

บทที่ 3

ผลการศึกษา

1. ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรในประเทศ

สมุนไพรมีบทบาทอย่างยิ่งในฐานะที่เป็นทางเลือกหนึ่งในการดูแลสุขภาพ ทั้งในระดับชุมชน และระดับสากล ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีทรัพยากรทางด้านสมุนไพรหลากหลาย รวมทั้งมีการใช้สมุนไพรเพื่อการรักษากันมา ยาวนานถือเป็นภูมิปัญญาไทย มีการนำสมุนไพรมาใช้เพื่อประโยชน์ต่างๆ เช่น เพื่อการรักษา เป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และเป็นเครื่องสำอาง

ภาคผนวกที่ 1 แสดงฐานข้อมูลอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรในเชิงพาณิชย์ที่ผลิตในประเทศไทย เฉพาะในกลุ่มของเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารใน 3 ระดับ ดังนี้

- 1) ระดับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product, OTOP)
- 2) ระดับผู้ประกอบการระดับกลาง-ระดับเล็ก (SMEs)
- 3) ระดับส่งออก

จากภาคผนวกดังกล่าวประมวลได้ว่า สมุนไพรที่มีการผลิตกันอย่างแพร่หลายในลักษณะผลิตภัณฑ์เสริมอาหารได้แก่กระเทียม สาหร่ายเกลียวทอง และยอ ส่วนสมุนไพรที่มีการใช้ในลักษณะเครื่องสำอางได้แก่ กวาวเครือขาว จึงได้แยกทำตารางแสดงฐานข้อมูลอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรดังกล่าวไว้ในตารางที่ 3-7 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่เป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในระดับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
(สืบค้นจากอินเทอร์เน็ต ณ กรกฎาคม 2547)

ผลิตภัณฑ์	บริษัท	บุคคลที่สามารถติดต่อได้	ที่อยู่	โทรศัพท์	ระดับ
กระเทียมแคปซูล	สกก.สวนฟ้านาบุญศิริระชอโคกจำกัด	นางสาวนวลขจร สุวรรณ	เลขที่ 270 หมู่ที่ 15 บ้านศรีระชอโคก ต.กระแซง อ.กันทรลักษณ์ จ. ศรีสะเกษ เว็บไซต์ไทยตำบลดอทคอม	: โทร :045-635767	OTOP
กระเทียมแคปซูล			www.udonbusiness.com		OTOP
ผลิตภัณฑ์กระชายดำผงพร้อมขงดื่ม	ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชายแดนสามัคคี	นางสุนนมาลย์ คำแก้ว การ	107 ม.3 ต.นาแห้ว อ.นาแห้ว จ.เลย	โทรศัพท์ (042) 897-261, (01) 811-0194, (01) 701-8740	OTOP
กระชายดำผง	กลุ่มสมุนไพรกระชายดำ	นายหิรัญ แสงหิรัญ	หมู่ที่ 5 ต.สะเดาะพง อ.เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์	โทรศัพท์ 056-711987 Email : cddbp@yahoo.com	OTOP

ตารางที่ 4 ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่เป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในระดับระดับผู้ประกอบการระดับกลาง-ระดับเล็ก
(สืบค้นจากอินเทอร์เน็ต ณ กรกฎาคม 2547)

ผลิตภัณฑ์	บริษัท	บุคคลที่สามารถติดต่อได้	ที่อยู่	โทรศัพท์	ระดับ
กระเทียมแคปซูล	Green-X		4/52 หมู่ 4 ประชาอุทิศ 59 แขวงบางมด เขตทุ่งครุ กรุงเทพฯ 10140 สาขา 1 : Green-X ชั้นปี โรบินสันรัชดาฯ โทร. 0-2641-2924 สาขา 2 : Green-X ชั้น 4 Sogo อัมรินทร์พลาซ่า สาขา 3 : Green-X ชั้น 1 รอยัล การ์เด้น พลาซ่า เจริญนคร สาขา 4 : Green-X ทางเข้า Seri Market ใน Seri Center	โทร : 0-2872-5000 (อัตโนมัติ) Fax : 0-2872-7306	SME
กระเทียมแคปซูล	บริษัท ส่งเสริมสุขภาพแผนไทย จำกัด		52/125 หมู่ 13 ถนนกรุงเทพกรีฑา แขวงสะพาน สูง เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ 10250 adul@thairakthai.or.th	โทร. (662) 736-2125-8 โทรสาร (662) 736-2099	SME
กระเทียมแคปซูล		Subhaneewongtongnguan	32 Eakamai 4th Sukhumvit Rd. North Prakanong, Wattana, Bangkok. 10110, Thailand subhaneew@hotmail.com http://www.greenlandpacific.freeservers.com/	Tel 66-2391-3925	SME

ตารางที่ 4 ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่เป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในระดับระดับผู้ประกอบการระดับกลาง-ระดับเล็ก
 (สืบค้นจากอินเทอร์เน็ต ณ กรกฎาคม 2547) (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์	บริษัท	บุคคลที่สามารถติดต่อได้	ที่อยู่	โทรศัพท์	ระดับ
สำหรับเก็ลียวทอง GD-			บริษัท กรีนโดมอนต์ จำกัด 86 หมู่ 6 ตำบลทุ่งปี อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ 50360	โทร : 053 36 6023	SME
กระชายดำแคปซูล	เขาค้อทะเลภู		สถานที่ตั้งเขาค้อทะเลภู เขาค้อทะเลภูตั้งอยู่ ณ เลขที่ 137 หมู่ 5 (ตรงข้าม สถานีอนามัย บ้านนายาว) ต.ทุ่งสมอ อ.เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์ 67270	02-940-7311-2 โทร. 0 56750061- 2, 01-3380323 โทรสาร 0 56750063	SME
น้ำลูกอมมานาฟรุตโนนิ	คุณจอมชัย หลุกแก้ว		87/6หมู่ 1 ต. ช้างเผือก อ. เมือง จ. เชียงใหม่	053-222689 01-672-4174	SME
น้ำลูกยอ	giffarine			02-619-6622	SME

ตารางที่ 5 ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่เป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในระดับส่งออก
 (สืบค้นจากอินเทอร์เน็ต ณ กรกฎาคม 2547)

ผลิตภัณฑ์	บริษัท	บุคคลที่สามารถติดต่อได้	ที่อยู่	โทรศัพท์	ระดับ
ALICIA Garlic Extract Tablet, Enteric coat			KHAO-LA-OR LABORATORIES LTD., PART. Address : 146/22 Suksawad Road, Phrasamutthdi Samutprakarn Thailand 10290 Telephone : (662) 425-8531, 819-7991 , 425-9036 Fax: (662) 425-8332 E-mail : info@khaolaor.com Website : www.khaolaor.thailand.com http://www.khaolaor.com/f-prod.htm		EXP
IMMUNYTOPGarlic Extract Powder Capsule, Packing 100 capsules/bottle					EXP
Garlic	Herbal One Co., Ltd		98/31 M.11 Putthamonthon 5 Rd., Raiking, Sampran, Nakornpathom, 73210 Thailand e-mail : info@ouayun.com	Tel. : (66 2) 811 8283-4 Fax : (66 2) 8118285	EXP
โคไฟบริน กระเทียมสกัด แคปซูล	บริษัท ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย จำกัด		130/149 ม.3 ต.วังจุกป่า อ.วังน้อย จ. พระนครศรีอยุธยา 13170 อีเมลล์ : phytocare@hotmail.com	โทร. (035) 721445-7 แฟกซ์ (035) 721743	EXP

ตารางที่ 5 ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่เป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในระดับส่งออก
 (สืบค้นจากอินเทอร์เน็ต ณ กรกฎาคม 2547) (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์	บริษัท	บุคคลที่สามารถติดต่อได้	ที่อยู่	โทรศัพท์	ระดับ
Health Food (SUPREDERM) Garlic Products Agar Powder	INTERNATIONAL HEALTH FOOD CO., LTD.		Address : 66 MOO 7, TAMBOL NONGSAENG, AMPHUR NONGSAENG, UDORNTHANI 41340 E-mail : chavalit@ksc.th.com Website : www.suprederm.com	Telephone : (662) 567-4933 Fax: (662) 567- 0946	Exp
Compound Kaempferia parviflora Capsule	Herbal one		98/31 M.11 Putthamonthon 5 Rd., Raiking, Sampran, Nakornpathom, 73210 Thailand e-mail : info@ouayun.com		EXP
Canned Food/Foods In Containers Food Supplement - SPIRULINA Capsule Cosmetics-Face & Body			ADVANCED SPIRULINA BIOTECHNOLOGY CO., LTD. Address : 444 OLYMPIA THAI TOWER, 10TH FLOOR, RATCHADAPISEK RD., SAMSENNOK, HUAYKWANG, BANGKOK, THAILAND 10320 E-mail : siraprapa@spirulina.co.th Website : www.spirulina.co.th	Telephone : (662) 938-9255 to 9 Fax: (662) 938- 9295	EXP

ตารางที่ 5 ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่เป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในระดับส่งออก
 (สืบค้นจากอินเทอร์เน็ต ณ กรกฎาคม 2547) (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์	บริษัท	บุคคลที่สามารถติดต่อได้	ที่อยู่	โทรศัพท์	ระดับ
FOOD SUPPLEMENT - SPIRULINA CAPSULE (ASB SPIRUMATE)			ADVANCED SPIRULINA BIOTECHNOLOGY CO.,LTD. MR.JOMPOJ PIJITPAKDEEKUL 444 OLYMPIA THAI TOWER, 10TH FLOOR, RATCHADAPISEK RD., SAMSENNOK, HUAYKWANG, siraprapa@spirulina.co.th	Tel.66-2-9389255-9	EXP
น้ำลูกยอโนนิตาฮิติ	Kahuna international			02-421-7315 02-806-9338	EXP
บ.ตาฮิติเยนโนนิ อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล ประเทศไทย				01-836-3413	EXP
ยอ	รพ. อภัยภูเบศร์		รพ. อภัยภูเบศร์ ปราชินบุรี		EXP

ตารางที่ 6 ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่เป็นเครื่องสำอาง ในระดับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
 (สืบค้นจากอินเทอร์เน็ต ณ กรกฎาคม 2547)

ผลิตภัณฑ์	บริษัท	บุคคลที่สามารถติดต่อได้	ที่อยู่	โทรศัพท์	ระดับ
ครีมทาผิวรอง	กลุ่มสมุนไพรเสริมความงามเอิร์บแคร์	นางจำลอง ตั้งธรรมิทธิ	57 หมู่ 1 ต.บางขาม อ.บ้านหมี่ จ.ลพบุรี 15110	โทร : 036 423097, 01 8537889	OTOP

ตารางที่ 7 ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่เป็นเครื่องสำอาง ในระดับส่งออก
(สืบค้นจากอินเทอร์เน็ต ณ กรกฎาคม 2547)

ผลิตภัณฑ์	บริษัท	บุคคลที่สามารถติดต่อได้	ที่อยู่	โทรศัพท์	ระดับ
กวางเครือ	Herbal One Co., Ltd.		98/31 M.11 Putthamonthon 5 Rd., Raking, Sampran, Nakornpathom, 73210 Thailand e-mail : info@ouayun.com	Tel. : (66 2) 811 8283-4 Fax : (66 2) 811 8285	EXP
<u>Pueraria mirifica breast cream</u> <u>Pueraria mirifica eye gel serum</u> Product brand : TriSiam	Wanalee Co. Ltd.		59/1-5 Dindaeng Road, Phayathai, Bangkok 10400, Thailand Email : info@trisiam.com Factory Address : 65/1 Moo 1, T.Huaysai, A.Maerim, Chiangmai 50180, Thailand	Tel. : (66 2) 6445075-9 Fax : (66 2) 2460240	EXP
Pueraria mirifica & Butea superba Rejuvenating Herbal Products From Thailand	Health Herb products Co., Ltd.	MR.NITIBHON NITIBHUMIVECHSAKUL	202/5 Moo 2 Soi Pookmitr, Old Railway Rd., Samrongtai, Phrapradaeng, Samutprakarn 10130 Thailand http://www.thaipuerarian.com/ E-mail address : healthherb@usa.net	Tel. 662- 3843461- 9 Fax 662- 3843460	EXP
Bio Breast Cream/Gel	Bio Pure Co., Ltd.		E-mail us at info@biopure.co.th or chandhima@hotmail.com 126/62-65 Soi Ramindra 55 Ramindra BangKhen Bangkok 10230	Tel : (662) 945- 4500-6 Fax : (662) 945-4506	EXP

ตารางที่ 7 ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่เป็นเครื่องสำอาง ในระดับส่งออก
(สืบค้นจากอินเทอร์เน็ต ณ กรกฎาคม 2547) (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์	บริษัท	บุคคลที่สามารถติดต่อได้	ที่อยู่	โทรศัพท์	ระดับ
กวางเครือ	Eastern herb		http://mlm.pantown.com/ http://www.geocities.com/pusitta_samunpai/		EXP
PUERA CREAM™			http://www.khaolaor.com/f-prod.htm		EXP
DeliveryThai dotcom Limited Partnership			53/6 Phaholyothin 47 Rd. Kwang Ladyao Khet Chatuchak Bangkok 10900 Email : Marketing@DeliveryThai.com By: Webmaster@AirisSophia.com	Tel : (662) 955 - 1700 Fax : (662) 955 – 1700 ต้องการข้อมูล เพิ่มเติมเกี่ยวกับ สินค้า สอบถามได้ ที่ 0-2955-1700 ตลอด 24 ชม.	EXP
Active Firming Breast Cream กวางเครือ ครีม			http://www.beautybody.cjb.net	โทร 06-5353756	EXP

ตารางที่ 7 ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่เป็นเครื่องสำอาง ในระดับส่งออก
 (สืบค้นจากอินเทอร์เน็ต ณ กรกฎาคม 2547) (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์	บริษัท	บุคคลที่สามารถติดต่อได้	ที่อยู่	โทรศัพท์	ระดับ
St.herb Breast SerumSt.herb Breast Spray St.herb Breast MaskSt.herb Breast Cream	Tropical Herbal Products Company Ltd.;		http://www.puerariathai.com/pueraria_new_products.html Bangkok office: 19/1-2 Wang Dek Bldg., 6th Floor, Vibhavadi Rangsit Rd., Chatuchak, Bangkok 10900, Thailand marketing@puerariathai.com	Tel: 662-272- 2588 Fax: 662- 617-6386 Mobile phone: 661-995- 6212	EXP

2. การประเมินภาพรวมของ อุตสาหกรรมด้านผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องสำอาง

จากการศึกษาโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในระดับตำบล 4 ราย ระดับอุตสาหกรรม 25 ราย และผู้ประกอบการระดับส่งออก 2 ราย เพื่อประเมินภาพรวมของอุตสาหกรรมด้านผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องสำอางในด้านต่างๆ ต่อไปนี้คือ

1. สภาวะปัจจัยการผลิต
2. โครงสร้างนโยบาย กลยุทธ์ และอุปสรรค
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน
4. สภาวะของอุปสงค์

ผลการสัมภาษณ์พบว่าคล้ายกันเนื่องจากผู้ประกอบการแต่ละรายจะทำการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 ประเภทด้วยกัน จึงนำเสนอผลการศึกษาไว้พร้อมกัน ดังนี้

1. สภาวะปัจจัยการผลิต

ผู้ประกอบการระดับตำบล (OTOP)

วัตถุดิบ

1. การจัดหาสมุนไพรที่ใช้ในการผลิต

แหล่งที่ได้มาของสมุนไพรที่ใช้ในการผลิต ได้จากสมาชิกในกลุ่ม ในท้องถิ่น (1 บริษัท) ซึ่งจากแหล่งที่ไว้ใจได้ (1 บริษัท) ซึ่งจากเกษตรกรที่รู้จัก (1 บริษัท) มีที่ปลูกเป็นของบริษัท (1 บริษัท) และไม่ระบุแหล่งที่ได้มา (1 บริษัท) บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการการจัดหาสมุนไพรที่ใช้ในการผลิต คือ สมาชิกในกลุ่มจัดหาเอง (3 บริษัท) และ เจ้าของเป็นผู้จัดหา (1 บริษัท) ปัญหาด้านวัตถุดิบที่พบ คือ วัตถุดิบมีปริมาณน้อยไม่เพียงพอต่อการผลิต (1 บริษัท) วัตถุดิบไม่สะอาด (1 บริษัท) และไม่ระบุปัญหา (2 บริษัท) เครื่องจักรที่ใช้ในการจัดหาสมุนไพร พบว่าไม่ระบุ (4 บริษัท) ส่วนปัญหาด้านเครื่องจักร ไม่ระบุ (4 บริษัท) ค่าใช้จ่ายในการจัดหาสมุนไพรที่ใช้ในการผลิตประมาณ 40,000 - 50,000 บาท (1 บริษัท) ไม่ระบุค่าใช้จ่าย (3 บริษัท) ปัญหาที่พบด้านค่าใช้จ่าย คือ ทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (3 บริษัท) กฎหมาย ข้อกำหนด หรือระเบียบ ปฏิบัติตามกฎหมาย อย. (1 บริษัท) ไม่ระบุเกณฑ์ (3 บริษัท) ปัญหาด้านกฎหมาย ข้อกำหนด ไม่ระบุ (4 บริษัท)

2. การควบคุมคุณภาพ / การประกันคุณภาพของสมุนไพรที่ใช้

บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพรที่ใช้ คือ เกษัชกร, สาธารณสุขอำเภอ (1 บริษัท) สมาชิกในกลุ่ม (1 บริษัท) และเจ้าของ (2 บริษัท) ปัญหาที่พบด้านการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพรที่ใช้ ไม่ระบุ (4 บริษัท) เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพร ไม่ระบุ (4 บริษัท) ปัญหาด้านเครื่องมือและเทคนิค ไม่ระบุ (4 บริษัท) ด้านค่าใช้จ่าย ไม่

ระบุ (4 บริษัท) ส่วนปัญหาด้านค่าใช้จ่าย ไม่ระบุ (4 บริษัท) กฎหมาย ข้อกำหนด หรือระเบียบ ปฏิบัติตามกฎหมาย
พื้นบ้าน (1 บริษัท) ไม่ระบุ (3 บริษัท) และไม่ระบุปัญหาด้านกฎหมาย (4 บริษัท)

3. การสกัดสมุนไพรเพื่อให้ได้สารสำคัญ

บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการสกัดสมุนไพรเพื่อให้ได้สารสำคัญ คือ สมาชิกในกลุ่ม (1 บริษัท) เจ้าของ (1
บริษัท) และไม่ระบุ (2 บริษัท) ปัญหาด้านบุคลากร ไม่ระบุ (4 บริษัท) เครื่องมือที่ใช้ในการสกัดสมุนไพร คือ เครื่องบด
(1 บริษัท) ไม่ระบุ (3 บริษัท) ปัญหาด้านเครื่องมือ ไม่ระบุ (4 บริษัท) ทุนและค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการสกัดสมุนไพรเพื่อให้
ได้สารสำคัญ ประมาณ 20,000 เศษ (1 บริษัท) ไม่ระบุ (3 บริษัท) ปัญหาด้านทุนและค่าใช้จ่าย ไม่ระบุ (4 บริษัท)
ด้านกฎหมาย ข้อกำหนด หรือระเบียบที่ใช้ในการสกัดสมุนไพร ไม่ระบุ (4 บริษัท) และไม่ระบุปัญหาด้านกฎหมาย (4
บริษัท)

ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

1. การพัฒนาตำรับ

บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการพัฒนาตำรับ คือ ชาวบ้าน (จากภูมิปัญญาพื้นบ้าน) (2 บริษัท) เกษตรกรประจำ
โรงงาน (1 บริษัท) และเจ้าของ (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาด้านบุคลากร (4 บริษัท) ด้านเครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการ
พัฒนาตำรับ คือ ใช้ freeze dried (1 บริษัท) ไม่ระบุเครื่องมือ (3 บริษัท) ปัญหาที่พบทางด้านเครื่องมือและเทคนิค
คือ ต้องจ้างผู้อื่นทำ (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (3 บริษัท) ด้านทุนและค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการพัฒนาตำรับ ไม่ระบุ (4
บริษัท) ส่วนปัญหาที่พบ ไม่ระบุ (4 บริษัท) ด้านกฎหมาย ข้อกำหนด หรือระเบียบ ในการพัฒนาตำรับ ไม่ระบุ
(4บริษัท) ส่วนปัญหาที่พบ ไม่ระบุ (4 บริษัท)

2. การผลิตระดับอุตสาหกรรม

บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการผลิตระดับอุตสาหกรรม คือ เจ้าของ (2 บริษัท) ควบคุมตนเอง (1 บริษัท) และไม่
ระบุ (1 บริษัท) ปัญหาที่พบบ้านบุคลากร ไม่ระบุ (4 บริษัท) ด้านเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตระดับ
อุตสาหกรรม คือ เครื่องทำสบู่ (1 บริษัท) freeze dried (1 บริษัท) เครื่องบด (1 บริษัท) และไม่ระบุ (1 บริษัท) ปัญหา
ที่พบบ้านเครื่องมือและเทคโนโลยี คือ ต้องจ้างผู้อื่นทำ (1 บริษัท) ไม่ระบุ (3 บริษัท) ด้านค่าใช้จ่ายในการผลิตระดับ
อุตสาหกรรมประมาณ 300,000 บาท (1 บริษัท) 37,000 บาท / ผลไม้ 100 กิโลกรัม (1 บริษัท) 10,000 บาท (1
บริษัท) และไม่ระบุ (1 บริษัท) ปัญหาที่พบบ้านค่าใช้จ่าย คือ ผลผลิตน้อย (1 บริษัท) ไม่ระบุ (3 บริษัท) ด้าน
กฎหมาย ข้อกำหนด หรือระเบียบ ปฏิบัติตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (2 บริษัท) ไม่ระบุ (2 บริษัท) ปัญหาด้าน
กฎหมาย คือ การดำเนินงานล่าช้า (2 บริษัท) และไม่ระบุปัญหา (2 บริษัท)

3. การควบคุมคุณภาพ / การประกันคุณภาพ

บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพ คือ เจ้าของ (2 บริษัท) ควบคุมตนเอง (1
บริษัท) และไม่ระบุ (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาด้านบุคลากร (4 บริษัท) เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการควบคุมคุณภาพ
และการประกันคุณภาพ ไม่ระบุ (4 บริษัท) ปัญหาด้านเครื่องมือและเทคนิค ไม่ระบุ (4 บริษัท) ด้านค่าใช้จ่าย ไม่ระบุ

(4 บริษัท) และไม่ระบุปัญหา (4 บริษัท) ด้านกฎหมาย ข้อกำหนด หรือระเบียบ ไม่ระบุทั้งเกณฑ์และปัญหา (4 บริษัท)

ผู้ประกอบการในระดับระดับอุตสาหกรรม (SME)

วัตถุดิบ

1. การจัดหาสมุนไพรที่ใช้ในการผลิต

แหล่งที่ได้มา จะซื้อจากแหล่งที่ไว้ใจได้ (8 แห่ง) ซื้อจากเกษตรกรที่มอบหมายให้ปลูก (2 แห่ง) ซื้อจากเกษตรกรที่รู้จัก (6 แห่ง) มีพื้นที่เพาะปลูกเป็นของบริษัท (5 แห่ง) สั่งจากต่างประเทศ (2 แห่ง) สั่งจากโรงพยาบาล (1 แห่ง) มีผู้มาเสนอขายเอง (1 แห่ง) ตัวแทนจำหน่าย (1 แห่ง) โรงงานผลิตจัดซื้อเอง (1 แห่ง) ผ่าน SUPPLIER ทั้งในและนอกประเทศ (1 แห่ง) ศูนย์ประยุกต์ ม.มหิดล (1 แห่ง) พิจารณาจากแหล่งเพาะปลูกที่ให้สารสำคัญในปริมาณสูง (1 แห่ง) ไม่ระบุ (2 แห่ง) โดยบุคคลากรที่ทำหน้าที่จัดหาสมุนไพรคือ ฝ่ายจัดหาวัตถุดิบ (7 แห่ง) ฝ่ายผลิต (4 แห่ง) ฝ่ายการตลาด (1 แห่ง) กลุ่มเกษตรกร (1 แห่ง) โรงงาน (3 แห่ง) เกษัชกร (1 แห่ง) ผู้อำนวยการ (1 แห่ง) รศ.ดร.อ้อมบุญ ล้วนรัตน์ (1 แห่ง) ไม่ระบุ (7 แห่ง) ปัญหาที่พบในการจัดหาสมุนไพรที่ใช้ในการผลิตได้แก่ การเปลี่ยนแปลงสภาพของวัตถุดิบ เก็บได้ไม่นาน (2 แห่ง) การซื้อวัตถุดิบราคาแพงจากต่างประเทศ (1 แห่ง) เกิดการปนเปื้อน (1 แห่ง) วัตถุดิบราคาแพง (2 แห่ง) ขาดแคลนวัตถุดิบ (2 แห่ง) ปริมาณสารสำคัญไม่สม่ำเสมอ (1 แห่ง) ไม่ระบุ (19 แห่ง) เครื่องจักรที่ใช้ในการแปรรูปวัตถุดิบได้แก่ เครื่องบด (5 แห่ง) เครื่องอบ (1 แห่ง) เครื่องตอก (1 แห่ง) เครื่องร่อน (1 แห่ง) เครื่องต้ม (1 แห่ง) ตระแกรง (1 แห่ง) ไม่ระบุ (18 แห่ง) ปัญหาเรื่องเครื่องจักรที่ใช้ในการแปรรูปวัตถุดิบที่พบคือ เครื่องเล็กทำงานได้น้อย (1 แห่ง) ไม่ระบุ (24 แห่ง) ค่าใช้จ่ายในการจัดหาสมุนไพรที่ใช้ในการผลิตมีค่าใช้จ่ายประมาณ หลักล้าน (1 แห่ง) 500,000 บาท (1 แห่ง) 200,000 บาท (1 แห่ง) หลักแสน (1 แห่ง) กิโลกรัมละ 5-100 บาท (1 แห่ง) ไม่ระบุ (20 แห่ง) ปัญหาค่าใช้จ่ายในการจัดหาสมุนไพรที่ใช้ในการผลิตที่พบคือ ต้นทุนสูง (2 แห่ง) และไม่ระบุ (25 แห่ง) ข้อกำหนด หรือ ระเบียบที่ใช้ในการจัดหาสมุนไพรจะปฏิบัติตามข้อกำหนดของ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (6 แห่ง) มาตรฐาน GMP (1 แห่ง) ไม่ระบุ (19 แห่ง) ปัญหาด้านกฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบที่ใช้ในการจัดหาสมุนไพรที่พบคือ การดำเนินการซ้ำ (1 แห่ง) ไม่ระบุ (24 แห่ง)

2. การควบคุมคุณภาพ / การประกันคุณภาพของสมุนไพรที่ใช้

บุคคลากรที่ทำหน้าที่ในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพรที่ใช้ คือ ฝ่ายจัดหาวัตถุดิบ (1 แห่ง) ฝ่ายผลิต (เกษตรกรรมไทย) (4 แห่ง) ฝ่ายควบคุมคุณภาพ (5 แห่ง) เกษัชกร (3 แห่ง) แพทย์ (1 แห่ง) เจ้าของ (1 แห่ง) รศ.ดร.อ้อมบุญ ล้วนรัตน์ (1 แห่ง) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (1 แห่ง) หัวหน้าโกดังสมุนไพร (1 แห่ง) โรงงาน (1 แห่ง) นักเคมี (1 แห่ง) ไม่ระบุ (6 แห่ง) ซึ่งไม่มีการระบุถึงปัญหาด้านบุคคลากรที่ทำหน้าที่การควบคุมและการประกันคุณภาพของสมุนไพรที่พบ (25 แห่ง) เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ ในการควบคุมและการประกันคุณภาพของสมุนไพรได้แก่ เครื่องวัดคุณภาพ (1 แห่ง) ไม่ระบุ (24 แห่ง) ซึ่งไม่มีการระบุถึงปัญหาเรื่องเครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการควบคุมและการประกันคุณภาพของสมุนไพรที่พบ (25 แห่ง) ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการควบคุมและการประกันคุณภาพของสมุนไพรได้แก่ ค่าใช้จ่ายจากการส่งตรวจศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ 4,500 บ./ครั้ง (1 แห่ง) ค่าใช้จ่ายจากการตรวจจากเครื่องวัดคุณภาพ 2,800 บาท / ชุด (1 แห่ง) ไม่ระบุ (24 แห่ง) ซึ่งไม่มีการระบุถึงปัญหา

ด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการควบคุมและการประกันคุณภาพของสมุนไพรที่พบ (25 แห่ง) ข้อกำหนด หรือ ระเบียบที่ใช้ในการจัดการควบคุมและการประกันคุณภาพของสมุนไพรจะปฏิบัติตามข้อกำหนดของ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (4 แห่ง) ข้อกำหนด หรือ ระเบียบศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ (1 แห่ง) ไม่ระบุ (19 แห่ง) ปัญหาด้านกฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบที่ใช้ในการจัดการควบคุมและการประกันคุณภาพของสมุนไพรที่พบคือ ดำเนินการซ้ำ (1 แห่ง) ไม่ระบุ (24 แห่ง)

3. การสกัดสมุนไพรเพื่อให้ได้สารสำคัญ

บุคลากรที่ทำหน้าที่การสกัดสมุนไพรเพื่อให้ได้สารสำคัญคือ เจ้าของ (1 แห่ง) ฝ่ายผลิต (3 แห่ง) ฝ่ายควบคุมคุณภาพ (4 แห่ง) โรงงาน (2 แห่ง) ฝ่ายล้างหิน (1 แห่ง) นักเคมี (1 แห่ง) เจ้าหน้าที่ (1 แห่ง) ศูนย์ประยุกต์ ม.มหิดล (1 แห่ง) ไม่มีการสกัดสารสำคัญ (4 แห่ง) และไม่ระบุ (6 แห่ง) ซึ่งไม่มีการระบุถึงปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่การสกัดสมุนไพรเพื่อให้ได้สารสำคัญที่พบ (25 แห่ง) เครื่องมือที่ใช้ในการสกัดสมุนไพรเพื่อให้ได้สารสำคัญ ได้แก่ STREAM DISTILATOR (1 แห่ง) เครื่องสกัดสมุนไพร (1 แห่ง) ไม่ระบุ (23 แห่ง) ซึ่งไม่มีการระบุถึงปัญหาเรื่องเครื่องมือที่ใช้ในการสกัดสมุนไพรที่พบ (25 แห่ง) ไม่มีการระบุค่าใช้จ่ายในการสกัดสมุนไพรเพื่อให้ได้สารสำคัญ (25 แห่ง) ไม่มีการระบุปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการสกัดสมุนไพรเพื่อให้ได้สารสำคัญที่พบ (25 แห่ง) ไม่มีการระบุถึงกฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบที่ใช้ปฏิบัติในการสกัดสมุนไพรเพื่อให้ได้สารสำคัญ (25 แห่ง) และไม่มีการระบุปัญหาด้านกฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบในการสกัดสมุนไพรเพื่อให้ได้สารสำคัญที่พบ (25 แห่ง)

ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

1. การพัฒนาตำรับ

บุคลากรที่ทำหน้าที่การพัฒนาตำรับคือ เจ้าของ (7 แห่ง) ฝ่ายผลิต (2 แห่ง) เภสัชกร (1 แห่ง) นักเคมี (1 แห่ง) อายุเวช ม.มหิดล (1 แห่ง) ศ.ดร.วิชัย ธีวระกุล (1 แห่ง) อ.วิภา จิรัจรรย์กุล (1 แห่ง) รศ.ดร.อ้อมบุญ ล้วนรัตน์ (1 แห่ง) PAUL KRAMER (1 แห่ง) องค์การเภสัชกรรม (1 แห่ง) ลูกค้า (1 แห่ง) ผู้อำนวยการ (1 แห่ง) ไม่ระบุ (7 แห่ง) ปัญหาการพัฒนาตำรับที่พบได้แก่ ความไม่คงตัวของผลิตภัณฑ์ (1 แห่ง) ไม่ตรงตามมาตรฐาน (1 แห่ง) ตกตะกอน, ผลิตภัณฑ์แห้งเร็ว (1 แห่ง) ไม่ระบุ (22 แห่ง) เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการพัฒนาตำรับได้แก่ เครื่องบรรจุแคปซูล (2 แห่ง) เครื่องกลั่น (1 แห่ง) ไม่ระบุ (23 แห่ง) ซึ่งไม่มีการระบุถึงปัญหาในการพัฒนาตำรับที่พบ (25 แห่ง) ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาตำรับมีค่าใช้จ่ายประมาณ 3,000 บาท (1 แห่ง) หลักแสน (1 แห่ง) 700,000 บาท (1 แห่ง) ไม่ระบุ (22 แห่ง) ปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการพัฒนาตำรับที่พบคือ ไม่คุ้มทุน (1 แห่ง) ไม่ระบุ (24 แห่ง) กฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบที่ใช้ในการพัฒนาตำรับ จะปฏิบัติตามข้อกำหนดของ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (4 แห่ง) มาตรฐานกระทรวงพาณิชย์ (1 แห่ง) มาตรฐาน ISO (2 แห่ง) มาตรฐาน GMP (2 แห่ง) มาตรฐาน HALAL, KOHHER, FDA 35 ประเทศ (1 แห่ง) ไม่ระบุ (17 แห่ง) ปัญหากฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบที่ใช้ในการพัฒนาตำรับที่พบคือ ชื้อซ้ำ ทำให้เสียเวลารอสินค้าออกสู่ตลาด (1 แห่ง) ไม่ระบุ (24 แห่ง)

2. การผลิตระดับอุตสาหกรรม

บุคลากรที่ทำหน้าที่การผลิตระดับอุตสาหกรรมได้แก่ เภสัชกร (2 แห่ง) ฝ่ายผลิต (2 แห่ง) เจ้าของ (1 แห่ง) ผู้จัดการโรงงาน (1 แห่ง) นักเคมี (1 แห่ง) ผู้อำนวยการ (1 แห่ง) บริษัท KOVIC KATE INTERNATIONAL (1 แห่ง)

ฝ่ายควบคุมคุณภาพ (1 แห่ง) กลุ่มห้าดาวของจังหวัด (1 แห่ง) อ.ฤดี เสาวคนธ์ (1 แห่ง) PAUL KRAMER (1 แห่ง) ไม่
ระบุ (12 แห่ง) ปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่การผลิตระดับอุตสาหกรรมที่พบคือ บุคลากรที่ทำหน้าที่การผลิตระดับ
อุตสาหกรรมไม่เพียงพอกับความต้องการ (2 แห่ง) ไม่ระบุ (23 แห่ง) เครื่องมือและเทคโนโลยีการผลิตระดับ
อุตสาหกรรมที่ใช้ ได้แก่ เครื่องกลั่น (2 แห่ง) เครื่องบด (1 แห่ง) เครื่องอบ (1 แห่ง) เครื่องตอก (1 แห่ง) เครื่องผสม (1
แห่ง) เครื่อง SPRAY-DRIED (1 แห่ง) เครื่องบรรจุ (4 แห่ง) เครื่องอัดแคปซูล (1 แห่ง) เครื่องกวนครีม (1 แห่ง) COOL
PRESS (1 แห่ง) ไม่ระบุ (16 แห่ง) ซึ่งไม่มีการระบุถึงปัญหาเรื่องเครื่องมือและเทคโนโลยีการผลิตระดับอุตสาหกรรมที่
ใช้ (25 แห่ง) ค่าใช้จ่ายในการผลิตระดับอุตสาหกรรมมีค่าใช้จ่ายประมาณ 400,000 บาท (1 แห่ง) สูง (1 แห่ง) ไม่ระบุ
(23 แห่ง) ปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการผลิตระดับอุตสาหกรรมที่พบคือ ต้องจ้างผลิต (1 แห่ง) ไม่ระบุ (24 แห่ง)
กฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบที่ใช้ในการผลิตระดับอุตสาหกรรม จะปฏิบัติตามข้อกำหนดของ สำนักงาน
คณะกรรมการอาหารและยา (5 แห่ง) มาตรฐาน GMP (6 แห่ง) มาตรฐาน ISO (2 แห่ง) มาตรฐาน JHFA (1 แห่ง)
มาตรฐาน HALAL, KOHHER, FDA 35 ประเทศ (1 แห่ง) ไม่ระบุ (13 แห่ง) ปัญหากฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ
ระเบียบที่ใช้ในการผลิตระดับอุตสาหกรรมที่พบคือ ผ่านเกณฑ์ซ้ำ (1 แห่ง) ไม่ระบุ (24 แห่ง)

3. การควบคุมคุณภาพ / การประกันคุณภาพ

บุคลากรที่ทำหน้าที่การควบคุมและการประกันคุณภาพ ได้แก่ เกษัชกร (6 แห่ง) แพทย์ (1 แห่ง) ฝ่ายผลิต (1
แห่ง) ฝ่ายควบคุมคุณภาพ (1 แห่ง) เจ้าของ (1 แห่ง) นักเคมี (2 แห่ง) ผู้อำนวยการ (1 แห่ง) บริษัท KOVIC KATE
INTERNATIONAL (1 แห่ง) กลุ่มห้าดาวของจังหวัด (1 แห่ง) อ.ฤดี เสาวคนธ์ (1 แห่ง) PAUL KRAMER (1 แห่ง) ไม่
ระบุ (9 แห่ง) ซึ่งไม่มีการระบุถึงปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่การควบคุมและการประกันคุณภาพที่พบ (25 แห่ง) ไม่
มีการระบุเครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการควบคุมและการประกันคุณภาพ (25 แห่ง) ซึ่งไม่มีการระบุถึงปัญหาเรื่อง
เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการควบคุมและการประกันคุณภาพ (25 แห่ง) ค่าใช้จ่ายในการควบคุมและการประกัน
คุณภาพมีค่าใช้จ่ายประมาณ 4000,000 บาท (1 แห่ง) ไม่ระบุ (24 แห่ง) ซึ่งไม่มีการระบุถึงปัญหาด้านค่าใช้จ่ายใน
การควบคุมและการประกันคุณภาพที่พบ (25 แห่ง) กฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบที่ใช้ในการควบคุมและ
การประกันคุณภาพจะปฏิบัติตามมาตรฐาน ISO (1 แห่ง) มาตรฐาน JHFA (1 แห่ง) มาตรฐาน HALAL, KOHHER,
FDA 35 ประเทศ (1 แห่ง) ไม่ระบุ (22 แห่ง) ซึ่งไม่มีการระบุถึงปัญหาด้านกฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบที่ใช้
ในการควบคุมและการประกันคุณภาพที่พบ (25 แห่ง)

ผู้ประกอบการระดับผู้ส่งออก

วัตถุดิบ

1. การจัดหาสมุนไพรกระเทียมที่ใช้ในการผลิต

แหล่งที่ได้มาของวัตถุดิบ ทั้ง 2 บริษัทซื้อจากแหล่งที่ไว้ใจได้ บุคลากรที่ทำหน้าที่จัดหาวัตถุดิบ คือ ฝ่าย
จัดซื้อ (2 บริษัท) โดยการแจ้งผ่านกลุ่มเกษตรกร (1 บริษัท) ในการจัดซื้อวัตถุดิบมักพบปัญหาการปนเปื้อนจากวัสดุ
แปลกปลอม (1 บริษัท) ไม่พบปัญหา (1 บริษัท) ค่าใช้จ่ายในการจัดหาวัตถุดิบ ไม่ทราบ เพราะเหมาคิดราคารวมเป็น
กิโลอาจแยกได้เป็น 3 ส่วน ได้แก่ ค่าจัดเก็บ, ค่าขนส่ง และค่าผลิตผล (1 บริษัท) ค่าโทรศัพท์ (1 บริษัท) และพบว่า
ปัญหา วัตถุดิบบางชนิดมีความต้องการซื้อมากกว่าความต้องการขาย (1 บริษัท) ไม่พบปัญหา (1 บริษัท)

2. การควบคุมคุณภาพ / การประกันคุณภาพของสมุนไพรที่ใช้

บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพร คือ นักวิทยาศาสตร์ วุฒิ การศึกษาปริญญาตรี ฝ่ายควบคุมคุณภาพ (2 บริษัท) ไม่พบปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการควบคุมคุณภาพ และการประกันคุณภาพของสมุนไพร (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาด้านบุคลากร (1 บริษัท) เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้คือ วิธีทดสอบทางกายภาพโดยบีบน้ำกระเทียมทิ้งไว้ 2 ชม. หากน้ำกระเทียมเปลี่ยนเป็นสีฟ้าจะไม่รับซื้อ (1 บริษัท) ใช้ เครื่องวัดความชื้นและเครื่องวัดการแตกตัวของยา (1 บริษัท) ทั้ง 2 บริษัทไม่พบปัญหาในเรื่องเครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพร ค่าใช้จ่ายในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพรไม่มีค่าใช้จ่าย(1 บริษัท) ไม่ระบุค่าใช้จ่าย (1 บริษัท) ข้อกำหนดที่ใช้ในการควบคุมคุณภาพจะ ปฏิบัติตามเกณฑ์ GMP (1 บริษัท) ไม่มีเกณฑ์การควบคุมคุณภาพ (1 บริษัท) ปัญหาข้อกฎหมาย หรือ ข้อกำหนดในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพรไม่พบปัญหา (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท)

3. การสกัดสมุนไพรเพื่อให้ได้สารสำคัญ

บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการสกัดสารสำคัญจากสมุนไพรคือนักวิทยาศาสตร์วุฒิการศึกษาปริญญาตรีสาขา เคมีสาขาจุลชีววิทยา, สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางอาหาร และปริญญาโทวิศวกรรมศาสตร์สาขา อุตสาหกรรมอาหาร (1 บริษัท) และการซื้อสารสกัดสมุนไพรจาก supplier (1 บริษัท) พบปัญหาพนักงานในระดับล่าง ล่าออก แต่เป็นการล่าออกหมุนเวียนปกติของการทำงานในภาคอุตสาหกรรมโรงงาน (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาด้าน บุคลากร (1 บริษัท) วิธีการที่ใช้ในการสกัดสารสำคัญจากสมุนไพรจะใช้วิธีการสกัดด้วยน้ำแล้วทำให้เข้มข้น (1 บริษัท) ไม่ระบุวิธีการ (1 บริษัท) ปัญหาที่เกิดขึ้นในการสกัดสารสำคัญจากสมุนไพร ไม่ปฏิบัติตาม SOP ได้ก็ จะไม่พบปัญหาและปัญหาที่พบมักจะเกิดในช่วง R&D (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท) เครื่องมือที่ใช้ในการ สกัดสารสำคัญจากสมุนไพร ได้แก่ spray drier, filtration และ evaporator (1 บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) พบ ปัญหาที่เกิดจากเครื่องมือที่ใช้ในการสกัดสารสำคัญจากสมุนไพร เมื่อเครื่องมือที่ใช้ชำรุดต้องนำเข้าอะไหล่จาก ต่างประเทศเพื่อใช้ซ่อมแซม (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท) การควบคุมและการประกันคุณภาพของสารสกัดมี การกำหนดเกณฑ์ควบคุมคุณภาพไว้อย่างชัดเจน(1 บริษัท) และส่งตรวจไปยังหน่วยงานภายนอกที่เชื่อถือได้ เช่น การ ตรวจจุลโหะหนัก, total bacteria count (1 บริษัท) ปัญหาที่พบจากการควบคุมคุณภาพโดยการส่งตรวจไปยัง หน่วยงานภายนอกที่เชื่อถือได้นั้นพบว่าผลตรวจซ้ำ และค่าใช้จ่ายในการตรวจต่อครั้งสูง (1 บริษัท) และพบปัญหา จากการควบคุมคุณภาพด้วยตนเองบ้างแต่สามารถแก้ไขได้ โดยการหาสาเหตุแล้วทำการแก้ไข (1 บริษัท) การสกัด สมุนไพรเพื่อให้ได้สารสำคัญจะปฏิบัติตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และระเบียบการ ควบคุมและการประกันคุณภาพของสารสกัดตามมาตรฐาน ISO (1 บริษัท) ไม่ระบุเกณฑ์ (1 บริษัท) ปัญหาข้อ กฎหมาย หรือ ข้อกำหนดในการสกัดสมุนไพรเพื่อให้ได้สารสำคัญพบน้อยเพราะขึ้นกับกระบวนการผลิตของแต่ละ บริษัท (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท)

ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

1. การพัฒนาตำรับ

บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการพัฒนาตำรับประกอบด้วยนักวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางอาหาร 2 คน, นักพัฒนาผลิตภัณฑ์ 1 คน (1 บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) ไม่พบปัญหาเรื่องบุคลากรแม้ว่าจะมีพนักงานล่าออก

พนักงานใหม่ก็สามารถปฏิบัติงานได้เนื่องจากมี SOP กำกับ (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท) เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาตัวรับส่วนใหญ่เป็นอุปกรณ์การผลิตสำหรับห้องทดลองขนาดเล็ก เช่น filling, เครื่องตอกเม็ดยา และเครื่องผสม (1 บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) วิธีการใช้เครื่องมือจะปฏิบัติตามคู่มือการใช้งาน (1บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) ปัญหาที่พบในการพัฒนาตัวรับคือสภาวะในห้องทดลองแตกต่างจากสภาวะจริงในการผลิต และเครื่องมือที่ใช้ใหม่ๆในห้องทดลองราคาสูง เช่น film coat (1บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท) ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาตัวรับจะไม่สูงมากเพราะใช้เทคนิคง่ายๆ (1บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) ปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการพัฒนาตัวรับที่พบเกิดขึ้นจากเครื่องมือใหม่ที่ใช้ในห้องทดลองราคาแพง (1บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) การพัฒนาตัวรับจะปฏิบัติตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา(1บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) ปัญหาด้านกฎหมายและข้อกำหนดที่พบมักขึ้นกับการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เมื่อผู้บริหารเปลี่ยนแปลงนโยบายจะเปลี่ยนแปลงตาม และปัญหาที่ต้องมีการจัดทำข้อมูลด้านความปลอดภัยด้วย (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท)

2. การผลิตระดับอุตสาหกรรม

บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการผลิตระดับอุตสาหกรรม เป็นพนักงานวุฒิมัธยมศึกษาปีที่ 3 ขึ้นไป ซึ่งต้องอบรมสุขลักษณะเรื่อง GMP และ On the job training ส่วนเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติงานวุฒิมัธยมศึกษาประกาศเนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) เจ้าหน้าที่ระดับหัวหน้างานวุฒิมัธยมศึกษาระดับปริญญาตรีวิศวกรรมศาสตร์, วิทยาศาสตร์และสาขาที่เกี่ยวข้องกับอาหารและเคมี (1 บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) มักพบปัญหาพนักงานลาออกแต่ควบคุมได้ (1 บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ใช้เป็นระบบปิดใช้พนักงานควบคุมดูแล (1 บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) ปัญหาการผลิตระดับอุตสาหกรรมที่พบได้แก่ปัญหาด้านสาธารณูปโภค เช่น ระบบน้ำประปา ไฟฟ้า และ ระบบไอน้ำ ปัญหาเรื่องเครื่องมือที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ อะไหล่มีราคาแพง หากมีการผลิตผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ต้องแจ้งบริษัทจัดจำหน่ายเป็นผู้ปรับแต่งเครื่องมือ บริษัทที่ผลิตผลิตภัณฑ์ทำได้แค่เพียงการดูแลรักษาเครื่องมือและปฏิบัติตามวิธีการที่ถูกปรับไว้แล้ว (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท) วิธีการใช้เครื่องมือทำให้ปฏิบัติตามคู่มือการใช้งาน แต่การแก้ไขปรับปรุงทำได้ยาก (1 บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) มักพบปัญหาด้านสาธารณูปโภค หากกระแสไฟฟ้าตกหรือดับจะทำให้เสียเวลาในกระบวนการผลิตมาก เพราะต้องเริ่มกระบวนการผลิตใหม่ทั้งหมด ฉะนั้นต้องควบคุมระบบสาธารณูปโภคให้ดี (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท) ค่าใช้จ่ายการผลิตระดับอุตสาหกรรมได้แก่ค่าเครื่องมือที่มีราคาแพง ค่าบริการในการบำรุงรักษาสูง แต่ถ้าผลิตปริมาณมากจะคุ้มทุน mass production (1 บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) และพบปัญหาค่าใช้จ่ายในการเดินเครื่องผลิตแต่ละครั้งที่สูง เช่น เครื่อง UHT ในการเดินเครื่องจะเสียค่าใช้จ่ายมาก ดังนั้นต้องวางแผนการผลิตครั้งละมาก ๆ ต้องผลิตให้คุ้ม เพราะค่าใช้จ่ายสูง (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท) การผลิตระดับอุตสาหกรรมจะปฏิบัติตามมาตรฐานกระบวนการผลิต SOP (1 บริษัท) ไม่ระบุเกณฑ์ (1 บริษัท) ไม่มีปัญหาข้อกำหนด หรือ ข้อกำหนดในการผลิตระดับอุตสาหกรรม (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท)

3. การควบคุมคุณภาพ / การประกันคุณภาพ

บุคลากรที่ทำหน้าที่ควบคุมและการประกันคุณภาพได้แก่ เกสซ์กร (1 บริษัท) นักวิทยาศาสตร์สาขาเคมีและสาขาจุลชีววิทยาจำนวน 2-3 คน ผู้ปฏิบัติการวุฒิมัธยมศึกษาปีที่ 6 มักพบปัญหาพนักงานมีการหมุนเวียนเข้า-ออกสูง (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาด้านบุคลากร (1 บริษัท) เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ ได้แก่ เครื่องชั่ง (2

บริษัท) , monitor analyzer, autoclave, spectrophotometer, HPLC, เครื่องวัดความชื้น และ เครื่องวัดการแตกตัวของยา (1 บริษัท) ปัญหาเรื่องเครื่องมือที่พบได้แก่ เครื่องมือราคาแพง ต้องใช้ soft ware สนับสนุน การวิเคราะห์ตัวอย่างจำนวนน้อยๆ จะไม่คุ้ม และเครื่อง HPLC พบปัญหา Y2K ปี 2000 ต้องปรับเปลี่ยน soft ware ใหม่ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายสูงมาก จึงส่งให้หน่วยงานที่น่าเชื่อถืออื่นวิเคราะห์แทน (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท) วิธีการที่ใช้เครื่องมือจะปฏิบัติตามคู่มือปฏิบัติงาน และมีการตรวจสอบซ้ำ (1 บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) ไม่พบปัญหาเรื่องเครื่องมือที่ใช้ถ้าปฏิบัติตามคู่มือที่กำหนด (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท) ค่าใช้จ่ายในการควบคุมและการประกันคุณภาพได้แก่ ค่าสารเคมีและอาหารเลี้ยงเชื้อที่ใช้ (1 บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) ปัญหาค่าใช้จ่ายในการควบคุมและการประกันคุณภาพคือ ค่าสารเคมีและอาหารเลี้ยงเชื้อที่มีราคาสูงเป็นปัญหาสำคัญ (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท) ข้อกำหนดที่ใช้ในการควบคุมและการประกันคุณภาพปฏิบัติตามมาตรฐาน GMP (1 บริษัท) ปฏิบัติตามมาตรฐานการวิเคราะห์เชื้อตาม พรบ.อาหารและข้อกำหนดทางกายภาพของบริษัท (1 บริษัท) ไม่มีปัญหา ข้อกำหนด หรือ ข้อกำหนดในการควบคุมและการประกันคุณภาพ (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท)

2. โครงสร้างนโยบาย กลยุทธ์ และอุปสรรค

นโยบายและกลยุทธ์ระดับบริษัท

การออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า หรือให้ตรงกับนโยบายความคิดเห็นของบริษัท โดยอาจเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยังไม่มีจำหน่าย หรือมีการวางจำหน่ายแล้วแต่ต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยยิ่งขึ้น จะต้องออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับราคา มีความโดดเด่น มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรตามภูมิปัญญาดั้งเดิมและคุณประโยชน์ของสมุนไพรที่ได้รับทราบข้อมูลมา การออกแบบผลิตภัณฑ์จะเน้นที่กลุ่มสุขภาพสตรีเป็นสำคัญ สำหรับกลุ่มสุขภาพบุรุษจะเน้นที่เรื่องสมรรถภาพทางเพศ และจะต้องทำการวิจัยข้อมูลด้านความปลอดภัยของสมุนไพรด้วย อุปสรรคสำคัญของผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่พบ คือ ผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายในระยะแรกมักจะถูกความสนใจจากผู้บริโภค เนื่องจากผลิตภัณฑ์ไม่มีจุดเด่น

จากการสัมมนาเรื่อง "โอกาสของผู้ส่งออกสินค้าสมุนไพรไทย" เมื่อวันที่ 7 ธันวาคม 2547 ณ โรงแรมสยามซิตี ที่จัดโดยคณะผู้วิจัย เพื่อระดมความคิดเห็นในการที่จะหาแนวทางการปรับตัวและพัฒนาสมุนไพรเพื่อการส่งออกของผู้ประกอบการ สรุปผลได้ดังนี้คือ

1. ด้านวัตถุดิบสมุนไพร ส่งเสริมให้มีการวิจัยทางด้านการเกษตรเพื่อเพิ่มผลผลิต เพื่อให้ได้วัตถุดิบสมุนไพรที่มีคุณภาพดีและสม่ำเสมอในปริมาณมาก มีการใช้ระบบคุณภาพแบบ Good Agricultural Practice (GAP) และ Good Harvesting Practice (GHP)
2. ด้านการวิจัยและพัฒนาในระดับพรีคลินิก งานวิจัยทางเภสัชวิทยาเป็นงานวิจัยที่ต้องลงทุนสูง จึงควรจะดำเนินงานในลักษณะของ Collaborative Research Project ซึ่งกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ ได้ร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ดำเนินการวิจัยเพื่อทดสอบความเป็นพิษระยะยาวของสมุนไพรหรือยาตำรับจากสมุนไพรในสัตว์ทดลองมาแล้วเกือบ 30 ชนิด และได้จัดทำเป็นประมวลผลงานวิจัยด้านพิษวิทยาที่ตีพิมพ์แล้วจำนวน 2 เล่มซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการอ้างอิงและการพัฒนาสมุนไพรไทยต่อไป

3. ด้านการวิจัยและพัฒนาในระดับคลินิก สมุนไพรไทยยังขาดข้อมูลด้านพิษวิทยา ทำให้ไม่ได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมให้ดำเนินการศึกษาวิจัยในคน ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนในการให้ทุนวิจัยจะต้องสนับสนุนให้มีการวิจัยด้านพิษวิทยาและในระดับคลินิกให้มากขึ้น ซึ่งการศึกษาวินิจฉัยต้องปฏิบัติตามระบบคุณภาพ Good Clinical Practice (GCP) อย่างเคร่งครัดเพื่อให้ผลงานวิจัยมีคุณภาพได้มาตรฐานสากลและเป็นที่ยอมรับของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
4. ด้านการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยการควบคุมคุณภาพของสมุนไพรเกี่ยวข้องกับงานวิจัยด้านพิษวิทยาของสมุนไพรเพื่อหาสารสำคัญหรือกลุ่มของสารสำคัญที่เป็นสารออกฤทธิ์ของสมุนไพร การจัดทำมาตรฐานของสมุนไพร การพัฒนาวิธีวิเคราะห์สำหรับใช้ในการตรวจสอบและวิเคราะห์ของวัตถุดิบสมุนไพร การพัฒนาวิธีควบคุมคุณภาพในขั้นตอนสุดท้ายที่ผลิตเป็นผลิตภัณฑ์แล้วและการศึกษาวินิจฉัยด้านความคงตัวของสารสำคัญในผลิตภัณฑ์
5. ด้านการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพร ส่งเสริมให้มีการวิจัยเพื่อแก้ไขปัญหาการปนเปื้อนของจุลินทรีย์ในกระบวนการผลิต, เพื่อนำเทคโนโลยีใหม่ๆ ทางเภสัชกรรมมาใช้ในการ Formulate ให้มีมาตรฐานทัดเทียมกับของต่างประเทศ นอกจากนี้ผู้ผลิตต้องพัฒนาระบบประกันคุณภาพของตนให้ได้มาตรฐาน Good Manufacturing Practice (GMP)
6. ด้านการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพร ส่งเสริมให้มีการสำรวจความต้องการผลิตภัณฑ์สมุนไพรของตลาดทั้งในและต่างประเทศ, การวิเคราะห์ความเป็นไปได้และความคุ้มค่าในการวิจัยและพัฒนาสมุนไพรแต่ละชนิด และแนวทางการส่งเสริมการตลาดทั้งในและต่างประเทศ

กลยุทธ์การปรับตัวของไทยในมุมมองของภาครัฐบาลและภาคเอกชน

1. ภาครัฐบาลจะสนับสนุนการส่งออก โดยจัดให้มีทีมไทยแลนด์ มีสถานทูตต่างๆ ทั่วโลกที่จะช่วยสนับสนุน ให้ข้อมูล ช่วยเจรจาทางการค้าระหว่างประเทศ และช่วยแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ นอกจากนี้ ภาครัฐและเอกชนควรร่วมมือกันในการสนับสนุนการส่งออก
2. สร้างไทยแลนด์แบรนด์สำหรับสมุนไพร โดยผู้ประกอบการจะต้องมีแบรนด์เฉพาะ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการเพิ่มมูลค่าเพิ่มทางสินค้าได้ ซึ่งรัฐบาลจะช่วยเจรจากับพันธมิตรทางการค้าในการสร้างแบรนด์ โดยเฉพาะสื่อต่างๆ ยุทธศาสตร์ในการสร้างแบรนด์ คือ การรวมจุดขายด้านสุขภาพ ด้านประเพณีและวัฒนธรรม ซึ่งจำเป็นที่จะต้องลงทุน เช่น ให้มีการเขียนถึงสินค้าของไทยในนิตยสารหลัก ไม่ใช่เป็นการโฆษณา แต่เป็นการเขียนจากประสบการณ์ตรงของผู้เขียน หรือให้ดารายกยอนในสหรัฐอเมริกาใช้สมุนไพรไทย
3. กำหนดให้มีการขึ้นทะเบียนสมุนไพร และมีการจัดทำข้อมูลพื้นฐานของสมุนไพรอย่างละเอียด, safety profile ข้อมูลคุณภาพของสมุนไพร ขั้นตอนในการผลิตและการควบคุมคุณภาพต้องได้มาตรฐาน หากมีการใช้ทางการแพทย์ที่บ้าน และระยะเวลาในการใช้ยาวนาน จะได้รับการพิจารณา
4. สามารถบอกถึงคุณภาพของสมุนไพรในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพได้ ระบุชนิดของสารสำคัญหลักได้ อธิบายขั้นตอนในการผลิตอย่างเหมาะสม ควบคุมและระบุสารตั้งต้นอย่างชัดเจน ควบคุมสารปนเปื้อน มีการทดสอบสารที่เกิดขึ้นในขั้นตอนการผลิตและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปที่เกิดขึ้น ปรับระดับมาตรฐานของสารสำคัญ และทดสอบความคงตัวของสมุนไพรด้วย

5. หากมีการใช้ทางการแพทย์ที่บ้าน มีระยะเวลาในการใช้ยาวนาน มีความปลอดภัยในการใช้ ซึ่งสามารถสืบค้นประวัติการใช้ และมีประสิทธิภาพในใช้ได้
6. สามารถบอกรายละเอียดข้อบ่งใช้อย่างชัดเจนของสมุนไพรถึง วิธีการใช้ ขนาดที่ใช้ได้อย่างปลอดภัย หรือมีการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารสาธารณะ, บัญชียาของประเทศต่างๆ รวมถึงขั้นตอนการผลิตเฉพาะของพืชบางชนิด หรือประสบการณ์จากผู้ที่มีความชำนาญในการใช้สมุนไพร
7. สมุนไพรที่เป็นส่วนประกอบในเครื่องสำอางจะต้องเกิดประโยชน์และพิสูจน์ผลได้ เช่น มีความสามารถในการเพิ่มความชุ่มชื้นให้แก่ผิวหนัง
8. การตรวจสอบการปนเปื้อนโลหะหนักจากสภาพแวดล้อม เช่น สภาพดิน น้ำ อากาศ
9. ไม่มีสารปนเปื้อนของอนุพันธ์สารปิโตรเลียม, น้ำมันสังเคราะห์ ในผลิตภัณฑ์สมุนไพร
10. การจัดเตรียมเอกสารในการขึ้นทะเบียน รัฐบาล หรือมหาวิทยาลัย ควรจัดหาหน่วยงานกลางในการรวบรวมข้อมูลสำคัญด้านต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้ หรือความร่วมมือกันของภาคเอกชนในการใช้ข้อมูลวิจัยผลิตภัณฑ์ด้านต่างๆ ร่วมกัน เช่น ในยุโรปมีหน่วยงานกลางด้านเครื่องสำอางที่ให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูลในการขึ้นทะเบียนเครื่องสำอาง
11. เน้นการมีเอกลักษณ์ของสมุนไพรไทย เช่น กลิ่นนุ่มนวล
12. สินค้าต้องมีจุดเด่น จุดขาย และสามารถขายได้เป็นแพ็คเกจจิ้ง เช่น สปาไทยต้องใช้เครื่องสำอางไทย เครื่องใช้ในห้องน้ำเป็นผลิตภัณฑ์ของไทย รวมถึงเครื่องสำอางสมุนไพรไทย ครีวไทย ต้องมีความเชื่อมโยงกัน
13. สมุนไพรเกษตรอินทรีย์ ต้องผ่านการตรวจในห้องปฏิบัติการที่ได้มาตรฐาน ผ่านการรับรองจากผู้เชี่ยวชาญของ EU
14. ส่งเสริมการผลิตวัตถุดิบปลอดภัย การตรวจพิษวิทยา
15. จัดตั้งศูนย์รวมการจัดซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองทางการค้า

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน

1. อุตสาหกรรมการเกษตร เช่นอุตสาหกรรมเกษตรอินทรีย์

เกษตรอินทรีย์ (Organic Agriculture)

คือ ระบบการเกษตรที่ผลิตอาหารและเส้นใย ด้วยความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ เน้นหลักการปรับปรุงบำรุงดิน การเคารพต่อศักยภาพทางธรรมชาติของพืช สัตว์ และนิเวศการเกษตร เป็นระบบการเกษตรที่ไม่ใช้ปุ๋ยเคมีในการปรับปรุงบำรุงดิน ไม่ใช้สารเคมีในการป้องกันและกำจัดศัตรูพืช ไม่ใช้สารเคมีในการกำจัดวัชพืช ตลอดจนไม่ใช้ฮอร์โมนกระตุ้นการเจริญเติบโตของพืชและสัตว์ เกษตรอินทรีย์จึงช่วยลดการใช้ปัจจัยการผลิตจากภายนอก หลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีสังเคราะห์ ในขณะเดียวกันก็พยายามประยุกต์ใช้ธรรมชาติในการเพิ่มผลผลิต และพัฒนาความต้านทานต่อโรคของพืชและสัตว์เลี้ยง การเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ของดินและชีวภาพ มีจุลินทรีย์และสิ่งที่มีชีวิตเล็กๆที่เป็นประโยชน์ในปริมาณที่มาก หลักการเกษตรอินทรีย์นี้เป็นหลักการสากล ที่สอดคล้องกับเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ-สังคม ภูมิศาสตร์ สภาพอากาศ และวัฒนธรรมของท้องถิ่นด้วย

2. งานวิจัย

การวิจัยเพื่อหาหลักฐานทางวิทยาศาสตร์มาสนับสนุนในด้านความปลอดภัย ประสิทธิภาพ และคุณภาพ เป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากต่อการวิจัยและพัฒนาสมุนไพรเป็นยา หรือ ผลิตภัณฑ์สุขภาพต่างๆ ซึ่งการวิจัยสมุนไพรในประเทศไทยยังมีปัญหาหลายด้านเช่น การขาดการกำหนดทิศทางการวิจัยที่ชัดเจน งานวิจัยไม่ตอบสนองต่อความต้องการของภาคอุตสาหกรรม การให้ทุนวิจัยที่ซ้ำซ้อนขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่ให้ทุน องค์ความรู้จากการวิจัยพื้นฐานไม่มีการวิจัยต่อยอดให้ครบวงจรเพื่อสามารถพัฒนาไปเป็นผลิตภัณฑ์ นักวิจัยที่มีคุณภาพและมีความสามารถในการบริหารโครงการวิจัยที่ครบวงจรยังมีน้อย ห้องปฏิบัติการวิจัยยังไม่ได้มาตรฐานที่ดี (Good Laboratory Practice) การวิจัยทางคลินิกที่ได้มาตรฐานที่ดี (Good Clinical Practice) ยังมีน้อย ทำให้ผลงานวิจัยที่ออกมายังไม่ได้รับการยอมรับสากล และผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ

4. สถานภาพของอุปสงค์

ผู้ประกอบการระดับตำบล (OTOP)

1. การเติบโตของตลาด พบว่า การตลาดของผลิตภัณฑ์เติบโตขึ้น (3 บริษัท) และเพิ่งเริ่มเปิดบริษัทเป็นปีแรก (1 บริษัท)
2. แนวโน้มความต้องการของผู้บริโภค พบว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (4 บริษัท)
3. พฤติกรรมผู้บริโภคในการรักษาสุขภาพด้วยผลิตภัณฑ์สมุนไพร พบว่า ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ (1 บริษัท) ใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อบำรุงผิว (2 บริษัท) และใช้เป็นเครื่องสำอาง (1 บริษัท)
4. ความความภักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภค พบว่า เป็นลูกค้าประจำ ซึ่งมีความภักดี (4 บริษัท) และเป็นลูกค้าประเภท ขาจร (3 บริษัท)
5. ลักษณะของลูกค้าที่ใช้สินค้าของบริษัท (รายได้ เพศ อายุ) พบว่า เป็นลูกค้าทุกเพศ ทุกวัย (2 บริษัท) เป็นประชาชนทั่วไป (3 บริษัท) เป็นลูกค้าที่มีฐานะปานกลาง (1บริษัท) และส่วนมากเป็นลูกค้าผู้หญิง (1 บริษัท)
6. ประเทศที่ส่งออกในปัจจุบัน พบว่าไม่มี (4บริษัท) ส่วนปัญหาที่พบ ไม่มี (4 บริษัท)
7. ประเทศที่ต้องการส่งออกในอนาคต พบว่า ประเทศที่ต้องการส่งออกในอนาคต คือ ประเทศญี่ปุ่น, ออสเตรเลีย (1 บริษัท) ตะวันออกกลาง, เอเชีย (1 บริษัท) และไต้หวัน (2 บริษัท) ส่วนปัญหาที่พบ คือ ขาดความรู้เกี่ยวกับการส่งออก (1 บริษัท) ไม่มีทุน (1 บริษัท) และไต้หวัน (2 บริษัท)

ผู้ประกอบการในระดับระดับอุตสาหกรรม (SME)

1. การเติบโตของตลาดมากขึ้น (17 แห่ง) ปานกลาง (5 แห่ง) น้อย (2 แห่ง) ในอนาคตจะส่งออก (1 แห่ง)
2. แนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น (24 แห่ง) ลดลง (1 แห่ง)
3. พฤติกรรมผู้บริโภคในการรักษาสุขภาพด้วยผลิตภัณฑ์สมุนไพร ใช้เป็นเครื่องสำอาง (8 แห่ง) ใช้สร้างเสริมสุขภาพ (16 แห่ง) เพื่อความงาม (6 แห่ง) ใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อบำรุงผิว (2 แห่ง) มั่นใจในสมุนไพรมาก (1 แห่ง)
4. ความความภักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภค ภักดีเป็นลูกค้าประจำ (24 แห่ง) เป็นลูกค้าขาจร (12 แห่ง) ลักษณะของลูกค้าที่ใช้สินค้าของบริษัท (รายได้ เพศ อายุ) รายได้ปานกลาง (8 แห่ง) รายได้สูง (1 แห่ง) เป็น

- เพศหญิง (6 แห่ง) ทุกเพศ (14 แห่ง) อายุ 30 ปีขึ้นไป (4 แห่ง) กลุ่มผู้สูงอายุ (3 แห่ง) กลุ่มผู้ใหญ่ (5 แห่ง) กลุ่มวัยรุ่น (1 แห่ง) ทุกวัย (9 แห่ง) ประชาชนทั่วไป (6 แห่ง)
5. ประเทศที่ส่งออกในปัจจุบันได้แก่ ทั่วโลก (2 แห่ง) กลุ่มประเทศยุโรป (3 แห่ง) เยอรมัน (1 แห่ง) สหรัฐอเมริกา (1 แห่ง) ออสเตรเลีย (1 แห่ง) ญี่ปุ่น (4 แห่ง) เกาหลี (1 แห่ง) จีน (1 แห่ง) แคน (1 แห่ง) กатар (1 แห่ง) มาเลเซีย (2 แห่ง) ไม่มี (16 แห่ง) ปัญหาที่พบในการส่งออก คือ ค่าขนส่งแพง (1 แห่ง) ไม่มีปัญหาในการส่งออก (20 แห่ง) ไม่ระบุ (4 แห่ง)
 6. ประเทศที่ต้องการส่งออกในอนาคตได้แก่ เอเชีย (1 แห่ง) ญี่ปุ่น (1 แห่ง) มาเลเซีย (1 แห่ง) สิงคโปร์ (1 แห่ง) สหรัฐอเมริกา (2 แห่ง) ยุโรป (1 แห่ง) สวิตเซอร์แลนด์ (1 แห่ง) เนเธอร์แลนด์ (1 แห่ง) ไม่ระบุ (19 แห่ง) ซึ่งไม่มีการระบุถึงปัญหาปัญหาการส่งออกในอนาคต (25 แห่ง)

ผู้ประกอบการในระดับระดับส่งออก

1. การเติบโตของตลาดจะไม่หรือหามาก จะคงที่ขึ้นกับกระแสของสังคม (1 บริษัท) การเติบโตของตลาดเพิ่มขึ้นทุกปี (1 บริษัท)
2. แนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับกระแสและข้อมูลที่ได้รับ (1 บริษัท) สูงขึ้น (1 บริษัท)
3. พฤติกรรมผู้บริโภคในการรักษาสุขภาพด้วยผลิตภัณฑ์สมุนไพร อนาคตจะโตมากขึ้น (2 บริษัท) สังเกตได้จากอาหารเสริมตาม shelf ที่จำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตมีผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพจำหน่ายมากขึ้นใช้เวลาเตรียมน้อยแต่ต้องได้คุณค่าทางอาหาร (1 บริษัท)
4. ความความภักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภค ค่อนข้างภักดีตามระบบ (1 บริษัท) น้อยเพราะต้องการลองใช้สินค้าใหม่ (1 บริษัท)
5. ลักษณะของลูกค้าที่ใช้สินค้าของบริษัท (รายได้ เพศ อายุ) เป็นเพศหญิงวัยทำงาน โดยเฉพาะปัญหาด้านความงามจะยอมจ่ายเงินง่าย แต่ช่วงนี้เด็กๆ เริ่มสนใจมากขึ้น (1 บริษัท) ผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลาง ทั้งสองเพศ อายุ 22ปี ขึ้นไป (1 บริษัท)

3. การประเมินความสามารถและ ความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรในเชิงพาณิชย์

จากรายชื่อสมุนไพรที่มีการผลิตเชิงพาณิชย์ในระดับต่างๆ คณะผู้วิจัยจะทำการประเมินเพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะใช้ในการศึกษาเชิงลึกด้านการตลาด จำนวนกลุ่มละ 1 รายการ ในขั้นตอนแรกได้ประชุมกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็นดังนี้ คือ

1. เป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีประวัติการส่งออกไปขายยังต่างประเทศ
2. เป็นพืชสมุนไพรที่มีปลูกในประเทศไทยกว้างขวาง มีแหล่งวัตถุดิบที่ชัดเจน หรือสามารถสนับสนุนให้มีการปลูกเพื่อเป็นวัตถุดิบได้
3. เป็นพืชสมุนไพรที่มีการศึกษาวิจัยพบสารที่ออกฤทธิ์ มีการระบุสารที่ออกฤทธิ์ชัดเจน
4. มีการยอมรับในเรื่องประสิทธิภาพของสมุนไพร ในระดับประเทศ หรือในระดับสากล
5. มีความปลอดภัยในการใช้ ไม่พบรายงานความเป็นพิษ
6. มีประวัติการนำมาใช้เป็นระยะเวลาานาน ทั้งในระดับประเทศ หรือระดับสากล
7. มีผลิตภัณฑ์จัดจำหน่ายอยู่ในท้องตลาด ในระดับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ ระดับของธุรกิจขนาดกลาง-เล็ก หรือ ระดับส่งออก
8. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในรูปแบบเภสัชภัณฑ์ อาจเป็นยาผง ยาขง ยาน้ำ ยาเม็ดแคปซูล หรือ ยาครีม เป็นต้น
9. เป็นสมุนไพรที่มีการจัดจำหน่ายอย่างเปิดเผย สามารถสืบค้นแหล่งที่มาของผู้ผลิตได้
10. มีแหล่งที่มาของสมุนไพรที่ชัดเจน และสามารถตรวจสอบคุณภาพของสมุนไพรได้

ตารางที่ 8 การประเมินความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรในเชิงพาณิชย์โดยใช้เกณฑ์ที่กำหนด

	กระเทียม	ยอ	กวาว เครือขาว	กระชาย ดำ	สำหรับ เกลียว ทอง
มีประวัติการส่งออกไปขายยังต่างประเทศ	√	√	√		
แหล่งวัตถุดิบในประเทศ	√	√	√	√	√
การศึกษาวิจัยพบสารที่ออกฤทธิ์	√	√	√	√	√
การยอมรับในเรื่องประสิทธิภาพของสมุนไพร	√	√	√	√	√
ความปลอดภัยในการใช้	√	√	√	√	√
มีประวัติการนำมาใช้เป็นระยะเวลาานาน	√	√	√		
มีผลิตภัณฑ์จัดจำหน่ายอยู่ในท้องตลาด	√	√	√	√	√
มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในรูปแบบเภสัชภัณฑ์	√	√	√	√	√
เป็นสมุนไพรที่มีการจัดจำหน่ายอย่างเปิดเผย	√	√	√	√	√
มีแหล่งที่มาของสมุนไพรที่ชัดเจน	√	√	√	√	√

จากผลการประเมินคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดโดยใช้เกณฑ์ที่กำหนดขึ้น พบว่าผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่เหมาะสมในการนำมาเป็นตัวช่วยในการศึกษาต่อในกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารได้แก่ กระเทียมและยอ ในกลุ่มเครื่องสำอาง ได้แก่ กวาวเครือขาว ผู้วิจัยจึงได้สรุปข้อมูลเกี่ยวกับพืชทั้ง 3 ชนิดไว้ในภาคผนวกที่ 4

การกำหนดกลยุทธ์และแนวนโยบายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรในเชิงพาณิชย์

การกำหนดกลยุทธ์และแนวนโยบายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรในเชิงพาณิชย์ ทำโดยวิเคราะห์ตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่คัดเลือก คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารได้แก่กระเทียมและยอ ในกลุ่มเครื่องสำอางได้แก่ กวาวเครือขาว ในประเด็นต่อไปนี้

- 3.1 วิเคราะห์ศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่คัดเลือก ปัญหาและอุปสรรค ของการประกอบธุรกิจโดยใช้ matrix analysis
- 3.2 การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และการกำหนดตลาดเป้าหมาย ของผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่คัดเลือก ทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ (Segmenting, Targeting, and Positioning)
- 3.3 วิเคราะห์นโยบายการสนับสนุนจากภาครัฐฯ

วิเคราะห์ศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่คัดเลือก ปัญหาและอุปสรรค ของการประกอบธุรกิจโดยใช้ matrix analysis

	วัตถุดิบ		ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป			การตลาด	
	การจัดหา	การควบคุมคุณภาพ / การประกันคุณภาพ	การพัฒนาตำรับ	การผลิตระดับอุตสาหกรรม	การควบคุมคุณภาพ / การประกันคุณภาพ	ภายใน ประเทศ	ต่างประเทศ
บุคลากร							
เครื่องจักร / tools							
ทุน							
กฎหมาย / ระเบียบ							

การวิเคราะห์ในส่วนในประเทศไทย ทำการศึกษาโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่คัดเลือก ระหว่างวันที่ 1-10 กันยายน 2547 ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ผลการสัมภาษณ์เป็นดังนี้

ผลิตภัณฑ์กระเทียม

วัตถุดิบ

1. การจัดหาสมุนไพรกระเทียมที่ใช้ในการผลิต

แหล่งที่ได้มาของวัตถุดิบ ทั้ง 2 บริษัทซื้อจากแหล่งที่ไว้ใจได้ บุคลากรที่ทำหน้าที่จัดหาวัตถุดิบ คือ ฝ่ายจัดซื้อ (2 บริษัท) โดยการแจ้งผ่านกลุ่มเกษตรกร (1 บริษัท) ในการจัดซื้อวัตถุดิบมักพบปัญหาการปนเปื้อนจากวัสดุแปลกปลอม (1 บริษัท) ไม่พบปัญหา (1 บริษัท) ค่าใช้จ่ายในการจัดหาวัตถุดิบ ไม่ทราบ เพราะเหมาคิดราคาความเป็น กิโลอาจแยกได้เป็น 3 ส่วน ได้แก่ ค่าจัดเก็บ, ค่าขนส่ง และค่าผลิตผล (1 บริษัท) ค่าโทรศัพท์ (1 บริษัท) และพบว่า ปัญหา วัตถุดิบบางชนิดมีความต้องการซื้อมากกว่าความต้องการขาย (1 บริษัท) ไม่พบปัญหา (1 บริษัท)

2. การควบคุมคุณภาพ / การประกันคุณภาพของสมุนไพรที่ใช้

บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพร คือ นักวิทยาศาสตร์ วุฒิกการศึกษาระดับปริญญาตรี ฝ่ายควบคุมคุณภาพ (2 บริษัท) ไม่พบปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการควบคุมคุณภาพ และการประกันคุณภาพของสมุนไพร (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาด้านบุคลากร (1 บริษัท) เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ คือ วิธีทดสอบทางกายภาพ โดยบีบน้ำกระเทียมทิ้งไว้ 2 ชม. หากน้ำกระเทียมเปลี่ยนเป็นสีฟ้าจะไม่รับซื้อ (1 บริษัท) ใช้เครื่องวัดความชื้นและเครื่องวัดการแตกตัวของยา (1 บริษัท) ทั้ง 2 บริษัทไม่พบปัญหาในเรื่องเครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพร ค่าใช้จ่ายในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพรไม่มีค่าใช้จ่าย (1 บริษัท) ไม่ระบุค่าใช้จ่าย (1 บริษัท) ข้อกำหนดที่ใช้ในการควบคุมคุณภาพจะปฏิบัติตามเกณฑ์ GMP (1 บริษัท) ไม่มีเกณฑ์การควบคุมคุณภาพ (1 บริษัท) ปัญหาข้อกฎหมาย หรือ ข้อกำหนดในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพรไม่พบปัญหา (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท)

3. การสกัดสมุนไพรเพื่อให้ได้สารสำคัญ

บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการสกัดสารสำคัญจากสมุนไพรคือนักวิทยาศาสตร์วุฒิกการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาเคมีสาขาจุลชีววิทยา, สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางอาหาร และปริญญาโทวิศวกรรมศาสตร์ สาขาอุตสาหกรรมอาหาร (1 บริษัท) และการซื้อสารสกัดสมุนไพรจาก supplier (1 บริษัท) พบปัญหาพนักงานในระดับล่าง ล่าออก แต่เป็นการล่าออกหมุนเวียนปกติของการทำงานในภาคอุตสาหกรรมโรงงาน (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาด้านบุคลากร (1 บริษัท) วิธีการที่ใช้ในการสกัดสารสำคัญจากสมุนไพรจะใช้วิธีการสกัดด้วยน้ำแล้วทำให้เข้มข้น (1 บริษัท) ไม่ระบุวิธีการ (1 บริษัท) ปัญหาที่เกิดขึ้นในการสกัดสารสำคัญจากสมุนไพร ไม่พบถ้าปฏิบัติตาม SOP ได้ก็จะไม่พบปัญหาและปัญหาที่พบมักจะเกิดในช่วง R&D (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท) เครื่องมือที่ใช้ในการสกัดสารสำคัญจากสมุนไพร ได้แก่ spray drier, filtration และ evaporator (1 บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) พบปัญหาที่เกิดจากเครื่องมือที่ใช้ในการสกัดสารสำคัญจากสมุนไพร เมื่อเครื่องมือที่ใช้ชำรุดต้องนำเข้าอะไหล่จากต่างประเทศ เพื่อใช้ซ่อมแซม (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท) การควบคุมและการประกันคุณภาพของสารสกัดมีการกำหนดเกณฑ์ควบคุมคุณภาพไว้อย่างชัดเจน (1 บริษัท) และส่งตรวจไปยังหน่วยงานภายนอกที่เชื่อถือได้ เช่น การตรวจโลหะหนัก, total bacteria count (1 บริษัท) ปัญหาที่พบจากการควบคุมคุณภาพโดยการส่งตรวจไปยังหน่วยงานภายนอกที่เชื่อถือได้นั้นพบว่าผลตรวจซ้ำ และค่าใช้จ่ายในการตรวจต่อครั้งสูง (1 บริษัท) และพบปัญหาจากการควบคุม

คุณภาพด้วยตนเองบ้างแต่สามารถแก้ไขได้ โดยการหาสาเหตุแล้วทำการแก้ไข (1 บริษัท) การสกัดสมุนไพรเพื่อให้ได้สารสำคัญจะปฏิบัติตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และระเบียบการควบคุมและการประกันคุณภาพของสารสกัดตามมาตรฐาน ISO (1 บริษัท) ไม่ระบุเกณฑ์ (1 บริษัท) ปัญหาข้อกฎหมาย หรือข้อกำหนดในการสกัดสมุนไพรเพื่อให้ได้สารสำคัญพบน้อยเพราะขึ้นกับกระบวนการผลิตของแต่ละบริษัท (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท)

ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

1. การพัฒนาตำรับ

บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการพัฒนาตำรับประกอบด้วยนักวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางอาหาร 2 คน, นักพัฒนาผลิตภัณฑ์ 1 คน (1 บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) ไม่พบปัญหาเรื่องบุคลากรแม้ว่าจะมีพนักงานลาออก พนักงานใหม่ก็สามารถปฏิบัติงานได้เนื่องจากมี SOP กำกับ (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท) เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาตำรับส่วนใหญ่เป็นอุปกรณ์การผลิตสำหรับห้องทดลองขนาดเล็ก เช่น filling, เครื่องตอกเม็ดยา และเครื่องผสม (1 บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) วิธีการใช้เครื่องมือจะปฏิบัติตามคู่มือการใช้งาน (1บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) ปัญหาที่พบในการพัฒนาตำรับคือสภาวะในห้องทดลองแตกต่างจากสภาวะจริงในการผลิต และเครื่องมือที่ใช้ใหม่ๆในห้องทดลองราคาสูง เช่น film coat (1บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท) ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาตำรับจะไม่สูงมากเพราะใช้เทคนิคง่าย ๆ (1บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) ปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการพัฒนาตำรับที่พบเกิดขึ้นจากเครื่องมือใหม่ที่ใช้ในห้องทดลองราคาแพง (1บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) การพัฒนาตำรับจะปฏิบัติตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา(1บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) ปัญหาด้านกฎหมายและข้อกำหนดที่พบบ่อยขึ้นกับการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เมื่อผู้บริหารเปลี่ยนนโยบายจะก็เปลี่ยนแปลงตาม และปัญหาที่ต้องมีการจัดทำข้อมูลด้านความปลอดภัยด้วย(1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท)

2. การผลิตระดับอุตสาหกรรม

บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการผลิตระดับอุตสาหกรรม เป็นพนักงานวุฒิมัธยมศึกษาปีที่ 3 ขึ้นไป ซึ่งต้องอบรมหลักขณะเรื่อง GMP และ On the job training ส่วนเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติงานวุฒิมัธยมศึกษา ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) เจ้าหน้าที่ระดับหัวหน้างานวุฒิมัธยมศึกษาระดับปริญญาตรีวิศวกรรมศาสตร์, วิทยาศาสตร์และสาขาที่เกี่ยวข้องกับอาหารและเคมี (1 บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) มักพบปัญหาพนักงานลาออกแต่ควบคุมได้ (1 บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ใช้เป็นระบบปิดใช้พนักงานควบคุมดูแล (1 บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) ปัญหาการผลิตระดับอุตสาหกรรมที่พบได้แก่ปัญหาด้านสาธารณูปโภค เช่น ระบบน้ำประปา ไฟฟ้า และ ระบบไอน้ำ ปัญหาเรื่องเครื่องมือที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ อะไหล่มีราคาแพง หากมีการผลิตผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ต้องแจ้งบริษัทจัดจำหน่ายมาเป็นผู้ปรับแต่งเครื่องมือ บริษัทที่ผลิตผลิตภัณฑ์ทำได้แค่เพียงการดูแลรักษา เครื่องมือและปฏิบัติตามวิธีการที่ถูกปรับไว้แล้ว (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท) วิธีการใช้เครื่องมือง่ายให้ปฏิบัติตามคู่มือการใช้งาน แต่การแก้ไขปรับปรุงทำได้ยาก (1 บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) มักพบปัญหาด้านสาธารณูปโภค หากกระแสไฟฟ้าตกหรือดับจะทำให้เสียเวลาในกระบวนการผลิตมาก เพราะต้องเริ่มกระบวนการผลิตใหม่ทั้งหมด ฉะนั้นต้องควบคุมระบบสาธารณูปโภคให้ดี (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท) ค่าใช้จ่ายการผลิตระดับอุตสาหกรรมได้แก่ค่าเครื่องมือที่มีราคาแพง ค่าบริการในการบำรุงรักษาสูง แต่ถ้าผลิตปริมาณมากจะคุ้มทุน mass

production (1 บริษัท) ไม่ระบุ (1 บริษัท) และพบปัญหาค่าใช้จ่ายในการเดินเครื่องผลิตแต่ละครั้งที่สูง เช่น เครื่อง UHT ในการเดินเครื่องจะเสียค่าใช้จ่ายมาก ดังนั้นต้องวางแผนการผลิตครั้งละมาก ๆ ต้องผลิตให้คุ้ม เพราะค่าใช้จ่ายสูง (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท) การผลิตระดับอุตสาหกรรมจะปฏิบัติตามมาตรฐานกระบวนการผลิต SOP (1 บริษัท) ไม่ระบุเกณฑ์ (1 บริษัท) ไม่มีปัญหาข้อกำหนด หรือ ข้อกำหนดในการผลิตระดับอุตสาหกรรม (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท)

3. การควบคุมคุณภาพ / การประกันคุณภาพ

บุคลากรที่ทำหน้าที่ควบคุมและการประกันคุณภาพได้แก่ เภสัชกร (1 บริษัท) นักวิทยาศาสตร์สาขาเคมีและสาขาจุลชีววิทยาจำนวน 2-3 คน ผู้ปฏิบัติการวุฒิมัธยมศึกษาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 มักพบปัญหาพนักงานมีการหมุนเวียนเข้า-ออกสูง (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาด้านบุคลากร (1 บริษัท) เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ ได้แก่ เครื่องชั่ง (2 บริษัท), monitor analyzer, autoclave, spectrophotometer, HPLC, เครื่องวัดความชื้น และ เครื่องวัดการแตกตัวของยา (1 บริษัท) ปัญหาเรื่องเครื่องมือที่พบได้แก่ เครื่องมือราคาแพง ต้องใช้ soft ware สนับสนุน การวิเคราะห์ตัวอย่างจำนวนน้อยๆ จะไม่คุ้ม และเครื่อง HPLC พบปัญหา Y2K ปี 2000 ต้องปรับเปลี่ยน soft ware ใหม่ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายสูงมาก จึงส่งให้หน่วยงานที่นำเชื่อถืออื่นวิเคราะห์แทน (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาเรื่องเครื่องมือที่พบ (1 บริษัท) วิธีการที่ใช้ เครื่องมือจะปฏิบัติตามคู่มือปฏิบัติงาน และมีการตรวจสอบซ้ำ (1 บริษัท) ไม่ระบุวิธีการที่ใช้เครื่องมือ (1 บริษัท) ไม่พบปัญหาเรื่องเครื่องมือที่ใช้ถ้าปฏิบัติตามคู่มือที่กำหนด (1 บริษัท) ค่าใช้จ่ายในการควบคุมและการประกันคุณภาพได้แก่ ค่าสารเคมีและอาหารเลี้ยงเชื้อที่ใช้ (1 บริษัท) ไม่ระบุค่าใช้จ่ายในการควบคุมและการประกันคุณภาพ (1 บริษัท) ปัญหาค่าใช้จ่ายในการควบคุมและการประกันคุณภาพคือ ค่าสารเคมีและอาหารเลี้ยงเชื้อที่มีราคาสูงเป็นปัญหาสำคัญ (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาค่าใช้จ่ายในการควบคุมและการประกันคุณภาพ (1 บริษัท) ข้อกำหนดที่ใช้ในการควบคุมและการประกันคุณภาพปฏิบัติตามมาตรฐาน GMP (1 บริษัท) ปฏิบัติตามมาตรฐานการวิเคราะห์เชื้อตาม พรบ.อาหารและข้อกำหนดทางกายภาพของบริษัท (1 บริษัท) ไม่มีปัญหาข้อกำหนดกฎหมาย หรือ ข้อกำหนดในการควบคุมและการประกันคุณภาพ (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาข้อกำหนดกฎหมาย หรือ ข้อกำหนดในการควบคุมและการประกันคุณภาพ (1 บริษัท)

การตลาด

1. การตลาดภายในประเทศ

บุคลากรที่ทำหน้าที่การตลาดภายในประเทศ ได้แก่ ฝ่ายการตลาดที่รับพนักงานวุฒิมัธยมศึกษาในระดับประกาศนียบัตรชั้นสูง และการศึกษาระดับปริญญาตรี มีพื้นฐานด้านการบัญชีและเศรษฐศาสตร์ (1 บริษัท) และการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่าย (1 บริษัท) ไม่พบปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่การตลาดภายในประเทศ (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่การตลาดภายในประเทศ (1 บริษัท) กระบวนการหาตลาด ส่วนใหญ่ขายให้บริษัท และลูกค้าทั่วไปที่ติดต่อกับบริษัทโดยตรง (1 บริษัท) และให้พนักงานฝ่ายขายเสนอต่อร้านค้า ร้านขายยา (1 บริษัท) ไม่พบปัญหาด้านกระบวนการหาตลาดภายในประเทศ (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาด้านกระบวนการหาตลาดภายในประเทศ (1 บริษัท) การสนับสนุนจากภาครัฐโดยกรมส่งเสริมการส่งออกในการออกงานแสดงสินค้า (1 บริษัท) ไม่มีการสนับสนุนจากภาครัฐ (1 บริษัท) ไม่พบปัญหาด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา

ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ (1 บริษัท) การสนับสนุนจากภาคเอกชนได้ประโยชน์น้อยโดยทั่วไปเป็นการเข้าร่วมงานตามธรรมเนียม แต่หากเป็นการสนับสนุนจากบริษัทจัดจำหน่ายจะได้ประโยชน์มากกว่า (1 บริษัท)) ไม่มีการสนับสนุนจากภาคเอกชน (1 บริษัท) ไม่พบปัญหาด้านการสนับสนุนจากภาคเอกชน (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาด้านการสนับสนุนจากภาคเอกชน (1 บริษัท) ค่าใช้จ่ายทางด้านการตลาดส่วนใหญ่เป็นของบริษัทจัดจำหน่าย ซึ่งบริษัทจะเป็นผู้สนับสนุนข้อมูลให้ ส่วนสินค้าที่นำไปออกงานแสดง บริษัทจะคิดค่าใช้จ่ายตามความเหมาะสม (1 บริษัท) ไม่ระบุค่าใช้จ่ายทางด้านการตลาดภายในประเทศ (1 บริษัท) ไม่พบปัญหาด้านค่าใช้จ่ายการตลาดภายในประเทศ (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาด้านค่าใช้จ่ายการตลาดภายในประเทศ (1 บริษัท) ข้อกำหนด หรือ ระเบียบทางการตลาดที่ใช้ระหว่างกันจะทำสัญญาตามปกติ สามารถแสดงที่ไปที่มาของเงินได้ (1 บริษัท) ไม่ระบุข้อกำหนด หรือ ระเบียบทางการตลาดที่ใช้ (1 บริษัท) ไม่มีปัญหาข้อกฎหมาย หรือ ข้อกำหนดในด้านการตลาดภายในประเทศ (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาข้อกฎหมาย หรือ ข้อกำหนดในด้านการตลาดภายในประเทศ (1 บริษัท)

2. การตลาดต่างประเทศ

บุคลากรที่ทำหน้าที่การตลาดต่างประเทศได้แก่ ฝ่ายต่างประเทศ มีความเชี่ยวชาญทางด้านภาษาต่างประเทศวุฒิการศึกษาระดับปริญญาโท (1 บริษัท) กรรมการผู้จัดการทำหน้าที่การตลาดต่างประเทศ (1 บริษัท) และมักพบปัญหาด้านภาษาอังกฤษของพนักงานยังไม่ดี (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหา (1 บริษัท) กระบวนการหาตลาดอาศัยลูกค้าที่ติดต่อเข้ามาเอง หรือติดต่อผ่านบริษัทจัดจำหน่ายแล้วนำไปทำตลาดเอง (1 บริษัท) การออกงานแสดงสินค้าและการจัดทำ website (1 บริษัท) ปัญหาที่พบบ่อยในกระบวนการหาตลาดคือขาดการติดต่อกับลูกค้า (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาที่พบในกระบวนการหาตลาด (1 บริษัท) การสนับสนุนจากภาครัฐเรื่องค่าใช้จ่ายในการออกงานแสดงสินค้า (1 บริษัท) กรมส่งเสริมการส่งออกให้การสนับสนุนแต่เรียกเก็บค่าใช้จ่ายและ สิทธิพิเศษทางด้านภาษีจากการทำ FTA ระหว่างประเทศ (1 บริษัท) ซึ่งพบว่าปัญหาการสนับสนุนจากภาครัฐส่วนใหญ่จะเป็นการสนับสนุนเป็นรายผลิตภัณฑ์ (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาการสนับสนุนจากภาครัฐ (1 บริษัท) ส่วนการสนับสนุนจากภาคเอกชนนั้นได้รับการสนับสนุน (1 บริษัท) ไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาคเอกชน (1 บริษัท) พบปัญหาการสนับสนุนจากภาคเอกชนยังไม่ดีพอและต้องเสียค่าใช้จ่ายในการออกงานต้องชำระเงินล่วงหน้าเป็นปี และยังคงเรียกเก็บค่าใช้จ่ายเป็นรายเดือนเพิ่ม (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาการสนับสนุนจากภาคเอกชน (1 บริษัท) ข้อกำหนด หรือ กฎหมายที่ใช้ปฏิบัติในการตลาดต่างประเทศจะปฏิบัติตาม พรบ.อาหาร และ กฎหมายของต่างประเทศ (1 บริษัท) ไม่ระบุข้อกำหนด หรือ กฎหมายที่ใช้ปฏิบัติในการตลาดต่างประเทศ (1 บริษัท) ไม่มีปัญหาข้อกฎหมาย หรือ ข้อกำหนดในด้านการตลาดต่างประเทศ (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาข้อกฎหมาย หรือ ข้อกำหนดในด้านการตลาดต่างประเทศ (1 บริษัท) ประเทศที่ส่งออกในปัจจุบันได้แก่ นอร์เวย์, มาเลเซีย และญี่ปุ่น (1 บริษัท) ไม่ระบุประเทศที่ส่งออกในปัจจุบัน (1 บริษัท) ปัญหาที่พบคือ บางประเทศเข้ามาติดต่อแล้วแต่ยังไม่ได้ขายอย่างจริงจัง (1 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาจากประเทศที่ส่งออก (1 บริษัท) ประเทศที่ต้องการส่งออกในอนาคตได้แก่ ยุโรป เนื่องจากสามารถจำหน่ายในราคาสูงได้ (1 บริษัท) ไม่ระบุประเทศที่ต้องการส่งออกในอนาคต (1 บริษัท)

ผลิตภัณฑ์ลูกยอ

วัตถุดิบ

1. การจัดหาสมุนไพรที่ใช้ในการผลิต

สมุนไพรที่ใช้ในการผลิตซื้อจากแหล่งที่ไว้ใจได้ บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการจัดหาวัตถุดิบ คือ ฝ่ายจัดซื้อ ที่ จ.อุตรธานี โดยจะแจ้งผ่านกลุ่มเกษตรกร ไม่พบปัญหาในการจัดหาสมุนไพร เนื่องจากติดต่อผ่านกลุ่มเกษตรกร โดยตรง ค่าใช้จ่ายในการจัดหาสมุนไพรคิดเหมาาราคารวม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ค่าจัดเก็บ, ค่าขนส่ง และค่าผลิตผล ไม่พบปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการจัดหาสมุนไพร

2. การควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพรที่ใช้

บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพร คือ ฝ่ายควบคุมคุณภาพซึ่งเป็นนักวิทยาศาสตร์บัณฑิต เทคนิคที่ใช้ในการควบคุมคุณภาพ คือการใช้วิธีการสังเกตลักษณะทางกายภาพว่าผลผลิตสุกได้ที่แล้ว ไม่พบปัญหาด้านการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพร ไม่มีค่าใช้จ่ายในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพร ข้อกำหนด หรือระเบียบไม่มีเกณฑ์ระบุ ไม่พบปัญหาจากระเบียบ ข้อกำหนด

3. การสกัดสมุนไพรเพื่อให้ได้สารสำคัญ

บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการสกัดสารสำคัญจากสมุนไพร คือ นักวิทยาศาสตร์ผู้มีการศึกษาปริญญาตรีสาขาเคมี, สาขาจุลชีววิทยา, สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางอาหาร และ ปริญญาโทวิศวกรรมศาสตร์สาขาอุตสาหกรรมอาหาร ปัญหาจากบุคลากรพบในพนักงานระดับล่างแต่เป็นการหมุนเวียนปกติของการทำงานของอุตสาหกรรมโรงงาน วิธีการที่ใช้ในการสกัดสมุนไพรเพื่อให้ได้สารสำคัญ ใช้วิธีการสกัดด้วยน้ำแล้วทำให้เข้มข้น ไม่พบปัญหาจากวิธีการที่ใช้ในการสกัดสมุนไพรถ้าปฏิบัติตาม SOP ถ้าพบส่วนใหญ่มักเกิดในช่วง R&D เครื่องมือที่ใช้ในการสกัดสมุนไพร คือ spray drier, filtration และ evaporator โดยปัญหาที่พบคือ เมื่อเครื่องมือที่ใช้เสีย ต้องนำเข้าอะไหล่จากต่างประเทศแต่บริษัทผู้ขายเครื่องมือจะมีอะไหล่สำรองอยู่แล้ว โดยจะคิดค่าบริการเป็นครั้งๆ ไป การควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสารสกัดสมุนไพร ต้องปฏิบัติตามเกณฑ์ของ อย. และ ISO ปัญหาที่พบสามารถแก้ไขได้โดยการหาสาเหตุแล้วทำการแก้ไข ส่วนปัญหาสิทธิบัตรพบน้อย เพราะขึ้นกับกระบวนการผลิตของแต่ละบริษัท ซึ่งบริษัทก็ได้จดสิทธิบัตรน้ำลูกยอของบริษัทไว้เช่นกัน

ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

1. การพัฒนาตำรับ

บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการพัฒนาตำรับ คือ นักวิทยาศาสตร์, นักเทคโนโลยีทางอาหาร และนักพัฒนาผลิตภัณฑ์ ไม่พบปัญหาทางด้านบุคลากร แม้จะมีพนักงานลาออก แต่พนักงานใหม่ก็สามารถทำงานได้เนื่องจากต้องปฏิบัติตาม SOP เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาตำรับ คือ อุปกรณ์การผลิตในระดับห้องทดลองขนาดเล็ก เช่น เครื่องกรอง, เครื่องตอกเมล็ดยา และเครื่องผสม ปัญหาที่พบ คือ เครื่องมือราคาแพง วิธีการที่ใช้ในการพัฒนาตำรับต้องปฏิบัติตามคู่มือการใช้งาน ส่วนปัญหาที่พบ คือ สภาวะในห้องทดลองแตกต่างจากเวลาผลิตจริง ค่าใช้จ่าย ไม่สูงมากเพราะใช้เทคนิคง่าย ปัญหาที่พบ คือ เครื่องมือใหม่มีราคาแพง ข้อกำหนด หรือระเบียบ ปฏิบัติตามเกณฑ์ของ อย.

และต้องมีการจัดทำ safety data ปัญหาที่พบบ่อยเกี่ยวกับนโยบายของผู้บริหารว่าจะกำหนดผลิตภัณฑ์เป็นอาหารหรือเครื่องดื่ม เมื่อมีการเปลี่ยนผู้บริหาร นโยบายก็เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

2. การผลิตระดับอุตสาหกรรม

บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการผลิตระดับอุตสาหกรรม คือ พนักงานอุดมศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 ขึ้นไป โดยต้องฝึกอบรบสุขลักษณะเรื่อง GMP, On the job training เจ้าหน้าที่ในระดับปฏิบัติการศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) เจ้าหน้าที่ในระดับหัวหน้างานอุดมศึกษาระดับปริญญาตรีวิศวกรรมศาสตร์, วิทยาศาสตร์ และสาขาที่เกี่ยวข้องกับอาหารและเคมี ปัญหาทางด้านบุคลากรที่พบอยู่ในระดับปกติ พบว่าพนักงานทำงานในระยะหนึ่งแล้วลาออก เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตระดับอุตสาหกรรม จะใช้ระบบ UHT ซึ่งต้องใช้ aseptic filling และใช้ระบบ pasteurize ซึ่งเป็นระบบปิดโดยใช้พนักงานเป็นผู้ควบคุมดูแล ปัญหาที่พบ คือ ปัญหาด้านสาธารณูปโภค เช่น ระบบน้ำประปา ไฟฟ้า ระบบไอน้ำ, เครื่องมือนำเข้าจากต่างประเทศ อะไหล่แพง หากมีการผลิตผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ต้องตามบริษัทจัดจำหน่ายมาเป็นผู้รับแต่ง บริษัททำได้เพียงดูแลรักษาและปฏิบัติตามเครื่องมือที่ถูกปรับไว้แล้วเท่านั้น วิธีการในการใช้เครื่องมือ ต้องปฏิบัติตามคู่มือการใช้งาน ปัญหาที่พบ คือ ต้องควบคุมระบบสาธารณูปโภคให้ดี หากกระแสไฟฟ้าตกหรือดับจะทำให้เสียเวลาในกระบวนการผลิตมาก เพราะต้องเริ่มกระบวนการผลิตใหม่ทั้งหมด ด้านค่าใช้จ่าย เครื่องมือและค่าบำรุงรักษาราคาสูง ปัญหาที่พบ คือ ค่าใช้จ่ายสูง ดังนั้นในการผลิตจำเป็นต้องวางแผนให้ได้ผลผลิตต่อครั้งเป็นจำนวนมาก ข้อกำหนด หรือระเบียบ ปฏิบัติตามเกณฑ์ SOP ไม่พบปัญหาทางด้านนี้

3. การควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพ

บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพ คือ นักวิทยาศาสตร์สาขาเคมีและสาขาจุลชีววิทยา ปัญหาที่พบ คือ พนักงานมีการหมุนเวียนเข้าออกสูง เครื่องมือที่ใช้ในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพ คือ monitor analyzer, autoclave, เครื่องชั่ง, spectrophotometer, HPLC ปัญหาที่พบ คือ เครื่องมือราคาแพง, ต้องใช้ soft ware ในการวิเคราะห์ผล ซึ่งถ้าทำการวิเคราะห์น้อยจะไม่คุ้ม, เครื่อง HPLC พบปัญหา Y2K ปี 2000 เครื่องรวน ต้องปรับ soft ware ใหม่ ซึ่งมีราคาแพงมาก จึงส่งให้หน่วยงานอื่นวิเคราะห์แทน วิธีการที่ใช้ในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพ คือ ปฏิบัติตามคู่มือปฏิบัติ และมีการตรวจสอบซ้ำ ปัญหาจะไม่เกิดขึ้นถ้าปฏิบัติตามคู่มือที่กำหนด ค่าใช้จ่ายในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพ พบว่าสารเคมีและอาหารเลี้ยงเชื้อราคาแพง ปัญหาที่พบ คือต้องวิเคราะห์สารปนเปื้อนหลายชนิดเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัย ข้อกำหนดหรือระเบียบ ถ้าเกี่ยวกับการวิเคราะห์เชื้อต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติอาหาร ถ้าเป็นการวิเคราะห์ระดับกายภาพต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของบริษัท ไม่พบปัญหาทางด้านนี้

การตลาด

1. การตลาดภายในประเทศ

บุคลากรที่ทำหน้าที่การตลาดภายในประเทศ คือ ฝ่ายการตลาด, พนักงานอุดมศึกษาระดับประกาศนียบัตรชั้นสูง และระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยมีพื้นฐานด้านการบัญชีและเศรษฐศาสตร์ ไม่พบปัญหาทางด้านบุคลากร กระบวนการหาตลาดที่ใช้ส่วนใหญ่ขายให้บริษัทสุฟิเดิร์มและลูกค้าทั่วไปที่ติดต่อกับบริษัทโดยตรง

ไม่มีปัญหาด้านกระบวนการตลาด ไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ไม่มีปัญหาการสนับสนุนจากภาครัฐที่พบ ส่วนการสนับสนุนจากภาคเอกชน โดยการเข้าร่วมงานตามธรรมเนียม ซึ่งจะได้ประโยชน์น้อยแต่ถ้าเป็นบริษัทสุพรี เดิร์มจะได้ประโยชน์มากกว่า ไม่มีปัญหาการสนับสนุนจากภาคเอกชน ไม่มีค่าใช้จ่ายทางด้านการตลาด ส่วนใหญ่ เป็นของบริษัทสุพรี เดิร์มซึ่งบริษัทเป็นผู้สนับสนุนข้อมูลให้ ส่วนสินค้าที่นำไปออกงานแสดง บริษัทจะเก็บเงินตาม ความเหมาะสม ไม่มีปัญหาค่าใช้จ่ายทางด้านการตลาดที่พบ กฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบการตลาด ภายในประเทศ ปฏิบัติตามสัญญาทั่วไป ไม่มีปัญหากฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบการตลาดภายในประเทศ ที่พบ

2. การตลาดต่างประเทศ

บุคลากรที่ทำหน้าที่การตลาดต่างประเทศ คือ ฝ่ายต่างประเทศวุฒิการศึกษาระดับปริญญาโท ซึ่งมีความเชี่ยวชาญทางด้านภาษาต่างประเทศ ปัญหาที่พบคือ ทักษะทางด้านภาษาอังกฤษของพนักงานยังไม่ดีพอ กระบวนการตลาดที่ใช้ คือ ลูกค้าเป็นผู้ติดต่อเข้ามาเอง หรือติดต่อผ่านทางบริษัทสุพรี เดิร์ม แล้วนำไปทำตลาดเอง ซึ่งปัญหาที่พบ คือ ขาดการติดต่อกลับจากลูกค้า ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ โดยกรมส่งเสริมการส่งออก แต่เรียกเก็บค่าใช้จ่าย ปัญหาการสนับสนุนจากภาครัฐที่พบคือ พบการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นรายผลิตภัณฑ์ ส่วนการสนับสนุนจากภาคเอกชนยังไม่ดีพอ ค่าใช้จ่ายในการทำการตลาดต่างประเทศ คือ เสียค่าใช้จ่ายในการออกสำเนา ซึ่งปัญหาที่พบ คือ ต้องจ่ายเงินล่วงหน้าเป็นปี และยังคงถูกเรียกเก็บค่าใช้จ่ายเป็นรายเดือนเพิ่มอีก กฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบการตลาดต่างประเทศ ปฏิบัติตามเกณฑ์พระราชบัญญัติอาหาร และ กฎหมายของต่างประเทศ ไม่มีปัญหาด้านกฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบการตลาดต่างประเทศ (อาหารเสริมต้องปฏิบัติตามกฎหมายของแต่ละประเทศ) ประเทศที่ส่งออกในปัจจุบัน ได้แก่ นอร์เวย์, มาเลเซีย และญี่ปุ่น ปัญหาที่พบจากประเทศที่ส่งออกในปัจจุบัน คือ บางประเทศเข้ามาติดต่อแต่ยังไม่ได้ขายอย่างจริงจัง ประเทศที่ต้องการส่งออกในอนาคต ได้แก่ ยุโรป เนื่องจากสามารถจำหน่ายได้ในราคาสูง ไม่มีปัญหาประเทศที่ต้องการส่งออกในอนาคต

ผลิตภัณฑ์กวางเครือ

วัตถุดิบ

1. การจัดหาสมุนไพรที่ใช้ในการผลิต

จัดหาสมุนไพรโดยการซื้อจากแหล่งที่ไว้ใจได้ บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการจัดหาสมุนไพร คือ เกษัชกร ส่วนปัญหาที่พบ คือ ไม่ทราบว่าคุณภาพจากแหล่งใดดีกว่า หรือดีที่สุด ค่าใช้จ่ายในการจัดหาสมุนไพร พบว่าราคาเหมาะสม ไม่พบปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการจัดหาสมุนไพร

2. การควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพรที่ใช้

บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพร คือ เกษัชกร ไม่พบปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพร เครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ คือ ใช้เทคนิค HPLC , ไม่มีเทคนิคพิเศษอื่น เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบครีม ไม่ใช่รูปแบบรับประทาน ไม่พบปัญหาเรื่องเครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ ด้านค่าใช้จ่ายในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพร เป็นค่าใช้จ่ายใน

การส่งทำเทคนิค HPLC ที่มหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีราคาที่เหมาะสม (ประมาณ 4,000 บาท/ครั้ง) ไม่พบปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพร กฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพรปฏิบัติตามกฎระเบียบของบริษัท ซึ่งจะต้องทำ HPLC กับผลิตภัณฑ์ทุกชนิด ไม่พบปัญหากฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพร

3. การสกัดสมุนไพรเพื่อให้ได้สารสำคัญ

โดยการให้บริษัทในเครือ คือ Bio Pure CO.,Ltd เป็นผู้รับผิดชอบ ซึ่งส่วนใหญ่จะซื้อครีมาจากต่างประเทศ แล้วทำการแบ่งบรรจุ

ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

1. การพัฒนาตำรับ

บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการพัฒนาตำรับ คือ บริษัทต่างๆ จะนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือสูตรตำรับให้ โดยปัญหาที่พบคือ ถ้าเป็นสูตรของประเทศไทยมักจะขาดความน่าเชื่อถือ และขาดหลักฐานทางวิชาการ ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาตำรับ มีค่าใช้จ่ายเรื่องบรรจุภัณฑ์ โดยทำการ outsource โดยหน่วยงานภายนอกเพราะดีกว่าและเป็นมืออาชีพมากกว่า ไม่พบปัญหาทางด้านค่าใช้จ่ายในการพัฒนาตำรับ ข้อกำหนด หรือระเบียบในการพัฒนาตำรับ จะต้องมี การทดสอบ stability ไม่พบปัญหาทางข้อกำหนด หรือระเบียบในการพัฒนาตำรับ

2. การผลิตระดับอุตสาหกรรม

บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการผลิตระดับอุตสาหกรรม คือบริษัท Bio Pure CO.,Ltd บริษัทในเครือเป็นผู้รับผิดชอบ ไม่ทราบปัญหาบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการผลิตระดับอุตสาหกรรมที่พบ

3. การควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพ

บุคลากรที่ทำหน้าที่ในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพ คือบริษัท Bio Pure CO.,Ltd บริษัทในเครือเป็นผู้รับผิดชอบ ไม่ทราบปัญหาบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพที่พบ

การตลาด

1. การตลาดภายในประเทศ

บุคลากรที่ทำหน้าที่การตลาดภายในประเทศ คือ ประธานฝ่ายบริหาร และผู้มีประสบการณ์ (วุฒิการศึกษาปริญญาตรีการตลาด) ไม่พบปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่การตลาดภายในประเทศ กระบวนการตลาดที่ใช้ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด, การขายตรง และการให้กำลังใจพนักงาน ปัญหากระบวนการตลาดที่พบ คือ อย. ตรวจพบสารปนเปื้อน (พบ phenophthaline ในการสกัด) ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งปัญหาการสนับสนุนจากภาครัฐที่พบ คือ ข้อมูลวิชาการมีน้อย, ขาดการวิจัย และขาดความมั่นใจในกระบวนการผลิต ส่วนปัญหาที่พบจากภาคเอกชน คือ ขาดการวิจัย ค่าใช้จ่ายการตลาดภายในประเทศค่อนข้างสูง ส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายในการจัดการ ส่วนค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด ประมาณ 5% ไม่พบปัญหาทางค่าใช้จ่ายการตลาดภายในประเทศ กฎหมาย

หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบการตลาดภายในประเทศปฏิบัติตามกฎหมายการขายตรง, เกณฑ์ของ อย. และ ข้อกำหนดของ สคบ. ไม่พบปัญหากฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบการตลาดภายในประเทศ

2. การตลาดต่างประเทศ

ปัจจุบันยังไม่ขยายไปตลาดต่างประเทศ ประเทศที่ส่งออกในปัจจุบัน ไม่มี ประเทศที่ต้องการส่งออกในอนาคต ได้แก่ จีน, ฟิลิปปินส์ และประเทศเพื่อนบ้าน

การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และการกำหนดตลาดเป้าหมาย ของผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่คัดเลือก ทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ (Segmenting, Targeting, and Positioning)

การวิเคราะห์ในส่วนของประเทศไทย ทำการศึกษาโดยใช้วิธีการสำรวจตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่คัดเลือก ระหว่างวันที่ 2-3 กันยายน 2547 ทำการสำรวจร้านยา และสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ประกอบกับการสอบถามผู้ขาย ผลการสำรวจเป็นดังนี้

ผลิตภัณฑ์กระเทียม

จากการสำรวจร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์นี้พบว่าหาง่ายมาก (9 ร้าน) ที่เหลือใช้เวลาพอสมควร ในการหาซื้อ ทำเลของร้านอยู่ในศูนย์สรรพสินค้า และส่วนใหญ่ลักษณะของร้านเป็นร้านจำหน่าย ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ (11 ร้าน) บรรยากาศการซื้อขายในร้านมีลูกค้าไม่มาก (11 ร้าน) โดยขณะสำรวจมีลูกค้าประมาณ (0 - 10 คน) การจัดวางผลิตภัณฑ์ที่ศึกษามีทั้งวางปะปนกับสินค้าอื่นและวาง ในกลุ่มผลิตภัณฑ์เดียวกัน มีจำนวนผลิตภัณฑ์แบบเดียวกัน (นับตามยี่ห้อ) 1-3 ยี่ห้อ ปริมาณ ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่วางโชว์เมื่อเทียบกับสินค้าสุขภาพในร้านคิดเป็นร้อยละ 1-5

ตารางที่ 9 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์กระเทียมที่สำรวจได้

ชื่อผลิตภัณฑ์	ราคา/ ขนาดบรรจุ	ประเทศ
ระวีวรรณ	80 บ./100 เม็ด	ไทย (ระวีวรรณ)
Immunitytop 2000	270, 295 บ./100 เม็ด	ไทย (ชาวละออเภสัช)
Immunitytop	270 - 300 บ./100 เม็ด	ไทย (ชาวละออเภสัช)
Alicia	198 บ./120 เม็ด	ไทย (ชาวละออเภสัช)
Lynae Garlic oil	600 บ./100 เม็ด	ไทย (บ.ยาอินไทย)
Cilrag	150 บ./100 เม็ด	ไทย (TO Chemicals)
ธัญยพรกระเทียม	90 บ./100 เม็ด	ไทย (ธัญยพร)
กระเทียมแคปซูล	240 บ./100 เม็ด	ไทย (Herbal one)
Ranbaxy	215 บ./100 เม็ด	อินเดีย
Kyolic 104	599, 798 บ./100 เม็ด	สหรัฐอเมริกา
Kyolic 200	278 บ./30 เม็ด	สหรัฐอเมริกา
GNC Garlic	1500 บ./200 เม็ด , 800 บ./100 เม็ด	สหรัฐอเมริกา
Odoric (Natrallife)	280 บ./100 เม็ด	สหรัฐอเมริกา
Bode	330 - 340 บ./100 เม็ด	เยอรมัน
เซอร์เคียว	1295 บ./90 เม็ด	เยอรมัน
Blackmore	350, 1000 บ./84 เม็ด	ออสเตรเลีย
Boots	200 บ./30 เม็ด	อังกฤษ

การแบ่งส่วนตลาดและการเลือกตลาดเป้าหมาย

พบว่า ผลิตภัณฑ์กระเทียมส่วนใหญ่วางขายในเขตเมือง ลักษณะของผู้ซื้อมักเป็นหญิงมากกว่าชาย อยู่ในวัยทำงาน และมีรายได้ระดับกลางมากกว่าสูง

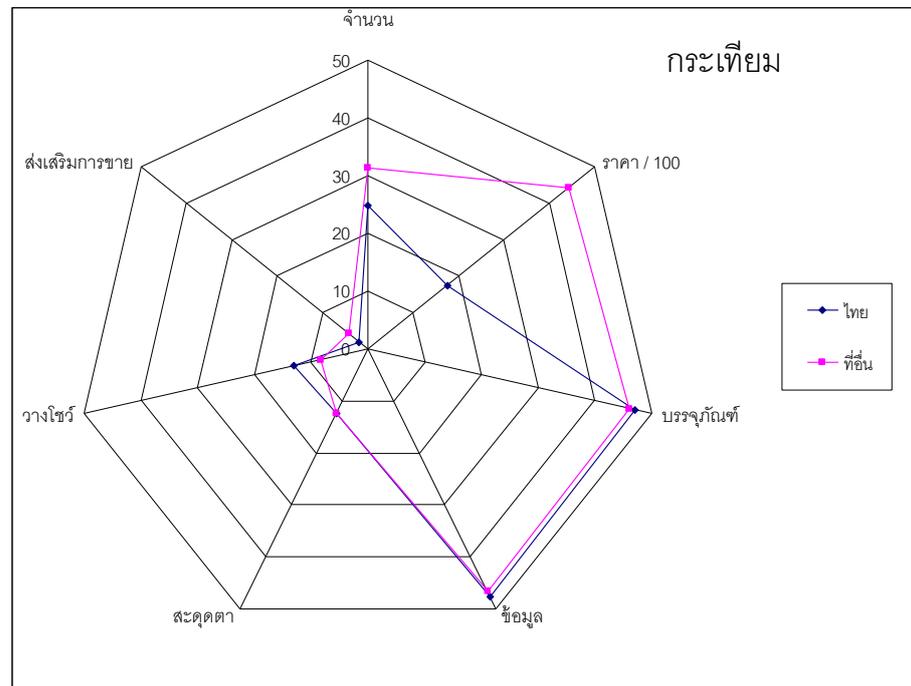
พฤติกรรมการซื้อเป็นแบบทั่วไปไม่มีโอกาสพิเศษ และเป็นการซื้อโดยมุ่งประโยชน์เพื่อสุขภาพเป็นหลัก โดยส่วนใหญ่เคยซื้อเป็นประจำ มีบ้างที่ซื้อครั้งแรก สัดส่วนการเปลี่ยนตรายี่ห้อหลายตราสลับกันเมื่อเปรียบเทียบกับการใช้ยี่ห้อเดิมซ้ำจะมากกว่าเล็กน้อย ส่วนใหญ่เป็นการซื้อตามที่คุณแนะนำ โดยตั้งใจมาเลือกดูจากชั้นวางของ และผู้ซื้อไม่แน่ใจในสรรพคุณของผลิตภัณฑ์มากนัก

การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์กระเทียมที่ผลิตในประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์กระเทียมที่นำเข้ามาจำหน่ายในประเด็นต่อไปนี้ 1) จำนวน 2) ราคา 3) บรรจุภัณฑ์ 4) การให้ข้อมูลบนผลิตภัณฑ์ 5) ความสะอาด 6) การจัดวางบนชั้น และ 7) การส่งเสริมการขาย

เมื่อเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์กระเทียมที่ผลิตในประเทศไทยและผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ มีความใกล้เคียงกันในเรื่องของบรรจุภัณฑ์ การให้ข้อมูลบนผลิตภัณฑ์ ความสะอาด

การจัดวางบนชั้น และ การส่งเสริมการขาย เมื่อเปรียบเทียบในเรื่องของราคาพบว่าผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าตั้งราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์ในประเทศประมาณ 2-3 เท่า ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 เปรียบเทียบปัจจัยผลิตภัณฑ์กระเทียมที่ผลิตในประเทศไทยและผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ

ผลิตภัณฑ์ย่อย

จากการสำรวจร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์นี้พบว่าหาร้านได้ง่าย (5 ร้าน) ทั้งหมดมีทำเลอยู่ในศูนย์สรรพสินค้า ส่วนใหญ่เป็นร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ (5 ร้าน) บรรยายการซื้อขายในร้านมีลูกค้าไม่มาก (6 ร้าน) โดยในขณะที่สำรวจมีลูกค้าประมาณ 0-3 คน การจัดวางผลิตภัณฑ์ที่ศึกษามีทั้งวางปะปนกับสินค้าอื่น (4 ร้าน) และวางในกลุ่มผลิตภัณฑ์เดียวกัน (3 ร้าน) โดยมีจำนวนผลิตภัณฑ์แบบเดียวกัน (นับตามยี่ห้อ) 1-7 ยี่ห้อ ปริมาณผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่วางโชว์เมื่อเทียบกับสินค้าสุขภาพในร้านคิดเป็นร้อยละ 1-20

ตารางที่ 10 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ย่อยที่สำรวจได้

ชื่อผลิตภัณฑ์	ราคา/ ขนาดบรรจุ	ประเทศ
แคปซูลยอ (เม็ด)	80 บ./70 Cap	ไทย (อภียภูษेत्र)
น้ำลูยกยอ	80,120 บ./ขวด	ไทย (อภียภูษेत्र)
สบู่อ่อนลูยกยอ	25 บ./ก้อน	ไทย (อภียภูษेत्र)
ยาแคปซูลลูยกยอ (เม็ด)	118, 150 บ./100 Cap	ไทย (Herbal One)
น้ำลูยกยอ Noni	350 บ./ขวด 500 ml	ไทย
แชมพูลูยกยอ	120 บ./ขวด 500 ml	ไทย (สุภาพิษณั Modern way)
สบู่ลูยกยอ	45 บ./ก้อน ซ็อ 1 แถม 1	ไทย (สุภาพิษณั Modern way)
ลูยกยอ (Noni) ชาขงสมุนไพรรชนิดผง	65 บ./450 g	ไทย (ตำนานไพร)
ชาจีดลูยกยอ	35 บ./ถุง	ไทย (บ้านไร่ลูยกยอ)
ครีมหมักผมลูยกยอ	89 บ./กระปุก	ไทย (ภัทรวิตี)
น้ำลูยกยอ Tahitian	1500 บ./ขวด	สหรัฐอเมริกา
GNC Hawaiian noni	1200 บ./90 เม็ด	สหรัฐอเมริกา

การแบ่งส่วนตลาดและการเลือกตลาดเป้าหมาย

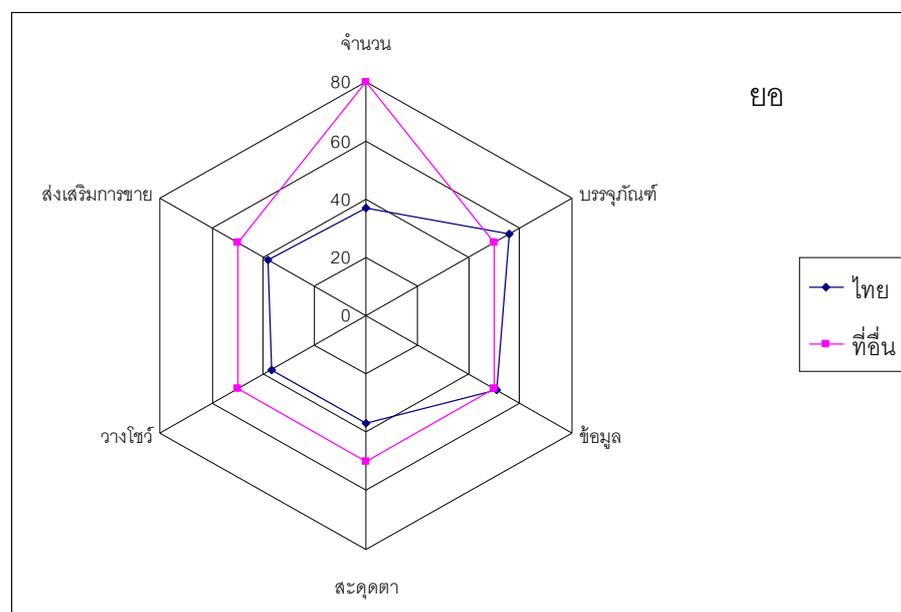
พบว่าผลิตภัณฑ์ย่อยส่วนใหญ่วางขายในเขตเมือง ลักษณะของผู้ซื้อมักเป็นหญิงมากกว่าชาย อยู่ในวัยทำงาน และมีรายได้ระดับกลางมากกว่าสูง

พฤติกรรมการซื้อเป็นแบบทั่วไปไม่มีโอกาสพิเศษ และเป็นการซื้อโดยมุ่งประโยชน์เพื่อสุขภาพเป็นหลัก โดยส่วนใหญ่เคยซื้อเป็นประจำ มีบ้างที่หยุดซื้อแล้วกลับมาซื้อใหม่ สัดส่วนการเปลี่ยนตรา ยี่ห้อหลายตราสลับกันเมื่อเปรียบเทียบกับการใช้ยี่ห้อเดิมซ้ำใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่เป็นการซื้อตามที่ผู้ขายแนะนำ โดยตั้งใจมาเลือกดูจากชั้นวางของ และสัดส่วนผู้ซื้อที่ไม่แน่ใจในสรรพคุณใกล้เคียงกับผู้ซื้อที่มีความมั่นใจในสรรพคุณของผลิตภัณฑ์

การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ยอที่ผลิตในประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์กระเทียมที่นำเข้ามาจำหน่ายในประเทศต่อไปนี้เป็น 1) จำนวน 2) บรรจุภัณฑ์ 3) การให้ข้อมูลบนผลิตภัณฑ์ 4) ความสะอาด 5) การจัดวางบนชั้น และ 6) การส่งเสริมการขาย

เมื่อเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ยอที่ผลิตในประเทศไทยและผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ มีความใกล้เคียงกันในเรื่องของบรรจุภัณฑ์ การให้ข้อมูลบนผลิตภัณฑ์ แต่ผลิตภัณฑ์ยอที่นำเข้ามาจากต่างประเทศจะมีความโดดเด่นกว่าในเรื่องของความสะอาด การจัดวางบนชั้น และการส่งเสริมการขาย และเมื่อเปรียบเทียบในเรื่องของราคาพบว่าผลิตภัณฑ์ที่นำเข้าตั้งราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์ในประเทศมาก ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 เปรียบเทียบปัจจัยผลิตภัณฑ์ยอที่ผลิตในประเทศไทยและผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ

ผลิตภัณฑ์กวางเครือ

จากการสำรวจผลิตภัณฑ์พบว่าหาร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์นี้ง่ายมาก (5 ร้าน) ทำเลของร้านอยู่ในศูนย์สรรพสินค้า (8 ร้าน) เป็นร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ลักษณะบรรยากาศการซื้อขายในร้านพบมีลูกค้าไม่มาก (7 ร้าน) โดยขณะสำรวจพบลูกค้าประมาณ 0-4 คน การจัดวางผลิตภัณฑ์ที่ศึกษามีทั้งวางปะปนกับสินค้าอื่น และวางในกลุ่มผลิตภัณฑ์เดียวกัน จำนวนผลิตภัณฑ์แบบเดียวกัน (นับตามยี่ห้อ) มี 1-12 ยี่ห้อ ปริมาณผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่วางโชว์เมื่อเทียบกับสินค้าสุขภาพในร้านคิดเป็นร้อยละ 1-25

ตารางที่ 11 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์กวางเครือที่สำรวจได้

ชื่อ	ราคา/ขนาดบรรจุ	ประเทศ
ระวีวรรณ	80 บ./100 เม็ด	ไทย (ระวีวรรณ)
กวางเครือไบโอ	260, 990 บ./100 เม็ด	ไทย (บ.ยาอินไทย)
ครีม Bio Breas	990 บ./หลอด	ไทย (บ.ยาอินไทย)
Herbal One	300, 395 บ./100 เม็ด	ไทย (Herbal One)
ธัญยพรกวางเครือขาว		ไทย (ธัญยพร)
ธัญยพรกวางเครือแดง		ไทย (ธัญยพร)
ภูมิพฤกษาครีม	590 บ./หลอด	ไทย (ภูมิพฤกษา)
กวางเครือขาว	240 บ./100 เม็ด	ไทย (ช่วยอัน)
กวางเครือแดง	300 บ./100 เม็ด	ไทย (ช่วยอัน)
กวางเครือขาว	250 บ./120 Cap	ไทย (ชมรมอนุรักษ์สมุนไพรรำปาง)
ยากวางเครือแดง	440 บ./60 เม็ด	ไทย (ชาวละออเกสซ์)
สบู่มากวางเครือขาว Nature's secret	31 บ./ก้อน	ไทย (ชาวละออเกสซ์)
สบู่มากวางเครือแดง Nature's secret	58 บ./ก้อน	ไทย (ชาวละออเกสซ์)
ครีมกวางเครือขาว+โสม สำหรับบำรุงผิวหน้า	500 บ.	ไทย (ตรีทิพย์)
ครีมกวางเครือขาว นวดทรวงอก	500 บ.	ไทย (ตรีทิพย์)
เจลกวางเครือแดง	500 บ.	ไทย (ตรีทิพย์)
ครีม Puera Breast	288 บ./50 g	ไทย
สบู่มากวางเครือ	45 บ./ก้อน	ไทย (Modern way)
กวางเครือขาว	100 บ./100 เม็ด	ไทย (CK Natural Herbs)
กวางเครือแดง	100 บ./100 เม็ด	ไทย (CK Natural Herbs)

การแบ่งส่วนตลาดและการเลือกตลาดเป้าหมาย

พบว่าผลิตภัณฑ์กวางเครือส่วนใหญ่วางขายในเขตเมือง ลักษณะของผู้ซื้อมักเป็นหญิงมากกว่าชาย อยู่ในวัยทำงาน และมีรายได้ระดับกลางมากกว่าสูง

พฤติกรรมการซื้อเป็นแบบทั่วไปไม่มีโอกาสพิเศษ และเป็นการซื้อโดยมุ่งประโยชน์เพื่อความงามเป็นหลัก โดยส่วนใหญ่เคยซื้อเป็นประจำ มีบ้างที่หยุดซื้อแล้วกลับมาซื้อใหม่ สัดส่วนการใช้จ่ายที่หือเดิมซ้ำมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับ การเปลี่ยนตราหือหลายตราสลับกันส่วนใหญ่เป็นการซื้อตามที

ผู้ขายแนะนำ โดยตั้งใจมาเลือกดูจากชั้นวางของ และสัดส่วนผู้ซื้อที่ไม่แน่ใจในสรรพคุณใกล้เคียงกับผู้ซื้อที่มีความมั่นใจในสรรพคุณของผลิตภัณฑ์

การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์กวางเครือมีแต่ที่ผลิตในประเทศไทยไม่มีการนำเข้าจากต่างประเทศ

วิเคราะห์นโยบายการสนับสนุนจากภาครัฐบาล

นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพร

จากการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ระดับชาติในการพัฒนาสมุนไพรเพื่อให้สามารถระดมทรัพยากรที่มีอยู่จำกัดของประเทศทั้งภาครัฐและเอกชนมาร่วมกันกำหนดทิศทางและดำเนินการพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด คณะรัฐมนตรีจึงมีมติ เมื่อวันที่ 10 เมษายน 2544 แต่งตั้ง “คณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพร” เพื่อให้เป็นองค์กรที่จะกำหนดนโยบาย ประสานงานและกำกับดูแลงานพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างครบวงจร โดยมีกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุขเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ประสานงาน ซึ่งแบ่งยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็น 8 ยุทธศาสตร์หลักดังนี้

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

จากผลการสัมมนาของคณะอนุกรรมการด้านส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาสมุนไพรให้ครบวงจร อนุกรรมการด้านกำหนดมาตรฐานและการควบคุมคุณภาพสมุนไพร และอนุกรรมการด้านปรับปรุงกฎหมายให้เอื้อต่ออุตสาหกรรมสมุนไพรในคณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพร ในวันที่ 20 กันยายน 2547 และ 20 ตุลาคม 2547 ผลการดำเนินงานในปี 2546 ยุทธศาสตร์ที่ 1 ได้จัดทำแผนงานซึ่งเป็นงานประจำที่แต่ละหน่วยงานต้องรับผิดชอบอยู่แล้ว ยุทธศาสตร์ที่ 3 ได้จัดทำมาตรฐานและการควบคุมคุณภาพสมุนไพร 2 ชนิด ได้แก่ หญ้าหนวดแมว และหญ้าปักกิ่ง (หญ้าเทวดา) จัดทำชุดตรวจสอบขั้นต้น และอยู่ระหว่างการดำเนินการจัดทำมาตรฐานสมุนไพร ประสะมะแว้ง, กระชายดำ, กระเจี๊ยบแดง, รวงจืด, จันทน์แดง, เป๊ะตำปึง และมะระขี้นก ในปี 2547 ยุทธศาสตร์ที่ 6 ได้ทำการปรับปรุงคำจำกัดความของสมุนไพร และยาแผนไทยในพระราชบัญญัติยาฉบับใหม่ แต่ยังไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ เนื่องจากกรอบผลการพิจารณา พระราชบัญญัติยาฉบับใหม่ ส่วนในยุทธศาสตร์ที่ 1 และยุทธศาสตร์ที่ 3 เนื่องจากขาดงบประมาณสนับสนุนจึงยังไม่ได้ดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ที่กำหนด

การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาสมุนไพรจากภาครัฐที่ปรากฏ

จากการสัมภาษณ์ รศ. พร้อมจิตต์ ศรีลัมภ์ อาจารย์ประจำภาควิชาเภสัชพฤกษศาสตร์ คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่าภาครัฐได้มีการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาสมุนไพร โดยมีชุดโครงการเชิงบูรณาการนำร่องเรื่อง การพัฒนาด้านการผลิต การแปรรูป และการตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน วัตถุประสงค์หลักของชุดโครงการนี้คือ เพื่อยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์สมุนไพรทั้งที่เป็นยาแผนโบราณ และยาจากสมุนไพร เพื่อให้ได้มาตรฐานสากล, เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีการวิจัยสู่ภาคอุตสาหกรรม และเพื่อสร้างรายได้และเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย ซึ่งชุดโครงการดังกล่าวประกอบด้วยงานวิจัยดังนี้

1. การวิจัยและพัฒนาสารสกัดมาตรฐานของตำรับยาแผนโบราณ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างมาตรฐาน และยกระดับคุณภาพการผลิตยาจากสมุนไพรแผนโบราณให้ได้มาตรฐานสากล พร้อมทั้งพิสูจน์สรรพคุณที่สามารถยืนยันในเชิงวิทยาศาสตร์ได้และสามารถใช้ในการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ ตำรับยาแผนโบราณที่นำมาวิจัยและทดสอบมี 5 ตำรับ ได้แก่ ยาหอมนวโกฐ, ยาหอมอินทจักร, ยาหอมอินทโอสถของบริษัทปราสาททองโอสถ จำกัด ยาแก้ลมขัดในข้อ และตำรับสหัสธารา
2. การวิจัยและพัฒนาสารสกัดมาตรฐานและผลิตภัณฑ์จากขมิ้นชัน ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาวิธีวิเคราะห์หาปริมาณสารสำคัญในวัตถุดิบ สารสกัด Curcuminoids ได้แก่ Curcumin, Desmethoxycurcumin และ Bis desmethoxycurcumin ด้วย HPLC เพื่อให้ได้วิธีที่เป็น Stability - Indicating Assay (SIA) และวิเคราะห์สารสำคัญในน้ำมันหอมระเหยขมิ้นชัน เช่น aromatic-turmerone ด้วย GC-MS Validate วิธีวิเคราะห์ที่ได้ทำการพัฒนาขึ้นและศึกษาความคงตัวของผลิตภัณฑ์ทั้งสอง นำสารสกัดและน้ำมันหอมระเหยที่ควบคุมมาตรฐานแล้วไปทดสอบสรรพคุณต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการแปรรูปเป็นเครื่องสำอางและเม็ด ซึ่งจะนำไปทดลองหาประสิทธิผลในมนุษย์ต่อไป
3. การพัฒนาสมุนไพรเป็นยา อาหารเสริมสุขภาพ เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อที่ให้กับคนและพืช : สมอไทย สมอภิเพก และมะขามป้อม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อหาวิธีการเตรียมสารสกัดสมอไทย สมอภิเพก และมะขามป้อม ด้วยตัวทำละลายที่เหมาะสม หาวิธีการควบคุมทางกายภาพและการควบคุมคุณภาพทางเคมีโดยใช้วิธี chromatographic fingerprints และวิธีตามข้อกำหนดของเภสัชตำรับ
4. การพัฒนาสมุนไพรเป็นยา อาหารเสริมสุขภาพ เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อที่ให้กับคนและพืช : ยอ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตสารสกัดมาตรฐานของยอ แยกสารสำคัญที่ออกฤทธิ์กระตุ้นภูมิคุ้มกันและหาคุณสมบัติทางกายภาพและวิธีการควบคุมมาตรฐานทางด้านคุณภาพและปริมาณสารสำคัญรวมทั้งพัฒนาตำรับยาเม็ด และกรรมวิธีที่ผลิตยาเม็ดเพื่อส่งต่อไปวิจัยประสิทธิผลในมนุษย์ต่อไป
5. การพัฒนาสมุนไพรเป็นยา อาหารเสริมสุขภาพ เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อที่ให้กับคนและพืช : ปัญจขันธ์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตสารสกัดมาตรฐานทั้งต้นบนดินปัญจขันธ์ ซึ่งทำให้แห้งโดยใช้ความร้อน (Spray Dry) และความเย็น (Freeze Dry) ศึกษาลักษณะ fingerprint ของสารสกัดจากแหล่งต่างๆ และจากผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายโดยอาศัยวิธีการทาง HPLC หรือวิธีอื่นเพื่อเปรียบเทียบชนิดและปริมาณของสารสำคัญ ทดสอบฤทธิ์ทางเภสัชวิทยา และความเป็นพิษของสารสกัด พัฒนาสารสกัดให้อยู่ในรูปแบบที่เสถียรโดยเป็นชาผงพร้อมดื่มหรือบรรจุในแคปซูลหรือทำเป็นเม็ดเพื่อส่งต่อไปวิจัยประสิทธิผลในมนุษย์ต่อไป
6. การพัฒนาสมุนไพรเป็นยา อาหารเสริมสุขภาพ เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อที่ให้กับคนและพืช : กระจับปี่ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อพิสูจน์สรรพคุณ กระตุ้นสมรรถภาพทางเพศ โดยเตรียมสารสกัดมาตรฐานกระจายตัวแยก

สารเคมีที่ใช้เป็น marker และหาคุณสมบัติทางกายภาพและวิธีการควบคุมมาตรฐานทางด้านคุณภาพและปริมาณสารสำคัญ

7. การพัฒนาสมุนไพรเป็นยา อาหารเสริมสุขภาพ เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อที่ใช้กับคนและพืช : กระเจี๊ยบแดง ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสารสกัดจากกลีบเลี้ยงกระเจี๊ยบแดงให้อยู่ในรูปแบบที่เหมาะสมเพื่อใช้ในการผลิตเครื่องสำอางและอาหารเสริม ศึกษาความคงตัวและเพื่อสามารถกำหนดอายุของผลิตภัณฑ์จากสารสกัดกระเจี๊ยบแดงและพิสูจน์ฤทธิ์ทางชีวภาพและฤทธิ์ทางเภสัชวิทยา
8. การพัฒนาสมุนไพรเป็นยา อาหารเสริมสุขภาพ เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อที่ใช้กับคนและพืช : เกว๋วลีขี้เปรี้ยว ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลไกการออกฤทธิ์แก้ปวดและต้านการอักเสบของสารสกัดเกว๋วลีขี้เปรี้ยว และพิสูจน์ฤทธิ์ของสารสกัดเกว๋วลีขี้เปรี้ยว ในการเพิ่มภูมิคุ้มกันแบบไม่จำเพาะในอาสาสมัครซึ่งมีสุขภาพดี ซึ่งจะใช้ทดสอบผลการเพิ่มภูมิคุ้มกันในผู้ป่วยเอดส์ต่อไป
9. การพัฒนาสมุนไพรเป็นยา อาหารเสริมสุขภาพ เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อที่ใช้กับคนและพืช : ขิง พริกไทย และผลดีปติ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาวิธีการสกัดสารสกัดหยาบและน้ำมันหอมระเหยจากเหง้าขิง ผลพริกไทย และผลดีปติ ซึ่งมีคุณภาพ มีสารสำคัญและมีความคงตัวสูง สามารถนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในเภสัชภัณฑ์และเครื่องสำอางได้ง่าย
10. การพัฒนาสมุนไพรเป็นยา อาหารเสริมสุขภาพ เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อที่ใช้กับคนและพืช : ฟ้าทะลายโจร ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเตรียมสารสกัดแอลกอฮอล์และน้ำจากฟ้าทะลายโจรที่มีคุณภาพในระดับอุตสาหกรรม พร้อมวิธีการควบคุมมาตรฐานทางด้านคุณภาพและปริมาณสารสำคัญ และจัดทำข้อกำหนดของสารสกัดฟ้าทะลายโจรเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมยาจากสมุนไพร ศึกษาประสิทธิภาพของสารสกัดมาตรฐานของฟ้าทะลายโจรในการปกป้องตับจากการทำลายโดยสารพิษและจัดทำชุดสำเร็จรูปที่ใช้ตรวจหาปริมาณสารสำคัญในฟ้าทะลายโจรสำหรับเกษตรกรและโรงงานอุตสาหกรรม
11. การพัฒนาสมุนไพรเป็นยา อาหารเสริมสุขภาพ เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อที่ใช้กับคนและพืช : หญ้าปักกิ่ง ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อแยกสกัดสารสำคัญที่ออกฤทธิ์กระตุ้นภูมิคุ้มกันจากต้นหญ้าปักกิ่งและผลิตสารสกัดมาตรฐานพร้อมทั้งวิธีการควบคุมมาตรฐานทางด้านคุณภาพและปริมาณสารสำคัญโดยต่อยอดวิธีที่ได้วิจัยเบื้องต้นไว้ให้เป็นสารสกัดที่มีมาตรฐานสำหรับเตรียมยาเม็ด สารสกัดมาตรฐานหญ้าปักกิ่ง เพื่อส่งต่อให้โครงการวิจัยประสิทธิผลในมนุษย์ต่อไป
12. การพัฒนาสมุนไพรเป็นยา อาหารเสริมสุขภาพ เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อที่ใช้กับคนและพืช : ข่อย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเตรียมสารสกัดจากใบข่อยที่มีผลยับยั้งเชื้อก่อโรคปริทันต์อักเสบ พอร์ไฟโรโมแนสจึงจิตาลิส หรือแอกติโนบาซิลลัสแอกติโนมัยซีแทมคอมมีเทนส์ ทดสอบฤทธิ์ต้านการอักเสบและต้านออกซิเดชันและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้รักษาโรคปริทันต์อักเสบ และใช้ทดสอบในมนุษย์ต่อไป
13. การพัฒนาสมุนไพรเป็นยา อาหารเสริมสุขภาพ เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อที่ใช้กับคนและพืช : แมงลักคา ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสกัดสารสำคัญจากต้นแมงลักคา และศึกษาหาสารมาตรฐานที่จะนำมาเป็น marker รวมทั้งศึกษาสารองค์ประกอบสำคัญของพืชสมุนไพรแมงลักคา แนวทางในการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบพืชสมุนไพรแมงลักคา และผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ไถ่ยุงและยาเตรียมจากน้ำมันแมงลักคาเพื่อต้านเชื้อรากล่อโรค

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท Goodone เน้นในด้านความงาม โดยผลิตภัณฑ์มีอยู่ในรูปของอาหารเสริม และเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์ที่ทางบริษัทมีการส่งเสริมมากที่สุดคือ

1. กวาวเครือ สำหรับเสริมทรวงอก กวาวเครือมีอยู่หลายรูปแบบที่สำคัญมีชื่อการค้าว่า Grace pueraria B2Up ซึ่งมีหลายรูปแบบ เช่น แคปซูล เม็ด เครื่องดื่ม ชาซอง เจล และรูปแบบใหม่ในปีนี้เป็น หมากรฝรั่ง สิ่งที่น่าสังเกตคือภาชนะบรรจุจะมีความสวยงาม วัตถุดิบที่สำคัญคือกวาวเครือ (pueraria mirifica) ซึ่งประเทศที่เป็นแหล่งของสมุนไพรนี้คือ เขมร พม่าและไทย บริษัท Goodone ได้ให้ความไว้วางใจในการซื้อวัตถุดิบจากประเทศไทย โดยยึดถือผู้จำหน่ายที่ไว้วางใจ แม้ในขณะนี้จะมีผู้เสนอในราคาที่ถูกกว่า แต่ทางบริษัทยังไม่กล้าเปลี่ยนด้วยเกรงว่าจะมีผลกระทบต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ส่วนการผลิตบริษัทได้จ้างบริษัทอื่นในญี่ปุ่นผลิต (contract manufacture) บริษัท Goodone ให้ความเชื่อถือกับกวาวเครือจากประเทศไทยเป็นอย่างมาก และเคยเดินทางมาประเทศไทยหลายครั้งเพื่อติดต่อกิจการกวาวเครือ ที่อยากให้ทางประเทศไทยพิจารณาคือกำหนด specification ของกวาวเครือ ให้ชัดเจนเพื่อจะได้ตรวจสอบถึงความบริสุทธิ์และคุณภาพ
 2. สบู่กวาวเครือบำรุงผิว ซึ่งอยู่ในชุด Thai Celebrate Spa Beauty Soap จากภาพที่โฆษณาใน web แสดงให้เห็นว่าสบู่ผสมกวาวเครือสามารถกำจัดสิวได้และยังใช้เพิ่มขนาดทรวงอกสุขภาพสตรีอีกด้วย
 3. สบู่มังคุด ในชุด Thai Celebrate Spa Beauty Soap มังคุดมีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า Garcinia mangostana เช่นเดียวกับสบู่กวาวเครือ เอกสารโฆษณาได้แจ้งว่าใช้วัตถุดิบจากประเทศไทย จะเห็นได้ว่าวัตถุดิบจากประเทศไทยไม่ว่าจะเป็นกวาวเครือหรือมังคุดได้รับความนิยมและเชื่อถืออย่างแท้จริงจากผู้ทำธุรกิจสมุนไพร ในการโฆษณาสบู่มังคุด ได้ใช้ Dr. P. Sinchaisri จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เป็นผู้แนะนำให้เสนอ
 4. แชมพูสระผมและครีมนวด ได้ลงโฆษณาว่าสามารถคืนชีวิต (rejuvenate) ให้กับเส้นผม แชมพูและครีมนวดอยู่ในชุด Thai Celebrate Spa Beauty Soap เช่นเดียวกับสบู่กวาวเครือและสบู่มังคุด
- นอกจากผลิตภัณฑ์เหล่านี้แล้วยังมีผลิตภัณฑ์อื่นๆ แต่อาจจัดอยู่ในกลุ่มอาหารเสริม ซึ่งมีทั้งของเพศหญิงและเพศชาย โดยสรุปจะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัท Goodone เน้นหลักในด้านความสวยงามโดยเฉพาะของสุขภาพสตรีเป็นส่วนใหญ่

การจำหน่ายสินค้าของบริษัท Goodone ทำโดยวางจำหน่ายบนชั้นในห้างสรรพสินค้าในส่วนของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและยังสามารถสั่งซื้อผ่าน internet ได้อีกด้วย

4.2 บริษัท Mannan Foods Co.,Ltd.

สถานที่ตั้ง: G-4 Karamae Z-Chome Taito-ku Tokyo,111-0051, Japan

โทรศัพท์: +03-3864-6132 โทรสาร: +03-3864-6133

Website: www.mannan.co.jp

ชื่อ-นามสกุล ประธานบริษัท : Mr. Seiichiro Yoshida

ก่อตั้งเมื่อปี 2519 จำนวนพนักงานปัจจุบัน 90 คน

ทุนจดทะเบียน : 76,000,000 เยน

โครงสร้างผู้ถือหุ้นต่างชาติ : (ประเทศญี่ปุ่น 100%)

ลักษณะการบริหารจัดการ : ส่วนบุคคล

ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ผลิต : Herbal products (Food Supplement)

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์: Mr. Daisaka Ushiro

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท Mannan มีจำนวนมากกว่าของบริษัท Goodone มาก โดยทั้งหมดเป็นอาหารเสริม มีรูปแบบหลากหลาย เช่น ผลิตภัณฑ์จากผึ้ง สาหร่ายเซลล์เดียวกับอาหารควบคุมน้ำหนัก เครื่องสำอาง อาหารขบเคี้ยว เครื่องปรุงรส ชาเพื่อสุขภาพ เครื่องดื่ม และอาหารเสริม รายละเอียดของสินค้าสามารถเข้าดูได้ใน website ข้อแตกต่างอีกประการหนึ่งระหว่างบริษัท Mannan กับบริษัท Goodone คือการให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์กว่าหรือแม้ว่าบริษัท Mannan มีผลิตภัณฑ์กว่าหรือจำหน่ายหลายรูปแบบเช่นกัน แต่ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทซึ่งต่างจากบริษัท Goodone

วัตถุประสงค์ในการผลิตกว่าหรือของบริษัท Mannan มาจากประเทศไทยเช่นเดียวกัน และมีความเชื่อว่ากว่าหรือจากไทยดีที่สุด ดังนั้นจึงอยากให้ผู้รับผิดชอบในภาครัฐของไทยให้การรับรองวัตถุประสงค์ ซึ่งจะเอื้อต่อการขายเนื่องจากประชาชนชาวญี่ปุ่นยอมรับในวัตถุประสงค์กว่าหรือจากประเทศไทย

บริษัทมีความต้องการให้ประเทศไทยซึ่งเป็นแหล่งวัตถุประสงค์กว่าหรือที่สำคัญทำการ standardize วัตถุประสงค์ในด้านข้อกำหนด ประสิทธิภาพและความปลอดภัย สิ่งที่บริษัทให้ความสำคัญมากคือคุณภาพของวัตถุประสงค์ บริษัทเลือกที่จะซื้อหัวกว่าหรือมากกว่าที่จะซื้อผงละเอียด แม้ว่าจะสิ้นเปลืองค่าขนส่งมากกว่าเนื่องจากไม่แน่ใจในคุณภาพของผงซึ่งตรวจสอบยาก

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์กว่าหรือของบริษัท Mannan เช่นเดียวกับบริษัท Goodone คือขายตามแผนก food supplement ของห้างสรรพสินค้า และขายผ่าน internet การจัดเป็น food supplement ทำให้ไม่ต้องขึ้นทะเบียน (กลุ่มอาหารที่ต้องขึ้นทะเบียนเรียกว่า FOSHU ย่อจาก Food for Specific Health Uses) ในปีพ.ศ.2546 บริษัท Mannan ได้ขายกว่าหรือขนาดบรรจุกล่องละ 120 เม็ด เป็นจำนวน 70,000 กล่อง และเชื่อว่าขายเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

4.3 บริษัท Fancl Co., Ltd.

สถานที่ตั้ง: 89-1 Yamashita-cho, Naka-ku, Yokohama, Japan
(Main store: 109-1 Iijima-cho, Sakae-ku, Yokohama)

โทรศัพท์: + (81)-(45)-226-1200

Email: www.fancl.co.jp

ชื่อ-นามสกุล ประธานบริษัท: Mr. Kenji Fujiwara

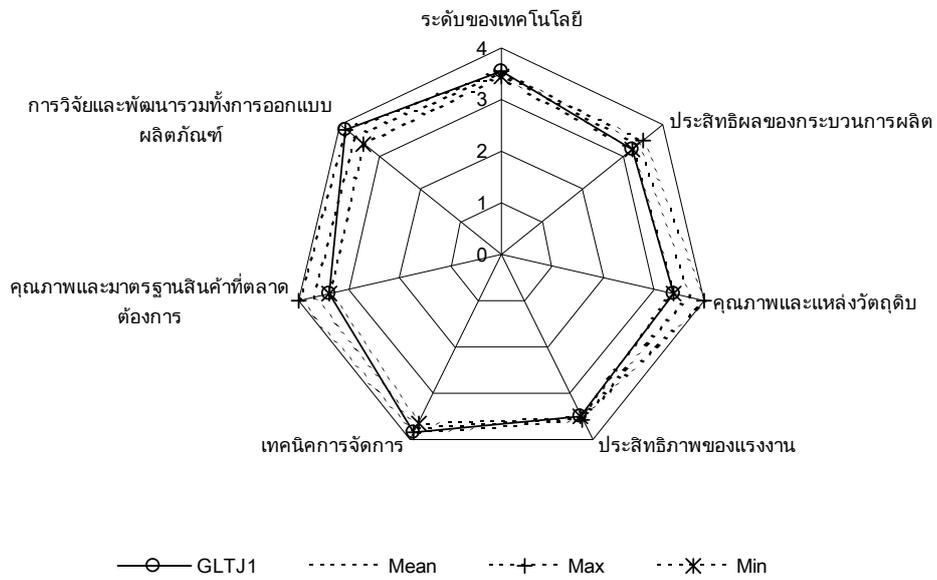
ก่อตั้งเมื่อปี 2524 จำนวนพนักงานปัจจุบัน 612 คน

ทุนจดทะเบียน : 10,800 ล้านบาท

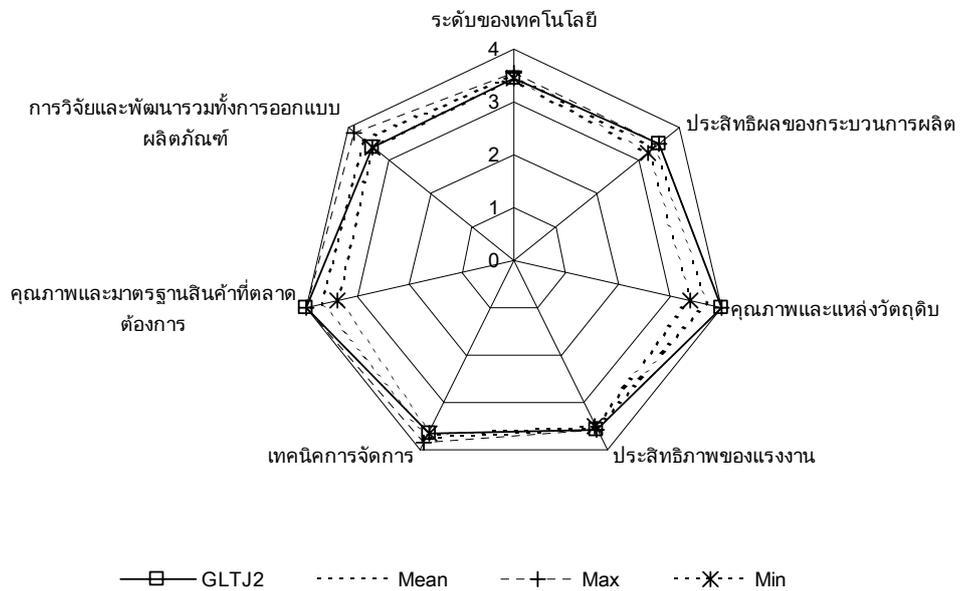
ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ผลิต : nutritional supplement, cosmetics

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท Fancl เน้นในด้านความงาม โดยผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั้งในรูปแบบของอาหารเสริมและเครื่องสำอาง ทางบริษัท claim ว่าเครื่องสำอางของบริษัทเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ เช่น สารสกัดจากชาเขียว ปราศจาก preservative ทำให้ไม่เกิดการระคายเคือง ส่วนผลิตภัณฑ์อาหารเสริมพบผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร เช่น กระเทียม ขมิ้นชัน ว่านหางจระเข้ แปะก๊วย ฯลฯ จากการสำรวจ ณ ประเทศญี่ปุ่นจะพบสาขาของ Fancl กระจายอยู่ทั่วไปทั้งภายในห้างสรรพสินค้าและตามถนนสายหลัก นอกจากนี้บริษัทยังมีการส่งสินค้าออกไปขายที่ประเทศ

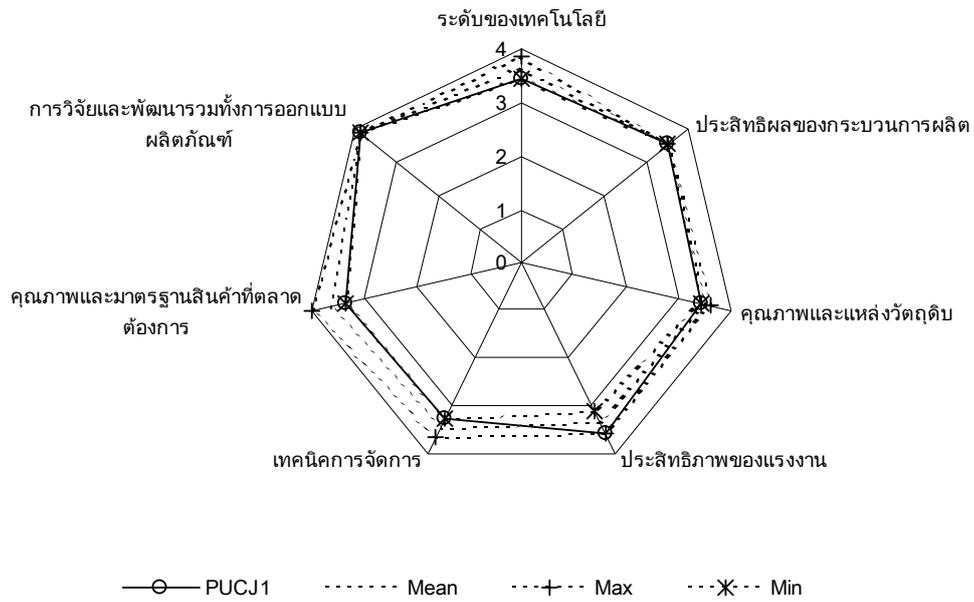
สหรัฐอเมริกาด้วย ทางด้านข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ รวมถึงประโยชน์ของสมุนไพรนั้นๆ ผู้สนใจจะสามารถเข้าไปอ่านได้ทางเว็บไซต์ของบริษัท และยังสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ได้



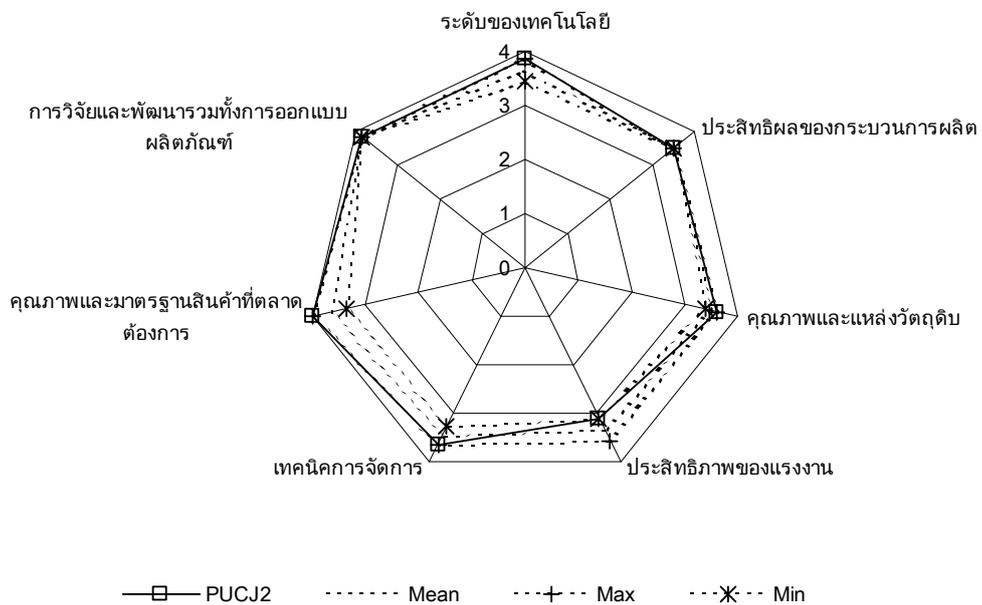
รูปที่ 3 แผนภูมิเรดาร์แสดงระดับความสามารถของโรงงานผลิตสมุนไพรที่เป็นอาหารเสริมกระเทียม GLTJ1 ของประเทศไทย



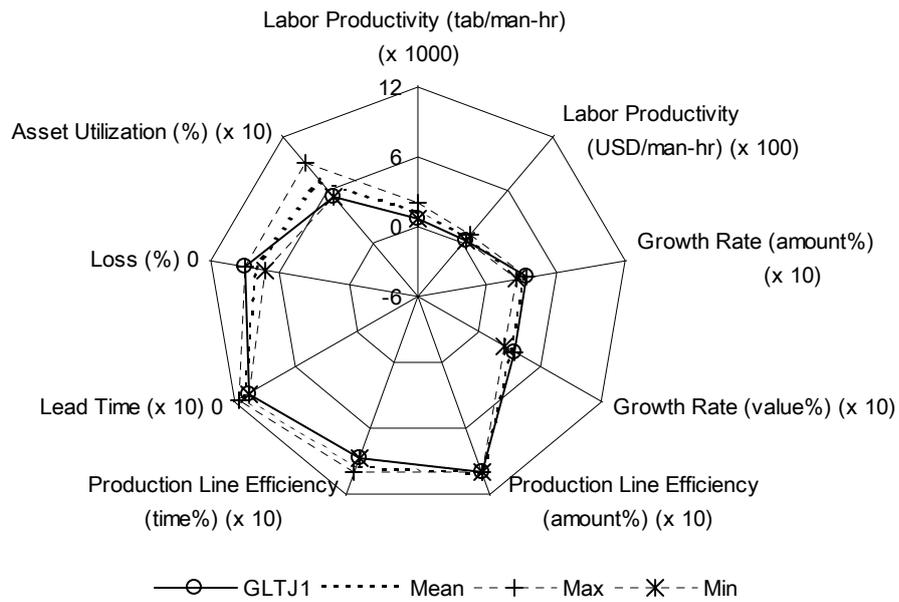
รูปที่ 4 แผนภูมิเรดาร์แสดงระดับความสามารถของโรงงานผลิตสมุนไพรที่เป็นอาหารเสริมกระเทียม GLTJ2 ของประเทศไทย



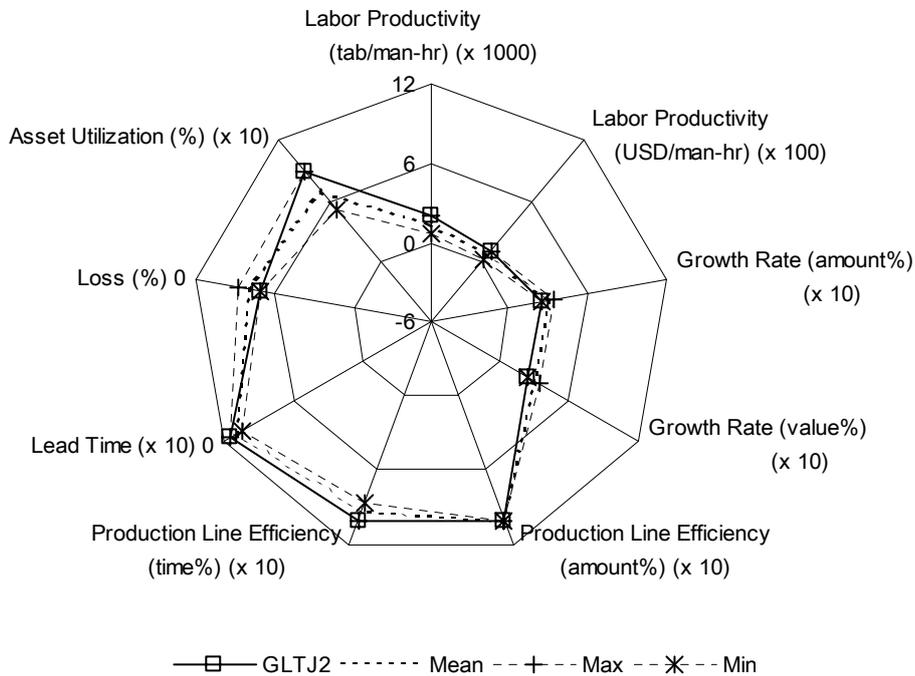
รูปที่ 5 แผนภูมิเรดาร์แสดงระดับความสามารถของโรงงานผลิตสมุนไพรมือเครื่องสำอาง
กวางเครือ PUCJ1 ของประเทศญี่ปุ่น



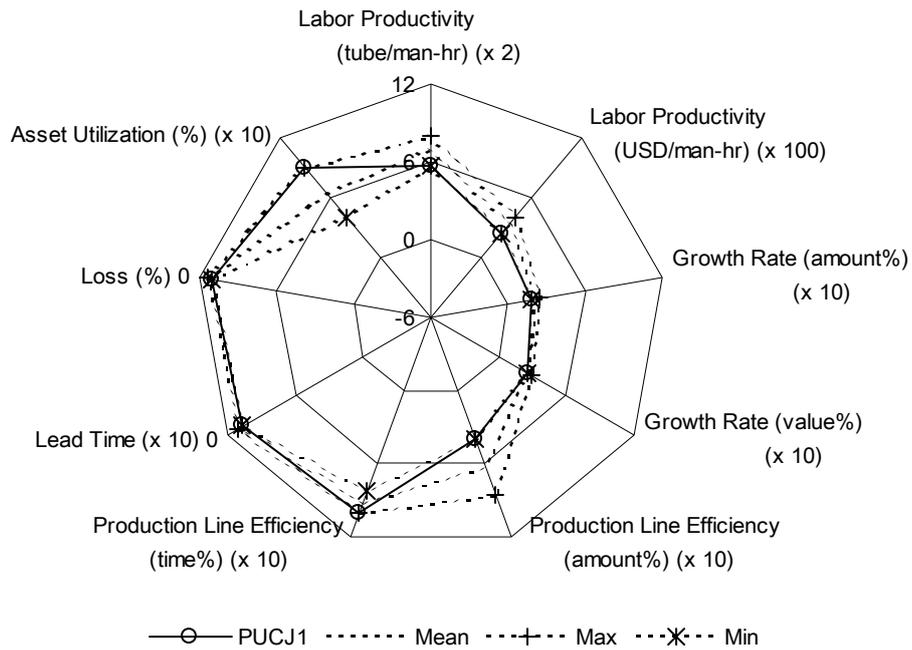
รูปที่ 6 แผนภูมิเรดาร์แสดงระดับความสามารถของโรงงานผลิตสมุนไพรมือเครื่องสำอาง
กวางเครือ PUCJ2 ของประเทศญี่ปุ่น



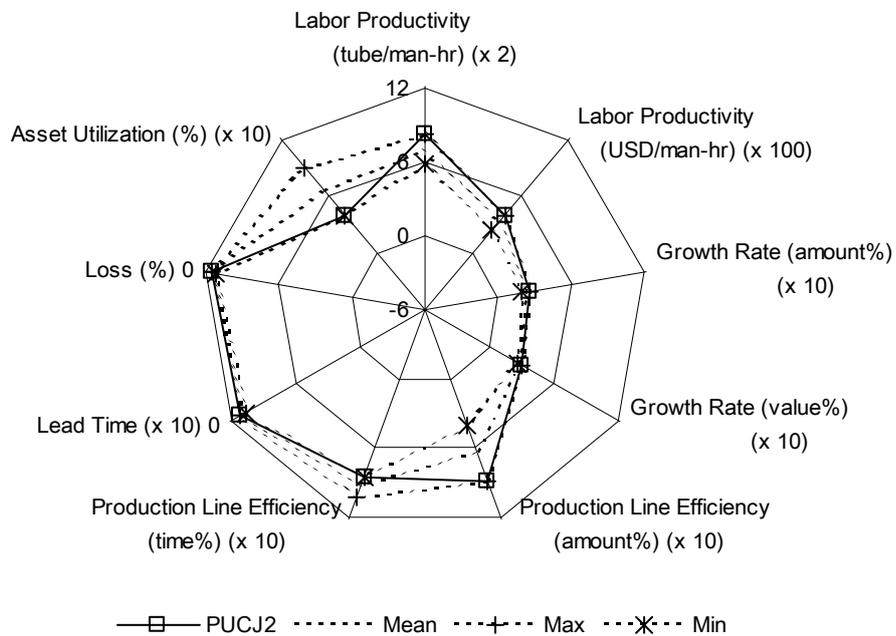
รูปที่ 7 แผนภูมิเรดาร์แสดงระดับความสามารถในการผลิตของโรงงานผลิตสมุนไพรที่เป็นอาหารเสริมกระเทียม GLTJ1 ของประเทศไทยปี



รูปที่ 8 แผนภูมิเรดาร์แสดงระดับความสามารถในการผลิตของโรงงานผลิตสมุนไพรที่เป็นอาหารเสริมกระเทียม GLTJ2 ของประเทศไทยปี



รูปที่ 9 แผนภูมิเรดาร์แสดงระดับความสามารถในการผลิตของโรงงานผลิตสมุนไพรมือเป็นเครื่องสำอางกวาวเครือ PUCJ1 ของประเทศไทยปี ๒๕๖๓



รูปที่ 10 แผนภูมิเรดาร์แสดงระดับความสามารถในการผลิตของโรงงานผลิตสมุนไพรมือเป็นเครื่องสำอางกวาวเครือ PUCJ2 ของประเทศไทยปี ๒๕๖๓

5. สภาพปัญหาและอุปสรรคในกระบวนการพัฒนาสมุนไพรเชิงพาณิชย์

ผู้ประกอบการระดับ OTOP

วัตถุดิบ

1. การจัดหาสมุนไพรที่ใช้ในการผลิต

ผู้ประกอบการระดับ OTOP ระบุปัญหาการจัดหาสมุนไพรที่ใช้ในการผลิตที่พบ คือ วัตถุดิบมีปริมาณน้อย ไม่เพียงพอต่อการผลิต, วัตถุดิบไม่สะอาด และปัญหาด้านค่าใช้จ่ายคือ ทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ

ผู้ประกอบการระดับ OTOP ไม่ระบุปัญหาการจัดหาสมุนไพรที่ใช้ในการผลิต (2 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาด้านเครื่องจักรที่พบ (4 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาด้านค่าใช้จ่ายที่พบ (3 บริษัท) และไม่ระบุปัญหาด้านกฎหมาย ข้อกำหนด หรือระเบียบที่พบ (4 บริษัท)

2. การควบคุมคุณภาพ / การประกันคุณภาพของสมุนไพรที่ใช้

ผู้ประกอบการระดับ OTOP ทั้งหมด (4 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาด้านการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพรที่พบ, ปัญหาเรื่องเครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพร, ปัญหาด้านค่าใช้จ่ายการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพร และไม่ระบุปัญหาด้านกฎหมาย ข้อกำหนด หรือระเบียบที่พบ

3. การสกัดสมุนไพรเพื่อให้ได้สารสำคัญ

ผู้ประกอบการระดับ OTOP ทั้งหมด (4 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการสกัดสมุนไพรเพื่อให้ได้สารสำคัญที่พบ, ไม่ระบุปัญหาด้านเครื่องมือเครื่องมือที่ใช้ในการสกัดสมุนไพรที่พบ, ไม่ระบุปัญหาทุนและค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการสกัดสมุนไพรเพื่อให้ได้สารสำคัญที่พบ และไม่ระบุปัญหาด้านกฎหมาย ข้อกำหนด หรือระเบียบที่ใช้ในการสกัดสมุนไพรที่พบ

ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

1. การพัฒนาตำรับ

ผู้ประกอบการระดับ OTOP ระบุปัญหาเรื่องเครื่องมือ และเทคนิคที่ใช้ในการพัฒนาตำรับที่พบคือ ต้องจ้างผู้อื่นทำ

ผู้ประกอบการระดับ OTOP ทั้งหมด (4 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการพัฒนาตำรับที่พบ, ไม่ระบุปัญหาด้านทุนและค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการพัฒนาตำรับที่พบ, ไม่ระบุปัญหาด้านกฎหมาย ข้อกำหนด หรือระเบียบ ในการพัฒนาตำรับที่พบ ส่วนปัญหาเรื่องเครื่องมือ และเทคนิคที่ใช้ในการพัฒนาตำรับไม่ระบุปัญหาที่พบ (3 บริษัท)

2. การผลิตระดับอุตสาหกรรม

ผู้ประกอบการระดับ OTOP ระบุปัญหาทางด้านกฎหมาย ข้อกำหนด หรือระเบียบ ด้านการผลิตระดับอุตสาหกรรมที่พบคือ การดำเนินงานล่าช้า, ปัญหาด้านเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตระดับอุตสาหกรรม คือ ต้องจ้างผู้อื่นทำ, ปัญหาทางด้านค่าใช้จ่ายในการผลิตระดับอุตสาหกรรมที่พบ คือ ผลผลิตน้อย

ผู้ประกอบการระดับ OTOP ไม่ระบุปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการผลิตระดับอุตสาหกรรมที่พบ (4 บริษัท), ปัญหาด้านเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตระดับอุตสาหกรรมที่พบ (3 บริษัท), ปัญหาทางด้านค่าใช้จ่ายในการผลิตระดับอุตสาหกรรมที่พบ และปัญหาทางด้านกฎหมาย ข้อกำหนด หรือระเบียบ การผลิตระดับอุตสาหกรรมที่พบ

3. การควบคุมคุณภาพ / การประกันคุณภาพ

ผู้ประกอบการระดับ OTOP ทั้งหมด (4 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพที่พบ, ปัญหาเรื่องเครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการควบคุมคุณภาพ และการประกันคุณภาพที่พบ, ปัญหาทางด้านค่าใช้จ่ายในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพที่พบ และปัญหาด้านกฎหมาย ข้อกำหนด หรือระเบียบที่พบ

การตลาด

1. การตลาดภายในประเทศ

ผู้ประกอบการระดับ OTOP ระบุปัญหาด้านการตลาดภายในประเทศที่พบคือ ทุนน้อย, สมุนไพรหมดยุค, ไม่มีตัวแทนจำหน่าย และปัญหาด้านกิจกรรมการตลาด คือ เครดิตน้อย

ผู้ประกอบการระดับ OTOP ไม่ระบุปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่ทางการตลาดภายในประเทศที่พบ (2 บริษัท), ปัญหาด้านกิจกรรมการตลาด (3 บริษัท) และปัญหาด้านค่าใช้จ่ายทางการตลาดภายในประเทศที่พบ (4 บริษัท)

2. การตลาดต่างประเทศ

ผู้ประกอบการระดับ OTOP ทั้งหมด (4 บริษัท) ไม่ระบุปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการตลาดต่างประเทศที่พบ, ปัญหาด้านกิจกรรมการตลาดต่างประเทศที่พบ และปัญหาด้านค่าใช้จ่ายทางการตลาดต่างประเทศที่พบ

ผู้ประกอบการระดับ SME

วัตถุดิบ

1. การจัดหาสมุนไพรที่ใช้ในการผลิต

ผู้ประกอบการระดับ SME ระบุปัญหาที่พบในการจัดหาสมุนไพรที่ใช้ในการผลิตได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของวัตถุดิบ วัตถุดิบเก็บได้ไม่นาน, การซื้อวัตถุดิบราคาแพงจากต่างประเทศ, เกิดการปนเปื้อน, วัตถุดิบราคาแพง, ขาดแคลนวัตถุดิบ, ปริมาณสารสำคัญไม่สม่ำเสมอ, ปัญหาเรื่องเครื่องจักรที่ใช้ในการแปรรูปวัตถุดิบที่พบคือ เครื่อง

เล็ก ทำงานได้น้อย, ปัญหาค่าใช้จ่ายในการจัดหาสมุนไพรมะพร้าวที่ใช้ในการผลิตที่พบคือ ต้นทุนสูง และปัญหาด้านกฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบที่ใช้ในการจัดหาสมุนไพรมะพร้าวที่พบคือ การดำเนินการซ้ำ (1 แห่ง)

ผู้ประกอบการระดับ SME ไม่ระบุปัญหาที่พบในการจัดหาสมุนไพรมะพร้าวที่ใช้ในการผลิต (19 แห่ง), ปัญหาเรื่องเครื่องจักรที่ใช้ในการแปรรูปวัตถุดิบ (24 แห่ง), ปัญหาค่าใช้จ่ายในการจัดหาสมุนไพรมะพร้าวที่ใช้ในการผลิต (25 แห่ง) และปัญหาด้านกฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบที่ใช้ในการจัดหาสมุนไพรมะพร้าว (24 แห่ง)

2. การควบคุมคุณภาพ / การประกันคุณภาพของสมุนไพรมะพร้าวที่ใช้

ผู้ประกอบการระดับ SME ระบุปัญหาด้านกฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบที่ใช้ในการจัดหาควบคุม และการประกันคุณภาพของสมุนไพรมะพร้าวที่พบคือ ดำเนินการซ้ำ

ผู้ประกอบการระดับ SME ทั้งหมด (25 แห่ง) ไม่ระบุถึงปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่การควบคุมและการประกันคุณภาพของสมุนไพรมะพร้าว, ปัญหาเรื่องเครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการควบคุมและการประกันคุณภาพของสมุนไพรมะพร้าว และปัญหาด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการควบคุมและการประกันคุณภาพของสมุนไพรมะพร้าว ส่วนปัญหาด้านกฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบที่ใช้ในการจัดหาควบคุมและการประกันคุณภาพของสมุนไพรมะพร้าวผู้ประกอบการระดับ SME ไม่ระบุถึงปัญหา (24 แห่ง)

3. การสกัดสมุนไพรมะพร้าวให้ได้สารสำคัญ

ผู้ประกอบการระดับ SME ทั้งหมด (25 แห่ง) ไม่ระบุถึงปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการสกัดสมุนไพรมะพร้าวให้ได้สารสำคัญ, ปัญหาเรื่องเครื่องมือที่ใช้ในการสกัดสมุนไพรมะพร้าว, ปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการสกัดสมุนไพรมะพร้าวเพื่อให้ได้สารสำคัญ และปัญหาด้านกฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบในการสกัดสมุนไพรมะพร้าวเพื่อให้ได้สารสำคัญ

ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

1. การพัฒนาตำรับ

ผู้ประกอบการระดับ SME ระบุปัญหาการพัฒนาตำรับที่พบได้แก่ ความไม่คงตัวของผลิตภัณฑ์, ไม่ตรงตามมาตรฐาน, ตกตะกอน, ผลิตภัณฑ์แห้งเร็ว, ปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการพัฒนาตำรับที่พบคือ ไม่คุ้มทุน, ปัญหากฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบที่ใช้ในการพัฒนาตำรับที่พบคือ ซ้ำซ้ำ ทำให้เสียเวลารอสินค้าออกสู่ตลาด

ผู้ประกอบการระดับ SME ไม่ระบุปัญหาการพัฒนาตำรับ (22 แห่ง), ปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการพัฒนาตำรับ (24 แห่ง), ปัญหากฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบที่ใช้ในการพัฒนาตำรับ (24 แห่ง)

2. การผลิตระดับอุตสาหกรรม

ผู้ประกอบการระดับ SME ระบุปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่การผลิตระดับอุตสาหกรรมที่พบคือ บุคลากรที่ทำหน้าที่การผลิตระดับอุตสาหกรรมไม่เพียงพอกับความต้องการ, ปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการผลิตระดับอุตสาหกรรมที่พบคือ ต้องจ้างผลิต, ปัญหากฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบที่ใช้ในการผลิตระดับอุตสาหกรรมที่พบคือ ผ่านเกณฑ์ซ้ำ

ผู้ประกอบการระดับ SME ไม่ระบุปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่การผลิตระดับอุตสาหกรรม (23 แห่ง), ปัญหาเรื่องเครื่องมือและเทคโนโลยีการผลิตระดับอุตสาหกรรม (25 แห่ง), ปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการผลิตระดับ

อุตสาหกรรม (24 แห่ง), ปัญหากฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบที่ใช้ในการผลิตระดับอุตสาหกรรม (24 แห่ง)

3. การควบคุมคุณภาพ / การประกันคุณภาพ

ผู้ประกอบการระดับ SME ทั้งหมด (25 แห่ง) ไม่ระบุถึงปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่การควบคุมและการประกันคุณภาพ, ปัญหาเรื่องเครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการควบคุมและการประกันคุณภาพ, ปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการควบคุมและการประกันคุณภาพ, ปัญหาด้านกฎหมาย หรือ ข้อกำหนด หรือ ระเบียบที่ใช้ในการควบคุมและการประกันคุณภาพ

การตลาด

1. การตลาดภายในประเทศ

ผู้ประกอบการระดับ SME ระบุปัญหาด้านกิจกรรมการตลาดในประเทศที่พบคือ ในการวางจำหน่ายถูกปิดกั้นไม่ให้เผยแพร่, ค่าใช้จ่ายสูง, เป็นสินค้าใหม่, นำไปขายปลีก, ไม่มีเครื่องหมาย อย.รับรองเนื่องจากการผลิตในโรงพยาบาล

ผู้ประกอบการระดับ SME ทั้งหมด (25 แห่ง) ไม่ระบุถึงปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่การตลาดภายในประเทศ, ปัญหาด้านค่าใช้จ่ายการตลาดภายในประเทศ และไม่ระบุปัญหาด้านกิจกรรมการตลาดในประเทศ (20 แห่ง)

2. การตลาดต่างประเทศ

ผู้ประกอบการระดับ SME ระบุปัญหาด้านการตลาดต่างประเทศที่พบคือ เกิดการกีดกันสินค้าจากประเทศจีน

ผู้ประกอบการระดับ SME ทั้งหมด (25 แห่ง) ไม่ระบุถึงปัญหาด้านกิจกรรมการตลาดต่างประเทศ, ปัญหาค่าใช้จ่ายด้านการตลาดต่างประเทศ และไม่ระบุปัญหาด้านการตลาดต่างประเทศ (24 แห่ง)

ผู้ประกอบการระดับผู้ส่งออก

วัตถุดิบ

1. การจัดหาสมุนไพรรักษาที่ใช้ในการผลิต

ผู้ประกอบการระดับผู้ส่งออกในการจัดซื้อวัตถุดิบมักพบปัญหาการปนเปื้อนจากวัสดุแปลกปลอม, พบปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการจัดหาวัตถุดิบคือ วัตถุดิบบางชนิดมีความต้องการซื้อมากกว่าความต้องการขาย

ผู้ประกอบการระดับผู้ส่งออกไม่พบปัญหาจากการจัดซื้อวัตถุดิบ (1 บริษัท), ไม่พบปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการจัดหาวัตถุดิบ (1 บริษัท)

2. การควบคุมคุณภาพ / การประกันคุณภาพของสมุนไพรมือที่ใช้

ผู้ประกอบการระดับผู้ส่งออกไม่พบปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพรมือ (1 บริษัท), ไม่พบปัญหาในเรื่องเครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพรมือ (2 บริษัท) และไม่พบปัญหาข้อกฎหมาย หรือ ข้อกำหนดในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพรมือ (1 บริษัท)

ผู้ประกอบการระดับผู้ส่งออกไม่ระบุปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพรมือ (1 บริษัท) และปัญหาข้อกฎหมาย หรือ ข้อกำหนดในการควบคุมคุณภาพและการประกันคุณภาพของสมุนไพรมือที่พบ (1 บริษัท)

3. การสกัดสมุนไพรมือเพื่อให้ได้สารสำคัญ

ผู้ประกอบการระดับผู้ส่งออกพบปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการสกัดสารสำคัญจากสมุนไพรมือคือพนักงานในระดับกลางออก แต่เป็นการลาออกหมุนเวียนปกติของการทำงานในภาคอุตสาหกรรมโรงงาน, ปัญหาที่เกิดจากเครื่องมือที่ใช้ในการสกัดสารสำคัญจากสมุนไพรมือ คือ เมื่อเครื่องมือที่ใช้ชำรุดต้องนำเข้าอะไหล่จากต่างประเทศเพื่อใช้ซ่อมแซม, ปัญหาที่พบจากการควบคุมคุณภาพโดยการส่งตรวจไปยังหน่วยงานภายนอกที่เชื่อถือได้นั้นพบว่าผลตรวจซ้ำ และค่าใช้จ่ายในการตรวจต่อครั้งสูง, ปัญหาข้อกฎหมาย หรือ ข้อกำหนดในการสกัดสมุนไพรมือเพื่อให้ได้สารสำคัญพบน้อยเพราะขึ้นกับกระบวนการผลิตของแต่ละบริษัท และพบปัญหาจากการควบคุมคุณภาพด้วยตนเองบ้างแต่สามารถแก้ไขได้ โดยการหาสาเหตุแล้วทำการแก้ไข

ผู้ประกอบการระดับผู้ส่งออกไม่พบปัญหาที่เกิดขึ้นในการสกัดสารสำคัญจากสมุนไพรมือถ้าปฏิบัติตาม SOP ซึ่งปัญหาที่พบมักจะเกิดในช่วง R&D (1 บริษัท)

ผู้ประกอบการระดับผู้ส่งออกไม่ระบุไม่ระบุปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการสกัดสารสำคัญจากสมุนไพรมือ (1 บริษัท), ปัญหาในการสกัดสารสำคัญจากสมุนไพรมือที่พบ (1 บริษัท), ปัญหาที่เกิดจากเครื่องมือที่ใช้ในการสกัดสารสำคัญจากสมุนไพรมือ (1 บริษัท) และปัญหาข้อกฎหมาย หรือ ข้อกำหนดในการสกัดสมุนไพรมือเพื่อให้ได้สารสำคัญ (1 บริษัท)

ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

1. การพัฒนาตำรับ

ผู้ประกอบการระดับผู้ส่งออกระบุปัญหาที่พบในการพัฒนาตำรับคือสภาวะในห้องทดลองแตกต่างจากสภาวะจริงในการผลิต และเครื่องมือที่ใช้ใหม่ๆในห้องทดลองราคาสูง เช่น film coat, ปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการพัฒนาตำรับที่พบเกิดขึ้นจากเครื่องมือใหม่ๆที่ใช้ในห้องทดลองราคาแพง, ปัญหาด้านกฎหมาย และข้อกำหนดที่พบบ่อยขึ้นกับการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เมื่อผู้บริหารเปลี่ยนนโยบายจะก็เปลี่ยนแปลงตาม และปัญหาที่ต้องมีการจัดทำข้อมูลด้านความปลอดภัยด้วย

ผู้ประกอบการระดับผู้ส่งออกไม่พบปัญหาเรื่องบุคลากรแม้ว่าจะมีพนักงานลาออก พนักงานใหม่ก็สามารถปฏิบัติงานได้เนื่องจากมี SOP กำกับ (1 บริษัท)

ผู้ประกอบการระดับผู้ส่งออกไม่ระบุปัญหาเรื่องบุคลากรในการพัฒนาตำรับ (1 บริษัท), ปัญหาในการพัฒนาตำรับ (1 บริษัท), ปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการพัฒนาตำรับ (1 บริษัท) และไม่ระบุปัญหาด้านกฎหมาย และข้อกำหนดในการพัฒนาตำรับ (1 บริษัท)

2. การผลิตระดับอุตสาหกรรม

ผู้ประกอบการระดับผู้ส่งออกมักพบปัญหาพนักงานที่ทำหน้าที่ในการผลิตระดับอุตสาหกรรมลาออกแต่ควบคุมได้, ปัญหาการผลิตระดับอุตสาหกรรมที่พบได้แก่ปัญหาด้านสาธารณูปโภค เช่น ระบบน้ำประปา ไฟฟ้า และระบบไอน้ำ, ปัญหาเรื่องเครื่องมือที่นำเข้าจากต่างประเทศ อะไหล่มีราคาแพง หากมีการผลิตผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ต้องแจ้งบริษัทจัดจำหน่ายมาเป็นผู้ปรับแต่งเครื่องมือ บริษัทที่ผลิตผลิตภัณฑ์ทำได้แค่เพียงการดูแลรักษาเครื่องมือและปฏิบัติตามวิธีการที่ถูกปรับไว้แล้ว, วิธีการใช้เครื่องมือภายใต้ปฏิบัติตามคู่มือการใช้งาน แต่การแก้ไขปรับปรุงทำได้ยาก มักพบปัญหาด้านสาธารณูปโภค หากกระแสไฟฟ้าตกหรือดับจะทำให้เสียเวลาในกระบวนการผลิตมาก เพราะต้องเริ่มกระบวนการผลิตใหม่ทั้งหมด ฉะนั้นต้องควบคุมระบบสาธารณูปโภคให้ดี และพบปัญหาค่าใช้จ่ายในการเดินเครื่องผลิตแต่ละครั้งที่สูง เช่น เครื่อง UHT ในการเดินเครื่องจะเสียค่าใช้จ่ายมาก ดังนั้นต้องวางแผนการผลิตครั้งละมาก ๆ ต้องผลิตให้คุ้ม เพราะค่าใช้จ่ายสูง

ผู้ประกอบการระดับผู้ส่งออกไม่มีปัญหาข้อกฎหมาย หรือ ข้อกำหนดในการผลิตระดับอุตสาหกรรม (1 บริษัท)

ผู้ประกอบการระดับผู้ส่งออกไม่ระบุปัญหามูลค่าที่ทำหน้าที่ในการผลิตระดับอุตสาหกรรม (1 บริษัท), ปัญหาเรื่องเครื่องมือและเทคนิคที่ใช้ (1 บริษัท), ปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการผลิตระดับอุตสาหกรรม (1 บริษัท) และปัญหาข้อกฎหมาย หรือ ข้อกำหนดในการผลิตระดับอุตสาหกรรม (1 บริษัท)

3. การควบคุมคุณภาพ / การประกันคุณภาพ

ผู้ประกอบการระดับผู้ส่งออกมักพบปัญหาพนักงานที่ทำหน้าที่ควบคุมและการประกันคุณภาพมีการหมุนเวียนเข้า ออกสูง, ปัญหาเรื่องเครื่องมือที่พบได้แก่ เครื่องมือราคาแพง ต้องใช้ soft ware สนับสนุน การวิเคราะห์ตัวอย่างจำนวนน้อยๆ จะไม่คุ้ม และเครื่อง HPLC พบปัญหา Y2K ปี 2000 ต้องปรับเปลี่ยน soft ware ใหม่ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายสูงมาก จึงส่งให้หน่วยงานที่น่าเชื่อถืออื่นวิเคราะห์แทน, ปัญหาค่าใช้จ่ายในการควบคุมและการประกันคุณภาพคือค่าสารเคมีและอาหารเลี้ยงเชื้อที่มีราคาสูงเป็นปัญหาสำคัญ

ผู้ประกอบการระดับผู้ส่งออกไม่พบปัญหาเรื่องเครื่องมือที่ใช้ถ้าปฏิบัติตามคู่มือที่กำหนด (1 บริษัท), ไม่มีปัญหาข้อกฎหมาย หรือ ข้อกำหนดในการควบคุมและการประกันคุณภาพ (1 บริษัท) ผู้ประกอบการระดับผู้ส่งออกไม่ระบุปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่ควบคุมและการประกันคุณภาพ (1 บริษัท), ปัญหาเรื่องเครื่องมือที่พบ (1 บริษัท), ปัญหาเรื่องเทคนิคการใช้เครื่องมือ (1 บริษัท), ไม่ระบุปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการควบคุมและการประกันคุณภาพ (1 บริษัท) และไม่ระบุปัญหา ข้อกฎหมาย หรือ ข้อกำหนดในการควบคุมและการประกันคุณภาพ (1 บริษัท)

การตลาด

1. การตลาดภายในประเทศ

ผู้ประกอบการระดับผู้ส่งออกไม่พบปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่การตลาดภายในประเทศ (1 บริษัท), ไม่พบปัญหาด้านกระบวนการการตลาดภายในประเทศ (1 บริษัท), ไม่พบปัญหาด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ (1 บริษัท), ไม่พบปัญหาด้านการสนับสนุนจากภาคเอกชน (1 บริษัท), ไม่พบปัญหาด้านค่าใช้จ่ายการตลาดภายในประเทศ (1 บริษัท) และไม่มีปัญหาข้อกฎหมาย หรือ ข้อกำหนดในด้านการตลาดภายในประเทศ (1 บริษัท)

ผู้ประกอบการระดับผู้ส่งออกไม่ระบุปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่การตลาดภายในประเทศ (1 บริษัท), ปัญหาด้านกระบวนการการตลาดภายในประเทศ (1 บริษัท), ปัญหาด้านการสนับสนุนจากภาคเอกชน (1 บริษัท), ปัญหาปัญหาด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ (1 บริษัท), ปัญหาด้านค่าใช้จ่ายการตลาดภายในประเทศ (1 บริษัท) และไม่ระบุปัญหา ข้อกฎหมาย หรือ ข้อกำหนดในด้านการตลาดภายในประเทศ (1 บริษัท)

2. การตลาดต่างประเทศ

ผู้ประกอบการระดับผู้ส่งออกมักพบปัญหาด้านภาษาอังกฤษของพนักงานที่ทำหน้าที่การตลาดต่างประเทศ ยังไม่ดี, ปัญหาที่พบบ่อยในกระบวนการตลาดคือขาดการติดต่อกลับจากลูกค้า, พบว่าปัญหาการสนับสนุนจากภาครัฐส่วนใหญ่จะเป็นการสนับสนุนเป็นรายผลิตภัณฑ์, พบปัญหาการสนับสนุนจากภาคเอกชนยังไม่ดีพอและต้องเสียค่าใช้จ่ายในการออกร้านต้องชำระเงินล่วงหน้าเป็นปี และยังคงเรียกเก็บค่าใช้จ่ายเป็นรายเดือนเพิ่ม และปัญหาที่พบจากประเทศที่ส่งออกในปัจจุบันคือ บางประเทศเข้ามาติดต่อแล้วแต่ยังไม่ได้ขายอย่างจริงจัง

ผู้ประกอบการระดับผู้ส่งออกไม่มีปัญหาข้อกฎหมาย หรือ ข้อกำหนดในด้านการตลาดต่างประเทศ (1 บริษัท)

ผู้ประกอบการระดับผู้ส่งออกไม่ระบุปัญหาบุคลากรที่ทำหน้าที่การตลาดต่างประเทศ (1 บริษัท), ปัญหาในกระบวนการตลาดที่พบ (1 บริษัท), ปัญหาปัญหาการสนับสนุนจากภาครัฐ (1 บริษัท), ปัญหาการสนับสนุนจากภาคเอกชน (1 บริษัท), ปัญหาข้อกฎหมาย หรือ ข้อกำหนดในด้านการตลาดต่างประเทศ (1 บริษัท) และไม่ระบุปัญหาที่พบจากประเทศที่ส่งออกในปัจจุบัน (1 บริษัท)

