

<p><b>โครงสร้าง / ภาพรวมของธุรกิจ</b></p> <p>คาดการณ์ว่าในแต่ละปีมูลค่าการค้าผลิตภัณฑ์เครื่องเทศและสมุนไพรในตลาดโลกสูงถึง 10,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ</p> <p>ตลาดใหญ่ คือตลาดยาสมุนไพร และเครื่องสำอาง</p> <p>สินค้าสมุนไพรแบ่งออกได้เป็น 8 ประเภท ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. น้ำมันหอมระเหย (Essential Oil) 243.34 ล้านบาท</li> <li>2. ยารับประทาน 114.10 ล้านบาท</li> <li>4. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องดื่ม 283.67 ล้านบาท</li> <li>5. เครื่องสำอาง 10,645.28 ล้านบาท</li> <li>6. สมุนไพร 146.60 ล้านบาท</li> <li>7. สารสกัดสมุนไพร 138.14 ล้านบาท</li> <li>8. ไซท์ที่ได้จากพืช 1.88 ล้านบาท</li> </ol> <p>** (ปี 2562 ม.ค. – พ.ค.)</p> <p><b>ตลาดเป้าหมาย (ตลาดหลัก/ตลาดรอง)</b></p> <p>ตลาดหลัก: ญี่ปุ่น ตลาดกลุ่ม CLMV</p> <p>ตลาดรอง: ตลาดจีน และอาเซียน เช่น ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย</p> <p><b>ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ธุรกิจบริการสปา เนื่องจากใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมจากสมุนไพร</li> <li>2. ธุรกิจอาหารเสริมสมุนไพร ยาสมุนไพร</li> </ol>	<p><b>การวิเคราะห์ SWOT ของธุรกิจ</b></p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="810 331 1134 835"> <p><b>จุดแข็ง</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-ประเทศไทยอยู่ในเขตร้อน ซึ่งเหมาะกับการเติบโตของสมุนไพรสำคัญชนิดต่างๆ</li> <li>-มี Product Champion สามารถแข่งขันกับประเทศผู้นำด้านสมุนไพร</li> <li>-มีความเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาค และตลาดโลกเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล เทคโนโลยีการผลิต การตลาดและการลงทุน</li> </ul> </td> <td data-bbox="1137 331 1477 835"> <p><b>จุดอ่อน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-ขาดแคลนวัตถุดิบ</li> <li>-เกษตรกรขาดองค์ความรู้ และเทคโนโลยีในการผลิต</li> <li>-ปัจจัยการผลิตมีต้นทุนสูง ขาดการเชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรและผู้ประกอบการ</li> <li>-ขาดการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมเพื่อต่อยอดทางการค้าอย่างเป็นระบบ</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="810 840 1134 1249"> <p><b>โอกาส</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ</li> <li>-กระแสการรักสุขภาพ</li> <li>-สิทธิประโยชน์ในการรักษาพยาบาลที่ไม่ครอบคลุม</li> <li>-อุตสาหกรรมอาหารในต่างแดน</li> <li>-สามารถขยายการค้า การลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน</li> <li>CLMV</li> </ul> </td> <td data-bbox="1137 840 1477 1249"> <p><b>อุปสรรค</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-วัตถุดิบสมุนไพรมาจากป่าต่างๆ โดยเฉพาะป่าสงวนแห่งชาติในประเทศ</li> <li>-กฎหมายด้านความหลากหลายทางชีวภาพ</li> <li>-ความต้องการของตลาดไม่มีความแน่นอน ทำให้เกษตรกร/ผู้ประกอบการ ไม่กล้าลงทุน</li> </ul> </td> </tr> </table>	<p><b>จุดแข็ง</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-ประเทศไทยอยู่ในเขตร้อน ซึ่งเหมาะกับการเติบโตของสมุนไพรสำคัญชนิดต่างๆ</li> <li>-มี Product Champion สามารถแข่งขันกับประเทศผู้นำด้านสมุนไพร</li> <li>-มีความเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาค และตลาดโลกเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล เทคโนโลยีการผลิต การตลาดและการลงทุน</li> </ul>	<p><b>จุดอ่อน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-ขาดแคลนวัตถุดิบ</li> <li>-เกษตรกรขาดองค์ความรู้ และเทคโนโลยีในการผลิต</li> <li>-ปัจจัยการผลิตมีต้นทุนสูง ขาดการเชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรและผู้ประกอบการ</li> <li>-ขาดการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมเพื่อต่อยอดทางการค้าอย่างเป็นระบบ</li> </ul>	<p><b>โอกาส</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ</li> <li>-กระแสการรักสุขภาพ</li> <li>-สิทธิประโยชน์ในการรักษาพยาบาลที่ไม่ครอบคลุม</li> <li>-อุตสาหกรรมอาหารในต่างแดน</li> <li>-สามารถขยายการค้า การลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน</li> <li>CLMV</li> </ul>	<p><b>อุปสรรค</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-วัตถุดิบสมุนไพรมาจากป่าต่างๆ โดยเฉพาะป่าสงวนแห่งชาติในประเทศ</li> <li>-กฎหมายด้านความหลากหลายทางชีวภาพ</li> <li>-ความต้องการของตลาดไม่มีความแน่นอน ทำให้เกษตรกร/ผู้ประกอบการ ไม่กล้าลงทุน</li> </ul>
<p><b>จุดแข็ง</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-ประเทศไทยอยู่ในเขตร้อน ซึ่งเหมาะกับการเติบโตของสมุนไพรสำคัญชนิดต่างๆ</li> <li>-มี Product Champion สามารถแข่งขันกับประเทศผู้นำด้านสมุนไพร</li> <li>-มีความเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาค และตลาดโลกเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล เทคโนโลยีการผลิต การตลาดและการลงทุน</li> </ul>	<p><b>จุดอ่อน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-ขาดแคลนวัตถุดิบ</li> <li>-เกษตรกรขาดองค์ความรู้ และเทคโนโลยีในการผลิต</li> <li>-ปัจจัยการผลิตมีต้นทุนสูง ขาดการเชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรและผู้ประกอบการ</li> <li>-ขาดการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมเพื่อต่อยอดทางการค้าอย่างเป็นระบบ</li> </ul>				
<p><b>โอกาส</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ</li> <li>-กระแสการรักสุขภาพ</li> <li>-สิทธิประโยชน์ในการรักษาพยาบาลที่ไม่ครอบคลุม</li> <li>-อุตสาหกรรมอาหารในต่างแดน</li> <li>-สามารถขยายการค้า การลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน</li> <li>CLMV</li> </ul>	<p><b>อุปสรรค</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-วัตถุดิบสมุนไพรมาจากป่าต่างๆ โดยเฉพาะป่าสงวนแห่งชาติในประเทศ</li> <li>-กฎหมายด้านความหลากหลายทางชีวภาพ</li> <li>-ความต้องการของตลาดไม่มีความแน่นอน ทำให้เกษตรกร/ผู้ประกอบการ ไม่กล้าลงทุน</li> </ul>				
<p><b>ยุทธศาสตร์</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ส่งเสริมผลิตผลของสมุนไพรไทยที่มีศักยภาพตามความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ</li> <li>2. ส่งเสริมการใช้สมุนไพรเพื่อการรักษาโรคและการสร้างเสริมสุขภาพ</li> <li>3. พัฒนาอุตสาหกรรมและการตลาดสมุนไพรให้มีคุณภาพระดับสากล</li> <li>4. พัฒนาผู้ประกอบการใหม่ๆ ให้สามารถเข้าถึงตลาดนานาชาติ</li> <li>5. สร้างความเข้มแข็งของการบริหารและนโยบายภาครัฐเพื่อการขับเคลื่อนสมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน</li> </ol>	<p><b>แนวโน้ม / ประเด็นทางธุรกิจ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564 ซึ่งกระทรวงพาณิชย์รับผิดชอบดูแลด้านการตลาด</li> <li>2. สมุนไพร Product Champion มี 4 ชนิด ได้แก่ ไพล กระชายดำ ขมิ้นชัน และใบบัวบก</li> <li>3. การปลูกสมุนไพรตั้งต้นหรือสมุนไพรสำคัญของโลกเป็นธุรกิจที่ยังไม่มีในปัจจุบัน หรืออาจจะมีแต่ไม่ได้มีการรวมการพัฒนาเป็นจุดเดียว ทำให้ต่างชาติคว้าโอกาสไป เช่น ประเทศเกาหลีและญี่ปุ่นที่เข้ามาปลูกสมุนไพรบางชนิดที่ใส่ในอาหารเสริมในประเทศไทย แล้วส่งออกไปแปรรูป</li> </ol>				
<p><b>กลยุทธ์</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. จัดอบรมสัมมนาพัฒนาผู้ประกอบการที่มีศักยภาพและบรรยายความรู้เกี่ยวกับตลาดเป้าหมาย</li> <li>2. จัดคณะผู้แทนการค้าเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ</li> <li>3. งาน TOPTHAI BRAND ส่งเสริมให้มีการขายผ่าน Digital Platform เช่น Thaitrade.com</li> </ol>	<p><b>มูลค่าการค้า / การลงทุน (ปี 2562 (ม.ค. – พ.ค.) )</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มูลค่าส่งออกสมุนไพรไทย 146,605,230 ล้านบาท</li> <li>- มูลค่าการนำเข้า 280,164,942 ล้านบาท</li> </ul> <p>** รหัส HS Code (1211) พรรณไม้และส่วนของพรรณไม้ (รวมถึงเมล็ดและผล) ชนิดที่ใช้ประโยชน์หลักในการทำเครื่องหอม ในทางเภสัชกรรมหรือสำหรับ ฆ่าแมลง ฆ่ารา หรือวัตถุประสงค์คล้ายกัน สด แช่เย็น แช่เย็นจนแข็ง หรือแห้ง</p>				

<p><b>แนวทางการส่งเสริมที่ภาคเอกชนต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐ</b></p> <p>1.อุปสรรคจากนโยบายภาครัฐควรเร่งแก้ไขในด้านการขาดแคลนวัตถุดิบที่บางส่วนต้องนำเข้าจากต่างประเทศ เช่นจีน และมีราคาแพง</p> <p>2.ภาครัฐควรส่งเสริมให้มีทัศนคติที่ดีในการใช้สมุนไพรไทย ควบคู่ไปกับภาคเอกชนที่ควรสร้างความแข็งแกร่งของตราสินค้า</p>	<p><b>ผู้ประกอบการไทยที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ</b></p> <p>1.บริษัท ห้าตะขาบ จำกัด (ผลิตภัณฑ์ตราห้าตะขาบ)</p> <p>2.บริษัท ขาวละออเภสัช จำกัด</p> <p>3.โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร</p> <p>4.บ.โกลด์คลอส จำกัด (น้ำมันเหลือง)</p> <p>5.บ.วิเศษ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (ผลิตภัณฑ์หอมเส็ง)</p> <p>6.บ้านสวนสมุนไพรชัยศิขริน</p>
<p><b>แผนงาน/โครงการในปี 2562</b></p> <p>1. กิจกรรมจับคู่ธุรกิจและเจรจาการค้าในงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ</p> <p>2. โครงการพัฒนาผู้ประกอบการกลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย</p> <p>3. งานแสดงสินค้าในต่างประเทศ Cosmoprof ASIA 2018, Hong Kong และงาน Beauty World Middle East 2019, UAE</p> <p>4. งาน Top Thai Brand กลุ่มประเทศ CLMV</p> <p>5. โครงการขยายตลาดผ่าน Digital Platform: Thaitrade.com</p> <p>6. โครงการจัดทำ Mobile Application สำหรับสมุนไพรไทย</p>	<p><b>สมาคม/หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง</b></p> <p>1.กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข</p> <p>2.สมาคมสมุนไพรไทย</p> <p>3.สมาคมสปาไทย</p>

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

กระทรวงพาณิชย์

กรกฎาคม 2562