

“สมุนไพรไทย” จุดเด่นคุณภาพค้นสู่เวทีโลก

กนกวรรณ ไชยสูงเนิน¹, อาทิตย์ ดาวภิรมย์²

¹โรงพยาบาลหนองคาย จังหวัดหนองคาย

²สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดหนองคาย จังหวัดหนองคาย

บทคัดย่อ

“สมุนไพรไทย” จุดเด่นคุณภาพค้นสู่เวทีโลก ต้องคำนึงถึงปริมาณและคุณภาพมาตรฐานตามความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยการขับเคลื่อนการผลิตสมุนไพร แบ่งเป็น (1) ต้นน้ำ ผลิตสมุนไพรปลอดภัยตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี หรือเกษตรอินทรีย์ ใช้เทคโนโลยีในการผลิต มีการปลูกแปลงใหญ่ สนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจ สหกรณ์การเกษตร (2) กลางน้ำ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ ใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มมูลค่า มีนวัตกรรมต่อยอด มีการลงทุนวิจัย และ (3) ปลายน้ำ ส่งเสริมตลาดชุมชน ออนไลน์ ตลาดกลางสมุนไพร โดยการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างต่อเนื่องในระยะยาว สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และกรอบการพัฒนาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีของประเทศไทย เพื่อเศรษฐกิจชีวภาพ ซึ่งจะทำให้สามารถรองรับพลวัตของสังคม อันนำไปสู่ความสำเร็จในการพัฒนาสมุนไพรไทยให้ได้มาตรฐานมีคุณภาพสูงตามความต้องการของตลาดโลก และสามารถเพิ่มมูลค่าของผลผลิตได้ ตลอดจนการใช้ประโยชน์ของพืชสมุนไพรพื้นบ้านของประชาชนในด้านการบำบัดรักษาโรค ใช้เพื่อยับยั้งสารพิษ ใช้เป็นเครื่องสำอาง อาหารเสริมบำรุงร่างกาย และใช้ประโยชน์ด้านอาหาร ข้อมูลที่ได้จากบทความพิเศษฉบับนี้ สามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาสมุนไพรไทย พืชสมุนไพรที่มีคุณภาพเข้าสู่มาตรฐานสากล กระแสดูแลรักษาสุขภาพโดยวิถีธรรมชาติ ความสำเร็จของการนำสมุนไพรไปใช้ในการสร้างเสริมสุขภาพ

คำสำคัญ: การพัฒนาสมุนไพรไทย; พืชสมุนไพรที่มีคุณภาพเข้าสู่มาตรฐานสากล; กระแสดูแลรักษาสุขภาพโดยวิถีธรรมชาติ; ความสำเร็จของการนำสมุนไพรไปใช้ในการสร้างเสริมสุขภาพ

วันรับ: 4 ต.ค. 2568

วันแก้ไข: 10 พ.ย. 2568

วันตอบรับ: 15 พ.ย. 2568

บทนำ

สมุนไพรไทยกำลังได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะฟ้าทะลายโจร กระชายดำ และขมิ้นชัน ส่งผลให้มูลค่าการตลาดสมุนไพรไทยในประเทศและต่างประเทศเติบโตอย่างรวดเร็ว ทั้งการส่งออกวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยในรูปแบบอาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง อาหารเสริม และยารักษาโรค ที่สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้⁽¹⁾ จากข้อมูลของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ได้ดำเนินการส่งเสริมการปลูกพืชสมุนไพรให้เกษตรกรจำนวน 518,354 ราย รวมพื้นที่ปลูกสมุนไพรจำนวน 1,085,092 ไร่ มีโรงงานแปรรูปสมุนไพรจำนวน 1,000 แห่ง มีโรงงานสกัดสารสำคัญในสมุนไพรจำนวน 11 แห่ง โดยสมุนไพรไทยมีจุดเด่นที่มีความหลากหลาย ประกอบกับภูมิประเทศ และภูมิอากาศของประเทศไทยเหมาะสมกับการปลูกพืชสมุนไพร ทำให้สมุนไพรไทยมีโอกาสเติบโตได้อีกมากมาย สมุนไพรไทยยังมีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในรูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวเรียนรู้

สมุนไพร การประสานเอกลักษณ์และสรรพคุณของสมุนไพรไทยเข้าไปในร้านนวดสปา ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของชาวต่างชาติอย่างมีนัยสำคัญ⁽²⁻⁴⁾ เพื่อให้การบรรลุเป้าหมายโดยรวมมีความเป็นไปได้ในระยะยาว มีวัตถุประสงค์ 4 ข้อ ได้แก่ (1) วิเคราะห์สถานการณ์สมุนไพรของไทย (2) การพัฒนาสมุนไพรไปสู่มาตรฐานสากล (3) สร้างกระแสดูแลรักษาสุขภาพโดยวิถีธรรมชาติ และ (4) ความสำเร็จของการนำสมุนไพรไปใช้ในการสร้างเสริมสุขภาพ

จากกระแสความนิยมดูแลสุขภาพโดยวิถีธรรมชาติและหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีของผู้บริโภค ส่งผลให้สมุนไพรกลายเป็นหนึ่งในวัตถุดิบจากธรรมชาติที่แวดวงธุรกิจสุขภาพ (health and wellness) ทั่วโลกกำลังต้องการมีการประเมินว่า ปี พ.ศ. 2563 ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ health and wellness ที่นำสมุนไพรไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิต อาทิ เครื่องสำอาง ยาและอาหารเสริม จะมีมูลค่าตลาดรวมกันราว 91 พันล้านเหรียญสหรัฐ และคาดว่าจะขยับไปสู่ระดับ 166 พันล้านเหรียญสหรัฐ ได้ภายในปี พ.ศ. 2573 (เติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.5 ต่อปี)⁽⁵⁻⁸⁾ ปัจจุบันภาครัฐของไทยเล็งเห็นถึงโอกาสทางการตลาด จากเทรนด์บริโคมดังกล่าว จึงผลักดันนโยบายสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจสมุนไพรของไทย โดยตั้งเป้าหมายไว้ว่าจะเพิ่มมูลค่าการบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้ได้ 3.6 แสนล้านบาทภายในปี พ.ศ. 2564 และผลักดันให้ไทยก้าวขึ้นสู่การเป็นผู้นำการส่งออกผลิตภัณฑ์สมุนไพรอันดับ 1 ของอาเซียน ซึ่งในปัจจุบันมีมูลค่าสูงถึง 12.05 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือเติบโตร้อยละ 39.5 ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่าหากสมุนไพรถูกส่งต่อไปยังตลาดค้าส่งในลักษณะการซื้อขายแบบ business-to-business (B2B) ทั้งในรูปแบบผลสด-ผลแห้ง-แบบบดผง จะสร้างมูลค่าเพิ่มจาก 1.2 พันล้านบาท เป็น 21.8 พันล้านบาท และหากเข้าถึงตลาดผู้บริโภคในลักษณะ business-to-customer (B2C) จะไต่ระดับมูลค่าตลาดไปได้สูงถึง 68.0 พันล้านบาท

เมื่อพิจารณาถึงความเป็นไปได้ที่ไทยจะไปสู่จุดมุ่งหมายดังกล่าว พบว่า แม้ไทยมีความได้เปรียบด้านวัตถุดิบสมุนไพรกว่า 1,800 ชนิด ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์เชิงอุตสาหกรรมได้⁽⁹⁾ ประกอบกับการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมเป้าหมายตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ (bioeconomy) เช่น การแพทย์ครบวงจร เกษตร และ

เทคโนโลยีชีวภาพ ซึ่งอาจจะช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการสมุนไพรเพื่อใช้การผลิตมากขึ้น นอกจากนี้ ความต้องการจากตลาดส่งออก โดยเฉพาะในปีที่ขยับลดการส่งออกสมุนไพรของไทยในช่วง 9 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2563 มีมูลค่าราว 12.05 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือเติบโตร้อยละ 39.5 (YoY) แต่สิ่งที่จะต้องเร่งพัฒนา หากต้องการสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจในระยะข้างหน้าเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ก็คือการกระจายมูลค่าเพิ่มไปสู่ผู้ประกอบการต้นน้ำให้มากขึ้นและสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์สมุนไพรของไทย เนื่องจาก

1. แม้ว่าภาครัฐจะผลักดันมูลค่าการบริโภคสมุนไพรให้มากขึ้น แต่ผลตอบแทนทางธุรกิจที่ผู้เพาะปลูกสมุนไพรซึ่งอยู่ในช่วงต้นน้ำได้รับยังมีน้อย หากเทียบกับผู้ประกอบการกลางน้ำ - ปลายน้ำ ในห่วงโซ่การผลิต เพราะยังเน้นการผลิตและจำหน่ายในรูปแบบสมุนไพรสด หรือหากเป็นสมุนไพรแปรรูปก็จะมีนวัตกรรมที่ไม่สูงมาก เช่น บดผง อัดเม็ด/แคปซูล ในขณะที่การแปรรูปสมุนไพรไปสู่ระดับอุตสาหกรรมโดยใช้นวัตกรรมขั้นสูงขึ้น เช่น สารสกัด/สารตั้งต้น หรือผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมจากสมุนไพร เช่น เครื่องสำอาง ยา และอาหารเสริม ยังจำกัดอยู่ในกลุ่มผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีความพร้อมด้านเงินทุนและเทคโนโลยี ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้วิเคราะห์การสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่การผลิตของสมุนไพรไทย พบว่า ปัจจุบันมูลค่าของพืชสมุนไพรที่เกษตรกรขายได้หน้าฟาร์มจะเฉลี่ยอยู่ที่ 1.2 พันล้านบาท/ปี แต่หากถูกส่งต่อไปยังตลาดค้าส่งในลักษณะการซื้อขายแบบ B2B ในรูปแบบผลสด-ผลแห้ง-แบบบดผง เพื่อนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมต่อเนื่อง มูลค่าตลาดจะขยับขึ้นเป็น 21.8 พันล้านบาท นอกจากนี้ หากพัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์ปลายน้ำ เช่น ในกลุ่มอาหารและยา เครื่องสำอางหรือผลิตภัณฑ์สปา และสามารถเข้าสู่ตลาดผู้บริโภคได้ในลักษณะการซื้อขายแบบ B2C จะไต่ระดับมูลค่าตลาดไปได้สูงถึง 68.0 พันล้านบาท สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการยกระดับคุณภาพการผลิตสมุนไพร เพราะสามารถทำให้ผลตอบแทนที่จะได้รับจากสมุนไพรที่มีจุดเริ่มต้นเพียง 1.2 พันล้านบาท/ปี เพิ่มไปสู่ระดับ 91 พันล้านบาท/ปี หรือคิดเป็นมูลค่าเพิ่มราว 73 เท่า

2. การแข่งขันในตลาดวัตถุดิบสมุนไพรในตลาดโลกมีแนวโน้มจะรุนแรงมากขึ้น ทั้งจากประเทศคู่แข่งที่มีความพร้อมด้านวัตถุดิบสมุนไพรเป็นจำนวนมากและค่อนข้าง

มีชื่อเสียงในกลุ่มสมุนไพรหายาก ไม่ว่าจะเป็นจีน อินเดีย หรือเวียดนาม⁽¹⁰⁾ การรับมือกับความต้องการตลาดคู่ค้าที่อาจจะมีแนวโน้มลดลง โดยเฉพาะในกลุ่มวัตถุดิบสมุนไพรที่สามารถปลูกได้หลากหลายพื้นที่ โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยเอกลักษณ์ด้านถิ่นกำเนิดเป็นจุดขาย (อาทิ กระจายดำที่ถูกยกให้เป็นหนึ่งใน product champion พืชสมุนไพรไทย ซึ่งเดิมทีจะสามารถปลูกได้เพียงในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เท่านั้น ในอนาคตอาจจะสามารถปลูกในพื้นที่อื่นๆ ได้)⁽¹¹⁾ ซึ่งเป็นผลจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการผลิต อาทิ โรงงานผลิตพืช (plant factory) ที่ทำให้สมุนไพรบางชนิดสามารถปลูกในระบบปิดได้ อีกทั้งยังทำให้ได้ปริมาณสารสำคัญมากขึ้นและผลผลิตมีความสม่ำเสมอ นอกจากนี้ ยังอาจจะต้องแข่งขันกับสินค้าทดแทนอื่นๆ ที่ให้สรรพคุณที่ใกล้เคียงกันด้วย ดังภาพที่ 1

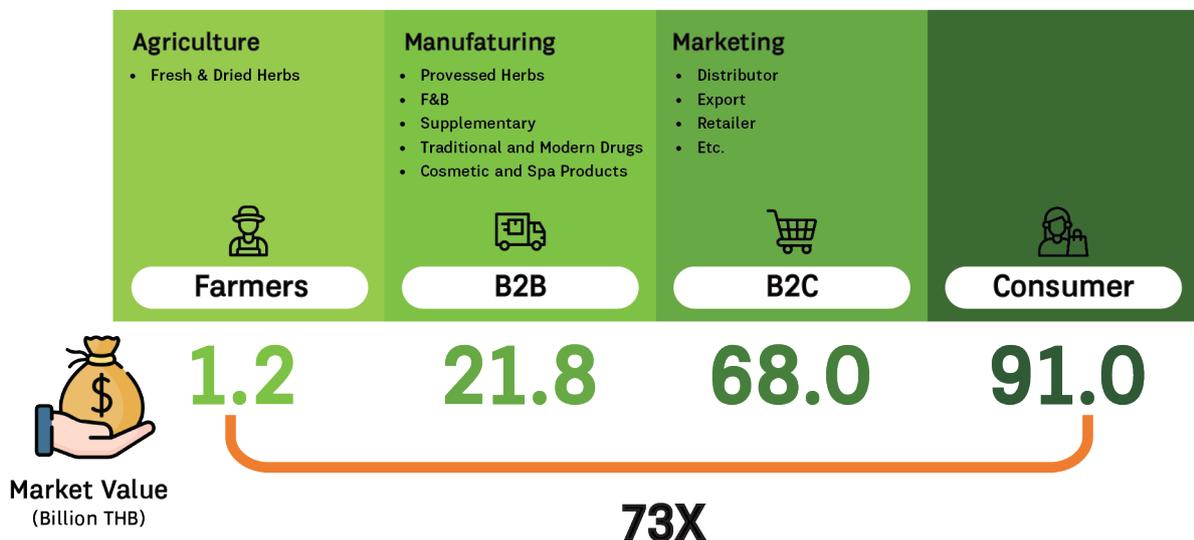
จากปัจจัยข้างต้น ตอกย้ำว่า ความยั่งยืนของการเติบโตของธุรกิจสมุนไพรของไทยในระยะต่อไป จำเป็นต้องยกระดับการผลิตเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความแตกต่างให้มากขึ้น ครอบคลุมทั้งระบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การกระจายมูลค่าเพิ่มไปสู่ผู้ประกอบการส่วนต้นน้ำ (กลุ่มเกษตรกร) ให้มากขึ้น โดยสิ่งที่จะต้องเร่งพัฒนาหลักๆ คือ (1) ระบบการผลิตที่ได้ผลผลิตที่มีปริมาณและคุณภาพสูง เช่น การปลูกสมุนไพรแบบออร์แกนิก หรือการปลูกในโรงผลิตพืช เพื่อสร้างโอกาสในการที่จะถูกเลือกใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตในอุตสาหกรรมขั้นสูง ทั้งในตลาดในประเทศและตลาด-

ส่งออก และ (2) การเพิ่มโอกาสในการขายผ่านการสร้างตลาดรองรับให้กับผู้ผลิต อาทิ การจับมือกับผู้ประกอบการรายใหญ่ในการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือวางแผนการตลาดร่วมกัน ให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือช่องทางจำหน่าย เพื่อให้เข้าสู่ตลาดผู้บริโภคในวงกว้าง เป็นต้น

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์สถานการณ์สมุนไพรของไทย (2) ศึกษาการพัฒนาสมุนไพรไปสู่มาตรฐานสากล (3) ส่งเสริมกระแสดูแลรักษาสุขภาพโดยวิถีธรรมชาติ และ (4) ประเมินความสำเร็จของการนำสมุนไพรไปใช้ในการสร้างเสริมสุขภาพ

ประเทศไทยมีภูมิปัญญาเกี่ยวกับใช้สมุนไพรในการนำไปประกอบอาหาร และการรักษาโรคต่างๆ มาเป็นเวลานาน อย่างไรก็ตาม ไม่มีผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยแม้แต่ผลิตภัณฑ์เดียวที่สามารถแข่งขันในตลาดสากลได้ โดยประเทศไทยมีศักยภาพได้เปรียบของความหลากหลายทางชีวภาพสูง และมีสมุนไพรไทยหลายตัวที่สามารถนำมาวิจัยและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เวชสำอางเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสมุนไพรไทยในตลาดทั้งในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ โดยการศึกษาได้นำเสนอการวิเคราะห์สถานการณ์สมุนไพรของไทย ซึ่งได้แก่ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการพัฒนาสมุนไพรไปสู่มาตรฐานสากล รวมทั้งกระแสดูแลรักษาสุขภาพโดยวิถีธรรมชาติ อันจะนำมาสู่ความสำเร็จของการนำสมุนไพรไปใช้ในการสร้างเสริมสุขภาพ ดังนี้

ภาพที่ 1 มูลค่าการตลาดการผลิตและการแปรรูปสมุนไพร



การวิเคราะห์สถานการณ์ สมุนไพรของไทย

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์⁽¹²⁾
ได้วิเคราะห์สถานการณ์สมุนไพรของไทย ดังนี้

จุดแข็ง

1. ประเทศไทยอยู่ในเขตร้อน ซึ่งเหมาะกับการเติบโตของสมุนไพรสำคัญชนิดต่างๆ
2. มีชื่อเสียงด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพรมายาวนาน
3. มี product champion สามารถแข่งขันกับประเทศผู้นำด้านสมุนไพรได้
4. มีความเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนในภูมิภาค เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล

จุดอ่อน

1. ขาดแคลนวัตถุดิบ
2. สินค้าไม่ค่อยเป็นที่รู้จักในกลุ่มคนรุ่นใหม่
3. เกษตรกรขาดองค์ความรู้ และเทคโนโลยีการผลิต
4. ปัจจัยการผลิตมีต้นทุนสูง ขาดการเชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรกับผู้ประกอบการ
5. ขาดการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมเพื่อต่อยอดทางการค้าอย่างเป็นระบบ

โอกาส

1. คู่แข่งน้อย
2. การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ
3. กระแสรักสุขภาพ
4. สามารถขยายการลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม)

อุปสรรค

1. มีสินค้าทดแทนเป็นจำนวนมาก
2. วัตถุดิบสมุนไพรมาจากป่าต่างๆ โดยเฉพาะป่าสงวนแห่งชาติในประเทศ
3. ความไม่แน่นอนในคุณภาพวัตถุดิบ
4. ความต้องการซื้อของผู้บริโภคลดน้อยลง
5. กฎหมายด้านความหลากหลายทางชีวภาพ
6. ข้อจำกัดด้านการโฆษณา และประชาสัมพันธ์

จากการวิเคราะห์สถานการณ์สมุนไพรของไทยเบื้องต้นสรุปได้ว่า สถานการณ์สมุนไพรของไทย มีศักยภาพสูง และมีแนวโน้มตลาดที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีโอกาสพัฒนา

สมุนไพรให้เป็น soft power ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูงอายุ และกลุ่มคนรักสุขภาพ ดังนั้นจึงต้องเร่งพัฒนาการแปรรูป การสร้างนวัตกรรม และการยกระดับสมุนไพรไทยให้ได้มาตรฐาน

การพัฒนาสมุนไพร ไปสู่มาตรฐานสากล

จากการวิเคราะห์สถานการณ์สมุนไพรของไทยดังกล่าวข้างต้นในการพัฒนาสมุนไพรไปสู่มาตรฐานสากล สอดคล้องกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีการขับเคลื่อนพัฒนาสมุนไพรภายใต้แผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2560-2564) รับผิดชอบเป้าหมายยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรต้นน้ำ ส่งเสริมการผลิตสมุนไพรคุณภาพสูง และขณะนี้ได้เข้าสู่ห้วงของการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2566-2570) มีเป้าหมายการพัฒนากลุ่มเกษตรสร้างมูลค่า ประเด็นเกษตรชีวภาพ มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มของพืชสมุนไพรในภาคการผลิต นำไปสู่การผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง และส่งเสริมการปลูกให้เป็นพืชเศรษฐกิจตามความเหมาะสมของพื้นที่ โดยหนึ่งในยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มสมุนไพรไทยที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ร่วมขับเคลื่อนงานภายใต้แผนแม่บทเป็นเรื่องของการถ่ายทอดมาตรการและแผนงานสู่การพัฒนาในระดับภูมิภาค มุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาสมุนไพรอย่างครบวงจรตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง ทั้งการปลูกสมุนไพร การแปรรูป และทำเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและการเติบโตของชุมชนอย่างยั่งยืน จึงได้มีการคัดเลือกจังหวัดเมืองสมุนไพร (herbal city) ซึ่งมีความพร้อมด้านภูมิรัฐศาสตร์ ความเป็นอัตลักษณ์วิถีชีวิตวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เหมาะสม รวมถึงจุดเด่นทั้งด้านการส่งเสริมการปลูกเพื่อเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบสมุนไพรของประเทศ มีการบริการด้วยแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก และเป็นแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพร รวมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านสุขภาพ ทั้งนี้ การพัฒนาการผลิตวัตถุดิบสมุนไพรต้นน้ำให้ได้คุณภาพมาตรฐานเป็นส่วนสำคัญที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในการผลิต ผลิตภัณฑ์

สมุนไพรหลากหลายรูปแบบ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการพัฒนาสมุนไพรไทยให้เป็นที่ยอมรับ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มศักยภาพและมีประสิทธิภาพ เกิดการผลิตที่ได้มาตรฐานมีคุณภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสมุนไพรไทยทั้งในและต่างประเทศในระยะยาว รวมทั้งช่วยส่งเสริมให้เกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรที่ผลิตสมุนไพร มีรายได้เพิ่มขึ้น สามารถปรับเปลี่ยนระบบการผลิตพืชสมุนไพรสู่เกษตรปลอดภัย หรือเกษตรอินทรีย์ ซึ่งเป็นรูปแบบในการทำเกษตรกรรมยั่งยืนส่งผลให้กลุ่มเกษตรกรเกิดความเข้มแข็งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม⁽²⁾

กระแสดูแลรักษาสุขภาพ โดยวิถีธรรมชาติ

MGR Online⁽¹³⁾ ได้กล่าวถึง การดูแลสุขภาพด้วยวิถีทางธรรมชาติ ซึ่งมีหลากหลายวิธีโดยธรรมชาติบำบัดที่น่าจะมีแนวโน้มได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้นมีอยู่ด้วยกัน 2 เรื่อง ดังนี้

1. สมุนไพร กลายเป็นเทรนด์ฮิตในการดูแลสุขภาพของคนไทยนั้น สาเหตุหลักเพราะรัฐบาลเองก็สนับสนุน และมีนโยบายผลักดันให้ใช้สมุนไพรและผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ในการดูแลสุขภาพสุขภาพของคนไทย เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจประเทศทั้งการซื้อใช้ในประเทศและการส่งออก รวมไปถึงการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นเอาไว้ไม่ให้สูญหาย

2. รับประทานอาหารตามแนวธรรมชาติ เรื่องนี้มีความสืบเนื่องมาจากสมุนไพร เพราะการผลักดันให้เกิดการใช้สมุนไพรนั้น นอกจากเป็นยาสมุนไพร ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากสมุนไพรแล้ว ยังสนับสนุนให้มีการนำสมุนไพร มาประกอบเป็นอาหารรับประทาน เพราะสมุนไพรแต่ละอย่างมีสรรพคุณที่แตกต่างกันออกไป ตามแต่ละพื้นที่ท้องถิ่น

ความสำเร็จของการนำสมุนไพร ไปใช้ในการสร้างเสริมสุขภาพ

ความสำเร็จของการใช้สมุนไพรในการสร้างเสริมสุขภาพเกิดจากการนำไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย ทั้งการนำไปประกอบอาหาร และการรักษาโรคต่างๆ เช่น ใช้หว่าด

ภูมิแพ้ ขับสารพิษ รวมถึง การแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น ยาอาหารเสริม และเครื่องสำอาง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จนี้ยังขึ้นอยู่กับ การวิจัยและพัฒนาจากการใช้ประโยชน์ของพืชสมุนไพรพื้นบ้านควบคู่กับการส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้และความเข้าใจในการใช้สมุนไพร เพื่อนำมารักษาโรคอย่างถูกหลักวิชาการ สอดคล้องกับ เกตุกนก พงษ์นุรักษ์ และเกษตรชัย และทีม ได้ศึกษาความต้องการใช้ประโยชน์จากสมุนไพรในอดีต ปัจจุบัน และอนาคตของประชาชน ในอำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา⁽¹⁴⁾ พบว่า ในอดีต ปัจจุบันและอนาคต ประชาชนในพื้นที่อำเภอ-สิงหนคร จังหวัดสงขลา มีความต้องการใช้สมุนไพรเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการบำบัดรักษาโรค ใช้เพื่อขับสารพิษ ใช้เป็นเครื่องสำอาง อาหารเสริมบำรุงร่างกาย และใช้ประโยชน์ด้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 100 ในขณะเดียวกัน ชัชชญา สมมติ และสามารถใจเตี้ย ได้ศึกษาการใช้ประโยชน์ของพืชสมุนไพรพื้นบ้านเพื่อการรักษาโรคของประชาชน ชุมชนสะลง-ขี้เหล็ก อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่⁽¹⁵⁾ พบว่า การใช้ประโยชน์พืชสมุนไพรพื้นบ้านเพื่อการรักษาโรคของประชาชนมีการใช้สมุนไพรเพื่อนำมารักษาโรค น้อยที่สุด โดยมีการใช้สมุนไพรเพื่อรักษาในแต่ละกลุ่มอาการ เป็นตัวเลือก เพื่อการบรรเทาอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ การบรรเทาอาการไข้ การรักษาโรคผิวหนัง การบำรุงกำลังร่างกาย และการขับพยาธิ ผลจากการศึกษาประชาชนมีการใช้สมุนไพรเพื่อการรักษาโรคในส่วนของบรรเทาอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ การบรรเทาอาการไข้ การรักษาโรคผิวหนัง การบำรุงกำลังร่างกาย และการขับพยาธิ น้อยถึงน้อยที่สุด แต่มีการรับรู้มาว่าสมุนไพรพื้นบ้านนำมาประยุกต์ใช้เพื่อการรักษาโรคได้ ซึ่งสะท้อนมุมมองว่าการใช้พืชสมุนไพรพื้นบ้านของประชาชนเป็นทางเลือกในการดูแลสุขภาพด้วยตนเอง สอดคล้องกับสุรางค์รัตน์ พันแสง และพวงผกา แก้วกรม ได้ศึกษาพืชสมุนไพรท้องถิ่นและการใช้ประโยชน์ในชุมชนไทหล่ม อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ มีการนำสมุนไพรที่เป็นพืชในท้องถิ่นมาใช้บำบัด บรรเทาอาการโรคได้ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านการใช้พืชสมุนไพร ประชาชนจะนิยมนำมาใช้บรรเทาอาการป่วย พื้นฐานที่ประสบในชีวิตประจำวัน โดยอาการหรือโรคดังกล่าวนี้ไม่มีความรุนแรงแต่อย่างใด⁽¹⁶⁾

สรุป

“สมุนไพรไทย” จุดเด่นคุณภาพต้นสู่เวทีโลกได้นั้น ต้องคำนึงถึงสถานการณ์สมุนไพรของไทยเป็นอย่างไร จากสถานการณ์สมุนไพรของไทยดังกล่าวข้างต้น ต้องมีการพัฒนาสมุนไพรไปสู่มาตรฐานสากล โดยมีปริมาณและคุณภาพมาตรฐานตามความต้องการของตลาดทั้งในประเทศ และต่างประเทศ การขับเคลื่อนการผลิตสมุนไพร แบ่งเป็น (1) ต้นน้ำ ผลิตสมุนไพรปลอดภัยตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี หรือเกษตรอินทรีย์ ใช้เทคโนโลยีในการผลิต มีการปลูกแปลงใหญ่ สนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจ สหกรณ์ การเกษตร (2) กลางน้ำ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ ใช้เทคโนโลยี

เพื่อเพิ่มมูลค่า มีนวัตกรรมต่อยอด มีการลงทุนวิจัย และ (3) ปลายน้ำ ส่งเสริมตลาดชุมชน ออนไลน์ ตลาดกลางสมุนไพร โดยการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างต่อเนื่องในระยะยาว สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และกรอบการพัฒนาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีของประเทศไทย เพื่อเศรษฐกิจชีวภาพ ซึ่งจะทำให้สามารถรองรับพลวัตของสังคม อันนำไปสู่ความสำเร็จในการพัฒนาสมุนไพรไทยให้ได้มาตรฐาน มีคุณภาพสูงตามความต้องการของตลาดโลก และสามารถเพิ่มมูลค่าของผลผลิตได้ ตลอดจนการดูแลรักษาสุขภาพ โดยวิถีธรรมชาติ

เอกสารอ้างอิง

1. ทศนันท์ ช่างคิด. “สมุนไพรไทย” จุดแข็งคุณภาพต้นสู่เวทีโลก [อินเทอร์เน็ต]. 2567 [สืบค้นเมื่อ 8 เม.ย. 2568]. แหล่งข้อมูล: <https://www.youtube.com/watch?v=veEuKmIGoqM>
2. กองนโยบายเพื่อการเกษตรและเกษตรกรรมยั่งยืน สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์. คู่มือโครงการส่งเสริมและพัฒนาสินค้าเกษตรชีวภาพ (สมุนไพร) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์; 2568.
3. ฐานเศรษฐกิจ. รัฐบาลลุยขอฟด์ฟาวเวอร์ สมุนไพร แพทย์แผนไทยป้อนท้องเกี่ยวเชิงสุขภาพ [อินเทอร์เน็ต]. 2568 [สืบค้นเมื่อ 8 เม.ย. 2568]. แหล่งข้อมูล: <https://www.thansettakij.com/health/wellbeing/616639>
4. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. “สมุนไพรไทย” เติบโตขึ้นกว่า 30% [อินเทอร์เน็ต]. 2561 [สืบค้นเมื่อ 8 เม.ย. 2568]. แหล่งข้อมูล: <https://www.thaihealth.or.th/สมุนไพร-เติบโตขึ้น/>
5. ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย. สมุนไพรไทย โอกาสธุรกิจ...ที่ต้องคว้าไว้ [อินเทอร์เน็ต]. 2563 [สืบค้นเมื่อ 8 เม.ย. 2568]. แหล่งข้อมูล: <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Herb-FB-25-11-20.aspx>
6. อัญมณี ศุภนการกุล, นายิกา กัมเลิศ, วอนชนก ไชยสุนทร. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของผู้บริโภคในภาคกลางของประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจ 2566;13(1):76-90.
7. กฤตกนก พานู, สายฝน ทดทะศรี, กิตติศักดิ์ ร่วมพัฒนา, วรพรภฏ บัดภัย. แนวทางการจัดการโลจิสติกส์การตลาดวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรในจังหวัดสุรินทร์. การประชุมวิชาการระดับชาติราชชมงคลสุรินทร์ ครั้งที่ 14 “วิจัยและนวัตกรรมเพื่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน”; 23-24 พ.ย. 2566; มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์. สุรินทร์: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์; 2566.
8. ผู้จัดการออนไลน์. ส่งตลาดสมุนไพรไทย 5 หมื่นล้าน เติบโตต่อเนื่อง รุกตลาดโลก แต่ถูกเมินในระบบประกันสุขภาพ [อินเทอร์เน็ต]. 2566 [สืบค้นเมื่อ 8 เม.ย. 2568]. แหล่งข้อมูล: <https://mgronline.com/daily/detail/9660000041338>
9. สำนักข่าวอินโฟเควสท์. รัฐบาลหนุนวิจัยและพัฒนาสมุนไพรไทยปูทางสู่การขยายมูลค่าตลาด 1 แสน ลบ. ภายในปี 70 [อินเทอร์เน็ต]. 2566 [สืบค้นเมื่อ 9 เม.ย. 2568]. แหล่งข้อมูล: <https://www.infoquest.co.th/2023/329638>
10. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. คู่มือการตลาดสมุนไพรในต่างประเทศ. นนทบุรี: กระทรวงพาณิชย์; 2560.
11. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. การผลิตสมุนไพร product champion. กรุงเทพมหานคร: สำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยี กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ; 2564.
12. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. สมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพร [อินเทอร์เน็ต]. 2565. [สืบค้นเมื่อ 9 เม.ย. 2568]. แหล่งข้อมูล: https://www.ditp.go.th/contents_attach/584685/584685.pdf
13. MGR Online. “ธรรมชาติบำบัด” เทรนด์ฮิตดูแลสุขภาพปี 2560 [อินเทอร์เน็ต]. 2560. [สืบค้นเมื่อ 9 เม.ย. 2568]. แหล่งข้อมูล: <https://mgronline.com/qol/detail/9590000130033>
14. เกตุกนก พงษ์นุรักษ์, เกษตรชัย และหิม. ความต้องการใช้ประโยชน์จากสมุนไพรในอดีต ปัจจุบัน และอนาคตของประชาชน ในอำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 2566;18(1):136-46.
15. ชัชชญา สมมณี, สามารถ ใจดี. การใช้ประโยชน์ของพืชสมุนไพรพื้นบ้านเพื่อการรักษาโรคของประชาชน ชุมชนสะลวง-ขี้เหล็ก อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่. วารสารการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก 2564;19(2):508-22.
16. สุรางค์รัตน์ พันแสง, พวงผกา แก้วกรม. พืชสมุนไพรท้องถิ่นและการใช้ประโยชน์ในชุมชนไทหล่ม อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์. แก่นเกษตร 2562;47(6):1119-26.

“Thai Herbs” Quality Highlights Push Them onto the World

Kanokwan Chosungnoen¹, Arthit Daophirom²

¹ Nongkhai Hospital, Nongkhai Province, Thailand

² Nongkhai Provincial Agriculture and Cooperatives Office, Nongkhai Province, Thailand

Abstract

“Thai herbs” Quality highlights push them onto The World. Consideration must be given to the quantity and quality standards according to the needs of both domestic and international markets. The promotion of herbal production is divided into (1) Upstream: producing herbs to good agricultural practices: GAP or organic, which requires technology in production, large-scale planting and support for enterprise groups and agriculture cooperatives; (2) Midstream: product processing uses technology to add value, has further innovations and invested in research; and (3) Downstream: promote community markets online herbal central market, by continuously and long-term upgrading the competitiveness of herbs and herbal products, in line with the 20-year national strategy Thailand’s science and technology development framework for a bioeconomy. Such promotion will support social dynamics leading to success in developing Thai herbs to meet high quality standards in line with global market demand and to increase the value of the products, including the use of local medicinal plants by the people in the treatment of diseases, use to remove toxins, use as cosmetics, food supplements and use as food. The information in this article can be used as directions for Thai herbal development, improving Thai herbs up to international standards; promoting the trend of natural health care; and creating success in the use of herbs for health promotion.

Keywords: Thai herbal development; Thai herbs to international standards; trend of natural health care; success in the use of herbs for health promotion