

แนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน

โดย

นางสาวกนกนุช จินดาโชตสิริ
กรรมการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บริษัท สมไพศาล อินด์สทรี จำกัด

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 64
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2564 - 2565

หนังสือรับรอง

วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ได้อนุมัติให้เอกสารวิจัย เรื่อง “แนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน” ลักษณะวิชา “การเศรษฐกิจ” ของ นางสาวกนกนุช จินดาโชตสิริ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 64 ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2564 - 2565

พลโท

(ไพศาล งามวงษ์วาน)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ

บทคัดย่อ

เรื่อง แนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน
ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ
ผู้วิจัย นางสาวกนกนุช จินดาโชตสิริ **หลักสูตร** วปอ. **รุ่นที่** 64

การวิจัยเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์ ปัญหา และอุปสรรคการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศไทยและต่างประเทศ และเพื่อนำเสนอแนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน โดยการใช้เครื่องมือคือการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบดังนี้

1. สถานการณ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นด้วยสาเหตุเพราะประชาชนมีการใส่ใจในเรื่องสุขภาพมากขึ้น และมีการส่งเสริมที่อยู่บนพื้นฐานของเศรษฐกิจที่สร้างสรรค์ที่มีความแข็งแกร่งและพึ่งพาตนเองได้ ภาครัฐได้มีการจัดทำแผนแม่บทแห่งชาติ ว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564 และให้ใช้ต่อเนื่องจนถึงปี 2565 และได้จัดทำกฎหมายในการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ออกตามความในพระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. 2562 และอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบการกำกับดูแลของกองผลิตภัณฑ์สมุนไพร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา แต่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยนั้นได้พบปัญหาและอุปสรรคตามห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ขั้นตอนการวิจัยและพัฒนาไม่สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในเชิงพาณิชย์ การจัดหาวัตถุดิบเพื่อนำไปสู่ภาคอุตสาหกรรมมีไม่เพียงพอและไม่ได้คุณภาพ การผลิตในภาคอุตสาหกรรมยังไม่ได้มาตรฐานสากล และไม่สามารถส่งเสริมการตลาดได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ

2. จากการเปรียบเทียบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศไทยที่เป็นแนวปฏิบัติที่ดีคือการที่รัฐบาลจีนมีนโยบายในการพัฒนาพื้นที่ที่ยากจนให้กลายเป็นพื้นที่ในการเพาะปลูกพืชสมุนไพรจีน และมีการร่วมมือกับภาคเอกชนในการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่อไป โดยการสนับสนุนทั้งด้านความรู้ งบประมาณ เทคโนโลยี เพื่อช่วยเหลือประชากรในพื้นที่ที่ยากจนให้มีอาชีพและรายได้

3. แนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน พบแนวทางดังนี้ 1) ภาครัฐควรจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาสมุนไพรไทยอย่างต่อเนื่องโดยการวิเคราะห์ความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ การร่วมมือกับกลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มเกษตรกรให้มีศักยภาพแข่งขันด้านอุตสาหกรรมสมุนไพรในระดับสากล มีการทบทวนกฎหมายและกำหนดนโยบายที่จะสนับสนุนการจัดการแหล่งทุน ความรู้เทคโนโลยีและนวัตกรรมให้ผู้ประกอบการและเกษตรกร 2) กลุ่มผู้ประกอบการควรสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันโดยการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยให้มีกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล GMP (Good Manufacturing Practice) ศึกษาความต้องการของตลาดสมุนไพรทั้งในประเทศและต่างประเทศ บริหารจัดการตลาดสมุนไพรทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ มีการวิจัยและพัฒนาในเชิงพาณิชย์ 3) กลุ่มเกษตรกรควรผลิตวัตถุดิบสมุนไพรให้มีคุณภาพเพื่อป้อนเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม โดยมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเกษตรกรที่ประสบผลสำเร็จ

ข

ในการดำเนินการ 4) ประชาชนควรมีความเชื่อมั่นและมีความรู้และความเข้าใจในการบริโภค
ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

คำสำคัญ : การส่งเสริมอย่างยั่งยืน, ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

Abstract

Title The Guidelines for the Sustainable Promotions of Thai Herbal Products

Field Economy

Name Miss Kanoknut Jindachotsiri **Course** : NDC **Class** : 64

This qualitative research had the objective to study the situations, the problems and the obstacles of the promotions for Thai herbal products. Comparing the Thai promotions for herbal products and the foreign promotions for herbal products. Studying the guidelines for the sustainable promotions of Thai herbal products. The tools used in this research were gathering information from the in-depth interview and using the content analysis. The results were found that:

1. The situations of the development for the Thai herbal products tend to grow up because Thai people take care of themselves and it was able to promote the base in terms of the creative economy to be more strong and self-sufficient. Thai Government had the national master plan of the development for Thai herbal issue 1 2017-2021 and used continuously until 2022, Food and Drug Administration used the law for corporate governance the Thai herbal products that issued under the Thai herbal products act 2019. According to the supply chain, the problems and the obstacles of the promotions for Thai herbal products were research and development could not be used commercially, the supply of raw materials to the industrial sector were insufficient and no quality, Industrial production did not meet international standards, the marketing could not meet the target groups both domestically and internationally.

2. From the comparison of the Thai promotions for herbal products and the Chinese promotions for herbal products the results was found that the best practices of the Chinese promotions for herbal products were the Chinese government policy to develop poor areas to be the areas for cultivation of Chinese medicinal plants. Cooperation with the private sector produced the Chinese herbal products. The government supported the budget, technology, and knowledge to help the poor people to have career and income.

3. The guidelines for the sustainable promotions for Thai herbal products, it was found that 1) the government should plan the strategies to develop Thai herbal products continuously by analysis of market demand both domestically and internationally, cooperation with the entrepreneur groups and the farmer groups to have competitive potential at the international level, review of the law and having

the policy to promote and support the knowledge, financing, technology and innovation to the entrepreneur groups and the farmer groups, 2) the entrepreneur groups should build competitiveness in production of Thai herbal products to meet international standards GMP, studying the market demand both domestically and internationally, managing the market both offline and online, continuing research and development for commercial use, 3) the farmer groups should produce quality raw materials to feed into the industry, exchange knowledge with successful farmers, 4) people have confidence and knowledge and understanding in the consumption of Thai herbal products.

Keyword : the sustainable promotions, Thai herbal products

คำนำ

การวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างยั่งยืน มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 3 ประการ คือเพื่อศึกษาสถานการณ์ ปัญหาและอุปสรรคการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศไทยและต่างประเทศ และเพื่อนำเสนอแนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน

การศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบถึง สถานการณ์ สภาพปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย การนำผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศไทยและต่างประเทศมาประยุกต์ใช้ เพื่อจะได้แนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความอนุเคราะห์จากผู้ให้ข้อมูลหลักหลายท่าน จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ และขอขอบพระคุณคณาจารย์วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักรทุกท่านที่ได้กรุณาให้คำแนะนำที่สำคัญด้วยดีตลอดมา ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยชิ้นนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องใน การส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืนในอนาคตไม่มากนักน้อย

(นางสาวกนกนุช จินดาโชตสิริ)

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 64

ผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
Abstract	ค
คำนำ	ค
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
วิธีดำเนินการวิจัย	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	4
คำจำกัดความ	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสมุนไพรไทย	6
แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับพืชสมุนไพร และผลิตภัณฑ์สมุนไพร	10
สถานการณ์การพัฒนาสมุนไพรในประเทศไทยและต่างประเทศ	13
แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการส่งเสริม และการพัฒนาที่ยั่งยืน	20
กฎหมายที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย	23
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
กรอบแนวคิดงานวิจัย	30
สรุป	30
บทที่ 3 สถานการณ์ ปัญหาและอุปสรรคการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย	33
สถานการณ์ ปัญหาและอุปสรรคการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย	33
การเปรียบเทียบการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศไทยและต่างประเทศ	44
สรุป	50
บทที่ 4 แนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน	54
แนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างยั่งยืน	54
สรุป	61

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 5	สรุปและข้อเสนอแนะ	หน้า
	สรุป	63
	ข้อเสนอแนะ	63
บรรณานุกรม		70
ประวัติย่อผู้วิจัย		72
		75

๗

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3 - 1	ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาสมุนไพรของประเทศไทย	40

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันความต้องการใช้สมุนไพรในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งความต้องการในการบริโภคเพื่อการสร้างเสริมและดูแลสุขภาพของประชาชนและความต้องการเพื่อใช้ในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและเป็นการใช้ประโยชน์ของสมุนไพรที่หลากหลายมากขึ้น ดังนั้นจากการประเมินของนักวิชาการ พบว่าอุตสาหกรรมที่ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพและสามารถสร้างความยั่งยืนในระบบเศรษฐกิจไทยในอนาคต โดยการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสินค้าจากวัตถุดิบและใช้เทคโนโลยีในการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างรายได้ให้ประชาชนและประเทศ ขณะที่มีการเปลี่ยนแปลงบริบทของสังคมสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจของประชากรไทยและประชากรโลก

จากการคาดการณ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2560) ในปี 2553 โครงสร้างของประชากรไทยกำลังเปลี่ยนแปลงไปเข้าสู่สถานการณ์สังคมผู้สูงอายุ (Ageing Society) โดยจะมีประชากรที่เป็นผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ ในปี พ.ศ.2567-2568 ซึ่งประเทศไทยจะมีประชากรที่เป็นผู้สูงอายุประมาณ 14.5 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 20 จากประชากรทั้งหมด ซึ่งจะส่งผลให้เกิดภาระค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของประเทศเพิ่มสูงขึ้นและการรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าวด้วยแนวทางการแพทย์แผนปัจจุบันเท่านั้นอาจจะส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางการเงินและการคลังในระบบสุขภาพของประเทศ รวมทั้งสถานการณ์โควิด-19 ที่เกิดขึ้นเป็นตัวอย่งให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยและยาสมุนไพร เช่น ฟาทะลายโจร ได้เข้ามามีบทบาทในการช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดความรุนแรงจากการติดเชื้อโควิด-19 ได้เป็นอย่างดีจากการรายงานของกรมการแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก จนมีราชกิจจานุเบกษาประกาศให้ใช้ในการรักษาผู้ป่วยโรคโควิด 19 ซึ่งรัฐบาลให้ความเห็นชอบใช้รักษาผู้ป่วยที่ไม่มีอาการ ดังนั้นการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย และการส่งเสริมการใช้สมุนไพรไทยเพื่อการรักษาโรค และการเสริมสร้างสุขภาพร่วมกับการใช้ยาและแนวทางการรักษาของการแพทย์แผนปัจจุบันจะสามารถลดค่าใช้จ่ายในด้านระบบสุขภาพและระบบสาธารณสุขโดยรวมและสามารถส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของประเทศอีกทางหนึ่ง

รัฐบาลไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยโดยมีการจัดทำแผนแม่บทที่เป็นแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ซึ่งมียุทธศาสตร์ย่อยที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยคือด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยให้มีการนำเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ใน

การผลิตสินค้าทางการเกษตรที่มีมูลค่าสูงและส่งเสริมอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังมีการกำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ที่น้อมรับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันด้วยนวัตกรรม และเทคโนโลยีและเพื่อให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยสอดคล้องกับแผนแม่บทดังกล่าว รัฐบาลยังให้การจัดทำแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564 เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นระบบครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำคือการส่งเสริมเกษตรกรในการปลูกพืชสมุนไพร กลางน้ำคือการส่งเสริมผู้ประกอบการในการพัฒนาการแปรรูปหรือการสกัดสารสมุนไพร ให้เป็นผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี และปลายน้ำคือการส่งเสริมการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ การพัฒนาระบบขนส่งจนถึงมือผู้บริโภค แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันยังพบว่าการดำเนินการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยในด้านต่างๆ ยังไม่มีความต่อเนื่อง หน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ผู้ประกอบการ และภาคประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสมุนไพรไทย ยังไม่มีการบูรณาการงานเข้าด้วยกัน แต่เป็นไปในลักษณะต่างคนต่างทำ ส่งผลให้อุตสาหกรรมและการตลาดของสมุนไพรได้รับการส่งเสริมและพัฒนาไม่เท่าที่ควร โดยสะท้อนจากมูลค่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่บริโภคในประเทศและมูลค่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีการส่งออก นอกจากนี้สัดส่วนมูลค่าการผลิต การบริโภค และการส่งออกส่วนใหญ่ยังเป็นในรูปของวัตถุดิบพืชสมุนไพรมากกว่าในรูปผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีมูลค่าทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันอย่างมา นอกจากนี้การส่งเสริมการตลาดของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีการส่งออกก็ยังประสบปัญหาจากการที่ขาดการวิจัยการตลาดทำให้ไม่ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย และในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมาการส่งออกยังประสบปัญหาสถานการณ์โควิด-19 อีกด้วย

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาสถานการณ์พัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการพัฒนา เพื่อนำเสนอแนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน ข้อเสนอแนวทางการดังกล่าว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือภาครัฐรวมทั้งผู้ประกอบการ/ภาคเอกชน และเกษตรกรจะได้ใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนการส่งเสริมสมุนไพรไทยให้ส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์ ปัญหาและอุปสรรคการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย
2. เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศไทยและต่างประเทศ
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้การศึกษาเอกสารข้อมูลต่างๆ รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง และบทสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ

2.1 ผู้บริหาร/เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุข กรมการค้าภายใน กรมส่งเสริมการเกษตร กรมการค้าต่างประเทศ หน่วยงานละ 2 คน

2.2 ภาคเอกชน หรือผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย หน่วยงานละ 5 คน

2.3 เกษตรกรที่ปลูกพืชสมุนไพร จำนวน 5 คน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ เดือนพฤศจิกายน 2564 ถึงเดือน พฤษภาคม 2565

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ในการวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสาร (Content analysis) และบทสัมภาษณ์เชิงลึก ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้

2. การรวบรวมข้อมูล ข้อมูลที่รวบรวมมี 2 ลักษณะ คือ

2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากบทสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) จากผู้ที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1.1 ผู้บริหาร และ/หรือ เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยจากกระทรวง และ/หรือ กรมต่างๆ ได้แก่ กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข กรมการค้าภายใน กรมการค้าต่างประเทศ และกรมส่งเสริมการเกษตร หน่วยงานละ 2 คน

2.1.2 ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย หน่วยงานละ 5 คน

2.1.3 เกษตรกรผู้ปลูกพืชสมุนไพรไทย จำนวน 5 คน

2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ทำการสืบค้นข้อมูลจากเอกสาร รายงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ได้แก่ แผนแม่บทของชาติต่างๆ แนวคิด ทฤษฎี กฎหมายในการกำกับดูแลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิมารวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อให้ได้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

4. การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลโดยการเขียนรายงานวิจัยเชิงพรรณนา วิเคราะห์และนำเสนอแนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืนเพื่อให้หน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องนำข้อมูลในงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อไป

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงสถานการณ์ ปัญหาและอุปสรรคของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยในประเทศ
2. ทำให้ทราบถึงข้อเปรียบเทียบของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศไทยและต่างประเทศ
3. ข้อเสนอจากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของไทย

คำจำกัดความ

ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย	หมายถึง	ผลิตภัณฑ์รวมทั้งยาสมุนไพรที่ได้จากพืช สัตว์ จุลชีพหรือธาตุวัตถุหรือที่มีส่วนประกอบสำคัญที่เป็นหรือได้จากพืช สัตว์ จุลชีพหรือแร่ ที่ได้จากการแปรรูปจากวัตถุดิบด้วยกระบวนการทางอุตสาหกรรมเป็นผลิตภัณฑ์ซึ่งพร้อมที่จะใช้แก่มนุษย์ได้ โดยมีจุดมุ่งหมายให้เกิดผลต่อสุขภาพหรือการทำงานของร่างกายดีขึ้น หรือเสริมสร้างโครงสร้างการทำงานของร่างกายและลดปัจจัยเสี่ยงของการเกิดโรค
การส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย	หมายถึง	การที่ภาครัฐให้บริการหรือจัดระบบดูแลช่วยเหลือประชาชนและ/หรือผู้ประกอบการโดยมีการกำหนดเป็นนโยบาย และให้บริการสนับสนุนหรือการแนะนำวิธีการให้การศึกษาเพื่อปรับปรุงวิธีการและเทคนิคทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ซึ่งจะส่งผลต่อความยั่งยืนของระบบสังคมและเศรษฐกิจในอนาคต
ความยั่งยืน	หมายถึง	ความสามารถในการดำรงสภาพอยู่ได้ต่อไปยังอนาคต ภายใต้เงื่อนไขและข้อจำกัด ตามวงจรการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอก ให้เกิด

ความสมดุลของการพัฒนาทั้งในด้านสังคม
สิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวม แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสมุนไพรรไทย ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) และแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ.2560-2564
2. แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับพืชสมุนไพรร และผลิตภัณฑ์สมุนไพรร
3. สถานการณ์การพัฒนาสมุนไพรรในประเทศไทย และต่างประเทศ
4. แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการส่งเสริม และการพัฒนาที่ยั่งยืน
5. กฎหมายที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สมุนไพรรไทย
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวคิดการวิจัย
8. สรุป

นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสมุนไพรรไทย

ผู้วิจัยได้ศึกษาวิเคราะห์นโยบายชาติต่างๆ ในแผนแม่บทที่จะส่งผลต่อโอกาสในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรรไทยอย่างยั่งยืน มีแนวคิดและสาระสำคัญดังนี้

1. แนวคิดยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580)

ประเทศไทยสามารถยกระดับการพัฒนาให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” และเป้าหมายการพัฒนาประเทศข้างต้น จึงจำเป็นต้องกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศระยะยาว ที่จะทำให้ประเทศไทยมีความมั่นคงในเอกราชและอธิปไตย มีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายในและภายนอกประเทศในทุกมิติทุกรูปแบบและทุกระดับภาคเกษตรกรรม ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการของประเทศได้รับการพัฒนายกระดับไปสู่การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาเทคโนโลยีที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่ที่จะสร้างและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ เพื่อยกระดับฐานรายได้ของประชาชนในภาพรวมและกระจายผลประโยชน์ไปสู่ภาคส่วนต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม คนไทยได้รับการพัฒนาให้เป็นคนดี เก่ง มีวินัย คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวมและมีศักยภาพในการคิดวิเคราะห์ สามารถ “รู้ รับผิดชอบ ใช้” เทคโนโลยีใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง สามารถเข้าถึงบริการพื้นฐาน ระบบสวัสดิการ และกระบวนการยุติธรรมได้อย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่มีใครถูกทิ้งไว้ข้างหลังการพัฒนาประเทศในช่วงระยะเวลาของยุทธศาสตร์ชาติ จะมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาความมั่นคง เศรษฐกิจ

สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในรูปแบบ “ประชารัฐ” โดยมียุทธศาสตร์ย่อยที่จะมีผลต่อการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างยั่งยืน ดังมีสาระสำคัญ

1.1 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ตามแผนยุทธศาสตร์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นประเทศที่มีรายได้สูงได้อย่างประสบความสำเร็จใน 20 ปี ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมีการขยายตัวและการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง รวมทั้งมีขีดความสามารถทางการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นในเวทีสากล ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันสำหรับประเทศไทยจึงได้มุ่งพัฒนาบนพื้นฐานแนวคิด 3 ประการ ได้แก่ (1) “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่รากเหง้าทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย รวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศในด้านอื่น ๆ นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ (2) “ปรับปรุงปัจจุบัน” เพื่อปูทางสู่อนาคต ผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่างๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคมและขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และดิจิทัลและการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอนาคต และ (3) “สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับโมเดลธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคต บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปรุงปัจจุบัน พร้อมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ จะทำให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลก ควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้และการกินดีอยู่ดี รวมถึงการเพิ่มขึ้นของคนชั้นกลางในประเทศได้ในคราวเดียวกัน

2. แนวคิดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2560) จุดเน้นและประเด็นพัฒนาหลักในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 12 ที่น้อมรับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในแนวคิดที่จะส่งเสริมการพัฒนาสมุนไพรไทยอย่างยั่งยืนคือ การส่งเสริมการวิจัย และพัฒนา รวมทั้งการพัฒนานวัตกรรมและการนำมาใช้เป็นปัจจัยขับเคลื่อนการพัฒนาในทุกมิติเพื่อยกระดับศักยภาพของประเทศในทุกด้าน โดยที่มุ่งเน้นการนำความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรมเพื่อทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจทั้งในเรื่องกระบวนการผลิตและรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี และรูปแบบการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมทั้งที่เป็น การเปลี่ยนแปลง นวัตกรรมจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและส่งเสริมขีดความสามารถของมนุษย์ ซึ่งจะส่งผลให้ผลิตภาพการผลิตสูงขึ้น ช่วยขยายฐานรายได้จากผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ และช่วยลดต้นทุน ทั้งนี้ท่ามกลางการแข่งขันในตลาดโลกที่สูงขึ้นและการแข่งขันจากประเทศที่มีค่าแรงต่ำกว่า แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ได้มุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรม ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์หรือด้านกระบวนการผลิตเพื่อใช้ประโยชน์ในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการโดยให้ความสำคัญทั้งกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีแบบซับซ้อน และ/หรือการใช้นวัตกรรมสำหรับการพัฒนาสินค้าและบริการ

ทั้งในระดับพื้นฐานจนถึงระดับสูง ซึ่งมีผลต่อคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนในวงกว้าง ทั้งนี้การสร้างนวัตกรรมมาจากพื้นฐานจากการวิจัย และพัฒนา อาทิ การเพิ่มมูลค่าผลผลิตจากการปรับเปลี่ยนตำแหน่งในสายการผลิตไปทำกิจกรรมอื่นๆ ที่ให้มูลค่าเพิ่มสูงกว่าโดยจะให้ความสำคัญกับการย้อนกลับไปเริ่มทำกิจกรรมอื่นในห่วงโซ่มูลค่าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงมากขึ้น เช่นในขั้นตอนของการพัฒนาหรือออกแบบสินค้า การวิจัยและพัฒนา และการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ รวมถึงการก้าวไปข้างหน้าเพื่อทำกิจกรรมประเภทการพัฒนาตลาด โลจิสติกส์ และการสร้างตราสินค้าที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ให้มูลค่าเพิ่มสูงกว่าในขั้นตอนการผลิตและการประกอบสินค้าที่ให้มูลค่าเพิ่มต่ำที่สุด ทั้งนี้โดยมีแนวทางหลักในการผลักดันการพัฒนานวัตกรรมและการนำมาใช้ คือ การกำหนดวาระการวิจัยแห่งชาติ (National Research Agenda) ให้มีจุดเน้นที่ชัดเจน เฉพาะเจาะจง และสอดคล้องกับสาขาเป้าหมายการพัฒนาประเทศ และการใช้กลยุทธ์ด้านนวัตกรรมบูรณาการ โดยส่งเสริมความร่วมมือและการเป็นหุ้นส่วนของทุกฝ่ายทั้งภาครัฐ ภาคการศึกษา ภาคเอกชนในทุกสาขาการผลิตและบริการ รวมทั้งชุมชนในการสร้างสภาพแวดล้อม และองค์ประกอบของระบบการวิจัยและการพัฒนานวัตกรรมให้เข้มแข็ง และต้องบูรณาการการวิจัยและพัฒนา กับ การนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ และการพัฒนานวัตกรรม

3. แนวคิดแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564

กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก (2560) รัฐบาลไทยได้เห็นความสำคัญของการพัฒนาสมุนไพรไทย จึงได้จัดทำแผนแม่บทแห่งชาติ ว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ.2560-2564 โดยกำหนดเป้าหมายของการพัฒนาสมุนไพรไทย ที่เป็นวัตถุประสงค์ของแผนแม่บท ซึ่งประกอบด้วย

- 3.1 การพัฒนาสมุนไพรต่อยอดทั้งด้านการรักษาและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น
- 3.2 การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจที่จะมีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมและภาคเศรษฐกิจต่างๆ
- 3.3 การขับเคลื่อนงานอย่างเป็นระบบเพื่อทำให้เกิดการพัฒนาสมุนไพรไทยอย่างเชื่อมโยงและครบวงจร
- 3.4 การทำให้เกิดความร่วมมือจากหลาย หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาสมุนไพรไทย ทั้งนี้ในแผนแม่บทนี้ได้กำหนด 4 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมผลิตผลของสมุนไพรที่มีศักยภาพตามความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาอุตสาหกรรม และการตลาดสมุนไพรให้มีคุณภาพพระระดับสากล ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการใช้สมุนไพร เพื่อการรักษาโรคและ การสร้างเสริมสุขภาพ และยุทธศาสตร์ที่ 4 สร้างความเข้มแข็งของการบริหารและนโยบายภาครัฐ เพื่อการขับเคลื่อนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน ซึ่งจากการศึกษาแนวคิดของแผนแม่บทฯ ดังกล่าวนี้จึงเห็นถึงโอกาสในการพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

สรุปจากนโยบายชาติทั้งหมดที่กล่าวมา ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันได้กำหนดแนวทางการพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาคเกษตรกรรมเพื่ออนาคตที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ทั้งในภาคเกษตร โดยให้ประเทศสามารถยกระดับการผลิตทางการเกษตรเพื่อสร้างมูลค่าให้สูงขึ้น ขณะที่มอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคตที่จะเป็นกลไกขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีแห่งอนาคต บนพื้นฐานของการวิจัย และพัฒนา ดังนั้นการพัฒนาสมุนไพรไทยให้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่ได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐเพื่อตอบสนองความต้องการทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งสามารถนำผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยดังกล่าวมาใช้ได้ทันทีที่เมื่อเกิดภัยคุกคามจากโรคอุบัติใหม่อันอาจจะเกิดขึ้น และตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ที่มีจุดเน้นที่สำคัญในการนำความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรมเพื่อทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจทั้งในเรื่องกระบวนการผลิตและรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและรูปแบบการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งการส่งเสริมการทำวิจัยทุกรูปแบบ ถือเป็นโอกาสในการที่ประเทศไทยจะมีการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยในขณะนี้อย่างเป็นระบบตามห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้ในด้านการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืนภาครัฐได้จัดทำแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ.2560-2564 โดยกำหนดเป้าหมายของการพัฒนาสมุนไพรไทยที่เป็นวัตถุประสงค์ของแผนแม่บทซึ่งประกอบด้วย 1) การพัฒนาสมุนไพรต่อยอดทั้งด้านการรักษาและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น 2) การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจที่จะมีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมและภาคเศรษฐกิจ 3) การขับเคลื่อนงานอย่างเป็นระบบ เพื่อทำให้เกิดการพัฒนาสมุนไพรไทยอย่างเชื่อมโยง และครบวงจร 4) การทำให้เกิดความร่วมมือจากหลายหน่วยงาน ทั้งภาครัฐ และเอกชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ดังนั้นจึงเห็นความหวังว่าการพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืนซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งที่จะส่งเสริมสุขภาพของประชาชน และช่วยลดค่าใช้จ่ายในระบบสาธารณสุขของประเทศด้วยยาแผนปัจจุบัน นอกจากนี้ยังสามารถนำผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยสู่ตลาดโลกเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจทำรายได้ให้กับประเทศ และประชาชนจะมีความเป็นไปได้ในอนาคต

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับพืชสมุนไพร และผลิตภัณฑ์สมุนไพร

1. นิยามของสมุนไพรไทย และผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

แผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564 ได้ให้นิยามของคำว่า “สมุนไพรไทย” ดังนี้

สมุนไพรไทย หมายถึง พืช สัตว์ธาตุวัตถุสารสกัด ที่มีการใช้อยู่ในประเทศไทย และให้รวมถึงผลิตภัณฑ์ยา และตำรับยาในคัมภีร์โบราณของไทย อาหาร เครื่องสำอาง ที่มีส่วนผสมของสิ่งดังกล่าว เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างเสริมสุขภาพ รักษาโรค และสร้างคามยั่งยืนของเศรษฐกิจประเทศไทย

ผลิตภัณฑ์สมุนไพร หมายถึง

(1) ยาจากสมุนไพร หมายความว่ายาแผนไทย หรือยาตามองค์ความรู้การแพทย์ทางเลือกอื่น และให้หมายความรวมถึงยาแผนโบราณที่ใช้กับมนุษย์ตามกฎหมายว่าด้วยยา เพื่อการรักษา บำบัด บรรเทา หรือ ป้องกันโรค ความเจ็บป่วยของมนุษย์

(2) ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ที่ได้จากพืช สัตว์ จุลชีพ หรือธาตุวัตถุ หรือที่มีส่วนประกอบสำคัญ ที่เป็นหรือได้จากพืช สัตว์ หรือแร่ หรือจุลชีพ ซึ่งพร้อมที่จะนำไปใช้แก่มนุษย์ได้ ที่มุ่งหมายสำหรับ

(ก) ให้เกิดผลต่อสุขภาพ หรือการทำงานของร่างกายดีขึ้น หรือเสริมสร้างโครงสร้างหรือการทำงานของร่างกาย

(ข) ลดปัจจัยเสี่ยงของการเกิดโรค

(3) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพร

(4) วัตถุอื่นที่กำหนดให้เป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรตามที่รัฐมนตรีประกาศ วัตถุตาม (1)

(2) หรือ (3) ไม่หมายความรวมถึง

(ก) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในการเกษตรการอุตสาหกรรม หรือการอื่นตามที่เลขาธิการกำหนด โดยประกาศในราชกิจจานุเบกษา

(ข) วัตถุที่จัดเป็นยา อาหาร เครื่องกีฬา เครื่องมือเครื่องใช้ในการส่งเสริมสุขภาพ เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์วัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ยาเสพติดให้โทษ หรือวัตถุอันตราย

2. ความสำคัญของผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีความสำคัญ มีดังนี้

2.1 เพื่อรักษาคุณภาพและประโยชน์ของสมุนไพร โดยปกติแล้วคุณภาพของผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีความแปรผันกับเวลา คือคุณภาพของผลิตภัณฑ์จะลดลงเรื่อยๆ เมื่อเวลาเพิ่มมากขึ้น การแปรรูปผลิตภัณฑ์สมุนไพรแห้ง มีน้ำหนักเบา ป้องกันอาหารจากการเสื่อมสภาพจากสิ่งแวดล้อมภายนอกได้ดีไม่ต้องอาศัยขนส่ง โดยใช้ห้องเย็นที่ทำได้ค่าใช้จ่ายในการขนส่งเพิ่มขึ้นจากแหล่งผลิตไปจำหน่ายยังท้องถิ่นที่ห่างไกล นอกจากนี้จะทำให้ประชาชนในท้องถิ่นนั้นจะมีอาหารบริโภค โดยที่อาหารไม่เน่าเสียระหว่างการขนส่งแล้วยังช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย และสะดวกในการขนส่งกว่าการขนส่งในรูปของอาหารสดที่ยังไม่ได้แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์จะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นคงสภาพอยู่ได้นาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ผลิตที่อยู่ห่างไกลจากผู้บริโภค

2.2 เพื่อเปลี่ยนลักษณะของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมในเชิงการค้าหรือการนำไปใช้ประโยชน์ในด้านอื่นๆ เช่น พลุควา หญ้าหมอน้อย มีกลิ่นและรสชาติที่รับประทานได้ยาก ดังนั้นก่อนนำมาบริโภค จำเป็นต้องมีการแปรรูปให้เป็นผงแห้งเสียก่อน พร้อมใส่ในแคปซูลหรือทำเป็นเม็ด เพื่อให้ง่ายต่อการรับประทาน

2.3 เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น เช่น การนำดอกไม้ที่มีกลิ่นหอมมาสกัดเป็นน้ำหอม น้ำผึ้งมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางโดยผสมน้ำผึ้งร่วมกับน้ำสมุนไพรและยาสมุนไพรในรูปแบบต่างๆ เป็นต้น (ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน, 2556)

3. ประโยชน์ของการแปรรูปผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ประโยชน์ของการแปรรูปผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีดังนี้

3.1 ด้านยารักษาโรค หมายถึง การนำมารักษาโรคโดยตัวผู้ป่วยสามารถนำมาใช้ได้โดยตรงเพราะวิธีการใช้ไม่ยุ่งยากหรือสลับซับซ้อน เช่น ท้องเสีย ท้องผูก เป็นลมวิงเวียนศีรษะ นอนไม่หลับ ริดสีดวงทวาร ปวดฟัน หรือไข้หวัด เป็นต้น ปัจจุบันการนำพืชสมุนไพรและสัตว์สมุนไพรมาใช้เป็นยารักษาโรค ได้มีการพัฒนาวิธีการผลิตในรูปแบบสำเร็จที่สะดวกในการนำไปใช้เนื่องจากมีผู้นิยมใช้ยาสมุนไพรมากขึ้น สถานผลิตยาสมุนไพรมีเพิ่มมากขึ้น มีการลงทุนนำเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงมาใช้ในการสกัดสารออกฤทธิ์จากพืชสมุนไพรและรูปแบบยามีหลากหลายที่ผลิตด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย เช่น ยาแคปซูล และครีมเจล โดยใช้แทนการสกัดด้วยการต้ม บีบ คั้น หรือปั่นเม็ดยาด้วยมือ ซึ่งสถานที่ผลิตสมุนไพรที่สำคัญและเป็นที่รู้จัก ได้แก่ องค์การเภสัชกรรม โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรและคณะเภสัชศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล เป็นต้น

3.2 ด้านอาหาร

3.2.1 อาหารในชีวิตประจำวัน ได้แก่ อาหารประเภทแกง เช่น แกงส้ม แกงป่า หรือแกงขี้เหล็ก เป็นต้น อาหารประเภทต้ม เช่น ต้มยา แกงเลียง หรือแกงจืด เป็นต้น อาหารประเภทยำ เช่น ยำผักต่างๆ รวมทั้งข้าวยำ และขนมจีนที่ต้องรับประทานกับผัก อาหารประเภทขนมหวาน เช่น ขนมชั้น ขนมขอม่วง ขนมเปียกปูน หรือ ข้าวเหนียวเหลือง เป็นต้น ซึ่งอาหารประเภทต่างๆ ข้างต้นเหล่านี้เมื่อรับประทานเป็นประจำร่างกายจะได้รับประโยชน์จากสรรพคุณของพืชสมุนไพร ซึ่งช่วยต้านทานโรคหรือรักษาโรค โดยพืชสมุนไพรจะอุดมไปด้วยสารออกฤทธิ์ที่สำคัญ เช่น สารต้านอนุมูลอิสระ สามารถลดความเสี่ยงต่อโรคหลายโรคโดยเฉพาะโรคเรื้อรังที่สัมพันธ์กับอาหาร เช่น โรคหัวใจ โรคมะเร็ง ต้อกระจก โรคเบาหวาน โรคปอด หรือ โรคไขข้ออักเสบ เป็นต้น

3.2.2 อาหารเสริมที่ใช้รับประทานเพื่อบำรุงสุขภาพมักจัดทำเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปแบบต่างๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบสินค้าสารสกัดสำเร็จรูปจำพวกเห็ดหลินจือผง ชาเขียว น้ำมันกระเทียม จมูกข้าวสาลี และผลิตภัณฑ์ที่มีโสมเป็นส่วนผสม เป็นต้น การนำสมุนไพรทำเป็นเครื่องดื่มบำรุงสุขภาพหรือต้านโรค นับว่าเป็นสิ่งที่สำคัญต่อมนุษย์ เพราะมีหลายโรคที่สามารถบรรเทาอาการลงได้ด้วยน้ำสมุนไพรชนิดต่างๆ เช่น น้ำกระเจี๊ยบ ช่วยบรรเทาปัสสาวะขัด น้ำมะนาว ช่วยบรรเทาอาการเจ็บคอ หรือเสียงแหบ น้ำขิง ช่วยบรรเทาอาการไอ เป็นต้น

3.3 ด้านใช้ในชีวิตประจำวัน

3.3.1 สมุนไพรเครื่องสำอางและความงาม เมื่อใช้แล้วมีผลดีต่อสุขภาพของผิวพรรณ และอาจเกิดผลข้างเคียงน้อยมากหรือไม่เกิดเลย ซึ่งการสกัดสารพืชสมุนไพรบางชนิดเพื่อใช้ทำเครื่องสำอางนั้น บางครั้งต้องใช้เทคโนโลยีสูงมาก เช่น การสกัดสารจากขมิ้นชันเพื่อนำมาเป็นครีมบำรุง ผิวหน้า นอกจากนี้ยังนำสมุนไพรหรือสารสกัดจากพืชสมุนไพรมาเป็นส่วนผสมในครีมล้างหน้า ครีมพอก หน้า ครีมขัดผิว แชมพู ครีมนวดผม โคลนหมักผม สบู่แข็ง สบู่เหลว โลชั่นบำรุงผิวน้ำมันหอมระเหย จากสมุนไพรที่ใช้ขนาดหน้า นวดผิวกาย และยังนำมาผสมในเกลือขัดผิวอีกด้วย เป็นการหลีกเลี่ยงสารเคมีได้อย่างดี ประกอบกับคุณสมบัติของสารออกฤทธิ์ในสารเคมีซึ่งมีกลิ่นหอมแตกต่างกัน จึงได้มีการประดิษฐ์สร้างสรรค์ที่สวยงาม เช่น เทียนเจล ถูหอมกานบูร หมอนสมุนไพร เข็มขัดนिरภัย ไม้แขวนเสื้อ หรือเทียนหอมที่มีกลิ่นหอมของสมุนไพรหลากหลายกลิ่นตามชนิดของพืช เช่น ผิวมะกรูด ใบมะนาว ตะไคร้บ้าน ใบส้มป่อย ดอกพิกุล พิมเสน หรือการบูร เป็นต้น กลิ่นของพืช

สมุนไพรเหล่านี้อาจใช้เพื่อการผ่อนคลาย หรืออาจรักษาโรคบาง ชนิดได้ เช่น หมอนสมุนไพรสามารถรักษาอาการหวัด ภูมิแพ้ หรือบรรเทาอาการของโรคหัวใจได้ โดยเฉพาะเทียนเจล หอมหรือเทียนหอม ถ้าใส่น้ำมันหอมระเหยกลิ่นตะไคร้หอมก็สามารถใช้ไต่ยุงในบ้านได้ นอกจากนี้ยังมีการนำมาหมักเป็น น้ำหมักจุลินทรีย์

3.3.2 สมุนไพรใช้ในครัวเรือน ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยสามารถนำมาใช้ในครัวเรือน เพื่อปรุงแต่งรส แต่งสี แต่งกลิ่นได้ และมีความปลอดภัยสูง

3.3.3 สมุนไพรในงานฟาร์มเกษตร มีการนำสมุนไพรมาใช้กำจัดแมลงที่เป็นศัตรูพืช และใช้รักษาสัตว์เลี้ยงในฟาร์ม ซึ่งจะไม่มีสารพิษตกค้างที่เกิดจากสารเคมีที่ทำให้ดินมีความแข็งกระด้าง เสื่อมโทรม อากาศเป็นพิษหรือน้ำในแหล่งน้ำธรรมชาติมีพิษและยังช่วยลดต้นทุนการผลิต เพราะไม่ต้องใช้เงินซื้อ เกษตรกรสามารถผลิตใช้ได้เอง ซึ่งนำมาใช้ในงานฟาร์มมี 2 ประเภท ดังนี้

3.3.3.1 สมุนไพรที่ใช้ในการกำจัดศัตรูพืช มีฤทธิ์ในการป้องกันกำจัด หนอนแมลง ที่เป็นศัตรูพืช

3.3.3.2 สมุนไพรที่ใช้ในการรักษาสัตว์เลี้ยง เป็นการนำพืชสมุนไพรมาใช้รักษาสัตว์เลี้ยง ส่วนใหญ่ใช้พืชสมุนไพรตั้งแต่ 2 ชนิดขึ้นไป พร้อมกับตัวทำละลาย ตัวสกัดสารออกฤทธิ์ เช่น น้ำและเหล้าขาว

สรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย หมายถึง ยาจากสมุนไพร หมายความว่ายาแผนไทย หรือยาตามองค์ความรู้การแพทย์ทางเลือกอื่น หรือผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ที่ได้จากพืชสัตว์จุลชีพ หรือธาตุวัตถุหรือที่มีส่วนประกอบสำคัญซึ่งพร้อมที่จะนำไปใช้แก่มนุษย์ได้ตามจุดประสงค์ โดย ความสำคัญของผลิตภัณฑ์สมุนไพรคือเพื่อรักษาคุณภาพและประโยชน์ของสมุนไพร เพื่อเปลี่ยน ลักษณะของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมในเชิงการค้าและเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น ประโยชน์ของการแปรรูปผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีทั้งด้านใช้เป็นยารักษาโรค ด้านใช้เป็นอาหาร ด้านใช้ใน ชีวิตประจำวัน เช่นเป็นเครื่องสำอาง ใช้ในครัวเรือนเป็นสารปรุงแต่ง และใช้ในการเกษตร เป็นต้น

สถานการณ์การพัฒนาสมุนไพรในประเทศไทย และต่างประเทศ

สถานการณ์การพัฒนาสมุนไพรที่รวบรวมจากเอกสารและงานวิจัยมีดังนี้

1. สถานการณ์สมุนไพรในประเทศไทย

กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก (2560) ได้รายงานถึง สถานการณ์สมุนไพรในต่างประเทศ ดังนี้

1.1 สถานการณ์วัตถุดิบสมุนไพรในประเทศไทย พืชสมุนไพรที่ชุมชนรู้จักคุณสมบัติ และนำมาใช้ประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ มีประมาณ 800-1,800 ชนิด นอกจากนี้มีพันธุ์พืชของไทย ที่ทราบและใช้ในวิทยาศาสตร์แล้ว 20,000 ชนิด ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 8.1 ของพันธุ์พืชที่พบทั่วโลก ซึ่งเป็นพืชสมุนไพรที่หายากและพืชที่ถูกคุกคาม จำนวน 1,131 ชนิด ซึ่งหากยังไม่มีการจัดการวัตถุดิบ สมุนไพรที่ดีและไม่มีการปลูกหรือขยายพันธุ์ทดแทน ก็จะทำให้สมุนไพรในธรรมชาติอยู่ในภาวะถูก คุกคามและอาจสูญพันธุ์ได้ในอนาคต โดยแหล่งวัตถุดิบสมุนไพรในประเทศไทยมาจาก 3 แหล่งที่สำคัญ ได้แก่

1.1.1 สมุนไพรที่ได้จากการปลูก ข้อมูลจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ระบุว่า ปัจจุบันแหล่งปลูกพืชสมุนไพรกระจายอยู่ทั่วประเทศซึ่งสามารถ จำแนกได้เป็นพื้นที่ปลูกสมุนไพรเพื่อการค้ารวม 48,727 ไร่ ผลผลิตรวม 190,166 ตัน โดยพืชสมุนไพรที่มีรายงานเนื้อที่การเพาะปลูก ได้แก่ กระชายดำ ขมิ้นชัน บัวบก กระเจี๊ยบแดง ไพล ฟ้าทะลายโจร ว่านหางจระเข้กระวาน คำฝอย ตะไคร้หอม พลุควา เพชรสังฆาต ดีปลีมะระขี้นก ว่านชักมดลูกกฤษณา จันทน์เทศ พริกไทยส้มแขก มะแขว่น พลุและสมุนไพรอื่นๆ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2559) ซึ่งในภาพรวมพบว่าพื้นที่ปลูกพืชสมุนไพรเพื่อการค้ามีไม่มากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ทำการเกษตรกรรมทั่วประเทศ เนื่องจากเกษตรกรมีทางเลือกในการผลิตพืชอื่น ๆ และยังคงขาดความชัดเจนเรื่อง ตลาดสมุนไพร ยิ่งไปกว่านั้น การผลิตพืชสมุนไพรส่วนใหญ่อยู่ในลักษณะพืชผสมผสานในครัวเรือน มากกว่าการผลิตในระบบการค้าจึงทำให้ไม่มีการรายงานข้อมูลในส่วนนี้ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2559)

1.1.2 สมุนไพรที่ได้จากแหล่งธรรมชาติ สมุนไพรหลายชนิดในตำรับยาแผนโบราณต้องเก็บจากป่าธรรมชาติ ซึ่งยังขาดระบบการจัดการที่ดิน และการปลูกหรือขยายพันธุ์ทดแทน ทำให้สมุนไพร ในธรรมชาติมีปริมาณลดน้อยลง ขาดแคลนและอาจสูญพันธุ์ได้ในอนาคต เช่น ข่าเย็นเหนือ ข่าเย็นใต้ ชะเอมเหนือ ชิงชี เถาวัลย์เปรียง ผาง สมุลแว้ง สารพัดพิษ ลำพันทางหมูลำพันแดง หัว ร้อยรูและอบเชยไทย เป็นต้น นอกจากนี้สมุนไพรบางชนิดต้องมีการนำเข้ามาเพื่อทดแทนการขาดแคลนวัตถุดิบ ซึ่งมีปัญหาของชนิดพันธุ์ที่อาจแตกต่างจาก การใช้แบบเดิมและส่งผลกระทบต่อคุณภาพของยา จึงจำเป็นต้องมีการขยายพันธุ์นำจากป่ามาปลูกและปลูกทดแทนเพื่อการใช้สมุนไพรอย่างยั่งยืน

1.1.3 สมุนไพรที่ได้จากการนำเข้า ปริมาณ การนำเข้าสมุนไพรในปัจจุบันยังคงค่อนข้างสูง เป็นการนำเข้าวัตถุดิบสมุนไพรเฉพาะที่เป็นยา

1.2 สถานการณ์ด้านคุณภาพและมาตรฐานของวัตถุดิบสมุนไพร วัตถุดิบสมุนไพรที่มีคุณภาพและมาตรฐานเป็นหัวใจสำคัญในการทำให้ผลิตภัณฑ์ สมุนไพรมีคุณภาพดีและมีคุณสมบัติคงที่ ปัจจุบันวัตถุดิบสมุนไพรในประเทศไทยส่วนมากยังคงเก็บจากป่า บางส่วนปลูกในครัวเรือน และมีการสนับสนุนการปลูกสมุนไพรเพิ่มขึ้น แต่ยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด การผลิตวัตถุดิบในระดับการค้าเพื่อป้อนเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมยังมีน้อย นอกจากนี้ยังมีปัญหาด้านมาตรฐานคุณภาพวัตถุดิบ ทั้งด้านองค์ประกอบทางเคมีที่ไม่สม่ำเสมอการปนเปื้อนจุลินทรีย์ การปนเปื้อน สารหนู โลหะหนัก และการปนเปื้อนสารพิษจาก สารเคมีการเกษตรโดยในกลุ่มวัตถุดิบสมุนไพรและผลิตภัณฑ์ที่ไม่ผ่านเกณฑ์ส่วนมาก เกิดจากการปนเปื้อนจุลินทรีย์เกินมาตรฐาน ซึ่งอาจเกิดจากขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบตั้งแต่กระบวนการ คัดเลือก การล้างทำความสะอาด กระบวนการทำให้แห้ง การเก็บรักษาที่ไม่เหมาะสม รวมไปถึงความสะอาดของภาชนะที่เก็บและสถานที่เก็บไม่ดีพอ ซึ่งในภาพรวมที่ผ่านมามีการผลิตวัตถุดิบสมุนไพร ไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทั้งชนิด ปริมาณ และคุณภาพ ส่งผลให้เกิดการขาดแคลนวัตถุดิบสมุนไพรที่มีคุณภาพเข้าสู่แหล่งผลิตในภาคอุตสาหกรรม แนวทางในการยกระดับคุณภาพสมุนไพรให้ดีขึ้น

1.3 อุตสาหกรรมสมุนไพรของประเทศไทย สมุนไพรมีการใช้ในหลายอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมผลิตยาแผนโบราณหรืออุตสาหกรรมที่มีการแปรรูปสมุนไพรในรูปแบบต่างๆ เช่น ทำสารสกัดจากสมุนไพรเป็นวัตถุดิบ สำหรับผลิตยาแผนปัจจุบันบางชนิดเป็นส่วนผสมกับเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์สปา สถานการณ์อุตสาหกรรมไทยสรุปได้ดังนี้

1.3.1 จำนวนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ จากการรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พบว่าจำนวนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพร ที่สะท้อนจากฐานข้อมูลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ ในปัจจุบัน สถานประกอบการที่ผลิตยาสมุนไพร (ยาแผน โบราณ) มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 950 แห่ง โดยสามารถจำแนกได้เป็นกรุงเทพมหานคร 289 แห่ง ภูมิภาค 661 แห่ง (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2559) โดยมีผู้ผลิตที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสากลตามหลักเกณฑ์การผลิตที่ดี (Good Manufacturing Practice, GMP) ฉบับอาเซียน จำนวน 25 แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 2.6 ของสถานประกอบการผลิตยาแผนโบราณหมด

1.3.2 ตลาดสมุนไพรไทยและการใช้สมุนไพรในประเทศไทย ตลาดสมุนไพรในประเทศไทยมีศูนย์กลางอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยมีตลาดค้าส่งที่ แขวงจักรวรรดิ เขตสัมพันธวงศ์ โดยมีผู้ค้ารายใหญ่อยู่ประมาณ 13-15 ราย ซึ่งเป็นทั้งผู้ค้าส่ง ผู้นำเข้า และ/หรือผู้ผลิตยาแผนโบราณขณะที่มีผู้รวบรวมวัตถุดิบสมุนไพรกระจายอยู่ตามแหล่งสำคัญเช่น สงขลา, ราชบุรี, นครปฐม เป็นต้น และมีโรงบดสมุนไพรกระจายอยู่ในเขตปริมณฑล ราคาซื้อขายพืชสมุนไพรไม่สม่ำเสมอ ผันผวนตามปริมาณผลผลิตและความต้องการใช้ ปัจจุบันเริ่มมีผู้ค้าบางรายที่คัดเกรดและจำหน่ายวัตถุดิบตามคุณภาพมากขึ้น แต่เกษตรกรไม่มีอำนาจในการต่อรองกำหนดราคา ตลาดสมุนไพรไทยพบความท้าทายที่สำคัญจากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนและข้อตกลงการค้าแบบทวิภาคีกับประเทศต่างๆซึ่งแม้ว่าประเทศไทยจะมีข้อได้เปรียบด้านประสบการณ์การศึกษาวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีเภสัชอุตสาหกรรมและการตลาดก็ตาม แต่ภาคการผลิตวัตถุดิบสมุนไพรของประเทศไทยที่อยู่ในส่วนต้นน้ำจำเป็นต้องเร่งเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถของเกษตรกรทั้งด้านคุณภาพต้นทุน และแรงงานเพื่อให้สามารถแข่งขันได้กับวัตถุดิบจากกลุ่มประเทศที่มี ศักยภาพอื่นภายในภูมิภาค ได้แก่ กัมพูชา ลาว พม่าและเวียดนาม ขณะที่ในส่วนของการผลิตกลางน้ำ และปลายน้ำ จะเกิดการแข่งขันที่รุนแรงกับสินค้าสมุนไพรที่ผลิตในประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ จีน และอินเดียที่มีการลงทุนผลิตและทำการค้าในประเทศสมาชิก หากพิจารณาแนวโน้มการตลาดสมุนไพรในแต่ละวัตถุประสงค์ของการบริโภค พบว่าในส่วนของการใช้สมุนไพรเพื่อการแพทย์แผนไทย ในโรงพยาบาลนั้น จากการสำรวจมูลค่าการใช้ยาสมุนไพรไทยเฉพาะ 24 รายการจากยาแผนไทยที่บรรจุในบัญชียาหลักแห่งชาติได้ระบุว่ามียุทธศาสตร์การใช้ประมาณปีละ 14,000 ล้านบาท และมีแนวโน้มที่มีความต้องการใช้งานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีการผลิตยาสมุนไพรในโรงพยาบาลรัฐประมาณ 70 แห่ง ซึ่งได้รับ GMP แล้วจำนวน 45 แห่งซึ่งสะท้อนแนวโน้มในการตระหนักเกี่ยวกับการใช้ยาสมุนไพร ในกระบวนการดูแลด้านสุขภาพของประชาชนที่มากขึ้นในระบบการสาธารณสุขของประเทศไทย นอกจากนี้จากการที่ประเทศไทยกำลังเข้าสู่สถานการณ์สังคมผู้สูงอายุในอนาคตอันใกล้ ทำให้เกิดโอกาสและความท้าทายที่สำคัญในการให้บริการสาธารณสุขในอนาคตสำหรับการแพทย์แผนไทยและสมุนไพรไทยในการตอบสนองต่อความต้องการที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงบริบทเหล่านั้น ขณะที่หากพิจารณาในส่วนของการใช้สมุนไพร เพื่อการเสริมสร้างสุขภาพและความงามนั้น ปัจจุบันผู้บริโภค

มีความใส่ใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น ข้อมูลของการตลาดสูงถึงประมาณ 80,000 ล้านบาท (กรมการค้าภายใน, 2562)

1.4 สถานการณ์การวิจัยและพัฒนาสมุนไพรไทย การวิจัยองค์ความรู้ด้านสมุนไพรในประเทศไทย ส่วนใหญ่มุ่งเน้นการหาหลักฐานทางวิทยาศาสตร์มาสนับสนุนในด้านคุณภาพ ประสิทธิภาพและความปลอดภัย ซึ่งเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากต่อการพัฒนาสมุนไพรเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ทั้งการเป็นยาหรือผลิตภัณฑ์ สุขภาพอื่นๆ แผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564 ได้มีการรายงานถึงสถานการณ์การวิจัยและพัฒนาสมุนไพรไทย กล่าวคือในช่วงปี พ.ศ. 2543-2547 มีการรวบรวมและวิเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับสมุนไพรไทยพบว่า มีงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ โดยนักวิจัยชาวไทย/นักวิจัยต่างชาติ 395 เรื่อง ตีพิมพ์ในวารสารที่มีอยู่ในฐานข้อมูลนานาชาติ 223 เรื่อง ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการในประเทศ 172 เรื่อง เป็นการวิจัยเฉพาะชนิดพืชสมุนไพร มีมากกว่า 200 ชนิด จากผลงานวิจัยเหล่านี้แสดงให้เห็นว่า ประเทศไทยมีนักวิชาการที่มีศักยภาพ ในการทำงานวิจัยให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติได้ยิ่งไปกว่านั้น รายงานการวิจัยเกี่ยวกับสถานการณ์งานวิจัยด้านการแพทย์แผนไทย การแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือกหลายฉบับ สะท้อนให้เห็นถึงสัดส่วนผลงานวิจัยด้านสมุนไพรที่มีมากกว่างานวิจัยประเภทอื่นๆ คิดเป็นไม่น้อย กว่าร้อยละ 50 ของจำนวนงานวิจัยที่สำรวจทั้งหมด อาทิเช่น จากรายงานการวิจัยของธวัชชัยเทียนงาม และคณะสำรวจงานวิจัยด้านการแพทย์แผนไทย การแพทย์พื้นบ้าน การแพทย์ทางเลือก และสมุนไพร ย้อนหลัง 10 ปี (พ.ศ. 2543-พ.ศ.2552) จำนวน 1,476 เรื่อง งานวิจัยพบว่า เป็นงานวิจัยสมุนไพร ทั้งสิ้น 788 เรื่อง หรือคิดเป็นร้อยละ 53.39 โดยเป็นงานวิจัยองค์ความรู้ใหม่ เพื่อพัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์ยาทั้งยาคน และยาสัตว์ เครื่องสำอางอาหาร และผลิตภัณฑ์อื่นๆ สูงถึง 517 งานวิจัย หรือคิดเป็นร้อยละ 65.61 เป็นต้น แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีงานวิจัยที่มุ่งเน้นการวิจัยองค์ความรู้ใหม่เพื่อพัฒนาสมุนไพรไปสู่การเป็นนวัตกรรมจำนวนไม่น้อย อย่างไรก็ตามรายงานฉบับดังกล่าวได้สะท้อนถึงจำนวนผลงานการวิจัยทางด้านการตลาดและพฤติกรรมการใช้สมุนไพรยังมีจำนวนน้อยมาก กล่าวคือเพียง 37 งานวิจัย คิดเป็นร้อยละ 4.69 ทว่าในภาพรวมของงานวิจัยหลายฉบับสะท้อนให้เห็นถึงการยอมรับยาจากสมุนไพรของประชาชนที่เพิ่มมากขึ้น อาทิเช่น จากรายงานการประเมินประโยชน์และความปลอดภัยของยาจากสมุนไพรในโรงพยาบาลกระทรวงสาธารณสุขที่ผลิตยาตามมาตรฐาน GMP ระบุว่ากว่าร้อยละ 80 ของประชาชนที่เข้ายาจากสมุนไพรให้ความพึงพอใจต่อการเข้ายาจากสมุนไพรและมากกว่าร้อยละ 90 ของประชาชนที่เข้ายาจากสมุนไพรแล้วต้องการกลับมาใช้อีก อย่างไรก็ตามภาพรวมของงานวิจัยไม่ได้มุ่งเป้าไปที่ชนิดของสมุนไพรหรือผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ทิศทางของงานวิจัยค่อนข้างกระจัดกระจาย ส่วนใหญ่เป็นการวิจัยตามความถนัดของตนเอง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยพบกับปัญหาด้านการวิจัยและพัฒนาสมุนไพรหลายด้าน ตั้งแต่การขาดการกำหนดทิศทางการวิจัยของประเทศ และการมีผลงานวิจัยที่ไม่ตอบสนองความต้องการของภาคอุตสาหกรรม และการผลิตการให้ทุนวิจัยที่ซ้ำซ้อน องค์ความรู้จากงานวิจัยพื้นฐานที่มีมากแต่ไม่มีการวิจัยต่อยอดให้ครบวงจรเพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สามารถให้เกิดผลเชิงพาณิชย์

สรุปสถานการณ์สมุนไพรในประเทศไทย ด้านการผลิตพืชสมุนไพร ส่วนใหญ่อยู่ในลักษณะพืช ผสมผสานในครัวเรือน มากกว่าการผลิตในระบบการค้าจึงทำให้ไม่มีการรายงานข้อมูล

ในส่วนนี้ ด้านคุณภาพและมาตรฐานของวัตถุดิบสมุนไพรยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด การผลิตวัตถุดิบ ในระดับการค้า เพื่อป้อนเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมยังมีน้อย นอกจากนี้ยังมีปัญหาด้าน มาตรฐานคุณภาพวัตถุดิบ ทั้งด้านองค์ประกอบทางเคมีที่ไม่สม่ำเสมอการปนเปื้อนจุลินทรีย์การ ปนเปื้อน ด้านอุตสาหกรรมสมุนไพรของประเทศไทยสมุนไพรมีการใช้ในหลายอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็น เป็นอุตสาหกรรมผลิตยาแผนโบราณ หรืออุตสาหกรรมที่มีการแปรรูปสมุนไพรในรูปแบบต่างๆ เช่น ทำสารสกัดจากสมุนไพรเป็นวัตถุดิบ สำหรับผลิตยาแผนปัจจุบันบางชนิดเป็นส่วนผสมกับ เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์สปา ด้านสถานการณ์การวิจัย และพัฒนาสมุนไพรไทย การวิจัยองค์ ความรู้ด้านสมุนไพรในประเทศไทยส่วนใหญ่มุ่งเน้นการหาหลักฐาน ทางวิทยาศาสตร์มาสนับสนุน ในด้านคุณภาพ ประสิทธิภาพและความปลอดภัย ปัญหาด้านการวิจัยและพัฒนาสมุนไพรมีหลายด้าน ตั้งแต่การขาดการกำหนดทิศทาง การวิจัยของประเทศ และการมีผลงานวิจัยที่ไม่ตอบสนอง ความ ต้องการของภาคอุตสาหกรรม ขาดการวิจัยทางการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ และการผลิต การให้ทุนวิจัยที่ซ้ำซ้อน องค์ความรู้จากงานวิจัยพื้นฐานที่มีมากแต่ไม่มีการวิจัยต่อยอดให้ครบวงจร เพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์

2. สถานการณ์สมุนไพรในต่างประเทศ

กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก (2560) ได้รายงานถึง สถานการณ์สมุนไพรในต่างประเทศ ดังนี้

2.1 ขนาดและอัตราการเจริญเติบโตของตลาดสมุนไพรโลก

การสำรวจและรายงานโดย Nutraceutical World 9 ในช่วงปี ค.ศ. 2007-2008 ได้ระบุว่า ตลาดสมุนไพรในทุกรูปแบบรวมกัน (ไม่รวมถั่วเหลือง สาหร่าย และเส้นใย) นั้น มีมูลค่ารวมประมาณ 8.3 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ โดยอัตราการขยายตัวของสินค้าแต่ละประเภทนั้น เป็นร้อยละ 3-12 สัดส่วน ของสินค้าสมุนไพรประเภทอาหารเสริมและเพื่อรับประทานเป็นอาหารนั้น ประมาณร้อยละ 30 ของตลาด ทั้งหมดขณะที่อุตสาหกรรมยาสมุนไพรมีขนาดประมาณครึ่งหนึ่งของ ตลาดทั้งหมด 4.4 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ ส่วนแบ่งตลาดที่เหลือเป็นของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ สมุนไพรเพื่อความงาม 1.4 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ และเมื่อพิจารณาตลาดเครื่องสำอางพบว่า ส่วนผสมที่เป็นสมุนไพรมีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 6 ของตลาดทั้งหมด ด้วยอัตราการ เจริญเติบโตอยู่ในช่วงประมาณร้อยละ 8-12 ต่อปี ประเทศที่มีมูลค่าทางการตลาดสมุนไพรที่สูง ได้แก่ เยอรมนี (ร้อยละ 28) ภูมิภาคเอเชีย (ร้อยละ 19) ญี่ปุ่น (ร้อยละ 17) ฝรั่งเศส (ร้อยละ 13) ประเทศ อื่นๆ ในทวีปยุโรป (ร้อยละ 12) และทวีปอเมริกาเหนือ (ร้อยละ 11)

ขณะที่เมื่อพิจารณาอัตราการเจริญเติบโตของตลาดสมุนไพรในประเทศต่างๆ ช่วงปี พ.ศ. 2561-2563 จะพบว่า อัตราการเจริญเติบโตมีความหลากหลายตั้งแต่ระดับมากกว่า ร้อยละ 10 ไปจนถึงน้อยกว่า ร้อยละ 0 โดยอัตราการเจริญเติบโตในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว ค่อนข้างน้อยหรือคงที่ ซึ่งเกิดจากการที่ประเทศเหล่านี้เพิ่มกฎระเบียบที่เกี่ยวกับการบริโภคสมุนไพร และยาแผนโบราณ ขณะที่ประเทศที่กำลังพัฒนาเริ่มมีความตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ สมุนไพรและยาแผนโบราณ รวมถึงประสิทธิภาพในการบรรเทาหรือที่เพิ่มขึ้นทำให้เกิดการใช้และ อัตราการเจริญเติบโต ที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในกลุ่มประเทศเหล่านี้ นอกจากนี้ผลกระทบที่เกิด จากสถานการณ์โควิด-19 ที่มีเกิดขึ้นทั่วโลกจึงส่งผลต่อการส่งออกของทุกประเทศ เมื่อพิจารณา

จำแนกรายประเภทของการบริโภคในปัจจุบัน สมุนไพรเป็นกลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพมากที่สุดในตลาดอาหาร อาหารเสริม (Nutraceuticals) และเวชสำอาง (Cosmeceuticals) โดยมีการเจริญเติบโตอย่างมีนัยสำคัญในช่วงที่ผ่านมา หากพิจารณาในส่วนแบ่งการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการใช้สมุนไพรเพื่อรักษาโรค (Herbal Medicine) จะพบว่าส่วนใหญ่เป็นการใช้สมุนไพรเพื่อรักษาแบบตะวันตก (Western Herbalism) โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 50.9 ขณะที่การใช้สมุนไพรเพื่อการรักษาแบบจีน (Traditional Chinese Medicine) มีสัดส่วนตลาดรองลงมา (ร้อยละ 34.6) ขณะที่สัดส่วนตลาดของการใช้งานที่เหลือได้แก่การใช้งานในลักษณะธรรมชาติบำบัด (ร้อยละ 8.2) และอายุรเวท (ร้อยละ 6.3) ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาปริมาณความต้องการที่จำแนกตามพื้นที่พบว่าตลาดที่มีขนาดใหญ่ที่สุด ได้แก่ ตลาดยุโรป ขณะที่ขนาดของตลาดการบริโภค สมุนไพรที่มีอัตราการขยายตัวที่มากที่สุด ได้แก่ ตลาดสมุนไพรในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปี (Compound Annual Growth Rate: CAGR) ประมาณร้อยละ 9.1 (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2563)

2.2 แนวโน้มของตลาดสมุนไพร

ผลการสำรวจตลาดและการคาดการณ์ โดย Global Industry Analysts, Inc. (2015) ได้ระบุผลการประมาณการว่า ตลาดโลกด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพรเสริมอาหารและการรักษาด้วยสมุนไพร (Herbal Supplements and Remedies) จะมีมูลค่าเท่ากับ 1.15 แสนล้านเหรียญสหรัฐ ภายในปี ค.ศ. 2020 เนื่องจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของการกำหนดให้เพื่อส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคเป็นยุทธศาสตร์เชิงรุก ในการยกระดับของสุขภาพและความเป็นอยู่ของประชาชนในโลกอย่างมีประสิทธิภาพ ความตระหนักรู้ที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและกว้างขวางเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของผู้บริโภค และแนวโน้มในการดูแลสุขภาพและความงามที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภคที่ดูแลตนเองส่งผลให้อุปสงค์ที่มีผลิตภัณฑ์ธรรมชาติและผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ยิ่งไปกว่านั้นการพัฒนาเทคโนโลยี รวมทั้งการศึกษาวิจัยทางด้านวิทยาศาสตร์ที่เกี่ยวข้องได้เพิ่มขีดความสามารถในการใช้สมุนไพรและสารสกัดต่างๆ ในการดูแลเกี่ยวกับระบบประสาท (Neurocognitive) และฮอร์โมน (Hormone Functions) นอกจากนี้ความนิยมในการใช้สมุนไพรธรรมชาติ (Organic Herbal Medicines) ในการรักษายังเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในฐานะที่เป็นทางเลือกในการดูแลเกี่ยวกับการทดแทนฮอร์โมนและการดูแลระบบประสาทที่มีต้นทุนในการดำเนินการที่ถูกและค่อนข้างปลอดภัยกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับ การรักษาโดยการแพทย์กระแสหลัก เหตุผลเบื้องหลังกระแสดังกล่าวได้แก่ การเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของโรคหัวใจและหลอดเลือด เบาหวาน และความดันโลหิตสูง โรคเรื้อรังประเภทต่างๆ และภาระต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพตามแนวทางของการแพทย์กระแสหลัก นอกจากนี้การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุการลดลงของรายได้ครัวเรือน รวมทั้งการไม่ครอบคลุมของสิทธิประโยชน์ในการรักษาพยาบาลของระบบประกันสุขภาพทั้งที่ดำเนินการ โดยภาครัฐและภาคเอกชน ความสามารถของระบบอินเทอร์เน็ตทั้งในด้านความสามารถในการเจาะเข้าสู่ความรวดเร็วและแพร่หลาย ในการเข้าถึงทั้งในลักษณะของร้านค้าปลีกออนไลน์ เว็บไซต์ที่มีการนำเสนอวิดีโอในการโฆษณาและชี้แจง สรรพคุณต่างๆ และเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นช่องทางในการโฆษณาการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งการกระจายผลิตภัณฑ์สมุนไพร แนวโน้มดังกล่าวนี้สามารถสรุปได้ว่าการใช้สมุนไพรเป็นแนวโน้มทางด้านสุขภาพที่กำลังเพิ่มขึ้น โดยส่วนที่สามารถสร้างรายได้และผลกำไร มากที่สุดได้แก่ส่วนของการใช้สมุนไพรเพื่อเป็นอาหารเสริม

โดยเฉพาะในส่วนที่มีคุณสมบัติในการ เสริมสร้างภูมิคุ้มกัน การส่งเสริมการทำงาน ของระบบร่างกาย การให้พลังงาน การเสริมสร้าง ความแข็งแรง รวมทั้งการผ่อนคลาย นอกจากนี้ผู้ประกอบการ ยังพิจารณาในส่วนของการพัฒนาการใช้สมุนไพรในฐานะอาหารเสริมสำหรับสตรีเนื่องจากเพศหญิง มีความต้องการเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการเจริญพันธุ์นอกเหนือไปจากการที่เพศหญิงมีลักษณะของการ เปลี่ยนแปลงความนิยม ลักษณะการดำรงชีวิตและความสนใจที่รวดเร็วและหลากหลายที่นำไปสู่ ความสามารถในการสร้างรายได้ที่สูงหากผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตสามารถตอบสนองต่อความต้องการ และการเปลี่ยนแปลงความต้องการเหล่านั้นได้อย่างเหมาะสมและทันที่

สรุปสถานการณ์สมุนไพรในต่างประเทศขนาดและอัตราการเจริญเติบโตของ ตลาดสมุนไพรโลกอัตราการเจริญเติบโตในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วค่อนข้างน้อยหรือคงที่ซึ่งเกิดจาก การที่ประเทศเหล่านี้เพิ่มกฎระเบียบที่เกี่ยวกับการบริโภคสมุนไพรและ ยาแผนโบราณ ขณะที่ ประเทศที่กำลังพัฒนาเริ่มมีความตระหนักถึงความสำคัญของการใช้สมุนไพรและยาแผนโบราณ รวมถึงประสิทธิภาพในการบรรเทาหือที่เพิ่มขึ้นทำให้เกิดการใช้และอัตราการเจริญเติบโตที่เพิ่มขึ้น อย่างมีนัยสำคัญในกลุ่ม แนวโน้มของตลาดสมุนไพรการใช้สมุนไพรเป็นแนวโน้มทางด้านสุขภาพ ที่กำลังเพิ่มขึ้น โดยส่วนที่สามารถสร้างรายได้และผลกำไรมากที่สุดได้แก่ส่วนของการใช้สมุนไพร เพื่อเป็นอาหารเสริมโดยเฉพาะ ในส่วนที่มีคุณสมบัติในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน การส่งเสริมการ ทำงานของระบบร่างกาย เป็นต้น แต่ทั้งนี้การเติบโตของตลาดสมุนไพรทั่วโลกก็ได้รับผลกระทบจาก สถานการณ์โควิด-19 ในช่วงปลายปี 2562 ต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการส่งเสริม และการพัฒนาที่ยั่งยืน

ผู้วิจัยได้รวบรวมความหมาย แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริม และการพัฒนาอย่าง ยั่งยืนที่มีนักวิชาการนำเสนอไว้ดังนี้

1. ความหมายการส่งเสริม

การส่งเสริม (Extension) หมายถึง การขยายและถ่ายทอดความรู้ตามระบบ วิทยาการแผนใหม่ (Innovation System) ซึ่งก่อประโยชน์ทางการศึกษา (Education Advantages) และมีคุณค่าทางการปฏิบัติ (Practical Values) แก่บุคคลผู้พึงได้รับความช่วยเหลือในการเรียนรู้หรือ ผู้รับการส่งเสริม ให้สามารถพัฒนาตนเอง โดยการเรียนรู้ที่สามารถนำความรู้ ไปปรับใช้ในการ ประกอบอาชีพเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น (พจน บุญเรือง, 2522)

การส่งเสริม หมายถึง การวางแผนโครงการใดโครงการหนึ่ง ในการนำเอาความรู้ ทางด้านเทคโนโลยีและการวิจัยต่างๆ นำออกไปสู่ประชาชน โดยความรู้ที่นำออกไปนั้น ประชาชน สามารถรับรู้และนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย โดยประยุกต์เข้ากับสภาพแวดล้อมและ ความเป็นอยู่ของประชาชนในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งการถ่ายทอดความรู้ ต้องคำนึงถึงการใช้เทคโนโลยีที่ เหมาะสม (Appropriate technology) เพื่อให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและเป็นประโยชน์ต่อ ชุมชน อีกทั้งมีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและจริยธรรมควบคู่กันไป (วรทัศน์ อินทร์คัมพร, 2546)

สรุปรวมความได้ว่าการส่งเสริม หมายถึง การขยายหรือการถ่ายทอดความรู้ เทคโนโลยี และวิทยาการใหม่ๆที่เหมาะสมไปให้กับประชาชนเพื่อให้เกิดประโยชน์ในการประกอบอาชีพ การดำรงชีวิต เพื่อให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

2. ความหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable development) นั้นเป็นคำที่ใช้กันมากในการพัฒนาประเทศ ซึ่งได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลายทัศนะ ดังนี้

คณะกรรมการโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (World Commission on Environment and Development [WCED], 1990) หรือที่เรียกในอีกนามหนึ่งว่าคณะกรรมการรันท์ แลนด์ (Brundtland Commission) กล่าวไว้ว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ “การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นการพัฒนาที่สนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ลดทอนความสามารถของคนรุ่นต่อมาที่จะตอบสนองความต้องการของพวกเขา” (Sustainable development is development which meets the needs current generations without compromising the ability of future generations to meet their own needs) ทั้งนี้การพัฒนาที่ยั่งยืนจะต้องทำให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มีระบบสังคมที่เป็น สังคมธรรมรัฐ มีระบบการพัฒนาเศรษฐกิจที่มั่นคง ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาความช่วยเหลือจากภายนอก มีคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ประชาชนรู้จักใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่า โดยเฉพาะการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อเป็นฐานในการผลิตเพื่อนำไปสู่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (Brundtland commission, 1987)

นิตยา กมลวิทนนิศา (2546, น. 14) ได้ให้แนวคิดว่าการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นการพัฒนาที่ดำเนินไปโดยคำนึงถึงขีดจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการตอบสนองความต้องการในปัจจุบันโดยไม่ส่งผลเสียต่อความต้องการในอนาคต เป็นการพัฒนาที่คำนึงถึงความเป็น “องค์รวม” คือ การกระทำสิ่งใดต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสิ่งอื่นๆ ซึ่งการพัฒนาตามแนวคิดนี้ ยึดหลักความรอบคอบ และค่อยเป็นค่อยไป รวมทั้งเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนไม่ได้ปฏิเสธ “ระบบเทคโนโลยี” เพียงแต่ต้องคำนึงว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้นั้นเป็นไปในทางสร้างสรรค์หรือทำลาย

ประพัฒน์ ปัญญาชาติรักษ์ (2546, น. 9) กล่าวไว้ว่าการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นการพัฒนาในลักษณะบูรณาการเป็นองค์รวมที่ตัวแปรทั้งหลายต้องมาประสานกันครบองค์อย่างมีดุลยภาพ แม้ว่าจะอยู่ในบริบทที่มีความหลากหลายบนความแตกต่างทางด้านเศรษฐกิจ ที่ต้องคำนึงถึงการพัฒนาตามขีดความสามารถในการแข่งขันบนพื้นฐานทรัพยากรของตนเอง ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่ต้องให้ความสำคัญกับการตอบสนองความต้องการของผู้เกี่ยวข้องอย่างสอดคล้องกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม การพัฒนาที่ยั่งยืนจึงเป็นความพยายามในการทำให้ดีขึ้นอย่างมั่นคงถาวรบนพื้นฐานของศักยภาพและทรัพยากรที่มีจำกัด โดยคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องทุกด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ให้เกิดความสมดุลทุกมิติ เน้นการพัฒนาบนฐานทรัพยากร จุดแข็งและศักยภาพของตนเอง รวมทั้งการสร้างการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

วสุธร ตันวัฒนกุล (2549) กล่าวถึงการพัฒนาที่ยั่งยืนว่าเป็นการผสมผสานระหว่าง การอนุรักษ์และการพัฒนาที่สนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมอย่างเสมอภาคและยุติธรรม มีการผสมผสานกิจกรรม เพื่อทำให้สังคมเกิดความผูกพันและอนุรักษ์ไว้

ซึ่งความหลากหลายทางวัฒนธรรม คำนึงถึงการรักษาสีงแวดล้อม ตลอดจนการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ เข้ามาใช้อย่างสอดคล้องกับชุมชน ตลอดจนสามารถอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขและยั่งยืนตลอดไป

สรุปได้ว่า จากนิยามที่กล่าวมาข้างต้นอาจกล่าวได้ว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาที่คำนึงถึงขีดจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและการตอบสนองความต้องการในปัจจุบันโดยไม่ส่งผลเสียต่อความต้องการในอนาคตเป็นการพัฒนาอย่างองค์รวมให้มีความสมดุลอย่างรอบด้าน โดยคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสิ่งอื่นๆ รอบด้านทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเป็นการพัฒนาที่อยู่บนพื้นฐานการใช้เทคโนโลยีที่เกิดประโยชน์สูงสุด ผลกระทบน้อยที่สุด เปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาในเชิงบูรณาการ

3. หลักการที่สำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน

กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (2556, น. 12) ได้ให้หลักการสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน คือการสร้างสมดุลระหว่าง 3 มิติของการพัฒนา อันได้แก่

1. มิติการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจให้เจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพ กระจายรายได้ให้เอื้อประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่ในสังคม โดยเฉพาะคนที่มีรายได้น้อย
2. มิติการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นการพัฒนาคนให้มีความรู้ มีสมรรถนะและมีผลิตภาพสูงขึ้น ส่งเสริมให้เกิดสังคมที่มีคุณภาพ และเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้
3. มิติพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในปริมาณที่ระบบนิเวศสามารถฟื้นตัวกลับสู่สภาพเดิมได้ การปล่อยมลพิษออกสู่สิ่งแวดล้อมในระดับที่ระบบนิเวศสามารถดูดซับและทำลายมลพิษนั้นได้ โดยให้สามารถผลิตมาทดแทนทรัพยากร ประเภทที่ใช้แล้วหมดไปได้

วรัญญู เวียงอำพล (2546, น. 29-30) กล่าวว่าไว้ว่าการพัฒนาแบบยั่งยืนต้องเป็นการสร้างสรรค์ให้ชีวิตและสังคมดีขึ้น โดยต้องมีหลักการการพัฒนา 4 องค์ประกอบ คือธรรมชาติ/สิ่งแวดล้อม สังคม จิตใจ/ มนุษย์ และเศรษฐกิจ ดังนี้

1. ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คือยังคงสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติให้เหมือนเดิมที่สุด ไม่ควรให้ธรรมชาติเปลี่ยนแปลงไปมากนักหรือถ้าจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงต้องชดเชยหรือทดแทนธรรมชาติที่เสียไป มนุษย์ต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะสู่สิ่งแวดล้อม การแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมจะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐบาล ภาคเอกชน และประชาชนจะต้องได้รับความสนใจทั้งในระดับนโยบาย ระดับการวางแผน และระดับปฏิบัติ
2. สังคม คือ ประชาชนมีคุณภาพดี กินดีอยู่ดี สังคมปลอดภัยสงบสุข เป็นสังคมที่ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ยังคงมีวัฒนธรรมเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น
3. จิตใจและมนุษย์ คือ ต้องมีการพัฒนาทั้งด้านร่างกายและจิตใจให้เข้มแข็งและสมบูรณ์อยู่เสมอ โดยเฉพาะในเรื่องของจิตใจ
4. เศรษฐกิจ คือ ต้องมีการหมุนเวียนของรายได้ มีมาตรฐานการครองชีพสูงขึ้นไป มีการผลิตที่เหมาะสมกับทรัพยากรและความต้องการของผู้บริโภค โดยที่การผลิตต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์แบบใหม่ที่สอดคล้องกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการคมนาคมที่สะดวกรวดเร็วประหยัด และปลอดภัยให้แก่ชุมชนรวมทั้งเป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร

แนวคิด และหลักการที่สำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2547, น. 2-7) ซึ่งสรุปว่า

1. เป็นการพัฒนาที่ดำเนินไปโดยคำนึงถึงขีดจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และสนองความต้องการในปัจจุบันโดยไม่ส่งผลเสียต่อความต้องการในอนาคต

2. เป็นการพัฒนาที่คำนึงถึงความเป็น “องค์รวม” คือมองว่าการจะทำสิ่งใดต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดกับสิ่งอื่นๆ ดังนั้น การพัฒนาแนวนี้ จึงยึดหลักความรอบคอบ และค่อยเป็นค่อยไป

3. การพัฒนาที่ยั่งยืนไม่ได้ระบุว่าต้องปฏิรูตรัฐ “ระบบเทคโนโลยี” เพียงแต่ต้องคำนึงว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้นั้น เป็นไปในทางสร้างสรรค์หรือทำลาย

สรุปได้ว่า หลักการที่สำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนคือการพัฒนาที่คำนึงความเป็นองค์รวมของมิติต่างๆ เพื่อให้เกิดความสมดุลของมิติเศรษฐกิจ มิติสังคม และมิติสิ่งแวดล้อม สอนองความต้องการในปัจจุบันโดยไม่ส่งผลเสียต่อความต้องการในอนาคต

กฎหมายที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

รัฐบาลได้ตรากฎหมายสำหรับออกใช้บังคับเป็นการเฉพาะแล้ว คือ พระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ.2562 ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วเมื่อวันที่ 30 เม.ย.2562 มีผลใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนด 60 วัน นับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษา คือ ตั้งแต่ 29 พ.ค. 2562 โดยมีข้อยกเว้นให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ดำเนินการตามพระราชบัญญัติฉบับนี้แล้วไม่ต้องดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยยาหรือกฎหมายว่าด้วยอาหาร เหตุผลและความจำเป็นในการตราพระราชบัญญัติฉบับนี้คือเพื่อการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคลตามพระราชบัญญัตินี้ ที่เกี่ยวกับกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การนำเข้า หรือการขายผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ต้องให้มีคุณภาพได้มาตรฐานสากล โดยใช้ระบบการอนุญาต การขึ้นทะเบียนตำรับ การแจ้งรายละเอียด และการจัดแจ้งเพื่อทำให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีความปลอดภัยและคุณภาพได้มาตรฐานระดับสากล สามารถช่วยทดแทนการนำเข้ายาแผนปัจจุบันและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากต่างประเทศ รวมทั้งเป็นการเพิ่มโอกาสในการแข่งขันทางการค้ากับตลาดต่างประเทศ

สาระที่สำคัญของพระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ.2562

1. คำนิยามที่สำคัญโดยสรุปคือ “สมุนไพร” คือผลิตภัณฑ์ธรรมชาติที่ได้จากพืช สัตว์ จุลชีพ หรือแร่ ที่ใช้ผสม ประจุ หรือแปรสภาพ เป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพร ส่วนคำว่า “ผลิตภัณฑ์สมุนไพร” หมายถึง ยาจากสมุนไพร รวมถึงยาแผนไทย ยาพัฒนาจากสมุนไพร ยาแผนโบราณที่ใช้กับมนุษย์ตามกฎหมายว่าด้วยยา หรือผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร หรือมีส่วนประกอบที่สำคัญเป็นสมุนไพร หรือแปรสภาพมาจากสมุนไพรที่นำไปใช้กับมนุษย์ เพื่อผลต่อสุขภาพ ร่างกาย โดยรวมถึงวัตถุที่มุ่งใช้เป็น ส่วนผสมในการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรด้วย แต่ไม่รวมถึงวัตถุที่มุ่งหมายใช้ในการเกษตร อุตสาหกรรม และไม่รวมถึงยาแผนปัจจุบัน ยาแผนโบราณสำหรับสัตว์ อาหารสำหรับมนุษย์หรือสัตว์ เครื่องสำอาง วัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตประสาท ยาเสพติดให้โทษ วัตถุอันตราย

2. คณะกรรมการที่กำกับดูแลกำหนดให้มี 2 ชุด คือชุดที่ 1 คือคณะกรรมการการนโยบายสมุนไพรแห่งชาติ มีนายกรัฐมนตรีหรือรองนายกรัฐมนตรีได้รับมอบหมายเป็นประธาน มีกรรมการโดยตำแหน่ง 21 คน กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ 12 คน มีอธิบดีกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกเป็นกรรมการและเลขานุการ คณะกรรมการการนโยบายมีอำนาจและหน้าที่ตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 10 อำนาจหน้าที่หลักโดยสรุป คือ กำหนดนโยบาย กำหนดมาตรการและให้ความเห็นเรื่องเกี่ยวกับการดำเนินการต่างๆ ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพร ชุดที่ 2 คือคณะกรรมการการผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีปลัดกระทรวงสาธารณสุขเป็นประธาน กรรมการโดยตำแหน่ง 14 คน กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ 6 คน มีรองเลขาธิการสำนักงานอาหารและยาที่ได้รับมอบหมายเป็นกรรมการและเลขานุการ มีหน้าที่และอำนาจตามมาตรา 15 ที่สำคัญ ได้แก่ ให้คำแนะนำแก่รัฐมนตรีในการออกประกาศตามมาตรา 6 ให้คำแนะนำความเห็นหรือความเห็นชอบแก่ผู้อนุญาตผลิต นำเข้าขาย ขึ้นทะเบียนตำรับ แจกจ่ายละเอียด และจัดแจ้งผลิตภัณฑ์สมุนไพร รวมทั้งการพักใช้หรือยกเลิกคำสั่งการพักใช้ใบอนุญาตหรือเพิกถอนใบอนุญาตจากหน้าที่ ทั้งนี้ อำนาจของคณะกรรมการการผลิตภัณฑ์สมุนไพรตามมาตรา 15 จะมีบทบาทในการดำเนินการและปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายฉบับนี้เป็นสำคัญ

3. การกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยกระทรวงสาธารณสุขมีอำนาจตามมาตรา 6 โดยคำแนะนำของคณะกรรมการการผลิตภัณฑ์สมุนไพรกำหนดเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่สำคัญ เช่น

3.1 ออกประกาศกำหนด ชื่อประเภท ชนิด หรือลักษณะของผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ต้องขออนุญาตในการผลิต นำเข้าหรือขายต้องได้รับใบอนุญาต เมื่อมีประกาศดังกล่าวข้างต้น ผู้ประสงค์จะผลิต นำเข้าหรือผลิตภัณฑ์สมุนไพรดังกล่าว ต้องยื่นคำขออนุญาตต่อเลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยา สำหรับผู้ประสงค์จะขายในกรุงเทพมหานครให้ยื่นคำขอต่อเลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำหรับจังหวัดอื่นนอกจากกรุงเทพฯ ให้ยื่นขออนุญาตต่อผู้ว่าราชการในจังหวัดนั้น โดยมีข้อยกเว้นตามที่กำหนดในมาตรา 18 ที่สำคัญคือข้อยกเว้นในกรณีขายผลิตภัณฑ์สมุนไพรในสถานที่ขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา

3.2 ออกประกาศกำหนด ชื่อประเภท ชนิด หรือลักษณะของผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ต้องได้รับใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับผลิตภัณฑ์สมุนไพร ในการผลิต หรือนำเข้าเพื่อขาย เมื่อมีประกาศดังกล่าวข้างต้นผู้ประสงค์จะผลิต นำเข้าเพื่อขายผลิตภัณฑ์สมุนไพรดังกล่าวต้องนำผลิตภัณฑ์สมุนไพรดังกล่าวไปขึ้นทะเบียนตำรับยาต่อเลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยมีข้อยกเว้นตามมาตรา 35

3.3 ออกประกาศกำหนด ชื่อประเภท ชนิด หรือลักษณะของผลิตภัณฑ์สมุนไพร ที่ต้องได้รับใบแจ้งรายละเอียดหรือใบรับจดแจ้งในการผลิต หรือนำเข้าเพื่อขาย เมื่อมีประกาศดังกล่าวข้างต้นผู้ประสงค์จะผลิต นำเข้าเพื่อขายผลิตภัณฑ์สมุนไพรดังกล่าว ต้องนำผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ดังกล่าวไปขอแจ้งรายละเอียดหรือจดแจ้งต่อเลขที่การสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยมี
ข้อยกเว้นตามมาตรา 35

3.4 ออกประกาศกำหนด ชื่อประเภท ชนิด หรือลักษณะของผลิตภัณฑ์สมุนไพร ที่
ห้ามผลิต นำเข้า หรือขาย

3.5 ชื่อวัตถุที่ห้ามใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพร

4. การควบคุมผลิตภัณฑ์สมุนไพร กำหนดข้อห้ามผลิต นำเข้า หรือขายผลิตภัณฑ์
สมุนไพรปลอม ผิดมาตรฐาน เสื่อมคุณภาพ หรือที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนตำรับ หรือไม่ได้แจ้งรายละเอียด
หรือไม่ได้จดแจ้ง

5. การโฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพร ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพรหรือ
คุณประโยชน์ของสมุนไพร เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

6. บทกำหนดโทษ ผู้ฝ่าฝืนบทบัญญัติของกฎหมายฉบับนี้ มีโทษทางอาญากำหนดไว้
หนักเบาแล้วแต่ลักษณะความผิด เช่นผลิต หรือนำเข้า หรือขายผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ต้องขออนุญาต
โดยไม่ได้รับอนุญาต ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินสามแสนบาท หรือทั้งจำ
ทั้งปรับ ผลิตหรือนำเข้าผลิตภัณฑ์สมุนไพรปลอมต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสิบปี และปรับไม่เกิน
หนึ่งล้านบาท ผลิตหรือนำเข้าผลิตภัณฑ์สมุนไพรผิดมาตรฐาน ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปีและ
ปรับไม่เกิน 2 แสนบาท โฆษณาผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยไม่ได้รับอนุญาต ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน
หนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

7. บทเฉพาะกาล

7.1 ใบอนุญาตผลิต นำเข้า ยาหรืออาหารที่เป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ออกตาม
กฎหมายว่าด้วยยาหรืออาหารก่อนหน้านี้ยังคงใช้ได้จนกว่าจะสิ้นอายุ และยาหรืออาหารดังกล่าวที่ผลิต
หรือนำเข้าก่อนใบสำคัญดังกล่าวสิ้นอายุสามารถจำหน่ายต่อไปได้

7.2 ใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับยาหรืออาหาร ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ออก
ให้ตามกฎหมายว่าด้วยยาหรืออาหารก่อนหน้านี้ ยังคงใช้ได้ต่อไปจนกว่าจะสิ้นอายุ และยาหรืออาหาร
ดังกล่าวที่ผลิตหรือนำเข้าก่อนใบสำคัญดังกล่าวสิ้นอายุสามารถจำหน่ายต่อไปได้

จากการศึกษาข้อกฎหมายมีข้อสังเกตว่าถึงแม้พระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ.
2562 จะมีผลใช้บังคับแล้ว แต่ตราบใดที่ยังไม่มีประกาศกำหนด ตามมาตรา 6 ผู้ผลิต นำเข้า หรือขาย
ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ยังไม่อยู่ในบังคับที่ต้องดำเนินการหรือปฏิบัติตามบทบัญญัติที่กำหนดให้
ดำเนินการหรือปฏิบัติเมื่อมีการประกาศกำหนดตามมาตรา 6 เช่นยังไม่มีประกาศกำหนดชื่อ ประเภท
ชนิดหรือลักษณะของผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ต้องขออนุญาตในการผลิต นำเข้าหรือขาย ผู้ประกอบการ
ก็สามารถผลิต นำเข้า ขายสินค้าที่เข้าข่ายเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้โดยไม่ต้องขออนุญาต เว้นแต่
เข้าข่ายเป็นยาตามกฎหมายว่าด้วยยาหรืออาหารตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร ก็ต้องดำเนินการตาม
กฎหมายว่าด้วยยาหรืออาหารก่อน ทำให้อาจมีปัญหามาในเรื่องความปลอดภัยต่อผู้บริโภคเพราะ
ช่องโหว่ของกฎหมายทำให้อาจมีผู้ประกอบการที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่ไม่มีคุณภาพได้
มาตรฐาน

สรุปประเทศไทยมีกฎหมายสำหรับออกใช้บังคับเป็นการเฉพาะแล้ว คือพระราชบัญญัติ
ผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ.2562 ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วเมื่อวันที่ 30 เม.ย.2562 มีผลใช้

บังคับเมื่อพ้นกำหนด 60 วัน นับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษา คือตั้งแต่ 29 พ.ค. 2562 โดยมีข้อยกเว้นให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ดำเนินการตามพระราชบัญญัตินี้แล้วไม่ต้องดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยยาหรือกฎหมายว่าด้วยอาหาร เหตุผลและความจำเป็นในการตราพระราชบัญญัติฉบับนี้คือเพื่อการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคลตามพระราชบัญญัตินี้ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการผลิตนำเข้า หรือขายผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีมาตรฐาน โดยใช้ระบบการอนุญาต การขึ้นทะเบียนตำรับ การแจ้งรายละเอียด และการจดแจ้ง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีความปลอดภัยและคุณภาพระดับสากล สามารถช่วยทดแทนการนำเข้ายาแผนปัจจุบันและผลิตภัณฑ์ เสริมอาหารจากต่างประเทศ รวมทั้งเป็นการเพิ่มโอกาสในการแข่งขันทางการค้ากับตลาดต่างประเทศ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธณชัย สิงห์มาตย์ (2562) ศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดมหาสารคาม การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดมหาสารคาม 2 เพื่อเสนอแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดมหาสารคามและ 3 เพื่อประเมินประสิทธิผลของการดำเนินงานแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดมหาสารคามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างทดลอง โดยใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสม (Mix Research Method) ดำเนินการวิจัยโดยใช้วิธีในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่าง คือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคามทั้ง 13 อำเภอ จำนวน 434 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตรวัด Likert 5 อันดับ โดยข้อความที่ใช้ประยุกต์มาจากงานวิจัย ซึ่งเลือกข้อความที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ทำการศึกษา และการวิเคราะห์ข้อมูลการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis) ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรที่มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดมหาสารคาม ประกอบไปด้วยด้านการดำเนินงาน

ด้านเทคโนโลยี และด้านการประกอบการ แนวทางการการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดมหาสารคามที่ เหมาะสมกับบริบทของวิสาหกิจชุมชน จากการวิพากษ์ของผู้ทรงคุณวุฒิใช้ชื่อว่า EMIO Framework และได้นำแนวไปทดลองใช้กับกลุ่มทดลองจำนวน 1 กลุ่ม คือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสมุนไพรตำบลหนองคูเลขที่ 9 หมู่ที่ 11 ถนน ตำบลหนองคู อำเภอนาคู จังหวัดมหาสารคาม หลังการทดลองทำการประเมินผลการทดลอง ด้วยการวัดอัตรากำไรสุทธิต่อเดือนของกลุ่มจากสมุดบัญชีรายรับ-รายจ่ายที่กลุ่มได้จัดทำ โดยเปรียบเทียบกับช่วงเดือนเดียวกันของปีพบว่า ปีก่อนทดลอง มีกำไรสุทธิ 46,500 บาท และปีหลังทดลอง มีกำไรสุทธิ 58,100 บาท กำไรเพิ่มขึ้น 11,600 บาท สรุปผลการวิจัยได้ว่า หลังจากกลุ่มทดลองได้นำแนวทางการไปทดลองใช้แล้ว ทำให้ผลการดำเนินงานดีขึ้น

ปิยทัศน์ ใจเย็นและยุทธนา แยกคาย (2563) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประชาชนจังหวัดสุโขทัย ผลการวิจัยพบว่าประเทศไทยสนับสนุนให้การผลิตสมุนไพรมีคุณภาพ มาตรฐาน สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและส่งเสริมให้เกิดความเชื่อมั่นในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสมุนไพรไทยอย่างต่อเนื่อง

และเป็นระบบ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประชาชนจังหวัดสุโขทัย จากกลุ่มตัวอย่างคือประชาชนจังหวัดสุโขทัย จำนวน 405 คน ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพร และความเชื่อมั่น ในผลิตภัณฑ์สมุนไพรอยู่ในระดับสูง ทิศนคติต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพร ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สมุนไพร และส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประชาชนสูง

ที่สุด คือส่วนประสมทางการตลาด ($b = 0.506$) รองลงมาคือความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สมุนไพร ($b = 0.282$) และทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพร ($b = 0.173$) ตามลำดับ ตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 3 ตัว สามารถอธิบายความผันแปรของความเชื่อมั่น ในผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประชาชนได้ร้อยละ 59.1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากผลการวิจัยครั้งนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนการประกอบกิจการตามความพร้อมและความต้องการของผู้ประกอบการในการพัฒนา ส่วนประสมทางการตลาด การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้แก่ประชาชนอย่างต่อเนื่องเพื่อการสร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพร และการส่งเสริมและสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อเพิ่มความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประชาชน

วิริญญา เมืองช้าง (2559) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเองของประชาชนในอำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเองของประชาชนในอำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ และปัจจัยเสริมกับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเองของประชาชนในอำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา เก็บข้อมูลช่วงเดือนพฤษภาคม - มิถุนายน 2560 โดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนจากประชาชนในอำเภอแม่ใจที่มีอายุ 20-59 ปี ได้กลุ่มตัวอย่าง 389 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นและผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรง

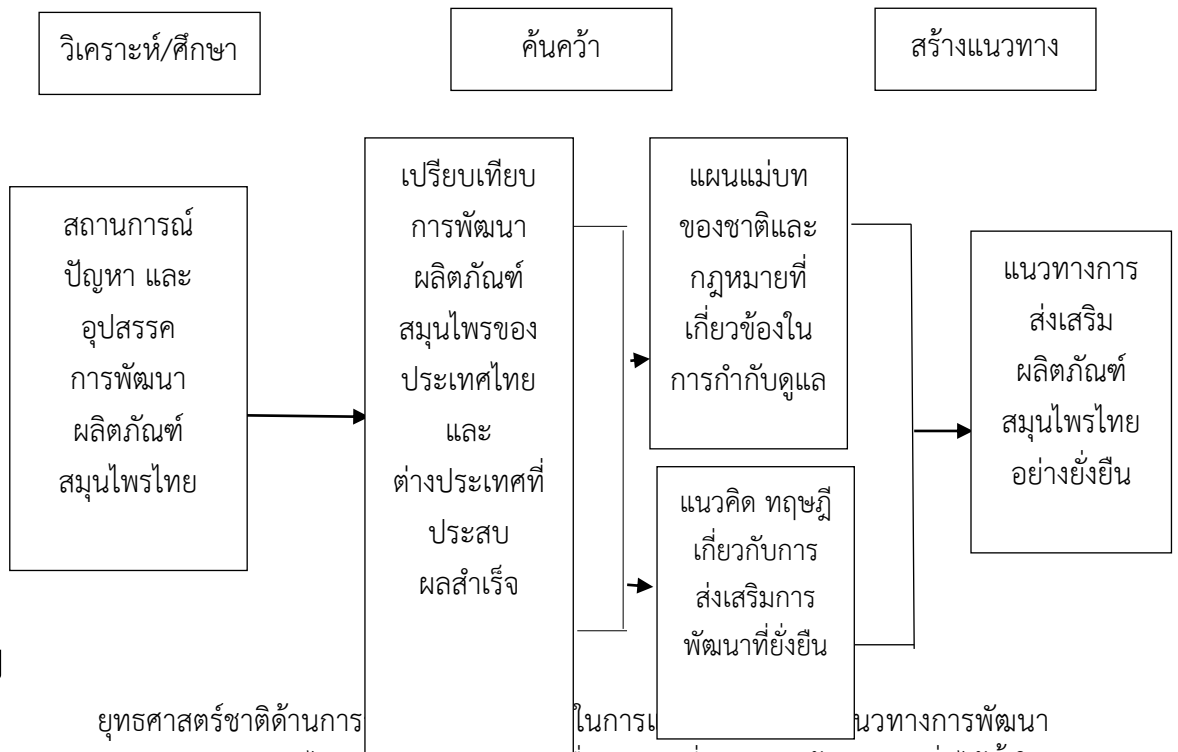
كرونบาทแอลฟาได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นโดยรวม 0.91 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติไคสแควร์ และสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการศึกษาพบว่าประชาชนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเองอยู่ในระดับต่ำร้อยละ 87.7 โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกใช้สมุนไพรเพื่อรักษาหรือบรรเทาอาการทางระบบทางเดินหายใจมากที่สุดร้อยละ 24.53 รองลงมาใช้สมุนไพรเพื่อรักษาหรือบรรเทาอาการเจ็บป่วยอื่นๆ อาการทางระบบทางเดินอาหาร อาการทางระบบผิวหนัง และอาการทางระบบทางเดิน ปัสสาวะ ตามลำดับ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ โรคประจำตัวและระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยนำ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเอง ทัศนคติต่อการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเอง และการรับรู้ประโยชน์จากการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเองอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยเอื้อ ได้แก่ ช่องทางในการได้มาซึ่งสมุนไพร ค่าใช้จ่ายหรือราคาในการได้มาซึ่งสมุนไพร รูปแบบสมุนไพรและการส่งเสริมการขายสมุนไพร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับ .05 ปัจจัยเสริม ได้แก่การเปิดรับสื่อบุคคล การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ และการเปิดรับสื่อมวลชน เกี่ยวกับการใช้สมุนไพรมีความความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจอย่างถูกต้องต่อการใช้สมุนไพรในประชาชนจึงสำคัญและควรดำเนินการอย่างกว้างขวาง

ชนิดา มัททวงกูร และคณะ (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรของประชาชนในเขตภาษีเจริญการวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการใช้สมุนไพรเพื่อการดูแลสุขภาพตนเอง และ 2) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ ปัจจัยเสริม กับการใช้สมุนไพรเพื่อการดูแลสุขภาพตนเอง ของประชาชนในเขตภาษีเจริญ รวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคือประชากรที่อาศัยอยู่ในเขต ภาษีเจริญ จำนวน 140 คน สุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนประชากรรายแขวงทั้ง 7 แขวง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และไคสแควร์ ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ด้านรายได้ และปัจจัยด้านโรคประจำตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ผลการศึกษานี้สามารถนำไปใช้ส่งเสริมการใช้สมุนไพรที่ถูกต้องให้กับประชาชนในเขตภาษีเจริญ พัฒนานโยบายการส่งเสริมการใช้สมุนไพร ที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชนในกรุงเทพมหานคร

รุ่งทอแสง ชั้นสุวรรณ (2559) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องสำอางทั่วไปของสมุนไพรการวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยด้านความรู้ของเครื่องสำอางทั่วไปของสมุนไพรที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทั่วไปของสมุนไพร 2) วิเคราะห์ปัจจัยด้านความสำคัญของปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดที่มี ผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทั่วไปของสมุนไพร ผลการวิจัย พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 25 ปี การศึกษาปริญญาตรี เป็นนักเรียน/ นักศึกษา รายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท 2) ความรู้ความเข้าใจสมุนไพรเพื่อความงามพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจมากที่สุด ได้แก่ สมุนไพรที่ใช้กับเส้นผม สมุนไพรเพื่อความงามของใบหน้า สมุนไพรใช้ เพื่อความงามของผิวกาย สมุนไพรเพื่อความงามของเท้า 3) ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด พบว่า ด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ 4) พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทั่วไปของสมุนไพร พบว่าความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ ทุก 2-3 เดือน ทุก 4-5 เดือน และ 5 เดือนขึ้นไป จำนวนเงินที่จ่ายเท่ากับ 5,000 บาทขึ้นไป ซื้อที่ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ คือ แพทย์ เกษัชกร รับรู้ข้อมูล เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากเพื่อน ญาติ คนแนะนำ, โทรทัศน์/ วิทยู และประกาศต่างๆ เหตุผลที่เลือกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทั่วไปของสมุนไพร คือบำรุงสุขภาพร่างกายให้มีความสมดุล และเพื่อเสริมสร้างกล้ามเนื้อ 5) ระดับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรมีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 6) ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กรอบแนวคิดของการวิจัย



สรุป

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่ออนาคตที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ทั้งในภาคเกษตร โดยให้ประเทศสามารถยกระดับการผลิตทางการเกษตรเพื่อสร้างมูลค่าให้สูงขึ้น ขณะที่อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคตที่จะเป็นกลไกขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศพัฒนาแล้วด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีแห่งอนาคตบนพื้นฐานของการวิจัยและพัฒนา ดังนั้นการพัฒนาสมุนไพรไทยให้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่ได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐเพื่อตอบสนองความต้องการทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งสามารถนำผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยดังกล่าวมาใช้ได้ทันช่วงที่เมื่อเกิดภัยคุกคามจากโรคอุบัติใหม่อันอาจเกิดขึ้น และจากการวิเคราะห์ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ที่มีจุดเน้นที่สำคัญในการนำความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรมเพื่อทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจทั้งในเรื่องกระบวนการผลิตและรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี และรูปแบบการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งการส่งเสริมการทำวิจัยทุกระดับ ถือเป็นโอกาสในการที่ประเทศไทยจะมีการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยในขณะนี้อย่างเป็นทางการตามห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้ในด้านการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืนภาครัฐได้จัดทำแผน

แม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ.2560-2564 โดยกำหนดเป้าหมายของการพัฒนาสมุนไพรไทยที่เป็นวัตถุประสงค์ของแผนแม่บท ซึ่งประกอบด้วย 1) การพัฒนาสมุนไพรต่อยอดทั้งด้านการรักษาและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น 2) การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ที่จะมีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมและภาคเศรษฐกิจ 3) การขับเคลื่อนงานอย่างเป็นระบบเพื่อทำให้เกิดการพัฒนาสมุนไพรไทยอย่างเชื่อมโยงและครบวงจร 4) การทำให้เกิดความร่วมมือจากหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ดังนั้นจึงเห็นความหวังว่าการพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืนซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งที่จะส่งเสริมสุขภาพของประชาชนและช่วยลดค่าใช้จ่ายในระบบสาธารณสุขของประเทศด้วยยาแผนปัจจุบัน นอกจากนี้ยังสามารถนำผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยสู่ตลาดโลกเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจหารายได้ให้กับประเทศ และประชาชนจะมีความเป็นไปได้ในอนาคต

ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยหมายถึงยาจากสมุนไพร หมายความว่ายาแผนไทย หรือยาตามองค์ความรู้การแพทย์ทางเลือกอื่น หรือผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ที่ได้จากพืชสัตว์จุลชีพ หรือธาตุวัตถุ หรือที่มีส่วนประกอบสำคัญซึ่งพร้อมที่จะนำไปใช้แก่นุษย์ได้ตามจุดประสงค์ โดยความสำคัญของผลิตภัณฑ์สมุนไพรคือเพื่อรักษาคุณภาพและประโยชน์ของสมุนไพร เพื่อเปลี่ยนลักษณะของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมในเชิงการค้า และเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น ประโยชน์ของการแปรรูปผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีดังนี้ ด้านยารักษาโรค ด้านอาหาร ด้านใช้ในชีวิตประจำวัน เช่นเป็นเครื่องสำอาง ใช้ในครัวเรือน ใช้ในการเกษตร เป็นต้น สถานการณ์สมุนไพรในประเทศไทย ด้านการผลิตพืชสมุนไพรส่วนใหญ่อยู่ในลักษณะพืชผสมผสานในครัวเรือน มากกว่าการผลิตในระบบการค้าจึงทำให้ไม่มีการรายงานข้อมูลในส่วนนี้ ด้านคุณภาพและ มาตรฐานของวัตถุดิบสมุนไพรยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด การผลิตวัตถุดิบในระดับการค้าเพื่อป้อนเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมยังมีน้อย นอกจากนี้ยังมีปัญหาด้านมาตรฐานคุณภาพวัตถุดิบทั้งด้านองค์ประกอบทางเคมีที่ไม่สม่ำเสมอการปนเปื้อนจุลินทรีย์การปนเปื้อน ด้านอุตสาหกรรมสมุนไพรของประเทศไทยสมุนไพรมีการใช้ในหลายอุตสาหกรรมไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมผลิตยาแผนโบราณ หรืออุตสาหกรรมที่มีการแปรรูปสมุนไพรในรูปแบบต่างๆ เช่น ทำสารสกัดจากสมุนไพร เป็นวัตถุดิบ สำหรับผลิตยาแผนปัจจุบันบางชนิดเป็นส่วนผสม กับเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์สปา ด้านสถานการณ์การวิจัยและพัฒนาสมุนไพรไทย การวิจัยองค์ความรู้ด้านสมุนไพรในประเทศไทย ส่วนใหญ่มุ่งเน้นการหาหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ มาสนับสนุนในด้านคุณภาพ ประสิทธิภาพและความปลอดภัย ปัญหาด้านการวิจัยและพัฒนาสมุนไพรหลายด้าน ตั้งแต่การขาดการกำหนดทิศทางการวิจัยของประเทศ และการมีผลงานวิจัยที่ไม่ตอบสนองความต้องการของภาคอุตสาหกรรม และการผลิต ขาดการวิจัยทางการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ การให้ทุนวิจัยที่ซ้ำซ้อน องค์ความรู้จากงานวิจัยพื้นฐานที่มีมากแต่ไม่มีการวิจัยต่อยอดให้ครบวงจรเพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และขาดการส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากการวิจัยในเชิงพาณิชย์ สำหรับสถานการณ์สมุนไพรในต่างประเทศขนาดและอัตราการเจริญเติบโตของตลาดสมุนไพรโลกพบว่าอัตราการเจริญเติบโตในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วค่อนข้างน้อยหรือคงที่ ซึ่งเกิดจากการที่ประเทศเหล่านี้เพิ่มกฎระเบียบที่เกี่ยวกับการบริโภคสมุนไพรและยาแผนโบราณ ขณะที่ประเทศที่กำลังพัฒนาเริ่มมีความตระหนักถึงความสำคัญของการใช้สมุนไพรและยาแผนโบราณ รวมถึงประสิทธิภาพในการบรรจู่หือที่เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดการใช้อัตราการเจริญเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างมี

นัยสำคัญ แต่อย่างไรก็ตามตลาดสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรทั้งในประเทศไทยและตลาดสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรทั่วโลกได้รับผลกระทบในช่วงสถานการณ์โควิด-19 จากการทบทวนเอกสารพบว่าแนวโน้มของตลาดสมุนไพรการใช้สมุนไพรเป็นแนวโน้มทางด้านสุขภาพที่กำลังเพิ่มขึ้น โดยส่วนที่สามารถสร้างรายได้และผลกำไรมากที่สุดได้แก่ส่วนของการใช้สมุนไพรเพื่อเป็นอาหารเสริม โดยเฉพาะในส่วนที่มีคุณสมบัติในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน การส่งเสริมการทำงาน ของระบบร่างกาย ดังนั้นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืนที่คำนึงความเป็นองค์รวมของมิติต่างๆ เพื่อให้เกิดความสมดุลของมิติเศรษฐกิจ มิติสังคม และมิติสิ่งแวดล้อม สนองความต้องการในปัจจุบันโดยไม่ส่งผลเสียต่อความต้องการในอนาคตเป็นสิ่งจำเป็น ทั้งนี้ประเทศไทยมีกฎหมายสำหรับออกใช้บังคับเป็นการเฉพาะแล้วคือพระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ.2562 ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วเมื่อวันที่ 30 เม.ย.2562 มีผลใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนด 60 วัน นับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษา คือตั้งแต่ 29 พ.ค. 2562 โดยมีข้อยกเว้นให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ดำเนินการตามพระราชบัญญัตินี้แล้วไม่ต้องดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยยาหรือกฎหมายว่าด้วยอาหาร เหตุผลและความจำเป็นในการตราพระราชบัญญัตินี้คือ เพื่อการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคลตามพระราชบัญญัตินี้ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการผลิต นำเข้า หรือขายผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีมาตรฐาน โดยใช้ระบบการอนุญาต การขึ้นทะเบียนตำรับ การแจ้งรายละเอียดและการจดแจ้ง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีความปลอดภัยและคุณภาพระดับสากล สามารถช่วยทดแทนการนำเข้ายาแผนปัจจุบันและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากต่างประเทศ รวมทั้งเป็นการเพิ่มโอกาสในการแข่งขันทางการค้ากับตลาดต่างประเทศ

บทที่ 3

สถานการณ์ ปัญหาและอุปสรรคการพัฒนา ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

ในบทนี้ผู้วิจัยจะศึกษาสถานการณ์ ปัญหาและอุปสรรคการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์ ปัญหาและอุปสรรคการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย
2. เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศไทยและ

ต่างประเทศ

รายละเอียดที่เป็นผลจากการศึกษา มีดังนี้

สถานการณ์ ปัญหาและอุปสรรคการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

1. สถานการณ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

ปัจจุบันความต้องการใช้สมุนไพรในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งความต้องการในการบริโภคเพื่อการสร้างเสริมและดูแลสุขภาพของประชาชน และความต้องการเพื่อใช้ในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและเป็นการใช้ประโยชน์ของสมุนไพรที่หลากหลายมากขึ้น ดังนั้นจากการประเมินของนักวิชาการพบว่าอุตสาหกรรมที่ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพและสามารถสร้างความยั่งยืนในระบบเศรษฐกิจไทยในอนาคต โดยการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสินค้าด้วยเทคโนโลยี มีการแปรรูปวัตถุดิบสมุนไพรไปเป็นสินค้าอุตสาหกรรม สามารถสร้างรายได้ให้ประชาชนและประเทศ ขณะที่มีการเปลี่ยนแปลงบริบทของเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมของประชากรไทยและประชากรโลก

สถานการณ์โควิด-19 ที่เกิดขึ้นเป็นตัวอย่งให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยและยาสมุนไพร เช่น ฟ้าทะลายโจร กระจงขาว ได้เข้ามามีบทบาทในการช่วยลดความเสี่ยงในการเกิด ความรุนแรงจากการติดเชื้อโควิด-19 ได้เป็นอย่างดีจากการรายงานของกรมการแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก จนมีราชกิจจานุเบกษา ประกาศให้ใช้ฟ้าทะลายโจรในการรักษาผู้ป่วยโรคโควิด-19 ซึ่งรัฐบาลให้ความเห็นชอบใช้รักษาผู้ป่วยที่ไม่มีอาการ ดังนั้นการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย และการส่งเสริมการใช้สมุนไพรไทยเพื่อการรักษาโรคและการเสริมสร้างสุขภาพพร้อมกับการใช้ยาและแนวทางการรักษาของการแพทย์แผนปัจจุบันจะสามารถลดค่าใช้จ่ายในด้านระบบสุขภาพรวมและส่งผลต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของประเทศอีกทางหนึ่ง (กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, 2559)

1.1 นโยบายภาครัฐเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

รัฐบาลไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย โดยมีการจัดทำแผนแม่บทที่เป็นแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน มีประเด็นยุทธศาสตร์ย่อยคือการนำเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตสินค้าทางการเกษตรที่มีมูลค่าสูงและส่งเสริมอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังมีการกำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ที่น้อมรับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้วยนวัตกรรม และเทคโนโลยี ในสินค้าเกษตร การแปรรูปสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและเพื่อให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยสอดคล้องกับแผนแม่บทดังกล่าว รัฐบาลยังให้การจัดทำแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564 และกำหนดให้ใช้ต่อเนื่องจนถึงปี 2565

แผนการพัฒนาสมุนไพรไทยฯ ดังกล่าวขับเคลื่อนโดย 3 กระทรวงหลัก ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุขทำหน้าที่ดูแลในเรื่องการสร้างเชื่อมั่นในคุณค่าและคุณภาพของสมุนไพรไทย สนับสนุนการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพร และลดความยุ่งยากในการขออนุญาตผลิตของผู้ประกอบการ กระทรวงพาณิชย์ทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบเรื่องการเพิ่มช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ การจับคู่เจรจาธุรกิจ การออกงานแสดงสินค้า การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสู่ตลาดต่างประเทศ และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ทำหน้าที่ขยายพื้นที่ปลูกพืชสมุนไพรแบบอินทรีย์ ส่งเสริมเกษตรกรในการผลิตวัตถุดิบในจังหวัดที่มีความพร้อมในการเป็นเมืองสมุนไพร เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพได้มาตรฐานปลอดภัย สามารถขายได้ราคาดีขึ้น รวมถึงส่งเสริมให้เกษตรกรรวมกลุ่มเป็นแปลงใหญ่พืชสมุนไพรเพื่อจะได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้แบบครบวงจรภายใต้หลักสูตรที่สอดคล้องกับสภาพพื้นที่ดำเนินการและความต้องการของเกษตรกร

จากการวิเคราะห์แผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทยฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564 พบว่า มีวัตถุประสงค์ในการพัฒนาสมุนไพร ดังนี้

1. ต่อยอดพัฒนาสมุนไพรทั้งด้านการรักษาและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น
2. สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ที่จะมีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรม และภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ
3. การขับเคลื่อนงานอย่างเป็นระบบ เพื่อทำให้เกิดการพัฒนาสมุนไพรไทย เชื่อมโยงให้ครบวงจร
4. ทำให้เกิดความร่วมมือจากหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชน

ทั้งนี้ภาครัฐได้กำหนดยุทธศาสตร์พัฒนาอุตสาหกรรมและการตลาดสมุนไพรให้มีคุณภาพระดับสากล ครอบคลุมการพัฒนาปัจจัยด้านอุตสาหกรรมสมุนไพร การวิจัยและพัฒนา เพื่อต่อยอดงานวิจัยให้เกิดการใช้ประโยชน์ และการสร้างความน่าเชื่อถือและส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยยุทธศาสตร์นี้ประกอบด้วย 3 มาตรการ คือ

1. การพัฒนาอุตสาหกรรมสมุนไพรไทย
2. การวิจัยและพัฒนาสมุนไพรไทย
3. การพัฒนาการตลาดสมุนไพรไทย

จากการศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่างๆพบว่าคณะกรรมการนโยบายสมุนไพรแห่งชาติได้มีการกำหนดแนวทางที่จะผลักดันให้พืชสมุนไพรไทย ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยจะดำเนินนโยบายตามพระราชบัญญัติสมุนไพรแห่งชาติ พ.ศ. 2562 ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาและขึ้นทะเบียนสมุนไพรไทย เน้นส่งเสริมอำนวยความสะดวกให้มีความชัดเจน มีความสะดวก และลดขั้นตอนการดำเนินการขออนุญาตต่างๆ เพื่อเปิดโอกาสให้การดำเนินงานขับเคลื่อนให้สมุนไพรไทย เป็นพืชเศรษฐกิจที่จะสร้างความมั่งคั่ง สร้างรายได้ให้ประเทศ โดยขอให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกัน สนับสนุนองค์ความรู้และเทคโนโลยีแก่เกษตรกร พร้อมอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการให้สามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว ทั้งการขออนุมัติจดทะเบียนผลิตภัณฑ์ ขออนุญาตนำวัตถุดิบไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ รวมถึงข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้มาตรฐาน และมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค เป็นการช่วยผลักดันให้สมุนไพรไทยก้าวไปสู่ตลาดโลกและเป็นที่ยอมรับระดับสากล ทั้งนี้มี 5 ประเด็นสำคัญ ได้แก่

1. การจัดทำกฎหมายลำดับรองว่าด้วยการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ออกตามความในพระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. 2562 และอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
2. การประเมินมูลค่าต้นทุนการผลิตพืชสมุนไพร 8 ชนิด ได้แก่ ฟ้าทะลายโจร กระชายดำ ไพล ขมิ้นชัน พริกไทย บุก ว่านหางจระเข้ กระเจี๊ยบแดง เพื่อเป็นฐานข้อมูลเชิงมูลค่าทางเศรษฐกิจของสมุนไพรในประเทศไทย
3. แต่งตั้งคณะทำงานศึกษาแนวทางการพลิกโฉมสมุนไพรไทยด้วยการวิจัยและนวัตกรรม
4. ติดตามการพัฒนาเมืองสมุนไพรในพื้นที่เป้าหมาย
5. การให้ใช้สิทธิเสียภาษีในอัตราศูนย์สำหรับวัตถุดิบที่จะนำไปใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ตัวอย่างเช่น การให้ใช้สิทธิเสียภาษีในอัตราศูนย์กับสุราสามทับที่นำไปใช้ในการอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพร เป็นต้น

เนื่องจากแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทยฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564 ที่ใช้เป็นแผนปฏิบัติการในการพัฒนาสมุนไพรไทยกำลังจะสิ้นสุดแผนในปี พ.ศ. 2565 ทำให้ภาครัฐต้องมีการวางแผนปฏิบัติการฉบับใหม่เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและต่อยอดในการพัฒนาคณะกรรมการนโยบายสมุนไพรแห่งชาติ ได้พิจารณาเห็นชอบ (ร่าง) ประกาศคณะกรรมการนโยบายสมุนไพรแห่งชาติ เรื่อง มาตรการส่งเสริมการผลิตสมุนไพรเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพร ตามแนวทางเกษตรปลอดภัย และเห็นชอบเพิ่มยุทธศาสตร์ ภายใต้ (ร่าง) แผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2566-2570 เป็น 5 ยุทธศาสตร์ เพื่อรองรับการขับเคลื่อนการพัฒนาและส่งเสริมสมุนไพรตลอดห่วงโซ่คุณค่าให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมการผลิตและแปรรูปวัตถุดิบสมุนไพรให้มีคุณภาพและมาตรฐาน ตั้งเป้าผลิตวัตถุดิบ เข้าสู่ Supply Chain และเพิ่มมูลค่าและมาตรฐานวัตถุดิบสมุนไพร เช่น ในปี 2570 มีพื้นที่ปลูกสมุนไพรได้มาตรฐาน ไม่น้อยกว่า 50,000 ไร่ และมีห้องปฏิบัติการตรวจคุณภาพวัตถุดิบสมุนไพรผ่านการรับรอง ISO 17025 ไม่น้อยกว่า 8 แห่ง เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและอุตสาหกรรมสมุนไพรตลอดห่วงโซ่อุปทาน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพร ให้เป็น ASEAN Herbal Hub สร้างตราสัญลักษณ์คุณภาพ และส่งเสริมภาพลักษณ์สมุนไพรไทยควบคู่กับอาหาร เช่น ชูสรรพคุณสมุนไพรไทยควบคู่กับอาหารไทยครัวไทยสู่ครัวโลก

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างเหมาะสม มีระบบรับรองกระบวนการผลิตสมุนไพร ขยายตลาดผลิตภัณฑ์ Herbal Champions

ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบนิเวศ นำไปสู่การพัฒนาสมุนไพรไทยให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืน

รวมทั้งตามแผนฉบับนี้ภาครัฐมีแนวนโยบายที่จะลงทุนการวิจัยและนวัตกรรมเพิ่มห้องปฏิบัติการ ติดตามประเมินผลการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสมุนไพรไทยด้วยข้อมูลและพัฒนาสมุนไพรเชิงพื้นที่ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นระบบครบวงจรตามห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่การส่งเสริมเกษตรกรในการปลูกพืชสมุนไพร การส่งเสริมผู้ประกอบการในการพัฒนาการแปรรูปหรือการสกัดสารสมุนไพรให้เป็นผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี การส่งเสริมการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

1.2 กฎหมายผลิตภัณฑ์สมุนไพรและหน่วยงานที่มีหน้าที่ดำเนินการตามกฎหมาย

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (Food and Drug Administration - FDA) เป็นส่วนราชการระดับกรม ของประเทศไทย สังกัดกระทรวงสาธารณสุข จะมีหน้าที่ปกป้องและคุ้มครองสุขภาพประชาชนจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ส่งเสริมสุขภาพ โดยผลิตภัณฑ์สมุนไพรส่งเสริมสุขภาพเหล่านั้นต้องมีคุณภาพมาตรฐานและปลอดภัย มีการส่งเสริมพฤติกรรมการบริโภคที่ถูกต้องด้วยข้อมูลวิชาการที่มีหลักฐานเชื่อถือได้และมีความเหมาะสม เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สุขภาพมีคุณภาพปลอดภัย ผู้บริโภคมั่นใจ ผู้ประกอบการไทยก้าวไกลสู่สากล ทั้งนี้หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข คือกองผลิตภัณฑ์สมุนไพร ซึ่งมีหน้าที่ความรับผิดชอบในการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยผลิตภัณฑ์สมุนไพร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้แก่ พระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ.2562พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 และแก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2518) ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2522) ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2528) และฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2530) พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558

พระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. 2562 มีเจตนารมณ์เพื่อให้มีกฎหมายควบคุม และกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็นการที่เหมาะสมกับการควบคุมและกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สมุนไพร รวมทั้งมีการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างเป็นระบบและครบวงจร ซึ่งจะทำให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล สาระสำคัญของกฎหมายนี้ ให้มีคณะกรรมการนโยบายสมุนไพรแห่งชาติ ซึ่งมีหน้าที่กำหนดนโยบายและแผนผลิตภัณฑ์สมุนไพรการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรทั้งระบบรวมถึงการส่งเสริมผู้ประกอบการ กฎหมายนี้เปิดให้ผู้

ที่มีตำรับผลิตภัณฑ์สมุนไพรของตนเอง สามารถขอขึ้นทะเบียนตำรับได้โดยตรง เมื่อได้ทะเบียนตำรับแล้ว สามารถจ้างสถานที่ผลิตที่ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ได้ขึ้นทะเบียนและจัดจำหน่ายต่อไป

การจัดประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีการอนุมัติผลิตภัณฑ์เป็น 3 รูปแบบตามระดับความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์ดังนี้

1. การขึ้นทะเบียนตำรับสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงและต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณา
2. การแจ้งรายละเอียดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงปานกลาง
3. การจดแจ้ง สำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงต่ำเปิดโอกาสให้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร สามารถกล่าวอ้างสรรพคุณได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับหลักฐานในการกล่าวอ้างสรรพคุณ

2. สถานการณ์ตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ

จากการสัมภาษณ์ ผู้บริหาร/เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ของกรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กรมการค้าภายใน กรมการค้าต่างประเทศ และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งคำสัมภาษณ์เกี่ยวกับสถานการณ์ตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศได้มีความเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สรุปได้ดังนี้

2.1 ตลาดสมุนไพรไทยมีแนวโน้มเติบโตตามกระแสโลก ซึ่งทั่วโลกกำลังให้ความสนใจการใช้สมุนไพรเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้น โดยส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสุขภาพ เช่นอาหารเสริมและผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์สปา ซึ่งนอกจากมีการผลิตขึ้นเพื่อใช้ในประเทศ แล้วยังมีการส่งออกต่างประเทศที่ต้องการอีกด้วยในกลุ่มผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ได้แก่ ประเทศในยุโรป อเมริกา จีน และประเทศในกลุ่มอาเซียน

2.2 การที่ภาครัฐได้มีนโยบายที่ชัดเจนในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยเพื่อที่จะช่วยในเรื่องการส่งเสริม และการดูแลสุขภาพของคนไทย และช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพด้วยแพทย์แผนปัจจุบันได้ในอนาคตเพราะโครงสร้างของประชากรไทยกำลังเปลี่ยนแปลงไปเข้าสู่สถานการณ์สังคมผู้สูงอายุซึ่งจะส่งผลให้เกิดภาระค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของประเทศเพิ่มสูงขึ้น

2.3 ภาครัฐและผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญต่อการตลาดทั้งในประเทศและตลาดต่างประเทศ เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่ตรงกับความต้องการของตลาดและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

2.4 ตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศจะเติบโตได้ขึ้นอยู่กับความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ภาครัฐและผู้ประกอบการจึงต้องร่วมมือกันสร้างแบรนด์คุณภาพให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

จากการศึกษาพบว่า ตลาดสมุนไพรในประเทศมีแนวโน้มเติบโตขึ้นด้วยโครงสร้างของประชากรไทยกำลังเปลี่ยนแปลงไปเข้าสู่สถานการณ์สังคมผู้สูงอายุ (Ageing Society) โดยจะมีประชากรที่เป็นผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ ในปี พ.ศ.2567-2568 ซึ่งประเทศไทยจะมีประชากรที่เป็น

ผู้สูงอายุประมาณ 14.5 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 20 จากประชากรทั้งหมด ซึ่งจะส่งผลให้เกิดภาระค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของประเทศเพิ่มสูงขึ้น และการรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าวด้วยแนวทางการแพทย์แผนปัจจุบันเท่านั้น อาจส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางการเงินและการคลัง ในระบบสุขภาพของประเทศ ดังนั้นถือได้ว่าการที่ภาครัฐได้มีนโยบายที่ชัดเจนในการส่งเสริมสมุนไพรไทย จะช่วยในเรื่องการส่งเสริมและการดูแลสุขภาพของคนไทย และช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพด้วยแพทย์แผนปัจจุบันได้ในอนาคต ทั้งนี้สถานพยาบาลในประเทศไทยมีส่วนสำคัญที่จะทำให้ตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยในประเทศเติบโตด้วยการมีการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกในสถานพยาบาลเพราะจะสร้างความมั่นใจให้ประชาชนมากขึ้น

จากการวิเคราะห์ตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยจากข้อมูลกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ระบุว่า “สมุนไพร” มีมูลค่าการส่งออกอยู่ในหลักแสนล้านบาท โดยสมุนไพรไทยในกลุ่มอาหารเสริมมีมูลค่าการใช้และส่งออกรวมกว่า 80,000 ล้านบาท ขณะที่กลุ่มสปาและผลิตภัณฑ์มีมูลค่าประมาณ 10,000 ล้านบาท และกลุ่มยาแผนโบราณตามภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยมีมูลค่าประมาณ 10,000 ล้านบาท ทั้งนี้ ได้มีการคาดการณ์ว่ามูลค่าของอุตสาหกรรมยาจะเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า ในส่วนมูลค่าตลาดสมุนไพรและสารสกัดจากธรรมชาติ เนื่องด้วยปัจจุบันคนรุ่นใหม่นิยมใช้สมุนไพรเป็นทางเลือกในการดูแลสุขภาพมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ตลาดสมุนไพรที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตของอุตสาหกรรมยาเติบโตพุ่งสูงขึ้นเป็น 20,000 ล้านบาทในปี 2563 ขณะที่ปัจจุบันแนวโน้มดังกล่าวยังเพิ่มมากขึ้นต่อเนื่อง ซึ่งตลาดส่งออกที่บริโภคสมุนไพรที่สำคัญของไทย ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน และอเมริกา เป็นต้น (กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, 2562)

กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก รายงานว่าในช่วงปี 2560 – 2562 ประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวของตลาดสมุนไพรร้อยละ 10.3 โดยตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีสัดส่วนของตลาดสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเสริมชนิดพร้อมดื่ม กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อรักษาอาการไอ หวัด และแพ้อากาศ และกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร สอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมสมุนไพร (สำนักข่าวไทยแลนด์พลัส, 2564) ดังนั้นจึงเห็นโอกาสของการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ซึ่งการพัฒนาสมุนไพรไทยอย่างยั่งยืนจะมีความสำคัญอย่างยิ่ง นอกจากนี้ได้ประโยชน์ด้านสุขภาพของประชาชนในประเทศแล้ว ยังมีผลต่อเศรษฐกิจของประเทศคือสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันอีกด้วยจากการคาดการณ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

การขับเคลื่อนแผนแม่บทแห่งชาติฯ ที่ผ่านมารกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข คาดการณ์ว่าปี 2564 ตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศไทยจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นกว่า 50,000 ล้านบาท เป็นไปตามนโยบายขับเคลื่อนการพัฒนาพืชสมุนไพรไทยและพืชทางเลือกอื่นๆ ให้เป็นภูมิปัญญาและทรัพยากรที่มีค่าของประเทศไทย นอกจากนี้ตามแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560 – 2564 กำหนดเป้าหมายให้เพิ่มมูลค่าการบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรจาก 1.8 แสนล้านบาท เป็น 3.6 แสนล้านบาท ในปี 2564 และให้ไทยเป็นผู้นำการส่งออกสมุนไพรและผลิตภัณฑ์ฯ เป็นอันดับ 1 ในอาเซียน ทำให้ตลาดสมุนไพรไทยเติบโตก้าวกระโดด นับเป็นอัตราการเติบโตมากกว่า จีน เติบโตเฉลี่ย 5.06%, ญี่ปุ่น 0.85% และเกาหลีใต้ 5.43% (ผู้จัดการออนไลน์, 2564)

สรุปได้ว่า สถานการณ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีแนวโน้มที่ดีทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ เพราะภาครัฐได้มองเห็นความสำคัญและกำหนดนโยบายในการส่งเสริมและการพัฒนาที่ชัดเจน มีการจัดทำแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564 และให้ใช้ต่อเนื่องจนถึงปี 2565 และได้จัดทำกฎหมายว่าด้วยการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ออกตามความในพระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. 2562 และอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา รวมทั้งให้เพิ่มยุทธศาสตร์ภายใต้ (ร่าง) แผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2566-2570 เป็น 5 ยุทธศาสตร์ เพื่อรองรับการขับเคลื่อนการพัฒนาและส่งเสริมสมุนไพรตลอดห่วงโซ่มูลค่าให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ทั้งนี้ สถานการณ์การตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีแนวโน้มที่จะเติบโตด้วยปัจจัยคือกระแสการรักสุขภาพของคนไทยและคนทั่วโลก และเมื่อมาเกิดสถานการณ์โควิด-19 ยิ่งทำให้ประชาชนหันมาดูแลสุขภาพและใส่ใจสุขภาพมากขึ้น

3. ปัญหาและอุปสรรคการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

สถานการณ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีแนวโน้มที่ดีทั้งตลาดในประเทศ และตลาดต่างประเทศ ด้วยกระแสสุขภาพที่คนทั่วโลกกำลังให้ความสนใจ ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพยา และเครื่องสำอางที่มาจากธรรมชาติ ซึ่งมีมูลค่าการตลาดทั่วโลกหลักแสนล้านบาท ดังนั้นหากประเทศไทยสามารถเป็นแหล่งปลูกสมุนไพรที่ได้มาตรฐานของภูมิภาคอาเซียนและมีช่องทางการจัดจำหน่ายวัตถุดิบสมุนไพรทั้งแบบสดและแปรรูปที่ได้คุณภาพมาตรฐาน เราจึงจะสามารถพัฒนาเรื่องสมุนไพรเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร และต่อยอดความเติบโตของอุตสาหกรรมสมุนไพรของประเทศ อีกทั้งสามารถขยายตลาดไปยังต่างประเทศได้อีกด้วย (สำนักข่าวไทย, 2565) แต่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยยังไม่ใช้มีทิศทางที่สดใสทุกด้าน นักวิชาการได้ทำการพิจารณาจากห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมสมุนไพรไทย ซึ่งแสดงการเชื่อมโยงขั้นตอนในการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการเริ่มตั้งแต่การวิจัยและออกแบบตลอดจนการพัฒนาต้นแบบของ สินค้า การผลิตวัตถุดิบหรือ ผลผลิตขั้นต้น การผลิตขั้นส่วนหรือผลผลิตขั้นกลาง การประกอบหรือผลิตสินค้าสำเร็จรูป ตัวกลางทางการค้า การตลาดและการจัดจำหน่ายจนถึงมือผู้บริโภคในที่สุด จากการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากรวบรวมข้อมูลเอกสารต่างๆ และข้อมูลปฐมภูมิที่ได้รับการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง ในเบื้องต้นสามารถสรุปปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเกี่ยวกับห่วงโซ่มูลค่า (Value-Chain) ของ อุตสาหกรรมสมุนไพรไทย ดังมีรายละเอียดของการศึกษาแสดงตามตารางที่ 3-1 ดังนี้

ตารางที่ 3-1 ปัญหา และอุปสรรคในการพัฒนาสมุนไพรของประเทศไทย

ขั้นตอนในห่วงโซ่มูลค่า	ปัญหา และอุปสรรคในการพัฒนา
1. การวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้อง 1.1 การวิจัยและพัฒนาและการค้นพบยา/ผลิตภัณฑ์	- งบประมาณที่จัดสรรเพื่อการวิจัยของประเทศค่อนข้างน้อย (พิจารณาเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ) ขณะที่การจัดสรรงบประมาณในการวิจัยเป็นไปได้น้อย - ยังไม่มีทิศทางในการกำหนดทิศทางการจัดสรร

	งบประมาณที่ชัดเจน การกำหนดหัวข้อการวิจัย เป็นไปตามความสนใจของผู้ที่ทำการวิจัยเป็น ส่วนใหญ่ทำให้ไม่ตอบสนองต่อความต้องการ ของภาคอุตสาหกรรมที่จะนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์
--	---

ตารางที่ 3-1 ปัญหา และอุปสรรคในการพัฒนาสมุนไพรของประเทศไทย (ต่อ)

ขั้นตอนในห่วงโซ่มูลค่า	ปัญหา และอุปสรรคในการพัฒนา
<p>1.2 การทดลองทางคลินิกในการวิจัยและ พัฒนา</p> <p>1.3 การพัฒนาเชิงพาณิชย์</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ห้องทดลองส่วนใหญ่เป็นของหน่วยงานภาครัฐ และสถาบันการศึกษา บางส่วนยังไม่มีมาตรฐาน และยังมีจำนวนที่เพียงพอกับความต้องการในการวิจัยและพัฒนา - ผู้ประกอบการรายเล็กและปานกลาง (SMEs) ไม่สามารถ เข้าถึงผลงานวิจัยเพื่อนำมาต่อยอดเชิงพาณิชย์ - ผู้ประกอบการโดยเฉพาะรายเล็กและปานกลาง มักจะไม่สามารถถ่ายทอดงานวิจัยไปสู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์ได้อย่างราบรื่นโดยมีอุปสรรคที่สำคัญ ได้แก่ ปัญหาทั้งในด้านงบประมาณ บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ และเทคโนโลยีที่ใช้ - การพัฒนางานวิจัยเพื่อมุ่งไปสู่มุมมองใหม่ๆ ทาง การตลาด และเชิงเศรษฐศาสตร์มีน้อย
<p>2. การจัดหาวัตถุดิบเพื่อนำไปสู่การผลิต</p> <p>2.1 การเพาะปลูก และการดำเนินการ ที่เกี่ยวข้องกับการเพาะปลูก</p> <p>2.2 การจัดการวัตถุดิบ และ การเก็บรักษา</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การเพาะปลูกไม่ตอบสนองความต้องการบริโภค และการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยของ ภาคอุตสาหกรรม - ยังไม่มีการวางแผนการเพาะปลูกที่สามารถป้อน เป็นวัตถุดิบที่มีคุณภาพให้ภาคอุตสาหกรรม แต่ ส่วนใหญ่เป็นการเพาะปลูกตามความเชี่ยวชาญ ของเกษตรกร - การพัฒนาพื้นที่เพาะปลูกสมุนไพรในรูปแบบ เมืองสมุนไพร (Herbal city) ยังไม่สามารถ ดำเนินการได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ - เกิดการบุกรุกและทำลายป่าเพื่อได้มาซึ่งวัตถุดิบ โดยไม่มีการวางแผนการผลิตเพื่อทดแทนทำให้ สมุนไพรหมดจากป่าและอาจนำไปสู่การสูญพันธุ์ - ความรู้ความเข้าใจในการจัดการวัตถุดิบที่เป็น มาตรฐานยังค่อนข้างน้อย เกิดการปนเปื้อน

	สารพิษ เช่น ยาฆ่าแมลง สารเคมีต่างๆ และการจัดเก็บที่มีคุณภาพต่ำ ไม่สามารถรักษาคุณค่าและคุณภาพของสมุนไพรให้ได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด
--	---

ตารางที่ 3-1 ปัญหา และอุปสรรคในการพัฒนาสมุนไพรของประเทศไทย (ต่อ)

ขั้นตอนในห่วงโซ่มูลค่า	ปัญหา และอุปสรรคในการพัฒนา
<p>2.3 คุณภาพวัตถุดิบ</p> <p>2.4 การนำเข้าวัตถุดิบ</p> <p>2.5 การส่งออกทั้งในรูปของวัตถุดิบ และสารสกัด</p>	<p>- คุณภาพวัตถุดิบสมุนไพรไม่สม่ำเสมอทั้งด้านปริมาณ และคุณภาพที่ควรมีสารที่สำคัญในการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เกิดจากการใช้สายพันธ์</p> <p>- สมุนไพรหลายประเภทมีไม่เพียงพอ หรือไม่มีอยู่ในประเทศ หรือที่อยู่ในประเทศไม่มีมาตรฐาน ทำให้ต้องมีการพึ่งพิงการนำเข้าวัตถุดิบ และสารสกัดสมุนไพรเหล่านั้นเพื่อใช้ในการผลิตจากต่างประเทศ</p> <p>- สมุนไพรหลายประเภทเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ ในหลายกรณีการผลิตในประเทศมีไว้ เพื่อสำหรับการส่งออกเท่านั้น</p>
3. การขึ้นทะเบียน และการได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	- มีความล่าช้าในกระบวนการการขึ้นทะเบียน และการได้รับการรับรองโดยหน่วยงานภาครัฐ ทำให้เป็นอุปสรรคในการดำเนินการต่อของผู้ประกอบการ
<p>4. การผลิตเป็นผลิตภัณฑ์</p> <p>4.1 การควบคุมคุณภาพการผลิต</p> <p>4.2 การสนับสนุนการผลิตในเชิงพาณิชย์</p>	<p>- คุณภาพในการผลิตภาคอุตสาหกรรมยังไม่ได้มาตรฐาน สาทกโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการผลิตผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก</p> <p>- การสนับสนุน และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ยังไม่เพียงพอที่จะเอื้อให้สามารถแข่งขันได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ</p>
5. การตลาด	- ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดสมุนไพรไทย ทำให้ไม่สามารถส่งเสริมการตลาดได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายทั้งการตลาดในประเทศ และตลาดต่างประเทศ
6. การขนส่ง	- ขั้นตอนการขนส่งบางส่วนไม่ได้คุณภาพ หรือมีมาตรฐานน้อยทำให้ ผลิตภัณฑ์เกิดการเปลี่ยนแปลง

	คุณภาพลดลง ทำให้สูญเสียความสามารถในการจำหน่ายและแข่งขัน
--	---

ตารางที่ 3-1 ปัญหา และอุปสรรคในการพัฒนาสมุนไพรของประเทศไทย (ต่อ)

ขั้นตอนในห่วงโซ่มูลค่า	ปัญหา และอุปสรรคในการพัฒนา
7. ผู้บริโภค	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้บริโภคขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพรที่ถูกต้อง มีการบริโภคที่ไม่เหมาะสม - ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นในการบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย เนื่องจากขาดการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ระบบสารสนเทศเกี่ยวกับสมุนไพรไทยและผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยยังขาดการพัฒนาให้เป็นฐานข้อมูลที่เป็นปัจจุบันและมีความน่าเชื่อถือ
8. กลไกในการติดตาม และ กำหนดนโยบายในอนาคต	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่มีการจัดตั้งคณะกรรมการประเมินผลการพัฒนาที่ชัดเจนในแต่ละด้าน เพื่อนำข้อมูลสารสนเทศที่เป็นผลการประเมินมาวางนโยบายเพื่อกำหนดทิศทางในการพัฒนาสมุนไพรไทย

ที่มา : ผู้วิจัย, 2565.

สถานการณ์การพัฒนา และปัญหา อุปสรรค เหล่านี้เป็นประเด็นที่ต้องพิจารณาประกอบ โดยทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน/ผู้ประกอบการและภาคประชาชนในฐานะเกษตรกรต้องร่วมมือกันเพื่อทำให้เกิดการจัดการสถานการณ์ และแก้ไข ปัญหาที่เหมาะสมและนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

สรุปได้ว่า ปัญหา และอุปสรรคตามห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ขั้นตอนการวิจัยและพัฒนา คือการขาดงบประมาณและขาดหน่วยงานที่รับผิดชอบในการทำวิจัย การไม่สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในเชิงพาณิชย์ การจัดหาวัตถุดิบเพื่อนำไปสู่การผลิตมีปัญหาคือสมุนไพรหลายประเภทไม่เพียงพอหรือไม่มีอยู่ในประเทศ หรือที่อยู่ในประเทศไม่มีมาตรฐาน คุณภาพในการผลิตยังไม่ได้มาตรฐาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ไม่สามารถส่งเสริมการตลาดได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย ขั้นตอนการขนส่งบางส่วนไม่ได้คุณภาพ หรือมีมาตรฐานน้อยทำให้ ผลิตภัณฑ์เกิดการเปลี่ยนแปลงและกลไกในการติดตาม และกำหนดนโยบายไม่มีคณะกรรมการและกฎหมายที่เป็นรูปธรรมในการกำหนดทิศทางในการพัฒนาเกี่ยวกับสมุนไพร

การเปรียบเทียบการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศไทยและต่างประเทศ

1. สถานการณ์ตลาดสมุนไพรของโลก

ปัจจุบันความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติหรือสมุนไพรในตลาดโลกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ทำให้มีการนำสมุนไพรรวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่มีสมุนไพรเป็นวัตถุดิบมาใช้ทั้งในรูปของอาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง ยา อาหารเสริม ผลิตภัณฑ์สปา และอาหารที่ใช้เลี้ยงสัตว์ โดยมีปัจจัยหนุนจากกระแสรักสุขภาพและความงามของผู้บริโภคยุคใหม่ ในปี 2562 ตลาดอุตสาหกรรมที่ใช้สมุนไพรเป็นวัตถุดิบของโลกมีมูลค่าประมาณ 8.3 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ โดยอุตสาหกรรมเครื่องสำอางมีมูลค่าตลาดมากที่สุด 6.4 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 77 รองลงมา ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหารเสริม มูลค่า 1.6 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ และอุตสาหกรรมยา 0.3 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 19 และ 4 ของมูลค่าตลาดอุตสาหกรรมที่ใช้สมุนไพรเป็นวัตถุดิบ ทั้งนี้หากพิจารณาจากความต้องการใช้สมุนไพรเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมต่อเนื่องต่างๆ พบว่า อุตสาหกรรมเครื่องสำอางและอาหารเสริม มีความต้องการใช้สมุนไพรมากที่สุด 4,800 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6 ของมูลค่าอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและอาหารเสริมจากสมุนไพร โดยมีอัตราการเติบโตของการใช้สมุนไพรเป็นวัตถุดิบ เฉลี่ยอยู่ในช่วงร้อยละ 8-12 ต่อปี (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2563) โดยประเทศที่มีมูลค่าทางการตลาดสมุนไพรที่สูง ได้แก่ เยอรมนี (ร้อยละ 28) ภูมิภาคเอเชีย (ร้อยละ 19) ญี่ปุ่น (ร้อยละ 17) ฝรั่งเศส (ร้อยละ 13) ประเทศอื่น ๆ ในทวีปยุโรป (ร้อยละ 12) และทวีปอเมริกาเหนือ (ร้อยละ 11)

ผลการสำรวจตลาดและการคาดการณ์โดย Global Industry Analysts, Inc. ในช่วงปี 2015) ได้ระบุผลการประมาณการว่า ตลาดโลกด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพรเสริมอาหาร และการรักษาด้วยสมุนไพร (Herbal Supplements and Remedies) จะมีมูลค่าเท่ากับ 1.15 แสนล้านเหรียญสหรัฐ ภายในปี ค.ศ. 2020 เนื่องจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของการกำหนดให้เพื่อส่งเสริมสุขภาพ และป้องกันโรคเป็นยุทธศาสตร์เชิงรุกในการยกระดับของสุขภาพและความเป็นอยู่ของประชาชนในโลกอย่างมีประสิทธิภาพ ความตระหนักรู้ที่รวดเร็วและกว้างขวางเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของผู้บริโภค และแนวโน้มในการดูแลสุขภาพและความงามที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภคที่ดูแลตนเอง

ผลการคาดการณ์เกี่ยวกับแนวโน้มตลาดดังกล่าวข้างต้น ได้ระบุว่าภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเป็นภูมิภาคที่มีแนวโน้มการเจริญเติบโตที่รวดเร็วที่สุด โดยมีอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ย (CAGR) เท่ากับ ร้อยละ 9.1 ตลอดช่วงระยะเวลาของการประมาณการ (ปี ค.ศ. 2013-2020) ผลการคาดการณ์ดังกล่าวมีที่มาจากลักษณะวัฒนธรรมประเพณีของภูมิภาคที่มีความเชื่อมโยงกับการใช้สมุนไพรเพื่อการรักษาและดูแลสุขภาพและความเชื่อมั่นเกี่ยวกับประสิทธิผลและความปลอดภัยของสมุนไพรและส่วนประกอบที่เป็นสมุนไพรของผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเทศที่มีรากฐานเกี่ยวกับสมุนไพรอย่างมากอย่างประเทศอินเดีย และจีนยังได้มีการจัดเตรียมสภาพแวดล้อมอย่างครบถ้วนที่เอื้อให้เกิดการใช้สมุนไพรใน ลักษณะที่ทันสมัยเพิ่มขึ้นภายในภูมิภาค โดยประเทศจีนมีฐานะเป็นหนึ่งในผู้ผลิต (Supplier) สมุนไพรที่เป็นอาหารเสริมรายใหญ่ให้แก่ตลาดสหรัฐอเมริกาและตลาดยุโรปตะวันตก นอกจากนี้หากพิจารณาในลักษณะของ การใช้สมุนไพรเพื่อการรักษาแล้ว

ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเป็นภูมิภาคที่มีขนาดของตลาดในส่วนนี้ ใหญ่ที่สุด ซึ่งครอบคลุมทั้งประเภทย่อยของการใช้ สมุนไพรเพื่อการรักษาอย่างการใช้สมุนไพรเพื่อการรักษาแบบจีน และแบบอินเดีย เป็นต้น (กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข, 2560)

ทั้งนี้จากการศึกษาเอกสารพบว่าขนาดตลาดสมุนไพร มีประเด็นที่สำคัญดังนี้

1. สหรัฐอเมริกาเป็นผู้บริโภคและนำเข้าสมุนไพรรายใหญ่ที่สุดของโลก โดยในปี 2562 สหรัฐอเมริกานำเข้าสมุนไพรจากโลกคิดเป็นมูลค่า 3.5 พันล้านเหรียญสหรัฐโดยมีปัจจัยสำคัญมาจากความต้องการบริโภคของกลุ่มชาติพันธุ์ โดยเฉพาะกลุ่มชาวเอเชีย ลาตินอเมริกาและยุโรป ตะวันออก ซึ่งมีการบริโภคสมุนไพรในปริมาณที่สูง รวมถึงการบริโภคของชาวอเมริกันโดยมีปัจจัยชี้แจงจากผลวิจัยถึงสรรพคุณของสมุนไพร โดยสมุนไพรนำเข้าที่สำคัญของสหรัฐอเมริกาและมีแนวโน้มบริโภคเพิ่มขึ้นในอนาคต เช่น พริกไทยดำ วานิลลา อบเชย ชิง ขมิ้น และยี่หระ เป็นต้น

2. สหภาพยุโรป โดยเฉพาะเยอรมนีซึ่งเป็นผู้บริโภคและนำเข้าสมุนไพรอันดับสองของโลก ด้วยมูลค่าการนำเข้าปี 2562 เท่ากับ 1.5 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยสมุนไพรที่เยอรมนีนำเข้าเข้าส่วนใหญ่จะเน้นสมุนไพรที่มีสรรพคุณด้านเสริมสร้างสุขภาพ เช่นพริกไทย ยี่หระ ลูกจันทน์ อบเชย และชิง เป็นต้น

3. อัตราการเติบโตของการบริโภคสมุนไพรพบว่าภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จะมีอัตราการเติบโตของการบริโภคสมุนไพรมากที่สุด เฉลี่ยร้อยละ 9.1 ต่อปี ตลอดระยะเวลาประมาณการปี 2556 – 2563 เนื่องจากวัฒนธรรมประเพณีของภูมิภาคมีการเชื่อมโยงกับการใช้สมุนไพรเพื่อการรักษาและดูแลสุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจีนและอินเดีย ซึ่งมีรากฐานการใช้สมุนไพรมาอย่างยาวนาน โดยสมุนไพรที่มีการใช้แพร่หลายในจีน เช่น โสม เห็ดหลินจือ เมล็ดบัว อังกี้ โกศเชียง โกศน้ำเต้า แปะกัวย รากชะเอมเทศ ขณะที่สมุนไพรที่มีการใช้แพร่หลายในอินเดีย เช่น โสมอินเดีย ขมิ้นชัน สะเดา ว่านหางจระเข้ มะขามป้อม ชะเอมเทศ ชิง ยี่หระ เป็นต้น ส่วนสมุนไพรที่มีใช้แพร่หลายในไทย เช่น กระชายดำ ขมิ้นชัน บัวบก มะขามป้อม พริก ฟ้าทะลายโจร กระเจี๊ยบแดง ว่านหางจระเข้ หญ้าหวาน ไพล เป็นต้น ซึ่งสมุนไพรเหล่านี้มีล้วนมีสรรพคุณเด่นในการบำรุงร่างกายและดูแลสุขภาพ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2563)

จากการศึกษาตลาดสมุนไพรของโลก ข้อมูลของตลาดดังกล่าวข้างต้นการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยของไทยโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ควรใช้เป็นข้อมูลสารสนเทศในการกำหนดยุทธศาสตร์ในด้านการตลาดเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

2. เปรียบเทียบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศไทยและต่างประเทศกรณีศึกษา :แนวทางการพัฒนาสมุนไพรของประเทศจีน

จากการศึกษาที่เป็นกรณีศึกษา: แนวทางการพัฒนาสมุนไพรของประเทศไทย เนื่องจากประเทศจีนเป็นประเทศหนึ่งที่มีทั้งชนิด และปริมาณสมุนไพรจำนวนมาก มีประวัติการใช้สมุนไพรมาอย่างยาวนานและมีการส่งออกสมุนไพรจีนและผลิตภัณฑ์อันดับต้นๆของโลก โดยรัฐบาลจีนให้ความสำคัญและการสนับสนุนทุกด้านอย่างเต็มที่ที่มีกรณีศึกษา ดังนี้

2.1 แนวทางการพัฒนาสมุนไพรของมณฑลเจียงซี

รัฐบาลของมณฑลเจียงซีได้จัดการประชุมส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรม การแพทย์แผนจีน โดยระบุว่าในปี 2562 อุตสาหกรรมการแพทย์แผนจีนของมณฑลเจียงซีมีแนวโน้ม พัฒนาในทางที่ดี โดยมีมูลค่าการผลิตกว่า 5.06 หมื่นล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.7 เมื่อเทียบกับ ปีก่อนหน้า ด้วยการจัดมาตรการสำคัญที่นำมาใช้ในการพัฒนาอย่างเป็นระบบครบวงจร ได้แก่

2.1.1 ยกระดับคุณภาพการปลูกพืชสมุนไพรจีนและส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถ ในการแข่งขันทางการตลาดของยาสมุนไพรจีนที่ผลิตในมณฑลเจียงซี โดยตั้งเป้าหมายขยายพื้นที่ปลูก พืชสมุนไพรจีนให้ได้มากกว่า 1.25 ล้านไร่ ปริมาณการผลิตมากกว่า 800,000 ตันต่อปี และมูลค่าการ ผลิตยาสมุนไพรจีนมากกว่า 2 หมื่นล้านหยวนต่อปีภายในปี 2563 เพื่อพัฒนามณฑลเจียงซีให้เป็น พื้นที่นำร่องการผลิตยาสมุนไพรจีนแห่งชาติ

2.1.2 ส่งเสริมการพัฒนาวิสาหกิจนำร่องในสาขาอุตสาหกรรมทางการแพทย์แผนจีน ขั้นนำ และสร้างยี่ห้อยาแพทย์แผนจีนที่มีชื่อเสียงระดับแนวหน้าของประเทศ โดยตั้งเป้าหมายมูลค่า การผลิตของอุตสาหกรรมทางการแพทย์แผนจีนของมณฑลให้มากกว่า 1 แสนล้านหยวนต่อปีภายในปี 2566

2.1.3 เร่งส่งเสริมการปลูกพืชสมุนไพรจีนโดยใช้แนวปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practices : GAP) ในพื้นที่ยากจนและพื้นที่ภูเขาของเจียงซี โดยตั้งเป้าหมาย มูลค่าการผลิตและพื้นที่การปลูกพืชสมุนไพรจีนให้ได้มากกว่าร้อยละ 50 ของประเทศภายในปี 2568 และส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตยาสมุนไพรจีนให้กลายเป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่เพิ่ม รายได้สุทธิของเกษตรกรในพื้นที่ยากจน

2.1.4 จัดตั้งศูนย์การฝึกอบรมบุคลากรที่มีทักษะและประสบการณ์ที่ดีในการ ปลูกพืชสมุนไพรจีนในพื้นที่ยากจน และจัดตั้งกองทุนเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการปลูก และผลิตยาสมุนไพรจีนให้มีประสิทธิภาพสูงและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

2.1.5 รัฐบาลเจียงซีออกนโยบายส่งเสริมการรักษาโรคด้วยการแพทย์แผนจีน อาทิ การใช้ความร้อนและสมุนไพรจีนในการขจัดความเย็นของร่างกายเพื่อรักษาโรค COVID-19 เช่น “การรมยาตามแบบแพทย์แผนจีน” และส่งเสริมประยุกต์ใช้ “การรมยาตามแบบแพทย์แผนจีน” ในโรงพยาบาลแพทย์แผนจีนของเจียงซีอย่างแพร่หลาย

2.1.6 มณฑลเจียงซีได้จัดตั้ง “เขตทดลองการศึกษาการแพทย์แผนจีนนานาชาติ ระดับประเทศ (หนานชาง)” แห่งแรกของประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออบรมบุคลากรต่างชาติ ในสาขาการแพทย์แผนจีน และส่งเสริมความร่วมมือด้านการแพทย์แผนจีนระหว่างประเทศ

2.1.7 ด้านการแปรรูปและพัฒนาในเชิงอุตสาหกรรม ส่งเสริมให้ภาคเอกชน พัฒนาด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม และศักยภาพด้านการส่งออก โดยส่งเสริมให้ภาคเอกชนผลิตให้ได้ คุณภาพมาตรฐานทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ เช่น มาตรฐานการจัดการคุณภาพการผลิต สมุนไพรของจีน GAP (Good Agricultural Practice for Chinese Crude Drugs) ระบบควบคุม คุณภาพ 7 ประการสำหรับสมุนไพรจีน (7S Quality Assurance and Management System) เกิดขึ้นภายใต้ “แผนพัฒนาและอนุรักษ์สมุนไพรจีน 2558-2563” สังกัดสำนักงานกำกับดูแลแพทย์ แผนจีน (State Administration of Traditional Chinese Medicine) โดยควบคุมคุณภาพ 7 ด้าน ได้แก่ วัตถุดิบ การเพาะปลูก การแปรรูป การตรวจสอบ บรรจุภัณฑ์ โภคภัณฑ์ และระบบติดตาม

การพัฒนาโรงงานให้ได้มาตรฐานสากล GMP ซึ่งใช้เกณฑ์หรือข้อกำหนดพื้นฐานที่จำเป็นในการควบคุมการผลิตอาหาร จัดทำขึ้นโดยหน่วยงานมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ หรือโคเด็กซ์ (CODEX) เพื่อให้สมาชิกทั่วโลกใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติ เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภคและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานการส่งออกในรูปแบบสินค้าออร์แกนิก อาทิ มาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์ญี่ปุ่น (Japanese Agricultural Standard : Organic JAS mark) มาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์สหรัฐฯ (National Organic Program : NOP)

2.2 แนวทางการพัฒนาสมุนไพรของมณฑลยูนนาน

แนวทางการพัฒนาสมุนไพรของมณฑลยูนนาน รัฐบาลจีนได้มีนโยบายจำกัดความยากจนของประชาชนที่อยู่ห่างไกลจากความเป็นเมือง เช่น มณฑลยูนนานที่มีพื้นที่เป็นภูเขาสูงโดยส่วนใหญ่ ที่ตั้งเมืองต่างๆห่างไกลชุมชน ได้มีแนวทางที่สำคัญดังนี้

2.2.1 ภาครัฐมีการเชื่อมโยงนโยบายขจัดปัญหาความยากจนกับการพัฒนาอุตสาหกรรมสมุนไพรที่ใช้วัตถุดิบจากพื้นที่ที่เป็นเมืองสมุนไพรดังเช่นที่มณฑลยูนนาน เมืองสมุนไพรแห่งประเทศจีน ที่ภาครัฐมีการเชื่อมโยงนโยบายขจัดปัญหาความยากจน

2.2.2 ภาครัฐมีการผลักดันอุตสาหกรรมหลากหลายประเภทเพื่อให้อุตสาหกรรมในท้องถิ่นมีความเข้มแข็ง และสามารถเป็นอุตสาหกรรมที่จะมีส่วนช่วยขจัดปัญหาความยากจนลงไป โดยอุตสาหกรรมเหล่านี้จะใช้แนวโน้มของตลาดเป็นทิศทางในการพัฒนาบวกกับจะได้รับความสนับสนุนจากบริษัทที่เป็นผู้นำในอุตสาหกรรมด้านนั้น ๆ อีกด้วย การที่บริษัทชั้นนำจับมือกับท้องถิ่นจะทำให้สามารถใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นได้อย่างคุ้มค่ามากยิ่งขึ้น เปรียบเสมือนการเชื่อมโยงระหว่างอุปสงค์และอุปทานเข้าด้วยกัน ก่อเกิดเป็นรูปแบบการพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบใหม่และเป็นประโยชน์ในการต่อสู้กับปัญหาความยากจน กล่าวคือ การพัฒนาอุตสาหกรรมเหล่านี้ จะเป็นช่องทางในการสร้างรายได้ สร้างโอกาสทางการจ้างงาน ตลอดจนสร้างโอกาสในการหลุดพ้นจากความยากจนให้กับผู้คนในท้องถิ่น ประกอบกับความจริงที่ว่าประชากรที่มีความยากจนของประเทศส่วนมากนั้นอาศัยอยู่ในบริเวณฝั่งตะวันตกและตามพื้นที่ภูเขาสูง ซึ่งเป็นบริเวณที่ทรัพยากรด้านสมุนไพรจีนอุดมสมบูรณ์เป็นอย่างมาก

2.2.3 ภาครัฐมีการส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นปลูกพืชสมุนไพรจีนและเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงเกษตรกรที่ผลิตวัตถุดิบสมุนไพรจีนกับผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม ทั้งนี้ด้วยเพราะสมุนไพรจีนแฝงไปด้วยคุณสมบัติทางยาที่เป็น เอกลักษณ์ และผสมผสานเข้ากับวัฒนธรรมจีนอย่างลึกซึ้ง ดังนั้นนักวิชาการในประเทศส่วนมากจึงเชื่อว่า สมุนไพรจีนจะเป็นอีกหนึ่งภาคอุตสาหกรรมสำคัญที่จะช่วยขจัดความยากจนให้หมดไปจากท้องถิ่น มณฑลยูนนานขึ้นชื่อว่าเป็นแหล่งสมุนไพรที่สำคัญเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศ โดยมีผลผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรรวมกว่าปีละเป็นล้านตันเป็นอย่างต่ำ อาทิ โสมซานซี ถั่งเช่า และ เทียน

2.2.4 ภาครัฐส่งเสริมให้บริษัทที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสมุนไพรจีน พยายามเข้าถึงแหล่งธรรมชาติของสมุนไพรจีนเหล่านี้ ด้วยการลงทุนในพื้นที่ อาทิ การลงทุนในหีบประมาณในการเพาะปลูก และเก็บเกี่ยวพืชสมุนไพรในพื้นที่กว่า 6,000 ตารางกิโลเมตร ในอำเภอหลินชาง กระตุ้นให้เกิดการจ้างงานประชากรในพื้นที่ ซึ่งในพื้นที่นี้มีประชากรอาศัยอยู่ ประมาณ 170,000 กว่า

ครัวเรือน มีสัดส่วนประชากรที่มีความยากจน และผ่านการขึ้น ทะเบียนอย่างถูกต้องอยู่ประมาณ 31,268 ครัวเรือน

จากกรณีศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของจีนจาก 2 มณฑลดังกล่าวเมื่อเปรียบเทียบกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศไทยพบว่ามีความเหมือนกันหลายด้าน ดังนี้คือ

1. การที่ภาครัฐมีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนในการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยมีการจัดทำแผนแม่บท และแผนปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรตั้งแต่ต้นทางคือการปลูกพืชสมุนไพร กลางทาง คือการผลิตการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ และการขนส่ง และปลายทางคือถึงมือผู้บริโภค รวมทั้งการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาเมืองสมุนไพร (Herbal city) แต่มีรายละเอียดของการเลือกเมืองสมุนไพรที่แตกต่างกัน ของประเทศจีนเน้นการพัฒนาเมืองสมุนไพรจากพื้นที่ยากจน ขณะที่การพัฒนาเมืองสมุนไพรไทยเน้นด้านภูมิรัฐศาสตร์ อัตลักษณ์วิถีชีวิตและจุดเด่นของเมืองมาเป็นแนวทางการพัฒนาเมืองสมุนไพร

2. การกำหนดมาตรฐานเพื่อคุณภาพทุกๆ ขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทานในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การเตรียมดินเพื่อเพาะปลูก การผลิต และการแปรรูป การขนส่ง การตลาด ไปจนถึงการเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐาน เพื่อให้ได้มาตรฐานสากล สร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และให้เป็นที่เชื่อมั่นของผู้บริโภค

3. การที่ภาครัฐมีการส่งเสริมการวิจัย และพัฒนาด้านสมุนไพร เพื่อการต่อยอดเชิงธุรกิจให้ผู้ประกอบการ

4. มีการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

5. มีการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทาน

6. ให้ความสำคัญในการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพร สร้างตราสัญลักษณ์คุณภาพ และส่งเสริมภาพลักษณ์สมุนไพร

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของจีนมีประเด็นที่เป็นข้อที่ดีกว่าของประเทศไทย และอาจเป็นแนวทางที่ประเทศไทยสามารถประยุกต์ใช้ในการพัฒนาต่อไป คือ

1. การที่ภาครัฐของจีนได้มีนโยบายในการพัฒนาพื้นที่ที่ยากจนให้กลายเป็นพื้นที่ในการ เพาะปลูกพืชสมุนไพรจีน และกลายเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบไปสู่การผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่อไป

2. ภาครัฐมีความร่วมมือกับภาคเอกชนชัดเจนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรจีน

3. มีการจัดตั้งศูนย์การฝึกอบรมบุคลากรที่มีทักษะและประสบการณ์ที่ดีในการปลูกพืชสมุนไพรจีนในพื้นที่ยากจน

4. จัดตั้งกองทุนเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการปลูกและผลิตยาสมุนไพรจีนให้มีประสิทธิภาพสูงและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นการช่วยเหลือประชากรในพื้นที่ให้มีอาชีพ และรายได้โดยภาครัฐให้การสนับสนุนทั้งงบประมาณ และเทคโนโลยี

5. การจัดตั้งเขตทดลองการศึกษาการแพทย์แผนจีนนานาชาติระดับประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออบรมบุคลากรต่างชาติในสาขาการแพทย์แผนจีน และส่งเสริมความร่วมมือด้านการแพทย์แผนจีนระหว่างประเทศ ซึ่งถือว่าเป็นการดำเนินงานที่จะทำให้สมุนไพรของจีนเป็นที่รู้จักแพร่หลายในต่างประเทศมากขึ้น

ข้อได้เปรียบของการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยคือสภาพทางภูมิศาสตร์ที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบกว่าประเทศจีน เนื่องจากประเทศไทยตั้งอยู่ในเขตร้อนชื้นทำให้มีความหลากหลายทางชีวภาพ โดยเฉพาะความหลากหลายของพืชสมุนไพรไทยที่กระจายอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ ดังนั้นถ้าประเทศไทยสามารถพัฒนาเมืองที่มีชนิดของสมุนไพรตรงกับความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศให้เป็นเมืองสมุนไพร (Herbal city) ซึ่งเมืองสมุนไพรของไทยมีอยู่กระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ ด้วยสภาพอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูก แต่ละจังหวัดของประเทศไทยมีพื้นที่ที่มีอัตลักษณ์วิถีชีวิต วัฒนธรรมและจุดเด่น ซึ่งสามารถส่งเสริมการเพาะปลูกสมุนไพรให้เป็นแหล่งวัตถุดิบ มีการร่วมมือกับภาคเอกชนเพื่อเป็นแหล่งการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่เป็นที่ต้องการตลาด เป็นแหล่งการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบูรณาการกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งถ้าการพัฒนาเมืองสมุนไพรตรงตามเป้าหมายของแผนแม่บทแห่งชาติๆ ก็จะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้และอาจจะกลายเป็นประเทศที่มีการส่งออกสมุนไพรทั้งที่อยู่ในรูปวัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์สมุนไพรอันดับต้นๆของโลกได้เช่นกัน

สรุปได้ว่า ปัจจุบันความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติหรือสมุนไพรในตลาดโลกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ทำให้มีการนำสมุนไพรรวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่มีสมุนไพรเป็นวัตถุดิบมาใช้ ทั้งในรูปของอาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง ยา อาหารเสริม ผลิตภัณฑ์สปา และอาหารที่ใช้เลี้ยงสัตว์ โดยมีปัจจัยหนุนจากกระแสรักสุขภาพและความงามของผู้บริโภคยุคใหม่ ผลการคาดการณ์เกี่ยวกับแนวโน้มตลาดดังกล่าวข้างต้น ได้ระบุว่าภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเป็นภูมิภาคที่มีแนวโน้มการเจริญเติบโตที่รวดเร็วที่สุด โดยมีอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ย (CAGR) เท่ากับ ร้อยละ 9.1 ตลอดช่วงระยะเวลาของการประมาณการปี ค.ศ. 2013-2020 ผลการคาดการณ์ดังกล่าว มีที่มาจากลักษณะวัฒนธรรมประเพณีของ ภูมิภาคที่มีความเชื่อมโยงกับการใช้สมุนไพรเพื่อการรักษาและดูแลสุขภาพ และความเชื่อมั่นเกี่ยวกับประสิทธิผลและความปลอดภัยของสมุนไพรและส่วนประกอบที่เป็นสมุนไพรของผลิตภัณฑ์ และจากการศึกษาเปรียบเทียบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศไทย และประเทศจีนที่เป็นกรณีศึกษา พบว่ามีแนวทางเหมือนกัน หลายด้านคือ ภาครัฐมีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนในการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพร การกำหนดมาตรฐานเพื่อคุณภาพทุกๆ ขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทาน ภาครัฐมีการส่งเสริมการวิจัย และพัฒนาด้านสมุนไพร เพื่อการต่อยอดเชิงธุรกิจให้ผู้ประกอบการ การพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทานและการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพร สร้างตราสัญลักษณ์คุณภาพ และส่งเสริมภาพลักษณ์สมุนไพร

สรุป

สถานการณ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีแนวโน้มที่ดีทั้งในประเทศ และตลาดต่างประเทศ เพราะภาครัฐได้มองเห็นความสำคัญ และกำหนดนโยบายในการส่งเสริม และการพัฒนาที่ชัดเจน

มีการจัดทำแผนแม่บทแห่งชาติ ว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564 และให้ใช้ต่อเนื่องจนถึงปี 2565 และได้จัดทำกฎหมายลำดับรองว่าด้วยการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ออกตามความในพระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. 2562 และอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของกองผลิตภัณฑ์สมุนไพร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา รวมทั้งให้เพิ่มยุทธศาสตร์ ภายใต้ (ร่าง) แผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2566-2570 เป็น 5 ยุทธศาสตร์ เพื่อรองรับการขับเคลื่อนการพัฒนาและส่งเสริมสมุนไพรตลอดห่วงโซ่คุณค่าให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

แผนการพัฒนาสมุนไพรไทย ดังกล่าวขับเคลื่อนโดย 3 กระทรวงหลัก ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุขทำหน้าที่ดูแลในเรื่องการสร้างเชื่อมั่นในคุณค่าและคุณภาพของสมุนไพรไทย สนับสนุนการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพร และลดความยุ่งยากในการขออนุญาตผลิตของผู้ประกอบการ กระทรวงพาณิชย์ดูแลรับผิดชอบเรื่องการเพิ่มช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ การจับคู่เจรจาธุรกิจ การออกงานแสดงสินค้า การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสู่ตลาดต่างประเทศ และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เดินหน้าขยายพื้นที่ปลูกพืชสมุนไพรแบบอินทรีย์ เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่ปลอดภัย สามารถขายได้ราคาดีขึ้น รวมถึงส่งเสริมให้เกษตรกรรวมกลุ่มเป็นแปลงใหญ่พืชสมุนไพร เพื่อจะได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้แบบครบวงจรภายใต้หลักสูตรที่สอดคล้องกับสภาพพื้นที่ดำเนินการและความต้องการของเกษตรกร ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องให้ข้อมูลว่าสถานการณ์การตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีแนวโน้มที่เติบโตขึ้นทั้งตลาดในประเทศ และตลาดต่างประเทศเพราะประชาชนหันมาใส่ใจในเรื่องสุขภาพมากขึ้น การที่ภาครัฐได้มีนโยบายที่ชัดเจนในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยเพื่อที่จะช่วยในเรื่องการส่งเสริมและการดูแลสุขภาพของคนไทย และช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพด้วยแพทย์แผนปัจจุบันได้ ในอนาคตเพราะประชากรไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ แต่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยนั้น ได้พบปัญหา และอุปสรรคตามห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ขั้นตอนการวิจัยและพัฒนาคือการขาดงบประมาณและขาดหน่วยงานที่รับผิดชอบในการทำวิจัย การไม่สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในเชิงพาณิชย์ การจัดหาวัตถุดิบเพื่อนำไปสู่การผลิตมีปัญหาคือสมุนไพรหลายประเภทไม่เพียงพอ หรือไม่มีอยู่ในประเทศ หรือที่อยู่ในประเทศไม่มีมาตรฐาน คุณภาพในการผลิตยังไม่ได้มาตรฐานโดยเฉพาะอย่างยิ่งในผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ไม่สามารถส่งเสริมการตลาดได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย ขั้นตอนการขนส่งบางส่วน ไม่ได้คุณภาพ หรือมีมาตรฐานน้อยทำให้ ผลิตภัณฑ์เกิดการเปลี่ยนแปลงและกลไกในการติดตาม และกำหนดนโยบายไม่มีคณะกรรมการและกฎหมายที่เป็นรูปธรรมในการกำหนดทิศทางในการพัฒนาที่เกี่ยวกับสมุนไพร สถานการณ์การพัฒนา และปัญหา อุปสรรคเหล่านี้เป็นประเด็นที่ต้องพิจารณาประกอบ โดยทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน/ผู้ประกอบการ และภาคประชาชน ในฐานะเกษตรกรต้องร่วมมือกันเพื่อทำให้เกิดการจัดการสถานการณ์ และแก้ไข ปัญหาที่เหมาะสมและนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป ปัจจุบันความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มาจากรธรรมชาติหรือสมุนไพรในตลาดโลกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ทำให้มีการนำสมุนไพรรวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่มีสมุนไพรเป็นวัตถุดิบมาใช้ ทั้งในรูปของอาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง ยา อาหารเสริม ผลิตภัณฑ์สปา และอาหารที่ใช้เลี้ยงสัตว์ โดยมีปัจจัยหนุนจากกระแสรักสุขภาพและความงามของผู้บริโภคยุคใหม่ ผลการคาดการณ์เกี่ยวกับแนวโน้มตลาดดังกล่าวข้างต้น ด้ระบุว่ามีภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเป็นภูมิภาคที่มีแนวโน้ม

การเจริญเติบโตของตลาดสมุนไพรที่รวดเร็วที่สุด โดยมีอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 9.1 ตลอดช่วงระยะเวลาของการประมาณการปี พ.ศ. 2556- 2563 ผลการคาดการณ์ดังกล่าวมีที่มาจาก การลักษณะวัฒนธรรมประเพณีของภูมิภาคที่มีความเชื่อมโยงกับการใช้สมุนไพรเพื่อการรักษาและดูแลสุขภาพและความเชื่อมั่นเกี่ยวกับประสิทธิผลและความปลอดภัยของสมุนไพรและส่วนประกอบที่เป็นสมุนไพรของผลิตภัณฑ์ และจากการศึกษาเปรียบเทียบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศไทยและประเทศจีนที่เป็นกรณีศึกษาพบว่ามีความเหมือนกัน หลายด้านคือภาครัฐมีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนในการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพร การกำหนดมาตรฐานเพื่อคุณภาพทุกๆขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทาน ภาครัฐมีการส่งเสริมการวิจัย และพัฒนาด้านสมุนไพรเพื่อการต่อยอดเชิงธุรกิจให้ผู้ประกอบการ การพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทานและการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพร สร้างตราสัญลักษณ์คุณภาพ และส่งเสริมภาพลักษณ์สมุนไพรแต่ทั้งนี้แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของจีนมีข้อที่ดีกว่าของประเทศไทยคือการที่ภาครัฐของจีนได้มีนโยบายในการพัฒนาพื้นที่ที่ยากจนให้กลายเป็นพื้นที่ในการเพาะปลูกพืชสมุนไพรจีน และกลายเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบไปสู่การผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่อไป รวมทั้งมีการจัดตั้งศูนย์การฝึกอบรมบุคลากรที่มีทักษะและประสบการณ์ที่ดีในการปลูกพืชสมุนไพรจีนในพื้นที่ที่ยากจน และจัดตั้งกองทุนเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการปลูกและผลิยาสมุนไพรจีนให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นนโยบายที่มีการช่วยเหลือประชากรในพื้นที่ที่ยากจนให้มีอาชีพ และสร้างรายได้ให้คนในชุมชน การที่ภาครัฐให้การสนับสนุนทั้งงบประมาณ และเทคโนโลยีเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ที่ยากจน อีกประเด็นที่จะเป็นแบบอย่างให้กับประเทศไทยคือจัดตั้งเขตทดลองการศึกษาการแพทย์แผนจีนนานาชาติระดับประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออบรมบุคลากรต่างชาติในสาขาการแพทย์แผนจีน และส่งเสริมความร่วมมือด้านการแพทย์แผนจีนระหว่างประเทศ ซึ่งถือว่าเป็นการดำเนินงานดังกล่าวจะทำให้สมุนไพรของจีนเป็นที่รู้จักแพร่หลายในต่างประเทศมากขึ้น ทั้งนี้ข้อได้เปรียบของการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยเมื่อเปรียบเทียบกับการพัฒนาของประเทศจีน คือสภาพทางภูมิศาสตร์ที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบ เพราะตั้งอยู่ในเขตร้อนชื้นทำให้มีความหลากหลายทางชีวภาพ โดยเฉพาะความหลากหลายของพืชสมุนไพรไทยที่กระจายอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ รวมทั้งเป้าหมายของภาครัฐที่มีการพัฒนาเมืองสมุนไพรในจังหวัดที่มีอัตลักษณ์และจุดเด่นทางภูมิรัฐศาสตร์เพื่อการส่งเสริมการปลูกพืชสมุนไพรให้เป็นแหล่งวัตถุดิบ ร่วมมือกับภาคเอกชน เพื่อเป็นแหล่งการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่เป็นที่ต้องการของตลาด แหล่งการจำหน่ายบูรณาการกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งถ้าประเทศไทยสามารถพัฒนาเมืองที่มีชนิดของสมุนไพรตรงกับความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศให้เป็นเมืองสมุนไพร (Herbal city) ได้ตรงตามเป้าหมายของแผนแม่บทแห่งชาติฯก็จะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้สรุปได้ว่าประเทศไทยจะส่งเสริม และพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืนต้องมีความร่วมมือจากทุกภาคส่วนของสังคม และต้องคำนึงถึงหลักความสมดุลของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

บทที่ 4

แนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน

ในบทนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอแนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืนโดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยข้อที่ 3 คือเพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาวิจัยที่ได้จากการศึกษาเอกสารต่างๆและวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เชิงลึกมีรายละเอียดดังนี้

แนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน

ผลการศึกษาวิจัยทั้งการศึกษาเอกสารต่างๆ และบทสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยเพื่อนำเสนอแนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืนมีดังนี้

จากการที่ภาครัฐได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพร จึงมอบหมายให้องค์กรภาครัฐจากกระทรวงต่างๆ เช่นกระทรวงสาธารณสุข กระทรวงเกษตรและสหกรณ์กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม รวมทั้งองค์กรภาคเอกชน เป็นคณะทำงานในการจัดทำแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564 เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นระบบครบวงจรตั้งแต่การส่งเสริมเกษตรกรในการปลูกพืชสมุนไพร การส่งเสริมผู้ประกอบการในการพัฒนาการแปรรูปหรือการสกัดสารสมุนไพรให้เป็นผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี การส่งเสริมการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันยังพบว่าการดำเนินการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยในด้านต่างๆ ยังไม่มีความต่อเนื่อง ขาดการวางแผนเป้าหมายในการพัฒนาสมุนไพรที่มีศักยภาพเป็นผลิตผลที่สำคัญของประเทศ ขาดการวิเคราะห์การตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งหน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ผู้ประกอบการ และภาคประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสมุนไพรไทยยังไม่มีบูรณาการงานเข้าด้วยกัน แต่เป็นไปในลักษณะต่างคนต่างทำ ส่งผลให้อุตสาหกรรมและการตลาดของสมุนไพรได้รับการพัฒนาไม่เท่าที่ควรโดยสะท้อนจากมูลค่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่บริโภคในประเทศและมูลค่าการส่งออก นอกจากนี้สัดส่วนมูลค่าการผลิต การบริโภคและการส่งออกส่วนใหญ่ยังเป็นในรูปแบบของวัตถุดิบพืชสมุนไพรมากกว่าในรูปแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีมูลค่าทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันอย่างมากระหว่างนี้ตามแนวคิดของนักวิชาการมีความเห็นว่า การพัฒนาศักยภาพสมุนไพรไทยอย่างยั่งยืนจะต้องยึดหลัก BCG Economy Model ที่เน้นการพัฒนา 3 เศรษฐกิจ คือ ระบบเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) ที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพอย่างคุ้มค่า เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ที่คำนึงถึงการนำวัสดุต่างๆกลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ที่มุ่งเน้นการแก้ปัญหาและเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยต้องพึ่งพาความรู้ การจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูง และต้องผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐานและกฎเกณฑ์สากล ให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับ

สิ่งแวดล้อมและมาตรฐานแรงงานที่ดี สินค้าต้องตรวจสอบย้อนกลับแหล่งที่มาได้ และปรับปรุงแบบบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัย มีความปลอดภัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง และวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เชิงลึก ถึงแนวทางการดำเนินงานของภาครัฐในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน ผลการศึกษามีดังนี้

1. แนวทางการดำเนินงานของภาครัฐ

แนวทางการดำเนินงานของภาครัฐในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน มีประเด็นที่สำคัญที่ได้จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติของหน่วยงานภาครัฐได้แก่ กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กรมส่งเสริมการเกษตร กรมการค้าภายใน และกรมการค้าต่างประเทศ และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษามีดังนี้

1.1 ภาครัฐควรจัดทำระบบสารสนเทศของสมุนไพรไทยเพื่อการจัดทำแผนยุทธศาสตร์พัฒนาสมุนไพรไทยให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ได้แก่ความต้องการของตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ สถานการณ์วัตถุดิบสมุนไพรไทยทั้งคุณภาพและมาตรฐานของวัตถุดิบ ชนิดและปริมาณผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย และปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาตามห่วงโซ่มูลค่าตั้งแต่ต้นทางการผลิตจนถึงปลายทางคือถึงมือผู้บริโภค

อภิปรายว่าจากการที่ภาครัฐมีการจัดทำแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564 ซึ่งมีการขยายเวลาการใช้แผนดังกล่าวมาถึงปีพ.ศ. 2565 หลังเสร็จสิ้นแผนฉบับที่ 1 จึงมีความจำเป็นที่ภาครัฐต้องมีการตั้งคณะกรรมการประเมินการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่กรมการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมการค้าภายใน และกรมการค้าต่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เพื่อได้ข้อมูลสารสนเทศด้านต่างๆ ได้แก่ความต้องการของตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ สถานการณ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยและปัญหาและอุปสรรคการพัฒนาตามห่วงโซ่มูลค่าตั้งแต่ต้นทางการผลิตจนถึงปลายทางคือถึงมือผู้บริโภคเพื่อการแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ และการพัฒนาต่อยอดเพื่อให้เกิดการใช้ในประเทศ รวมถึงการสร้างความสามารถในการแข่งขันจากการส่งออกสมุนไพรสู่ตลาดโลก

1.2 ภาครัฐต้องเป็นเจ้าภาพจัดทำแผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ 2 ขึ้น โดยได้ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยการตั้งคณะกรรมการประเมินผลและทบทวนการใช้แผนแม่บทฉบับที่ 1 เพื่อนำข้อมูลสารสนเทศที่ได้มาจัดทำแผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ 2 รองรับการพัฒนาและส่งเสริมสมุนไพรตลอดห่วงโซ่มูลค่าให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดและเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

อภิปรายว่าการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืนต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐควรจัดตั้งคณะกรรมการประเมินผลการใช้แผนแม่บทฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564 เพื่อนำผล เพื่อนำไปสู่การจัดทำแผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ 2 รองรับการพัฒนาและส่งเสริมสมุนไพรตลอดห่วงโซ่มูลค่าให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

1.3. ภาครัฐต้องสร้างความร่วมมือของทุกภาคส่วนทั้งหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ภาคเอกชน/ผู้ประกอบการ และเกษตรกร ในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่มูลค่า ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยให้มีศักยภาพแข่งขันด้านอุตสาหกรรมสมุนไพรในระดับสากล เพื่อสร้าง รายได้ให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการ สร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับประเทศและสร้างความ เชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

อภิปรายว่าภาครัฐต้องสร้างความร่วมมือของทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และเกษตรกร โดยร่วมมือกันกำหนดทิศทางการดำเนินงานพัฒนาสมุนไพรไทยในอนาคต ทำให้มีการขับเคลื่อนและกำหนดทิศทางการสมุนไพรไทยที่ได้มาตรฐาน การขับเคลื่อนงานอย่างเป็น ระบบจะทำให้เกิดการพัฒนาสมุนไพรไทยอย่างเชื่อมโยง และครบวงจรตั้งแต่การผลิตวัตถุดิบ การ แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ จนถึงมือผู้บริโภคให้ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ ต่อไป

1.4 ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน และเกษตรกร มี กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้ได้คุณภาพมาตรฐานสากล GMP ในทุกขั้นตอนการผลิต

อภิปรายว่าการที่ภาครัฐควรส่งเสริมกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้ได้ คุณภาพส่งเสริมกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้ได้คุณภาพมาตรฐานสากลมาตรฐานสากล GMP (Good Manufacturing Practice) ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่สถานที่ตั้งของสถานประกอบการ โครงสร้างอาคาร กระบวนการผลิตที่ดีมีความปลอดภัย และมีคุณภาพได้มาตรฐานทุกขั้นตอน นับตั้งแต่เริ่มต้นวางแผนการผลิต ระบบควบคุมตั้งแต่วัตถุดิบ ระหว่างการผลิต ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป การจัดเก็บ การควบคุมคุณภาพ และการขนส่งจนถึงผู้บริโภค มีระบบบันทึกข้อมูล ตรวจสอบและ ติดตามผลคุณภาพผลิตภัณฑ์รวมถึงระบบการจัดการที่ดีในเรื่องสุขอนามัย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมี คุณภาพและปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค เป็นที่เชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ

1.5 ภาครัฐต้องสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาสมุนไพรไทยในเรื่องต่างๆ โดยการ สนับสนุนทุนวิจัย เทคโนโลยีในการวิจัย การมอบรางวัลให้กับงานวิจัยดีเด่น เป็นต้น โดยเฉพาะ ประเด็นที่สำคัญของการวิจัยที่มีความจำเป็นต่อการกำหนดนโยบายภาครัฐในระยะต่อไป ในแผนปฏิบัติการฉบับที่ 2 ที่เกี่ยวกับงานด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยคือการวิจัยการตลาด และความต้องการของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ

อภิปรายว่าภาครัฐต้องสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาสมุนไพรไทยให้หน่วยงาน หรือบุคคลที่ต้องการทำวิจัย ทั้งด้านงบประมาณ เทคโนโลยี และเป็นเจ้าภาพจัดเวทีวิชาการ เช่นการ ประชุมวิชาการระดับประเทศและระดับนานาชาติเพื่อให้มีการนำเสนอผลงานวิจัยเป็นการถ่ายทอดองค์ ความรู้ ทั้งนี้ที่ผ่านมานงานวิจัยส่วนใหญ่ไม่ได้มุ่งเป้าไปที่ชนิดของสมุนไพรหรือผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ทิศทางของงานวิจัยค่อนข้างกระจัดกระจาย ส่วนใหญ่เป็นการวิจัยตามความถนัดของตนเอง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยพบกับปัญหาด้านการวิจัยและพัฒนาสมุนไพรหลายด้าน ตั้งแต่การ ขาดการกำหนดทิศทางการวิจัยของประเทศ และการมีผลงานวิจัยที่ไม่ตอบสนองความต้องการของ ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ไม่ตอบสนองต่อภาคอุตสาหกรรมการผลิต การให้ทุนวิจัยที่ ข้ำซ้อน องค์ความรู้จากงานวิจัยพื้นฐานที่มีมาก แต่ไม่มีการวิจัยต่อยอดให้ครบวงจรเพื่อพัฒนาเป็น ผลิตภัณฑ์

การกำหนดงานวิจัยนั้นอาจเริ่มจากการคัดเลือกสมุนไพรที่มีศักยภาพในด้านต่างๆ เช่นที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์ หรือศักยภาพความต้องการใช้เพื่อวัตถุประสงค์ของการรักษา หรืออื่น ๆ เป็นต้น เพื่อพิจารณากำหนดเป็นเป้าหมายร่วมในการพัฒนาและส่งเสริมงานวิจัยที่สามารถส่งให้เกิดการพัฒนาตลอดห่วงโซ่อุปทานที่มีความครอบคลุมตั้งแต่การวิจัยที่เกี่ยวกับการพัฒนาการผลิตวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ตั้งแต่การคัดเลือกพันธุ์ การขยายพันธุ์ การปลูก การเก็บเกี่ยว การปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยวการเก็บรักษา การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการผลิตในระดับอุตสาหกรรม รวมทั้งการส่งเสริมการใช้ไปถึงมือผู้บริโภคให้เกิดความมั่นใจ

1.6 ภาครัฐควรส่งเสริมและพัฒนากิจการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่มีศักยภาพตรงตามความต้องการของตลาด

อภิปรายว่าภาครัฐต้องช่วยส่งเสริมและพัฒนากิจการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แก่กรมการค้าภายใน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมการค้าต่างประเทศต้องทำงานบูรณาการกัน สร้างช่องทางการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์ การเจาะการโฆษณาแบรนด์ผลิตภัณฑ์คุณภาพที่เป็นที่ต้องการของตลาด หรือการจัดโรดโชว์งานแสดงสินค้าเกี่ยวกับสมุนไพรไทยและผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยจากผู้ประกอบการโดยตรงและยังเป็นการช่วยกระตุ้นการแข่งขันในด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

1.7 ภาครัฐควรปรับปรุงกฎหมาย และกฎระเบียบเกี่ยวกับการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพร ให้รัดกุมในการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สมุนไพร

อภิปรายว่ากฎหมาย และกฎระเบียบในการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สมุนไพรในปัจจุบัน เช่น พระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ.2562 ที่มีบทบัญญัติในการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สมุนไพร ออกประกาศกำหนด ชื่อประเภท ชนิด หรือลักษณะของผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ต้องขออนุญาตในการผลิต นำเข้าหรือขายต้องได้รับใบอนุญาต เมื่อมีประกาศดังกล่าวข้างต้นผู้ประสงค์จะผลิต นำเข้าหรือผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรดังกล่าว ต้องยื่นคำขออนุญาตต่อเลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ในการนี้อาจทำให้ผู้ประกอบการยังคงสามารถผลิต นำเข้า ขายสินค้าที่เข้าข่ายเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้โดยไม่ต้องขออนุญาต หากภาครัฐยังไม่มีประกาศกำหนดชื่อประเภท ชนิดหรือลักษณะของผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ต้องขออนุญาตในการผลิต นำเข้าหรือขายในขณะนั้น นอกจากนั้นมิช้อยกเว้นให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ดำเนินการตามพระราชบัญญัตินี้แล้วไม่ต้องดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยยาหรือกฎหมายว่าด้วยอาหาร และตามข้อกำหนดฉบับนี้ยังเปิดโอกาสให้ผู้มีตำรับยาของตนเองสามารถขึ้นทะเบียนตำรับยาสมุนไพรโดยไม่ต้องมีใบอนุญาตในการผลิต หรือสถานที่ผลิต ซึ่งอาจเป็นดาบสองคมคือด้านหนึ่งเป็นการส่งเสริมผู้ผลิตรายย่อย แต่อีกด้านหนึ่งอาจเป็นปัญหาในการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้ในอนาคต จึงอาจต้องมีการประเมินผลของการใช้กฎหมาย และทบทวนต่อไปเพื่อให้เป็นธรรมต่อทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค กระตุ้นให้ผู้ประกอบการสนใจที่จะลงทุนในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยในอนาคต

1.9 ภาครัฐต้องมีการส่งเสริมให้ความรู้แก่ประชาชนในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างถูกต้องเหมาะสม โดยมีการจัดระบบสารสนเทศสมุนไพรไทยให้เป็นฐานข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และมีการสร้างช่องทางให้ประชาชนที่สนใจเข้าไปสืบค้นข้อมูลได้ด้วยตัวเอง

อภิปรายว่าจากการที่ในปัจจุบันประชาชนหันมาสนใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรในการส่งเสริมสุขภาพมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของรัฐบาลในการส่งเสริมให้ความรู้แก่ประชาชนในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างถูกต้องเหมาะสม ทั้งโดยการให้ความรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การจัดนิทรรศการ เป็นต้น การที่ภาครัฐสร้างช่องทางให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลสมุนไพรไทย จะสร้างความมั่นใจให้ประชาชนในการบริโภค

2. แนวทางการดำเนินงานของภาคเอกชน/ผู้ประกอบการ

แนวทางการดำเนินงานของภาคเอกชน/ผู้ประกอบการ ในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน มีประเด็นที่สำคัญที่ได้จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกของของผู้บริหาร/เจ้าหน้าที่ของบริษัทที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ดังนี้

2.1 ผู้ประกอบการต้องสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันโดยการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยให้มีกระบวนการผลิตได้มาตรฐานสากล GMP (Good Manufacturing Practice – GMP) และยึดหลัก BCG Economy Model ที่เน้นการพัฒนา 3 เศรษฐกิจ คือ ระบบเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ที่และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy)

อภิปรายว่าผู้ประกอบการสามารถสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยต้องให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานสากล GMP (Good Manufacturing Practice) ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่สถานที่ตั้งของสถานประกอบการ โครงสร้างอาคาร กระบวนการผลิตที่ดีมีความปลอดภัย และมีคุณภาพได้มาตรฐานทุกขั้นตอน นับตั้งแต่เริ่มต้นวางแผนการผลิต ระบบควบคุมตั้งแต่วัตถุดิบ ระหว่างการผลิต ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป การจัดเก็บ การควบคุมคุณภาพ และการขนส่งจนถึงผู้บริโภค มีระบบบันทึกข้อมูล ตรวจสอบและติดตามผลคุณภาพผลิตภัณฑ์รวมถึงระบบการจัดการที่ดีในเรื่องสุขอนามัย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีคุณภาพและปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค เป็นที่เชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้ผู้ประกอบการยึดหลัก BCG Economy Model ที่เน้นการพัฒนา 3 เศรษฐกิจ คือ ระบบเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) ที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพอย่างคุ้มค่า เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ที่คำนึงถึงการนำวัสดุต่างๆกลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ที่มุ่งเน้นการแก้ปัญหาและเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าและผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยกลไกวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อเปลี่ยนระบบเศรษฐกิจจาก “ทำมากได้น้อย” ไปสู่ “ทำน้อยได้มาก”(สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2563)

2.2 ผู้ประกอบการต้องร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีศักยภาพเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ

อภิปรายว่าผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการวิจัยผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ซึ่งต้องมีการวิเคราะห์ทิศทางการพัฒนาชนิดของสมุนไพรไทยที่มีศักยภาพและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ โดยมีการทำวิจัยตั้งแต่ต้นทางคือการผลิตวัตถุดิบ การแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ จนถึงการตลาดถึงมือผู้บริโภค ทั้งนี้งานวิจัยทั้งหลายจะเป็นประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ต่อผู้ประกอบการเองในการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการประกอบธุรกิจ สร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการและสู่ตลาดโลกทำรายได้เข้าประเทศ

2.3 ผู้ประกอบการต้องวิเคราะห์ความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ว่าตลาดต้องการผลิตภัณฑ์สมุนไพรชนิดใด แล้วดำเนินการตามกำหนดกฎเกณฑ์เพื่อผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยให้ได้มาตรฐาน มีการขึ้นทะเบียนตำรับยาสมุนไพรไทยเพื่อการส่งออกอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

อภิปรายว่าในปัจจุบันประชาชนทั้งคนไทยและทั่วโลกได้ให้ความสำคัญต่อสุขภาพและหันมาสนใจการใช้สมุนไพรกันมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการต้องวิเคราะห์ความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและตลาดต่างประเทศว่าต้องการผลิตภัณฑ์สมุนไพรชนิดใด แล้วดำเนินการตามกำหนดกฎเกณฑ์เพื่อผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน ซึ่งจะทำให้ประชาชนทุกภาคส่วนทั้งผู้ประกอบการเอง เกษตรกร และผู้บริโภคได้รับประโยชน์ เป็นการต่อยอดสร้างเศรษฐกิจของประเทศและจะช่วยขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การเป็นผู้นำของอาเซียนและของโลกด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพรต่อไป

2.4 ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

อภิปรายว่าผู้ประกอบการควรสร้างความสนใจจากผู้บริโภคและตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปในยุคดิจิทัล โดยทำการตลาดทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ในส่วนของการตลาดออนไลน์ต้องทำการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยและสนใจซื้อสินค้า ส่วนออฟไลน์ก็ต้องทำทั้งการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ การให้ข้อมูลสารสนเทศสรรพคุณของสมุนไพรไทย หรือทำแบบผสมผสานในรูปแบบไฮบริด (ภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์, 2564)

2.5 ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญในการสร้างแบรนด์ที่มีตราสัญลักษณ์คุณภาพของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยในระดับสากล รวมทั้งการสร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ตนเองให้มีความโดดเด่นในเรื่องของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและการให้ความสำคัญกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์ที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค

อภิปรายได้ว่าการสร้างแบรนด์ที่มีตราสัญลักษณ์คุณภาพของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยในระดับสากลและการสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่มีความโดดเด่นในเรื่องของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและความสวยงามของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นกลไกในการขับเคลื่อนการตลาดอย่างหนึ่งที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคด้วยผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่มีทั้งคุณภาพและมีความสวยงาม

3. แนวทางดำเนินงานของเกษตรกร

จากการสัมภาษณ์ภาคประชาชนที่มีอาชีพเกษตรกร พบแนวทางที่สำคัญดังนี้

3.1 บทบาทของเกษตรกรที่เป็นผู้ผลิตวัตถุดิบ คือเกษตรกรต้องมีการผลิตวัตถุดิบสมุนไพรที่มีคุณภาพ มีการปรับปรุงพัฒนาสายพันธุ์เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพทั้งชนิดและปริมาณสารที่สำคัญในการผลิตภาคอุตสาหกรรม และต้องมีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการเกษตร ซึ่งจะทำให้วัตถุดิบสมุนไพรไทยสามารถก้าวหน้าและมีการเติบโต

อภิปรายว่า เนื่องจากที่ผ่านมาเกษตรกรผลิตวัตถุดิบสมุนไพรไทยโดยใช้วิธีการผลิตแบบดั้งเดิม เป็นเกษตรแบบพื้นบ้านซึ่งทำให้ไม่สามารถสู้ทางการตลาดได้ การนำสมุนไพรไทยให้ซึ่งความเป็นหนึ่งในตลาดโลกเป็นความท้าทายของรัฐบาล ที่จะต้องสร้างกลไกการขับเคลื่อนตั้งแต่ต้นทางการผลิต ด้วยการสร้างเกษตรกรให้เกิดความเข้มแข็ง จัดหาแหล่งเงินทุนให้กับเกษตรกรที่มีความสนใจปลูกสมุนไพรแบบเต็มรูปแบบ ควบคุมมาตรฐานความปลอดภัยและคุณภาพ รวมทั้งการสนับสนุนองค์ความรู้ใหม่ๆด้านการเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

3.2 เกษตรกร และผู้ประกอบการต้องมีความเชื่อมโยงกันในการจะร่วมมือกันในการผลิตวัตถุดิบให้เป็นไปตามความต้องการของภาคอุตสาหกรรม

อภิปรายว่าเกษตรกรและผู้ประกอบการต้องมีความเชื่อมโยงกันในการจะร่วมมือกัน เพื่อให้การผลิตวัตถุดิบสมุนไพรไทยเป็นไปตามความต้องการของภาคอุตสาหกรรมอย่างแท้จริง ทั้งนี้ภาครัฐอาจเข้ามาเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยง เช่นการเป็นเจ้าภาพจัดประชุมวิชาการให้ผู้ผลิตภาคการเกษตรพบกับผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม

สรุป

ภาครัฐได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพร จึงมอบหมายให้องค์กรภาครัฐจากกระทรวงต่างๆ เช่น กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงเกษตรและสหกรณ์กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม รวมทั้งองค์กรภาคเอกชน เป็นคณะทำงานในการจัดทำแผนแม่บทแห่งชาติ ว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564 เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นระบบครบวงจรตั้งแต่การส่งเสริมเกษตรกรในการปลูกพืชสมุนไพร การส่งเสริมผู้ประกอบการในการพัฒนาการแปรรูปหรือการสกัดสารสมุนไพรให้เป็นผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี การสร้างแบรนด์ที่มีตราสัญลักษณ์คุณภาพ การส่งเสริมการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ แนวทางการดำเนินงานของภาครัฐในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน มีดังนี้พัฒนาระบบสารสนเทศของสมุนไพรไทยเพื่อการจัดทำแผนยุทธศาสตร์พัฒนาสมุนไพรไทยให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน จัดทำแผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ 2 เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สร้างความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการพัฒนาสมุนไพรไทยให้มีศักยภาพแข่งขันด้านอุตสาหกรรมสมุนไพรในระดับสากล ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน และเกษตรกร มีกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้ได้คุณภาพมาตรฐานสากลในทุกขั้นตอนการผลิต ส่งเสริมและพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่มีศักยภาพตรงตามความต้องการของตลาด ปรับปรุงกฎหมาย และกฎระเบียบเกี่ยวกับการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้รัดกุมในการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สมุนไพร นอกจากนี้ภาครัฐต้องมีการส่งเสริมให้ความรู้แก่ประชาชนในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างถูกต้องเหมาะสม และสร้างความเชื่อมั่นในการบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

แนวทางการดำเนินงานของภาคเอกชน/ผู้ประกอบการคือต้องสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันโดยการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยให้มีกระบวนการผลิตได้มาตรฐานสากล GMP (Good Manufacturing Practice) ยึดหลัก BCG Economy Model ที่เน้นการพัฒนา 3 เศรษฐกิจ คือ ระบบเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) ที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพอย่างคุ้มค่า เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ที่คำนึงถึงการนำวัสดุต่างๆกลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด และ เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ที่มุ่งเน้นการแก้ปัญหาและเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าและผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยกลไกวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่มีศักยภาพเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ผู้ประกอบการต้องเรียนรู้ความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศว่าตลาดต้องการผลิตภัณฑ์สมุนไพรอะไร แล้วดำเนินการตามกำหนดกฎเกณฑ์เพื่อผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยให้ได้ให้ได้มาตรฐานสากล รวมทั้งผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญในการสร้างแบรนด์ตนเองที่มีตราสัญลักษณ์คุณภาพ มีเอกลักษณ์ในรูปแบบผลิตภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สร้างความเชื่อมั่นและดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ให้ความสำคัญกับการตลาดทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ ในส่วนของภาคประชาชนคือเกษตรกรควรมีแนวทางการผลิตวัตถุดิบสมุนไพรที่มีคุณภาพทั้งชนิดและปริมาณของสารที่สำคัญในการแปรรูปไปเป็นผลิตภัณฑ์ในภาคอุตสาหกรรมต่อไป มีการปรับปรุงพัฒนาสายพันธุ์ และต้องมีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการเกษตรมาช่วย ดังนั้นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างยั่งยืนจึงเป็นความร่วมมือของทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนผู้ประกอบการ และภาคประชาชนคือเกษตรกร เพื่อให้เกิดความสมดุลของสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

ในบทที่ 5 นี้ผู้วิจัยทำการสรุป อภิปรายผลของการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัย ทั้ง 3 ข้อ รวมทั้งให้ข้อเสนอแนะ โดยมีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

สรุป

ผลการศึกษารูปได้ว่าความต้องการใช้สมุนไพรในประเทศไทยในปัจจุบันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งความต้องการในการบริโภคเพื่อการสร้างเสริมและดูแลสุขภาพของประชาชน และความต้องการเพื่อใช้ในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและเป็นการใช้ประโยชน์ของสมุนไพรที่หลากหลายมากขึ้นทั้งการบริโภคภายในประเทศและการส่งออกไปต่างประเทศ ดังนั้นจากการประเมินของนักวิชาการ พบว่าอุตสาหกรรมที่ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพและสามารถสร้างความยั่งยืนในระบบเศรษฐกิจไทยในอนาคต โดยการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสินค้าและเทคโนโลยีให้เป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น สามารถสร้างรายได้ให้ประชาชนและประเทศ ขณะที่มีการเปลี่ยนแปลงบริบทของสังคม สิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจของประชากรไทยและประชากรโลก

1. สถานการณ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

1.1 นโยบายภาครัฐเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

รัฐบาลไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน มีการนำเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตสินค้าทางการเกษตรที่มีมูลค่าสูงและส่งเสริมอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมดังกล่าว รัฐบาลยังให้การจัดทำแผนแม่บทแห่งชาติ ว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564 และกำหนดให้ใช้ต่อเนื่องจนถึงปีพ.ศ. 2565

แผนการพัฒนาสมุนไพรไทยฉบับดังกล่าวขับเคลื่อนโดย 3 กระทรวงหลัก ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุขทำหน้าที่ดูแลในเรื่องการสร้างเชื่อมั่นในคุณค่าและคุณภาพของสมุนไพรไทย สนับสนุนการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพร และลดความยุ่งยากในการขออนุญาตผลิตของผู้ประกอบการ กระทรวงพาณิชย์ ดูแลรับผิดชอบเรื่องการเพิ่มช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ การจับคู่เจรจาธุรกิจการค้า การออกงานแสดงสินค้า การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสู่ตลาดต่างประเทศ และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ส่งเสริมการเพาะปลูกให้เกษตรกรและขยายพื้นที่ปลูกพืชสมุนไพรแบบอินทรีย์เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและปลอดภัยสามารถขายได้ราคาดีขึ้น รวมถึงส่งเสริมให้เกษตรกรรวมกลุ่มเป็นแปลงเกษตรกรใหญ่ที่เพาะปลูกพืชสมุนไพร เพื่อจะได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้แบบครบวงจรภายใต้หลักสูตรที่สอดคล้องกับสภาพพื้นที่ดำเนินการและความ

ต้องการของเกษตรกร ภาครัฐจัดให้มีการเชื่อมโยงกันระหว่างเกษตรกรและผู้ประกอบการ รวมทั้ง ภาครัฐมีแนวนโยบายที่จะลงทุนการวิจัยและนวัตกรรม เพิ่มห้องปฏิบัติการ และมีการติดตาม ประเมินผลการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสมุนไพรไทยตามแผนการพัฒนาสมุนไพรไทยฉบับที่ 1 ด้วย ข้อมูลสารสนเทศและพัฒนาสมุนไพรเชิงพื้นที่ โดยการวางแผนการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2566-2570 อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นระบบครบวงจรตามห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ การส่งเสริมเกษตรกรในการปลูกพืชสมุนไพร การส่งเสริมผู้ประกอบการในการพัฒนาการแปรรูปหรือ การสกัดสารสมุนไพรให้เป็นผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี การส่งเสริมการตลาดทั้งใน ประเทศและต่างประเทศ

1.2 กฎหมายผลิตภัณฑ์สมุนไพรและหน่วยงานที่มีหน้าที่ดำเนินการตามกฎหมาย

หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้เป็นไปตาม กฎหมายว่าด้วยผลิตภัณฑ์สมุนไพรคือสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งจะดำเนินการให้ เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สมุนไพร ได้แก่พระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 และแก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2518) ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2522) ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2528) และฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2530) พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558 พระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. 2562 ที่มีการออกใช้ขึ้นเพื่อกำกับดูแลสมุนไพรโดยตรง และมีเจตนารมณ์เพื่อให้มีกฎหมายฉบับนี้ควบคุมและกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็นการที่เหมาะสมกับ การควบคุมและกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สมุนไพร รวมทั้งมีการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่าง เป็นระบบและครบวงจร ซึ่งจะทำให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล สาระสำคัญของกฎหมายนี้ ให้มีคณะกรรมการนโยบายสมุนไพรแห่งชาติ ซึ่งมีหน้าที่กำหนดนโยบาย และแผนผลิตภัณฑ์สมุนไพรการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรทั้งระบบ รวมถึงการส่งเสริม ผู้ประกอบการ นอกจากนั้นกฎหมายนี้ยังเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีตำรับผลิตภัณฑ์สมุนไพรของตนเอง สามารถขอขึ้นทะเบียนตำรับได้โดยตรง เมื่อได้ทะเบียนตำรับแล้ว สามารถแจ้งสถานที่ผลิตที่ได้ มาตรฐานผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่จะสามารถขึ้นทะเบียนและจัดจำหน่ายต่อไป

2. สถานการณ์ตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยทั้งในและต่างประเทศ

ผลการศึกษาพบว่า สถานการณ์ตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยทั้งในและต่างประเทศ ไปในทิศทางเดียวกัน สรุปลงได้ดังนี้ตลาดสมุนไพรไทยมีแนวโน้มเติบโตตามกระแสโลก ซึ่งทั่วโลกกำลัง ให้ความสนใจการใช้สมุนไพรเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้น โดยส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสุขภาพ เช่นอาหารเสริม และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์สปา ซึ่งนอกจากมีการผลิตขึ้นเพื่อใช้ใน ประเทศแล้วยังมีการส่งออกไปต่างประเทศที่ต้องการอีกด้วยในกลุ่มผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เนื่องจากการ ที่ภาครัฐได้มีนโยบายที่ชัดเจนในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยเพื่อที่จะช่วยในเรื่องการส่งเสริม และการดูแลสุขภาพของคนไทย และช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพด้วยแพทย์แผนปัจจุบัน ในอนาคตเพราะโครงสร้างของประชากรไทยกำลังเปลี่ยนแปลงไปเข้าสู่สถานการณ์สังคมผู้สูงอายุ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดภาระค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของประเทศเพิ่มสูงขึ้น

3. ปัญหาและอุปสรรคการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยนั้นได้พบปัญหา และอุปสรรคตามห่วงโซ่อุปทาน สรุปลงได้ดังนี้

1. การวิจัยและพัฒนาที่ขาดการขาดงบประมาณในการสนับสนุนให้ทั้งหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน และขาดหน่วยงานที่รับผิดชอบในการทำวิจัยพัฒนา หัวข้อในการวิจัยไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องทำให้ไม่สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในเชิงพาณิชย์
2. การจัดหาวัตถุดิบสมุนไพรไทยที่มีคุณภาพเพื่อนำไปสู่การผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ของภาคอุตสาหกรรม มีปัญหาคือสมุนไพรไทยหลายประเภทไม่เพียงพอกับความต้องการ หรือที่มีอยู่ในประเทศก็ไม่ได้มาตรฐานเพียงพอที่จะนำไปแปรรูป
3. คุณภาพในการผลิตยังไม่ได้มาตรฐานระดับสากลโดยเฉพาะอย่างยิ่งในผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก
4. ภาครัฐและภาคเอกชนขาดการร่วมมือกันในการส่งเสริมการตลาดได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย
5. ขั้นตอนการขนส่งบางส่วนไม่ได้คุณภาพหรือมีมาตรฐานน้อยทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหาย หรือการเปลี่ยนแปลงก่อนถึงผู้บริโภค
6. ภาครัฐขาดกลไกในการติดตามประเมินผลการพัฒนาที่เป็นรูปธรรม และการกำหนดนโยบายไม่มีการกำหนดทิศทางในการพัฒนาที่เกี่ยวกับสมุนไพรโดยใช้ข้อมูลสารสนเทศที่เป็นปัจจุบัน

สถานการณ์การพัฒนาและปัญหา อุปสรรคเหล่านี้เป็นประเด็นที่ต้องพิจารณาประกอบ โดยทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน/ผู้ประกอบการ และภาคประชาชนในฐานะเกษตรกรต้องร่วมมือกันเพื่อทำให้เกิดการจัดการสถานการณ์ และแก้ไข ปัญหาที่เหมาะสมและนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

สรุปผลการเปรียบเทียบการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศไทยและต่างประเทศ

1. สถานการณ์ตลาดสมุนไพรของโลก

ผลการศึกษาตลาดโลกด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพร พบว่ามีแนวโน้มสูงขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทอาหารเสริมและการรักษาด้วยสมุนไพร เนื่องจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของการกำหนดให้เพื่อส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคเป็นยุทธศาสตร์เชิงรุกในการยกระดับของสุขภาพและความเป็นอยู่ของประชาชนในโลกอย่างมีประสิทธิภาพ ความตระหนักอย่างรวดเร็วและกว้างขวางเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของผู้บริโภค และแนวโน้มในการดูแลสุขภาพและความงามที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภคที่ดูแลตนเองมากขึ้น

ผลการคาดการณ์เกี่ยวกับแนวโน้มตลาดดังกล่าวข้างต้น ได้ระบุว่าภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเป็นภูมิภาคที่มีแนวโน้มการเจริญเติบโตที่รวดเร็วที่สุด โดยมีอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ย (CAGR) เท่ากับร้อยละ 9.1 ตลอดช่วงระยะเวลาของการประมาณการปี พ.ศ.2556-2563 ผลการคาดการณ์ดังกล่าว มีที่มาจากการศึกษาลักษณะวัฒนธรรมประเพณีของภูมิภาคที่มีความเชื่อมโยงกับการใช้สมุนไพรเพื่อการรักษาและดูแลสุขภาพและความเชื่อมั่นเกี่ยวกับประสิทธิผลและความปลอดภัยของสมุนไพรและส่วนประกอบที่เป็นสมุนไพร ของผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศที่มี

รากฐานเกี่ยวกับสมุนไพรอย่างมากอย่างประเทศอินเดีย และจีน ยังได้มีการจัดเตรียมสภาพแวดล้อมอย่างครบถ้วนที่เอื้อให้เกิดการใช้สมุนไพรในลักษณะที่ทันสมัยเพิ่มขึ้นภายในภูมิภาค โดยประเทศจีนมีฐานะเป็นหนึ่งในผู้ผลิต (Supplier) สมุนไพรที่เป็นอาหารเสริมรายใหญ่ให้แก่ ตลาดสหรัฐอเมริกา และตลาดยุโรปตะวันตก นอกจากนี้หากพิจารณาในลักษณะของการใช้สมุนไพร เพื่อการรักษาแล้ว ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเป็นภูมิภาคที่มีขนาดของตลาดในส่วนนี้ใหญ่ที่สุด ซึ่งครอบคลุมทั้งประเภทย่อยของการใช้สมุนไพรเพื่อการรักษาอย่างการใช้สมุนไพรเพื่อการรักษาแบบจีนและแบบอินเดีย เป็นต้น โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่เป็นที่นิยมของตลาดโลกคือ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์สปา ซึ่งประเทศไทยเองก็มีผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นที่ต้องการของตลาดโลกเช่นกันโดยวิเคราะห์จากชนิดผลิตภัณฑ์และมูลค่าการส่งออกไปยังประเทศเป้าหมาย

2. เปรียบเทียบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศไทยและต่างประเทศกรณีศึกษา : แนวทางการพัฒนาสมุนไพรของประเทศไทย

ผลจากการศึกษาจากแนวทางการพัฒนาสมุนไพรของประเทศไทยโดยใช้กรณีศึกษาของมณฑลเจียงซี และมณฑลยูนนาน ซึ่งจัดเป็นเมืองสมุนไพรที่สำคัญของประเทศไทย ผลการศึกษาเปรียบเทียบกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศไทยพบว่ามีแนวทางเหมือนกันหลายด้าน สรุปได้ดังนี้

2.1 การที่ภาครัฐมีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนในการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยมีการจัดทำแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรตั้งแต่ต้นทางคือ การปลูกพืชสมุนไพร กลางทางคือการผลิต การแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ การขนส่ง และปลายทางคือถึงมือผู้บริโภค รวมทั้งการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา โดยมีการส่งเสริมพื้นที่ในประเทศให้เป็นเมืองสมุนไพร (Herbal city)

2.2 การกำหนดมาตรฐานเพื่อควบคุมคุณภาพทุกๆขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทานในทุกขั้นตอนตั้งแต่การเตรียมดินเพื่อเพาะปลูก การผลิต การแปรรูป การขนส่งและการตลาดไปจนถึงการเตรียมความพร้อม เพื่อเข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐานเพื่อให้ได้มาตรฐานสากล สร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและให้เป็นที่เชื่อมั่นของผู้บริโภค

2.3 การที่ภาครัฐมีการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาด้านสมุนไพรเพื่อการต่อยอดเชิงธุรกิจให้ผู้ประกอบการ

2.4 มีการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

2.5 มีการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทาน

2.6 ภาครัฐและภาคเอกชนมีความร่วมมือกันและให้ความสำคัญในการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพร สร้างตราสัญลักษณ์คุณภาพและส่งเสริมภาพลักษณ์สมุนไพรให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

แต่ทั้งนี้จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของจีนมีประเด็นที่เป็นข้อที่ดีกว่าของประเทศไทย และประเทศไทยสามารถนำไปประยุกต์ใช้คือ

1. การที่ภาครัฐของจีนได้มีนโยบายในการพัฒนาพื้นที่ที่ยากจน ด้วยสภาพภูมิประเทศที่เป็นภูเขาสูงให้กลายเป็นพื้นที่ในการเพาะปลูกพืชสมุนไพรจีน

2. รัฐบาลจีนมีความร่วมมือกับผู้ประกอบการภาคเอกชนพัฒนาเมืองให้กลายเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบสมุนไพรจีนนำไปสู่การผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่อไป
3. มีการจัดตั้งศูนย์การฝึกอบรมบุคลากรที่มีทักษะและประสบการณ์ที่ดีในการปลูกพืชสมุนไพรจีนในพื้นที่ยากจน
4. จัดตั้งกองทุนเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการปลูกและผลิตยาสมุนไพรจีนให้มีประสิทธิภาพสูงและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นการช่วยเหลือประชากรในพื้นที่ให้มีอาชีพและรายได้โดยภาครัฐให้การสนับสนุนทั้งงบประมาณและเทคโนโลยี
5. จัดตั้งเขตทดลองการศึกษาการแพทย์แผนจีนนานาชาติระดับประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออบรมบุคลากรต่างชาติในสาขาการแพทย์แผนจีน และส่งเสริมความร่วมมือด้านการแพทย์แผนจีนระหว่างประเทศ ซึ่งถือว่าเป็นการดำเนินงานที่จะทำให้สมุนไพรจีนเป็นที่รู้จักแพร่หลายในต่างประเทศมากขึ้น

จากการวิเคราะห์พบว่า ข้อได้เปรียบของการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยคือสภาพทางภูมิศาสตร์ที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบกว่าประเทศจีน เนื่องจากประเทศไทยตั้งอยู่ในเขตร้อนชื้น ทำให้มีความหลากหลายทางชีวภาพ โดยเฉพาะความหลากหลายของพืชสมุนไพรไทยที่กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ ดังนั้นถ้าประเทศไทยสามารถวิเคราะห์จุดเด่นของพืชสมุนไพรไทยและความต้องการตลาด เพื่อพัฒนาเมืองที่มีชนิดของสมุนไพรตรงกับความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศให้เป็นเมืองสมุนไพร (Herbal city) ที่สามารถพัฒนาได้ทุกภูมิภาคของประเทศ ด้วยสภาพภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูกพืชสมุนไพรไทย เป็นเมืองที่มีอัตลักษณ์และความโดดเด่นของพื้นที่ในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งถ้าการพัฒนาเมืองสมุนไพรเป็นไปตามเป้าหมายของแผนแม่บทแห่งชาติฯ ก็จะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้และอาจจะกลายเป็นประเทศที่มีการส่งออกสมุนไพรไทยทั้งที่อยู่ในรูปวัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอันดับต้นๆ ของโลกได้เช่นกัน

3. แนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน

ผลจากการศึกษาจากเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง และวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เชิงลึก ถึงแนวทางการดำเนินงานของภาครัฐในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน สรุปได้มีดังนี้

3.1 แนวทางการดำเนินงานของภาครัฐ สรุปได้ดังนี้

3.1.1. ภาครัฐควรพัฒนาระบบสารสนเทศของสมุนไพรไทยเพื่อการจัดทำแผนยุทธศาสตร์พัฒนาสมุนไพรไทยให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ได้แก่ การวิเคราะห์ความต้องการพืชสมุนไพรไทยและผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ สถานการณ์วัตถุดิบสมุนไพรไทย คุณภาพและมาตรฐานของวัตถุดิบสมุนไพรไทย ชนิด และปริมาณผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาตามห่วงโซ่มูลค่าตั้งแต่ต้นทางการผลิตจนถึงปลายทางคือถึงมือผู้บริโภค

3.1.2 จัดทำแผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ 2 ขึ้น โดยได้ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องประเมินผลและทบทวนการนำแผนแม่บทฉบับที่ 1 ไปใช้เป็นข้อมูลสารสนเทศในการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ 2 เพื่อรองรับการขับเคลื่อนการพัฒนาและ

ส่งเสริมสมุนไพรตลอดห่วงโซ่คุณค่าให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดและเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

3.1.3. การสร้างความร่วมมือของทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ผู้ประกอบการ และภาคเอกชน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาสมุนไพรไทยให้มีศักยภาพแข่งขันด้านอุตสาหกรรมสมุนไพรในระดับสากล เพื่อสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการ สร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับประเทศและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค

3.1.4 ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและเกษตรกร มีกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้ได้คุณภาพมาตรฐานสากลในทุกขั้นตอนการผลิต

3.1.5 สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาสมุนไพรไทยประเด็นที่สำคัญของการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการพัฒนาสมุนไพรที่เป็นที่ต้องการของประเทศและของตลาดโลก ส่งเสริมและพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่มีศักยภาพตรงตามความต้องการของตลาด

3.1.6 ปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบเกี่ยวกับการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้รัดกุมในการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สมุนไพร

3.1.7 เสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างถูกต้องเหมาะสม และให้เกิดความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย โดยการสร้างช่องทางให้ประชาชนรับรู้ข่าวสารข้อมูลสารสนเทศที่ถูกต้องของสมุนไพรไทยและผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

3.2 แนวทางการดำเนินงานของภาคเอกชน/ผู้ประกอบการ

3.2.1 ผู้ประกอบการต้องสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันโดยการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยให้มีกระบวนการผลิตได้มาตรฐานสากล GMP (Good Manufacturing Practice)

3.2.2 ผู้ประกอบการต้องร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีศักยภาพเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ

3.2.3 ผู้ประกอบการต้องศึกษาวิเคราะห์ความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศว่าตลาดต้องการผลิตภัณฑ์สมุนไพรชนิดใด แล้วดำเนินการตามกำหนดกฎเกณฑ์เพื่อผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐาน มีการขึ้นทะเบียนตำรับยาสมุนไพรไทยเพื่อการส่งออกอย่างถูกต้อง

3.2.4 ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการตลาดทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

3.2.5 ผู้ประกอบการต้องมีการเตรียมความพร้อมเรื่องมาตรการทางกฎหมายเพื่อรองรับการเจรจาการค้าระหว่างประเทศว่าด้วยทรัพย์สินทางปัญญา

3.3 แนวทางดำเนินงานของเกษตรกร

เกษตรกรต้องมีการผลิตวัตถุดิบสมุนไพรที่มีคุณภาพ มีการปรับปรุงพัฒนาสายพันธุ์ และต้องมีการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมด้านการเกษตรซึ่งจะทำให้วัตถุดิบสมุนไพรไทยสามารถก้าวหน้าและมีการเติบโตได้

ข้อเสนอแนะ

ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะให้ข้อเสนอแนะ 2 ประเด็น คือ ข้อเสนอแนะที่เป็นผลมาจากการศึกษาวิจัยและข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยต่อไป

1. ข้อเสนอระดับนโยบาย

1.1 ภาครัฐควรตั้งคณะกรรมการประเมินการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยตามแผนแม่บทฯ ฉบับที่ 1 และศึกษาประเด็นความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ปัญหาและอุปสรรคการพัฒนาตามห่วงโซ่มูลค่าตั้งแต่ต้นทางการผลิตจนถึงปลายทางคือถึงมือผู้บริโภค เพื่อนำข้อมูลสารสนเทศดังกล่าวมาจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาสมุนไพรไทยอย่างยั่งยืนและสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกในระยะต่อไป

1.2 ภาครัฐต้องสร้างความร่วมมือของทุกภาคส่วน ทั้งผู้ประกอบการ และเกษตรกร ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาสมุนไพรไทยให้มีศักยภาพแข่งขันด้านอุตสาหกรรมสมุนไพรในระดับสากล สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร สร้างเศรษฐกิจให้กับประเทศ และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค โดยร่วมมือกัน กำหนดทิศทางการดำเนินงานพัฒนาสมุนไพรไทยในอนาคต ทำให้มีการขับเคลื่อนไปในทิศทางที่กำหนดร่วมกันอย่างมีเอกภาพ เพื่อให้ได้สมุนไพรและผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน มีคุณภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่ม

1.3 ภาครัฐต้องทบทวนกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลสมุนไพรไทยให้เหมาะสม และสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่มีความต้องการสมุนไพรเพิ่มขึ้นในการส่งเสริมสุขภาพของประชาชน เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ประกอบการในการผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐาน

1.4 ภาครัฐควรให้การสนับสนุนผู้ประกอบการ และ/หรือเกษตรกร ทั้งการจัดหาแหล่งทุนเทคโนโลยี และนวัตกรรม และการเป็นเจ้าของภาพจัดการอบรมให้ความรู้ เพื่อพัฒนาบุคลากรทางด้านการพัฒนาสมุนไพรไทย

1.5 ส่งเสริมการพัฒนาเมืองสมุนไพรไทย (Herbal city) อย่างต่อเนื่อง ด้วยการวิเคราะห์จุดเด่นของสมุนไพรไทยในเมืองที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เพื่อการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย และร่วมมือกับผู้ประกอบการในการผลิตภาคอุตสาหกรรมให้เป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่มีตราสัญลักษณ์คุณภาพเป็นสินค้าเอกลักษณ์ของเมือง เป็นแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ด้วยการบูรณาการกับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้เมืองสมุนไพรไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและคนต่างชาติ

1.6 สนับสนุนและส่งเสริมให้สถานพยาบาลทั้งของรัฐและเอกชนมีการแพทย์แผนไทย

1.7 สร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนในการบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย โดยการจัดทำข้อมูลสารสนเทศ เช่นรายการสมุนไพรและผลิตภัณฑ์ที่มีการพิสูจน์แล้วด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ว่าใช้ประโยชน์ได้จริง กรณีเป็นผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรไทยต้องควบคุมให้มีการขึ้นทะเบียนอย่างถูกต้องและผลักดันเข้าสู่บัญชียาหลัก โดยมีประกาศให้สามารถใช้เป็นยาสามัญประจำบ้านทดแทนยาแผนปัจจุบันได้

2. ข้อเสนอระดับปฏิบัติ

2.1 ผู้ประกอบการต้องสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันโดยการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยให้มีกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนให้ได้มาตรฐานสากล

2.2 ผู้ประกอบการต้องศึกษาความต้องการของตลาดสมุนไพรทั้งในประเทศและต่างประเทศ บริหารจัดการตลาดสมุนไพรไทยทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน สร้างตราสัญลักษณ์คุณภาพและส่งเสริมภาพลักษณ์สมุนไพรไทย โดยให้ความสำคัญต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและมีเอกลักษณ์ของแบรนด์สินค้าเพื่อสร้างแรงดึงดูดใจให้กับผู้บริโภค

2.3 ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญและต่อยอดงานวิจัยและพัฒนาของนักวิชาการต่างๆ เชิงพาณิชย์ เพื่อเพิ่มคุณภาพของการผลิตตลอดห่วงโซ่อุปทาน

2.4 เกษตรกรต้องผลิตวัตถุดิบสมุนไพรให้มีคุณภาพ เพื่อป้อนเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม และมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเกษตรกรที่ประสบผลสำเร็จในการดำเนินการ

3. ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรศึกษาความต้องการของประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยในตลาดประเทศและตลาดต่างประเทศ

3.2 ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยเพื่อส่งเสริมสุขภาพ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562.
- คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. ข้อมูลที่น่ารู้ของประเทศไทย ปี 2547. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2547.
- เจรจาการค้าระหว่างประเทศ, กรม. รายงานประจำปี 2562. กรุงเทพฯ : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2563.
- นิตยา กมลวาทินิสิตา. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ฉบับประชาชน. กรุงเทพฯ : ศรีเมืองการพิมพ์, 2546.
- พัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, กรม. รายงานการสาธารณสุขไทยด้านการแพทย์แผนไทย การแพทย์พื้นบ้าน และการแพทย์ทางเลือก 2557-2559. นนทบุรี : กองทุนภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย, 2559.
- พัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, กรม. แผนแม่บทแห่งชาติ ว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 ปี พ.ศ. 2560-2564. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, 2560.
- วรทัศน์ อินทร์คัมพร. การส่งเสริมการเกษตรกับการพัฒนาชนบท. เชียงใหม่ : ภาควิชาส่งเสริมและเผยแพร่การเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2546.
- วรัญญู เวียงอำพล. ทฤษฎีและปฏิบัติการ. กรุงเทพฯ : อมรินทร์การพิมพ์, 2548.
- ส่งเสริมการเกษตร, กรม. นโยบายและแนวทางปฏิบัติงานส่งเสริมการเกษตร. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมการเกษตร, 2545.
- ส่งเสริมการเกษตร, กรม. พืชสมุนไพร ภูมิปัญญาไทย. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมการเกษตร, 2547.
- ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, กรม. รายงานประจำปี 2563. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, 2563.

วารสาร

- กมลพร นครไชยกุล. “ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสมุนไพรแปรรูปของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี”. วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. 6 (12). กรกฎาคม-ธันวาคม 2562.
- ประพัฒน์ ปัญญาชาติรักษ์. “การพัฒนาที่ยั่งยืนต้องอยู่บนพื้นฐานของทรัพยากรตนเอง”. วารสารเศรษฐกิจและสังคม. 40(2). 2546. หน้า 9-13.
- ปิยะทัศน์ ใจเย็น และยุทธนา แยกบาย. “ปัจจัยที่มีต่อความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประชาชนจังหวัดสุโขทัย”. วารสารการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. 8(1). 2563.
- พจน์ บุญเรือง. “การนิเทศการส่งเสริม”. วารสารการส่งเสริมการเกษตร. 11(3). มิถุนายน-กรกฎาคม 2522. หน้า 4-6
- ศุภกร คนค่อง. “นโยบายขจัดปัญหาความยากจน กับแผนแม่บทสวนสมุนไพรครบวงจรของมณฑลยูนนานสู่แนวปฏิบัติของจังหวัดเชียงราย”. วารสารจีนศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ฉบับที่ 13 (2). 2563. หน้า 251-275.

วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย

- ธณชัย สิงห์มาตย์. “การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดมหาสารคาม”. เอกสารงานวิจัยส่วนบุคคล. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 2562.
- รุ่งทองแสง ชั้นสุวรรณ. “ความรู้และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมบริโภคเครื่องสำอางทั่วไปของสมุนไพร”. วิทยานิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2559.
- วิริญญา เมืองช้าง. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพตนเองของประชาชนในอำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา”. วิทยานิพนธ์หลักสูตรสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549.

ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

- กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. สำนักงาน. “คนไทยใช้สมุนไพรและบริการแพทย์แผนไทยมากขึ้น”. (ออนไลน์). เข้าถึงจาก : <https://www.thaihealth.or.th/content//43396>, 2561.
- ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน, ศูนย์. “มณฑลเจียงซีส่งเสริมการปลูกพืชสมุนไพรจีนให้ได้สัดส่วนมากกว่าครึ่งหนึ่งของประเทศในปี 2568”. (ออนไลน์). เข้าถึงจาก : <https://thaibizchina.com> , 2563.
- คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. “แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564). (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=6420&filename=develop. Issue, 2560.

- ชนิดา มัททวงกูรและคณะ. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรของประชาชนในเขตภาคีเจริญ”. file://C: Users/ HOME%20PC/Download/200474-Article%20Text-806306-1, 2562.
- ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, กระทรวง. “รายงานประจำปีกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 2556”. (ออนไลน์). เข้าถึงจาก:
<http://lib.mnre.go.th/index.php/2012-03-06-08-13-44/15-2012-03-06-08-01-50-2012-03-06-08-01-50/434-2556>, 2556.
- พัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, กรม. “สมุนไพรในงานสาธารณสุขมูลฐานและความเป็นมาของสมุนไพร”. (ออนไลน์). เข้าถึงจาก :
<http://www.dtam.moph.go.th/indigenous/index.html> , 2552.
- พัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, สำนักงาน. “BCG Economy Model คืออะไร”. (ออนไลน์). เข้าถึงจาก : <https://www.nstda.or.th>, 2563.
- วสุธร ต้นวัฒนกุล. “การพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable Development)”. (ออนไลน์). เข้าถึงจาก : <http://www.ph.buu.ac.th/pdf/vasutorn/develop-old.pdf>, 2549

ภาษาต่างประเทศ

Books

- Brundtland, G.H. “Our Common Future World Commission on Environmental and Development”. Oxford : Oxford University Press, 1987.

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ-นามสกุล	น.ส. กนกนุช จินดาโชดสิริ
วันเดือนปีเกิด	17 กค. 2513
ประวัติการศึกษา	ปริญญาโท ด้าน บริหารธุรกิจ รัฐซานโจเซ่ สหรัฐอเมริกา ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต วิชาเอก เคมี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร เกียรตินิยมอันดับ 2
ประสบการณ์การทำงาน	.
ปี พ.ศ.2540	ผู้จัดการฝ่ายการเงิน Umiracle CO., Ltd. USA.
ปี พ.ศ.2542	ประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการเงิน กลุ่มบริษัท เบส ที.เจ. กรุ๊ป จำกัด
ปี พ.ศ.2559-ปัจจุบัน	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มบริษัท เบส ที.เจ. กรุ๊ป จำกัด
ตำแหน่งปัจจุบัน	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มบริษัท เบส ที.เจ. กรุ๊ป จำกัด

สรุปย่อ

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

เรื่อง แนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน
ผู้วิจัย นางสาวกนกนุช จินดาโชตสิริ หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 64
ตำแหน่ง ประธานเจ้าหน้าที่บริหารบริษัท สหไพศาลอินดัสทรี จำกัด และ
กลุ่มบริษัท เบส ที. เจ. กรุ๊ป จำกัด

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันความต้องการใช้สมุนไพรในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งความต้องการในการบริโภคเพื่อการสร้างเสริมและดูแลสุขภาพของประชาชน และความต้องการเพื่อใช้ในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพและสามารถสร้างความยั่งยืนในระบบเศรษฐกิจไทยในอนาคต โดยการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสินค้าและเทคโนโลยี สามารถสร้างรายได้ให้ประชาชนและประเทศ รัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยให้จัดทำแผนแม่บทแห่งชาติ ว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560 - 2564 เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นระบบครบวงจรตั้งแต่การส่งเสริมเกษตรกรในการปลูกพืชสมุนไพร การส่งเสริมผู้ประกอบการในการพัฒนาการแปรรูปหรือการสกัดสารสมุนไพรให้เป็นผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี การส่งเสริมการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันยังพบว่า การดำเนินการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยในด้านต่างๆ ยังไม่มีความต่อเนื่อง หน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ผู้ประกอบการ และภาคประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสมุนไพรไทยยังไม่มีบูรณาการงานเข้าด้วยกัน แต่เป็นไปในลักษณะต่างคนต่างทำ ส่งผลให้อุตสาหกรรมและการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยได้รับการส่งเสริมน้อยทั้งนี้โดยสะท้อนจากมูลค่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่บริโภคในประเทศ และมูลค่าการส่งออก นอกจากนี้สัดส่วนมูลค่าการผลิต การบริโภคและการส่งออกส่วนใหญ่ยังเป็นในรูปแบบของวัตถุดิบพืชสมุนไพรมากกว่าในรูปผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีมูลค่าทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันอย่างมา การศึกษาสถานการณ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการพัฒนา เพื่อนำเสนอแนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืนเป็นสิ่งจำเป็น ซึ่งขอเสนอแนวทางดังกล่าว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- เพื่อศึกษาสถานการณ์ ปัญหาและอุปสรรคการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย
- เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศไทยและต่างประเทศ

3. เพื่อนำเสนอแนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้การศึกษาเอกสารข้อมูลต่างๆ รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง และบทสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

2. ขอบเขตด้านประชากร ในการศึกษาครั้งนี้ คือ 1) ผู้บริหาร/เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุข กรมการค้าภายใน กรมส่งเสริมการเกษตร กรมการค้าต่างประเทศ หน่วยงานละ 2 คน 2) ภาคเอกชน และ/หรือ ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย หน่วยงานละ 5 คน 3) เกษตรกรที่ปลูกพืชสมุนไพร จำนวน 5 คน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ เดือนพฤศจิกายน 2564 ถึงเดือนพฤษภาคม 2565

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสาร และบทสัมภาษณ์เชิงลึก ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้

2. การรวบรวมข้อมูล ข้อมูลที่รวบรวมมี 2 ลักษณะ คือ 1) ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหาร และ/หรือ เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยจากกระทรวง และ/หรือ กรมต่างๆ ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุข กรมการค้าภายใน กรมการค้าต่างประเทศ และกรมส่งเสริมการเกษตร หน่วยงานละ 2 คน ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย หน่วยงานละ 5 คน เกษตรกรผู้ปลูกพืชสมุนไพรไทย จำนวน 5 คน 2) ข้อมูลทุติยภูมิ ทำการสืบค้นข้อมูลจากเอกสาร รายงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ได้แก่ แผนแม่บทของชาติต่างๆ แนวคิด ทฤษฎี กฎหมายในการกำกับดูแลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3. การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิมาวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อให้ได้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

4. การนำเสนอข้อมูล นำเสนอข้อมูลโดยการเขียนรายงานวิจัยเชิงพรรณนา วิเคราะห์ และนำเสนอแนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืนเพื่อให้หน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องนำข้อมูลในงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อไป

ผลการวิจัย

สถานการณ์การส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีแนวโน้มที่ดี เพราะภาครัฐได้มองเห็นความสำคัญ มีการจัดทำแผนแม่บทแห่งชาติ ว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564 และให้ใช้ต่อเนื่องจนถึงปี 2565 และได้จัดทำกฎหมายลำดับรองว่าด้วยการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สมุนไพร ที่ออกตามความในพระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. 2562 และอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบการ

กำกับดูแลของกองผลิตภัณฑ์สมุนไพร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา แผนการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับนี้ขับเคลื่อนโดย 3 กระทรวงหลัก ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุข ทำหน้าที่ดูแลในเรื่องการสร้าง ความเชื่อมั่นในคุณค่าและคุณภาพของสมุนไพรไทย สนับสนุนการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพร และลดความยุ่งยากในการขออนุญาตผลิตของผู้ประกอบการ กระทรวงพาณิชย์ ดูแลรับผิดชอบเรื่องการเพิ่มช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ การจับคู่เจรจาธุรกิจ การออกงานแสดงสินค้า การพัฒนา ศักยภาพผู้ประกอบการสู่ตลาดต่างประเทศ และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ทำหน้าที่ขยายพื้นที่ปลูกพืชสมุนไพรแบบเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่ปลอดภัยสามารถขายได้ราคาดีขึ้น รวมถึงส่งเสริมให้เกษตรกรรวมกลุ่มเป็นแปลงใหญ่พืชสมุนไพร เพื่อจะได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้แบบครบ วงจรภายใต้หลักสูตรที่สอดคล้องกับสภาพพื้นที่ดำเนินการและความต้องการของเกษตรกร สถานการณ์ การตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีแนวโน้มที่เติบโตขึ้นทั้งตลาดในประเทศ และตลาดต่างประเทศด้วย สาเหตุเพราะประชาชนหันมาใส่ใจในเรื่องสุขภาพมากขึ้น การที่ภาครัฐได้มีนโยบายที่ชัดเจนในการ ส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยเพื่อที่จะช่วยในเรื่องการส่งเสริม และการดูแลสุขภาพของคนไทย และ จะช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพด้วยแพทย์แผนปัจจุบันได้ในอนาคตเพราะประชากรไทยกำลังก้าว เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ แต่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยนั้นได้พบปัญหา และอุปสรรค ตามห่วงโซ่ อุปทานตั้งแต่ขั้นตอนการวิจัย และพัฒนาคือการขาดงบประมาณและขาดหน่วยงานที่รับผิดชอบใน การทำวิจัย การไม่สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในเชิงพาณิชย์ การจัดหาวัตถุดิบเพื่อนำไปสู่การผลิตมี ปัญหาคือสมุนไพรหลายประเภทไม่เพียงพอ หรือไม่อยู่ในประเทศ หรือที่อยู่ในประเทศก็อาจไม่ได้ มาตรฐาน คุณภาพในการผลิตในภาคอุตสาหกรรมยังไม่ได้มาตรฐานโดยเฉพาะอย่างยิ่งในผู้ประกอบการ ขนาดกลางและขนาดเล็ก ไม่สามารถส่งเสริมการตลาดได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย ขั้นตอนการขนส่ง บางส่วน ไม่ได้คุณภาพ หรือมีมาตรฐานน้อยทำให้ ผลิตภัณฑ์เกิดการเปลี่ยนแปลง และกลไกในการ ติดตาม และ กำหนดนโยบายไม่มีคณะกรรมการ และกฎหมายที่เป็นรูปธรรมในการกำหนดทิศทางใน การพัฒนาที่เกี่ยวกับสมุนไพรไทย ภาครัฐ ภาคเอกชน/ผู้ประกอบการ และภาคประชาชนในฐานะ เกษตรกรต้องร่วมมือกันเพื่อทำให้เกิดการจัดการสถานการณ์ และแก้ไข ปัญหาที่เหมาะสม และนำไปสู่ การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป ปัจจุบันความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติหรือสมุนไพรทั้งในตลาด ภายในประเทศและในตลาดโลกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ทำให้มีการนำสมุนไพรรวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่มี สมุนไพรเป็นวัตถุดิบมาใช้ ทั้งในรูปของอาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง ยา อาหารเสริม ผลิตภัณฑ์ สบู่ และอาหารที่ใช้เลี้ยงสัตว์ โดยมีปัจจัยหนุนจากกระแสการรักสุขภาพและความงามของผู้บริโภค ยุคใหม่

การศึกษาเปรียบเทียบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศไทย และประเทศ จีนที่เป็นกรณีศึกษา พบว่ามีแนวทางเหมือนกันหลายด้านคือ ภาครัฐมีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนใน การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพร การกำหนดมาตรฐานเพื่อคุณภาพทุกๆขั้นตอนของห่วงโซ่ อุปทาน การส่งเสริมการวิจัย และพัฒนาด้านสมุนไพร เพื่อการต่อยอดเชิงธุรกิจให้ผู้ประกอบการ การ พัฒนาศักยภาพที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมในทุกขั้นตอน ของห่วงโซ่อุปทาน และการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพร สร้างตราสัญลักษณ์คุณภาพ ส่งเสริม ภาพลักษณ์สมุนไพร แต่ทั้งนี้จากการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรของจีนที่สามารถ ใช้เป็นแบบอย่างคือการที่ภาครัฐของจีนได้มีนโยบายในการพัฒนาพื้นที่ที่ยากจนให้กลายเป็นพื้นที่ใน

การเพาะปลูกพืชสมุนไพรจีน และกลายเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบไปสู่การผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่อไป การจัดตั้งศูนย์การฝึกอบรมบุคลากรที่มีทักษะและประสบการณ์ที่ดีในการปลูกพืชสมุนไพรจีนในพื้นที่ยากจน มีการจัดตั้งกองทุนเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการปลูกและผลิตยาสมุนไพรจีนให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นนโยบายที่มีการช่วยเหลือประชากรในพื้นที่ที่ยากจนให้มีอาชีพ และสร้างรายได้ให้คนในชุมชน นอกจากนี้ยังมีการจัดตั้งเขตทดลองการศึกษา การแพทย์แผนจีนนานาชาติระดับประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออบรมบุคลากรต่างชาติในสาขา การแพทย์แผนจีน และส่งเสริมความร่วมมือด้านการแพทย์แผนจีนระหว่างประเทศ ซึ่งถือว่าเป็นการดำเนินงานดังกล่าวจะทำให้สมุนไพรของจีนเป็นที่รู้จักแพร่หลายในต่างประเทศมากขึ้น

แนวทางการดำเนินงานของภาครัฐในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน มีดังนี้พัฒนาระบบสารสนเทศของสมุนไพรไทยเพื่อการจัดทำแผนยุทธศาสตร์พัฒนาสมุนไพรไทยให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน สร้างความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการพัฒนาสมุนไพรไทยให้มีศักยภาพแข่งขันด้านอุตสาหกรรมสมุนไพรในระดับสากล ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน และเกษตรกร มีกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้ได้คุณภาพมาตรฐานสากลในทุกระดับขั้นตอนการผลิต ส่งเสริมและพัฒนากิจการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่มีศักยภาพตรงตามความต้องการของตลาด ปรับปรุงกฎหมาย และกฎระเบียบเกี่ยวกับการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพร ให้รัดกุมในการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สมุนไพร นอกจากนี้ภาครัฐต้องมีการส่งเสริมให้ความรู้แก่ประชาชนในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างถูกต้อง เหมาะสม ส่วนแนวทางการดำเนินงานของภาคเอกชน/ผู้ประกอบการคือต้องสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันโดยการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยให้มีกระบวนการผลิตได้มาตรฐานสากล ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการส่งเสริมการวิจัย และพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีศักยภาพเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับการตลาดทั้งรูปแบบออนไลน์ และออฟไลน์ ในส่วนของภาคประชาชนคือเกษตรกรควรมีแนวทางการผลิตวัตถุดิบสมุนไพรที่มีคุณภาพ มีการปรับปรุงพัฒนาสายพันธุ์ และต้องมีการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมด้านการเกษตรมาช่วยผลิตวัตถุดิบที่มีคุณภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอระดับนโยบาย

ภาครัฐควรจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาสมุนไพรไทยอย่างต่อเนื่องโดยการสร้างความร่วมมือของทุกภาคส่วน ทั้งผู้ประกอบการ และเกษตรกรให้มีศักยภาพแข่งขันด้านอุตสาหกรรมสมุนไพรในระดับสากล ทบทวนกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลสมุนไพรไทยให้เหมาะสม และสอดคล้องกับสถานการณ์ การจัดหาแหล่งทุน เทคโนโลยี และนวัตกรรม ให้ผู้ประกอบการ และเกษตรกรและการเป็นเจ้าภาพจัดการอบรมให้ความรู้เพื่อพัฒนาบุคลากรทางด้านการพัฒนาสมุนไพร

ข้อเสนอระดับปฏิบัติ

ผู้ประกอบการต้องสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันโดยการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยให้มีกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนให้ได้มาตรฐานสากล GMP (Good Manufacturing Practice - GMP) ศึกษาความต้องการของตลาดสมุนไพรทั้งในประเทศ และต่างประเทศ และบริหารจัดการตลาด

สมุนไพรทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ สร้างตราสัญลักษณ์คุณภาพ และส่งเสริมภาพลักษณ์สมุนไพรไทย ควรให้ความสำคัญ และต่อยอดงานวิจัย และพัฒนาในเชิงพาณิชย์ เพื่อเพิ่มคุณภาพของการผลิตตลอดห่วงโซ่อุปทาน เกษตรกรต้องผลิตวัตถุดิบสมุนไพรให้มีคุณภาพ เพื่อป้อนเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม และมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเกษตรกรที่ประสบผลสำเร็จในการดำเนินการ