

SMEs



รายงานภาวะเศรษฐกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สาขายาและสมุนไพร



โดย ฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายงานที่/รายสาขา
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
เมษายน 2552

คำนำ

รายงานฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดยฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายงานที่/รายสาขา (รต.) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) มีวัตถุประสงค์เพื่อรายงานสถานการณ์ภาวะทางเศรษฐกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สาขาฯและสมุนไพรร ซึ่งเป็นกรนำผลการศึกษาโครงการจัดทำยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs รายงาน และโครงการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs รายงาน ที่สำนักงานฯ ร่วมกับศูนย์บริการวิชาการ เศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศึกษาไว้ มาวิเคราะห์ และประมวลผลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ ฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายงานที่/รายสาขา หวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้สนใจในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป

ส่วนนโยบายและยุทธศาสตร์ส่งเสริม SMEs รายงานที่/รายสาขา
ฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs รายงานที่/รายสาขา สสว.

เมษายน 2552

สารบัญ

	หน้า
บทนำ ภาพรวมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย	
1. โครงสร้างอุตสาหกรรมยาและสมุนไพร	1
1.1 ลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรม	1
1.2 จำนวนวิสาหกิจและการจ้างงาน	2
1.3 สภาพตลาดและการค้าต่างประเทศ	3
2. ห่วงโซ่อุปทานของยาและสมุนไพร	5
3. การวิเคราะห์ SWOT analysis ของสาขาอุตสาหกรรมยาและสมุนไพร	5
4. ปัญหาของอุตสาหกรรม	7
5. ทิศทางการพัฒนากลุ่มธุรกิจ SMEs เป้าหมาย	7
6. มาตรการที่ไม่ใช่ภาษีรายสินค้า (Non-Tariff Barriers : NTB)	8
7. ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ในอุตสาหกรรมยาและสมุนไพร	10
8. นโยบายและมาตรการภาครัฐที่สำคัญ	14
9. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	14
10. ตัวอย่างโครงการในอุตสาหกรรมยาและสมุนไพร	14
ภาคผนวก	
สรุปแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs สาขาอุตสาหกรรมยาและสมุนไพร	
บรรณานุกรม	

บทนำ

ภาพรวมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจของประเทศในระดับมหภาค โดยมีจำนวนถึงประมาณร้อยละ 99 ของธุรกิจทั้งหมด วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงมีบทบาทสำคัญในการเป็นฐานรากการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นกลไกหลักในการฟื้นฟูและเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ รวมทั้งเป็นกลไกในการแก้ไขปัญหาความยากจน ข้อมูลที่ยืนยันถึงบทบาททางเศรษฐกิจไทยที่สำคัญดังกล่าวตัวชี้วัดที่สำคัญ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของ SMEs การนำเข้าและส่งออกของ SMEs การบริโภคภาคเอกชน การค้า การลงทุนของ SMEs และการจ้างงานของ SMEs บทบาทในการสร้างมูลค่าเพิ่มเฉลี่ย ประมาณร้อยละ ร้อยละ 38.2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ และมีมูลค่าการส่งออกโดยตรง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.1 ของมูลค่าการส่งออกรวม และการจ้างงาน ร้อยละ 76.0 ของการจ้างงานรวมทั้งหมด

1. นิยามการจำแนกขนาด SMEs

การจำแนกขนาดอุตสาหกรรม SMEs ยึดหลักเกณฑ์ตามกฎหมายกระทรวงอุตสาหกรรม ว่าด้วยการกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประเภทธุรกิจ	ขนาดย่อม		ขนาดกลาง	
	จำนวน	สินทรัพย์ถาวร	จำนวน	สินทรัพย์ถาวร
กิจการการผลิต	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50	51-200	เกินกว่า 50-200
กิจการบริการ	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50	51-200	เกินกว่า 50-200
กิจการค้าส่ง	ไม่เกิน 25	ไม่เกิน 50	26-50	เกินกว่า 50-100
กิจการค้าปลีก	ไม่เกิน 15	ไม่เกิน 30	16-30	เกินกว่า 30-60

2. โครงสร้างของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในปี 2550 จำนวนวิสาหกิจในประเทศไทยมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 2,375,368 ราย โดยจัดเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 2,366,227 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 99.6 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งหมด ทั้งนี้ แบ่ง SMEs ตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้ SMEs ที่อยู่ภาคการค้าและซ่อมบำรุง จำนวน 973,248 ราย หรือร้อยละ 41.1 จำนวนรองลงมาได้แก่ SMEs ที่อยู่ในภาคการบริการ 708,841 ราย หรือร้อยละ 30.0 และที่อยู่ในภาคการผลิตรวม จำนวน 668,185 ราย หรือร้อยละ 28.2 ของจำนวน SMEs ทั้งหมด

ตารางที่ 1 จำนวนและการจ้างงานของวิสาหกิจ ปี 2547 - 2550 จำแนกตามขนาดและประเภทกลุ่มธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	2547			2548			2549			2550		
	LE	SMEs	Total	LE	SMEs	Total	LE	SMEs	Total	LE	SMEs	Total
จำนวนวิสาหกิจ (ราย)												
ภาคการค้าและซ่อมบำรุง	1,384	865,906	867,923	1,481	878,020	880,134	1,211	938,057	939,646	1,266	973,248	974,929
ภาคบริการ	1,106	621,242	623,177	1,138	644,032	646,003	1,192	673,120	674,464	1,223	708,841	710,371
ภาคการผลิตรวม	1,785	691,926	694,026	1,818	696,816	698,949	1,817	661,055	663,465	1,828	668,185	670,596
อื่นๆ	36	20,068	24,524	37	20,201	24,667	12	17,564	21,220	7	15,963	19,472
รวม	4,311	2,199,130	2,209,650	10,493	2,239,069	2,249,753	4,232	2,289,796	2,298,795	4,324	2,366,227	2,375,368
จำนวนการจ้างงาน (คน)												
ภาคการค้าและซ่อมบำรุง	433,286	2,331,196	2,764,482	444,493	2,358,189	2,802,682	379,808	2,376,968	2,756,776	401,670	2,431,432	2,833,102
ภาคบริการ	466,515	2,693,370	3,069,885	480,526	2,639,440	3,119,966	536,783	2,857,284	3,394,067	632,213	3,007,968	3,640,181
ภาคการผลิตรวม	1,711,724	3,431,553	5,143,277	1,734,386	3,459,096	5,193,482	1,726,494	3,402,699	5,129,193	1,776,884	3,460,967	5,237,851
อื่นๆ	3,138	1,374	4,512	3,138	1,435	4,573	443	176	618	-	200	200
รวม	2,614,663	8,357,493	10,972,156	2,662,543	8,458,160	11,120,703	2,643,528	8,637,126	11,280,654	2,810,767	8,900,567	11,711,334

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ และสำนักงานประกันสังคม ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3. บทบาททางเศรษฐกิจของ SMEs

3.1 บทบาทด้านการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม SMEs

ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศในปี 2550 สำหรับ GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีมูลค่า 3,244,974.5 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38.2 ของ GDP รวมทั้งประเทศ มีอัตราการขยายตัวคิดเป็นร้อยละ 4.2 ต่อปี เมื่อพิจารณามูลค่า GDP ตามขนาดวิสาหกิจพบว่าวิสาหกิจขนาดย่อม มีบทบาทด้านมูลค่า GDP สูงกว่าวิสาหกิจขนาดกลางโดยมูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดย่อม เท่ากับ 2,175,597.9 ล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อนหน้า คิดเป็นร้อยละ 3.9 และมูลค่า GDP ของ วิสาหกิจขนาดย่อม มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 25.6 ของ GDP รวมด้านมูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางพบว่า ในปี 2550 มูลค่า GDP ของ วิสาหกิจขนาดกลาง เท่ากับ 1,069,376.6 ล้านบาทขยายตัวจากปีก่อนหน้าร้อยละ 4.8 และมีสัดส่วนต่อ GDP รวมคิดเป็นร้อยละ 12.6

โครงสร้างมูลค่า GDP ของ SMEs ในปี 2550 ยังคงมีลักษณะคล้ายคลึงกับปีก่อนหน้าโดยโครงสร้างทางเศรษฐกิจของ SMEs มีความเกี่ยวข้องกับภาคการบริการ ภาคการผลิต และภาคการค้าและซ่อมบำรุงเป็นสำคัญ เช่นเดียวกับโครงสร้าง GDP ของประเทศ โดยภาคการบริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญสูงสุดมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 32.2 รองลงมาได้แก่ ภาคการผลิตซึ่งมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 30.7 และ ภาคการค้าคิดเป็นร้อยละ 29.1

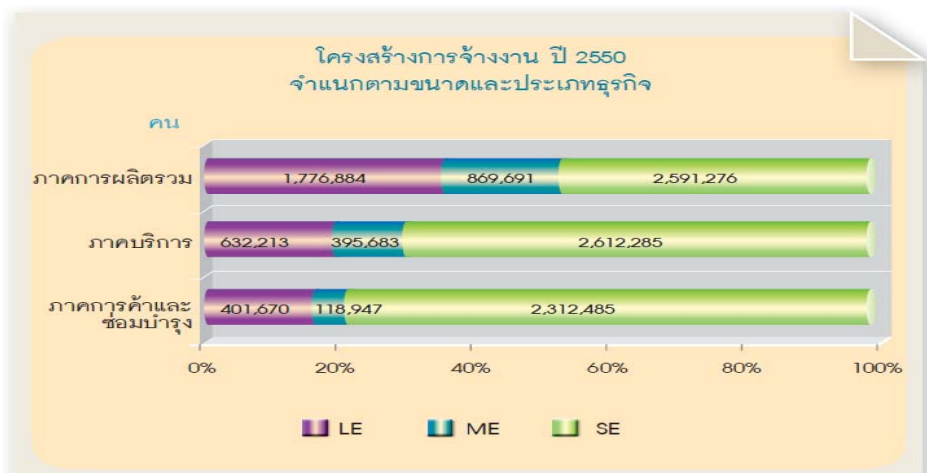
ตารางที่ 2 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ปี 2546-2550 จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ

	2546	2547	2548	2549	2550
มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ณ ราคาประจำปี (ล้านบาท)					
ประเทศ	5,928,974.0	6,503,487.0	7,104,228.0	7,816,474.0	8,485,200.0
ภาคเกษตร	607,863.0	654,810.0	706,285.0	836,077.0	967,091.0
ภาคนอกเกษตร	5,321,111.0	5,848,677.0	6,397,943.0	6,980,397.0	7,518,109.0
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	2,691,814.3	2,954,382.0	3,260,301.3	3,589,655.1	3,889,567.5
- SMEs	2,367,109.7	2,598,656.9	2,816,640.7	3,041,895.9	3,244,974.5
• วิสาหกิจขนาดย่อม	1,613,005.2	1,761,455.2	1,901,333.5	2,043,460.3	2,175,597.9
• วิสาหกิจขนาดกลาง	754,104.5	837,201.8	915,307.2	998,435.6	1,069,376.6
- วิสาหกิจอื่น ๆ	262,187.0	295,638.0	321,001.0	348,846.0	383,567.0
สัดส่วน (ร้อยละ)					
ประเทศ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ภาคเกษตร	10.3	10.1	9.9	10.7	11.4
ภาคนอกเกษตร	89.7	89.9	90.1	89.3	88.6
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	45.4	45.4	45.9	45.9	45.8
- SMEs	39.9	40.0	39.6	38.9	38.2
• วิสาหกิจขนาดย่อม	27.2	27.1	26.8	26.1	25.6
• วิสาหกิจขนาดกลาง	12.7	12.9	12.9	12.8	12.6
- วิสาหกิจอื่น ๆ	4.4	4.5	4.5	4.5	4.5
อัตราการขยายตัวผลิตภัณฑ์มวลรวม ณ ราคาคงที่ (ร้อยละ)					
ประเทศ	7.1	6.3	4.5	5.1	4.8
ภาคเกษตร	12.7	(2.4)	(1.9)	3.8	3.9
ภาคนอกเกษตร	6.5	7.4	5.2	5.2	4.8
- วิสาหกิจขนาดใหญ่	8.5	7.4	5.6	5.4	5.5
- SMEs	4.6	7.6	4.9	5.5	4.2
• วิสาหกิจขนาดย่อม	3.9	6.9	4.7	5.4	3.9
• วิสาหกิจขนาดกลาง	6.2	9.1	5.2	5.5	4.8
- วิสาหกิจอื่น ๆ	3.0	3.2	3.9	0.0	3.1

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประมวลผลโดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
หมายเหตุ : วิสาหกิจอื่น ๆ คือ การบริหารราชการและการป้องกันประเทศ

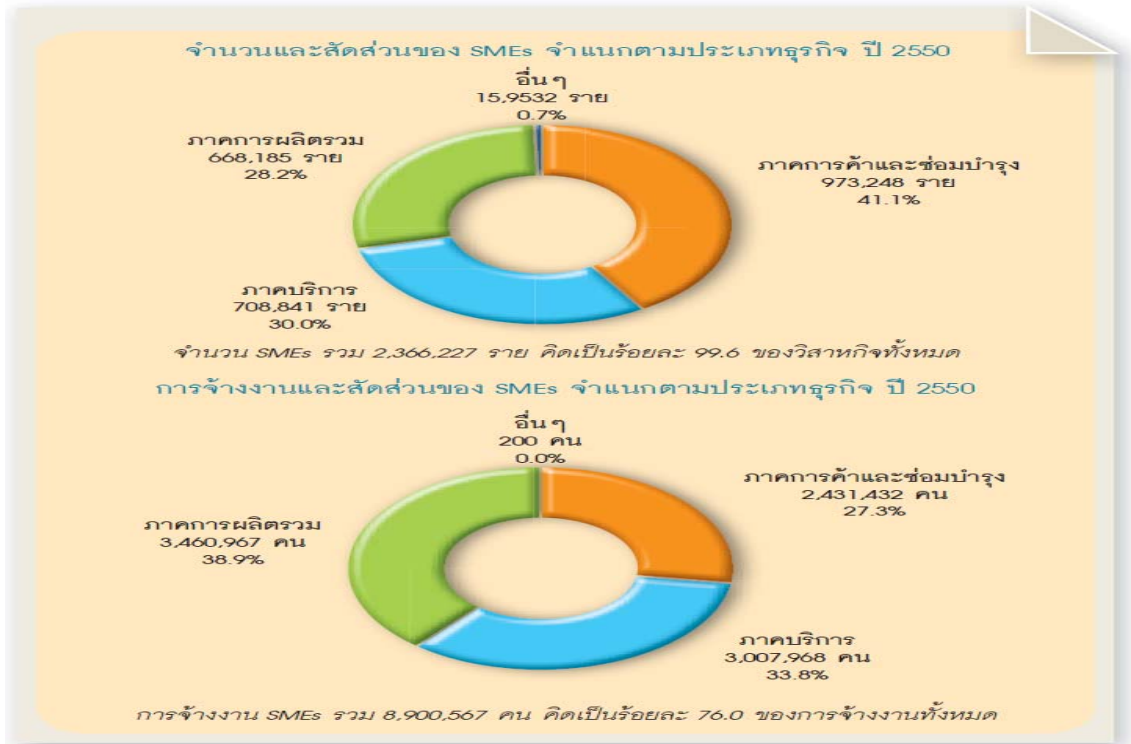
3.2 บทบาทด้านการจ้างงาน

แผนภาพที่ 1 โครงสร้างการจ้างงาน ปี 2550 จำแนกตามขนาดและประเภทธุรกิจ



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ และสำนักงานประกันสังคมประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

แผนภาพที่ 2 โครงสร้างจำนวน SMEs และการจ้างงานของ SMEs ปี 2550 จำแนกตามประเภทธุรกิจ



ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ และสำนักงานประกันสังคม ประมวลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในปี 2550 จำนวนวิสาหกิจในประเทศรวมทั้งสิ้น 2,375,368 ราย มีการจ้างงานรวมทั้งสิ้น 11,711,334 คน โดยเป็นการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดใหญ่ 2,810,767 คน และเป็นการจ้างงานใน SMEs จำนวน 8,900,567 คน หรือร้อยละ 76.0 ของการจ้างงานรวมทั้งสิ้น โดยภาคการผลิตเป็นประเภทธุรกิจที่มีการจ้างงานสูงที่สุดร้อยละ 38.9 ของการจ้างงาน ใน SMEs ทั้งหมด รองลงมาได้แก่ ภาคบริการ ร้อยละ 33.8 และภาคการค้า ที่มีจำนวน SMEs สูงที่สุดนั้นมีการจ้างงานเพียงร้อยละ 27.3 ของการจ้างงานใน SMEs ทั้งหมด

3.3 บทบาทด้านการค้าระหว่างประเทศของ SMEs

ตารางที่ 3 สัดส่วนการส่งออกของ SMEs ต่อการส่งออกรวม ปี 2550

	2548	2549	2550
สัดส่วน SMEs EXPORT ต่อ TOTAL EXPORT	29.7%	29.1%	30.1%
สัดส่วน SMEs IMPORT ต่อ TOTAL IMPORT	32.4%	32.7%	29.8%
สัดส่วน SMEs EXPORT ต่อ GDP SMEs	40.5%	44.3%	48.8%
สัดส่วน TOTAL EXPORT ต่อ GDP รวมของประเทศ	52.3%	58.3%	61.9%

ที่มา : กรมศุลกากร ประมวลผลโดย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในปี 2550 มูลค่าการค้าระหว่างประเทศมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 10,126,995.0 ล้านบาท โดยเป็นมูลค่าการส่งออกรวม 5,254,999.3 ล้านบาท มูลค่าการนำเข้ารวม 4,871,995.7 ล้านบาท เมื่อพิจารณาสัดส่วนการส่งออกโดยรวมของประเทศ สำหรับ SMEs ในปี 2550 มีมูลค่าการค้าระหว่างประเทศรวม 3,036,484.9 ล้านบาท โดยเป็นมูลค่าการส่งออกของ SMEs จำนวน 1,583,310.1 ล้านบาท และเป็นมูลค่าการนำเข้าของ SMEs รวม 1,453,174.9 ล้านบาท ทั้งนี้การส่งออกของ SMEs มีอัตราการขยายตัวถึงร้อยละ 10.1 ในขณะที่การนำเข้าหดตัวลงกว่าปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 8.8

4. โครงสร้างอุตสาหกรรม SMEs

ตามผลการศึกษาโครงการแผนการปรับโครงสร้าง SMEs รายสาขา ซึ่ง สสว. ร่วมกับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ทำการศึกษา ได้จำแนกโครงสร้างอุตสาหกรรม SMEs ในประเทศไทย ออกเป็น 3 ภาค ได้แก่

1) ภาคการผลิต ประกอบด้วย 3 กลุ่ม ดังนี้

- อุตสาหกรรมวิศวกรรม หมายถึง อุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องจักรกลหรือเทคโนโลยีระดับสูง (High – technology Industries) ในการผลิต แต่อย่างไรก็ตาม ในบางขั้นตอนการผลิตเป็นเพียงการประกอบชิ้นส่วนโดยไม่ต้องอาศัยเทคโนโลยีระดับสูง จึงมีผู้ประกอบการ SMEs อยู่เป็นจำนวนมาก โดยแบ่งออกเป็น 6 สาขา ได้แก่ เหล็กและโลหะประดิษฐ์ เครื่องจักรกล แม่พิมพ์ เครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์และชิ้นส่วน

- กลุ่มอุตสาหกรรมเบาที่ใช้แรงงานเข้มข้น หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีสัดส่วนแรงงานในการผลิตสูง โดยแบ่งออกเป็น 5 สาขา ได้แก่ สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม รองเท้าและเครื่องหนัง อัญมณีและเครื่องประดับ สิ่งพิมพ์ บรรจุภัณฑ์พลาสติก

- กลุ่มอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง อุตสาหกรรมที่พึ่งพาวัตถุดิบทางการเกษตรเป็นหลัก โดยแบ่งออกเป็น 5 สาขา ได้แก่ อาหาร ยาและสมุนไพร เฟอร์นิเจอร์ไม้ ผลิตภัณฑ์ยาง เซรามิกส์

2) ภาคการค้า ประกอบด้วย 2 สาขา ได้แก่ การค้าปลีก และการค้าส่ง

3) ภาคบริการ ประกอบด้วย 9 สาขา ได้แก่ บริการท่องเที่ยว สปาและบริการสุขภาพ ร้านอาหาร การก่อสร้าง บริการขนส่งและโลจิสติกส์ บริการซอฟต์แวร์และDigit Content บริการศึกษา บริการออกแบบ บริการที่ปรึกษา

5. สถานการณ์และปัจจัยที่มีผลต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย

สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองโลกในยุคปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อกระบวนการทำธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กล่าวคือ

1. **การรวมตัวของกลุ่มเศรษฐกิจ** มีการรวมตัวทางเศรษฐกิจทั้งในระดับทวีปาคี ภูมิภาค และพหุภาคี รวมทั้งบทบาทที่เพิ่มขึ้นของประเทศในเอเชีย โดยเฉพาะจีนและอินเดีย

2. **การเปลี่ยนแปลงในตลาดการเงินโลก** เกิดวิกฤตทางการเงิน ความไม่สมดุล ของเศรษฐกิจประเทศสหรัฐอเมริกา ที่ส่งผลกระทบต่อค่าเงินสกุลต่างๆ ในโลก ตลาดการเงินและ ตลาดทุนมีความเชื่อมโยงกันทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายเงินทุนระหว่างประเทศ

3. **การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี** มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของ Information and Communication Technology (ICT) เป็นยุคที่มีการขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีหลัก ได้แก่ Biotechnology Material Technology และ Nanotechnology

4. **การเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อม** ปัจจุบันทั่วโลกต่างหันมาให้ความสำคัญกับ ประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้น อันเนื่องมาจากความไม่สมดุลกลมกลืนระหว่างการผลิตกับ สภาพแวดล้อม มีการกล่าวถึงเรื่องของ Global Warming และหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity)

5. **พฤติกรรมผู้บริโภค** การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญที่ชี้ ถึงโอกาสของธุรกิจและความสามารถในการแข่งขันของเศรษฐกิจที่ต้องปรับตัวให้เสนอสินค้าและ บริการที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

6. **การขาดสภาพคล่องทางการเงิน** ในกลุ่ม SMEs เนื่องจากสถาบันการเงินเริ่ม เข้มงวดกับการปล่อยสินเชื่อ

7. **ความผันผวนของต้นทุนพลังงาน และอัตราการแลกเปลี่ยน**

8. **เสถียรภาพทางการเมืองของประเทศ**

ดังนั้นทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมและ SMEs ควรให้ความสำคัญของความ ต่อเนื่องของนโยบาย ในอนาคตอุตสาหกรรมจะเกิดการขยายตัวด้วยการ**เพิ่มผลิตภาพการผลิต** (Productivity) มุ่งเน้นการพึ่งพาวัตถุดิบในประเทศมากขึ้น ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ บนพื้นฐานของการผลิตบนฐานความรู้ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม **มุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพมาตรฐานในด้านสุขอนามัย ความปลอดภัย อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและ ประหยัดพลังงาน** เพื่อลดข้อจำกัดในการกีดกันทางการค้าจากประเทศผู้นำเข้าที่ใช้ปัจจัยดังกล่าว เป็นกำแพงทางการค้า ตลอดจน**ส่งเสริมให้เกิดและยกระดับเครือข่ายวิสาหกิจในลักษณะ เครือข่าย**ให้ครอบคลุมห่วงโซ่อุปทานทั้งระดับประเทศ ภูมิภาคและโลก

อุตสาหกรรมยาและสมุนไพร

1. โครงสร้างและสถานภาพของอุตสาหกรรม

1.1 ลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรม

ยาถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต และเป็นปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนาการสาธารณสุขของประเทศ อุตสาหกรรมผลิตยาในประเทศแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ อุตสาหกรรมผลิตยาแผนปัจจุบัน และอุตสาหกรรมการผลิตยาแผนโบราณ

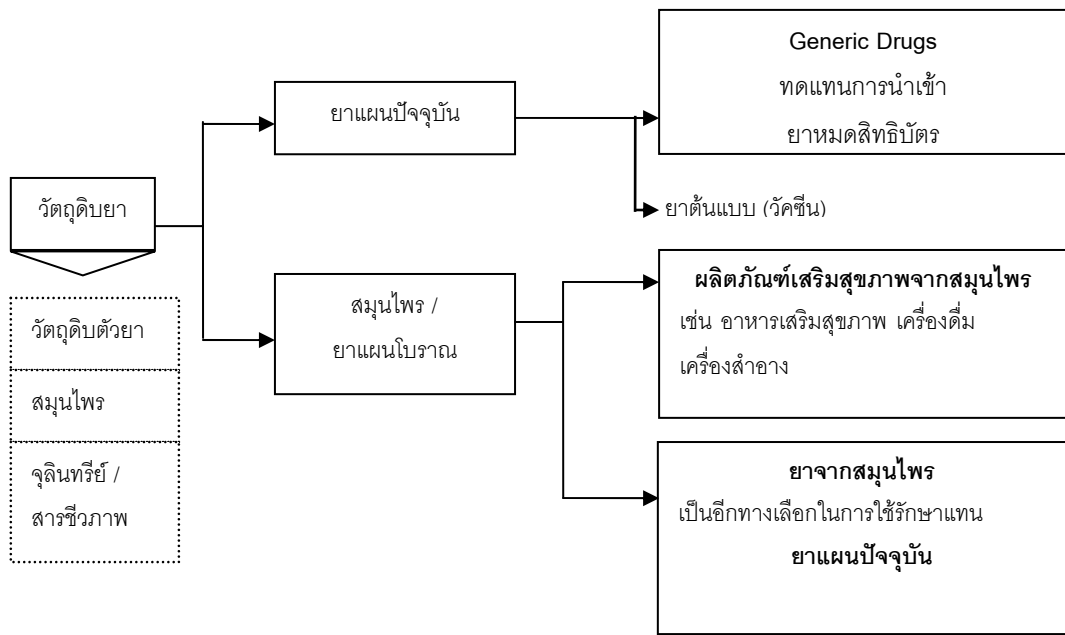
ความหมาย

ยาแผนโบราณ จากคำนิยามตามที่ได้บัญญัติไว้ในมาตรา 4 (พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510) หมายถึง ยาที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในการประกอบโรคศิลปะแผนโบราณหรือการบำบัดโรคสัตว์ ซึ่งอยู่ในตำรายาแผนโบราณที่รัฐมนตรีประกาศ หรือยาที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นตำรับยาแผนโบราณ

ยาสมุนไพร หมายถึง ยาที่ผลิตจากพืชสมุนไพรตามกระบวนการผลิตยาแผนปัจจุบัน หรือมีการประยุกต์กระบวนการผลิตแบบยาแผนปัจจุบันมาใช้ประกอบในการผลิตด้วย (คณะกรรมการโครงการศึกษาวิเคราะห์ระบบยาของประเทศไทย 2545) จากข้อมูลของคณะกรรมการอาหารและยามีผู้ประกอบการยาแผนโบราณ ทั้งสิ้นประมาณ 854 ราย ส่วนใหญ่เป็นสถานประกอบการแบบครอบครัว และมีปริมาณการผลิตไม่มากนัก ผู้ผลิตที่มีกำลังการผลิต และเครื่องจักรในลักษณะเดียวกับโรงงานยาแผนปัจจุบันคาดว่าไม่เกิน 10 รายเท่านั้น (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมและศูนย์วิจัยวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547) อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันได้มีการจดทะเบียนตำรับยาแผนโบราณและยาสมุนไพรมากขึ้นตามกระแสความนิยมของตลาด นอกจากนี้ ส่วนหนึ่งยังทำในรูปแบบของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ หรือเครื่องสำอาง เพราะสามารถวางจำหน่ายและทำการส่งเสริมการขายได้ง่ายกว่า ในปัจจุบันพบว่า ตลาดเครื่องสำอางสารสกัดธรรมชาติมีมูลค่าตลาดสูงถึง 2,000 ล้านบาทต่อปี และมีอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 30 ต่อปี

ยาที่ผลิตในประเทศปัจจุบัน สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ ยาแผนปัจจุบันและยาแผนโบราณ โดยในกลุ่มยาแผนปัจจุบันจะมีผลิตอยู่ 2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ นั่นคือ กลุ่มยาสามัญ (Generic Drugs) กับกลุ่มยาต้นแบบ ซึ่งไทยมีการพัฒนาการผลิตและมีศักยภาพในการผลิตสูง เช่น พกวัคซีนไข้หวัดใหญ่ วัคซีนไข้หวัดไวรัสฮันเตอร์ เป็นต้น ส่วนในกลุ่มสมุนไพรและยาแผนโบราณสามารถแบ่งผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่เช่นกัน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพจากสมุนไพร เช่น อาหารเสริมสุขภาพ เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง เป็นต้น อีกหนึ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ยาจากสมุนไพร ดังแสดงตามรูปที่ 1

รูปที่ 1 แสดงประเภทของผลิตภัณฑ์



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม 2548

นอกจากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวข้างต้น ยังมีกลุ่มผลิตภัณฑ์อีกกลุ่มที่เกี่ยวข้องมาจากอุตสาหกรรมยา ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ ได้แก่ การผลิตเครื่องจักรกลและอุปกรณ์เพื่อผลิตและวิเคราะห์ยา เช่น เครื่องตอกยาเม็ด เครื่องผสมและทำแกรนูล เครื่องอบแห้งผงยา เป็นต้น

จากข้อมูลของกรมโรงงานอุตสาหกรรมพบว่าในปี 2549 จำนวนโรงงานมีอยู่ทั้งสิ้น 366 โรงงาน โดยโรงงาน 349 แห่ง หรือประมาณร้อยละ 95.36 เป็นโรงงานขนาดเล็กที่มีการจ้างงานน้อยกว่า 200 คน สำหรับโรงงานที่มีการจ้างงานเกิน 200 ขึ้นไป (ขนาดใหญ่) มีจำนวนเพียง 17 โรงงานเท่านั้น และส่วนใหญ่เป็นโรงงานที่มีการรวมทุนกับต่างชาติ

สำหรับที่ตั้งโรงงานส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ร้อยละ 77.32) นอกจากนี้ หากพิจารณาในด้านของสัดส่วนการจ้างงานและการลงทุนก็จะพบว่า โรงงานที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑลมีขนาดเฉลี่ยที่สูงที่สุด

1.2 จำนวนวิสาหกิจและการจ้างงาน การผลิตยาและสมุนไพร นับเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ และ SMEs มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อน จากข้อมูลของ ศูนย์สารสนเทศและเทคโนโลยี สสว .พบว่าในปี 2550 อุตสาหกรรมยาและสมุนไพร มีจำนวนผู้ประกอบการทั้งสิ้น 1,316 ราย โดยเป็นผู้ประกอบการ SMEs จำนวน 1,305 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 99.16 ในส่วนของการจ้างงาน SMEs อุตสาหกรรมยาและสมุนไพร มีการจ้างงานถึง 24,209 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 82.28 ของการจ้างงานรวมในอุตสาหกรรมยาและสมุนไพร

ตารางที่ 1 จำนวนวิสาหกิจ จำแนกตามขนาดอุตสาหกรรม ปี 2550

ISIC Code	สาขาอุตสาหกรรม	จำนวนวิสาหกิจ (ราย)					สัดส่วน (ร้อยละ)		
		S	M	L	SMEs	Total	SMEs	L	Total
2423	การผลิตผลิตภัณฑ์ทางเภสัชกรรม เคมีภัณฑ์รักษาโรคและผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร	1,255	50	11	1,305	1,316	99.16	0.84	100
รวม		1,255	50	11	1,305	1,316	99.16	0.84	100

ที่มา : ข้อมูลจาก สำนักงานสถิติแห่งชาติ,กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, สำนักประกันกันสังคม,การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย , BOI ,สำนักเทคนิค กทม ., อบจ. 75 จังหวัด **ประมวลผลโดย :** ศูนย์สารสนเทศและเทคโนโลยี สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 5 กุมภาพันธ์ 2552

ตารางที่ 2 จำนวนการจ้างงาน จำแนกตามขนาดอุตสาหกรรม ปี 2550

ISIC Code	สาขาอุตสาหกรรม	จำนวนการจ้างงาน (คน)					สัดส่วน (ร้อยละ)		
		S	M	L	SMEs	Total	SMEs	L	Total
2423	การผลิตผลิตภัณฑ์ทางเภสัชกรรม เคมีภัณฑ์รักษาโรคและผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร	13,592	10,617	5,215	24,209	29,424	82.28	17.72	100
รวม		13,592	10,617	5,215	24,209	29,424	82.28	17.72	100

ที่มา : ข้อมูลจาก สำนักงานสถิติแห่งชาติ,กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, สำนักประกันกันสังคม,การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย , BOI ,สำนักเทคนิค กทม ., อบจ. 75 จังหวัด **ประมวลผลโดย :** ศูนย์สารสนเทศและเทคโนโลยี สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 5 กุมภาพันธ์ 2552

1.3 สภาพตลาดและการค้าต่างประเทศ

ด้านการนำเข้า

ประเทศไทยมีการนำเข้ายาแผนโบราณไม่มากนัก โดยในปี 2548 มีการนำเข้ายาแผนโบราณสูงสุดเพียง 394 ล้านบาท ทั้งนี้ เนื่องจากความสามารถในการผลิตยาแผนโบราณของไทยมีสูง โดยในปี 2549 มีมูลค่าการผลิตถึง 2,200 ล้านบาท

ตารางที่ 3 มูลค่าการผลิตและการนำส่งยาเข้ามาในราชอาณาจักร สำหรับยาแผนโบราณ ตั้งแต่ ปี 2530-2549

พ.ศ.	การผลิตยาแผนโบราณ (ล้านบาท)			การนำเข้ายาแผนโบราณ (ล้านบาท)		
	สำหรับมนุษย์	สำหรับสัตว์	รวม	สำหรับมนุษย์	สำหรับสัตว์	รวม
2530	207.914	0.538	208.452	45.469	-	45.469
2531	242.722	0.79	243.512	74.586	-	74.586
2532	269.44	0.634	270.074	57.06	-	57.06
2533	294.4	0.201	294.601	80.056	-	80.056
2534	225.502	0.213	225.715	84.152	-	84.152
2535	263.393	1.436	264.829	90.222	-	90.222

พ.ศ.	การผลิตยาแผนโบราณ (ล้านบาท)			การนำเข้ายาแผนโบราณ (ล้านบาท)		
	สำหรับ มนุษย์	สำหรับ สัตว์	รวม	สำหรับ มนุษย์	สำหรับ สัตว์	รวม
2536	285.038	0.966	286.004	111.103	-	111.103
2537	414.862	1.503	416.365	101.383	-	101.383
2538	303.548	0.933	304.481	137.633	-	137.633
2539	318.205	1.084	319.289	139.633	-	139.633
2540	251.808	0.388	252.196	177.419	-	177.419
2541	484.998	0.731	485.729	100.257	-	100.257
2542	548.266	2.071	550.337	114.02	-	114.02
2543	675.337	1.34	676.676	124.587	-	124.587
2544	736.906	1.609	738.515	146.584	-	146.584
2545	868.883	1.495	870.378	167.537	-	167.537
2546	1,203.390	1.705	1,205.096	202.700	0.008	202.707
2547	1,388.669	3.376	1,392.046	199.286	0.106	199.392
2548	1,484.838	2.802	1,487.641	394.101	0.000	394.101
2549	2,197.26	3.432	2,200.723	244.251	0.097	244.349

ที่มา: กองควบคุมยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ด้านการส่งออก

มูลค่าจากการส่งออกยาแผนโบราณยังไม่สูงมาก โดยสามารถส่งออกสูงสุดในช่วงปี 2547-2549 อยู่ที่ประมาณ 60 กว่าล้านบาทต่อปี ในขณะที่ยาแผนปัจจุบันไทยมีมูลค่าการส่งออกสูงกว่ายาแผนปัจจุบันอย่างชัดเจน เช่น ปี 2549 ไทยส่งออกยาแผนปัจจุบัน 3,412.48 ล้านบาท และส่งออกยาแผนปัจจุบันเพียง 64.64 ล้านบาท

ตารางที่ 4 แสดงมูลค่าการส่งออกยาของไทย ระหว่างปี 2543 - 2549

พ.ศ.	มูลค่าการส่งออก (ล้านบาท)				
	ยาแผนปัจจุบัน			ยาแผนโบราณ	รวมทั้งสิ้น
	สำหรับมนุษย์	สำหรับสัตว์	รวม		
2543	1,956.880	111.889	2,068.769	32.501	2,101.270
2544	1,936.054	129.464	2,065.518	30.440	2,095.958
2545	2,102.862	118.021	2,220.883	39.005	2,259.888
2546	2,336.55	168.92	2,505.47	41.33	2,546.81
2547	2,734.42	232.89	2,967.31	69.70	3.34.07
2548	3,198.47	237.91	3,436.38	69.70	3,506.09
2549	3,259.60	152.88	3,412.48	64.64	3,477.11

*ข้อมูล ณ วันที่ 12 ธันวาคม 2550 ที่มา: กองควบคุมยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

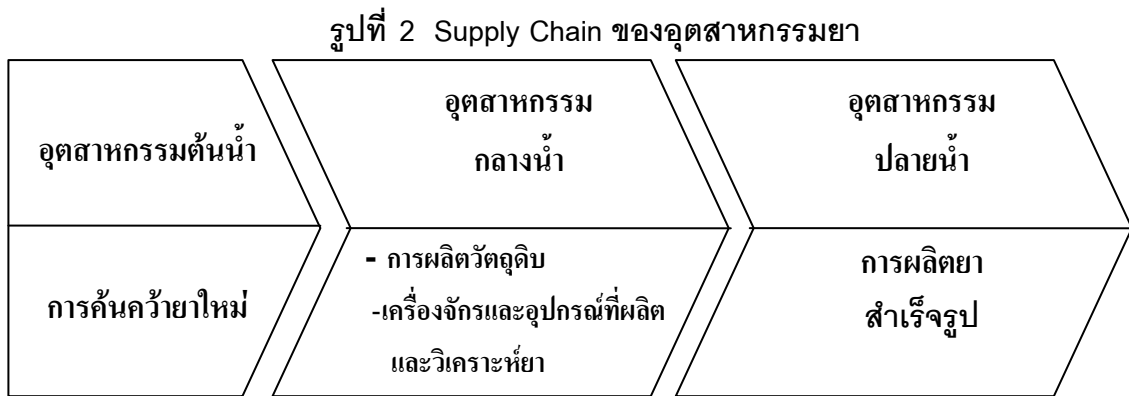
2. ห่วงโซ่อุปทานของยาและสมุนไพร

จากการศึกษาโครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรมยา พบว่า ห่วงโซ่อุปทานของยาและสมุนไพรเริ่มตั้งแต่ การค้นคว้าตัวยาใหม่ๆ จนกระทั่งได้วัตถุดิบที่เหมาะสม จากนั้นนำไปวิเคราะห์ผลกระทบที่จะได้รับจากการใช้ยา แล้วจึงทำการผลิตโดยใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์ในการผลิตที่ทันสมัย รวดเร็ว ต่อไป

การผลิตในขั้นตอนของอุตสาหกรรมต้นน้ำ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ความรู้เป็นฐาน (Knowledge – based industry) ต้องมีการลงทุนสูงมาก และต้องใช้ทรัพยากรมนุษย์ที่มีความรู้ความสามารถทางด้านวิทยาศาสตร์ และมีความชำนาญเฉพาะด้าน และยังไม่มีการผลิตในประเทศไทย

อุตสาหกรรมกลางน้ำ มีการผลิตอยู่บ้างแต่ไม่เพียงพอกับการใช้ในประเทศ ดังนั้นจึงมีการนำเข้าร้อยละ 95 สารวัตถุดิบตัวยาที่เพียงพอต่อการใช้ในประเทมีเพียง 2 ชนิด คือ Aspirin และ Paracetamol ในขณะที่กลุ่มยาปฏิชีวนะสามารถผลิตใช้เองได้ประมาณร้อยละ 80

การผลิตยาสำเร็จรูปจะอยู่ส่วนของปลายน้ำ ซึ่งการผลิตส่วนใหญ่ของไทยยังเป็นการผลิตยาที่ไม่ใช้เทคโนโลยีสูงและซับซ้อนมากนัก และเป็นการวิจัยพัฒนายาสำเร็จรูปอย่างง่ายโดยผู้ผลิตเอกชนภายในประเทศเท่านั้น



3. การวิเคราะห์ SWOT analysis ของสาขาอุตสาหกรรมยาและสมุนไพร

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของอุตสาหกรรมยาและสมุนไพรสามารถสรุปประเด็นสำคัญๆ ได้ดังนี้

3.1 จุดแข็ง (Strength)

1) สามารถผลิตยาสามัญแผนปัจจุบันได้อย่างมีคุณภาพ มีต้นทุนและการส่งมอบที่สามารถแข่งขันได้ดี นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังมีทักษะและประสบการณ์บริหารการผลิตให้มีความยืดหยุ่น และรองรับความต้องการของตลาด

2) ได้เปรียบด้านตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ โดยมีพรมแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียนหรืออินโดจีน และยังสามารถใช้ประโยชน์จากสิทธิพิเศษทางภาษี (AISP) ที่ส่งเสริมให้มีการลงทุนผลิตยาเพื่อจำหน่ายภายในภูมิภาค

3) มีวัตถุดิบด้านสมุนไพรที่หลากหลาย สามารถนำมาผลิตยาสมุนไพรได้หลายประเภทและมีสรรพคุณในการรักษาได้หลายด้าน

4) มีงานวิจัยทางวิทยาศาสตร์ และการสนับสนุนจากภาครัฐ สนับสนุนการใช้สารธรรมชาติมากขึ้น

3.2 จุดอ่อน (Weakness)

สำหรับยาแผนปัจจุบัน

- 1) ผู้ประกอบการยังขาดการทำความเข้าใจถึงความสำคัญของการวิจัยและการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบ
- 2) ต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ
- 3) ตลาดภายในประเทศมีขนาดเล็ก จึงเป็นอุปสรรคในการลงทุนของผู้ผลิตที่จำเป็นต้องผลิตปริมาณมากจนเกิดการประหยัดต่อขนาด เนื่องจากการพัฒนาตัวยาใหม่แต่ละตัวจะต้องใช้เงินลงทุนที่สูงมาก

ยาแผนโบราณ

- 1) การควบคุมคุณภาพของการผลิตเป็นไปได้ยาก เนื่องจากตัวยาสมุนไพรที่มีปริมาณสารสำคัญที่ใช้ในการรักษาไม่คงที่แน่นอน
- 2) ขาดการวิจัยและพัฒนาสมุนไพรตัวใหม่
- 3) กฎระเบียบของภาครัฐไม่เอื้ออำนวยต่อการขึ้นทะเบียนยาระดับกระทรวงสาธารณสุข นอกจากนี้การขอ Certificate of origin จากภาครัฐก็ค่อนข้างยากเช่นกัน (ข้อมูลจาก focus group)
- 4) ขาดแคลนแหล่งบริการวิเคราะห์ ทดสอบ ที่ได้รับการยอมรับมาตรฐานในระดับสากล (ข้อมูลจากแบบสอบถาม และคณะกรรมการโครงการศึกษาระบบยา)
- 5) การติดฉลากบรรจุหีบห่อ เพื่อการส่งออกยังไม่ถูกต้องตามมาตรฐานสากล (ข้อมูลจากแบบสอบถาม)
- 6) การตลาดขาดศูนย์รวมการจำหน่ายสมุนไพรที่มีคุณภาพ (รูปแบบเช่น Watson GNC) ดังนั้นจึงควรมีการจัดตั้งศูนย์ดังกล่าว

3.3 โอกาส (Opportunity)

- 1) สามารถขยายตลาดในประเทศเขตอาเซียนได้จากการเปิดเสรีทางการค้า และยังมีโอกาสขยายตัวได้อีกมากในตลาดโลก โดยเฉพาะในกลุ่มยาชื่อสามัญที่หมดอายุการคุ้มครองด้านสิทธิบัตรแล้ว
- 2) กระแสความต้องการผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรทั้งภายในประเทศและในตลาดโลกมีมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคเริ่มหันไปใช้สินค้าอุปโภคบริโภคที่เป็นผลิตภัณฑ์ธรรมชาติและสนใจทางเลือกใหม่ๆ นอกจากการรักษาโดยการแพทย์แผนปัจจุบัน นอกจากยาสมุนไพร ผลิตภัณฑ์ด้านสมุนไพรอื่นๆ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับการนวดแผนโบราณ และ Spa ยังมีความต้องการทั้งภายในและต่างประเทศอยู่มาก

3.4 อุปสรรค (Threat)

ยาแผนปัจจุบัน

- 1) ตลาดยาภายในส่วนราชการถูกผูกขาดด้วยระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535 ข้อ 61 ซึ่งสร้างความไม่มั่นใจให้แก่ผู้ประกอบการในด้านความเป็นกลางและโปร่งใสในการจัดซื้อยา
- 2) ปัญหาสิทธิบัตรทำให้ผู้ผลิตยาของไทยไม่สามารถผลิตยาที่อยู่ภายใต้สิทธิบัตรได้ กล่าวคือมีการควบคุมทั้ง Process & Product ของยา อีกทั้งเจ้าของสามารถจดสิทธิบัตรใหม่โดยเปลี่ยนสูตรยาเพียง

เล็กน้อย ทำให้ระยะเวลาในทางปฏิบัติของสิทธิบัตรจะยาวนานกว่า 20 ปี เป็นการลดโอกาสในการพัฒนา ยาของผู้ประกอบการไทย (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมและศูนย์วิจัยวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย ปี 2547)

3) บริษัทฯ ข้ามชาติที่เคยผลิตในไทยได้ย้ายฐานไปผลิตในต่างประเทศ ซึ่งเป็นผลจากเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ที่กำหนดให้เปิดเสรีระหว่างกันด้านยา ซึ่งส่งผลทั้งในแง่การไม่ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี และในด้านการส่งยาเข้ามาตีตลาดในประเทศไทย

ยาแผนโบราณ

1) สมุนไพรที่เก็บจากป่ามีปริมาณลดน้อยลงเรื่อยๆ ทั้งจากป่าในประเทศไทยเองและป่าของประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งหมอพื้นบ้านที่รู้จักสมุนไพรชนิดต่างๆ ในตำราก็มีจำนวนลดน้อยลงตามลำดับ ก่อให้เกิดปัญหาการใช้สมุนไพรผิดชนิดโดยไม่ตั้งใจ หรือเพื่อปลอมปนเนื่องจากสมุนไพรที่ต้องการหายากขึ้น

2) ความได้เปรียบของคู่แข่งของไทย เช่น จีน อินเดีย และเวียดนามในด้านการลงทุนและภูมิปัญญาดั้งเดิม

3) ผลจากการเจรจา FTA และ NTB ของประเทศผู้นำเข้าซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมยาไทยทั้งสิ้น

4. ปัญหาของอุตสาหกรรม

จากการวิเคราะห์ปัญหาและข้อจำกัดหลักๆ ของอุตสาหกรรมยาและสมุนไพรโดยใช้แบบจำลองข้างต้น สามารถสรุปได้ ดังนี้

1) ด้านวัตถุดิบ ได้แก่ คุณภาพของสมุนไพรขาดความสม่ำเสมอ ขาดการวิจัยและพัฒนาเพื่อหาสารสมุนไพรตัวใหม่ และขาดสถาบันที่จะทำการวิเคราะห์ทดสอบคุณภาพที่ได้มาตรฐาน

2) ด้านการผลิต ได้แก่ ขาดสถาบันที่จะทำการวิเคราะห์ทดสอบคุณภาพที่ได้มาตรฐาน ยังไม่ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีในการผลิตที่ได้มาตรฐานจากภาครัฐ ภาครัฐยังไม่ยอมให้การรับรองการเป็นยาสมุนไพรหรือแม้กระทั่งการเป็นอาหารเสริม และในการขึ้นตอนการจดทะเบียนยายังมีระเบียบและขั้นตอนมากมาย และในด้านผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากธรรมชาติ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ Spa ยังขาด brand name และการรับรองคุณภาพ ทำให้การจัดจำหน่ายโดยเฉพาะในตลาดต่างประเทศทำได้ยาก

3) ด้านการตลาด ได้แก่ ขาดการจัดการและขาดศูนย์รวมจำหน่ายสมุนไพรที่มีคุณภาพ เพื่อให้การจัดจำหน่ายมีระบบและเป็นมาตรฐาน รัฐบาลจะร่วมมือกับเอกชนตั้งศูนย์รวมการจำหน่ายที่เป็นที่ยอมรับและผู้บริโภคเชื่อมั่นในคุณภาพ

4) ด้านกฎระเบียบของภาครัฐ ได้แก่ กฎระเบียบเกี่ยวกับการขึ้นทะเบียนยา การไม่ยอมรับสมุนไพรเป็นอาหาร กฎระเบียบในการขอ Certificate of origin ในการส่งออก การจำแนกพืชของกรมศุลกากรที่ไม่มีมาตรฐาน (ขึ้นอยู่กับพิจารณาของเจ้าหน้าที่) การทำงานไม่ประสานกันของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง การไม่มีมาตรฐานของผลผลิตสมุนไพร และพระราชบัญญัติที่ล้าสมัยไม่ทันกับสมัยปัจจุบัน

5. ทิศทางการพัฒนากลุ่มธุรกิจ SMEs เป้าหมาย

5.1 กลุ่ม SMEs เป้าหมาย

สำหรับ SMEs หรือผลิตภัณฑ์เป้าหมายที่ควรจะได้รับส่งเสริม นั่น คือ การผลิตยาสมุนไพร และผลิตภัณฑ์สมุนไพร ทั้งนี้เนื่องจากมีผู้ประกอบการขนาดเล็กจำนวนมาก ใช้วัตถุดิบที่ผลิตในท้องถิ่น หรือภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ มีการกระจายตามภูมิภาคอย่างกว้างขวาง เป็นสาขาระยะสุขทางเลือกของผู้บริโภค เป็นการสงวนและรักษาไว้ซึ่งภูมิปัญญาชาวบ้านหรือท้องถิ่น และสุดท้าย เพื่อสนับสนุนนโยบายส่งเสริมหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของภาครัฐ นอกจากนี้ตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ ยังสดใสอีกด้วย

สาเหตุที่ไม่เลือกยาแผนปัจจุบัน เพราะปัญหาการผลิตของยาแผนปัจจุบันมีมาก โดยเฉพาะเรื่อง สิทธิบัตรยา การกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภาษีต่างๆ (NTBs) นอกจากนี้เรายังไม่มีเปรียบเทียบ โดยเปรียบเทียบในการผลิตยาแผนปัจจุบัน ตลาดโลกมีการแข่งขันกันสูงโดยเฉพาะถ้าการค้า FTA มีผลเต็มที่ และยังคงพึ่งพาวัตถุดิบจากต่างประเทศเสียส่วนใหญ่ (ร้อยละ 95 ต้องนำเข้า) การผลิตยาแผนปัจจุบันจะมี ลักษณะการผลิตที่มีการประหยัดต่อขนาด (Economies of scale) เพราะต้องมีการลงทุนทางด้านวิจัย และพัฒนา (R&D) สูง ดังนั้นการผลิตขนาดเล็กและขนาดกลาง โดยเฉพาะขนาดเล็กจะเสียเปรียบการผลิตขนาดใหญ่

5.2 ทิศทางการส่งเสริม SMEs ในกลุ่มธุรกิจเป้าหมาย

ยาสมุนไพร และผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยส่วนใหญ่ผลิตโดยผู้ประกอบการขนาดเล็ก ซึ่งกระจายอยู่ในทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ สินค้าและผลิตภัณฑ์มีการใช้วัตถุดิบทางการเกษตรและ ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์สามารถพัฒนาให้โดดเด่นได้ ตลาดทั้งในและต่างประเทศมีโอกาส ที่จะขยายตัว ดังนั้นจึงเป็นกลุ่ม SMEs ที่ควรได้รับการส่งเสริม โดยทิศทางการส่งเสริมหลักนั้นควรเน้นไปที่ การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย

6. มาตรการที่ไม่ใช่ภาษีรายสินค้า (Non-Tariff Barriers : NTB)

มาตรการ TBT (Technical Barriers to Trade) หรือมาตรการอุปสรรคทางการค้าด้านเทคนิค ที่นำมาใช้กับอุตสาหกรรมยาและเครื่องสำอาง มีดังนี้

1) ประเทศสหภาพยุโรป

มีการนำหลักเกณฑ์การปิดฉลากและระบุข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติในการใช้หรือสรรพคุณ (Function of The Product)

- 1) คำเตือน และวิธีใช้หรือคำแนะนำในการใช้
- 2) ชื่อและสถานที่ตั้งโรงงานผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย
- 3) ระบุหมายเลขรุ่นการผลิต Batch Number หรือวันที่ผลิต และสถานที่ผลิตสินค้า
- 4) ระบุช่วงเวลาหมดอายุของสินค้า หรือช่วงเวลาการใช้ (Best Before)
- 5) รายชื่อส่วนผสม List Of Ingredient และข้อมูลที่เกี่ยวข้องตามที่กฎหมายกำหนด
- 6) กรณีของสารกันแดด UV Filter จะต้องมีคำเตือนและข้อมูลการทดลองกับสัตว์

ส่วนผสม สารที่ควบคุมหรือสารต้องห้าม

- 1) ส่วนผสมหรือสารต้องห้ามมี 700 กว่ารายการ เช่น คลอโรไรต์ ไซยาไนต์ ไอโอดีน

2) ส่วนผสมหรือสารควบคุมปริมาณมี 50 กว่ารายการ เช่น ห้ามใช้ไฮโดรควิโนนเกินกว่าร้อยละ

3

3) สารที่ใช้เป็นน้ำหอมหรือให้กลิ่นหอม จำนวน 5 รายการต้องระบุบนฉลาก

2) ประเทศสหรัฐอเมริกา

ผู้ประกอบการจะต้องขออนุญาตนำเข้าตามระเบียบของสำนักงานอาหารและยา ภายใต้พระราชบัญญัติของสหพันธรัฐฯ (Federal Food Drug and Cosmetic) และจะต้องมีหลักฐานการทดลองการแพทย์อ้างอิง นอกจากนี้ฉลากจะต้องระบุเป็นภาษาอังกฤษ ในเรื่องของชื่อ ส่วนผสม และวิธีการใช้

ข้อห้ามในการใช้วัตถุพิษ 7 ชนิด มาเป็นส่วนผสมในการผลิต ได้แก่ ไบโธธิโอนอล (Biothionol) เฮกซะคลอโรฟีน (Hexachlorophene) มิวควอริรี คอมพาวด์ (Mercury Compounds) ไวนิล (Vinyl) เกล็ดคลอไรด์และเซอร์โคเนียม (Chloride & Zirconium Salt) ฮาโลจีเนท ซิลิไซลานไนด์ (Halogenated Silicylanilides) คลอโรฟอร์ม (Chloroform) และเมทิลีนคลอไรด์ (Methylene Chloride)

3) ประเทศญี่ปุ่น

ผู้ประกอบการต้องมีใบรับรองและใบอนุญาตการผลิต การนำเข้า และการจัดจำหน่าย และถูกกำกับดูแลในทุกขั้นตอน โดยเป็นไปตามกฎหมายเวชภัณฑ์แห่งชาติ (Pharmaceutical Affairs Law)

สำหรับการผลิตยา (Quasi-Drugs) ผู้ประกอบการจะต้องมีใบอนุญาตโรงงาน แต่ไม่จำเป็นต้องมีใบอนุญาตขาย และจะต้องมีคุณสมบัติตามที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด เช่น มาตรฐานของสิ่งที่ห้ามเจือปน มาตรฐานด้านการทดสอบ และความบริสุทธิ์ของสินค้า รวมทั้งการห้ามโฆษณาเกินจริง

4) ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

จีนกำหนดให้การผลิตยาและเวชภัณฑ์ต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์การผลิตที่ดี (Good Manufacturing Practice : GMP) สำหรับสารที่นำมาใช้เป็นตัวทำปฏิกิริยา (IVD Reagents) ได้แก่ ก๊าซที่ทำให้เป็นยา (Medicinal Gases) และยาโบราณของจีน (Chinese Crude Drugs) จะต้องได้รับการรับรอง GMP ก่อนวันที่ 1 มกราคม 2550

ผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่เห็นว่าอัตราค่าขึ้นทะเบียนยาก่อนข้างแพงมาก อย่างไม่เห็นเหตุผล และยังมีความเข้มงวดของกฎระเบียบในเรื่องการต้องทำวิจัยทางเทคนิค (Clinical Study) ถึงแม้ยานั้นจะเคยจำหน่ายในท้องตลาดแล้วก็ตาม เช่น ยาอมแก้เจ็บคอ รวมทั้งทางการจีนเองยังต้องการข้อมูลการศึกษาชีวประสิทธิภาพ (Bioavailability Study) ประกอบด้วย ทำให้ผู้ประกอบการประสบกับความยุ่งยาก

5) ประเทศมาเลเซีย

ประเทศมาเลเซียไม่รับขึ้นทะเบียนยาที่นิยมใช้ทั่วไป เช่น พาราเซตามอล และคลอเฟนิลามีน ส่วนยาที่ไม่เคยขึ้นทะเบียนมาก่อนถ้าไม่มีประสิทธิภาพดีกว่ายาที่มีอยู่ในท้องตลาดจะไม่รับขึ้นทะเบียน

6) ประเทศเวียดนาม ต้องแปลเอกสารขึ้นทะเบียนยาเป็นภาษาเวียดนาม และอายุใบอนุญาตการนำเข้ามีอายุสั้นเพียง 1 ปี

7) **ประเทศอินโดนีเซีย** ยอมให้มีการนำเข้าเฉพาะยาที่ไม่มีผลิตในประเทศเท่านั้น

8) **ประเทศฟิลิปปินส์** ต้องผ่านการรับรองจากหน่วยงานอาหารและยา (Bureau of Food and Drug) ก่อนจำหน่าย

9) **ประเทศสิงคโปร์** ต้องขออนุญาตนำเข้าจากสำนักงานยาแห่งชาติ (National Pharmaceutical Administration)

10) **ประเทศบรูไน** ยาจะต้องได้รับการจดทะเบียนในมาเลเซียและสิงคโปร์ก่อน

11) **ประเทศกัมพูชา** ขั้นตอนการขึ้นทะเบียนยาใช้เวลานาน บางครั้งเกิน 1 ปี 2 - ปี และต้องทำการศึกษาชีวประสิทธิภาพ (Bioavailability Study)

7. ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ในอุตสาหกรรมยาและสมุนไพร

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน

วัตถุประสงค์ เพื่อยกระดับผลิตภัณท์ของ SMEs ให้มีคุณภาพและมาตรฐานตามหลักสากล โดยการผลิตยาในประเทศส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตยาสำเร็จรูปสามัญ (Generic Drugs) ซึ่งเป็นเป็นการผลิตยาที่ไม่ใช้เทคโนโลยีสูงและซับซ้อนมากนัก อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการขาดความรู้และเทคนิคในการผลิตที่ดีจึงทำให้ยาที่ผลิตออกมาในบางครั้งไม่ได้คุณภาพ ดังนั้นภาครัฐจึงควรเข้าไปให้ความรู้และช่วยเหลือให้คำปรึกษากับ SMEs ในการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน

แผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างมาตรฐานคุณภาพสินค้า

วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์นี้ คือ เพื่อยกระดับผลิตภัณท์ยาและสมุนไพรของ SMEs ให้มีคุณภาพและมาตรฐานตามหลักสากล

- แผนการพัฒนาด้านมาตรฐานและความปลอดภัย การผลิตยาในประเทศส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตยาสำเร็จรูปสามัญ (Generic Drugs) ซึ่งเป็นเป็นการผลิตยาที่ไม่ใช้เทคโนโลยีสูงและซับซ้อนมากนัก อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการขาดความรู้และเทคนิคในการผลิตที่ดีจึงทำให้ยาที่ผลิตออกมาในบางครั้งไม่ได้คุณภาพ ดังนั้นภาครัฐจึงควรเข้าไปให้ความรู้และช่วยเหลือให้คำปรึกษากับ SMEs ในการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน

สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการแผนปฏิบัติการนี้ ได้แก่ คณะกรรมการอาหารและยาของกระทรวงสาธารณสุข สถาบันการศึกษาที่มีการทำการวิจัยทางด้านยาและสมุนไพร โดยหน่วยงานเหล่านี้อาจมีการจัดโครงการต่างๆ เพื่อพัฒนาและส่งเสริม ให้แก่ SMEs เช่น โครงการอบรมทางด้านมาตรฐานและความปลอดภัยเพื่อให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ โครงการให้คำปรึกษา ในส่วนของกรอบระยะเวลาในการดำเนินการนั้น จำเป็นที่จะต้องรีบดำเนินการโดยทันทีภายในกรอบระยะเวลา 2 ปีแรก คือปี พ.ศ255-2551 .2

- แผนการรับรองมาตรฐานสินค้า เพื่อทำให้ยาสมุนไพรและผลิตภัณท์สมุนไพรเป็นที่ยอมรับทั้งในตลาดภายในและตลาดโลก ดังนั้นจึงควรมีการตั้งสถาบันรับรองมาตรฐานของยาสมุนไพรและผลิตภัณท์สมุนไพร และจัดให้มีการตั้งศูนย์ตรวจสอบคุณภาพยาสมุนไพรและผลิตภัณท์สมุนไพรในภูมิภาคต่างๆ เพื่อให้ SMEs สามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยคณะกรรมการอาหารและยา และสถาบันมาตรฐานอุตสาหกรรม

ไทย อาจจะร่วมมือกันในการดำเนินการดังกล่าว สำหรับกรอบเวลาในการปฏิบัตินั้น หลังจากที่ได้มีการส่งเสริมในด้านการพัฒนาด้านมาตรฐานและความปลอดภัยไประยะหนึ่ง โดยในปี พ.ศ.2553 ก็สามารรถดำเนินการได้ทันที

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเสริมสร้างความรู้ความสามารถในการผลิต

วัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการจะเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมยาและสมุนไพรจำเป็นต้องมีการทำวิจัยและพัฒนาอย่างเข้มข้นและต่อเนื่อง ดังนั้นภาครัฐจึงควรเข้ามามีบทบาทในการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีใหม่ๆ ให้แก่ผู้ประกอบการ ส่งเสริมและสนับสนุนในด้านการศึกษาและพัฒนาบุคลากรทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยาและสมุนไพร

แผนปฏิบัติการของยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความรู้ความสามารถในการผลิต

วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์นี้ คือ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยแผนปฏิบัติการที่จะนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์นี้ประกอบด้วย

- แผนการจัดอบรมและถ่ายทอดความรู้ทางเทคโนโลยี ความรู้และเทคโนโลยีที่ทันสมัยมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และขีดความสามารถในการผลิตของผู้ประกอบการ ดังนั้นสถาบันการศึกษาและหน่วยงานต่างๆ ของรัฐ เช่น กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะกรรมการอาหารและยาของกระทรวงสาธารณสุข จึงควรเข้าไปช่วยอบรมและถ่ายทอดความรู้ในการใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการผลิตยาให้แก่ผู้ประกอบการ

- แผนการพัฒนากำลังคนและเทคโนโลยีทางด้านเภสัชกรรม การจะพัฒนาอุตสาหกรรมยาและสมุนไพรให้เจริญก้าวหน้าจำเป็นต้องมีการทำวิจัยและพัฒนาอย่างเข้มข้นและต่อเนื่อง ดังนั้นภาครัฐจึงควรเข้ามาส่งเสริมและสนับสนุนในด้านการศึกษาและพัฒนาบุคลากรทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยาและสมุนไพร โดยกระทรวงศึกษาธิการและสถาบันการศึกษาจะต้องช่วยกันในการพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัย ตลอดจนทำการประชาสัมพันธ์ให้ผู้สนใจได้เข้ามาศึกษา

สำหรับกรอบเวลาในทางปฏิบัติของแผนปฏิบัติการนั้น แผนการจัดอบรมและถ่ายทอดความรู้ทางเทคโนโลยีควรเริ่มดำเนินการโดยทันทีภายในกรอบระยะเวลา 2 ปีแรก คือปี พ.ศ. 2551-2552 ในส่วนของแผนการพัฒนากำลังคนและเทคโนโลยีทางด้านเภสัชกรรมสามารถเริ่มดำเนินการได้ในภายหลัง คือในปี พ.ศ. 2553 โดยอาจจะต้องมีการประชุมหารือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาหลักสูตรและประชาสัมพันธ์หลักสูตร ก่อนที่จะผลักดันให้เกิดผลในทางรูปธรรมได้

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเสริมสร้างทางการตลาด

วัตถุประสงค์ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและขยายตลาดให้กับผู้ประกอบการ โดยการสนับสนุนการพัฒนาความรู้ด้านการตลาด ตลอดจนข้อมูลข่าวสารและกฎระเบียบทางการตลาดในอุตสาหกรรมเป็นสิ่งสำคัญต่อการประสบความสำเร็จของ SMEs เพราะจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนในการส่งเสริมและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตนได้อย่างเหมาะสม ดังนั้นภาครัฐจึงควรเข้าไปช่วยเหลือเผยแพร่ข่าวสาร แนะนำการเข้าถึงข่าวสารทางอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เพื่อความสะดวกรวดเร็ว นอกจากนี้ ควรมีการ

ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการจัดทำ Website เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางในการให้ข้อมูลและกระจายสินค้าของตนไปยังผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ

แผนปฏิบัติการของยุทธศาสตร์ที่ 3 การเสริมสร้างทางการตลาด

วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์นี้ คือ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและขยายตลาดให้กับ SMEs โดยแผนปฏิบัติการที่จะนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์นี้ประกอบด้วย

- แผนการเสริมสร้างความรู้ทางการตลาด ความรู้ทางการตลาดและการขยายช่องทางในการจัดจำหน่ายสิ่งสำคัญต่อการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการ เนื่องจาก SMEs ส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และประสบการณ์ด้านการตลาด ดังนั้นกระทรวงพาณิชย์อาจเข้ามาให้ความช่วยเหลือโดยการจัดโครงการอบรมความรู้ทางการตลาดแก่ผู้ประกอบการ

- แผนการส่งเสริมการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์หรือการสร้างแบรนด์เป็นสิ่งสำคัญในการทำตลาด ดังนั้นจึงควรมีการส่งเสริมความรู้ทางการตลาดในการสร้างตราผลิตภัณฑ์ รวมทั้งให้ข้อมูลรายละเอียดสำหรับการจดทะเบียนตราผลิตภัณฑ์ให้กับ SMEs โดยกระทรวงพาณิชย์อาจจะเข้ามาช่วยในส่วนนี้

- แผนงานจัดทำ Website เพื่อเป็นสื่อกลางให้แก่ลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ในปัจจุบันการเผยแพร่ข้อมูลทาง Website ถือว่ามีต้นทุนที่ไม่สูงมากนักและสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้นเพื่อช่วยส่งเสริมและขยายช่องทางทางการตลาดแก่ผู้ประกอบการ จึงควรมีการจัดทำ Website ที่เป็นศูนย์รวมเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ยาและสมุนไพรต่างๆ ในประเทศ และมีการสร้างการเชื่อมโยงต่อไปยัง Website ของผู้ประกอบการแต่ละราย สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการแผนปฏิบัติการนี้ ได้แก่ กระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศ กระทรวงพาณิชย์ และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) โดยทาง สสว. ควรทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ ในการวางแผนสร้าง Website ที่เป็นสื่อกลาง ตลอดจนประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการทราบและเริ่มพัฒนา Website ของตนเพื่อมาเชื่อมโยงกับ Website ส่วนกลาง

- แผนการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของ SMEs การนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมมาใช้ในการประกอบธุรกิจ นอกจากจะช่วยให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพแล้ว ยังช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถในการพัฒนาตลาดของผู้ประกอบการอีกด้วย เช่น การพัฒนาระบบตรวจสอบสินค้า ระบบตรวจสอบบัญชี และการสร้าง Website เพื่อเป็นหน้าร้านและช่องทางในการเข้าถึงของผู้บริโภคอีกทางหนึ่ง

ในการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของ SMEs กระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศ กระทรวงพาณิชย์ และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) อาจเข้ามาช่วยผลักดันและดำเนินการ โดยทาง สสว. ควรทำหน้าที่ประสานงานกับหน่วยงานของภาครัฐเพื่อจัดการอบรมความรู้ทางการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ และประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้ผู้ประกอบการที่สนใจเพื่อมาเข้ารับการอบรม

สำหรับกรอบเวลาในทางปฏิบัตินั้น แผนการเสริมสร้างความรู้ทางด้านการตลาดควรเริ่มดำเนินการโดยทันทีภายในกรอบระยะเวลา 2 ปีแรก คือปี พ.ศ.255-2551 .2 เพื่อให้ผู้ประกอบการ SMEs ได้ข้อมูลเกี่ยวกับทางด้านตลาดและความต้องการของผู้บริโภคเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ของตนให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด หลังจากนั้นในปี พ.ศ.2553 จึงเริ่มดำเนินการแผนการส่งเสริมการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ แผนงานจัดทำ Website เพื่อเป็นสื่อกลางให้แก่ลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ และแผนการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของ SMEs

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริมทางด้านการเงิน

วัตถุประสงค์ เพื่อแก้ปัญหาค่าขาดแคลนเงินทุนในการขยายกิจการ ปรับปรุงกิจการ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เนื่องจาก SMEs ส่วนใหญ่ยังมีข้อจำกัดในด้านของเงินทุนทำให้ไม่สามารถขยายกิจการและลงทุนในเครื่องจักรที่ทันสมัยที่จะช่วยทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพและมาตรฐาน นอกจากนี้ การวิจัยและพัฒนาขั้นพื้นฐานก็ยังต้องใช้เงินทุนที่สูง ดังนั้นควรมีการหาทางช่วยเหลือในการหาและเพิ่มช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนให้กับ SMEs

แผนปฏิบัติการของยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริมทางด้านการเงิน

1) แผนการสร้างช่องทางในการเข้าถึงเงินทุน

เนื่องจากผู้ประกอบการ SMEs ในกลุ่มยาสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรนั้นมีขนาดเล็กมากทำให้มีข้อจำกัดในด้านของเงินทุน จึงไม่สามารถพัฒนาการผลิตและซื้ออุปกรณ์ที่ทันสมัยและมาตรฐานมาใช้ในการผลิตได้ ดังนั้นจึงควรมีการหาทางช่วยเหลือในการหาและเพิ่มช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยในส่วนของสถาบันการเงินของรัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ควรจะเข้ามารับหน้าที่ในการให้ความช่วยเหลือดังกล่าว สำหรับกรอบเวลาในทางปฏิบัติของแผนปฏิบัติการนี้สามารถดำเนินการได้ทันทีภายในกรอบระยะเวลา 2 ปีแรก คือปี พ.ศ. 2551-2552

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การเสริมสร้างการประสานงานในการแก้ปัญหาของภาครัฐมากขึ้น

วัตถุประสงค์เพื่อแก้ปัญหากฎระเบียบต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา และประสานร่วมมือกัน ในระหว่างหน่วยงานของภาครัฐ โดยภาครัฐควรจัดตั้งหน่วยงานหรือองค์กรเฉพาะ อาจอยู่ในรูป Cluster ของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสมุนไพร โดย Cluster ดังกล่าวจะเป็นผู้รวบรวมปัญหาและอุปสรรคต่างๆ พร้อมกับวางแผนแก้ปัญหาที่จุดเดียว (one stop service) โดยเฉพาะกฎระเบียบที่ล้าสมัย และยุ่งยากซับซ้อน เพื่อขับเคลื่อนให้การพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้ก้าวไปได้เร็วยิ่งขึ้น

แผนปฏิบัติการของยุทธศาสตร์ที่ 5 การเสริมสร้างการประสานงานในการแก้ปัญหาของภาครัฐ

วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์นี้ คือ เพื่อแก้ปัญหากฎระเบียบต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาและประสานร่วมมือกัน ในระหว่างหน่วยงานของภาครัฐ โดยแผนปฏิบัติการที่จะนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์นี้ ประกอบด้วย

- แผนการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยาสมุนไพร และผลิตภัณฑ์สมุนไพร ภาครัฐควรจัดตั้งหน่วยงานหรือองค์กรเฉพาะ อาจอยู่ในรูปของเครือข่ายวิสาหกิจ

ของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับยาสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยเครือข่ายวิสาหกิจดังกล่าวจะเป็นผู้รวบรวมปัญหาและอุปสรรคต่างๆ พร้อมกันวางแผนแก้ปัญหาที่จุดเดียว) One stop service) โดยเฉพาะกฎระเบียบที่ล้าสมัย และยุ่งยากซับซ้อน เพื่อขับเคลื่อนให้การพัฒนารัฐกิจยาสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้ก้าวไปได้เร็วยิ่งขึ้น สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการแผนปฏิบัติการนี้ ได้แก่ คณะกรรมการอาหารและยาของกระทรวงสาธารณสุข กรมพัฒนาแพทย์แผนไทย สถาบันการศึกษาที่มีการทำการวิจัยทางด้านสมุนไพร โดยจะต้องมีการประชุมเพื่อวางกรอบในการจัดตั้งหน่วยงานดังกล่าว สำหรับกรอบเวลาในทางปฏิบัติของแผนปฏิบัติการนั้น สามารถดำเนินการได้ทันทีภายในกรอบระยะเวลา 2 ปีแรก คือปี พ.ศ.2555-2556 .2

8. นโยบายและมาตรการภาครัฐที่สำคัญ

ในการแถลงนโยบายรัฐบาล เมื่อธันวาคม 2551 รัฐบาลได้มีนโยบายขยายฐานภาคบริการ โดยเพิ่มความหลากหลายของธุรกิจบริการ เพิ่มมูลค่า เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และเชื่อมโยงธุรกิจภาคบริการ อุตสาหกรรม และเกษตรเข้าด้วยกันให้เป็นกลุ่มสินค้า เช่น ธุรกิจสุขภาพ อาหารและการท่องเที่ยว ดังนั้น การผลิตยาแผนโบราณ จึงมีความเชื่อมโยงกับนโยบายดังกล่าว โดยเฉพาะธุรกิจบริการสุขภาพ มีการใช้ยาแผนโบราณ เป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำของบริการสุขภาพ รวมทั้งอาหารเพื่อสุขภาพอีกด้วย

9. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. การกำหนดมาตรฐานในการผลิตยา ผู้ประกอบการยังไม่ทราบชัดเจนเกี่ยวกับรายละเอียดของ PICS GMP และ WHO ว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร จึงเกิดปัญหาในทางปฏิบัติ รวมทั้งการตีความหมายข้อกำหนดแตกต่างกันระหว่างผู้ประกอบการ และผู้ตรวจรับรอง (อย.) ดังนั้น ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเร่งทำความเข้าใจและเผยแพร่ข้อมูลให้ผู้ประกอบการได้รับทราบและเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน

2. การที่ไทยเป็นส่วนหนึ่งของ ASEAN ซึ่งกำลังพัฒนาไปสู่ ASEAN Harmonize และกำหนดให้การผลิตเครื่องสำอาง ต้องได้มาตรฐาน GMP ภายในปี 2551 ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการไทย ซึ่งส่วนใหญ่เป็น SMEs โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเพื่อให้ได้มาตรฐาน GMP 1 - 1.5 ล้านบาท/ราย (ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงโรงงานและฝึกอบรม) จึงส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมยาแผนโบราณ (เครื่องสำอาง) ดังนั้น ภาครัฐควรมีนโยบายการสนับสนุนหรือส่งเสริมด้านการเงิน ในลักษณะสนับสนุนค่าใช้จ่ายบางส่วนหรือทั้งหมดให้แก่ผู้ประกอบการ

3. การเปิดเสรีการค้า ส่งผลให้สมุนไพรไทยอาจถูกต่างชาตินำไปจดสิทธิบัตร ดังนั้น ควรมีมาตรการทางกฎหมายในการปกป้องยาและสมุนไพรไม่ให้ต่างชาตินำไปจดลิขสิทธิ์เป็นของตนเอง เช่นเดียวกับการกำหนดอาชีวเฉพาะของคนไทย ที่ห้ามต่างชาติประกอบ

10. ตัวอย่างโครงการในอุตสาหกรรมยาและสมุนไพร

โครงการอบรมคุณภาพมาตรฐานยาสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพร

หลักการและเหตุผล

เนื่องจากผู้ผลิตยาสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กที่ยังไม่มีความรู้ทางด้านมาตรฐานและความปลอดภัย ประกอบกับวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบในท้องถิ่นที่ยังไม่ได้มีการวางระบบตรวจสอบคุณภาพ ดังนั้นจึงทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมาไม่ได้มาตรฐานและขาดความสม่ำเสมอ ดังนั้นเพื่อให้ยาสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็นที่ยอมรับทั้งในตลาดภายในและตลาดโลก จึงจำเป็นที่จะต้องมีการให้ความรู้และยกระดับคุณภาพและมาตรฐานในการผลิตของผู้ประกอบการให้ผ่านการรับรองตามเกณฑ์มาตรฐานสากล คือ หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร (Good manufacturing practice: GMP)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ความรู้กับผู้ประกอบการเกี่ยวกับระบบมาตรฐานสากลที่สำคัญของผลิตภัณฑ์สมุนไพร
2. เพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการพยายามปรับปรุงและยกระดับมาตรฐานการผลิตของตนให้ได้ตามมาตรฐานสากล

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบการผลิตยาสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรซึ่งกระจายอยู่ตามชนบทและภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ

วิธีการดำเนินการ

1. ประชุมคณะกรรมการเพื่อจัดเตรียมงาน โดยคณะกรรมการจะประกอบด้วยตัวแทนจากคณะกรรมการอาหารและยา กรมพัฒนาแพทย์แผนไทย สถาบันการศึกษาที่มีการทำการวิจัยทางด้านสมุนไพร สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม) สสว.(
2. กำหนดหัวข้อและเนื้อหาที่จะจัดอบรม วิทยากรที่จะเป็นผู้บรรยาย และวันเวลาและสถานที่สำหรับการจัดอบรม
3. ดำเนินการประชาสัมพันธ์และเปิดรับสมัครให้แก่ผู้ประกอบการที่สนใจ
4. ดำเนินการจัดการอบรม

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการมีความรู้และความเข้าใจมากขึ้นเกี่ยวกับระบบมาตรฐานสากลที่สำคัญของผลิตภัณฑ์สมุนไพร
2. ผู้ประกอบการตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพและความปลอดภัย และกระตุ้นให้พัฒนาปรับปรุงการผลิตของตนให้ดียิ่งขึ้น

กรอบเวลาในการดำเนินการ

โดยมีกรอบเวลา 3 เดือน โดยประมาณดังนี้

เดือนที่ 1 จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อกำหนดเนื้อหาและรูปแบบในการอบรม

เดือนที่ 2 ประชาสัมพันธ์และเปิดรับสมัคร

เดือนที่ 3 ดำเนินการจัดอบรม

งบประมาณที่คาดว่าจะต้องใช้

ขึ้นอยู่กับค่าใช้จ่ายการประชุมและเบี้ยประชุมของคณะกรรมการ จำนวนผู้ที่จะเข้าอบรม ค่าใช้จ่าย
ในด้านของค่าวิทยากร ค่าเอกสาร ค่าอาหาร และค่าสถานที่จัดอบรม

ภาคผนวก

ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมยาและสมุนไพร



หมายเหตุ : * = SMEs โดยใช้เกณฑ์การจ้างงาน จำนวนโรงงาน และเงินทุนจดทะเบียน
 B = ค่าเงิน F = พลังงาน



บรรณานุกรม

ดร. สมศักดิ์ แต่มบุญเลิศชัย และคณะที่ปรึกษา ศูนย์บริการวิชาการ เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ตุลาคม 2551 โครงการจัดทำยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs รายสาขา

ดร. สมศักดิ์ แต่มบุญเลิศชัย และคณะที่ปรึกษา ศูนย์บริการวิชาการ เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ตุลาคม 2551 โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs รายสาขา

กองควบคุมยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
<http://www.fda.moph.go.th/>

ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
ศูนย์สารสนเทศและเทคโนโลยี สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด
ย่อม (สสว.)

รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2550 และแนวโน้มปี
2551

รายงานการศึกษา วิเคราะห์ และเตือนภัย SMEs รายสาขา ปี 2551 โครงการ
การศึกษา วิเคราะห์ และเตือนภัย SMEs รายสาขา (วต.) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม

สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักในอุตสาหกรรม 2550 , สำนักในธุรกิจทางการค้า
และธุรกิจทางการบริการ พ.ศ. 2545

กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
<http://www.diw.go.th/diw/query.asp>

กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ <http://www.depthai.go.th/ขอมูลการค้าและการส่งออก/ขอมูลสินค้า/tabid/196/Default.aspx>

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนแห่งประเทศไทย (BOI)
<http://www.boi.go.th>

การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กระทรวงอุตสาหกรรม
<http://www.ieat.go.th>

SMEs

รายงานภาวะเศรษฐกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม