



“สมุนไพรร” ไทย

ก้าวใหม่ของ “คนตัวเล็ก” ในตลาดธุรกิจ

herb

ตามราชบัณฑิตยสถาน “สมุนไพร”

หมายถึง ผลิตภัณฑ์จาก พืช สัตว์ และ แร่ธาตุที่ใช้เป็นยา หรือผสมกับสารอื่นตามตำรับยา เพื่อบำบัดโรค บำรุงร่างกาย หรือใช้เป็นยาพิษ เช่น กระเทียม น้ำผึ้ง รากดิน (ไส้เดือน) เขากวางอ่อน กำมะถัน ยางน่อง ไล่ตื้น

สมุนไพร คืออะไร

ตาม พระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. ๒๕๖๒ “สมุนไพร” หมายความว่า ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากพืช สัตว์ จุลชีพ หรือแร่ ที่ใช้ ผสมปรุง หรือแปรรูป เป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ประเภทของสมุนไพร



สมุนไพรที่ได้จากส่วนของพืชโดยตรง (พืชวัตถุ)
ได้แก่ ใบ ดอก ผล เปลือก เมล็ด รากหรือหัว ต้น แก่น กระพี้ เนื้อไม้ และเปลือกไม้



สมุนไพรที่ได้จากอวัยวะของสัตว์ (สัตว์วัตถุ)
ได้แก่ ตับ ดี นอ เขา เอ็น เลือด น้ำมัน มูล ฯลฯ เช่น ขี้ผึ้ง รังนก น้ำมันตับปลา



สมุนไพรที่ได้จากแร่โดยธรรมชาติหรือสิ่งที่ประกอบขึ้นจากแร่ธาตุต่างๆ ตามกรรมวิธี (ธาตุวัตถุ) นำมาใช้เป็นยา เช่น เกลือ กำมะถัน น้ำประสานทอง ดินเกลือก สารส้ม



ข้อมูลจาก กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.)
<https://www.mhesi.go.th>

ผลิตภัณฑสมุนไพรตามพระราชบัญญัติ
ผลิตภัณฑสมุนไพร หมายถึง

ยาจากสมุนไพร และให้หมายความ
รวมถึงยาแผนไทย ยาพัฒนาจากสมุนไพร
ยาแผนโบราณที่ใช้กับมนุษย์ตามกฎหมายว่า
ด้วยยา หรือยาตามองค์ความรู้การแพทย์
ทางเลือกตามที่รัฐมนตรีโดยคำแนะนำของ
คณะกรรมการประกาศกำหนด เพื่อการ
บำบัด รักษา และบรรเทาความเจ็บป่วยของ
มนุษย์ หรือการป้องกันโรค

2.ผลิตภัณฑจากสมุนไพรหรือ
ผลิตภัณฑที่มีส่วนประกอบสำคัญที่เป็นหรือ
แปรรูปจากสมุนไพร ซึ่งพร้อมที่จะ
นำไปใช้กับมนุษย์เพื่อให้เกิดผลต่อสุขภาพ
หรือการทำงานของร่างกายให้ดีขึ้น
เสริมสร้างโครงสร้างหรือการทำงานของ
ร่างกาย หรือลดปัจจัยเสี่ยงของการเกิดโรค

3.วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้เป็น
ส่วนผสมในการผลิตผลิตภัณฑสมุนไพร

4.วัตถุอื่นตามที่รัฐมนตรีโดยคำแนะนำ
ของคณะกรรมการประกาศกำหนดให้เป็น
ผลิตภัณฑสมุนไพร

herb



สูดดม



ประคบ



เครื่องสำอาง



อาหาร / เครื่องดื่ม



ทา



ยา

ผลิตภัณฑสมุนไพร

สมุนไพรถูกนำมาใช้ประโยชน์ในหลาย
ด้านไม่ว่าจะเป็นมาประกอบอาหาร
เครื่องดื่ม หรือนำมาดองปรุงเพื่อใช้ในการ
การบำบัดรักษาอาการ ที่อยู่ในรูปแบบยา
เพื่อรับประทาน ทา หรือประคบเพื่อ
บรรเทาอาการหรือนำมาเป็นเครื่องสูด
ดม แก้วเวียน บรรเทาอาการต่าง ๆ
หรือแม้กระทั่งเป็นส่วนผสม
เครื่องสำอางเพื่อใช้บำรุงผิวพรรณ

// **ทั่วโลก ในแต่ละพื้นที่มีสมุนไพร ชนิดและสายพันธุ์ที่แตกต่างกันออกไป ด้วยลักษณะภูมิอากาศ ดิน ภูมิประเทศ ส่งผลต่อการเติบโต และลักษณะเด่นของ สมุนไพรแต่ละพื้นที่** //



จากข้อมูลของเว็บไซต์ของ
สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พบข้อมูลบทความที่น่าสนใจ เกี่ยวกับประวัติ
การใช้สมุนไพรในประเทศไทย โดยมีการรวบรวมได้ว่า

ตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์ชาติไทยได้อพยพถิ่น
ฐานมาจากบริเวณเทือกเขาอัลไตน์ประเทศจีน มาจนถึง
ประเทศไทยในปัจจุบัน จึงมีส่วนได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรม
ประเพณี ศาสนา ตลอดจนการบำบัดรักษาโรคจากประเทศ
อินเดียเป็นจำนวนมาก ซึ่งปรากฏหลักฐานชัดเจนว่าได้อาศัย
คัมภีร์อายุรเวทของอินเดียเป็นบรรทัดฐาน คือ การ
วินิจฉัยโรค ชื่อสมุนไพรที่ใช้รักษาโรคมีคำเชื้อของภาษาบาลี
สันสกฤตอยู่ไม่น้อย เช่น คำว่า มะลิ (ภาษาสันสกฤตว่า มัลล)
 เป็นต้น

มีผู้ประมาณว่าในแต่ละปีมีผู้ใช้สมุนไพรในประเทศไทยเป็น
มูลค่ากว่า 500 ล้านบาท (สมุนไพรเหล่านี้ได้มาจากทั้ง
ในประเทศ และนำเข้าจากนอกประเทศ โดยเฉพาะ จีน เกาหลี
และอินเดีย) ทั้งนี้เนื่องจากป่าไม้ถูกทำลาย ทำให้ต้องมีการ
รณรงค์ให้มีการปลูกเป็นสวนสมุนไพรขึ้น ในปีพุทธศักราช
1800 ซึ่งตรงกับรัชสมัยของพ่อขุนรามคำแหงมหาราช
ซึ่งนับเป็นยุคทองของสมุนไพรไทย สวนป่าสมุนไพรของ
พระองค์ใหญ่โตมากอยู่บนยอดเขาศรีมาศ อ.ศรีมหา จ.สุโขทัย
มีเนื้อที่หลายร้อยไร่ ซึ่งปัจจุบันยังคงได้รับการอนุรักษ์ไว้ เป็น
ป่าสงวนเพื่อเป็นแหล่งศึกษาค้นคว้าของผู้ที่สนใจ

ต่อมาในรัชกาลของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว
ภูมิพลอดุลยเดช ทรงเห็นว่าสมุนไพรเป็นทั้งยาและอาหาร
ประจำครอบครัว ชาติจะเจริญมั่นคงได้ก็ด้วยครอบครัวเล็กๆ
ที่มีความมั่นคงแข็งแรง มีสุขภาพพลานามัยสมบูรณ์ทั้งทาง
กายและจิตใจ จึงทรงมีพระกรุณาธิคุณโปรดเกล้าฯ ให้ดำเนิน
โครงการตามพระราชดำริ สวนสมุนไพรขึ้นในประเทศในปี
พุทธศักราช 2522 โดยทรงมีพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้มีการ
รวบรวมศึกษาค้นคว้า ในเรื่องเกี่ยวกับสมุนไพรทุกด้าน เช่น
ด้านวิชาการทางชีววิทยา ทางการแพทย์ การบำบัด การ
อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะพืชที่เป็นประโยชน์ก่อให้เกิด
โครงการพระราชดำริ สวนป่าสมุนไพรขึ้นมากมาย หลายแห่ง
 อีกทั้งยังมีการศึกษาวิจัยอย่างกว้างขวางโดยสถาบันวิจัย
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อหาสาระสำคัญของสมุนไพรที่
มีพหุทางเภสัชศาสตร์เป็นยาแทนยาสังเคราะห์ที่ใช้กันในปัจจุบัน

“สมุนไพร” อยู่คู่กับคนไทย มา
อย่างยาวนาน ใช้เป็น
ส่วนประกอบของอาหาร ยา
บำบัดบรรเทาโรคภัย
ส่วนประกอบในเครื่องสำอาง
เครื่องหอม บางส่วนเกิดขึ้น
เองตามธรรมชาติ บางส่วน
เกิดจากการเพาะเลี้ยงหรือ
เพาะปลูก

**“สมุนไพร”
ถูกแปรรูปเป็น
ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ
สูตรและเคล็ดลับ
โดยตำหรับยา
ถูกถ่ายทอดกัน
จากรุ่น - สู่รุ่น
ภายในครอบครัว**



// รูปแบบของผลิตภัณฑ์

สมุนไพร

มีการนำมาใช้ในรูปแบบที่หลากหลาย
ตามสรรพคุณ ของสมุนไพรชนิดนั้น ๆ //



สมุนไพรในรูปแบบยา

ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของ ยาต้ม ยาชง น้ำคั้นสมุนไพร และยา
ดอง ยาปั้นลูกกลอน ยาพอก ตัวอย่างเช่น ขมิ้นชัน ฟักลาย
โจร แบบแคปซูล ยาแก้ไอชนิดน้ำ ยาอมสมุนไพร



สมุนไพรในรูปแบบอาหาร

การนำสมุนไพรมาใช้ในอาหาร เป็นเครื่องเทศ หรือตัวชูรส
ชูกลิ่นอาหาร ซึ่งสามารถนำมาทำได้ทั้งของคาว เครื่องเคียง
ของหวานและเครื่องดื่ม เช่น โหระพา ตะไคร้ ยี่หระ ขมิ้น
ใบกระวาน หอมแดง หรือมะตูม ดอกคำฝอย กระเจี๊ยบ
ที่สามารถนำมาทำเครื่องดื่มสมุนไพร หรือแม้กระทั่งการสกัด
เพื่อนำมาใช้ทดแทนรสชาติ เช่น หย้าหวาน เพื่อให้ความ
หวาน



สมุนไพรในรูปแบบใช้สูดดมหรือทา

เป็นสมุนไพรที่มีการปรุงแต่งกลิ่นเพื่อให้ได้ กลิ่นที่ช่วยในการ
บรรเทาหรือบำบัด เช่น ยาดม ยาหม่อง น้ำมันนวด น้ำมันหอม
ระเหย



สมุนไพรในรูปแบบเครื่องสำอาง

มักนิยมสกัดสารสำคัญมาใช้ในผลิตภัณฑ์ เพื่อหวังผลจาก
สรรพคุณต่าง ๆ เช่น ยาสระผมมะกรูด โลชั่นบำรุงผิวจาก
น้ำมันมะพร้าว สบู่มะขามเปียก เป็นต้น

“ยาดม” อยู่คู่กับคนไทยมานานแสนนาน พกพาง่าย สุด
ดม ช่วยบรรเทาอาการวิงเวียน ถือเป็นไอเทมพกติดตัว
ของใครหลาย ๆ คน

ยาดมถือเป็นของฝากและไอเทม ที่ชาวต่างชาติที่มา
ท่องเที่ยวจะต้องซื้อกลับไปทุกครั้ง โดยมีหลายแบรนด์
เป็นที่รู้จัก อย่าง “ยาดม ตราปิยะเชียน” ใช้ดมใช้ทาใน
หลอดเดียวกัน เคยสร้างปรากฏการณ์ฮิตตลาดแตก
ไม่ว่านักท่องเที่ยวชาวจีน เกาหลี ญี่ปุ่น แห่กันซื้อเป็น
ของฝาก และยังเป็นไอเทมของดาราดังหลายคน และ
“ยาดม หงส์ไทย” เจ้าขวดเขียวในตำนาน สร้าง
ประวัติศาสตร์ให้กับวงการยาดมไทยอีกครั้ง ด้วยขวด
เขียวที่เป็นเอกลักษณ์ ที่ดาราดังต่างใช้ เช่น “ลิซ่า
ลลิษา มโนบาล” “คริส เฮมส์เวิร์ธ” หรือ ธอร์ เทพเจ้า
สายฟ้า เทพเจ้าสาย ของเรา “เซนทรัส ซี” แร็ปเปอร์ชื่อ
ดังชาวอังกฤษ ล้วนแต่ติดใจ “ยาดมไทย” ทั้งนั้น

ไอเทม “สมุนไพร” สุดฮิต

“ยาดม ยามมอง”
เป็นสินค้ายอดฮิต
ตลอดกาล



จากผลการสำรวจของ AC Nielsen
ตลาดยาดมไทย มีมูลค่าไม่ต่ำกว่า
3,300 ล้านบาทต่อปี และประชากร 70 ล้านคน
ใช้ยาดม อย่างน้อย 10%
และใน 1 เดือนใช้อย่างน้อย 2 หลอด

ข้อมูลจาก กรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการใช้ยาดมของผู้บริโภคไทย
แบ่งเป็น 2
กลุ่มหลัก

กลุ่ม Heavy users
หรือคนติดยาดม โดยเฉลี่ย
คนหนึ่งใช้ 1 – 2 หลอด
ต่อเดือน

กลุ่ม Light users
เป็นกลุ่มที่ใช้ในบาง
โอกาสเท่านั้น

ข้อมูลจาก เว็บไซต์ marketingoops

กลุ่มผู้เล่นใน “ตลาดสมุนไพร”

Upstream



กลุ่มเพาะปลูก

เป็นกลุ่มที่อยู่ต้นห่วงโซ่ของตลาดสมุนไพร โดยเป็นกลุ่มผู้เพาะปลูกพืชพันธุ์สมุนไพร กลุ่มเกษตรกรเพาะปลูก ขยายพันธุ์ เพื่อส่งไปยังกลุ่มผู้ผลิตและแปรรูป

Midstream



กลุ่มผลิต / แปรรูป

เป็นกลุ่มที่นำวัตถุดิบที่ได้จากการเพาะปลูก นำมาแปรรูป ประัแต่ง และผสมผสาน การบรรจุภัณฑ์สินค้า เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์และตัวสินค้า เพื่อเข้าสู่กระบวนการจัดหน่าย

Downstream



กลุ่มขายปลีก/ขายส่ง

เป็นกลุ่มที่ส่งตรงสินค้าสู่ผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นรูปการขายผ่านหน้าร้าน หรือ การขายผ่านช่องทางออนไลน์



จะเป็นอย่างไร ?

หากเปลี่ยนจากการใช้สมุนไพร
ภายในครอบครัว สู่ “โอกาสทางธุรกิจ”

องค์ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพร แต่ละครอบครัว แต่ละชุมชน ถือเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมา โดยสมุนไพรไทยในแต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่างกันไปตามภูมิประเทศ ทำให้มีความหลากหลายในสายพันธุ์ของสมุนไพร โดยสมุนไพรที่ใช้ภายในครอบครัว ส่วนมากใช้ในการบำบัดอาการเจ็บป่วย โดยมาในรูปแบบชนิดเพื่อรับประทาน และใช้ภายนอก เพื่อประคบ หรือใช้สำหรับสูตรดม ซึ่งบางครอบครัวมีการจำหน่ายหรือค้าขายในรูปแบบธุรกิจครอบครัว การรวมตัวกันในรูปแบบสินค้าชุมชน

ธุรกิจสมุนไพร เป็นโอกาสของ “คนตัวเล็ก”
ในการก้าวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของ
ตลาดอุตสาหกรรม “สมุนไพร” ที่มีมูลค่าสูง โดย

Future Market Insights (FMI)
ได้จัดทำรายงานวิจัยด้านการตลาดของ
มูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์
“สมุนไพร”
ในปี 2023 มูลค่าอยู่ที่

199.07

พันล้านเหรียญสหรัฐฯ

และคาดการณ์ว่าใน
ปี 2033 มูลค่าจะอยู่ที่

417.99

พันล้านเหรียญสหรัฐฯ

จากข้อมูลสินค้าส่งออกสำคัญของไทย
ตามโครงสร้างสินค้าส่งออก

“ประเทศไทย”

ส่งออก “เครื่องเทศและสมุนไพร”
ในปี 2566 มูลค่ากว่า

6,985.12

ล้านบาท

โดยมีตลาดส่งออก สูงสุด 5 อันดับแรกได้แก่
1.ปากีสถาน 1,340.34 ลบ.
/2.บังกลาเทศ 649.48 ลบ. /3.ญี่ปุ่น 607.48 ลบ
/4.เมียนมา 366.58 ลบ. /5.จีน 374.58 ลบ

ที่มา ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

กรมการแพทย์แผนไทยฯ ประกาศ
สมุนไพร Herbal Champions 15 รายการ
“เพื่อสนับสนุนการพัฒนาสมุนไพร และ
วางเป้าหมายออกสู่ตลาดโลก สร้าง
มูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศไทย”
โดย แบ่งเป็น 2 กลุ่ม

- กลุ่มที่ 1 สมุนไพรที่มีความพร้อมเพื่อ
การพัฒนาต่อยอด 3 รายการ ได้แก่
ขมิ้นชัน พืทะลายโจร และกระชายดำ
- กลุ่มที่ 2 สมุนไพรที่มีศักยภาพและ
ต้องการความต่อเนื่องในการพัฒนา
12 รายการ ได้แก่ บัวบก มะขามป้อม
โพล ขิง กระชาย ว่านหางจระเข้
กวาวเครือขาว มะระขี้นก เพชรสังฆาต
กระท่อม กัญชง และกัญชา

โอกาสของธุรกิจ “สมุนไพร”

สมุนไพร ถือเป็นทางเลือกหนึ่งของ
ผู้รักษาสุขภาพ จากสภาวะโรคระบาดในช่วงที่
ผ่านมา โดยเฉพาะ COVID-19 ที่ทำให้ผู้คน
เริ่มหันมาใส่ใจในสุขภาพ

“สมุนไพร”
จึงเป็นหนึ่งในตัวเลือกสำคัญ
ของผู้ใส่ใจสุขภาพ

ในอดีต สมุนไพร เคยเป็นหนึ่งในตัวเลือกในการใช้
ดูแลสุขภาพของผู้คนบางกลุ่ม จนหลาย ๆ ปีที่ผ่านมา
ทั่วโลกประสบปัญหาตั้งแต่เกิดการระบาดครั้งใหญ่ของ
โควิด 19 หรือแม้กระทั่งสภาพอากาศที่แปรปรวน เป็นพิษ
การรับประทานอาหารที่ผ่านการสังเคราะห์ทางเคมี ส่งผลกระทบ
ต่อสุขภาพกาย และสุขภาพจิต

การระบาดของโควิด 19 ที่ทั่วโลกต้องเผชิญการ
หวาดกลัว ความเชื่อของผู้บางส่วนในการใช้วัคซีนและ

ยาสังเคราะห์จะส่งผลต่อร่างกายในอนาคต ผู้คนจึงเริ่ม
มองหาตัวเลือกในการดูแลสุขภาพ บำบัด บรรเทา อาการและ
การรักษาสุขภาพระยะยาว “สมุนไพร” จึงเป็นสิ่งที่ตอบ
โจทย์ในการดูแลสุขภาพของใครหลาย ๆ คน ด้วยตัว
สมุนไพรเป็นวัตถุดิบได้จากธรรมชาติ พืชพันธุ์ อยุ่วะ
สัตว์ และแร่ธาตุ ทำให้คนกลุ่มหนึ่งเชื่อมั่นในการนำมาใช้
โดยจากข้อมูลการรวบรวมของ “ฐานเศรษฐกิจ” พบว่า
ก่อนโควิดตลาดเครื่องสำอาง อาหารเสริม และ
ยาสมุนไพร เติบโตอยู่ที่ 6-8% แต่ช่วงหลังโควิด
เติบโตถึง 12-14% ในขณะที่ยอดขายเติบโต 3-5 เท่า
และหลังโควิดเติบโต 2 เท่า ชี้ให้เห็นว่าโควิดเป็นส่วน
หนึ่งในการกระตุ้นความต้องการโดยรวมของตลาด

ผลจากการหวาดระแวงโรคระบาด ยังส่งผลถึง
เทรนด์การรักษาสุขภาพที่ขยายวงกว้างไปทั่วโลก
ผลิตภัณฑ์ปลอดภัย ไร้สารเคมี และมีธรรมชาติและ
สิ่งแวดล้อม ก็เป็นสิ่งที่ต้องการของตลาดทั่วโลกเป็น
อย่างมาก นอกจากคำว่าสมุนไพรแล้ว หากสินค้าชนิด
นั้นถูกผลิตขึ้นด้วยขั้นตอนที่ปลอดสารพิษ หรือ “ออร์
แกนิก” ยิ่งทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นได้รับการยอมรับและ
สามารถสร้างมูลค่าของสินค้าสูงกว่าผลิตภัณฑ์ที่ผลิต
ด้วยขั้นตอนปกติอีกด้วย

“สมุนไพร” จึงมีการขยายกลุ่มผู้บริโภคเพิ่มมาก
ขึ้นตามพฤติกรรมของผู้คน และส่งต่อไปยังคนใน
ครอบครัว หรือเพื่อนฝูง ซึ่ง “สมุนไพร” ถือเป็นสินค้าที่
ผู้สนใจสุขภาพเริ่มมองหา และยังเป็นหนึ่งในของฝาก
ยอดนิยมในปัจจุบัน ธุรกิจสมุนไพร จึงเป็น “เทรนด์และ
โอกาส” ที่ควรคว้าไว้

รัฐให้การส่งเสริมและสนับสนุน

อุตสาหกรรมสมุนไพรเพื่อผลักดันสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ

ที่ผ่านมาภาครัฐได้จัดตั้งคณะกรรมการนโยบายสมุนไพรแห่งชาติ ซึ่งเป็นความร่วมมือจาก 5 กระทรวง ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ และ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม เพื่อตั้งเป้าหมายให้ไทยเป็นผู้นำในภูมิภาคด้านสมุนไพรเพื่อสุขภาพ มีการกำหนด “Herb of the year” รวมถึงจัดประกวดรางวัลผลิตภัณฑ์สมุนไพรคุณภาพ (Premium Herbal Product) ของกรมการแพทย์แผนไทย และการแพทย์ทางเลือก เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ตลอดจนขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองสมุนไพร 15 จังหวัด ต้นแบบ เมืองสมุนไพร ทั้งการเป็นแหล่งปลูกสมุนไพร ให้แก่โรงงานอุตสาหกรรมที่มีความต้องการ รวมไปถึงเพิ่มมูลค่าด้วยการจัดบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิปัญญาไทยและสมุนไพร ภายใต้ 3 ยุทธศาสตร์สำคัญ ได้แก่ 1) ด้านเกษตรและวัตถุดิบสมุนไพร 2) ด้านอุตสาหกรรมสมุนไพร และ 3) ด้านท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงามและการแพทย์แผนไทย

ด้านการเพาะปลูก

“กระทรวงเกษตรและสหกรณ์” ได้ดำเนินการส่งเสริมการปลูกพืชสมุนไพร โดย

- ยกระดับการจัดการวัตถุดิบ โดยการพัฒนาเกษตรกร ขบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน GAP เกษตรอินทรีย์ มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการปลูกพืชสมุนไพร ได้ผลผลิตมีสารสำคัญตรงตามมาตรฐาน รวมทั้ง มีการลดต้นทุนการผลิต การวิเคราะห์พื้นที่ปลูก ดินและน้ำ ในการผลิตพืชสมุนไพรปลอดภัย ฯลฯ
- กำหนดรายการวัตถุดิบสมุนไพรที่มีความต้องการในตลาดสูง พร้อมระบุคุณภาพวัตถุดิบสมุนไพรที่ต้องการ เพื่อนำสู่กระบวนการพัฒนา ดังต่อไปนี้ ชนิด / พืชสมุนไพรที่เพาะปลูกเมล็ด และส่วนที่ใช้ขยายพันธุ์อื่น ๆ การปลูก แหล่งปลูก พื้นที่เหมาะสมในการปลูกพืชสมุนไพร เก็บเกี่ยว ได้แก่ ช่วงเวลาเก็บเกี่ยวที่เหมาะสมที่สุด

“กรมวิชาการเกษตร”

- ดำเนินการพัฒนาห้องปฏิบัติการที่ได้มาตรฐาน (ISO 17025) เพื่อรองรับการให้บริการการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบสมุนไพร



รัฐให้การส่งเสริมและสนับสนุน

อุตสาหกรรมสมุนไพรเพื่อผลักดันสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ

ด้านการผลิตและแปรรูป

“กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก” กระทรวงสาธารณสุข

- ให้คำปรึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- งานบริการตรวจวิเคราะห์ควบคุมคุณภาพ

ด้านการขายปลีก/ขายส่ง

“กรมพัฒนาธุรกิจการค้า”

มีหนึ่งในภารกิจสำคัญ ในการพัฒนาผู้ประกอบการให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ได้ตระหนักความสำคัญ ในการพัฒนาผู้ประกอบการ “สมุนไพร” โดยเน้นไปที่การสร้างองค์ความรู้ สร้างเครือข่าย และการตลาดของธุรกิจ “สมุนไพร” ภายใต้ กิจกรรม การอบรม เพื่อสนับสนุนและจับคู่ค้าระหว่างธุรกิจ รวมทั้งการทำตลาด เทคนิคต่าง ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับผู้ประกอบการ โดยมีการจัดอบรม สัมมนาเสริมศักยภาพด้านการตลาด ด้วยหลักสูตรมากมาย รวมทั้งการจัดกิจกรรม ออกบูธภายใต้โครงการ ในการจัดคู่ให้กับธุรกิจในการหา วัตถุประสงค์ ตั้งแต่ต้นน้ำและจนถึงปลายน้ำธุรกิจ อาทิ “โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์และการตลาดผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร” ที่ได้จัดกิจกรรมเชื่อมโยงและสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการค้าและการตลาดผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สมุนไพร ที่จังหวัดน่าน ที่ผ่านมา

**“พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ
เพิ่มการตลาด
หาตลาดในประเทศ จับมือคู่ค้า
องค์ความรู้ สร้างเครือข่าย
และผลิตภัณฑ์ต้นแบบ”**

“กระทรวงเกษตรและสหกรณ์”

- ส่งเสริมกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ วิสาหกิจชุมชน ได้รับการส่งเสริมการแปรรูปหลังการเก็บเกี่ยว ณ สถานที่ปลูก และการผลิตผลิตภัณฑ์ และสารสกัดอย่างง่ายในระดับชุมชน
- การส่งเสริมการแปรรูปวัตถุดิบ 4 การแปรรูปหลังการเก็บเกี่ยว การบรรจุหีบห่อ การเก็บรักษาและการขนส่ง



กิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ “ธุรกิจสมุนไพร”

นิยามตามการจัดประเภทธุรกิจของนิติบุคคล (TSIC)

อ้างอิงตามการจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรม (ประเทศไทย) ปี 2552
ของกรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน

กลุ่มเพาะปลูก

01279 : การปลูกพืชอื่นๆ ที่นำไปทำเครื่องดื่ม ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น
การปลูกโกโก้ การปลูกพืชที่ใช้ทำเครื่องดื่มสมุนไพร (เช่น เห็กอวอย กระเจียวแดง หม่อน) และพืชอื่นๆ ที่นำไปทำเครื่องดื่ม ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น

แต่ไม่รวมถึง การปลูกต้นหม่อนเพื่อเลี้ยงไหม ดูกิจกรรม 01492

กลุ่มผลิต/แปรรูป

11043 : การผลิตเครื่องดื่มกาแฟ ชาและชาสมุนไพรพร้อมดื่ม

การผลิตเครื่องดื่มที่มีกาแฟ ชาและชาสมุนไพรเป็นส่วนประกอบหลัก ไม่ว่าจะบรรจุในกระป๋อง ขวดหรือภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทอื่นๆ เช่น กาแฟกระป๋องพร้อมดื่ม เครื่องดื่มชาเขียวเย็นหรือร้อนบรรจุขวด เครื่องดื่มชาสมุนไพรบรรจุขวด

แต่ไม่รวมถึง การผลิตผลิตภัณฑ์จากกาแฟ ชาและสมุนไพรสำหรับเป็นเครื่องดื่มชนิดทั้งสำเร็จรูปหรือที่ยังไม่พร้อมบริโภค ดูหมายเลข 1076 การผลิตเครื่องดื่มที่มีนมเป็นส่วนประกอบหลัก ดูกิจกรรม 10501

10769 : การผลิตสมุนไพรผงสำหรับชงเป็นเครื่องดื่ม

การผลิตสมุนไพรผง สารสกัดและสิ่งปรุงแต่งจากชาสมุนไพร ไม่ว่าจะเป็นน้ำตาลหรือสารทำให้หวานอื่นๆหรือไม่ก็ตาม

แต่ไม่รวมถึง การผลิตชาและชาแบบเต๋ ดูกิจกรรม 10762

กลุ่มขายปลีก /ส่ง

47721 : ร้านขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์

การขายปลีกยารักษาโรค ผลิตภัณฑ์ยาอื่นๆ รวมถึงการขายปลีกสมุนไพรและเครื่องเทศที่ใช้ทำยาไทยแผนโบราณ และอุปกรณ์ทางการแพทย์ และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

46441 : การขายส่งสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และทางการแพทย์

การขายส่งสินค้าทางเภสัชภัณฑ์ทั้งชนิดเคมีภัณฑ์ ยา และสมุนไพร เครื่องเทศที่ใช้ทำยาไทยแผนโบราณ และทางการแพทย์ เช่น ของที่ใช้แต่งแผลที่มีสารยึดติด ชุดปฐมพยาบาล ผลิตภัณฑ์เคมีที่ใช้ภายนอกสำหรับคนทำนวด ฯลฯ การขายส่งอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ทางการแพทย์

01289 : การปลูกพืชอื่นๆ ประเภทเครื่องเทศเครื่องหอมยารักษาโรคและพืชทางเภสัชภัณฑ์ ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น
การปลูกพืชล้มลุกและพืชยืนต้นที่ใช้เป็นเครื่องเทศ เครื่องหอมและยารักษาโรค การปลูกลูกจันทน์เทศ ดอกจันทน์เทศและกระวาน การปลูกผักชี ยี่หระ โป๊ยกั๊ก เกียนข้าวเปลือก อบเชย กานพลู การปลูกวานิลลา บัสตาร์ด หนัาฝรั่ง ฮอฟ มินท์ การปลูกขิง ข่า ตะไคร้ ขมิ้น การปลูกมะขามแขก ฟ้าทะลายโจร เหงือกปลาหมอ และการปลูกพืชที่ใช้เป็นเครื่องเทศ เครื่องหอมและยารักษาโรค การปลูกพืชเสกติด (ยกเว้น ยาสูบ) เช่น กัญชา ฝิ่น กระถ่อม การปลูกพืชที่ใช้ในการผลิตน้ำหอม ใช้ในทางเภสัชภัณฑ์หรือใช้ในการป้องกันแมลงและกำจัดเชื้อราหรือวัตถุประสงค์ที่คล้ายกัน และสมุนไพร

21002 : การผลิตผลิตภัณฑ์จากพืชและสัตว์ที่ใช้รักษาโรค

การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพืชและสัตว์ (การบด การคัด การไม่) สำหรับใช้ทางเภสัชภัณฑ์ เช่น ยาสมุนไพร ยาที่ทำจากสัตว์ การผลิตผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากพืชสมุนไพร เช่น เห็ดหลินจืออัดเม็ด ใบแป๊ะก๊วยอัดเม็ด ขมิ้นชันอัดเม็ด สาหร่ายเกลียวทอง การผลิตผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากสัตว์และผลพลอยได้ที่ได้จากสัตว์ เช่น นมผงอัดเม็ด

47222 : ร้านขายปลีกเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์

ร้านขายปลีกน้ำแร่ธรรมชาติและน้ำดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท ร้านขายปลีกน้ำอัดลม รวมถึงโซดา ร้านขายปลีกเครื่องดื่มประเภทกาแฟ ชาและชาสมุนไพรพร้อมดื่ม ร้านขายปลีกน้ำผักและผลไม้และน้ำธัญพืช ร้านขายปลีกเครื่องดื่มให้พลังงานหรือเครื่องดื่มเกลือแร่และเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์อื่นๆ

46322 : การขายส่งเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์

การขายส่งน้ำแร่ธรรมชาติ และน้ำดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท การขายส่งน้ำอัดลม รวมถึงโซดา การขายส่งเครื่องดื่มประเภทกาแฟ ชาและชาสมุนไพรพร้อมดื่ม การขายส่งน้ำผักและผลไม้และน้ำธัญพืช การขายส่งเครื่องดื่มให้พลังงานหรือเครื่องดื่มเกลือแร่และเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์อื่นๆ

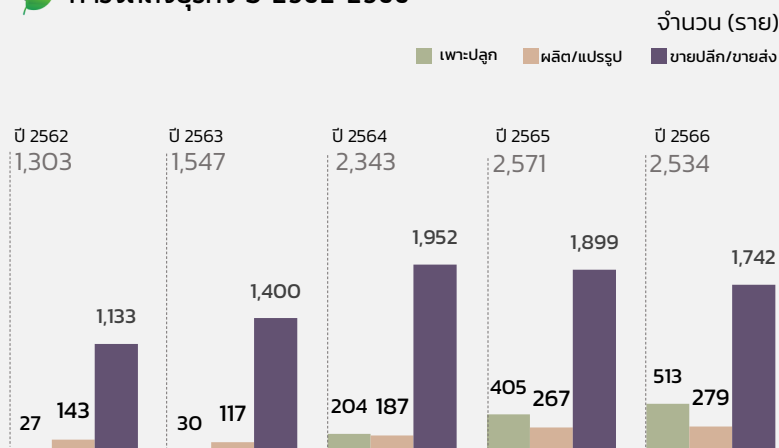
ข้อมูลการจดทะเบียนธุรกิจ

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ข้อมูลจัดตั้งธุรกิจย้อนหลัง



การจัดตั้งธุรกิจ ปี 2562-2566



• การเลิกประกอบกิจการ (2562 -2566)

การเลิกประกอบกิจการสะสม ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (2562 -2566) มีจำนวนเฉลี่ยอยู่ที่ 525 ราย มูลค่าทุน 1,065.84 ล้านบาท โดยในปี 2566 มีการจดทะเบียนเลิกประกอบกิจการ 703 ราย (กลุ่มเพาะปลูก 48 ราย กลุ่มผลิต/แปรรูป 82 ราย ขายปลีก/ขายส่ง 573 ราย) เพิ่มขึ้นจากปี 2565 จำนวน 171 ราย คิดเป็น 32.14% มูลค่าทุนจดทะเบียนเลิกประกอบกิจการ 1,264.35 ล้านบาท (กลุ่มเพาะปลูก 90.26 ล้านบาท กลุ่มผลิต/แปรรูป 145.21 ล้านบาท กลุ่มขายปลีก/ขายส่ง 1,028.88 ล้านบาท) ลดลงจากปี 2565 จำนวน 17.50 ล้านบาท คิดเป็น 1.37%

การจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจใหม่ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีการเติบโตผันผวนเล็กน้อย แต่มีแนวโน้มในทิศทางบวก โดยในปี 2566 มีการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจใหม่ จำนวน 2,534 ราย (กลุ่มเพาะปลูก 513 ราย ผลิต/แปรรูป 273 ราย และกลุ่มขายปลีก/ขายส่ง 1,742 ราย) ลดลงจากปี 2565 จำนวน 37 ราย คิดเป็น 1.44%

ข้อมูลจัดตั้งธุรกิจปี 2567 : 7 เดือน (ม.ค.-ก.ค.)

จัดตั้งใหม่จำนวน

1,452
ราย

มูลค่าทุน

3,128.98
ล้านบาท



ขนาดธุรกิจ

	S	M	L
เพาะปลูก	257	-	-
ผลิต/แปรรูป	139	-	-
ขายปลีก/ขายส่ง	1,053	2	1

การจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจใหม่ ในปี 2567 (ม.ค.-ก.ค.) มีจำนวน 1,452 ราย (กลุ่มเพาะปลูก 257 ราย กลุ่มผลิต/แปรรูป 139 ราย และกลุ่มขายปลีก/ขายส่ง 1,056 ราย) ลดลงจากปี 2566 (ม.ค.-ก.ค.) จำนวน 223 ราย คิดเป็น 13.31% และมีมูลค่าทุนจดทะเบียน 3,128.98 ล้านบาท (กลุ่มเพาะปลูก 534.15 ล้านบาท กลุ่มผลิต/แปรรูป 403.25 ล้านบาท และกลุ่มขายปลีก/ขายส่ง 2,191.58 ล้านบาท)

	จำนวน (ราย)	ทุน (ล้านบาท)
เพาะปลูก	257	534.15
ผลิต/แปรรูป	139	403.25
ขายปลีก/ขายส่ง	1,056	2,191.58

โดยธุรกิจสมุนไพรในกลุ่มเพาะปลูกและกลุ่มผลิต/แปรรูป เป็นธุรกิจขนาดเล็ก (S) 100% ส่วนกลุ่มขายปลีก/ขายส่ง เป็นขนาดเล็ก 1,053 ราย ขนาดกลาง 2 ราย และขนาดใหญ่ 1 ราย ซึ่งหากแบ่งตามประเภท นิติบุคคล พบว่ามีการจดทะเบียนจัดตั้งนิติบุคคลประเภท บริษัทจำกัด 1,321 ราย (กลุ่มเพาะปลูก 249 ราย กลุ่มผลิต/แปรรูป 130 ราย กลุ่มขายปลีก/ขายส่ง 942 ราย) ประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด/ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล จำนวน 130 ราย (กลุ่มเพาะปลูก 8 ราย กลุ่มผลิต/แปรรูป 8 ราย กลุ่มขายปลีก/ขายส่ง 114 ราย) และบริษัทมหาชนจำกัด 1 ราย ซึ่งอยู่ในกลุ่มผลิต/แปรรูป

ข้อมูลนิติบุคคลดำเนินการอยู่

ณ 31 กรกฎาคม 2567

จำนวน

18,342

ราย

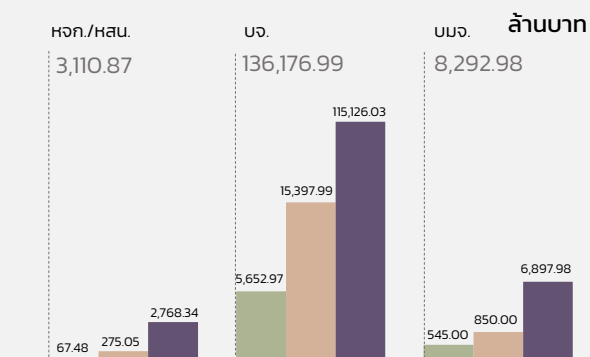
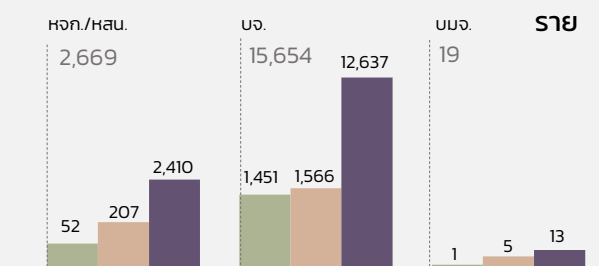
มูลค่าทุน

147,580.84

ล้านบาท

	จำนวน (ราย)	ทุน (ล้านบาท)
เพาะปลูก	1,504	6,265.44
ผลิต/แปรรูป	1,778	16,523.04
ขายปลีก/ขายส่ง	15,060	124,792.36

แยกตามประเภทนิติบุคคล



เมื่อแยกตามประเภทนิติบุคคล พบว่า กว่า 85.34% เป็น **ประเภทบริษัทจำกัด** จำนวน 15,654 ราย (กลุ่มเพาะปลูก 1,451 ราย ผลิต/แปรรูป 1,566 ราย กลุ่มขายปลีก/ขายส่ง 12,637 ราย) มูลค่าทุนจดทะเบียน 136,176.98 ล้านบาท (กลุ่มเพาะปลูก 5,652.97 ล้านบาท ผลิต/แปรรูป 15,397.99 ล้านบาท กลุ่มขายปลีก/ขายส่ง 115,126.03 ล้านบาท) **ประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด/ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล** จำนวน 2,669 ราย (กลุ่มเพาะปลูก 52 ราย ผลิต/แปรรูป 207 ราย กลุ่มขายปลีก/ขายส่ง 2,410 ราย) มูลค่าทุนจดทะเบียน 3,110.87 ล้านบาท (กลุ่มเพาะปลูก 67.48 ล้านบาท ผลิต/แปรรูป 275.05 ล้านบาท กลุ่มขายปลีก/ขายส่ง 2,768.34 ล้านบาท) และ **บริษัทจำกัดมหาชน** จำนวน 19 ราย (กลุ่มเพาะปลูก 1 ราย ผลิต/แปรรูป 5 ราย กลุ่มขายปลีก/ขายส่ง 13 ราย) มูลค่าทุนจดทะเบียน 8,292.98 ล้านบาท (กลุ่มเพาะปลูก 545.00 ล้านบาท กลุ่มผลิต/แปรรูป 850.00 ล้านบาท กลุ่มขายปลีก/ขายส่ง 6,897.98 ล้านบาท)

ข้อมูล ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2567 มีนิติบุคคลที่ดำเนินการอยู่ จำนวน 18,342 ราย (กลุ่มเพาะปลูก 1,504 ราย ผลิต/แปรรูป 1,778 ราย และกลุ่มขายปลีก/ขายส่ง 15,060 ราย) มูลค่าทุนจดทะเบียน 147,580.84 ล้านบาท (กลุ่มเพาะปลูก 6,265.44 ล้านบาท กลุ่มผลิต/แปรรูป 16,523.04 ล้านบาท และกลุ่มขายปลีก/ขายส่ง 124,792.36 ล้านบาท)



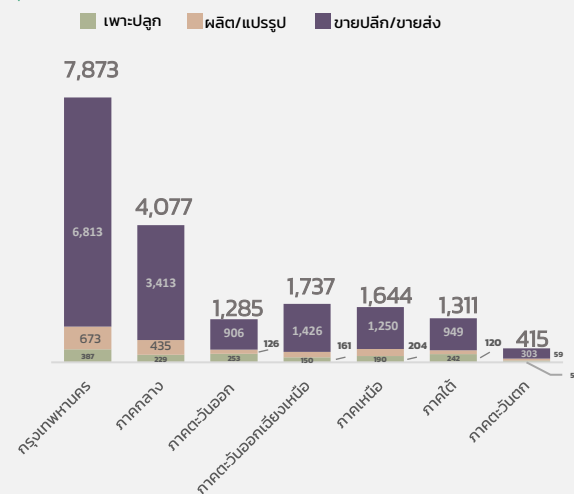
แยกตามขนาดธุรกิจ

	S	M	L
เพาะปลูก	1,503	1	0
ผลิต/แปรรูป	1,728	37	13
ขายปลีก/ขายส่ง	13,993	768	299

เมื่อแยกตามขนาดธุรกิจ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก (S) จำนวน 17,224 ราย (กลุ่มเพาะปลูก 1,503 ราย ผลิต/แปรรูป 1,728 ราย กลุ่มขายปลีก/ขายส่ง 13,993 ราย) รองลงมาเป็นธุรกิจขนาดกลาง (M) จำนวน 806 ราย (กลุ่มเพาะปลูก 1 ราย ผลิต/แปรรูป 37 ราย กลุ่มขายปลีก/ขายส่ง 768 ราย) และเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ (L) จำนวน 312 ราย (กลุ่มผลิต/แปรรูป 13 ราย กลุ่มขายปลีก/ขายส่ง 299 ราย)



แยกตามที่ตั้งนิติบุคคล



ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 7,873 ราย (กลุ่มเพาะปลูก 387 ราย กลุ่มผลิต/แปรรูป 673 ราย กลุ่มขายปลีก/ขายส่ง 6,813 ราย) รองลงมาได้แก่ **ภาคกลาง** จำนวน 4,077 ราย (กลุ่มเพาะปลูก 229 ราย กลุ่มผลิต/แปรรูป 435 ราย กลุ่มขายปลีก/ขายส่ง 3,413 ราย) และ **ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ** จำนวน 1,737 ราย (กลุ่มเพาะปลูก 150 ราย กลุ่มผลิต/แปรรูป 161 ราย กลุ่มขายปลีก/ขายส่ง 1,426 ราย) คิดเป็น 42.92% 22.23% และ 9.47% ตามลำดับ

การลงทุนต่างชาติในนิติบุคคลไทย

การลงทุนในธุรกิจ แบ่งเป็นของต่างชาติ มูลค่า 38,707.25 ล้านบาท แบ่งเป็นไทย 108,873.59 ล้านบาท (กลุ่มเพาะปลูก 5,484.92 ล้านบาท ผลิต/แปรรูป 12,639.36 กลุ่มขายปลีก/ขายส่ง 90,749.31 ล้านบาท) ต่างชาติ 38,707.25 ล้านบาท (กลุ่มเพาะปลูก 781.52 ล้านบาท กลุ่มผลิต/แปรรูป 3,883.68 กลุ่มขายปลีก/ขายส่ง 34,042.05 ล้านบาท) ต่างชาติที่มาลงทุนในไทย มากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ อเมริกา มูลค่าการลงทุน 11,809.12 ล้านบาท รองลงมา คือ ญี่ปุ่น มูลค่าการลงทุน 5,082.04 ล้านบาท และสิงคโปร์ มูลค่าการลงทุน 3,274.73 ล้านบาท ตามลำดับ



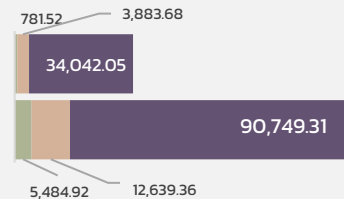
มูลค่าการลงทุนต่างชาติ

38,707.25 ล้านบาท

■ เพาะปลูก ■ ผลิต/แปรรูป ■ ขายปลีก/ขายส่ง

ต่างชาติ

ไทย



ต่างชาติที่ลงทุนในธุรกิจสูงสุด (ล้านบาท)

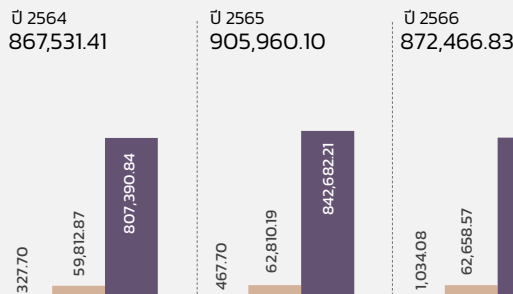
อเมริกา
11,809.12ญี่ปุ่น
5,082.04สิงคโปร์
3,274.73

ข้อมูลประกอบการ



รายได้

■ เพาะปลูก ■ ผลิต/แปรรูป ■ ขายปลีก/ขายส่ง

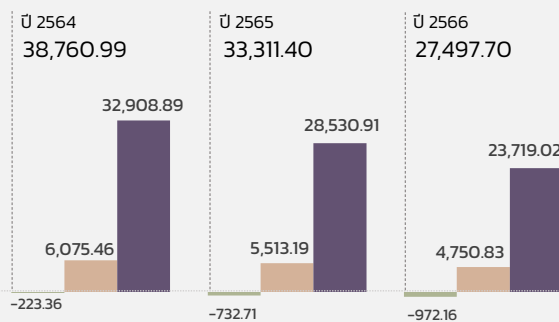


หน่วย : ล้านบาท



กำไร/ขาดทุน สุทธิ

■ เพาะปลูก ■ ผลิต/แปรรูป ■ ขายปลีก/ขายส่ง



หน่วย : ล้านบาท

ภาพรวมของผลประกอบการในธุรกิจสมุนไพร 3 ปีซ้อนหลัง สามารถทำรายได้ในระดับใกล้เคียงกัน และมีแนวโน้มไปทางทิศทางบวกถึงแม้ปี 2566 รายได้จะลดลงเล็กน้อย โดยภาพรวมกลุ่มขายปลีก/ขายส่ง สามารถทำรายได้สูงกว่ากลุ่มเพาะปลูก และกลุ่มผลิต/แปรรูป โดยในปี 2566 รายได้รวมของธุรกิจสมุนไพร มีรายได้กว่า 872,466.83 ล้านบาท ลดลงเล็กน้อยจากปีที่ผ่านมา คิดเป็น 3.70% ทั้งนี้ในกลุ่มเพาะปลูกมีรายได้เพิ่มขึ้น 121.10% ส่วนกลุ่มผลิต/แปรรูป และกลุ่มขายปลีก/ขายส่ง มีรายได้ลดลงเล็กน้อยจากปีที่ผ่านมา

โดยปี 2566 มีกำไร จำนวน 27,497.70 ล้านบาท (กลุ่มเพาะปลูก 4,750.83 ล้านบาท กลุ่มขายปลีก/ขายส่ง จำนวน 23,719.02 ล้านบาท) ปี 2565 จำนวน 33,311.40 ล้านบาท และปี 2564 จำนวน 38,760.99 ล้านบาท ขณะที่ กำไร/ขาดทุนสุทธิ ของธุรกิจ 3 ปีซ้อนหลัง พบว่าสัดส่วนในการทำกำไรอยู่ที่กลุ่มผลิต/แปรรูป และกลุ่มขายปลีก/ขายส่ง

จะเห็นได้ว่าสมุนไพรเป็นภูมิปัญญาของคนไทย มาช้านาน ในการรักษาโรคภัยไข้เจ็บ ซึ่งได้รับประโยชน์อย่างชัดเจนในช่วงของการแพร่ระบาดของโรค Covid-19 ให้เป็นการรักษาทางเลือก ทำให้สมุนไพรของไทยเป็นที่ยอมรับมากยิ่งขึ้น โดยในปี 2564 ทำกำไรสูงถึง 38,767.45 ล้านบาท ถึงแม้ว่าในช่วงปี 2565-2566 ผลประกอบการจะลดลงเล็กน้อย แต่ในระยะยาวคาดว่า ผลประกอบจะกลับมาเติบโตจากระแสการนำสมุนไพรมารักษาโรคและ เทรนด์รักสุขภาพ โดยการนำเอาสมุนไพรมาใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ

“บทสรุป”

ธุรกิจสมุนไพร ในมุมมองกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

“สมุนไพร” ผลิตผล ที่ได้จากธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นพืช สัตว์ แร่ธาตุ ที่ได้จากส่วนของพืช ดอก ผล ฯลฯ จาก อวัยวะสัตว์ และจากแร่ธรรมชาติ ผ่านกรรมวิธีต่าง ๆ ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทั้งภายนอก และภายใน ร่างกาย

สมุนไพรในประเทศไทยถือเป็นภูมิปัญญา ที่ถูก ถ่ายทอดกันจากรุ่น -สู่รุ่น ซึ่งเป็นสูตรตำหรับยาในแต่ละ ครอบครัว รูปแบบของสมุนไพรมีความหลากหลายโดย ถูกแปรรูปตั้งแต่ ยาแคปซูล ยาต้ม ยาชา ยาพอก ใน รูปแบบอาหาร ใช้เป็นเครื่องเทศ ส่วนประกอบอาหาร เครื่องเคียง รูปแบบใช้ภายนอกมีทั้งการใช้สูดดมและทา ยาดม ยาหม่อง น้ำมันหอมระเหยต่าง ๆ และรูปแบบของ เครื่องสำอาง ที่สกัดนำสรรพคุณสำคัญ มาใช้เป็น ส่วนประกอบ โลชั่น ยาสระผม ยาสีฟัน ต่าง ๆ

โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมและสร้างชื่อเสียง ให้กับสมุนไพรไทย มีหลายประเภท อาทิ ยาดม ยาหม่อง ที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่หาซื้อได้ง่าย ใช้ง่าย และราคาไม่แพง ทำให้ได้รับความนิยมทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ และ ด้วยความที่มันพกง่าย สร้างความสดชื่นให้กับผู้ใช้งาน ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์อุปกรณ์เสริมสำหรับใช้ร่วมกัน สินค้าขึ้นมา เช่น ปลูกสวมสำหรับยาดม เชือกสำหรับแขวน ต่อยอดสู่ธุรกิจอื่น ๆ

“ธุรกิจสมุนไพร” ถือเป็น **“โอกาส”** ของ **“คนตัวเล็ก”** ใน การทำธุรกิจ เป็นการเปลี่ยนภูมิปัญญาท้องถิ่น การใช้ใน ครอบครัว สู่ผู้เล่นในตลาดอุตสาหกรรม โดยเฉพาะธุรกิจ SMEs โดยมูลค่าผลิตภัณฑ์สมุนไพร ในปี 2022 มีมูลค่า สูงถึง 199.07 พันล้านเหรียญสหรัฐ และคาดการณ์ว่าใน ปี 2033 มูลค่าจะอยู่ที่ 417.99 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยธุรกิจนี้เติบโตไปตามกระแสการรักสุขภาพของผู้คน ทั่วโลก โดยเฉพาะหลังโรคระบาดโควิด ทำให้ตลาด สมุนไพรเติบโตขึ้นเป็นอย่างมาก รวมทั้งกระแสเทรนด์ การใช้ผลิตภัณฑ์ **“ออร์แกนิก”** ยิ่งช่วยตอกย้ำตลาด สมุนไพรให้ขยายวงกว้าง และมีกลุ่มผู้บริโภคหลายหลาก มากยิ่งขึ้น ไม่เพียงแต่มุขยี่เท่านั้น ยังมีผลิตภัณฑ์ สมุนไพรสำหรับสัตว์ และสมุนไพรในการทำจัดศัตรูพืช เกิดขึ้นอีกด้วย จึงนับเป็น **“โอกาส”** ในการทำธุรกิจใน ช่วงเวลานี้



“บทสรุป” (ต่อ)

ในมุมมองกรมพัฒนาธุรกิจการค้า แบ่งกลุ่มผู้เล่นออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1.กลุ่มเพาะปลูก 2.กลุ่มผลิต/แปรรูป 3.กลุ่มขายปลีก/ขายส่ง

“กลุ่มเพาะปลูก” ถือเป็นกลุ่มต้นน้ำที่มีผลิตวัตถุดิบเพาะปลูกพืชพันธุ์ โดยกลุ่มธุรกิจนี้ส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบของการทำเกษตรกรรมทั้งในบางพื้นที่ที่มีการรวมตัวกันในรูปแบบของกลุ่มเกษตรกร โดยจุดแข็งของประเทศไทยด้วยลักษณะภูมิอากาศทำให้พืชพันธุ์สมุนไพร สามารถเจริญเติบโตได้ดี ความชำนาญในการเพาะปลูกมาจากการประสบการณ์และสืบทอดส่งต่อกันรุ่นต่อรุ่น แต่ยังคงมีการใช้สารเคมีในการทำจัดและรักษาโรคและศัตรูพืช หากต้องการอยู่ในตลาดที่สามารถแข่งขันได้กลุ่มเพาะปลูกต้องปรับเปลี่ยนสู่วิถีเกษตรอินทรีย์ ซึ่งอาจต้องอาศัยหน่วยงานรัฐในการให้ความรู้และส่งเสริมการทำเกษตรที่ปลอดภัยเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบ

“กลุ่มผลิตและแปรรูป” เป็นกลุ่มที่นำวัตถุดิบที่ได้จากการเพาะปลูกมาแปรรูป หรือ ผลิต บรรจุ แพคเกจ เพื่อส่งต่อไปยังผู้จำหน่าย โดยส่วนใหญ่ยังอยู่ในรูปแบบกลุ่มอุตสาหกรรมครอบครัว สูตรตำหรับยาต่าง ๆ ยังคงเป็นการถ่ายทอดกันในครอบครัว ซึ่งยังสามารถพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของสินค้า การเก็บรักษา ให้มีประสิทธิภาพมากกว่าเดิมได้ ด้วยการส่งเสริมนวัตกรรมใหม่ จากภาครัฐและหน่วยงานองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพร รวมทั้งการออกแบบแพคเกจ การเก็บรักษาและการขนส่งสินค้า ล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญของกลุ่มผลิตและแปรรูป

“กลุ่มขายปลีก/ขายส่ง” เป็นกลุ่มที่ส่งตรงสินค้าที่ได้จากการผลิตสู่มือผู้บริโภค ทั้งรูปแบบการขายผ่านหน้าร้าน การขายออนไลน์ เป็นกลุ่มที่จำเป็นต้องเน้นที่การตลาดและสร้างการรับรู้จากผู้ซื้อสินค้า เทคนิคและช่องทางจะช่วยสร้างการรับรู้ และกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าได้เป็นอย่างดี

โดยทั้ง 3 กลุ่มจำเป็นต้องอาศัยการตลาดที่ดี ด้วยเพิ่มศักยภาพและองค์ความรู้ที่จะช่วยในการจับตลาดให้กับผู้ประกอบการ และการจับคู่และสร้างเครือข่ายทางการค้า ยังคงต้องอาศัยภาครัฐเข้ามาขับเคลื่อนที่สำคัญในการนำพากลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจนี้ ไปยังตลาดในประเทศและตลาดโลก

นอกจากนี้ข้อมูล 5 ปีย้อนหลัง (2562-2566) พบมีการจัดตั้งเป็นนิติบุคคล ในกลุ่มขายปลีก/ขายส่ง สูงสุด โดยในช่วงปี 2562-2563 กลุ่มเพาะปลูก ยังมีการจดทะเบียนไม่มากนัก แต่ในปี 2564 เริ่มมีการจัดตั้งเพิ่มมากขึ้นเป็นผลมาจากนโยบายปลดล็อกกัญชา ทำให้มีผลต่อการจดทะเบียนเพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่ช่วงเวลานั้นเป็นต้นมา ในด้านของกลุ่มแปรรูปและผลิตมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ปี 2567 กลุ่มขายปลีก/ส่งยังคงเป็นกลุ่มที่มีการจัดตั้งสูงสุด รองลงมาได้แก่กลุ่มเพาะปลูก และกลุ่มผลิต/แปรรูปตามลำดับ

ในปัจจุบันมี นิติบุคคลดำเนินกิจการอยู่ใน ธุรกิจสมุนไพร อยู่ที่จำนวน 18,342 ราย มูลค่าทุน 147,580.84 ล้านบาท โดยสัดส่วนอยู่ที่กลุ่มขายปลีก/ส่ง สูงสุด คิดเป็นสัดส่วน 82.11% โดยกว่า 93.90 % ของธุรกิจสมุนไพร เป็นธุรกิจขนาดเล็ก (S) และส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานครและภาคกลาง สัดส่วนการลงทุนเป็นสัญชาติไทยกว่า 73.77% และอีก 26.22% เป็นชาวต่างชาติ ผลประกอบการของธุรกิจ 3 ปีย้อนหลังพบว่ากลุ่มขายปลีก/ส่ง สามารถทำรายได้และกำไรได้สูงสุด รองลงมาได้แก่กลุ่มผลิตและแปรรูป และกลุ่มเพาะปลูกตามลำดับ

โดยจากข้อมูลจะพบว่า “กลุ่มขายปลีก/ส่ง” เป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนขนาดใหญ่ที่สุดในกลุ่มอุตสาหกรรมสมุนไพร โดยในกลุ่มนี้มีลักษณะซื้อมา-ขายไป และตลาดหลักคือผู้บริโภค ซึ่งผู้ประกอบการในกลุ่มนี้ไม่จำเป็นต้องอาศัยความเชี่ยวชาญความรู้ และเทคโนโลยีที่สูงมากนัก ทำให้กลุ่มนี้มีผู้ประกอบการในกลุ่มเป็นจำนวนมาก ต่างจาก “กลุ่มเพาะปลูกและกลุ่มผลิต” ที่อยู่ส่วนต้นและส่วนกลางของห่วงโซ่อุปทาน ที่ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญ ความรู้ เทคโนโลยี รวมถึงต้นทุนการเพาะปลูกและการผลิตด้วยเมล็ดพันธุ์ที่สูงกว่า จำนวนผู้ประกอบการในกลุ่มดังกล่าวจึงน้อยกว่ากลุ่มขายปลีก/ส่ง

ซึ่งตามความเห็นของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คาดการณ์ว่าธุรกิจนี้มีแนวโน้มเติบโตได้ทั้งในตลาดประเทศและต่างประเทศ แต่ยังคงต้องอาศัยการผลักดันของภาครัฐในการส่งเสริมช่วยเหลือ ตั้งแต่การเพาะปลูก การผลิต และไปยังการขาย เพื่อเพิ่มศักยภาพ คุณภาพ ให้กับผู้ประกอบการและสินค้าสมุนไพรไทย ให้สามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมสมุนไพรทั่วโลก และกรมพัฒนาธุรกิจได้ส่งเสริมและสนับสนุน ให้ผู้ประกอบการทุกขนาด โดยเฉพาะธุรกิจ SMEs มีความเข้มแข็งและแข่งขันได้ โดยการเสริมศักยภาพ ด้านการตลาด ร่วมถึงการจับคู่ และการเพิ่มพันธมิตรทางธุรกิจ ให้กับธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้ที่สนใจจะเข้าร่วมโครงการฝึกอบรม หรือการจับคู่ทางธุรกิจ สามารถติดตามได้ผ่านช่องทางเว็บไซต์ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า www.dbd.go.th