

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	
บทคัดย่อ	
บทที่ 1 บทนำ	
ปัญหาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์และระเบียบวิธีวิจัย	2
ขอบเขตการศึกษา	3
แผนการดำเนินการ	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	7
นโยบายระดับประเทศ และแผนพัฒนาสมุนไพรแห่งชาติ	7
นโยบายการสนับสนุนการส่งออก	8
นโยบายกรมส่งเสริมการส่งออก	8
นโยบายกระทรวงอุตสาหกรรม	16
นโยบายกระทรวงต่างประเทศ	18
กฎระเบียบการนำเข้าสินค้าสมุนไพรของประเทศผู้นำเข้า	19
ทบทวนร่างกฎหมายผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้านของ EU	21
ข้อมูลด้านการตลาดของประเทศคู่ค้าและประเทศคู่แข่ง	28
บทที่ 3 ผลการศึกษา	65
ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรในประเทศ	65
การประเมินภาพรวมของอุตสาหกรรมด้านผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องสำอาง	76
สภาวะปัจจัยการผลิต	76
โครงสร้างนโยบาย กลยุทธ์ และอุปสรรค	83
อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน	85
สถานะภาพของอุปสงค์	86
การประเมินความสามารถและความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพร ในเชิงพาณิชย์	88
การกำหนดกลยุทธ์และแนวนโยบายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรในเชิงพาณิชย์	89
การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์และการกำหนดตลาดเป้าหมาย	98
วิเคราะห์นโยบายการสนับสนุนจากภาครัฐบาล	104
ข้อมูลพื้นฐานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรในประเทศญี่ปุ่น	107
สภาพปัญหาและอุปสรรคในกระบวนการพัฒนาสมุนไพรเชิงพาณิชย์	115

	หน้า
บทที่ 4 สรุปและข้อเสนอแนะ	123
บรรณานุกรม	141

ภาคผนวก

ภาคผนวก 1	ข้อมูลอุตสาหกรรมผลิตภัณฑส์มุนไพรที่ผลิตในประเทศไทย	A
ภาคผนวก 2	อุตสาหกรรมเกษตรอินทรีย์	B
ภาคผนวก 3	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับ Good Laboratory Practice (GLP)	C
ภาคผนวก 4	สรุปเปรียบเทียบ ข้อบังคับ เกี่ยวกับเกณฑ์การนำเข้าสมุนไพรของประเทศต่างๆ	D
ภาคผนวก 5	สถานที่เก็บข้อมูลและรายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	E
ภาคผนวก 6	คำถามสัมภาษณ์	F
ภาคผนวก 7	รายงานผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิที่เข้าร่วมประชุมเรื่อง การวิจัยและ พัฒนานโยบายและกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑส์มุนไพรในเชิง พาณิชย์ วันพฤหัสบดีที่ 11 สิงหาคม 2548	G
ภาคผนวก 8	คณะทำงานวิจัย	H

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แหล่งนำเข้าสมุนไพรของเยอรมัน ปี พ.ศ. 2541-2545 (ม.ค.-มิ.ย.)	30
2	มูลค่าการบริโภคสมุนไพรของประเทศญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2539 -2541	57
3	ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่เป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในระดับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	66
4	ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่เป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในระดับระดับผู้ประกอบการระดับกลาง-ระดับเล็ก	67
5	ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่เป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในระดับส่งออก	69
6	ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่เป็นเครื่องสำอาง ในระดับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	72
7	ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่เป็นเครื่องสำอาง ในระดับส่งออก	73
8	การประเมินความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรในเชิงพาณิชย์โดยใช้เกณฑ์ที่กำหนด	88
9	ตัวอย่างผลิตภัณฑ์กระเทียมที่สำรวจได้	99
10	ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ขมิ้นที่สำรวจได้	101
11	ตัวอย่างผลิตภัณฑ์กวางเครือที่สำรวจได้	103

สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
1	เปรียบเทียบปัจจัยผลิตภัณฑืกระเทียมที่ผลิตในประเทศไทยและผลิตภัณฑืที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ	100
2	เปรียบเทียบปัจจัยผลิตภัณฑืขยอที่ผลิตในประเทศไทยและผลิตภัณฑืที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ	102
3	แผนภูมิเรดาร์แสดงระดับความสามารถของโรงงานผลิตสมุนไพรที่เป็นอาหารเสริมกระเทียม GLTJ1 ของประเทศญี่ปุ่น	111
4	แผนภูมิเรดาร์แสดงระดับความสามารถของโรงงานผลิตสมุนไพรที่เป็นอาหารเสริมกระเทียม GLTJ2 ของประเทศญี่ปุ่น	111
5	แผนภูมิเรดาร์แสดงระดับความสามารถของโรงงานผลิตสมุนไพรที่เป็นเครื่องสำอางกวาวเครือ PUCJ1 ของประเทศญี่ปุ่น	112
6	แผนภูมิเรดาร์แสดงระดับความสามารถของโรงงานผลิตสมุนไพรที่เป็นเครื่องสำอางกวาวเครือ PUCJ2 ของประเทศญี่ปุ่น	112
7	แผนภูมิเรดาร์แสดงระดับความสามารถในการผลิตของโรงงานผลิตสมุนไพรที่เป็นอาหารเสริมกระเทียม GLTJ1 ของประเทศญี่ปุ่น	113
8	แผนภูมิเรดาร์แสดงระดับความสามารถในการผลิตของโรงงานผลิตสมุนไพรที่เป็นอาหารเสริมกระเทียม GLTJ2 ของประเทศญี่ปุ่น	113
9	แผนภูมิเรดาร์แสดงระดับความสามารถในการผลิตของโรงงานผลิตสมุนไพรที่เป็นเครื่องสำอางกวาวเครือ PUCJ1 ของประเทศญี่ปุ่น	114
10	แผนภูมิเรดาร์แสดงระดับความสามารถในการผลิตของโรงงานผลิตสมุนไพรที่เป็นเครื่องสำอางกวาวเครือ PUCJ2 ของประเทศญี่ปุ่น	114