

การประเมินผลการดำเนินงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ 20 ปี เพื่อยกระดับสู่ การเป็นผู้นำด้านการแพทย์ดั้งเดิมของเอเชีย ในปี 2570

Evaluation Operation of the 20-year National Herbs Expo to raise the level to
become a leader in traditional medicine in Asia By 2027.

(Received: October 27,2024 ; Revised: October 30,2024 ; Accepted: October 31,2024)

ศรียรรยา โชติก¹ รุชนี จันทรเกษ² ณัฏชา พัฒนานุกิจ³ กนกรัตน์ ยศไกร⁴ ขวัญใจ จรียาทศนกร⁵
Srichanya Shotuk¹ Rutchanee Chantraket² Nutchcha Pattananukit³ Kanokrat Yossakrai⁴ Kwanjai Chariyataskorn⁵

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา และประเมินผลการดำเนินงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ 20 ปี เพื่อให้ได้แนวทางการยกระดับการดำเนินงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติสู่การเป็นผู้นำด้านการแพทย์ดั้งเดิมของเอเชียในปี 2570 งานวิจัยนี้เป็น Mixed Methods โดยข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ที่เข้าร่วมงานมหกรรมฯ ครั้งที่ 20 ระหว่างวันที่ 28 มิถุนายน – 2 กรกฎาคม 2566 ณ อิมแพ็ค เมืองทองธานี และข้อมูลประเมินผลจากรายงานผลการดำเนินงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ ครั้งที่ 1 - 19 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติใช้วิธีโค-สแควร์ ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้กรอบการบริหารจัดการภาครัฐรวบรวมผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารและผู้ปฏิบัติ 20 คนที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายและการจัดงาน โดยวิเคราะห์เนื้อหา จากการศึกษาและประเมินผลการดำเนินงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ 20 ปี ทั้งปัจจัยด้านบริบท ปัจจัยนำเข้า ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านผลลัพธ์

ผลวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ คือ (1) ความร่วมมือจากหลายฝ่าย (2) การสนับสนุนจากนโยบายรัฐบาล (3) นำเสนอองค์ความรู้ใหม่ (4) การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และ (5) ทีมงานและกิจกรรมที่ดึงดูดตรงกับกระแสสังคม นำไปสู่ข้อค้นพบแนวทางการยกระดับสู่เป้าหมายการเป็นผู้นำด้านการแพทย์ดั้งเดิมของเอเชียในปี 2570 6 ด้าน ดังนี้ (1) ด้านการนำองค์กร มุ่งเน้นการสร้างมาตรฐานในระดับสากล ส่งเสริมเทคโนโลยีและนวัตกรรม ภาคเอกชนขับเคลื่อน และขยายความสำคัญการแพทย์แผนไทยและอาหาร (2) ด้านการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ ใช้กลยุทธ์ยกระดับความร่วมมือกับภาคเอกชนและสถาบันการเงิน ธนาคาร ต้องมีแผนระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว และการสื่อสารเชิงรุก เช่น Road Show ในต่างประเทศ (3) ด้านผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เน้นที่การจับคู่ธุรกิจ การดึงดูดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญ เช่น สมาหอการค้า สมาอุตสาหกรรม และ SME การจัดนิทรรศการและกิจกรรมที่หลากหลาย รวมถึงจัดงานในสถานที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติและสุขภาพ (4) ด้านการวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้ เน้นการใช้เทคโนโลยี AI และ Big Data เพื่อวิเคราะห์ผู้บริโภคและตลาด ใช้ข้อมูลยอดขายและผลการเจรจาธุรกิจเพื่อวิเคราะห์แนวโน้ม (5) ด้านการมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล พัฒนาบุคลากรภาครัฐให้มีความรู้ ทักษะและมุมมองภาคธุรกิจในการตลาด การเจรจาธุรกิจ การใช้เทคโนโลยี และการวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงการส่งบุคลากรฝึกอบรมในต่างประเทศเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการวิจัย (6) ด้านการจัดการกระบวนการ เน้นการจับคู่ธุรกิจ การจัดการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม และการติดตามผล ประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ : การประเมินผล, มหกรรมสมุนไพร, การแพทย์แผนไทย, การแพทย์ดั้งเดิม, CIPP Model, PMQA

Abstract

This study aims to assess the performance of the National Herbal Expo over the past 20 years and develop strategies to elevate the event to become a leader in traditional medicine in Asia by 2027. A Mixed Methods

¹ นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข

² ผู้อำนวยการกองวิชาการและแผนงาน กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข

³ คณะนิเทศศาสตร์ (การสร้างสรรค์ดิจิทัลคอนเทนต์และสื่อ) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

⁵ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษานครนายก

approach was employed, collecting quantitative data from 400 participants attending the 20th National Herbal Expo, held from June 28 to July 2, 2023, at Impact Muang Thong Thani. Evaluation data from the reports of the 1st to the 19th expos were also analyzed. Statistical analysis used the Chi-square method, while qualitative data were gathered through in-depth interviews with 20 policymakers and organizers. The qualitative analysis framework was based on public sector management concepts. The evaluation of 20 years of the National Herbal Expo covered four aspects: Context, Input, Process, and Product.

The findings identified key success factors: (1) Collaboration among stakeholders (2) Government policy support (3) Introduction of new knowledge (4) Reaching the target audience (5) Themes and activities aligned with social trends Six strategic directions were proposed to achieve the goal of becoming Asia's leader in traditional medicine by 2027: (1) Leadership: Focus on establishing international standards, promoting technology and innovation, enhancing private sector involvement, and expanding the importance of traditional Thai medicine and cuisine. (2) Strategic Planning: Enhance collaborate with financial institutions, banks, and the private sector, and implement short-, medium-, and long-term plans with proactive communication, such as international roadshows. (3) Stakeholder Engagement: Emphasize business matching, attract key stakeholders (e.g., chambers of commerce, industrial federations, and SMEs), and host exhibitions and activities at venues associated with nature and wellness. (4) Evaluation, Analysis, and Knowledge Management: Use AI and Big Data to analyze consumer behavior and market trends, and leverage sales data and business negotiations to forecast future opportunities. (5) Human Resource Development: Equip public sector personnel with business-oriented skills in marketing, negotiation, technology use, and data analysis, while promoting overseas training for product development and research. (6) Process Management: Focus on business matching, foster public-private cooperation, promote innovation and research, and ensure continuous monitoring and evaluation.

Keywords: Performance evaluation, Herbal Expo, Thai traditional medicine, Traditional medicine, CIPP Model, PMQA

บทนำ

การแพทย์แผนไทยและสมุนไพร ถูกกำหนดให้อยู่ในแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศในประเด็นการท่องเที่ยวโดยสร้างคุณค่า มูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการบนฐานของทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ ส่งเสริมการจดทะเบียน การคุ้มครอง การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา และภูมิปัญญาเพื่อสนับสนุน พัฒนาต่อยอดสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ อาหารไทย และการแพทย์แผนไทย เป็นต้น รวมไปถึงการเน้นสร้างความแตกต่างและความเป็นเอกลักษณ์จากการให้บริการตามแบบอย่างความเป็นไทยที่โดดเด่นในระดับสากล ร่วมกับการใช้องค์ความรู้และภูมิปัญญาไทยที่พัฒนาต่อยอดกับความคิดสร้างสรรค์ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ โดยพัฒนาระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ด้านแพทย์แผนไทยให้มี

มาตรฐานระดับสากลและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ โดยการวิจัย พัฒนานวัตกรรมต่อยอดให้เกิดสินค้าใหม่และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ พร้อมสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์การแพทย์แผนไทย นอกจากนี้ยังมีแผนที่เกี่ยวเนื่องกันคือแผนย่อยการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ มีเป้าหมายเพื่อทำให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดการประชุมนานาชาติผ่านการส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้า การจัดกิจกรรมต่างๆ อันเป็นการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ อีกทั้งเป็นการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยเป็นเวทีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเทคโนโลยีที่นำไปสู่การสร้างสรค์นวัตกรรม และเป็นเวทีเจรจาการค้าและการลงทุนของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเป้าหมาย¹

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570)² หมายความว่า 4 กำหนดให้

ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง กลยุทธ์ที่ 2 การผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง บริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพระดับโลก เน้นการผสมผสาน ความโดดเด่นของอัตลักษณ์ความเป็นไทยกับบริการ เพื่อส่งเสริมสุขภาพ และเพื่อให้สามารถขับเคลื่อน การดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายตามเป้าหมายแผน แม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 รวมถึงแผนระดับ 3 ต่างๆที่เกี่ยวข้อง กรมการแพทย์แผนไทยและการ แพทย์ทางเลือกได้จัดทำแผนปฏิบัติการด้าน สมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2566 – 2570³ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการ ขับเคลื่อนการพัฒนาสมุนไพรไทย ตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง ให้เหมาะสมกับบริบท และ สถานการณ์ต่างๆ สู่การปฏิบัติของหน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง ซึ่งส่วนราชการและองค์กรเอกชนมีบทบาท อย่างสูงในการผลักดันให้สมุนไพรเป็นพลังขับเคลื่อน เศรษฐกิจของประเทศ เพิ่มขีดความสามารถในการ แข่งขันของสมุนไพรไทยในตลาดทั้งในและ ต่างประเทศอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ เกิดผลลัพธ์ ที่เป็นรูปธรรม รวมทั้งจัดทำแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ที่กำหนดเข็มมุ่ง “ประเทศไทยเป็นผู้นำด้านการแพทย์ดั้งเดิมของเอเชียภายในปี 2570” มีเป้าหมายที่สำคัญคือการสร้างความเชื่อมั่น ให้กับประชาชน บริการการแพทย์แผนไทยและ การแพทย์ทางเลือกที่มีความเป็นเลิศ และนำภูมิ ปัญญาสร้างคุณค่า โดยมีโครงการที่ขับเคลื่อนการ ดำเนินการหลายโครงการ และโครงการสำคัญที่ ผลักดันให้การขับเคลื่อนนโยบายด้านการแพทย์แผน ไทย การแพทย์ทางเลือก สมุนไพรเป็นที่รู้จัก เกิด ความเชื่อมั่น ขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่เห็นผลลัพธ์เป็น รูปธรรม คือโครงการมหรรมสมุนไพรแห่งชาติ ซึ่ง ดำเนินการมาแล้ว 20 ปี ตั้งแต่ปี 2547 ถึงปัจจุบัน โดยวัตถุประสงค์หลักในการจัดงานของกระทรวง สาธารณสุข คือ ต้องการแสดงคุณค่าและขีด ความสามารถในการแข่งขันของสมุนไพรไทย การแพทย์แผนไทย ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้คน ไทยและคนทั่วโลกมั่นใจในผลิตภัณฑ์สมุนไพรของ

ประเทศไทย แม้โครงการดังกล่าวมีการดำเนินการมา อย่างยาวนานต่อเนื่อง แต่เมื่อพิจารณาตัวชี้วัดรวม (Ultimate Goal) ภายใต้แผนปฏิบัติการกรม พบว่า แนวโน้มการเลือกใชยาสมุนไพรในการดูแล ตนเองของประชาชนมีแนวโน้มลดลง ดังแสดงผลลัพธ์ ในปี 2560, 2562, 2564 และ 2566 ตามลำดับดังนี้ ร้อยละ 3.3, 1.5, 1.48 และ 1.12 ซึ่งเป้าหมายปี 2566 กำหนดร้อยละ 2 และยังพบว่า แนวโน้มการ เลือกใช้บริการการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ ทางเลือกในระบบบริการสุขภาพของประชาชนมี แนวโน้มลดลงเช่นกัน ดังแสดงผลลัพธ์ในปี 2560, 2562, 2564 และ 2566 ตามลำดับดังนี้ ร้อยละ 2.67, 3.11, 4.58 และ 2.74 ซึ่งเป้าหมายปี 2566 กำหนด ร้อยละ 5 (กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ ทางเลือก, 2565)⁴

อย่างไรก็ตาม การดำเนินการเพื่อให้เกิดผล สัมฤทธิ์ตามแผน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการ ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานโครงการอย่าง เป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อให้การดำเนินงานเกิด ประสิทธิภาพและประสิทธิภาพสูงสุดบรรลุเป้าหมาย ตามเข็มมุ่ง ที่วางไว้ จึงเป็นที่มาของการศึกษา “การ ประเมินผลการดำเนินงานมหรรมสมุนไพรแห่งชาติ 20 ปี เพื่อยกระดับสู่การเป็นผู้นำด้านการแพทย์ ดั้งเดิมของเอเชียในปี 2570” ที่มุ่งศึกษาการ ดำเนินงาน การประเมินผลการดำเนินงานมหรรม สมุนไพรแห่งชาติ เพื่อนำไปสู่แนวทางการเป็นผู้นำ ด้านการแพทย์ดั้งเดิมของเอเชียในปี 2570” ของ กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการดำเนินงานมหรรมสมุนไพร แห่งชาติ 20 ปี เพื่อยกระดับสู่การเป็นผู้นำด้าน การแพทย์ดั้งเดิมของเอเชียในปี 2570
2. เพื่อประเมินผลการดำเนินงานมหรรม สมุนไพรแห่งชาติ 20 ปี เพื่อยกระดับสู่การเป็นผู้นำ ด้านการแพทย์ดั้งเดิมของเอเชียในปี 2570
3. เพื่อให้ได้แนวทางยกระดับการดำเนินงาน มหรรมสมุนไพรแห่งชาติสู่การเป็นผู้นำด้าน การแพทย์ดั้งเดิมของเอเชียในปี 2570

วิธีการศึกษา

เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) คือ การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ

จริยธรรมงานวิจัย

งานวิจัยการประเมินผลการดำเนินงาน มหกรรมสมุนไพรมหาชาติ 20 ปี เพื่อยกระดับสู่ การเป็นผู้นำด้านการแพทย์ดั้งเดิมของเอเชีย ในปี 2570 ได้ดำเนินการตามหลักจริยธรรมงานวิจัย และพิธีทักขณัติ อาสาสมัครที่ร่วมโครงการ ภายใต้การควบคุมของ กรรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากร คือ ผู้ที่เดินทางมาชมงานที่ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี ในช่วงเวลา 28 มิถุนายน – 2 กรกฎาคม 2566

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เข้าร่วมชมงานมหกรรมสมุนไพรมหาชาติฯ ครั้งที่ 20 ในวันที่ 28 มิถุนายน – 2 กรกฎาคม 2566 ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

ประชากร คือ ผู้บริหาร ผู้อำนวยการ หัวหน้ากลุ่มงาน ผู้ปฏิบัติ และผู้ประกอบการที่รับผิดชอบการจัดงาน และ/หรือมีส่วนร่วมในการจัดงาน มหกรรมสมุนไพรมหาชาติ ครั้งที่ 1 - 20 (ปี 2547 - 2566)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คัดเลือกแบบเจาะจง ประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือผู้บริหารและผู้ปฏิบัติ จำนวน 20 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามออนไลน์ สำหรับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงทดสอบด้วยวิธีไค-สแควร์ (Chi-Square)⁵ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งประกอบไปด้วยแบบสอบถามชนิดปลายปิด และแบบสอบถามชนิด

ปลายเปิด (Open-ended Questionnaires) ที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อมูลด้วยตนเอง

การวิจัยเชิงคุณภาพ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1) การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาตามเอกสาร โดยการสังเคราะห์การประเมินผลการดำเนินงาน มหกรรมสมุนไพรมหาชาติ ตั้งแต่ครั้งที่ 1 - 19 (ปี พ.ศ. 2547 - 2565) ด้วยเอกสารสรุปรายงานมหกรรมสมุนไพรมหาชาติ จำนวน 19 เล่ม โดยใช้ทฤษฎีการประเมินผล CIPP Model⁶

2) การสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง กำหนดแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้กรอบการบริหารจัดการภาครัฐ⁷ กับผู้ให้ข้อมูลหลัก และใช้กระบวนการวิเคราะห์ตีความและกลั่นกรองอย่างเป็นระบบ

ผลการวิจัย

การศึกษาและประเมินผลการดำเนินงาน มหกรรมสมุนไพรมหาชาติ 20 ปี (ปี 2547 – 2566)⁸⁻²⁶ ทั้งปัจจัยด้านบริบท ปัจจัยนำเข้า ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านผลผลิต ผลลัพธ์ ผลวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ มีดังนี้ (1) ความร่วมมือจากหลายฝ่ายทั้งภาครัฐและเอกชน (2) การสนับสนุนจากนโยบายรัฐบาล (3) นำเสนอองค์ความรู้ใหม่ (4) การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และ (5) ทีมงานและกิจกรรมที่ดึงดูดตรงกับกระแสสังคม ผลวิจัยครั้งนี้นำไปสู่ ข้อค้นพบแนวทางการยกระดับการดำเนินงานมหกรรมสมุนไพรมหาชาติสู่การเป็นผู้นำด้านการแพทย์ดั้งเดิมของเอเชียในปี 2570 และข้อเสนอแนะนโยบายเชิงกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงาน มหกรรมสมุนไพรมหาชาติให้บรรลุเป้าหมาย ดังนี้

แนวทางการยกระดับการดำเนินงานมหกรรมสมุนไพรมหาชาติสู่การเป็นผู้นำด้านการแพทย์ดั้งเดิมของเอเชียในปี 2570 ในประเด็นสำคัญ 6 ด้าน คือ

1) **การนำองค์กร** ผลวิจัยพบว่าทิศทางและนโยบายของการยกระดับงานมหกรรมสมุนไพรมหาชาติ ควรมุ่งสู่การพัฒนามาตรฐานสมุนไพรมหาชาติ ให้ได้รับการยอมรับระดับสากล โดยเฉพาะในเอเชีย

ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสร้างผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงเพื่อใช้ในการแพทย์และอุตสาหกรรมสุขภาพ การทำงานร่วมระหว่างรัฐและเอกชนเป็นสิ่งสำคัญ รวมทั้งการนำจุดเด่นการแพทย์แผนไทยและอาหาร เช่น Thai Traditional Diet มาขยายความสำคัญให้เกิดการรับรู้ในระดับเอเชียเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเพิ่มโอกาสในตลาดต่างประเทศ จะช่วยให้ประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันในระดับโลก

2) การวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการขับเคลื่อนนโยบายควรใช้กลยุทธ์ยกระดับความร่วมมือภาครัฐและเอกชน จะช่วยบูรณาการทรัพยากรทั้งจากภาครัฐและเอกชน โดยให้ภาคเอกชนรับผิดชอบการจัดงาน รวมถึงการหางบประมาณ การสนับสนุนทางการเงิน และการประชาสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดงานและลดภาระภาครัฐ สนับสนุน SME ด้วยการเชื่อมต่อกับสถาบันการเงิน วางแผนการขับเคลื่อนงานทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว สื่อสารให้ผู้เกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทราบอย่างทั่วถึง เน้นสื่อสารเชิงรุกผ่านกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ สร้างการรับรู้กับเครือข่ายต่างประเทศผ่าน Road Show และภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการพัฒนา นโยบายและวิจัย

3) ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผลวิจัยพบว่า ควรสร้างความสนใจด้วยกิจกรรมเชิงวิชาการและการแสดงสินค้าในสถานที่ท่องเที่ยวที่เชื่อมต่อกับธรรมชาติเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ เพื่อขยายเครือข่ายและโอกาสทางธุรกิจ โดยเน้นความร่วมมือกับเครือข่ายอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น สภาหอการค้าและ SME

4) การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้ การวิจัยพบว่าปัจจุบันยังขาดระบบการรวบรวมข้อมูลและจัดการความรู้จากแพทย์แผนไทยและหมอพื้นบ้านเชี่ยวชาญที่มีประสิทธิภาพ จึงควรมีเทคโนโลยีการจัดเก็บความรู้จากแพทย์แผนไทย หมอพื้นบ้าน และจัดการความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยอย่างเป็นระบบ และควรใช้ข้อมูลและเทคโนโลยี เช่น

AI และ Big Data ในการวิเคราะห์ตลาดและพฤติกรรมผู้เข้าร่วมงาน เพื่อให้สามารถนำมาใช้ในการพัฒนางานมหกรรมได้อย่างต่อเนื่อง

5) การมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ควรพัฒนาบุคลากรภาครัฐให้มีความรู้ด้านการตลาด การเจรจาธุรกิจ และการใช้เทคโนโลยี การฝึกอบรมทั้งในและต่างประเทศ เช่น จีน อินเดีย และเยอรมัน เพื่อเพิ่มทักษะและความเชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์และการวิจัย

6) การจัดการกระบวนการ ผลวิจัยพบว่า กระบวนการสำคัญในการยกระดับงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ คือ การจับคู่ธุรกิจ การใช้เทคโนโลยีเก็บข้อมูลและวิเคราะห์การเจรจาธุรกิจ การส่งเสริมความร่วมมือภาครัฐและเอกชนอย่างมีประสิทธิภาพ การประเมินผลและติดตามผลอย่างต่อเนื่องเพื่อปรับปรุงงาน และการสนับสนุนงานวิจัยและนวัตกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพร

จากผลวิจัยเพื่อให้แนวทางการยกระดับการดำเนินงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติสู่การเป็นผู้นำด้านการแพทย์ดั้งเดิมของเอเชียในปี 2570 นำไปสู่การขับเคลื่อนได้อย่างเป็นรูปธรรม จึงมีข้อเสนอ นโยบายเชิงกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติให้บรรลุเป้าหมาย ดังนี้

ข้อเสนอนโยบายเชิงกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติให้บรรลุเป้าหมาย

เป้าหมาย : มุ่งสู่การเป็นผู้นำด้านการแพทย์ดั้งเดิมของเอเชีย ภายในปี 2570

1) สร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชน KPI: เพิ่มประชาชนที่ใช้จ่ายสมุนไพรเป็นร้อยละ 4 (จากร้อยละ 1.12 ในปี 2566)

กลยุทธ์ 1: ยกระดับความร่วมมือกับภาคเอกชน การให้เอกชนเข้ามาร่วมขับเคลื่อนงาน มีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด เพื่อเพิ่มคุณภาพและความเชื่อมั่นในบริการและผลิตภัณฑ์สมุนไพร

กลยุทธ์ 2: ลงทุนวิจัยและนวัตกรรม เช่น นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นนวัตกรรมด้านสมุนไพร

เพื่อเพิ่มความทันสมัยและสร้างความน่าเชื่อถือระดับสากล

2) บริการการแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือกที่เป็นเลิศ KPI: ประชาชนใช้บริการเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 9 (จากร้อยละ 2.74 ในปี 2566)

กลยุทธ์ 3: สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมกับประเทศต่างๆ จะช่วยให้ภูมิปัญญาไทยสามารถต่อยอดและประยุกต์ใช้ในบริบทที่กว้างขึ้น

กลยุทธ์ 4: การใช้เทคโนโลยีและข้อมูลเชิงลึก เช่น AI และ Big Data ในการวิเคราะห์ข้อมูลและพัฒนาการบริการอย่างต่อเนื่อง

3) นำภูมิปัญญาสร้างคุณค่า KPI 1: เพิ่มมูลค่าการบริโภคสมุนไพรในประเทศเป็น 90,000 ล้านบาท (จาก 56,994.4 ล้านบาทในปี 2566) **KPI 2:** ติดอันดับ 3 ในมูลค่าการบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรในเอเชีย

กลยุทธ์ 5: สร้างแบรนด์และประชาสัมพันธ์สมุนไพรไทยระดับสากล การนำเสนอเรื่องราวของภูมิปัญญาไทยผ่านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือและดึงดูดผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ

กลยุทธ์ 6: ประเมินและปรับปรุงงานอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลเชิงลึก จะช่วยให้การพัฒนาบริการการแพทย์แผนไทยและผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการของประชาชน ช่วยวิเคราะห์ผลทางธุรกิจได้อย่างแม่นยำ และสามารถติดตามผลการเจรจาทางธุรกิจหลังจบงานได้อย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์ 7: ผู้นำเทรนด์สุขภาพโลก การให้ความสำคัญกับการนำเสนอคุณค่าของภูมิปัญญาไทยด้วยผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่สอดคล้องกับความต้องการตลาด และเทรนด์สุขภาพโลก จะช่วยยกระดับความเชื่อถือและความน่าเชื่อถือของสมุนไพรไทยในระดับนานาชาติ

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า การดำเนินงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติได้รับการวางแผนโดยยึดหลัก แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 แผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ 2 และแผนปฏิบัติการราชการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ซึ่งมีเป้าหมายในการทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านการแพทย์ดั้งเดิมในเอเชียภายในปี 2570 โดยนำการแพทย์แผนไทย การแพทย์ทางเลือก และสมุนไพร เป็นจุดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาให้เกิดความเชื่อมั่น มีบริการที่ได้มาตรฐาน ภูมิปัญญาสร้างคุณค่า การดำเนินงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติเป็นปลายทางที่แสดงผลผลิต ผลลัพธ์ จากผลวิจัยแสดงให้เห็นถึงพัฒนาการความสำเร็จของการจัดงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติทั้ง 20 ครั้ง และพร้อมต่อการพัฒนาระดับสู่เป้าหมายที่สูง และท้าทายขึ้นไม่ว่าจะเป็นด้านบริบท มีปัจจัยแวดล้อมเชิงบวกที่ส่งผลต่อการพัฒนา มีการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ ด้านนโยบาย และองค์กรเอกชนหลายหน่วยงาน การตื่นตัวของประชาชนต่อการดูแลสุขภาพ ความนิยมในภูมิปัญญาท้องถิ่นรวมถึงการกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน สอดคล้องกับแนวทางของแผนระดับต่างๆ ได้แก่ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ¹ ประเด็น (03) การเกษตร ส่งเสริมการปลูกพืชสมุนไพรให้เป็นพืชเศรษฐกิจ ประเด็น (05) การท่องเที่ยว ส่งเสริมให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ครอบคลุมการจัดประชุมและนิทรรศการ การจัดงานแสดงสินค้า อีกทั้งเป็นเวทีแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเทคโนโลยีที่นำไปสู่การสร้างสรรคนวัตกรรม เป็นต้น ส่วนด้านผลผลิต ผลลัพธ์ ซึ่งจะสะท้อนด้านปัจจัยนำเข้า และด้านกระบวนการ ผลวิจัยพบว่าในมิติการขับเคลื่อนนโยบาย งบประมาณในการจัดงานมีความแตกต่างกันไปในแต่ละปี ล่าสุด 4.445 ล้านบาทในปีแรก สูงสุด 31.20 ล้านบาท ขึ้นอยู่กับจุดเน้นนโยบาย การมีส่วนร่วม การสมทบงบประมาณจากองค์กรสนับสนุนทุน และองค์กรร่วมจัดงาน ซึ่งมีทั้งหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน จำนวน

ตั้งแต่ 7 หน่วยงาน ถึง 30 หน่วยงาน สอดคล้องกับผลวิจัยของ วิทยา ไชยเทพ (2551)²⁷ ที่พบว่า การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานให้เกิดความสอดคล้องและเหมาะสมกับพื้นที่ ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยงบประมาณไม่ได้ส่งผลกระทบอย่างชัดเจนต่อการเพิ่มขึ้น หรือลดลงของผู้เข้าชมงาน โดยรวมของจำนวนผู้เข้าชมงานมีแนวโน้มคงที่ในช่วง 200,000-300,000 คน จากผลวิจัยความคิดเห็นของผู้เข้าชมงานมหรณพสมุนไพรวงศ์ชาติ ครั้งที่ 20 สะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมต่อนโยบายด้านสมุนไพรวงศ์ชาติ การแพทย์แผนไทย และการแพทย์ทางเลือก พบว่า ผู้มางานส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุช่วง 40-60 ปีขึ้นไป จบปริญญาตรี อาชีพค้าขาย ธุรกิจส่วนตัวหรือวิชาชีพอิสระ รายได้อยู่ในช่วง 20,000-40,000 บาทต่อเดือน มีความตั้งใจในการมาร่วมงาน และมากกว่า 5 ครั้ง เหตุผลของการเข้าร่วมงานเน้นมาหาซื้อยา สมุนไพร สินค้าและอาหารสุขภาพ มีความพึงพอใจในโซนนวัตกรรม วิจัยและพัฒนา และมีความพึงพอใจของมาตรฐานการให้บริการและผลิตภัณฑ์ในระดับดีมาก ผู้เข้าร่วมชมงานส่วนใหญ่พึงพอใจการเข้าถึงข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์ในระดับดีมาก และอยากแนะนำบอกต่อให้ผู้อื่นมาร่วมงานโซนภูมิปัญญาไทย และโซนสุขภาพมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2551)²⁸ ได้ศึกษาการประเมินผลการจัดงาน OTOP City ครั้งที่ 1-5 ด้านการทราบข่าวประชาสัมพันธ์ พบว่า ผู้ชมงานส่วนใหญ่ทราบข่าวการจัดงานฯ ผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด และสอดคล้องกับผลวิจัยของชลรัตน์ ศิริเชตรธรรม (2562)²⁹ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพด้านการแพทย์แผนไทยจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด แสดงถึงความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติจริงตามแนวคิดของ Pressman and Wildavsky (1973)³⁰ ที่กล่าวว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จ ลุล่วง ครบถ้วน เกิดผลผลิต และสมบูรณ์ในทุกด้านตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ **มิติวิชาการและการถ่ายทอดความรู้** กิจกรรมที่ทำให้เกิดการพัฒนาด้านการแพทย์แผน

ไทย การแพทย์ทางเลือก คือการจัดประชุมวิชาการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้หน่วยงานภายในประเทศ และระหว่างประเทศ พบว่า มีผู้สนใจเข้าประชุมวิชาการเฉลี่ย 4,243 คนต่อช่วงการจัดงาน หรือร้อยละ 2 ของผู้เข้าร่วมงานทั้งหมด โดยมากที่สุด ในปี 17 จำนวน 14,704 คน หรือ ร้อยละ 10 ของผู้เข้าร่วมงานทั้งหมด ซึ่งมีการปรับรูปแบบให้มีการประชุมแบบ Online ร่วมด้วย มีจำนวนผลงานวิชาการเฉลี่ย 69 เรื่องต่อช่วงการจัดงาน มากที่สุด 107 เรื่อง ในปี 17 แนวโน้มยังไม่คงที่ เมื่อเปรียบเทียบผลวิจัยจากสำนักงานวิจัยแห่งชาติ³¹ ซึ่งมีผลงานวิจัยที่ได้รับรางวัลในปี 2565 และ 2566 จำนวน 157 รางวัล และ 165 รางวัลตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่าการฝึกอบรมระยะสั้นเพื่อเผยแพร่ความรู้และนวัตกรรม มีหลักสูตรให้ประชาชนฝึกอบรมฟรี จำนวน 10-48 หลักสูตร ส่วนใหญ่เน้นให้ประชาชนสามารถนำไปใช้ดูแลสุขภาพตนเอง หรือประกอบอาชีพเสริมได้ เช่น การทำยาหม่อง การทำลูกประคบ การทำอาหารสมุนไพร เป็นต้น ซึ่งได้รับความสนใจจากประชาชนอย่างมาก จำนวนหลักสูตรที่หลากหลาย กระตุ้นความสนใจประชาชนเพิ่มขึ้น ซึ่งมีอัตราการเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วง ร้อยละ 8-29 โดยภาพรวมของจำนวนผู้เข้าอบรมระยะสั้นเฉลี่ย 3,550 คนต่อปี สอดคล้องกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ¹ ประเด็น (13) การเสริมสร้างให้คนไทยมีสุขภาพที่ดี แผนย่อย การสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพ และแผนปฏิบัติการกรมการแพทย์แผนไทยฯ SMART Wisdom⁴ สร้างงาน สร้างอาชีพ เสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชน และคุณภาพชีวิตประชาชน ผลงานวิจัยที่น่าสนใจในงานมหรณพสมุนไพรวงศ์ชาติไม่เพียงแต่เป็นการเผยแพร่ความรู้ แต่ยังสามารถนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ และทำให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล **มิติการมีส่วนร่วม ความเข้มแข็งของเครือข่ายจัดงาน** ผลวิจัยพบว่า จำนวนองค์กรสนับสนุน และจำนวนองค์กรภาคี ส่วนใหญ่เป็นหน่วยงานที่ไม่แสวงหากำไร มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สะท้อนถึงความเข้มแข็งของ

ภาคีเครือข่ายในการจัดงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติมีความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่น รักษาการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง โดยสัดส่วนการมีส่วนร่วมพบว่าระหว่างภาครัฐ : องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร : ภาคเอกชน เท่ากับ 82.5% : 10.5% : 7.9% สอดคล้องกับงานวิจัยของคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (2545)³² พบว่าความสำเร็จของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ร้อยละ 94.51 เกิดจากความร่วมมือระหว่างหน่วยงานและภาคส่วนต่างๆ ในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจชุมชนฐานราก ทั้งนี้หากต้องการยกระดับการจัดงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติควรเพิ่มสัดส่วนการมีส่วนร่วมกับภาคเอกชนให้มากขึ้น **มิติการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ** ผลวิจัยพบว่า รายได้รวมเฉลี่ย 227 ล้านบาทต่อช่วงการจัดงาน ช่วงปีที่เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงสุด คือ ปีที่ 19 (พ.ศ. 2565) และปีที่ 15 (พ.ศ. 2561) โดยมีรายได้รวม 391.40 ล้านบาท และ 330.50 ล้านบาท ตามลำดับ เมื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ทำให้รายได้เพิ่มขึ้น พบว่า ในปี 2561 เป็นการบูรณาการการจัดงานร่วมกับ งาน 100 ปีการสาธารณสุขไทยและมีจำนวนร้านค้าเข้าร่วมมากที่สุดถึง 568 บูธ ส่วนในปี 2565 ขับเคลื่อนด้วยธีม “สร้างเศรษฐกิจไทย ด้วยกัญชาไทย นวดไทย อาหารไทย” ซึ่งเป็นประเด็นที่อยู่ในความสนใจของนักธุรกิจทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ทำให้สร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าถึง ร้อยละ 216 และพบว่ารายได้ส่วนใหญ่มาจากการจับคู่ธุรกิจ โดยในการจัดงานครั้งที่ 19 และ 20 มี สัดส่วนสูงถึง 89% และเมื่อเปรียบเทียบงบประมาณที่ใช้จัดงาน ต่อรายได้ภาพรวม 6 ปีที่มีการเก็บข้อมูล พบว่าใช้งบประมาณดำเนินการทั้งสิ้น 104.80 ล้านบาท มีรายได้รวม 1,366.80 ล้านบาท คิดเป็น 13 เท่า ของการลงทุนภาพรวม เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบกับงานที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน พบว่าคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (2545)³² ได้ศึกษา “การประเมินผลมหกรรม หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ระหว่างวันที่ 25 พฤษภาคม 2545 - วันที่ 2 มิถุนายน 2545 มี

จำนวนร้านค้าเข้าร่วม 714 ร้าน มูลค่าจากการจับคู่ธุรกิจ 51.9072 ล้านบาท มูลค่าจากการซื้อสินค้าภายในงาน 153.1085 ล้านบาท สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(2551)²⁸ ได้ศึกษาการประเมินผลเปรียบเทียบการจัดงาน OTOP City ครั้งที่ 1-5 ผลการศึกษาพบว่า ใช้งบประมาณรวมทั้งสิ้น 1,017.85 ล้านบาท มีผู้ประกอบการที่ได้รับประโยชน์จากการจัดงานฯ จำนวนรวม 24,679 กลุ่ม สามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการ OTOP เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 3,931.1726 ล้านบาท คิดเป็น 4 เท่า ของการลงทุนภาพรวม นอกจากนี้กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ³³ แถลงความสำเร็จของการจัดงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม “THAIFEX – ANUGA ASIA 2023” เมื่อวันที่ 23 - 27 พฤษภาคม 2566 รวม 5 วัน บนพื้นที่กว่า 130,000 ตารางเมตรที่อิมแพ็ค เมืองทองธานี จากการประเมินผลพบว่า มีผู้ซื้อและผู้นำเข้าจากประเทศต่างๆ 133 ประเทศทั่วโลก (รวมไทย) เดินทางมาเข้าชมงาน 131,039 คน มีผู้เข้าร่วมงาน 3,034 บริษัท บริษัทไทย 1,109 บริษัท และบริษัทต่างประเทศ 1,925 บริษัท รวมเป็น 5,859 คูหา จาก 45 ประเทศ มูลค่าการซื้อขายจากการจัดงานรวม 120,002.09 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 81.36% เป็นการซื้อขายทันที 1,402.06 ล้านบาท โดยซื้อขายภายใน 1 ปี 118,600.03 ล้านบาท หมวดสินค้าบริการที่ซื้อขายมากที่สุด 5 ลำดับแรก ประกอบด้วยอาหาร (Fine Food) ผักและผลไม้ เทคโนโลยีด้านอาหาร และการให้บริการด้านอาหาร จะเห็นได้ว่าการงาน THAIFEX สามารถเป็นตัวอย่างของการยกระดับมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติได้ **ด้านปัญหาอุปสรรค** พบว่าส่วนใหญ่เป็นเรื่องการบริหารจัดการ ได้แก่ งบประมาณจำกัด การประสานงานที่ไม่ชัดเจน พื้นที่จำกัด ขาดบุคลากรในการขับเคลื่อนงาน แต่ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อเป้าหมายการดำเนินงานภาพรวม ซึ่งทอง พันทอง(2548)³⁴ ได้ศึกษาเรื่อง “การประเมินประสิทธิผลการให้บริการในโครงการ ประกันสุขภาพถ้วนหน้าฯ พบว่า ปัญหาและอุปสรรคสำคัญเร่งด่วนในการดำเนินงานตามนโยบายในแต่ละด้าน คือ ด้านการบริหาร ด้านการบริการ ด้านงบประมาณ ด้าน

บุคลากร เช่นกัน **ด้านปัจจัยความสำเร็จ** ผลวิจัยพบปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ ดังนี้ (1) ความร่วมมือจากหลายฝ่าย (2) การสนับสนุนจากนโยบายรัฐ (3) การจัดการองค์ความรู้ โดยนำเสนอองค์ความรู้ใหม่ ซึ่งตรงกับข้อเสนอผลวิจัยของ ฤทธิ์รงค์ อัญจะนะ และ วิภาวดี ลีมิ่งสวัสดิ์ (2559)³⁵ ได้ศึกษาเรื่องความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้การแพทย์ทางเลือกของคนไทย พบว่า คนไทยมีความรู้เกี่ยวกับการใช้การแพทย์ ทางเลือกอยู่ในระดับควรปรับปรุง จึงมีความจำเป็นที่จะเสริมสร้างความรู้ ส่งเสริมการสร้างทัศนคติ และการปฏิบัติที่ถูกต้องเกี่ยวกับการใช้การแพทย์ทางเลือกให้กับคนไทย (4) การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (5) อิมงานและกิจกรรมที่ดึงดูด ตรงกับกระแสสังคม ทั้งนี้ผลวิจัยครั้งนี้นำไปสู่ข้อค้นพบ **แนวทางการยกระดับการดำเนินงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติสู่การเป็นผู้นำด้านการแพทย์ดั้งเดิมของเอเชียในปี 2570** ในประเด็นสำคัญ 6 ด้าน ดังนี้ (1) ด้านการนำองค์กร มุ่งเน้นการสร้างมาตรฐานในระดับสากล ส่งเสริมเทคโนโลยีและนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์สมุนไพร ประสานงานระหว่างภาครัฐและเอกชน และขยายความสำคัญไปยังการแพทย์ดั้งเดิม และอาหารแบบ Thai Traditional Diet สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของแผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2566 – 2570³ การส่งเสริมบทบาทของสมุนไพรผ่านภาพลักษณ์อาหารไทย จากครัวไทยสู่ครัวโลก การพัฒนาศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของ SMEs ผลิตภัณฑ์สมุนไพรด้วยฐานงานวิจัยและนวัตกรรม โดยเน้นครอบคลุมตลาดในประเทศทั่วทุกภูมิภาค และขยายไปยังประเทศเพื่อนบ้าน (CLMV) (2) ด้านการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ ใช้กลยุทธ์ยกระดับความร่วมมือกับภาคเอกชน และสถาบันการเงินขับเคลื่อนนโยบายภาครัฐ วางแผนระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว การสื่อสารเชิงรุก เช่น Road Show ในต่างประเทศ (3) ด้านผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มุ่งเป้าการจับคู่ธุรกิจ การดึงดูดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น สมาหาการค้า สมาอุตสาหกรรม

และ SME จัดนิทรรศการและกิจกรรมที่หลากหลาย จัดงานในสถานที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติและสุขภาพ (4) ด้านการวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้ เน้นการใช้ข้อมูลยอดขายและผลการเจรจาธุรกิจมาพัฒนารูปแบบการจัดงาน ใช้เทคโนโลยี AI และ Big Data เพื่อวิเคราะห์ผู้บริโภคและตลาด (5) ด้านการมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล เน้นพัฒนาบุคลากรภาครัฐให้มีความรู้ ทักษะในด้านการตลาด การเจรจาธุรกิจ การใช้เทคโนโลยีและการวิเคราะห์ข้อมูล การส่งบุคลากรฝึกอบรมในต่างประเทศเพื่อพัฒนาทักษะการวิจัย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (6) ด้านการจัดการกระบวนการ ที่สำคัญคือ การจับคู่ธุรกิจ และการแบ่งปันสินค้าและบริการให้ง่ายต่อการจับคู่ธุรกิจ ซึ่งตรงกับความสำเร็จของการจัดงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม “THAIFEX – ANUGA ASIA 2023”³³ การประสานงานระหว่างภาครัฐและเอกชน การติดตามและประเมินผลหลังการจัดงาน และส่งเสริมการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม รวมถึงการปรับโครงสร้างคณะกรรมการเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนายกระดับงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติให้เกิดได้จริง สอดคล้องกับผลวิจัยของนวพร แสงหนุ่ม (2544)³⁶ ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพต่อการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดเชียงใหม่ คือด้านโครงสร้างระบบงาน ซึ่งแนวทางการยกระดับการดำเนินงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติเป็นไปตามหลักการของเกณฑ์ PMQA⁷ ที่เชื่อมโยงกับระบบราชการ 4.0 ทุกหมวด แต่มีจุดเน้น ที่หมวด 1 การนำองค์การ ผู้บริหารของส่วนราชการ จะต้องมีความวิสัยทัศน์ในเชิงยุทธศาสตร์ มุ่งเน้นประโยชน์สุขของประชาชน หมวด 3 ส่วนราชการต้องเข้าใจการเปลี่ยนแปลงความต้องการของประชาชน ใช้กระบวนการความคิดเชิงออกแบบ ในลักษณะที่ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม หมวด 4 การรวบรวมข้อมูล สารสนเทศ การแบ่งปันข้อมูล บนพื้นฐานของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่ตอบสนองในเชิงรุก และสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน หมวด 6 ทุกกระบวนการมีความเชื่อมโยงอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการออกแบบการทำงานจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ

มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล มาทดแทนการทำงานในรูปแบบเก่า โดยมีข้อเสนอแนะนโยบายเชิงกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติให้บรรลุเป้าหมาย รวม 7 กลยุทธ์ ดังนี้ กลยุทธ์ที่ 1 การส่งเสริมความร่วมมือกับภาคเอกชน กลยุทธ์ที่ 2 การส่งเสริมนวัตกรรมและการวิจัย สอดคล้องกับผลวิจัยของสรวิชัย เปรมอินทร์ (2559)³⁷ ที่ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐในระบบราชการไทย” พบว่า การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กับหน่วยงานภายนอกจะมีขีดความสามารถในการเพิ่มการบริการงานที่มีนวัตกรรมได้ (Innovation services) กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศ กลยุทธ์ที่ 4 การใช้เทคโนโลยีและข้อมูลเชิงลึก กลยุทธ์ที่ 5 การสร้าง แปรนัยและการประชาสัมพันธ์เชิงรุก สอดคล้องกับผลวิจัยของ กฤษฎา มอมุงคุณ และ บุหงา ชัยสุวรรณ (2558)³⁸ ได้ศึกษากระบวนการสื่อสารและการสร้างการยอมรับการแพทย์แผนไทย ผลการวิจัยพบว่า การวางแผนการสื่อสารการแพทย์แผนไทย ผู้ประกอบการแพทย์แผนไทยมีการวางแผนการสื่อสาร โดยใช้สื่อหลากหลายรูปแบบทำให้สามารถให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายขององค์กรได้อย่างทั่วถึง กลยุทธ์ที่ 6 การประเมินผลและการพัฒนาต่อเนื่อง และกลยุทธ์ที่ 7 ผู้นำเทรนด์สมุนไพรโลก ซึ่ง

สอดคล้องกับเป้าหมายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13² หมายความว่า 1 ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตรและเกษตรมูลค่าสูง กลยุทธ์ที่ 2 การส่งเสริมการผลิตและการขยายตัวของตลาด ของสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปที่มีมูลค่าเพิ่มสูง และหมายความว่า 4 ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง กลยุทธ์ที่ 2 การผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพระดับโลก และกลยุทธ์ที่ 3 การสร้างมูลค่าเพิ่มให้อุตสาหกรรมทางการแพทย์และสุขภาพ

ข้อเสนอแนะ

บทสรุปที่เกิดจากการวิจัยครั้งนี้ เพื่อนำไปพัฒนาการดำเนินงานสู่การเป็นผู้นำการแพทย์ดั้งเดิมของเอเชีย มีดังนี้ (1) การสร้างและขยายความร่วมมือในหลายมิติเพื่อการขยายตลาดสากล การเพิ่มช่องทางจำหน่าย รวมทั้งการกระจายประโยชน์สู่ชุมชน (2) การสร้างความเชื่อมั่น โดยการวิจัยและนวัตกรรมที่ผสมผสานภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยที่ตอบสนองเทรนด์สุขภาพ และ (3) การสร้างภาพลักษณ์ของงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติที่เข้มแข็ง การส่งเสริมตราสินค้าประเทศ (Thailand Branding) เพื่อสร้างความโดดเด่นในเวทีโลก

เอกสารอ้างอิง

1. แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2566 – 2580) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 140 ตอนพิเศษ 51 ง. หน้า 4; 6 กุมภาพันธ์ 2566.
2. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570). ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 139 ตอนพิเศษ 258 ง. หน้า 1; 24 ตุลาคม 2565.
3. กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. แผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2566 – 2570 [อินเทอร์เน็ต]. สืบค้นเมื่อ 16 สิงหาคม 2565. เข้าถึงได้จาก: <https://www.dtam.moph.go.th/index.php/th/news/dtam-news/7816-pr1463.html>
4. กองวิชาการและแผนงาน กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. แผนปฏิบัติราชการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570)
5. Cronbach WG. *Sampling Techniques*. 3rd ed. New York: John Wiley and Sons Inc; 1977.
6. วรเดช จันทรรณ, ไพโรจน์ ภัทรนรากุล. *การประเมินผลในระบบเปิด*. กรุงเทพฯ: โครงการเอกสารและตำราสมาคมรัฐประศาสตร์ นิติฯ; 2541.
7. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. *การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ* [อินเทอร์เน็ต]. สืบค้น 21 พฤษภาคม 2567. เข้าถึงได้จาก <https://www.opdc.go.th/content/Nzc>
8. กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. รายงานผลการจัดงาน “มหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ ครั้งที่

- ที่ 1” การประชุมวิชาการและงานชุมนุมการแพทย์แผนไทย การแพทย์พื้นบ้านไทย และการแพทย์ทางเลือก
แห่งชาติ ครั้งที่ 1. วารสารการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก 2547;2(3):90-104.
9. กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. รายงานผลการจัดงาน “มหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ ครั้งที่ 2”.
 10. ประพจน์ เกตุรากาศ, อภิญา ตันทวีวงศ์, รัชนี จันทรเกษ. สรุปรายงาน งานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก; 2549.
 11. ประพจน์ เกตุรากาศ, รัชนี จันทรเกษ, อภิญา ตันทวีวงศ์. สรุปรายงาน งานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก; 2550.
 12. ประพจน์ เกตุรากาศ, รัชนี จันทรเกษ, อภิญา ตันทวีวงศ์. สรุปรายงาน งานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก; 2552.
 13. ประพจน์ เกตุรากาศ, รัชนี จันทรเกษ, อภิญา ตันทวีวงศ์, และคณะ. สรุปรายงานงานมหกรรมสมุนไพร
กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก; 2553.
 14. ประพจน์ เกตุรากาศ, รัชนี จันทรเกษ, อภิญา ตันทวีวงศ์, และคณะ. สรุปรายงานงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ
ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก; 2554.
 15. ประพจน์ เกตุรากาศ, รัชนี จันทรเกษ, อภิญา ตันทวีวงศ์, และคณะ. สรุปรายงานงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ
ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก; 2555.
 16. วงเดือน จินดาวัฒน์, รัชนี จันทรเกษ, อภิญา ตันทวีวงศ์, และคณะ. สรุปรายงานงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ
ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: บริษัท สามเจริญพาณิชย์ (กรุงเทพ) จำกัด; 2556.
 17. วงเดือน จินดาวัฒน์, อภิญา ตันทวีวงศ์, สุพินดา กิจทวี, และคณะ. สรุปรายงานงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ
ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: บริษัท สามเจริญพาณิชย์ (กรุงเทพ) จำกัด; 2557.
 18. ผลิตา สนธิสุวรรณ, สุพินดา กิจทวี, รัตนา พงษ์วานิชอนันต์, และคณะ. สรุปรายงานงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ
ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก; 2557.
 19. ผลิตา สนธิสุวรรณ, ชัยวัฒน์ จงรอดน่วม, รัชนี จันทรเกษ, รัตนา พงษ์วานิชอนันต์, และคณะ. สรุปรายงาน
งานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก; 2559.
 20. กองพัฒนาและบริการวิชาการ กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. สรุปรายงาน งาน
มหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ ครั้งที่ 13. ปทุมธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์; 2560.
 21. กองวิชาการและแผนงาน กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. สรุปรายงานงานมหกรรม
สมุนไพรแห่งชาติ และการประชุมวิชาการประจำปี การแพทย์แผนไทย การแพทย์พื้นบ้าน และการแพทย์
ทางเลือกแห่งชาติ ครั้งที่ 14. ปทุมธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์; 2561.
 22. อัญชลี จุฑะพุทธิ, รัชนี จันทรเกษ, บรรณาธิการ. สรุปรายงาน งานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ:
บริษัท แกรนด์พ้อยท์ จำกัด; 2561.
 23. รัชนี จันทรเกษ, ดวงแก้ว ปัญญา. สรุปรายงาน งานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ ครั้งที่ 16. กรุงเทพฯ: บริษัท
แกรนด์พ้อยท์ จำกัด; 2562.
 24. รัชนี จันทรเกษ, สุพิญา เกิดโอ, ดวงแก้ว ปัญญา. สรุปรายงาน งานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ ครั้งที่ 17.
กรุงเทพฯ : พุ่มทอง; 2564.
 25. รัชนี จันทรเกษ, มณฑิพา ทรงพานิช, สุพิญา เกิดโอ, ดวงแก้ว ปัญญา. สรุปรายงาน งานมหกรรมสมุนไพร
แห่งชาติ
ครั้งที่ 18. กรุงเทพฯ: พุ่มทอง; 2565.
 26. รัชนี จันทรเกษ, มณฑิพา ทรงพานิช, สุพิญา เกิดโอ, ดวงแก้ว ปัญญา. สรุปรายงาน งานมหกรรมสมุนไพร
แห่งชาติ
ครั้งที่ 19. กรุงเทพฯ: พุ่มทอง; 2565.

27. วิทยา ไชยเทพ. การประเมินผลการดำเนินงานโครงการธนาคารหมู่บ้านป่าไผ่กลาง หมู่ 7 ตำบลแช่ช้าง อำเภอสันกำแพง
จังหวัดเชียงใหม่ [วิทยานิพนธ์]. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่; 2551.
28. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. การประเมินผลการจัดงาน OTOP City ครั้งที่ 5 วันที่ 14 - 21
ธันวาคม 2550 [อินเทอร์เน็ต]. สืบค้น 21 พฤษภาคม 2567, จาก
<https://dl.parliament.go.th/handle/20.500.13072/587463>; 2551.
29. ชลธรัตน์ ศิริเชตรกรณ์. ความรู้ ทักษะ การรับรู้ และพฤติกรรมในการรับบริการด้านการแพทย์แผนไทย
และการแพทย์ทางเลือก จังหวัดอุทัยธานี. *วารสารสถาบันบำราศนราดูร* 2562;13(2):111-122.
30. อลงกต แผนสนธิ. การนำนโยบายไปปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลของราชการส่วนภูมิภาคในจังหวัดนครราชสีมา
[วิทยานิพนธ์]. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม; 2557.
31. สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ. ประกาศผลรางวัลการวิจัยแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ 2566 [อินเทอร์เน็ต].
สืบค้น 23 พฤษภาคม 2567, จาก <https://www.nrct.go.th/fund>
32. คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ. รายงานการประเมินผล “มหกรรม หนึ่ง
ตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ระหว่างวันที่ 25 พฤษภาคม - วันที่ 2 มิถุนายน 2545 [อินเทอร์เน็ต]. สืบค้น 21
พฤษภาคม 2567. เข้าถึงได้จาก: <https://dl.parliament.go.th/handle/20.500.13072/417156>
33. กองบรรณาธิการ Online newstime. ผลจัดงานแสดงสินค้าอาหาร THAIFEX-ANUGA ASIA 2023
[อินเทอร์เน็ต]. สืบค้น 23 พ.ค. 67. เข้าถึงได้จาก: <https://www.onlinenewstime.com/the-result-of-the-food-exhibition-thaifex-anuga-asia-2023-money-flowing-over-120k-million-baht/pr-news/>
34. ทอง พันทอง. การประเมินประสิทธิผลโครงการประกันสุขภาพถ้วนหน้า: กรณีศึกษาศูนย์สุขภาพชุมชน
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ [วิทยานิพนธ์]. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่; 2548.
35. ฤทธิรงค์ อัญจะนะ, วิภาวดี ส้มิงสวัสดิ์. ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้การแพทย์ทางเลือกของคนไทย.
วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ. 2559; 17(2): 70-83.
36. นวพร แสงหนุ่ม. ประสิทธิภาพในการดำเนินงานองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดเชียงใหม่ [วิทยานิพนธ์].
เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่; 2544.
37. สรวิชัย เปรมชื่น. คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐในระบบราชการไทย. *วารสารสำนักงานผู้ตรวจการแผ่นดิน*.
2559; 9(1): 38-57.
38. กฤษฎา มอมุงคุณ, บุหงา ชัยสุวรรณ. กระบวนการสื่อสารและการสร้างการยอมรับการแพทย์แผนไทย.
วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิตย 2558;1(3):37-58.