกชนผ่านรายได้และการจ้างงานที่ลดลง อุปสงค์ทั้งในและต่างประเทศที่ลดลงส่งผลให้การลงทุนภาคเอกชนมีแนวโน้มหดตัวสูง อย่างไรก็ตาม การใช้จ่ายภาครัฐจะมีบทบาทสำคัญในการฟื้นฟูเศรษฐกิจในระยะต่อไป จากการปรับโครงสร้างงบประมาณรายจ่ายเพื่อเร่งเยียวยาและฟื้นฟูเศรษฐกิจรวมทั้งเม็ดเงินเพิ่มเติมจากมาตรการดูแลและเยียวยาผลกระทบ COVID-19 ระยะที่ 3 ทั้งนี้ เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มที่จะผ่านจุดต่ำสุดในไตรมาสที่ 2 ของปีนี้และทยอยฟื้นตัวตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ตามการผ่อนปรนมาตรการควบคุมการระบาดในหลายประเทศทั่วโลก รวมถึงไทย ซึ่งจะเอื้อให้ภาคการส่งออกสินค้าภาคการท่องเที่ยว และอุปสงค์ในประเทศหดตัวน้อยลง สำหรับปี 2564 เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มกลับมาขยายตัวที่ร้อยละ 5.0 สูงขึ้นจากที่ประเมินไว้ ส่วนหนึ่งจากผลของฐานในปี 2563 ที่ต่ำกว่าเดิม ประกอบกับภาครัฐมีแนวโน้มที่จะดำเนินโครงการกระตุ้นการจ้างงานและโครงการลงทุนขนาดใหญ่เพิ่มเติม อย่างไรก็ตาม กิจกรรมทางเศรษฐกิจของไทยจะต่ำกว่าระดับศักยภาพอยู่มาก

มูลค่าการส่งออกสินค้าของไทยในปี 2563 มีแนวโน้มหดตัวแรงกว่าที่ประเมินไว้จากด้านปริมาณเป็นสำคัญ สอดคล้องกับแนวโน้มเศรษฐกิจคู่ค้าและปริมาณการค้าโลกที่หดตัวแรง รวมถึงปัญหาการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain disruption) ในบางธุรกิจ ด้านราคาสินค้าส่งออกมีแนวโน้มหดตัวจากราคาสินค้าที่เคลื่อนไหวตามราคาน้ำมันดิบเป็นสำคัญ ทั้งนี้ การทยอยผ่อน

ปรนมาตรการควบคุมการระบาดในหลายประเทศจะสนับสนุนการส่งออกสินค้าให้ทยอยฟื้นตัวตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี 2563 สำหรับปี 2564 คาดว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าจะกลับมาขยายตัวจากทั้งด้านปริมาณที่จะฟื้นตัวตามเศรษฐกิจและการค้าโลก และด้านราคาที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามราคาน้ำมันดิบในตลาดโลก อย่างไรก็ตาม มูลค่าการส่งออกโดยรวมมีแนวโน้มต่ำกว่าระดับก่อนการระบาดของ COVID-19 เนื่องจากอุปสงค์ต่างประเทศยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำธุรกิจทั่วโลกภายใต้วิถีชีวิตใหม่หลังการระบาดคลี่คลาย อาจส่งผลให้บางอุตสาหกรรมไม่สามารถฟื้นตัวกลับมาได้เต็มที่

ภาคการท่องเที่ยวมีแนวโน้มฟื้นตัวช้ากว่าที่เคยประเมินไว้ จากการระบาดในต่างประเทศที่มีแนวโน้มยืดเยื้อและลุกลามไปหลายประเทศมากกว่าที่คาด ทำให้รัฐบาลไทยมีแนวโน้มที่จะใช้มาตรการจำกัดการเดินทางเข้าประเทศของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อไปอีกระยะ และจะเริ่มทยอยเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติจากบางประเทศในรูปแบบระเบียบท่องเที่ยว (Travel bubble) ได้ในช่วงครึ่งหลังของปี 2563

การใช้จ่ายภาครัฐจะมีบทบาทสำคัญในการพยุงเศรษฐกิจไทยในปี 2563 และช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจในระยะต่อไป โดยคาดว่ารัฐบาลจะเร่งเบิกจ่ายงบประมาณประจำปี 2563 ในช่วงที่เหลือ รวมทั้งปรับโครงสร้างงบประมาณรายจ่ายเพื่อเร่งเยียวยาและฟื้นฟูเศรษฐกิจผ่าน พ.ร.บ. โอนงบประมาณรายจ่าย พ.ศ. 2563 และ การทบทวนโครงสร้างงบประมาณประจำปี 2564 อีกทั้งจะมีเม็ดเงินเพิ่มจากมาตรการดูแลและเยียวยาผลกระทบ COVID-19 ระยะที่ 3 นอกจากนี้ รัฐบาลยังมีมาตรการอื่น ๆ เพื่อช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบ ซึ่งจะช่วยประคับประคองภาคธุรกิจและรักษาการจ้างงานได้บางส่วน ทั้งนี้ ใช้จ่ายการลงทุนของรัฐวิสาหกิจยังมีแนวโน้มขยายตัวซึ่งจะช่วยเป็นกลไกสำคัญในการสนับสนุนเศรษฐกิจในระยะต่อไป

การบริโภคภาคเอกชนในปี 2563 มีแนวโน้มหดตัวมากกว่าที่ประเมินไว้ โดยเฉพาะในไตรมาสที่ 2 จากมาตรการควบคุมการระบาด รวมถึงรายได้ลูกจ้างนอกภาคเกษตรมีแนวโน้มลดลงมากและความเชื่อมั่นผู้บริโภคอ่อนแอ อย่างไรก็ตาม การทยอยผ่อนปรนมาตรการควบคุมการระบาดจะเอื้อให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจทยอยเพิ่มขึ้นในระยะข้างหน้า ทั้งนี้ การบริโภคภาคเอกชนมีแนวโน้มต่ำกว่าระดับก่อนการระบาดตลอดช่วงประมาณการ เนื่องจากครัวเรือนใช้จ่ายอย่างระมัดระวังจากสถานการณ์ COVID-19 ที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง ในระยะข้างหน้า ประกอบกับครัวเรือนมีฐานะการเงินที่เปราะบางขึ้นจากรายได้ที่ลดลงและหนี้ที่อยู่ในระดับสูง

การลงทุนภาคเอกชนในปี 2563 มีแนวโน้มหดตัวมากกว่าประมาณการเดิม เนื่องจากอุปสงค์ทั้งในและต่างประเทศที่หดตัว รวมถึงกำลังการผลิตส่วนเกินที่อยู่ในระดับสูงทำให้ธุรกิจส่วนใหญ่เลื่อนแผนการลงทุนใหม่ออกไป อย่างไรก็ตาม การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐมีความคืบหน้าตามแผน โดยเฉพาะโครงการร่วมลงทุนระหว่างภาครัฐและเอกชน (Public-private partnership : PPP) ทั้งในและนอกเขตระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) สำหรับปี 2564 การลงทุนบางโครงการมีแนวโน้มดำเนินการได้ต่อเนื่อง โดยเฉพาะการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่และโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับเศรษฐกิจดิจิทัล

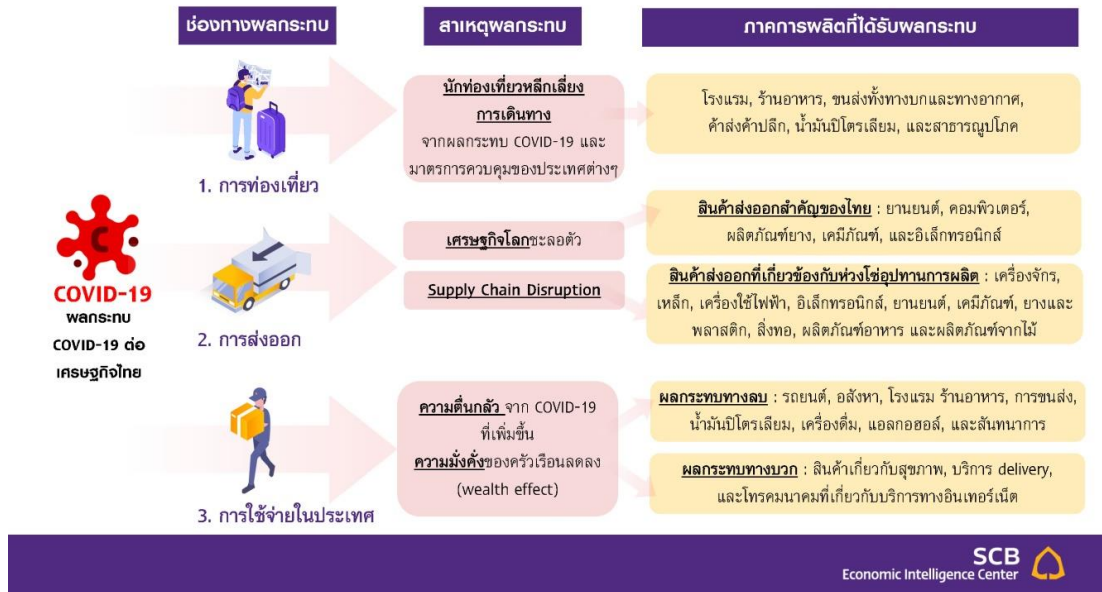
เศรษฐกิจไทยในระยะข้างหน้ายังมีความไม่แน่นอนสูงและมีความเสี่ยงโน้มไปด้านต่ำขึ้นกับผลกระทบของ COVID-19 เป็นสำคัญ โดยโอกาสที่เศรษฐกิจไทยจะหดตัวมากกว่ากรณีฐานมาจาก (1) เศรษฐกิจโลกอาจฟื้นตัวช้ากว่าคาดหรือเข้าสู่ภาวะถดถอยรุนแรง ซึ่งอาจทำให้การส่งออกสินค้าไทย

ได้รับผลกระทบมากกว่าคาด (2) ธุรกิจและครัวเรือนมีโอกาสผิติดนัดชำระหนี้สูงขึ้น (3) การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวที่อาจล่าช้า และ (4) ความเสี่ยงจากการระบาดระลอกใหม่ในไทยที่อาจนำไปสู่การใช้มาตรการปิดเมืองอีกครั้ง อย่างไรก็ตาม โอกาสที่เศรษฐกิจไทยอาจขยายตัวสูงหรือหดตัวน้อยกว่ากรณีฐานมาจาก (1) ภาครัฐออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนการบริโภคและการลงทุนในประเทศ รวมถึงมาตรการช่วยเหลือลูกหนี้ได้ผลมากกว่าคาด (2) การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐและโครงการ PPP จูงใจให้ภาคเอกชนลงทุนมากกว่าคาด และ (3) ผู้ประกอบการย้ายฐานการผลิตมาไทยมากขึ้นหลังจากที่ไทยสามารถควบคุมโรคระบาดได้ดี

ประมาณการอัตราเงินเฟ้อทั่วไปในปี 2563 มีแนวโน้มติดลบมากขึ้นจากปัจจัยด้านอุปทานเป็นสำคัญ โดยเฉพาะราคาพลังงานที่ปรับลดลงแรงตามกับทิศทางราคาน้ำมันดิบในตลาดโลก สอดคล้องกับอุปสงค์ที่ลดลงจากการหยุดชะงักของกิจกรรมทางเศรษฐกิจทั่วโลกและกำลังการผลิตส่วนเกินของธุรกิจที่อยู่ในระดับสูง รวมถึงส่วนหนึ่งเป็นผลจากมาตรการลดภาระค่าไฟฟ้าและน้ำประปาของภาครัฐ อัตราเงินเฟ้อพื้นฐานมีแนวโน้มอยู่ในระดับต่ำสอดคล้องกับแรงกดดันด้านอุปสงค์สำหรับระยะถัดไป อัตราเงินเฟ้อทั่วไปจะทยอยปรับเข้าสู่กรอบเป้าหมายเงินเฟ้อตามราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกที่ทยอยปรับสูงขึ้นเป็นสำคัญ ขณะที่อัตราเงินเฟ้อพื้นฐานยังอยู่ในระดับต่ำตามแนวโน้มเศรษฐกิจไทยที่ฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป คณะกรรมการฯ จึงประมาณการอัตราเงินเฟ้อทั่วไปติดลบที่ร้อยละ 1.7 และกลับมาเป็นบวกที่ร้อยละ 0.9 ส่วนประมาณการอัตราเงินเฟ้อพื้นฐานอยู่ที่ร้อยละ 0.0 และ 0.1 ในปี 2563 และ 2564 ตามลำดับ ทั้งนี้ ในระยะข้างหน้า แนวโน้มเงินเฟ้อยังมีความไม่แน่นอนสูงจากการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจโลกหลังการระบาดของ COVID-19 ที่ส่งผลให้หลายสาขาอุตสาหกรรมมีกำลังการผลิตส่วนเกินอยู่มาก รวมทั้งการกีดกันทางการค้าและความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ที่อาจก่อให้เกิดการทวนกระแสโลกาภิวัตน์ (Deglobalization) ซึ่งในที่สุดจะส่งผลต่อห่วงโซ่การผลิตโลกและราคาสินค้าอย่างมีนัยสำคัญได้ (ธนาคารแห่งประเทศไทย 8 กรกฎาคม 2563)

Economic Intelligence Center (EIC) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด มหาชนปรับลดคาดการณ์ GDP โลกลงมาเหลือเติบโต 1.8% จากเดิมคาดการณ์เติบโต 3.0% ขณะที่ GDP ไทยปี 2563 ปรับลดลงเป็นการหดตัวที่ -0.3% จากเดิมคาดขยายตัว 1.8% เนื่องจากผลกระทบของ COVID-19 ที่รุนแรงกว่าคาด ส่งผลให้เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มเข้าสู่ภาวะถดถอยในช่วงครึ่งแรกของปี EIC ประเมินสถานการณ์การระบาด COVID-19 ในกรณีฐาน (Base case scenario) โดยมีสมมติฐานว่าสำหรับการระบาดในจีน การเพิ่มขึ้นของผู้ติดเชื้อมีจุดสูงสุดในเดือนกุมภาพันธ์ และจะถูกควบคุมได้ในเดือนพฤษภาคม ขณะที่สถานการณ์การระบาดนอกประเทศจีน (รวมถึงไทย) จะมีความรุนแรงมากสุดในช่วงต้นไตรมาส 2 และจะถูกควบคุมได้ในช่วงต้นไตรมาส 3 ของปีนี้ โดยที่ในกรณีของไทย มีข้อสมมติฐานเพิ่มเติมว่า ไม่มีการ lockdown ในวงกว้าง ภายใต้กรณีฐานดังกล่าว EIC ประเมินผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย ดังนี้

แผนภาพที่ 4 - 2 ผลกระทบของ COVID-19 ต่อเศรษฐกิจไทย



ที่มา : Economic Intelligence Center (EIC) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด มหาชน

EIC คาดนักท่องเที่ยวทั้งปี 2563 จะเหลือเพียง 27.7 ล้านคน (-30.5%) โดยจะมีการหดตัวมากที่สุดประมาณ -75% ในช่วงเดือนเมษายน และจะปรับดีขึ้นอย่างช้า ๆ หลังจากนั้นจนกลับสู่ระดับเทียบเท่าปี 2562 ในเดือนตุลาคม นอกจากนี้ ยังคาดว่ารายจ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวก็จะปรับลดลงจากปีก่อนหน้าด้วย ตามราคาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มลดลงตามสถานการณ์ท่องเที่ยวที่ซบเซา มูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มปรับลดลง 5.8% จากปีก่อนหน้า จากผลกระทบของ COVID-19 ผ่านช่องทางรายได้ของลูกค้าที่ลดลงตามเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัวเพิ่มขึ้น ราคาน้ำมันที่ลดลงมากซึ่งทำให้อัตราสินค้าส่งออกในหมวดน้ำมันและปิโตรเคมีลดลงตาม และปัญหาการหยุดชะงักของการผลิตสินค้าในประเทศที่อยู่ในห่วงโซ่การผลิต มีผลต่อการส่งออกวัตถุดิบชั้นกลางของไทย เช่น ไม้ เหล็ก สินค้าเกษตร และสินค้าส่งออกของไทยที่ขาดแคลนวัตถุดิบชั้นกลางมาใช้ผลิต เช่น รถยนต์ เครื่องจักร อิเล็กทรอนิกส์ นอกเหนือจากรายได้ของภาคครัวเรือนและภาคธุรกิจที่โน้มลดลงจากผลของ COVID-19 การใช้จ่ายในประเทศจะได้รับผลกระทบเพิ่มเติมจากความกังวลและตื่นกลัวกับสถานการณ์แพร่ระบาด นำไปสู่การลดการเดินทางท่องเที่ยว และการจับจ่ายใช้สอยตามห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชน รวมถึงมีการลดหรือเลื่อนกิจกรรมงานสังสรรค์และงานนิทรรศการต่าง ๆ แม้ตัวเลขการใช้จ่ายผ่านช่องทาง online จะโน้มสูงขึ้น แต่ไม่สามารถชดเชยการใช้จ่ายที่ลดลงได้ทั้งหมด

กระทรวงการคลัง ได้ประมาณการณ์เศรษฐกิจไทยปี 2563 คาดว่าจะหดตัวที่ 8.5% ต่อปี เมื่อเทียบกับปี 2562 ที่ยังขยายตัว 2.4% ต่อปี โดยมีกรอบคาดการณ์ที่ติดลบ 8-9% ทั้งนี้สาเหตุที่เศรษฐกิจไทยปี 2563 จะติดลบมาจาก การแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าหลักหดตัวลง โดยมีประมาณการณ์ตัวเลขสำคัญทางเศรษฐกิจไทยปี 2563 ดังนี้ มูลค่าการส่งออกสินค้าจะหดตัวที่ 11% (โดยมีช่วงคาดการณ์ติดลบที่ 10.5-11.5%) จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยจะหดตัวที่ 82.9% การบริโภคภาคเอกชนคาดว่าจะหดตัว 2.6% (โดยมีช่วงคาดการณ์ติดลบ 2.1-3.1%) และการลงทุนภาคเอกชนคาดว่าจะหดตัวที่ 12.6% (โดยมีช่วงคาดการณ์ติดลบที่ 12.1-13.1%) การบริโภคภาครัฐจะขยายตัวที่ 4.3% (โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ 3.8-4.8%) การลงทุนภาครัฐจะขยายตัวที่ 9.7% (โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ 9.2-10.2%) อย่างไรก็ตาม มองว่าการใช้จ่ายของภาครัฐคาดว่าจะขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนของ การเร่งเบิกจ่ายงบประมาณ การโอนงบประมาณตามพระราชบัญญัติโอนงบประมาณรายจ่าย พ.ศ.2563 และพระราชกำหนดให้อำนาจกระทรวงการคลังกู้เงินเพื่อแก้ไขปัญหา เยียวยา และฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พ.ศ.2563 โดยมีกรอบวงเงินกู้ไม่เกิน 1 ล้านล้านบาท

กระทรวงการคลังยังคาดว่าเศรษฐกิจไทยจะเริ่มฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปหลังภาคธุรกิจเริ่มกลับมาดำเนินกิจการ ส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจมีมากขึ้น ประกอบกับผลของมาตรการดูแลและเยียวยาผลกระทบจากไวรัสโคโรนา 2019 ของรัฐบาล ระยะที่ 1-3 และมาตรการ ‘เราเที่ยวด้วยกัน’ จะช่วยสนับสนุนการบริโภคภาคเอกชน รักษาระดับการจ้างงาน และสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดการหมุนเวียนกิจกรรมเศรษฐกิจภายในประเทศต่อไป คาดว่าเศรษฐกิจไทยได้ผ่านจุดต่ำสุดแล้วในช่วงไตรมาส 2 ปี 2563 และจะเห็นตัวเลขเศรษฐกิจที่ติดลบน้อยลงในช่วงครึ่งหลังของปี 2563

ขณะที่เสถียรภาพเศรษฐกิจไทยภายในประเทศ คาดว่าอัตราเงินเฟ้อทั่วไปในปี 2563 จะอยู่ที่ -1.3% (โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ -1.8 ถึง -0.8%) ปรับตัวลดลงจากปีก่อน ตามแนวโน้มราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกที่ปรับตัวลดลงและอุปสงค์ภายในประเทศที่ชะลอตัวลงจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ขณะที่เสถียรภาพเศรษฐกิจภายนอกประเทศ คาดว่าดุลบัญชีเดินสะพัดจะเกินดุล 13.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็น 2.7% ของ GDP (โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ 2.2-3.2% ของ GDP)

นอกจากนี้ปัจจัยที่ต้องติดตามอย่างใกล้ชิดในระยะต่อไป ได้แก่ สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 การพัฒนาวัคซีนเพื่อป้องกันโควิด-19 และการผ่อนคลายมาตรการการเดินทางระหว่างประเทศของประเทศต่าง ๆ ขณะเดียวกันคาดว่าหากการแพร่ระบาดโควิด-19 คลี่คลายลง คาดว่าธุรกิจที่จะฟื้นตัวได้เร็ว ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค อาหารและเครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลรวมถึงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชาชนสู่วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) จะช่วยสนับสนุนธุรกิจบริการดิจิทัลและธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ให้ขยายตัวได้ดี ทั้งนี้กระทรวงการคลังประเมินว่า เศรษฐกิจไทยจะสามารถกลับมาขยายตัวได้ที่ 4-5% ในปี 2564 และจะติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดและพร้อมที่จะดำเนินมาตรการที่เหมาะสมเพิ่มเติม เพื่อดูแลเศรษฐกิจไทยอย่างทันทั่วทั้งที่เมื่อสถานการณ์ต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงไป

สำหรับ สมุนไพรถูกใช้เป็นวัตถุดิบเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมต่อเนื่อง อาทิ อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง อาหารเสริมยาสมุนไพร ดังนั้นตลาดสมุนไพรจึงเป็นตลาดที่มีการเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง ด้านตลาดส่งออกที่บริโภคสมุนไพรที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน และอเมริกา เป็นต้น การบริโภคของคนรุ่นใหม่ที่นิยมใช้สมุนไพรมีส่วนสำคัญในการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพราะเป็นทางเลือกในการดูแลสุขภาพโดยมองว่าปลอดภัยและมาจากธรรมชาติ รวมถึงนโยบายของภาครัฐที่ส่งเสริมผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมสมุนไพร ผ่านแผนแม่บทว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ปี 2560-2564 อุตสาหกรรมที่ใช้สมุนไพรเป็นส่วนประกอบ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง อุตสาหกรรมยา ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เป็นต้น

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ คาดการณ์ว่าในแต่ละปีมูลค่าการค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพรและเครื่องเทศในตลาดโลกสูงถึง 10,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

แผนภาพที่ 4 - 3 มูลค่าการส่งออกตลาดสมุนไพรของไทย (ม.ค. 2563)

พิกัด 1211 – Plants and Parts of Plants				ล้านบาท
ประเทศ	ปี 2562	ปี 2562 (ม.ค.-มี.ค.)	ปี 2563 (ม.ค.-มี.ค.)	อัตราการ ขยายตัว (%)
1. ญี่ปุ่น	113.53	32.76	30.12	-8.05
2. จีน	97.16	13.50	16.65	23.34
3. บังกลาเทศ	20.16	8.99	7.36	-18.08
4. เกาหลีใต้	21.11	5.41	6.93	28.01
5. บาห์เรน	11.66	2.81	4.63	64.68
อื่นๆ	82.92	19.87	15.58	-21.61
รวมทั้งสิ้น	346.55	83.34	81.26	-2.49

พิกัด 1302 – Vegetable Saps and Extracts				ล้านบาท
ประเทศ	ปี 2562	ปี 2562 (ม.ค.-มี.ค.)	ปี 2563 (ม.ค.-มี.ค.)	อัตราการ ขยายตัว (%)
1. เมียนมา	104.58	32.60	31.33	-3.90
2. ญี่ปุ่น	62.17	13.87	7.86	-43.31
3. จีน	18.92	-	6.69	-
4. อเมริกา	29.23	2.84	6.42	126.16
5. กัมพูชา	15.37	4.16	5.94	42.84
อื่นๆ	114.99	19.08	23.61	23.73
รวมทั้งสิ้น	345.25	72.54	81.85	12.83

พิกัด 3301 – Essential Oils and Resinoids				ล้านบาท
ประเทศ	ปี 2562	ปี 2562 (ม.ค.-มี.ค.)	ปี 2563 (ม.ค.-มี.ค.)	อัตราการ ขยายตัว (%)
1. ญี่ปุ่น	94.01	20.77	16.65	-19.83
2. ซาอุดี	99.82	36.13	12.35	-65.80
3. เมียนมา	48.52	7.34	8.88	20.96
4. ฮองกง	24.88	3.61	8.62	138.66
5. เวียดนาม	26.54	7.41	6.63	-10.48
อื่นๆ	237.79	60.43	40.51	-32.97
รวมทั้งสิ้น	531.56	135.69	93.64	-30.99

**ที่มา : <http://tradereport.moc.go.th/>

ที่มา : Tradereport.moc.go.th

S:Social ปัจจัยทางวัฒนธรรมและสังคม

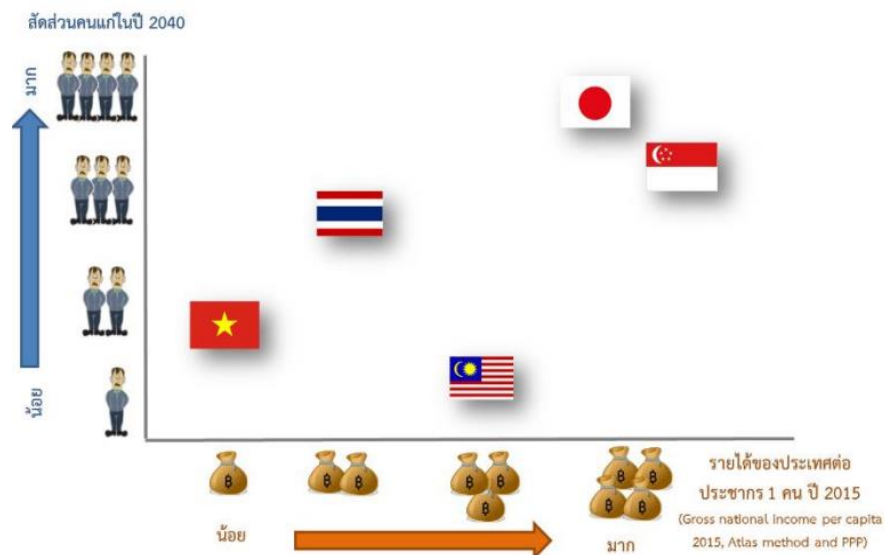
วัฒนธรรม คือ ผลผลิตของส่วนรวมที่เรียนรู้จากคนรุ่นก่อนสืบทอดกันเป็นประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต แบบแผนแห่งพฤติกรรม ผลงานที่มนุษย์ได้สร้างสรรค์ขึ้น ครอบคลุมความคิด ความเชื่อ และความรู้ วัฒนธรรมดำรงอยู่ไม่ได้ถ้าปราศจากสังคม เพราะมนุษย์ที่อยู่ในสังคมเป็นผู้สร้างวัฒนธรรมขึ้น มนุษย์กับวัฒนธรรมและสังคมจึงเป็นสิ่งที่อยู่คู่กัน สังคมคือสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตของบุคคล เกี่ยวข้องกับชนชั้นทางสังคม ครอบครัว การสร้างความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี ความเข้าใจและการปฏิบัติของบุคคล ซึ่งกำหนดพฤติกรรมที่นิยมกันในสังคม การรับรู้ ความพอใจและพฤติกรรมหรือเป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับประเพณี ค่านิยม ทัศนคติ ความเชื่อ รสนิยม และรูปแบบ สภาพแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นสภาพแวดล้อมภายนอกโดยทั่วไปที่ไม่สามารถควบคุมได้ เป็นได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคในการบริหารธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองที่เกิดขึ้นในระยะเวลาหกสิบกว่าปีที่ผ่านมา มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะการไหลบ่าของวัฒนธรรมตะวันตกและเทคโนโลยี ทำให้สังคมไทยอยู่ในสภาพ “พื้นไม่แน่น” เพราะคนขาดความพร้อม ความรู้ ความเข้าใจ ทำให้เกิดพฤติกรรมแบบไทยที่ไม่สร้างสรรค์ ขัดต่อการพัฒนาในแนวทางที่ถูกต้อง ถ้ามองแต่ด้านเศรษฐกิจอย่างเดียว ไม่ได้มองด้านสังคม จะเกิดปัญหาความขัดแย้งทางสังคม แต่ถ้ามองด้านสังคมด้านเดียว จะไม่มีการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ การพัฒนาที่ถูกต้องคือดำเนินการไปพร้อมกันความเป็นไปได้ขึ้นสูงทางเศรษฐกิจของสังคมหนึ่ง ในระดับการผลิตและการสะท้อนการใช้ทรัพยากรอย่างเต็มที่ มีประสิทธิภาพปัญหาเศรษฐกิจส่วนหนึ่งมาจากปัญหาด้านสังคมที่ส่งผลกระทบต่อสังคมชนบทที่ด้อยคุณภาพทางการศึกษาทำให้ต้องเผชิญปัญหาความแตกแยกและแตกต่างของชนชั้น ไม่ได้รับการชี้แนะจากองค์กรที่มีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบ เนื่องจากหวังประโยชน์จากความไม่รู้ของประชากรในสังคมชนบท

พื้นฐานสังคมไทยเดิมเป็นเกษตรกรรม ประชากรส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร ในอดีตที่ผ่านมาค่านิยมไม่ต้องมีการศึกษาที่สูง แค่อ่านออกเขียนได้ คิดเลขเป็น นอกนั้นพ่อแม่จะถ่ายทอดให้เด็กเอง แต่ปัจจุบันเด็กได้รับการศึกษาสูงขึ้น แนวความคิดเปลี่ยนไป เห็นการทำนา ทำไร่เป็นงานที่หนัก รายได้น้อย ขาดการยกย่องจากสังคม ไม่เหมือนเป็นข้าราชการ แม้เงินเดือนน้อย แต่มีเกียรติ มีศักดิ์ศรี ซึ่งโครงสร้างของสังคมไทยที่พยายามส่งเสริมการศึกษาให้สูงขึ้นแต่ไม่ได้สร้างงานหรืออาชีพไว้รองรับ ทำให้เกิดปัญหาว่างงานในหลายสาขาอาชีพและขาดแคลนแรงงานในภาคเกษตรกรรม อันเป็นโครงสร้างหลัก แต่ขาดผู้คิดแก้ไขปัญหากจากภาครัฐบาลหรือผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างจริงจัง

ปัจจุบันอัตราการเกิดอยู่ที่ปีละ 8 แสนคน เมื่อ 10 ปีที่แล้ว อัตราการเกิดของคนไทยปีละประมาณ 3 ล้านคน เกิดจากภาวะเจริญพันธุ์ลดลงอย่างรวดเร็ว จากเดิมที่หญิงไทย 1 คนมีลูก 6 คน แต่ปัจจุบันเหลือ 1 คนต่อ 1.5 คน คาดว่าในอีก 10 ปีข้างหน้า เด็กไทยเกิดใหม่จะเหลือ เพียง 7 แสนคน สถานการณ์ภายในประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะเป็นสังคมผู้สูงอายุ (Age society) ในอีก 5 ปีข้างหน้า ซึ่งเร็วกว่าประชากรโลกที่จะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในอีก 35 ปี จากที่ได้มีการสำรวจพบว่าประเทศไทยมีประชากรที่อายุ 65 ปีขึ้นไป มากกว่า 14 % ของประชากรทั้งหมด และมีความเป็นไปได้ที่เด็กจะเกิดน้อยลงและยังคงคาดการณ์ต่อไปว่าในปี 2040 ประชากรไทยจะหดตัว 0.4% ซึ่งหมายถึงไม่มีการโตเพิ่มขึ้นแล้ว (จิริฐู เจนพิงพรและ คณะ, มปป.)

การศึกษาเป็นกลไกที่ได้รับการยอมรับว่าช่วยพัฒนาและเสริมสร้างให้คนไทยเข้าใจ รู้จัก เลือกลงและประเมิน รวมทั้งนำข้อมูลไปใช้อย่างคนที่คิดเป็นและมีจิตสำนึก การเปลี่ยนผ่านการศึกษา มีความจำเป็นที่จะนำไปสู่การแข่งขันเพื่อความอยู่รอด ในยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ สามารถพัฒนา ความรู้ของบุคคลเพื่อนำไปสู่การพัฒนาพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและโทรคมนาคม เพิ่มคุณภาพ ลดต้นทุน ลดระยะเวลาในการผลิตผลงานหรือผลิตภัณฑ์ หรือบริการใหม่เพื่อตอบสนอง ความต้องการ และความคาดหวังของประชาชนไทยได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว นั่นคือสิ่งที่เป็ข้อมูล ของการเปลี่ยนผ่านการศึกษาเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ (พ.ศ.2552) แท้จริงแล้วคนไทยนั้นมีความสามารถ ความเฉลียวฉลาดไม่แพ้ชาติอื่น จะเห็นได้ว่ามีผู้ที่สามารถประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ได้ มีภูมิปัญญาดั้งเดิม มีการยอมรับจากชาติที่มีความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการ เข้ามาเรียนรู้

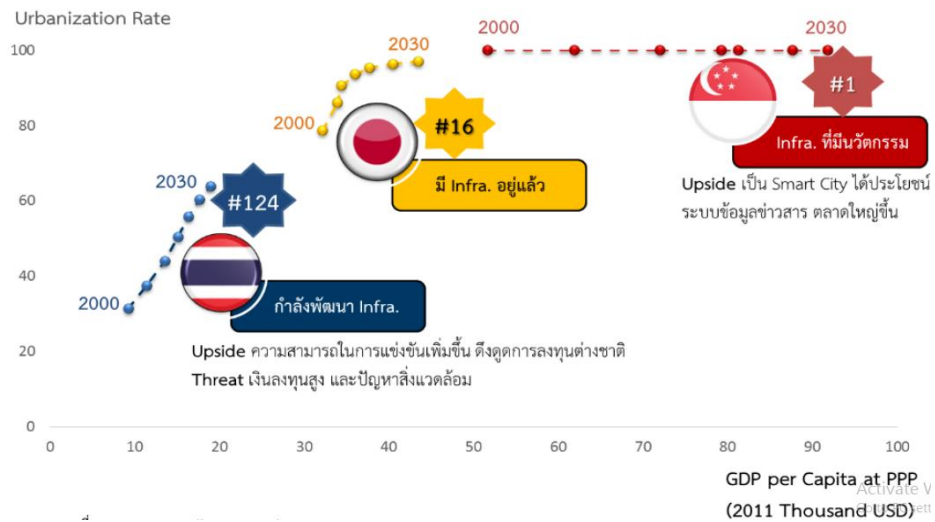
แผนภาพที่ 4 - 4 แสดงประมาณการสังคมผู้สูงอายุและรายได้



ที่มา: World population prospects อังถึงใน (จิริรัฐ เจนฟิงพรและคณะ, มปป.)

ลักษณะสังคมต่อมาก็คือการเป็นสังคมเมือง คือการตระหนักถึงพลังงานในอนาคต และการตระถึงสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ซึ่งตามความเห็นของจิริรัฐ เจนฟิงพร และคณะมองว่าความเป็นสังคมเมืองของประเทศไทยยังไม่สูง ยังต้องพัฒนาทางด้านโครงสร้างขั้นพื้นฐานก่อนเป็นอันดับแรก ซึ่งเมื่อเปรียบกับประเทศในกลุ่ม ASEAN จะพบว่าสิงคโปร์นั้นมีความเป็น Smart city มีอัตราความเป็นเมืองอยู่ 100% ส่วนหนึ่งเพราะเป็นประเทศมีขนาดพื้นที่ไม่มากทำให้สามารถจัดวางโครงข่ายโทรคมนาคมได้อย่างครอบคลุม ผู้ซื้อผู้ขายจึงได้ประโยชน์จากระบบข้อมูลข่าวสาร และเข้าถึงตลาดได้ด้วยต้นทุนทางธุรกรรมที่ต่ำมาก

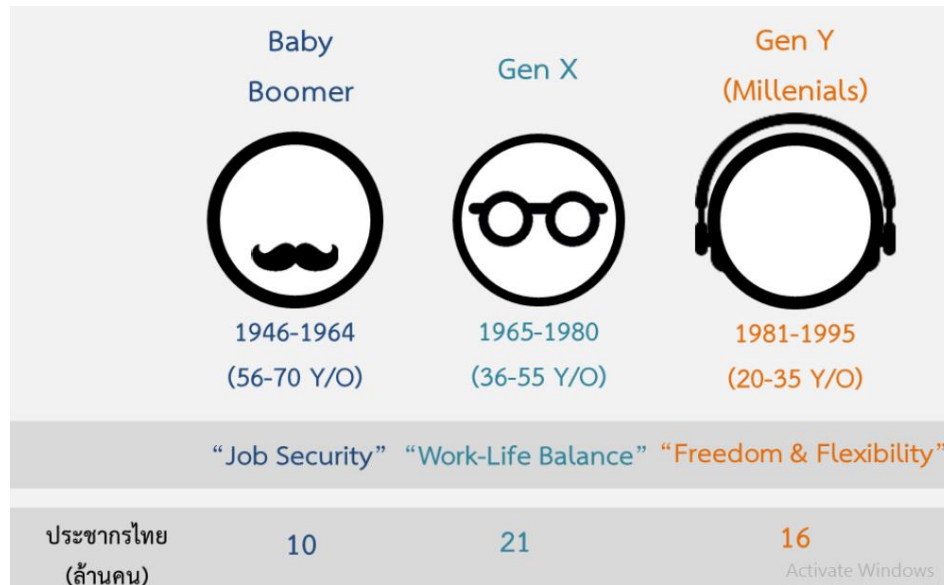
แผนภาพที่ 4 – 5 แผนภาพแสดงระดับความเป็นเมืองของประเทศไทย



ที่มา: EY, Frost & Sullivan, IFsand UN อ้างถึงใน (จิรัฐ เจนพิงพรและคณะ, มปป.)

ความเป็นปัจเจกบุคคล พฤติกรรมของคนในแต่ละยุคส่งผลต่อการเติบโตของเศรษฐกิจที่ต่างกัน โดย ตัวกำหนดพฤติกรรมคือสภาพแวดล้อมที่คนแต่ละยุคเผชิญ เช่น ยุค Baby Boom คือคนที่มีอายุ 56 ปีขึ้นไป เกิดในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อกลับจากสงครามคนกลุ่มนี้กลับมามีครอบครัวและเผชิญกับการแข่งขันสูง จึงมีลักษณะชีวิตที่ต้องทำงานหนักเพราะต้องการความมั่นคงในชีวิต ยุค Gen X คือคนที่มีอายุ 36-55 ปี ต้องการความสมดุลในชีวิตระหว่างการทำงานกับการพักผ่อน ซึ่งขณะนี้กำลังแรงงานหลักในปัจจุบัน ส่วนยุค Gen Y อายุ 20-35 ปี กลุ่มนี้ได้ชื่อว่าเป็น ปีเตอร์ แพน เพราะมีความเป็นเด็กตลอดเวลา อยากได้อะไรต้อง ได้ เกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยีที่สะดวกและใช้งานง่ายขึ้น และต่อไปไปอีกประมาณ 10 ปีข้างหน้า คนกลุ่ม GEN Y นี้ก็จะเข้ามาเป็นครึ่งหนึ่งของกำลังแรงงานในอนาคต (จิรัฐ เจนพิงพรและคณะ, มปป.) ต่อไป

แผนภาพที่ 4 – 6 สัดส่วนประชากรในแต่ละช่วงอายุ



ที่มา : LFS as of 2016, OECD อ้างถึงใน (จิรัฐ เจนพิงพรและคณะ, มปป.)

ตารางที่ 4 - 1 เปรียบเทียบลักษณะแนวโน้มนิสัยความเปลี่ยนแปลงของคน Gen Babyboom มาเป็น Gen Y

ลักษณะนิสัยประชากรยุค Baby Boom	ลักษณะนิสัยประชากรยุค Gen Y
มีความต้องการซื้อสินค้าเป็นของตัวเอง เช่น รถยนต์ที่พัก อาศัย	นิยมการแบ่งปันการใช้ทรัพยากร (Sharing economy) ทั้งรถ เช่น UBER ที่พักอาศัย เช่น airbnb แม้กระทั่ง Fitness center ก็มีการแบ่งกันใช้แล้ว ทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อสินค้าบางอย่างเป็นของตัวเองน้อยลง ธุรกิจบางประเภทมีความจำเป็นในการลงทุนน้อยลง
ให้ความสำคัญกับการทำงาน มากกว่าสุขภาพ	มีความใส่ใจสุขภาพ (Health and Wellness) มากขึ้น ทำให้ ความต้องการซื้อสินค้าและบริการเพื่อสุขภาพมีมากขึ้น เช่น เล่นโยคะ ทานอาหารเพื่อสุขภาพ สายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ อีกทั้งไม่ทำงานหนักจนทำลายสุขภาพและครอบครัว

ตารางที่ 4 - 1 เปรียบเทียบลักษณะแนวโน้มนิสัยความเปลี่ยนแปลงของคน Gen Babyboom มาเป็น Gen Y (ต่อ)

ลักษณะนิสัยประชากรยุค Baby Boom	ลักษณะนิสัยประชากรยุค Gen Y
แต่งงานเร็ว มีทัศนคติว่าควรมี ครอบครัวและมีลูก	แต่งงานช้า มีลูกน้อย มีทัศนคติว่าเป็นโสดไม่เสียหาย ทำให้ สินค้าและบริการที่เกี่ยวกับเด็กอาจมีความต้องการด้าน ปริมาณที่ลดลง เช่น จำนวนเด็กที่เข้าโรงเรียน ของใช้เด็ก แต่ ต้องการคุณภาพมากขึ้น
ซื้อสินค้าหรือบริการตาม กระแส คนนิยมใช้กันมาก ๆ	ซื้อสินค้าหรือบริการที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น รองเท้ากีฬาที่มีสี และแบบเฉพาะ (Limited edition) ทำให้ธุรกิจที่สร้างสรรค์ และมีนวัตกรรมตั้งราคา สินค้าบริการได้สูง

ที่มา : จิรัฐ เจนพิงพรและคณะ, มปป.

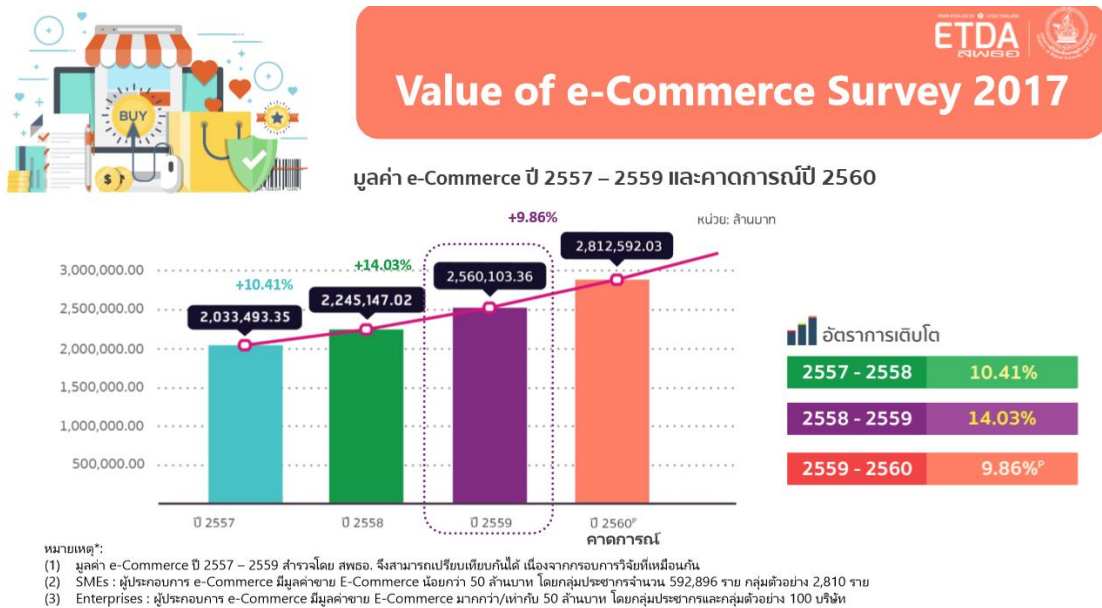
T:Technological ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี

การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่รวดเร็วมีผลต่อวิธีการทำการตลาดผลิตภัณฑ์ โดยที่ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีมีผลกระทบต่อการตลาดและการจัดการในสามทิศทางดังนี้

1. แนวทางใหม่ในการผลิตสินค้าและบริการ
2. ทิศทางใหม่ในการกระจายสินค้าและบริการ
3. ทิศทางใหม่ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย

เทคโนโลยีใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมาย อาทิ Internet of Things (IoT), Robots, Artificial Intelligence (AI), Drones, Blockchain, Virtual reality, 3D Printing และ Electric vehicle ซึ่งเข้ามามีบทบาทในแนวโน้มของโลกมากขึ้น (จิรัฐ เจนพิงพรและคณะ, มปป.) ในแง่ของการนำมาใช้ในการสื่อสารทางการตลาดจะพบว่าในสังคมไทยยังสามารถถูกเติมเต็มได้อีก จากยอดจำนวนผู้ที่มีการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงกว่าค่าเฉลี่ยของโลก จากการสำรวจมูลค่าตลาดอีคอมเมิร์ซ 4 ปีย้อนหลังที่ผ่านมาตั้งแต่ ปี 2557 จนถึงปัจจุบัน ก็พบว่ามียอดค่าเพิ่มขึ้นทุกปี ไม่น้อยกว่า 2 ล้านล้านบาท และในช่วงปี 2558 -2559 มีอัตราการเติบโตสูงอยู่ที่ 14.03%

แผนภาพที่ 4 - 7 กราฟแสดงการเพิ่มขึ้นของมูลค่า E-Commerce



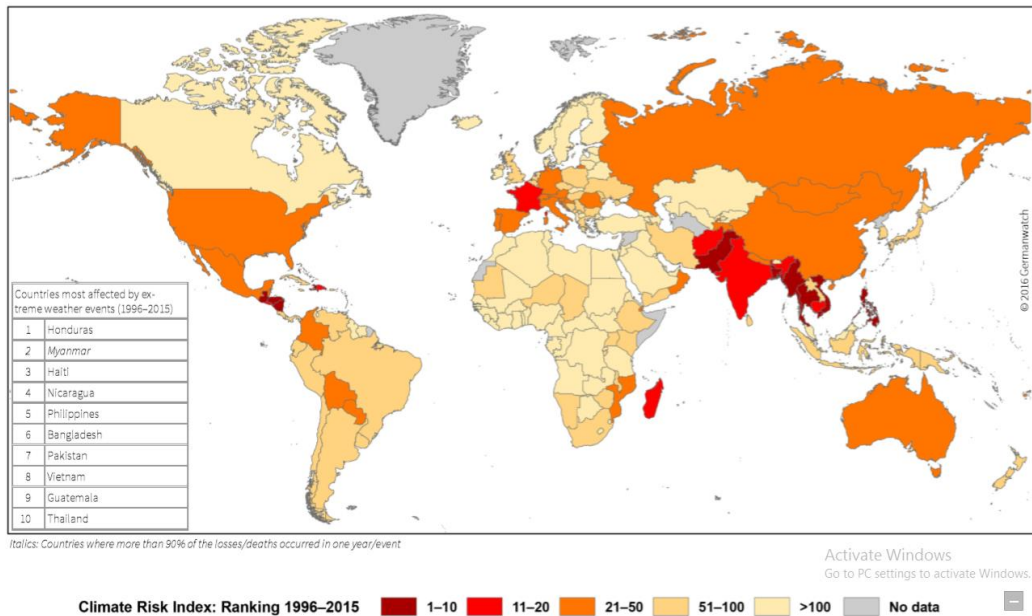
ที่มา : สพรอ., 2017

นอกจากที่การเทคโนโลยีช่วยให้เกิดการกระจายสินค้า บริการและ การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้นแล้ว การทำงานด้วย Automation ก็กำลังเป็นแนวโน้มทางด้านเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น แต่กลับพบว่าในประเทศไทยเองยังขาดบุคลากรทางด้านวิทยาศาสตร์ที่สามารถผลิตสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีขั้นสูง ปริมาณบัณฑิตที่จบคณะวิทยาศาสตร์และวิศวกรรมศาสตร์ยังเท่ากับเมื่อ 10 ปีก่อน

E:Environmental ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมกลายมามีความสำคัญเนื่องด้วยมีการขาดแคลนวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้น ปัญหามลพิษ การทำธุรกิจอย่างมีจริยธรรม และยั่งยืน ตัวอย่างเช่นการทำคาร์บอนฟุตพริ้น (Carbon footprint) ก็เป็นตัวอย่งที่ถูักจัดเป็นนโยบายและสิ่งแวดล้อมได้ในขณะเดียวกัน โดยมากแล้วผู้บริโภคก็ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ต้นซ้อ มาจากแหล่งที่มีจริยธรรมและถ้าเป็นไปได้ก็เป็นแหล่งที่มีความยั่งยืน นอกจากนี้ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมเข้ามามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อกระบวนการเพาะปลูกและเก็บเกี่ยว พืชสมุนไพรเนื่องทั้งภัยพิบัติ และมลพิษทั้งทางดิน ทางน้ำ และอากาศ ที่จะส่งผลให้วัตถุดิบสมุนไพรที่ต้องการมีปริมาณสาระสำคัญเปลี่ยนไป หรือมีสารพิษปนมากับวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้นทำให้กระบวนการผลิตไม่สามารถควบคุมความเป็นพิษได้อย่างเพียงพอ เหมาะสมต่อการที่จะนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ หรือแม้กระทั่งการประสภภัยพิบัติทางธรรมชาติไม่ว่าจะเป็นปริมาณน้ำฝนลดลง ประสภปัญหาภัยแห้งอย่างต่อเนื่อง

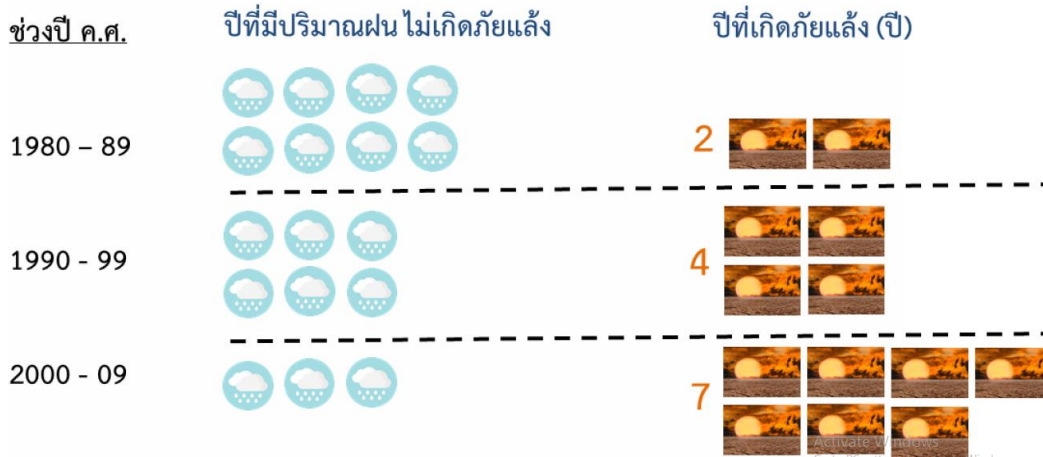
แผนภาพที่ 4 - 8 แผนที่โลกแสดงลำดับภูมิภาคที่มีความเสี่ยงตาม Global Climate Risk Index 1996-2015



ที่มา : Global Climate Risk Index 2017, 2016

จากการสำรวจความเสี่ยงทางด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา พบว่ามี 4 ประเทศอาเซียน ได้แก่ พม่า ฟิลิปปินส์ เวียดนาม และไทย (ติดอันดับ 10) เป็นประเทศแรกที่มีความเสี่ยงทางด้านสภาพอากาศสูงสุดในโลก สำหรับไทย ในช่วง 3 ทศวรรษที่ผ่านมา ปริมาณน้ำฝนลดลงมาก ทำให้ภัยแล้งทวีความรุนแรงมากขึ้น โดยช่วง 1980 เกิดภัยแล้งเพียง 2 ครั้ง ช่วง 1990 เกิดขึ้น 4 ครั้ง และช่วง 2000 เกิดภัยแล้งถึง 7 ครั้ง (จิรัฐ เจนพิงพรและคณะ, มปป.)

แผนภาพที่ 4 - 9 จำนวนการเกิดภัยแล้งในช่วง 3 ทศวรรษของประเทศไทย



ที่มา : NOAA และคำนวณโดยธนาคารแห่งประเทศไทย อ้างถึงใน (จิรัฐ เจนพิงพรและคณะ, มปป.)

L: Legal ปัจจัยทางด้านกฎหมาย

ที่ผ่านมาในปี 2559 ก็มีการออกพระราชกฤษฎีกา ออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 598) พ.ศ. 2559 (มาตรการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม) (ประกาศ 24 กุมภาพันธ์ 2559) เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมให้ภาคเอกชนลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมและช่วยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ จึงเห็นสมควรปรับปรุงหลักเกณฑ์การยกเว้นภาษีเงินได้ให้แก่ บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล กรณีที่มีรายจ่ายที่ได้จ่ายไปเพื่อการทำการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีตามที่ได้กำหนดในพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 297) พ.ศ. 2539 เพื่อส่งเสริมและจูงใจให้ภาคเอกชนจัดให้มีการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้แก่หน่วยงานของรัฐ หรือเอกชนมากยิ่งขึ้น (สสว, 2559)

องค์การสหประชาชาติ (UN) ได้นิยามว่า ประเทศใดมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป เกินร้อยละ 10 หรืออายุ 65 ปีขึ้นไป เกินร้อยละ 7 ของประชากรทั้งประเทศ ถือว่าประเทศนั้นได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) และจะเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) เมื่อสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป เพิ่มเป็นร้อยละ 20 และอายุ 65 ปีขึ้นไป เพิ่มเป็นร้อยละ 14 เมื่อพิจารณาจากนิยามดังกล่าว ประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมสูงวัยตั้งแต่ปี 2548 อันเป็นผลจากการที่อัตราการเกิดของคนไทยลดลงอย่างมาก และชีวิตของคนไทยยืนยาวขึ้นโครงสร้างของประชากรไทยจะมีผู้สูงอายุมากขึ้นอย่างรวดเร็ว จะทำให้ประเทศไทยกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ในปี 2561 และเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ที่ประเทศไทยจะมีผู้สูงอายุมากกว่าเด็ก และประชากรสูงอายุจะมีสัดส่วนประมาณ 1 ใน 5 ของประชากรทั้งหมด (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ.2556) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสู่สังคมสูงวัยดังกล่าว ส่งผลกระทบในด้านต่าง ๆ เช่น ภาวะพึ่งพิง

มีแนวโน้มสูงขึ้น ภาวะค่าใช้จ่ายของภาครัฐและภาคครัวเรือนในการดูแลผู้สูงอายุจะเพิ่มสูงขึ้น กระทบต่อฐานะทางการเงินการคลังของประเทศ รูปแบบของการเจ็บป่วยด้วยโรคเรื้อรังมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลต่อการจัดบริการด้านสุขภาพทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ การผลิตสินค้าและบริการพื้นฐานจะต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุให้มากขึ้น และประเทศที่เป็นสังคมผู้สูงอายุจะขาดแคลนแรงงาน ซึ่งส่งผลให้มีการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรีมากขึ้น การวิจัยและพัฒนา นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ และบริการ เทคโนโลยีใหม่ในการป้องกันบำบัดรักษาและฟื้นฟูสุขภาพ ตลอดจนการเครื่องมือที่ช่วยทดแทนแรงงานในการดูแลรักษาสุขภาพ เพื่อรองรับการเป็นสังคมผู้สูงอายุ จึงมีความสำคัญสำหรับปัจจุบันและอนาคต

จากประชากรมีอายุยืนยาวมากขึ้นนี้ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการเจ็บป่วยและการเสียชีวิตของประชาชน โดยจะมีโรคที่เกี่ยวกับพฤติกรรมและวิถีการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป จากเดิมพบว่าส่วนใหญ่การเกิดโรคเกิดจากโรคติดเชื้อที่สามารถป้องกันได้ ก็จะเปลี่ยนกลายเป็นกลุ่มโรคเรื้อรังจากความเสื่อมของอวัยวะ หรือกลุ่มโรคไม่ติดต่อ เช่น โรคหัวใจ โรคมะเร็ง โรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูงและโรคจากสภาพแวดล้อมที่ไม่ปลอดภัย เช่น อุบัติเหตุจากรถ มลภาวะในสิ่งแวดล้อม โรคจากสภาพแวดล้อมในการทำงาน นอกจากนี้ยังพบว่าความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะวิกฤติมากขึ้น ทั้งจากสาธารณภัยต่าง ๆ และการระบาดของโรคติดเชื้ออุบัติใหม่ โรคติดเชื้ออุบัติซ้ำ ปัจจุบันแนวโน้มการเกิดโรคอุบัติใหม่มีเพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่โรคอุบัติใหม่เป็นโรคติดต่อจากสัตว์สู่คน มักมีต้นเหตุจากสัตว์ป่า เช่น โรคซาร์สโรคไข้หวัดนก โรคไขเลือดออกอีโบล่า บางส่วนมีสาเหตุมาจากเชื้อแบคทีเรียหรือริกเก็ตเซีย แสดงถึงเชื้อจุลชีพที่ดื้อยาเป็นจำนวนมาก (กรมควบคุมโรคกระทรวงสาธารณสุข, 2555) และการติดเชื้อมีได้จำกัดเฉพาะประเทศที่มีการระบาด หรือประเทศในเขตร้อนเท่านั้น แต่สามารถขยายไปยังภูมิภาคอื่น ๆ ได้ทั่วโลก เนื่องจากการคมนาคมขนส่งที่สะดวกรวดเร็ว หรือจากสัตว์ป่าหรือแมลงที่เป็นพาหนะที่นำโรค ในช่วงปลายปี 2562 ได้เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัส COVID-19 โดยขยายวงกว้างอย่างต่อเนื่องในหลาย ๆ ประเทศ รวมถึงในประเทศไทย ไวรัส COVID-19เป็นเชื้อในตระกูลโคโรนาไวรัส แต่เป็นสายพันธุ์ใหม่ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ดังนั้น ทางองค์การอนามัยโลก จึงได้ตั้งชื่อโรคติดต่อชนิดนี้ใหม่อย่างเป็นทางการ โดยมีชื่อว่า COVID-19 เนื่องจากเชื้อไวรัส COVID-19 สามารถติดต่อได้โดยง่ายทำให้เกิดการแพร่ระบาดไปทั่วโลกอย่างรวดเร็ว เริ่มต้นที่เมืองอู่ฮั่น ประเทศจีนไปยังประเทศในเอเชีย ยุโรปและสหรัฐอเมริกา ทำให้มีผู้ติดเชื้อแล้ว 10,426,075 คน เสียชีวิต 508,515 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2563, กรมควบคุมโรค) การเจ็บป่วยและเสียชีวิตด้วยโรคที่เกิดจากพฤติกรรมและโรคอุบัติใหม่และโรคอุบัติซ้ำก่อให้เกิดการสูญเสียทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างมาก จึงได้การศึกษาค้นคว้าวิจัย เพื่อพัฒนาเครื่องมือตรวจวินิจฉัยที่มีความแม่นยำ สะดวกรวดเร็ว การพัฒนา ยา วัคซีน เพื่อการป้องกันและบำบัดรักษาที่มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว และยังมีความจำเป็นที่ต้องพัฒนาควบคู่ไปกับการติดตาม เฝ้าระวัง ให้ทันต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการเจ็บป่วย ตลอดจนการเกิดโรคอุบัติใหม่และโรคอุบัติซ้ำอยู่ตลอดเวลา

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาด

จากการที่ประเทศไทยมีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เพาะปลูกที่ปลูกพืชหลักของประเทศ เช่น ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง อ้อย ข้าวโพด และปาล์มน้ำมัน ราคาสินค้าเกษตรเหล่านี้มีความผันผวนตามสภาพภูมิอากาศและความต้องการของตลาดโลก ส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้เฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ต่ำ การเพิ่มรายได้ของเกษตรกรด้วยการเพิ่มปริมาณผลผลิตนั้นต้องแลกด้วยการใช้ทรัพยากรเป็นจำนวนมาก ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ไม่สอดคล้องกับโครงสร้างของแรงงานภาคเกษตรที่มีอายุมากขึ้น ดังนั้น การยกระดับผลผลิตทางการเกษตรให้มีคุณภาพ มีความปลอดภัย และสร้างมาตรฐานจะช่วยสร้างความแตกต่าง คุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตร เปลี่ยนรูปแบบจากการผลิตมากแต่สร้างรายได้น้อยไปสู่การผลิตสินค้ามูลค่าสูงที่ผลิตน้อยแต่สร้างรายได้มาก โดยใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีช่วยในการผลิต และเพิ่มประสิทธิผลของวัตถุดิบการเกษตรให้สูงขึ้น ทั้งยังเป็นการรักษาเสถียรภาพของสินค้าเกษตรบนพื้นฐานของความหลากหลายทางชีวภาพ ทำให้ประเทศสามารถเพิ่มความหลากหลายของสินค้าเกษตรเศรษฐกิจอื่น ๆ อาทิ สมุนไพร ผลไม้ ไม้ดอกไม้เศรษฐกิจ เป็นต้น

สมุนไพรถือเป็นดาวเด่นในแวดวงธุรกิจเพื่อสุขภาพและความงาม ซึ่งในระยะหลังสามารถพัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายมากขึ้น ปัจจุบันการผลิตสมุนไพรในไทย ส่วนใหญ่เน้นการผลิตเพื่อบริโภคในประเทศเป็นหลัก โดยมีผู้ผลิตที่สำคัญคือ กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน (ทั้งในลักษณะการปลูกเพื่อจำหน่ายทั่วไปและการปลูกแบบ Contract Farming ให้กับกลุ่มธุรกิจต่อเนื่องที่ใช้สมุนไพร) และมีสมุนไพรบางส่วนที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ เช่น จีน อินเดีย เป็นต้น (ส่วนใหญ่จะเป็นวัตถุดิบและสารสกัดสมุนไพรที่ได้รับความนิยมในประเทศนั้น ๆ และไม่สามารถผลิตในไทยได้ เพื่อนำมาใช้เป็นสารตั้งต้นในการทำผลิตภัณฑ์สมุนไพร)

เมื่อพิจารณาถึงห่วงโซ่การผลิต จะพบว่าผู้ประกอบการ SME ไทย จะกระจุกตัวอยู่ในผลิตภัณฑ์ต้นน้ำและกลางน้ำมากที่สุด กล่าวคือ เป็นการผลิตสมุนไพรสด หรือหากเป็นสมุนไพรแปรรูป ก็จะมีนวัตกรรมที่ไม่สูงมากเช่น บด อัดเม็ด/แคปซูล มูลค่าที่เกิดขึ้นจากผลิตภัณฑ์จึงไม่สูงนัก ในขณะที่ผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีความได้เปรียบด้านเงินทุนและเทคโนโลยี จะเน้นทำตลาดผลิตภัณฑ์กลางน้ำขึ้นไป เน้นนวัตกรรมขั้นสูงขึ้นมาอีกระดับ เช่นการผลิตสมุนไพรออร์แกนิกแปรรูป สารสกัดเข้มข้น ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากขึ้น ทั้งนี้การผลิตในประเทศมีตลาดรองรับที่สำคัญคือกลุ่มธุรกิจต่อเนื่องขนาดกลางขึ้นไป อาทิ กลุ่มโรงงานแปรรูปสมุนไพร โรงงานผลิตในอุตสาหกรรมอาหารและยา ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและสปา ในลักษณะการซื้อขายแบบ B2B คิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 80 ของการผลิตทั้งหมด และอีกกลุ่มหนึ่งคือ ลูกค้ารายย่อย/ท้องถิ่นระดับจังหวัดในลักษณะการซื้อขายแบบ B2C ในระยะข้างหน้าธุรกิจสมุนไพรยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก โดยมีปัจจัยหนุนสำคัญคือ เทรนด์การบริโภคของคนรุ่นใหม่ที่นิยมใช้สมุนไพรเป็นทางเลือกในการดูแลสุขภาพ โดยมองว่าปลอดภัยและมาจากธรรมชาติ รวมถึงนโยบายของภาครัฐที่ส่งเสริมผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมสมุนไพร ผ่านแผนแม่บทว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรปี 2560-2564 (มีสมุนไพรที่เป็น Product Champion 4 ชนิด คือ ขมิ้นชัน ใบบัวบก ไพล กระจับปี่) และการดำเนินงานของกระทรวงสาธารณสุขที่ส่งเสริมให้โรงพยาบาลและสถานพยาบาลใช้สมุนไพรทดแทนการนำเข้ายาแผน

ปัจจุบันมากขึ้น โดยการเพิ่มรายการสมุนไพรเข้าไปในบัญชียาหลักแห่งชาติ จากปัจจัยดังกล่าว ทำให้คาดว่าในปี 2562 ตลาดสมุนไพรที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมต่อเนื่อง (อาทิ อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง อาหารเสริม ยาสมุนไพร) จะมีมูลค่าไม่ต่ำกว่า 18,200 ล้านบาทและน่าจะมีโอกาสพุ่งไปสู่ระดับ 20,000 ล้านบาท ได้ภายในปี 2563

สำหรับเทรนด์การบริโภคสมุนไพรในระยะต่อไป คาดว่าธุรกิจด้านการแพทย์และความงาม จะมีความต้องการสินค้าสมุนไพรเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มอาหารเสริมและเวชสำอาง นอกจากนี้อีกกลุ่มตลาดศักยภาพที่น่าจับตาก็คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในไทย เช่น จีน ญี่ปุ่น ที่มีความชื่นชอบผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยที่มีเอกลักษณ์พื้นถิ่น และตลาดส่งออกที่มีอัตราการบริโภคสินค้าสมุนไพรสูง เช่น เยอรมนี ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น เป็นต้น

ทั้งนี้ เมื่อวิเคราะห์ถึงกลุ่มสมุนไพร Product Champion ที่ภาครัฐพยายามผลักดัน และส่งเสริมให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มศูนย์วิจัยกสิกรรมไทยมองว่า ขมิ้นชัน จัดเป็นสมุนไพรไทยที่มีศักยภาพและมีโอกาสทางการตลาดสูง ทั้งการปรับใช้ในธุรกิจอาหาร (จากการใช้เป็นเครื่องเทศ) หรือเป็นส่วนผสมในเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์สปา ส่วนในระยะต่อไปคาดว่า ความต้องการขมิ้นชันด้านสุขภาพและการแพทย์จะเพิ่มมากขึ้น

อุตสาหกรรมเครื่องสำอางในประเทศไทยเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีการเจริญโตทางการตลาดอย่างรวดเร็ว โดยมีมูลค่าสูงถึงประมาณ 2 แสนล้านบาท โดยแบ่งเป็นตลาดในประเทศประมาณ 1.2 แสนล้านบาท และส่งออกประมาณ 8 หมื่นล้านบาท ปัจจุบันอุตสาหกรรมเครื่องสำอางของไทยอยู่ในอันดับ 16 ของโลก และอยู่ในอันดับ 3 ของทวีปเอเชีย ซึ่งในประเทศไทยมีจำนวนโรงงานเครื่องสำอางกว่า 700 ราย และผลิตเครื่องสำอางส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรม SMEs โอกาสของผู้ประกอบการเครื่องสำอางไทยอยู่ในกลุ่มสินค้าสมุนไพรและสารสกัดธรรมชาติ ส่วนหนึ่งจากการได้เปรียบที่ประเทศไทยมีความหลากหลายทางชีวภาพ อย่างไรก็ตามวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเครื่องสำอางส่วนใหญ่โดยเฉพาะสารสำคัญ มักจะเป็นสารเคมีหรือสารธรรมชาติที่นำเข้ามาจากต่างประเทศเนื่องจากข้อจำกัดในด้านเทคโนโลยีและต้นทุนของการผลิต ดังนั้นเพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาดังกล่าวรัฐบาลจึงส่งเสริมให้มีการผลิตสารสำคัญที่ใช้ในการผลิตเครื่องสำอางขึ้นใช้เองในประเทศ โดยเน้นให้มีการนำนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการเพิ่มศักยภาพการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ จากข้อมูลล่าสุดกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่ารัฐบาลปัจจุบัน ให้ความสำคัญกับงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางไทยอย่างมากโดยเฉพาะเครื่องสำอางจากธรรมชาติ ซึ่งเป็นที่ต้องการสูงทั้งตลาดภายในและต่างประเทศ ปัจจุบันผู้บริโภคจึงหันมาใส่ใจกับผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากธรรมชาติมากขึ้น และกระแสมันนิยมในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากธรรมชาติมีเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก เห็นได้จากบริษัทชั้นนำในตลาดเครื่องสำอางมีการแข่งขันในการผลิตเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ที่ต้องการหลีกเลี่ยงอันตรายจากเคมีภัณฑ์ หรือสารเคมีต่าง ๆ ที่ใช้ในเวชสำอาง

การส่งเสริมการพัฒนา ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเศรษฐกิจฐานรากของประเทศไทย โดยนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเข้ามาพัฒนาและยกระดับการใช้ประโยชน์สมุนไพรให้มีศักยภาพสูงขึ้น เช่น การสกัดสารออกฤทธิ์ที่มีความบริสุทธิ์และมีประสิทธิภาพในการป้องกันรักษาโรคเพื่อประสิทธิภาพที่สูงกว่าการใช้สมุนไพรสดหรือตากแห้ง การศึกษาวิจัยองค์ความรู้ในการผสมตัวยาที่

ออกฤทธิ์เสริมซึ่งกันและกัน การพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ทันสมัย ด้วยการพัฒนาวิชาการข้างต้น อุตสาหกรรมผลิตสมุนไพรจะถูกปรับเปลี่ยนจากการเก็บวัตถุดิบในธรรมชาติเป็นการปลูกในเชิงพาณิชย์ การพัฒนาสมุนไพรไทย ตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง และปลายทางเพื่อให้สมุนไพรไทยเป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยต่อไปในอนาคต

การวิจัยและพัฒนาสมุนไพรด้วยวิทยาการสมัยใหม่ อย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการควบคุมคุณภาพอย่างตลอดทั้งระบบ ตั้งแต่การคัดเลือกสายพันธุ์สมุนไพร การปลูก การเก็บเกี่ยว การคัดสรรวัตถุดิบจากแหล่งเพาะปลูกสมุนไพรที่ได้มาตรฐาน จนไปถึงกระบวนการสกัดสมุนไพรที่ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ปัจจัยเหล่านี้ถือเป็นหัวใจสำคัญ ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคปัจจุบันที่ใส่ใจในสุขภาพและ ต้องการความสะดวกสบาย ความปลอดภัย โดยยังคงประสิทธิภาพสูงสุด การสร้างนวัตกรรมยาสมุนไพรไทยที่มีคุณภาพเป็นแนวทางการสร้างคุณภาพด้วยนวัตกรรมในแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและการยอมรับในระดับสากล การวิจัยและพัฒนาสมุนไพรเพื่อใช้เป็นยาจำเป็นต้องพัฒนาอย่างครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำ คือ วัตถุดิบจากผู้ปลูก ผู้ผลิต จนถึงผู้บริโภคโดยต้องคำนึงถึงมาตรฐานในการผลิต การควบคุมคุณภาพ ประสิทธิภาพ รวมถึงความปลอดภัย

การเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรด้วยการสกัดสารสำคัญที่มีคุณสมบัติพิเศษที่มีอยู่ในพืชสมุนไพรเป็นอีกแนวทางที่สำคัญในการเพิ่มมูลค่า ตัวอย่างเช่น เมล็ดมะขามที่เป็นของเหลือทิ้งปกติราคา กิโลกรัมละ 3 บาท เนื้อในเมล็ดมะขามสามารถนำไปใช้ในอุตสาหกรรมอาหารและอุตสาหกรรมผลิตเครื่องสำอางได้ เมื่อนำเมล็ดมะขามมาสกัดสารสำคัญด้วยตัวทำละลาย จะได้สารสกัดที่มีมูลค่า 30,000 บาทต่อกิโลกรัม อีกตัวอย่างคือชานอ้อยที่มีราคาเพียงกิโลกรัมละ 1 บาท เมื่อพัฒนาเป็นสารประกอบที่ใช้ในการผลิตเครื่องสำอางและอาหาร มูลค่าจะเพิ่มเป็นกิโลกรัมละ 260 บาท และเพิ่มเป็นกิโลกรัมละ 1,000 บาทเมื่อพัฒนาเป็นสารประกอบในการผลิตยา เป็นต้น การเพิ่มมูลค่ายังรวมถึงการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ เช่นพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่มีสรรพคุณช่วยเพิ่มภูมิคุ้มกันโรค บำรุงสมอง ลดความเสี่ยงของระบบต่าง ๆ ภายในร่างกาย ซึ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราการเติบโตสูงขึ้นเรื่อย ๆ โดยปี พ.ศ.2560 มูลค่าตลาดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพมีมูลค่าอยู่ที่ 2 แสนล้านบาท ซึ่งวิธีการข้างต้นเป็นการปรับเปลี่ยนจากระบบ “เศรษฐกิจเชิงเส้นตรง” (Linear Economy) คือ ใช้ทรัพยากรผลิตสินค้าใช้งานและกำจัด (Take-Make-Use-Dispose) มาเป็นระบบ “เศรษฐกิจหมุนเวียน” (Circular Economy) ได้อย่างสมบูรณ์ ผ่านกระบวนการผลิตสินค้า ใช้งาน และนำกลับมาใช้ใหม่หรือใช้เป็นวัตถุดิบรอบที่สอง (Make-Use-Return/Recycle)

แนวทางการบูรณาการความร่วมมือของภาครัฐ เอกชนและชุมชนเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

จากบริบทและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงของสังคมโลกในปัจจุบันเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการปรับตัวของนานาประเทศทั่วโลก และประเทศไทยก็ได้รับ อิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้น ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองการปกครอง โดยเฉพาะความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์

เทคโนโลยีที่ล้ำหน้าอย่างก้าวกระโดด ทำให้ประเทศถูกผลักดันให้เร่งพัฒนาและสร้างความเจริญเพื่อไปสู่การเป็นประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0) ด้วย และความเจริญที่มาอย่างรวดเร็ว ได้ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่นำไปสู่ปัญหาของสังคมที่มีความซับซ้อน หรือปริมาณมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งภาครัฐจำเป็นต้องปรับตัวและเตรียมการรองรับให้ทันต่อสถานการณ์ ความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น โดยเชื่อมโยงการพัฒนาในทุกมิติ เพื่อส่งมอบบริการสาธารณะที่มีประสิทธิภาพและคุณภาพให้กับประชาชน และตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างแท้จริง การพัฒนาประเทศไทย 4.0 โดยการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจ ไปสู่ “Value-Based Economy” หรือ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” โดยใช้พลัง “ประชารัฐ” ซึ่งมีทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมประกอบด้วย ภาคเอกชน ภาคการเงิน การธนาคาร มหาวิทยาลัย และสถาบันวิจัยต่าง ๆ โดยเน้นตามความถนัด และจุดเด่นของแต่ละองค์กร รวมทั้งความร่วมมือจากภาคประชาชนหรือภาคประชาสังคม ซึ่งภาครัฐเป็นผู้สนับสนุน ให้การขับเคลื่อนเกิดผลที่เป็นรูปธรรม นอกจากนี้ ระบอบการเมืองการปกครอง “ประชาธิปไตยประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Democracy)” ได้ให้ความสำคัญกับประชาชนในการเข้ามีส่วนร่วมโดยตรงทั้งทางการเมืองและการบริหารราชการ การเปิดพื้นที่ให้ประชาชน เข้ามีส่วนร่วมในการบริหารราชการโดยตรง ส่งผลให้ภาครัฐจำเป็นต้องปรับตัวให้ทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลง จึงเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งที่หน่วยงานภาครัฐต้องหันมาให้ความสำคัญกับสร้างความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในสังคมให้เข้ามามีบทบาทหรือมีส่วนร่วม ในการพัฒนาประเทศให้เติบโตอย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น เพื่อนำพาประเทศไทยพัฒนาไปสู่ประเทศไทย 4.0

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นวาระหลักในการพัฒนาโดยองค์การสหประชาชาติได้ประกาศ “เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน” หรือ Sustainable Development Goals (SDGs) 17 เป้าหมาย เพื่อเป็น แนวทางในการกำกับดูแลการพัฒนาของโลก ในระยะเวลา 15 ปี ระหว่างเดือนกันยายน พ.ศ.2558 ถึง เดือนสิงหาคม พ.ศ.2573 ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่ลงนามร่วมมือกับภาคีสมาชิก และรัฐธรรมนูญ มาตรา 65 กำหนดให้ยุทธศาสตร์ชาติบรรจุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยกระทรวง ต่างประเทศเสนอให้ประเทศไทยขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืนเพื่อบรรลุเป้าหมาย พ.ศ.2573 โดยยึด หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทาง หรือ SEP for SDGs เพื่อสานต่อพระราชปณิธาน พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชฯ การสร้างความสมดุลในการพัฒนาตามปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง โดยการปรับหลักคิดของ คนให้ถูกต้อง และปรับกระบวนการพัฒนาให้ถูกต้อง เพื่อให้ประเทศไทยก้าวเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจที่เน้นคุณค่า (Value-based Ecosystem) โดยการปรับ สมดุลระหว่างมนุษย์ ธรรมชาติ และเทคโนโลยี ให้สอดคล้องกับ SDGs ทั้ง 17 เป้าหมาย

1. แนวทางการพัฒนาสมุนไพรเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

การพัฒนาสมุนไพรเพื่อเศรษฐกิจของประเทศมีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการให้ บรรลุผลภายใต้กรอบการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศไทย เพื่อเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว เนื่องจากเป็นแนวโน้มการพัฒนาเศรษฐกิจของหลาย ประเทศทั่วโลก โดยจะต้องพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับแผนแม่บทสมุนไพรฯ ครอบคลุมต้นทาง กลางทาง ปลายทาง และขับเคลื่อนภายใต้ภายใต้แนวคิด BCG เพื่อให้ไทยเป็นผู้นำการส่งออก สมุนไพรระดับอาเซียนและมีมูลค่าการบริโภคสมุนไพรเพิ่มขึ้น มีการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างคุ้มค่า เต็มวงจรชีวิต (Reuse) การหมุนเวียนของที่ใช้แล้วหรือของเหลือใช้กลับมาใช้ใหม่ (Recycle, upcycle) การผลิตอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและทำให้เกิดของเสียน้อยที่สุด (Zero-waste) ผ่าน แรงขับเคลื่อนทางด้านนวัตกรรม เช่น ผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร สารสกัดสมุนไพร มูลค่าสูง ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ยาจากสมุนไพร และเชื่อมกับการท่องเที่ยววิถีสุขภาพ โดยใช้ข้อมูล ภูมิปัญญาท้องถิ่น พิษต่อลักษณะหรือพืช GI ของชุมชนหรือท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นเรื่องราวที่ใช้ในการดึง ความสนใจของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว โดยจะนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ได้แก่ คัดเลือกและปรับปรุงพันธุ์สมุนไพร เทคโนโลยีการสกัด เทคโนโลยีการเตรียมผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ เทคโนโลยีการนำส่งสารสำคัญจากสมุนไพรเข้าสู่ร่างกาย รวมถึงการทดสอบประสิทธิภาพและ ความปลอดภัยของสมุนไพรและผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภค และต้องคำนึงมาตรฐาน การผลิต ตลอดห่วงโซ่คุณค่าของการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพร เช่น GAP GMP เป็นต้น

องค์ประกอบสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรเชิงพื้นที่ให้มีความยั่งยืนควรร
คำนึงถึง

1. ควรมีการส่งเสริมการปลูกพืชสมุนไพรแปรรูปเบื้องต้นอย่างมีคุณภาพ ให้ปริมาณ
วัตถุดิบสมุนไพรที่มีคุณภาพมีความเพียงพอใกล้เคียงกับความต้องการใช้ และอนุรักษ์สมุนไพรไทยให้
คงไว้อย่างยั่งยืน สอดรับกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจแบบใหม่ BCG Model โมเดลเศรษฐกิจใหม่
เป็นเป้าหมายที่จะนำพาประเทศไปสู่ "Thailand 4.0" เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจแบบก้าวกระโดดบน
พื้นฐานการพัฒนาที่ยั่งยืน ดังนี้

Bio Economy เศรษฐกิจชีวภาพ โดยนำองค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม งานวิจัย
พัฒนาต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่ม

Circular Economy เศรษฐกิจหมุนเวียน การสร้างมูลค่าสูงสุดจากทรัพยากรธรรมชาติ
ควบคู่ไปกับการลดของเสีย โดยทำให้กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพ เช่น การทำก๊าซชีวภาพจากมูลสัตว์
แล้วนำมาใช้ในการหุงต้มนำมาใช้เป็นพลังงาน การทำน้ำหมักจากเศษอาหารและวัตถุดิบทางการ
เกษตรนำไปใช้แทนสารเคมีสามารถย่อยสลายได้ดี

Green Economy เศรษฐกิจสีเขียวหรือเศรษฐกิจที่พัฒนาด้วยความคำนึงถึงความ
ยั่งยืนขอสิ่งแวดล้อม

2. การพัฒนาคุณภาพของสมุนไพรด้วยวิธีการสกัดพืชสมุนไพร โดยพัฒนาสมุนไพรไทย
ให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ยังไม่สามารถผลิตวัตถุดิบสมุนไพรป้อนสู่ตลาดได้
อย่างเพียงพอ จึงต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศโดยมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะสาร
สกัดจากสมุนไพรที่มีการนำเข้าในแต่ละปีมีมูลค่าหลายพันล้านบาท แม้ว่าแนวโน้มการส่งออกสมุนไพร
ของไทยจะเพิ่มขึ้น แต่ยังมีมีการนำเข้าสมุนไพร และสารสกัดสมุนไพรในปริมาณที่สูง ทำให้ประเทศยัง
ขาดดุลทางการค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความมั่นคงและความยั่งยืนของการดูแลสุขภาพของคนไทยให้
เป็นที่ยอมรับและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพรไทย จึงจำเป็นต้องการพัฒนา
อุตสาหกรรมสารสกัดสมุนไพร มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในกระบวนการเพื่อยกระดับคุณภาพของ
ผลิตภัณฑ์ คาดว่าจะเป็นอุตสาหกรรมใหม่ที่ทำรายได้เข้าสู่ประเทศ

3. ต้องเสริมสร้างองค์ความรู้ให้แก่บุคลากรภาคอุตสาหกรรมสารสกัดทางด้านวิชาการ
ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องผ่านกลไกจากหน่วยงานวิชาการ เช่น สถาบันการศึกษา หน่วยงานงานวิจัยเป็นต้น
ขณะที่การพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรม จะมีการเข้าไปช่วยพัฒนากระบวนการผลิต การบริหารการ
จัดการ การยกระดับสถานประกอบการเข้าสู่ระบบมาตรฐานสากล เป็นต้น รวมถึงการจัดทำศูนย์
เรียนรู้ด้านการสกัดแบบครบวงจร โดยพิจารณาการนำร่อง ณ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมส่วนภูมิภาค
ภายใต้การกำกับดูแลของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นต้น เพื่อเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ด้านการสกัด
ที่มีคุณภาพ รวมถึงเป็นศูนย์ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านนวัตกรรม เทคโนโลยีการผลิตการสกัด และ
แหล่งข้อมูลแบบครบวงจร

4. การประชาสัมพันธ์ เป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบในการพัฒนา เพื่อสร้างการรับรู้และ
รู้จักกับสรรพคุณหรือประสิทธิภาพของสมุนไพรไทยชนิดต่าง ๆ อย่างถูกต้องกลยุทธ์เพื่อผลักดันและ
ส่งเสริมให้สินค้าสมุนไพรไทยสู่ตลาดสากล

5. การสร้างโอกาสและช่องทางการตลาดยุคใหม่ให้กับสินค้าสมุนไพรไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ ครอบคลุมไปถึงการสร้างและเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการสมุนไพรไทยในทุกกระดับ รวมถึงให้ความสำคัญกับการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าด้วยการสร้างตราสินค้า (Branding) เผยแพร่เรื่องราว ความเป็นมาและเอกลักษณ์ความเป็นไทยผ่านการส่งเสริมสินค้าบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (สินค้า GI) การประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อร่วมสมัยในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ไปยังกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย แนวทางการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมและขยายตลาดสินค้าสมุนไพร เพื่อขยายช่องทางตลาดแก่ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยในตลาด ควรพัฒนาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยให้มีมาตรฐานและสร้างความน่าเชื่อถือ, สร้างมูลค่าเพิ่มและส่งเสริมการสร้างโอกาสทางการตลาดและการเจรจาจับคู่ธุรกิจตลาดในประเทศ เชื่อมโยงสู่ตลาดต่างประเทศ และ สร้างความเชื่อมั่นของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี

6. การบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยมีแนวทางในการดำเนินงานในรูปแบบจตุรภาคี (Quadruple Helix) หมายถึง โมเดลการสร้างนวัตกรรมแบบเกลียว 4 สาย ซึ่งเป็นการทำงานร่วมกันระหว่าง ภาครัฐ-เอกชน/ชุมชน/สังคม มหาวิทยาลัย สถาบันวิจัย และ หน่วยงานต่างประเทศ เช่น ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน ทั้งหอการค้า

7. สภาอุตสาหกรรม ภาคเอกชนรายใหญ่ที่มีส่วนแบ่งในตลาดสูง หรือที่ต้องการสร้างธุรกิจใหม่เพื่อเป็นการสร้างโอกาสและขยายตลาดสินค้าสมุนไพรไทยไปในตลาดเป้าหมายหรือกลุ่มผู้บริโภคในระดับต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับสินค้าสมุนไพรไทย

8. การสร้างนวัตกรรมและการวิจัยรองรับอุตสาหกรรมสมุนไพร 4.0 การวิจัยด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพรในประเทศไทยครอบคลุมทั้งในกลุ่มยาสมุนไพร สมุนไพร เกษตร เครื่องสำอาง และสปา อาหาร ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร แต่จากฐานข้อมูลพบว่างานวิจัยบางส่วน ขาดการหาหลักฐานทางวิทยาศาสตร์มาสนับสนุนในด้านคุณภาพ ประสิทธิภาพ และความปลอดภัย ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผลงานวิจัยมักจบลงแค่ในห้องปฏิบัติการ จึงจำเป็นต้องต่อยอดเชิงพาณิชย์ไปสู่การผลิตจริง ซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญของการพัฒนาจากงานวิจัยไปสู่นวัตกรรมได้

การสร้างธุรกิจนวัตกรรมจากงานวิจัยสมุนไพร การสร้างธุรกิจเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านสมุนไพรที่ใช้ฐานความรู้ด้านการวิจัยและพัฒนา โดยทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ หรือบริการใหม่ จะนำไปสู่การเกิดนวัตกรรมในระดับกลุ่มบริษัทและนวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ในระดับอุตสาหกรรม โดยส่งเสริมให้ชุมชน เอกชนกลุ่ม SME และ Startup มีการทำวิจัยและพัฒนา ร่วมกับหน่วยงานวิจัยภาครัฐสถาบันวิจัย มหาวิทยาลัย เพื่อให้มีสร้างผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ตรงกับความต้องการ โดยมุ่งเน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม มีการสนับสนุนการถ่ายทอดผลงานวิจัยและนวัตกรรมที่มีศักยภาพให้สถานประกอบการที่มีความพร้อมเพื่อเพิ่มมูลค่า และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์สมุนไพร พร้อมกับการให้แรงจูงใจแก่ภาคเอกชน เช่น มาตรการในการลดหย่อนภาษี และมีการสร้าง Herbal sandbox และ Product Innovation Platform เพื่อสนับสนุนการพัฒนา นวัตกรรมสมุนไพร

2. ต้นแบบการพัฒนาสมุนไพรสู่เชิงพาณิชย์อย่างยั่งยืน

ตัวอย่างแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนที่อยู่ภายใต้นโยบายแผนการขับเคลื่อนโครงการความร่วมมือระหว่างกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) โดยสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) และภาคเอกชนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานชีวภาพ (Bio economy) ด้วย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยได้จัดตั้ง “โครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสังคมไทย ด้วยการสร้างสรรค์คุณค่าเครื่องสำอางตามเอกลักษณ์ท้องถิ่น” หรือ Thai Cosmetopoeia ขึ้นโดยมีการทำงานเป็นเครือข่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมเครื่องสำอาง (Innovative Identity Cosmetic) ของประเทศไทยให้มีความโดดเด่นและแตกต่าง ด้วยการใช้ทรัพยากรฐานชีวภาพที่มีความเป็นเอกลักษณ์ นำร่องในพื้นที่ 10 จังหวัดและจะขยายไปทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย โดยมีเป้าหมายเพื่อมุ่งคืนกำไรสู่สังคมอย่างยั่งยืน

โดยแนวทางในการขับเคลื่อนของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) เน้นให้นักวิจัยใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมมาเพื่อตอบสนองความสามารถนำไปใช้สู่เชิงพาณิชย์ เพื่อสร้างธุรกิจของภาคเอกชนและประชาชนได้จริง อย่างยั่งยืน ด้วยการสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขัน (Comparative Advantage) และความแตกต่าง (Differentiate) จากเอกลักษณ์ไทย ผสมผสานภูมิปัญญา (Local wisdom) ที่ทรงคุณค่า โดยเน้นจากการสร้างความเข้มแข็งจากภายในสู่ภายนอก สอดคล้องกับนโยบายแผนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานชีวภาพ (Bio Economy) ด้วย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม

ตลาดเครื่องสำอางไทยในปัจจุบัน เป็นตลาดใหญ่ที่สุดในอาเซียน และเป็นอันดับที่ 3 ในเอเชีย รองจากญี่ปุ่นและเกาหลี และยังเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอีกอุตสาหกรรมหนึ่งในปี 2562 ตลาดเครื่องสำอางในประเทศไทยเติบโตมากถึง 2.7 แสนล้านบาท จากปี 2560 ที่มีมูลค่า 2 แสนล้านบาท ทั้งนี้ ประเทศไทยถือเป็นฮับในการผลิตเครื่องสำอางที่สำคัญในอาเซียน โดยมีปัจจัยที่สนับสนุนคือ ความน่าเชื่อถือ กระบวนการผลิตที่ครบครันตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ และส่วนผสมจากธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์ ทำให้เครื่องสำอางที่ผลิตในไทยได้รับความนิยมสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น ตามยุทธศาสตร์การดำเนินงานของ วว. ในการวิจัยและพัฒนาเครื่องสำอาง ในปี 2563 นั้น จะนำร่องโครงการฯ ในชื่อ “โครงการพัฒนานวัตกรรมเครื่องสำอางจากทรัพยากรฐานชีวภาพเอกลักษณ์ภูมิภาคไทย” ภายใต้แนวคิด “มหัศจรรย์ความงามพฤษชาสู่ธารรัตน์” โดยทำการคัดเลือกพืชที่มีความเป็นเอกลักษณ์จากจังหวัดต่าง ๆ ของประเทศไทย จากภาคเหนือ กลาง และใต้ มาเป็นวัตถุดิบหลักและนำเข้าสู่กระบวนการวิจัยพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีศักยภาพในเชิงการค้า ได้แก่



วว.ได้ร่วมมือกับหน่วยงานภาคีเครือข่ายทั้ง 24 หน่วยงานเป็นตัวแทนในการเข้าร่วมดำเนินการศึกษาวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับการปลูก สายพันธุ์ กระบวนการแปรรูป การสกัด การทดสอบฤทธิ์ทางชีวภาพและเภสัชวิทยา ของพืชเป้าหมาย เพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และเวชสำอาง รวมทั้งการทดสอบประสิทธิภาพและการประเมินความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ดังกล่าว และร่วมกันสนับสนุน ผลักดัน ให้เกิดการนำผลงานวิจัยหรือผลิตภัณฑ์จากงานวิจัยที่เกิดจากความร่วมมือนี้ไปสู่การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ โดยมีระยะเวลาโครงการ 5 ปี

โครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสังคมไทยด้วยการสร้างสรรค์คุณค่าเครื่องสำอางตามเอกลักษณ์ท้องถิ่น (Thai Cosmetopoeia) โดยมีแนวคิดนำเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ของฐานชีวภาพในพื้นที่ประเทศไทยมาพัฒนา ด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม (วทน.) ผ่านการนำเสนอในรูปแบบเครื่องสำอาง เพื่อช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของพื้นที่และส่งเสริมอัตลักษณ์ในระดับชาติและนานาชาติ สู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยด้านอุตสาหกรรมเครื่องสำอางเชื่อมโยงสู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและก่อให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรรวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้ยั่งยืน

หน่วยงานภาคีเครือข่ายนำร่อง 24 หน่วยงาน ในภาคพื้นที่ระดับจังหวัด ภาคธุรกิจในพื้นที่ ภาคธุรกิจรายใหญ่ ภาคงานวิจัยและพัฒนา สถานที่ผลิตมาตรฐาน GMP ภาคการเงินทุน ภาคการตลาด ภาคสื่อประชาสัมพันธ์ โดยภาคีเครือข่ายนำร่อง 24 หน่วยงาน ที่ผนึกกำลังร่วมดำเนินงานกับ วว. ได้แก่



นับว่าโครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสังคมไทยด้วยการสร้างสรรค์คุณค่าเครื่องสำอางตามเอกลักษณ์ท้องถิ่น (Thai Cosmetopoeia) มีความสอดคล้องยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายรัฐบาลในการสนับสนุน ส่งเสริม และเสริมสร้างความเข้มแข็งของ ด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เวชสำอาง และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จากทรัพยากรธรรมชาติของไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ยกกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนและสร้างความยั่งยืนให้กับทรัพยากรของท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะ

การนำพีชอัตลักษณ์ในแต่ละท้องถิ่นมาพัฒนาเพิ่มคุณค่าและมูลค่า เชื่อมโยงกับองค์ความรู้เดิมของชุมชน เรื่องราว ประวัติศาสตร์ สร้างเนื้อหาการท่องเที่ยว จุดดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยว รวมถึงการนำ เทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยให้มีความทันสมัย ตลอดจนบริหารจัดการเส้นทางและจำนวนนักท่องเที่ยวได้ด้วยตนเองทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพแหล่งใหม่ ที่กระจายนักท่องเที่ยวสู่เมืองรองหรือชุมชนท้องถิ่น เกิดการพัฒนาทั้งด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการท่องเที่ยวจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากไปพร้อมกัน เป็นการพัฒนาประเทศโดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลังและลดความเหลื่อมล้ำ รัฐบาลควรสนับสนุนให้เกิดการบูรณาการในหน่วยงานภาครัฐให้เป็นหน่วยงานหลักในการผลักดันให้เกิดการพัฒนาในเป็นรูปธรรมในอนาคตอันใกล้ โดยขยายไปยังผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น อาหาร ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เป็นต้น

บรรณานุกรม

วารสาร

- “แนวทางและรูปแบบการขับเคลื่อนนวัตกรรมของประเทศต่าง ๆ”. วารสารวิจัยและพัฒนา มจร. ปีที่ 37 ฉบับที่ 1 มกราคม - มีนาคม 2557
- คณะกรรมการอาหารและยา, สำนักงาน. “เส้นทางพัฒนาสมุนไพรไทยสู่ความยั่งยืน”วารสาร Med.&Herb. 2(5) เมษายน-มิถุนายน 2558. หน้า 6-9.
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.), สำนักงาน. “เริ่มเส้นทางพัฒนาพืชสมุนไพรภูมิปัญญาไทยสู่ตลาดโลก”, วารสาร Early Warning 10 (3) 2561 หน้า 6-9.

กฎหมาย

- พัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, กรม, กระทรวงสาธารณสุข. แผนแม่บทแห่งชาติ ว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564, 2559
- พัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, กรม. กระทรวงสาธารณสุข. (ร่าง) กรอบการขับเคลื่อนงานวิจัยด้านสมุนไพรและการแพทย์แผนไทยในระยะ 5 ปี (2560-2564)

ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. กระทรวงพาณิชย์. “ตลาดสมุนไพร” (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก: <http://www.moc.go.th/index.php/flower-service-all-@/category/ditp@-c-copy-copy.html>, 2562
- “เจาะลึกระบบสุขภาพ”(ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://www.hfocus.org/content/2016/10/12845,2563>
- ณัฐวัฒน์ สุขะศิริวัฒน์ และ ณัฐสิทธิ์ เกิดศร “ความท้าทายและข้อจำกัดของการขับเคลื่อนนวัตกรรมสำหรับธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในประเทศไทย”วารสารวิจัยและพัฒนา มจร. 37(1) มกราคม - มีนาคม 2557.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย”เศรษฐกิจโลก “(ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก: <https://www.bot.or.th/Thai/PressandSpeeches/Press/2020/Pages/n3963.aspx>, 2563
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2556 “(ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก: <http://www.dop.go.th/th/know/2/53,2556>
- “เริ่มเส้นทางพัฒนาพืชสมุนไพรภูมิปัญญาไทยสู่ตลาดโลก” (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก: https://warning.acfs.go.th/webupload/m_magazine/8/53/file_download/e9d0eb1609b6950997d15d60512b926c.pdf,2561

- รัชณี จันทร์เกษ และคณะ “สถานการณ์การใช้บริการการแพทย์แผนไทยปี พ.ศ.2552, 2554 และ 2556” วารสารวิจัยระบบสาธารณสุข.ปีที่ 10 ฉบับที่ 2, 2559
- ลักษณะเลิศ เปรมปรีย์. “สมุนไพรไทย ภูมิปัญญาไทยสู่การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ”, วารสาร สนค. 7 (66), มกราคม 2560. หน้า 4-5.
- วีณา จิรัจฉริยากุล “ยาสมุนไพร” (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก
<https://pharmacy.mahidol.ac.th/th/staff/weena.jir/article,2543>
- “เส้นทางพัฒนาสมุนไพรไทยสู่ความยั่งยืน”. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก : <http://www.fda.moph.go.th/sites/drug/MedHerbEBook/Newsletter%20MedHerb, 2558>
- สถานนโยบายวิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ. “ประวัติความเป็นมา “(ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก: <http://www.nrct.go.th, 2560>
- สำนักงานสถานนโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ “สมุดปกขาว BCG in Action การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมของประเทศไทย เพื่อเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว” (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก: <http://stiic.sti.or.th/work/bcg-model, 2561>
- Mazzarol,T., et al, (1999). Factors influencing small business start-ups. International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, 5(2), pp. 48-63
- United Nations. World Urbanization Prospects: The 2018 Revision [Key Facts]. New York: United Nations. Retrieved August 4, 2019

ประวัติย่อผู้วิจัย

- ชื่อ : นางศิรินันท์ ทับทิมเทศ
- วัน เดือน ปี เกิด : 16 ตุลาคม 2507
- การศึกษา : ปริญญาโทวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเคมีอินทรีย์ ม. เกษตรศาสตร์
: ปริญญาตรีวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาเคมี ม. มหิดล

ประวัติการทำงานโดยย่อ

- 2529 - 2559 : นักวิชาการประจำ ฝ่ายเภสัชและผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ
- 2560-ปัจจุบัน : ศูนย์เชี่ยวชาญนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- ความเชี่ยวชาญ : การสกัดและกลั่นน้ำมันหอมระเหยจากสมุนไพรและพืชหอม
: วิเคราะห์องค์ประกอบของน้ำมันหอมระเหยและสารสกัดสมุนไพร
: การแยกและสังเคราะห์สารหอมจากธรรมชาติ
: การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องสำอางจากสมุนไพร
: งานบริหารคุณภาพห้องปฏิบัติการ ได้แก่ มาตรฐาน AAALAC International
มาตรฐานคณะกรรมการกำกับดูแลการเลี้ยงและใช้สัตว์ของ
สถาบัน มาตรฐานการทดสอบ ISO/IEC 17025 : 2017 และ มาตรฐาน
ห้องปฏิบัติการตามหลักการ OECD GLP
- ตำแหน่งปัจจุบัน : ผู้อำนวยการ ศูนย์เชี่ยวชาญนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพร
สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย
กระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม

สรุปย่อ

ลักษณะวิชา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

เรื่อง แนวทางการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

ผู้วิจัย นางศรินันท์ ทับทิมเทศ

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ ๖๒

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการศูนย์เชี่ยวชาญนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพร สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ที่มีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติบนพื้นฐานแนวคิด การต่อยอดอดีตและสร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต โดยมองกลับไปที่เศรษฐกิจฐานราก อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย รวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศในด้านอื่นๆ นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของ เศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ และสร้างคุณค่าใหม่ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคู่มือใหม่ รวมถึงปรับปรุงแบบธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคตบนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปัจจุบัน พร้อมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ ให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุน ในเวทีโลก ควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้และการกินดีอยู่ดี รวมถึงการเพิ่มขึ้นของคนชั้นกลาง และลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศได้ในคราวเดียวกัน

อีกหนึ่งปัจจัยที่จำเป็นต่อกระบวนการผลักดันการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนก็คือการพัฒนาเชิงพื้นที่ โดยการพัฒนาหรือส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งสามารถพึ่งตนเองได้ สามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ใช้ความรู้ ในการหาวิธีจัดการหรือแก้ไขปัญหาของตัวเอง ชุมชน และ ประเทศได้อย่างยั่งยืน การขยายแนวความคิดหรือแนวทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ให้เป็นการพัฒนาที่มาจากภูมิปัญญาของพื้นที่หรือชุมชนอย่างแท้จริง โดยการกำหนดความต้องการของพื้นที่ การสร้างเครื่องมือเพื่อหา ข้อมูล ความรู้ การค้นหาและสร้างกลไกความร่วมมือ และการกำหนดแนวทางหรือความต้องการของพื้นที่โดยพื้นที่เป็นหน่วยตัดสินใจ ผสานกับความช่วยเหลือจากภาครัฐ หน่วยงานวิจัย มหาวิทยาลัยและหน่วยงานภาคเอกชน ประเทศ

ไทยอุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติซึ่งเป็นข้อได้เปรียบต่อการนำมาพัฒนาต่อยอดโดยเฉพาะอย่างยิ่งภูมิความรู้ทางด้านสมุนไพรไทย การพัฒนานวัตกรรมการผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากสมุนไพรไทยโดยใช้วัตถุดิบที่เป็นอัตลักษณ์ในแต่ละท้องถิ่นของไทยเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้เกิดการพัฒนาดังแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ อันจะก่อให้เกิดความยั่งยืนต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงพื้นที่และเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภูมิปัญญาชาวบ้านด้านสมุนไพรไทยจากพืชอัตลักษณ์ในท้องถิ่น
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนานวัตกรรมการผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากสมุนไพรในเชิงพาณิชย์
3. เพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนานวัตกรรมการผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพจากพืชอัตลักษณ์เชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนและนำไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ทั้งในระดับประเทศและสู่ตลาดระดับโลก

ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาและการประยุกต์ใช้เฉพาะผลิตภัณฑ์นวัตกรรมเพื่อสุขภาพจากสมุนไพร
2. ศึกษาร่องเฉพาะพื้นที่ จังหวัดเพชรบูรณ์ ที่มีสมุนไพรเป็นอัตลักษณ์

วิธีดำเนินการวิจัย

ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงพรรณนาดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูล
 - 1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ ดำเนินการโดยการศึกษาจากตำราและเอกสารต่าง ๆ
 - 1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ ดำเนินการโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก นักวิชาการ ผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชน
2. การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์เปรียบเทียบและสังเคราะห์ข้อมูลทฤษฎี หลักการต่าง ๆ
3. การนำเสนอข้อมูล แบบรายงานวิจัยเชิงพรรณนาและวิเคราะห์ นำเสนอแนวคิดใหม่จากการวิจัย

ผลการวิจัย

การพัฒนาสมุนไพรเพื่อเศรษฐกิจของประเทศมีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการให้บรรลุผลภายใต้กรอบการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศไทย เพื่อเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจ

หมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว เนื่องจากเป็นแนวโน้มการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก โดยจะต้องพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับแผนแม่บทสมุนไพรฯ ครอบคลุมต้นทาง กลางทาง ปลายทาง และขับเคลื่อนภายใต้ภายใต้แนวคิด BCG เพื่อให้ไทยเป็นผู้นำการส่งออกสมุนไพรระดับอาเซียนและมีมูลค่าการบริโภคสมุนไพรเพิ่มขึ้น มีการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างคุ้มค่าเต็มวงจรชีวิต (reuse) การหมุนเวียนของที่ใช้แล้วหรือของเหลือใช้กลับมาใช้ใหม่ (recycle, upcycle) การผลิตอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและทำให้เกิดของเสียที่น้อยที่สุด (zero-waste) ผ่านแรงขับเคลื่อนทางด้านนวัตกรรม เช่น ผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร สารสกัดสมุนไพรมูลค่าสูง ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ยาจากสมุนไพร และเชื่อมกับการท่องเที่ยววิถีสุขภาพ โดยใช้ข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่น พิษอัตลักษณ์หรือพืช GI ของชุมชนหรือท้องถิ่นนั้นๆ เป็นเรื่องราวที่ใช้ในการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว โดยจะนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ ได้แก่ คัดเลือกและปรับปรุงพันธุ์สมุนไพร เทคโนโลยีการสกัด เทคโนโลยีการเตรียมผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ เทคโนโลยีการนำส่งสารสำคัญจากสมุนไพรเข้าสู่ร่างกาย รวมถึงการทดสอบประสิทธิภาพและความปลอดภัยของสมุนไพรและผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภค และต้องคำนึงมาตรฐานการผลิตตลอดห่วงโซ่คุณค่าของการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพร เช่น GAP GMP เป็นต้น องค์ประกอบสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรเชิงพื้นที่ให้มีความยั่งยืนควรคำนึงถึง

1. ควรมีการส่งเสริมการปลูกพืชสมุนไพรแปรรูปเบื้องต้นอย่างมีคุณภาพ ให้ปริมาณวัตถุดิบสมุนไพรที่มีคุณภาพมีความเพียงพอใกล้เคียงกับความต้องการใช้ และอนุรักษ์สมุนไพรไทยให้คงไว้ได้อย่างยั่งยืน สอดรับกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจแบบใหม่ BCG Model โมเดลเศรษฐกิจใหม่ เป็นเป้าหมายที่จะนำพาประเทศไทยไปสู่ "Thailand ๔.๐" เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจแบบก้าวกระโดดบนพื้นฐานการพัฒนาที่ยั่งยืน ดังนี้

Bio Economy เศรษฐกิจชีวภาพ โดยนำองค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม งานวิจัยพัฒนาต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่ม

Circular Economy เศรษฐกิจหมุนเวียน การสร้างมูลค่าสูงสุดจากทรัพยากรธรรมชาติ ควบคู่ไปกับการลดของเสีย โดยทำให้กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพ เช่น การทำก๊าซชีวภาพจากมูลสัตว์ แล้วนำมาใช้ในการหุงต้มนำมาใช้เป็นพลังงาน การทำน้ำหมักจากเศษอาหารและวัตถุดิบทางการเกษตรนำไปใช้แทนสารเคมีสามารถย่อยสลายได้ดี

Green Economy เศรษฐกิจสีเขียวหรือเศรษฐกิจที่พัฒนาด้วยความคำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม

2. การพัฒนาคุณภาพของสมุนไพรด้วยวิธีการสกัดพืชสมุนไพร โดยพัฒนาสมุนไพรไทยให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ยังไม่สามารถผลิตวัตถุดิบสมุนไพรป้อนสู่ตลาดได้อย่างเพียงพอ จึงต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศโดยมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะสารสกัดจากสมุนไพรมีการนำเข้าในแต่ละปีมีมูลค่าหลายพันล้านบาท แม้ว่าแนวโน้มการส่งออกสมุนไพรของไทยจะเพิ่มขึ้น แต่ยังมีมีการนำเข้าสมุนไพรและสารสกัดสมุนไพรในปริมาณที่สูง ทำให้ประเทศยังขาดดุลทางการค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความมั่นคงและความยั่งยืนของการดูแลสุขภาพของคนไทยให้เป็นที่ยอมรับและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์แปรรูปจาก

สมุนไพรไทย จึงจำเป็นต้องการพัฒนาอุตสาหกรรมสารสกัดสมุนไพร มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในกระบวนการเพื่อยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ คาดว่าจะเป็นอุตสาหกรรมใหม่ที่ทำรายได้เข้าสู่ประเทศ

3.ต้องเสริมสร้างองค์ความรู้ให้แก่บุคลากรภาคอุตสาหกรรมสกัดทางด้านวิชาการต่างๆที่เกี่ยวข้องผ่านกลไกจากหน่วยงานวิชาการ เช่น สถาบันการศึกษา หน่วยงานงานวิจัยเป็นต้น ขณะที่การพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรม จะมีการเข้าไปช่วยพัฒนากระบวนการผลิต การบริหารการจัดการ การยกระดับสถานประกอบการเข้าสู่ระบบมาตรฐานสากล เป็นต้น รวมถึงการจัดทำศูนย์เรียนรู้ด้านการสกัดแบบครบวงจร โดยพิจารณาการนำร่อง ณ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมส่วนภูมิภาค ภายใต้การกำกับดูแลของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นต้น เพื่อเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ด้านการสกัดที่มีคุณภาพ รวมถึงเป็นศูนย์ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านนวัตกรรม เทคโนโลยีการผลิตการสกัด และแหล่งข้อมูลแบบครบวงจร

4.การประชาสัมพันธ์ เป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบในการพัฒนา เพื่อสร้างการรับรู้และรู้จักกับสรรพคุณหรือประสิทธิภาพของสมุนไพรไทยชนิดต่าง ๆ อย่างถูกต้องกลยุทธ์เพื่อผลักดันและส่งเสริมให้สินค้าสมุนไพรไทยสู่ตลาดสากล

5.การสร้างโอกาสและช่องทางตลาดยุคใหม่ให้กับสินค้าสมุนไพรไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ ครอบคลุมไปถึงการสร้างและเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการสมุนไพรไทยในทุกๆระดับ รวมถึงให้ความสำคัญกับการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าด้วยการสร้างตราสินค้า (Branding) เผยแพร่เรื่องราว ความเป็นมาและเอกลักษณ์ความเป็นไทยผ่านการส่งเสริมสินค้าบางชี้ทางภูมิศาสตร์ (สินค้า GI) การประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อร่วมสมัยในรูปแบบต่างๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ไปยังกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย แนวทางการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมและขยายตลาดสินค้าสมุนไพร เพื่อขยายช่องทางตลาดแก่ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยในตลาด ควรพัฒนาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยให้มีมาตรฐานและสร้างความน่าเชื่อถือ, สร้างมูลค่าเพิ่มและส่งเสริมการสร้างโอกาสทางการตลาดและการเจรจาจับคู่ธุรกิจตลาดในประเทศ เชื่อมโยงสู่ตลาดต่างประเทศ และ สร้างความเชื่อมั่นของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี

6.การบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยมีแนวทางในการดำเนินงานในรูปแบบจตุรภาคี (Quadruple Helix) หมายถึง โมเดลการสร้างนวัตกรรมแบบเกลียว 4 สาย ซึ่งเป็นการทำงานร่วมกันระหว่าง ภาครัฐ-เอกชน/ชุมชน/สังคม มหาวิทยาลัย สถาบันวิจัย และหน่วยงานต่างประเทศ เช่น ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน ทั้งหอการค้า สมาคมอุตสาหกรรม ภาคเอกชนรายใหญ่ที่มีส่วนแบ่งในตลาดสูง หรือที่ต้องการสร้างธุรกิจใหม่เพื่อเป็นการสร้างโอกาสและขยายตลาดสินค้าสมุนไพรไทยไปในตลาดเป้าหมายหรือกลุ่มผู้บริโภคในระดับต่างๆ ที่เหมาะสมกับสินค้าสมุนไพรไทย

7.การสร้างนวัตกรรมและการวิจัยรองรับอุตสาหกรรมสมุนไพร ๔.0 การวิจัยด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพรในประเทศไทยครอบคลุมทั้งในกลุ่มยาสมุนไพร สมุนไพร เกษตร เครื่องสำอางและสปา อาหาร ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร แต่จากฐานข้อมูลพบว่างานวิจัยบางส่วน ขาดการหาหลักฐานทางวิทยาศาสตร์มาสนับสนุนในด้านคุณภาพ ประสิทธิภาพ และความปลอดภัย ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผลงานวิจัยมักจบลงแค่ในห้องปฏิบัติการ จึงจำเป็นต้องต่อยอดเชิงพาณิชย์ไปสู่การผลิตจริง ซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญของการพัฒนาจากงานวิจัยไปสู่นวัตกรรมได้

การสร้างธุรกิจนวัตกรรมจากงานวิจัยสมุนไพร การสร้างธุรกิจเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านสมุนไพรที่ใช้ฐานความรู้ด้านการวิจัยและพัฒนา โดยทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ หรือบริการใหม่ จะนำไปสู่การเกิดนวัตกรรมในระดับกลุ่มบริษัทและนวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ในระดับอุตสาหกรรม โดยส่งเสริมให้ชุมชน เอกชนกลุ่ม SME และ Startup มีการทำวิจัยและพัฒนา ร่วมกับหน่วยงานวิจัยภาครัฐ สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัย เพื่อให้มีสร้างผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ตรงกับความต้องการ โดยมุ่งเน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม มีการสนับสนุนการถ่ายทอดผลงานวิจัย และนวัตกรรมที่มีศักยภาพให้สถานประกอบการที่มีความพร้อมเพื่อเพิ่มมูลค่า และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์สมุนไพร พร้อมกับการให้แรงจูงใจแก่ภาคเอกชน เช่น มาตรการในการลดหย่อนภาษี และมีการสร้าง Herbal sandbox และ Product Innovation Platform เพื่อสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมสมุนไพร

ข้อเสนอแนะ

การนำพืชอัตลักษณ์ในแต่ละท้องถิ่นมาพัฒนาเพิ่มคุณค่าและมูลค่า เชื่อมโยงกับองค์ความรู้เดิมของชุมชน เรื่องราว ประวัติศาสตร์ สร้างเนื้อหาการท่องเที่ยว จุดดึงดูดให้คนมาท่องเที่ยว รวมถึงการนำ เทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยเพิ่มความทันสมัย ตลอดจนบริหารจัดการเส้นทางและจำนวนนักท่องเที่ยวได้ด้วยตนเองทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพแหล่งใหม่ ที่กระจายนักท่องเที่ยวสู่เมืองรองหรือชุมชนท้องถิ่น เกิดการพัฒนาทั้งด้าน ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการท่องเที่ยวจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากไปพร้อมกัน เป็นการพัฒนาประเทศโดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลังและลดความเหลื่อมล้ำ รัฐบาลควรสนับสนุนให้เกิดการบูรณาการในหน่วยงานภาครัฐให้เป็นหน่วยงานหลักในการผลักดันให้เกิดการพัฒนาในเป็นรูปธรรมในอนาคตอันใกล้ โดยขยายไปยังผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น อาหาร ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เป็นต้น