

บทที่ 1

บทนำ

จากการประเมินผลการพัฒนาสมุนไพรและผลิตภัณฑ์ธรรมชาติเพื่อเป็นยา ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงนโยบายเสนอต่อสำนักงานงบประมาณในปี พ.ศ. 2540 ซึ่งให้เห็นว่า ในช่วงแผนพัฒนาฉบับที่ 7 ทิศทางการใช้ยาภายในประเทศยังคงเน้นหนัก และให้ความสำคัญต่อการแพทย์สมัยใหม่ อย่างไรก็ตามรัฐบาลในทุกยุคก็ยังคงต้องการให้นำสมุนไพรเข้ามาแทนที่และชดเชยยานำเข้าจากต่างประเทศที่มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ ในการประเมินครั้งนั้น ได้สรุปทิศทางในการวิจัยสมุนไพรระยะสั้น (2-3 ปี)¹ คือ

1. ควรศึกษาสมุนไพรเพื่อทดแทนกลุ่มยาแผนปัจจุบันที่รักษาโรคสามัญ
2. คัดเลือกสมุนไพรที่มีศักยภาพที่จะนำไปวิจัย
3. ควรมีการสำรวจสมุนไพร และสร้างแหล่งศึกษาระดับภูมิภาค พร้อมทั้งการอนุรักษ์
4. การวิจัยวิธีการปลูกสมุนไพร
5. การวิจัยตลาดสมุนไพร

จะเห็นได้ว่าการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาสมุนไพรนั้น ได้เริ่มกระทำกันอย่างหลากหลายมาตั้งแต่ แผนพัฒนาฉบับที่ 7 จากการรวบรวมข้อมูลการวิจัย จากวารสาร 30 เล่ม วิทยานิพนธ์และโครงการวิจัยระดับปริญญาตรี ของ 5 มหาวิทยาลัย พบว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2537 มีงานวิจัย รวม 787 เรื่อง ในขณะที่ปี พ.ศ. 2538-2545 มีงานวิจัยที่เสนอทั้งในและนอกประเทศ 934 เรื่อง² นับเป็นจำนวนงานวิจัยที่มีจำนวนมาก แต่จากข้อมูลการขึ้นทะเบียนยาพบว่ายังไม่มีกรขึ้นทะเบียนยาแผนปัจจุบันจากสมุนไพร และจากการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยของ ปรีชา อุปโยคิน และคณะ ที่สรุปทางออกด้านการนำยาสมุนไพรไปสู่ประชาชนคือการแก้ไขกฎหมายด้านผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เพื่อเปิดโอกาสให้มีการใช้เทคโนโลยีและกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ มาพัฒนาสมุนไพร ซึ่งพบว่าปัจจุบันนี้แม้กฎหมายด้านผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกำลังอยู่ในระหว่างการพัฒนาแก้ไข ก็ยังไม่มีข้อมูลใดมายืนยันความพร้อมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรในด้านต่างๆ ทำให้มีความจำเป็นต้องศึกษาศักยภาพของการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรในเชิงพาณิชย์ เพื่อประเมินความสามารถและความเป็นไปได้ เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคในการพัฒนาและจะได้มีการกำหนดกลยุทธ์และแนวนโยบาย ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรในเชิงพาณิชย์ต่อไป

ความสำคัญและที่มาของโครงการ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมสมบูรณ์และหลากหลายด้วยสมุนไพร มีการใช้สมุนไพรในรูปแบบยาเดี่ยวและยาผสมในตำรับยาแผนโบราณโดยหมอพื้นบ้านมาช้านาน การใช้สมุนไพรมีความแตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น

¹ ปรีชา อุปโยคิน, เสาวภา พรสิริพงษ์, พร้อมจิต ศรีลัมภ์, พรทิพย์ อุศุภรัตน์, วิชิต เปานิล. การประเมินผลการพัฒนาสมุนไพรและผลิตภัณฑ์ธรรมชาติเพื่อเป็นยา. รายงานการวิจัยเสนอต่อสำนักงานงบประมาณ, 2540.

² รุ่งระวี เต็มศิริฤกษ์กุล, ศิริชัย พงษ์วิชัย, ยุวดี วงษ์กระจ่าง, พร้อมจิต ศรีลัมภ์, สมภพ ประธานธรรารักษ์, อาทรร รวีไพบูลย์, นพมาศ สุนทรเจริญนนท์, วิชิต เปานิล, บุญเทียม คงศักดิ์ตระกูล. โครงการจัดทำฐานข้อมูลสมุนไพรไทย, 2545-2546

กระทรวงสาธารณสุขได้เล็งเห็นความสำคัญของสมุนไพรต่อสุขภาพของผู้ใช้ และต้องการให้มีการใช้สมุนไพรอย่างแพร่หลาย ร่วมกับเหตุผลด้านเศรษฐกิจและความจำเป็นในการพัฒนาเพื่อการพึ่งพาตนเองของประเทศ สอดคล้องกับแผนพัฒนาการสาธารณสุขในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2545) ในการส่งเสริมการใช้สมุนไพรเป็นทางเลือกที่หลากหลายในการดูแลสุขภาพ ดังนั้นในระยะแรกจึงได้บรรจุสมุนไพร 5 รายเข้าไว้ในบัญชียาหลักแห่งชาติ ได้แก่ ขมิ้นชัน ชุมเห็ดเทศ ฟ้าทะลาย โจร พญาขอ และไพล ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรม มีการใช้สมุนไพรอีกหลายชนิด เช่น กล้วยฉาบ ส้มแขก กวาวเครือ มะกรูด พริกไทยดำ ผู้ผลิตในปัจจุบันเพิ่มจำนวนมากขึ้นจากกระแสความนิยม โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตรายเล็ก แต่การพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อใช้ในการส่งเสริมสุขภาพ และเพื่อป้องกันโรคในเชิงพาณิชย์ ยังมีขีดจำกัดและปัญหาหลายประการ เช่น กฎระเบียบในการขึ้นทะเบียนสมุนไพรเป็นยา เครื่องสำอาง หรืออาหารเสริม การปนเปื้อนเชื้อจุลินทรีย์ในผลิตภัณฑ์ ปัญหาวัตถุดิบมีมาตรฐานไม่สม่ำเสมอ ปริมาณและคุณภาพของสมุนไพรในท้องตลาด ความต้องการของตลาด ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น แม้ว่ามูลค่าการตลาดในภาพรวมของผลิตภัณฑ์สมุนไพรทั้งที่เป็นอาหาร ยา เครื่องสำอางจะเพิ่มขึ้นอย่างมากในปัจจุบัน แต่การสำรวจด้านการตลาดยังไม่มีข้อมูลที่ชัดเจน ทำให้การกำกับดูแล และส่งเสริมเป็นไปได้ยาก ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาศักยภาพและพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในเชิงพาณิชย์ แต่เนื่องจาก กลุ่มผู้ที่อยู่ในธุรกิจนี้มีหลากหลาย แตกต่างกันทั้งชนิดของผลิตภัณฑ์และขนาดของอุตสาหกรรม ดังนั้นจึงต้องการแผนการพัฒนาในเชิงพาณิชย์ที่ต่างกัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพร
2. เพื่อประเมินความสามารถและความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรในเชิงพาณิชย์
3. เพื่อทราบปัญหาและอุปสรรคในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรในเชิงพาณิชย์
4. เพื่อกำหนดกลยุทธ์และแนวนโยบายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรในเชิงพาณิชย์

ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีการศึกษา

ส่วนที่ 1 การจัดทำข้อมูลอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพร

1. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่อยู่ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรในระดับโรงงานอุตสาหกรรมและอุตสาหกรรมระดับตำบล

2. กำหนดประเภทข้อมูลที่จัดเก็บ

ประกอบด้วยข้อมูลที่เป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ได้แก่

- 2.1 ข้อมูลพื้นฐานของอุตสาหกรรม
- 2.2 ระดับของเทคโนโลยี

- 2.3 ประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต
- 2.4 คุณภาพและต้นทุนวัตถุดิบ
- 2.5 การบริหารการจัดการองค์กร
- 2.6 คุณภาพและมาตรฐานสินค้าที่ตลาดต้องการ
- 2.7 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- 2.8 นโยบายและมาตรการสนับสนุนของรัฐ

3. วิธีการเก็บข้อมูล

ในการเก็บข้อมูลจะใช้วิธีการสำรวจและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในสถานที่ประกอบการ และการค้นข้อมูลทุติยภูมิโดยมีรายละเอียดดังนี้

- 3.1 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการระดับอุตสาหกรรม 25 ราย ผู้ประกอบการระดับส่งออก 3 ราย และผู้ประกอบการระดับตำบลเฉพาะรายที่มีศักยภาพ 4 ราย พร้อมทั้งสำรวจโรงงานผลิตสมุนไพร
- 3.2 ค้นหาข้อมูลทุติยภูมิ จากกระทรวงอุตสาหกรรม สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กรมส่งเสริมการส่งออก และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- 3.3 ศึกษาตลาดต่างประเทศที่เป็นคู่แข่งและประเทศคู่ค้าของไทย โดยการสำรวจตลาดต่างประเทศใน เขตเอเชีย ออสเตรเลีย ยุโรป และสหรัฐอเมริกา

ส่วนที่ 2 รวบรวม วิเคราะห์ และวางแผนทางนำเสนอข้อมูล

1. วิเคราะห์ความสามารถและความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพร

โดยใช้ SWOT Analysis ซึ่งประกอบไปด้วยการวิเคราะห์ จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threat) ของอุตสาหกรรมและสถานการณ์ทั้งภายใน และต่างประเทศ โดยในการวิเคราะห์ SWOT นั้นจะต้องวิเคราะห์และพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมของอุตสาหกรรม รวมทั้งการแข่งขันซึ่งก่อให้เกิดโอกาสและข้อจำกัดในการแข่งขัน และการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ทำให้ทราบว่าปัจจัยประการใดที่เป็นจุดแข็งและปัจจัยใดที่เป็นจุดอ่อน ซึ่งผลการวิเคราะห์ SWOT นี้จะเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ต่อไปได้

2. วิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันระดับประเทศ

โดยใช้ Diamond Model ของ Michael E. Porter ซึ่งเป็นตัวแบบที่ใช้วิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันระดับประเทศ วิธีการนี้จะขึ้นอยู่กับปัจจัย 4 ด้านด้วยกัน ได้แก่

- 1) สภาวะปัจจัยการผลิต ได้แก่ วัตถุดิบ แรงงาน และทุน เป็นต้น
- 2) โครงสร้างนโยบายและกลยุทธ์และอุปสรรค
- 3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน
- 4) สถานภาพของอุปสงค์

ขอบเขตการศึกษา

ศึกษา วิเคราะห์ และจัดทำข้อมูลเพื่อประเมินความสามารถและความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรในเชิงพาณิชย์ ใน 6 ประเด็น การศึกษา ดังนี้

1. ความสามารถในการเชิงการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Technical analysis)
2. ความสามารถในการเชิงการบริหารจัดการองค์กร (Managerial and organization analysis)
3. ความสามารถในการเชิงการตลาด ทั้งภายในและต่างประเทศ (Market analysis)
4. ความสามารถในการเชิงการบริหารการเงิน (Financial analysis)
5. การกำหนดเป้าหมายของธุรกิจต่อเศรษฐกิจของประเทศ (Economic analysis)
6. ผลกระทบของอุตสาหกรรมต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental analysis)

ในการศึกษาคั้งนี้มีการจัดกลุ่มชนิดผลิตภัณฑ์เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
2. ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

โดยในแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้จะทำการศึกษาโดยแบ่งตามขนาดหรือความสามารถในการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรม ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมที่ผลิตเพื่อขายในประเทศและส่งออกต่างประเทศ
2. กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมที่ผลิตเพื่อขายในประเทศ
3. กลุ่มอุตสาหกรรมระดับตำบล (หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์)

แผนการดำเนินงาน

| กิจกรรม/ขั้นตอนการดำเนินงาน | ระยะเวลา (เดือน) | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 1. รวบรวมข้อมูลทำเนียบ ผู้ที่อยู่ในธุรกิจ | | | | | | | | | | | | |
| 1.1 กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม | X | X | X | | | | | | | | | |
| 1.2 กลุ่มอุตสาหกรรมระดับตำบล | | | | X | X | X | | | | | | |
| 2. วิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ใช้เป็นอาหารเสริมและเครื่องสำอางในเชิงพาณิชย์ | | | | | | | X | X | X | | | |
| 3. เสนอแผนนโยบายและแผนการปฏิบัติในการพัฒนาอุตสาหกรรมของแต่ละกลุ่ม | | | | | | | | | | X | X | |
| 4. จัดทำรายงานการวิจัย | | | | | | | | | | | | X |

ลักษณะกิจกรรมที่ดำเนินการ

| กิจกรรม | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
| การสืบค้นข้อมูลทุติยภูมิ จัดหมวดหมู่ข้อมูลทุติยภูมิและคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการสืบค้นข้อมูลปฐมภูมิ | | | | | | | | | | | | |
| การประสานงานเพื่อเก็บข้อมูลปฐมภูมิ | | | | | | | | | | | | |
| การสืบค้นข้อมูลปฐมภูมิ - การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการภายในประเทศทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด | | | | | | | | | | | | |
| - การเก็บข้อมูลภาคสนาม ต่างจังหวัด | | | | | | | | | | | | |
| - การเก็บข้อมูลภาคสนามต่างประเทศ | | | | | | | | | | | | |
| การประชุมสรุปผลข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิโดยคณะผู้วิจัย 1 ครั้ง (1) | | | | | | | | | | | | |
| การประชุมวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ใช้เป็นอาหารเสริมและเครื่องสำอางในเชิงพาณิชย์ โดยคณะผู้วิจัย 1 ครั้ง (2) | | | | | | | | | | | | |
| การประชุมสรุปความเป็นไปได้ในการพัฒนาศักยภาพ โดยคณะผู้วิจัย 1 ครั้ง (3) | | | | | | | | | | | | |
| การประชุมสร้างแผนความเป็นไปได้ในการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมทั้ง 6 กลุ่ม โดยคณะผู้วิจัย 1 ครั้ง (4) | | | | | | | | | | | | |
| ประชุมวิพากษ์ผลการศึกษา (5) | | | | | | | | | | | | |
| ทำรายงาน | | | | | | | | | | | | |

() แสดงลำดับที่จัดประชุม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เมื่อเสร็จสิ้นโครงการวิจัยและพัฒนานโยบายและกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรในเชิงพาณิชย์ จะได้แผนการสนับสนุนการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ตรงกับความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ และเหมาะสมกับลักษณะของอุตสาหกรรมแต่ละประเภท

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

นโยบายระดับประเทศ และแผนพัฒนาสมุนไพรแห่งชาติ

จากการสืบค้นเอกสาร พบว่านโยบายที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรหรือส่งเสริมการส่งออกที่สำคัญในระดับประเทศ มีดังนี้

1. นโยบายของรัฐบาล ได้แก่ นโยบาย 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ , นโยบายส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร

2. แผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ได้กำหนดยุทธศาสตร์การบริหารจัดการความรู้และภูมิปัญญาเพื่อสุขภาพโดยให้ความสำคัญในการยกระดับภูมิปัญญาไทย การวิจัยและพัฒนาภูมิปัญญาไทยให้เข้มแข็งและผสมผสานเข้าสู่ระบบการศึกษาและระดับการสาธารณสุขในทุกระดับ

3. แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพร จัดทำขึ้นโดยคณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อเป็นแผนแม่บทในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ระดับชาติในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้เกิดสัมฤทธิ์ผลในเชิงเศรษฐกิจและสังคมในภาพรวมของประเทศซึ่งคณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบแล้วเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2547 เป็นแผนระยะ 5 ปี ได้กำหนดเป้าหมาย ดังนี้

1. มูลค่าการตลาดสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรในประเทศเพิ่มขึ้นโดยรวมทุกประเภท ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ต่อปี
2. สมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรสำหรับตลาดในประเทศ เป็นการใช้วัตถุดิบและผลิตในประเทศเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของมูลค่าตลาดในประเทศที่มีการใช้ในปี 2548
3. มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ร้อยละ 10 ต่อปี
4. มีห้องปฏิบัติการวิจัยด้านสมุนไพรที่ได้รับการพัฒนาและการรับรองตามมาตรฐานสากล
5. ศูนย์สัตว์ทดลองอย่างน้อย 3 แห่งได้รับการพัฒนาตามมาตรฐานสากล
6. มีโรงงานระดับกึ่งอุตสาหกรรม (Pilot scale) ในหน่วยงานของรัฐอย่างน้อย 2 แห่ง ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice)
7. มีกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมสมุนไพรที่ได้มาตรฐาน GMP และมีห้องปฏิบัติการมาตรฐานกลางสำหรับตรวจสอบคุณภาพ
8. มีมาตรฐานสมุนไพรในตำรามาตรฐานยาสมุนไพรไทย (Thai Herbal Pharmacopoeia) เพิ่มขึ้นจากเดิมที่มีอยู่ 21 ชนิด ให้เป็นอย่างน้อย 50 ชนิด และมีมาตรฐานยาสมุนไพรตำรับไม่น้อยกว่า 10 ตำรับ
9. มีการเพิ่มเติมรายการยาซึ่งมีข้อกำหนดมาตรฐานแล้ว ในบัญชียาหลักแห่งชาติทั้งที่เป็นยาสมุนไพรเดี่ยวอีกไม่น้อยกว่า 20 รายการ และยาตำรับสมุนไพรอีกไม่น้อยกว่า 10 ตำรับ
10. มีเครือข่ายห้องปฏิบัติการที่ให้บริการตรวจสอบและรับรองคุณภาพวัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร จำนวนไม่น้อยกว่า 15 แห่ง กระจายครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ

11. มีสมุนไพรมีศักยภาพสูงทางเศรษฐกิจที่ผ่านการวิจัยอย่างครบวงจร ตั้งแต่วัตถุดิบจนพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ระดับอุตสาหกรรมได้อย่างน้อย 12 ชนิด
12. มีกฎหมายที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพร แบ่งออกเป็น 8 ยุทธศาสตร์หลักดังนี้

1. ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาสมุนไพรให้ครบวงจร
2. ส่งเสริมการผลิตวัตถุดิบสมุนไพรที่มีคุณภาพ
3. กำหนดมาตรฐานและการควบคุมคุณภาพสมุนไพร
4. ส่งเสริมอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพร
5. ส่งเสริมการตลาดสมุนไพร
6. ปรับปรุงกฎหมายให้เอื้อต่ออุตสาหกรรมสมุนไพร
7. พัฒนาเครือข่ายองค์ความรู้ด้านสมุนไพร
8. กำหนดกลไกการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน

นโยบายการสนับสนุนการส่งออก

นโยบายกรมส่งเสริมการส่งออก

กรมส่งเสริมการส่งออกเป็นองค์กรภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงพาณิชย์ มีภารกิจหลักในการส่งเสริมผู้ประกอบการผลิตและผู้ส่งออกให้สามารถใช้ศักยภาพการผลิตและการตลาดได้อย่างเต็มที่ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยในตลาดโลก เสริมสร้างภาพลักษณ์และค่านิยมสินค้าไทยทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งมุ่งส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักในฐานะของศูนย์กลางการผลิต การค้าและการแสดงสินค้าระดับนานาชาติ

อำนาจหน้าที่

1. เสนอนโยบายและจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการค้าและการตลาด รวมทั้งเสนอแนะแนวทางและมาตรการเพื่อส่งเสริมการส่งออก
2. จัดทำและให้บริการข้อมูลการค้า และส่งเสริมเทคโนโลยีสารสนเทศในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกแก่ผู้ผลิต ผู้ส่งออกไทยและผู้นำเข้าต่างประเทศ
3. เผยแพร่และประชาสัมพันธ์สินค้าไทยเพื่อส่งเสริมการส่งออก
4. พัฒนาความรู้ความสามารถแก่ภาคเอกชนในด้านการค้าระหว่างประเทศ เพื่อส่งเสริมสมรรถภาพในการส่งออก ตลอดจนประสานงานและให้ความร่วมมือแก่สถาบันและองค์กรต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการส่งออก

ภารกิจหลัก

1. ส่งเสริมการส่งออกและขยายตลาดสินค้า/บริการไทย โดยมีเป้าหมายคือรักษาตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่
2. พัฒนาและให้บริการด้านการค้าและการเพิ่มศักยภาพในการส่งออก อาทิ การขยายฐานผลิตไปยังต่างประเทศ

3. เสริมสร้างศักยภาพความเข้มแข็งให้ผู้ส่งออกไทย โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการให้ได้มาตรฐาน และทำการตลาดต่างประเทศได้มากขึ้น
4. ส่งเสริมและสร้างภาพพจน์สินค้าและบริการไทยให้เป็นที่เชื่อถือได้ ทั้งในด้านคุณภาพและบริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว

ขั้นตอนการส่งออก : อาหารเสริมสุขภาพ

| ขั้นตอนการส่งออก | หลักฐาน / เอกสารประกอบ |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>1) ขออนุญาตรับรองคุณภาพจากหน่วยงานต่างๆ ตามข้อกำหนดของประเทศคู่ค้า</p> <p>1.1) หนังสือรับรองการวิเคราะห์ (Certificate of Analysis หรือ Analysis and Health certificate) จากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์</p> <p>1.2) หนังสือรับรองเรื่องสารปรอท (Mercury Certificate) จากสำนักงานปรมาณูเพื่อสันติ</p> <p>1.3) หนังสือรับรองสุขลักษณะ (Sanitary Certificate) จากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ / กรมควบคุมโรค</p> | <p>1. กรณีขออนุญาตรับรองผลการวิเคราะห์จากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ใบนำส่งตัวอย่างอาหารวิเคราะห์ 2) คำร้องขอรับรองหนังสือรับรองคุณภาพอาหารเพื่อการส่งออก <p>2. กรณีขออนุญาตรับรองผลการวิเคราะห์จากสำนักงานปรมาณูเพื่อสันติ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ใบนำส่งตัวอย่าง 2) ใบนำส่งตัวอย่าง <p>3. กรณีขออนุญาตรับรองผลการวิเคราะห์จากกรมควบคุมโรค</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ใบนำส่งตัวอย่าง 2) คำร้องขอรับรองหนังสือรับรองคุณภาพอาหารเพื่อการส่งออก |
| <p>2) การขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล (เฉพาะส่งออกไปประเทศที่นับถือศาสนาอิสลาม)</p> | <ul style="list-style-type: none"> - สำเนาหนังสือรับรองจดทะเบียนนิติบุคคล - สำเนาใบอนุญาตจัดตั้งโรงงาน แบบ รง.2 หรือ รง.4 - สำเนาใบอนุญาตผลิตอาหาร แบบ อ.2 - สำเนาคำขอและใบสำคัญการขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร แบบ อ.17 และ อ.18 หรือแบบในแจ้งรายละเอียดของอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที (แบบ อ.9) - สำเนาหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา - สำเนาใบสำคัญการใช้ฉลากอาหาร (แบบ ฉ.1) พร้อมตัวอย่างลักษณะของฉลาก - หนังสือรับรองรายละเอียดกรรมวิธีการผลิต ขั้นตอนการผลิต วัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนผสมในการผลิต และจุดประสงค์ที่ใช้สาร |

| ขั้นตอนการส่งออก | หลักฐาน / เอกสารประกอบ |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>ปรุงแต่งต่างๆ รับรองโดยผู้รับใบอนุญาตผลิต</p> <ul style="list-style-type: none"> - สำเนาเอกสารสรุปผลการวิเคราะห์จาก อย. - ผลิตภัณฑ์ตัวอย่างจำนวนหนึ่ง เพื่อประกอบการพิจารณาเบื้องต้น - บัญชีรายชื่อผลิตภัณฑ์ที่ขอให้รับรองเครื่องหมายรับรองฮาลาล - แผนที่แสดงที่ตั้งโรงงาน/สถานที่ผลิตพอสังเขป <p>หมายเหตุ เอกสารที่นำมายื่นต้องจัดทำเป็น 3 ชุด พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง</p> |
| <p>3) ขอนหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (C/O)</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1) ใบกำกับสินค้า (Commercial Invoice) 2) ใบตราสินค้า (Bill of Landing – B/L) หรือใบรับส่งสินค้าทางอากาศ (Air Waybill) หรือเอกสารแสดงการขนส่งสินค้าอื่นๆ <p>หมายเหตุ สำเนาเอกสารให้ผู้มีอำนาจลงนามประทับตราสำคัญของบริษัทในสำเนาเอกสารรับรองความถูกต้อง</p> |
| <p>4) ตรวจสอบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรแล้วแต่กลุ่มประเทศที่ต้องการส่งออก</p> <p>4.1) Form A</p> <p>ขั้นที่ 1 ยื่นคำขอขึ้นทะเบียนเป็นผู้ขอ Form A (ต่ออายุทุกปี)</p> <p>ขั้นที่ 2 ยื่นแบบคำขอนหนังสือรับรอง Form A (ใช้กับ กลุ่มประเทศ EU และญี่ปุ่น ยกเว้น อเมริกา</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1) สำเนาคำขอขึ้นทะเบียนเป็นผู้ขอ Form A 2) สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลไม่เกิน 6 เดือน 3) สำเนาทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภ.พ.20) 4) สำเนาใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน (แบบ รง.4) (กรณีที่เป็นโรงงานผู้ผลิต) 5) เอกสารอื่นๆ ตามที่กรมการค้าต่างประเทศพิจารณาเห็นสมควร (จะเรียกเฉพาะรายชื่อที่จำเป็น) <p>หมายเหตุ สำเนาเอกสารให้ผู้มีอำนาจลงนามประทับตราสำคัญของบริษัทในสำเนาเอกสารรับรองความถูกต้อง</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) สำเนาใบกำกับสินค้า (Commercial Invoice) 2) ใบตราสินค้า (Bill of Landing – B/L) หรือใบรับส่งสินค้าทางอากาศ (Air Waybill) หรือเอกสารแสดงการขนส่ง |

| ขั้นตอนการส่งออก | หลักฐาน / เอกสารประกอบ |
|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>ขั้นที่ 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) บันทึกข้อมูล Invoice และใบขนส่งสินค้า ผ่านโปรแกรมจัดทำใบขนสินค้า เข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งออก 2) ส่งข้อมูลผ่านสายสื่อสาร เข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากร 3) เครื่องคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากรรับข้อมูลตรวจสอบความถูกต้องออกเลขที่ใบขนสินค้ากำหนดเงื่อนไขการตรวจของ (Green line, Red line) แจ้งให้ผู้ส่งออกทราบผ่านสายสื่อสาร |
| | <p>ขั้นที่ 2</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ผู้ส่งออกพิมพ์ใบขนสินค้า 2) ชำระค่าภาษีอากร ณ ที่ทำการศุลกากร (ถ้ามี) 3) ใบขนสินค้าและเอกสารประกอบ |
| 6) ยื่นขอคืนอากรตามมาตรา 19 ทวิ | <ol style="list-style-type: none"> 1) ใบแนบใบขนสินค้าขาเข้าของวัตถุดิบ 2) ใบแนบใบขนสินค้าขาออกของผลิตภัณฑ์ 3) ใบขอคืนค่าภาษีอากรและหนังสือธนาคารค้ำประกัน พร้อมบัญชีรายละเอียดตามแบบ กศก.111 4) รายงานคอมพิวเตอร์แสดงยอดอากรที่ขอคืนอากร หรือแผ่นบันทึกข้อมูล (Diskette) ตามแบบที่กรมศุลกากรกำหนด (กรณีและผู้ประสงค์ขอคืนอากรจะจัดทำรายงานคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง) |

ขั้นตอนการส่งออก : เครื่องสำอางที่ทำมาจากสมุนไพร

| ขั้นตอนการส่งออก | หลักฐาน / เอกสารประกอบ |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> 1) ขอหนังสือรับรองคุณภาพจากหน่วยงานต่างๆ ตามข้อกำหนดของประเทศคู่ค้า 1.1) หนังสือรับรองการวิเคราะห์ (Certificate of Analysis หรือ Analysis and Health certificate) จากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ 1.2) หนังสือรับรองเรื่องสารปรอท (Mercury Certificate) จากสำนักงานปรมานูเพื่อสันติ | <ol style="list-style-type: none"> 1. กรณีขอหนังสือรับรองผลการวิเคราะห์จากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ <ol style="list-style-type: none"> 1) ใบนำส่งตัวอย่างอาหารวิเคราะห์ 2) คำร้องขอรับรองหนังสือรับรองคุณภาพอาหารเพื่อการส่งออก 2. กรณีขอหนังสือรับรองผลการวิเคราะห์จากสำนักงานปรมานูเพื่อสันติ <ol style="list-style-type: none"> 1) ใบนำส่งตัวอย่าง 2) คำร้องขอรับรองหนังสือรับรองคุณภาพอาหารเพื่อการส่งออก 3. กรณีขอหนังสือรับรองผลการวิเคราะห์จากกรมควบคุมโรค |

| ขั้นตอนการส่งออก | หลักฐาน / เอกสารประกอบ |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.3) หนังสือรับรองสุขลักษณะ (Sanitary Certificate) จากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ / กรมควบคุมโรค | 1) ใบนำส่งตัวอย่าง 2) คำร้องขอรับรองหนังสือรับรองคุณภาพอาหารเพื่อการส่งออก |
| 2) การขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล (เฉพาะส่งออกไปประเทศที่นับถือศาสนาอิสลาม) | <ul style="list-style-type: none"> - สำเนาหนังสือรับรองจดทะเบียนนิติบุคคล - สำเนาใบอนุญาตจัดตั้งโรงงาน แบบ รง.2 หรือ รง.4 - สำเนาใบอนุญาตผลิตอาหาร แบบ อ.2 - สำเนาคำร้องและใบสำคัญการขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร แบบ อ.17 และ อ.18 หรือแบบในแจ้งรายละเอียดของอาหารสำเร็จรูปที่พร้อมบริโภคทันที (แบบ อ.9) - สำเนาหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า จากกรมทรัพย์สินทางปัญญา - สำเนาใบสำคัญการใช้ฉลากอาหาร (แบบ ฉ.1) พร้อมตัวอย่างลักษณะของฉลาก - หนังสือรับรองรายละเอียดกรรมวิธีการผลิต ขั้นตอนการผลิต วัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนผสมในการผลิต และจุดประสงค์ที่ใช้สารปรุงแต่งต่างๆ รับรองโดยผู้รับใบอนุญาตผลิต - สำเนาเอกสารสรุปผลการวิเคราะห์จาก อย. - ผลิตภัณฑ์ตัวอย่างจำนวนหนึ่ง เพื่อประกอบการพิจารณาเบื้องต้น - บัญชีรายชื่อผลิตภัณฑ์ที่ขอให้รับรองเครื่องหมายรับรองฮาลาล - แผนที่แสดงที่ตั้งโรงงาน/สถานที่ผลิตพอสังเขป <p>หมายเหตุ เอกสารที่นำมายื่นต้องจัดทำเป็น 3 ชุด พร้อมรับรองสำเนาถูกต้อง</p> |
| 3) ขอนหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (C/O) | 1) ใบกำกับสินค้า (Commercial Invoice) 2) ใบตราสินค้า (Bill of Landing – B/L) หรือใบรับส่งสินค้าทางอากาศ (Air Waybill) หรือเอกสารแสดงการขนส่งสินค้าอื่นๆ |
| 4) ตรวจสอบสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรแล้วแต่กลุ่มประเทศที่ต้องการส่งออก 4.1) Form A | <p>หมายเหตุ สำเนาเอกสารให้ผู้มีอำนาจลงนามประทับตราสำคัญของบริษัทในสำเนาเอกสารรับรองความถูกต้อง</p> |

| ขั้นตอนการส่งออก | หลักฐาน / เอกสารประกอบ |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ขั้นที่ 1 ยื่นคำขอขึ้นทะเบียนเป็นผู้ขอ Form A (ต่ออายุทุกปี)</p> <p>ขั้นที่ 2 ยื่นแบบคำขอหนังสือรับรอง Form A (ใช้กับกลุ่มประเทศ EU และญี่ปุ่น ยกเว้นอเมริกาที่ยกเลิกการใช้ Form A ในการลดหย่อนภาษี)</p> | <p>1) สำเนาคำขอขึ้นทะเบียนเป็นผู้ขอ Form A</p> <p>2) สำเนาหนังสือรับรองการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลไม่เกิน 6 เดือน</p> <p>3) สำเนาทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภ.พ.20)</p> <p>4) สำเนาใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน (แบบ รง.4) (กรณีที่เป็นโรงงานผู้ผลิต)</p> <p>5) เอกสารอื่นๆ ตามที่กรมการค้าต่างประเทศพิจารณาเห็นสมควร (จะเรียกเฉพาะรายที่จำเป็น)</p> <p>หมายเหตุ สำเนาเอกสารให้ผู้มีอำนาจลงนามประทับตราสำคัญของบริษัทในสำเนาเอกสารรับรองความถูกต้อง</p> <p>1) สำเนาใบกำกับสินค้า (Commercial Invoice)</p> <p>2) ใบตราสินค้า (Bill of Landing – B/L) หรือใบรับส่งสินค้าทางอากาศ (Air Waybill) หรือเอกสารแสดงการขนส่งสินค้าอื่นๆ</p> <p>3) หนังสือรับรองอัตราส่วนต้นทุนการผลิตสินค้าทั่วไป</p> <p>หมายเหตุ สำเนาเอกสารให้ผู้มีอำนาจลงนามประทับตราสำคัญของบริษัทในสำเนาเอกสารรับรองความถูกต้อง</p> |
| <p>4.2) Form D (ใช้กับกลุ่มอาเซียน AFTA Form GSTP) (ใช้กับกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาด้วยกันที่เป็นสมาชิกในข้อตกลง GSTP)</p> | <p>1) สำเนาใบกำกับสินค้า (Commercial Invoice)</p> <p>2) ใบตราสินค้า (Bill of Landing – B/L) หรือใบรับส่งสินค้าทางอากาศ (Air Waybill) หรือเอกสารแสดงการขนส่งสินค้าอื่นๆ</p> <p>3) หนังสือรับรองอัตราส่วนต้นทุนการผลิตสินค้าทั่วไป</p> <p>หมายเหตุ สำเนาเอกสารให้ผู้มีอำนาจลงนามประทับตราสำคัญของบริษัทในสำเนาเอกสารรับรองความถูกต้อง</p> |
| <p>5) ผ่านพิธีการศุลกากร ระบบ Manual</p> | <p>1) ใบรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตามข้อกำหนดของประเทศคู่ค้า</p> <p>2) ใบขนสินค้าขาออก (กศก.101)</p> <p>3) บัญชีราคาสินค้า (Invoice)</p> <p>4) บัญชีรายละเอียดการบรรจุหีบห่อ (Packing List)</p> <p>5) แบบธุรกิจต่างประเทศ (แบบ ธ.ต.1) สำหรับของส่งออกที่มีมูลค่ามากกว่า 500,000 บาท</p> <p>6) คำร้องขอทำการตรวจสินค้าและบรรจุเข้าตู้คอนเทนเนอร์</p> |

| ขั้นตอนการส่งออก | หลักฐาน / เอกสารประกอบ |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>ระบบ EDI</p> <p>ผู้ส่งออกตั้งจุดทะเบียนเป็นผู้ใช้ EDI โดยตรงกับ</p> <p>กรมศุลกากร</p> <p>เลือกใช้บริการของบริษัทเอกชนผู้ให้บริการ EDI (VAN)</p> | <p>ชั้นที่ 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) บันทึกข้อมูล Invoice และใบขนส่งสินค้า ผ่านโปรแกรมจัดทำใบขนสินค้า เข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งออก 2) ส่งข้อมูลผ่านสายสื่อสาร เข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากร 3) เครื่องคอมพิวเตอร์ของกรมศุลกากรรับข้อมูลตรวจสอบความถูกต้องออกเลขที่ใบขนสินค้ากำหนดเงื่อนไขการตรวจของ (Green line, Red line) แจ้งให้ผู้ส่งออกทราบผ่านสายสื่อสาร <p>ชั้นที่ 2</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ผู้ส่งออกพิมพ์ใบขนสินค้า 2) ชำระค่าภาษีอากร ณ ที่ทำการศุลกากร (ถ้ามี) 3) ใบขนสินค้าและเอกสารประกอบ |
| <p>6) ยื่นขอคืนอากรตามมาตรา 19 ทวิ</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1) ใบแนบใบขนสินค้าขาเข้าของวัตถุดิบ 2) ใบแนบใบขนสินค้าขาออกของผลิตภัณฑ์ 3) ใบขอคืนค่าภาษีอากรและหนังสือธนาคารค้ำประกัน พร้อมบัญชีรายละเอียดตามแบบ กศก.111 4) รายงานคอมพิวเตอร์แสดงยอดอากรที่ขอคืนอากร หรือแผ่นบันทึกข้อมูล (Diskette) ตามแบบที่กรมศุลกากรกำหนด (กรณี que ผู้ประสงค์ขอคืนอากรจะจัดทำรายงานคอมพิวเตอร์ด้วยตนเอง) |

นโยบายกระทรวงอุตสาหกรรม

1. กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบการดำเนินงานด้านการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรม ทรัพยากรธรณีและพลังงาน ในช่วงปี 2544-2549 กระทรวงอุตสาหกรรมจึงได้จัดทำแนวนโยบายของ กระทรวงฯ ที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 นโยบายรัฐบาล และบทบาท ภารกิจของกระทรวงฯ ไว้ดังนี้ มาตรการเร่งด่วนระยะสั้นร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งรัดการจัดทำ แผนปฏิบัติการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แต่ละชุมชนได้นำภูมิปัญญาและศักยภาพของ ท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าโดยกระทรวงอุตสาหกรรมจะร่วมสนับสนุนในด้านความรู้สมัยใหม่ เทคนิค การผลิต และการบริหารจัดการ รวมทั้งการทำตลาด เพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศ และต่างประเทศด้วยระบบร้านค้าเครือข่าย
2. ร่วมผลักดันการจัดตั้งธนาคารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก รวมทั้งแก้ไขปัญหาสภาพคล่องของ ภาคอุตสาหกรรมด้วยการปรับโครงสร้างการบริหารงานของบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.) เน้นการเพิ่มเงินทุนหมุนเวียนพร้อมกับการลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ สนับสนุนการนำเครื่องจักรมาจดทะเบียน กรรมสิทธิ์เพื่อใช้เป็นหลักทรัพย์ในการเพิ่มทุน ทั้งนี้เพื่อเป็นการสนับสนุนผู้ประกอบการเดิม เพิ่มโอกาสและ ทางเลือกด้านแหล่งเงินให้ผู้ประกอบการใหม่ อันจะช่วยสร้างและรักษาฐานการผลิต การจ้างงาน การสร้าง รายได้ และการส่งออก
3. ให้ความช่วยเหลือเพื่อลดต้นทุนการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม โดยจัดบริการปรึกษาแนะนำเพื่อปรับปรุง กระบวนการผลิต การบริหารจัดการ การลดต้นทุนพลังงาน การประหยัดพลังงานและการใช้พลังงาน ทดแทน
4. สนับสนุนการแก้ไขปัญหาสภาพคล่องของภาคอุตสาหกรรม ด้วยการส่งเสริมการจดทะเบียนกรรมสิทธิ์ เครื่องจักรเพื่อให้สามารถใช้เป็นหลักทรัพย์ในการกู้ยืม ผลักดันความร่วมมือกับธนาคารพาณิชย์เพื่อ สนับสนุนสินเชื่อแก่ SMEs เร่งปรับโครงสร้างการบริหาร เพิ่มสาขา และเพิ่มขีดความสามารถในการ วิเคราะห์สินเชื่อ พร้อมทั้งลดอัตราดอกเบี้ยของบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.)
5. เร่งรัดการปรับโครงสร้างภาษี เพื่อช่วยลดต้นทุนและข้อเสียเปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทย
6. ปรับปรุงกฎหมายว่าด้วยโรงงานและการมาตรฐานอุตสาหกรรมให้ทันสมัยเอื้อต่อการประกอบธุรกิจ อุตสาหกรรม
7. เร่งรัดการดำเนินงานเพื่อปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมทั้งด้านการผลิต การจัดการและการตลาด ให้บังเกิดผล อย่างแท้จริงและต่อเนื่อง
8. พัฒนาสมรรถนะบุคลากรและองค์ภาครัฐและเอกชนด้านเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ด้านการจัดการ สิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยภาคอุตสาหกรรม และด้านระบบการจัดการตามมาตรฐานสากลเช่น ISO 9000, ISO 14000, ISO 18000 และ HACCP เป็นต้น เพื่อให้มีศักยภาพพร้อมรองรับการปรับตัวสู่ เศรษฐกิจยุคใหม่ รวมทั้งสนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ในธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและ ขนาดเล็ก สำหรับเศรษฐกิจใหม่ที่ใช้ความรู้เป็นฐาน
9. กำหนดมาตรการบรรเทาผลกระทบและเตรียมความพร้อมรับการเปิดเสรีทางการค้าทั้งจากข้อตกลง WTO AFTA และกลุ่มเศรษฐกิจอื่นๆ รวมทั้งส่งเสริมภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลด้านการค้า การ ลงทุน และการวิเคราะห์ผลกระทบตามข้อตกลงภายใต้กรอบข้อตกลงและความร่วมมือระหว่างประเทศ

รวมทั้งส่งเสริมให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลด้านการค้า การลงทุน และการวิเคราะห์ผลกระทบตามข้อตกลงภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ

มาตรการระยะยาว

1. ปรับปรุงโครงสร้างการผลิตในภาคอุตสาหกรรมและการส่งเสริมการลงทุน ให้สอดคล้องกับเป้าหมายและยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศ โดยคำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติ ทักษะฝีมือ ภูมิปัญญาไทย ศักยภาพในการผลิตและการตลาด และการใช้วัตถุดิบภายในประเทศให้สอดคล้องกับการพึ่งพาจากต่างประเทศ
2. เสริมสร้างให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมพื้นฐาน และเชื่อมโยงอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่จะก่อให้เกิดผลต่อเนื่องต่อการปรับปรุงโครงสร้างการผลิตภาคอุตสาหกรรม ตลอดจนส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาอุตสาหกรรมต่อเนื่องกับทรัพยากรธรรมชาติและอุตสาหกรรมพื้นฐานของประเทศ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับระบบเชื่อมโยงของอุตสาหกรรม
3. สร้างความแข็งแกร่งให้กับอุตสาหกรรมที่ประเทศไทยมีศักยภาพการพัฒนาและมีฐานความรู้ความชำนาญสูง โดยส่งเสริมให้ไทยเป็นแหล่งผลิตอาหารและแปรรูปสินค้าเกษตรอุตสาหกรรมที่มีคุณภาพของโลก
4. พัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็กให้มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมของประเทศ โดยให้การสนับสนุนและส่งเสริมความร่วมมือการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีระหว่างภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา รวมทั้งผลักดันให้เกิดเครือข่ายสารสนเทศเกี่ยวกับปัจจัยการผลิตและการตลาด และส่งเสริมให้ SMEs ดำเนินกิจกรรมการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
5. ส่งเสริมบทบาทของสถาบันการเงิน รวมถึงสนับสนุนการจัดตั้งและการดำเนินงานของกองทุนร่วมทุน ตลอดจนระบบการค้าประกันสินเชื่อ เพื่อพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยจัดทำแผนพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็กให้เข้าถึงแหล่งสินเชื่อ และเพิ่มปริมาณสินเชื่อ SMEs รายย่อยตามความจำเป็น
6. สนับสนุนและกำหนดมาตรฐานเพิ่มมูลค่าเพิ่มสินค้าอุตสาหกรรม สนับสนุนการเพิ่มผลผลิตภาคอุตสาหกรรมเพื่อการแข่งขันและการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยเพิ่มผลผลิตภาพการผลิตรวมภาคอุตสาหกรรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 2.5 ต่อปี รวมทั้งสร้างเครือข่ายและขบวนการเพื่อการพัฒนาปัจจัยหลักที่เป็นเงื่อนไขของความสำเร็จในการเพิ่มผลผลิต เช่น พัฒนาบุคลากร เพิ่มขีดความสามารถด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นต้น
7. สนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมในท้องถิ่น ชุมชน และภูมิภาค ให้เกิดธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีระบบการจัดการที่เข้มแข็ง และนำไปสู่การพัฒนาตามระบบบริหารคุณภาพที่ยั่งยืน โดยพัฒนากลุ่มอาชีพในท้องถิ่น ส่งเสริมการผลิตสินค้าไทย สร้างเครื่องหมายสินค้าท้องถิ่น รวมทั้งสนับสนุนการจัดระบบพื้นที่อุตสาหกรรม ในรูปของนิคมอุตสาหกรรมในพื้นที่ที่มีศักยภาพจะพัฒนาเป็นพื้นที่เศรษฐกิจของประเทศ โดยส่งเสริมให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรม และสนับสนุนให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมให้เข้าไปตั้งโรงงานอยู่ในนิคมอุตสาหกรรม
8. ส่งเสริมการรับช่วงและเชื่อมโยงการผลิต ระหว่างกิจการอุตสาหกรรมในลักษณะของกลุ่มอุตสาหกรรม เพื่อให้มีการสนับสนุนและถ่ายทอดเทคโนโลยีระหว่างกัน และเชื่อมโยงธุรกิจชุมชนที่เข้มแข็งกับธุรกิจอุตสาหกรรม ตลอดจนจัดตั้งกลุ่มอุตสาหกรรมที่สามารถแลกเปลี่ยนทรัพยากรระหว่างกันได้และเป็นพันธมิตรกัน (Industrial Cluster)

9. กำกับดูแลสถานประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีความเสี่ยงภัย และมีมลภาวะสูง สนับสนุนให้ย้ายไปยังเขตประกอบการอุตสาหกรรม นิคมอุตสาหกรรม โดยลดภาษีของเสียอันตรายจากอุตสาหกรรมให้ได้เพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ตลอดจนส่งเสริมและผลักดันการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ให้เกิดผลในทางปฏิบัติ โดยเน้นการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมและเสริมสร้างความปลอดภัยในสถานประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม เช่น ปรับปรุงมาตรฐานการจัดการมลพิษทางอากาศ ควบคุมคุณภาพอากาศให้สารมลพิษต่างๆ อยู่ในพิสัยมาตรฐาน บังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวดกับกิจการที่เป็นแหล่งกำเนิดมลพิษและส่งเสริมการผลิตที่สะอาด รวมทั้งให้องค์กรส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการกำกับดูแลสถานประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมผ่านระบบการจัดการที่โปร่งใส และมีประสิทธิภาพ
10. พัฒนาระบบสารสนเทศสภาวะอุตสาหกรรม และกฎระเบียบมาตรการทางการค้าและการส่งออก ให้เชื่อมโยงกันอย่างทั่วถึงระหว่างส่วนกลางกับส่วนภูมิภาค รวมถึงองค์กรที่เป็นกลไกบริหารส่วนระดับท้องถิ่น เพื่อสร้างระบบข้อมูลเตือนภัยและเป็นข้อมูลเพื่อการปรับตัวได้ทันสถานการณ์
11. เร่งรัดการจัดตั้งสถาบันอิสระ เพื่อทำหน้าที่สนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมในแต่ละสาขา ได้แก่ สถาบันผลิตภัณฑ์ไม้และเครื่องเรือน สถาบันยาและเคมีภัณฑ์ สถาบันอุตสาหกรรมเซรามิกส์ และสถาบันอุตสาหกรรมพลาสติก
12. ส่งเสริมและขยายความร่วมมือ ด้านอุตสาหกรรมและการลงทุนกับต่างประเทศและประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาค เพื่อสร้างพันธมิตรทางการค้าและการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมและจัดทำแผนพัฒนาพื้นที่ทั่วประเทศ มีกระบวนการประเมินผลการพัฒนาพื้นที่อย่างต่อเนื่อง

นโยบายกระทรวงต่างประเทศ

1. มุ่งดำเนินนโยบายการต่างประเทศโดยเน้นการทูตเชิงรุกด้านเศรษฐกิจ ประกอบกับการทูตในด้านต่าง ๆ เพื่อฟื้นฟูและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ รวมทั้งแสวงหาความร่วมมือระหว่างประเทศในทุกด้าน
2. ยึดหลักการดำเนินงานด้านความมั่นคง การพัฒนา และการสร้างสันติภาพระหว่างประเทศ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมภายใต้กรอบแห่งสหประชาชาติและองค์การระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องซึ่งประเทศไทยเป็นสมาชิก
3. เพิ่มบทบาทเชิงรุกในสังคมระหว่างประเทศ โดยริเริ่มการขยายความร่วมมือและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในกลุ่มประเทศอาเซียนไปยังภูมิภาคเอเชียตะวันออก เอเชียใต้ และภูมิภาคอื่น ๆ ให้ใกล้ชิดยิ่งขึ้น รวมทั้งจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการประสานให้เกิดความร่วมมือเพื่อดำรงสันติภาพและระงับความขัดแย้งระหว่างประเทศในภูมิภาค
4. ส่งเสริม รักษา และคุ้มครองสิทธิและผลประโยชน์ของประเทศ รวมทั้งของภาคเอกชนไทยแรงงานไทย และคนไทยในต่างประเทศ
5. ฟื้นฟูและกระชับความสัมพันธ์และความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศกับประเทศเพื่อนบ้านและประเทศในภูมิภาคเอเชียอย่างเร่งด่วน ด้วยการสานต่อหรือริเริ่มความสัมพันธ์และความร่วมมือเพื่อการพัฒนาในทุกด้าน ทั้งในระดับทวิภาคีและพหุภาคี เพื่อนำมาซึ่งความเข้าใจอันดีระหว่างกันในการแก้ไขปัญหาและกาแสวงหาผลประโยชน์ร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ จริงใจ และโดยสันติวิธี

กฎระเบียบการนำเข้าสินค้าสมุนไพรของประเทศผู้นำเข้า

การนำเข้าสินค้าสมุนไพรของประเทศผู้นำเข้าต่างๆในปัจจุบันมี กฎและระเบียบบังคับ การจะส่งผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยไปยังประเทศดังกล่าวได้ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยควรรับทราบและคำนึงถึงกฎและระเบียบที่เปลี่ยนแปลงเพื่อที่จะได้ปรับตัวให้ทันตามเงื่อนไขต่างๆที่เปลี่ยนแปลง ดังบทสรุปการออกกฎระเบียบที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการผลิต การค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพรของสหภาพยุโรป ต่อไปนี้

องค์กรของ EU

ประกอบด้วย องค์กรต่างๆ จำนวนมาก ซึ่งมี หน้าที่แตกต่างกันไป โดยองค์กรที่มีหน้าที่หลักในระบบนิติบัญญัติ คือ

1. The European Parliament (EP)

มีหน้าที่ในการอนุมัติงบประมาณของ EU ดูแลกำกับด้านประชาธิปไตยเห็น้องค์กรอื่นๆของ EU และทำหน้าที่ในด้านข้อตกลงระหว่างชาติที่สำคัญ เช่น การรับสมาชิก EU ใหม่, ข้อตกลงด้านการค้ากับประเทศ/ภูมิภาคต่างๆ

2. The Council of the European Union

เป็นองค์กรหลักทางด้านกฎหมายและ การตัดสินใจ ของ EU ประกอบด้วยผู้แทนของรัฐสมาชิก ซึ่งผ่านการเลือกตั้งมาในระดับชาติ มีหน้าที่กำหนด กฎเกณฑ์กิจกรรมต่างๆ เช่น single market, EU common policies, การเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างอิสระ ดำเนินการ ร่วมมือกับรัฐสมาชิกด้านนโยบายต่างประเทศและความมั่นคง

3. The European Commission

เป็นองค์กรด้านการเมือง ทำหน้าที่ร่างกฎหมายของ EU เพื่อเสนอต่อ EP and the Council ดำเนินการหรือผลักดันด้านนโยบายและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ของ EU นอกจากนี้ยังเป็นผู้เจรจาด้านการค้าระหว่างประเทศและข้อตกลงความร่วมมือต่างๆ กับประเทศหรือกลุ่มประเทศอื่นๆ โดยจะทำงานอย่างเป็นอิสระจากรัฐบาลของรัฐสมาชิก

การขึ้นทะเบียนตำรับยาใน EU มี 4 วิธี

1. National Procedure (NP)

เป็นการขึ้นทะเบียนตำรับยาใน 1 รัฐสมาชิก เท่านั้น โดยการขึ้นทะเบียนกับประเทศใดประเทศหนึ่ง แล้วสามารถขายสินค้าให้กับประเทศนั้นเพียงประเทศเดียว

2. The Centralised Procedure (CP)

เป็นการขึ้นทะเบียนที่เดียวแล้วขายได้สินค้าได้ทั่วภูมิภาค ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ผลิตภัณฑ์ที่กำหนดให้ขึ้นทะเบียนโดยวิธีนี้ (CP) เพียงวิธีเดียวเท่านั้น ได้แก่ Recombinant DNA technology, Controlled expression of gene coding for biologically active proteins, Hybridoma และ monoclonal antibody methods

ส่วนที่ 2 เป็นผลิตภัณฑ์ที่จะขึ้นทะเบียนโดยวิธี CP หรือไม่ได้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากนวัตกรรมหลัก (other biotech processes, delivery systems), new indications of significant interest, ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ ดัดแปลงจาก human blood or human plasma, การผลิตยาด้วยเทคโนโลยีสำคัญที่ก้าวหน้า และผลิตภัณฑ์จากสารสำคัญใหม่ ที่ยังไม่ขึ้นทะเบียนตำรับยาโดยรัฐสมาชิกใดๆ ก่อนปี 1993

ในขนาดตามกฎหมายที่เปลี่ยนแปลงใหม่ในยุโรปนับแต่เดือน พ.ย. 2548 เป็นต้นไปจะให้เพิ่มเติม ผลิตภัณฑ์ที่ต้องขึ้นทะเบียนโดยวิธี CP เท่านั้น ได้แก่ new active substances for the indications of diabetes, cancer, acquired immune deficiency syndrome (HIV), neurodegenerative disorder (Alzheimer, ...) ซึ่งยังไม่เคยได้รับการขึ้นทะเบียนมาก่อน orphan medicinal products (assignment by COMP)

ภายหลังจากการบังคับใช้กฎหมาย EC726/2004 พบว่า ในปี 2008 มีการควบคุมให้ผลิตภัณฑ์ดังต่อไปนี้ ขึ้นทะเบียนโดยวิธี CP เท่านั้น ได้แก่ auto-immune diseases and other immune dysfunctions, viral diseases, other extensions to be approved by the Council upon proposal from the EC

3. Mutual Recognition Procedure (MRP)

เป็นระบบการขึ้นทะเบียนในกลุ่มรัฐสมาชิก สำหรับตำรับยาเดียวกัน ที่ได้รับอนุมัติใน 1 รัฐสมาชิก (reference member state; RMS) แล้ว

4. Decentralised Procedure (DCP)

เป็นระบบที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เป็นการปรับปรุงและรวม ระหว่าง CP และ MRP ประกอบด้วย

1. Mutual recognition procedure เป็นระบบที่ขึ้นทะเบียนแล้วและนำไปยื่นที่รัฐอื่น
2. Decentralised procedure ขึ้นทะเบียนพร้อมกัน แต่ต้องใช้ระบบ MRP อยู่

หลักการทำงานของ DCP

ผู้ยื่นขอขึ้นทะเบียนสามารถเลือก RMS (Reference Member State) และ CMS (Common Member State) ได้ซึ่งหน่วยงานรัฐจะได้รับชุดเอกสารขึ้นทะเบียนพร้อมกัน โดยที่ RMS จะทำการประเมินเอกสารการขึ้นทะเบียนอย่างเปิดเผย และมีหน้าที่ในการจัดทำ assessment report RMS และ CMS สามารถอนุมัติทะเบียนตำรับในเวลาเดียวกันได้ หากเอกสารนั้นมีคุณภาพตามข้อกำหนด นอกจากนี้ CMS สามารถดำเนินการด้านอนุญาโตตุลาการได้โดยไม่มีผลต่อการอนุมัติทะเบียนของรัฐสมาชิกอื่นๆ (ในระบบใหม่ RMS และ CMS แยกกันทำงาน แต่ใช้ผลร่วมกัน)

สิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ในระบบ DCP คือ

ผู้ยื่นสามารถเลือกวิธีการขึ้นทะเบียนได้, มีการปรึกษาหารือระหว่างรัฐสมาชิกได้ ก่อนที่การอนุมัติแห่งแรก จะเกิดขึ้น, มีการนำระบบ clock stop period (ระบบหยุดนาฬิกา) มาใช้, ได้ final AR, SPC, PL และ labelling พร้อมกัน, เกิดการอนุมัติทะเบียนตำรับในหลายรัฐสมาชิกพร้อมกันได้ และมี Timeline 210 วัน ซึ่งประมาณว่าใช้เวลาน้อยกว่า MRP เดิม ถึง 180 วัน

บททวนร่างกฎหมายผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้านของ EU

การเปิดเผยจากสมาชิกสหภาพยุโรปที่สัมพันธ์กับการออกกฎหมายที่มีผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ทางสุขภาพ (nutraceutical product) รวมถึง herbal medicines ซึ่งมีผลกระทบระยะยาวต่อประเทศผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไปยังยุโรป ผู้แต่งทำการทบทวนร่างกฎหมาย Food Supplements Directive (FSD) , Pharmaceutical Directive และ Traditional Herbal Medicinal Product Directive (THMPD) ซึ่งแสดงความเห็นถึงผลกระทบ รวมถึงการคัดค้านกฎหมาย FSD ซึ่งเป็นแนวทางในการคัดค้านร่างกฎหมาย THMPD

การออกกฎระเบียบส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการผลิต การค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ผู้ผลิต ผู้จัดหา ผู้ขายปลีก ผู้ปฏิบัติการและผู้บริโภค ได้รับข้อมูลที่มีความขัดแย้งเกี่ยวกับการออกกฎหมาย การเข้าถึงอาหารเสริม ในอนาคตกฎหมายฉบับนี้จะส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม โดยเฉพาะอย่างยิ่งสมุนไพรที่ค้นพบนอกทวีปยุโรป และยังไม่เคยวางจำหน่ายในตลาดยุโรป

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในอเมริกาคาดว่า การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อตน แต่จากข้อเสนอแนะต่อไปนี้จะแสดงความกระจ่างถึงที่จะเกิดขึ้น

ร่างที่จะผ่านเป็นกฎหมายบังคับใช้กับสมาชิก EU เป็นส่วนหนึ่งของแผนบูรณาการเพื่อควบคุมการใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม รวมถึงผลิตภัณฑ์สมุนไพร ถ้าการคัดค้าน first Directive ไม่ประสบผลสำเร็จ โอกาสของความสำเร็จในการคัดค้าน second Directive จะลดลง

The second Directive ถูกยอมรับจาก European Council of Ministers เมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2004 รวมถึงการค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพร THMPD และ DTHMP เพื่อที่จะทำความเข้าใจร่างกฎหมายดังกล่าวจึงมีความจำเป็นที่ต้องทำการทบทวน first Directive ซึ่งผ่านเป็นกฎหมายและจะมีผลบังคับใช้ต่อสมาชิก EU ในวันที่ 1 ส.ค. 2005

กระบวนการออกกฎหมายนี้ครอบคลุมถึง nutraceutical products, herbal products, fortified food และ sports nutrition products (nutraceutical products หมายถึง สารอาหารพื้นฐานในความต้องการของมนุษย์ ที่มีผลต่อโครงสร้างและการทำงานของร่างกายมนุษย์ และจะไม่เกิดผลเสียในปริมาณที่ต้องการ ซึ่งแตกต่างจากเภสัชภัณฑ์ที่อาจก่อให้เกิดผลข้างเคียงในขนาดที่ใช้ในการรักษาได้) ผลของการประกาศใช้ร่างกฎหมายใหม่นี้จะส่งผลกระทบต่อตลาดอเมริกาและผู้บริโภค

เดือนกรกฎาคม 2004 EU ผ่านร่างทั้ง 2 เป็นกฎหมายมีผลบังคับใช้กับทุกประเทศสมาชิก ได้แก่ 1. Food Supplements Directive (FSD) 2.Traditional Herbal Medicinal Product Directive (THMPD) กลุ่มต่างๆ ในระดับยุโรปและระดับนานาชาติ พยายามรณรงค์เพื่อแก้ไขการออกกฎหมาย FSD

เพื่อที่จะให้เข้าใจสถานการณ์ดังกล่าว จึงมีความสำคัญที่จะต้องเริ่มต้นจากกฎหมาย FSD เพื่อจะเห็นว่าผลิตภัณฑ์สมุนไพรจะถูกผลกระทบจากร่างกฎหมายที่เกี่ยวข้องได้อย่างไร

กฎหมาย FSD จะควบคุมการขาย popular higher dose nutrients อย่างเข้มงวดที่ปรากฏอยู่ในท้องตลาดในขณะนี้ เช่น วิตามิน C, B6 , E และ เกลือแร่ที่จำเป็น รวมถึงซีลีเนียมและสังกะสีด้วย กฎหมายฉบับนี้จะจำกัดสิทธิผู้บริโภคในการซื้อสารอาหารเหล่านี้ในขนาดความแรงต่ำ ส่วนสารอาหารที่มีความแรงสูงจะพิจารณาให้อยู่ในกลุ่มของยา ซึ่งแน่นอนว่าจะทำให้ต้นทุนต่อหน่วยของการบริโภคสารอาหารที่มีความแรงสูงมีต้นทุนที่สูงขึ้น ตัวอย่างเช่น ในต้นปี 1990 ประเทศนอร์เวย์ มีการควบคุมอย่างเข้มงวดเกี่ยวกับวิตามินและเกลือแร่ต่างๆ พบว่า วิตามินซี ขนาด 250 มิลลิกรัม จำนวน 60 เม็ดต่อขวด ราคา 9.80 \$US ที่วางจำหน่ายในร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ถูก

กำหนดให้จำหน่ายได้ในร้านขายยาเท่านั้นในระบบใบสั่งยา ทำให้ราคาปรับเพิ่มขึ้นเป็น 47\$US เหตุผลหนึ่งของการผ่านกฎหมาย FSD คือ องค์การการค้ายุโรปและนานาชาติ ได้ให้คำแนะนำแก่สมาชิก และผู้มีส่วนรวมในอุตสาหกรรมนี้ถึงร่างกฎหมายจะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมอาหารเสริม อย่างไรก็ตามไม่มีประชามติในการสนับสนุนร่างกฎหมายจากอุตสาหกรรมอาหารเสริมในยุโรป สำหรับผู้บริโภค, ผู้ค้า และผู้ประกอบการวิชาชีพ ในอังกฤษ, สแกนดิเนเวีย และไอร์แลนด์ ซึ่งต่อต้านการออกกฎหมาย FSD รวมถึง UK's National Association of Health Stores (NAHS), Health Food Manufacturers Association (HFMA), Consumers for Health Choice (CHC), Alliance for Natural Health (ANH), Institute for Optimum Nutrition (ION), Denmark's MayDay, Swedish Practitioner Association, Norway's Health Freedom Association และ Italy's La Leva Archimede กลุ่มต่างๆ เหล่านี้ระบุว่า การออกกฎหมายฉบับนี้จะเกิดความวิตกกังวลต่อส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหารเสริมสำหรับผู้บริโภค

ตั้งแต่ร่าง FSD ผ่านเป็นกฎหมาย EU แล้ว ทำให้บริษัทและสมาคมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์อาหารเสริมใหม่ๆ เช่น องค์การ Consumers for Health Choice (CHC) และ Alliance for Natural Health (ANH) ต่างให้ความสนใจและร่วมมือกันดูแลผลประโยชน์ของผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ

ผลกระทบจากกฎหมายฉบับนี้ต่อภาคอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในส่วนต่างๆ คือผู้ที่สร้างนวัตกรรมใหม่ที่ไม่ได้ปรากฏในตลาดยุโรปขณะนี้, ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่มี dose สูงมากกว่ากฎหมายยอมรับจะได้รับผลกระทบอย่างมาก ต่างจากผู้ผลิต ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่มี dose ต่ำ วิตามินสังเคราะห์และเกลือแร่ที่มีองค์ประกอบชัดเจนจะได้รับประโยชน์อย่างมากในตลาดร่วมยุโรปจากกฎหมายฉบับนี้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหารเสริมดังกล่าวมีผลวิจัยความปลอดภัยและประโยชน์สนับสนุน

ความเป็นห่วงเกี่ยวกับ วิตามินที่ได้มาจากผลไม้ (mixed tocopherols, tocotrienols และ methylcobalamin) และเกลือแร่หลายชนิด (sulphur, boron, silicon และ chelated ต่างๆ) เพราะกฎหมายฉบับนี้ คำนึงถึงผลเสียจากสารเหล่านี้มากขึ้น ซึ่งกฎหมายฉบับนี้จะมีผลบังคับใช้อย่างสมบูรณ์ในการห้ามใช้สารเหล่านี้ในวันที่ 1 สิงหาคม 2005 ผู้ต่อต้านแย้งว่าจะเกิดผลกระทบอย่างรุนแรงต่อผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่, ผู้ค้าอิสระ, ผู้ประกอบวิชาชีพ และผู้บริโภค สารบางชนิดมีผลเสียซึ่งถือเป็นเรื่องใหม่และมีองค์ความรู้ความเข้าใจในความปลอดภัยน้อย ฉะนั้นการจะตัดสารเหล่านี้ออกได้จะต้องทำการวิจัยเพิ่มขึ้น

จากมุมมองทั้งหมดในส่วนของ การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเสริม อุตสาหกรรมสมุนไพร ที่เกี่ยวข้องกับร่างกฎหมาย Food Supplements มีอยู่ 4 หัวข้อ ดังนี้

1. ความจำกัดของชนิดสารอาหารที่อนุญาตให้ใช้ได้ตาม positive list (Annex I&II of FSD) The UK Food Standard Agency ได้ระบุว่า มีสารอาหารอย่างน้อย 270 ชนิดที่มีการใช้อยู่ในสหราชอาณาจักร ในปัจจุบัน ซึ่งไม่รวมอยู่ใน positive list (เช่น pro-vitamin A carotenoids, chromium picolinate และ selenium yeast) ในความเห็นที่ขัดแย้งจาก NAHS ผู้ค้าภาคอุตสาหกรรมร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ได้ระบุว่า สารอาหารมีมากกว่า 300 ชนิดที่ไม่ได้อยู่ใน positive list และพบว่าสารเหล่านั้นเป็นส่วนประกอบในผลิตภัณฑ์เพื่อการค้ามากกว่า 5,000 ชนิด ที่ขายอยู่ในตลาดสหราชอาณาจักร The Irish Association of Health Stores (IAHS) ระบุว่า 85% ของผลิตภัณฑ์วิตามิน เกลือแร่ ที่ปรากฏในร้าน มีองค์ประกอบของสารอาหารที่ไม่อยู่ในกฎหมาย FSD จำนวน 1 หรือมากกว่า 1 ชนิด ANH ได้แสดงความเห็นว่า สารอาหารที่ไม่ปรากฏอยู่ใน positive list ส่วนใหญ่เชื่อว่าจะมีความปลอดภัย สารอาหารเหล่านี้โดยมากไม่อาจตรวจสอบระดับสารเคมีตกค้างในรูปแบบของสารสังเคราะห์หรือสาร

อนินทรีย์ที่ปรากฏใน positive list ได้ อย่างไรก็ตามข้อสนับสนุนทางวิทยาศาสตร์เกี่ยวกับสารเหล่านี้ ยังมีไม่เพียงพอและยังมีความขัดแย้งกันอยู่

2. ความยุ่งยากและต้นทุนในการจัดทำเอกสาร (Article 4.6 of FSD) กระบวนการการอนุมัติให้ใช้สารอาหารที่อยู่นอก positive list เป็นประเด็นที่ขัดแย้งกันอยู่ หลักฐานสำคัญคือบริษัทผลิตสูตรตำรับอาหารเสริมส่วนใหญ่ จะซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตที่มีจำนวนจำกัด ถ้าผู้ผลิตเหล่านั้นไม่ยอมจัดทำเอกสารไปยัง positive list บริษัทผลิตสูตรตำรับอาหารเสริมจะไม่สามารถใช้สารเหล่านั้นได้ อย่างไรก็ตามถ้าผู้ผลิต 1 แห่ง ได้จัดทำเอกสารและผ่านการรับรองแล้วผู้ผลิตสูตรตำรับอาหารจะสามารถใช้สารอาหารเหล่านั้นได้ (อย่างน้อยจนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2009) ต้นทุนของการจัดทำเอกสารขึ้นอยู่กับปริมาณและข้อมูลที่ปรากฏ ค่าใช้จ่ายโดยประมาณ 25,000 \$US ถึงมากกว่า 300,000 \$US ซึ่งขึ้นอยู่กับชนิดสารอาหารและข้อมูลที่จำเป็นในการขออนุญาต กำหนดเวลาในการขออนุญาตภายในวันที่ 12 กรกฎาคม 2005 อาจจะมีระยะเวลาที่ไม่เพียงพอในการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องสำหรับสารที่มากกว่า 300 ชนิดที่ได้รับผลกระทบ เมื่อเดือนกรกฎาคม 2004 มีการยื่นเอกสารน้อยกว่า 20 ชนิด ซึ่งเป็นข้อสนับสนุนว่าขาดการกระตุ้นผู้จัดหาวัตถุดิบเพื่อจัดทำเอกสารในการขออนุญาตและต้นทุนที่เพิ่มขึ้นในการศึกษาข้อมูลเพื่อขออนุญาต
3. การลดระดับความแรงสูงสุดที่อนุญาตให้ใช้ได้ (Article 5 of the FSD) Upper Safe Level (USLs) ถูกพัฒนาขึ้นโดยปราศจากกระบวนการแสดงความคิดเห็นจากนักวิทยาศาสตร์ภายนอกและผู้เชี่ยวชาญในภาคอุตสาหกรรม คณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญจาก ANH ระบุว่าระดับความแรงสูงสุดที่อนุญาตให้ใช้ได้ไม่สมบูรณ์ ผลที่ตามมาคือผลิตภัณฑ์ที่ประกอบด้วยสารอาหารระดับความแรงสูงจะถูกจัดให้เป็นยา จะต้องส่งจ่ายโดยแพทย์เท่านั้น
4. ความเข้มงวดในการควบคุมผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในปี 2007 นอกเหนือจากวิตามินและเกลือแร่ (Recitals 6 & 8, Article 4.8) ยกตัวอย่างเช่น amino acids, fatty acids, phytonutrients, enzymes, fibers, probiotics และ peptides จะควบคุมด้วยระบบ positive list เช่นกัน ยังผลให้เกิดการนำสารเหล่านี้ออกจากท้องตลาด

จากการทบทวนประเด็นดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าร่างกฎหมาย FSD นั้น จำกัดจำนวนอาหารเสริมที่มีขนาดบริโภคต่ำ, แหล่งจำหน่ายคือ European supermarket และร้านขายยา สารอาหารจะถูกกำจัดออกจากท้องตลาดยกเว้นมีการยื่นขอเอกสารผ่านภายในเดือนสิงหาคม 2005 และ สารอาหารเหล่านั้นจะต้องไม่ปรากฏใน positive list

ข้อโต้แย้งจากบริษัทต่างๆ ว่ามีเวลาไม่เพียงพอในการรวบรวมข้อมูลการศึกษาความปลอดภัยที่จำเป็น ซึ่งเกิดจากขาดแรงจูงใจในการใช้เงินลงทุนสูงมากในการวิจัยสมุนไพรและอาหารเสริมอื่นๆ ที่มีประวัติการใช้ที่บ้านมาอย่างยาวนานที่ถูกผลกระทบจากกฎหมาย FSD เช่น selenomethionine เป็นสารประกอบหนึ่งของ selenium ซึ่งพบในอาหารและทราบกันดีว่าเป็นสารต้านอนุมูลอิสระที่สำคัญ สารประกอบ selenomethionine นี้ถูกห้ามใช้ในปี 1999 โดยคณะกรรมการของ FSD เนื่องจากไม่เคยมีผลการศึกษาเกี่ยวกับความปลอดภัยระยะยาว โดยคณะกรรมการมีความเห็นว่าให้อนุญาตให้สารประกอบอนินทรีย์ 2 รูปแบบของ selenium (sodium selenate และ sodium selenite) ที่มีความเป็นพิษสูงและผลการต้านอนุมูลอิสระต่ำ สำหรับผู้บริโภคนั้นกำลังเกิดความสับสนว่า

คณะกรรมการอาหาร FSD แนะนำให้พวกเขาควรเพิ่มการบริโภค Brazil nuts ซึ่งประกอบด้วยสาร selenomethionine ในปริมาณสูง (16-30 mcg/g) แต่ในทางตรงกันข้ามคณะกรรมการกลับไม่ยอมให้ selenomethionine เป็นสารประกอบปลอดภัยที่บรรจุอยู่ใน positive list เนื่องจากไม่พบผลการศึกษา กำลังมีคำถามว่าโรงงานผลิตอาหารจะต้องจัดหาข้อมูลความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ธรรมชาติที่ใช้เป็นอาหารหรือไม่ ใครที่ต้องการพิสูจน์ผลทางคลินิกถึงการบริโภคผลไม้และผักอย่างปลอดภัย

ข้อวิพากษ์นี้ถูกต้องหรือไม่ ขึ้นกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรว่าจะได้รับการลงทะเบียนหรือไม่ ภายใต้ร่างกฎหมาย THMPD

ANH ได้ร่วมงานกับคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์, ที่ปรึกษาด้านกฎหมาย และสื่อมวลชน เพื่อที่จะยกเลิกกฎหมายฉบับนี้ ซึ่งถูกคาดหวังว่าจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอาหารเสริมและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง แม้ว่าจะประสบความสำเร็จในการ lobby เพื่อแก้ไขร่างกฎหมายเภสัชภัณฑ์ (Pharmaceutical Directive ; PD) และร่างกฎหมายสมุนไพรพื้นบ้าน (THMPD) ANH เชื่อว่ามีทางเลือกน้อยในการ lobby กฎหมาย FSD โดยปราศจากการแสดงข้อคิดเห็นขัดแย้งทางกฎหมาย

ถึงแม้ว่าจะมีอิทธิพลจากมาตรการระดับความแรงสูงสุดที่อนุญาตให้ใช้ได้และ positive list สำหรับกลุ่มสารอาหารต่างๆ นอกเหนือจากวิตามินและเกลือแร่ แล้วแต่ ร่าง FSD ก็พร้อมที่จะผ่านเป็นกฎหมาย EU ซึ่งร่างกฎหมายนี้ได้รับหลักการจากรัฐสภายุโรปเมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2002 มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 12 กรกฎาคม 2002 และจะถูกตัดสินโดยสมาชิกรัฐในวันที่ 31 มิถุนายน 2003 อาหารเสริมประกอบด้วยวิตามินและเกลือแร่ที่ไม่ปรากฏใน Annex I หรือ ที่มาจากแหล่งอื่นนอกเหนือจาก Annex II อาจจะถูกห้ามทำการค้าใน EU ภายหลังจากวันที่ 1 สิงหาคม 2005 ในช่วงระหว่างการเปลี่ยนแปลงสมาชิกรัฐต่างๆ อาจจะถูกอนุญาตให้ใช้วิตามินและเกลือแร่ได้ในประเทศของตน ถ้าสารอาหารนั้นเคยวางจำหน่ายในตลาด EU ก่อนเดือนกรกฎาคม 2002 การได้รับการอนุญาตแบบชั่วคราวขึ้นกับสถานะดังนี้

1. ถ้าเอกสารสนับสนุนในการใช้สารอาหารถูกอนุมัติก่อนวันที่ 12 กรกฎาคม 2005
2. ถ้าสารอาหารเหล่านั้นไม่ใช่สารต้องห้ามตามมติของ European Food Safety Authority (EFSA)
3. สารอาหารดังกล่าวจะต้องไม่อยู่ใน Annex I & II 's positive list ข้อยกเว้นนี้มีผลถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2009

หนทางอื่นในการคัดค้านกฎหมาย FSD ที่อาจจะประสบผลสำเร็จ คือ การแต่งตั้งทีมกฎหมายจาก ANH เพื่อคว่ำร่างดังกล่าวต่อศาล หลังจากที่กฎหมายของ ANH สมบูรณ์แล้ว ANH ตัดสินใจที่จะต่อต้าน EU อย่างเหมาะสมเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2003 โดยอาศัยสิทธิตามรัฐธรรมนูญขั้นพื้นฐานในโอกาสที่จะยกเลิกร่างกฎหมายดังกล่าว

ผลกระทบจากร่างกฎหมาย FSD สามารถนำมาเป็นข้อคัดค้านตามสิทธิขั้นพื้นฐาน ซึ่งส่งผลกระทบต่อส่วนต่างๆ ของอุตสาหกรรม

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2004 ผลของการคัดค้านกฎหมายโดย ANH ในศาลสูงประเทศอังกฤษ ซึ่งอนุญาตให้ผู้คัดค้านได้แย้งก่อนที่ศาลยุโรปจะตัดสิน เป็นเรื่องที่น่าสนใจถ้าร่าง FSD ถูกคว่ำ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับร่างจะถือเป็นโมฆะ ซึ่งจะเป็นประเด็นเดียวกันในการคัดค้านร่างกฎหมาย THMPD

จาก e-mail ถึงผู้เขียนเมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2003 Robert Verkerk ผู้เป็น Executive Director ของ ANH กล่าวว่า ประชาชนเข้าใจว่าอาหารเสริมที่ดี มีคุณค่าทางโภชนาการสูง และมีประโยชน์โดยตรงต่อสุขภาพ ซึ่งไม่มีเหตุผลทางวิทยาศาสตร์ที่จะยอมรับเพียงวิตามินสังเคราะห์และชนิดของเกลือแร่เพียงไม่กี่ชนิดแล้วยกเลิกวิตามินและเกลือแร่จากธรรมชาติ จากกรณีจะนำไปสู่นโยบายที่สับสนของอุตสาหกรรมนี้ เราไม่อาจกล่าวได้ว่าจะยกเลิกกว้างกฎหมายทั้งหมด แต่จะต้องมีการปรับปรุงร่างกฎหมายนั้น เพื่อคุณภาพและประสิทธิภาพของอาหารเสริมที่จะมีผลบังคับใช้ทั่วยุโรป

สรุปร่างกฎหมายของยุโรปที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและผู้บริโภค คือ

1. Amendments to the Pharmaceuticals Directive
2. Food Supplements Directive
3. The Traditional Herbal Medicinal Products Directive

Amendments to the Pharmaceuticals Directive

ร่างปรับปรุงแก้ไขกฎหมายยานี้ ได้ขยายนิยามของยาโดยจำแนกกลุ่มของอาหารเสริมที่ใช้เป็นยา ถ้าสามารถใช้ฟื้นฟูสุขภาพ หรือสามารถปรับปรุงระบบต่างๆ ในร่างกาย นิยามนี้ครอบคลุมถึงผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากธรรมชาติทั้งหมด และอาหารเสริมเหล่านั้นจะถูกจำแนกเช่นเดียวกับยา

ร่างกฎหมายฉบับนี้จะมีอำนาจครอบคลุมถึงผลิตภัณฑ์ที่จำแนกเป็นยาภายใต้คำจัดความดังกล่าว แม้ว่าผลิตภัณฑ์เหล่านั้นจะถูกควบคุมภายใต้กฎหมาย EU อยู่แล้ว (เช่น FSD, THMPD และ Cosmetics Directive)

The Food Supplements Directive

ร่างกฎหมาย FSD ผ่านเป็นกฎหมายบังคับใช้เมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2003 เพื่อให้เกิดความปลอดภัยในการใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านั้นไม่ถูกจำแนกเป็นยา แต่มีความจำกัดในชนิดของสารอาหารโดยเริ่มต้นจะมีเพียงวิตามินและเกลือแร่ ในอนาคตอันใกล้ FSD จะจำกัดความแรงของสารอาหารในผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยการจำกัดระดับความแรงสูงสุดที่อนุญาตให้ใช้ได้ ซึ่งทำให้เกิดการจำกัดประสิทธิภาพของการบริโภคอาหารเสริม ในปี 2007 กฎหมายฉบับนี้อาจนำไปใช้กับสารอาหารกลุ่มอื่นๆ เช่น amino acids, fatty acids, fibers และ plant extracts ร่างกฎหมายฉบับนี้จะเสร็จสมบูรณ์ในวันที่ 1 สิงหาคม 2005

Traditional Herbal Medicinal Products Directive

ร่างกฎหมายฉบับนี้ทำให้เกิดการจำแนกผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้านโดยทำให้เกิดการขึ้นทะเบียนง่ายยิ่งขึ้น (เช่น หลีกเลี่ยงการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัยและประสิทธิผลของยา) อย่างไรก็ตามร่างกฎหมายฉบับนี้ครอบคลุมเพียงผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้าน (รวมถึงสมุนไพรสูตรผสมด้วย) โดยมีเงื่อนไขว่าจะต้องมีข้อมูลความปลอดภัยในการใช้ 30 ปี โดย 15 ปี จะต้องเป็นการใช้ในยุโรป ซึ่งหมายความว่าสมุนไพรที่มีประวัติการใช้พื้นบ้านนอก EU จะไม่เข้าเกณฑ์ และจะถูกบังคับใช้ภายใต้กฎหมายยา

ร่างกฎหมาย THMPD จะยอมรับการใช้สมุนไพรพื้นบ้านนอก EU ก็ต่อเมื่อมีการชี้ขาดสถานะของผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้านนั้น รัฐสภายุโรปประกาศว่าการใช้สมุนไพรดังกล่าวควรมีข้อมูลการใช้ใน EU อย่างน้อย 30 ปีก่อนวัน

ประกาศใช้กฎหมาย The Committee on the environment, Public Health and Consumer Policy of the European Commission เห็นว่าควรขยายโอกาสให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้น้อยกว่า 15 ปี ใน EU หลังจากที่กฎหมายประกาศใช้แล้วสมุนไพรพื้นบ้านต้องได้รับการขึ้นทะเบียน คณะกรรมาธิการจะพิจารณาเอกสารที่เกี่ยวข้องและตัดสินใจขึ้นทะเบียนบนพื้นฐานของตำราสมุนไพรชุมชน คณะกรรมาธิการจะพิจารณาขอรับการขึ้นทะเบียนสมุนไพรภายนอก EU เมื่อสมุนไพรนั้นมีคุณนั้นมีคุณภาพ, ความปลอดภัย และมีประสิทธิภาพมาตรฐาน

ในเจตนารมณ์ดั้งเดิมของร่างกฎหมาย คณะกรรมาธิการจะยอมรับสมุนไพรที่มีการวางจำหน่ายในแต่ละประเทศสมาชิก ต่อมารัฐสภาของยุโรปยืนยันความน่าจะเป็นในการยอมรับผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากประเทศสมาชิกอื่นๆ ซึ่งการยอมรับสมุนไพรในประเทศสมาชิกหนึ่งนั้นจะส่งผลต่อการยอมรับสมุนไพรชนิดนั้นในประเทศสมาชิกอื่นที่ไม่เคยได้รับการยอมรับมาก่อนหน้านี้ ทั้งคณะกรรมการและสภาแห่งยุโรปต่างเรียกร้องให้รัฐสภายุโรปบรรจุเป็นข้อกำหนดซึ่งมีผลครอบคลุมต่อรายการสมุนไพรทั้งหมด

ในวันที่ 7 พฤศจิกายน 2003 คณะกรรมการ EP เห็นชอบให้ THMPD กำหนดให้มีการแสดงฉลากและการโฆษณาของผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีข้อบ่งชี้เฉพาะและมีการใช้เป็นระยะเวลายาวนาน ซึ่งจะขัดแย้งกับวัตถุประสงค์ในตอนต้น โดยคณะกรรมการแห่งรัฐได้นำเสนอว่าปฏิบัตการยอมรับของผู้บริโภคที่เหมาะสมจะต้องขึ้นกับข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญของผลิตภัณฑ์

จากเรื่องดังกล่าวมีการนำเสนอให้ an independent Committee for Herbal Medicinal Products within the European Medicines Evaluation Agency ซึ่งมีหน้าที่ในการตัดสินใจชี้ขาดในกระบวนการอนุญาตในตลาดการในกรณีที่มีความคิดเห็นนั้นเหล่านั้นไม่สามารถตกลงกันได้ อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของคณะกรรมการชุดนี้จะเป็นอย่างไรรจนกระทั่งรัฐสภายุโรปผ่านร่าง THMPD เป็นกฎหมาย

สารอาหารพื้นฐานจะอยู่ภายใต้ร่างกฎหมาย FSD สำหรับพืชสมุนไพรนั้นจะขึ้นอยู่กับ Pharmaceutical Directive (PD) (2001/83/EC) ในการควบคุมผลิตภัณฑ์ที่ไม่อยู่ภายใต้ร่างกฎหมาย FSD นั้นจะกำหนดให้ถูกควบคุมโดยร่างกฎหมาย PD ถ้าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวถูกควบคุมด้วยกฎหมาย PD แล้ว ผลิตภัณฑ์นั้นๆ จะต้องขึ้นทะเบียนยาและได้รับการอนุญาตโดยถูกต้องตามกฎหมาย (ซึ่งต้องมีข้อมูลสำคัญและค่าใช้จ่ายสำหรับการตรวจสอบ) ถ้าสมุนไพรนั้นถูกจำแนกเป็นสมุนไพรที่ใช้ในทางการแพทย์ จะได้รับประโยชน์จากกระบวนการ fast-track ของร่างกฎหมาย THMPD ซึ่งกำหนดให้ระยะเวลาของความปลอดภัยในการใช้สมุนไพรพื้นบ้านแทนข้อมูลความปลอดภัยของการใช้ยา

ในวันที่ 16 ธันวาคม 2003 ร่างกฎหมาย THMPD จะถูกอภิปรายและจะผ่านเป็นกฎหมายในวันที่ 11 มีนาคม 2004 ประเด็นสำคัญหนึ่งคือเรื่องระยะเวลาของความปลอดภัยในการใช้สมุนไพร 30 ปี โดย 15 ปี จะต้องมีการใช้ในยุโรป CHC ต้องการแก้ไขกรณีดังกล่าวเป็นระยะเวลาของความปลอดภัยในการใช้สมุนไพร 30 ปี ในทุกๆ ที่ของโลก CHC ได้เถียงว่าการกีดกันสมุนไพรนอกยุโรป จะส่งผลต่อความเข้าใจและนวัตกรรมการใช้สมุนไพรที่พบนอกยุโรปในประเทศที่มีภูมิปัญญาที่เข้มแข็งในการใช้สมุนไพร (เช่น จีน, อินเดีย, เอเชียตะวันออกเฉียงใต้, แอฟริกาใต้ และอเมริกาใต้) การออกกฎหมายนี้จะส่งผลต่อผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ผลิตขึ้นตั้งแต่ปี 1990 ถ้าร่างกฎหมายนี้ผ่านเป็นกฎหมายในวันที่ 11 มีนาคม 2004 จากข้อกำหนดระยะเวลาของความปลอดภัยในการใช้สมุนไพร 30 ปี โดย 15 ปี จะต้องมีการใช้ในยุโรป จะนำไปสู่ข้อกำหนดการยอมรับทางการค้า

อย่างไรก็ตามผลกระทบนี้ยังคงหลีกเลี่ยงได้ เนื่องจากการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยผู้ประกอบการวิชาชีพในสหราชอาณาจักรซึ่งไม่อยู่ในขอบเขตของร่างกฎหมาย THMPD (ถ้าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวถูกใช้เพื่อเป็นยาสำหรับผู้ป่วย

ของผู้ประกอบวิชาชีพ) โดยผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะไม่ถูกผลิตขึ้นอย่างเป็นทางการ (2001/83/EC) ดังนั้นผู้ประกอบวิชาชีพการใช้สมุนไพรในสหราชอาณาจักร สามารถใช้สมุนไพรที่มีการใช้ในยุโรปไม่ถึง 15 ปีได้ โดย CHA และ ANH พยายามสนับสนุนให้เกิดช่องทางการใช้สมุนไพรนอกยุโรป โดยความพยายาม lobby รัฐสภายุโรปในบรัสเซลและรัฐสภาแห่งสหราชอาณาจักรในลอนดอน

เป็นการเน้นย้ำว่า THMPD คือกฎหมายพื้นฐานสำหรับ OTC herbal medicines ในยุโรป ร่าง EU Medicine Directive (2001/83/EC) กำหนดให้ผลิตภัณฑ์ที่ถูกใช้เป็นยาและผลิตเป็นอุตสาหกรรมจะต้องได้รับการอนุญาตก่อนจำหน่ายในท้องตลาด (ใบอนุญาตขึ้นทะเบียนยา) จะทำให้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวหายไปจากท้องตลาดเนื่องจากค่าใช้จ่ายที่สูงของการขออนุญาต รวมถึงการพิสูจน์ประสิทธิผล โดยร่างกฎหมาย THMPD จะใช้บังคับผลิตภัณฑ์สมุนไพรแทนร่างกฎหมายยา สำหรับการพิสูจน์ประสิทธิผลและกระบวนการขออนุญาตที่มีค่าใช้จ่ายต่ำ ในระยะแรกร่างกฎหมาย THMPD จะจำกัดชนิดของวิตามิน และเกลือแร่ในสูตรตำรับที่มีส่วนผสมของสมุนไพร

อุตสาหกรรมอาหารเสริมของอเมริกามีความเจริญรุ่งเรืองตั้งแต่มีการผ่านกฎหมาย Dietary Supplement Health and Education Act (DSHEA) ในปี 1994 วุฒิสมาชิกของอเมริกาและคณะอื่นๆ กำลังดำเนินการเปลี่ยนแปลงระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับสิ่งแฉดล้อม แต่ในระยะยาวอุตสาหกรรมเหล่านี้จะป้องกันตนเองจากข้อจำกัดของระเบียบข้อบังคับนั้น

ภาคอุตสาหกรรมในอเมริกาได้รับแรงค้ำจุนเกี่ยวกับ the Dietary Supplement Safety Act of 2003(s.722) ซึ่ง Sen. Richard Durbin (D-IL) เป็นผู้ให้การสนับสนุน โดยเป็นตัวอย่างที่ดีในการแสดงว่ามีกลุ่มต่างๆที่สามารถทำงานร่วมกันได้

อย่างไรก็ตามการสั่งห้ามจาก FDA ต่อการใช้ ephedra เพื่อเป็นอาหารเสริม , การอ้างถึงความปลอดภัยของ kava kava, St. John's wort และสมุนไพรอื่น เป็นการนำไปสู่การปรับปรุงกฎหมาย DSHEA โดยปกติแล้วลักษณะของระเบียบข้อบังคับทั้งในอเมริกาและโดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุโรป จะมีการเปลี่ยนแปลงและจะเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องจากการเกิดปัญหาเช่นเดียวกับปัญหาของ ephedra

กฎหมาย DSHEA ได้ผ่านเป็นกฎหมายในปี 1994 ซึ่งมีความสำคัญและมีความจำเป็นสำหรับอุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์ธรรมชาติในอเมริกา การออกกฎหมายใหม่ที่มีความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นในอเมริกา ซึ่งในความเป็นจริงแล้วกฎหมายนี้จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคในด้านการประกันคุณภาพและความปลอดภัย ดังนั้นไม่ว่าอะไรจะเกิดขึ้นในยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวกับการฟ้องร้องเพื่อต่อต้านกฎหมาย FSD ของยุโรป EU ควรบังคับใช้ร่างกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ 24 ประเทศสมาชิก มีเหตุผลมากมายที่ทำให้เชื่อว่าสภาสหรัฐอเมริกาจะผ่านกฎหมายผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่เข้มงวดมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกี่ยวกับความปลอดภัย ผลกระทบนี้จะเกิดขึ้นกับตลาดอาหารเสริมในอเมริกา, ทุกคนในภาคอุตสาหกรรมอาหารเสริม โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมพืชสมุนไพร การไม่คำนึงถึงความพยายามของกลุ่ม ANH, CHC และอื่นๆ ที่มีผลต่อกฎหมาย FSD และ THMPD ผู้เขียนได้ให้ความเห็นว่าเหตุการณ์อะไรที่เกิดขึ้นในยุโรปในอีกหลายปีข้างหน้าจะส่งผลกระทบต่อตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของอเมริกาในอนาคต

อุตสาหกรรมอาหารเสริมในอเมริกาถือเป็นผู้นำของโลก เนื่องมาจากสารอาหารและองค์ประกอบสมุนไพรต่างๆ ที่พบในอาหารเสริมอาจถูกใช้เพื่อป้องกัน, ต่อต้าน และรักษาโรค เช่นเดียวกับประโยชน์ที่เกิดขึ้นต่อโครงสร้างและการทำงานของร่างกายมนุษย์

ร่างกฎหมาย EU จะมีอิทธิพลโดยตรงต่อกฎหมายของอเมริกาในอนาคต บริษัทต่างๆ ในอเมริกากำลังเติบโตในตลาดยุโรป ซึ่งมีผู้บริโภคมากกว่า 500 ล้านคน

ในเดือนกรกฎาคม 2004 the international committee of the National Nutritional Foods Association (NNFA) และ American Herbal Products Association (APHA) ได้สนับสนุนกฎหมาย ANH เพื่อต่อต้านกฎหมาย FSD ของ EU

ทุกๆ บริษัทหรือทุกคน ต่างให้ความสนใจในอนาคตของอุตสาหกรรมอาหารเสริมในยุโรป จึงควรศึกษากฎระเบียบของกฎหมาย FSD และ THMPD และพิจารณาถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในยุโรป ชาวยุโรปอาจยอมรับหรือคัดค้านกฎหมาย FSD และ DTHMP ซึ่งในอนาคตจะเป็นหนทางในการเปิดตลาดผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในยุโรป

ข้อมูลด้านการตลาดของประเทศคู่ค้าและประเทศคู่แข่ง

สหภาพยุโรป

สหภาพยุโรปเป็นตลาดเครื่องเทศและสมุนไพรที่ใหญ่เป็นอันดับสองของโลก รองจากสหรัฐอเมริกา ความต้องการในตลาดมีมากกว่าปีละ 200,000 ตัน เป็นการนำเข้าจากต่างประเทศถึง 170,000 ตัน หรือ 38% ของการผลิตเครื่องเทศทั่วโลก

ชนิดเครื่องเทศที่สหภาพยุโรปนำเข้าส่วนใหญ่ ได้แก่ พริกไทยและปาปริกา ตามด้วย คูมิน ยี่หว่า จูนิเปอร์ ทุเมอริก ผงกะหรี่ กานพลู ไทม์ ดอกจันทน์เทศ และวานิลลา

แหล่งนำเข้าเครื่องเทศของสหภาพยุโรปส่วนใหญ่มาจากประเทศกำลังพัฒนา เช่น อินโดนีเซีย อินเดีย บราซิล โมร็อกโก และมีบางส่วนนำเข้าจากยุโรปตะวันออก เช่น ฮังการีและรัสเซีย

ลักษณะตลาดเครื่องเทศและสมุนไพรในสหภาพยุโรป

1. ความต้องการเครื่องเทศและสมุนไพรในสหภาพยุโรปเมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนความต้องการของอุตสาหกรรมต่อความต้องการของตลาดขายปลีกในสหภาพยุโรปแต่ละประเทศมีสัดส่วน ดังนี้

| ประเทศ | อุตสาหกรรม | ตลาดขายปลีก |
|---------------|------------|-------------|
| ออสเตรีย | 60 | 40 |
| ฝรั่งเศส | 60 | 40 |
| เยอรมนี | 50 | 50 |
| อิตาลี | 50 | 50 |
| สเปน | 60 | 40 |
| สวีเดน | 50 | 50 |
| สหราชอาณาจักร | 60 | 40 |

ประเทศเยอรมนี

ก. ตลาดสมุนไพรในประเทศเยอรมนี³

³ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก, ตลาดสินค้าเครื่องเทศ สมุนไพรในสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน,

ประเทศเยอรมัน มีการเพาะปลูกเครื่องเทศและสมุนไพรในประเทศเป็นมูลค่าเล็กน้อย ส่วนใหญ่จะเป็นพืชผักสวนครัว วัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ที่ใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตเวชภัณฑ์ เครื่องสำอาง อาศัยการนำเข้าจากต่างประเทศเป็นสำคัญ

การแปรรูปเครื่องเทศสมุนไพร ประเทศเยอรมันมีโรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเครื่องเทศสมุนไพรที่นำเข้าโดยตรงหรือผ่านเอเยนต์ประมาณ 49 โรงงาน ทำการแปรรูปเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าที่สำคัญ ๆ ได้แก่ เวชภัณฑ์ ยารักษาโรค เครื่องสำอาง อาหารเสริมสุขภาพ และเครื่องดื่มต่างๆ เป็นต้น โดยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2542-2544) มีมูลค่าการแปรรูปเครื่องเทศสมุนไพรโดยเฉลี่ยปีละ 23,513.8 ล้านบาท (546.8 ล้านยูโร) สำหรับปี พ.ศ. 2544 มีการแปรรูปเป็นมูลค่า 22,579.3 ล้านบาท (525.1 ล้านยูโร) มูลค่าลดลงร้อยละ 5.4

ข. การนำเข้าสมุนไพรของเยอรมัน

ในแต่ละปีเยอรมันนำเข้าเครื่องเทศและสมุนไพรชนิดต่างๆ เป็นปริมาณและมูลค่าที่สูงมาก ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าจากประเทศอื่นๆ ในสหภาพยุโรป และยุโรปตะวันออก แต่เนื่องจากปริมาณและมูลค่าของสมุนไพรแต่ละชนิดยังเป็นจำนวนที่ไม่สูงมาก จึงยังไม่มีมีการแยกสมุนไพรแต่ละตัวออกเป็นพิกัดสินค้า โดยเฉพาะ ยกเว้น พริกไทย โสม และวานิลลา เป็นต้น ส่วนสมุนไพรอื่นๆ ยังไม่มีพิกัดโดยเฉพาะ จะถูกจัดรวมไว้ในพิกัด 1211 ต้นไม้ ส่วนของต้นไม้ รวมทั้งเมล็ด ฯลฯ และพิกัด 1302 19 สารสกัดเพื่อใช้ทำยารักษาโรค

ค. มูลค่าการนำเข้า

ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2542 - 2544) เยอรมันนำเข้าสินค้าเครื่องเทศสมุนไพร คิดเป็นมูลค่าเฉลี่ยปีละ 21,610.2 ล้านบาท (502.6 ล้านยูโร) และในช่วง 6 เดือนแรก ปี พ.ศ. 2545 มีการนำเข้าเป็นมูลค่า 11,223 ล้านบาท (261 ล้านยูโร) เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2544 มีการนำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.5 สินค้าสำคัญที่นำเข้ามากได้แก่ สารสกัดจากสมุนไพรต่างๆ (พิกัด H.S. 1302) มีการนำเข้าในช่วง 6 เดือนแรกปี พ.ศ. 2545 เป็นมูลค่า 5,074 ล้านบาท (118.0 ล้านยูโร) เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2544 มูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.9 รองลงมาเป็นสินค้าส่วนต่างๆ ของพืช สำหรับการผลิตยาและเครื่องสำอาง(พิกัด H.S. 1211) มีการนำเข้าในช่วง 6 เดือนแรกปี พ.ศ. 2545 เป็นมูลค่า 1,720 ล้านบาท (40 ล้านยูโร) เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2544 มูลค่าการนำเข้าลดลงร้อยละ 1.7

ง. แหล่งนำเข้าสำคัญ

เยอรมันนำเข้าสินค้าเครื่องเทศ สมุนไพร มากที่สุดจากประเทศเนเธอร์แลนด์ มีการนำเข้าในระยะเวลา 3 ปี ที่ผ่านมา (พ.ศ. 2542-2544) โดยเฉลี่ยเป็นมูลค่าปีละ 2,792.1 ล้านบาท (64.9 ล้านยูโร) สำหรับในช่วง 6 เดือนแรกปี 2545 มีการนำเข้าเป็นมูลค่า 1,079.3 ล้านบาท (25.1 ล้านยูโร) เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2544 มูลค่าการนำเข้าลดลงร้อยละ 1.2 แต่ในภาพรวมระดับประเทศพบว่ามูลค่าการนำเข้าในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2542-2544) โดยเฉลี่ยเป็นมูลค่าปีละ ประมาณ 21,621.01 ล้านบาท (502.6 ล้านยูโร) สำหรับในช่วง 6 เดือนแรกปี พ.ศ. 2545 มีการนำเข้าเป็นมูลค่า 11,228.6 ล้านบาท

(261.0 ล้านยูโร) เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2544 มูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.5 ดังแสดง ตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แหล่งนำเข้าสมุนไพรของเยอรมัน ปี พ.ศ. 2541 – 2545 (ม.ค. – มิ.ย.) : Millions of EU Euros

| No. | Description | 2541 | 2542 | 2543 | 2544 | 2544 (ม.ค. – มิ.ย.) | 2545 (ม.ค. – มิ.ย.) |
|-----|--------------|---------|---------|---------|---------|------------------------|------------------------|
| 1 | Netherlands | 52.300 | 69.000 | 62.600 | 63.200 | 25.400 | 25.100 |
| 2 | France | 31.800 | 32.300 | 23.100 | 28.200 | 7.100 | 24.500 |
| 3 | China | 15.500 | 15.900 | 19.000 | 22.500 | 10.700 | 17.000 |
| 4 | United State | 30.200 | 23.900 | 27.800 | 25.600 | 13.500 | 24.765 |
| 5 | Denmark | 21.900 | 24.900 | 22.000 | 25.300 | 13.000 | 14.400 |
| 6 | Brazil | 15.900 | 27.200 | 26.800 | 26.300 | 12.500 | 13.200 |
| 7 | India | 41.700 | 34.400 | 37.200 | 28.500 | 16.600 | 12.700 |
| 8 | Italy | 17.600 | 15.300 | 15.400 | 17.200 | 10.500 | 11.500 |
| 9 | Madagascar | 4.900 | 4.700 | 10.600 | 15.400 | 8.200 | 11.300 |
| 10 | Switzerland | 23.200 | 20.500 | 20.800 | 21.300 | 10.600 | 11.200 |
| 36 | Thailand | 1.600 | 2.300 | 2.900 | 2.900 | 1.400 | 1.200 |
| | Other | 295.683 | 235.005 | 247.864 | 209.817 | 104.537 | 94.123 |
| | Total | 552.283 | 505.405 | 516.064 | 486.217 | 234.037 | 260.988 |

Source of Data: Eurostat

สหราชอาณาจักร

สหราชอาณาจักรมีความคุ้นเคยกับเครื่องเทศและสมุนไพรมานานจากประเทศในอาณานิคม สหราชอาณาจักรนำเข้าเครื่องเทศและสมุนไพรมากเป็นอันดับสองในสหภาพยุโรป นำเข้าปีละประมาณ 31,800 ตัน หรือ 16% ของมูลค่าการนำเข้าเครื่องเทศและสมุนไพรของสหภาพยุโรป ปริมาณการบริโภคเครื่องเทศของคนอังกฤษประมาณ 250 กรัมต่อคนต่อปี แต่ความต้องการเครื่องเทศในอังกฤษมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามความนิยมรับประทานอาหารต่างชาติ อุตสาหกรรมอาหารในอังกฤษมีความต้องการเครื่องเทศและสมุนไพรถึง 60% ของความต้องการในเครื่องเทศทั้งหมดในอังกฤษ เครื่องเทศที่อังกฤษนำเข้าส่วนใหญ่เป็นขิง พริกไทย เมล็ดผักชี ขมิ้น โดยนำเข้าจากแหล่งต่างๆ ดังนี้

| | |
|-------------------|---------------------------------------------------------|
| ซิง | ไทย บราซิล ไนจีเรีย คอสตาริกา อินเดีย แอฟริกาใต้ |
| พริกไทย | อินโดนีเซีย เนเธอร์แลนด์ มาเลเซีย ศรีลังกา |
| พริกไทยอื่นๆ | สหรัฐอเมริกา ปากีสถาน อินเดีย สเปน จีน ซิลี |
| ยี่หว่า จูนิเปอร์ | อิตาลี เยอรมนี จีน อินเดีย สหรัฐอเมริกา อียิปต์ |
| เมล็ดผักชี | โมร็อกโก บัลแกเรีย ยุโรปตะวันออกอื่นๆ |
| ขมิ้น | อิหร่าน อินเดีย ซีเรีย |
| ทุเมอริก | อินเดีย จีน แอฟริกาใต้ เยอรมนี |
| อบเชย | จีน มาดากัสกา ซีเชลส์ ศรีลังกา เนเธอร์แลนด์ อินโดนีเซีย |
| ไทม์ และเบย์ | สเปน ตุรกี เยอรมนี ฝรั่งเศส |

อังกฤษนำเข้าสมุนไพรแห้งปีละประมาณ 3,500-4,000 ตัน ส่วนใหญ่เป็นผักชีแห้ง ประมาณ 1,000 ตัน ตามด้วยเสจ โอริกาโน โหระพา และสระแหน่

ข้อมูลตลาดสินค้าสมุนไพรในสหราชอาณาจักร

1. สินค้าประเภทสมุนไพรนับว่าได้กลายมาเป็นที่นิยมรู้จักและมีการจำหน่ายมากขึ้นในสหราชอาณาจักร ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เนื่องจากประชาชนโดยทั่วไปได้หันมาให้ความสำคัญกับการระมัดระวังรักษาสุขภาพ และมีแนวโน้มความนิยมอาหารและเครื่องดื่มเสริมสุขภาพ วิตามินเสริมชนิดต่างๆ รวมทั้งสมุนไพรที่ได้รับความนิยมสนใจมากขึ้น โดยได้มีการนำสมุนไพรไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของยารักษาโรค อาหารและเครื่องดื่มเสริมสุขภาพ รวมทั้งผลิตภัณฑ์อื่นๆ จำนวนมาก แต่สินค้าสมุนไพรที่จัดอยู่ในประเภทสมุนไพรเพื่อใช้ประกอบการบำบัดรักษา (Herbal and homeopathic remedies) ซึ่งไม่ได้จัดเป็นสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ยา และถูกจัดรวมอยู่ในกลุ่มสินค้าประเภทอาหารเพื่อสุขภาพ (Health Food) นับว่าเป็นที่รู้จักและมีการวางจำหน่ายแพร่หลายมากขึ้น

2. สินค้าสมุนไพรดังกล่าวข้างต้นส่วนใหญ่จะมีจำหน่ายตามร้านค้าปลีกสินค้าประเภทอาหารเพื่อสุขภาพ โดยมีสัดส่วนการจำหน่ายรองลงมาจากสินค้าประเภทวิตามินเสริมชนิดต่างๆ และอาหารเสริมสุขภาพที่มีแนวโน้มการขยายตัวมากที่สุดในกลุ่มสินค้าประเภทนี้ ซึ่งจากการสำรวจข้อมูลในปี 2542 ปรากฏว่าสินค้าสมุนไพรประเภท Herbal and homeopathic remedies มีสัดส่วนมูลค่าการจำหน่ายรวมทั้งสิ้น 58.3 ล้านปอนด์หรือประมาณ 3,620 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 15 ของมูลค่าการจำหน่ายของสินค้าในกลุ่มนี้ทั้งหมด ซึ่งมีตัวเลขเปรียบเทียบดังนี้

| ประเภทสินค้า | มูลค่า/ล้านปอนด์ | คิดเป็นร้อยละ |
|------------------------------------|------------------|---------------|
| Vitamins, minerals and supplements | 156.8 | 40.0 |
| Health foods | 121.9 | 31.1 |
| Herbal and homeopathic remedies | 58.3 | 14.9 |
| Beverages | 55.0 | 14.0 |
| รวม | 392.0 | 100.0 |

แหล่งที่มา-สำนักวิจัย Key Note ของสหราชอาณาจักร

3. ในกลุ่มสินค้าสมุนไพรที่มีจำหน่ายตามร้านค้าปลีกสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพนั้น ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรนั้นมีสัดส่วนมากถึงร้อยละ 45 ส่วนสมุนไพรทั้งในรูปแบบของยาโรค สมุนไพรประกอบการบำบัดรักษา และสมุนไพรที่ไม่สามารถจัดอยู่ในทั้งสองประเภทดังกล่าว โดยเฉพาะสมุนไพรจีนนับว่าเป็นที่รู้จักและก็มีจำหน่ายทั่วไปด้วย จากการที่วิธีการรักษาโรคแบบฝังเข็มของจีนค่อนข้างเป็นที่รู้จักกันมากและมีการเปิดคลินิกรักษาด้วยวิธีนี้กันแพร่หลาย จึงทำให้สมุนไพรจีนเป็นที่นิยมรู้จักกันมากตามไปด้วย ทั้งนี้ สมุนไพรในลักษณะของวัตถุดิบส่วนมากเป็นการจัดจำหน่ายโดยผู้ค้าส่งรายใหญ่ที่จำหน่ายต่อไปยังบริษัทผู้ผลิตยาหรือผลิตภัณฑ์สมุนไพรต่างๆ และร้านค้าปลีกที่ส่วนใหญ่เป็นร้านค้าปลีกสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพ (Health Food Stores)

ปกติการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาในสหราชอาณาจักรอยู่ภายใต้การควบคุมตามระเบียบ The Medicines for Human Use Regulation 1994 (S.I.1994/3144) และตามพระราชบัญญัติยา The Medicines Act 1968

ผลิตภัณฑ์ยาทุกชนิดต้องได้รับใบอนุญาตให้วางจำหน่าย (Product licence) โดยมีข้อกำหนดตามมาตรา 12 ของ The Medicines Act 1968 สำหรับผลิตภัณฑ์ยาบางชนิด และสมุนไพรที่ไม่ต้องมีใบอนุญาตเป็น Herbal remedies ในรูปของส่วนของต้นพืช ตากแห้ง หั่นเป็นชิ้น หรือบดเป็นผงแล้ว โดยวางจำหน่ายภายใต้ชื่อทางพฤกษศาสตร์ (Botanical name) เท่านั้น และต้องไม่มีข้อความชี้แนะสรรพคุณการใช้สมุนไพรชนิดนั้นๆ แต่อย่างไร

สมุนไพรที่จัดอยู่ในประเภทยาทุกชนิดต้องได้รับใบอนุญาตจาก Medicines Control Agency (MCA) สังกัดกระทรวงสาธารณสุข โดยผู้ผลิตหรือจัดจำหน่ายต้องแจ้งข้อมูลประกอบอย่างครบถ้วนตามที่ระเบียบกำหนด ซึ่งจะต้องผ่านขั้นตอนในการพิสูจน์ตรวจสอบ และมีผลการวิจัยรายงานทางวิชาการสนับสนุน รวมทั้งต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์เงื่อนไขของระเบียบที่เกี่ยวข้องที่กำหนดไว้ของสหภาพยุโรปเช่นกัน

การนำเข้ายาสมุนไพรจึงต้องผ่านขั้นตอนการได้รับอนุญาตให้จำหน่ายดังกล่าวก่อน โดยตามประกาศ The Medicines Order 2000 มีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 16 มิถุนายน 2543 มียาสมุนไพรบางชนิดที่กำหนดเป็นรายการสินค้าห้ามนำเข้าและจัดจำหน่ายด้วย

ฝรั่งเศส

ฝรั่งเศสนำเข้าเครื่องเทศปีละมากกว่า 21,000 ตัน มีสัดส่วน 11% ของมูลค่าการนำเข้าเครื่องเทศของสหภาพยุโรป คนฝรั่งเศสบริโภคเครื่องเทศและสมุนไพรประมาณ 300 กรัมต่อคนต่อปี โดยรับประทานทั้งในรูปผักสด เครื่องปรุงรส ชนิดเครื่องเทศที่นำเข้า ได้แก่ วานิลลา กานพลู เมล็ดผักชี นำเข้าจากแหล่งต่างๆ ดังนี้

| | |
|---------------|---------------------------------------------------------------|
| พริกไทย | บราซิล อินโดนีเซีย มาดากัสกา มาเลเซีย เวียดนาม |
| พริกไทยอื่นๆ | สเปน เยอรมนี เบลเยียม เนเธอร์แลนด์ โมร็อกโก |
| เครื่องเทศผสม | เยอรมนี เบลเยียม ตุรกี อินเดีย สหราชอาณาจักร |
| กานพลู | มาดากัสกา โคโมรัน แทนซาเนีย |
| ขิง | บราซิล ไทย เนเธอร์แลนด์ เซียร์ราลีโอน โตโก สหรัฐฯ อินโดนีเซีย |
| ขมิ้น | อิหร่าน ตุรกี ซีเรีย |
| ไทม์ และเบย์ | สเปน โมร็อกโก ตุรกี |
| เมล็ดผักชี | ยุโรปตะวันออก อียิปต์ |
| ยี่ห่วย | ตุรกี ซีเรีย สเปน ไทย |

ฝรั่งเศสเป็นตลาดใหญ่ที่สุดในสหภาพยุโรปสำหรับเครื่องเทศที่ใช้เพื่อการปรุงอาหาร เป็นผู้ส่งออกเครื่องเทศรายใหญ่ในยุโรป และยังผลิตเครื่องเทศได้เอง เช่น ผักชี ทาร์รากอน ไทม์ โหระพา ต้นหอม โรสแมรี เฉาก และดีล ฝรั่งเศสนำเข้าเครื่องเทศแห้งปีละประมาณ 7,000 ตัน โดยนำเข้ามินท์ ไทม์ สระแห่นุ้ เฉาก โอริกาโน โรสแมรี และโหระพา

สเปน

สเปนผลิตเครื่องเทศได้ในประเทศ เช่น ปาปริกาและหญ้าฝรั่น และนำเข้าเครื่องเทศและสมุนไพรปีละประมาณ 25,000 ตัน 12.8% ของมูลค่าการนำเข้าเครื่องเทศของสหภาพยุโรป คนสเปนบริโภคเครื่องเทศ 300 กรัมต่อคนต่อปี ความต้องการเครื่องเทศแห้งในสเปนมีน้อย เนื่องจากคนสเปนปรุงอาหารด้วยเครื่องเทศสด ชนิดเครื่องเทศที่ สเปนนำเข้าและแหล่งนำเข้ามีดังนี้

| | |
|---------------|-------------------------------------|
| พริกไทยอื่นๆ | โมรอกโก แอฟริกาใต้ เยอรมนี เบลเยียม |
| หญ้าฝรั่น | กรีซ อิหร่าน โมรอกโก |
| พริกไทย | อินโดนีเซีย มาเลเซีย บราซิล อินเดีย |
| อบเชย | ศรีลังกา จีน มาดากัสกา อินโดนีเซีย |
| ขมิ้น | อิหร่าน ตุรกี |
| ยี่หว่า | ตุรกี ฝรั่งเศส |
| เครื่องเทศผสม | เยอรมนี ฝรั่งเศส |
| น้ำตาลเม็ก | อินโดนีเซีย เกรนาดา เนเธอร์แลนด์ |

อิตาลี

อิตาลีเป็นตลาดเล็กสำหรับเครื่องเทศและสมุนไพร เนื่องจากคนอิตาลี รับประทานเครื่องเทศในรูปผักสด อัตราการบริโภคเครื่องเทศของคนอิตาลีมีเพียง 100 กรัม ต่อคนต่อปี อิตาลีนำเข้าเครื่องเทศและสมุนไพรปีละประมาณ 25,000 ตัน หรือ 4% ของมูลค่าการนำเข้าเครื่องเทศและสมุนไพรของสหภาพยุโรป ความต้องการเครื่องเทศแห้งมีน้อยเนื่องจากคนอิตาลีรับประทานเครื่องเทศสดแบบผัก เครื่องเทศที่อิตาลี นำเข้าส่วนใหญ่ คือพริกไทย นำเข้าปีละประมาณ 8,000 ตัน หรือ 41% ของเครื่องเทศที่ อิตาลีนำเข้า ชนิดเครื่องเทศและแหล่งนำเข้าเครื่องเทศของอิตาลีมีดังนี้

| | |
|--------------|---------------------------------------------|
| หญ้าฝรั่น | อิหร่าน สเปน เยอรมนี ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร |
| พริกไทย | อินเดีย บราซิล อินโดนีเซีย |
| พริกไทยอื่นๆ | อินเดีย อิสราเอล ปากีสถาน |
| ยี่หว่า | ฝรั่งเศส ยูโกสลาเวีย อียิปต์ ยุโรปตะวันออก |
| ทูเมอริก | อินเดีย |
| น้ำตาลเม็ก | เนเธอร์แลนด์ เบลเยียม อินโดนีเซีย ฝรั่งเศส |
| อบเชย | ศรีลังกา เนเธอร์แลนด์ |

ออสเตรเลีย

ตลาดสินค้าสมุนไพรของประเทศออสเตรียมีสมุนไพรกว่า 600 ชนิด ที่มีการค้าขาย นับตั้งแต่ปริมาณ 10 กิโลกรัมต่อปี ถึง 10 ตันต่อปี โดยมีจำหน่ายในร้านขายยา หรือเป็นส่วนประกอบของยา หรือเติมในอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น มีการปลูกสมุนไพรในออสเตรียอยู่บ้างแต่ไม่มาก สมุนไพรที่มีการค้าขายในตลาดส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้า โดยประมาณ 16 % ของสมุนไพรในตลาดเป็นส่วนที่ผลิตในประเทศออสเตรีย การผลิตในประเทศมีไม่มาก เนื่องจากการผลิตสมุนไพรต้องใช้เวลาในการดูแลรักษามาก เกษตรกรจึงไม่นิยมปลูก

มีผู้นำเข้าสมุนไพรในออสเตรียไม่มาก เนื่องจากออสเตรียเป็นตลาดเล็กมีประชากรเพียง 8 ล้านคน ผู้นำเข้าจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ ผู้นำเข้าสมุนไพรที่เป็นวัตถุดิบมาบรรจุภาชนะและปิดฉลาก อาทิบริษัท Kottas-Heldenberg และอีกกลุ่มหนึ่งจะเป็นผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์สมุนไพร อาทิบริษัท Kwizda จากการสอบถามผู้นำเข้าบางรายทราบว่า มีผู้ค้าส่งประมาณ 10-15 ราย โดยจำหน่ายให้กับร้านขายยา และบริษัทผลิตยา

ตลาดสมุนไพรในออสเตรียค่อนข้างจำกัด อัตราการบริโภคเพิ่มขึ้นในกลุ่มของผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางและสูง และกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 45ปี ผู้ใช้คนสุดท้ายจะเป็นผู้บริโภค

กฎระเบียบการนำเข้าขึ้นอยู่กับว่าสมุนไพรที่จะนำเข้าจัดเป็นสมุนไพรประเภทยา หรือเครื่องสำอาง หรืออาหารสมุนไพรที่เป็นยา

กฎหมายที่เกี่ยวข้องคือ Law for Pharmaceuticals และ Austrian Book of Medicine สรุปได้ดังนี้

1. ต้องแจ้งผลของการใช้ยา
2. ถ้าสมุนไพรยังไม่เป็นที่รู้จัก ต้องผ่านการตรวจสอบที่ค่อนข้างยุ่งยาก เช่นเดียวกับการอนุญาตให้จำหน่ายยาอื่นๆ
3. ตรวจสอบในห้องปฏิบัติการของออสเตรีย เพื่อพิสูจน์ผลการใช้ยา
4. ถ้าผ่านผลการตรวจสอบก็ได้รับอนุญาตให้จำหน่ายได้

สมุนไพรที่เป็นเครื่องสำอาง กฎหมายที่เกี่ยวข้องคือ Austrian regulation on Controlling Measures of Cosmetics สรุปได้ดังนี้

1. ต้องตรวจสอบในห้องปฏิบัติการของออสเตรีย เพื่อทดสอบผลการใช้สมุนไพร
2. ถ้าผ่านผลการตรวจสอบ ก็จะได้รับอนุญาตให้จำหน่ายได้

สมุนไพรที่เป็นอาหาร กฎหมายที่เกี่ยวข้องคือ Austrian Food Law โดยสินค้า ต้องผ่านการอนุญาตจากกระทรวงสาธารณสุขก่อน

ข้อมูลด้านภาษีนำเข้าและประเทศที่อออสเตรียนำเข้าแสดงตามตารางต่อไปนี้

ภาษีนำเข้า Austrian Import Duties on Herbs

| HS Code | Product | Importtax | Pref. Duty (Form A) |
|----------|-----------------------------------------|-----------|---------------------|
| 09021000 | Green Tea | 3,20% | |
| 09022000 | Green Tea | 0,00% | |
| 09030000 | Mate | 0,00% | |
| 09041100 | Pepper | 0,00% | |
| 09042090 | Pimenta | 5,00% | |
| 09050000 | Vanilla | 6,00% | 2,10% |
| 09061000 | Cinnamon | 0,00% | |
| 09070000 | Cloves | 8,00% | 2,80% |
| 0908 .. | Nutmeg, Mace, Cardamom | 0,00% | |
| 0909 .. | Fennel, Anis, Caraway, Coriander, Cumin | 0,00% | |
| 09101000 | Ginger | 0,00% | 2,50% |
| 09102000 | Saffron | 0,00% | |
| 09103000 | Kurkuma | 0,00% | |
| 09104019 | Thyme | 8,50% | 2,90% |
| 09104090 | Laurel | 7,00% | 2,40% |
| 12112000 | Ginseng-Roots | 0,00% | |
| 12119099 | Pyrethrum | 0,00% | |
| 12119075 | Sage | 0,00% | |
| 12119099 | Other Plants and Parts thereof | 0,00% | |

ประเทศที่อออสเตรียนำเข้าสมุนไพร

| Rank | Country | Value in Millions of US Dollars | | | Change to Prev. Period (%) | | % of Total | | |
|------|---------------------|---------------------------------|---------------|---------------|----------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | | 1998 | 1999 | 2000 | 99/98 | 00/99 | 1998 | 1999 | 2000 |
| 1 | Germany | 7,0427 | 4,4145 | 3,5952 | -37,32 | -18,56 | 62,30 | 63,73 | 61,20 |
| 2 | Hungary | 2,5201 | 0,4398 | 0,3614 | -82,55 | -17,83 | 22,29 | 6,35 | 6,15 |
| 3 | Netherlands | 0,1849 | 0,3117 | 0,3070 | 68,54 | -1,49 | 1,64 | 4,50 | 5,23 |
| 4 | Belgium | 0,0000 | 0,2762 | 0,2752 | 0,00 | -0,34 | 0,00 | 3,99 | 4,68 |
| 5 | Croatia | 0,1297 | 0,2095 | 0,2273 | 61,54 | 8,50 | 1,15 | 3,02 | 3,67 |
| 6 | Serbia & Montenegro | 0,1774 | 0,2379 | 0,1557 | 34,06 | -34,57 | 1,57 | 3,43 | 2,65 |
| 7 | Poland | 0,0851 | 0,1372 | 0,1104 | 61,29 | -19,53 | 0,75 | 1,96 | 1,88 |
| 8 | France | 0,2369 | 0,1549 | 0,1055 | -34,60 | -31,92 | 2,10 | 2,24 | 1,80 |
| 9 | Italy | 0,0709 | 0,0767 | 0,0901 | 8,15 | 17,43 | 0,63 | 1,11 | 1,53 |
| 10 | Czech Republic | 0,0787 | 0,0658 | 0,0731 | -16,38 | 11,05 | 0,70 | 0,95 | 1,24 |
| 11 | Bulgaria | 0,1182 | 0,0575 | 0,0638 | -51,36 | 10,95 | 1,05 | 0,83 | 1,09 |
| 12 | Egypt | 0,0293 | 0,0801 | 0,0528 | 173,55 | -34,11 | 0,26 | 1,16 | 0,90 |
| 13 | China | 0,0178 | 0,0331 | 0,0507 | 85,99 | 53,10 | 0,16 | 0,48 | 0,86 |
| 14 | Albania | 0,0754 | 0,0777 | 0,0431 | 3,06 | -44,58 | 0,67 | 1,12 | 0,73 |
| 19 | Thailand | 0,0078 | 0,0200 | 0,0285 | 155,66 | 42,11 | 0,07 | 0,29 | 0,48 |
| | Other | 10,9775 | 6,5930 | 5,5629 | -39,94 | -15,62 | 97,10 | 95,17 | 94,69 |
| | Total | 11,3048 | 6,9274 | 5,8749 | -38,72 | -15,19 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |

สมุนไพรไทยที่อออสเตรียนำเข้า

| HS | Description | Value and Quantity | | | Change in Value (%) | | % of Total | | |
|--------|----------------------------------|--------------------|------------------|------------------|---------------------|--------------|---------------|---------------|---------------|
| | | 1998 Mil. USD | 1999 Mil. USD | 2000 Mil. USD | 99/98 | 00/99 | 1998 | 1999 | 2000 |
| 090220 | GREEN TEA, NOT FERMT | 0,0000 | 0,0020 | 0,0000 | 0,00 | -100,00 | 0,00 | 7,36 | 0,00 |
| 090420 | CAPSICUM OR PIMENTA | 0,0012 | 0,0011 | 0,0009 | -5,95 | -16,91 | 10,23 | 3,96 | 2,75 |
| 090920 | CORIANDER | 0,0000 | 0,0000 | 0,0009 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 2,59 |
| 091099 | OTHER SPICES | 0,0023 | 0,0022 | 0,0026 | -5,32 | 19,99 | 20,46 | 7,98 | 8,00 |
| 091010 | GINGER | 0,0000 | 0,0011 | 0,0000 | 0,00 | -100,00 | 0,00 | 3,87 | 0,00 |
| 091091 | MIXTURES OF SPICES | 0,0000 | 0,0011 | 0,0000 | 0,00 | -100,00 | 0,00 | 3,87 | 0,00 |
| 121190 | OTHER, PLANTS AND PART OF PLANTS | 0,0078 | 0,0200 | 0,0285 | 155,66 | 42,11 | 69,30 | 72,96 | 86,66 |
| | Other | 0,0000 | 0,0000 | 0,0000 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| | Total | 0,0113 | 0,0275 | 0,0329 | 142,85 | 19,66 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |

โครงสร้างตลาด

ผู้ที่มีบทบาทในการค้าเครื่องเทศและสมุนไพรในสหภาพยุโรป ประกอบด้วย

1 นายหน้า/ตัวแทน (Agents/Brokers) เป็นบริษัทอิสระ คนกลางระหว่าง ผู้ซื้อและผู้ขาย แต่ไม่ซื้อหรือขาย ในนามของบริษัทตนเอง

2 ผู้นำเข้า (Traders/Importers) นำเข้าสินค้าในนามของตนเอง จำหน่ายให้แก่ผู้แปรรูปและผู้ใช้ ผู้นำเข้า บางรายทำความสะอาด แปรรูปและส่งออกไปยังประเทศอื่นในยุโรปและประเทศใกล้เคียงด้วย ผู้นำเข้ารายเล็กนำเข้า เครื่องเทศจากต่างประเทศโดยตรงหรือซื้อจากผู้นำเข้ารายใหญ่ภายใต้เงื่อนไขพิเศษหรือสินค้าที่ลูกค้ากำหนด โดยเฉพาะ

3 ผู้แปรรูป (Grinders/Processors) นำเครื่องเทศมาทำความสะอาด บด ผสมและบรรจุใหม่ โดยซื้อจากผู้นำเข้า ผู้แปรรูปจะเก็บสต็อกสินค้าเพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของผลผลิต แต่มีแนวโน้มจะเก็บ สต็อกลดลงเพื่อลดค่าใช้จ่าย แต่จะทำสัญญาระยะยาวให้ผู้นำเข้าส่งมอบสินค้าสม่ำเสมอตลอดทั้งปี

4 ผู้ใช้ (End users) คือ ผู้ค้าปลีกเครื่องเทศและสมุนไพร ได้แก่ ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านอาหาร ร้านค้า โรงแรม ธุรกิจจัดเลี้ยง

5 ส่วนเหลือจากการตลาด ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจำหน่ายเครื่องเทศและสมุนไพรในสหภาพยุโรปกำหนด ส่วนเหลือมราคาในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

- นายหน้า/ตัวแทน 2-5%
- ผู้นำเข้า/ผู้ค้าส่ง 10-12%
- ผู้แปรรูป 20-25% (รวมค่าบรรจุภัณฑ์และค่าการตลาด)
- ผู้ค้าปลีก 30-40% (ยังไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)

ภาษีนำเข้า

| HS code | รายการ | อัตราทั่วไป | อัตรา GSP |
|-------------|---------------------------------------|-------------|-----------|
| 090411 | เมล็ดพริกไทย (พันธุ์ Piper) | 0 | 0 |
| 090412 | พริกไทยบดหรือป่น | 4 | 0 |
| 09042010 | พริกแห้ง (Paprika) | 11-6 | *11.6 |
| 09042031/35 | พริกแห้งอื่นๆ (Capsicum หรือ Pimento) | 0 | 0 |
| 09042939 | พริกแห้งอื่นๆ | 5 | *5 |
| 09042090 | พริกบดหรือป่น | 5 | *4 |
| 0905 | วานิลลา | 10.6 | *10.6 |
| 0906 | อบเชย (Cinnamon) | 0 | 0 |
| 0907 | กานพลู (Cloves) | 10 | *10 |
| 09081010 | Nutmeg | 0 | 0 |
| 09081090 | Nutmeg อื่นๆ | 5 | 0 |
| 09082010 | ดอกจันทน์ (Mace) | 0 | 0 |
| 09082090 | ดอกจันทน์ป่น | 4 | 0 |

| | | | |
|----------|------------------------------|------|------|
| 09083000 | กระวาน (Cardamon) | 0 | 0 |
| 09091010 | ยี่หระ (Anise) | 0 | *7 |
| 09091090 | Badian seeds | 10 | 0 |
| 09092000 | เมล็ดผักชี (Coriander) | 0 | 0 |
| 090930 | Cumin seeds | 0 | 0 |
| 090940 | Caraway seeds | 0 | 0 |
| 090950 | Fennel or Juniper seeds | 0 | 0 |
| 091010 | ขิง | 0 | 0 |
| 091020 | หญ้าฝรั่น (Saffron) | 10 | *10 |
| 09103000 | Turmeric – curcuma | 0 | 0 |
| 09104011 | ใบไทม์ (Wild thyme) | 0 | 0 |
| 09104013 | ใบไทม์อื่นๆ | 7 | *7 |
| 09104019 | ใบไทม์บดหรือป่น | 8.5 | *8.5 |
| 09104090 | ใบเบย์ (Bay leaves) | 7 | *7 |
| 09105000 | กะหรี่ | 0 | 0 |
| 09109110 | เครื่องเทศผสมยังไม่บดหรือป่น | 12.5 | 0 |
| 09109190 | เครื่องเทศผสมบดหรือป่น | 12.5 | *3 |
| 09109910 | Fenugreek seeds | 0 | 0 |
| 09109991 | เครื่องเทศอื่นๆ ยังไม่บด | 12.5 | 0 |
| 09109999 | เครื่องเทศอื่นๆ บดหรือป่น | 12.5 | *3 |

หมายเหตุ : อัตราภาษีที่มีเครื่องหมาย * หมายถึงประเทศด้อยพัฒนาจะเสียภาษี 0%

โอกาสในการเข้าตลาด

1. พัฒนาเข้าสู่ระบบมาตรฐานสากล เช่น ตีฉลาก Ecolabels, ISO 14000, BS 7750 (มาตรฐานของสหราชอาณาจักร), GMP (Good Manufacturing Practice), GAP (Good Agricultural Practice), HACCP และอื่นๆ
2. ระวังไม่ให้มีสารพิษตกค้างในเครื่องเทศ เช่น ยาฆ่าแมลง ยาปราบวัชพืช
3. เครื่องเทศขายรังสีต้องติดเครื่องหมายขายรังสี
4. ขึ้นทะเบียนการตรวจสอบตามกฎหมาย Food and Drugs Act ในสหภาพยุโรป
5. รักษาคุณภาพสินค้า ส่งมอบสินค้าอย่างสม่ำเสมอตรงต่อเวลา ราคาสมเหตุสมผล

อังกฤษ

ชาวอังกฤษเรียนรู้จักพืชสมุนไพร โดยมีการเพาะปลูกในประเทศ และนำมาผลิตเป็นยารักษาโรค อาหารเสริม เครื่องดื่ม ตลอดจนเครื่องสำอางต่างๆมานานแล้ว นอกจากนี้ยังส่งเป็นสินค้าออกได้ปีละไม่น้อย แต่ตลาดสินค้า

สมุนไพรเริ่มขยายตัวกว้างขวาง และได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในรูปแบบของสินค้าเครื่องดื่มประเภทชา เครื่องปรุงอาหาร ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและเสริมความงาม มูลค่าตลาดสินค้าสมุนไพรปัจจุบันตกประมาณปีละ 100 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ผู้ผลิตรายใหญ่สุดที่มีชื่อเสียงความชำนาญมานานคือ Herbaria Co.,Ltd. ผลิตสินค้าสมุนไพรหลายชนิด ทั้งในรูปแบบของผลิตภัณฑ์เภสัชกรรม เครื่องดื่ม และเครื่องสำอาง ปัจจุบันเมื่อตลาดได้รับความนิยม ทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เข้ามาลงทุนผลิตสินค้าขายแข่งขันมากขึ้น ถึงขณะนี้ประมาณ 200 ราย แม้ส่วนใหญ่จะยังเป็นผู้ผลิตรายเล็ก แต่ก็เพิ่มความคึกคักให้แก่ตลาด และมีการแข่งขันสูงขึ้น

พืชสมุนไพรที่ชาวอังกฤษรู้จักคุ้นเคยมาแต่เดิม ชนิดผลิตภัณฑ์ที่ใช้รับประทาน เช่น ดอก chamomile , hibicus และรากพรพรรณไม้ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ออกจำหน่ายมีทั้งในรูปแบบตากหรืออบแห้ง และบดเป็นผง สำหรับชงน้ำเป็นเครื่องดื่ม (herb tea) รวมทั้งสกัดเป็นของเหลวหยดผสมน้ำดื่ม ชนิดแคปซูลบำรุงสุขภาพ ผลิตจากสมุนไพร เช่น กระเทียม เมล็ดผักทอง และเมล็ดดอกทานตะวัน ฯลฯ ในส่วนของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์ ประเภทครีมบำรุงผิว แป้ง และแชมพู สมุนไพรที่นิยมใช้เป็นส่วนผสม ได้แก่ ว่านหางจระเข้ และดอก chamomile ปัจจุบันมีการนำเอาสมุนไพรจากต่างประเทศมากขึ้น ที่เห็นแพร่หลายได้ชัด คือ ชา ทั้งชนิดชาดำและชาเขียว พืชสมุนไพรอื่นที่ออกจำหน่ายเพิ่มหลายชนิด ได้แก่ เครื่องปรุงที่ใช้เป็นส่วนผสมหรือประกอบอาหาร เช่น ขิง ผงขมิ้น พริกไทย ใบมินท์ และเครื่องเทศอื่นๆ

จากข้อมูลการสำรวจของสถาบันตลาดสินค้าเกษตร ซึ่งเป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรของอังกฤษ ปรากฏสถิติชาวอังกฤษใช้จ่ายเงินเพื่อการบริโภคสินค้าสมุนไพรเฉลี่ยคนละ 1,800-2,200 ฟอรินต์ต่อเดือน (ประมาณ 300-365 บาท) โดยกลุ่มผู้บริโภคฝ่ายหญิงจะใช้จ่ายมากกว่าชายร้อยละ 30 ในขณะที่ผู้ซื้อประมาณร้อยละ 94 ซื้อสินค้าสมุนไพรเพื่อการบริโภคเอง และอายุของผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ 41-60 ปีหรือมากกว่า โดยครึ่งหนึ่งเป็นผู้มีฐานะรายได้น้อย ประมาณเดือนละ 8,500-16,000 บาท ซึ่งนักวิเคราะห์ให้ความเห็นว่า อาจเป็นด้วยค่าบริการทางการแพทย์ในอังกฤษมีราคาแพง ประกอบกับในช่วง 1-2 ปีมานี้ ราคายารักษาโรคเกือบทุกชนิดถีบตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว จนทำให้ผู้บริโภคที่มีรายได้น้อย รวมทั้งผู้สูงอายุที่รับบำนาญ ต้องหาทางออกโดยหันมาพึ่งยาบำรุงหรือสินค้าสมุนไพรที่ยังมีราคาไม่แพง มาใช้รักษาโรคแทนยา ตามสรรพคุณที่เชื่อถือกันมา หรือตามผู้ผลิตประชาสัมพันธ์ส่งเสริมจำหน่าย

เหตุผลอีกประการหนึ่งที่เชื่อว่าเป็นปัจจัยสำคัญช่วยให้สินค้าสมุนไพรได้รับความนิยมมากขึ้น อาจเนื่องจากวัฒนธรรมการบริโภคของชาวอังกฤษ ที่ชอบเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะไวน์และเบียร์ ซึ่งผลิตได้เองและมีราคาถูก อีกทั้งนิยมบริโภคอาหารที่มีไขมันสูง และสูบบุหรี่จัดทั้งหญิงและชาย จึงมีสถิติของการเป็นโรคหัวใจ ไขมันในเส้นเลือด เบาหวาน และตับแข็งสูงมาก เมื่อผู้บริโภคเริ่มเอาใจใส่ในเรื่องของสุขภาพ และมีความเชื่อถือในสรรพคุณของสมุนไพรมากขึ้น ว่าสามารถรักษาหรือป้องกันโรคร้ายบางชนิด ทั้งยังเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่ไม่มีผลร้ายข้างเคียง ยิ่งทำให้การบริโภคและใช้สมุนไพรต่างยารักษาโรครามีแนวโน้มเพิ่มและการเติบโตของตลาดขยายตัวเร็ว ถึงขั้นก่อความวิตกกังวลให้แก่บริษัทผู้ผลิตยารายใหญ่ๆ ที่ครองตลาดอังกฤษได้ทีเดียว

สู่ทางตลาดของไทยมีความเป็นไปได้สูง เนื่องจากชาวอังกฤษเริ่มตื่นตัวและหันมาสนใจการบำรุงรักษาสุขภาพด้วยสมุนไพรมากขึ้น ทำให้ความต้องการบริโภคสินค้าที่มีส่วนผสมของสมุนไพรขยายตัวสูง และมีแนวโน้มอนาคตที่คาดว่าจะสามารถเติบโตได้อีกมาก จึงเป็นโอกาสเหมาะหากจะเข้าเจาะขยายตลาด เพราะไทยเองมีศักยภาพในการผลิตสินค้าสมุนไพรได้หลายชนิด ที่สามารถเสนอขายได้ทั้งในรูปแบบของวัตถุดิบหรือสารสกัดเพื่อนำไปปรุงแต่งต่อ รวมทั้งสินค้าอาหาร โดยเฉพาะประเภทสินค้าเครื่องดื่มสำเร็จรูป ซึ่งรับประทานง่าย และวิธีการปรุงไม่

ยุ่งยาก อีกทั้งยังไม่มีคู่แข่งสำคัญในตลาด ชนิดที่มีลู่วางและน่าจะได้รับความสนใจจากผู้บริโภคในอังกฤษ เช่น ชาเขียวใบหม่อน ขิงผง มะตูมผง และเก็กฮวยผง เป็นต้น ซึ่งขงเป็นเครื่องดื่มร้อน เหมาะแก่ประเทศที่อยู่ในภูมิอากาศหนาวเช่นอังกฤษ อย่างไรก็ตาม สินค้าสมุนไพรยังใหม่ต่อตลาด และบางชนิดผู้บริโภคอาจไม่รู้จัก ผู้ส่งออกไทยควรเสนอขายและหาตัวแทนจำหน่าย เพื่อร่วมมือประชาสัมพันธ์ส่งเสริม แนะนำคุณประโยชน์และความสำคัญในสรรพคุณของการบำรุงรักษาสุขภาพ ที่สำคัญหากขายในราคาไม่แพง สินค้ามีการบรรจุหีบห่อสวยงาม ง่ายและสะดวกในการปรุงรับประทานแล้ว น่าจะสามารถดึงดูดความสนใจและเข้าตลาดได้ไม่ยาก ผู้ส่งออกไทยที่สนใจ อาจพิจารณาติดต่อเสนอขายแก่ผู้นำเข้าอังกฤษ ตามรายชื่อที่แนบ

กฎระเบียบนำเข้าและภาษี

1. อังกฤษเปิดตลาดนำเข้าเสรี สินค้าสมุนไพรที่เกี่ยวข้องกับกฎระเบียบ ตลอดจนอัตราภาษีนำเข้าของอังกฤษ อาจแยกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1.1 สินค้าสมุนไพรที่ขึ้นทะเบียนเป็นยารักษาโรค (Medicines) วางจำหน่ายได้เฉพาะที่โดยมีเภสัชกรควบคุม และซื้อได้ตามใบสั่งแพทย์

1.2 สินค้าสมุนไพรที่ไม่ใช่ยารักษาโรค (Healthcare products และ Non-healthcare products) วางจำหน่ายตาม drug store หรือร้านทั่วไป หาซื้อได้โดยไม่ต้องใช้ใบสั่งแพทย์ ซึ่งอาจจัดอยู่ในหมวดสินค้า อาหารเสริมสุขภาพ เครื่องดื่ม และเครื่องสำอาง เป็นต้น

2. การตรวจสอบมาตรฐาน

2.1 สินค้าสมุนไพรที่เป็นยารักษาโรค มีกฎระเบียบควบคุมค่อนข้างเคร่งครัดภายใต้กฎหมาย 25th Act of 1998 on medicine for human use สินค้านำเข้าจะต้องผ่านการตรวจสอบและได้รับอนุญาตจาก National Institute of Pharmacy (OGYI) ซึ่งเป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ขั้นตอนการตรวจสอบและออกใบอนุญาตใช้ระยะเวลาประมาณ 6 เดือน

2.2 สินค้าสมุนไพรประเภท healthcare และ non-healthcare products การตรวจสอบจะใช้เวลาน้อยกว่า โดยหน่วยงาน OETI (National Institute of Food Hygiene and Nutrition) ซึ่งทำหน้าที่ตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพสินค้าอาหารและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขอนามัย ขั้นตอนการตรวจสอบ ผู้นำเข้าจะต้องส่งตัวอย่างสินค้าอย่างน้อย 6 ตัวอย่าง พร้อมเอกสารรับรองคำแปลสลากและ specification ของสินค้าเป็นภาษาอังกฤษเรียนระยะเวลาในการตรวจสอบและออกเอกสารรับรองประมาณ 30 วัน นับแต่วันที่ยื่นขออนุญาต ค่าธรรมเนียมการใช้จ่ายประมาณ 60,000-100,000 ฟอรินท์ (10,000-14,000 บาท) โดยเอกสารรับรองดังกล่าวจะมีอายุใช้ได้ 3 ปี รายละเอียดฉบับแปลสลากสินค้าที่เป็น non-healthcare products จะต้องไม่มีคำอธิบายหรือข้อแนะนำใดๆที่แสดงสรรพคุณสินค้าในทางบำบัดรักษาโรคเป็นอันขาด

ผู้นำเข้าสินค้าที่มีส่วนผสมของสมุนไพร ซึ่งผู้ผลิตไม่เคยจดทะเบียนเป็นยารักษาโรคในประเทศใดมาก่อน มักเสนอสินค้าเข้ารับการตรวจสอบจากหน่วยงาน OETI เพื่อหลีกเลี่ยงการควบคุมตามกฎหมายของสินค้านำเข้า และยื่นระยะเวลาการตรวจสอบ แต่หาก OETI ตรวจสอบแล้วพบว่าควรจัดสินค้าอยู่ในหมวดยารักษาโรค หรือ healthcare product ที่มีส่วนผสมเป็นยารักษาโรค ก็จะต้องส่งสินค้านั้นเข้ารับการตรวจสอบจาก OGYI อีกครั้งหนึ่ง

2.3 การปิดป้ายสลาก อีกหน่วยงานหนึ่งซึ่งทำหน้าที่ตรวจสอบมาตรฐานของสินค้าทั่วไปตลอดจนการบรรจุหีบห่อ คือ KERMI (Testing and Quality Control Ltd.) สินค้าสมุนไพรนำเข้าและวางจำหน่ายในอังกฤษ จะต้องติดป้ายสลากเป็นภาษาอังกฤษเรียน ระบุรายละเอียดสำคัญ เช่น น้ำหนัก ส่วนผสมของสินค้า วันที่

หมดอายุ แหล่งผลิต ชื่อและที่อยู่ของผู้นำเข้า/จัดจำหน่าย รวมทั้งหมายเลขใบรับรองจากหน่วยงาน OETI หรือ OGYI และ KERMI

2.4 ภาชนะนำเข้า อังการกำหนดระดับอัตราภาชนะนำเข้าสินค้าสมุนไพรและผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในอัตราทั่วไป MFN และสำหรับสินค้าไทยได้รับสิทธิเสียภาษีในอัตราพิเศษ GSP ซึ่งต่ำกว่าในเกือบทุกรายการสินค้านี้

| HS code | GSP (%) | MFN (%) |
|------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|
| 12.11 พรรณไม้และส่วนของพรรณไม้ ใช้ประโยชน์ในการทำเครื่องหอม หรือทางเภสัชกรรม | 0 | 0-4.3 |
| 09.02 ชา | 0-10 | 34 |
| 0904-0910 เครื่องเทศ | 0-10 | 8.5-40 |
| 30.04 ยารักษาหรือป้องกันโรค | 0 | 0 |
| 3301-3307 เครื่องสำอาง | 0-15 | 4.5-15 |
| ยกเว้น 3302 ของผสมของสารที่มีกลิ่นหอม | 4.5-68 | 4.5-68 |

เดนมาร์ก

สินค้าสมุนไพร หมายถึง สินค้าที่อยู่ในหมวด HS 09 กาแฟ ชา เครื่องเทศ สมุนไพร โดยเฉพาะอย่างยิ่งนับตั้งแต่ HS 09.02-HS 09.10 ได้แก่ ชา พริกในตระกูลเปปเปอร์ ออบเชย กานพลู ลูกจันทน์ ดอกจันทน์ เมล็ดยี่ห่วย เมล็ดผักชี เมล็ดผักชีต่างๆ ขิง ขมิ้น หอมแขก และเครื่องเทศอื่นๆ เป็นต้น (HS 09.01 ได้แก่กาแฟซึ่งไม่นับรวมเป็นสมุนไพร)

เดนมาร์กมีสมุนไพรพื้นเมืองของตนเองที่สำคัญคือ Bacillikum เป็นพืชตระกูลกระเพรา เช่น แมงลัก กระเพรา Brondkarse ผักน้ำ Citronmelisse ผักใบมะนาวหวาน Dild ต้นคิลด์ผักชีฝรั่งใช้ได้ทั้งใบและเมล็ด Estrogon สมุนไพรใบเรียวยาว และผักอื่นๆอีกหลายชนิด เช่น Havesyure Kiriander Persille Lovstikky Oregano Purlog Salvie Timian สมุนไพรในเดนมาร์กจะปลูกในเรือนเพาะชำและส่งจำหน่ายทั้งต้นสดในกระถางเล็กๆ ชนิดแห้ง ชนิดน้ำ (น้ำมันสกัด) ให้แก่โรงงานผลิตที่ต้องใช้สมุนไพรต่อไป

สมุนไพรที่ใช้ในเดนมาร์กมีทั้งพืชผักที่รับประทานสด ชนิดแห้งสำหรับปรุงอาหาร สารสกัดน้ำจะต้องนำไปปรุงแต่งกับสินค้าอื่นๆ สมุนไพรในรูปของวิตามิน อาหารเสริม ยาบำรุง ตลอดจนของใช้ในชีวิตประจำวันเช่น สมุนไพร ยาสมุนไพร ครีมนวดผม ครีมบำรุงต่างๆ เป็นต้น

สินค้าสมุนไพรในเดนมาร์กจำแนกได้เป็น พืชผัก ผลไม้สด, พืชผัก ผลไม้แห้ง, น้ำมันสกัดจัดว่าเป็นอาหาร ถือตามระเบียบเกี่ยวกับ Plant and Food Regulation โดยกระทรวงเกษตรรับผิดชอบ ถ้าเป็นยาหรือวิตามิน จะต้องปฏิบัติตามระเบียบเกี่ยวกับยา Herbal Medicine จะต้องปฏิบัติตามระเบียบว่าด้วยเรื่องยา โดยกระทรวงสาธารณสุขรับผิดชอบ ถ้าเป็นสิ่งของที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น สมุนไพร ครีม ยาสมุนไพร ยาบำรุงต่างๆ จะต้องปฏิบัติตามระเบียบเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้จะมีระเบียบกำกับไว้เช่น Cosmetic Products ระเบียบกระทรวงสิ่งแวดล้อมที่

1171 วันที่ 10 ตุลาคม 1999 เพื่อป้องกันการนำเข้าสารเคมีในของใช้ให้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด กรณีของใช้ประจำวันหากผสมสมุนไพรเป็นหลักว่าต้องพิสูจน์ให้ได้ว่าจะไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพผู้ใช้และสิ่งแวดล้อมเป็นต้น ระเบียบเกี่ยวกับการนำเข้าสินค้าสมุนไพร

สมุนไพรในหมวด HS 09 ถือเป็นพืชผัก Plants and Plant products ในกรณีที่ส่งออกมาเป็นสิ่งมีชีวิต Living plant, Cuttings, Cutflowers, Fresh fruit จะต้องปฏิบัติตามระเบียบ EU ที่จะต้องมี Health certificate ประเภทการนำเข้า

ถ้าในกรณีที่เป็นการนำเข้า แช่แข็ง ต้ม สกัด ประคบ Processed ซึ่งสินค้าที่เป็น Plants and Plant products ไม่จำเป็นต้องมีเอกสาร Health certificate ประกอบการนำเข้าและไม่ต้องขออนุญาตในการนำเข้าแต่อย่างใด

ข้อสังเกตการนำเข้าสินค้าพืชผักของไทยในเดนมาร์ก

The Danish Plant Directorate, Ministry of Agriculture แจ้งว่าในปี 2000 ที่ผ่านมา จากการสุ่มตรวจตัวอย่างการนำเข้าสินค้าประเภทผัก ผลไม้ของไทย ตรวจพบว่าสินค้าไทย 46 รายการมี Lirimyza sp และจากสาเหตุอื่น ๆ อีก 30 รายการ รวมทั้งสิ้น 76 รายการหรือครึ่ง ซึ่งสูงกว่าประเทศที่สามอื่น ๆ นอก EU รายละเอียดในเอกสารแนบ

เจ้าหน้าที่หน่วยงานดังกล่าว จึงขอให้ไทยเพิ่มความระมัดระวังหากจะส่งออกสินค้าประเภทผัก ผลไม้ มายังเดนมาร์กในครั้งต่อไป ซึ่งขณะนี้ยังคงใช้ระเบียบ EU เดิมเช่นเดียวกับประเทศอื่น แต่เดนมาร์กค่อนข้างจะเข้มงวดมากกว่า

อย่างไรก็ตาม EU ได้พิจารณาจะเพิ่มรายชื่อชนิด/ประเภทผัก ผลไม้ ดอกไม้ ที่จะต้องใช้เอกสาร Health Certificate กำกับมากขึ้นสินค้า ในบางรายการ คาดว่าในช่วงฤดูใบไม้ร่วงสามารถทราบได้ ซึ่งจะต้องติดตามรายละเอียดต่อไปว่าจะกระทบกับสินค้าสมุนไพรด้วยหรือไม่

สินค้าในหมวดนี้มีความหลากหลาย จึงมีผู้นำเข้ามาจำหน่ายทั้งค้าปลีกและค้าส่ง ดังนี้

1. ร้านค้าของชำคนไทย คนเอเชีย จะพบโดยทั่วไปว่ามีสมุนไพรจำหน่าย ขายปลีกทั่วไป
2. ร้านขายสินค้าประเภทผัก ผลไม้ จะจำหน่ายสินค้าสมุนไพรทั้งในรูปแบบผักสด เมล็ดสมุนไพรต่างๆ ในซอง กล่อง ขวด ค้าปลีกทั่วไป พบส่วนใหญ่เป็นร้านค้าพวกตะวันออกกลาง
3. ซูเปอร์มาร์เก็ตเครือข่ายทั่วประเทศ จะมีผู้แทนผู้นำเข้าจัดหาให้ ในซูเปอร์มาร์เก็ตจึงมีความหลากหลาย ทั้งนี้เนื่องจากเดนมาร์กได้นำเข้าสินค้าในหมวด HS 09 จากประเทศต่างๆ ทั่วโลกเกือบ 100 ประเทศ
4. โรงงานประกอบ ผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้สมุนไพรต่างๆ เป็นส่วนผสมในการประกอบอาหาร ขนมคุกกี้น้ำตาล cinnamon ginger ขนมปังนิยมนำมาใช้ เมล็ดทานตะวัน เมล็ดผักต่างๆ ผสมหรือประดับ เป็นต้น
5. โรงงานผลิตสินค้าต่างๆ ที่ใช้สมุนไพรเป็นส่วนประกอบ เช่น Herbal medicine, Herbal Cosmetic Products, Consumer Products ต่างๆ ที่ต้องการนำเข้าวัตถุดิบ เป็นต้น

โปแลนด์

โปแลนด์เป็นประเทศเกษตรกรรมและมีป่าที่ค่อนข้างสมบูรณ์ ประชากรรู้จักการใช้พืชสมุนไพรอย่างแพร่หลาย มีการทำสวนสมุนไพร ซึ่งพื้นที่เพาะปลูกสมุนไพรได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จากประมาณ 450 เฮกตาร์เมื่อ 60 ปีก่อนเป็นประมาณ 35,000 เฮกตาร์ ในปัจจุบัน ซึ่งประกอบด้วยสมุนไพรประมาณ 60 ชนิด ที่ให้ผลผลิตปีละประมาณ 17,000 ตัน ผลผลิตเหล่านี้จะถูกส่งเข้าโรงงานยา เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์สมุนไพรอื่นๆ

ผู้ผลิตสินค้าสมุนไพรรายใหญ่ได้แก่ Herbapol ซึ่งเดิมเป็นรัฐวิสาหกิจ ปัจจุบันได้แปรรูปเป็นธุรกิจแล้ว แต่ Herbapol ในเมืองต่างๆ ก็ยังมีความสัมพันธ์ทางการผลิตและการค้าเข้าร่วมกันอยู่ Herbapol ใช้สมุนไพรในโปแลนด์เป็นหลักในการผลิตและมีการส่งออกด้วยเป็นจำนวนมาก

ข้อมูลของสำนักสถิติโปแลนด์ระบุว่า ผลผลิตสมุนไพรในโปแลนด์มีมูลค่าประมาณ 100 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่ง 78 ล้านดอลลาร์สหรัฐเป็นเภสัชภัณฑ์ 4 ล้านดอลลาร์สหรัฐเป็นสารสกัดจากพืชสมุนไพร 3 ล้านดอลลาร์สหรัฐเป็นใบพืชสมุนไพร และ 3 ล้านดอลลาร์สหรัฐเป็นอาหารจากพืชสมุนไพร

1. พืชสมุนไพร

อุตสาหกรรมสมุนไพรในโปแลนด์ใช้วัตถุดิบพืชสมุนไพรประมาณปีละ 26,000 ตัน โดยร้อยละ 85 หรือ 22,000 ตันมาจากพืชสมุนไพรในโปแลนด์ และอีกเพียงร้อยละ 15 มาจากการนำเข้า ซึ่งสำหรับพืชสมุนไพรในโปแลนด์ที่ใช้ในการผลิต อาจกล่าวได้ว่า ร้อยละ 75 มาจากสวนสมุนไพรอีกร้อยละ 25 มาจากแหล่งธรรมชาติ

2. ยาสมุนไพร

ชาวโปแลนด์รู้จักคุณค่าของสมุนไพรและการใช้สมุนไพรในการบำรุงสุขภาพและรักษาโรค จากการสำรวจการสั่งใช้ยาของแพทย์ในโปแลนด์ แก่คนไข้นอกโรงพยาบาลพบว่าแพทย์สั่งยาให้ชาวโปแลนด์รักษาโรคด้วยสมุนไพรคิดเป็นประมาณร้อยละ 30 ของยาที่แพทย์สั่งทั้งหมดซึ่งไม่นับรวมการซื้อหายาเองของชาวโปแลนด์ ซึ่งชาวโปแลนด์สามารถหาซื้อยาสมุนไพรเองได้ตามร้านขายยาที่ได้รับใบอนุญาตจากกระทรวงสาธารณสุข

3. เครื่องสำอางสมุนไพร

การใช้เครื่องสำอางสมุนไพรมีน้อยกว่ายาสมุนไพรน้อยมาก มีการใช้สมุนไพรในการผลิตเครื่องสำอาง แต่เครื่องสำอางที่ผลิตก็มีสัดส่วนของสมุนไพรน้อยมาก

นอกจากนี้ มีการนำเข้าเครื่องสำอางสมุนไพรด้วย แต่ก็มีปริมาณน้อย สินค้าเครื่องสำอางสมุนไพรสามารถหาซื้อได้ตามร้านขายยาและร้านเครื่องสำอางทั่วไป

4. อาหารสมุนไพร

อาหารสมุนไพรส่วนใหญ่ในโปแลนด์เป็นยาสมุนไพร ซึ่งผลิตในโปแลนด์และมีวางขายทั่วไป

ระเบียบเกี่ยวกับการนำเข้าสินค้า การนำเข้าพืชสมุนไพรต้องมีหนังสือรับรองสุขลักษณะพืช (Phytosanitary Certificate) ออกโดยหน่วยงานที่รับผิดชอบการตรวจสอบของประเทศผู้ผลิต ซึ่งเมื่อสินค้าไปถึงโปแลนด์จะต้องมีการตรวจอีกครั้งโดยหน่วยงานของกระทรวงเกษตรโปแลนด์ เพื่อป้องกันไม่ให้มีสัตว์ พืช เชื้อรา แบคทีเรีย ไวรัส และจุลินทรีย์เข้าไปกับพืชนำเข้า และทำอันตรายต่อพืชพันธุ์ในโปแลนด์ ตามกฎหมายป้องกันพันธุ์พืช เมื่อวันที่ 12 กรกฎาคม

2538

หน่วยงานที่รับผิดชอบของโปแลนด์คือ

Ministry of Agriculture

Główny Inspektorat Ochrony Roslin

UI Wspólna 30, 00-930 Warszawa

Tel.: (4822) 6232754 Fax: (4822) 6232714

www.pior.gov.th (มีข้อมูลภาษาอังกฤษ)

เภสัชภัณฑ์รวมทั้งยาสมุนไพรต้องมีใบอนุญาตขึ้นทะเบียนจาก Institute for Drug Research and Control ก่อนนำเข้าโปแลนด์ได้ อาหารที่อ้างสรรพคุณในการรักษาโรคก็ต้องมีใบอนุญาตด้วย ในการขอรับใบอนุญาต ผู้นำเข้าจะต้องยื่นเอกสารอย่างน้อยดังต่อไปนี้

1. หนังสือขออนุญาต
2. สำเนาหลักฐานการเงิน 440 ซวอตตี เพื่อขึ้นทะเบียนยา
 - รายงานผลการตรวจสอบต่างๆ (physio-chemical, biological, microbiological, toxicological, pharmaceutical tests)
 - รายงานผลการทดลองใช้
 - ส่วนประกอบ
 - ตัวอย่างฉลากที่จะใช้ในโปแลนด์
 - ตัวอย่างข้อมูลยาที่จะให้แก่ผู้ซื้อในโปแลนด์ ซึ่งรับรองโดยผู้ผลิต
 - ตัวอย่างฉลากที่อนุญาตให้ใช้ในประเทศผู้ผลิต (ภาษาอังกฤษ)
 - ตัวอย่างข้อมูลยาที่จะให้แก่ผู้ซื้อในประเทศผู้ผลิต (ภาษาอังกฤษ)
 - หนังสือรับรองจากผู้ผลิตว่าชื่อการค้าของยาเป็นของผู้ผลิต
 - หนังสือรับรองตัวอย่างยาเพื่อการตรวจสอบคุณภาพ
 - หนังสือแสดงว่าผู้ผลิตเป็นผู้ได้รับอนุญาตในประเทศผู้ผลิตให้ประกอบการผลิตเภสัชภัณฑ์ได้
 - หนังสือแจ้งต้นทุนในการนำเข้าโดยประมาณ (CIF หรือ C&F)
 - อื่นๆ

ค่าใช้จ่ายในการขออนุญาตมีประมาณสินค้าละ 10,000 ซวอตตี (ประมาณ 100,000 บาท)

Institute for Drug Research and Control จะใช้เวลาในการตรวจสอบประมาณ 210 วัน และส่งผลตรวจสอบให้แก่กระทรวงสาธารณสุขเพื่อออกใบอนุญาต ซึ่งจะมีอายุ 5 ปี ต่ออายุได้ โดยกระบวนการต่ออายุสั้นกว่ามาก

ที่อยู่ของ Institute for Drug Research and Control มีดังนี้

Institute for Drug Research and Control

Bureau of Drug and Medical Material Registration

Ul. Chelmska 30/34, 00-725 Warszawa

Tel.: (4822) 8412940, 8514369 Fax: (4822) 8410652

www.il.waw.pl

เครื่องสมุนไพรทุกชนิดรวมทั้งเครื่องสำอางสมุนไพรต้องได้รับอนุญาตจาก National Institute of Hygiene (PHZ) เพื่อนำเข้าโปแลนด์ ผู้นำเข้าต้องขออนุญาตโดยยื่นเอกสารต่อไปนี้

- หนังสือขออนุญาต

- รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า
- หนังสือรับรองว่าสินค้าได้รับอนุญาตให้ใช้ในประเทศผู้ผลิต
- ตัวอย่างสินค้า

ค่าใช้จ่ายในการขออนุญาตประมาณสินค้าละ 535 ชาวอตตี PZH สามารถออกใบอนุญาตให้ได้ภายใน 4 สัปดาห์ ใบอนุญาตสามารถใช้ได้ตลอดไป

ที่อยู่ของ PZH มีดังนี้

National Institute of Hygiene (PHZ)

Ul. Chocimska 24, 00-791 Warszawa

Tel.: (4822) 5421400 Fax: (4822) 8497484

www.pzh.waw.pl

อาหารนำเข้ารวมทั้งอาหารสมุนไพรต้องผ่านการตรวจรับรองจากหน่วยงานสาธารณสุขประจำแต่ละเขต (Voivod Sanitary-Epidemiological Station : SANEPID) ของกระทรวงสาธารณสุข

ก่อนการนำเข้า ในกรณีที่สินค้าใหม่ ผู้นำเข้าอาจส่งตัวอย่างสินค้าพร้อมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าให้ SANEPID ตรวจสอบและให้ความเห็น เพื่อผู้นำเข้าประกอบการพิจารณา ก่อนการนำเข้าได้

ในการนำเข้า ผู้นำเข้าต้องแจ้งจุดนำเข้าประเทศโปแลนด์ กำหนดเวลาเข้าประเทศ รวมทั้งสถานที่ที่สินค้าจะไปเก็บรักษาไว้ให้ SANEPID ทราบ ในกรณีที่สินค้าต้องเสียอากรขาเข้าและเคยมีการนำเข้ามาก่อนหน้านั้นแล้ว SANEPID อาจตรวจที่โรงเก็บสินค้าที่ผู้นำเข้าแจ้ง ซึ่งผู้นำเข้าจะต้องแจ้งให้ SANEPID ไปตรวจสินค้า พร้อมทั้งยื่นเอกสารต่อไปนี้ต่อ SANEPID

- รายงานเกี่ยวกับ physio-chemical characteristic ของสินค้า
 - หนังสือของผู้ผลิตเกี่ยวกับส่วนประกอบทั้งหมดของสินค้า รวมทั้งปริมาณโลหะ จุลินทรีย์ สารปนเปื้อน และอื่นๆ
 - หนังสือรับรองของหน่วยงานราชการที่รับผิดชอบในประเทศผู้ผลิตว่า สินค้าได้รับให้ใช้บริโภคได้
- ระยะเวลาในการตรวจสอบโดยทั่วไปไม่ควรเกิน 2 สัปดาห์ แต่หากมีการตรวจสอบในรายละเอียดให้ครอบคลุมกว้างขวางขึ้น ก็อาจใช้เวลามากขึ้นได้

ที่อยู่ของสำนักงานของ SANEPID ในกรุงวอร์ซอ มีดังนี้

Voivod Sanitary-Epidemiological Station (SANEPID)

Ul. Zelazna 79, Warszawa

Tel.: (4822) 6209001 Fax: (4822) 6248209

ทวีปอเมริกา

ประเทศสหรัฐอเมริกา

ก. ลักษณะตลาดสมุนไพร^{6,745}

คำว่า “สมุนไพร – Herb” เป็นคำเรียกรวมๆ การศึกษาภาวะเปรียบเทียบการนำเข้าและสภาวะตลาดที่เจาะจงลงไปจำเป็นต้องทราบชนิดและลักษณะของสมุนไพร ชนิดของสารสกัดที่ได้มาจากสมุนไพร และประเภทของสินค้าสมุนไพรหรือสินค้าที่ผลิตมาจากสมุนไพร

สหรัฐฯถือว่า “สมุนไพร” ไม่ใช่สิ่งที่ปลอดภัยอันตรายโดยสิ้นเชิง แต่ถือว่าสมุนไพรจำนวนมากเป็นพืชที่มีพิษอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ และต่อการบริโภค จึงกำหนดให้สินค้าสมุนไพรทุกชนิดจะต้องมีการระบุชื่อ “common name” บนฉลาก โดยถือตามแนวทางของชื่อทางวิทยาศาสตร์ เช่น ถ้าบนฉลากระบุว่าเป็น “sage” สมุนไพรนั้นจะต้องเป็นสมุนไพรในกลุ่มชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า *Salvia Officinalis L.* อาจกล่าวได้ว่าหัวใจสำคัญสูงสุดประการหนึ่งที่จะส่งผลกระทบต่อการวางตลาดสินค้าประเภทสมุนไพรต่างๆ ในสหรัฐฯ จะอยู่ที่การติดฉลาก และการอธิบายสรรพคุณต่างๆบนฉลาก ก่อนปี 2538 สหรัฐฯ ถือว่า “สมุนไพร” ทุกชนิดคืออาหารประเภทหนึ่ง ดังนั้นกฎระเบียบต่างๆของ United State Food and Drug Administration (USFDA) ที่เกี่ยวข้องกับสินค้า “สมุนไพร” ทุกชนิดจะเป็นกฎระเบียบเดียวกับสินค้าอาหารโดยทั่วไป และสินค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพรต่างๆ จะไม่ได้รับอนุญาตให้ระบุสรรพคุณต่างๆ ที่มีต่อสุขภาพหรือต่อการรักษาโรคลงไปบนฉลากสินค้า แต่เมื่อกฎหมาย Dietary Supplement and Health Education Act (DSHEA) มีผลบังคับใช้เมื่อปลายปี 2537 กฎหมายดังกล่าวได้อนุญาตให้มีการระบุสรรพคุณของสมุนไพรที่มีต่อสุขภาพของผู้บริโภคได้ แต่ทั้งนี้ต้องอยู่ภายใต้ขอบเขตของกฎหมายที่กำหนดไว้

ข. “สินค้าสมุนไพร” ที่วางจำหน่ายในตลาดสหรัฐฯ

สมุนไพรที่เป็นส่วนของพืช ที่อยู่ในรูป ผักสด สำหรับใช้ในการประกอบอาหาร เช่น Basil, Thyme, Oregano, Ginger เป็นต้น สมุนไพร ที่เป็นส่วนของพืชที่ผ่านขบวนการแล้ว อยู่ในรูปของสินค้าตากแห้ง ทำเป็นผงหรือทำเป็นน้ำ สำหรับใช้ในการประกอบอาหาร สินค้าอาหารเสริม อาหารเพื่อสุขภาพ หรือเพื่อควบคุมน้ำหนักต่างๆ ที่เรียกว่าเป็น Dietary Supplements หรือ Health Foods หรือ Health Drinks ต่างๆ สินค้ายาที่ทำจากสมุนไพร (herbal medicines, alternative medicines) เครื่องสำอางที่ทำจากสมุนไพร (herbal cosmetic)

สมุนไพรที่ได้รับความนิยมสูงสุดในสหรัฐฯ 5 อันดับแรกในปี พ.ศ.2543 คือ ginkgo biloba, echinacea, garlic, ginseng และ St.John's wort โดย ginkgo biloba มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 16.7 ginseng มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 10.5 garlic มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 10.4 และ echinacea มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 9.9 จากการสำรวจของ National Nutritional Foods Association ในปี 2543 พบว่า ในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรมีการเติบโตอย่างรวดเร็วที่สุดคือ ประมาณร้อยละ 18.2 ต่อปี ประมาณร้อยละ 30 ของผู้บริโภคสหรัฐฯ ทำการบริโภคอาหารเสริมที่ทำจากสมุนไพรชนิดใดชนิดหนึ่ง ในจำนวนนี้ร้อยละ 10 จะบริโภค garlic มากที่สุด

ค. สภาวะตลาดการค้าและการบริโภคสินค้าที่ผลิตจากสมุนไพร

สินค้าสมุนไพรหรือสินค้าที่ทำจากสมุนไพรจัดอยู่ในกลุ่มของผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ (natural product) ซึ่งในระยะ 2 - 3 ปีที่ผ่านมา (ปี พ.ศ. 2540 -2542) อุตสาหกรรม natural products ในสหรัฐฯ ได้มีการเติบโตจากที่

⁴ สำนักพัฒนาตลาดต่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก, ข้อมูลตลาดสหรัฐอเมริกา, in <http://www.dephtai.go.th> ข้อมูลพื้นฐานรายประเทศ. 28 พฤษภาคม 2546.

⁵ สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงวอชิงตัน, นโยบายและกฎหมายการค้าของสหรัฐฯ. 2537, กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์.

เคยเป็น niche market กลายเป็นส่วนหนึ่งของ mainstream market โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังจากที่ได้มีการออกกฎหมาย DHSEA ผู้ผลิตสินค้ารายใหญ่ๆหลายรายเริ่มให้ความสนใจผลิตสินค้าในแนว natural product เพื่อป้อนเข้าสู่ตลาด เนื่องจากเชื่อว่าสินค้าที่ผลิตจากสมุนไพรโดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเภท “Supplements” จะมีอนาคตที่ดี ขณะเดียวกันตลาดประเภท mainstream markets ก็เริ่มหันมาวางจำหน่ายสินค้าที่เป็น natural product เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จากรายงานของ Food and Drug Administration (FDA) ระบุว่าในตลาดสหรัฐอเมริกามีสินค้าประเภท dietary supplement วางขายอยู่ประมาณ 29,000 ชนิด และมีสินค้าใหม่ๆเข้าสู่ตลาดปีละประมาณ 1,000 ชนิด มีรายงานว่าในปี 2543 ยอดขายสินค้าประเภท Supplements มีมูลค่าประมาณ 16.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ร้อยละ 36 เป็นยอดขายวิตามิน ร้อยละ 25 เป็นยอดขายสมุนไพรและผลิตภัณฑ์จากพืชอื่นๆ อาหารเสริมร้อยละ 12 อาหารเสริมด้านกรีกพีอาร์ร้อยละ 9 และแร่ธาตุร้อยละ 8 อื่นๆร้อยละ 10 มีรายงานว่าในระหว่างปี พ.ศ. 2542 - 2543 ยอดขายสินค้า herbal supplement มีอัตราการเติบโตต่อปี (compound annual) ร้อยละ 8.2 พยากรณ์ว่าภายในปี พ.ศ. 2548 ตลาดขายปลีกสินค้า herbal supplements ของสหรัฐจะมีมูลค่าประมาณ 2.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือมีอัตราการเติบโตต่อปี ร้อยละ 3.6

การสำรวจในปี พ.ศ. 2543 พบว่าร้อยละ 50.1 ของยอดขายสินค้าสมุนไพรเป็นการขายในร้านค้าปลีกประเภท health and natural products stores รองลงมาเป็นการขายในร้านค้าปลีกประเภท mass merchandisers โดยมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 10.4 ร้านค้าประเภท drug stores ร้อยละ 10.3 ตลาดขายอาหารทั่วไปร้อยละ 6.2 การขายโดยตรง (direct sales) ร้อยละ 17.6 และการขายผ่านทาง mail order และ internet ร้อยละ 5.4

มีรายงานว่าการใช้สมุนไพรเพื่อการรักษาโรคและเพื่อเป็น supplements ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในตลาดสหรัฐ อาจกล่าวได้ว่าการเติบโตของความนิยมบริโภคสมุนไพรหรือสินค้าที่ผลิตจากสมุนไพรส่วนหนึ่งมีสาเหตุมาจาก

- ในกรณีของการใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางด้านสุขภาพหรือการรักษาโรค ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพรจะมีราคาที่ถูกกว่าสินค้าที่ผลิตจากสารเคมี เพื่อวัตถุประสงค์เดียวกัน ความเชื่อที่ว่าสมุนไพรมีอันตรายน้อยกว่าในแง่ของผลกระทบต่อร่างกาย และการยอมรับที่เพิ่มมากขึ้นในวงการแพทย์ว่าสมุนไพรสามารถใช้เป็นยารักษาและป้องกันโรคได้
- ลักษณะของประชากรสหรัฐฯ ส่วนใหญ่เคลื่อนย้ายไปสู่กลุ่มผู้บริโภคสหรัฐฯ ที่มีอายุเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ประชากรกลุ่มนี้จะให้ความสนใจเป็นอย่างมากต่อการแก้ตัวลงของร่างกายและการแสวงหาผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่จะนำมาช่วยบำรุงรักษาร่างกายด้วยตนเอง โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยการรักษาในโรงพยาบาล ลักษณะการเปลี่ยนแปลงของประชากรสหรัฐฯ จะมีอิทธิพลต่อการเติบโตของตลาดสินค้าสมุนไพรต่อไปในอนาคต
- แนวโน้มการใช้ชีวิตที่เน้นเรื่องสุขภาพและพละานามัย ทำให้มีการแสวงหาอาหารหรืออาหารเสริมต่างๆ ที่เชื่อว่าจะเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ
- การเติบโตของการบริโภคอาหารประเภทอาหารพื้นเมือง (ethnic foods) ที่เพิ่มมากขึ้น มีส่วนอย่างมากต่อการเติบโตของการบริโภคสมุนไพรเนื่องจาก อาหารประเภท ethnic foods ส่วนใหญ่จะมีเครื่องปรุงที่จัดว่าเป็นสมุนไพรผสมอยู่เป็นจำนวนมาก
- การเติบโตของการบริโภคอาหารสำเร็จรูป ทำให้มีการใช้เครื่องปรุงแต่งที่เป็นสมุนไพรเพิ่มมากขึ้น เครื่องปรุงสมุนไพรเหล่านี้จะช่วยรสชาติของอาหารให้เพิ่มมากขึ้นกว่าปกติ
- การเติบโตของการใช้เครื่องปรุงประเภทสมุนไพรในร้านอาหารต่างๆ

- การเติบโตของตลาดการรักษาโรคด้วยวิธีทางเลือกอื่น (alternative medicine) ที่เน้นการใช้การรักษาด้วยสมุนไพร (herbal medicines)

ง. ตลาดรองรับสินค้าสมุนไพรและสินค้าที่ทำจากสมุนไพร

ตลาดการผลิตอาหาร

สมุนไพรจะถูกนำไปเป็นส่วนประกอบของการผลิตอาหารดังนี้

- โรงงานผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปต่างๆ เช่น General Foods และ Campbell's บริษัทเหล่านี้จะนำสมุนไพรไปใช้ในการปรุงแต่งอาหารสำเร็จรูปออกขาย
 - โรงงานผู้ผลิตเครื่องเทศ (Spices) ต่างๆ เช่น McCormick's เป็นต้น โรงงานเหล่านี้จะนำสมุนไพรไปทำการผลิตเครื่องเทศสำเร็จรูปสำหรับใช้ในการปรุงแต่งอาหาร
 - ภัตตาคารใหญ่ๆ โรงแรมและสถาบันใหญ่ๆ ส่วนใหญ่ต้องการสมุนไพรสดเพื่อใช้ในการประกอบอาหาร
- ในตลาดกลุ่มนี้สมุนไพรสดจากประเทศไทยอาจจะมีช่องทางน้อย เนื่องจากกฎระเบียบข้อบังคับในการนำเข้าสินค้าพืชผักสดจากประเทศไทย แต่มีช่องทางในการนำเข้าสมุนไพรตากแห้งหรือป่นเป็นผง โดยปกติแล้วเงื่อนไขที่ผู้ซื้อใช้พิจารณาในการตัดสินใจซื้อสินค้าสมุนไพรประเภทนี้คือ ราคา คุณภาพ และความสม่ำเสมอของ supply ทั้งนี้การตัดสินใจด้านคุณภาพจะทำได้โดยใช้สายตาตรวจสอบดูสินค้าและการดมกลิ่นเป็นสำคัญ

ตลาดด้านการแพทย์

ตลาดส่วนใหญ่แล้วจะถือครองโดยโรงงานผู้ผลิตยา และตลาดผู้ผลิตสินค้า "supplement" ต่างๆ ที่จะนำสมุนไพรไปใช้ในการผลิตยา ยาเม็ด ครีมทาผิว สกัดเป็นน้ำมันเพื่อนำไปใช้ในวัตถุประสงค์ต่างๆ อุตสาหกรรมการผลิต supplements จะประกอบไปด้วย

- บริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการผลิต การวางตลาด และการกระจายสินค้าประเภท "supplements" ต่างๆ
- บริษัทที่ทำตลาดสินค้า supplements ในตลาด mainstream พร้อมกับ ยาปกติที่บริษัทผลิต
- ผู้จัดหา supply ที่เป็นสินค้าธรรมชาติ ที่หาซื้อสินค้าสมุนไพรทั้งที่ตากแห้งแล้ว และที่เป็นผงเพื่อป้อนตลาดแก่โรงงานที่จะนำไปผลิตเป็นเม็ดหรือแคปซูล

ภาวะตลาดสมุนไพรปัจจุบันในสหรัฐอเมริกา

ตลาดสมุนไพรในสหรัฐฯ มีความเคลื่อนไหวตลอดเวลา เนื่องจากมีการค้นคว้าและศึกษาพืชสมุนไพรชนิดต่างๆ และมีจำนวนสมุนไพรเพิ่มขึ้นทุกวัน Botanical Society ของสหรัฐอเมริกาประมาณว่า ปัจจุบันมีสมุนไพรกว่า 10,000 ชนิด

หน่วยงาน Herb Research Foundation รายงานว่าสถานการณ์ตลาดสมุนไพร (วัตถุดิบ) ในสหรัฐฯ มีความเกินความต้องการ (oversupply) นอกจากนั้นแล้วยังรายงานเพิ่มเติมว่า ปริมาณสมุนไพรในตลาดโลกมีผลผลิตมากกว่าความต้องการเช่นกัน ซึ่งเป็นผลให้ราคาสมุนไพรลดลง โดยเฉพาะสมุนไพรชนิดที่นำไปเป็นส่วนผสมในการผลิตยา

ส่วนสมุนไพรในกลุ่มที่เป็น Spice มีความต้องการมาก มีบางชนิดขาดแคลนในตลาด เช่น Lemongrass, Rosehip, Hibiscus และ Red Clover เป็นต้น ทั้งนี้รวมไปถึงสมุนไพรที่เป็น organic สมุนไพรที่มียอดจำหน่ายสูง 5 อันดับแรกของสหรัฐฯ ได้แก่ Ginkgo Biloba, Echinacea, Garlic, Ginseng และ St. John Worth

ตลาดการค้าขายสมุนไพรในสหรัฐฯ แยกออกเป็น 3 ระดับคือ

1. ตลาดค้าขายสมุนไพรปฐมภูมิ เป็นการค้าขายพืชสมุนไพร ปัจจุบันมีชาวอเมริกาหันมาประกอบอาชีพเพาะปลูกพืชสมุนไพรมากขึ้นเป็นลำดับ หรือประมาณ 25,000 ราย มูลค่าค้าขายในตลาดคิดเป็นประมาณ 1 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ
2. ตลาดสมุนไพรสกัด (Extract) โรงงานที่ดำเนินการด้านสกัดสมุนไพรจะซื้อพืชสมุนไพรจากผู้ปลูกในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อสกัดสมุนไพรและจำหน่ายให้แก่ผู้ผลิตสินค้าสมุนไพรเพื่อนำไปเป็นส่วนผสมการผลิตสินค้า
3. ตลาดสินค้าสมุนไพรหรือมีส่วนผสมสมุนไพร ผู้ผลิตสินค้า เช่น Nutrition Supplement, Vitamin, Dietary Supplement เป็นต้น จะเป็นผู้ซื้อสินค้าทั้งในข้อ 1 และ 2 ไปทำการผลิตสินค้า มีผู้ประกอบการในตลาดนี้ประมาณ 1,000 ราย

กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

ไม่มีข้อห้ามหรือกีดกันการนำเข้าพืชสมุนไพรจากต่างประเทศ ส่วนใหญ่สมุนไพรที่เป็นพืชจะถูกนำไปเป็นแบบแห้ง และจะต้องได้รับการอบ (Fumigation) เพื่อฆ่าเชื้อโรค สำหรับสมุนไพรชนิดสกัด

รัฐบาลสหรัฐฯ จะให้ความสำคัญและที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรมากกว่าสมุนไพรปฐมภูมิ โดยมีหน่วยงานสองแห่งเข้ามารับผิดชอบ คือ Food and Drugs Administration (FDA) และ Federal Trade Commission (FTC) ซึ่งทั้งสองหน่วยงานจะมุ่งสินค้าประเภทที่เป็น supplements

FDA จะดูแลเรื่องฉลากสินค้า (Labeling) โดยปกติสินค้าที่มีส่วนผสมเป็นสมุนไพรมักจะจัดเข้าเป็นกลุ่ม Health food ซึ่ง FDA จะไม่ตรวจสอบเข้มงวดเหมือนยารักษาโรคทั่วไป (Drugs) ดังนั้น FDA จะมุ่งในด้านสินค้าปฏิบัติถูกต้องตามระเบียบว่าด้วยฉลากสินค้าหรือไม่ ส่วนผสมว่ามีตรงตามที่ระบุหรือไม่ หรือมีส่วนผสมเป็นสิ่งต้องห้าม หรือเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคหรือไม่ ส่วนหน่วยงาน FTC จะเข้ามาดูแลในเรื่องการอ้างสรรพคุณของสินค้า (Claim of Usage) FTC มีความเห็นว่าสินค้าสมุนไพรไม่ใช่ยารักษาโรค การอ้างสรรพคุณเป็นยารักษาโรคได้เป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง และ FTC จะตรวจสอบสินค้าที่อ้างสรรพคุณในทำนองนี้

ปัจจุบันยังมีการถกเถียงเกี่ยวกับเรื่องการผสมสมุนไพรในอาหารที่บริโภคว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องหรือไม่ อาหารอาจจะมีส่วนผสมเป็นสมุนไพร เช่น ชিং ข่า ใบโหระพา กระเทียม ซึ่งพืชผักดังกล่าวเป็นเครื่องเทศและเป็นสมุนไพรในเวลาเดียวกัน

หากสินค้าไม่อ้างสรรพคุณในการช่วยบำบัดหรือช่วยบำรุงร่างกายในฉลากสินค้า ก็จะไม่มีปัญหากับ FDA และ FTC แต่ FTC ให้ความสำคัญเป็นพิเศษถ้ามีการอ้างสรรพคุณสินค้า หรือ FDA จะสนใจหากอาหารมีส่วนผสมสมุนไพรชนิดอื่นๆ ที่ไม่มีความเหมาะสมมาเป็นส่วนผสมอาหาร เป็นต้น

นอกจากหน่วยงานรัฐบาลกลางสหรัฐฯ ควบคุมดูแลแล้ว รัฐบาลท้องถิ่นบางมลรัฐต่างๆ ให้ความสำคัญต่อเรื่องสินค้าสมุนไพร ออกระเบียบเพิ่มเติมโดยจะเน้นในเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคมากกว่าเน้นเรื่องตัวสินค้า ซึ่งจะไม่ส่งผลกระทบต่อสินค้าสมุนไพร รัฐที่เริ่มดำเนินการ ได้แก่ รัฐ Connecticut, Illinois, Kentucky และ Utah

การส่งออกยาสมุนไพรไปสหรัฐอเมริกา (Herbal/Botanical Drugs)

สมุนไพรมีคุณสมบัติด้านการบำบัดและรักษาโรค ปัจจุบัน วงการเภสัชกรรมเล็งเห็นความสำคัญและประโยชน์ และได้นำสมุนไพรมาใช้ผลิตเป็นยารักษาโรค ปัจจุบันมี สินค้ายาสมุนไพรจำหน่ายหลายชนิด ส่วนใหญ่เป็นชนิดที่ซื้อหาได้ทั่วไปตามร้านขายยาโดยไม่ต้องมีใบสั่งยา หรือเรียกว่า OTC : Over the Counter ซึ่งได้แก่ยาสามัญประจำบ้านทั่วไป เช่น ยาแก้ปวดหัว ยาแก้หวัด ยาแก้ปวดกล้ามเนื้อ และ ยาแก้อาการแพ้ และส่วนน้อยที่เป็นชนิดจะต้องมีใบสั่งยา (Prescription) ยาสมุนไพรประเภทรับประทานที่จำหน่ายจะผลิตในประเทศส่วนใหญ่ ส่วนที่นำเข้ามาจะเป็นในรูปยาทาภายนอก เช่น น้ำมันนวด หรือ ยาหม่อง ผ้ายาปิดแผล เป็นต้น

ระเบียบการจำหน่ายยาในสหรัฐฯ

สมุนไพรมักจะนำไปใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตสินค้าเพื่อการรับประทาน เช่น วิตามิน หรือ อาหารเสริม (Dietary Supplement) ซึ่งการผลิตและจำหน่ายดังกล่าว FDA สหรัฐฯ ไม่กำหนดให้ผู้ผลิตต้องจดทะเบียนกับรัฐฯ ก่อนจำหน่าย แต่ให้เป็นความรับผิดชอบของผู้ผลิต/จัดจำหน่าย แต่ทั้งนี้ จะเข้มงวดในเรื่องการอ้างสรรพคุณของสินค้า

ถึงแม้ว่าปัจจุบัน FDA สหรัฐฯ ยังไม่มีระเบียบเฉพาะควบคุมยาสมุนไพร แต่ FDA สหรัฐฯ พิจารณาเห็นว่าสมุนไพรที่นำมาทำใช้เพื่อจุดประสงค์ทางการแพทย์ เช่น เป็นยาเพื่อการรักษา/บำบัดโรคต่างๆ และจำหน่ายในสหรัฐฯ ไม่เข้าข่ายเป็น Dietary Supplement และให้จัดเป็นยารักษาโรค และต้องได้รับการปฏิบัติเหมือนกับยา ทั่วไปที่ผลิต/จำหน่ายในสหรัฐฯ ซึ่งควบคุมโดยกฎหมาย Federal Food, Drug and Cosmetic Act อนึ่ง ปัจจุบัน FDA สหรัฐฯ ได้ร่างระเบียบการควบคุมยาสมุนไพรขึ้นแล้ว และอยู่ในระหว่างรอการเห็นชอบให้การประกาศเป็นระเบียบต่อไป

ตามกฎหมาย Federal Food, Drug and Cosmetic Act บังคับให้ผู้ผลิตยาในต่างประเทศ ที่ประสงค์จะจำหน่ายยา ทั้งนี้รวมไปถึงยาสมุนไพร เพื่อการค้าในสหรัฐฯ จะต้องดำเนินการขออนุญาตจาก FDA สหรัฐฯ เสียก่อน และ FDA สหรัฐฯ ห้ามนำเข้าก่อนที่สินค้าได้รับการจดทะเบียนแล้ว

ในการส่งยาสมุนไพรไปจำหน่ายในรูปยารักษาโรค (Drugs) ผู้ผลิตจะต้องพิสูจน์ต่อ FDA สหรัฐฯ และมีหลักฐานว่า ได้มีการศึกษาทดลองการผลิตด้วยวิธีทางการแพทย์ (clinical test) มาแล้วว่าสินค้านั้นปลอดภัยและมีผลต่อการรักษาโรคจริง และมีข้อมูลประกอบและอ้างอิงได้ FDA สหรัฐฯ จะต้องทำการทบทวนข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ และอนุญาตการใช้ยานี้ได้เสียก่อน หลังจากนั้นแล้วโรงงานผลิตจึงจะสามารถทำการวางตลาดสินค้านั้นได้ และเมื่อทำการวางตลาดแล้ว ผู้ผลิต/ผู้จัดจำหน่ายจะต้องรับผิดชอบต่อติดตามความผลของการจำหน่าย และ รายงานต่อ FDA สหรัฐฯ ทราบในกรณีที่ใช้ได้เกิดการป่วยไข้อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

คำแนะนำในการส่งยาไปจำหน่ายในสหรัฐฯ

- ยื่นเรื่องจดทะเบียนโรงงาน (Registration of Drugs Establishments) โดยใช้ฟอร์ม FDA2656 และ การจดทะเบียนรายชื่อยา (Product Listing) โดยใช้ฟอร์ม FDA2657 ฟอร์มดังกล่าวค้นหาได้จาก Web Site ของ FDA คือ <http://forms.psc.gov/forms/FDA/fda.html>
- ส่งเรื่องการลงทะเบียนไปยังสำนักงาน FDA สหรัฐฯ ดังที่อยู่ต่อไปนี้

Department of Health and Human Services
Food and Drugs Administration

Information Management Team, HDF-095

5600 Fishers Lane, Rockville, MD 20857

Email: druglisting@cdcr.fda.gov

3. FDA สหรัฐฯ กำหนดให้ผู้ผลิตยาต่างประเทศจะต้องแต่งตั้งตัวแทน (Agent) ในสหรัฐฯ เพื่อทำหน้าที่เป็นแทนในการประสานงานในเรื่องต่างๆ กับ FDA แทนผู้ผลิตในต่างประเทศ ทั้งนี้ FDA จะไม่ติดต่อกับผู้ผลิตในต่างประเทศโดยตรง แต่จะให้ตัวแทนเป็นผู้สื่อสารแทน และ FDA มีข้อบังคับว่า ตัวแทนจะต้องเป็นบุคคลที่มีถิ่นฐานอยู่ในสหรัฐฯ ซึ่งสามารถติดต่อได้ตลอดเวลา การปฏิบัติตามระเบียบฉลากสินค้ายา ปัจจุบัน FDA สหรัฐฯ ได้ปรับปรุงระเบียบเรื่องฉลากยาที่สามารถซื้อหาได้ตามร้านขายยาทั่วไป (OTC) ใหม่เพื่อให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจและอ่านได้ง่ายมากยิ่งขึ้น ฉลากยาแบบใหม่จะเป็นแบบมาตรฐานเดียวกัน มีสาระที่ต้องระบุ ดังนี้ Drug Fact: ชื่อยา Active Ingredient(s) ส่วนผสม

Purpose: Pharmacologic Class

Use (s) : Indications วิธีการใช้

Warning : เช่น การห้ามใช้, การปรึกษาแพทย์ก่อนใช้ ฯลฯ

รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับฉลากสินค้ายา ตรวจสอบได้จาก Web Site ของ FDA คือ

<http://www.fda.gov/cder/otc/label/default.htm>

| Drug Facts | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| Active ingredient (in each tablet) | Purpose |
| Chlorpheniramine maleate 2 mg..... | Antihistamine |
| Uses temporarily relieves these symptoms due to hay fever or other upper respiratory allergies: ■ sneezing ■ runny nose ■ itchy, watery eyes ■ itchy throat | |
| Warnings Ask a doctor before use if you have ■ glaucoma ■ a breathing problem such as emphysema or chronic bronchitis ■ trouble urinating due to an enlarged prostate gland Ask a doctor or pharmacist before use if you are taking tranquilizers or sedatives | |
| When using this product ■ drowsiness may occur ■ avoid alcoholic drinks ■ alcohol, sedatives, and tranquilizers may increase drowsiness ■ be careful when driving a motor vehicle or operating machinery ■ excitability may occur, especially in children | |
| If pregnant or breast-feeding, ask a health professional before use. Keep out of reach of children. In case of overdose, get medical help or contact a Poison Control Center right away. | |
| Directions | |
| adults and children 12 years and over | take 2 tablets every 4 to 6 hours; not more than 12 tablets in 24 hours |
| children 6 years to under 12 years | take 1 tablet every 4 to 6 hours; not more than 6 tablets in 24 hours |
| children under 6 years | ask a doctor |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| Drug Facts (continued) | |
| Other information ■ store at 20-25° C (68-77° F) ■ protect from excessive moisture | |
| Inactive ingredients D&C yellow no. 10, lactose, magnesium stearate, microcrystalline cellulose, pregelatinized starch | |

แคนาดา

ตลาดสินค้าเพื่อสุขภาพและสมุนไพรในประเทศแคนาดา

รัฐบาลแคนาดาโดยหน่วยงานด้านสุขภาพของประเทศไทยแคนาดาได้ออกประกาศเรื่อง สินค้าที่เกี่ยวกับสุขภาพ (Natural Health Products) โดยได้มีการปรับปรุงเกี่ยวกับ กฎ ระเบียบ ฉลากสินค้า ความปลอดภัยของสินค้าประเภทดังกล่าว ทั้งนี้คาดว่าจะได้เริ่มใช้ราวกลางปี พ.ศ. 2547 เป็นต้นไป

ปัจจุบันสินค้าประเภทสุขภาพและสมุนไพรอยู่ภายใต้ กฎระเบียบของ Food and Drugs Act ซึ่งปัจจุบันมิได้มีข้อกำหนดในฉลากหรือระบุรายละเอียดของสินค้าเท่าใดนัก ก่อให้เกิดความสับสนต่อผู้บริโภคและเกิดความคลาดเคลื่อนและเข้าใจผิดต่อคุณสมบัติของสินค้าประเภทดังกล่าว ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดในสินค้า และอาจใช้สินค้าอย่างไม่ถูกต้อง ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพได้

ปัจจุบันคนแคนาดาให้ความสนใจในการดูแลสุขภาพของตนเอง และยอมรับการนำสมุนไพร (Herbs) จากธรรมชาติมาเป็นส่วนประกอบในสินค้าต่างๆ มากขึ้น เช่น นำมาประกอบอาหาร ทำเป็นยารักษาโรค เครื่องสำอาง และอาหารเสริมสุขภาพ (Food Supplement) อาทิ Sports Nutrition และ Diet Food ในรูปแบบยาเม็ดและแคปซูล เป็นต้น จากข้อมูลของสมาคม Canadian Health Food Association (CHFA) ซึ่งให้เห็นว่า มูลค่าการค้าสินค้าสมุนไพรในแคนาดาปีหนึ่งๆ สูงถึง 1 พันล้านเหรียญแคนาดา โดยส่วนใหญ่เป็นการค้าสินค้าสมุนไพรในรูปวิตามินและอาหารเสริม ซึ่งจากข้อมูลของกระทรวงสาธารณสุขของแคนาดาก็สนับสนุนว่า ประมาณครึ่งหนึ่งของประชากรแคนาดาได้มีการบริโภคสมุนไพรในรูปวิตามิน เกลือแร่ และอาหารเสริมสุขภาพในชีวิตประจำวัน

สมุนไพรถูกนำไปใช้เป็นส่วนประกอบของสินค้าในแคนาดา ได้หลายรูปแบบ คือ

- อาหาร โดยการนำสมุนไพรสด (Fresh Herbs) หรือ สมุนไพรแห้ง (Dried or Powdered Herbs) ไปใช้ในการปรุงอาหาร ซึ่งในแคนาดาจะนิยมสมุนไพรที่เป็นเกษตรอินทรีย์ (Organic Product) และจะใช้มาตรฐานที่กำหนดโดย The American Spice Trade Association มาเป็นมาตรฐานในการจัดเกรดของสมุนไพร
- ยารักษาโรค โดยการนำสมุนไพรที่เป็น Organic Product และไม่มีสารเคมีตกค้าง (Residue Free) มาปรุงเป็นยาป้องกันและรักษาโรค วางขายในรูปแบบของยาประเภทที่ไม่ต้องมีใบสั่งแพทย์ (Nonprescription Medicine) และประเภทที่ต้องมีใบสั่งแพทย์ (Prescription Medicine) โดยจากข้อมูลของสมาคม Nonprescription Drug Manufacturers Association of Canada พบว่า ประเภทของสมุนไพรที่นิยมใช้เป็นยา ได้แก่ Garlic, Echinacea, Ginseng และ Chamomile เป็นต้น
- อาหารเสริม (Food Supplements) โดยนำสมุนไพรมาทำเป็นอาหารเสริมในรูปแบบของเม็ด และแคปซูล ประเภทสมุนไพรที่นิยมใช้เป็นอาหารเสริมได้แก่ Garlic, German Chamomile, Hyssop, Echinacea และ Calendula เป็นต้น
- เครื่องสำอาง โดยนำสมุนไพรมาทำเป็นน้ำมันระเหยยาก (Essential Oil) เพื่อใช้ในการทำน้ำหอม และเครื่องสำอางต่างๆ ซึ่งสมุนไพรที่นิยมใช้ อาทิ Caraway, Coriander และ Dill

สินค้าจากสมุนไพรส่วนใหญ่ที่วางขายในท้องตลาดในรูปของสินค้าต่างๆ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว มีช่องทางการตลาดแตกต่างกัน โดยสินค้าสมุนไพรที่ใช้ทำเป็นอาหารสามารถขายผ่านช่องทางผู้ผลิต/ผู้ค้าเครื่องเทศปรุงอาหาร อาทิ บริษัท McCormick Canada Inc., บริษัท Griffith Laboratories Ltd, บริษัท Foodpro National Inc., และ

บริษัท UFL Foods Inc. เป็นต้น สำหรับสินค้าสมุนไพรที่ทำเป็นสินค้าสำเร็จรูปจำพวกยา อาหารเสริม และเครื่องสำอาง สามารถขายผ่านช่องทางร้านค้าขายยาทั่วไปที่มีสาขาทั่วแคนาดา อาทิ ร้าน Shoppers Drug Mart และร้าน Pharma Plus และร้านขายเฉพาะอย่างของสินค้า Natural Health Product ซึ่งมีอยู่หลายบริษัท รวมกันแล้วทั่วแคนาดามีประมาณ 1,700 ร้านค้า

การนำเข้าสมุนไพรในประเทศแคนาดา

ในอดีตสินค้าสมุนไพรที่วางขายในแคนาดาไม่ได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนว่า จะจัดให้อยู่ในสินค้าจำพวกอาหารหรือยา ทั้งนี้หากสินค้าสมุนไพรใดอ้างสรรพคุณในการป้องกันและรักษาโรคได้ก็จะถือว่าเป็นยารักษาโรค ต้องขออนุญาตจากทางการแคนาดาตามระเบียบของยา ภายใต้กฎหมาย Food and Drugs Act ซึ่งระบุให้สินค้ายาต่างๆ ที่วางขายอยู่ตามท้องตลาด ต้องมีหลักเกณฑ์ ดังนี้

1. ต้องมีหมายเลขทะเบียนกำกับสินค้าตามกฎหมายเรียกว่า DIN number (Drug Identification Number) ออกให้โดยหน่วยงาน Therapeutic Products Programme of Health Canada กระทรวงสาธารณสุขแคนาดา
2. ผู้ประกอบการต้องมีใบอนุญาต (Establishment Licence) ของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการขาย อาทิ ผู้ผลิต ผู้บรรจุ ผู้นำเข้า ผู้ขายส่ง และห้องทดลองวิทยาศาสตร์
3. ผู้ผลิตต้องมีระบบควบคุมการผลิตตามมาตรฐาน Good Manufacturing Practises (GMP) อาทิ ระบบการรักษาความสะอาดของโรงงาน ระบบการจัดเก็บสถิติของโรงงาน การทดสอบสินค้า การควบคุมคุณภาพ การควบคุมเครื่องจักรและวัตถุดิบในการผลิต เป็นต้น
4. ป้ายสลากสินค้าต้องถูกต้องตามกฎหมาย Food and Drugs Act และ Consumer Packaging and Labelling Act โดยระบุรายละเอียดสรรพคุณ ปริมาณการบริโภค วันหมดอายุ ข้อบ่งใช้ วิธีเก็บรักษา ฯลฯ สำหรับสินค้าสมุนไพรที่ไม่ได้อ้างสรรพคุณเพื่อการรักษาโรค จะถูกจัดอยู่ในจำพวกอาหาร ซึ่งไม่มีกฎระเบียบที่เข้มงวดอย่างเช่นยา จึงทำให้ในทางปฏิบัติผู้ขายไม่ได้ปิดป้ายสลากที่ชัดเจนแก่บริโภคเกี่ยวกับข้อมูลสินค้า อาทิ ปริมาณบริโภคที่เหมาะสม ผลข้างเคียง ข้อควรระวัง และอื่นๆ ซึ่งเป็นผลเสียต่อสุขภาพของผู้บริโภคได้ กระทรวงสาธารณสุขของแคนาดาจึงได้ก่อตั้งหน่วยงาน Office of Natural Health Products (ONHP) ขึ้นเมื่อปี 1997 เพื่อทำหน้าที่ดูแลสินค้าสมุนไพรโดยเฉพาะ และในปี 2001 ทางกรแคนาดาจึงได้ออกกฎระเบียบเป็นการเฉพาะเกี่ยวกับสินค้าสมุนไพรจำพวกอาหารเสริม วิตามินและยา โดยสาระสำคัญของระเบียบดังกล่าว เป็นการจัระบบสินค้าสมุนไพรให้แยกออกต่างหากจากอาหารและยา และกำหนดให้สินค้าสมุนไพรต้องมีหมายเลขกำกับสินค้า (DIN number) เช่นเดียวกับยา และกำหนดให้ป้ายสลากสินค้าต้องมีรายละเอียดที่ชัดเจนสำหรับผู้บริโภค อาทิ รายละเอียดสรรพคุณ วันหมดอายุ ข้อบ่งใช้ วิธีเก็บรักษา ส่วนประกอบของสมุนไพร และประโยชน์ต่อผู้บริโภค นอกจากนี้ในส่วนของการผลิตยังกำหนดให้ต้องได้มาตรฐานตามระบบ Good Manufacturing Practises (GMP) ตั้งแต่การผลิตวัตถุดิบก่อนเข้าโรงงานต้องมีคุณภาพ จนถึงระบบควบคุมภายในโรงงานต้องได้มาตรฐาน

กฎระเบียบป้ายสลากของสินค้าสมุนไพรประเภทอาหารเสริม วิตามิน และยา

ภายใต้กฎหมายใหม่ สินค้าสมุนไพรประเภทอาหารเสริม วิตามิน และยา ต้องมีป้ายสลากเขียนเป็น 2 ภาษาคือ อังกฤษ และฝรั่งเศส และข้อมูลที่ป้ายสลากต้องมีรายละเอียดต่างๆ ได้แก่ ข้อบ่งใช้ ปริมาณการบริโภค คำ

เดือน หมายเลขกำกับสินค้าออกโดยทางการแคนาดา วันหมดอายุ ชื่อที่อยู่ผู้ขายหรือผู้นำเข้า ฯลฯ จึงจะสามารถวางขายในท้องตลาดได้

กฎระเบียบการนำเข้าสมุนไพรจากต่างประเทศ

ปัจจุบันการนำเข้าสินค้าสมุนไพรจากต่างประเทศมีหลักเกณฑ์ทั่วไป ดังนี้

1. สมุนไพรในรูปแบบของวัตถุดิบ (Bulk) ทั่วไปไม่ต้องมีหมายเลขทะเบียนสินค้า (DIN number) แต่วัตถุดิบต้องสะอาดปราศจากดินและแมลงเจือปน
2. สมุนไพรในรูปแบบของวัตถุดิบ (Bulk) ที่ใช้ทำยา ต้องเป็นวัตถุดิบที่ผลิตตามระบบควบคุมการผลิตได้มาตรฐาน Good Manufacturing Practises (GMP)
3. สมุนไพรในรูปแบบของยาสำเร็จรูป สินค้าจะต้องมีหมายเลขทะเบียนสินค้า (DIN number) ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้นำเข้าที่จะต้องดำเนินการขออนุญาตให้ถูกต้อง นอกจากนี้ผู้นำเข้ายาสำเร็จรูปจะต้องมีใบอนุญาตประกอบการ (Establishment Licence) และต้องมีข้อมูลพิสูจน์ได้ว่าสินค้านำเข้าดังกล่าวผลิตจากโรงงานที่ได้มาตรฐาน GMP และป้ายสลากสินค้าต้องถูกต้องตามกฎหมาย Food and Drugs Act และ Consumer Packaging and Labelling Act ด้วย

ภาษีนำเข้า

ประเทศไทยจัดอยู่ในกลุ่ม GPT (General Preferential Tariff) ได้รับยกเว้นภาษีนำเข้าสินค้าสมุนไพรในหลายรายการ และจะเสียภาษีนำเข้าในบางรายการที่อัตรา 0 – 5%

การส่งออกสินค้าสมุนไพรในรูปแบบสินค้าสำเร็จรูปประเภทวิตามิน ยา และอาหารเสริมเข้ามายังแคนาดา มีขั้นตอนกฎระเบียบคล้ายคลึงกับยาทั่วไป ซึ่งกระทรวงสาธารณสุขของแคนาดา กำหนดขึ้น เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค ผู้ส่งออกไทยที่สนใจส่งสินค้าดังกล่าวเข้ามาจำหน่ายในแคนาดา จะต้องศึกษาทำความเข้าใจและปฏิบัติตามให้ถูกต้อง จึงจะสามารถส่งสินค้าสมุนไพรเข้ามาขายยังแคนาดาได้

ชิลี

ประเทศชิลีมีการผลิตและส่งออกสินค้าสมุนไพรมากกว่าการนำเข้า ซึ่งปริมาณการค้าสินค้าประเภทนี้ไม่มีมากนัก โดยมีการส่งออกปีละ 20-30 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมีแนวโน้มการส่งออกลดลง ในขณะที่การนำเข้าสินค้าสมุนไพรของชิลีประมาณปีละ ระหว่าง 1.5-2.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แต่การนำเข้ามีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น

สมุนไพรเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคของชิลีมากขึ้นเป็นลำดับ ทั้งสมุนไพรชนิดที่รับประทานเพื่อสุขภาพอนามัย และสมุนไพรเพื่อบำรุงรักษาประตินผิวหนังให้สวยงาม รวมทั้งสมุนไพรที่ใช้ในการทำเครื่องหอมต่างๆ เป็นต้น

การนำเข้าสินค้าสมุนไพรของจีนี่แยกตามชนิดของสมุนไพร ปี 2541-2544(มค-พค)

มูลค่า : พันเหรียญสหรัฐฯ

| รหัสสินค้า | รายการ | 2541 | 2542 | 2543 | มค-พค44 |
|-------------|---------------------------|-------|-------|-------|---------|
| HS 12111000 | รากชะเอม(Liquorice roots) | 0 | 1 | 0 | 0 |
| HS 12112000 | รากโสม (Ginseng roots) | 7 | 9 | 1 | 2 |
| HS 12119010 | Fresh Baldo | 2 | 0 | 0 | 0 |
| HS 12119020 | Fresh Oregano | 381 | 1,275 | 2,084 | 452 |
| HS 12119040 | Rose hip | 0 | 18 | 0 | 21 |
| HS 12119090 | Other herbs | 952 | 683 | 591 | 385 |
| | นำเข้ารวม | 1,342 | 1,986 | 2,676 | 860 |

ระเบียบการนำเข้าและอัตราภาษี

สินค้าสมุนไพรนำเข้าจีนี่ได้อย่างเสรี แต่ต้องมีใบรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (Certificate of origin) หนังสือรับรองผ่านการตรวจวิเคราะห์ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข (Health Certificate) และ Free Sale Certificate กำกับไปด้วย อัตราภาษีนำเข้าจีนี่เท่ากับสินค้านิตอื่น ๆ โดยทั่วไปเป็นอัตราเดียว (single rate) คือปี 2544 จีนี่เรียกเก็บในอัตราร้อยละ 8 และจะลดลงปีละร้อยละ 1 จนถึงปี 2546 เป็นต้นไป จะมีภาษีนำเข้าเหลือเพียงร้อยละ 6 ส่วนภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) มีอัตราร้อยละ 18

บราซิล

การนำเข้าผลิตภัณฑ์ยาของประเทศบราซิลและเครื่องมือแพทย์มาบราซิล มีขั้นตอนการนำเข้าคือ

1. ผู้นำเข้าต้องเป็นบริษัทบราซิลที่ได้รับอนุญาตให้เป็นผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ยา
2. การนำเข้าตามระเบียบของบราซิลต้องมีการแปลคำอธิบายเป็นภาษาบราซิล
3. ต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพของสินค้ายา ตามมาตรฐานของประเทศบราซิล

ผลิตภัณฑ์ยาและเครื่องมือแพทย์ได้รับอนุญาตให้นำเข้าจากกระทรวงสาธารณสุขเนื่องจากประเทศบราซิลไม่ยอมรับมาตรฐาน ของประเทศต่างๆที่เป็นสากล การนำเข้าจากประเทศ สินค้าและผลิตภัณฑ์ ต้องผ่านการตรวจสอบตามมาตรฐานของประเทศบราซิลเอง เช่น ผลิตภัณฑ์ยาต้องผ่านการตรวจสอบก่อนการนำเข้าจากหน่วยงาน Sanitary Surveillance Agency (ANVISA)ก่อนการนำเข้ามาประเทศบราซิล เป็นการควบคุมการนำเข้าของรัฐบาล กระบวนการในการดำเนินการก่อนการนำเข้าตามที่กล่าวมา ใช้เวลาประมาณ 4-6 เดือนหรืออาจจะนานกว่านั้น

การนำเข้าผลิตภัณฑ์ยา ผู้ที่จะนำเข้ามาในประเทศบราซิลต้องเป็นผู้ที่ได้รับ อนุญาตให้นำเข้าของบราซิลเท่านั้น การนำเข้ามาเพื่อจำหน่ายในบราซิลต้องผ่านการตรวจสอบ พร้อมทั้งคำอธิบายของผลิตภัณฑ์เป็นภาษาบราซิล และได้รับอนุญาต จากกระทรวงสาธารณสุข แล้วถึงจะนำเข้ามาจำหน่ายในประเทศบราซิลได้ ผู้ผลิตยาของไทยที่ต้องการนำมาจำหน่ายในประเทศนี้ จำเป็นต้องหาผู้ส่งซื้อที่จดทะเบียนในบราซิลมีใบอนุญาต

ในการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยา และต้องส่งผลิตภัณฑ์ยานั้นมาผ่านการตรวจสอบจากหน่วยงานตรวจสอบผลิตภัณฑ์ยาของ บราซิล ANVISA ซึ่งเป็นกระบวนการนานพอสมควร และผู้ส่งออกของไทยควรรหาผู้ค้าหรือผู้นำเข้าที่มีประสบการณ์และความชำนาญ สำหรับการนำเข้าผลิตภัณฑ์ยา พอสสมควร

แอฟริกาใต้

กฎระเบียบและขั้นตอนการนำเข้าสินค้าสมุนไพรยังประเทศแอฟริกาใต้

หน่วยงานที่ทำหน้าที่ดูแลและควบคุมการนำเข้าสินค้าสมุนไพรคือ Department of Health-Medicines Control Council (MCC) ซึ่งกำหนดให้สินค้าสมุนไพรเป็นสินค้าประเภทเดียวกันกับผลิตภัณฑ์ยา ดังนั้นการจะนำเข้าสินค้าสมุนไพรจะต้องมีการยื่นคำขอจดทะเบียนสินค้าและ MCC จะได้พิจารณาเพื่อกำหนดว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าที่อยู่ในข่ายของผลิตภัณฑ์ยาหรือเป็นอาหารเสริม และหากผลการตรวจสอบเข้าข่ายว่าเป็นเพียงอาหารเสริมแล้ว ก็ไม่จำเป็นจะต้องจดทะเบียน แต่หากปรากฏว่าเข้าข่ายเป็นผลิตภัณฑ์ยาแล้วสินค้านั้นจะต้องดำเนินการจดทะเบียน โดยมีขั้นตอนโดยสรุปดังนี้

- การยื่นคำขอจดทะเบียน จะต้องดำเนินการโดยบริษัทของแอฟริกาใต้หรือบริษัทห้างร้านที่จดทะเบียนไว้กับ South African Pharmacy Board และประกอบกิจการเกี่ยวกับร้านขายยา
- หรือต้องเป็นเภสัชกรที่ขึ้นทะเบียน
- จะต้องจดทะเบียนยาก่อนการนำเข้าตามเอกสาร GW 12 / 40 Circular 2 / 97 (จัดส่งทางไปรษณีย์)
- ภายหลังจากกรอกรายละเอียดลงในแบบฟอร์ม MBR1 (GW 12/1 จัดส่งทางไปรษณีย์) แล้วและได้ยื่นเสนอต่อ MCC ขั้นตอนต่อมา MCC จะตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้น และหาข้อมูลเพิ่มเติมใดที่ MCC ต้องการเพิ่มแล้ว MCC จะแจ้งให้ผู้ยื่นขอจดทะเบียนให้ข้อมูลเพิ่มเติมก่อนจะดำเนินการขั้นตอนต่อไป
- กำหนดรายละเอียดต่างๆ ที่จะเริ่มดำเนินการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ ฯ
- การตรวจสอบแบบพิจารณาคำขอจดทะเบียนผลิตภัณฑ์ฯ ติดต่อกับสมาชิกคนใดคนหนึ่งในคณะกรรมการกรรมาธิการ และผลการพิจารณาจะได้เสนอต่อ MCC
- หลังจาก MCC ได้เห็นชอบแล้วก็จะได้ออกเลขทะเบียนส่งไปยังผู้ยื่นคำขอ ฯ ต่อไป
- เมื่อได้รับหมายเลขทะเบียนอนุญาตแล้ว จึงสามารถนำเข้าสินค้านั้นได้ต่อไป ทั้งนี้หากมีการนำเข้าสินค้าที่อยู่ในข่ายของสินค้าสมุนไพรที่ไม่ได้จดทะเบียน สินค้าดังกล่าวจะถูกยึด
- อัตราภาษีนำเข้าอยู่ระหว่าง 0-20% และภาษีมูลค่าเพิ่ม 14%
- อย่างไรก็ตามปรากฏว่ามีการนำเข้าสินค้านั้นโดยมิได้มีการจดทะเบียนอย่างถูกต้องเข้าไปยังแอฟริกาใต้ ซึ่งหากศุลกากรที่ดูแลพบก็จะสามารถยึดและดำเนินคดีได้

ทวีปเอเชีย ประเทศญี่ปุ่น

ก. ตลาดสมุนไพรของญี่ปุ่น³⁻⁵⁶⁷⁸

ตลาดสินค้าสมุนไพร (Herbal products) ในญี่ปุ่นประมาณว่ามีมูลค่า 358 พันล้านเยน ในปี พ.ศ. 2541 ญี่ปุ่นต้องพึ่งพาการนำเข้าสมุนไพรจากต่างประเทศเกือบทั้งหมด ปัจจุบันญี่ปุ่นมีผู้ปลูกสมุนไพรในประเทศประมาณ 55 ราย และชาวญี่ปุ่นให้ความสนใจในการบำรุงสุขภาพและหันกลับไปหาธรรมชาติมากยิ่งขึ้นแนวโน้มสะท้อนให้เห็นความจริงว่า สินค้าสมุนไพรมีแนวโน้มถูกบริโภคเพิ่มขึ้น

ในด้านเป็นอาหารเพื่อสุขภาพและเครื่องสำอาง/แต่งตัว (toiletries) อนาคตของตลาดสินค้าสมุนไพรในญี่ปุ่นมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากวิถีการดำเนินชีวิตของชาวญี่ปุ่นที่เดินตามแบบอย่างยุโรปตะวันตก นอกเหนือจากนั้นยังพบว่า ประเทศญี่ปุ่นมีประชากรมากและชาวญี่ปุ่นมีอายุยืนมากขึ้น จากการคาดคะเนของกระทรวงสาธารณสุขของประเทศญี่ปุ่นพบว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2563–2568 จำนวนผู้สูงอายุในประเทศญี่ปุ่นจะมีประมาณ 33 ล้านคนหรือคิดเป็นร้อยละ 26 และประชากรในวัยทำงานจะมีสัดส่วนลดลง ดังนั้นสินค้าสมุนไพรจะต้องมีการพัฒนาการใช้ให้หลากหลายยิ่งขึ้นเพื่อให้มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และตรงตามความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคในแต่ละวัยด้วย ในอนาคตคาดว่าจะมีการใช้สินค้าสมุนไพรในด้านอาหารเพื่อสุขภาพและอาหารเสริม (nutritional-supplement foods) แพร่หลายยิ่งขึ้น

ตลาดสินค้าสมุนไพรเจริญเติบโตมากในช่วงปี พ.ศ. 2536 – 2542 และมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นในอนาคต เนื่องจากสินค้าสมุนไพรมีหลากหลายประเภท และยากที่จะจำแนกแน่นอนว่าสินค้าใดบ้างเป็นสินค้าสมุนไพร จึงไม่สามารถรวบรวมตัวเลขข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าสมุนไพรได้ อย่างไรก็ตาม The Japan Herb Association ได้ประเมินตัวเลขโดยจำแนกสินค้าสมุนไพรเป็น 4 ประเภท คือ 1) เครื่องดื่มและอาหาร 2) เครื่องสำอางและของใช้ในการอาบน้ำ (Cosmetics, Bath additives) 3) เครื่องหอมและสี (Aromatic, Dyes) และ 4) สินค้าสำหรับใช้ในครัวเรือน ในปี พ.ศ. 2542 ตลาดสินค้าสมุนไพรในญี่ปุ่นมีมูลค่า 358 พันล้านเยน ลดลงจากปีก่อนเล็กน้อย เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจซบเซา จำแนกเป็นเครื่องดื่มและอาหาร 150 พันล้านเยน เครื่องสำอางและของใช้ในการอาบน้ำ 100 พันล้านเยน เครื่องหอมและสี 95 พันล้านเยน และสินค้าสำหรับใช้ในครัวเรือน 13 พันล้านเยน มีข้อสังเกตว่า เครื่องดื่มและอาหาร และเครื่องสำอางและของใช้ในห้องน้ำเพิ่มขึ้น มีแนวโน้มเพิ่มมากยิ่งขึ้นในอนาคต ดังแสดงตารางที่ 2

⁶ กรมส่งเสริมการส่งออก, ตลาดสินค้าสมุนไพรในประเทศญี่ปุ่นและแนวโน้มในอนาคต, in <http://www.dephtai.go.th/Interdata/Doctohtm/Herbal%20products.htm>. 28 พฤษภาคม 2546.

⁷ อภิรดี ดันตราภรณ์, รายงานฉบับสมบูรณ์กลุ่มศึกษาการค้าระหว่างไทย - ญี่ปุ่น. 2539, กลุ่มศึกษาการค้าระหว่างไทย - ญี่ปุ่น.

⁸ Japan External Trade Organization, Market information :Herbal products, <http://www.jetro.go.jp/ec/e/market/jmr/051/1.html>. 8 Jan. 2003

ตารางที่ 2 มูลค่าการบริโภคสมุนไพรของประเทศญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2539 -2541

Unit : billion yen

| Type of Product | พ.ศ. 2539 | พ.ศ. 2540 | พ.ศ. 2541 |
|---------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Beverages, Foods | 100 | 140 | 150 |
| Cosmetics, Bath additives | 60 | 90 | 100 |
| Aromatics, Dyes | 100 | 130 | 95 |
| Household Articles | 10 | 15 | 13 |
| Total | 270 | 375 | 358 |

Source : Japan Herb Association

ข. การนำเข้าสมุนไพรของญี่ปุ่น

ญี่ปุ่นนำเข้าสินค้าสมุนไพรเกือบทั้งหมดจากต่างประเทศ ทั้งในรูปแบบสมุนไพรแห้ง สมุนไพร น้ำมันและสกัด และผลิตภัณฑ์สมุนไพร จากการประมาณการณ ครึ่งหนึ่งของผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีจำหน่ายในร้านค้าปลีกถูกนำเข้าจากต่างประเทศ ในรูปผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป และส่วนที่เหลือเป็นการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศเพื่อนำมาผ่านกรรมวิธีการผลิตในประเทศ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรส่วนใหญ่จะถูกนำเข้าจาก ฝรั่งเศส เยอรมัน และสหรัฐอเมริกา สมุนไพรประเภทวัตถุดิบจะถูกนำเข้าจากบราซิล อิตาลี โมร็อกโก ปากีสถาน โปแลนด์ ตุรกี และประเทศแถบเอเชีย

ภาวะตลาดสินค้าสมุนไพร (Herbs) ในประเทศญี่ปุ่น

สินค้าสมุนไพร (Herbs) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (Herbal Product)
2. สมุนไพรที่เป็นยา (Medical Herbs)

สินค้าสมุนไพร (Herbs) ทั้ง 2 ประเภทที่กล่าวถึงจะถูกแยกจากผลิตภัณฑ์ยาในลักษณะที่ว่า ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (Herbal Product) ไม่ใช่ยารักษาโรค แต่เป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ช่วยสร้างเสริมให้ร่างกายของคนเรากลับเข้าสู่ภาวะปกติ เมื่อร่างกายแข็งแรงแล้วจะมีแรงต้านทานและหายจากโรคร้ายไข้เจ็บเอง

สินค้าสมุนไพร (Herbs) มียอดขายโดยประมาณในปี 1999 เป็นเงิน 2,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นประมาณ 15.3% จากปี 1998 และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มต่อไปด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ระยะเวลาหลังสมุนไพรที่ใช้ยี่ห้อของตนเอง (Private Brand) มีเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว สินค้าภายใต้ยี่ห้อการค้าของตนเอง (Private Brand) มีสูงถึง 32.8% ของสินค้าสมุนไพรทั้งหมด สินค้าที่ได้รับความนิยมสูงสุดได้แก่ สินค้าประเภทชะลอความแก่ และลดความอ้วน

ในประเทศญี่ปุ่น กระทรวงสาธารณสุขได้ประกาศจัดตั้งหมวดสินค้าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทพิเศษขึ้นขณะนี้ อนุญาตไปแล้ว 182 ประเภท แยกออกเป็น 8 หมวด เช่น ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ทำให้กระเพาะกลับเข้าสู่ภาวะปกติ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับคนที่มีคอเลสเตอรอลสูง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับคนที่มีความดันโลหิตสูง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ช่วยร่างกายในการดูดซับแร่ธาตุอาหาร (Mineral) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ช่วยลดการเป็นโรคฟันผุ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับคนเป็นโรคเบาหวาน เป็นต้น

ปัจจุบันนี้ในประเทศไทย ผลิตภัณฑสมุนไพร (Herbal Product) ประเภท ชาสมุนไพร (Herbal Tea) และ ผลิตภัณฑ Aroma therapy เริ่มเป็นที่รู้จักในหมู่นิยมสาวมากยิ่งขึ้น และได้รับการยอมรับว่าน่าจะดีสำหรับสุขภาพของคน แต่ในทางปฏิบัติก็ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างกระจ่างว่าสมุนไพรแต่ละชนิดมีผลที่ชัดเจนกับร่างกายอย่างไรบ้าง

สำหรับสมุนไพรที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ สมัยก่อนกระทรวงสาธารณสุขมีกฎระเบียบเข้มงวด ต้องตรวจเช็คทุกครั้งว่าสมุนไพรที่นำเข้ามาเป็นประเภทอาหารหรือยา แต่หลังจากที่มีการปรับเปลี่ยนกฎระเบียบ สมุนไพร 169 ประเภทได้รับการประกาศว่าเป็นสมุนไพรประเภทอาหาร สามารถวางจำหน่ายได้ไม่ว่าจะเป็นลักษณะบรรจุในแคปซูล หรือ อัดเป็นเม็ด

อย่างไรก็ตาม ตลาดสำหรับผลิตภัณฑประเภทยาสมุนไพร (Medical Herbs) ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันยาสมุนไพรที่ได้รับการระบุไว้ 6 ประเภท จะมีการขยายประเภทมากขึ้น และผู้บริโภคจะได้รับทราบถึงสรรพคุณของยาสมุนไพรแต่ละประเภทได้ง่ายยิ่งขึ้น และเป็นที่คาดกันว่ายาสมุนไพรจะได้รับการบรรจุให้อยู่ในหมวดของยาประเภทอื่นๆต่อไปในอนาคต ถึงกระนั้นถ้ามองจากแนวโน้มของต่างประเทศแล้ว การจำหน่ายสินค้ายาสมุนไพรโดยไม่ระบุสรรพคุณและผลข้างเคียงคงไม่สามารถดำเนินต่อไปได้นานมากนัก

กฎระเบียบการนำเข้า

การนำเข้าสมุนไพรมายังประเทศไทยจะต้องเป็นไปตามกฎหมายและกฎระเบียบการนำเข้า อาทิ กฎหมาย Pharmaceutical Affair's Law กฎหมาย Food Sanitation Law และกฎหมาย Plant Quarantine Law นอกจากนี้ยังต้องเสียค่าภาษีศุลกากร และภาษีการขายอีกด้วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชนิดของสมุนไพร

ข้อแนะนำสำหรับผู้ผลิต / ผู้ส่งออกไทยในการเจาะขยายตลาดญี่ปุ่น

1. ผู้ผลิต / ผู้ส่งออกไทยจะต้องศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายและกฎระเบียบการนำเข้าสินค้าสมุนไพรมายังประเทศไทย อาทิ Pharmaceutical Affair's Law กฎหมายและกฎระเบียบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งกฎระเบียบการนำเข้าของญี่ปุ่นเข้มงวดกว่าประเทศยุโรปตะวันตก
2. ควรหาหุ้นส่วนหรือผู้ร่วมลงทุนญี่ปุ่นเพื่อช่วยในการทำกลยุทธ์ทางการตลาด ติดต่อกับผ่านขั้นตอนการนำเข้า การจัดการด้านเก็บโกดังและอื่นๆ ตามปกติ บริษัทญี่ปุ่นที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับสมุนไพรส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็ก ผู้ผลิต / ผู้ส่งออกไทย จะต้องมีการตรวจสอบให้ดีก่อนที่จะร่วมหุ้นส่วนหรือร่วมลงทุนกับบริษัทญี่ปุ่น
3. พัฒนาผลิตภัณฑให้สอดคล้องกับความต้องการและรสนิยมของชาวญี่ปุ่น เช่น สินค้าสมุนไพรซึ่งมีการบรรจุภัณฑขนาดใหญ่ซึ่งจำหน่ายได้ดีในสหรัฐอเมริกา อาจจำหน่ายได้ไม่ดีในตลาดญี่ปุ่น หากไม่ลดขนาดบรรจุภัณฑให้มีขนาดเล็กลง
4. ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจะเลือกซื้อสินค้าที่มีมาตรฐานการบรรจุภัณฑที่ดี และมองดูน่าเชื่อถือ มีข้อความบรรยายสรรพคุณที่ชัดเจนไม่คลุมเครือ

ข้อคิดเห็นและเสนอแนะ

1. ปัจจุบันชาวญี่ปุ่นให้ความสนใจในการบำรุงรักษาสุขภาพและนิยมการหันกลับไปสู่ธรรมชาติ (Back to nature) มากยิ่งขึ้น ประกอบกับสัดส่วนของประชากรผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต แนวโน้มนี้สะท้อนให้

เห็นความจริงว่า สินค้าสมุนไพรจะถูกบริโภคเพิ่มขึ้นในด้านเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ เครื่องทำความสะอาด / แต่งตัว (Toiletries) ผลิตภัณฑ์ยาทำจากสมุนไพร และผลิตภัณฑ์สมุนไพรสำหรับชีวิตประจำวัน

2. สินค้าสมุนไพรน่าจะเป็นสินค้าหนึ่งในอนาคตที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตและส่งออก ซึ่งจะช่วยให้ทำรายได้เข้าประเทศมากยิ่งขึ้น ประเทศไทยมีข้อได้เปรียบหลายประการ อาทิ มีทรัพยากรสมุนไพรหลากหลายชนิดภายในประเทศ มีทำเลที่ตั้ง ภูมิอากาศ และความสมบูรณ์ของดินเหมาะสมในการเพาะปลูก มีตำรายาแผนโบราณที่มีคุณประโยชน์ในการรักษาสุขภาพ สามารถนำมาประยุกต์เข้ากับตำรายาแผนปัจจุบันได้ เห็นควรส่งเสริมให้มีการเพาะปลูกสมุนไพรในเชิงธุรกิจมากยิ่งขึ้นญี่ปุ่น

ฮ่องกง

ตลาดฮ่องกงนำเข้ายาและสมุนไพรจากไทยยังน้อยมาก ส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าเพื่อส่งออกต่อ (Re-export) เข้าสู่ประเทศจีนและต่างประเทศ จึงเป็นโอกาสที่ผู้ส่งออกไทยจะสามารถขยายตลาดยาเวชภัณฑ์และสมุนไพรบางประเภท เข้าไปในตลาดฮ่องกงหรือจำหน่ายในจีนมากขึ้น และสามารถขอรายชื่อโรงพยาบาลและผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ยาและอุปกรณ์ทางการแพทย์

ภาวะตลาดสมุนไพรในฮ่องกง

ฮ่องกงเป็นตลาดเล็ก มีประชากรประมาณ 6.9 ล้านคน มีพื้นที่ทำการเกษตรเพียงเล็กน้อย การเพาะปลูก/ผลิต สมุนไพรแทบจะไม่มี ทางด้านตลาดสมุนไพรในฮ่องกงส่วนใหญ่เป็นสมุนไพรและพืชที่ใช้ผลิตยาจีนแผนโบราณ ฮ่องกงเป็นแหล่งระบายสินค้าสมุนไพรจีนออกสู่ตลาดโลกติดต่อกันมาเป็นเวลานานแล้ว ในขณะที่เดียวกันก็มีการนำเข้าสมุนไพรจากต่างประเทศเข้าฮ่องกงและส่งต่อไปจำหน่ายในประเทศจีนด้วย

สมุนไพรประเภทที่มีการซื้อขายกันมากในฮ่องกง เรียงตามลำดับปริมาณการนำเข้า ได้แก่ พริกไทย, โสม (Gingseng), nutmeg/mace, ชิง (Ginger), cloves, สมุนไพรประเภทเป็นเมล็ด (spice seed) และสมุนไพรอื่นๆ ใดๆก็ตามที่ความต้องการนำเข้าสมุนไพร/เครื่องเทศ ในแต่ละปีมีความผันผวนไม่แน่นอน ปริมาณนำเข้าแตกต่างกันมากในแต่ละปี ทั้งนี้เพราะความต้องการใช้ในฮ่องกงเองมีไม่มากนัก การนำเข้าส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าเพื่อส่งออกต่อ (Re-export) เข้าสู่ประเทศจีน หรือจากจีนเข้าฮ่องกงเพื่อส่งออกต่อไปที่อื่น

ลักษณะและช่องทางการจำหน่าย

ธุรกิจ/อุตสาหกรรมที่มีความต้องการใช้สมุนไพรในฮ่องกงแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ ธุรกิจ/บริการด้านอาหาร (Food Services เช่น ภัตตาคาร ร้านอาหาร ฟาสต์ฟู้ด โรงแรม ซึ่งต้องการใช้สมุนไพรมากเป็นอันดับหนึ่ง ประมาณร้อยละ 80 ของความต้องการใช้ทั้งหมดในฮ่องกง รองลงไปได้แก่ ซูเปอร์มาร์เก็ตที่นำสมุนไพรไปจำหน่าย (ร้อยละ 15) และร้านค้าขายปลีกเล็กๆ (ร้อยละ 5) นอกจากนี้ยังมีกลุ่มร้านขายยาแผนโบราณจีน (Chinese herbal medicine stores) ที่จำหน่ายและใช้สมุนไพรเพื่อผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูปด้วย เช่นเดียวกัน โดยเฉพาะสมุนไพรประเภทโสม (ginseng) ชนิดต่างๆ

สมุนไพรที่มีจำหน่ายในฮ่องกง ส่วนใหญ่จำหน่ายภายใต้ชื่อตราี่ห้อต่างๆ ที่สำคัญ เช่น Spice Island, Yat Hing, Ideal, Pan Pacific, Paco ฯลฯ

การนำเข้า

ในปี 2543 ที่ผ่านมา ส่องกงนำเข้าสมุนไพรดังกล่าวข้างต้นมีปริมาณรวม 19,547,700 กิโลกรัม มูลค่ารวม 143 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 6,435 ล้านบาท ซึ่งมีตัวเลขการนำเข้าแต่ละรายการดังนี้

ปริมาณ, มูลค่า สมุนไพรนำเข้าส่องกง ปี 2543

| <u>ประเภท</u> | <u>ปริมาณ</u> (กิโลกรัม) | <u>มูลค่า</u> (1,000 เหรียญสหรัฐ) | <u>แหล่งนำเข้าสำคัญ</u> |
|----------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------------------|
| Pepper | 6,738,255 | 15,935 | สิงคโปร์, อินโดนีเซีย, จีน, มาเลเซีย, ไทย |
| Ginseng | 4,343,326 | 109,923 | แคนาดา, จีน, เกาหลีใต้, ญี่ปุ่น |
| Nutmeg, Mace, Cardamoms | 2,680,890 | 7,232 | อินโดนีเซีย, สิงคโปร์, มาเลเซีย, ไทย |
| Ginger | 911,804 | 680 | จีน, อินโดนีเซีย, ญี่ปุ่น, ไทย |
| Cloves | 820,988 | 1,835 | มาดากัสการ์, สิงคโปร์, อินโดนีเซีย, สหรัฐอเมริกา |
| Spice seed | 541,012 | 1,192 | จีน, สิงคโปร์, อินเดีย, เอมิเรตส์ |
| Cinamon | 275,345 | 261 | จีน, เวียดนาม, สหรัฐอเมริกา, สวีเดน |
| Other Spice | 3,236,080 | 5,750 | อินเดีย, ตุรกี, จีน, ญี่ปุ่น, ไทย |
| รวม | 19,547,700 | 142,808 | |

ที่มา : สำนักงานสถิติของส่องกง

ระเบียบการนำเข้า

ส่องกงไม่มีการจัดเก็บภาษีศุลกากรสำหรับการนำเข้าและส่งออกสินค้าสมุนไพร แต่มีระเบียบเรื่องการปิดป้ายฉลากสินค้า (Labeling Requirements) โดยบนวัสดุหรือภาชนะบรรจุหีบห่อ ต้องระบุข้อความเกี่ยวกับชื่อสินค้า ส่วนผสม วันหมดอายุ (best before... หรือ use by....) ชื่อผู้ผลิตหรือหีบห่อสินค้า (packer) หน่วยปริมาตรน้ำหนัก

สำหรับสมุนไพรสดควรมีใบรับรองการปลอดโรคและแมลงพืชแนบไปกับสินค้าด้วย ส่วนสมุนไพรที่สกัดเป็นตัวยาจะต้องปฏิบัติตามระเบียบการนำเข้าเช่นเดียวกับยาสมุนไพรจีน (Chaineese herbal medicine) ของกระทรวงสาธารณสุขส่องกง ตามเอกสารแนบ โดยผู้นำเข้าในส่องกงจะต้องยื่นขออนุญาตก่อนการนำเข้า

ไต้หวัน

การแพทย์แผนจีนโบราณและการแพทย์สมัยใหม่ในไต้หวันมีการพัฒนาควบคู่กัน และยังคงมีประชาชนจำนวนมากที่มีความนิยมในแพทย์แผนโบราณมากกว่าแผนปัจจุบัน เนื่องจากเชื่อว่าการรับประทานยาแผนโบราณจะไม่เกิดอาการแทรกซ้อน หรือเกิดน้อยมาก ตามท้องถิ่นจะยังคงปรากฏร้านขายยาจีนแผนโบราณอยู่ทั่วไป หรือร้านขายยาแผนปัจจุบันบางแห่งจะขายยาแผนโบราณควบคู่ไปด้วย

ในส่วนของคลินิกรักษาโรคนั้น คลินิกที่รักษาแบบแผนจีนโบราณมีการพัฒนาขึ้นมากด้วยการตกแต่งร้านอย่างสะอาดและสว่างไสว เป็นที่ดึงดูดให้ประชาชนเกิดความเชื่อถือและอยากใช้บริการ ถือว่าเป็นการพัฒนาให้ทัน

กับยุคสมัย อีกทั้งยาสมุนไพรต่างๆ ก็มีการพัฒนาอยู่ในรูปของผงแคปซูล หรือเป็นยาสกัดแทบทั้งสิ้น สภาพที่จะต้องเจียดยาแล้วนำไปต้มเคี่ยวมีอยู่น้อยมาก

สมุนไพรที่เป็นยาจีนแผนโบราณ ส่วนใหญ่เป็นการเก็บหรือปลูกในประเทศและนำเข้ามาในส่วนของไต้หวันไม่มีหรือขาดแคลน แหล่งนำเข้าที่สำคัญคือ จีนแผ่นดินใหญ่ เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในส่วนของการนำเข้าจากไทยนั้น จะมีการนำเข้าตุ๊กแก ม้าน้ำ พุทราจีน เป็นต้น

ปัจจุบันเนื่องจากไต้หวันกำลังจะเข้าเป็นสมาชิก WTO และต้องเปิดตลาดให้แก่สินค้าเกษตรและสมุนไพรของจีนแผ่นดินใหญ่ ทำให้ผู้ประกอบการในไต้หวันเริ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อความอยู่รอด ทั้งนี้ได้มีการปรับปรุงพัฒนาเป็นสมุนไพรสกัดมากขึ้น โดยนิยมที่จะแปรรูปเป็นแคปซูลที่สะดวกในการรับประทาน โดยไต้หวันหวังจะยกระดับเป็นผู้ผลิตยาแทนการเก็บหรือเพาะปลูกสมุนไพร

สมุนไพรในรูปแบบอาหารเสริมและอาหารสุขภาพ

ประชาชนมีอำนาจซื้อค่อนข้างสูง มีการยกระดับการครองชีพและให้ความเอาใจใส่ทางด้านอาหารและสุขภาพมากขึ้น ทำให้มีอาหารเสริมและอาหารสุขภาพจำหน่ายในตลาดไต้หวันเพิ่มขึ้น

ช่องทางการจำหน่ายอาหารเสริมและอาหารสุขภาพ มีทั้งแบบจำหน่ายในช่องทางปกติที่จำหน่ายผ่านทางร้านขายยา และร้านสินค้าเพื่อสุขภาพแบบลูกโซ่ เช่น ร้าน COSMED และอีกช่องทางหนึ่งที่นิยมมากคือ การจำหน่ายตรงแบบ Multi - Level Marketing (MLM)

กฎระเบียบในการนำเข้าสินค้าสมุนไพรของไต้หวัน

โดยปกติแล้วหากเป็นสมุนไพรที่อยู่ในรูปของวัตถุดิบจะไม่มีข้อจำกัดมาก การนำเข้าจะเหมือนกับการนำเข้าผักผลไม้หรือสินค้าเกษตรอื่นๆ ทั้งนี้อัตราภาษีสินค้าเกษตรของไต้หวันจะอยู่ในอัตราประมาณ ร้อยละ 25-50 แล้วแต่ชนิดสินค้า หากเป็นสมุนไพรที่มีการแปรรูปอยู่ในลักษณะของยา จะมีข้อจำกัดในการนำเข้าเนื่องจากผู้นำเข้าจะต้องจดทะเบียนเป็นผู้ค้าหรือผู้ผลิตยาจีนแผนโบราณและยื่นขอนำเข้าต่อ Committee on Chinese Medicine and Pharmacy, Department of Health, Taiwan ซึ่งในทางปฏิบัติจะมีการพิจารณาที่ค่อนข้างจะเข้มงวด ในส่วนของการนำเข้าผลิตภัณฑ์สมุนไพรในรูปแบบของอาหาร ถ้าหากไม่มีการพิมพ์บนฉลากว่าเป็นอาหารเพื่อสุขภาพซึ่งมีการจดอ้างสรรพคุณต่างๆ จะไม่มีข้อจำกัดในการนำเข้าหรือการจำหน่าย โดยสามารถถือปฏิบัติเช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์อาหารทั่วไป แต่หากมีข้อความระบุว่า เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ จะต้องยื่นเรื่องเพื่อขอจดทะเบียนอาหารสุขภาพต่อ Bureau of Food Sanitation, Department of Health ของไต้หวัน ทั้งนี้จะต้องผ่านขั้นตอนการพิสูจน์สรรพคุณของอาหารดังกล่าวว่าเป็นจริงตามที่ระบุไว้บนฉลาก โดยปกติ Department of Health จะต้องใช้เวลาประมาณ 6 เดือนในการพิจารณา

เกาหลีใต้

ในรอบ 5 เดือนแรกของปี 2544 (ม.ค. - พ.ค.) เกาหลีใต้มีการนำเข้าพืชสมุนไพรและส่วนประกอบ ปริมาณ 15,424 ตัน มูลค่า 19,356 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนใหญ่จะนำเข้าสมุนไพรเพื่อมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเครื่องยา เครื่องสำอางและปรุงอาหาร และจำเข้ามาในสภาพที่มีการปรุงแต่งน้อยที่สุด พยายามรักษาสภาพให้ใกล้เคียง

ธรรมชาติที่เก็บเกี่ยวมาจากต้น เพียงแต่นำมาอบหรือตากให้แห้ง เพื่อให้สะดวกต่อการขนส่งและไม่เน่าเสีย ส่วนพืชสมุนไพรสำเร็จรูปที่นำมาบริโภคมักจะพัฒนาให้ง่ายต่อการบริโภคมีรูปแบบ สี สัน รสชาติชวนรับประทาน เช่น เป็นเม็ดหรือแคปซูล ชาวฝั่งสำเร็จรูป น้ำเชื่อม เยลลี่ หรือแช่อบน้ำผึ้ง เป็นต้น แหล่งนำเข้าที่สำคัญคือ จีน เวียดนาม พม่า ไทย อินโดนีเซีย อุเบกสถาน เกาหลีเหนือ อินเดีย สหรัฐอเมริกา เป็นต้น

ระเบียบการนำเข้า

การนำเข้าพืชสมุนไพรและส่วนประกอบจะเสียอากรขาเข้าร้อยละ 8 และภาษีมูลค่าเพิ่มอีกร้อยละ 10 หากเป็นการนำเข้าในรูปยาสำเร็จรูป จะต้องขึ้นทะเบียนตำรับยาสมุนไพร แต่หากนำเข้ามาเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการปรุงยา ผู้นำเข้าต้องมีใบอนุญาตเป็นผู้ปรุงยา (เภสัชกร) และมีใบรับรองจาก Korea Pharmaceutical Traders Association

การขึ้นทะเบียนตำรับยาสมุนไพร

ในการปรุงยาดำรับยาสมุนไพรออกจำหน่าย ผู้ผลิตจะต้องขึ้นทะเบียนตำรับยาสมุนไพรต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเกาหลี (Korea Food and Drug Administration) พร้อมเอกสารดังนี้

5. เอกสารรับรองให้นำเข้าสินค้าจากสมาคมผู้ค้ายาเกาหลี (Korea Pharmaceutical Traders Association)
6. ใบแจ้งการนำเข้าสินค้า
7. ชนิดของสินค้าและวิธีการทดสอบ
8. เอกสารรับรองความปลอดภัยของสินค้า
9. เอกสารรับรองการผลิตและการจำหน่าย

พืชสมุนไพรที่ห้ามนำเข้า ได้แก่

3. พืชสมุนไพรที่จัดเป็นประเภทสารเสพติด เช่น กัญชา ดอกฝิ่น ต้องขออนุญาตเป็นการเฉพาะจากกระทรวงสาธารณสุข
4. พืชสมุนไพรที่ต้องห้ามตามกฎหมายคุ้มครองพันธุ์พืช (Plant Protection Act) เพื่อป้องกันโรคพืชและแมลงที่อาจติดมากับสินค้าได้ แต่หากเป็นสินค้าที่ผ่านการแปรรูปและปลอดภัยจากเชื้อโรคแล้วสามารถนำเข้าได้
5. พืชและสัตว์ที่อยู่ภายใต้การคุ้มครองตามอนุสัญญาคุ้มครองพืชพันธุ์สัตว์ป่าที่หายาก (Convention On International Trade in Endangered Wide Faunan and Flora-CITES) จะต้องมีใบอนุญาตให้ส่งออกจากประเทศผู้ส่งออก จึงจะอนุญาตให้นำเข้าได้

สมุนไพรซึ่งกำหนดไว้ 26 รายการ เพื่อคุ้มครองผู้ผลิตภายในประเทศ เช่น Lycil, Fructus, Angelicae Koreanae Rhizomd, Angelicae Gigantis Radix, Eucommiae Cortex, Comi Fructus เป็นต้น

คุณสมบัติของผู้นำเข้า

ผู้นำเข้ายาสมุนไพรสำเร็จรูป ต้องขึ้นทะเบียนเป็นผู้นำเข้าและจำหน่ายยาไว้กับเทศบาลหรือจังหวัดต้องได้รับอนุญาตจากสำนักงานอาหารและยา และมีใบรับรองจาก Korea Pharmaceutical Traders Association

ขั้นตอนการนำเข้ายาสมุนไพรสำเร็จรูป

1. ผู้นำเข้าจะต้องส่งตัวอย่างสินค้ายาเพื่อให้สำนักงานอาหารและยาเกาหลี (Korea Food and Drug Administration – KFDA) ทำการตรวจสอบขึ้นทะเบียนตำรับยาพร้อมเอกสาร ดังนี้
 - 1.1 มาตรฐานของวัตถุดิบที่ใช้และวิธีการทดสอบ
 - 1.2 ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้
 - 1.3 มาตรฐานของผลิตภัณฑ์และวิธีการทดสอบพร้อมตัวอย่าง
 - 1.4 ใบรับรองการผลิตและการจำหน่ายสินค้า (Free sale certificate) การขึ้นทะเบียนตำรับยาของผู้นำเข้าจะใช้เวลาประมาณ 2 เดือน
2. ผู้นำเข้าต้องยื่นขอให้สมาคมผู้ค้ายาเกาหลี (Korea Pharmaceutical Traders Association) ให้คำรับรองในการนำเข้า
3. ยื่นขออนุญาตนำเข้าต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา พร้อมเอกสารดังนี้
 - 3.1 เอกสารระบุชนิดและคุณลักษณะของยา พร้อมวิธีการทดสอบ (เป็นเอกสารซึ่ง KFDA มอบให้หลังจากสินค้าผ่านการขึ้นทะเบียนตำรับยาตามข้อ 1 แล้ว)
 - 3.2 เอกสารรับรองความปลอดภัยของสินค้า (KFDA เป็นผู้ออกใบรับรองให้)
 - 3.3 เอกสารรับรองการผลิตและจำหน่าย (Manufacturing Free Sale Certificate) จากหน่วยงานของไทย
 - 3.4 เอกสาร GMP จากหน่วยงานของไทย
 - 3.5 ใบแจ้งการนำเข้าสินค้า
 - 3.6 เอกสารรับรองให้นำเข้าสินค้าจากสมาคมผู้ค้ายาเกาหลี
4. หลังจากนั้นจึงนำใบอนุญาตให้นำเข้าจาก KFDA และใบรับรองจากสมาคมผู้ค้ายาเกาหลี เอกสารประกอบการผ่านพิธีการ ไปยื่นต่อกรมศุลกากรเพื่อนำสินค้าออก
5. หากเป็นการนำเข้าครั้งแรกก่อนวางสินค้าจำหน่ายในท้องตลาดจะต้องผ่านการตรวจสอบจากหน่วยงานของเทศบาล Seoul Metropolitan Government Research Institute of Public Health and Environment เพื่อให้ทดสอบและออกใบรับรองด้านความปลอดภัยอีกครั้งหนึ่ง ดังนี้
 - 5.1 ตัวอย่างสินค้า เช่น ยาเม็ด ขนาดบรรจุ 500 – 1,000 เม็ด ส่งตัวอย่าง 1 ขวด
 - 5.2 เอกสารอนุญาตให้นำเข้าของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
 - 5.3 เอกสารประกอบการผ่านพิธีศุลกากร นำเข้าสินค้า เช่น ใบขนสินค้า (Bill of lading- B/L) ใบแจ้งราคาสินค้า (Invoice) หมายเลขโรงงานผู้ผลิตสินค้า
 - 5.4 ใบรับรองให้นำเข้าสินค้าจากสมาคมผู้ค้ายาเกาหลีการนำเข้าครั้งต่อไปทุกครั้งต้องขอใบรับรอง (End – user Recommendation) จากสมาคมผู้ค้ายาเกาหลี (Korea Pharmaceutical Traders) ก่อน แล้วจึงนำไปยื่นขออนุญาตนำเข้าต่อสำนักงานอาหารและยาเกาหลีได้

สหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์

ชาวอาหรับพื้นเมืองไม่รู้จักใช้สมุนไพรเป็นยามากนัก และสมุนไพรที่นำเข้ามาส่วนใหญ่ก็นำเข้ามาจากประเทศอินเดียและอิหร่านซึ่งเป็นคนต่างชาติจำนวนมากอาศัยอยู่ในยูเออีและรู้จักใช้สมุนไพรเปียหรือใช้เครื่องเทศปรุงอาหาร แต่สำหรับเครื่องหอมหรือเครื่องสำอางทำจากสมุนไพรนั้นได้รับความนิยมมากขึ้น สำหรับฤดูกาลในการสั่งซื้อและฤดูกาลจำหน่าย พบว่าตลอดปี ซึ่งเป็นการแข่งขันกันเองระหว่างผู้นำเข้า

สมุนไพรไทยที่นำเข้ากลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นไม้หอมและน้ำมันไม้หอม บางส่วนเป็นไม้หอมที่ใช้เป็นวัตถุดิบผลิตน้ำหอม และเครื่องสำอาง ที่ส่วนใหญ่ผลิตโดยโรงงานน้ำหอมและเครื่องสำอางในเขตอุตสาหกรรมพิเศษ Jebel Ali รัฐดูไบ และส่งออกนอกเขตเพื่อใช้จำหน่ายในตลาดยูเออี (ดังที่ปรากฏในสถิติการนำเข้าสินค้ากลุ่มนี้ว่านำเข้าจากเขตอุตสาหกรรมฯ มูลค่าสูงสุด) นอกจากนั้นยังส่งออกต่อไปประเทศอาหรับใกล้เคียงอื่นๆ สำหรับสมุนไพรที่นำเข้าปริมาณและมูลค่ามากจากอินเดียและอิหร่าน ทั้งนี้เพราะราคาสินค้าถูกและค่าขนส่งจากประเทศดังกล่าวไปยูเออีถูกมากเมื่อเทียบกับไทย

สินค้าสมุนไพร ได้แก่ ต้น/ดอก/ใบ/รากต้นไม้มงคลทั้งเมล็ดผล สำหรับใช้ทำเครื่องหอมน้ำหอม ใช้ในเภสัชกรรม สำหรับฆ่าแมลง ฆ่ารา เป็นชนิดสด/แห้ง จะตัด บด หรือทำเป็นผงก็ตาม

การนำเข้า

เอกสารประกอบการนำเข้า : Invoice, Certificate of Origin ประทับตรารับรองจากหอการค้าไทย และ

Legalize จากสถานทูตประเทศสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์ ในประเทศไทย Bill of Lading และ Packing List

กฎระเบียบข้อบังคับอื่น ๆ : สินค้าอาหารต้องมีใบรับรองคุณภาพหรือสุขภาพลักษณะ Health หรือ Sanitary Certificate มีป้ายฉลากระบุรายละเอียด ชื่อสินค้า ส่วนผสม ขนาดน้ำหนัก ประเทศต้นทางผู้ผลิต วันผลิตและหมดอายุ พืชต้องมีใบรับรองปลอดโรค Phytosanitary Certificate ประกอบ

ในกรณีที่ส่งออกสมุนไพรเป็นยาหรือเป็นอาหารเสริมไปจำหน่ายในยูเออี มีกฎการนำเข้าอย่างเข้มงวด โดยผู้ส่งออกจะต้องการส่งตัวอย่างสินค้าไปตรวจที่กระทรวงสาธารณสุขเออี และหากได้รับการอนุญาตและผ่านการตรวจสอบจากกระทรวงสาธารณสุขแล้ว จึงจะสามารถส่งไปจำหน่ายโดยผ่านเอเยนต์ในยูเออีได้ รายละเอียดของกฎระเบียบการนำเข้าสมุนไพรและแบบฟอร์มการส่งตัวอย่าง ตามเอกสารแนบ

สำหรับสินค้าเครื่องสำอางมีเกณฑ์และระเบียบการนำเข้า ดังนี้

1. ภาษีนำเข้า : 4% จากราคาซีไอเอฟดูไบ
2. การให้สิทธิพิเศษทางศุลกากร : ไม่มี

เอกสารประกอบการนำเข้า : Invoice, Certificate of Origin ประทับตรารับรองจากหอการค้าไทยและ Legalize จากสถานทูตอาหรับเอมิเรตส์ ในประเทศไทย , Bill of Lading และ Packing List