

แผนกลยุทธ์การพัฒนาอุตสาหกรรม  
สารสกัดสมุนไพรที่มีฤทธิ์ทางยาในประเทศไทย



ธันวาคม 2565

## สารบัญ

	หน้า
สารบัญ	
บทนำ	3
บทที่ 1 การกิจของศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ (องค์การมหาชน)	4
บทที่ 2 ภาพรวมของอุตสาหกรรมสารสกัดสมุนไพร	10
2.1 แนวโน้มของอุตสาหกรรมสมุนไพร	10
2.2 สถานภาพของอุตสาหกรรมสารสกัดสมุนไพร	13
บทที่ 3 การวิเคราะห์ช่องว่างของอุตสาหกรรมสารสกัดสมุนไพร	16
บทที่ 4 ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์การพัฒนาอุตสาหกรรมสารสกัดสมุนไพรในประเทศไทย	19
บทที่ 5 แผนปฏิบัติการและตัวชี้วัด	26

## บทนำ

ตามที่สำนักนายกรัฐมนตรี ได้มีคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารการพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ-เศรษฐกิจหมุนเวียน- เศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular-Green Economy: BCG Model) มุ่งเน้นเศรษฐกิจใหม่ 3 เรื่องที่เรียกว่า “BCG” ได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ (B: Bioeconomy) เศรษฐกิจหมุนเวียน (C : circular economy) และเศรษฐกิจสีเขียว (G: Green economy) ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจจากความเข้มแข็งของประเทศที่มีอยู่คือ ความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity) ร่วมกับความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อยืดออกและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรชีวภาพ ยาสมุนไพร และสารสกัดจากธรรมชาติ นับเป็นผลิตภัณฑ์ที่สำคัญในเศรษฐกิจชีวภาพ และยังเป็นความมั่นคงด้านสุขภาพของประชาชนในประเทศอีกด้วย อุตสาหกรรมยาและสารสกัดจากธรรมชาติทั่วโลกมีมูลค่าสูงกว่า 9.18 หมื่นล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ และมีแนวโน้มการขยายตัวของตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 3-12 ต่อปี แต่สถานภาพของอุตสาหกรรมยาสมุนไพรและสารสกัดจากธรรมชาติของไทย กลับมีการพัฒนาในวงจำกัด และส่วนใหญ่ยังพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยมีสมุนไพรกว่า 1,800 ชนิดที่ปรากฏสรรพคุณและมีการนำมาใช้ประโยชน์ และตาม “แผนแม่บทแห่งชาติ ว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564” ได้มีการคัดเลือกสมุนไพรที่มีศักยภาพเพื่อส่งเสริมในฐานะสมุนไพรเรือธงของประเทศ หรือที่เรียกว่า Product Champion จำนวน 12 ชนิด ได้แก่ ขมิ้นชัน กวาวเครือขาว กระชายดำ บัวบก ฟ้าทะลายโจร มะขามป้อม ไพล กระชาย พริก กระเจี๊ยบแดง ว่านหางจระเข้ หนุ่ยหวาน และยังมีสมุนไพรตามนโยบายรัฐบาล อีก 4 ชนิด คือ กัญชง กัญชา กัญชาเทศ และ กระเทียม นอกจากความต้องการภายในประเทศแล้วผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยยังเป็นที่ต้องการในตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัตถุดิบที่เป็นสารสกัดสมุนไพร ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอนาคตและเป็นที่ต้องการอย่างมาก ซึ่งจะเห็นได้จากมูลค่าการบริโภคสมุนไพรในแต่ละภูมิภาคของโลก (99 ประเทศ) มีมูลค่ารวมกว่า 54,957 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับประเทศไทยคิดเป็นมูลค่ากว่า 1,483.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนประเทศที่มีการบริโภคสูงสุด คือ ประเทศจีน คิดเป็นมูลค่า 17,039.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

จากข้อได้เปรียบด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ทำให้ประเทศไทยมีศักยภาพในการเป็นผู้นำในการส่งออกสมุนไพร เมื่อเทียบกับประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาค อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังมีข้อจำกัดด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น อุตสาหกรรมยาจากธรรมชาติ อุตสาหกรรมสมุนไพรแปรรูป (สารสกัดสมุนไพร เครื่องสำอาง/ผลิตภัณฑ์สปา ฯลฯ) และอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปอาหาร เป็นต้น ดังนั้นเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสารสกัดสมุนไพรไทย รวมถึงผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ เวชสำอาง รวมถึงยาที่พัฒนาจากสารสกัดสมุนไพร จึงจำเป็นต้องปิดช่องว่างที่ยังมีอยู่ในประเทศ เพื่อสร้างข้อได้เปรียบ รวมถึงสร้างโอกาสทางการตลาดของสมุนไพรไทยในด้านการแพทย์และสุขภาพให้เป็นระบบเศรษฐกิจมูลค่าสูงที่สร้างความยั่งยืน และเพิ่มรายได้ให้ประเทศไทยต่อไป

## บทที่ 2

### ภารกิจของศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ (องค์การมหาชน)

ศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ (องค์การมหาชน) หรือ ศลช. จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2554 ซึ่งต่อมาได้มีประกาศพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ (องค์การมหาชน) (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 กำหนดให้หน่วยงานมีภารกิจหลักด้านชีววิทยาศาสตร์ ทั้งในมิติการจัดทำและเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนารัฐกิจ อุตสาหกรรม ส่งเสริมการวิจัย การสร้างองค์ความรู้ การพัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ เชื่อมโยงระหว่างผลงานวิจัยด้านชีววิทยาศาสตร์ไปสู่เชิงพาณิชย์ พัฒนาบุคลากรด้านชีววิทยาศาสตร์ เป็นศูนย์กลางข้อมูลสารสนเทศ ข้อมูลการลงทุนในธุรกิจ อุตสาหกรรม และบริการด้านชีววิทยาศาสตร์อย่างครบวงจร โดยตามมาตรา 3 “ชีววิทยาศาสตร์” หมายความว่า วิทยาศาสตร์ทางการแพทย์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของมนุษย์และสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง

ปัจจุบัน ศลช. ดำเนินการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมด้านชีววิทยาศาสตร์ในสามกลุ่มผลิตภัณฑ์หลักได้แก่ เภสัชภัณฑ์และเซลล์บำบัด โภชนเภสัชภัณฑ์และเวชสำอาง และเครื่องมือแพทย์และหุ่นยนต์ทางการแพทย์ โดยเป้าหมายมีวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ และค่านิยมดังนี้

#### วิสัยทัศน์ (Vision)

อุตสาหกรรมชีววิทยาศาสตร์เป็นหนึ่งในสิบอุตสาหกรรมหลักที่สามารถเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียม

(Life Science Industry Become Top Ten Economy with Equitable Access)

#### พันธกิจ (Mission)

- เร่งรัดขับเคลื่อนนวัตกรรม (Accelerating Innovations)
- สร้างระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Building Conductive Ecosystems)
- กระตุ้นและเชื่อมโยงเครือข่ายพันธมิตร (Catalyzing & Connecting Partners)

#### กลยุทธ์ (Strategies)

- T - พลิกโฉมกระบวนทัศน์ของ TCELS ร่วมกับพันธมิตร (Transforming Paradigm of TCELS Together with Partners)
- C - สร้างขีดความสามารถของพันธมิตร & TCELS ด้วย INNE โมเดล (Capacity Building of Partners & TCELS Base on INNE Model)
- E - ส่งเสริมพันธมิตร (Enabling Partners)
- L - ใช้ประโยชน์จากทุนทางสังคมและทางปัญญา (Leveraging Social & Intellectual Capital)
- S - ทำการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing)

ค่านิยม (Core Value)

- ความน่าเชื่อถือ (Credibility)
- ความร่วมมือ (Collaboration)
- ความเห็นอกเห็นใจ (Compassion)
- ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

วิสัยทัศน์ (Vision) และพันธกิจ (Mission)



**Life Science Industry Become Top Ten Economy with Equitable Access**  
อุตสาหกรรมชีววิทยาศาสตร์เป็นหนึ่งในสิบอุตสาหกรรมหลักที่สามารถเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียม



รูปภาพ 1 TCELS: Vision Mission Strategies

2.1 บทบาทของศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ (องค์การมหาชน) ในระบบกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

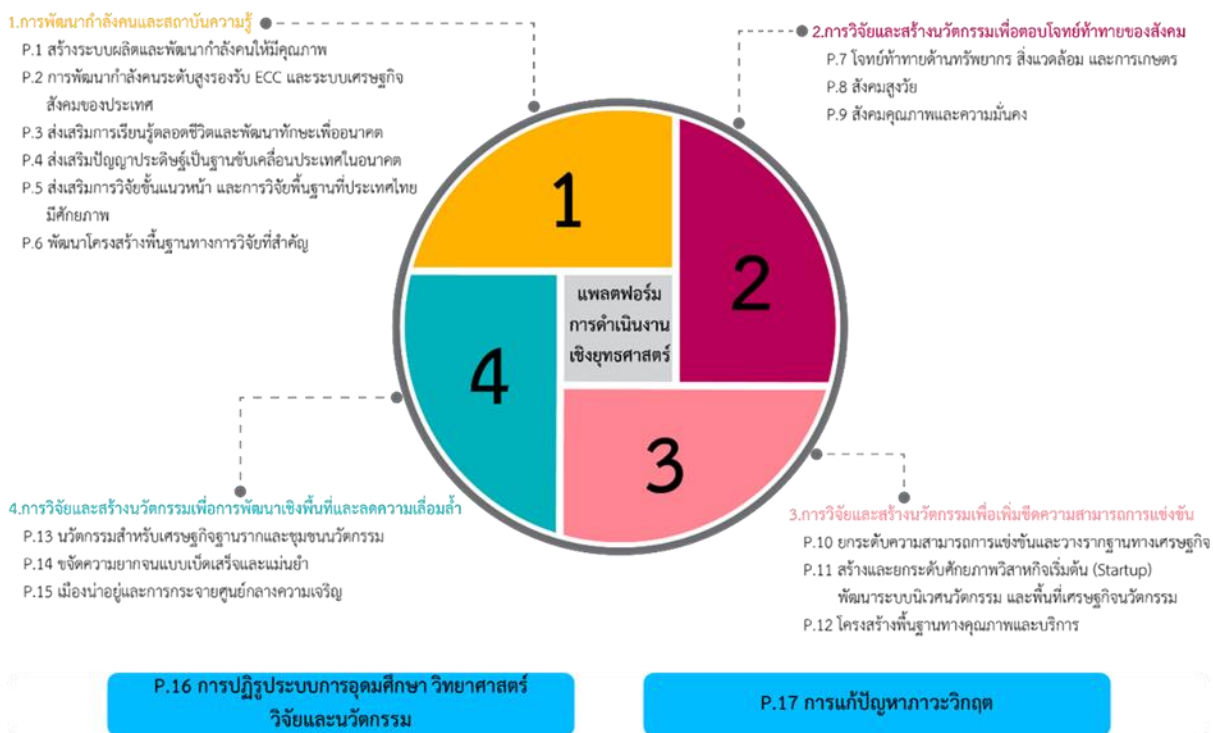
2.1.1 กรอบนโยบายและยุทธศาสตร์การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อววน.) เพื่อการพัฒนา พ.ศ. 2563 – 2570

ตามนโยบายและยุทธศาสตร์การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2563 – 2570 ได้กำหนดกรอบแนวทางการพัฒนาระบบอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมของประเทศให้สอดคล้องและบูรณาการกัน เพื่อให้เกิดเป็นพลังในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ ที่สอดคล้องกับทิศทางของยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท และนโยบายของรัฐบาลโดยมีวิสัยทัศน์เพื่อ “เตรียมคนไทยแห่งศตวรรษที่ 21 พัฒนาเศรษฐกิจที่กระจายโอกาสอย่างทั่วถึง สังคมที่มั่นคงและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน โดยสร้างความเข้มแข็งทางนวัตกรรมระดับแนวหน้าใน

สากล นำพาประเทศไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้ว” โดยคำนึงถึงบริบทของการปฏิรูปประเทศในปัจจุบัน และการจัดตั้ง  
 กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (อว.) เป็นกระทรวงใหม่ และบริบทโลกที่มีการ  
 เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ดังนั้น อว. จึงออกแบบให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการดำเนินงานในลักษณะ  
 แพลตฟอร์ม (Platform) ความร่วมมือตามเป้าประสงค์ของการพัฒนาใน 4 ด้าน ได้แก่ (1) การพัฒนากำลังคนและ  
 สถาบันความรู้ (2) การวิจัยและสร้างนวัตกรรมเพื่อตอบโจทย์ท้าทายของสังคม (3) การวิจัยและสร้างนวัตกรรมเพื่อ  
 เพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน และ (4) การวิจัยและสร้างนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่และลดความเหลื่อม  
 ล้า โดยดำเนินงานควบคู่ไปกับการปฏิรูประบบอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมของประเทศ ทั้งนี้  
 ยุทธศาสตร์การดำเนินงานในแต่ละแพลตฟอร์ม ได้กำหนดเป้าหมาย และผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Objectives and  
 Key Results: OKR) และชุดโปรแกรมภายใต้แพลตฟอร์ม เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบแผนด้านการอุดมศึกษา  
 และแผนด้านวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรมของประเทศต่อไป

## นโยบายและยุทธศาสตร์ อววน. พ.ศ. 2563 - 2570



รูปภาพ 2 นโยบายและยุทธศาสตร์ อววน. เพื่อการพัฒนา พ.ศ. 2563 – 2570

ที่มา: กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.)

2.1.2 บทบาทของศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ (องค์การมหาชน) ในระบบกองทุนการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ การวิจัยและนวัตกรรม

บทบาทตาม พ.ร.บ. การส่งเสริมวิทยาศาสตร์ การวิจัยและนวัตกรรม และ พ.ร.ฎ. จัดตั้ง TCELS

ตามพระราชบัญญัติการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ การวิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2562 มาตรา 7 เพื่อบูรณาการและขับเคลื่อนระบบวิจัยและนวัตกรรมทางด้านนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผน บุคลากร งบประมาณ และกฎหมาย ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ให้จัดประเภทหน่วยงานในระบบวิจัยและนวัตกรรมดังต่อไปนี้

1. หน่วยงานด้านนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผน และงบประมาณเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม
2. หน่วยงานด้านการบริหารจัดการทุน
3. หน่วยงานที่ทำวิจัยและสร้างนวัตกรรม
4. หน่วยงานด้านมาตรฐาน มาตรฐาน การทดสอบและบริการคุณภาพวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
5. หน่วยงานด้านการจัดการความรู้จากงานวิจัยและนวัตกรรม และหน่วยงานซึ่งเป็นผู้ใช้ประโยชน์จากงานดังกล่าว

6. หน่วยงานด้านอื่นตามที่สภานโยบายกำหนดหน่วยงานในระบบวิจัยและนวัตกรรมหน่วยงานใดจะจัดอยู่ในประเภทใดตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามที่สภานโยบายประกาศกำหนดให้หน่วยงานตามมาตรานี้ดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามตัวชี้วัดผลสัมฤทธิ์ตามที่คณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (กสว.) กำหนดเว้นแต่สภานโยบายจะกำหนดเป็นอย่างอื่น

ซึ่งพระราชบัญญัติการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ การวิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2562 มาตรา 7 มีภาระหน้าที่สอดคล้องกับพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ (องค์การมหาชน) (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 มาตรา 7 ให้ศูนย์มีวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

1. จัดทำและเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนารัฐกิจ อุตสาหกรรม และบริการด้านชีววิทยาศาสตร์
2. ส่งเสริมการวิจัย การสร้างองค์ความรู้ และพัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการด้านชีววิทยาศาสตร์
3. เชื่อมโยงระหว่างผลงานวิจัยด้านชีววิทยาศาสตร์ไปสู่การแปลงเป็นเชิงพาณิชย์
4. ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนารัฐกิจ อุตสาหกรรม และบริการด้านชีววิทยาศาสตร์
5. ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาบุคลากรด้านชีววิทยาศาสตร์
6. เป็นศูนย์กลางข้อมูลและสารสนเทศด้านชีววิทยาศาสตร์ และข้อมูลการลงทุนในธุรกิจ อุตสาหกรรม และบริการด้านชีววิทยาศาสตร์อย่างครบวงจร
7. ประสานความร่วมมือด้านชีววิทยาศาสตร์กับหน่วยงานอื่นของรัฐและเอกชนทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
8. ให้บริการทางวิชาการและเผยแพร่ความรู้ด้านชีววิทยาศาสตร์ ในปี พ.ศ. 2566

ศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ (องค์การมหาชน) ภายใต้ระบบกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ การวิจัย และนวัตกรรม จะเป็นหน่วยงานตามพระราชบัญญัติการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ การวิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2562 มาตรา 7 (2) หน่วยงานด้านบริหารจัดการทุน และศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ยังคงสามารถดำเนินการตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ (องค์การมหาชน) (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 ได้ด้วย *การปรับบทบาทตาม พ.ร.บ. ส่งเสริมการใช้ประโยชน์ผลงานวิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2564*

ด้วยประเทศไทยมีเป้าหมายการพัฒนาสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม จึงได้มีการประกาศใช้ พ.ร.บ. ส่งเสริมการใช้ประโยชน์ผลงานวิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2564 (TRIUP ACT) ในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2564 และมีผลใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนด 180 วันหลังวันประกาศ ทั้งนี้ เพื่อสนับสนุนการต่อยอดและนำผลงานวิจัยไปใช้ได้จริง โดยรัฐที่มีหน้าที่ในการให้ทุนสนับสนุน ผู้รับทุนหรือนักวิจัยมีสิทธิเป็นเจ้าของผลงาน กำหนดหลักเกณฑ์ในการโอนความเป็นเจ้าของผลงาน ส่วนผู้ที่ต้องการนำงานวิจัยไปใช้ ต้องเสนอเงื่อนไขการนำไปใช้และค่าตอบแทนให้แก่เจ้าของผลงาน เจ้าของผลงานต้องบริหารและสร้างประโยชน์จริงจากผลงาน และต้องรายงานให้ผู้ให้ทุนทราบ พ.ร.บ. นี้จะทำให้งานวิจัยถูกนำไปใช้ได้ง่ายมากขึ้น

ดังนั้น ในการดำเนินงานตามบทบาทของการเป็นหน่วยงานให้ทุน ศลช. จึงต้องปรับกระบวนการสนับสนุนทุน และส่งเสริมการต่อยอดงานวิจัยด้านชีววิทยาศาสตร์ โดยคำนึงถึงการนำไปใช้ประโยชน์เป็นที่ตั้ง และให้เป็นไปตาม พ.ร.บ. ส่งเสริมการใช้ประโยชน์ผลงานวิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2564 ด้วย

## 2.2 ขอบเขตของการบริหารจัดการทุน

ศลช. ได้รับมอบหมายให้บริหารจัดการทุน เพื่อส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านการแพทย์และสุขภาพ (ระดับ TRL 7-9) และสร้างความเข้มแข็งให้ระบบนิเวศ เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา และบริการ (ระดับ TRL 5-9) เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายและผลลัพธ์ของแผนด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) พ.ศ. 2566-2570 ภายใต้ยุทธศาสตร์ 1 (S1): การพัฒนาเศรษฐกิจไทยด้วยเศรษฐกิจสร้างคุณค่าและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ให้มีความสามารถในการแข่งขัน และพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน พร้อมสู่อนาคต โดยใช้วิทยาศาสตร์ การวิจัยและนวัตกรรม และยุทธศาสตร์ 2 (S2): การยกระดับสังคมและสิ่งแวดล้อมให้มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน สามารถแก้ไขปัญหาท้าทาย และปรับตัวได้ทันต่อพลวัต การเปลี่ยนแปลงของโลก โดยใช้วิทยาศาสตร์ การวิจัยและนวัตกรรม โดยมีกรอบสนับสนุนดังนี้

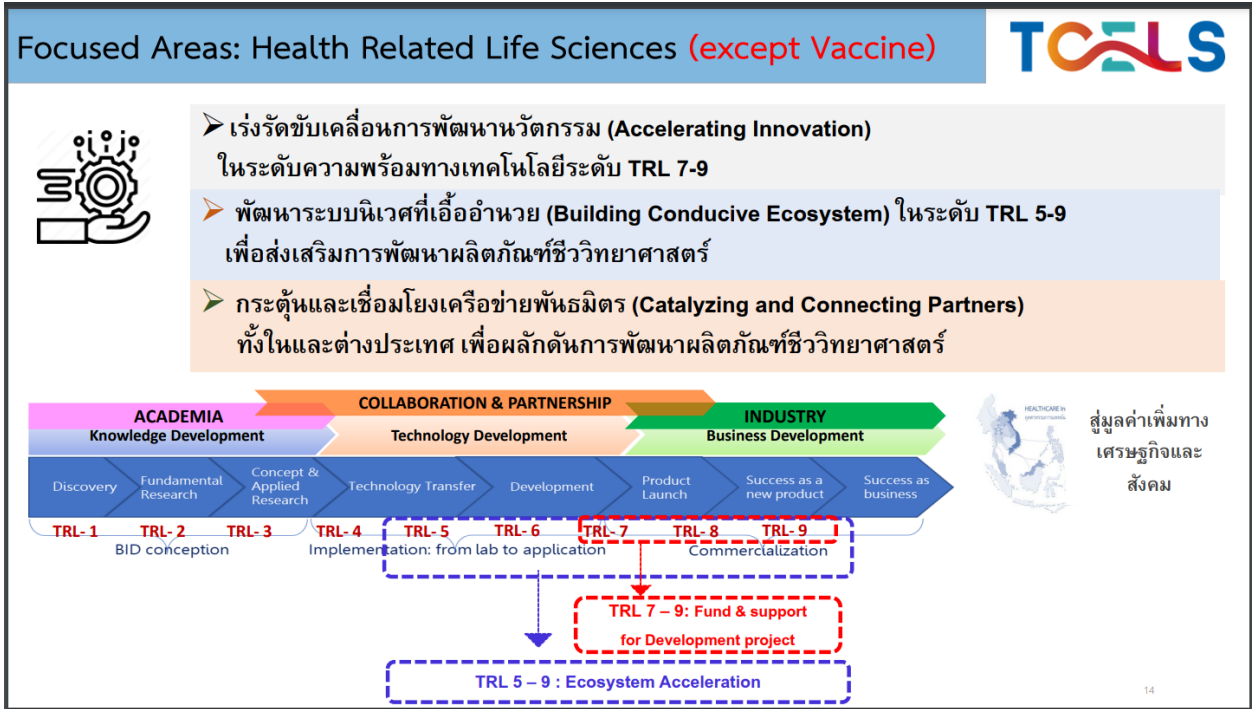
F2 (S1P1) พัฒนาและผลิตผลิตภัณฑ์การแพทย์ขั้นสูง (Advanced Therapy Medicinal Products; ATMPs) รวมถึงชีววัตถุที่เกี่ยวข้อง และวัสดุอุปกรณ์เครื่องมือแพทย์ที่เป็นนวัตกรรมระดับสูงและมูลค่าสูง ให้เป็นอันดับหนึ่งของอาเซียน

N1 (S1P1) การสร้างความสามารถและยกระดับการให้บริการจีโนมิกส์และการแพทย์แม่นยำ เพื่อให้เกิดบริการการรักษาที่มีความแม่นยำสูง



N2 (S1P1) การพัฒนาและผลิตยา สารสกัดจากสมุนไพร ที่มีคุณภาพและได้รับการรับรองมาตรฐาน

N14 (S2P10) การยกระดับความมั่นคงทางสุขภาพของประเทศให้พร้อมรับโรคระบาดระดับชาติและโรคอุบัติใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ด้วยการใช้ผลงานวิจัย องค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม



รูปภาพที่ 3 ระดับ TRL ที่ ศลช. สนับสนุนทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านชีววิทยาศาสตร์

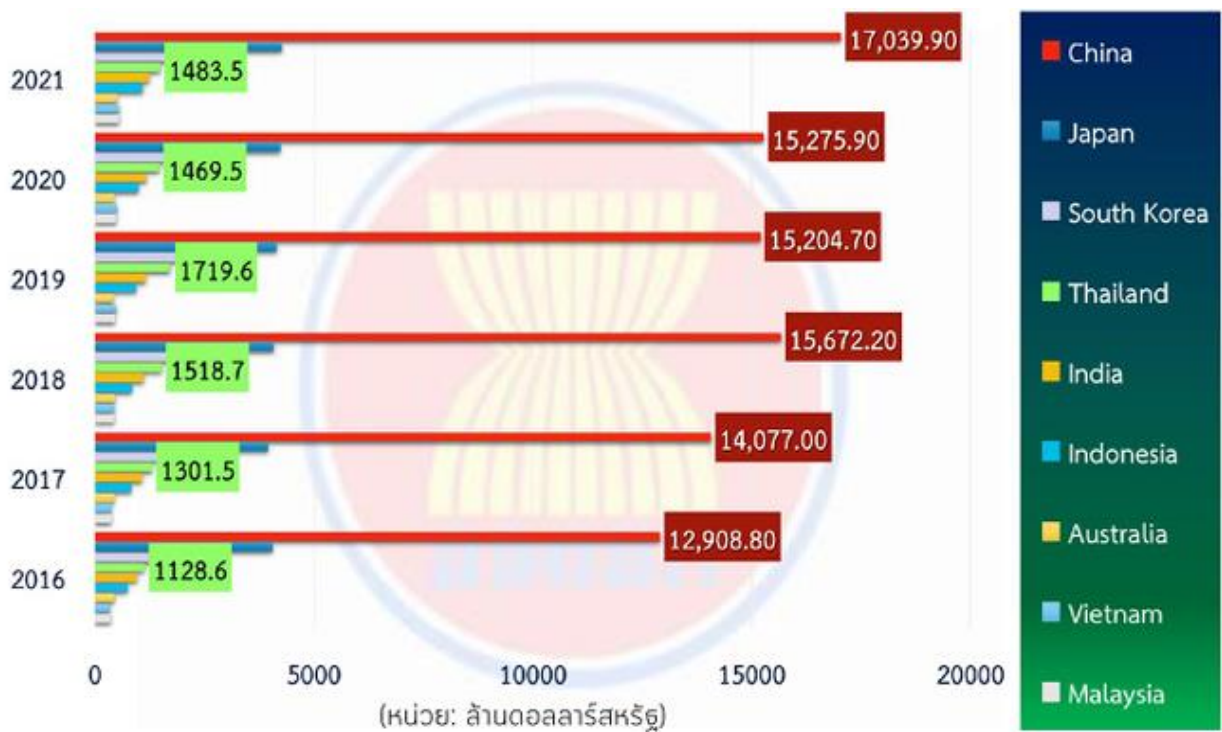
เป้าประสงค์หลักของทุกแผน มุ่งไปสู่การนำพาประเทศไทยไปอยู่ในกลุ่มผู้นำของโลกหรือภูมิภาคในด้านอุตสาหกรรมเป้าหมายสำคัญเร่งด่วนของประเทศตามกรอบยุทธศาสตร์ อววน. โดยมีกำลังคนทักษะและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน พร้อมทั้งใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่พัฒนาเองและแข่งขันได้ในระดับสากล สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงสู่อนาคต พร้อมทั้งปริมาณงบลงทุนด้านวิจัย พัฒนาและนวัตกรรมของภาคเอกชนเพิ่มขึ้น จากการกระตุ้นของการลงทุนของรัฐ รวมทั้งนโยบาย/มาตรการด้าน อววน. และพัฒนาผู้ประกอบการฐานนวัตกรรมให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันระดับสากล

## บทที่ 2

### ภาพรวมของอุตสาหกรรมสมุนไพรในประเทศไทย

#### 2.1 แนวโน้มของอุตสาหกรรมสมุนไพร

ในปัจจุบัน สมุนไพรถูกใช้เป็นตัวเติมในการผลิต ผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมหลายประเภท เช่น อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง เวชสำอางสมุนไพร ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ และยาจากสมุนไพร ดังนั้นตลาดสมุนไพรจึงเป็นตลาดที่มีการเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง โดยองค์กร Globe Newswire ได้คาดการณ์ว่าตลาดสมุนไพรโลกจะมีมูลค่าสูงถึง 550 พันล้านเหรียญสหรัฐภายในปี 2573 ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีตั้งแต่ปี 2563 ถึงปี 2573 เท่ากับร้อยละ 18.9 มูลค่าการส่งออกในปี 2021 อันดับ 1 คือ จีน ถัดมา เป็น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และไทยเป็นอันดับที่ 4 มีมูลค่าส่งออก 1,483.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งก่อนสถานการณ์ โควิด-19 มีการเติบโตประมาณ 10% ต่อปี



รูปภาพที่ 4 มูลค่าการส่งออกสมุนไพรของประเทศในภูมิภาค ASEAN+6

ที่มา: Euromonitor Database

โดยแนวโน้มของอุตสาหกรรมสมุนไพร และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องสรุปได้จากแผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ ดังนี้

๑) ผลิตภัณฑ์ที่มีสัดส่วนของตลาดสูงสุด คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดพร้อมดื่ม (Herbal/ Traditional Tonics) รองลงมา คือ กลุ่มของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อรักษาอาการไอ หวัด และแพ้อากาศ (Herbal/ Traditional Cough, Cold and Allergy (Hay Fever) Remedies) และกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Herbal/ Traditional Dietary Supplements) โดยตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศไทย มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งปี ๒๕๖๓ ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-๑๙ ที่การปิดประเทศได้ส่งผลให้ขนาดของตลาดลดลงเหลือเพียง ๔๕,๙๙๗.๙ ล้านบาท จากที่เคยขยายตัวได้ถึง ๕๒,๑๗๑ ล้านบาทในปี ๒๕๖๒

๒) ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อบรรเทาอาการเจ็บป่วย และกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจะเป็นกลุ่มของผลิตภัณฑ์ที่มีแนวโน้มในการเจริญเติบโตสูงในอนาคต โดยมีที่มาจากทั้งความพยายามและความเชื่อที่เกี่ยวกับสรรพคุณของสมุนไพรบางประเภทในการรับมือกับการติดเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (Misinformation) รวมทั้งแนวโน้มในการดูแลสุขภาพ และการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันโรคในระดับบุคคลของประชาชน

๓) อัตราการขยายตัวของตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรของไทยในช่วงที่มีการประกาศใช้แผนปฏิบัติการฯ ฉบับที่ ๑ (ช่วงปี ๒๕๖๐-๒๕๖๒) สูงกว่าประเทศผู้นำที่มีขนาดตลาดสมุนไพรใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชีย โดยอัตราการขยายตัวของไทยเฉลี่ย เท่ากับร้อยละ ๑๐.๓ ซึ่งสูงกว่าอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของประเทศจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ซึ่งเท่ากับร้อยละ ๕.๐๖ ร้อยละ ๐.๘๕ และร้อยละ ๕.๔๓ ตามลำดับ ในช่วงเวลาเดียวกัน ทั้งนี้ ตลาดส่งออกที่บริโภคสมุนไพรที่สำคัญของไทย ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน และสหรัฐ เป็นต้น

๔) ประเทศไทยมีร้อยละการเติบโตของยอดขายสะสมเปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2๕๕๙ - ๒๕๖๔ แยกตามประเภทรายการผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดดเด่น 2 หมวดผลิตภัณฑ์คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพร ใช้เพื่อรักษา/บรรเทาอาการภูมิแพ้ หวัด ไอ (ยอดขายเติบโตร้อยละ 12.2) และ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากสมุนไพร (ยอดขายเติบโตร้อยละ 8.3) ตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศไทยไม่มีการขยายตัวมานานกว่า 6 ปี ขณะที่สาธารณรัฐประชาชนจีนมีร้อยละการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้นในทุกหมวดผลิตภัณฑ์ยกเว้นกลุ่มเครื่องสำอางกำลัง แต่สาธารณรัฐอินเดียมีร้อยละการเติบโตของยอดขายมากกว่าร้อยละ 5 ในทุกหมวดผลิตภัณฑ์ และประเทศสาธารณรัฐเกาหลีมีการชะลอตัวของการเติบโตในอุตสาหกรรมสมุนไพร

๕) ประเทศไทยมีการนำเข้าสมุนไพรเพื่อใช้ในการผลิตและบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็นหลัก โดยในช่วงปี ๒๕๕๙-๒๕๖๓ ปริมาณการส่งออกวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์สมุนไพรเฉลี่ยของประเทศไทยไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนักคือ อยู่ในระดับเฉลี่ยประมาณ ๒,๒๓๗ ล้านบาทต่อปี ในขณะที่ การนำเข้าวัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศไทยนั้น มีแนวโน้มของการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสะท้อนความต้องการ

บริโภคที่เติบโตขึ้น ผ่านการนำเข้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร วัตถุดิบ และสารสกัดต่างประเทศ ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี ๒๕๖๓ มีอัตราการนำเข้าสมุนไพรสูงสุดในรอบ ๕ ปี คือ ประมาณ ๑๒,๖๐๖ ล้านบาท

๖) โครงการพัฒนาเมืองสมุนไพรที่กำหนดจุดเน้นเชิงยุทธศาสตร์ ๓ คลัสเตอร์ สนับสนุนให้กลไกการส่งเสริมการพัฒนาสมุนไพรไทยในระดับพื้นที่ก้าวหน้า การส่งเสริมการใช้สมุนไพรในการพัฒนาเชิงพื้นที่โดยการให้กลไกภาครัฐเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนแผนไปสู่การปฏิบัติในระดับพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน ผ่านโครงการพัฒนาเมืองสมุนไพรซึ่งเป็นภาพจำลอง (Model) ของแผนปฏิบัติการฯ ฉบับที่ ๑ โดยในช่วงแรกของแผนได้กำหนดให้มีการดำเนินการนำร่องในพื้นที่ ๔ จังหวัดของประเทศ ต่อมาจึงขยายเป็น ๑๔ จังหวัดเพื่อครอบคลุมทุกเขตสุขภาพของประเทศ พร้อมทั้งมีการปรับทิศทางการพัฒนาโดยให้เมืองสมุนไพรกำหนดจุดเน้นเชิงยุทธศาสตร์เพื่อต่อยอดจากศักยภาพพื้นฐานของจังหวัดซึ่งแบ่งเป็น ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มเกษตรวัตถุดิบสมุนไพร กลุ่มอุตสาหกรรมสมุนไพร และกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงามและการแพทย์แผนไทย

๗) อุปสงค์ของสมุนไพรและเครื่องเทศในตลาดสหภาพยุโรปถือเป็นโอกาสสำคัญของผู้ส่งออกในประเทศกำลังพัฒนา เนื่องจากมีมูลค่าการนำเข้ารวมสูงถึงกว่า ๑ แสนล้านบาท ในปี ๒๕๖๒ และเป็นมูลค่าการนำเข้าในประเทศกำลังพัฒนา กว่า ๔๕,๐๐๐ ล้านบาท โดยเฉพาะในประเทศเยอรมัน เนเธอร์แลนด์ สเปน สหราชอาณาจักร และโปแลนด์ โดยอุปสงค์ต่อการนำเข้าสมุนไพรและเครื่องเทศ ทั้งนี้ สมุนไพรที่มีความต้องการสูงสุด ได้แก่ ขิง พริกไทย ขมิ้นชัน อบเชย กานพลู

๘) ปัจจัยที่ทำให้สมุนไพรมีโอกาสเติบโตมาจากแนวโน้มความต้องการอาหารและเครื่องดื่มที่มีสมุนไพรเป็นส่วนประกอบ โดยในสหภาพยุโรปมีอุปสงค์ต่อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย เครื่องดื่มที่ช่วยให้รู้สึกผ่อนคลายและดีต่อสุขภาพ โดยเฉพาะเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของสมุนไพร หรือในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อุปสงค์ต่ออาหารและเครื่องดื่มที่ช่วยเสริมภูมิคุ้มกัน ช่วยผ่อนคลาย ลดความตึงเครียดเช่นเดียวกัน ทำให้ตลาดสมุนไพรไม่ใช่แค่ตัวสมุนไพรสดหรือแห้งอีกต่อไป แต่หากสามารถเพิ่มมูลค่าหรือนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์จะส่งผลให้ความต้องการขยายตัวสูงมากขึ้น และเพิ่มโอกาสในการส่งออกได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ การเติบโตของธุรกิจด้านการแพทย์และความงามจะส่งผลให้ความต้องการสินค้าสมุนไพรเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มเสริมอาหารและเวชสำอาง ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรที่คาดว่าจะเป็นที่ต้องการของตลาด ได้แก่ สารสกัดเข้มข้นจากสมุนไพรสมุนไพรออร์แกนิกแปรรูป และเครื่องดื่มสมุนไพร

๙) ทิศทางการใช้ประโยชน์พืชสมุนไพรทางการแพทย์ที่ขยายตัวและเป็นนโยบายระดับประเทศ อาทิ ภัยสุขภาพทางการแพทย์ ฟันทะลายใจ และกระชายเพื่อร่วมรักษาโรคติดเชื้อโควิด-๑๙ ในรอบ 2 - 3 ปีที่ผ่านมา นับตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นมา รัฐบาลให้ความสนใจและเกิดการเปลี่ยนแปลงทางกฎหมายในกลุ่มพืช

สมุนไพรที่เป็นยาเสพติดประเภทที่ 5 ทั้ง กัญชง กระต่อม และกัญชา รวมถึงมีการเพิ่มโอกาสให้แก่ผู้ป่วยที่มีความจำเป็นทางการแพทย์ สามารถใช้ยาจากกัญชาเพื่อการรักษาโรคได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ส่งผลให้เกิดกระแสการนำพืชสมุนไพรดังกล่าวมาใช้ประโยชน์ทั้งทางการแพทย์และการพาณิชย์ ตลอดจนสมุนไพรกลุ่มที่มีการศึกษาวิจัยเพื่อตอบโจทย์ในการรักษาโรคติดเชื้อโควิด-๑๙ ที่ประชาชนสามารถเข้าถึงและพึ่งตนเองได้ ส่งผลให้การขยายตัวทางการตลาดของสมุนไพรฟ้าทะลายโจรและกระชาย เพิ่มสูงขึ้นมาก

## 2.2 สถานภาพของอุตสาหกรรมสารสกัดสมุนไพร

สารสกัดสมุนไพรเป็นผลิตภัณฑ์ หรือวัตถุดิบต้นทางในห่วงโซ่ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูง มีอัตราการเติบโตต่อเนื่อง โดยมีการคาดการณ์ว่าจะมีมูลค่าทางการตลาดถึง 66,810 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 2 ล้านล้านบาท



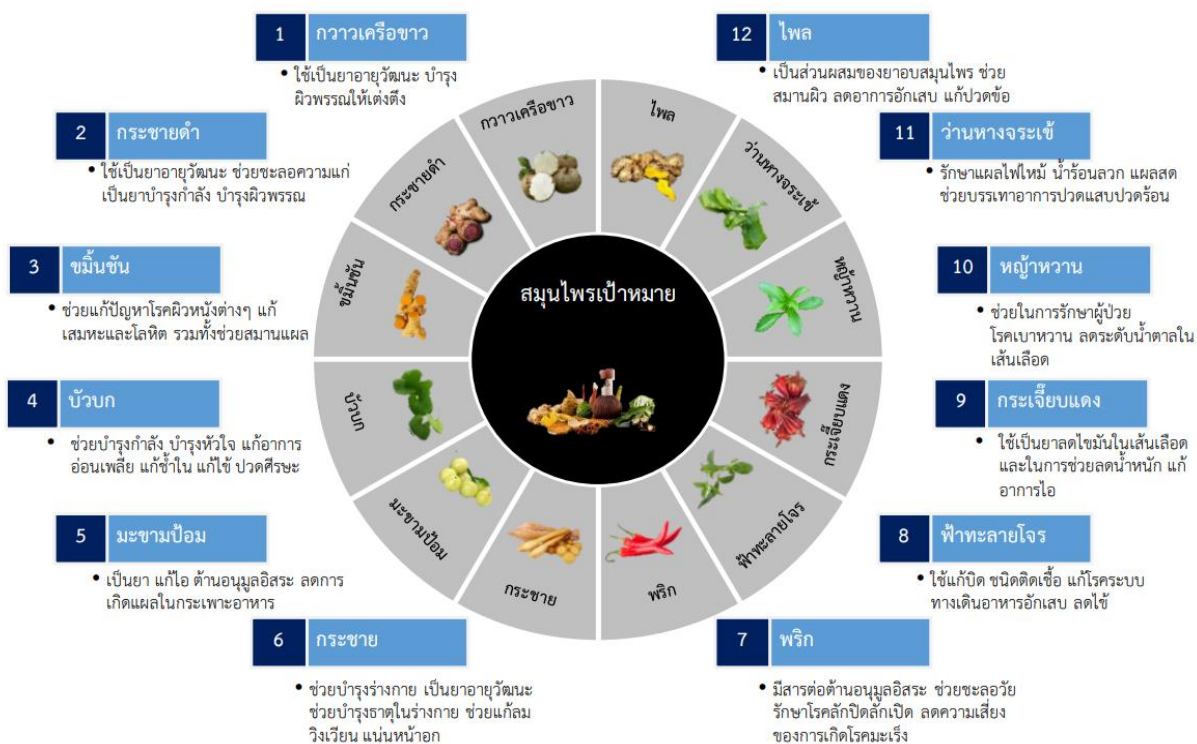
รูปภาพที่ 5 แนวโน้มมูลค่าตลาดของสารสกัดจากพืช

ที่มา: *Verified Market Research*

ในปัจจุบันนอกจากมีการนำสารสกัดสมุนไพรมาพัฒนาเป็น เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในวงกว้างแล้ว แพทย์แผนปัจจุบันยังมีการใช้สมุนไพรเพื่อรักษาโรคเพิ่มมากขึ้น อาจเรียกได้ว่า เป็นยุคการนำพืชสมุนไพรมาพัฒนาเป็นยา ดังนั้นการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์เพื่อหาหลักฐาน สนับสนุนเกี่ยวกับประสิทธิผลและการออกฤทธิ์ในมิติอื่น ๆ ของยาแผนโบราณ (Traditional Chinese Medicines) และยาอายุรเวท (Ayurvedic

medicine) จึงมีความสำคัญเพื่อเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้ วัตถุประสงค์สมุนไพรมักมาจากการเก็บเกี่ยวจากหลายแหล่ง โดยเฉพาะจาก ป่า ในเวลาเก็บเกี่ยวที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจทำให้คุณภาพของวัตถุประสงค์สมุนไพรอาจมีความไม่สม่ำเสมอ ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพของยาได้แก่ เมล็ดพันธุ์ การเพาะปลูก การเก็บเกี่ยว และการดูแลหลังการเก็บเกี่ยว หากเมล็ดพันธุ์ไม่มีคุณภาพก็จะทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ดี เนื่องจากพืช มีหลากหลายสายพันธุ์ซึ่งให้สารสำคัญที่ต่างกัน ดังนั้น การควบคุมคุณภาพ และการกำหนดมาตรฐาน ตลอดจนการพัฒนาเทคโนโลยีการสกัด รวมไปถึงการพัฒนากลไกการตลาดจึงเป็นสิ่งสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมสมุนไพรในประเทศไทย

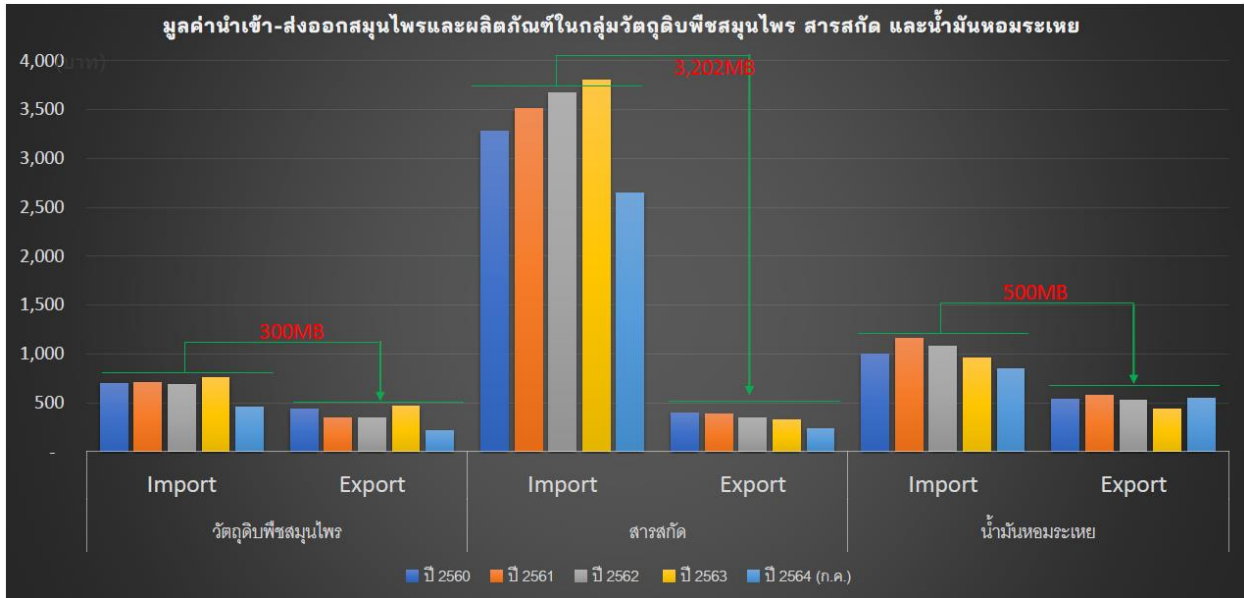
ประเทศไทยมีสมุนไพรที่มีศักยภาพมีฤทธิ์ทางยาจำนวน 12 ชนิด ได้แก่ ขมิ้นชัน บัวบก ไพล กระชายดำ กวาวเครือขาว ฟ้าทะลายโจร มะขามป้อม กระชาย พริก กระเจี๊ยบแดง ว่านหางจระเข้ หนุ่ยหวาน และมีเพิ่มเข้ามาอีก 4 ชนิด คือ กัญชา กัญชาเทศ กัญชง และใบกระท่อม



รูปภาพที่ 6 สมุนไพรที่รัฐบาลสนับสนุนและฤทธิ์ทางยาของแต่ละชนิด

ที่มา: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

แม้ประเทศไทยจะมีสมุนไพรที่มีศักยภาพจำนวนมากหลาย แต่ยังคงพบว่าสัดส่วนการนำเข้าของสารสกัดสมุนไพรมีมูลค่าสูงกว่าการผลิตได้เองในประเทศ มากกว่า 3,000 ล้านบาท โดยมีการนำเข้าจากประเทศจีน ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา และอินเดีย เป็นหลัก



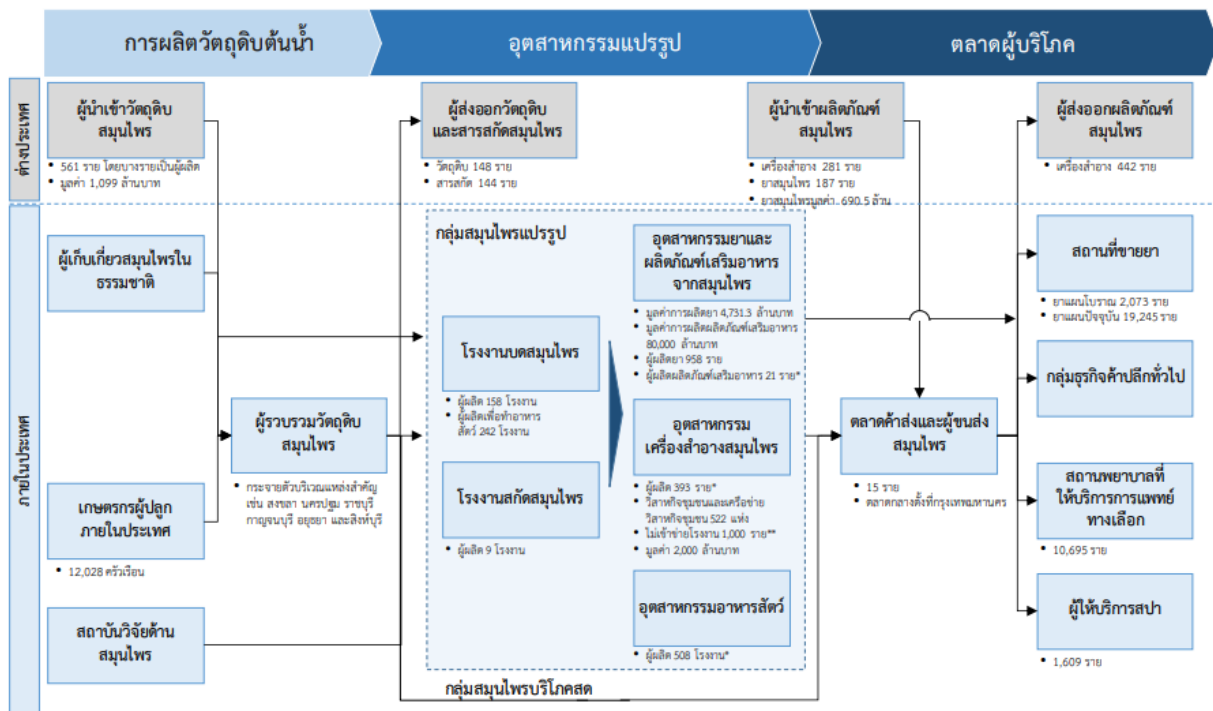
รูปภาพที่ 7 มูลค่าการนำเข้าและส่งออกของวัตถุดิบพืชสมุนไพร สารสกัด และน้ำมันหอมระเหย

ที่มา: กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง

### บทที่ 3

## การวิเคราะห์ช่องว่างของอุตสาหกรรมสารสกัดสมุนไพร

การพัฒนาอุตสาหกรรมสารสกัดสมุนไพร จำเป็นต้องทราบช่องว่างของอุตสาหกรรม โดยสิ่งที่ทำให้เข้าใจภาพรวมได้ดีคือการศึกษาท่วงโซ่อุปทานตลอดการผลิต ไม่ว่าจะเป็นการปลูกสมุนไพร การสกัดให้ได้สารที่ต้องการ การพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ และการนำสารสกัดสมุนไพรและผลิตภัณฑ์ต่างๆไปใช้ในเชิงพาณิชย์ โดยอุตสาหกรรมที่เน้นเป็นพิเศษคือ การแพทย์ สุขภาวะ และเวชสำอาง ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และการเติบโตของประเทศรวมไปถึงชุมชนได้อย่างยั่งยืน โดยห่วงโซ่อุปทานของสมุนไพรไทยประกอบด้วยหลายภาคส่วน ตั้งแต่กลุ่มของผู้เพาะปลูกสมุนไพร ผู้ทำการแปรรูปสมุนไพรเบื้องต้น กลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการแปรรูปสมุนไพรเป็นวัตถุดิบ โดยเฉพาะสารสกัดสมุนไพร รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังมีกลุ่มของสถานประกอบการที่มีการให้บริการเพื่อสุขภาพต่างๆ อีกด้วย ดังนั้นหากแบ่ง ส่วนกระบวนการผลิตสมุนไพรตามห่วงโซ่อุปทานจะสามารถแบ่งออกได้เป็นการผลิตวัตถุดิบต้นน้ำ อุตสาหกรรมแปรรูป และตลาดผู้บริโภค (การประเมินสถานการณ์)



รูปภาพที่ 9 ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมสมุนไพรและสารสกัด

ที่มา: รายงานฉบับสมบูรณ์ การประเมินสถานการณ์อุตสาหกรรมสมุนไพรเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม 2560



จากข้อมูลของห่วงโซ่อุปทานพบว่าโรงงานสารสกัดในประเทศไทยมีจำนวนน้อยมากเมื่อเทียบกับมูลค่าตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพร ทั้งนี้โรงงานสารสกัดสมุนไพรเป็น Supply chain ที่สำคัญเนื่องจากเป็นตัวกำหนดมาตรฐานการผลิต การตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ และคุณภาพของสารสกัดสมุนไพรให้เป็นไปตามมาตรฐาน ทั้งนี้ ข้อมูลของจำนวนผู้ประกอบการที่ผลิตสารสกัดสมุนไพรที่ได้ทำการสำรวจมามีเพียง 10 ราย ได้แก่

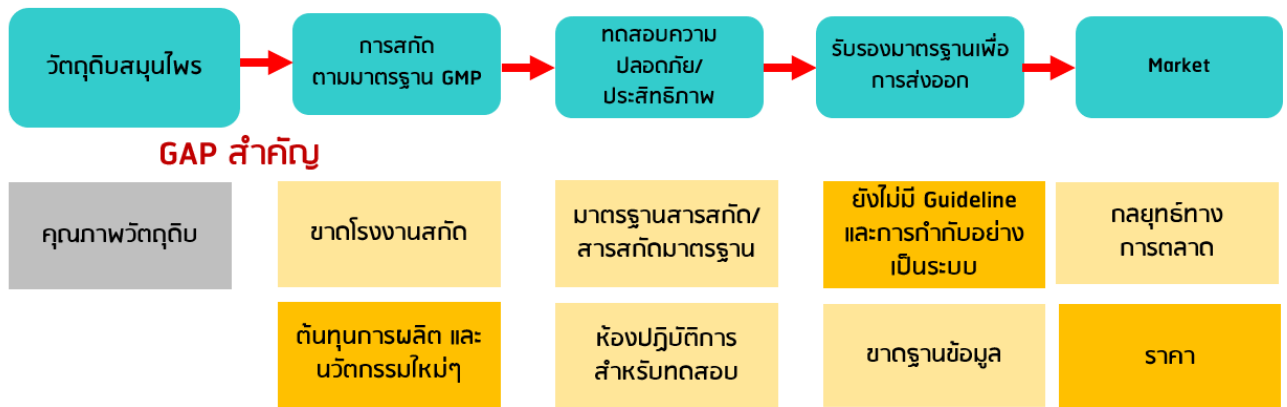
1. บจก. สเปนเซียลตี้ เนเซอร์ล โปรดัคส์
2. บจก. เอสเค เฮิร์บ
3. บจก. สยามเฮอร์บอล อินโนเวชั่น
4. บจก. โควิก เคทท์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย)
5. บจก. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย (องค์การเภสัชกรรม)
6. บจก. ออริจิน แพลนท์
7. บจก. ชัยชาดา
8. บจก. ทิปโก้ ไบโอเทค
9. บจก. สยามไบโอเทคและอุตสาหกรรมเภสัช
10. บมจ. โนวา ออร์แกนิก

เมื่อพิจารณาจำนวนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพรในประเทศไทย มีจำนวนมากกว่าหลายเท่า เช่น บริษัทผู้ผลิตยาและเสริมอาหารมีจำนวนเกือบ 1,000 ราย บริษัทที่ผลิตเครื่องสำอางจากสมุนไพรมีจำนวนเกือบ 400 ราย ซึ่งส่วนใหญ่ซื้อวัตถุดิบสารสกัดจากบริษัทที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ

นอกจากช่องว่างที่เกิดจากผู้ผลิตสารสกัดสมุนไพรมีจำนวนน้อยแล้ว ยังมีส่วนอื่นๆที่ต้องพัฒนา ซึ่งแผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ 2 ได้สรุปไว้ดังต่อไปนี้

1. การระบุคุณลักษณะของสารสกัดสมุนไพร
  - ยังมีความสับสนว่าต้องระบุข้อบ่งใช้หรือไม่
  - การศึกษาวิจัยคุณลักษณะของสารสกัดที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและการนำไปใช้ประโยชน์
2. มาตรการส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรม

- การลดต้นทุนการผลิตด้วยการใช้สิทธิภาษีในอัตราศูนย์สำหรับแอลกอฮอล์ที่ใช้ในการผลิต
  - ยังไม่มีมาตรการอื่นที่ช่วยลดต้นทุน
3. ขาดเครื่องมือ/เครื่องจักรและเทคโนโลยีที่สามารถสกัดสารได้สูงคุณภาพดี
- โรงงานสกัดในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็ก มีจำนวนน้อย ยังไม่ได้ลงทุนการใช้เครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพสูง
  - การทำ Tech Transfer จากต่างประเทศยังไม่ได้มีการผลักดันมากนัก
4. ข้อจำกัดในการรับรองคุณภาพสารสกัด
- หน่วยงานรับรองคุณภาพมีข้อจำกัดในการวิเคราะห์ตัวอย่างจำนวนมาก
  - ข้อกำหนดมาตรฐานคุณภาพสารสำคัญบางชนิดยังไม่ได้ดำเนินการ



รูปภาพที่ 10 สรุปช่องว่างของอุตสาหกรรมสารสกัดสมุนไพรในภาพรวม

## บทที่ 4

### ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์การพัฒนาอุตสาหกรรมสารสกัดสมุนไพรในประเทศไทย

#### 4.1 การเชื่อมโยงกับแผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ

จากข้อมูลในบทที่ 3 ที่ทำให้เห็นช่องว่างของอุตสาหกรรมสารสกัดสมุนไพร ซึ่งประเด็นหลักคือ จำนวนโรงงานสารสกัด ต้นทุนการสกัด เทคโนโลยีใหม่ๆ และมาตรฐานสารสกัด รวมถึงการขึ้นทะเบียนเป็นผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถพัฒนากลยุทธ์ได้ตรงประเด็นและสามารถขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน จึงได้มีการหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กองเศรษฐกิจสมุนไพร กรมแพทย์แผนไทย และกองพัฒนาขีดความสามารถธุรกิจอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เนื่องด้วยการพัฒนาอุตสาหกรรมสมุนไพรอยู่ภายใต้แผนแม่บทว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรแห่งชาติ และได้มีการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ 1 และ ฉบับที่ 2 ออกมาแล้ว ซึ่ง ฉบับที่ 2 เป็นแผนของปี พ.ศ. 2566-2570 โดยมีวิสัยทัศน์ของการพัฒนาสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรของไทย มุ่งเน้นการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างต่อเนื่องในระยะยาว สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี และกรอบการพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีของประเทศไทย เพื่อเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียวซึ่งจะทำให้สามารถรองรับพลวัตของสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีดิจิทัล อันจะนำไปสู่ความสำเร็จในการพัฒนาสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ตามที่กำหนดวิสัยทัศน์ คือ “ประเทศไทยเป็นผู้นำในภูมิภาคด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ ที่ได้มาตรฐาน และมีการเติบโตอย่างยั่งยืน”

ยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการฯ ฉบับนี้มีดังนี้

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมการผลิตและแปรรูปวัตถุดิบสมุนไพรให้มีคุณภาพและมาตรฐาน
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและอุตสาหกรรมสมุนไพรตลอดห่วงโซ่อุปทาน
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างเหมาะสม
- ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบนิเวศ นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืน

#### ทิศทางการพัฒนา (Strategic Directions)

(๑) ส่งเสริมบทบาทของสมุนไพรผ่านภาพลักษณ์อาหารไทย จากครัวไทยสู่ครัวโลก ในปัจจุบันอาหารไทยจัดเป็นอาหารที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก นอกจากจะเป็นอาหารที่มีความปราณีตและรสชาติกลมกล่อมแล้ว ยังเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงและมีองค์ประกอบที่มาจากเครื่องเทศที่หลากหลาย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพืชที่มีคุณสมบัติทางสมุนไพร อาทิเช่น กะเพรา โหระพา มะกรูด สะระแหน่ ขิง กระชาย ข่า กระเทียม หอมแดง ฯลฯ โดยพบว่า พืชสมุนไพรแทบทุกชนิดมีสารสำคัญที่มีคุณสมบัติของฤทธิ์ด้าน

อนุมูลอิสระ จึงมีผลส่งเสริมสุขภาพได้ ดังนั้นการส่งเสริมบทบาทของสมุนไพรผ่านภาพลักษณ์อาหารไทย จะทำให้คนเรารู้และจดจำการใช้ประโยชน์สมุนไพรไทยได้อย่างกว้างขวาง

**(๒) พัฒนาศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของ SMEs ผลิตภัณฑ์สมุนไพรด้วยฐานงานวิจัยและนวัตกรรม** ภายใต้การขับเคลื่อนประเทศสอดรับนโยบายไทยแลนด์ ๔.๐ การเพิ่มขีดความสามารถภาคอุตสาหกรรมโดยมุ่งเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันให้ SMEs เป็นเรื่องที่มีความจำเป็นอย่างมากโดยเฉพาะการใช้งานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าใหม่ ๆ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เปลี่ยนจากการให้บริการหรือสินค้าขั้นพื้นฐาน มาเป็นการบริการด้วยทักษะขั้นสูงหรือสินค้านวัตกรรมที่เพิ่มมูลค่าและแรงจูงใจ จะช่วยขับเคลื่อนให้ขีดความสามารถของธุรกิจ SMEs เพิ่มสูงขึ้น สามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้

**(๓) เน้นครอบคลุมตลาดในประเทศทั่วทุกภูมิภาค และขยายไปยังประเทศเพื่อนบ้าน (CLMV)** จากข้อมูลการเติบโตทางเศรษฐกิจพบว่า ประเทศกลุ่ม CLMV มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับสูงต่อเนื่องมากว่า ๒ ทศวรรษ โดยข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดการณ์ว่าอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของ CLMV เติบโตได้ถึงร้อยละ ๖.๕ ก่อนเกิดวิกฤติโควิด๑๙ ดังนั้น ตลาด CLMV จึงเป็นตลาดที่ไม่อาจมองข้ามได้ รวมถึงการขยายตลาดไปยังประเทศที่มีศักยภาพสูงในการซื้อสมุนไพรไทย อาทิ ประเทศในสหภาพยุโรป เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นต้น

**(๔) ยกระดับการผลิตในทุกขั้นตอนด้วยเทคโนโลยี (SMART)** ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงของโลกเป็นไปอย่างรวดเร็วเนื่องจากการพัฒนาทางเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพสูง รัฐบาลไทยให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีมาใช้ประโยชน์เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันและขับเคลื่อนเศรษฐกิจทั้งในระดับบุคคล ชุมชน และประเทศตามยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ดังนั้นการยกระดับการผลิตตลอดห่วงโซ่ของการพัฒนาสมุนไพรจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องนำเทคโนโลยีมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด

**(๕) ส่งเสริมให้ส่วนภูมิภาคใช้สมุนไพรเป็นกลไกการพัฒนา** และให้เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศ ด้วยประเทศไทยมีความหลากหลายทางชีวภาพสูงเป็นอันดับ ๘ ของโลก นับเป็นจุดแข็งของการพัฒนาเรื่องสมุนไพรที่กระจายอยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ ในประเทศ ยิ่งไปกว่านั้น สมุนไพรเป็นเรื่องใกล้ตัวที่ทุกชุมชนสามารถนำมาพัฒนาเป็นรายได้เสริมหรืออาชีพเพื่อการสร้างรายได้หลักแก่ครอบครัวได้ ดังนั้นการนำจุดแข็งของชุมชนคือสมุนไพรมาเป็นกลไกในการสร้างรายได้ให้กับครอบครัว จึงจะสามารถสร้างความยั่งยืนในการพัฒนาสมุนไพรเพื่อเศรษฐกิจระดับฐานรากได้จริง

**(๖) ส่งเสริมอุตสาหกรรมสารสกัด เพื่อเพิ่มมูลค่าและความสามารถในการแข่งขันของประเทศด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพร** จากข้อมูลรายงานการติดตามมูลค่านำเข้าและส่งออกวัตถุดิบและสารสกัดจากสมุนไพรสะท้อนภาพที่ชัดเจนของการขาดดุลทางการค้าเนื่องจากสารสกัดสมุนไพรนำเข้ามีมูลค่าสูงกว่าวัตถุดิบมากกว่า ๑๐ เท่าตัว ขณะที่มูลค่าการส่งออกของประเทศส่วนใหญ่ยังคงอยู่ในรูปของวัตถุดิบซึ่งมีราคาถูกและมีต้นทุนในการขนส่งที่แพงกว่าสารสกัดมาก และเป็นที่น่าทึ่งกันทีเดียว สารสกัดสมุนไพรเป็นวัตถุดิบต้นทางของ

อุตสาหกรรมหลากหลายประเภทเช่น กลุ่มเสริมอาหาร ยา เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เครื่องสำอางค์ เป็นต้น ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมสมุนไพรของประเทศไทยจึงควรมุ่งเน้นการส่งเสริมศักยภาพของอุตสาหกรรมสารสกัดให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน และสามารถแข่งขันกับนานาชาติประเทศได้ ทั้งนี้ ภาครัฐอาจเป็นผู้สนับสนุนการวิจัยและพัฒนา รวมทั้งกระจายความรู้หรือนวัตกรรมนั้นให้แก่ภาคเอกชน โดยกำหนดประเด็นการส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาไว้ในแนวทางการพัฒนาเพื่อให้มีการขับเคลื่อนผ่านแผนงานต่าง ๆ ที่จะได้กำหนดรองรับอย่างเป็นรูปธรรมต่อไป

### จุดเน้นเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Focus: SF)

ภายใต้กรอบระยะเวลา ๕ ปี ของแผนปฏิบัติการฯ เพื่อให้การพัฒนาสมุนไพรไทยเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้กำหนดจุดเน้นเชิงยุทธศาสตร์ตามทิศทางการพัฒนาดังกล่าวข้างต้น โดยจำแนกตามห่วงโซ่อุปทาน ดังนี้

(๑) ต้นน้ำ มีจุดเน้นเชิงยุทธศาสตร์สำคัญ ๒ ประเด็น ได้แก่

จุดเน้นเชิงยุทธศาสตร์ที่ ๑ (SF ๑) การส่งเสริมการผลิตวัตถุดิบสมุนไพรเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ในอุตสาหกรรมสมุนไพร

จุดเน้นเชิงยุทธศาสตร์ที่ ๒ (SF ๒) การใช้มาตรฐานวัตถุดิบเพื่อการพัฒนาต้นทาง

(๒) กลางน้ำ มีจุดเน้นเชิงยุทธศาสตร์สำคัญ ๒ ประเด็น ได้แก่

จุดเน้นเชิงยุทธศาสตร์ที่ ๓ (SF ๓) การพัฒนาอุตสาหกรรมสารสกัด เพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน และเพิ่มสัดส่วนมูลค่าของสารสกัดในห่วงโซ่อุปทาน

จุดเน้นเชิงยุทธศาสตร์ที่ ๔ (SF ๔) การส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพร

(๓) ปลายน้ำ มีจุดเน้นเชิงยุทธศาสตร์สำคัญ ๓ ประเด็น ได้แก่

จุดเน้นเชิงยุทธศาสตร์ที่ ๕ (SF ๕) การส่งเสริมการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างมีประสิทธิภาพ

จุดเน้นเชิงยุทธศาสตร์ที่ ๖ (SF ๖) การส่งเสริมภาพลักษณ์และขยายช่องทางการตลาด

จุดเน้นเชิงยุทธศาสตร์ที่ ๗ (SF ๗) การต่อยอด สร้างมูลค่า และเพิ่มการส่งออก Herbal Champions รวมทั้งผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย

(๔) ระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่สนับสนุนห่วงโซ่อุปทาน มีจุดเน้นเชิงยุทธศาสตร์สำคัญ ๓ ประเด็น ได้แก่

จุดเน้นเชิงยุทธศาสตร์ที่ ๘ (SF ๘) การวิจัยและนวัตกรรมสมุนไพรไทยสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

จุดเน้นเชิงยุทธศาสตร์ที่ ๙ (SF ๙) การพัฒนาระบบกำกับติดตามและใช้ข้อมูลในการประเมินผลการดำเนินงาน

จุดเน้นเชิงยุทธศาสตร์ที่ ๑๐ (SF ๑๐) การพัฒนาต่อยอดเมืองสมุนไพรเพิ่มมูลค่าแก่ชุมชน

จุดเน้นยุทธศาสตร์ทั้ง ๑๐ ประเด็น ได้ถูกนำเสนอในการประชุมระดมความคิดเห็น และการประชุมคณะกรรมการในระดับต่าง ๆ และได้ผ่านการวิเคราะห์ และสังเคราะห์ร่วมกันของคณะทำงานฯ โดยได้รับความ

เห็นชอบจากคณะอนุกรรมการภายใต้คณะกรรมการนโยบายสมุนไพรแห่งชาติทั้ง ๕ คณะ และหน่วยงานผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกว่า ๖๐ หน่วยงาน โดยรายละเอียดของจุดเน้นยุทธศาสตร์แต่ละประเด็นมีรายละเอียดดังนี้

หน่วยงานหลัก: กช., อภ., พณ., อว., สธ., มท. หน่วยงานร่วม: พส., กก., กก., ดศ.					
(ร่าง) แผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2566 – 2570					
Key Result	1. ขนาดตลาดวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 1 เท่าตัวภายในปี พ.ศ. 2570			2. ความเข้มแข็งของห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมสมุนไพรไทยเพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 20 ภายในปี พ.ศ. 2570	
Key Directions	1. ส่งเสริมบทบาทของสมุนไพรผ่านภาคีเครือข่ายอาหารไทยจากครัวไทยสู่ครัวโลก		2. พัฒนาศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของ SMEs ด้วยฐานงานวิจัยและนวัตกรรม		3. เน้นครอบคลุมตลาดในประเทศ และขยายไปยังประเทศ CLMV
For Impact	4. ยกระดับการผลิตในทุกขั้นตอนด้วยเทคโนโลยี (SMART)		5. ส่งเสริมให้ส่วนภูมิภาคใช้สมุนไพรเป็นกลไกการพัฒนา		6. ส่งเสริมอุตสาหกรรมสารสกัด เพิ่มมูลค่าและความสามารถในการแข่งขัน
Value chain	ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมการผลิตและแปรรูปวัตถุดิบสมุนไพรให้มีคุณภาพและมาตรฐาน	ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและอุตสาหกรรมสมุนไพรตลอดห่วงโซ่อุปทาน	ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพร	ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างเหมาะสม	ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบนิเวศ นำไปสู่การพัฒนาสมุนไพรไทยให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืน
Key Activity	1. จัดการด้านการผลิตวัตถุดิบคุณภาพ 2. พัฒนาและสร้างเครือข่ายกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ และวิสาหกิจชุมชน 3. ยกระดับคุณภาพวัตถุดิบและการแปรรูปอย่างมีมาตรฐาน 4. ส่งเสริมระบบตลาดกลางและ E-Market	1. ส่งเสริมอุตสาหกรรมสารสกัด และมาตรฐานสารสกัด 2. จัดทำมาตรฐานส่งเสริมอุตสาหกรรมสารสกัด 3. ส่งเสริมความสามารถผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สมุนไพร	1. ผลักดันสมุนไพรไทยให้ควบคู่กับอาหารไทยและวัฒนธรรมไทย 2. ทำตลาดเชิงรุก 3. พัฒนาระบบข้อมูลคุณภาพสมุนไพรให้เป็นที่ยอมรับ	1. จัดระบบความรับผิดชอบต่อสังคม 2. จัดระบบการให้ความรู้แก่ผู้บริโภค 3. ส่งเสริมการใช้และการเข้าถึงยาและผลิตภัณฑ์สมุนไพร 4. จัดระบบทะเบียนผลิตภัณฑ์สมุนไพร 5. ส่งเสริม Herbal Champions	1. ส่งเสริมการวิจัย นวัตกรรม และการใช้ประโยชน์ เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์สมุนไพร 2. ส่งเสริมห้องปฏิบัติการที่มีมาตรฐานและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง 3. สร้างระบบการติดตามและประเมินผลการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการ 4. พัฒนาเมืองสมุนไพรสร้างความเข้มแข็งชุมชนและมูลค่าจากสมุนไพร
Target of Output	1. ผลผลิตวัตถุดิบสมุนไพรที่ได้มาตรฐานเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 2. มูลค่าการผลิตวัตถุดิบสมุนไพรที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 3	1. อุตสาหกรรมสารสกัดมีการขยายตัวอย่างน้อยร้อยละ 10 2. ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยเฉพาะ SMEs มีศักยภาพเพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 10	1. ผลักดันภาพลักษณ์ของสมุนไพรไทยควบคู่กับอาหารไทย 2. ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง ASEAN Herbal Hub 3. มีตราสัญลักษณ์สมุนไพรคุณภาพระดับสากลและเป็นที่ยอมรับ	1. มีการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างแพร่หลาย 2. ผู้บริโภคมีความรู้และทัศนคติที่ดีกับผลิตภัณฑ์สมุนไพร 3. มีระบบทะเบียนผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ทันสมัย 4. ผลิตภัณฑ์ Herbal Champions และผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาสามารถสร้างรายได้ อย่างมีนัยสำคัญ	1. มีการลงทุนและนำเอาสารวิจัยและนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับสมุนไพรไทยไปใช้ประโยชน์เพิ่มขึ้น 2. มีห้องปฏิบัติการห้องทดลองและวิจัยผลิตภัณฑ์สมุนไพร 3. มีกลไกการติดตามและการประเมินผลการขับเคลื่อนตามแผน 4. ชุมชนในระดับพื้นที่มีความเข้มแข็งและสร้างมูลค่าจากสมุนไพร
ผู้รับผิดชอบหลัก	คณะอนุกรรมการสมุนไพรผลิตภัณฑ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	คณะอนุกรรมการส่งเสริมอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กระทรวงอุตสาหกรรม	คณะอนุกรรมการส่งเสริมภาพลักษณ์และการตลาดผลิตภัณฑ์กระทรวงพาณิชย์	คณะอนุกรรมการสมุนไพรผลิตภัณฑ์กระทรวงสาธารณสุข	คณะอนุกรรมการวิจัยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์กระทรวง สธ. และ อว.

### รูปภาพที่ 11 ยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ 2 และหน่วยงานรับผิดชอบ

ที่มา: ร่าง แผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2566-2570

จากยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ของแผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับ ศลช. คือยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและอุตสาหกรรมสมุนไพรตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยมีจุดเน้นสำคัญที่สอดคล้อง คือ การพัฒนาอุตสาหกรรมสารสกัด เพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน และเพิ่ม สัดส่วนมูลค่าของสารสกัดในห่วงโซ่อุปทาน ผู้รับผิดชอบหลัก คือกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งมีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นฝ่ายเลขา แนวทางการดำเนินงานหลักๆ มีดังนี้

1. การพัฒนามาตรฐานสารสกัด และสารสกัดมาตรฐาน
2. การพัฒนาสถานที่หรือห้องปฏิบัติการตรวจมาตรฐานสารสกัด
3. การพัฒนาเทคโนโลยีการสกัดขั้นสูง
4. การผลักดันสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์
5. การพัฒนาผู้ประกอบการที่ผลิตสารสกัดสมุนไพร



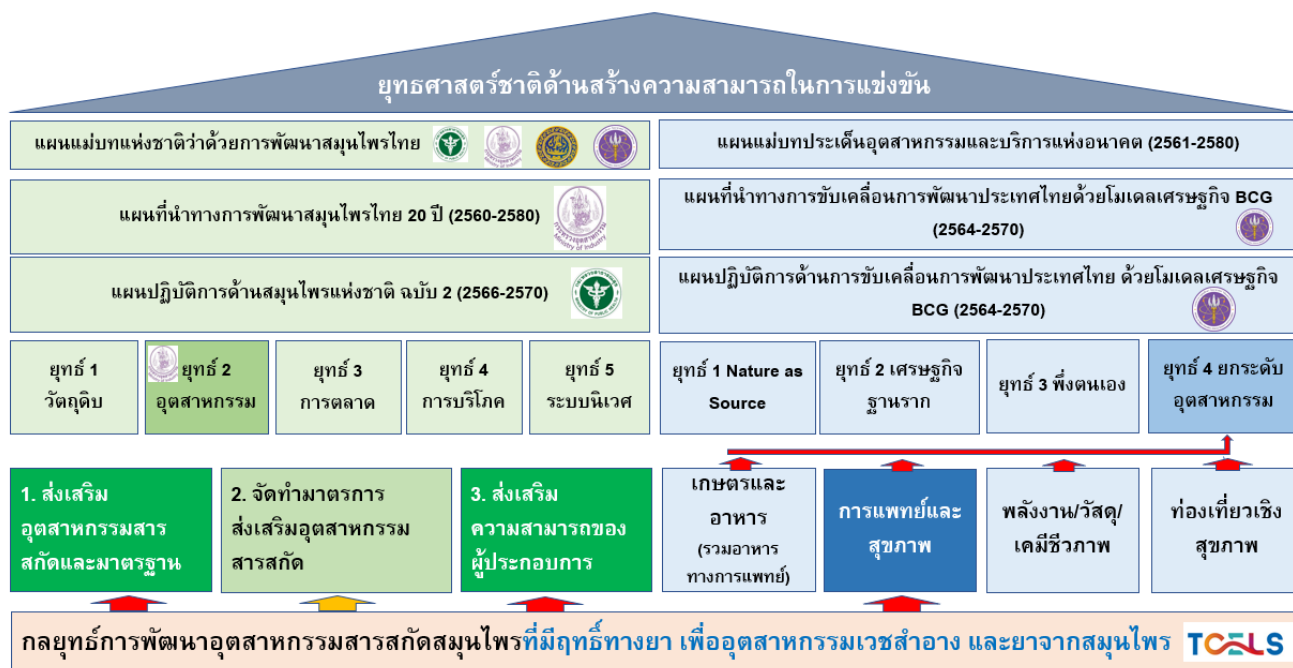
**รูปภาพที่ 12** แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสารสกัดสมุนไพร โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ที่มา: (ร่าง) แผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2566-2570

จากแนวทางข้างต้น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มีความคืบหน้าในการดำเนินงานดังนี้

1. สมอ. ได้จัดทำมาตรฐานสารสกัดแล้วเสร็จ จำนวน 29 เรื่อง เช่น สารสกัดขมิ้นชันผง สารสกัดกระเจี๊ยบแดงผง สารสกัดกระชายดำผง น้ำมันเมล็ดกัญชง สารสกัดจากกัญชง เป็นต้น และน้ำมันหอมระเหยจำนวน 18 เรื่อง เช่น น้ำมันหอมระเหยดอกกานพลู น้ำมันหอมระเหยใบมะกรูด น้ำมันหอมระเหยตะไคร้ เป็นต้น ทั้งนี้ ประเด็นของสารมาตรฐานอ้างอิง (Reference standards) ยังคงเป็นปัญหาที่ต่อเนื่องเพราะสมุนไพรไทยหลายชนิดไม่สามารถหาสารอ้างอิงจากต่างประเทศได้และสารอ้างอิงจากต่างประเทศมักมีราคาสูง ดังนั้นการพัฒนาสารมาตรฐานอ้างอิงสำหรับสมุนไพรไทยยังคงเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องได้รับความสนใจและการพัฒนาอย่างจริงจัง
2. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้จัดทำแผนที่นำทางการพัฒนาสมุนไพรไทยในระยะ 20 ปี และดำเนินโครงการไปหลายโครงการโดยเน้น 3 ด้านคือ 1) สนับสนุนการเพิ่มผลิตภาพของสถานประกอบการผลิต 2) ยกระดับคุณภาพและเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และ 3) การยกระดับความรู้ของบุคลากรในอุตสาหกรรม

ศลช. ได้มีการหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมสารสนเทศ เช่น กองสมุนไพรรเพื่อเศรษฐกิจ กรมแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก กองพัฒนาขีดความสามารถธุรกิจอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) เพื่อเชื่อมต่อการทำงานร่วมกัน โดยมีข้อสรุปว่า คลช. เน้นสารสกัดสมุนไพรมีฤทธิ์ทางยา สนับสนุนให้เกิดสารสกัดใหม่ๆ รวมถึงนวัตกรรมที่เกี่ยวข้อง คือ เวชสำอาง และยาจากสมุนไพรรวมถึงการขยายตลาดสู่สากล



รูปภาพที่ 13 แสดงความเชื่อมโยงภายใต้แผนที่เกี่ยวข้องกับงานสมุนไพรร



#### 4.2 ข้อเสนอกลยุทธ์การพัฒนาอุตสาหกรรมสารสกัดสมุนไพรที่มีฤทธิ์ทางยา

จากการทำ Mapping และหารือหน่วยงานต่าง ๆ สามารถเสนอกลยุทธ์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมสารสกัดสมุนไพรที่มีฤทธิ์ทางยา ได้ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 การเพิ่มจำนวนผู้ผลิตสารสกัดสมุนไพร ในห่วงโซ่อุปทาน

กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนามาตรการการรับรองมาตรฐานสารสกัดสมุนไพร เพื่อการส่งออก

กลยุทธ์ที่ 3 การส่งเสริมการพัฒนาสารสกัดสมุนไพรให้สามารถรับรองมาตรฐาน

กลยุทธ์ที่ 4 การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด

โดย ศลช. มีบทบาทหลักดังนี้

1. สนับสนุนงบประมาณ ทุนปัญญา และสังคมในการพัฒนาสารสกัดสมุนไพรที่มีฤทธิ์ทางยาร่วมกับพันธมิตร
2. เชื่อมโยงประสานงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อขับเคลื่อนให้แผนกลยุทธ์ดำเนินการได้อย่างเป็นรูปธรรม
3. ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจ และกลยุทธ์ทางการตลาดทั้งในประเทศและระดับสากล

## บทที่ 5

### แผนปฏิบัติการและตัวชี้วัด

จากกลยุทธ์การพัฒนาอุตสาหกรรมสารสกัดสมุนไพรที่มีฤทธิ์ทางยา ที่พัฒนาจากช่องว่างของอุตสาหกรรม สามารถพัฒนาตัวชี้วัดที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ศลช. แผนงานของกองทุน ววน. รวมถึงแผนปฏิบัติการ 5 ปี (2566-2570) ของ ศลช. ได้ดังต่อไปนี้

**ตัวชี้วัดที่ 1** ผู้ผลิตสารสกัดสมุนไพรเพิ่มขึ้น/ขยายการผลิต 2 เท่า

#### กิจกรรมหลัก

- ส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตสารสกัดสมุนไพรและนวัตกรรมใหม่
- ส่งเสริมให้มีการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ผู้ผลิต
- สนับสนุนการยกระดับการผลิตให้ได้สารสำคัญสูง

กิจกรรมกลุ่มนี้จะสอดคล้องกับภารกิจ A. เร่งรัดขับเคลื่อนการพัฒนานวัตกรรม B. พัฒนาระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชีววิทยาศาสตร์ และ C. กระตุ้นและเชื่อมโยงเครือข่ายพันธมิตร ทั้งในและต่างประเทศเพื่อผลักดันการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชีววิทยาศาสตร์ และขยายตลาด

#### พันธมิตรร่วมดำเนินงาน

กองพัฒนาขีดความสามารถธุรกิจอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และบพข.

**ตัวชี้วัดที่ 2** มาตรการส่งเสริมการรับรองมาตรฐานสารสกัดสมุนไพร 2 มาตรการ

#### กิจกรรมหลัก

- ผลักดันให้มีระบบรับรองมาตรฐานสารสกัด
- พัฒนา Protocol ในการยกระดับมาตรฐานสารสกัดสำหรับตลาดสากล เช่น COSING (การส่งออกขึ้นอยู่กับมาตรฐานปลายทาง)

กิจกรรมกลุ่มนี้จะสอดคล้องกับภารกิจ B. พัฒนาระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชีววิทยาศาสตร์

#### พันธมิตรร่วมดำเนินงาน

กองผลิตภัณฑ์สมุนไพร องค์การอาหารและยา และสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

**ตัวชี้วัดที่ 3** สารสกัดสมุนไพรได้รับการรับรองมาตรฐานเพื่อส่งออก อย่างน้อย 2 ผลิตภัณฑ์ต่อปี

กิจกรรมหลัก

- สนับสนุนทุนเพื่อยกระดับสารสกัดสมุนไพรที่มีฤทธิ์ทางยาให้ผ่านการทดสอบตามมาตรฐาน อย.
- สนับสนุนทุนเพื่อยกระดับสารสกัดสมุนไพรให้ผ่านมาตรฐานสากล

กิจกรรมกลุ่มนี้จะสอดคล้องกับภารกิจ A. เร่งรัดขับเคลื่อนการพัฒนานวัตกรรม

พันธมิตรร่วมดำเนินงาน

บพข. หน่วยงานวิจัย เช่น สวทช. วว. และประกอบการเป้าหมาย

**ตัวชี้วัดที่ 4** มีการต่อยอดนำไปผลิตในอุตสาหกรรมเวชสำอาง ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ และยาจากสมุนไพรอย่างน้อย 2 รายต่อปี

กิจกรรมหลัก

- สนับสนุนทุนเพื่อพัฒนาระบบการซื้อขายบน Digital platform ที่น่าเชื่อถือ
- ส่งเสริมการจับคู่ธุรกิจเพื่อการขยายตลาดในระดับสากล

กิจกรรมกลุ่มนี้จะสอดคล้องกับภารกิจ C. กระตุ้นและเชื่อมโยงเครือข่ายพันธมิตร ทั้งในและต่างประเทศเพื่อผลักดันการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชีววิทยาศาสตร์ และขยายตลาด

พันธมิตรร่วมดำเนินงาน

Global Cosmetic Cluster ฝ่ายยุทธศาสตร์อุตสาหกรรม และฝ่ายยุทธศาสตร์ความร่วมมือ ศลช.



### รูปภาพที่ 14 การกำหนดตัวชี้วัด และแผนในการดำเนินงาน

จากตัวชี้วัดที่กำหนดสามารถจัดทำแผนปฏิบัติการ 5 ปี สำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมสารสกัดสมุนไพรที่มีฤทธิ์ทางยา พร้อมกระจายตัวชี้วัดรายปีได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แผน 5 ปีของการพัฒนาอุตสาหกรรมสารสกัดสมุนไพรที่มีฤทธิ์ทางยา

ตัวชี้วัด 5 ปี	แผนงาน	ปีงบประมาณ				
		2566	2567	2568	2569	2570
1. จำนวนผู้ผลิตสารสกัดเพิ่มขึ้นหรือขยายการผลิตอย่างน้อย 5 ราย	<ul style="list-style-type: none"> <li>ส่งเสริมการถ่ายทอดเทคโนโลยี</li> <li>พัฒนาการผลิตในระดับอุตสาหกรรม</li> </ul>	ผู้ประกอบการเดิมขยายการผลิต 1 ราย	เกิดผู้ประกอบการใหม่ 1 ราย	ผู้ประกอบการเดิมขยายการผลิต 1 ราย	เกิดผู้ประกอบการใหม่ 1 ราย	ผู้ประกอบการเดิมขยายการผลิต 1 ราย
2. ระบบการรับรองมาตรฐานสารสกัดเพื่อตลาดภายใน และการส่งออก 2 มาตรการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>สนับสนุนการพัฒนาฐานข้อมูล Positive list</li> <li>พัฒนา Protocol สำหรับการยกระดับมาตรฐานสารสกัด</li> </ul>	List ของสารสกัดเป้าหมาย	Positive list ที่มีเลขอ้างอิง	Guideline การรับรองมาตรฐานสารสกัดสำหรับตลาดภายในและสากล 2 มาตรการ		
3. สารสกัดได้รับการรับรองมาตรฐานเพื่อส่งออก 2 ชนิดต่อปี (รวม 14 ผลิตภัณฑ์)	<ul style="list-style-type: none"> <li>สนับสนุนทุนเพื่อทดสอบฤทธิ์ตาม Guideline</li> <li>สนับสนุนทุนเพื่อพัฒนามาตรฐานสารสกัดเพื่อส่งออก</li> </ul>	2 ผลิตภัณฑ์	3 ผลิตภัณฑ์	3 ผลิตภัณฑ์	3 ผลิตภัณฑ์	3 ผลิตภัณฑ์
4. ต่อยอดธุรกิจ พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ 2 รายต่อปี (รวมเป็น 10 ราย)	<ul style="list-style-type: none"> <li>สนับสนุนการพัฒนาระบบซื้อขาย</li> <li>ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจทั้งในประเทศและตลาดสากล</li> </ul>	E-Herbal market place 1 platform	สารสกัดซื้อขายในระบบ 20 ชนิด	สารสกัดซื้อขายในระบบ 30 ชนิด	สารสกัดซื้อขายในระบบ 40 ชนิด	สารสกัดซื้อขายในระบบ 50 ชนิด
		คู่ค้าอย่างน้อย 2 ราย	คู่ค้าอย่างน้อย 2 ราย	คู่ค้าอย่างน้อย 2 ราย	คู่ค้าอย่างน้อย 2 ราย	คู่ค้าอย่างน้อย 2 ราย

สำหรับงบประมาณเพื่อดำเนินงานตามแผน 5 ปี มีการวางแผนไว้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แผนการจัดหางบประมาณเพื่อดำเนินงานตามแผน 5 ปี

ปีงบประมาณ	แหล่งงบประมาณ
2566	<ul style="list-style-type: none"> <li>SF จากกองทุน ววน. แผน N2 (S1P1) จำนวน 16.3 ล้านบาท</li> <li>ไม่มีแหล่งงบอื่น</li> </ul>
2567	<ul style="list-style-type: none"> <li>SF จากกองทุน ววน. แผน N2 (S1P1) ขาขึ้น 90 ล้านบาท</li> <li>ร่วมกับ IIS ยื่นขอจาก สสว. ในส่วนของการพัฒนาธุรกิจในตลาดสากล</li> </ul>
2568	<ul style="list-style-type: none"> <li>SF จากกองทุน ววน. แผน N2 (S1P1)</li> <li>แหล่งทุนอื่น</li> </ul>
2569	<ul style="list-style-type: none"> <li>SF จากกองทุน ววน. แผน N2 (S1P1)</li> <li>แหล่งทุนอื่น</li> </ul>
2570	<ul style="list-style-type: none"> <li>SF จากกองทุน ววน. แผน N2 (S1P1)</li> <li>แหล่งทุนอื่น</li> </ul>

แผนงานทั้งหมดจะนำมาซึ่งเป้าหมายหลักคือ การเพิ่มยอดขายของสารสกัดสมุนไพรให้ได้ 2% ต่อปี เพื่อนำพาประเทศไทยให้เป็น Hub of Herbs ซึ่งส่งผลให้อุตสาหกรรมชีววิทยาศาสตร์เติบโตขึ้นตามวิสัยทัศน์ของ ศลช.