



ผลกระทบ

ได้รับจากการ เปิดเสรีทางการค้าอาเซียน ในภาคอุตสาหกรรม

อาหารเสริมสมุนไพรบำรุงสุขภาพ

โดย

นางสาวปิยธิดา ประสมศรี

รหัสนักศึกษา 5920312013

สารนิพนธ์เล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต

คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

พ.ศ. 2561

บทคัดย่อ

ปัจจุบัน นอกเหนือจากการรับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่แล้ว ร่างกายจำเป็นต้องได้รับวิตามินและแร่ธาตุ รวมถึงสารต้านอนุมูลอิสระประเภทต่างๆ เพื่อเสริมสร้างการเกิดปฏิกิริยาต่างๆ ของร่างกายทั้งนี้ ร่างกายไม่สามารถสังเคราะห์วิตามินบางชนิดเองได้ จึงจำเป็นต้องรับประทานอาหารที่มีวิตามินชนิดนั้นๆ เข้าไป รวมถึงตลาดอาหารเสริมสุขภาพในประเทศไทยนับว่าเป็นตลาดที่น่าสนใจ เนื่องจากปัจจัยหนุนที่สำคัญคือ กระแสการรักษาสุขภาพเชิงป้องกัน โดยการทำให้ร่างกายแข็งแรงไม่เจ็บป่วย ทั้งนี้เพื่อที่จะได้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล ทำให้ความต้องการบริโภคอาหารเสริมสุขภาพมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบจากข้อตกลงเขตการค้าอาเซียนต่ออุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสมุนไพรในเขตประเทศสมาชิก โดยทำการศึกษาเฉพาะผลกระทบทางด้านการค้า การนำเข้า ส่งออก และอัตราภาษีของไทย เพื่อเปรียบเทียบกับประเทศสิงคโปร์ ประเทศมาเลเซีย และประเทศเมียนมา เท่านั้น เนื่องจากเป็นประเทศที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน โดยทำการศึกษาผลกระทบต่อผู้บริโภคและผู้ผลิต และการค้าระหว่างประเทศ

จากการศึกษาพบว่า ประเทศสมาชิกมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างก่อนการเปิดการค้าเสรีและหลังการเปิดประเทศสมาชิกมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน จึงทำให้มีปริมาณการนำเข้าและการส่งออกที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการส่งออกไปยังประเทศนอกกลุ่ม แต่อย่างไรก็ตามฐานการผลิตสมุนไพรที่จะนำมาสกัดของแต่ละประเทศที่ค่อนข้างต่างกัน จึงควรเสนอแนะให้ทางประเทศสมาชิกใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาที่อัตราการส่งออก นำเข้า และอัตราภาษีในเกณฑ์เดียวกัน จึงจะทำให้อุตสาหกรรมในประเทศสมาชิกมีปริมาณการค้าที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้เข้าถึงตลาดโลกและแข่งขันได้มากขึ้น

และเมื่อพิจารณารายประเทศสมาชิกแล้วพบว่าประเทศสิงคโปร์เป็นอันดับต้นๆ ในการส่งออกสมุนไพรอาหารเสริมมีการเปิดการค้ามาก่อนประเทศอื่นจึงมีความได้เปรียบ รวมไปถึงมีเทคโนโลยีและฐานการผลิตที่แข็งแกร่งทำให้มีปริมาณการค้าอยู่ในเกณฑ์ดี แต่สำหรับประเทศมาเลเซียมีการพัฒนาเปลี่ยนโครงสร้างอุตสาหกรรมจากประเทศนำเข้าเพื่อบริโภคเป็นประเทศที่ส่งออกมากขึ้น การเปิดการค้าเสรีทำให้

ประเทศมาเลเซียเร่งพัฒนาให้สามารถเทียบเคียงประเทศสมาชิกมากยิ่งขึ้น และประเทศไทยยังได้ประโยชน์จากการส่งออกไปยังประเทศมาเลเซียเพิ่มขึ้น สำหรับประเทศเมียนมาที่เพิ่งเข้ามาในอุตสาหกรรมก็มีแนวโน้มการส่งออกที่มากขึ้นจากอดีต อีกทั้งเมียนมามีแหล่งทรัพยากรที่เหมาะสมแก่การปลูกพืชสมุนไพรแต่ยังขาดกฎระเบียบหรือมาตรฐานการส่งออกที่น้อยอยู่ เมื่อเข้าร่วมเป็นหนึ่งในสมาชิกของเขตการค้าเสรี ปริมาณการส่งออกจึงเพิ่มมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จด้วยดีโดยได้รับความช่วยเหลือจาก ผศ.ดร.สันติ ชัยศรีสวัสดิ์สุข อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ซึ่งได้สละเวลาอันมีค่าให้การให้คำปรึกษา ตั้งใจถ่ายทอดความรู้และข้อคิดเห็นต่างๆ รวมทั้งแนะนำวิธีการวิเคราะห์งานวิจัยที่ถูกต้อง ตลอดจนตรวจแก้ไขให้สำเร็จสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอบคุณเจ้าหน้าที่หน่วยงานต่างๆที่ได้ให้คำแนะนำ ที่อำนวยความสะดวกในการค้นคว้าวิจัยครั้งนี้ อาทิ เจ้าหน้าที่ศูนย์อาเซียน เจ้าหน้าที่กระทรวงพาณิชย์ที่ให้ข้อมูล เป็นต้น

นอกจากนี้ ผู้เขียนขอขอบคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ช่วยประสาทวิชาให้ ขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่นทุกคนที่ช่วยให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยครั้งนี้และประโยชน์ต่อผู้วิจัย หากงานวิจัยครั้งนี้ผิดพลาดประการใด ผู้เขียนขอน้อมรับไว้เพียงผู้เดียว

ปิยธิดา ประสมศรี

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

พ.ศ. 2561

สารบัญ

บทคัดย่อ.....	2-3
กิตติกรรมประกาศ.....	4
สารบัญตาราง.....	7-8
บทที่	
1. บทนำ	9
1.1 ความสำคัญของการศึกษา	9
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	12
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	12
1.4 วิธีการศึกษา	13
1.5 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	14
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	15
1.7 งานศึกษาวิจัยในอดีต	15
1.8 หลักและทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์	20
 2. อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสมุนไพรในประเทศไทย	 25

2.1	ความหมายและประเภทของสมุนไพรบำรุงสุขภาพ	25
2.2	ปริมาณการผลิตและการบริโภคอาหารเสริมสมุนไพรในประเทศไทย	31
2.3	ปริมาณกำลังการผลิตของสมุนไพรไทย	32
3.	อุตสาหกรรมอาหารเสริมสมุนไพรรักษาโรคกับเขตการค้าอาเซียน	41
3.1	เขตการค้าอาเซียน	41
3.1.1	ความเป็นมาของเขตการค้าอาเซียน	41
3.1.2	วัตถุประสงค์การจัดตั้งเขตการค้าอาเซียน	42
3.1.3	หลักการสำคัญของข้อตกลง	43
3.1.4	กำหนดการและขั้นตอนการลดภาษี	44
3.2	นโยบายสนับสนุนการส่งออกอาหารเสริมสมุนไพร	50
4.	ผลการศึกษา	53
4.1	ผลกระทบการเปิดการค้าเสรีต่ออาหารเสริมสมุนไพรสุขภาพระหว่างประเทศในAFTA	54
4.2	ผลกระทบการค้าการเปิดเสรีของประเทศสิงคโปร์	55
4.3	ผลกระทบการค้าเสรีของประเทศเมียนมา	57
4.4	ผลกระทบการค้าเสรีของประเทศมาเลเซีย	58
5.	สรุปผลการศึกษา	61
	บรรณานุกรม	63

ตารางที่ 1.1	โครงสร้างการส่งออกของไทย (สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกปี 2546)	11
ตารางที่ 2.1	ตารางแสดงสรรพคุณสมุนไพรชนิดต่าง ๆ	30
ตาราง 2.2	ตารางแสดงมูลค่าตลาดส่งออกสมุนไพรไทย	36
ตาราง 2.4	ตารางแสดงมูลค่าตลาดนำเข้าสมุนไพรของไทย	37
ตาราง 2.5	จำนวนโรงงานอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสมุนไพรไทย จำแนกตามโรงงานและขนาด	37
ตาราง 2.6	ปริมาณการนำเข้าและส่งออกสมุนไพรในประเทศไทย	37
ตารางที่ 2.7.1	ปริมาณการส่งออกสมุนไพรไทยประเภทพรรณไม้และส่วนของพรรณไม้ (รวมถึงเมล็ดและ ผล)	38
ตารางที่ 2.7.2	สมุนไพรไทยพรรณ ไม้และส่วนของพรรณ ไม้ (รวมถึงเมล็ดและผล)	39
ชนิดที่ใช้ประโยชน์หลักในการทำเครื่องหอมในทางเภสัชกรรมหรือสำหรับฆ่าแมลง รา ฯลฯ (HS 1211)		
ตารางที่ 2.7.3	ปริมาณสมุนไพรไทย ประเภทน้ำเลี้ยง (แซป)	40
รวมทั้งวันที่ได้จากสาหร่ายทะเล ฯลฯ (HS1302)		
ตารางที่ 3.1	อัตราภาษี ศุลกากรพิเศษเฉลี่ย (Average CEPT rates)	45
จำแนกรายประเทศในกลุ่ม AFTA (ร้อยละ)		
ตารางที่ 3.2	มูลค่าการส่งออกการค้าระหว่างไทย-โลก และการค้าชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน (มาเลเซีย เมียนมา ลาว กัมพูชา) และการค้าผ่านชายแดน (สิงคโปร์ จีน ดอนใต้ เวียดนาม) ปีพ.ศ. 2559-2561	51
ตารางที่ 4.1	มูลค่าการนำเข้ายาสมุนไพรสำหรับรักษาโรค (HS:3004.90) ของสิงคโปร์	57
ตารางที่ 4.2	ประเทศคู่ค้า 5 อันดับแรกของการนำเข้ายาสมุนไพรสำหรับรักษาป้องกันโรค 57(HS:3004.90)ของสิงคโปร์	

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ 4.3 รายชื่อผู้นำเข้า กลุ่ม Modern Trade	57
ตารางที่ 4.4 มูลค่าการนำเข้าสมุนไพรที่นำไปใช้ทางเภสัชกรรม (พิกัด 1211)	59
ตารางที่ 4.5 มูลค่าการนำเข้าสิ่งสกัดจากพืช (พิกัด 1302)	60

บทนำ

1.1 ความสำคัญของการศึกษา

อาหารเสริม หมายถึง อาหารที่มีความจำเป็นต่อร่างกาย ขาดไม่ได้ต้องได้รับเสริมเพิ่มเติมจากอาหารหลัก 5 หมู่ จึงจะทำให้มีสุขภาพร่างกายแข็งแรง เช่น อาหารเสริมที่ต้องให้ทารกและเด็กเล็กรับประทาน ตามวัยสมควร

ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้รับประทานโดยตรงนอกเหนือจากการรับประทานอาหารหลักตามปกติ ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปแบบของเม็ด เกร็ดผง แคปซูล ของเหลว หรือรูปแบบอื่นๆ โดยมีจุดมุ่งหมายสำหรับผู้ที่มีสุขภาพปกติแต่ไม่สามารถรับประทานอาหารหลักได้ครบไม่ใช่สำหรับผู้ป่วย มีทั้งชนิดที่เป็นสารสังเคราะห์และชนิดที่เป็นสารสกัดจากธรรมชาติ ตัวอย่างเช่น วิตามินซี วิตามินบีรวม หรือ แคลเซียมอัดเม็ดที่เรานิยมซื้อมารับประทาน เพื่อหวังผลทางสุขภาพนั่นเอง

ตลาดอาหารเสริมสุขภาพในประเทศไทยนับว่าเป็นตลาดที่น่าสนใจ เนื่องจากปัจจัยหนุนที่สำคัญคือ กระแสการรักษาสุขภาพเชิงป้องกัน โดยการทำให้ร่างกายแข็งแรงไม่เจ็บป่วย ทั้งนี้เพื่อที่จะได้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล ทำให้ความต้องการบริโภคอาหารเสริมสุขภาพมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องนอกจากนี้แนวโน้มผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพในตลาดโลกที่จะกระตุ้นการขยายตัวให้รวดเร็วยิ่งขึ้นคือ อาหารเสริมสุขภาพที่มีคุณสมบัติเป็นยา(Nutraceutical) นับว่าเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่และท้าทายให้ประเทศต่างๆที่มีศักยภาพด้านการผลิต รวมทั้งการวิจัยและพัฒนาอาหารเสริมสุขภาพประเภทนี้ ต่างเร่งพัฒนาขีดความสามารถเพื่อรองรับตลาดที่มีแนวโน้มขยายตัวโดยตลาดหลักคือ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป

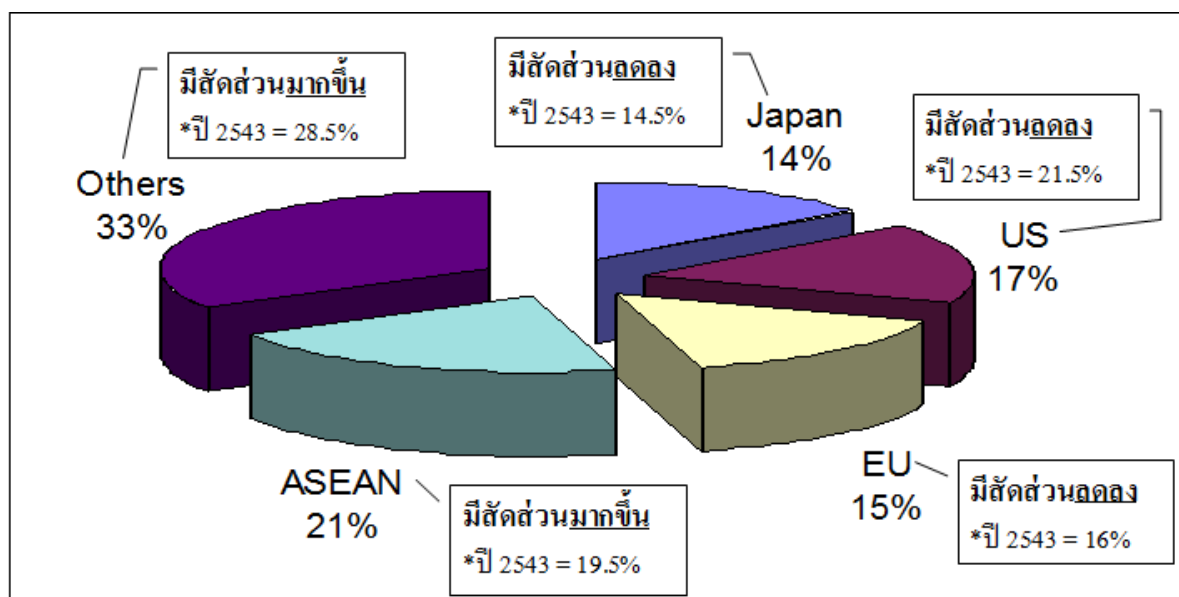
ด้านการผลิตอาหารเสริม โดยรัฐต้องการส่งเสริมให้ตั้งโรงงานที่จะให้สินค้ามีคุณภาพดีนั้น นอกจากจะต้องใส่ใจในความสะอาดและกรรมวิธีการผลิตแล้วยังต้องผ่านการรับรองมาตรฐานต่างๆตามที่กำหนดไว้ด้วย เช่น ISO 9000, ISO 9001, ISO 9004, ISO 1901, มาตรฐานของระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001, มาตรฐานระบบของการจัดการอาชีพ อนามัย และ ระบบความปลอดภัย มอก. 18001 , มาตรฐานห้องปฏิบัติการสอบเทียบและห้องปฏิบัติการทดสอบ ISO/IEC 17025 เป็นต้น การส่งเสริมการลงทุนจากภาครัฐโดยการลดภาษีวัตถุดิบ ด้วยการเน้นปัจจัยทุน นอกจากนี้ก็ต้องผ่านการตรวจสอบจากคณะกรรมการอาหารและยา (อ.ย) โดยเป็นขั้นตอนการขออนุญาตผลิตอาหารเสริมว่าต้องมีการตรวจโรงงานว่าปลอดภัยหรือไม่ตามมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) หรือ

หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร ซึ่งจะมีการตรวจโรงงานเพื่อขอใบอนุญาตทุกๆ 3 ปี เมื่อตรวจโรงงานแล้วจะต้องแจ้งสูตรส่วนประกอบสำคัญมาให้ทาง อย. พิจารณาว่าถูกต้องหรือไม่ จากนั้นเราก็จะอนุญาตให้ผลิตออกสู่ท้องตลาดได้

ด้านภาษีอากร พบว่า มาตรการที่สำคัญที่รัฐใช้เพื่อคุ้มครองการผลิตอาหารเสริม คือ มาตรการคุ้มครองด้านภาษี ประกอบด้วย ภาษีศุลกากร โดยกรมการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารเสริมชนิดยาสมุนไพรจะยกเว้นอากรขาออก ผู้ผลิตต้องมีการยื่นเอกสารคำขอทะเบียนตำรับยาเพื่อการ โดยใช้วิธีการส่งเอกสารแบบ อิเล็กทรอนิกส์ (paperless) และการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม เกี่ยวกับยารักษาโรคชนิดอาหารเสริมสมุนไพร ซึ่งจากผลวิจัยที่ผ่านมายังไม่สอดคล้องต่อหลักความเป็นธรรม เมื่อพิจารณาในแง่ฐานรายได้ของผู้รับภาระภาษี ก่อให้เกิดภาษีแอบแฝง รัฐควรกำหนดการเก็บภาษีภาษีมูลค่าเพิ่ม ร้อยละ 0 เพื่อให้มีราคาถูกลง เปิดโอกาสให้ประชาชนที่มีฐานรายได้น้อยเข้าถึงได้ง่าย

เมื่อการแข่งขันการค้าระหว่างประเทศมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจในประเทศไทยมากขึ้นจึงทำให้มีแนวโน้มในการเจรจาการค้าเพิ่มมากขึ้น เพื่อลดข้อจำกัดทางภาษีลง ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายเศรษฐกิจเสรีนิยม ซึ่งก็คือ กรเจรจาการค้าเสรี ทั้งในประเทศและระดับภูมิภาค ต่อมาไทยได้มีการเจรจาการค้าเสรีในกรอบเขตอาเซียน โดยเริ่มตั้งแต่ปี 2546 เพื่อให้เป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์สุขภาพ ซึ่งไว้คุณภาพ ประสิทธิภาพ และ ความปลอดภัยต่อผู้บริโภคเป็นสำคัญจาก ข้อมูลการเจรจาความร่วมมือของประเทศไทยในการจัดทำข้อตกลง FTA : FREE TRADE AREA ในประเด็นระบบสาธารณสุขมีการให้เหตุผลสำหรับการทำ FTA เป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน ดึงดูดจากลงทุนจากต่างประเทศ เพิ่มโอกาสสำหรับการแข่งขัน

ตารางที่ 1.1 โครงสร้างการส่งออกของไทย (สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกปี 2546)
โดยมูลค่าการส่งออกปี 2546 มีประมาณ 3.3 ล้านล้านบาท



ลดอุปสรรคและข้อกีดกันการค้าระหว่างกัน ทั้งด้านการค้าสินค้าการค้าบริการ และการลงทุนของผลิตภัณฑ์ เพื่อสุขภาพ

การค้าสินค้า→ลดภาษีนำเข้า

ลดมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี
มาตรการสุขอนามัย และ
มาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรม

การค้าบริการ→ลด/เลิกข้อกีดกันต่างชาติ

และการจำกัดจำนวน
การให้บริการของต่างชาติ

การลงทุน→ให้การอำนวยความสะดวก

และการคุ้มครองนักลงทุน

และกิจกรรมการลงทุนของต่างชาติ

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาผลกระทบจากข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียนต่อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของสมุนไพรเพื่อบำรุงสุขภาพ
2. เพื่อศึกษาโอกาสและอุปสรรคของการประกอบธุรกิจ และทำงานในภาคอุตสาหกรรมอาหารเสริมสุขภาพ ของไทยกับประเทศต่างๆ
3. เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะกลยุทธ์/แนวทางการแก้ไข เพื่อให้ไทยได้รับประโยชน์สูงสุดจากการเปิดเสรีทางการค้าและการดำเนินการตามนโยบายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1. ศึกษาผลกระทบต่อธุรกิจอาหารเสริม ภายใต้ข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียนต่อผู้ผลิต ผู้บริโภค ระดับราคา และ ปริมาณการค้าระหว่างต่างประเทศเท่านั้น
2. สินค้าที่นำมาวิเคราะห์ส่วนใหญ่แล้วเป็นอาหารเสริมบำรุงสุขภาพชนิดแคปซูล ซึ่งจากผลสำรวจพบว่าใน 52 ประเทศทั่วโลก ประเทศไทยพบว่าผู้บริโภคชาวไทยสนใจการรับประทานอาหารเสริมสมุนไพร มากที่สุดในโลก และ ยังมีแผนที่จะลงทุนเพื่อผลิตในประเทศอาเซียนอีกด้วย โดยเน้นศึกษากลุ่มประเทศ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ มาเลเซียเนื่องจากมีส่วนการส่งออกต่อปี อยู่ที่ 1 แสนล้านบาทดังนั้นจะเห็นได้ว่าธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในปัจจุบันยังมีโอกาสเติบโตได้เป็นอย่างมากในอนาคต
3. ระยะเวลาที่ใช้ศึกษา คือก่อนทำข้อตกลงตั้งแต่ปี 2546 และ ร่างยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ปี 2559 – 2568

1.4 วิธีการศึกษา

การศึกษานี้จะใช้การศึกษาโดยวิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยจะใช้หลักเศรษฐศาสตร์และข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นมาเป็นหลักในการวิเคราะห์

ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นเป็นการศึกษาผลกระทบของเขตการค้าเสรีอาเซียน ก่อนเปิดการค้าเสรี ปี 2546 และหลังเปิดการค้าเสรี ปี 2559–2568 ในปัจจัยดังนี้

(1) ผลกระทบต่อผู้บริโภค

ผลกระทบต่อผู้บริโภคจะเป็นผลกระทบส่วนใหญ่เป็นในทิศทางบวก เนื่องจากผู้บริโภค สามารถซื้อได้ในราคาที่ถูกลง เพราะมีทางเลือกมากขึ้น เพราะข้อจำกัดทางภาษีลดลง ทำให้มีส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer's surplus) มากขึ้น การศึกษาผลกระทบจากการเปิดการค้าเสรีพิจารณาจาก

- การเปลี่ยนแปลงของราคาก่อนและหลังการเปิดการค้าเสรี แต่อย่างไรก็ตามมูลค่าของตลาดอาหารเสริมขึ้นอยู่กับ ตลาดโลกจึงต้องใช้ราคาในการอ้างอิง ดังนั้นการพิจารณาจากราคาขายภายในประเทศ ก่อนการเปิดการค้าเสรีขึ้นเทียบกับราคาขายในตลาดโลก และราคาขายภายในหลังมีการเปิดการค้าเสรีเทียบกับราคาตลาดโลก
- การเปลี่ยนแปลงการบริโภค เนื่องจากอาหารเสริมเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติเป็นยา (Nutraceutical) ซึ่งเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ดังนั้น การศึกษาถึงความปลอดภัยและประโยชน์ของยาสมุนไพรเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร

(2) ผลกระทบต่อผู้ผลิต

ผลกระทบต่อผู้ผลิตจะเป็นผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพในการผลิต กล่าวคือ หากมีการผลิตที่ใช้คุณภาพสูง ก็จะเป็นโอกาสในการผลิต ส่งผลต่อการนำเข้าและส่งออก มากขึ้น เป็นเพิ่มมูลค่าภายในตลาดอาหารเสริมมากขึ้น จากการสำรวจพบว่า ประเทศไทยยังมีความพร้อมในเรื่องสมุนไพรน้อยมาก หากเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งหากพบว่า ราคาลดลง แต่รายได้รวมเพิ่มขึ้น เนื่องจากข้อจำกัดทางการค้าลดลง ก็จะทำให้

ส่งออกไปยังประเทศสมาชิกเพิ่มขึ้น เกิดการประหยัคจากขนาด ในทางตรงกันข้ามหากผู้ผลิตไม่มีประสิทธิภาพ อาจจะต้องเจอแรงกดดันทางการแข่งขัน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อภาครัฐกิจโดยรวม โดยรัฐ จำเป็นต้องมีนโยบายเพื่อช่วยเหลือผู้ผลิตภายในประเทศ เพื่อให้สามารถปรับตัว และแข่งขันได้ ดังนั้นการศึกษาผลกระทบผู้ผลิตหลังการเปิดเสรีการค้าจะพิจารณาปัจจัยดังนี้

- ปริมาณกำลังการผลิต การเปลี่ยนแปลงปริมาณกำลังการผลิตหลังการเปิดการค้าเสรีเพื่อดูว่าผู้ผลิตภายในประเทศได้รับผลกระทบทางบวกหรือทางลบ หากมีการลดภาษีทำให้มีการส่งออกเพิ่มมากขึ้น ยังทำให้มีการนำเข้ามากขึ้นด้วย ดังนั้นหากมีปริมาณกำลังการผลิตมากขึ้นแสดงว่าผู้ผลิตได้รับผลกระทบทางบวก แต่ในทางกลับกันหากมีกำลังปริมาณการผลิตน้อยลงแสดงว่าผู้ผลิตได้รับผลกระทบทางลบ
- ส่วนแบ่งการตลาดของผู้ผลิตภายในประเทศ ศึกษาว่าเมื่อมีการเปิดการค้าเสรีขึ้นทำให้สินค้าจากต่างประเทศ เข้ามาแข่งขันตลาดภายในประเทศ มีผลทำให้ผู้ผลิตเสียส่วนแบ่งตลาดหรือไม่

(3) ปริมาณการค้า

การเปลี่ยนแปลงด้านการค้า คือ การเปลี่ยนแปลงในปริมาณการนำเข้าและปริมาณการส่งออก ดังนั้นจะศึกษาว่าหาที่มีการเปลี่ยนแปลงการกระจายสินค้าและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ การคุ้มครองด้านภาษีจะเปลี่ยนไปอย่างไร จากการทำการค้าเสรีแล้ว

1.5 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

การศึกษานี้จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ โดยใช้ข้อมูลในการวิเคราะห์ตั้งแต่ปี 2558- 2568 โดยใช้ข้อมูลและแหล่งข้อมูลดังนี้

- (1) ข้อมูลกำลังการผลิต ปริมาณการผลิต ราคาสินค้าผลิตภัณฑ์ ได้จากสมาคมแห่งประชาชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of South East Asian Nations) กรมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

- (2) ข้อมูลประกอบอื่นๆ จะได้จาก อุตสาหกรรมพัฒนามูลนิธิเพื่อสถาบันอาหาร สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) เว็บไซต์ งานวิจัยอื่น ๆ นิตยสาร บทความ เป็นต้น

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- (1) ทำให้ทราบถึงภาพรวมของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในประเทศไทย
- (2) ทำให้ทราบถึงผลกระทบข้อตกลงเขตการค้าอาเซียนที่มีผลต่ออุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในประเทศไทย
- (3) ทำให้ทราบถึงวิธีการและแนวทางการปรับตัวของการพัฒนาอุตสาหกรรมของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในประเทศไทย
- (4)

1.7 งานศึกษาวิจัยในอดีต

การรวมกลุ่มของประเทศต่างๆ ในโลกในยุคสงครามเย็นนั้น ในระยะแรกมีวัตถุประสงค์เพื่อการเมือง แต่ในภายหลังมีการสิ้นสุดสงครามเย็นลง ก่อให้เกิดการรวมกลุ่มเพื่อเศรษฐกิจมากกว่าในยุคต่อมา จึงมีการก่อตั้งอาเซียนตามปฏิญญากรุงเทพฯ กล่าวถึงแทบทุกด้านอย่างครอบคลุม เช่น ส่งเสริมความร่วมมือและความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ในทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี วิทยาศาสตร์ และการบริหาร ส่งเสริมสันติภาพและความมั่นคงส่วนภูมิภาค เสริมสร้างความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจ พัฒนาการทางวัฒนธรรมในภูมิภาค ฯลฯ

การก่อตั้งเขตการค้าอาเซียน หรือ AFTA มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอาเซียนในฐานะที่เป็นฐานการผลิตที่สำคัญเพื่อป้อนสินค้าสู่ตลาดโลก โดยอาศัยการเปิดเสรีด้านการค้า และการลดภาษีและอุปสรรคข้อกีดขวางทางการค้าที่มิใช่ภาษี รวมทั้งการปรับเปลี่ยนโครงสร้างภาษีศุลกากรเพื่อเอื้ออำนวยต่อการค้าเสรีกลไกการลดภาษีที่สำคัญของ AFTA คือระบบCEPT (Common Effective Preferential Tariff Scheme) ซึ่งกำหนดให้ประเทศสมาชิกให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีศุลกากรแก่กันแบบต่างตอบแทน กล่าวคือ การที่จะได้สิทธิประโยชน์จากการลดภาษีของประเทศอื่นสำหรับสินค้าชนิดใด ประเทศสมาชิคนั้นจะต้องประกาศลดภาษีสำหรับสินค้าชนิดเดียวกันด้วย และเป็นปัจจัยที่ดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ สร้างอำนาจต่อรองให้กับประเทศมหาอำนาจอีกด้วย

เขตการค้าเสรีสะท้อนแนวคิดสำคัญทางเศรษฐศาสตร์ที่ว่า "ประโยชน์จากการค้าระหว่างประเทศจะเกิดขึ้นสูงสุดเมื่อประเทศต่าง ๆ ผลิตสินค้าที่ตนมีต้นทุนในการผลิตต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น

ๆ แล้วนำสินค้าเหล่านั้นมาค้าขายแลกเปลี่ยนกัน" ซึ่งในโลกแห่งความเป็นจริงนั้น ประโยชน์สูงสุดดังกล่าวจะไม่เกิดขึ้น หากยังมีการเก็บภาษีขาเข้าและมีการใช้มาตรการกีดกันทางการค้าต่าง ๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อราคาสินค้า และทำให้การค้าขายไม่เป็นไปอย่างเสรีและมีประสิทธิภาพ

พร้อมกันนี้ FTA ถือเป็นเครื่องมือทางการค้าสำคัญที่ประเทศต่าง ๆ สามารถใช้เพื่อขยายโอกาสในการค้า สร้างพันธมิตรทางเศรษฐกิจ พร้อม ๆ กับเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านราคาให้แก่สินค้าของตน เนื่องจากสินค้าที่ผลิตใน FTA จะถูกเก็บภาษีขาเข้าในอัตราที่ต่ำกว่าสินค้าที่ผลิตในประเทศอื่น ๆ ที่ไม่ใช่สมาชิก FTA จึงทำให้สินค้าที่ผลิตภายในกลุ่มได้เปรียบในด้านราคาว่าสินค้าจากประเทศนอกกลุ่ม

แต่อย่างไรก็ตามเมื่อประเทศไทยได้เข้าร่วมเขตการค้าเสรีอาเซียนแล้ว ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศและในภาคการลงทุน ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างประเทศทำให้ประเทศไทยเปิดกว้างมากขึ้น เกิดประโยชน์แก่ผู้ผลิตและผู้บริโภค ชาวไทยในวงกว้าง ทั้งภาคการเกษตร การผลิตสินค้าและบริการด้านสุขภาพ ประโยชน์ที่ได้รับจากการค้าเสรีนั้นมีมากกว่าการค้าช่วยให้ประเทศต่างๆ ได้ใช้โอกาสทางการค้าระหว่างประเทศเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ สร้างงานสร้างรายได้ การค้าที่เสรีมากขึ้น จะช่วยเพิ่มความมั่นคงทางอาหารเสริมได้ การเจรจาข้อตกลงการค้าเสรีที่ดำเนินอยู่ระหว่างประเทศไทยและประเทศต่างๆ รวมถึงในกลุ่มสหภาพยุโรป จะก่อให้เกิดโอกาสอันดีในการก้าวข้ามอุปสรรคต่างๆ และช่วยสนับสนุนการเติบโตและพัฒนาในประเทศไทย ผมหวังเป็นอย่างยิ่งว่าประเทศไทยจะพิจารณาโอกาสที่จะเกิดจากการเจรจาการค้าเสรีครั้งนี้

งานศึกษาของ ดร.บุญชัย พิทักษ์ดำรงกิจ (2558) ได้ศึกษาผลกระทบจากการเปิดเสรีการค้า การส่งออกและการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การลดอัตราภาษีศุลกากรของไทยและประเทศสมาชิกมีแนวโน้มที่จะทำให้ปริมาณการส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยและส่งผลกระทบต่อ GDP ในเชิงสถิติไม่สูงมากนัก คือผลกระทบที่เกิดขึ้นภายใต้สมมติฐานว่าอุปทาน หรือ ปัจจัยการผลิตก็ดีไม่ก่อให้เกิดการผลกระทบในเชิงสถิติที่เกิดจากการลดอัตราภาษีศุลกากรของไทยและประเทศสมาชิกไม่สูงมากนักเนื่องจากการเปิดเสรีภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นการเปิดเสรีการค้าระหว่างประเทศสมาชิกที่มีโครงสร้างการผลิตใกล้เคียงกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงสร้างการผลิตของไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ซึ่งอัตราภาษีศุลกากรของประเทศสมาชิกที่มีโครงสร้างการผลิตใกล้เคียงกันอยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะไทยมาเลเซีย อินโดนีเซีย และสิงคโปร์ ทำให้การปรับลดอัตราภาษีศุลกากรลดลงเป็นร้อยละ 0 ในปี 2016 ไม่สามารถที่จะส่งผลให้เกิดการสร้างการค้าได้มากนัก

อุตสาหกรรมยาและอาหารเสริมเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่อยู่ในเงื่อนไขที่ต้องมีการเปิดการค้าเสรี ทำให้เกิดการลดภาษี จากการวิเคราะห์พบว่า ตลาดอาหารเสริมจะยังขยายตัวได้ดีในช่วง 10-15 ปีข้างหน้า แต่

แนวโน้มการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มรูปแบบตั้งแต่ปี 2030 เป็นต้นไปและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปจะส่งผลให้ตลาดอาหารเสริมในไทยมีมูลค่าตลาดลดลงเฉลี่ยราว 8% ต่อปีหากเปิดเสรีการค้าในขณะนี้แล้ว กล่าวได้ว่าของประเทศไทยมีความพร้อมในเรื่องสมุนไพรน้อยมากดังนั้นจึงต้องมีการเตรียมความพร้อมเพื่อให้การค้ากับประเทศอาเซียนเป็นไปได้ง่ายขึ้น

นอกจากนี้สถานการณ์การค้าอาหารเสริมเพื่อบำรุงสุขภาพสมุนไพรมีการขยายตัวสูงขึ้น ซึ่งปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารเสริมสมุนไพรมีอุปสรรคด้านกฎระเบียบการขึ้นทะเบียนการค้าอาหารและยา ที่มีรายละเอียดมากเกินไปและขั้นตอนที่เนิ่นนาน ซึ่งसरศักดิ์ของไทยยังมีความล่าช้ากว่าของ ลาว เวียดนาม และอินเดียที่มีค่าแรงถูกกว่าและเทคโนโลยีดีกว่า โดยที่พมามีการส่งออกสารสกัดมากที่สุด ในอาเซียน

แต่ในปี 2551 ตลาดอาหารเสริมในประเทศไทยจะมีมูลค่าประมาณ 18,000 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นประมาณ ร้อยละ 7 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2550 อาหารเสริมสุขภาพที่มีคุณสมบัติเป็นยา (Nutraceutical) จะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ตลาดหลักที่มีแนวโน้มการขยายตัวสำหรับผลิตภัณฑ์นี้คือ สหรัฐ ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรปท้าทายให้ประเทศต่าง ๆ ที่มีศักยภาพด้านการผลิตรวมทั้งการวิจัยและพัฒนาต่างเร่งพัฒนาขีดความสามารถ

ถึงแม้ว่าจะได้รับความคุ้มครองจากภาครัฐอย่างมาก เมื่อรัฐมีนโยบายคุ้มครองตามข้อตกลงเสรีทางการค้าอาเซียนโดยสรุปจากผลการวิเคราะห์แบบทฤษฎีภูมิซึ่งการประเมินการวิเคราะห์ สรุปผลได้ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านความน่าเชื่อถือ

ภาครัฐควรมีการรณรงค์เผยแพร่ให้ประชาชนรับทราบถึงสรรพคุณต่างๆของสมุนไพรไทย ซึ่งประเด็นนี้น่าจะได้การตอบรับที่ดีเนื่องจากปัจจุบันประชาชนได้หันมาสนใจสมุนไพรไทยกันมากขึ้นนับแต่ข่าวของ ฟาทะลายโจร มะรุม โดยสังเกตได้จากมีหนังสือเกี่ยวกับสมุนไพรมากขึ้นต้องผลักดันให้เป็นวาระแห่งชาติให้ได้ เนื่องจากสมุนไพรนั้นมีสรรพคุณเชิงป้องกัน(preventive) จึงจำเป็นต้องมีการบริโภคอย่างต่อเนื่องจึงจะทำให้มีสุขภาพที่ดีและแข็งแรงขึ้นดังนั้นควรทำให้สมุนไพรไทยเข้ามาอยู่ในชีวิตประจำวันของประชาชนคนไทยให้ได้ โดยกระทรวงสาธารณสุขอาจจะจัดเมนูสุขภาพ 30 ชุดสำหรับชีวิตประจำวันใน 1 เดือน

2. กลยุทธ์ด้านห่วงโซ่อุปทาน

ควรเลือกเฉพาะสมุนไพรที่สามารถผลิตได้ในไทยเท่าที่จะมากได้คือทดแทนการนำเข้า และควรควบคุมการผลิตให้มีคุณภาพและเพิ่มปริมาณการผลิตให้อยู่ในระดับสูงให้เกิด economy of scale จะ

ทำให้เกิดความยากลำบากต่อคู่แข่งของไทยในการลอกเลียนแบบ เนื่องจากจะเกิดทั้ง competitive และ comparative advantages แก่อุตสาหกรรมสมุนไพรไทย ในด้านสมุนไพรอื่นๆ ที่จำเป็นต้องนำเข้านั้นภาครัฐควรช่วยเหลือในการแสวงหาแหล่งผลิตราคาถูกที่มีคุณภาพเท่าเทียมกันหรือพัฒนาแหล่งผลิตเพื่อลดการนำเข้าซึ่งต้องใช้กระบวนการทางวิจัยและพัฒนา

3. กลยุทธ์ด้านวิจัยและพัฒนา

ควรมีการสนับสนุนร่วมมือจากทุกฝ่ายทั้งภาคเอกชน ภาครัฐ และฝ่ายวิชาการในการศึกษาวิจัยในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐอาจเป็นตัวกลางสนับสนุนงบวิจัยให้ทั้งภาครัฐและเอกชนร่วมกันกำหนดโจทย์วิจัยและให้ภาควิชาการดำเนินการวิจัยโดยให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วมในกระบวนการคัดเลือกโครงการและนักวิจัย

4. กลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์

ควรมีการสร้างงานและพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นระบบ โดยการสอดแทรกความรู้ด้านสมุนไพรไทยไว้ในหลักสูตรระดับต่างๆ บุคลากรทางด้านสมุนไพรไทยนั้นยังมีค่อนข้างจำกัด เนื่องจากยังไม่มีแบบแผนหลักสูตรที่ชัดเจน รวมถึงการวิชาชีพยังไม่เป็นที่รู้จักและนิยม รวมถึงการจ้างงานยังไม่แพร่หลาย

5. กลยุทธ์ด้านมาตรฐานและคุณภาพ

มาตรฐานและคุณภาพมีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งในอุตสาหกรรมนี้เนื่องจากเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างและรักษาความน่าเชื่อถือและศรัทธาในสมุนไพรไทยจึงจำเป็นต้องมีการกำหนดและควบคุมมาตรฐานและคุณภาพอย่างเข้มงวด ผ่านกระบวนการหรือองค์กรต่างๆ ที่สามารถทำได้ ไม่ว่าจะเป็นองค์การอาหารและยา (อย.) สมาคมผู้ครองผู้บริโภค (สคบ.) กรมวิทยาศาสตร์บริการหรือกรมโรงงานอุตสาหกรรมทั้งนี้กระบวนการควบคุมและตรวจสอบต้องเป็นธรรม โปร่งใส และตรวจสอบได้ด้วย

นอกจากนี้แล้ว การเปิดการค้าเสรีทำให้อุตสาหกรรมอาหารเสริมสมุนไพรของไทยมีความสามารถในการส่งออกมากขึ้น โดยเปรียบเทียบความสามารถการนำเข้าส่งออกของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยมีปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. นโยบายของรัฐ ภาครัฐได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและศักยภาพของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ที่สามารถผลักดันให้ประเทศไทยก้าวไปสู่การเป็นศูนย์กลางการบริการสุขภาพของโลก (Medical Hub) ทั้งนี้ กระทรวงอุตสาหกรรม ได้มีการจัดทำแผนโครงการนำร่อง (Flagship

Project) เพื่อผลักดันให้ผู้ประกอบการมีความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งหนึ่งในโครงการนำร่องที่ได้มีการจัดทำ คือ โครงการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไทย ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบภายในประเทศ และสร้างมาตรฐานให้แก่ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อเพิ่มการส่งออกไปยังต่างประเทศ

2. วัตถุดิบที่สำคัญในการผลิต ยาเม็ดสมุนไพรจากตำรับยาสมุนไพรไทย (Thai Herb Recipe) หรือยาแผนไทย ของจีนส่วนที่แตกต่างของต้นพืชต่างชนิด ซึ่งส่วนผสมส่วนใหญ่ ประเทศไทยสามารถผลิตได้เอง แต่ยังได้ในปริมาณน้อย ดังนั้นจึงอาศัยการนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศเพื่อนบ้าน แต่อาจจะต้องเผชิญกับปัญหา คือ การนำเข้าวัตถุดิบก่อให้เกิดต้นทุนค่าขนส่งที่แพง
3. ความสามารถในการขยายตลาดส่งออกเพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์สมุนไพรเสริมอาหาร โดยเฉพาะไทยมีการวางแผนว่าจะส่งออกผลิตภัณฑ์ไปยังสหรัฐอเมริกา รายงานวิจัยตลาดของบริษัท Technavio analysts ระบุว่า ตลาดสมุนไพรและเครื่องเทศในสหรัฐฯ มีมูลค่าประมาณ 4 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2558 และ ตลาดจะขยายตัวในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 6 ไปจนถึงปี 2563 ซึ่งการเปิดการค้าเสรีทำให้ไทยสามารถขยายการส่งออกได้มากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในอาเซียน
4. คู่แข่งสำคัญ คือ เมียนมา เนื่องจากมีทรัพยากรในการผลิตใกล้เคียงกับไทย โดยมีปัจจัยหนุนที่สำคัญอันสืบจากการขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การค้าการลงทุนจากการเปิดประเทศ ประกอบกับความได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์จากการมีพรมแดนติดกับไทยเป็นระยะทางยาวถึง 2,401 กิโลเมตร จึงเอื้อต่อการขนส่งผ่านการค้าชายแดน อีกทั้งกลุ่มแรงงานที่เคยเข้ามาทำงานในไทยและคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของไทยเป็นอย่างดี มีความชื่นชอบและเชื่อมั่นต่อคุณภาพของสินค้าไทย ซึ่งอาจถ่ายทอดรสนิยมและพฤติกรรมผู้บริโภคไปสู่เพื่อน/พี่น้องในเมียนมา จนกลายเป็นกระบอกเสียงที่สำคัญ ทำให้เกิดการรับรู้และยอมรับเครื่องสำอางไทยในเมียนมาเพิ่มมากขึ้น

โดยรวมแล้วไทยมีความพร้อมทั้งการผลิตและโอกาสในการขยายการส่งออกแต่ยังมีปัญหาคือ ต้นทุนวัตถุดิบที่อาจจะสูงกว่าประเทศอื่นส่งผลให้การทำการค้าอาจจะเทียบเคียงคู่แข่งได้ยาก ดังนั้นไทยต้องเร่งพัฒนาขีดความสามารถของตนให้ก้าวล้ำประเทศในอาเซียนให้ได้

1.8 หลักและทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์

(1) การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ(Economic Integration)

หลังจากที่สงครามโลกครั้งที่ 2 ยุติลง ความเสียหายจากสงครามทำให้ประเทศต่างๆ อยู่ในภาวะความอดอยาก ประเทศเหล่านั้นจึงพยายามร่วมมือฟื้นฟูเศรษฐกิจของโลก ทำให้เศรษฐกิจและการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศขยายตัวมากขึ้น แต่เนื่องจากประเทศด้อยพัฒนามีทรัพยากรจำกัดและศักยภาพในการผลิตต่ำ และแต่ละประเทศก็พยายามตั้งกำแพงภาษี กำหนดโควตาสำหรับสินค้านำเข้าหรือใช้นโยบายคุ้มครองสินค้าที่ผลิตขึ้นภายในประเทศ ซึ่งเป็นการค้าระหว่างประเทศที่ไม่ได้ยึดหลักการค้าเสรี จึงทำให้ประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการค้าระหว่างประเทศลดน้อยลง

จากความไม่เป็นธรรมในด้านการค้าระหว่างประเทศซึ่งมีการได้เปรียบและเสียเปรียบกัน ประเทศที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกัน ที่ผลิตสินค้าคล้ายคลึงกัน และประสบปัญหาทางด้านเศรษฐกิจร่วมกัน ได้มีการรวมกลุ่มกันและขยายการรวมกลุ่มเพื่อให้บรรลุเป้าหมายด้านเศรษฐกิจสำคัญโดยมีหลักการและเป้าหมายของการรวมกลุ่ม ดังนี้

1. การแก้ไขระบบภาษีศุลกากร เพื่อปรับปรุงระบบภาษีศุลกากรของประเทศสมาชิกให้เหมือนกัน และเพื่อเลือกปฏิบัติกับประเทศที่ไม่ใช่สมาชิก
2. การจัดตั้งเขตการค้าเสรี เพื่อยกเลิกข้อจำกัดทางการค้าในด้านปริมาณสินค้านำเข้าและการตั้งกำแพงภาษีระหว่างประเทศสมาชิก
3. การเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตอย่างเสรี เพื่อให้ปัจจัยการผลิตของบรรดาประเทศสมาชิกสามารถเคลื่อนย้ายได้อย่างเสรี เช่น แรงงานของประเทศสมาชิกแต่ละประเทศ สามารถไปหางานทำในประเทศสมาชิกได้ทุกประเทศ เป็นต้น
4. การกำหนดนโยบายร่วมกันเพื่อให้มีการกำหนดนโยบายทางเศรษฐกิจในด้านการค้า การเงินและการคลัง การขนส่ง อุตสาหกรรมการเกษตร ตลอดจนนโยบายทางเศรษฐกิจในด้านการเมืองและสังคมเพื่อให้สอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยให้ประเทศสมาชิกเลือกทำการผลิตสินค้าที่ถนัดที่สุดและทำความตกลงจะไม่ผลิตสินค้าแข่งขันกัน

การแข่งขันการค้าระหว่างประเทศต่างๆ จากการรวมตัวทางเศรษฐกิจมีภาวะทางการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจจะกระตุ้นจะกระตุ้นให้มีภาวะของการแข่งขันเพิ่มขึ้นตามหลักที่ว่าถ้าสิ่งอื่น ๆ คงเดิมแล้วภาวะของตลาดที่มีการแข่งขันกันมากเพียงใด ประสิทธิภาพของการจัดสรรทรัพยากรจะยิ่งสูงขึ้น เพียงนั้น ซึ่งอาจจะบรรลุประสิทธิภาพ ได้ศึกษาการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในภูมิภาคแอฟริกา และ พบว่าการรวมกลุ่มทำให้การผลิตและเทคโนโลยีมีความหลากหลายมากขึ้นส่งผลให้เกิดผลิตภาพทาง เศรษฐกิจของประเทศสมาชิก เกิดการประหยัดต่อขนาด และพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของสมาชิก เพิ่มขึ้น

รูปแบบการเจรจาต่อรองทางการค้าการดำเนินการของประเทศไทยในขณะนี้มีความโน้มเอียงที่จะให้ ความสำคัญกับการดำเนินการในลักษณะทวิภาคี หรือการเจรจาสองฝ่าย มากกว่าที่จะดำเนินการในลักษณะ พหุภาคี หรือการเจรจาหลายฝ่าย ดังเห็นได้จากการเลือกเจรจาเปิดเขตการค้าเสรีกับประเทศคู่ค้าในทุก ภูมิภาคของโลกการเจรจาการค้าในลักษณะพหุภาคีนั้นเป็นการเจรจาหาข้อตกลงร่วมกันในกลุ่มผู้เจรจาเพื่อ หาผลประโยชน์สุดท้ายร่วมกันที่ทุกประเทศสามารถยอมรับและปฏิบัติตามได้ ดังนั้นเงื่อนไขต่างๆ ที่ ประเทศหนึ่งเรียกร้อง ประเทศคู่เจรจาประเทศอื่นๆ ก็ต้องให้การยอมรับข้อเรียกร้องนั้นทั้งหมด หรือ ไม่เช่นนั้นก็ต้องเจรจาต่อรองเพื่อหาผลประโยชน์สุดท้ายร่วมกันอันเป็นที่ยอมรับ การดำเนินการในลักษณะ ดังกล่าวจึงค่อนข้างล่าช้าและหาข้อยุติได้ยาก เพราะแต่ละประเทศมีความสามารถทางเศรษฐกิจที่ไม่ ทัดเทียมกัน การดำเนินการที่ผ่านมาจึงต้องกำหนดช่วงเวลาเพื่อให้ประเทศในกลุ่มที่เข้าเจรจาสมาสามารถ ปรับตัวและพร้อมเข้าสู่การค้าร่วมกันได้

ถ้าวิเคราะห์จากบริบททางการเมืองและเศรษฐกิจโลกจะเห็นว่า อนาคตของโลกาภิวัตน์และโดยเฉพาะ การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจกำลังได้รับการท้าทาย และจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงรูปแบบและโครงสร้าง การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของโลกในอนาคต ผู้เขียนเชื่อว่า อนาคตของการรวมกลุ่มในโลกคงจะพัฒนาไปสู่ ลักษณะดังต่อไปนี้

ประการที่ 1 การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในหลายประเทศและภูมิภาคยังพัฒนาการต่อไปโดยไม่หยุดชะงัก เช่น ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC), Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) นอกจากนี้ ในภูมิภาคละตินอเมริกายังมีแนวโน้มในการรวมกลุ่มที่เข้มข้นมากขึ้น เช่น Pacific Alliance ซึ่ง ประกอบด้วยชิลี เปรู โคลอมเบีย และเม็กซิโก

ประการที่ 2 จะเกิดการขยายตัวการรวมกลุ่มระหว่างภูมิภาค เช่น CETA ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มระหว่าง สหภาพยุโรปกับแคนาดา อีกทั้งยังมีแนวโน้มการขยายตัวของสหภาพยุโรปกับ Mercosur ในละตินอเมริกา

สหภาพยุโรปกับ Gulf Cooperation อีกทั้งสหภาพยุโรปยังสนใจที่จะรวมกลุ่มกับอาเซียน และมีแนวโน้มการขยายตัวของ APEC และ RCEP ภายใต้งานกระตุ้นของจีน

ประการที่ 3 การรวมกลุ่มหมายถึง พหุภาคีในบางภูมิภาคและบางกรณีจะเปลี่ยนเป็นทวิภาคี ดังจะเห็นจากนโยบายของ Donald Trump ที่ยกเลิก TPP และกลายเป็นทวิภาคี และกรณีของอังกฤษในเรื่อง Brexit

ประการที่ 4 การรวมกลุ่มบางแห่งอาจจะมีปัญหาดังจะเห็นได้ในกรณีของสหภาพยุโรปกับกลุ่ม Mercosur ในละตินอเมริกา เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ในบริบทของการแข่งขันดังกล่าวนี้ ความจำเป็นในการรวมกลุ่มเพื่อสร้างอำนาจในการต่อรองยังสูงกว่าการแตกแยก ต่างฝ่ายต่างพ่าย ด้วยตรรกะดังกล่าว แม้สหภาพยุโรปจะมีปัญหาบ้าง สหภาพยุโรปจะยังคงความเป็นกลุ่มประเทศที่รวมตัวกันแน่นแฟ้นทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง เพียงแต่ว่า ความลึกซึ้งในการรวมตัวเริ่มชะลอตัวลง และความเหนียวแน่นอาจจะน้อยลงบ้างก็ตาม

สำหรับแนวคิดที่ใช้อธิบายเรื่องการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจได้อธิบายระดับและการพัฒนาของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจมีได้หลายรูปแบบและมีวิวัฒนาการแตกต่างกัน โดยแต่ละรูปแบบจะมีความเข้มข้นของความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันแตกต่างกันไป โดยมีรายละเอียด (จิราพร พิมพ์ชัย, 2554) ดังนี้

1. ข้อตกลงการให้สิทธิพิเศษทางศุลกากร (Preferential Tariff Agreement) เป็นข้อตกลงเพื่อลดภาษีให้แก่กันและกัน โดยอัตราภาษีที่เรียกเก็บจะน้อยกว่าอัตราภาษีที่เรียกเก็บจากประเทศที่สาม เช่น การรวมตัวกันของกลุ่ม LAIA (Latin American Integration Association), ASEAN และ Trade Expansion and Cooperation Agreement เป็นต้น
2. สหภาพศุลกากรบางส่วน (Partial Customs Union) การรวมตัวทางเศรษฐกิจในรูปแบบนี้ประเทศที่ทำข้อตกลงกันยังคงอัตราภาษีไว้ในระดับเดิม แต่มีการกำหนดอัตราภาษีศุลกากรในการค้ากับประเทศภายนอกกลุ่มร่วมกัน (Common external tariff)
3. เขตการค้าเสรี (Free Trade Areas) ในเขตการค้าเสรี การซื้อขายสินค้าและบริการระหว่างประเทศภาคีสามารถทำได้อย่างเสรีปราศจากข้อกีดกันทางการค้า ทั้งมาตรการทางภาษี และมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้อยู่ ในขณะเดียวกัน แต่ละประเทศสมาชิกยังคงสามารถดำเนินนโยบายกีดกันทางการค้ากับประเทศนอกกลุ่มได้อย่างอิสระ เช่น การรวมตัวกันของกลุ่ม EFTA, NAFTA และ CER เป็นต้น
4. สหภาพศุลกากร (Customs Union) เป็นรูปแบบของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจที่มีระดับความเข้มข้นสูงขึ้นมาอีกระดับหนึ่ง โดยการรวมกลุ่มในลักษณะนี้นอกจากจะขจัดข้อกีดกันทางการค้าออกไปแล้ว ยังมีการกำหนดพิภพอัตราภาษีศุลกากรในการค้ากับประเทศภายนอกกลุ่มร่วมกัน และให้มีอัตราเดียวกันด้วย

(Common external tariff) เช่น การรวมตัวกันของกลุ่ม MERCOSUR, Equatorial Customs Union and Cameroon และ African Common Market เป็นต้น

5. ตลาดร่วม (Common Market) รูปแบบของการรวมกลุ่มประเภทนี้นอกจากจะมีลักษณะเหมือนกับสหภาพศุลกากรแล้ว การเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิต (แรงงาน ทุน และเทคโนโลยี) สามารถทำได้อย่างเสรี เช่น การรวมตัวกันของกลุ่ม EU ก่อนปี 1992

6. สหภาพทางเศรษฐกิจ (Economic Union) นอกจากจะมีการค้าเสรี การเคลื่อนย้าย ปัจจัยการผลิตอย่างเสรี และนโยบายการค้าร่วมแล้ว ยังมีการประสานความร่วมมือกันในการดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจ ทั้งนโยบายการเงิน และการคลังอีกด้วย เช่น การรวมตัวของกลุ่ม EU ในปัจจุบัน

7. สหภาพทางเศรษฐกิจแบบสมบูรณ์ (Total Economic Union) เป็นการรวมตัวทางเศรษฐกิจที่มีความเข้มข้นมากที่สุด จะมีการจัดตั้งรัฐบาลเหนือชาติ (Supranational government) และมีนโยบายทางเศรษฐกิจเดียวกัน

(2) ผลกระทบการค้าจากการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ

การวิเคราะห์ผลกระทบทางการค้า จากการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ คือ การวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีสหภาพศุลกากร (Theory of Customs Unions) ซึ่งจะวิเคราะห์ถึงการจัดสรรทรัพยากร (Resource Allocation) ความชำนาญ (Specialization) สวัสดิการ (Welfare)

เป็นรูปแบบหนึ่งของการบูรณาการทางเศรษฐกิจซึ่งประเทศสมาชิกภายในกลุ่มจะดำเนินกิจการภายใต้ของเศรษฐกิจเดียวกันมีการลดภาษีนำเข้า จะวิเคราะห์เรื่อง การสร้างปริมาณการค้า (Trade Creation) และ การเบี่ยงเบนทางการค้า (Trade Diversion) ดังนี้

การสร้างปริมาณการค้า (Trade Creation)

เป็นประโยชน์ที่ได้รับจากการขยายการค้าระหว่างประเทศภายในกลุ่มคือ แทนที่จะค้ากับต่างประเทศนอกกลุ่ม แต่กลับจะค้ากับประเทศในกลุ่มมากขึ้น เนื่องจากจะมีการยกเลิกพิกัดอัตราศุลกากร และอุปสรรคทางการค้าอื่นๆ ตามมา เช่น

- 1). การยกเลิกพิกัดอัตราศุลกากร ทำให้ประเทศผู้นำเข้าบริโภคสินค้าในราคาต่ำ และปริมาณสินค้ามากขึ้น
- 2). กระตุ้นให้มีการจัดสรรทรัพยากรใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ มีการหันเหการใช้ทรัพยากรจากการผลิตสินค้าที่แข่งขัน การนำเข้าไปผลิตสินค้าอื่น ที่มีประสิทธิภาพสูงกว่าเพื่อการส่งออก

- 3). ทำให้การผลิตขยายตัวสู่การผลิตขนาดใหญ่ เนื่องจากมีขนาดของตลาดกว้างขึ้น ซึ่งจะเป็นผลทำให้ต้นทุนการผลิตลดลง มีการค้นคว้าสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ เพื่อการผลิตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
- 4) ทำให้ประเทศสมาชิกไม่ต้องแย่งกันซื้อกันขายกับประเทศนอกกลุ่ม
- 5). ก่อให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตสินค้า
- 6). เป็นการเพิ่มพูนอำนาจการต่อรอง การค้ากับกลุ่มประเทศหรือประเทศนอกกลุ่ม

การเบี่ยงเบนทางการค้า (Trade Diversion)

การกำหนดให้ประเทศสมาชิกรับเข้าสินค้าภายในกลุ่ม บางกรณีทำให้ผู้ผลิตสินค้าที่มีต้นทุนสูงกว่าประเทศนอกกลุ่ม ซึ่งนอกจากจะไม่เกิดผลดีต่อผู้บริโภคแล้วยังบิดเบือนการใช้ทรัพยากรธรรมชาติส่วนรวมด้วย การเบี่ยงเบนการค้าทำให้เกิด

- ต้นทุนสินค้าการนำเข้าเพิ่มขึ้น อันเนื่องมาจากประเทศสมาชิกมีต้นทุนสูงกว่าประเทศนอกกลุ่มที่เคยนำเข้า เพราะได้สิทธิพิเศษทางภาษี
- สูญเสียส่วนเกินผู้บริโภค เนื่องจาก การทดแทนสินค้าที่มีต้นทุนสูงกว่า

จากการศึกษาผลกระทบทางด้านการสร้างปริมาณการค้าและการหันเหทิศทางการค้าภายหลังจากการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน พบว่า การจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียนในภาพรวม

ก่อให้เกิดผลทางด้านการสร้างปริมาณการค้าระหว่างประเทศสมาชิกภายในกลุ่ม

ก่อให้เกิดผลทางด้านการสร้างปริมาณการค้าทั้งทางด้านการนำเข้าและการส่งออก ระหว่างประเทศสมาชิกในกลุ่มกับประเทศนอกกลุ่มเช่นกัน

ส่วนผลกระทบที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าสวัสดิการสุทธิของผู้บริโภคนั้น พบว่า ผู้บริโภคในแต่ละประเทศสมาชิกอาเซียนต่างได้รับมูลค่าสวัสดิการสุทธิเพิ่มขึ้น ดังนั้น จึงสามารถกล่าวได้ว่าผลของการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศสมาชิกทั้งในด้านการสร้างปริมาณการค้าและสวัสดิการที่เพิ่มขึ้น

บทที่ 2

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสมุนไพรในประเทศไทย

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญของประเทศที่มีมูลค่าทางการตลาด โดยเฉพาะมูลค่าส่งออกสมุนไพรกลุ่มเสริมอาหารมีมูลค่าการใช้และส่งออกรวมกว่า 80,000 ล้านบาท และกลุ่มยาแผนโบราณตามภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยมีมูลค่าประมาณ 10,000 ล้านบาท ซึ่งสมุนไพรไทยเป็นสินค้าที่มีโอกาสสูงในตลาดโลก เช่นเดียวกับโอกาสในตลาดอาเซียน ไทยมียอดส่งออกผลิตภัณฑ์สมุนไพรกว่า 1 แสนล้านบาทให้กับญี่ปุ่นและมาเลเซียซึ่งเป็นลูกค้าหลัก แต่ในเชิงอุตสาหกรรมแล้ว ยังเป็นรองประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย เนื่องจากสิงคโปร์ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก ในด้านการรับรองผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยนำเข้าวัตถุดิบสมุนไพรราคาต่ำจากจีนเข้ามาแปรรูปและสร้างตราสินค้าหรือแบรนด์แล้วส่งออก ที่สำคัญสิงคโปร์ยังมีศักยภาพทางการค้าและการตลาดสูงด้วย ส่วนมาเลเซียก็มีโรงงานแปรรูปสมุนไพรที่มีศักยภาพ มีการนำเข้าวัตถุดิบสมุนไพรจากจีนเพื่อแปรรูปเช่นกัน ทำให้ต้นทุนการผลิตของไทยสูงกว่าทั้งสองประเทศ

จากแนวโน้มของสุขภาพที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้สินค้าและบริการที่เกี่ยวกับสุขภาพมีการเติบโตเช่นกัน ผู้บริโภคทั่วโลกเริ่มตื่นตัวและได้หันมาใส่ใจกับการดูแลสุขภาพของตัวเองมากขึ้น จึงมีแนวโน้มการผลิตและการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพจึงเพิ่มขึ้นตามมาอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะตลาดในกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และในปัจจุบันกระแสความนิยมผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนับเป็นกระแสที่ยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากกระแสความนิยมดังกล่าวทำให้ตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของไทยทั้งตลาดในประเทศและตลาดส่งออกมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องกระทรวงพาณิชย์ยังได้เร่งขับเคลื่อนแผนแม่บทแห่งชาติ ว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560 – 2564 เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของวัตถุดิบสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรภายในประเทศและต่างประเทศ และยกระดับให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่ส่งออกวัตถุดิบสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรชั้นนำของภูมิภาคอาเซียน

2.1 ความหมายและประเภทของสมุนไพรบำรุงสุขภาพ

ความหมายของพืชสมุนไพร

คำว่า สมุนไพร ตาม พระราชบัญญัติยา หมายถึง "ยาที่ได้จากพืช สัตว์ หรือแร่ ซึ่งยังไม่ได้ผสม ประุง หรือเปลี่ยนแปลง" เช่น พืชก็ยังเป็นส่วนของ ราก ลำต้น ใบ ดอก ผล ฯลฯ ซึ่งยังไม่ได้ผ่านขั้นตอนการแปรรูปใด ๆ แต่ในทางการค้าสมุนไพรมักจะถูกดัดแปลงในรูปต่าง ๆ เช่น ถูกหั่นให้เป็นชิ้นเล็กลง บดเป็นผงละเอียด หรืออัดเป็นแท่ง อย่างไรก็ตามในความรู้สึกของคนทั่ว ๆ ไป เมื่อกล่าวถึงสมุนไพร มักจะนึกถึงเฉพาะต้นไม้

ที่นำมาใช้เป็นยาเท่านั้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าสัตว์ หรือแร่ มีการนำมาใช้น้อย และใช้ในโรคบางชนิดเท่านั้น พืชสมุนไพร หมายถึงพันธุ์ไม้ต่าง ๆ ที่สามารถนำมาใช้ปรุงหรือประกอบเป็นยารักษา โรคต่าง ๆ ใช้ในการส่งเสริมสุขภาพร่างกายได้

ความสำคัญของพืชสมุนไพร

1. ความสำคัญในด้านสาธารณสุข

พืชสมุนไพร เป็นผลผลิตจากธรรมชาติ ที่มนุษย์รู้จักนำมาใช้เป็นประโยชน์ เพื่อการรักษาโรคภัยไข้เจ็บตั้งแต่โบราณกาลแล้ว เช่นในเอเชียก็มีหลักฐานแสดงว่ามนุษย์รู้จักใช้พืชสมุนไพรมากกว่า 6,000 ปี แต่หลังจากที่ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ มีการพัฒนาเจริญก้าวหน้ามากขึ้น มีการสังเคราะห์ และผลิตยาจากสารเคมี ในรูปที่ใช้ประโยชน์ได้ง่าย สะดวกสบายในการใช้มากกว่าสมุนไพร ทำให้ความนิยมใช้ยาสมุนไพรลดลงมาเป็นอันมาก เป็นเหตุให้ความรู้วิทยาการด้านสมุนไพรขาดการพัฒนา ไม่เจริญก้าวหน้าเท่าที่ควร ในปัจจุบันทั่วโลก ได้ยอมรับแล้วว่าผลที่ได้จากการสกัดสมุนไพร ให้คุณประโยชน์ดีกว่ายา ที่ได้จากการสังเคราะห์ทางวิทยาศาสตร์ประกอบกับในประเทศไทยเป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ อันอุดมสมบูรณ์ มีพืชต่าง ๆ ที่ใช้เป็นสมุนไพรได้อย่างมากมายนับหมื่นชนิด ยังขาดก็แต่เพียงการค้นคว้าวิจัยในทางที่เป็นวิทยาศาสตร์มากขึ้นเท่านั้น ความตื่นตัวที่จะพัฒนาความรู้ด้านพืชสมุนไพร จึงเริ่มขึ้นอีกครั้งหนึ่ง มีการเริ่มต้นนโยบายสาธารณสุขขั้นมูลฐานอย่างเป็นทางการของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2522 โดยเพิ่มโครงการสาธารณสุขขั้นมูลฐานเข้าในแผนพัฒนาการสาธารณสุข ตามแผนพัฒนา การเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520-2524) ต่อเนื่องจนถึงแผนพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535-2539) โดยมีกลวิธีการพัฒนาสมุนไพรและการแพทย์แผนไทยในงานสาธารณสุขมูลฐาน คือ

(1) สนับสนุนและพัฒนาวิชาการและเทคโนโลยีพื้นบ้านอันได้แก่ การแพทย์แผนไทย เกษตรกรรมแผนไทย การนวดไทย สมุนไพร และเทคโนโลยีพื้นบ้าน เพื่อใช้ประโยชน์ในการแก้ไขปัญหา สุขภาพของชุมชน

(2) สนับสนุนและส่งเสริมการดูแลสุขภาพของตนเอง โดยใช้ สมุนไพร การแพทย์พื้นบ้าน การนวดไทย ในระดับบุคคล ครอบครัว และชุมชน ให้เป็นไปอย่างถูกต้องเป็นระบบสามารถปรับประสานการดูแลสุขภาพแผนปัจจุบันได้ อาจกล่าวได้ว่าสมุนไพรสำหรับสาธารณสุขมูลฐานคือสมุนไพรที่ใช้ในการส่งเสริมสุขภาพ และการรักษาโรค/อาการเจ็บป่วยเบื้องต้น เพื่อให้ประชาชนสามารถพึ่งตนเองได้มากขึ้น

2. ความสำคัญในด้านเศรษฐกิจ

ในปัจจุบันพืชสมุนไพรจัดเป็นพืชเศรษฐกิจชนิดหนึ่งที่ต่างประเทศกำลังหาทางลงทุนและคัดเลือกสมุนไพรไทยไปสกัดหาด้วยเพื่อรักษาโรคบางโรคและมีหลายประเทศที่นำสมุนไพรไทยไปปลูกและทำการค้าขาย

แข่งกับประเทศไทย สมุนไพรหลายชนิดที่เราส่งออกเป็นรูปของวัตถุดิบคือ กระวาน ขมิ้นชัน เร่ว เปล้าน้อย และมะขามเปียก เป็นต้น ซึ่งสมุนไพรเหล่านี้ตลาดต่างประเทศยังคงมีความต้องการอีกมาก

และในปัจจุบันกรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ให้ความสนใจในการศึกษาเพิ่มขึ้นและมีโครงการวิจัยบรรจุไว้ในแผนพัฒนาระบบการผลิต การตลาดและการสร้างงานในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) เพื่อหาความเป็นไปได้ในการพัฒนาคุณภาพและแหล่งปลูกสมุนไพรเพื่อส่งออก โดยกำหนดชนิดของสมุนไพรที่มีศักยภาพ 13 ชนิด คือ มะขามแขก กานพลู เทียนเกล็ดหอย ดอกดัง เร่ว กระวาน ชะเอมเทศ ขมิ้น จันทน์เทศ ใบพลู พริกไทย ดีปลี และน้ำผึ้ง

ประโยชน์ของพืชสมุนไพร

1. สามารถรักษาโรคบางชนิดได้ โดยไม่ต้องใช้ยาแผนปัจจุบัน ซึ่งบางชนิดอาจมีราคาแพง และต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก อีกทั้งอาจหาซื้อได้ยากในท้องถิ่นนั้น
2. ให้ผลการรักษาได้ดีใกล้เคียงกับยาแผนปัจจุบัน และให้ความปลอดภัยแก่ผู้ใช้มากกว่าแผนปัจจุบัน
3. สามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่นเพราะส่วนใหญ่ได้จากพืชซึ่งมีอยู่ทั่วไปทั้งในเมืองและชนบท
4. มีราคาถูก สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อยาแผนปัจจุบัน ที่ต้องสั่งซื้อจากต่างประเทศเป็นการลดการขาดดุลทางการค้า
5. ใช้เป็นยาบำรุงรักษาให้ร่างกายมีสุขภาพแข็งแรง
6. ใช้เป็นอาหารและปลูกเป็นพืชผักสวนครัวได้ เช่น กระเพรา โหระพา ขิง ข่า ตำลึง
7. ใช้ในการถนอมอาหารเช่น ลูกจันทน์ ดอกจันทน์และกานพลู
8. ใช้ปรุงแต่ง กลิ่น สี รส ของอาหาร เช่น ลูกจันทน์ ใช้ปรุงแต่งกลิ่นอาหารพวก ขนมปัง เนย ไข่กรอก แยม เบคอน
9. สามารถปลูกเป็นไม้ประดับอาคารสถานที่ต่าง ๆ ให้สวยงาม เช่น กุณ ชุมเห็ดเทศ
10. ใช้ปรุงเป็นเครื่องสำอางเพื่อเสริมความงาม เช่น ว่านหางจระเข้ ปรนระคำดีควาย
11. ใช้เป็นยาฆ่าแมลงในสวนผัก, ผลไม้ เช่น สะเดา ตะไคร้ หอม ยาสูบ
12. เป็นพืชที่สามารถส่งออกทำรายได้ให้กับประเทศ เช่น กระวาน ขมิ้นชัน เร่ว
13. เป็นการอนุรักษ์มรดกไทยให้ประชาชนในแต่ละท้องถิ่น รู้จักช่วยตนเองในการ นำพืชสมุนไพรในท้องถิ่นของตนมาใช้ให้เกิดประโยชน์ตามแบบแผนโบราณ
14. ทำให้คนเห็นคุณค่าและกลับมาดำเนินชีวิตใกล้ชิดธรรมชาติยิ่งขึ้น
15. ทำให้เกิดความภูมิใจในวัฒนธรรม และคุณค่าของความเป็นไทย

เทรนอาหารเสริมในปี 2018 ยังมีโอกาสเติบโตอย่างต่อเนื่อง เทรนอาหารเสริม เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่เหล่าบรรดานักธุรกิจหน้าใหม่ควรรู้ เพราะยิ่งนับวันธุรกิจอาหารเสริมก็ยังมีอิทธิพลในตลาดมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นอาหารและเครื่องดื่มที่ช่วยส่งเสริมการทำงานของสมองและร่างกาย การเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน เพิ่มความสดชื่น บำรุงสุขภาพและระบบภายใน หรือการเสริมความงาม อนึ่ง จากการศึกษาของสถาบันวิจัยอาหาร Leatherhead พบว่าตลาดอาหารเสริมของโลกในปี 2014 มีมูลค่า 54 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 25% จากปีก่อนหน้า

กลุ่มอาหารเสริม ที่มีแนวโน้มเติบโตขึ้นได้อีก

กลุ่มโปรตีนจากพืช : พบว่าผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย อายุตั้งแต่ 25 ถึง 39 ปี ส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะมองหาสินค้าและผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่ผลิตด้วยส่วนผสมจากพืช

กลุ่มระบบภายในผู้หญิง : ที่ผ่านมาระบบภายในอาหารเสริมบำรุงระบบภายใน มักมีในรูปแบบเม็ดแคปซูล แต่ภายหลังมาหลายเจ้าเริ่มออกมาในรูปแบบน้ำ เพราะสามารถทานได้ง่าย และเห็นผลดีกว่า ซึ่งคาดว่าในปี 2018 อาหารเสริมกลุ่มนี้ก็ยังเกาะกลุ่มตลาดได้อยู่

กลุ่มบำรุงต่อมลูกหมากโต : เชื่อว่าปัญหาหนึ่งของคุณผู้ชายเมื่อมีอายุเพิ่มมากขึ้นก็คือ ปัญหาต่อมลูกหมากโต ฟังเหมือนจะไม่ใช่อะไรใหญ่ แต่เมื่อถึงสภาวะจริง นับเป็นสิ่งที่กังวลไม่น้อยเลยทีเดียว ในขณะที่กลุ่มอาหารเสริมลักษณะนี้ยังมีน้อย จึงถือเป็นมิติใหม่ที่ดีต่อวงการอาหารเสริม

กลุ่มอาหารสุขภาพและสมอง : อาหารหรือผลิตภัณฑ์พัฒนาสมอง ถือเป็นเรื่องที่สำคัญต่อการใช้ชีวิตของคนรุ่นใหม่ ที่ไม่ค่อยมีเวลาดูแลตัวเอง และเสียสุขภาพไปกับการทำงานทั้งวัน จนเหนื่อยล้า และสมองทำงานได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ ดังนั้นกลุ่มเหล่านี้จึงช่วยเรื่องความสามารถทางปัญญา , โรคอัลไซเมอร์ , ภาวะซึมเศร้า และความวิตกกังวล , เพิ่มหน่วยความจำ เป็นต้น

กลุ่มเครื่องดื่มสำหรับนักกีฬา : จากงานวิจัยคาดว่าในปี 2020 ตลาดทั่วโลก รวมถึงทุกหน่วยงานเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของกีฬา เพราะนับว่าเป็นส่วนหนึ่งในการดำรงชีวิต ทั้งยังนำไปสู่สภาพร่างกายและจิตใจที่ดีขึ้น โดยคาดว่าอัตราการขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 8 ของ CAGR นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงที่โดดเด่นของความคิดในหมู่สังคม เริ่มเล็งเห็นถึงความสำคัญมากกว่าในอดีต ไม่ว่าจะเป็นผู้สูงอายุและคนเจนเอช Y กำลังเลือกที่จะรวมกีฬาเสริมโภชนาการและผลิตภัณฑ์เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในกิจวัตรปกติของพวกเขา

เกณฑ์การเลือกใช้สมุนไพรเพื่อการสาธารณสุขมูลฐาน

การเลือกสมุนไพรที่จะพัฒนาไปใช้ในการสาธารณสุขมูลฐานมีหลักเกณฑ์ที่จะต้องยึดถือดังต่อไปนี้

1. เป็นสมุนไพรที่ใช้รักษาโรค หรืออาการเจ็บป่วยเล็กน้อยที่วินิจฉัยได้เอง เช่น อาการจุกเสียด ท้องผูก ท้องเสีย บาดแผลเล็กน้อย และโรคผิวหนังบางชนิด เป็นต้น
2. เป็นสมุนไพรที่หาง่ายในท้องถิ่น เพื่อประชาชนจะได้มีใช้เมื่อต้องการ
3. ยาที่เตรียมขึ้นจากสมุนไพรต้องเป็นยาที่เตรียมได้ง่าย ไม่ต้องใช้ความรู้ เทคโนโลยี หรือความชำนาญสูง เช่น เตรียมโดยวิธีต้ม บด และชง เป็นต้น
4. ยาสมุนไพรนั้นต้องใช้ได้ง่าย หากเป็น สมุนไพรที่กินได้ยาก อาจแข่งขันกับยาแผนปัจจุบันไม่ได้ ตัวอย่างเช่น สมุนไพรฟ้าทะลายโจร มีรสขมมาก อาจจะต้องปรับปรุงรูปแบบ โดยบรรจุในแคปซูล แทนการชงน้ำกิน
5. สมุนไพรนั้นต้องปลอดภัย อย่างน้อยควรต้องมีการตรวจสอบทางพิษวิทยาอย่างเพียงพอ หากไม่มีหรือมีหลักฐานการตรวจสอบน้อย ก็ควรจะเป็นพืชอาหาร หรือเป็นยาที่ใช้ภายนอก เท่านั้น
6. ต้องแน่ใจว่า สมุนไพรนั้นให้ผลดี อย่างน้อยควรจะมีหลักฐานทางเภสัชวิทยาที่ยืนยันผลการใช้ และถ้าจะให้เป็นที่ยอมรับของบุคลากรสาธารณสุขก็จะต้องมีหลักฐานครบถ้วน ทั้งเภสัชวิทยา พิษวิทยา และการทดลองทางคลินิก ดังนั้นขณะนี้จึงได้มีการส่งเสริมการวิจัยเพิ่มเติม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของบุคลากรเหล่านี้
7. สมุนไพรที่นำมาใช้ต้องถูกชนิด จึงจะได้ผลในการรักษา

ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงสรรพคุณสมุนไพรชนิดต่าง ๆ

ที่	ชื่อ	ส่วนที่ใช้ทำยา	รส	สรรพคุณ	หมายเหตุ
1	บอระเพ็ด	เถาหรือต้นสด	ขมจัดเย็น	-ระงับความร้อน -แก้ไข้ทุกชนิด -ช่วยเจริญอาหาร	
2	บัวบก	ต้นสดและใบสด	หอมเย็นขมเล็กน้อย	-แก้ร้อนเฟอีย เมื่อยล้า -แก้ร้อนใน	
3	ปลาไหลเผือก	รากแห้ง	ขมจัด เบื่อเมาเล็กน้อย	-เป็นยาแก้ไข้ -ตัดไข้ทุกชนิด	
4	ฝรั่ง	ใบแก่สด หรือ ลูกอ่อน	ฝาด	-ฤทธิ์ฝาดสมานแก้ท้องเสีย	
5	ผักนึ่งทะเล	ใบและเถาสด	ขื่นเย็น	-ถอนพิษลมเพลมพัด -ทาเป็นยาต้มอาบและคันตามผิวหนัง -แก้พิษแมลงกระพริุนไฟ	
6	เพกา	เมล็ด	ขม	-ระบายท้อง -แก้ไข้จับเสมพะ	

7	พญาขอ	ใบ	จืด	-ใบพญาขอรักษา อาการอักเสบ เฉพาะที่(ปวด บวม แดง ร้อน แต่ไม่มีไข้) จากแมลงมีพิษกัด ต่อย	
8	พลู	ใบสด	เผ็ด	-เป็นยาฆ่าเชื้อโรค	
9	ไพล	เหง้าแก่จัด	ฝาดขื่นเย็น	-แก้ฟกช้ำบวม	

ที่มา : ศูนย์เรียนรู้วัฒนธรรมเกษตรล้านนา มหาวิทยาลัยแม่โจ้

2.2 ปริมาณการผลิตและการบริโภคอาหารเสริมสมุนไพรในประเทศไทย

ในปัจจุบันอาหารเสริมสมุนไพรมีส่วนสำคัญที่เสริมสร้างทำให้มีสุขภาพดีรวมไปถึงการรักษาโรคอันอาจเกิดขึ้นจากการใช้ชีวิตประจำวันและการบริโภคอาหารมีส่วนทำให้เกิดอาการป่วยได้ง่ายขึ้น ซึ่งจากสถิติมีผู้ป่วยเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆในแต่ละปี และในยุคดิจิทัลอย่างทุกวันนี้ การแพทย์แผนไทยในยุคปัจจุบันหันกลับมาใส่ใจสมุนไพรมากขึ้นเพราะเป็นสารสกัดจากธรรมชาติและใช้รักษาโรคได้จริง เมื่อเทียบกับการทานยาแบบปฎิชีวนะ ผู้ป่วยบางคนรักษากับยาโรงพยาบาลเป็นเวลาหลายปีก็ไม่เห็นว่าหายขาด แต่ก็หันมาพึ่งยาสมุนไพรแทน จึงทำให้มีปริมาณการผลิตยาสมุนไพรในยุคปัจจุบันมีมากขึ้นจนกลายเป็นการแข่งขันทางการค้าที่สำคัญ นอกจากนี้ยังเปิดเป็นการค้าเสรีในเขตประเทศอาเซียน ทำให้มีการผลิตเพิ่มมากขึ้น อีกด้วย

ปัจจุบันกระทรวงพาณิชย์มีการผลักดันสมุนไพรไทยสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อก้าวสู่ตลาดโลก ซึ่งสอดคล้องกับเมื่อวันที่ 4 ต.ค 2559 คณะรัฐมนตรี รัฐบาลของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ได้เห็นชอบ แผนแม่บท

แห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564 มีเป้าหมายให้ไทยเป็นผู้ส่งออกสมุนไพรทั้งวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ของอาเซียน

ตลาดส่งออกหลักๆ ของสมุนไพรไทยในรูปแบบสมุนไพรแห้งอยู่ที่ญี่ปุ่น 40% จีน 22% และฮ่องกง 20% มีมูลค่าการส่งออก 600 ล้านบาท ส่วนตลาดสารสกัดสมุนไพรนั้นอยู่ที่เมียนมา 30% จีน 15% ญี่ปุ่น และสหรัฐ 10% มูลค่าการส่งออก 300 ล้านบาท ถ้าเทียบกับประเทศใหญ่ๆ เช่น จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ประเทศไทยยังมีมูลค่าการส่งออกที่น้อยอยู่ดังนั้นควรสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตลาดส่งออก

2.3 ปริมาณกำลังการผลิตของสมุนไพรไทย

ผลิตภัณฑ์สมุนไพรกำลังเป็นที่นิยมแพร่หลายในตลาดโลก โดยมีปัจจัยหนุนสำคัญคือ การเปิดเนวรุกในด้านส่งเสริมการจำหน่ายของบริษัทผู้ผลิตรายใหญ่ทั้งนี้เพื่อสร้างการรับรู้ถึงสรรพคุณของผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้มากยิ่งขึ้น การสร้างภาพลักษณ์ในด้านบวกให้กับผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกระแสบริโภคสินค้าธรรมชาติและสินค้าปลอดสารพิษ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้ผู้บริโภคยอมรับและมีความต้องการผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพิ่มมากขึ้น

สำหรับในประเทศไทยผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่เป็นที่ยอมรับและมีความต้องการมากขึ้นเช่นกัน โดยมีการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรในธุรกิจต่างๆทั้งในลักษณะของอาหารเสริมสุขภาพ เครื่องสำอางสมุนไพร นวดและอบตัวด้วยสมุนไพร ไปจนถึงการรับประทานเครื่องดื่มน้ำมันสมุนไพรเพื่อสุขภาพ และยาสมุนไพรที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ซึ่งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเครื่องเทศและสมุนไพรเหล่านี้เป็นธุรกิจที่สร้างรายได้อย่างมหาศาล อีกทั้งยังเป็นธุรกิจที่ตลาดเปิดกว้างในการเข้ามาลงทุน และมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก ทั้งนี้จะเห็นได้จากการที่ตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรในประเทศขยายตัวปีละไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20-30 เนื่องจากความนิยมในการบริโภคและใช้สมุนไพรไทยที่แพร่หลายนั่นเอง

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด สำรวจ “พฤติกรรมในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร” จากกลุ่มตัวอย่าง 3,294 คน โดยเป็นการสำรวจทั่วประเทศ กระจายกลุ่มตัวอย่างแยกภูมิภาค คาดว่าค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรในปี 2548 มีมูลค่าประมาณ 48,000 ล้านบาท โดยคำนวณจากพฤติกรรมการบริโภคทั้งในด้านค่าใช้จ่ายและความถี่ในการใช้ผลิตภัณฑ์ มูลค่าตลาดรวมผลิตภัณฑ์สมุนไพรในประเทศไทยยังคงขยายตัว อันเป็นผลมาจากความนิยมผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะสอดคล้องกับกระแสนิยมผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก รวมทั้งกระแสการรักษาสุขภาพเชิงป้องกันโดยการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีสรรพคุณ

ป้องกันและเสริมสร้างสมรรถภาพของร่างกาย ซึ่งนับเป็นกระแสที่กำลังมาแรงทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ

กระแสความนิยมผลิตภัณฑ์สมุนไพรในตลาดส่งออกก็มาแรงเช่นกัน แม้ว่ามูลค่าในการส่งออกจะเป็นเพียงแต่การส่งออกเครื่องเทศ สมุนไพร และสารสกัดจากสมุนไพร ซึ่งนับว่ายังอยู่ในเกณฑ์ต่ำเมื่อเทียบกับการส่งออกสินค้าสำคัญอื่นๆ โดยคาดว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพรในปี 2548 จะมีประมาณ 1,560 ล้านบาทเท่านั้น แต่การส่งออกผลิตภัณฑ์สมุนไพรยังแฝงอยู่ในสินค้าผลิตภัณฑ์อาหารหลากหลายประเภท รวมทั้งการที่ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารไทยในต่างประเทศมีการขยายกิจการมากขึ้น ก็เท่ากับเป็นการส่งเสริมการส่งออกสินค้าประเภทวัตถุดิบสำหรับการประกอบอาหารหลากหลายประเภท โดยเฉพาะเครื่องแกงสำเร็จรูปและเครื่องปรุงรส ธุรกิจนวดแผนโบราณและธุรกิจสปา ซึ่งความนิยมในเรื่องการนวดแผนโบราณ และ สปาต้องมีการใช้ลูกประคบ และน้ำมันหอมระเหยที่ทำจากสมุนไพรนานาชนิด เครื่องสำอางจากสมุนไพร และเครื่องดื่มสมุนไพรเพื่อสุขภาพซึ่งสินค้าเหล่านี้สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาได้ไม่น้อยในแต่ละปี และยังมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นผลิตภัณฑ์สมุนไพรจึงนับว่าเป็นสินค้าที่น่าจับตามองค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.0

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด สำรวจ “พฤติกรรมในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร” ในระหว่างวันที่ 12-30 พฤษภาคม 2548 จากกลุ่มตัวอย่าง 3,294 คน โดยเป็นการสำรวจทั่วประเทศ กระจายกลุ่มตัวอย่างแยกรายภาคตามสัดส่วนประชากรในแต่ละภาค และในแต่ละภาคจะกระจายกลุ่มตัวอย่างตามอายุ รายได้ และระดับการศึกษา โดยพิจารณาเห็นว่าปัจจัยเหล่านี้เป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ซึ่งเมื่อนำมาคำนวณค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพรคาดว่าค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรในปี 2548 มีมูลค่าประมาณ 48,000 ล้านบาท ซึ่งเมื่อเทียบกับในปี 2547 แล้วเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.0 โดยในการสำรวจแยกประเภทของสมุนไพรดังนี้ อาหารเสริมสุขภาพจากสมุนไพร ยาสมุนไพร เครื่องสำอางสมุนไพร เครื่องดื่มสมุนไพร และผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับนวด/อบ/ประคบและน้ำมันหอมระเหย ซึ่งแยกเป็นมูลค่าตลาดตามประเภทของผลิตภัณฑ์ดังนี้จากการสำรวจค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรแยกตามภาคต่างๆของประเทศเป็นดังนี้ กรุงเทพฯและปริมณฑลเป็นตลาดใหญ่สำหรับผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยมีค่าใช้จ่ายรวม 13,960 ล้านบาทหรือร้อยละ 29.4 ของค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมด เนื่องจากค่าใช้จ่ายต่อหัวในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของคนกรุงเทพฯเฉลี่ยสูงที่สุด อันเป็นผลมาจากกำลังซื้อที่อยู่ในเกณฑ์สูง รวมทั้งความนิยมในผลิตภัณฑ์นำเข้าทำให้ราคาผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ซื้อจะอยู่ในเกณฑ์สูงเมื่อเปรียบเทียบกับภาคอื่นๆ ตลาดใหญ่อันดับรองลงมาคือ ภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าใช้จ่าย 10,650 ล้านบาท

และ 10,210 ล้านบาทตามลำดับ ซึ่งในกรณีของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นั้นผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางอยู่แล้ว แต่พฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรจะเน้นการใช้สมุนไพรพื้นบ้านที่ผลิตใช้เองในครัวเรือน ซึ่งราคาไม่แพง ทำให้ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรต่อคนต่อปีนั้นจะอยู่ในเกณฑ์ต่ำกว่าภาคอื่นๆ แต่ด้วยจำนวนประชากรที่มีมากที่สุดทำให้ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากเป็นอันดับสามของประเทศ ซึ่งในการสำรวจพบว่าประเภทของการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรนั้นแยกออกได้เป็นดังนี้

-เครื่องดื่มสมุนไพร

จากการที่คนไทยมีความตื่นตัวในเรื่องสุขภาพมากขึ้น โดยเครื่องดื่มสมุนไพรนับว่าเป็นสินค้าที่เป็นที่นิยมประเภทหนึ่ง ตลาดเครื่องดื่มสมุนไพรยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการในธุรกิจเครื่องดื่มสมุนไพรมากมาย โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการระดับท้องถิ่นที่มีการผลิตในลักษณะอุตสาหกรรมครัวเรือน นอกจากนี้ในปัจจุบันมีการส่งออกเครื่องดื่มสมุนไพรไปจำหน่ายต่างประเทศ ในลักษณะของชาสมุนไพร ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมาก

-ยาสมุนไพร

ปัจจุบันยาสมุนไพรกำลังได้รับความนิยมอย่างมากเช่นกัน เนื่องจากมีผลข้างเคียงน้อยกว่า ในขณะที่ยาแผนปัจจุบันเป็นผลิตภัณฑ์ทางเคมีที่มีผลข้างเคียงค่อนข้างมาก และปริมาณสารตกค้างในร่างกายสูง นอกจากนี้การใช้ยาสมุนไพรในการรักษาสุขภาพยังเป็นการลดค่าใช้จ่ายเรื่องยาสำหรับคนไทยอีกด้วย ซึ่งในปัจจุบันรัฐบาลมีการส่งเสริมให้บริโภคสมุนไพรเพื่อป้องกันและรักษาสุขภาพให้แข็งแรงทำให้ลดความจำเป็นในการที่ต้องไปโรงพยาบาล อีกทั้งยังเป็นการลดการนำเข้ายาจากต่างประเทศ ซึ่งเป็นการประหยัดเงินตราต่างประเทศอีกด้วย โดยนโยบายของกระทรวงสาธารณสุขเร่งพัฒนายาสมุนไพรใน 2 ระดับ คือ ระดับที่ชาวบ้านใช้รักษาโรคทั่วไป ซึ่งเริ่มมีการใช้แล้วที่โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร และจะให้โรงพยาบาลชุมชนเป็นศูนย์กลางพัฒนามาตรฐานการผลิตให้ยาสมุนไพรมีความสะอาด และปลอดภัยต่อผู้บริโภค ส่วนการผลิตในระดับอุตสาหกรรมเพื่อจำหน่ายทั้งในประเทศและส่งออกนั้น ทางองค์การเภสัชกรรมจะเป็นหน่วยงานในการพัฒนาทั้งนี้เพื่อลดการนำเข้ายาจากต่างประเทศ

-อาหารเสริมสุขภาพจากเครื่องเทศและสมุนไพร

ตลาดอาหารเสริมสุขภาพจากสมุนไพรมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากกระแสการรักษาสุขภาพให้แข็งแรงเพื่อที่จะได้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลกำลังมาแรง รวมทั้งเทคโนโลยีในการคิดค้นเพื่อสกัดสารที่มีคุณภาพต่างๆจากเครื่องเทศและสมุนไพรมีความก้าวหน้าไปอย่างมาก โดยเฉพาะ

ในประเทศที่พัฒนาแล้ว อย่างไรก็ตามตลาดนี้ยังมีข้อจำกัดสำคัญในการขยายตัว คือ ราคาที่ยังอยู่ในเกณฑ์สูง ส่วนตลาดสินค้าที่ผลิตในประเทศ ซึ่งมีราคาต่ำกว่าสินค้านำเข้า เนื่องจากส่วนใหญ่ยังผลิตโดยกลุ่มแม่บ้าน หรือผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ เช่น เกษตรกรที่มีความรู้ในเรื่องสมุนไพรพื้นบ้าน เป็นต้น และขั้นตอนการผลิตไม่ซับซ้อนยุ่งยากเหมือนกับสินค้านำเข้า แต่ก็มีปัญหาในการขยายตลาด เนื่องจากผู้บริโภคเชื่อถือผลิตภัณฑ์นำเข้ามากกว่า

-เครื่องสำอางสมุนไพร

คาดว่าตลาดเครื่องสำอางสมุนไพรมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่วนหนึ่งจากกระแสเครื่องสำอางจากมึนชัน หรือครีมหน้าแดง ซึ่งผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรที่มีแนวโน้มขยายตัวได้แก่ ผลิตภัณฑ์รักษาและดูแลผิวหน้าและผิวกาย ซึ่งนอกจากตลาดในประเทศแล้ว ตลาดต่างประเทศที่มีแนวโน้มขยายตัวคือ ลาว เวียดนาม และประเทศในแถบยุโรป อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการในธุรกิจเครื่องสำอางสมุนไพรของไทยต้องเตรียมรับมือกับการแข่งขันที่มีแนวโน้มรุนแรงขึ้นทั้งผู้ประกอบการรายใหม่ในประเทศ และการแข่งขันจากสินค้าเครื่องสำอางสมุนไพรนำเข้า เนื่องจากภายหลังข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน จะทำให้อาเซียนนำเข้าสินค้าเครื่องสำอางจะลดลงเหลือเพียงร้อยละ 5 จากปัจจุบันที่อัตราร้อยละ 40 ส่งผลให้จะมีเครื่องสำอางสมุนไพรจากอินโดนีเซียและมาเลเซียเข้ามาแข่งขันจำนวนมาก

-นวดแผนโบราณ / สปา

ปัจจุบันธุรกิจนวดแผนโบราณเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั้งในกลุ่มชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยธุรกิจนวดแผนโบราณได้เข้าไปเป็นบริการเสริมของศูนย์สุขภาพที่มีกระจายอยู่ทั่วประเทศ คาดว่าในปัจจุบันมีศูนย์สุขภาพเปิดให้บริการมากกว่า 500 แห่ง และมีผู้สมัครเป็นสมาชิกหรือมาใช้บริการประมาณ 50,000 คนในแต่ละปี โดยแยกเป็นศูนย์สุขภาพที่ตั้งเป็นโครงการเดี่ยว ศูนย์สุขภาพที่ตั้งอยู่ในโรงแรม ศูนย์สุขภาพที่ตั้งอยู่ในโรงพยาบาล ศูนย์สุขภาพที่ตั้งอยู่ในโครงการอสังหาริมทรัพย์ต่างๆ และศูนย์สุขภาพกึ่งรีสอร์ทให้การให้บริการเน้นการออกกำลังกายควบคู่ไปกับการเสริมความงาม และลดน้ำหนัก

สำหรับประเด็นที่ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์สมุนไพรต้องเร่งแก้ไขที่สำรวจพบในกลุ่มผู้บริโภคที่มีการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ซึ่งถ้าประเด็นต่างๆ เหล่านี้ได้รับการแก้ไขก็จะเป็นแนวทางในการขยายตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้ได้รับการยอมรับมากยิ่งขึ้นในอนาคต

การค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพร ส่งออกขยายตัว แต่การนำเข้ายังอยู่ในเกณฑ์สูงนอกจากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรในประเทศแล้ว ประเด็นที่ต้องมีการศึกษาเพิ่มเติมด้วยคือ การส่งออกและนำเข้าผลิตภัณฑ์สมุนไพร เนื่องจากผลิตภัณฑ์สมุนไพรของไทยนั้นมีโอกาสในการก้าวสู่การค้าในตลาดโลก โดยต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการประชาสัมพันธ์จุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย การยกระดับมาตรฐานการผลิตตั้งแต่ขั้นตอนการปลูก แปรรูป และกระบวนการผลิตให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล รวมทั้งต้องมีการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีอยู่ในแต่ละท้องถิ่นอย่างจริงจัง ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะเป็นการกระตุ้นการส่งออกผลิตภัณฑ์สมุนไพรของไทยให้เติบโตต่อไปได้

สำหรับการส่งออกผลิตภัณฑ์สมุนไพรนั้นในช่วงระยะ 4 เดือนแรกของปี 2548 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์สมุนไพรของไทยเท่ากับ 521.1 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนแล้วลดลงร้อยละ 26.5 เนื่องจากการส่งออกไปยังประเทศหลักมีแนวโน้มลดลง อย่างไรก็ตามการส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ในเอเชียใต้มีแนวโน้มขยายตัว โดยเฉพาะปากีสถาน สำหรับสินค้าที่มีการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกอย่างต่อเนื่องคือ พริกไทย และสารสกัดจากสมุนไพร อย่างไรก็ตามคาดว่ามูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีแนวโน้มกระเตื้องขึ้นในช่วงครึ่งปีหลัง ซึ่งนับช่วงที่ปริมาณผลผลิตออกสู่ตลาดจำนวนมาก และคาดว่าจะมีปริมาณน้ำเอื้ออำนวยต่อการผลิต บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด คาดว่ามูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์สมุนไพรในปี 2548 เท่ากับ 1,560 ล้านบาท เมื่อเทียบกับในปี 2547 แล้วลดลงร้อยละ 16.9

2.4 ตารางแสดง มูลค่าตลาดส่งออกสมุนไพรไทย

ประเทศ	มูลค่า: ล้านบาท					อัตราขยายตัว (%)					สัดส่วน (%)				
	2558	2559	2560	2560 (ม.ค.-ค.ค.)	2561 (ม.ค.-ค.ค.)	2558	2559	2560	2560 (ม.ค.-ค.ค.)	2561 (ม.ค.-ค.ค.)	2558	2559	2560	2560 (ม.ค.-ค.ค.)	2561 (ม.ค.-ค.ค.)
รวมทุกประเทศ	434.0	613.5	440.9	386.4	299.8	-1.57	41.37	-28.14	-24.33	-22.41	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
อาเซียน(9)	52.3	50.3	48.7	39.0	33.3	3.87	-3.74	-3.18	-9.45	-14.59	12.05	8.20	11.05	10.09	11.11
ญี่ปุ่น	130.2	233.9	167.7	142.2	94.6	10.21	79.57	-28.29	-25.27	-33.45	30.01	38.12	38.04	36.80	31.56
สหรัฐอเมริกา	2.8	6.2	5.6	5.2	4.6	-33.72	123.13	-8.61	4.25	-11.15	0.64	1.01	1.28	1.35	1.55
สหภาพยุโรป(27)	7.6	8.2	14.0	11.8	9.5	-18.94	8.63	69.26	75.81	-19.22	1.75	1.34	3.17	3.06	3.19

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

2.5 ตารางแสดงมูลค่าตลาดนำเข้า สมุนไพรของไทย

ประเทศ	มูลค่า : ล้านบาท					อัตราขยายตัว เทียบเดือนก่อนหน้า(%)					สัดส่วน (%)				
	2558	2559	2560	2560 (ม.ค.-ค.ล.)	2561 (ม.ค.-ค.ล.)	2558	2559	2560	2560 (ม.ค.-ค.ล.)	2561 (ม.ค.-ค.ล.)	2558	2559	2560	2560 (ม.ค.-ค.ล.)	2561 (ม.ค.-ค.ล.)
รวมทุกประเทศ	4,382.8	4,896.7	5,593.3	4,457.4	6,048.3	10.00	11.72	14.23	10.06	35.69	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
อาเซียน(9)	19.1	45.2	7.6	6.2	7.1	14.63	136.99	-83.21	-80.83	13.67	0.44	0.92	0.14	0.14	0.12
ญี่ปุ่น	46.4	44.6	40.0	32.8	40.4	6.52	-3.82	-10.19	-9.26	23.04	1.06	0.91	0.72	0.74	0.67
สหรัฐอเมริกา	276.1	224.8	308.3	259.2	208.1	22.46	-18.61	37.16	24.50	-19.72	6.30	4.59	5.51	5.81	3.44
สหภาพยุโรป(27)	1,359.2	1,552.2	1,725.4	1,453.8	1,481.8	0.23	14.20	11.16	9.88	1.92	31.01	31.70	30.85	32.62	24.50

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

2.6 จำนวนโรงงานอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสมุนไพรไทย จำแนกตามโรงงานและขนาด

ประเภทอุตสาหกรรม	ประเภทหรือชนิดของโรงงาน			รวม
	S	M	L	
1. ยาสมุนไพร	6	23	6	35
2. เครื่องดื่มและอาหารสมุนไพร	2	21	5	28
3. อาหารเสริมสมุนไพร	-	5	2	7
4. เครื่องสำอางสมุนไพร	-	11	5	16
5. อื่น ๆ	4	16	-	20
รวม	12	76	18	106

ที่มา : เอกสารประกอบการประชุมของคณะทำงานและกลุ่มสมุนไพรภายใต้คณะอนุกรรมการเร่งรัดนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ วันที่ 18 มีนาคม 2559

จากลักษณะของผู้ผลิตดังกล่าวจะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมสมุนไพรของประเทศไทยถูกดำเนินการโดยโรงงานอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็กมากที่สุด (ร้อยละ 98) ดังนั้นหากต้องการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสมุนไพรไทยทั้งระบบจะต้องร่วมผลักดันให้อุตสาหกรรมเหล่านี้เปลี่ยนแปลงและปรับตัวโดยการเพิ่มประสิทธิภาพและผลิภาพการผลิตของอุตสาหกรรมสมุนไพร ร่วมกับการส่งเสริมให้เกิดการใช้ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ งานวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรม รวมไปถึงการนำภูมิปัญญาชาวบ้านมาประยุกต์กับความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความหลากหลาย และสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนบริบทและความต้องการได้อย่างเหมาะสม

2.7 ปริมาณการนำเข้าและส่งออกสมุนไพรในประเทศไทย

การบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับการนำเข้าและการส่งออกของสมุนไพรในระบบการค้าระหว่างประเทศของไไทยนั้น (พิกัดอัตราอากรศุลกากร) (Harmonized System Code : HS Code) ได้ปรากฏในส่วนของสมุนไพรไทยพรรณไม้และส่วนของพรรณไม้ (รวมถึงเมล็ดและผล) ชนิดที่ใช้ประโยชน์หลักในการทำเครื่องหอมในทางเภสัชกรรมหรือสำหรับฆ่าแมลง รา ฯลฯ (HS 1211) และสมุนไพรไทยประเภทน้ำเลี้ยง (แซป) และสิ่งสกัดจากพืช สารจำพวกเพกติก เกลือของกรดเพกติก (เพกติกเนต) และเกลือเพกติก (เพกเตต) รวมทั้งวุ้นที่ได้จากสาหร่ายทะเล ฯลฯ (HS1302) โดยมีปริมาณการส่งออกและการนำเข้า ตามที่ปรากฏในตาราง 2.8.1 – 2.8.4 อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่าลักษณะของการจำแนกข้อมูลเกี่ยวกับสมุนไพรดังปรากฏนั้น ยังไม่สามารถทำให้เกิดการบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับสมุนไพรของประเศได้ อย่างเป็นระบบและสามารถสะท้อนภาพรวมของอุตสาหกรรมสมุนไพรอย่างถูกต้อง

ตารางที่ 2.7.1 ปริมาณการส่งออกสมุนไพรไทยประเภทพรรณไม้และส่วนของพรรณไม้ (รวมถึงเมล็ดและผล) ชนิดที่ใช้ประโยชน์หลักในการทำเครื่องหอมในทางเภสัชกรรมหรือสำหรับฆ่าแมลง รา ฯลฯ

(HS 1211)

หน่วย : ล้านบาท

ประเทศเป้าหมาย ส่งออก/ ปี	2556	2557	2558
โลก	432.2	440.6	431.6
ญี่ปุ่น	118.7	118.2	130.2
จีน	149.2	157.7	114.4
ฮ่องกง	65.7	72.7	94.0

ที่มา : ระบบข้อมูลการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทย

ตารางที่ 2.7.2 ปริมาณการส่งออกสมุนไพรไทยประเภทน้ำเลียง (แซป) และสิ่งสกัดจากพืช สารจำพวกเพกติก เกลือของกรดเพกติก (เพกติกเนด) และเกลือเพกติก (เพกเตด) รวมทั้งวันที่ได้จากสำหรัยทะเล ฯลฯ (HS1302)

หน่วย : ล้านบาท

ประเทศเป้าหมาย ส่งออก/ ปี	2556	2557	2558
โลก	211.9	226.5	206.1
พม่า	82.2	89.8	90.6
สหรัฐอเมริกา	28.4	25.5	30.2
ฟิลิปปินส์	0.7	1.3	11.7

ที่มา : ระบบข้อมูลการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทย

ตารางที่ 2.7.3 สมุนไพรไทยพรรณไม้และส่วนของพรรณไม้ (รวมถึงเมล็ดและผล) ชนิดที่ใช้ประโยชน์หลักในการทำเครื่องหอมในทางเภสัชกรรมหรือสำหรับฆ่าแมลง รา ฯลฯ (HS 1211)

หน่วย : ล้านบาท

ประเทศเป้าหมาย ส่งออก/ ปี	2556	2557	2558
โลก	535.8	542.2	601.4
จีน	387.6	396.9	428.4
อินเดีย	52	58.2	55.6
ลาว	21.5	21.5	24.4

ที่มา : ระบบข้อมูลการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทย

ตารางที่ 2.7.4 ปริมาณสมุนไพรไทยประเภทน้ำเลียง (แชป) และสิ่งสกัดจากพืช สารจำพวกเพกติก
เกลือของกรดเพกติก (เพกติกเนด) และเกลือเพกติก (เพกเตด) รวมทั้งวันที่ได้จากสารห่วยทะเล ฯลฯ
(HS1302)

หน่วย : ล้านบาท

ประเทศเป้าหมาย ส่งออก/ ปี	2556	2557	2558
โลก	2,834.8	2,971.3	3,058.6
จีน	545.9	825.5	741.3
บราซิล	322.0	283.7	400.3
สหรัฐอเมริกา	286.6	248.9	290.1

ที่มา : ระบบข้อมูลการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทย

อย่างไรก็ตามจากข้อมูลดังปรากฏข้างต้น จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีการส่งออกในแต่ละปีที่ไม่เปลี่ยนแปลง
มากนัก โดยในส่วนของสมุนไพรประเภท HS1211 นั้นก็ยังมีแนวโน้มเติบโตได้อีก

บทที่ 3 อุตสาหกรรมอาหารเสริมสมุนไพรรักษาโรคกับเขตการค้าอาเซียน

ประเทศไทยเริ่มเข้ามาเป็นสมาชิกอาเซียนตั้งแต่ปี 2510 เนื่องจากเหตุผลทางด้านการเมืองระหว่างประเทศเป็นสำคัญ และหลังจากผ่านยุคสงครามเย็นแล้ว ประเทศต่างๆ เริ่มพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศตนเองให้ดีขึ้น ยาแผนโบราณและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ถูกผลิตขึ้นในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้รับความสนใจมากขึ้นทำให้ต้องใช้มาตรฐานในการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยวิธีที่ดีที่สุดในการควบคุมการผลิตและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์เหล่านี้จะถูกหารือในการประชุมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับยาแผนโบราณและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

อาหารเสริมสุขภาพเหล่านี้ในบางประเทศถูกจัดอยู่ในหมวดหมู่เดียวกับยาทำให้จะอาเซียนจะต้องมีการพัฒนามาตรฐานให้เป็นไปในระบบเดียวกันก่อนการส่งออกไปขายยังประเทศอื่นๆ ในโลก เช่น สหรัฐอเมริกาถือว่าอาหารเสริมสุขภาพจำเป็นจะต้องมีการควบคุมเป็นหมวดหมู่ของอาหารภายใต้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสุขภาพและพระราชบัญญัติยาปี 1994 (DSHEA) และสหรัฐอเมริกาไม่ได้มีกฎระเบียบสำหรับยาแผนโบราณ โดยทั้งผลิตภัณฑ์เสริมอาหารหรือยาจะถูกจัดหมวดหมู่โดยดูจากส่วนผสม

การประชุมเชิงปฏิบัติการดำเนินการโดยผู้เชี่ยวชาญของสหรัฐในการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและสุขภาพ ส่วนผู้เข้าร่วมประกอบด้วยหน่วยงานกำกับดูแลรับผิดชอบในการแพทย์แผนโบราณและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอาเซียนและตัวแทนของภาคเอกชน ซึ่งถือว่าเป็นความร่วมมือระหว่างสหรัฐอเมริกาและอาเซียนในด้านสุขภาพผ่านการสนับสนุนจากโครงการการพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการลงทุน (ACTI)

ดังนั้นในบทนี้จะกล่าวถึง ความเป็นมา และรูปแบบวิธีการลดภาษี และการพัฒนาประเทศทางการค้าและการลงทุน (ACTI)

3.1 เขตการค้าอาเซียน

3.1.1 ความเป็นมาของเขตการค้าอาเซียน

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) จัดพิธีสถาปนาจัดตั้งกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เสริมอาหารขึ้น เมื่อวันที่ 29 กุมภาพันธ์ โดยกลุ่มอุตสาหกรรมดังกล่าวถือเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมลำดับที่ 45 ภายใต้สภาอุตสาหกรรมฯ โดยได้รับเกียรติจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม (ดร.อรรถภา สีนุญเรือง) ร่วมแสดงความยินดีในงานสถาปนาดังกล่าว

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญของประเทศที่มีมูลค่าทางการตลาดโดยเฉพาะมูลค่าส่งออกสมุนไพรกลุ่มเสริมอาหารมีมูลค่าการใช้และส่งออกรวมกว่า 80,000 ล้านบาท และกลุ่มยาแผนโบราณตามภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยมีมูลค่าประมาณ 10,000 ล้านบาท ซึ่งสมุนไพรไทยเป็นสินค้าที่มีโอกาสสูงในตลาดโลก เช่นเดียวกับโอกาสในตลาดอาเซียน ไทยมียอดส่งออกผลิตภัณฑ์สมุนไพรกว่า 1 แสนล้านบาทให้กับญี่ปุ่นและมาเลเซียซึ่งเป็นลูกค้าหลัก แต่ในเชิงอุตสาหกรรมแล้ว ยังเป็นรองประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย เนื่องจากสิงคโปร์ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก ในด้านการรับรองผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยนำเข้าวัตถุดิบสมุนไพรจากต่างประเทศเข้ามาแปรรูปและสร้างตราสินค้าหรือแบรนด์แล้วส่งออก ที่สำคัญสิงคโปร์ยังมีศักยภาพทางการค้าและการตลาดสูงด้วย ส่วนมาเลเซียก็มีโรงงานแปรรูปสมุนไพรที่มีศักยภาพ มีการนำเข้าวัตถุดิบสมุนไพรจากจีนเพื่อแปรรูปเช่นกัน ทำให้ต้นทุนการผลิตของไทยสูงกว่าทั้งสองประเทศ

ทั้งนี้ มีผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร กว่า 1,000 ราย ร้อยละ 90 เป็นผู้ประกอบการรายกลางและรายย่อย มีเพียงร้อยละ 10 ที่เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ที่ครองส่วนแบ่งตลาดในประเทศจำนวนมาก โดยมีช่องทางจำหน่ายที่สำคัญ ได้แก่ การขายตรงคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 และร้านค้าปลีกมีสัดส่วนร้อยละ 20 อย่างไรก็ตามช่องทางจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกและร้านสะดวกซื้อได้รับความนิยมมากขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มฟังก์ชันนัลที่ผู้บริโภคเริ่มรู้จักคุณประโยชน์ของสารอาหารที่ดีต่อสุขภาพ และต้องการความสะดวกในการหาซื้อผลิตภัณฑ์

จากแนวโน้มของสุขภาพที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้สินค้าและบริการที่เกี่ยวกับสุขภาพมีการเติบโตเช่นกัน ผู้บริโภคทั่วโลกเริ่มตื่นตัวและได้หันมาใส่ใจกับการดูแลสุขภาพของตนเองมากขึ้น จึงมีแนวโน้มการผลิตและการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพจึงเพิ่มขึ้นตามมาอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะตลาดในกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และในปัจจุบันกระแสความนิยมผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนับเป็นกระแสที่ยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากกระแสความนิยมดังกล่าวทำให้ตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของไทยทั้งตลาดในประเทศและตลาดส่งออกมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง

3.1.2 วัตถุประสงค์การจัดตั้งเขตการค้าอาเซียน

- (1) เพื่อให้การค้าภายในอาเซียนเป็นไปโดยเสรี โดยปราศจากการกีดกันที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากรและใช้อัตราภาษีศุลกากรต่ำที่สุด
- (2) เพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศเข้ามาในภูมิภาคอาเซียน
- (3) เพื่อเสริมสร้างสถานะในการแข่งขันของอาเซียน

- (4) เพื่อรับกับสถานการณ์เศรษฐกิจการค้าของโลกที่จะดีขึ้น
- (5) เพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองกับประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งเริ่มมีการกีดกันทางการค้ามากขึ้น

3.1.3 หลักการสำคัญของข้อตกลง

หลักการสำคัญของข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน มีดังนี้

- (1) ใช้มาตรการอัตรากำไรเท่ากัน (CEPT) ซึ่งกำหนดให้ประเทศสมาชิกให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีศุลกากรแก่กันแบบต่างตอบแทน กล่าวคือ การที่จะได้สิทธิประโยชน์จากการลดภาษีจากประเทศอื่นสำหรับสินค้าชนิดใด ประเทศสมาชิกนั้นจะต้องประกาศลดภาษีสำหรับสินค้าชนิดเดียวกันด้วย สินค้าที่อยู่ภายใต้เงื่อนไขได้แก่ สินค้าอุตสาหกรรมทุกชนิด รวมทั้งสินค้าทุนและสินค้าเกษตรแปรรูป ยกเว้นสินค้าเกษตรที่ยังไม่ผ่านการแปรรูป และสินค้าเกษตรที่ผ่านกรรมวิธีขั้นต้นที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากรูปแบบเดิมน้อยที่สุด
- (2) การลดภาษีศุลกากรตามหลัก (CEPT) ได้กำหนดไว้เป็นขั้นตอน โดยรายการสินค้าที่เป็นอัตรากำไรสูงกว่าร้อยละ 20 ให้ลดเหลือร้อยละ 20 ภายใน 5-8 ปี หลังจากนั้นให้ลดอัตรากำไรต่อไปอีกจนเหลือร้อยละ 0-5 ภายใน 7 ปีต่อไป ทั้งนี้การลดอัตรากำไรแต่ละครั้งจะต้องไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 5
- (3) ประเทศสมาชิกสามารถขอยกเว้นสินค้าบางรายการที่ยังไม่พร้อมจะเข้า CEPT ได้เป็นการชั่วคราวแต่ไม่เกิน 8 ปี โดยสมาชิกกำหนดการให้มีการพิจารณาขอยกเว้นรายการสินค้าดังกล่าว (Exclusion List) ในปีที 8 และหลังจากปีที่ 8 แล้ว ประเทศนั้นจะต้องลดภาษียรายการสินค้าที่เคยขอยกเว้น ไว้เหลือร้อยละ 20 ตามเงื่อนไขที่กำหนด ทั้งในช่วงระหว่างการขอยกเว้นประเทศนั้นจะไม่ได้รับสิทธิพิเศษ CEPT จากประเทศสมาชิกอื่น สำหรับสินค้านั้น
- (4) สินค้าที่ได้ลดภาษีตามสิทธิพิเศษ CEPT นั้นจะต้องเป็นสินค้าที่มีถิ่นกำเนิดในอาเซียน คือ มีสัดส่วน การใช้สินส่วนที่ผลิตในอาเซียน (Rule of Origin) อย่างน้อยร้อยละ 40 ของการใช้สินส่วนประกอบทั้งหมด ต่อมาพบว่าหลักการข้อนี้มีปัญหาในกรณีสินค้าบางตัว มีการผลิตหรือแปรรูปเพิ่มเติมในระหว่างประเทศอาเซียนด้วยกันว่าจะมีวิธีการคำนวณอย่างไร ในที่สุดที่ประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียน เลือกใช้วิธี 100% หมายความว่าหากประเทศแรกผลิตสินค้าคดยมีข้อตกลงวิธีการคำนวณแหล่งกำเนิดสินค้าตามเกณฑ์แล้ว ประเทศที่สอง นำเข้าสินค้านี้ไปผลิตเพิ่มและมีมูลค่ามากขึ้น ให้ถือว่าสินค้าที่มาจากประเทศที่ 1 มีการตกลงวิธีการคำนวณแหล่งกำเนิดสินค้าน้อยละ 100 ไม่ใช่ร้อยละ 40 ซึ่งจะทำให้ประเทศที่ 2 สามารถนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศนอกอาเซียนมาเป็นส่วนประกอบในการผลิตในสัดส่วนที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นวิธีการสร้างโอกาสทางการค้าและการปฏิบัติที่สะดวกขึ้น

- (5) ให้ประเทศสมาชิกยกเลิกมาตรการจำกัดด้านปริมาณการนำเข้า สำหรับรายการสินค้าที่อยู่ใน CEPT เมื่อรายการสินค้านั้นมีอัตราภาษีเท่ากับร้อยละ 20 หรือน้อยกว่า และให้กำจัดมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีอย่างค่อยเป็นค่อยไป ในระยะเวลา 5 ปี หลังจากสินค้านั้นมีอัตราภาษีร้อยละ 20 แล้ว นอกจากนี้ยังให้ยกเลิกข้อจำกัด ด้านการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงินสำหรับสินค้าที่อยู่ภายใต้ CEPT แต่ต้องมากระทบต่อข้อผูกพัน ของ GATT และ IMF
- (6) หากการนำเข้าสินค้าชนิดใดภายใต้ CEPT ได้ก่อให้เกิดความเสียหายร้ายแรง แก่อุตสาหกรรมผลิตสินค้าชนิดเดียวกัน หรือสินค้าที่แข่งขันกันในประเทศสมาชิกที่นำเข้า ประเทศสมาชิก ดังกล่าว อาจระงับการให้สิทธิพิเศษตาม CEPT แก่รายการสินค้านั้นได้เป็นการชั่วคราว และต้องไม่ให้สิทธิพิเศษนั้นแก่ประเทศสมาชิก อาเซียนทุกประเทศอย่างเท่าเทียมกัน

นอกจากนี้ เป้าหมายแรกที่จะเปิดการค้าเสรีระหว่างอาเซียน ทั้งนี้ประเทศสมาชิกตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไปสามารถตกลงที่จะลดอัตราภาษีสินค้านี้ดังกล่าวระหว่างกัน ให้เหลือร้อยละ 0-5 นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2536 เป็นต้นไป ก่อนประเทศสมาชิกอื่นๆ

3.1.4. กำหนดการและขั้นตอนการลดภาษี

บัญชีรายการสินค้าภายใต้ CEPT แบ่งเป็น ดังนี้

(1) บัญชีลดภาษี (Inclusion List : IL) คือ รายการสินค้าที่ประเทศสมาชิกลดภาษีระหว่างกัน ซึ่งจะได้รับสิทธิประโยชน์ตามความตกลง CEPT

กำหนดการและขั้นตอนการลดภาษีให้เหลือในอัตราร้อยละ 0 – 5 จะดำเนินการตามแผนการโดยจำแนกตามกลุ่มสินค้า 2 กลุ่ม ดังนี้

- กลุ่มสินค้าเร่งลดภาษี (Fast Track) จะต้องลดภาษีเหลือร้อยละ 0 – 5 ภายในเวลา 7 ปี ประกอบด้วยสินค้า 15 กลุ่ม ได้แก่ น้ำมันพืช เคมีภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ยาง เชื้อกระดาษ ผลิตภัณฑ์เซรามิกและแก้ว แลโศดที่ทำจากทองแดง เฟอร์นิเจอร์ไม้และหวาย ปูนซีเมนต์ ปุ๋ย เกษภัณฑ์ พลาสติก ผลิตภัณฑ์หนัง สิ่งทอ อัญมณีและเครื่องประดับ และเครื่องอิเล็กทรอนิกส์

- สินค้าลดภาษีปกติ (Normal Track) จะต้องลดภาษีลงเหลือร้อยละ 0 – 5 ภายในเวลา 10 ปี (ประเทศสมาชิกอาเซียนเดิม 6 ประเทศ จะเสร็จสิ้นภายในปี 2546 เวียดนามภายในปี 2549 ลาวและพม่าภายในปี 2551 และกัมพูชาภายในปี 2553)

(2) บัญชียกเว้นภาษีชั่วคราว (Temporary Exclusion List : TEL) ประเทศสมาชิกสามารถขอสงวนสิทธิการลดภาษีชั่วคราวได้ แต่ต้องทยอยนำสินค้าในบัญชีนี้เข้ามาลดภาษีในแต่ละปีเป็นจำนวนเท่า ๆ กัน ทั้งนี้ประเทศสมาชิกอาเซียนเดิม 6 ประเทศ ไม่มีสินค้าอยู่ใน TEL แล้ว ยกเว้น

มาเลเซีย ซึ่งขอชะลอการลดภาษีสินค้านานยนต์ ส่วนประเทศสมาชิกใหม่ 4 ประเทศ ต้องทยอยโอนรายการสินค้าใน TEL เข้า IL โดยเวียดนามเริ่มจากปี 2543 เสร็จสิ้นในปี 2549 ลาวและพม่าเริ่มจากปี 2545 ให้เสร็จสิ้นปี 2551 และกัมพูชาเริ่มจากปี 2547 ให้เสร็จสิ้นในปี 2553

(3) บัญชีอ่อนไหว (Sensitive List : SL) ประเทศสมาชิกจะนำบัญชีรายการสินค้าอ่อนไหวเข้ามาลดภาษีช้าที่สุด สมาชิกอาเซียน 6 ประเทศ เริ่มจากปี 2546 จะเสร็จสิ้นในปี 2553 สำหรับสมาชิกอาเซียนใหม่ 4 ประเทศ โดยเวียดนามจะเริ่มจากปี 2547 จะเสร็จสิ้นในปี 2556 ลาวและพม่าจะเริ่มจากปี 2549 จะเสร็จสิ้นในปี 2558 และกัมพูชาเริ่มจากปี 2551 จะเสร็จสิ้นในปี 2560 โดยเริ่มลดภาษีจากอัตราที่เก็บจริง และอัตรากำหนดท้ายต้องลดเหลือร้อยละ 0

(4) บัญชียกเว้นทั่วไป (General Exception List : GE) รายการสินค้าในบัญชีนี้ไม่ต้องลดภาษีตลอดไป ได้แก่ สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการปกป้องความมั่นคง ศิลธรรม ชีวิตและสุขภาพของมนุษย์ สัตว์ และพืช สินค้าที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ศิลปะ และโบราณคดี

(สถาบันเพื่อพัฒนาประเทศไทย ,2551)

ตารางที่ 3.1

อัตรากำหนดอัตราพิเศษเฉลี่ย (Average CEPT rates) จำแนกรายประเทศในกลุ่ม AFTA (ร้อยละ)

ค.ศ.	บรูไน	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	ฟิลิปปินส์	สิงคโปร์	ไทย	กลุ่ม ASEAN-6	เวียดนาม	สปป.ลาว	เมียนมาร์	กัมพูชา	กลุ่ม ASEAN-10
1993	3.78	17.27	10.79	12.45	0.01	19.85	11.44					
1994	2.64	17.27	10	11.37	0.01	19.84	10.97					
1995	2.54	15.22	9.21	10.45	0.01	18.16	10					
1996	2.02	10.39	4.56	9.55	0.01	14.21	7.15	0.92				7.03
1997	1.61	8.53	4.12	9.22	0	12.91	6.38	4.59				6.32
1998	1.37	7.06	3.46	7.22	0	10.24	5.22	3.95	5	2.39		4.91
1999	1.55	5.36	3.2	7.34	0	9.58	4.79	7.11	7.34	4.45		5.01
2000	1.26	4.76	3.32	5.18	0	6.12	3.64	7.25	7.07	4.43	10.39	4.43
2001	1.17	4.27	2.71	4.48	0	5.67	3.22	6.75	7.08	4.57	10.39	4.11
2002	0.96	3.69	2.62	4.13	0	4.97	2.89	6.92	6.72	4.72	8.89	3.84
2003	1.04	2.17	1.95	3.82	0	4.63	2.39	6.43	5.86	4.61	7.94	3.33

ที่มา : สำนักเลขาธิการอาเซียน (ASEAN Secretariat)

3.1.5 การค้าภายในกลุ่มสมาชิกอาเซียน

AFTA การค้าเสรีอาเซียน มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอาเซียนในฐานะที่เป็นฐานการผลิตที่สำคัญเพื่อป้อนสินค้าสู่ตลาดโลก โดยอาศัยการเปิดเสรีด้านการค้าและการลดภาษีและอุปสรรคข้อกีดขวางทางการค้าที่มีใช้อยู่ รวมทั้งการปรับเปลี่ยนโครงสร้างภาษีศุลกากรเพื่อเอื้ออำนวยต่อการค้าเสรี

กลไกการลดภาษีที่สำคัญของ AFTA การค้าเสรีอาเซียน คือระบบCEPT (Common Effective Preferential Tariff Scheme) ซึ่งกำหนดให้ประเทศสมาชิกให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีศุลกากรแก่กันแบบต่างตอบแทน กล่าวคือ การที่จะได้สิทธิประโยชน์จากการลดภาษีของประเทศอื่นสำหรับสินค้าชนิดใด ประเทศสมาชิคนั้นจะต้องประกาศลดภาษีสำหรับสินค้าชนิดเดียวกันด้วย ทั้งนี้CEPT ได้กำหนดให้สินค้าที่ได้รับประโยชน์จากการลดภาษีจะต้องมีสัดส่วนมูลค่าที่เกิดขึ้นในอาเซียน (ASEAN Local Content) อย่างน้อย 40% และสามารถคำนวณวัตถุดิบในอาเซียนแบบสะสม (Cumulative Rules of Origin) โดยกำหนดอัตราขั้นต่ำของวัตถุดิบเท่ากับ 20%

อาเซียนตกลงที่จะเร่งรัดการลดภาษีใน AFTA ดังนี้

1. ประเทศสมาชิกเดิม 6 ประเทศลดภาษีสินค้าในบัญชี Inclusion List (IL) ให้เหลือ 0-5% ภายในวันที่ 1 มกราคม ค.ศ.2003 และจะลดให้เป็น 0 % ภายในปี ค.ศ. 2010
2. ประเทศสมาชิกใหม่จะพยายามลดภาษีลงเหลือ 0-5% ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ในปี 2006 สำหรับเวียดนาม; ปี 2008 สำหรับลาวและพม่า; และปี 2010 สำหรับกัมพูชา
3. ประเทศสมาชิกจะลดภาษีลงเหลือ 0% ทุกรายการใน IL ภายในปี 2010 สำหรับสมาชิกเดิม และภายในปี 2015 สำหรับสมาชิกใหม่ ทั้งนี้ ตั้งแต่ ม.ค. 2003 กำหนดให้ 60% ของรายการสินค้าทั้งหมดของสมาชิกเดิม 6 ประเทศมีอัตราภาษีเท่ากับ 0%
4. ภายใต้กรอบความตกลงสำหรับการรวมกลุ่มสินค้าและบริการสำคัญ (ลงนามระหว่างการประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 10 เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2547) กำหนดว่าจะเร่งลดภาษีสินค้าใน 9 สาขาหลัก (เกษตร ประมง ผลิตภัณฑ์ไม้ ผลิตภัณฑ์ยาง สิ่งทอ ยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และสาขาสุขภาพ) ให้เร็วขึ้นจากกรอบ AFTA เดิม 3 ปี กล่าวคือจากปี 2010 เป็น 2007 สำหรับสมาชิกเดิม และจากปี 2015 เป็น 2012 สำหรับสมาชิกใหม่

5. นอกจากสินค้าในบัญชี IL แล้ว ยังมีการกำหนดเวลาการลดภาษีสำหรับบัญชียกเว้นภาษีชั่วคราว (Temporary Exclusion List: TEL) บัญชีอ่อนไหว (Sensitive List: SL) และบัญชีอ่อนไหวสูง (Highly Sensitive List: HSL) ซึ่งมีกำหนดเวลาการลดภาษีที่แตกต่างกัน ส่วนบัญชียกเว้นทั่วไป (General Exclusion List: GE) เป็นสินค้าที่แต่ละประเทศไม่สามารถนำมาลดภาษีได้ (ขณะนี้ มีเพียงไทยและสิงคโปร์ที่ไม่มี GE)

การยกเลิกมาตรการที่มีใช้ภาษี

นอกเหนือจากข้อกำหนดในการลดภาษีแล้ว AFTA การค้าเสรีอาเซียน ยังกำหนดให้ประเทศสมาชิก ยกเลิกมาตรการจำกัดปริมาณ (Quantitative Restriction) ทันทีเมื่อสินค้าได้นำเข้าแผนการลดภาษีแล้ว และได้รับประโยชน์จากการลดภาษีของอาเซียนอื่นแล้ว และยกเลิกมาตรการที่มีใช้ภาษี (NTB) ภายใน 5 ปี หลังจากได้รับประโยชน์จากการลดภาษีของอาเซียนอื่น ขณะนี้ อาเซียนกำลังดำเนินการอย่างจริงจังเพื่อ ยกเลิกอุปสรรคทางการค้าที่มีใช้ภาษีในอาเซียน โดยให้มีกระบวนการแจ้งข้ามประเทศ (cross-notification) ซึ่งประเทศสมาชิกและภาคเอกชนสามารถแจ้งมาตรการที่มีใช้ภาษีที่ประเทศอื่นๆ

ใช้ยื่นต่อสำนักเลขาธิการอาเซียน เพื่อรวบรวม ตรวจสอบ แล้วให้ประเทศสมาชิกที่ถูกแจ้งนั้นชี้แจงและ ดำเนินการยกเลิกต่อไป หากพบว่าเป็นอุปสรรคทางการค้าและไม่สอดคล้องกับบทบัญญัติของความตกลง CEPT

ความคืบหน้าในการดำเนินการของ AFTA

การดำเนินการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน ได้มีความก้าวหน้าไปมาก โดยสถานะ ณ วันที่ 1 มกราคม 2548 คือ (1) รายการสินค้าในบัญชี IL ซึ่งประเทศสมาชิกทั้ง 10 ประเทศ ได้นำมาลดภาษีในปี 2547 มี จำนวนรวมทั้งสิ้น 86,359 รายการ (2) 98.98% ของสินค้าของประเทศสมาชิกเดิม 6 ประเทศ และ 81.35% ของประเทศสมาชิกใหม่ มีอัตราภาษีระหว่าง 0-5 % (3) อัตราภาษีเฉลี่ยสำหรับสินค้าใน CEPT สำหรับ สมาชิกเดิม 6 ประเทศ เท่ากับ 2.0% (จาก 12.76% ในปี ค.ศ. 1993 ซึ่งเป็นปีที่เริ่มลดภาษี) และ (4) 64.12% ของสินค้าใน IL ของสมาชิกเดิม 6 ประเทศ มีอัตราภาษี 0% ในปี 2547 และ 92.99% ของสินค้าในบัญชี IL ของสมาชิกทั้ง 10 ประเทศมีอัตราภาษีระหว่าง 0-5%

การจัดตั้งกลไกการระงับข้อพิพาท

ที่ประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 9 ได้ตกลงให้มีการจัดตั้งระบบเพื่อการปฏิบัติตามความตกลงทางเศรษฐกิจ รวมทั้งการปฏิบัติตามพันธกรณีภายใต้กรอบ AFTA การค้าเสรีอาเซียน เป็นไปอย่างเหมาะสม และเพื่อช่วยเร่งรัดการแก้ไขข้อพิพาท ประกอบด้วยกลไก 3 ระดับ

1. กลไกให้คำแนะนำ (Advisory Mechanism) ได้แก่

(1) กลไกระงับข้อพิพาทและหน่วยงานกำกับดูแลแก้ไขปัญหาการค้าการลงทุนของอาเซียน (ASEAN Consultation to Solve Trade and Investment Issues: ACT) เพื่อทำหน้าที่ประสานและให้คำปรึกษาแก่ภาคเอกชนและภาครัฐในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการค้าภายในอาเซียน โดยกลไกของ ACT ไม่มีผลบังคับตามกฎหมาย เน้นการให้บริการทางระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต กำหนดให้การแก้ไขปัญหายาใต้กลไก ACT ดำเนินการแล้วเสร็จภายใน 30 วัน โดยในส่วนของประเทศไทย ACT ได้จัดตั้งขึ้นที่สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง ซึ่งเป็น National AFTA Unit และ

(2) การจัดตั้ง ASEAN Legal Unit ในสำนักเลขาธิการอาเซียน เพื่อให้ความช่วยเหลือในการตีความและให้คำแนะนำประเด็นข้อพิพาททางการค้า (ตามคำร้องขอของประเทศสมาชิก)

2. กลไกให้คำปรึกษา ได้แก่ ASEAN Compliance Body (ACB) ในกรณีที่ประเทศใดไม่ปฏิบัติตามความตกลง ประเทศที่เป็นกลาง (ไม่ได้มีส่วนในข้อพิพาท) จะได้รับการร้องขอให้ตรวจสอบข้อเท็จจริงภายในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งผลการตรวจสอบจะไม่มีข้อผูกพันทางกฎหมาย ACB มีกำหนดเวลาพิจารณา 90 วัน

3. กลไกบังคับใช้กฎหมาย ได้แก่ Enhanced ASEAN Dispute Settlement Mechanism ได้มีการลงนามในพิธีสาร ASEAN Protocol on Enhanced ASEAN DSM โดย AEM ในช่วงการประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 10 ซึ่งจะใช้แทน Protocol on DSM (1996) ของอาเซียน เป็นการปรับปรุงกลไกการระงับข้อพิพาทของอาเซียนตามแบบ WTO อาทิ การจัดตั้งคณะพิจารณา (Panels) และองค์กรอุทธรณ์ (Appellate Body) นอกจากนี้ ได้มีการจัดตั้ง ASEAN DSM Fund เป็นเงิน 330,000 เหรียญสหรัฐ (แต่ละประเทศร่วมออกเงินเท่ากัน)

การค้าระหว่างอาเซียน-ไทย

นับแต่มีการจัดตั้ง AFTA การค้าเสรีอาเซียน การค้าระหว่างไทยและอาเซียนขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเพิ่มขึ้นจาก 10,031.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2535 อันเป็นปีก่อนเริ่มก่อตั้ง AFTA เป็น 28,946 ดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2546 ทั้งนี้ ไทยได้ลดการค้ากับอาเซียนในภาพรวม

มูลค่าการส่งออก 16,537.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น ร้อยละ 21.9 สินค้าส่งออกที่เพิ่มขึ้น ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์ เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ส่วนการนำเข้านั้น มูลค่าการนำเข้าประมาณ 12,490.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น ร้อยละ 15.5 เป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของการนำเข้าสินค้าสำคัญ ได้แก่ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า เคมีภัณฑ์ เครื่องจักรใช้ในอุตสาหกรรม และหลอดภาพโทรทัศน์ เป็นต้น

สินค้าที่ไทยได้รับผลกระทบจากการจัดตั้ง AFTA การค้าเสรีอาเซียน ส่วนใหญ่คือ สินค้าที่ไม่มีศักยภาพในการปรับตัวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสินค้าที่ใช้เวลาในการปรับตัวนาน เช่น เหล็ก สิ่งทอ และสินค้าประเภทที่มีการลดภาษีใน AFTA แล้ว แต่เป็นสินค้าที่ต้องใช้วัตถุดิบนำเข้าจากนอกอาเซียนซึ่งไทยมีอัตราภาษีศุลกากรอยู่ในระดับสูง เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น

ตารางที่ 3.2

มูลค่าการส่งออกการค้าระหว่างไทย-โลก และการค้าชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน (มาเลเซีย เมียนมาร์ ลาว กัมพูชา) และการค้าผ่านชายแดน (สิงคโปร์ จีน ทอนใต้ เวียดนาม)

ปีพ.ศ. 2559-2561

หน่วย : ล้านบาท

รายการ	2559	2560	2560	2561	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)		สัดส่วน (%)		
			(มกราคม-พฤศจิกายน)		59/60	60/61 (มก.-พย.)	2559	2560	2561 (มก.-พย.)
การค้าระหว่างไทย-โลก									
มูลค่ารวม	14,438,890.77	15,593,383.59	14,294,251.24	14,952,674.20	8.00	4.61	100	100	100
ส่งออก	7,550,704.07	8,006,265.18	7,364,322.47	7,447,768.82	6.03	1.13	100	100	100
นำเข้า	6,888,186.70	7,587,118.41	6,929,928.77	7,504,905.38	10.15	8.30	100	100	100
ดุลการค้า	662,517.37	419,146.77	434,393.70	-57,136.56					
การค้าระหว่างไทย-ประเทศเพื่อนบ้าน 7 ประเทศ (มาเลเซีย เมียนมา สปป.ลาว กัมพูชา สิงคโปร์ จีนตอนใต้ และเวียดนาม)									
มูลค่ารวม	4,685,147.55	5,022,457.02	4,600,590.61	4,858,032.75	7.20	5.60	100	100	100
ส่งออก	2,240,305.55	2,479,082.64	2,262,062.41	2,364,489.22	10.66	4.53	100	100	100
นำเข้า	2,444,842.00	2,543,374.38	2,338,528.20	2,493,543.53	4.03	6.63	100	100	100
ดุลการค้า	-204,536.45	-64,291.74	-76,465.79	-129,054.31					
การค้าชายแดนไทย 4 ประเทศ (มาเลเซีย เมียนมา สปป.ลาว และกัมพูชา)การค้าผ่านแดนไทย 3 ประเทศ (สิงคโปร์ จีนตอนใต้ และเวียดนาม)									
มูลค่ารวม	1,200,867.67	1,319,068.59	1,207,425.23	1,277,596.06	9.84	5.81	25.63 [*]	26.26 [*]	26.30 [*]
							8.32 ^{**}	8.46 ^{**}	8.45 ^{**}
ส่งออก	691,253.58	784,273.74	716,686.41	713,904.92	13.46	-0.39	30.86 [*]	31.64 [*]	30.19 [*]
							9.15 ^{**}	9.80 ^{**}	9.73 ^{**}
นำเข้า	509,614.09	534,794.85	490,738.82	563,691.14	4.94	14.87	20.84 [*]	21.03 [*]	22.61 [*]
							7.40 ^{**}	7.05 ^{**}	7.08 ^{**}
ดุลการค้า	181,639.49	249,478.89	225,947.59	150,213.78					

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักปลัดกระทรวงพาณิชย์ กรมการค้าต่างประเทศ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

หมายเหตุ 1.*สัดส่วนร้อยละมูลค่าการค้าชายแดนไทยต่อการค้าระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน

2.**สัดส่วนร้อยละของมูลค่าการค้าชายแดนไทยต่อการค้าระหว่างไทยกับโลก

3. กรมศุลกากรได้ปรับปรุงข้อมูลย้อนหลังตั้งแต่ปี 2560-2561 (มค.- พค.) ณ วันที่ 20 มิ.ย 61

4. กรมศุลกากรได้เพิ่มด้านศุลกากรตั้งแต่ปี 2560-2561(มค.- พค.) ณ วันที่ 20 มิ.ย 61

5. กรมศุลกากรได้ปรับปรุงข้อมูลย้อนหลังตั้งแต่ปี 2555-2559 ณ วันที่ 29 มิ.ย 61

3.2 นโยบายสนับสนุนการส่งออกอาหารเสริมสมุนไพร

การส่งเสริมการส่งออกเป็นองค์การภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงพาณิชย์ มีภารกิจหลักในการส่งเสริมผู้ประกอบการผลิตและผู้ส่งออกให้สามารถใช้ศักยภาพการผลิตและการตลาดได้อย่างเต็มที่ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับสินค้าตลาดโลก เสริมสร้างภาพลักษณ์และค่านิยมสินค้าไทยทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งมุ่งส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักในฐานะศูนย์กลางการผลิต การค้าและการแสดงสินค้าระดับนานาชาติ

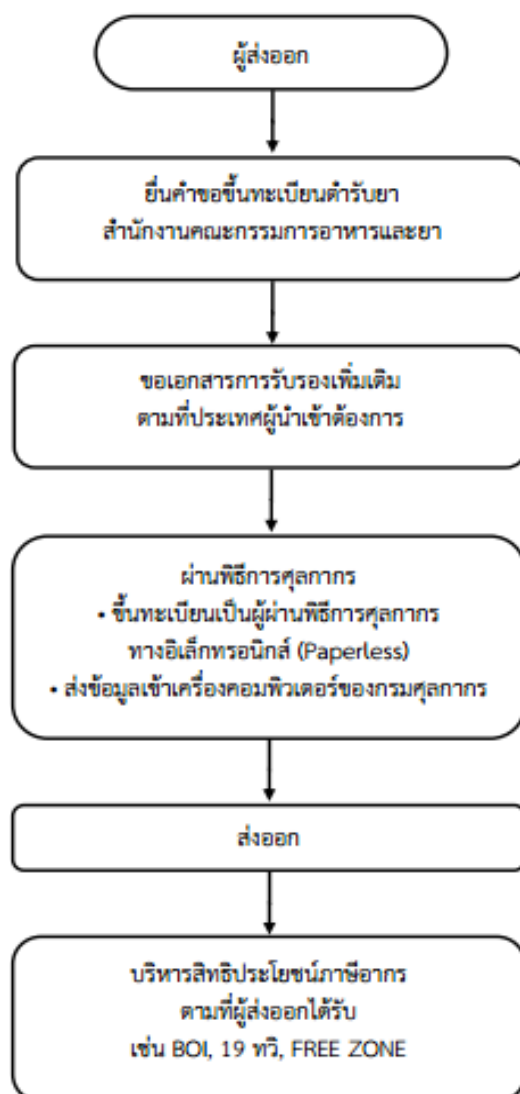
อำนาจหน้าที่

1. เสนอนโยบายและจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการค้าและการตลาด รวมทั้งเสนอแนะแนวทางและมาตรการส่งเสริมการส่งออก
2. จัดทำและให้บริการข้อมูลการค้า และส่งเสริมเทคโนโลยีสารสนเทศในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกแก่ผู้ผลิต ผู้ส่งออกไทย และผู้นำเข้าต่างประเทศ
3. เผยแพร่และประชาสัมพันธ์สินค้าไทยเพื่อส่งเสริมการส่งออก
4. พัฒนาความรู้ความสามารถแก่ภาคเอกชนในด้านการค้าต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมสมรรถภาพในการส่งออก ตลอดจนประสานงานและให้ความร่วมมือแก่สถาบันและองค์กรต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการส่งออก

ภารกิจหลัก

1. ส่งเสริมการส่งออกและขยายตลาดสินค้า / บริการไทย โดยมีเป้าหมายคือรักษาสถานะเดิมและขยายตลาดใหม่
2. พัฒนาและให้บริการด้านการค้า และการเพิ่มศักยภาพในการส่งออก อาทิ การขยายฐานผลิตไปยังต่างประเทศ
3. เสริมสร้างศักยภาพความเข้มแข็งให้ผู้ส่งออกไทย โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้ได้มาตรฐาน และทำการตลาดต่างประเทศได้มากขึ้น
4. ส่งเสริมและการสร้างภาพพจน์สินค้าและบริการไทยให้เป็นที่น่าเชื่อถือได้ ทั้งคุณภาพและบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว

ขั้นตอนการส่งออก : อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ



บทที่ 4 ผลการศึกษา

ในปัจจุบันตลาดสมุนไพรไทยมีแนวโน้มโตขึ้น ประมาณ 30 % ส่งออกปีละ 1000 ล้านบาท ซึ่งสมุนไพรเจ้าใหญ่ๆของโลกปัจจุบันคือ จีนและอินเดีย อาจมีญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ ส่วนของประเทศไทยสมุนไพรไทยโตขึ้นอย่างรวดเร็ว มีการคาดการณ์ว่าจะโตขึ้นประมาณ 10 % ต่อปี แต่ในปี 2560 โตขึ้นราว 30 % ต่อปี โดยมีมูลค่าประมาณ 3.92 หมื่นล้านบาท และคาดว่าจะขยายตัวเป็น 5.69 หมื่นล้านบาท ในปี 2564 ซึ่งถือว่าการขยายตัวของสมุนไพรที่ดีในเชิงเศรษฐกิจ และผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรมีความพร้อมอย่างมากที่จะนำสินค้าออกสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ

ก่อนการเปิดการค้าเสรี อุตสาหกรรมสมุนไพรไทยจะสามารถแข่งขันกับตลาดโลกเป็นไปได้ยาก เนื่องจากการผลิตยาสมุนไพรยังไม่ค่อยมีนวัตกรรม นอกจากนี้ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรยังไม่ได้รับมาตรฐานที่สูงมากนัก ทำให้ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่น ผลสืบเนื่องมาจากกระแสพันธกรณีลดภาษีและยกเลิกมาตรการโควต้าภาษีที่ไทยได้ทำการตกลงเขตการค้าเสรี อาเซียนหรืออาฟต้า (AFTA) ที่ก่อนหน้านี้มีการทำความตกลงลดภาษีมาตลอด จนกระทั่งลดลงเหลือ 0 % แทบทุกรายการ “ตั้งแต่พ.ศ.2536 Afta มี 6 ประเทศ รวมตัวกันเพื่อให้เศรษฐกิจและการค้าฝั่งอาเซียนเข้มแข็ง ต่อมาก็มีน้องใหม่อีก 4 ประเทศคือพม่า ลาว กัมพูชา และเวียดนาม ก็มีการเจรจาปรับลดกำแพงภาษี โดยเริ่มที่กลุ่มรุ่นพี่ 6 ประเทศก่อน ตกลงว่าจะลดภาษีลงให้มากที่สุดจนให้เหลือ 0% ก็มีการลดลงมาเรื่อยๆ จนกระทั่ง 1 มกราคม นี้คือเหลือ 0% แทบทุกรายการ มีเฉพาะที่อ่อนไหวมากๆ บางรายการที่เรายังคงภาษีไว้ 5%”

สำหรับการวิเคราะห์ผลกระทบการเปิดการค้าเสรี ในการศึกษานี้จะทำการศึกษาวิเคราะห์ผลกระทบการเปิดการค้าเสรีกับประเทศไทยและประเทศคู่เจรจาการค้า และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าและส่งออกผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรเพื่อสุขภาพของประเทศสมาชิกอาเซียน 10 ประเทศ และประเทศคู่เจรจาการค้า 6 ประเทศ วิเคราะห์ผลกระทบก่อนและหลังการเปิดการค้าเสรีที่มีผลต่อการลดภาษีนำเข้าสินค้า การส่งออกสินค้าระหว่างประเทศสมาชิก และสภาพอุตสาหกรรมภายในประเทศ

4.1 ผลกระทบการเปิดการค้าเสรีต่ออาหารเสริมสมุนไพรสุขภาพระหว่างประเทศในอาฟต้า

การเข้าร่วมการค้าเสรีอาเซียนของประเทศสมาชิกมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะลดการกีดกันทางการค้าไม่ว่าจะเป็นมาตรการทางด้านภาษี และไม่ใช่ว่าภาษี ซึ่งมีจุดมุ่งหมายที่จะทำให้การค้าระหว่างประเทศสมาชิกมากขึ้นโดยศึกษาข้อมูลกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการค้าคือการนำเข้าและส่งออกผลิตภัณฑ์สุขภาพ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการเจรจา เพื่อพัฒนาตลาดและลดอุปสรรคและการส่งเสริมความสะดวกทางการค้าไปพร้อมกับความคุ้มครองผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

แนวยุทธศาสตร์ 4 ด้าน คือ การส่งเสริมการปลูกและแปรรูปสมุนไพร, การพัฒนาอุตสาหกรรมทั้งในและต่างประเทศ, การส่งเสริมสมุนไพรรักษาโรค และการสร้างความเข้มแข็งของการบริหารนโยบายภาครัฐอย่างยั่งยืน ปัจจุบันสมุนไพรไทยมีหลายพันธุ์ เช่น ว่านหางจระเข้ กล้วยนาฬิกา พริกไทย ส้มแขก และฟ้าทะลายโจร เป็นต้น แต่ที่เป็นแชมป์ คือ ขมิ้นชัน ไพล กระจับปี่ และบัวบก แต่สมุนไพรที่มีพื้นที่ปลูกมากที่สุดคือ ว่านหางจระเข้ ขมิ้นชัน กล้วยนาฬิกา พริกไทย บัวบก กระจับปี่และไพล ตลาดส่งออกหลักของสมุนไพรไทยอยู่ที่ประเทศญี่ปุ่น จีน และฮ่องกง มีมูลค่าส่งออก 600 ล้านบาท ส่วนตลาดสารสกัดสมุนไพรนั้นอยู่ที่เมียนมา จีน ญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา มูลค่าการส่งออกอยู่ 300 ล้านบาท

หลังจากมีการรวมกลุ่มการค้าเสรีการค้า อุตสาหกรรมสมุนไพรไทยมีมูลค่าตลาดรวม 48,000 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตปีละ 15-20% แต่ที่ผ่านมาต้องเผชิญปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจและการแข่งขันบนเวทีการค้าโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้า(FTA) อาเซียนที่เปิดโอกาสให้มีการนำเข้าผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากมาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และสิงคโปร์ ซึ่งมีพัฒนาการทางเทคโนโลยีสูงกว่าไทย

ทั้งนี้เมื่อมีการเปิดเสรีทางการค้าอาเซียนในปี 2553 ไทยจะต้องแข่งขันกับยาสมุนไพรนำเข้าจากจีน มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ซึ่งผลิตยาสมุนไพรระดับสารสกัดมาตรฐาน มีผลวิเคราะห์ทางวิทยาศาสตร์ต่างๆ รวมถึงผลการทดลองในคนตามมาตรฐานเดียวกับยาแผนปัจจุบันมาประกอบการทำตลาด ซึ่งภาคเอกชนไทยยังไม่มียาสมุนไพรระดับนี้เลย ทำให้ผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศมีความได้เปรียบทั้งในด้านราคาและคุณภาพ

ผู้ประกอบการในประเทศจะสูญเสียส่วนแบ่งตลาดไปมูลค่าถึง 8,000-10,000 ล้านบาทในปีแรกหลังจากข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียนมีผลบังคับใช้ในปลายปี2553 ซึ่งเวลานั้นมูลค่าตลาดในประเทศอาจมีมูลค่า 50,000-60,000 ล้านบาท และมีผลกระทบต่อเนื่องต่ออุตสาหกรรมสมุนไพรไทยอีกปีละไม่ต่ำกว่า 8-10% ในปีถัดไป

การส่งออกสมุนไพรของไทยในแต่ละปีไม่สูงมากนัก นอกจากถูกใช้ในประเทศแล้ว สมุนไพรยังต้องเพิ่มระดับคุณภาพให้ได้มาตรฐานสากลด้วย โดยเฉพาะวัตถุดิบและคุณสมบัติของสินค้าให้มีความสม่ำเสมอ ซึ่งสินค้าที่มีแนวโน้มดีมากและเป็นที่ต้องการของตลาดโลก คือ สารสกัดสมุนไพร ในช่วง 6 เดือนแรกไทยส่งออกกว่า 3.8 ล้านเหรียญสหรัฐ (ประมาณ 133 ล้านบาท) ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 11 มีตลาดหลัก คือ เมียนมา จีน และสหรัฐฯ ขณะที่ตลาดฮ่องกงมีอัตราการขยายตัวที่สูงมากร้อยละ 457 หรือ มีมูลค่า 1.7 แสนเหรียญสหรัฐฯ

สำหรับตลาดในประเทศของสมุนไพร (ไม่รวมเครื่องสำอาง) มีทั้งผลิตภัณฑ์ยาโรคและอาหารจากสมุนไพรปี 58 แบ่งเป็น 2 กลุ่ม โดยกลุ่มอาหารสมุนไพร (เครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร) มีมูลค่าราว 26,852 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 8.3 ขณะที่กลุ่มยาสมุนไพร (แก้ไอ แก้แพ้ ทาแก้ปวด ช่วยย่อยอาหาร) มีมูลค่า 5,850 ล้านบาท หรือ เพิ่มขึ้นร้อยละ 7 ทั้งนี้คาดว่าปีนี้ตลาดรวมมีมูลค่ากว่า 35,000 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 7.2

กลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพมากในตลาด คือ กลุ่มอาหาร อาหารเสริม และเวชสำอาง มีการขยายตัวตลอด 10 ปีที่ผ่านมา แนวโน้มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรของไทยในปีนี้ ยังคงมีแนวโน้มพอใช้ โดยปัจจัยหนุนหลักมาจากการขยายตัวตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพและใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติมากขึ้น อีกทั้งแรงหนุนจากธุรกิจเกี่ยวเนื่อง และโครงสร้างประชากรและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป สังคมผู้สูงอายุ กระแสค่านิยม รวมถึงการสนับสนุนจากภาครัฐในการเข้าถึงยาสมุนไพร ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจขยายตัวมากขึ้น ส่วนหนึ่งสะท้อนจากมูลค่ายอดขายผลิตภัณฑ์ยาและอาหารจากสมุนไพร

ทั้งนี้กระแสดังกล่าวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของโรคหัวใจและหลอดเลือด เบาหวานและความดันโลหิตสูง โรงเรือนรังประเภทต่างๆ และการกระตุ้นค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพ ตามแนวทางของการแพทย์กระแสหลัก รวมถึงการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ การลดลงของรายได้ในครัวเรือน สิทธิประโยชน์ในการรักษาพยาบาลที่ไม่ครอบคลุม ตลอดจนความสามารถของระบบอินเทอร์เน็ตทั้งในด้านการสามารถในการเจาะเข้าสู่กลุ่มเป้าหมายและความสะดวกในการเข้าถึง

4.2 ผลกระทบการค้าการเปิดเสรีของประเทศสิงคโปร์

ประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศแรกๆในกลุ่มสมาชิกอาเซียนที่มีการเปิดการค้าเสรีเพื่อพัฒนาตลาดยาสมุนไพรและยาโบราณของภูมิภาค เนื่องจากเกือบร้อยละ 75 ของจำนวนประชากรทั้งหมดในประเทศสิงคโปร์ มีเชื้อสายจีน ส่งผลให้ผู้บริโภคชาวสิงคโปร์ส่วนใหญ่ มีความคุ้นเคยกับการรับประทานยาจีนเป็นอย่างดี ประกอบกับชาวสิงคโปร์ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ

ของตนเองเป็นอย่างมาก ตลาดวิตามินและอาหารเสริมของประเทศสิงคโปร์มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องหลังจากที่ได้มีการทำการค้าเสรีมีมูลค่าการจำหน่าย รวมอยู่ที่ 502.7 ล้านดอลลาร์ สิงคโปร์ ด้วยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 4.2 ต่อปี ส่วนหนึ่งมาจากการใช้ชีวิตของชาว สิงคโปร์ มีความรีบเร่งและชั่วโมงการทำงานเพิ่มขึ้น ทำให้พวกเขาต้องออกมารับประทานอาหาร นอกบ้านอยู่เป็นประจำ ส่งผลให้การรับประทานอาหารมากเกินไป และขาดการควบคุมสมดุลทาง โภชนาการ ดังนั้นผู้ที่การศึกษาสูง จึงตระหนักในเรื่องของสุขภาพจึงเลือกหันมารับประทาน วิตามินและอาหารเสริม ทั้งนี้พบว่าการรับประทานวิตามินและผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในรูปของยา อัดเม็ด กำลังได้รับความนิยมมากสุดในกลุ่มผู้บริโภค

สิงคโปร์เป็นตลาดที่มีการค้าเสรีที่มีการแข่งขันสูง เนื่องจากมีมาตรฐานในการผลิตที่ผ่าน การรับรองคุณภาพสากล ระหว่างพ.ศ. 2547-2551 ในสิงคโปร์ได้มีการนำเข้าอาหารเสริมสุขภาพ และยาแผนโบราณจากจีนเพิ่มขึ้นจาก 21.89 ล้านเหรียญสหรัฐ (744.26 ล้านบาท) ในพ.ศ. 2547 เป็น 35.65 ล้านเหรียญสหรัฐ (1,212 ล้านบาท) ในพ.ศ. 2551 ในขณะที่ปริมาณผลิตภัณฑ์ยาจีน แผนโบราณที่ผลิตขึ้นเองในสิงคโปร์ก็เพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นกัน เทียบเท่าร้อยละ 34 ของผลิตภัณฑ์ยา จีนแผนโบราณจีนทะเบียนในสิงคโปร์จำนวน 8,767 ชนิดที่ได้รับอนุมัติให้จำหน่ายในตลาด

รัฐบาลสิงคโปร์วางเป้าหมายที่จะเป็นฐานการผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสมุนไพร และ อุตสาหกรรมในการผลิตยาและเวชภัณฑ์ ของสิงคโปร์สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มคิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 22 ของอุตสาหกรรมทั้งหมด อัตราภาษีการนำเข้า การนำเข้าพืชและผลิตภัณฑ์ไม่ มีการจ่ายภาษีอากร แต่จะต้องจ่ายภาษี The goods and services Tax (GST) ในอัตรา 7 %

ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ด้านเภสัชกรรมของสิงคโปร์ทุกชนิดที่วางจำหน่ายในประเทศ หรือส่งออก จะต้องขออนุญาต จาก Centre of Drug Administration (CDA) เป็นหน่วยงานที่คอยตรวจสอบ คุณภาพและมาตรฐานความปลอดภัย โดยทุกบริษัทจะต้องได้รับมาตรฐาน GMP ดังนั้นการเปิด การค้าเสรีส่งผลดีต่อประเทศสิงคโปร์

ตารางที่ 4.1 มูลค่าการนำเข้ายาสมุนไพรสำหรับรักษาโรค (HS:3004.90) ของสิงคโปร์

HS	Description	Millions of US Dollars			% Share			% Change	
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	16/15	17/16
				Jan - Apr			Jan - Apr		Jan - Apr
World		296799.4	283043.1	102350.9	100	100	100	-4.63	15.33
3004 Medicaments (Except Vaccines E)		1209.9	1289.7	448.6	0.41	0.46	0.44	6.6	9.2
300490	Other 3004	1108.8	1203.7	418.3	91.65	93.33	93.24	8.56	8.34

Source of data: International Enterprise Singapore

ตารางที่ 4.2 ประเทศคู่ค้า 5 อันดับแรกของการนำเข้ายาสมุนไพรสำหรับรักษาป้องกันโรค (HS:3004.90) ของสิงคโปร์

Rank	Country	Millions of US Dollars			% Share			% Change	
		2015	2016	2017	2015	2016	2017	16/15	17/16
				Jan - Apr			Jan - Apr		Jan - Apr
0	World	1108.8	1203.7	418.3	100	100	100	8.56	8.34
1	Switzerland	122.6	166.9	75.0	11.06	13.87	17.93	36.14	86.99
2	Germany	188.6	212.2	56.6	17.01	17.63	13.53	12.55	-32.38
3	United States	166.3	160.0	48.4	15	13.29	11.57	-3.78	-8.58
4	Ireland	52.4	31.0	27.3	4.73	2.58	6.52	-40.79	163.22
5	Belgium	67.8	64.9	25.6	6.11	5.4	6.12	-4.2	35.71
6	Thailand	16.1	12.6	3.9	1.45	1.04	0.93	-21.91	-8.25

Source of data: International Enterprise Singapore

4.3 ผลกระทบการค้าเสรีของประเทศเมียนมา

โดยทั่วไปแล้วชาวประเทศเมียนมายังคงนิยมใช้ยาแผนโบราณ ควบคู่ไปกับการรักษาแบบยาแผนปัจจุบัน โดยการเปิดการค้าเสรีของประเทศเมียนมา โดยดำเนินการยกเลิกกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคทางการค้าต่างๆ อาทิ เช่น กระบวนการออกใบอนุญาตส่งออก นำเข้า สินค้า ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงขององค์การการค้าโลก ว่าด้วยแนวทางการอำนวยความสะดวกทางการค้าและการออกใบอนุญาตส่งออก นำเข้าสินค้าของกลุ่มประเทศอาเซียน

ข้อมูลการนำเข้าสมุนไพรและผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร การบังคับใช้กฎหมายสำหรับสมุนไพร ยังไม่มีกฎที่ชัดเจน โดยจะต้องขออนุญาตรายกรณีและรายสินค้า ซึ่งสถิติการนำเข้าสมุนไพรของเมียนมาโดยส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าโดยไม่ขออนุญาตถูกต้องตามกฎหมายจึงทำให้ไม่มีสถิติที่แน่ชัดเกี่ยวกับการนำเข้าดังกล่าว

อัตราภาษีนำเข้า ภาษีการค้าร้อยละ 5 ภาษีการนำเข้าร้อยละ 1 โดยทั่วไปแล้วตลาดของเมียนมายังไม่แข็งแรงมากนักสำหรับการค้า ถึงแม้ว่าจะมีแนวโน้มการดูแลสุขภาพที่สูงขึ้นสำหรับการร่วมการค้าที่ยังมีข้อจำกัดบางประการผู้ที่ประสงค์จะนำเข้าและส่งออกต้องได้รับอนุญาตจากหนังสือราชการก่อนควรพิจารณาสินค้าให้เหมาะสมกับผู้บริโภค รวมถึงหาพันธมิตรทางการค้า

ตารางที่ 4.3 รายชื่อผู้นำเข้า กลุ่ม Modern Trade

ลำดับ	บริษัท	ที่อยู่	ติดต่อ
1.	City Mart Holding Co., Ltd. (City Mart Super Market)	Unit No.1-5, Aung San Stadium (South Wing) Kun Chan Road, Mingalar Taung Nyunt Township, Yangon.	Tel: (951) 253022/33/44, 253251, 240251, Fax: (951) 253065 winwintint@city.com.mm, wwintint@gmail.com enquiry@city.com.mm, adv-promotion@city.com.mm mkt-mtnaing@citymart.com www.cmhl.com.mm
2.	Creation Co., Ltd.	No.15-18, Tharmain Bayan Rd, Myittar Yeik Mon Housing, Tarmwe Tsp, Yangon, Myanmar	Tel: (95) 98623381-3, (95) 92027615 nonfoodmm1@creation.com.mm clubmemo7@creation.com.mm food1import1@creation.com.mm n1import@goldenland.com.mm amss1014@gmail.com
3.	Ga Mone Pwint Co., Ltd (GMP)	245, Bargayar Road, Sanchaung Tsp, Yangon.	Tel: (951) 516533-6, 526928, 524963 Fax: (951) 526926 naylrynnoo@gmail.com, ekchudanat@gmail.com gmp@mptmail.net.mm, gmpretail@mptmail.net.mm www.gmpretail.net

4.4 ผลกระทบการค้าเสรีของพม่าและไทย

การจากสำรวจพบว่าพม่าและไทยมีความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากสมุนไพรมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการมีมาตรฐานในการผลิตที่ได้รับคุณภาพและการยอมรับ ปัจจุบันผู้บริโภคชาวพม่าและไทยเริ่มสนใจผลิตภัณฑ์ยาที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ผลิตยาเริ่มนำสมุนไพรมาใช้ในการรักษาโรคเพิ่มขึ้น

ข้อมูลการนำเข้าสมุนไพรของมาเลเซีย (พิกัด 1211 และ 1302) จากต่างประเทศประมาณ 18,026 ตัน คิดเป็นมูลค่า 126.42 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในจำนวนนี้เป็นการนำเข้าสมุนไพรที่ใช้ไปในงานเภสัชกรรม (พิกัด 1211) ประมาณ 12,394 ตัน คิดเป็นมูลค่า 78.53 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีการนำเข้าจากจีนมากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 65 รองลงมาเป็นฮ่องกงร้อยละ 13 ส่วนการนำเข้าจากประเทศไทยคิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.25 แต่ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ถือว่าได้มีส่วนทางการตลาดของไทยมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น แม้ว่าปัจจุบันการนำเข้าจะลดลงร้อยละ 15.44 โดยมีสาเหตุหลักมาจากค่าเงินที่อ่อนค่าลง เมื่อเทียบกับเงินบาท

ตารางที่ 4.4 มูลค่าการนำเข้าสมุนไพรที่นำไปใช้ทางเภสัชกรรม (พิกัด 1211)

ประเทศ	มูลค่า (ล้าน สรอ.)			สัดส่วน (%)			อัตราเติบโต (%) 16/15
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	
1. จีน	60.61	57.52	51.67	65.43	64.38	65.71	-10.17
2. ฮ่องกง	16.56	14.93	10.41	17.89	16.71	13.24	-30.27
3. อินเดีย	2.49	3.87	3.73	2.69	4.33	4.74	-3.75
4. เวียดนาม	2.41	3.06	3.25	2.60	3.42	4.13	6.41
5. ไต้หวัน	3.15	3.61	3.18	3.40	4.04	4.04	-11.86
12. ไทย	0.11	0.23	0.20	0.12	0.26	0.25	-15.44
รวมทั้งโลก	92.63	89.35	78.63	100.00	100.00	100.00	-12.00

ตารางที่ 4.5 มูลค่าการนำเข้าสิ่งสกัดจากพืช (พิกัด 1302)

ประเทศ	มูลค่า (ล้าน สรอ.)			สัดส่วน (%)			อัตราเติบโต (%) 16/15
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	
1. จีน	10.21	10.47	11.62	22.74	23.80	24.31	10.96
2. ไต้หวัน	6.80	7.77	8.22	15.14	17.66	17.21	5.81
3. อินโดนีเซีย	1.63	3.60	4.56	3.62	8.19	9.54	26.55
4. สหรัฐฯ	4.79	2.91	3.62	10.67	6.62	7.59	24.41
5. อินเดีย	5.99	3.24	3.27	13.33	7.37	6.84	0.76
20. ไทย	0.32	0.38	0.32	0.71	0.86	0.67	-15.74
รวมทั่วโลก	44.90	44.00	47.79	100.00	100.00	100.00	8.61

อัตราภาษีนำเข้า และอัตราภาษีการจัดจำหน่ายและภาษีอื่น ๆ มาเลเซียลดภาษีนำเข้าสมุนไพรเหลือร้อยละ 0 ตามความตกลงการค้าอาเซียน (ASEAN Trade in Goods Agreement: ATIGA) อย่างไรก็ตาม เมื่อนำสินค้าเข้ามาจำหน่ายในมาเลเซียจะต้องเสียภาษีสินค้าและบริการ Goods and Services Tax (GST) ในอัตราร้อยละ 6

ดังนั้นการเปิดการค้าเสรีโดยมีข้อตกลงระหว่างอาเซียนจะทำให้แนวโน้มการเติบโตของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสกัดจากสมุนไพรเพื่อบำรุงร่างกายมีความจำเป็นอย่างมากเป็นประโยชน์ต่อภาคการค้าในประเทศ รวมไปถึงการลดภาษีนำเข้า แต่ปริมาณการนำเข้าก็ยังมีไม่มากนัก ภาครัฐจึงเข้ามาส่งเสริมให้ผู้ผลิตในประเทศผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล เพื่อเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา

การเปิดการค้าเสรีการค้าระหว่างประเทศสมาชิกในอาเซียนก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้ผลิตและผู้บริโภคของไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจะศึกษาผลกระทบการเขตการค้าเสรีอาเซียนต่ออุตสาหกรรมผลิตภัณฑอาหารเสริมสมุนไพรเพื่อบำรุงสุขภาพในประเทศไทยและประเทศสมาชิกแรกในอาเซียนโดยพิจารณาผลกระทบที่เกิดจากการนำเข้า ส่งออก และอัตราภาษีเปรียบเทียบกับประเทศไทยว่ามีโอกาสเป็นประเทศที่นำเข้าสมุนไพรที่เติบโตได้หรือไม่ การค้าระหว่างประเทศและส่วนแบ่งตลาดของสินค้าของประเทศสมาชิก โดยศึกษาประเทศไทย สิงคโปร์ เมียนมา และมาเลเซีย ที่เป็นผู้นำด้านสมุนไพร เนื่องจากมีภูมิอากาศ ภูมิประเทศ ที่เหมาะกับการปลูกพืชสมุนไพรเพื่อนำมาสกัดเป็นผลิตภัณฑอาหารเสริม ในช่วงเวลาก่อนการเปิดการค้าเสรี ปี 2544-2551 และหลังการเปิดการค้าเสรี 2551-2559 ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังนี้

ประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศที่มีการค้าเสรีตั้งแต่อยู่แล้ว ดังนั้นประเทศสิงคโปร์จึงเป็นผู้นำในเรื่องการผลิตและส่งออกสมุนไพร ซึ่งการที่มีการเปิดการค้าเสรีขึ้นมาก็ให้กระแสดความนิยมความต้องการอาหารเสริมที่สกัดมาจากสมุนไพรยิ่งทวีคูณขึ้น และประเทศสิงคโปร์ยังมีการะบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานสากลที่ทันสมัยและก้าวล้ำด้านเทคโนโลยี ซึ่งจะทำให้คู่แข่งที่จะตลาดอาหารเสริมของสิงคโปร์ทำได้ยาก วัดได้จากปริมาณการนำเข้าและส่งออกที่เพิ่มขึ้นไปทุกๆปี

ประเทศเมียนมาที่มีการเปิดการค้าเสรีทำให้ประเทศลาว สามารถเพิ่มศักยภาพในการผลิตสมุนไพรได้ดีขึ้น เนื่องจากภูมิประเทศของเมียนมาเหมาะแก่การปลูกพืชสมุนไพรเพื่อส่งออก แต่ผลกระทบการเกิดขึ้นจากการนำเข้าส่งออก เพื่อชนะคู่แข่งในประเทศเมียนมาก็ยังมีอยู่มาก ก่อนการเปิดการค้าเสรีการนำเข้าสมุนไพรในประเทศเมียนมามีการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการนำเข้าสมุนไพรยังไม่มีชัดเจน โดยมีข้อตกลงว่าจะต้องมีการขออนุญาตเป็นรายกรณีและรายสินค้า ซึ่งมีขั้นตอนและรายละเอียดที่ยุ่งยาก ซึ่งจากการวิเคราะห์พบว่า สถิติการนำเข้าสมุนไพรของเมียนมาโดยส่วนใหญ่การนำเข้ายังไม่มีมีการขออนุญาตที่ถูกต้องตามกฎหมายจึงทำให้ไม่มีสถิติที่แน่ชัดในการนำเข้าอาหารเสริมสมุนไพร ในภายหลังจากการมีการค้าเสรีเข้ามาทำให้ประเทศสมาชิกให้ความช่วยเหลือ ทำให้ตลาดเมียนมาเติบโตขึ้น และสามารถกระจายสินค้าได้มากขึ้น

มาเลเซียมีการพัฒนาอุตสาหกรรมจึงทำให้มีการเปลี่ยนแปลงปริมาณการนำเข้าส่งออกเพิ่มขึ้น โดยมาเลเซียมีการตั้งเป้าหมายในปี 2563 ไว้ว่าต้องเป็นประเทศที่มีรายได้สูง โดยโครงสร้างประชากรส่วนใหญ่จะเป็นวัยทำงาน ร้อยละ 40 ช่วงอายุประมาณ 25-54 ปี เป็นกลุ่มที่มีการซื้อสูงทำให้ชาวมาเลเซียส่วนใหญ่นิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน และต้องพึ่งอาหารเสริมสมุนไพรเพิ่มสูงขึ้น แต่ผลกระทบของประเทศมาเลเซียถึงแม้ว่าจะยอมลดภาษีนำเข้าตามความตกลงของการค้าอาเซียน แต่ข้อดีเมื่อนำสินค้าเข้ามาจำหน่ายในมาเลเซียต้องเสียภาษีในอัตราร้อยละ 6 ซึ่งสูงกว่าประเทศสมาชิกอื่นๆ

สำหรับภาพรวมการค้าเสรีภายในประเทศสมาชิก พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น เนื่องจากบางประเทศก่อนมีการเปิดเสรีทางการค้ายังมีบางขั้นตอนที่ทำได้ยาก แต่หลังจากที่มีการร่วมมือทางการค้าสำหรับประเทศสมาชิกแล้ว สามารถนำเข้าและส่งออกได้มากขึ้น อาหารเสริมสุขภาพที่มีคุณสมบัติเป็น ยา (Nutraceutical) จะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ดังนั้นจึงท้าทายให้ประเทศต่าง ๆ ที่มีศักยภาพด้านการผลิตรวมทั้งการวิจัยและพัฒนาต่างเร่งพัฒนาขีดความสามารถ สมุนไพรเป็นทุนทางวัฒนธรรม เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของไทย ต่อยอดออกมาเป็นมูลค่ามหาศาล เฉพาะตลาดสมุนไพรในอาเซียน ประเทศไทยค่อนข้างได้เปรียบในเรื่องมาตรฐาน โดยรวมแล้วประเทศสมาชิกที่มีความสามารถในการแข่งขันกับตลาดโลกซึ่งสามารถพิจารณาขั้นตอนการส่งออกและนำเข้าที่เพิ่มขึ้นในทุกๆ ปีในกลุ่มประเทศสมาชิกจากหลังมีการเปิดการค้า

บรรณานุกรม

หนังสือและบทความในหนังสือ , เอกสาร, สื่ออิเล็กทรอนิกส์

คณะทำงาน (ดร.บุญชัย พิทักษ์ดำรงกิจ). (2558). “ผลกระทบจากการเปิดเสรีการค้าการส่งออกและการขยายตัวทางเศรษฐกิจ”.

รัตนา สายคณิต และ พุทธกาล รัชชร. (2459). “ เศรษฐศาสตร์การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ” .

กรุงเทพ: คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เพลินใจ ดังคณะกุล. (2554). ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคืออะไร, นิตยสารอิเล็กทรอนิกส์, สำนักบริการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2554). สืบค้นจาก

<https://www.ku.ac.th/e-magazine/april45/know/food.html>.

มูลค่าตลาดวิตามินและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร. (2559). Marketeer. สืบค้นจาก

<https://marketeer.co.th./archives/91299>.

สุรินทร์ จงดีประเสริฐ. (2554). ประกาศกระทรวงผลิตภัณฑ์อาหารเสริม. สืบค้นจาก

<http://www.slideshare.net/surangj/ss-12596306>.

อาณัติ นิติธรรมขง. (2547). อาหารเพื่อสุขภาพโภชนาการ. สืบค้นจาก

http://library.christian.ac.th/opac/showsearch_bk.php?pointer=T020283.

Aaker, D. A. (1996). Managing brand equity: Capitalizing on the value of a band

เส้นทางเศรษฐกิจออนไลน์. (2562). กรมเจรจา เสริมศักยภาพเกษตรสมุนไพรบ้านดงบัง สู่อุตสาหการค้าเสรี. สืบค้นจาก

https://www.sentangsedtee.com/today-news/article_100431

รศ. ดร. ธวัชชัย บุญโชค และ ผศ. เสาวคนธ์ พิระพันธุ์. (2553). “ผลกระทบและการประมวลผลประโยชน์ที่ไทย ได้รับจากการ เปิดเสรีทางการค้า FTA ในภาคบริการสุขภาพ” สืบค้นจาก

http://www.hss.moph.go.th/fileupload_doc_slider/2016-12-08--440.pdf

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรม
ศุลกากร. รายงานประจำปี 2559.

เอกสารประกอบการประชุมของคณะทำงานและกลุ่มสมุนไพรรายได้คณะอนุกรรมการเร่งรัดนโยบาย
เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ : วันที่ 18 มีนาคม 2559

ศูนย์เรียนรู้วัฒนธรรมเกษตรล้านนา มหาวิทยาลัยแม่โจ้. บทความ 2557

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2553). <<http://www.dtn.moc.go.th>>

กระทรวงพาณิชย์. (2561). <<http://www.moc.go.th/>>

จิรวุฒิ หลอมประโคน และประพล เปรมทองสุข. (2555). รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงวัย
ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ม.อุบล ๓. 3(1):145-162.