



# ผลกระทบและการประมวลผลประโยชน์ที่ไทย ได้รับจากการเปิดเสรีทางการค้า FTA ในภาค บริการธุรกิจสุขภาพ

**Impacts of Free Trade Agreement (FTA) on Health  
Business Service Sector: Thailand**

รศ.ดร.วรรณวิภา ปสันธนาทร

ผศ. เสาวคนธ์ พีระพันธุ์

ดร. กวีพงษ์ เลิศวัชรา

รศ. ดร. ธวัชชัย บุญโชติ

คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล



# Contents

1. ความสำคัญของปัญหา

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

3. ขอบเขตของการวิจัย

4. วิธีวิจัย

5. ผลการวิจัย

6. สรุปและข้อเสนอแนะ

# 1. ความสำคัญของปัญหา

ตั้งแต่ปี 2538 ประเทศไทยเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) ทำให้มีข้อผูกพันตามกฎหมายสากลที่ต้องปฏิบัติตามกรอบการเปิดเสรีทางการค้าบริการระหว่างประเทศ GATS (General Agreement on Trade in Services)

**บริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและบริการทางสังคม (Health Related and Social Services)** เป็นสาขาหนึ่งที่ว่าแม้ขณะนี้ประเทศไทยจะยังไม่ได้เปิดเสรีด้านนี้อย่างเต็มรูปแบบตามข้อตกลงของ WTO แต่ปัจจุบันประเทศไทยมีนโยบายทำข้อตกลงการค้าเสรี (Free trade agreement: FTA) กับประเทศต่าง ๆ ทั้งในระดับทวิภาคีและพหุภาคีกับประเทศในอาเซียน

ในระดับภูมิภาคอาเซียน สาขาสุขภาพ เป็นสาขาที่มีการเร่งรัดให้มีการเปิดเสรี ในปี 2553/2010 (สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข: 7)

# 1. ความสำคัญของปัญหา

การศึกษาวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันทั้งผลกระทบทางบวกหรือที่เป็นประโยชน์และผลกระทบทางลบหรือเสียประโยชน์ รวมทั้งโอกาสและอุปสรรคจากการประกอบธุรกิจนี้ทั้งก่อนและหลังการเปิดเสรีทางการค้า

เพื่อหาแนวทางปรับตัวจากความสูญเสียทางลบและเสริมสร้างพัฒนา ศักยภาพของธุรกิจนี้จากการได้เปรียบ จึงเป็นความจำเป็นทั้งต่อการพัฒนาการ บริการสุขภาพภายในประเทศและต่อนโยบายพัฒนาให้ประเทศไทยเป็น ศูนย์กลางสุขภาพของภูมิภาคเอเชีย (Medical Hub of Asia)

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ ติดตามและประเมินประโยชน์และผลกระทบในภาคธุรกิจบริการสุขภาพ จากการจัดทำเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศไทยกับประเทศต่างๆ เช่น ออสเตรเลีย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนและญี่ปุ่น ในส่วนที่ดำเนินการไปแล้วและกำลังจะดำเนินการ
2. เพื่อศึกษาโอกาสและอุปสรรคของการประกอบธุรกิจ และทำงานในภาคธุรกิจบริการสุขภาพ ของไทยกับประเทศต่างๆ เช่น ออสเตรเลีย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีน และญี่ปุ่น
3. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ผลกระทบและแนวทางการดำเนินการเพื่อรองรับนโยบายพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย
4. เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะกลยุทธ์/แนวทางการแก้ไข เพื่อให้ไทยได้รับประโยชน์สูงสุดจากการเปิดเสรีทางการค้าและการดำเนินการตามนโยบายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย



### 3. ขอบเขตของการวิจัย

กรอบการศึกษาธุรกิจบริการสุขภาพภายใต้การเปิดเสรีทางการค้า แบ่งพิจารณาศึกษาใน 3 ธุรกิจหลัก คือ

1. ธุรกิจ/อุตสาหกรรมสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรอื่น
2. ธุรกิจ/อุตสาหกรรมบริการทางการแพทย์
3. ธุรกิจสปา/นวดไทย
4. ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ในแต่ละด้านของธุรกิจ/อุตสาหกรรมทั้งสาม

# 1) ธุรกิจ/อุตสาหกรรมสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรอื่น

## วิธีวิจัย

### 1. ศึกษาสถานการณ์การค้าสมุนไพรของประเทศไทย

วิเคราะห์จากมูลค่าการค้านำเข้า-ส่งออกสมุนไพรของประเทศไทยตั้งแต่ปี 2544 –2551 และเปรียบเทียบกับประเทศคู่ค้าของไทยที่มีการเปิดเสรีการค้าในช่วงระยะเวลาเดียวกัน ข้อมูลที่ได้มาจาก World Trade Atlas จากฐานข้อมูลของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

### 2. วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอื่น

เช่น เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง

### 3. วิเคราะห์สรุปประเด็น (content analysis)

ใช้การวิเคราะห์ประเด็น (content analysis) จากการสนทนากลุ่มย่อย (focus group discussion)

# วิเคราะห์สรุปประเด็น (content analysis)

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ คือ

เภสัชกรทั้งจากหน่วยงานภาครัฐ กระทรวงสาธารณสุข และภาคเอกชนจากอุตสาหกรรม  
สมุนไพร

นักวิชาการจากมหาวิทยาลัย สำนักงานอาหารและยา กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทย  
กระทรวงพาณิชย์

ตัวแทนจากสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย

การสนทนากลุ่มย่อยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม

คือ 1) กลุ่มสมุนไพร ผู้ร่วมสนทนากลุ่มมีจำนวน 12 คน

2) กลุ่มเครื่องสำอาง ผู้ร่วมสนทนากลุ่มมีจำนวน 10 คน และ

3) กลุ่มอาหารเสริม ผู้ร่วมสนทนากลุ่ม มีจำนวน 6 คน

ประเด็นของการสนทนา คือผลกระทบจากการค้าเสรี ข้อเด่น/ข้อด้อย ปัญหา/  
โอกาส และแนวทางการรับมือกับผลกระทบ

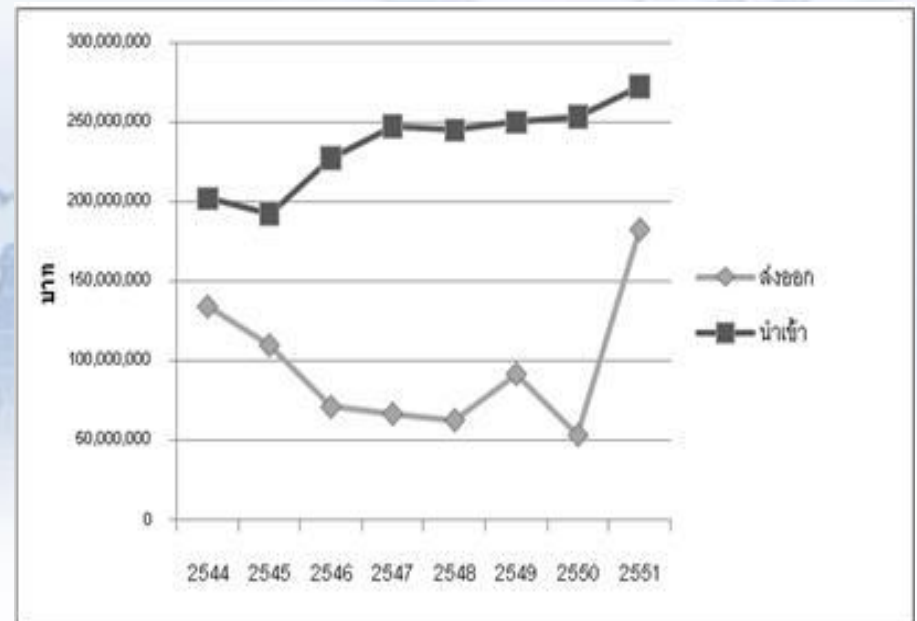


# 1 สถานการณ์การค้าสมุนไพร

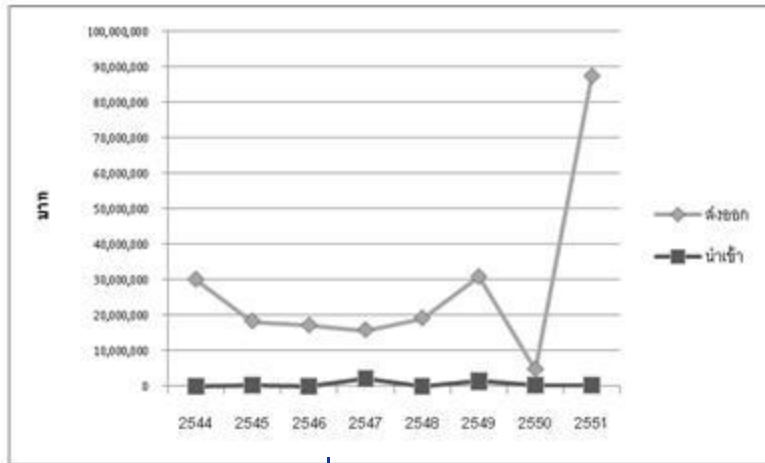
มูลค่าการค้าสมุนไพรในตลาดโลก มีค่าสูงมากคือประมาณ 4.4 ล้านล้านบาท แต่การบริโภคสมุนไพรและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสมุนไพรในประเทศไทยมีเพียง 48,000 ล้านบาท

ไทยเสียดุลการค้าต่างประเทศมาโดยตลอด โดยนำเข้าจากออสเตรเลีย จีน และอินเดีย และส่งออกไปญี่ปุ่นเป็นสำคัญ

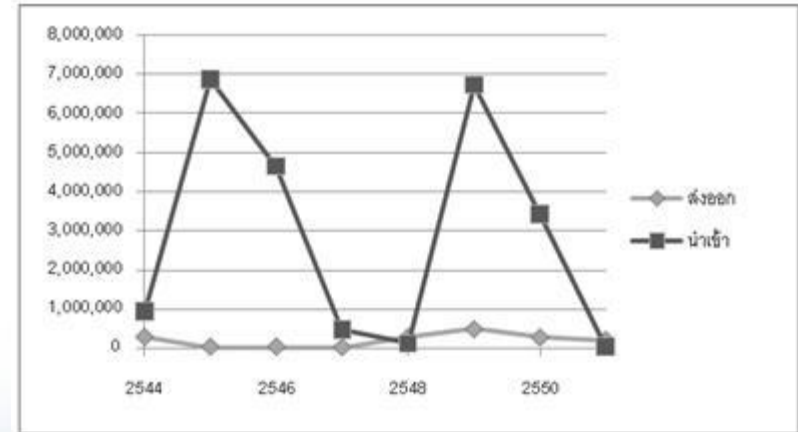
ปี	ส่งออก	นำเข้า
2544	134,312,143	202,333,397
2545	110,031,297	192,835,117
2546	71,270,601	227,580,858
2547	66,895,438	247,215,552
2548	62,953,067	245,126,200
2549	91,901,572	250,012,900
2550	53,557,852	253,316,860
2551	182,752,490	272,364,390



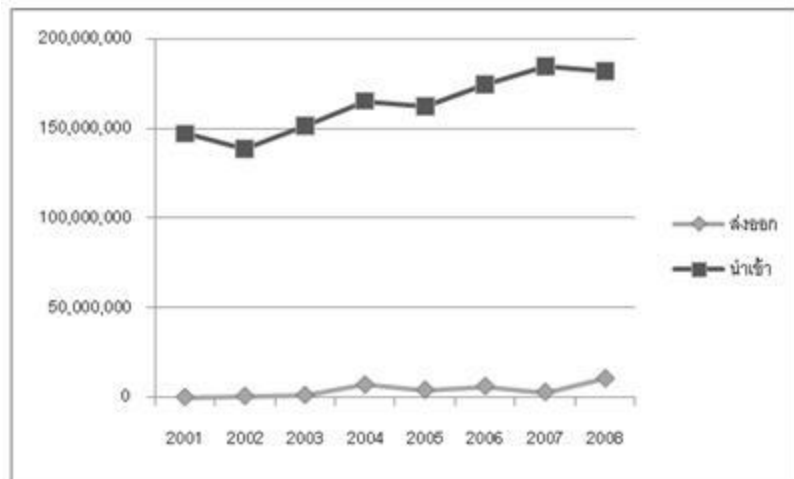
# การค้าสมุนไพรระหว่างประเทศไทยและประเทศคู่ค้า



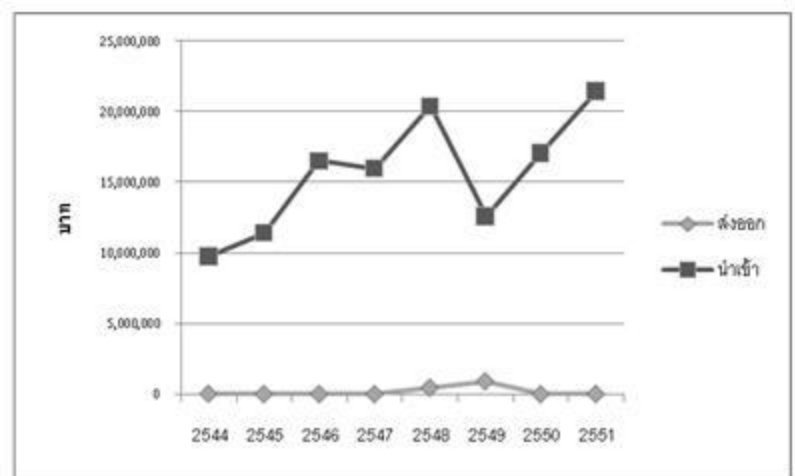
ปีปุ่น



ออสเตรเลีย



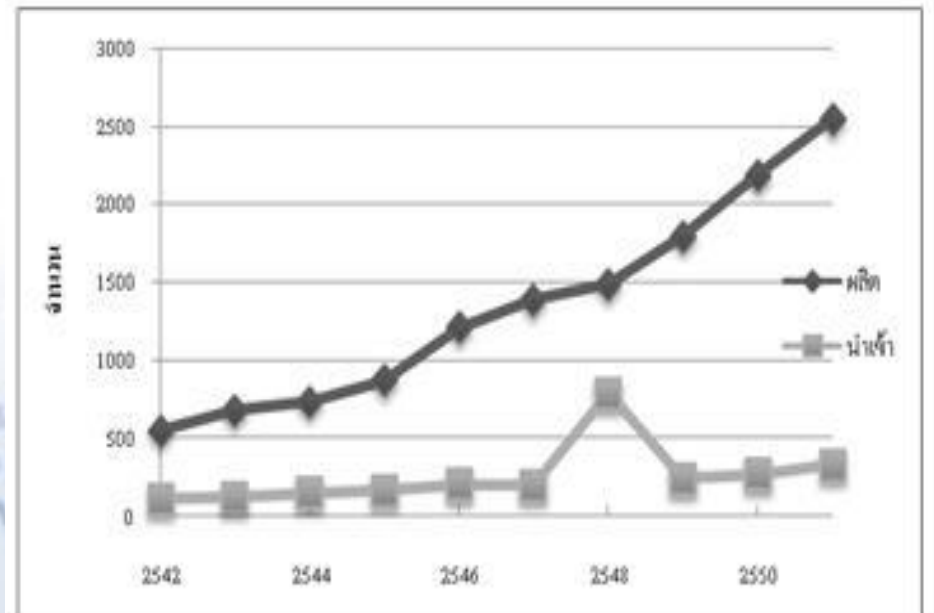
จีน



อินเดีย

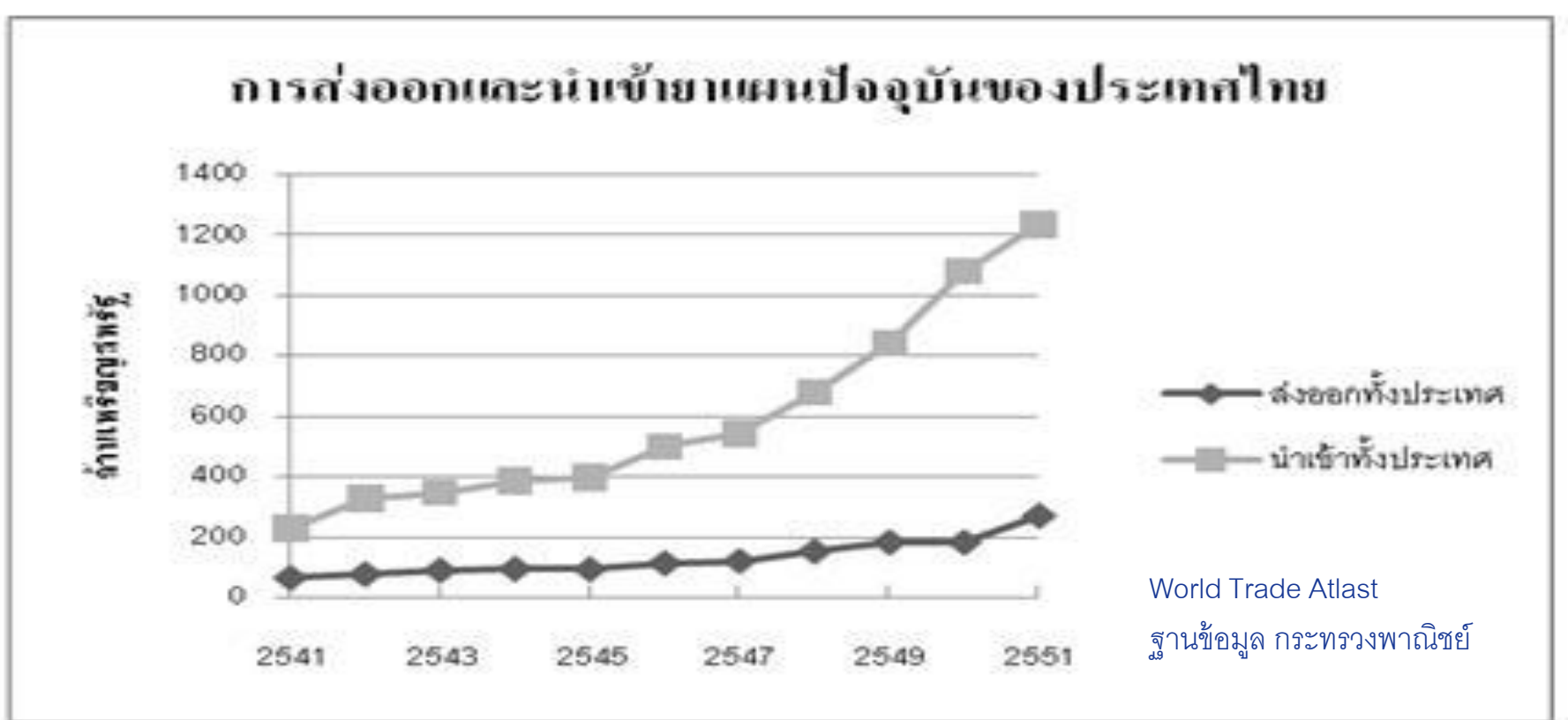
# ยาแผนโบราณมีมูลค่าการผลิตสูงกว่านำเข้า

ปี พ.ศ.	ยาแผนโบราณ		
	ผลิต	นำเข้า	รวม
2542	648	114	662
2543	675	125	800
2544	736	147	883
2545	869	168	1037
2546	1207	203	1410
2547	1388	199	1587
2548	1485	790	2275
2549	1792	244	2036
2550	2184	270	2454
2551	2543	331	2874



สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

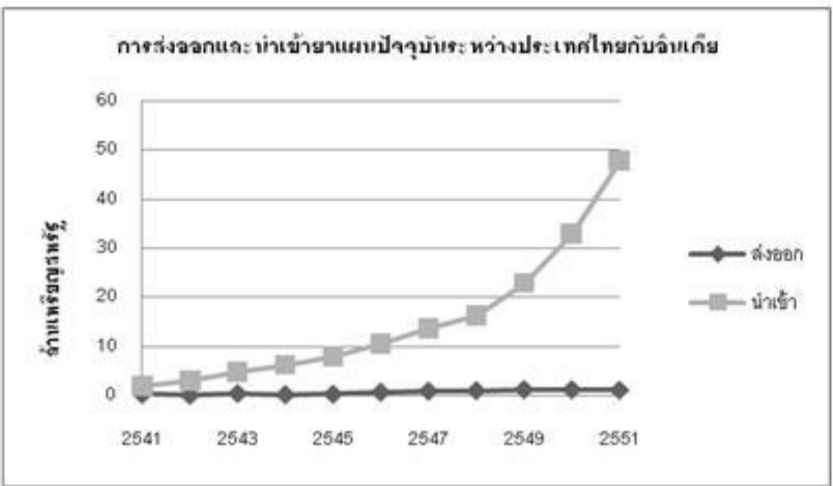
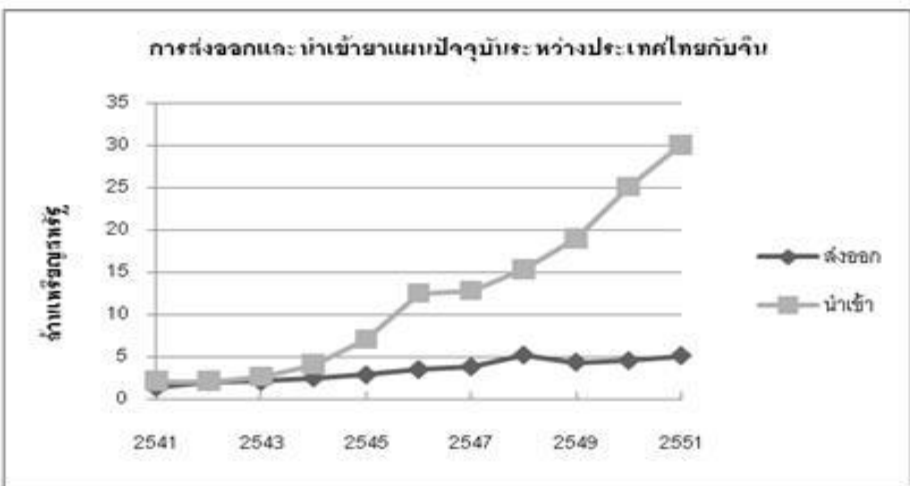
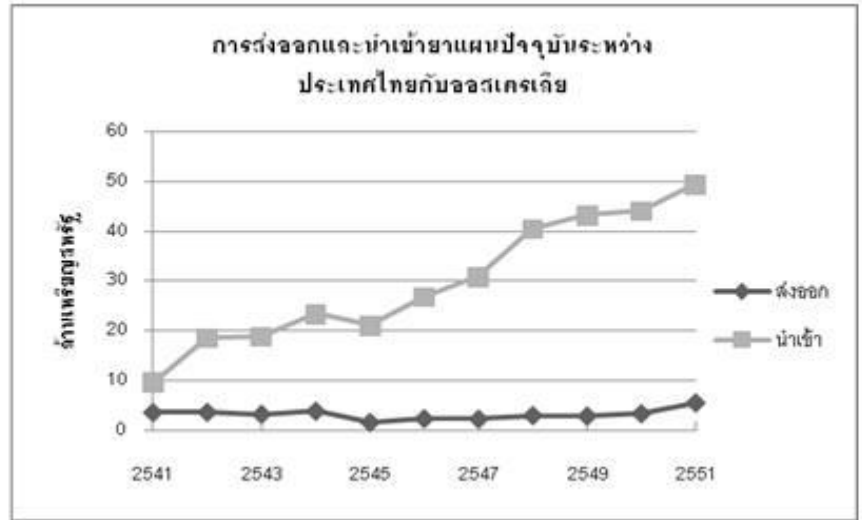
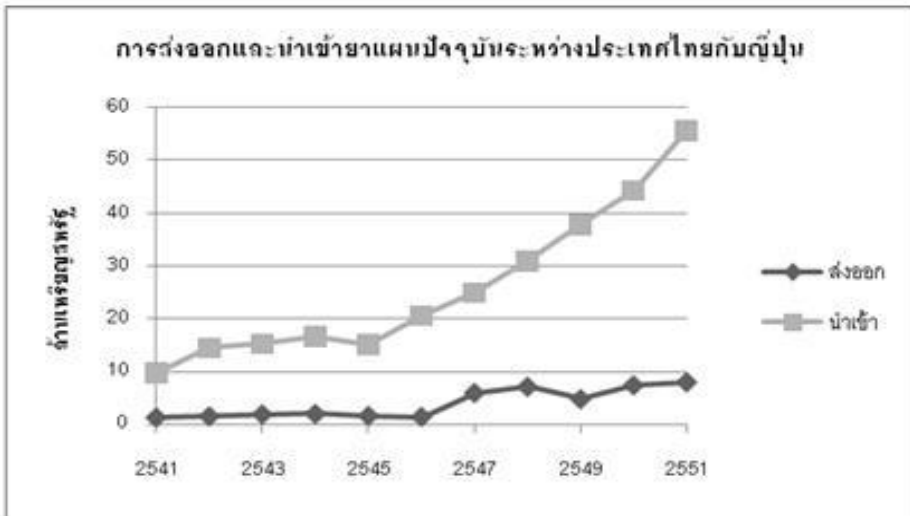
# การส่งออกและนำเข้ายาแผนปัจจุบันของประเทศไทย



ประเทศไทยนำเข้ายาแผนปัจจุบันมีมูลค่าประมาณ 679 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (หรือสองหมื่นสามพันกว่าล้านบาท)

การนำเข้ายาแผนปัจจุบันสูงขึ้นทุกปีเป็น 1,083 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2550 และ 1,238 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สี่หมื่นกว่าล้านบาท) ในปี 2551 ตามลำดับ

# ไทยขาดดุลนำเข้ายาแผนปัจจุบันกับทุกประเทศคู่ค้า



World Trade Atlas

จากฐานข้อมูล กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์



## 2. สถานการณ์การค้าสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรอื่น

ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสมุนไพรครอบคลุมถึง เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เครื่องดื่ม ยา และสมุนไพรสำหรับการอบและนวด การใช้สมุนไพรแทนยาแผนปัจจุบันมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้น

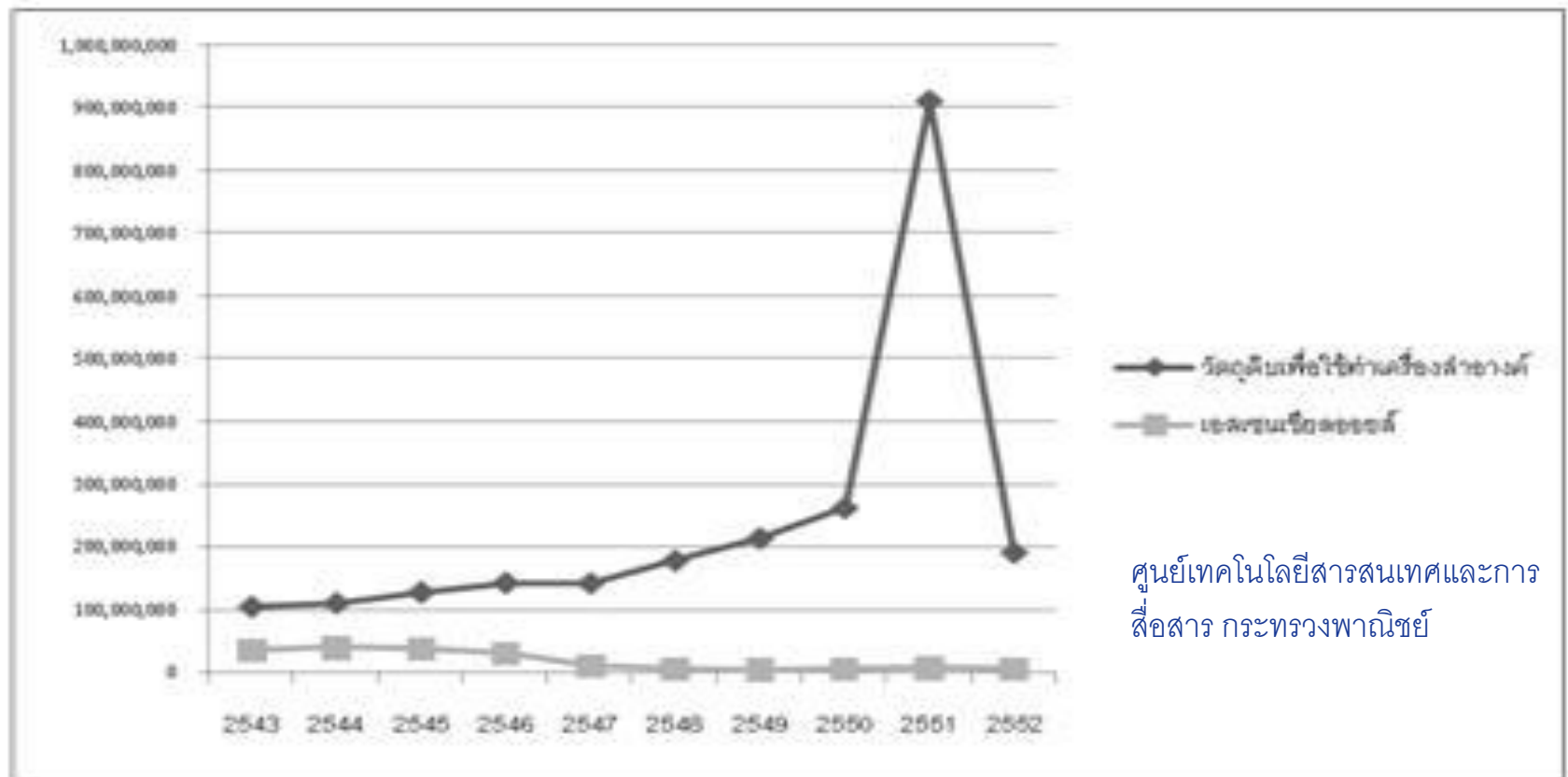
ธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมจากสมุนไพรนั้นมีขนาดค่อนข้างสดใสเนื่องจากเป็นตลาดขนาดใหญ่ในประเทศพัฒนาแล้วเช่น สหรัฐ ญี่ปุ่นและยุโรป

ปัจจุบันอุตสาหกรรมสมุนไพรไทยมีอุปสรรคด้านกฎระเบียบการขึ้นทะเบียนอาหารและยาที่มีรายละเอียดมากเกินไปและขั้นตอนที่เนิ่นนาน

สารสกัดของไทยยังมีความล้าหลังกว่าของ ลาว เวียดนามและอินเดียที่มีค่าแรงถูกกว่าและเทคโนโลยีที่ดีกว่า โดยที่พม่าส่งออกสารสกัดมากที่สุดในอาเซียน

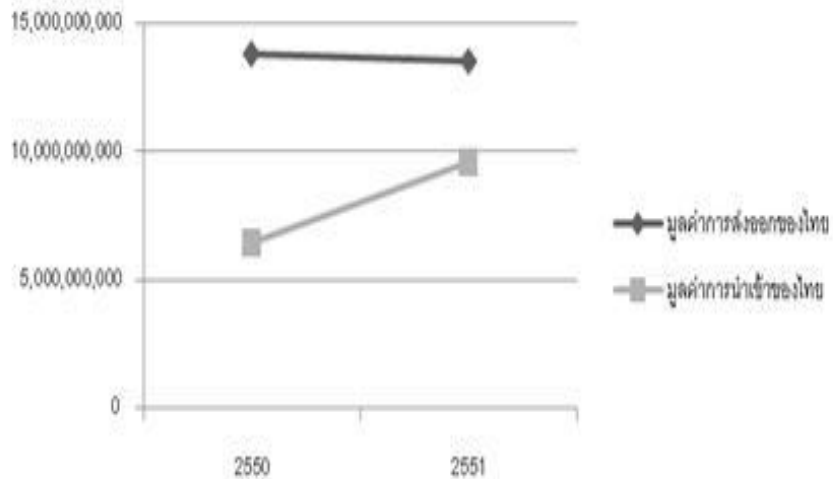
# ส่งออกวัตถุดิบใช้ทำเครื่องสำอางและเอสเซนเชียลออยล์

ปี 2551 ประเทศไทยมีการส่งออกวัตถุดิบเพื่อใช้ทำเครื่องสำอางสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน ๆ คือ 910 ล้านดอลลาร์ (ประมาณสามหมื่นหนึ่งพันล้านบาท) ส่วนสารสกัด (เอสเซนเชียลออยล์) ในปี 2552 ประเทศไทยส่งออกมีมูลค่า 5 ล้านบาทหรือครึ่งร้อยล้านบาท

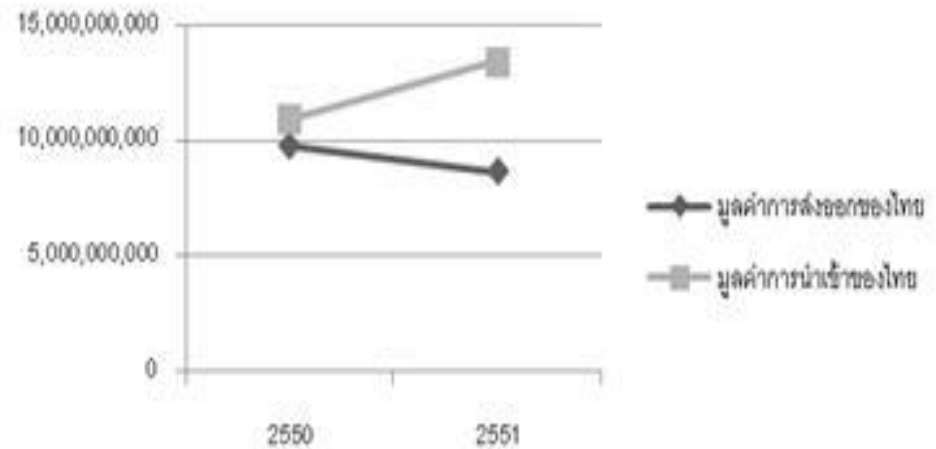


# การค้าเครื่องสำอาง

การค้าเครื่องสำอางระหว่างประเทศไทยกับกลุ่ม  
ประเทศอาเซียน



การค้าเครื่องสำอางระหว่างประเทศไทยกับ  
กลุ่มประเทศนอกอาเซียน



กลุ่มควบคุมเครื่องสำอาง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

การค้าเครื่องสำอางไทยได้ดุลกับประเทศในกลุ่มอาเซียน ยกเว้น ในปี 2551 ขาดดุลกับ 2 ประเทศเพื่อนบ้าน คือ สิงคโปร์และมาเลเซีย  
นอกกลุ่มประเทศอาเซียน ไทยขาดดุลการค้าหมวดนี้

# สถานการณ์ด้านเครื่องสำอาง

การค้าเครื่องสำอางไทยได้ดุลกับประเทศในกลุ่มอาเซียน

การค้าเครื่องสำอางกับประเทศนอกกลุ่มอาเซียน ไทยขาดดุลการค้าหมวดนี้

การที่จะแข่งขันกับประเทศอื่น

รัฐอาจต้องให้การสนับสนุนด้านภาษีวัตถุดิบ รวมถึงการรวมกลุ่ม ประชาสัมพันธ์ สื่อสารถึง ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ

ภาคเอกชนยังขาดข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของสัญญา AQSIQ รวมถึงภาคเอกชนโดยเฉพาะ รายเล็กยังไม่มีความพร้อมที่จะจัดให้มีการผลิตตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ในข้อตกลงการค้า ระหว่างประเทศ

# สถานการณ์ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

ปี 2551 ตลาดเสริมอาหารในประเทศไทยจะมีมูลค่าประมาณ 18,000 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 7 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2550

อาหารเสริมสุขภาพที่มีคุณสมบัติเป็นยา (Nutraceutical) จะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่

ตลาดหลักที่มีแนวโน้มการขยายตัวสำหรับผลิตภัณฑ์นี้คือ สหรัฐ ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป

ท้าทายให้ประเทศต่าง ๆ ที่มีศักยภาพด้านการผลิตรวมทั้งการวิจัยและพัฒนาต่างเร่งพัฒนาขีดความสามารถ



## สรุปประเด็นการสนทนากลุ่ม

สมุนไพรเป็นทุนทางวัฒนธรรม เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของไทย ต่อยอดออกมามีมูลค่ามหาศาล เฉพาะตลาดสมุนไพรในอาเซียน ประเทศไทยค่อนข้างได้เปรียบในเรื่องมาตรฐาน แต่การพัฒนาสมุนไพรไทยมีลักษณะต่างคนต่างทำ

พัฒนาสมุนไพรจากตลาดภายในประเทศก่อน เริ่มจากการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคให้มีทัศนคติที่ดี โดยผลิตภัณฑ์สมุนไพรต้องได้มาตรฐานมีสรรพคุณตามที่กล่าวอ้าง

มีศูนย์จัดการวัตถุดิบเกษตรอินทรีย์สมุนไพร เพื่อให้วัตถุดิบสมุนไพรมีความปลอดภัยและสะอาด รวมถึงกระบวนการผลิตควรมีมาตรฐานปลอดภัย

พัฒนากระบวนการผลิตโดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาผสมผสาน

ส่งเสริมรณรงค์ควบคู่กับธุรกิจสปา ท่องเที่ยว เครื่องสำอางและอาหาร

# การเปิดเสรีทางการค้ากับสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพร

หากเปิดเสรีการค้าในขณะนี้แล้ว กล่าวได้ว่าประเทศไทยมีความพร้อมในเรื่องสมุนไพร  
น้อยมาก

กฎระเบียบของไทยต้องทันสมัยสอดคล้อง กับ Asian Harmonization

แนวโน้มที่โรงงานสารสกัดของไทยที่มีขนาดเล็กจะปิดตัวลง เพราะแต่ละแห่งสกัดสารแต่ละตัว  
ใช้ในปริมาณน้อย

การเปิดเสรีมีเงื่อนไขมาตรฐาน GMP ซึ่งต้องใช้เครื่องมือราคาแพงมาก การตั้งโรงงานกลางที่มี  
การจัดการบริหารดี เป็นโรงงานรับจ้างการผลิต

พิจารณาสารสกัดสมุนไพรอย่างครบวงจร โดยร่วมมือกันระหว่างผู้ผลิตภาครัฐ เอกชน สมุนไพร  
ยา เครื่องสำอาง ผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องในเรื่องวัตถุดิบ

พัฒนาศูนย์ข้อมูล Web site หาแชร์เซิร์ฟเวอร์ เชื่อมของทุกแหล่งเข้าหากันทั้งกระทรวง  
สาธารณสุข กระทรวงพาณิชย์ มหาวิทยาลัยต่างๆ สมาคม สภาอุตสาหกรรม

# การเปิดเสรีทางการค้ากับสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพร

มีศูนย์วิเคราะห์คุณค่าตำรับยาไทย วิเคราะห์สมุนไพรไทยทั้งยาเดี่ยว และยาตำรับของเอกชนมาทดสอบทางห้องปฏิบัติการ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

มีศูนย์พัฒนาวิเคราะห์สารมาตรฐานเพื่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์

โอกาสของสมุนไพรของไทยยังมีมาก จากจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ คือ แบบสวย มีดีไซน์

การแก้ปัญหาการใช้สมุนไพรต้องให้ประชาชนไทยใช้ได้ในทุกระดับอย่างกว้างขวาง ต่อเนื่อง และ ส่งเสริมควบคู่กับธุรกิจ สปาและการท่องเที่ยว อาหารหรือน้ำสมุนไพร

ยาตำรับส่งเสริมผ่านแพทย์แผนไทย

# การเตรียมพร้อมเปิดเสรีทางการค้ากับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

ภาครัฐสนับสนุนด้านการฝึกอบรมความรู้ ทักษะด้านต่างๆ เช่นการผลิต การตลาด การบริการ กฎหมายและการจดสิทธิบัตร รวมถึงด้านการเงินและแหล่งทุนด้วย

มีมาตรการช่วยเหลือผู้ผลิตรายย่อยในด้านการผลิต เช่นการจัดให้มีโรงงานกลางเพื่อผลิตสินค้า คุณภาพและได้มาตรฐานตาม GMP

การสนับสนุนด้านการหาแหล่งวัตถุดิบ การหาตลาด

เป็นตัวกลางเพื่อสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและภาควิชาการเพื่อให้เกิดการ พัฒนาอย่างรวดเร็ว

ร่วมมือกันรณรงค์ให้เกิดการบริโภคสินค้าไทยภายในประเทศอย่างจริงจัง

# การเปิดเสรีทางการค้ากับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

ประเทศไทยได้เปรียบอินเดีย แต่เสียเปรียบจีนด้านราคา และเสียเปรียบญี่ปุ่นและเกาหลีด้านภาพลักษณ์ความนิยมและแบรนด์สินค้า

ต้นทุนการผลิตของไทยสูงทำให้ยากต่อการแข่งขัน เพราะภาษีวัตถุดิบเครื่องสำอางยังไม่ปรับให้เหลือศูนย์

การขัดแย้งภายในประเทศเป็นอุปสรรคต่อการจัดแสดงสินค้า การประชาสัมพันธ์

ความชัดเจนของ ACSIQ คืออะไร เป็นอย่างไรยังไม่ชัดเจน แต่มีการลงนามสัญญา กับจีนแล้ว ซึ่งเร็วเกินไป จึงเกิดผลกระทบแล้ว

ความไม่พร้อมและความไม่รู้ของผู้ผลิตกลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก (SMEs, OTOP) ของไทย

การสนับสนุนอย่างเป็นทางการจากรัฐ เช่น ไทยมีอะไรดีกว่า

หลายประเทศเพื่อนบ้าน แต่การจดสิทธิบัตร ทำได้ช้าตัวอย่างเช่น มังคุด

รัฐควรให้การส่งเสริม LAB ในสถาบันการศึกษาที่ผู้ประกอบการสามารถติดต่อได้ทันที



# การเปิดเสรีทางการค้ากับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

การสนับสนุน-พัฒนา 4 ประเด็นหลัก คือ

พระราชบัญญัติ เกี่ยวกับอาหารเสริมต้องมีความชัดเจน เพื่อผู้ประกอบการมีแนวทางในการพัฒนาธุรกิจด้านนี้

ขาดการวิจัยที่สามารถนำผลมาอ้างอิงด้านสรรพคุณ

อาหารเสริมที่ได้รับการรับรองมีจำนวนน้อยทำให้การพัฒนาธุรกิจด้านนี้เป็นไปในวงแคบมาก

ความยากในการเข้าถึงฐานข้อมูลด้านผลการวิจัยทั้งในและต่างประเทศ ทำให้พัฒนาการของอาหารเสริมค่อนข้างช้า

# ยุทธศาสตร์ด้านอุตสาหกรรมสมุนไพร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ เอกสารที่เกี่ยวข้องและผลการสรุปประเด็นจากการสนทนากลุ่ม ได้ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านการสร้างความน่าเชื่อถือ
2. กลยุทธ์ด้านห่วงโซ่อุปทาน
3. กลยุทธ์ด้านวิจัยและพัฒนา
4. กลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์
5. กลยุทธ์ด้านมาตรฐานและคุณภาพ

# 1. กลยุทธ์ด้านการสร้างความน่าเชื่อถือ

อุตสาหกรรมสมุนไพรจำเป็นต้องกำจัดภาพลักษณ์เก่า ๆ ให้ได้โดยเฉพาะเรื่องของความโบราณ ไม่ทันสมัย ไม่สะดวกในการบริโภค เพราะภาพลักษณ์เหล่านี้ถูกนำมาเปรียบเทียบกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่บะบ๋อที่สวยงามและสะดวกในการเคลื่อนย้ายและบริโภคของยาแผนปัจจุบัน และผลิตภัณฑ์สมุนไพรของบริษัทข้ามชาติอื่นๆ

ภาครัฐควรมีการรณรงค์เผยแพร่ให้ประชาชนรับทราบถึงสรรพคุณต่างๆของสมุนไพรไทย ซึ่งประเด็นนี้น่าจะได้รับการตอบรับที่ดีเนื่องจากปัจจุบันประชาชนได้หันมาสนใจสมุนไพรไทยกันมากขึ้นนับแต่ข่าวของ ฟ้าทะลายใจร มะรุุม โดยสังเกตได้จากมีหนังสือเกี่ยวกับสมุนไพรมากขึ้น

การรณรงค์และให้ข้อมูลความรู้จำเป็นต้องมีพันธมิตร เช่น มีการให้ข้อมูลเรื่องสมุนไพรไทยของแต่ละจังหวัดช่วงร้องเพลงชาติตอน 6 โมงเย็น เป็นต้น

# 1. กลยุทธ์ด้านการสร้างความน่าเชื่อถือ

จัดให้มีสารคดีหรือเกมส์โชว์เกี่ยวกับสมุนไพรไทยคล้ายๆรายการคุณพระช่วย

ร่วมมือกับกรุงเทพมหานครทำสวนหย่อมในกรุงเทพทั้งหมดเป็นสวนสมุนไพร

ต้องผลักดันให้เป็นวาระแห่งชาติให้ได้ เนื่องจากสมุนไพรนั้นมีสรรพคุณเชิงป้องกัน (preventive) จึงจำเป็นต้องมีการบริโภคอย่างต่อเนื่องจึงจะทำให้มีสุขภาพที่ดีและแข็งแรงขึ้น

ดังนั้นควรทำให้สมุนไพรไทยเข้ามาอยู่ในชีวิตประจำวันของประชาชนคนไทยให้ได้ โดยกระทรวงสาธารณสุขอาจจะจัดเมนูสุขภาพ 30 ชุดสำหรับชีวิตประจำวันใน 1 เดือน หรือ

ส่งเสริมให้มีร้านอาหารเพื่อสุขภาพธงฟ้า/เขียว เป็นเฟรนด์ชิพสุขภาพโดยเริ่มจากสถานที่ราชการทั่วประเทศก่อน

## 2. กลยุทธ์ด้านห่วงโซ่อุปทาน

ผู้ประกอบการในสายโซ่อุปทานเดียวกันต้องพึ่งพาอาศัยกัน ธุรกิจต้นน้ำจะอยู่ไม่ได้หากธุรกิจปลายน้ำมีปัญหา

การพัฒนาธุรกิจสมุนไพรรวมไปถึงสปาเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งและขีดความสามารถในการแข่งขัน ต้องพิจารณาทั้งห่วงโซ่อุปทาน

เริ่มตั้งแต่แหล่งผลิตที่เหมาะสม วิธีการปลูกดูแล เก็บเกี่ยว รักษาและขนส่งวัตถุดิบ ตลอดจนกระบวนการทุกอย่างจนถึงมือผู้บริโภคควรได้รับการกำหนดเป็นมาตรฐานที่ชัดเจนในการปฏิบัติ

## 2. กลยุทธ์ด้านห่วงโซ่อุปทาน

ควรเลือกเฉพาะสมุนไพรมที่สามารถผลิตได้ในไทยเท่าที่จะมากได้คือทดแทนการนำเข้า และควรจะควบคุมการผลิตให้มีคุณภาพและเพิ่มปริมาณการผลิตให้อยู่ในระดับสูงให้เกิด economy of scale จะทำให้เกิดความยากลำบากต่อคู่แข่งของไทยในการลอกเลียนแบบ

เนื่องจากจะเกิดทั้ง competitive และ comparative advantages แก่อุตสาหกรรมสมุนไพรไทย ในด้านสมุนไพรอื่นๆที่จำเป็นต้องนำเข้านั้น

ภาครัฐควรช่วยเหลือในการแสวงหาแหล่งผลิตราคาถูกลงที่มีคุณภาพเท่าเทียมกัน หรือพัฒนาแหล่งผลิตเพื่อลดการนำเข้าลงซึ่งต้องใช้กระบวนการทางวิจัยและพัฒนา



### 3. กลยุทธ์ด้านวิจัยและพัฒนา

ควรมีการสนับสนุนร่วมมือจากทุกฝ่ายทั้งภาคเอกชน ภาครัฐ และฝ่ายวิชาการในการศึกษาวิจัย ในด้านต่างๆที่เกี่ยวข้อง  
ไม่ว่าจะเป็นงานวิจัยด้านกระบวนการเพาะปลูก เลี้ยงดู พันธุ์สมุนไพร ด้านการตลาด ด้าน บริหารธุรกิจ โ

ภาครัฐอาจเป็นตัวกลางสนับสนุนวิจัยให้ทั้งภาครัฐและเอกชนร่วมกันกำหนดโจทย์วิจัยและ ให้ภาควิชาการดำเนินการวิจัย  
โดยให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วมในกระบวนการคัดเลือกโครงการและนักวิจัย ซึ่งสามารถแบ่งออก ได้เป็นหลายระดับการศึกษาเช่น อาจารย์ นักศึกษา นักเรียน เป็นต้น

## 4. กลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์

บุคลากรทางด้านสมุนไพรไทยนั้นยังมีค่อนข้างจำกัด เนื่องจากยังไม่มีแบบแผนหลักสูตรที่ชัดเจน รวมถึงการวิชาชีพยังไม่เป็นที่รู้จักและนิยม รวมถึงการจ้างงานยังไม่แพร่หลาย

ควรมีการสร้างงานและพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นระบบ โดยการสอดแทรกความรู้ด้านสมุนไพรไทยไว้ในหลักสูตรระดับต่างๆ ทั้งปฐมนิเทศ มัธยมศึกษา และปริญญา เช่นเดียวกับวิชาพลศึกษา โดยมุ่งหวังว่าเยาวชนเหล่านี้จะมีความคุ้นเคยและมีความรู้ด้านสมุนไพรมากขึ้นและสามารถเลือกใช้สมุนไพรในชีวิตประจำวันเพื่อสุขภาพได้

นอกจากนี้ควรมีหลักสูตรการอาชีพเกี่ยวกับสมุนไพรมากขึ้นทั้งในวิทยาลัยชุมชน อาชีวศึกษาต่างๆ รวมถึงระดับปริญญาด้วย

## 5. กลยุทธ์ด้านมาตรฐานและคุณภาพ

มาตรฐานและคุณภาพมีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งในอุตสาหกรรมนี้ เนื่องจากเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างและรักษาความน่าเชื่อถือและศรัทธาในสมุนไพรไทย

จึงจำเป็นต้องมีการกำหนดและควบคุมมาตรฐานและคุณภาพอย่างเข้มงวด ผ่านกระบวนการหรือองค์กรต่าง ๆ ที่สามารถจะทำได้ ไม่ว่าจะเป็นองค์การอาหารและยา (อย.) สมาคมคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) กรมวิทยาศาสตร์บริการหรือกรมโรงงานอุตสาหกรรม

ทั้งนี้กระบวนการควบคุมและตรวจสอบต้องเป็นธรรม โปร่งใส และตรวจสอบได้ด้วย



**Thank You!**