



Creative Thailand
สร้างเศรษฐกิจไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์

นิตยสารส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ผลักดันเศรษฐกิจไทย โดย CEA

กันยายน 2564 ปีที่ 12 | ฉบับที่ 12

EXPANDING THE *HERBIVERSE* ขยายขอบเขตจักรวาลแห่ง “สมุนไพรไทย”

Creative Place
เกาหลีใต้

Creative Business
ช็อคูบ

The Creative
ดร. ภญ. มณฑกา ธีรชัยสกุล

THE POSSIBILITY OF JOBS

10 ONLINE COURSES

ทุกความเป็นไปได้
เกิดจากส่วนประกอบ ที่คุณเลือกเอง
พบกับคอร์สออนไลน์พร้อมเวิร์ค ที่รวบรวมส่วนผสม
หลากหลายรสชาติ สู่ความเป็นไปได้ ในสายงานสร้างสรรค์



#THEPOSSIBILITYOFJOBS
#CREATIVECAREER2021

1 **Fungjai**

DIGITAL MUSIC CAREER

เป็นศิลปินอย่างไรให้อยู่รอดในยุค Streaming Music
ศรัณย์ ภัทรญรัตน์ (ท็อป)
จาก **Fungjai**

2

DATA VISUALIZATION

ค้นหาโอกาสในโลกธุรกิจด้วย Data & Creative
กษิติศ สดางค์มงคล (ทอย)
จาก **เจ้าของเพจ Data Rockie**

3

SOCIAL ENTERPRISE

พัฒนาธุรกิจ ผ่านแนวคิดสร้างสรรค์เพื่อชุมชน
สมศักดิ์ บุญคำ (โฟ)
จาก **Local Alike**

4 **ECOLOTECH**

SMART PRODUCT

ออกแบบเพื่อเปลี่ยนโลก ตอนโจทย์ทรนถนนวัตกรรม
ภาคภูมิ มะหะสิทธิ์ (Bobby Ralph)
จาก **Ecolotech**

5 **Thai Fit**

CULTURAL MANAGEMENT

Mix & Match โมเดลธุรกิจยุคใหม่ ด้วยทุนทางวัฒนธรรม
ชจิตธรรม พากยกุล (ครุฑิว)
จาก **Thai fit**

6

UX FOR BETTERLIFE

ชีวิตดีขึ้นได้ ด้วยงานออกแบบที่เข้าใจผู้คน
สุธัม ธรรมวงศ์ (ป๊อ)
จาก **เจ้าของเพจ หมี่เรื่องมาเล่า**

7

Opportunity of Performing Art

โอกาสในการแสดงกับทาร์เป็นศิลปิน
อ.พิชชฎ กลิ่นชื่น
จาก **Chang Theater Bangkok**

8

ALTERNATIVE ARCHITECTURE

เข้าใจชีวิต เข้าใจคน เข้าใจงานออกแบบเพื่อสังคม
อ.ธีรศักดิ์ ชาญชัย
จาก **สถาปนิกนักอนุรักษ์**

9 **EYEDROPPER-FILL**

VIRTUAL ENTERTAINMENT

ถอดไอเดียสร้างสรรค์ เปลี่ยน Virtual ให้เป็นมากกว่าแค่ตาเห็น
วรรณภุมิ ลายสุวรรณชัย (เวนท์)
บัณฑิตวัฒน์ จรัสเรืองนิลา (จิว)
จาก **Eyedropperfill**

10

PROFESSIONAL FREELANCE

ฟรีแลนซ์ 101 คู่มือการเอาตัวรอดในโลกอิสระ:
กนอม ทอดอม (พี่นอม)
จาก **เจ้าของเพจ Taxbugnom**



THE PHYSICIAN
TREATS,
BUT NATURE
HEALS.



แพทย์รักษา สมุนไพรเยียวยา

Hippocrates

แพทย์ชาวกรีกผู้ได้รับการขนานนามว่าเป็น “บิดาแห่งการแพทย์”



Creative Update_ นักสมุนไพรรุ่นใหม่ ช่วยต่อชีวิตความรู้ของบรรพบุรุษ / เปลี่ยนพื้นที่เล็ก ๆ ในห้องเป็นส่วนสมุนไพรดีไซน์สุดล้ำ / 3 นวัตกรรมจาก “สมุนไพร” ทำอะไรได้มากกว่าที่คิด

6

Creative Resource_ Featured Documentary / Youtube Channel / Book

8

MDIC_ 5 วัสดุและนวัตกรรมทางเลือกจากต้นกล้วย

10

Creative District_ ร้านยาคู่ย่าน

11

Cover Story_ ขยายขอบเขตจักรวาลแห่ง “สมุนไพรไทย”

12

Fact and Figure_ กล่องยา (สมุนไพร) สามัญประจำบ้าน

18

Creative Business_ เปิดตัวผลิตภัณฑ์ยาโบราณ กับ “ช่อคุณ” เวชสำอางไทยที่ผลักดันให้วงการสมุนไพรผิวนาน

20

How To_ The Hidden Benefits ยกระดับสมุนไพรไทย สรรพคุณ และศักยภาพที่ยังถูกซ่อนไว้

23

Creative Place_ เทาหลใต้ : เพลงโสมให้กันสมัย

24

The Creative_ ส่องโอกาสสมุนไพรไทยหลังโควิด กับ ดร. ภญ. มณฑาทิ ธีรชัยสกุล

28

Creative Solution_ ยกระดับมาตรฐานสมุนไพรด้วย “เทคโนโลยีไอที”

34

บรรณาธิการที่ปรึกษา | อภิลิทธิ ไส้ตุ๋นไกล บรรณาธิการอำนวยการ | มณฑิณี ยงวิบูล ที่ปรึกษา | เลอชาติ ธรรมธีรเสถียร และ ปริญญ์ มงคลศรี บรรณาธิการบริหาร | พชรินทร์ พัฒนานุญโพนุลย์ กองบรรณาธิการ | จัสมีน ภูประเสริฐ และ นคร เจียมเรืองจรัส เลขากองบรรณาธิการ | ณัฐชา ตะวันนาโชติ ศิลปกรรม | ชิดชน นินนาทนนท์ประสานงานกองบรรณาธิการ | วรณัฐ ญูปเกษตร เว็บไซต์ | นพกร คนไว

จัดทำโดย | สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) (CEA)

1160 อาคารโปรชนนียกลาง ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

โทร. 02 105 7400 แฟกซ์. 02 105 7450

ติดต่อลงโฆษณา : Commu.Dept@tcdc.or.th

จัดทำภายใต้โครงการ “Creative Thailand สร้างเศรษฐกิจไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์” โดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) (CEA) ซึ่งมีเป้าหมายในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) และผลักดันการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย

อ่านนิตยสารฉบับออนไลน์และดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
www.creativethailand.org
Email: creativethailand@cea.or.th
Twitter: @Creative_TH
Facebook: Creative Thailand
Youtube: Creative Thailand



อนุญาตให้ใช้ได้ตามสัญญาอนุญาตครีเอทีฟคอมมอนส์ แสดงที่มา-ไม่ใช้เพื่อการค้า-อนุญาตแบบเดียวกัน 3.0 ประเทศไทย



สมุนไพรไทยกับโอกาสที่ต้องคว้า



Nathan Dumlao / Unsplash

เมื่อระบบสาธารณสุขของไทยอยู่ในภาวะวิกฤตด้วยจำนวนผู้ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่มากเกินกว่าทรัพยากรจะรับมือ “สมุนไพรไทย” จึงกลายเป็นทางเลือกอีกสายในการบรรเทาอาการและป้องกันตัวเอง ส่งผลให้ตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยในช่วงปี 2560-2563 เติบโตขึ้นร้อยละ 10 ต่อปี เป็นแรงลมในการยกระดับสินค้าเกษตรของไทยไปสู่สินค้าทำเงินและสร้างความมั่นคงทางด้านสาธารณสุขให้กับประเทศ โดยจากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรรมไทยได้วิเคราะห์ถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่การผลิตของสมุนไพรไทยตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำได้สูงถึง 73 เท่า จากสมุนไพรที่เกษตรกรขายได้หน้าฟาร์มเฉลี่ยอยู่ที่ 1.2 พันล้านบาทต่อปี นำไปขายส่งในรูปแบบผลสด ผลแห้ง และบดผง เพื่อนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมต่อเนื่อง จนมูลค่าตลาดขยับขึ้นเป็น 21.8 พันล้านบาท และเมื่อนำไปแปรรูปในกลุ่มอาหารและยา เครื่องสำอางหรือผลิตภัณฑ์สปา รวมถึงการเข้าสู่ตลาดผู้บริโภคได้ในลักษณะการขายแบบ B2C หรือการขายผลิตภัณฑ์จากเจ้าของธุรกิจสู่ผู้บริโภคโดยตรง ก็จะมีมูลค่าตลาดไปได้สูงถึง 68 พันล้านบาท

ประเทศไทยมีวัตถุดิบสมุนไพรมากกว่า 1,800 ชนิด ที่เป็นทั้งต้นทุนในการพัฒนาสินค้าที่ตอบรับกับวิถีการบริโภคใหม่ของโลกซึ่งหันมาสู่ธรรมชาติมากขึ้น และยังเป็นโอกาสในการช่วยแบ่งเบาภาระงบประมาณด้านสาธารณสุขของไทยในอนาคต โดยเฉพาะในเวลาที่ผ่านมาที่กำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มตัวในปี 2565 และในปี 2573 ไทยจะมีสัดส่วนประชากรสูงวัยเพิ่มขึ้นอยู่ที่ร้อยละ 26.9 ของประชากรทั้งประเทศ ซึ่งสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ) ประเมินว่า ค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพของไทยจะเพิ่มขึ้นจากประมาณ 6 หมื่นล้านบาทในปี 2560 เป็น 3.4 แสนล้านบาทในปี 2590 แม้จะมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อการดูแลสุขภาพขึ้น แต่การแบ่งเบาภาระในส่วนชองยาทั้งในเชิงรักษาและป้องกันนั้นก็ยังมีช่องทางอีกมาก

ข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์เมื่อปี 2562 ระบุว่า สมุนไพรไทยถูกนำไปใช้เป็นยาในสัดส่วนเพียงร้อยละ 4-5 รองลงมาใช้เป็นอาหารเสริมร้อยละ 18-20 และสัดส่วนมากที่สุดคือนำไปใช้ในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องสำอางถึงร้อยละ 79-80 ขณะที่ยาที่ผลิตในประเทศส่วนใหญ่เป็นยาสามัญซึ่งร้อยละ 50 ผลิตโดยองค์การเภสัชกรรม โดยข้อมูลจากธนาคารกรุงศรีอยุธยาชี้ว่าประเทศไทยนำเข้าวัตถุดิบยาในสัดส่วนสูงประมาณร้อยละ 90 ของปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตยาสำเร็จรูปทั้งหมด และกลุ่มยาที่มีมูลค่าการผลิตสูงสุด ได้แก่ กลุ่มยาแก้ปวด แก้ไขขณะที่ลูกค้ารายใหญ่ของตลาดยาในประเทศไทยมูลค่า 1.8 แสนล้านบาทคือโรงพยาบาลรัฐที่มีสัดส่วนร้อยละ 60

ทั้งโอกาสในการเพิ่มมูลค่าสมุนไพรไทยสู่ตลาดต่างประเทศผ่านอุตสาหกรรมสุขภาพ ความงาม และการใช้สมุนไพรเพื่อทดแทนยาแผนปัจจุบันเพื่อช่วยลดต้นทุนและภาระงบประมาณ ล้วนต้องการความทุ่มเทในการส่งเสริมตั้งแต่กระบวนการปลูกที่เน้นผลผลิตที่ให้ปริมาณและคุณภาพสูง การใช้วิธปลูกแบบออร์แกนิก หรือการปลูกในโรงเรือน เพื่อสร้างโอกาสในการใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมขั้นสูง การเพิ่มงบวิจัยและพัฒนา ควบคู่ไปกับการสร้างดีมานด์ด้วยแผนการตลาด และการผนวกให้แพทย์แผนไทยเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของบริการด้านสาธารณสุขของประเทศ ซึ่งก้าวแรกนั้นได้มีบรรจุไว้ในแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564 ที่ผลักดันพระราชบัญญัติผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. 2562 ที่มีส่วนในการปลดล็อกสมุนไพรไทยแล้วบางส่วน โดยแพทย์แผนไทยสามารถปรุงยาและจ่ายยาให้แก่ผู้ป่วยของตนได้โดยไม่ต้องขออนุญาต รวมถึงให้ผู้มีตำรับยานำมาขึ้นทะเบียนก่อนได้โดยไม่ต้องทาสถานที่ผลิต อีกทั้งยังส่งเสริมผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจชุมชนหรือเอสเอ็มอีในการผลิตสมุนไพรให้มากขึ้น โดยในปี 2564 นี้คือโค้งสุดท้ายของแผนแม่บทฯ ที่ประจวบกับสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งยังคงเร่งแก้ไข นี่จึงน่าจะเป็นโอกาสที่ไม่อาจละทิ้งในการทำให้สมุนไพรไทยได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ให้เป็นของดีราคา ย่อมเยาสำหรับคนในประเทศ และเป็นสินค้าคุณภาพสูงเพื่อตอบใจห้ตลาดโลกต่อไป [CT](#)

มนทิณี ยงวิกุล
บรรณาธิการอำนวยการ

นิกสมุนไพรรุ่นใหม่ ช่วยต่อชีวิตความรู้ของบรรพบุรุษ

เรื่อง : นพกร คนไ

ไม่เพียงแต่ประเทศแถบเอเชียบ้านเราเท่านั้นที่คุ้นเคยดีกับการรักษาด้วยยาแผนโบราณ แต่ประเทศทางตะวันตกอย่างสหรัฐอเมริกาที่มีการรักษาด้วยสมุนไพรรุ่นใหม่กันอย่างการรักษแบบคิวแรนเดอริสโม (Curanderismo) ที่เป็นการรักษาแผนโบราณของคนในแถบละตินอเมริกา หรือการใช้สมุนไพรรุ่นใหม่ของชาวแอฟริกันที่สืบทอดต่อกันมายังลูกหลานในอเมริกา

ในยุคที่อเมริกาได้มีการค้าทาส ชาวแอฟริกันไม่เพียงนำความรู้ด้านสมุนไพรรุ่นใหม่ไปมาเท่านั้น แต่นำเมล็ดพันธุ์พืชดี ๆ มาด้วย สตรีแอฟริกันบางคนนำเมล็ดพืชมาร้อยสร้อยคอเป็นเครื่องรางป้องกันตนเอง และใช้ความรู้ด้านสมุนไพรรุ่นใหม่ไปประโยชน์ต่าง ๆ ทั้งการปรุงอาหาร การรักษาแบบหมอตำแย พยาบาล หรือการเป็นคนสวนสมุนไพรที่ช่วยให้พวกเขาเข้าถึงแผ่นดินบ้านเกิดได้

ปัจจุบันการแพทย์สมัยใหม่ที่ก้าวหน้าไปมาก ทำให้ความรู้ด้านสมุนไพรรุ่นใหม่ของชาวแอฟริกัน-อเมริกันสูญหายไปตามกาลเวลา แต่ในบางชุมชนที่โครงการประจักษ์คุณภาพของรัฐบาลยังมีไม่ทั่วถึง ความรู้ด้านสมุนไพรรุ่นใหม่ของคนในชุมชนจึงเป็นที่พึ่งสุดท้าย “การแบ่งแยกสีผิวกำลังทำลายระบบ



สาธารณสุขของพวกเรา คนผิวดำถูกละเลย และเกิดความเข้าใจผิดจากบรรดาผู้เชี่ยวชาญที่พวกเราควรไว้วางใจ” บรูกลิน กิลเลอบ (Brooklyn Gullebeac) นักสมุนไพรรุ่นใหม่เจ้าของแบรนด์ Bee and Tee’s Botanicals อาหารเสริมและสกินแคร์จากพืชกล่าว

ในฐานะคนแอฟริกัน-อเมริกันรุ่นใหม่ กิลเลอบมองเห็นความเหลื่อมล้ำทางสังคมและการบริการด้านการแพทย์

เขาตระหนักว่านี่คือเวลาที่ลูกหลานชาวแอฟริกันจะต้องฟื้นฟูการรักษาแบบดั้งเดิม เพื่อให้พวกเขาจะได้ดูแลซึ่งกันและกันได้ โดยนอกจากจะก่อตั้งแบรนด์อาหารเสริมแล้ว กิลเลอบยังทำคลิปลง TikTok เพื่อส่งความรู้ไปสู่คนรุ่นใหม่ อีกมากมาย เช่น คลิปสั้น ๆ เกี่ยวกับน้ำมันดูแลผิว หรือสารสกัดจากสมุนไพรรุ่นต่าง ๆ เพื่อที่ผู้ชมจะสามารถนำไปทำได้อเองหรือจะสั่งซื้อจากร้านของเธอก็ได้

ขณะที่บริแอนนา เชอร์นิแอก (Brianna Chemiak) นักสมุนไพรรุ่นใหม่เจ้าของแบรนด์ Moss Medicine ที่มีผลิตภัณฑ์สกัดจากสมุนไพรรุ่นใหม่และดอกไม้ ใช้สบู่แทนบูทรี ก็ใช้โซเชียลมีเดียเป็นส่วนหนึ่งของการบอกต่อความรู้เช่นกัน “ความรู้ทุกอย่างที่เรารู้จักเกี่ยวกับสมุนไพรรุ่นใหม่ของตะวันตกถูกหยิบยืมมาจากกลุ่มชนพื้นเมืองและคนแอฟริกัน พวกเขาใช้เวลาและความรู้เหล่านี้มาสร้างผลิตภัณฑ์เป็นกำไรให้กับตนเอง แต่ความจริงแล้วความรู้เหล่านี้มาจากบรรพบุรุษของเรา” เชอร์นิแอกกล่าว

ไม่เพียงแต่กิลเลอบและเชอร์นิแอกเท่านั้นที่เปลี่ยนตัวเองให้เป็นกระบอกเสียงในการถ่ายทอดความรู้ของบรรพบุรุษ แต่ยังมีนักสมุนไพรรุ่นใหม่จำนวนมากที่ออกมาแสดงถึงความภาคภูมิใจในมรดกที่ตกทอดจากรุ่นสู่รุ่น และทำให้เราได้กลับมาคิดถึงความรู้เก่าแก่ที่เราลืมเพื่อทำอย่างไรไม่ให้นานสูญหายไปตามกาลเวลา

บทความ “These Herbalists Are Helping Black Women Heal - One TikTok At A Time” โดย Celeste Polanco จาก refinery29.com / tiktok.com/@opulentbria / mossmedicine.com / tiktok.com/@sunpeopleplants / bee-and-tees-botanicals.myshopify.com



เปลี่ยนพื้นที่เล็ก ๆ ในห้อง เป็นสวนสมุนไพรไฮโดรโปนิกส์สุดล้ำ

เรื่อง : นพกร คนไ

หนึ่งกิจกรรมยอดฮิตช่วง Work From Home คงหนีไม่พ้นการปลูกพืชผักสมุนไพรไว้กินเอง แต่ก็เชื่อว่าทุกคนจะปลูกได้ผลผลิตดีเสมอไป แถมนหลายคนก็เป็นประเภทเลี้ยงอะไรไม่เคยรอด สุดท้ายก็วางเปล่า! กลายเป็นกระถางวางเศร้า ๆ ริมระเบียง นั่นเพราะการปลูกพืชผักนั้นต้องอาศัยทั้งความอดทนใส่ใจ และยังต้องรู้จักปรับพื้นที่ให้เหมาะแก่การเพาะปลูกอีกด้วย...และหากใครกำลังท้อแท้ อุปกรณ์เหล่านี้อาจช่วยจุดไฟชาวสวนในตัวคุณขึ้นอีกครั้ง



Home Garden อยากกินอะไรก็แค่เปิดลิ้นชัก

เป็นเรื่องยากที่เราจะหาเมนูเหมาะ ๆ สำหรับทำแปลงสมุนไพรในอพาร์ทเมนต์หรือคอนโด เพราะบางแห่งระเบียงก็ไม่ได้รับแสงมากพอ นอกจากนี้ยังมีปัญหาแมลงและนกที่อาจเข้ามาจิกกินพืชผลของเราได้ด้วย ดีไซน์เนอร์หัวใสชาวรัสเซียอย่างอิกอร์ อาบาคูมอฟ (Igor Abakumov) จึงคิดวิธีปรับเคาน์เตอร์ในห้องครัวให้กลายเป็นสวนสมุนไพรเล็ก ๆ ได้ โดยเนรมิตให้แปลงสมุนไพรนั้นติดตั้งอยู่ภายในลิ้นชักใต้เคาน์เตอร์ คุณพ่อบ้านแม่บ้านอยากเด็ดสมุนไพรชนิดไหนมาปรุงอาหารก็แค่ดึงลิ้นชักออกมาเลือกสมุนไพรได้สะดวกง่ายดาย โดยผลงานนี้มีชื่อเรียกว่า Home Garden ภายในติดตั้งหลอดไฟและมอเตอร์คอยควบคุมความชื้นและอุณหภูมิให้พอเหมาะ อีกทั้งยังสามารถดูสถานะและตั้งค่าการควบคุมแปลงสมุนไพรได้ผ่านสมาร์ตโฟน ผลงานออกแบบที่ช่วยประหยัดพื้นที่ใช้สอยเหมาะสำหรับพื้นที่จำกัดของอิกอร์นี้ไม่เพียงสานฝันคนอยากปลูกผักกินเอง แต่ยังส่งผลให้เขาเป็นหนึ่งในผู้เข้าชิงรางวัล James Dyson Awards ปี 2021 และหวังว่าในอนาคตเราจะได้เห็น Home Garden ออกขายสู่ตลาดหรือเป็นเฟอร์นิเจอร์รับวอร์ดอันสำหรับมนุษย์คอนโดก็คงจะดีไม่น้อย



The Herb Garden สวนอัจฉริยะจากวิศวกร MIT

GardenByte สตาร์ทอัพที่ก่อตั้งจากทีมวิศวกรของสถาบันเทคโนโลยีแมสซาชูเซตส์ (MIT) ได้ออกแบบแปลงปลูกสมุนไพรอัจฉริยะสำหรับใช้งานในพื้นที่อยู่อาศัยขนาดเล็กที่มีชื่อว่า The Herb Garden ที่เหมือนยกทั้งสวนเอามาไว้ในห้องนอน โดย The Herb Garden ถูกออกแบบให้สามารถปลูกสมุนไพรได้ในระบบไฮโดรโปนิกส์ที่ไม่ต้องใช้ดิน รางปลูกสามารถปลูกพืช

ได้มากถึง 39 ต้น ภายในติดตั้งแผงวงจรซึ่งประกอบไปด้วยตัวรับสัญญาณ WiFi แผงควบคุม และระบบเซ็นเซอร์ที่สามารถวัดสภาวะแวดล้อมและปรับสมดุลที่พอเหมาะสำหรับพืช ทั้งยังส่งข้อความแจ้งเตือนผ่านมือถือเพื่อบอกว่าเวลาใดควรรดน้ำหรือถึงเวลาในการเก็บเกี่ยวแล้ว นอกจากนี้ยังติดตั้งแผงไฟแอลอีดีพร้อมระบบระบายความร้อนเมื่อต้องเปิดใช้งานเป็นเวลานาน นับเป็นระบบนิเวศน์เดียวจบครบวงจรที่มีขนาดกะทัดรัดเพียง 77x78 ซม. ที่สามารถแปลงตัวเองเป็นเฟอร์นิเจอร์สวย ๆ ใช้งานไว้ในห้องได้อีกต่างหาก



Moltke สวนแนวตั้ง ที่ไม่ต้องกลัวลืมน้ำ

หมดปัญหาไม่มีพื้นที่สำหรับปลูกพืชผักหรือกลัวลืมน้ำจนผักเหี่ยวตายเพราะ Moltke คือนวัตกรรมสวนแนวตั้งที่ได้รับการออกแบบมาให้ติดตั้งเข้ากับผนังบ้านได้อย่างลงตัว กระถางปลูกจะใส่อยู่ในบล็อกที่โยกย้ายตำแหน่งได้ตามต้องการ และนอกจากความสวยงามแล้ว Moltke ก็ยังมีระบบรดน้ำด้วยตัวเอง เพียงเติมน้ำลงบนถังด้านบนและปล่อยให้อุปกรณ์ทำหน้าที่จ่ายน้ำไปยังพืชที่อยู่ด้านล่าง ช่วยประหยัดทั้งเวลาและป้องกันการลืมน้ำไปได้เลย ส่วนใครที่อยากติดตั้งแบบแฮนด์ดอร์ก็ทำได้เช่นกัน เพราะถังน้ำถูกดีไซน์มาให้มีตะแกรงปิดจึงสามารถรองรับน้ำฝนได้โดยไม่มีใบไม้หรือเศษขยะตกเข้าไปทำให้น้ำสกปรก ใครเบื่อภาพเขวนประดับบ้านจะลองเปลี่ยนมาเป็นสวนแนวตั้งแบบนี้ก็ดูเข้าท่าทีเดียว

ที่มา : gardenbyte.com / moltkegarden.com / บทความ "This herb garden was designed with smart monitoring tech & fits inside your kitchen cabinet to save space!" โดย Chi Thukral จาก yankodesign.com

3 นวัตกรรมจาก “สมุนไพร” ทำอะไรได้มากกว่าที่คิด

เรื่อง : วนบุษย์ ยุพเกษตร

ไม่ใช่แค่ประโยชน์หรือสรรพคุณทางยา แต่รวมถึงกลิ่นอโรมาที่ช่วยให้ผ่อนคลาย สมุนไพรจึงมักถูกนำมาเป็นส่วนประกอบในของกินของใช้ อยู่เสมอ...ลองไปสำรวจกันว่าสมุนไพรสามารถใช้ประโยชน์อย่างไรได้บ้าง แล้วเราจะถอดวิธีคิดหรือออกแบบผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรอย่างไรให้ก้าวข้าม จากภาพจำเดิม ๆ ได้สักที

สมุนไพรสปาร์กลิง เครื่องดื่มสุดชิวในคราบพืช

หากคุณจำภาพน้ำเก๊กฮวยใส่แก้วแช่เย็นเรียงกันอยู่ในตู้สแตนเลสหน้าร้าน ไซท์ช่วยได้ ทันสมัยขึ้นมาน้อยก็น้ำสมุนไพรบรรจุขวดพร้อมดื่มในร้านสะดวกซื้อใกล้บ้าน แปลว่าคุณคุ้นชินกับ “น้ำสมุนไพร” เป็นอย่างดี แต่ถ้าสุดมี เครื่องดื่มโซดาหรือสปาร์กลิงหลายเจ้าที่ใช้ส่วนผสมจากสมุนไพรเพื่อสร้าง ประสบการณ์เครื่องดื่มสมุนไพรแบบใหม่ ๆ เช่นเดียวกับกับ Sunwink สตาร์ทอัพจากอเมริกาที่มีเป้าหมายในการนำพืชผักสมุนไพรมาขับเคลื่อน ธุรกิจ โดยทำให้สมุนไพรกินง่ายแบบไม่ต้องใช้ความพยายามมาก จนกลาย มาเป็นเครื่องดื่มสปาร์กลิงและผงซูเปอร์ฟู้ดรสชาติต่าง ๆ ที่ทำจากสมุนไพร เช่น เก๋ากี้ ชิง เห็ดหลินจือ รากมาคา (Maca) หรือโสมเปรู มะขามป้อม ที่ไม่เพียงขงดื่มเปล่า ๆ ก็ได้ แต่ยังสามารถนำไปออกแบบมี้อาหารสุดเก๋ จากผงสมุนไพรนี้ได้ด้วย ไม่ว่าจะเป็นการผสมในน้ำสลัด สมูตตี้ หรือจะใช้ โรยบนขนมอบก็ได้เช่นกัน



facebook.com/drinksunwink



facebook.com/happynoz.co.th

สลายน้ำมูก จมูกโล่ง ด้วยฤทธิ์หอมแดง

สรรพคุณของน้ำมันอัลลิสิค ไดซัลไฟด์ (Allilic Disulfides Oil) ในหัวหอมแดง ทำให้ Happy Noz สติ๊กเกอร์หัวหอม หยิบเอาหอมแดงมาเป็นส่วนผสมหลัก ในการสกัดกลิ่นเพื่อใช้แก้อาการคัดจมูกและลดน้ำมูก โดยใช้ น้ำมันหอมระเหย จากสมุนไพรอื่นที่มีกลิ่นหอมอ่อน ๆ มาเจือจางความฉุนและความเผ็ดเผิบ ของหอมแดงลง จนแม้แต่ทารกก็สามารถใช้ได้และไม่ต้องผินกินยาในยาม ที่เป็นหวัด ซึ่งในสติ๊กเกอร์จะมีสารเคอควีทิน (Quercetin) จากหัวหอมที่ ช่วยยับยั้งการหลั่งฮิสตามีน (Histamine) ที่ก่อให้เกิดอาการแพ้และน้ำมูก ไหลได้ นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาสูตรพิเศษสำหรับผู้ที่แพ้ฝุ่น PM2.5 และ ล่าสุดกับสูตรป้องกันเชื้อไวรัสที่ผ่านการรับรองจากผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัย ไวรัสอย่าง Virology Research Services ในประเทศอังกฤษแล้วอีกด้วย



facebook.com/aardvark.store

บำรุงเพื่อนสี่ขา ด้วยอาหารเม็ดผสมสมุนไพร

Aardvark แบรินตอาหารเม็ดสำหรับเจ้าหมาและเจ้าเหมียวจากสหราชอาณาจักร เลือกที่จะสร้างสรรค์จากโปรตีนแมลง ผักผลไม้ และสมุนไพร โดยมีเป้าหมาย เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ นอกจากนี้จะได้โปรตีนเน้น ๆ จากแมลงแล้ว อาหารเม็ดชนิดใหม่นี้ยังมีการเสริม สมุนไพรที่อุดมไปด้วยสารอาหารเพื่อช่วยบำรุงกระเพาะอาหารและลำไส้ของ สัตว์เลี้ยงตัวโปรดได้ด้วย ไม่ว่าจะเป็น เมล็ดเจีย ถั่วลูกไก่ อัลฟัลฟา (Alfalfa) ลูกชัด (Fenugreek) เนตเทิลส์ (Nettles) ใบมันสำปะหลัง (Yucca) แคนดิไลออน และโรสแมรี่

ที่มา : sunwink.com/ happynoz.org / aardvark.store

Creative Resource : วัตถุประสงค์ทางความคิด

เรื่อง : จัสมิน ภูประเสริฐ และ นคร เจียมเรืองจรัส



FEATURED DOCUMENTARY SERIES

(Un)Well

โดย Netflix

ความสุขจากการมีสุขภาพที่ดีนั้นเป็นสิ่งที่ทุกคนเรียกหา ฉะนั้นการเลือกบริโภคหรือเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ถูกจัดและปลอดภัย จึงต้องมีข้อมูลที่น่าเชื่อถือและผ่านการรับรองมาแล้ว แต่จะรู้ได้อย่างไรว่าผลิตภัณฑ์นั้นเหมาะกับร่างกายของเราหรือไม่

เรื่องราวของสารคดีเกี่ยวกับสุขภาพ “(Un) Well” โดย Netflix พาไปเจาะลึกชีวิตของผู้คนที่เลือกใช้ธรรมชาติบำบัด ซึ่งไม่ได้มีจุดหมายเพื่อปฏิวัติวงการแพทย์ เพียงแต่นำเสนอความเชื่อและมุมมองการรักษาด้วยวิธีการใหม่ ๆ เช่น การใช้น้ำมันหอมระเหยในการสูดดม กิน ดื่ม หรือทา และทำให้อาชีพอย่างนักสูคนบำบัดกลายเป็นที่สนใจในการนำศาสตร์การใช้น้ำมันหอมระเหยที่สกัดจากพืชมาช่วยเหลือนผู้ป่วยเพื่อคลายความกังวลและบรรเทาอาการเจ็บป่วยควบคู่ไปกับการรักษาหลัก

บนโลกใบนี้มีวิธีการรักษามากมายจากธรรมชาติ แต่ไม่มีวิธีที่ได้รับการยอมรับ สามารถใช้ได้จริง และต้องปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญ อย่างเหล็กในของผึ้งที่นับว่าอันตรายก็ยังมีคนนำมาทำเป็นเครื่องสำอาง ไปจนถึงการบำบัดโดยการให้ผึ้งต่อยเพราะเชื่อว่าพิษของเหล็กในจะช่วยให้อาการป่วยทุเลาลง หรือในปาเลสไตน์ที่มีคลินิกเฉพาะในการใช้ผึ้งบำบัดอาการผู้ป่วยทั้งเด็กและผู้ใหญ่โดยมีแพทย์กำกับดูแล ชาวมุสลิมเองก็เชื่อว่าผึ้งมีพลังแห่งการรักษาโดยมีบัญญัติไว้ในคัมภีร์อัลกุรอานด้วย

ธรรมชาติบำบัดนั้นมีหลายวิธีและให้ผลที่ทรงพลัง ทว่าทุกสิ่งมีข้อดีและข้อเสีย เสมือนนมแม่ที่ถือว่าเป็นวัคซีนแรกของทารก มีคุณค่าทางโภชนาการสูง เสริมพัฒนาการ และสร้างภูมิคุ้มกันได้ดี โดยงานวิจัยในสวีเดนที่เผยแพร่ผ่านนิตยสาร *Discover* ฉบับเดือนมิถุนายน 1999 สรุปได้ว่าเมื่อเต้านมแม่ในหลอดเพาะเลี้ยงที่มีเซลล์มะเร็งอยู่ พบว่าเซลล์ร้ายนั้นตายลงทั้งหมด แต่สิ่งที่เกิดผลดีในห้องทดลอง อาจไม่มีประโยชน์เมื่ออยู่ในร่างกายมนุษย์ก็เป็นได้ รวมถึงวัฒนธรรมการอดอาหารที่มีแทบทุกศาสนาเพื่อให้อวัยวะได้ชะล้างและฟื้นฟูตัวเอง ระหว่างการอดอาหารจะให้ความดันและการเผาผลาญลดลงเพื่อที่ร่างกายจะรักษาพลังงานเอาไว้ แต่แน่นอนว่า หากทำในวิธีสุดโต่งเกินไปก็ย่อมส่งผลเสียต่อร่างกาย

การเลือกใช้สมุนไพรท้องถิ่นที่กำลังเป็นอีกทางเลือกที่น่าสนใจและเป็นธุรกิจทำเงินได้อย่างมหาศาล แต่สมุนไพรบางชนิดยังไม่ได้รับการอนุญาตให้ใช้ได้ อย่างถูกกฎหมาย เช่น คนพื้นเมืองแถบแอมะซอนมีการใช้เถาอายุวักคามาดัมดื่มเพื่อการรักษาในพิธีทางความเชื่อ แต่อายุวักคามานั้นมีฤทธิ์หลอนประสาทซึ่งปัจจุบันมีการทดลองนำมาใช้รักษาโรคทางจิตเวช และพบว่าผู้ป่วยที่มีภาวะซึมเศร้าเรื้อรังและมีประวัติเปลี่ยนยาบ่อยครั้ง กลับมีอาการดีขึ้นภายใน 1 วันหลังจากได้รับยาจากพืชสมุนไพรนี้ ซึ่งให้ผลดีกว่ายาทั่วไปซึ่งจะต้องใช้เวลาประมาณ 2 สัปดาห์จึงจะเห็นผล

จะเห็นว่าแนวคิดต่าง ๆ ที่นำมาปรับใช้เพื่อการบำบัดหรือรักษานั้น มีเป้าหมายเดียวกันคือการมีสุขภาพที่ดีและมีความสุขในการใช้ชีวิต ที่สุดแล้วร่างกายและจิตใจของเราเองคงตอบได้ดีที่สุดว่าสิ่งไหนที่เหมาะสมหรือไม่ก่อให้เกิดประโยชน์กับร่างกายเรามากที่สุด



YOUTUBE CHANNEL

อภิญญาเบศร / Abhaibhubejhr Channel

โดย มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร
ในพระอุปถัมภ์สมเด็จพระเจ้าภคินีเธอ
เจ้าฟ้าเพชรรัตนราชสุดา สิริโสภาพัณณวดี

อภิญญาเบศรนับได้ว่าเป็นหน่วยงานที่มีความโดดเด่นในการขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาสมุนไพรในประเทศไทย ที่มีเป้าหมายในการดึงกลุ่มคนรุ่นใหม่มาทำความรู้จักและเข้าใจเรื่องของสมุนไพรเพื่อการดูแลสุขภาพ แต่หากนำมาใช้อย่างไม่ถูกต้องก็อาจเกิดอันตรายต่อร่างกายได้เช่นกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาและความรู้เกี่ยวกับพืชสมุนไพร ก่อนการบริโภค หนึ่งในนั้นคือข้อมูลของอภิญญาเบศรที่ผลิตคลิปข้อมูลความรู้ที่น่าสนใจเกี่ยวกับสมุนไพรออกอย่างต่อเนื่อง เช่น รายการ "Herb Story เล่าเรื่องสมุนไพร by อภิญญาเบศร" พอดคาสต์อัปเดตข่าวสารในวงการสมุนไพรไทยและข้อมูลจากงานวิจัยต่างๆ เพื่อเปลี่ยนเรื่องยากให้เข้าใจง่ายขึ้น ดำเนินรายการโดย ดร. ภญ. ผกากรอง ขวัญข้าว หัวหน้าศูนย์หลักฐานเชิงประจักษ์ด้านการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร ประจำโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร หรือรายการ "สมุนไพร DIY" ที่จะมาแนะนำเทคนิค ตลอดจนสูตรอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงไอเดียการดูแลสุขภาพด้วยสมุนไพรใกล้ตัวให้เกิดประโยชน์สูงสุดโดยคุณผู้เชี่ยวชาญ



มุมมองด้านคุณค่าของว่านในแขนงต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านเภสัชศาสตร์ เกษตรศาสตร์ โบราณศาสตร์ ดาราศาสตร์ หรือไสยศาสตร์ก็ตาม พร้อมรวบรวมพันธุ์ว่านที่มีปลูกและใช้ประโยชน์กันในปัจจุบันไว้กว่า 200 ชนิด จึงนับเป็นคู่มือขั้นดีสำหรับผู้ที่สนใจเรื่องว่านเพื่อการนำไปใช้ให้เกิดประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อร่างกายอย่างแท้จริง และยังเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่าเหมาะแก่การสืบสานอนุรักษ์ไว้ต่อไป

The Herbal Kitchen: Bring lasting health to you and your family with 50 easy-to-find common herbs and over 250 recipes

โดย Kami McBride

การใช้สมุนไพรแห้งและสดในการปรุงอาหารนั้นมีสรรพคุณที่ดีต่อร่างกาย ทั้งช่วยเพิ่มปริมาณวิตามินและแร่ธาตุ ช่วยปรับระบบการย่อยอาหาร สร้างภูมิคุ้มกัน เพิ่มพลังงาน ส่งเสริมการนอนหลับพักผ่อนและอื่น ๆ อีกมากมายนับไม่ถ้วน *The Herbal Kitchen* เป็นหนังสือที่สร้างแรงบันดาลใจและมอบประสบการณ์ความสนุกสนานในห้องครัว ผ่านเรื่องราวความมหัศจรรย์ของสมุนไพรจากการทำอาหาร เครื่องดื่ม และการปรุงยาด้วยสมุนไพรและเครื่องเทศที่หาง่ายกว่า 50 ชนิดซึ่งอยู่ติดครัว โดยแนะนำสูตรอาหารเรียบง่ายและรสชาติดีมากกว่า 250 สูตร พร้อมเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยที่ทำความเข้าใจได้ไม่ยาก เพราะการปรุงอาหารด้วยสมุนไพรไม่เพียงแต่ช่วยสร้างกลิ่นหอม เพิ่มความสดชื่น และทำให้เมนูแต่ละมื้อน่ารับประทานมากขึ้น แต่ยังส่งผลต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของเราและคนที่เรารักอีกด้วย



5 วัสดุและนวัตกรรมทางเลือกจากต้นกัญชง

เรื่อง : มนต์นภา พานิชเกรียงไกร | ภาพ : Material ConneXion® และ TCDC Material Database

เมื่อพูดถึง “กัญชง หรือ เฮมพ์ (Hemp)” หลายคนอาจจะนึกว่าเป็นผ้าแปดของกัญชาแบบอนันันไม่ใช้คำตอบที่ผิดสักทีเดียว เพราะกัญชงและรูปร่างหน้าตาภายนอกก็ดูคล้ายกันมาก แต่ถ้าหากวิเคราะห์हींที่ข้ออยู่ภายใน คงปฏิเสธไม่ได้ว่า สรรพคุณของกัญชงนั้นแทบเรียกได้ว่าเป็น “สมุนไพร” สารพัดประโยชน์แทบทุกส่วนตั้งแต่ใบไปจนถึงราก

นอกเหนือจากการนำไปบริโภคเพื่อสรรพคุณทางการแพทย์แล้ว น้ำมันจากเมล็ดยังนำไปแปรรูปเป็นอาหารและผลิตภัณฑ์เสริมความงามได้อีกด้วย อีกหนึ่งความน่าสนใจคือ ต้นกัญชงเป็นพืชที่เติบโตเร็วพร้อมให้เก็บเกี่ยวผลผลิตได้ภายใน 3-4 เดือนโดยใช้ทรัพยากรน้ำในปริมาณเล็กน้อยเท่านั้น รวมถึงยังดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ได้ถึง 150% ของน้ำหนักชีวมวล เส้นใยที่ได้ยังมีคุณภาพ เหมาะนำมาผลิตเป็นสิ่งทอเครื่องนุ่งห่มและกระดาษ ทำให้นักวิจัยให้ความสนใจศึกษาถึงคุณสมบัติและต่อยอดพัฒนาภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ทางเลือกต่าง ๆ มากมาย เช่น

ใบโอฟิกแบค “Hemp Black eco6”

จาก Hemp Black เป็นวัสดุอินทรีย์ที่ปราศจากสารพิษและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสำหรับใช้ทดแทนสารให้สีและหมึกจากคาร์บอนแบล็กดั้งเดิมที่ผลิตจากเชื้อเพลิงฟอสซิล โดยใช้แกนไม้ของต้นกัญชงซึ่งมีสัดส่วนของคาร์บอนสูงมาทำเป็นสารให้สีดำซึ่งช่วยลดคาร์บอนในบรรยากาศ รวมทั้งยังใช้ทำเส้นใยคุณภาพสูงที่มีคุณสมบัตินำความร้อนจัดการอุณหภูมิ ทนต่อรังสียูวีที่ระดับ UPF 50+ และต้านทานไฟฟ้าสถิต ผ่านการรับรองคุณสมบัติตามมาตรฐานด้าน Material Health จาก Cradle to Cradle ในระดับ Platinum มีการจดสิทธิบัตรแล้วจึงเหมาะนำไปผสมในองค์ประกอบของวัสดุยาสารเสริมความแข็งแรง ส่วนประกอบนำความร้อนและนำไฟฟ้า ใช้ย้อมสี ชิ้นส่วนยานยนต์ ฝาครอบเครื่องสำอาง และงานสิ่งพิมพ์

เส้นใยถนนวนชีวภาพ “HEMP & SILK”

จาก IMBOTEX SRL คือถนนวนจากวัสดุชีวภาพ 100% ที่มีความอบอุ่นและนุ่มนวลของสิ่งทอธรรมชาติร่วมกับความทนทานของกัญชงและกระดาษอากาศที่ดีของเส้นใยไหม ประกอบด้วยใยกัญชง 40% ไหมรีไซเคิล 40% และพอลิเมอร์ชีวภาพ (PLA) 20%

สามารถสืบค้นข้อมูลวัสดุและนวัตกรรมเพิ่มเติมได้ที่ tcdcmaterial.com/th และ materialconnexion.online หรือสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ E-mail : Infomaterials@cea.or.th / Line Official : @TCDC

ทำผิวด้วยวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ปลอดคลอรีน) นำไปซักทำความสะอาดได้ ผ่านการรับรองจาก GRS and OEKO TEX เหมาะใช้ทำวัสดุถนนวนในชุดกีฬาและแฟชั่น รองเท้า ถุงมือ ถุงนอน ผ้านวม เบาะที่นอนและหมอน

พรมออร์แกนิก “Hemp Rubber Tile”

จาก DD Nature Craft Co., Ltd. พรมปูพื้นผ้าใยกัญชงประกบยาง ประกอบด้วยผ้าใยกัญชงอินทรีย์ 50% ยางธรรมชาติ 35% และเศษกัญชง 15% โดยเศษกัญชงจะถูกเติมในส่วนผสมของยางธรรมชาติและยางสังเคราะห์ แล้วนำไปอัดรีดเป็นแผ่น ตัดให้ได้ขนาด ก่อนนำไปปิดหน้าด้วยผ้าใยกัญชง แล้วอัดด้วยความร้อนให้วัสดุประกบติดกัน สามารถผลิตสีเส้นและลวดลายได้ตามต้องการ โดยอาจมีสีเส้นที่แตกต่างกันบ้างในแต่ละแผ่น วัสดุนี้ระบายอากาศได้ดี ต้านทานเชื้อรา และทนทานต่อการเสียดสีจากรังสียูวี เหมาะสำหรับปูพื้น

แผ่นพาร์ทิเกิลบอร์ด “HempWood”

จาก Fibonacci คือวัสดุทดแทนไม้คุณภาพสูงที่สร้างผลกระทบต่อระบบนิเวศต่ำที่สุดในบรรดาวัสดุทางเลือกทั้งหลาย ประกอบด้วยกัญชง 85% ถั่วเหลือง 10% และตัวประสานชีวภาพ 5% วัสดุดูดิบมีวงจร



การปลูกและเก็บเกี่ยวที่สั้น (4 เดือน) แต่มีประสิทธิภาพเทียบเท่าไม้เนื้อแข็งจากป่าเขตร้อนที่มีอายุถึง 200 ปี จึงช่วยลดการสูญเสียพื้นที่ป่า มีการรับประกันการนำมาใช้งานภายในที่พักอาศัยนานถึง 10 ปี เหมาะสำหรับตกแต่งพื้นผิวภายในอาคารที่ไม่ใช่โครงสร้าง เช่น ปูพื้น เฟอร์นิเจอร์ ผนังตกแต่ง ของใช้ในบ้าน ท็อปเคาน์เตอร์ และงานไม้อื่น ๆ

สารเติมแต่งพลาสติก “Imperium Fibers”

จาก Heartland เส้นใยและตัวเติมชีวภาพจากต้นกัญชงสำหรับผลิตพลาสติกขึ้นรูปในแม่พิมพ์สังเคราะห์จากเส้นใยกัญชง 95% และสารเติมแต่งที่เป็นกรรมสิทธิ์เฉพาะ 5% บริษัทใช้วัสดุเติมเต็มจากแกนต้นกัญชงมาเสริมความแข็งแรงให้พลาสติกและใช้ใยกัญชงทดแทนเส้นใยแก้วสำหรับงานที่ต้องใช้พลาสติกที่แข็งแรงทนทาน วัสดุเติมเต็มจากกัญชงนี้สามารถใช้แทนสารเติมเต็มจากแร่ธาตุดั้งเดิมได้แบบ 1 ต่อ 1 โดยมีน้ำหนักเบาว่าถึง 80% และราคาถูกกว่า เหมาะใช้เป็นตัวเติมเต็มสำหรับพลาสติกเกือบทุกประเภท ทั้ง PP PE PVC PLA และ PHA ที่ใช้ในอุตสาหกรรมยานยนต์ บรรจุภัณฑ์ และงานก่อสร้าง

จะเห็นได้ว่าสมุนไพรที่ (เหมือนจะ) ธรรมดาอย่าง “กัญชง” นั้น ได้แสดงถึงคุณประโยชน์มากมายที่ผ่านการยอมรับมาตรฐานจากแต่ละอุตสาหกรรมซึ่ง 5 ตัวอย่างวัสดุและนวัตกรรมที่ยกมาข้างต้นเป็นเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น ยังมีอีกหลากหลายนวัตกรรมที่นักวิจัยยังพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อศึกษาถึงความเป็นไปได้สูงสุดของพืชสมุนไพรทางเลือกที่จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นต่ออนาคตของมนุษยชาติท่ามกลางสถานการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม [CT](#)

ที่มา : “MC1072801 Hemp Black eco6, MC1086401 HEMP & SILK, MC610604 Hemp Rubber Tile, MC1129601 HempWood และ MC1148801 Imperium Fibers” จากฐานข้อมูลวัสดุออนไลน์ Material ConneXion® และบทความ “กัญชง มีประโยชน์อย่างไร” จาก wongkarnpat.com

ร้านยาคู่ย่าน

เรื่อง : ปิยะพร สวัสดิ์สิงห์
ภาพ : นฤพร ไชยเฉลิม

สิ่งหนึ่งที่อยู่ย่านเมืองเก่าคงหนีไม่พ้น “ร้านขายยาแผนโบราณ” ทั้งตำรับแพทย์แผนไทยหรือแบบฉบับแพทย์แผนจีน กลิ่นหอมของบรรดาสมุนไพรคือสิ่งที่โชยมาทักทายลูกค้าที่ผ่านไปมา ขณะที่ลิ้นชักไม้แบ่งช่องสำหรับเก็บยาชนิดต่าง ๆ ไหลแก้วขนาดเล็กและใหญ่ที่บรรจุสมุนไพรอยู่ภายใน ตาขังแบบโบราณ เครื่องบดและตัดยา ไปจนถึงกระดาษที่ใช้พ่อยาจัดเป็นชุด ๆ แบบดั้งเดิม ก็ดึงดูดสายตาให้หลายคนต้องหยุดและเข้าไปลองเปิดโลกแห่งการรักษาแผนโบราณดูสักครั้ง

“ร้านขายยาเจ้ากรมเปือ”

**125 ปี ตำรับยาสมุนไพรไทยแผนโบราณ
แห่งย่านจักรวรรดิ**

ร้านขายยาเจ้ากรมเปือ ตั้งอยู่ใกล้กับวัดจักรวรรดิราชาวาสวรมหาวิหาร หรือวัดสามปลื้ม เป็นร้านขายยาสมุนไพรไทยตำรับโบราณที่มีอายุยาวนานร่วมศตวรรษ ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2439 สมัยรัชกาลที่ 5 โดย นายเปือ สุวรรณเดมิย์ ที่ได้เรียนรู้การทำสมุนไพรจากท่านเจ้าอาวาสที่มีความเก่งเชี่ยวชาญด้านสมุนไพรไทยจนแตกฉาน ก่อนจะเปิดร้านและมีสมาชิกในครอบครัวว่าเรียนวิชาแพทย์แผนไทยโบราณและดำเนินกิจการสืบต่อเรื่อยมา

ปัจจุบัน หมอถวัลย์ สุวรรณเดมิย์ เป็นผู้ดูแลและคอยให้คำปรึกษาเรื่องสมุนไพร ส่งขายตามอาคารทั้งยังจัดยาตามใบสั่งยาของแพทย์ได้ด้วย ร้านขายยาเจ้ากรมเปือมีสมุนไพรไทยไว้บริการกว่า 750 ชนิด รักษาตามตำราด้วยสูตรของร้านมากกว่า 60 โรค มียายอดนิยมนั้น ยารักษาเบาหวาน อัมพฤกษ์ อัมพาต และโรคต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสตรี ด้วยการคัดสรรตัวยานิดดีมีขายในราคามิตรภาพ พร้อมสืบสานตำรับยาสมุนไพรไทยดั้งเดิมต่อไป

พิกัด : 229-231 ถนนจักรวรรดิ แขวงจักรวรรดิ เขตสัมพันธวงศ์ โทร. 02-221-3272 / chaokrompoe.com / facebook.com/herbchaokrompoe



“ร้านขายยาเอ๊ะแซ่”

**หมอมะเทวดาและร้านขายยาสมุนไพรจีน
แห่งย่านตลาดน้อย**

บรรพบุรุษของร้านเอ๊ะแซ่เป็นแพทย์แผนจีนที่อพยพมาจากเมืองทลซัวเถา เมื่อจากเมืองจีนมาตั้งรกรากที่ไทย ก็เห็นว่าย่านตลาดน้อยมีคนจีนอาศัยอยู่มาก จึงเปิดร้านขายยาพร้อมให้บริการรักษาตามแบบฉบับของจีนเสฉวน ทั้งการฉะ (จับชีพจร) การดูลิ้น และอีกหลากหลายวิธี จนเป็นที่เลื่องลือได้ฉายาว่า “หมอมะเทวดา” เป็นที่รักของคนในชุมชน

ปัจจุบันร้านเอ๊ะแซ่ถือเป็นหนึ่งในร้านเก่าแก่ประจำย่านตลาดน้อยที่มีอายุกว่า 100 ปี ส่งต่อกิจการจากรุ่นสู่รุ่น พร้อมปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ลูกค้าอยู่เสมอ หนึ่งในนั้นคือยาต้มเอ๊ะแซ่ โดย ไพบุลย์ เฉลิมชัยกิจ ทายาทรุ่นที่ 3 ที่คิดทำยาตามชนิดพกพาขึ้นจำหน่ายจนโด่งดัง และยังมีส่วนประกอบที่กินง่าย เช่น จับชาให้เป่าชนิดแคปซูลสำหรับบำรุงครรภ์คุณแม่และเด็ก แซ่ฮัวทิง ชนิดแคปซูลสำหรับคุณแม่หลังคลอด หรือจะเป็นยาต้มเอ๊ะแซ่ และน้องใหม่ล่าสุดอย่างลูกอมจากน้ำสมุนไพรแท้ที่คนรักสมุนไพรไม่ควรพลาด

พิกัด : 928 ถนนเจริญกรุง แขวงตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ โทร. 02-234-1519 / earsaireasy.com facebook.com/earsaireasy

ที่มา : วิดีโอ “ร้านยาสมุนไพร ‘เจ้ากรมเปือ’ - หมอถวัลย์ สุวรรณเดมิย์ (ร้านยาสมุนไพรไทย) TP.14” โดย Urban Creature / วิดีโอ “คุยกันวันเสาร์ ร้านขายยาแผนโบราณ ‘เจ้ากรมเปือ’” (8 ตุลาคม 2556) โดย คุยกันวันเสาร์ จาก youtube.com / วิดีโอ “บ้านหมอมะเทวดา” ตำรับยาโบราณสมัยรัชกาลที่ 6 | คุณพระช่วย (11 กุมภาพันธ์ 2562) โดย คุณพระช่วย จาก youtube.com / วิดีโอ “ศาสตร์ศึกษา : ‘บ้านหมอมะเทวดา’ บำรุงชาติสาธารณสุขไทย” (25 เมษายน 2560) โดยมหาวิทยาลัยรังสิต จาก youtube.com / ข้อมูลจากการสำรวจพื้นที่ย่านเจริญกรุง-ตลาดน้อย โดย สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

“บำรุงชาติสาธารณสุขไทย (บ้านหมอมะเทวดา)”

**พิพิธภัณฑ์มีชีวิตและร้านขายยาไทย
แห่งย่านเสาชิงช้า**

บำรุงชาติสาธารณสุขไทย หรือ บ้านหมอมะเทวดา สร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2467 ภายใต้อาคารสถาปัตยกรรมคลาสสิกแบบโคโลเนียลถึงปูนถึงไม้ 3 ชั้น ใกล้กับเสาชิงช้า ชั้นล่างของอาคารเปิดเป็นร้านขายยา “ยาหมอมะเทวดา” ที่ถูกคิดค้นและปรุงขึ้นโดยหมอมะเทวดา รอดม่วง แพทย์แผนไทยที่มีชีวิตอยู่ในสมัยรัชกาลที่ 5 ถึงรัชกาลที่ 8 ซึ่งได้ปรับเอาความนิยมยาฝรั่งในขณะนั้นมาผสมผสานกับตำรับยาไทยดั้งเดิม โดยตำรับที่เป็นที่นิยมมากที่สุดคือ “ยาหอมสูตรโบราณ” 4 สูตร คือ ยาหอมสุรามฤต ยาหอมอินทโรศยา ยาหอมประจักษ์ร์ และยาหอมสว่างภพ ซึ่งล้วนประกอบด้วยสมุนไพรชั้นเลิศและหายาก ไม่ว่าจะเป็น ญี่เป่าฝรั่ง คุลิก้า เท็ดนมเสือดองหางวัว อำพันทอง พิมเสนเกล็ด

ปัจจุบัน ภาลิณี ญาโณทัย ทายาทรุ่นที่ 4 เป็นผู้สืบทอดดูแลตำรับยาหมอมะเทวดาที่ปรับตัวไปตามยุคสมัยแต่ยังคงคุณค่าของสูตรเดิม มีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาลดทอนความขมลงให้เป็นยาหอมในเวอร์ชันที่เป็นมิตรกับคนรุ่นใหม่มากขึ้น เช่น ลูกอมขึ้นจิตต์ ที่ใครได้ชิมเป็นต้องติดใจ

พิกัด : 9 ซอยเทศา ถนนบำรุงเมือง แขวงวัดราชบพิธ เขตพระนคร โทร. 02-221-8070 / mowaan.com / facebook.com/mowaan.bumrungrat.sassana.yathai

ขยายขอบเขตจากรवाल แห่ง “สมุนไพรไทย”

เรื่อง : พริ้วศรีม ว่องไชยกุล

ก่อนหน้านี้ตลาดสมุนไพรไทยอยู่ในวัฏจักรขาขึ้นอยู่แล้ว แต่ปัจจัยที่ผลักดันให้ตลาดนี้โตแบบก้าวกระโดด หนีไม่พ้นโควิด-19 สรรพคุณทางยาที่ช่วยบรรเทาอาการหลังติดเชื้อของ “ฟ้าทะลายโจร” และ “กระชายขาว” ทำให้พืชสมุนไพรสองชนิดนี้ติดกับขาดตลาด ตามด้วยกระแสการนำมาแปรรูปในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เป็นที่ยอมรับมากขึ้น เช่น น้ำกระชายไปจนถึงยาสีฟันผสมฟ้าทะลายโจร แม้แต่ “ซิง” ก็เกิดกระแสการบริโภคสูงขึ้น เพราะเชื่อกันว่ามีฤทธิ์ช่วยเสริมภูมิคุ้มกันในร่างกาย สักเกตได้ว่าในตลาดสดหรือตลาดนัดเกิดมีร้านขายน้ำซิงเต็มหน้าใหม่มากมายที่รับขนานรับธุรกิจในช่วงขาขึ้นแบบนี้

ระหว่างการระบาดของโรคโควิด-19 ผลิตภัณฑ์หลักที่ผู้บริโภคต้องการมักเป็น “ยา” ในรูปผงบดบรรจุแคปซูล เพราะต้องการนำมาใช้รักษาเร่งด่วน แต่ที่จริงแล้วในตลาดสมุนไพร อุตสาหกรรมที่นำสมุนไพรไทยไปใช้มากที่สุดกลับไม่ใช่ยา โดยข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์เมื่อปี 2562 ระบุว่า สมุนไพรไทยถูกนำไปใช้เป็นยาในสัดส่วนเพียง 4-5% ตามมาด้วยใช้เป็นอาหารเสริม 18-20% แต่ที่มากที่สุดคือนำไปใช้ในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องสำอางที่สูงถึง 79-80%

ตลาดสมุนไพรไทยถูกจุดประกายขึ้นแล้ว จากโควิด-19 คนไทยหันมาสนใจสรรพคุณทางยาจากองค์ความรู้แพทย์แผนไทยสูงขึ้น แต่การจะต่อยอดให้มีความยั่งยืนหลังวิกฤตโรคระบาดผ่านพ้นได้ สมุนไพรไทยต้องแทรกตัวเข้าไปอยู่ในชีวิตประจำวันของคนไทยให้ได้ ไม่เฉพาะเป็นยารักษาโรค แต่ยังต้องมีอีกหลากหลายนวัตกรรมที่ช่วยส่งเสริมให้สมุนไพรกลายเป็นผลิตภัณฑ์เพิ่มมูลค่าทั้งในตลาดของประเทศไทยและเพื่อการส่งออก

สมุนไพรใช้ทำอะไรได้บ้าง

มองในระดับตลาดโลก Market Study Report รายงานการคาดการณ์ว่า ตลาดสมุนไพรทั่วโลก น่าจะมีมูลค่าถึง 4.11 แสนล้านเหรียญสหรัฐ (ประมาณ 1.37 ล้านล้านบาท) ภายในปี 2569 การเติบโตที่เพิ่มขึ้นเกิดจากการที่ผู้บริโภคยอมรับสมุนไพรมากขึ้น และรัฐบาลแต่ละประเทศมีการลงทุนในงานวิจัยและพัฒนา รวมถึงการเติบโตของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายมากขึ้นจากการพัฒนาของอุตสาหกรรมเอง

รายงานฉบับนี้ยังระบุด้วยว่า เทรนด์ดาวรุ่งที่กำลังพุ่งทะยานมากกว่าการนำสมุนไพรมาใช้ทำยา คือการใช้เป็นส่วนผสมในกลุ่มเครื่องสำอาง และภูมิภาคที่น่าจะเติบโตมากที่สุดก็คือ “เอเชียแปซิฟิก” เพราะรัฐบาลจีนกับอินเดียมีการลงทุนอย่างหนักเพื่อวิจัยและพัฒนาสมุนไพรของตนเอง ทั้งนี้ จีนและอินเดียคือเบอร์ 1 และเบอร์ 2 ของโลก ในฐานะผู้ผลิตและส่งออกสมุนไพรมากที่สุด โดยทั้งสองประเทศมีส่วนแบ่งการตลาดรวมกันถึง 70%

แล้วจักรวาลนวัตกรรมสมุนไพรใช้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ได้บ้าง ขอแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์เหล่านี้ พร้อมตัวอย่างสินค้าในตลาดที่จะช่วยทำให้เห็นความเป็นไปได้ของธุรกิจสมุนไพรมากขึ้น

● อาหารและเครื่องดื่ม

ทั่วโลกมีการนำสมุนไพรไปแปรรูปเป็นอาหารหรือเครื่องดื่มโดยตรงโดยที่ยังคงสรรพคุณทางยาอยู่ โดยเครื่องดื่มประเภทหนึ่งที่นิยมผสมสมุนไพรกันมากคือ “ชา” เพราะวัฒนธรรมการดื่มชาพบได้ในทุกทวีป ตัวอย่างชาสมุนไพรที่แพร่หลาย เช่น ชาเก๊กฮวย ชาออยบอส ชาตะไคร้ ชาเปปเปอร์มินต์



ชาโรสฮิป บางครั้งมีการผสมสมุนไพรหลายชนิดรวมในชาถุงเดียว

ส่วนการแปรรูปเป็นอาหาร มักจะมีการนำเอาสมุนไพรไปตากแห้งเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบทำอาหารในครัวเรือนกันเป็นส่วนใหญ่ หรืออบเป็นผงอาหารเสริมสำหรับนำไปเจือปนในอาหาร โดยสมุนไพรที่พบการขายลักษณะนี้ก็เช่น เก๋ากี้ ขมิ้นชัน มะระขี้นก ใบเลมอนบาล์ม ผักพรมมิ หรือผักมิ

● เครื่องสำอาง-สกินแคร์

อีกหนึ่งหมวดผลิตภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าให้สมุนไพรได้มากที่สุดคือ “เครื่องสำอาง-สกินแคร์” โดยศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ เคยนำเสนอข้อมูลเมื่อปี 2561 ยกตัวอย่าง “ขมิ้นชัน” หากขายเป็นของสดจะมีราคาเพียง 20 บาทต่อกิโลกรัม แต่ถ้าหากนำสารสกัดมาผสมในเครื่องสำอาง จะทำให้ราคาขึ้นไปถึง 200,000 บาทต่อกิโลกรัม และถ้าสามารถผลิตเครื่องสำอางที่มีแบรนด์ดีตลาด มูลค่าอาจไปถึง 1 ล้านบาทต่อกิโลกรัมเลยทีเดียว

อุตสาหกรรมเครื่องสำอางมีความต้องการเสาะหาส่วนผสมที่มีสรรพคุณเพื่อความงาม เช่น ปรับผิวขาวกระจ่างใส ชะลอวัย ลบริ้วรอย ให้ความชุ่มชื้น ทำให้สมุนไพรที่มีผลวิจัยได้รับการรับรองสรรพคุณ มักจะถูกนำมาใช้อยู่เสมอ ตัวอย่างที่พบในตลาด เช่น โสมแดง ชะเอมเทศ ใบบัวบก กัญชา ว่านหางจระเข้ ฯลฯ สมุนไพรเหล่านี้ถูกนำมาใช้ในแบรนด์ดังระดับโลก สะท้อนโอกาสที่เป็นไปได้ของไทย



● ผลิตภัณฑ์นวด สปา เครื่องหอม

คล้ายคลึงกับกลุ่มเครื่องสำอาง นั่นคืออุตสาหกรรมกลุ่มสปาที่ต้องการสรรพคุณช่วยด้านความงาม แต่นอกเหนือจากนั้น กลุ่มผลิตภัณฑ์นี้ยังมักจะต้องการความโดดเด่นในเรื่องกลิ่นและการผ่อนคลายอารมณ์ควบคู่ไปด้วย โดยผลิตภัณฑ์ที่พบบ่อย เช่น น้ำมันนวด เทียนหอม ลูกประคบ ตัวอย่างสมุนไพรที่ใช้ในกลุ่มนวด สปา เครื่องหอม เช่น จิง ตะไคร้ ดอกบัว ดอกโบทัน ดอกดาวเรือง โรสแมรี่ และลาเวนเดอร์

● เครื่องอุปโภคอื่น ๆ

เครื่องอุปโภคที่มักจะถูกนำสมุนไพรมาใช้เป็นผลิตภัณฑ์ในชีวิตประจำวัน เช่น แชมพู สบู่ ยาสีฟัน น้ำยาบ้วนปาก กลุ่มสมุนไพรไทยถูกนำมาใช้ในผลิตภัณฑ์เหล่านี้เป็นจำนวนมากอยู่แล้วที่เราคุ้นเคยกันดีก็เช่นสมุนไพรอย่างอัญชัน มะกรูด ฟักทะเลยาใจ กานพลู มะขามป้อม ขณะที่ในต่างประเทศก็มีสมุนไพรชาประจำในวงการเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นน้ำมันผลอาร์แกน ดอกอะคาเซีย น้ำมันต้นทีทรี และดอกเสาวรส

นอกจากเครื่องอุปโภคเหล่านี้แล้ว ยังมีผลิตภัณฑ์อื่นที่ตอบโจทย์ในการช่วยแก้ปัญหาบางอย่างให้ผู้ใส่ใจเฉพาะกลุ่ม ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการไทยพัฒนาขึ้นและมีความน่าสนใจ เช่น ลินด้าที่ใช้เพื่อกันยุง ลูกอมสมุนไพรลดการสูบบุหรี่ แผ่นสติ๊กเกอร์ลดกลิ่นเท้า แผ่นประคบลดปวดล้นเท้า เป็นต้น

เห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ปลายน้ำหลาย ๆ ชนิด มีจุดตั้งต้นจากการผสมสมุนไพรลงไป ซึ่งส่วนที่สำคัญก็คือการผลิต “สารสกัด” และ “น้ำมันหอมระเหย” ที่มีมาตรฐานออกจำหน่าย โดยประเทศไทยจำเป็นต้องเร่งพัฒนาโรงงานผลิตสารสกัดที่มีมาตรฐาน เพราะสารสกัดสมุนไพรแต่ละชนิดต้องมีระดับสารสำคัญที่มีสรรพคุณทางยาเหมาะสม ดูดซึมได้ดี ที่สำคัญคือจะต้องมีห้องทดลองและวิจัยที่เป็นที่ยอมรับให้การรับรองคุณสมบัติและความปลอดภัย ทั้งหมดนี้ก็เพื่อให้ไทยจะสามารถเป็นต้นทางในการส่งออกสมุนไพรไทยด้วยมูลค่าที่มากขึ้น หรือเมื่อถูกนำไปใช้ในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ก็จะได้รับกำไรมากขึ้นในตลาดต่างประเทศ

ตลาดสมุนไพรไทยกำลังแตกกิ่งก้าน

สมุนไพรไทยอยู่ตรงไหนหากเทียบกับเวทีโลก ข้อดีของประเทศไทยคือเรามีศาสตร์การแพทย์แผนไทยที่ยังสืบสานกันมาอย่างต่อเนื่องและยาวนาน ขณะที่ในประเทศไทยเองก็ยังมีกลุ่มผู้บริโภคที่มีความสนใจผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติจำนวนมากไม่น้อย และที่สำคัญคือกิจการที่เราเป็นประเทศที่มีชนิดสมุนไพรหลากหลาย แต่ที่ต้องไปต่อก็คือ การสร้างมาตรฐานการผลิต สร้างนวัตกรรมด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ รวมถึงการสร้างแบรนด์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการตลาดที่ทันสมัย



ซึ่งผู้ประกอบการหลายรายก็ได้เริ่มกลยุทธ์ทางธุรกิจกันบ้างแล้ว

ข้อมูลจาก กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ระบุว่า เมื่อปี 2562 ไทยมีมูลค่าตลาดสมุนไพรถึง 1.8 แสนล้านบาท ในจำนวนนี้เป็นยอดขายจากการส่งออก 1 แสนล้านบาท โดยแบ่งเป็นกลุ่มอาหารเสริม 80,000 ล้านบาท กลุ่มสปาและผลิตภัณฑ์ 10,000 ล้านบาท และกลุ่มยาแผนโบราณ 10,000 ล้านบาท มีตลาดรับซื้อรายใหญ่ คือ จีน ญี่ปุ่น เวียดนาม เมียนมา สหรัฐอเมริกา ซึ่งมักจะนำสมุนไพรไปเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อาหารหรือเครื่องสำอาง

ประเทศไทยให้การส่งเสริมตลาดสมุนไพรอย่างจริงจัง โดยมี “แผนแม่บทแห่งชาติ ว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564” มีเป้าหมายคือส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทย ต้องการให้ไทยเป็นผู้นำอาเซียนด้านการส่งออกสมุนไพร ทำให้มูลค่าตลาดเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 1 เท่าตัว (เติบโตเฉลี่ย 15% ต่อปี) และทำให้มีการใช้จ่ายสมุนไพรในสถานบริการการแพทย์แผนปัจจุบันเพิ่มขึ้น

จากแผนแม่บทนี้ทำให้ไทยมีการออกพ.ร.บ. ผลิตภัณฑ์สมุนไพร พ.ศ. 2562 ซึ่งไฮไลต์สำคัญคือการปลดล็อกให้แพทย์แผนไทยปรุงยาและจ่ายยาแก่ผู้ป่วยของตนได้โดยไม่ต้องขออนุญาต รวมถึงให้ผู้มีตำรับยานามาขึ้นทะเบียนก่อนได้ โดยไม่ต้องหาสถานที่ผลิต ทั้งนี้ แนวทางปฏิบัติที่จะส่งเสริมให้ได้ตามเป้าหมายที่กล่าวมาทั้งหมด สามารถแบ่งออกเป็นหัวข้อต่าง ๆ พร้อมตัวอย่างได้ดังนี้

1. ส่งเสริมการปลูกและผลิตระดับชุมชน

ส่งเสริมพื้นที่ปลูกสมุนไพรให้ได้มาตรฐาน 43,000 ไร่ และส่งเสริมแหล่งเก็บเกี่ยว พร้อมผลิตสารสกัดอย่างง่ายในชุมชน 50 แห่ง

2. ส่งเสริมการวิจัย

มีงานวิจัยพัฒนาพันธุ์พืชและเทคโนโลยีเกี่ยวกับสมุนไพรอย่างน้อย 30 เรื่อง ต่อปี โดยจะใช้งบประมาณสนับสนุนเพิ่มขึ้น 5,000 ล้านบาทในรอบ 5 ปี รวมถึงมีการดึงเอกชนร่วมลงทุนในการวิจัย

3. ส่งเสริมการผลิต

ตั้งข้อกำหนดมาตรฐาน GAP/GACP ของการผลิตสมุนไพรอย่างน้อย 30 ชนิด และส่งเสริมให้มีห้องปฏิบัติการ (แล็บ) รับผิดชอบต่อรับรองคุณภาพวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน ISO 17025 เพิ่มขึ้นอย่างน้อย 15 แห่ง

4. ส่งเสริมการขาย

วางระบบตลาดกลาง 4 แห่ง และระบบตลาดออนไลน์ 1 แห่ง

หลังจากเริ่มเพาะเมล็ดกันไประยะหนึ่ง รศ. ภก. สุรจิณ นาซีสุวรรณ คณบดีคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ให้ข้อมูลไว้เมื่อปี 2563 ว่า ความพยายามเริ่มเห็นผล โดยเกิดจากทั้งการส่งเสริมของรัฐ และอันติของโควิด-19 ที่ทำให้ประชาชนรักสุขภาพมากขึ้น หันมาสนใจสมุนไพรไทยสูงขึ้น จึงเกิดผู้ประกอบการมากขึ้นกว่าเดิมถึง 200-300 แห่ง ส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยาและเครื่องสำอาง

แล้วโอกาสในตลาดโลกเป็นอย่างไร รศ. ดร. สุรพจน์ วงศ์ใหญ่ ผู้เชี่ยวชาญสมุนไพรของสหประชาชาติ และอาจารย์ประจำวิทยาลัยการแพทย์แผนตะวันออก มหาวิทยาลัยรังสิต ระบุว่า เทรนด์ในตลาดโลกว่า ต้องการสมุนไพรเพิ่มขึ้นทั้งในแง่การเป็นยารักษาและบำรุงป้องกัน โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา เพราะปกติการวิจัยและพัฒนาจนถึงตั้งโรงงานผลิตยาเคมีต้องใช้เวลานาน ใช้ต้นทุนสูง ทำให้มีราคาแพง เข้าถึงยาก กลุ่มประเทศเหล่านี้จึงสนใจใช้จ่ายสมุนไพรทดแทน

ส่วนดีมานด์การใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของสมุนไพร ขอยกข้อมูลจาก “ศูนย์ส่งเสริมการค้าสินค้าจากประเทศกำลังพัฒนา” (CBI) กระทรวงการต่างประเทศ ประเทศเนเธอร์แลนด์ ที่ทำงานในฐานะประตูการค้าเข้าสู่สหภาพยุโรปด้วย หน่วยงานนี้ให้ข้อมูลเทรนด์ผู้บริโภคในยุโรปไว้ว่าน่าสนใจว่า ในปี 2563 ตลาดเครื่องเทศมีการเติบโต 4% แต่สำหรับเครื่องเทศที่มีฤทธิ์ “เสริมภูมิคุ้มกัน” เติบโตได้แข็งแกร่งกว่านั้น ด้วยอันติของโควิด-19 และการตลาดบนโซเชียลมีเดียที่ยังคงดึงดูดผู้ซื้อ

โดยเครื่องเทศหลักที่คนยุโรปนิยมเพราะมองว่าป้องกันโควิด-19 ได้ คือ “ขิง” ที่มีความนิยมทั้งแบบสดและแห้ง และมีदारู้งเป็นน้ำเชื่อมขิง “ขมิ้น” ก็เติบโตถึง 20% นิยมนำมาผสมในอาหาร รวมถึง “กระเทียม” ที่ก็ได้รับความนิยมสูงขึ้น ส่วนใหญ่นับรับประทานสด และยังมีน้ำมันกระเทียมที่ก็เริ่มเป็นที่นิยม (อย่างไรก็ดี ผลิตภัณฑ์สมุนไพรหลายตัวหากยังไม่มีการรับรองว่าช่วยป้องกันหรือรักษาโรคได้จริง ต้องระมัดระวังการโฆษณาและข้อความบนฉลาก ซึ่งอาจผิดกฎหมาย EU ได้)

สมุนไพรไทย 12 ชนิด ที่ได้รับการคัดเลือกเป็น Product Champion

ประเทศไทยมีสมุนไพรถึง 1,800 ชนิดที่ปรากฏสรรพคุณและมีการนำมาใช้ประโยชน์ แต่ “แผนแม่บทแห่งชาติ ว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564” ได้คัดเลือกสมุนไพรที่มีศักยภาพเป็น Product Champion มา 12 ชนิด ซึ่งจะได้รับการส่งเสริมในฐานะสมุนไพรเรื่องของประเทศ ดังนี้

ชื่อไทย	ชื่อวิทยาศาสตร์	ส่วนที่นำมาใช้	สรรพคุณ
ขมิ้นชัน (*)	<i>Curcuma longa</i> L.	เหง้า	แก้ไข้ ขับลม แก้ท้องอืดท้องเฟ้อ รักษาแผลในกระเพาะอาหาร รักษาโรคผิวหนังผื่นคัน
กวาวเครือขาว	<i>Pueraria candollei</i> Wall. ex Benth. Var <i>mirifica</i>	หัว	บำรุงเนื้อหนังให้เต่งตึง ยาอายุวัฒนะ บำรุงกำลัง บำรุงอวัยวะสืบพันธุ์
กระชายดำ (ว่านกำบัง) (*)	<i>Kaempferia parviflora</i> Wallich. ex Baker.	หัว เหง้า	แก้โรคบิด ปวดท้อง ลมป่วง ยาบำรุงกำลัง ยาอายุวัฒนะ
บัวบก (ผักแว่น) (*)	<i>Centella asiatica</i> (L.) Urb.	ต้น ใบ เมล็ด	แก้ช้ำใน ลดอักเสบ บวม แก้ร้อนในกระหายน้ำ เป็นยาดับร้อน บำรุงหัวใจ บำรุงกำลัง
ฟ้าทะลายโจร	<i>Andrographis paniculata</i> (Burm.f.) Wall. Ex Nees.	ต้น ใบ	แก้ไข้ แก้หวัด แก้เจ็บคอ แก้ปวดอักเสบ แก้ท้องเสีย
มะขามป้อม	<i>Phyllanthus emblica</i> L.	ใบ ดอก ผล เปลือกต้น ราก	ใช้ผลแก้ไอ แก้เสมหะ ทำให้ชุ่มคอ ใบใช้ลดไข้ ดอกใช้ เป็นยาระบาย เปลือกต้นใช้สมานแผล รากใช้แก้ไข้และ ทำให้อาเจียน
ไพล (*)	<i>Zingiber cassumunar</i>	เหง้า	แก้ฟกช้ำ บวม เคล็ด ยอก ปวดเมื่อย ช่วยขับลม ระดูสตรี
กระชาย	<i>Boesenbergia rotunda</i>	เหง้า	แก้โรคในปาก เช่น ปากเปื่อย แผลในปาก ใช้ขับปัสสาวะ ขับระดูขาว รักษาโรคบิด ปวดท้อง
พริก	<i>Capsicum annum</i> L.	ผล	ช่วยย่อยอาหาร ช่วยระบบหมุนเวียนโลหิต
กระเจี๊ยบแดง	<i>Hibiscus sabdariffa</i> L.	ผล ดอก เมล็ด	ลดไขมันในเส้นเลือด ลดความดันโลหิต แก้ร้อนใน คอแห้ง มีสารแอนโทไซยานินช่วยป้องกันหัวใจ
ว่านหางจระเข้	<i>Aloe vera</i> (L.) Burm.f.	ต้น	เนื้อวุ้นใช้ทารักษาแผลไฟไหม้ น้ำร้อนลวก ลดรอยแผลเป็น บำรุงผิวให้ชุ่มชื้น รับประทานใช้ป้องกันโรคเบาหวาน รักษาแผลในกระเพาะอาหาร
หญ้าหวาน (สตีเวีย)	<i>Stevia rebaudiana</i> (Bertoni)	ใบ	ให้ความหวานแทนน้ำตาลแต่แคลอรีต่ำ เหมาะสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน





“เก๋ากี้” จากยารจีนสู่ “ซูเปอร์ฟู้ด”

ไม่ใช่แค่ประเทศไทยที่พยายามผลักดันสมุนไพรสู่คนทั่วโลก ผู้นำตลาดส่งออกอย่าง “จีน” เริ่มต้นแผนผลักดันธุรกิจนี้อยู่ก่อนแล้ว โดยก่อนหน้านี้ตลาดหลักในการส่งออกสมุนไพรจีนพึ่งพิงดีมานด์ของชาวจีนในพื้นที่เขตแดนที่ไปตั้งรกรากตามประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เอง แต่แนวทางธุรกิจใหม่ของจีนคือการแนะนำให้ชาวตะวันตกทราบถึงประโยชน์ของสมุนไพรจีน และนำไปใช้ในผลิตภัณฑ์อื่นนอกจากยาด้วย

หนึ่งในสมุนไพรที่จีนส่งออกเป็นจำนวนมากและมีการผลักดันเต็มก็คือ “เก๋ากี้” หรือที่ชาวตะวันตกเรียกว่า Goji berry หรือ Wolfberry เรื่องราวที่ถูกถ่ายทอดของเก๋ากี้คือสรรพคุณด้านการ “ชะลอวัย” เนื่องจากอุดมไปด้วยสารแอนติออกซิแดนต์ วิตามินซี แร่ธาตุ ช่วยบำรุงสายตา ตับ และไต โดยให้ประวัติว่าเป็นผลไม้ที่คนเอเชียรับประทานกันมานับพันปี และเป็นเคล็ดลับความหน้าเด็กของคนเอเชียที่สืบทอดกันมา

เก๋ากี้ยังถูกนำไปผูกโยงกับกระแส “ซูเปอร์ฟู้ด” ที่ตะวันตกกำลังนิยม ด้วยความที่มีแร่ธาตุสารอาหารสูง สีสวย และรับประทานง่าย รสชาติออกหวานเล็กน้อยทำให้ใส่ลงในอาหารและเครื่องดื่มได้ ๆ ก็ได้ เช่น ซุป ชา ข้าวต้ม จากกระแสนี้ BBC รายงานว่า ตลาดโลกอินดีจ่ายเพื่อซื้อเก๋ากี้อบแห้งแพ็คเกจ 10 เหรียญสหรัฐ

(ประมาณ 300 บาท) ซึ่งเป็นราคาที่สูงกว่าที่ขายในจีนถึง 3 เท่า

สรรพคุณด้านชะลอวัยยังทำให้อุตสาหกรรมเครื่องสำอางสนใจเก๋ากี้ โดย Mintel Cosmetic Research ระบุว่า เก๋ากี้เคยถูกนำไปเป็นส่วนผสมของเครื่องสำอางเคาน์เตอร์แบรนด์ระดับโลก เช่น Estee Lauder และ Elizabeth Arden รวมถึงบล็อกเกอร์และเว็บไซต์ตะวันตกเริ่มแนะนำสูตรการรับประทานหรือใช้เก๋ากี้บำรุงผิวหน้าในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา

กระแสเก๋ากี้ที่กำลังปรากฏตัวบนเวทีโลกพื้นฐานนั้นเริ่มจากนโยบายภาพใหญ่ของจีนโดย สุ่วชัชย ทรวงวนิช ผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่และประธานเจ้าหน้าที่ธนาคารกรุงเทพ (ประเทศจีน) ให้ข้อมูลผ่าน Bangkok Post ไว้เมื่อปี 2562 ว่า “การแพทย์แผนจีน” (TCM : Traditional Chinese Medicine) คือตลาดที่จีนต้องการผลักดันมูลค่าทางเศรษฐกิจ จากเดิมที่ระบบไม่เป็นทางการให้กลายเป็นระบบที่ทันสมัยและเติบโตได้เร็วสอดคล้องกับเทรนด์โลกที่กำลังนิยมการรักษาสุขภาพแบบองค์รวมและเวชศาสตร์เชิงป้องกัน เน้นการมีไลฟ์สไตล์ใหม่ที่จะช่วยป้องกันโรคและทำให้อายุยืนยาว

แน่นอนว่าเมื่อจะทำให้ทันสมัย ย่อมต้องมีงานวิจัยและเครื่องมือรองรับมาตรฐานภายในประเทศ ซึ่งจีนลงทุนกับเทคโนโลยีเหล่านี้เต็มที่เพื่อแสดงให้เห็นว่าสมุนไพรและการแพทย์แบบจีนมีความปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ

จีนลุยสร้างศูนย์การแพทย์แผนจีนไปทั่วโลกเพื่อเผยแพร่ศาสตร์ของตนเอง สาขาของศูนย์ดังกล่าวนี้มีทุกทวีป เช่น สาธารณรัฐเช็ก รัสเซีย คิวบา สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ นอกจากนี้ รัฐบาลจีนยังให้แพทย์แผนจีนลดการใช้ส่วนประกอบจากสัตว์ป่าในตำรับยาด้วย เพราะนับเป็นข้อกังวลสำคัญที่ชาวตะวันตกเล็งเห็น

จากภาพใหญ่ที่รัฐบาลจีนผลักดัน สุ่มสมุนไพรเป็นรายชนิดอย่าง “เก๋ากี้” ผลไม้ที่ถูกปลูกมากในตอนเหนือของจีน ไล่ตั้งแต่เขตปกครองตนเองซินเจียงอุยกูร์ เขตปกครองตนเองมองโกเลียใน เขตปกครองตนเองหนิงเซี่ยหุย และมณฑลกานซู โดยไร่เก๋ากี้หลายแห่งปรับตนเองเป็นไร้ออร์แกนิกแล้ว บางแห่งปรับมานานเกือบสิบปีเพื่อให้ตรงกับความต้องการของตะวันตกซึ่งใส่ใจเรื่องพืชปลอดสารพิษเป็นพิเศษ

ล่าสุดปี 2564 สำนักข่าวจีนหัวรายงานว่า รัฐบาลเปิด “สถาบันวิจัยเก๋ากี้” แห่งแรกของจีนที่เมืองยีนฉวน เมืองหลวงของเขตหนิงเซี่ยหุย มีเป้าประสงค์เพื่อวิจัยสรรพคุณทางยาและเทคโนโลยีการสกัดเพื่อนำมาผลิตยาและผลิตภัณฑ์เพิ่มมูลค่า

เห็นได้ว่าจีนมีการปรับทุกองค์ประกอบเพื่อมุ่งสู่เป้าหมาย ตั้งแต่ต้นน้ำอย่างการปลูกแบบออร์แกนิกที่สอดคล้องกับเทรนด์ตลาดโลก การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี จนถึงปลายน้ำอย่างเรื่องของการตลาด ประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างดีมานด์ที่เต็มเม็ดเต็มหน่วยและมีความยั่งยืนค้ำกับการลงทุน

สมุนไพรไทยยังต้องการการรณน้ำพรวนดิน

งานวิจัยนำโดย ศศพร มุ่งวิชา และคณะ จากคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ศึกษาโอกาสของผลิตภัณฑ์ SME กลุ่มสมุนไพรไทยเพื่อผิวพรรณไว้เมื่อปี 2560 พบว่า จุดอ่อนของสมุนไพรไทยยังขาดแคลนเทคโนโลยีในหลายแง่ ไม่ว่าจะเป็นการควบคุมการผลิตให้มีสารสำคัญคงที่ การวิจัยและพัฒนาสมุนไพร ปัญหาขาดแคลนแหล่งวิเคราะห์ทดสอบ จนถึงการทำแพ็คเกจจิ้งให้ได้มาตรฐานสากล

รายงานวิจัยฉบับนี้ยังพบด้วยว่า ตลาดเครื่องสำอางแบรนด์ไทยที่ใช้สมุนไพรมีจำนวนน้อยมากที่สามารถเข้าไปจำหน่ายในโซนบิวตี้ระดับไฮเอนด์ตามห้างสรรพสินค้าซึ่งมี B.A. (Beauty Advisor) แนะนำ และโดยส่วนใหญ่กลุ่มเครื่องสำอางสมุนไพรไทยมักจะขายในซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไปหรือผ่านระบบขายตรง หากยกระดับให้เป็นแบรนด์พรีเมียมได้มากกว่านั้น หรือมีร้านเฉพาะของแบรนด์ ย่อมช่วยสะท้อนภาพลักษณ์ของเครื่องสำอางผสมสมุนไพรไทยได้ดีขึ้น

ด้าน รศ. ภก. สุรจิรา แห่งมหาวิทยาลัยมหิดล ให้ความเห็นกับหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจไว้เมื่อปี 2563 ยังคงชี้เป้าจุดอ่อนของสมุนไพรไทยคล้ายกัน คือประเทศไทยขาดการวิจัยให้เห็นแน่ชัดถึงสรรพคุณและความปลอดภัยของตัวยา และยังขาดการรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมา แกรมบางครั้งผู้ประกอบการเองยังโฆษณาสรรพคุณเกินจริงจนไปลดทอนความน่าเชื่อถือ ดังนั้น เมื่อลูกค้าไม่เชื่อมั่นในประสิทธิภาพ การขายย่อมเป็นไปได้ยาก

นอกจากนี้ รศ. ภก. สุรจิรา ยังเอ่ยถึงเรื่อง “การตลาด” ที่ประเทศไทยยังไม่มี ความชัดเจนเรื่อง การวิจัยตลาดเพื่อหาความต้องการของผู้บริโภคระดับสากล เพื่อจะได้ผลิตสินค้าให้ตรงเป้า และสื่อสาร ได้ตรงตามพฤติกรรมผู้บริโภคประเทศนั้น ๆ

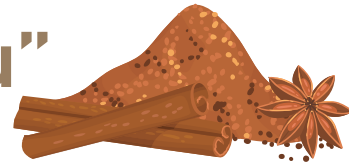
สมุนไพรไทยนั้นยังราคาอยู่ในสังคมไทยได้มันคงพอสมควร มีตลาดภายในประเทศ มีจำนวน ชนิดสมุนไพรหลากหลาย แต่จะผลิบบานมากกว่านี้ได้ อาจต้องลองโมเดลของเก๋าก็เป็นตัวอย่าง โดยเลือกหยิบสมุนไพรที่มีมุมเจาะตลาดต่างประเทศได้ และสื่อสารการตลาดในแบบที่ชาวต่างชาติ เข้าใจ รวมถึงเร่งสนับสนุนการปลูก การวิจัยสรรพคุณ และการรับรองสินค้าที่มีมาตรฐาน สมุนไพรไทย อาจจะไปไกลสู่ตลาดโลกสำเร็จในยุคที่ “สุขภาพ” ต้องมาก่อน **CT**

ที่มา : บทความ “การขยายโอกาสทางการตลาดผลิตภัณฑ์ SME กลุ่มสมุนไพรไทยเพื่อผิวพรรณในเขตกรุงเทพมหานคร” จาก repository.mutp.ac.th / บทความ “ตลาดสมุนไพร เศรษฐกิจหลักของไทย” จาก bangkokbiznews.com / บทความ “แผนแม่บทแห่งชาติ ว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-64” โดย กระทรวงสาธารณสุข จาก dmsic.moph.go.th / บทความ “พ.ร.บ. ผลิตภัณฑ์สมุนไพร 62 ดันตลาดสมุนไพรโต” จาก bangkokbiznews.com / บทความ “วิสัยทัศน์ ‘สมุนไพรไทย’ ทำไม่ยังไม่ไปถึงตลาดโลก...” โดย สยามรัฐออนไลน์ จาก today.line.me / บทความ “China’s First Goji Berry Research Institute to Develop Industry” จาก xinhuanet.com / บทความ “Exporting Traditional Chinese Medicine Worldwide” โดย Suwatchai Songwanich จาก bangkokpost.com / บทความ “Global Herbal Medicine Market Size to Exceed USD 411 Billion by 2026” จาก globenewswire.com / บทความ “Goji Berry and Wolfberry-Living a Double Life in Innovation?” โดย Katie Schaefer จาก cosmeticsandtoilettries.com / บทความ “The Berry That Keeps Asia Looking Young” โดย Claire Turrell จาก bbc.com / บทความ “Which Trends Offer Opportunities Or Pose Threats on the European Spices and Herbs Market?” จาก cbi.eu



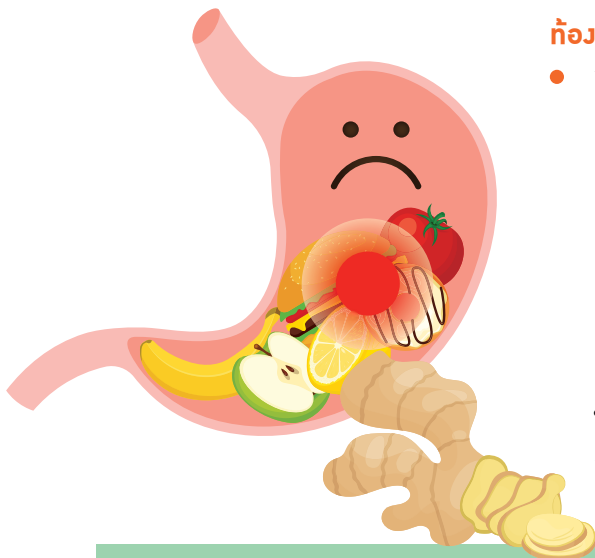
“กล่องยา (สมุนไพร) สามัญประจำบ้าน”

เรื่อง : ญัฐชา ตะวันนาโชติ



ในช่วงเวลาที่ผู้คนหันมาใส่ใจสุขภาพและต้องดูแลตัวเองกันมากขึ้นโดยเฉพาะในสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 นี้ แนวทางการป้องกันและการรักษาโรคภัยไข้เจ็บแขนงต่าง ๆ ถูกหยิบยกมาพูดถึง และ “สมุนไพร” ก็กลายเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ผู้คนให้ความสนใจ เนื่องจากเข้าถึงได้ง่ายและสามารถเลือกบริโภคได้หลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการนำมาปรุงกับอาหาร เสือรับประทานเป็นอาหารเสริม หรือบริโภคเป็นยาลงมาทำความรู้จักกับกล่องยาบับสมุนไพรไทยที่นำมาติดบ้าน อีกหนึ่งตัวช่วยในการบรรเทาอาการป่วย พร้อมเสริมสร้างสุขภาพที่ดีไปพร้อม ๆ กัน

- **ยาระงับเชื้อ :** ยาน้ำสมุนไพรที่ประกอบไปด้วยสมุนไพรกว่า 7 ชนิด ได้แก่ เปลือกอบเชยเทศ เปลือกสมุลแว้ง ลูกกระวาน ดอกกานพลู รากชะเอมเทศ เกล็ดสะระแหน่ และการบูร โดยรวมใช้ขับลม บรรเทาอาการท้องอืด ท้องเฟ้อ อย่างไรก็ตาม ควรระวังการให้ยาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในผู้ป่วยที่มีความผิดปกติของตับหรือไต เนื่องจากอาจเกิดการสะสมของการบูรและเป็นพิษได้



ท้องอืด ท้องเฟ้อ

- **ขิง :** นอกจากช่วยขับลม และลดอาการจุกเสียดแล้ว ยังช่วยบรรเทาอาการคลื่นไส้อาเจียนจากการเมาเรือหรือเมาเร็ว รวมถึงขับเหงื่อและขับเสมหะได้ด้วย โดยสามารถเลือกรับประทานได้หลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการนำแห้งสดไปประกอบอาหาร หรือนำไปต้มเพื่อนำน้ำขิงมาดื่ม รวมไปถึงรูปแบบยาแคปซูล ยาขิง และยาขิง แต่เนื่องจากขิงเป็นสมุนไพรที่มีฤทธิ์ร้อน ดังนั้นหากบริโภคในปริมาณที่มากจนเกินไป อาจทำให้เกิดอาการร้อนในได้

หวัด

- **ฟ้าทะลายโจร :** ลดอาการของโรคหวัด ลดไข้ บรรเทาอาการเจ็บคอ รวมถึงบรรเทาอาการท้องเสีย (ที่ไม่ได้เกิดจากการติดเชื้อ) เป็นสมุนไพรที่มีรสขม สามารถกินได้ทั้งแบบสดและนำไปต้ม หากกินติดต่อกัน 3 วันแล้วอาการไม่ดีขึ้น หรือมีอาการรุนแรงขึ้น ควรหยุดกินและปรึกษาแพทย์ ส่วนฟ้าทะลายโจรแบบแคปซูลนั้น ไม่ควรกินเกินวันละ 180 มิลลิกรัมติดต่อกันนานเกิน 5 วัน



ยังไม่มีการยืนยันว่าฟ้าทะลายโจรสามารถป้องกันโรคโควิด-19 ได้ เพียงแต่ช่วยเสริมภูมิคุ้มกันในภาพรวมเท่านั้น และไม่ควรใช้ในหญิงตั้งครรภ์หรือกำลังให้นมบุตร ควรระวังการใช้ฟ้าทะลายโจรร่วมกับยาลดความดันเพราะอาจเสริมฤทธิ์กันได้ และหากใช้ติดต่อกันเป็นเวลานาน อาจทำให้แขนงมีอาการระคายเคืองหรืออ่อนแรง





ท้องผูก

- **มะขามแขก** : ยาระบายฉบับสมุนไพรที่ช่วยกระตุ้นการบีบตัวของลำไส้ใหญ่และกระตุ้นการขับถ่าย โดยสามารถใช้ส่วนใบหรือฝักที่แห้งแล้วมาต้มน้ำดื่ม ปัจจุบันมีการนำมะขามแขกมาทำเป็นยาทั้งแบบขงและแบบแคปซูล แต่ไม่ควรกินติดต่อกันเป็นเวลานาน เพราะอาจส่งผลให้ลำไส้ใหญ่เคยชินต่อการถูกกระตุ้น และจะไม่ยอมขับถ่ายเองตามธรรมชาติ

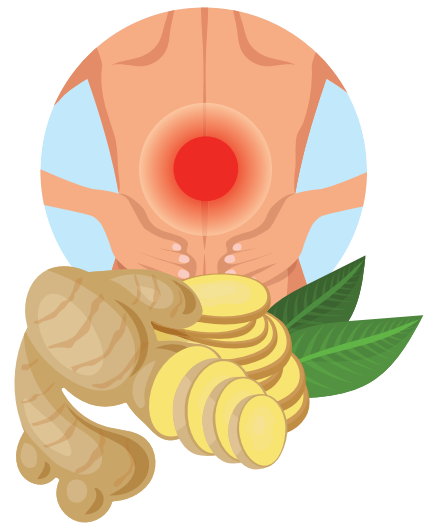
ท้องเสีย

- **ยาเหลืองปิดสมุทร** : ใช้บรรเทาอาการท้องเสียชนิดที่ไม่ได้เกิดจากการติดเชื้อ ซึ่งประกอบไปด้วยสมุนไพรกว่า 13 ชนิด ได้แก่ ขมิ้นชัน กระเทียม กล้ายืด ขมิ้นน้อยครั้ง ชันน้อย ดีปลี ทับทิม เทียนกิ่ง เพกา สีเสียดเทศ สีเสียดไทย และแห้วหมู ทั้งนี้ไม่ควรใช้เกิน 1 วัน และหากอาการไม่ดีขึ้น ควรปรึกษาแพทย์



ไอ

- **มะขามป้อม** : นิยมนำมารับประทานเพื่อให้ชุ่มคอและแก้กระหาย เป็นผลไม้ที่มีวิตามินซีสูงจึงสามารถบรรเทาหวัด แก้ไอ และละลายเสมหะได้ อย่างไรก็ตาม ยาแก้ไอผสมมะขามป้อมไม่ควรใช้ในผู้ป่วยเบาหวานที่ไม่สามารถควบคุมระดับน้ำตาลในเลือดได้ และเนื่องจากมะขามป้อมมีฤทธิ์เป็นยาระบายอ่อน ๆ จึงไม่ควรใช้ในผู้ป่วยที่ท้องเสียง่าย

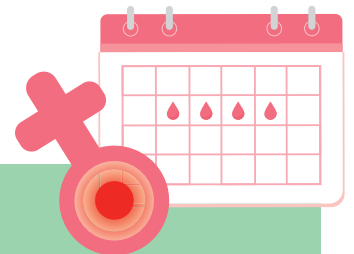


ปวดเมื่อย

- **ไพล** : ไพล หรือว่านไพล เป็นพืชล้มลุกที่มีเหง้าอยู่ใต้ดิน เนื้อในมีสีเหลือง หน้าตาคล้ายขมิ้น สามารถใช้ภายนอกเพื่อบรรเทาอาการอักเสบ ปวดเมื่อย บวม หรือฟกช้ำได้ โดยนำเหง้าสดมาตำให้ละเอียด คั้นจนได้น้ำแล้วใช้น้ำนั้นทาจุดบริเวณที่ต้องการ หรือจะทำเป็นลูกประคบก็ได้เช่นกัน ปัจจุบันนำมาทำเป็นยาหม่อง น้ำมัน หรือครีมสำหรับบรรเทาอาการปวด

ปวดประจำเดือน

- **ยาประสะไพล** : ประกอบด้วยสมุนไพร 12 ชนิด ได้แก่ ไพล ผิวมะกรูด เหง้าว่านน้ำ กระเทียม หัวหอม พริกไทย ดอกดีปลี ขิง ขมิ้นน้อย เทียนดำ เกลิอิลินเฮาว์ การบูร มีสรรพคุณบรรเทาอาการปวดประจำเดือน รวมถึงอาการประจำเดือนมาไม่สม่ำเสมอ หรือมาน้อยกว่าปกติ อย่างไรก็ตาม ห้ามใช้ในหญิงตั้งครรภ์ หรือผู้ที่มีประจำเดือนมากกว่าปกติ และไม่ควรใช้ต่อเนื่องเกิน 1 เดือน



ข้อควรระวังในการใช้ยาสมุนไพร

1. ศึกษารายละเอียดและวิธีใช้สมุนไพรแต่ละชนิดก่อนบริโภค
2. ไม่ควรใช้สมุนไพรชนิดใดชนิดหนึ่งติดต่อกันเป็นเวลานาน
3. สังเกตความผิดปกติที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการใช้สมุนไพร หากเกิดอาการผิดปกติเกิดขึ้น ควรหยุดใช้ และปรึกษาแพทย์

ที่มา : *ข้อมูลยาแผนไทยและยาจากสมุนไพรที่มีโอกาสใช้แทนยาแผนปัจจุบัน : ยาในบัญชียาหลักแห่งชาติ* โดย สถาบันการแพทย์แผนไทย จาก dtam.moph.go.th



เปิดธุรกิจภัทรยาโบราณ กับ “ช่อคุณ” เวชสำอางไทยที่ผลักดันให้วงการสมุนไพรผลิบาน

เรื่อง : วานนุษา ญูปเกษตร

โบราณ เก๋า ถ่ายทอดจากตระกูลดั้งเดิม อาจเป็นภาพของธุรกิจการแพทย์แผนไทยแบบที่เราคุ้นเคย แต่โลกที่ก้าวไปข้างหน้าอย่างรวดเร็วก็ไม้อากที่องค์ความรู้เก่าแก่ไปได้ แต่จะทำอย่างไรให้สามารถพัฒนาไปข้างหน้าได้พร้อมกัน

หนุ่มวิศวกรไฟฟ้า ลาออกจากงานประจำ เพื่อเปิดธุรกิจขายน้ำมันหล่อลื่นรถยนต์ และผันตัวไปทำเกษตรอินทรีย์ คืออดีตที่ผ่านมาของผู้ก่อตั้งแบรนด์ช่อคุณ (Chorkoon) อย่าง **เม็กซ์ - ศิริพัฒน์ มีกับกิม** ที่จับมือกับ **หมอฟาน - รัชญพัทธ์ นิธิศรัยบัณฑิต** แพทย์และเภสัชกรหญิงแผนไทย ร่วมสร้างบริษัท ช่อคุณ เรมิดี้ จำกัด เพื่อส่งต่อผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากสมุนไพรที่ไม่ได้มีสูตรสำเร็จทางธุรกิจใด ๆ นอกจากความใส่ใจเรื่องสุขภาพ ด้วยความรู้โบราณที่ถูกทำให้ทันสมัยด้วย “นวัตกรรม”

ถอดสูตรโบราณจากคัมภีร์ยาไทย

จากความสนใจด้านสุขภาพที่เป็นจุดประกายเล็ก ๆ ของแม็กซ์ ทำให้เขาเริ่มต้นจากการลงคอร์สศึกษาการนวดแผนไทย อายุรเวชจนไปถึงแพทย์แผนไทย “ตัวผมเองเคยมีความคิดที่อยากจะเรียนแพทย์แผนไทยมาก่อน แต่พอเปิดตำรา อ้อย หลับ (หัวเราะ)” เมื่อไปต่อไม่ไหว เขาจึงอาศัยคนที่จบการแพทย์แผนไทยมาจริง ๆ อย่างหมอพจนน์ เพื่อให้มาช่วยด้านนี้โดยเฉพาะ ส่วนตัวเองก็จะทำหน้าที่ดูแลเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ ไปเพราะมีดีกรีปริญญาโทด้านนี้อยู่แล้ว

ระหว่างการศึกษา ก่อนจะกระโดดเข้าวงการ เขาพบตัวอย่างธุรกิจการแพทย์แผนตะวันออกจากสวีเดนและแพทย์แผนจีนจากไต้หวัน ที่ประสบความสำเร็จจากการนำองค์ความรู้แบบดั้งเดิมเข้ามาผสมผสานกับการแพทย์แผนปัจจุบัน ความคิดที่อยากจะนำแพทย์แผนไทยให้ไปไกลแบบนั้นบ้างจึงพุ่งขึ้นมาในหัวของเขาในทันที

แม็กซ์เลือกตำรับยาไทยดั้งเดิมในพระคัมภีร์แพทย์แผนไทยเอามาใช้ในการดำเนินธุรกิจของคุณ ด้วยการถอดความรู้ที่ยาก ๆ มานำเสนอ เอามาเรียงเป็นโซลูชันใหม่ ๆ ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในวันนี้ จนกลายเป็นผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากตำรับแพทย์แผนไทยโดยใช้ประโยชน์จากวิชาความรู้ของหมอพจนน์

ตำรับไทย ใส่นวัตกรรม

ในยุคแรกที่คุณก่อตั้งขึ้นมา แม็กซ์พยายามหาทางหิบบงานวิจัยเข้ามาพิสูจน์องค์ความรู้ของแพทย์แผนโบราณ เพราะรู้ว่าเป็นสิ่งที่ดีที่ที่สุดที่จะช่วยให้ธุรกิจไปต่อได้ไกล โดยใช้คอนเนกชันที่มีอยู่ ไม่ว่าจะเป็นอาจารย์มหาวิทยาลัย หรือหน่วยงานภาครัฐที่พร้อมจะให้ทุนวิจัย ทั้งสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) หรือกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม แต่ตอนนั้นข้อจำกัดของเทคโนโลยีที่มีอยู่ก็ไม่ช่วยให้ธุรกิจเคลื่อนที่ได้ไวนัก

10 ปีผ่านไปจากวันแรกที่เริ่มจับทางธุรกิจ ความฝันที่เขาคิดมาตลอดว่าอยากให้เมืองไทยมีเทคโนโลยีเหมือนกับต่างชาติก็มาถึง “ตอนที่เราเจอเทคโนโลยีการแพทย์แม่นยำครั้งแรก ก็จากการแมตซิงระหว่างกรมการแพทย์แผนไทยและศิริราชพยาบาล” นั่นคือเทคโนโลยีเชิงลึก (Deep Technology) อย่างโอมิกส์ (OMICS) ที่จะเข้ามาช่วยตรวจสอบสารสำคัญที่อยู่ในสมุนไพรแต่ละชนิด “คือมันจะสามารถวัดสัญญาณไฟฟ้าจากยีนในกลุ่มเซลล์ได้ ซึ่งทำให้เราเห็นการเปลี่ยนแปลงเล็ก ๆ ในการพิสูจน์ประสิทธิภาพสมุนไพร และเห็นตัวตนทั้งหมดของสมุนไพรที่มีทำงานต่อกลุ่มเซลล์เป้าหมาย” ตรงนี้แหละที่แม็กซ์รอคอย

“ยกตัวอย่างง่าย ๆ คือสมุนไพรหนึ่งตัวประกอบไปด้วยสารสำคัญ 4,000 ตัว เกิดกลไกการออกฤทธิ์มหาศาล แล้วในตำรับยาบางอย่างเช่น ยาหอม มีสมุนไพรตั้ง 50 ชนิด” เทคโนโลยีนี้จึงมาช่วยปลดล็อกปัญหานี้ได้ “แล้วเราก็มารู้ว่าประสิทธิภาพหรือประสิทธิภาพมันตรงกับที่ในพระคัมภีร์บอกหรือเปล่า” แม็กซ์เปรียบเทียบให้ฟัง

นอกจากนี้ เทคโนโลยีโอมิกส์ยังช่วยให้สูตรยาต่าง ๆ มีความยืดหยุ่นมากขึ้น เพียงแค่ตรวจสอบสมุนไพรบางชนิดที่จะนำมาทดแทนว่า ประสิทธิภาพของตำรับสมุนไพรยังคงเดิมหรือไม่ “ซึ่งมันจะไม่เหมือนเมื่อก่อนที่ต้อง



แม็กซ์ - ศิริพัฒน์ มีทับทิม และ หมอพจนน์ - ธัญญพัทธ์ นิธิศศิริวัฒน์ ผู้ก่อตั้งแบรนด์ซอคุณ

ชี้ข้างจับตักแตน คือ เรารู้คำตอบตามหลักพระคัมภีร์อยู่แล้วว่าตำรับแบบนี้ช่วยรักษาอาการแบบไหน แต่การพิสูจน์ต่างหากที่เป็นข้อจำกัดเรื่องการแพทย์แผนโบราณ” เขาจึงมองเห็นอนาคตอันสดใสของวงการนี้ขึ้นมา

แบรนด์ถึงให้เป็น สื่อสารให้ชัด

“โอมิกส์เป็นเพียงเทคโนโลยีที่ใช้ในการตรวจสอบ แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดคือเรื่องความแม่นยำขององค์ความรู้จากคัมภีร์” เพราะความยากของภาษาที่ใช้ในตำราโบราณซ่อนความหมายในเชิงอักขระทางภาษา เหมือนกับการถอดความศิลาจารึกพ่อขุนรามฯ ที่ต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะกว่าจะทำความเข้าใจได้ “คนที่จะอ่านได้ก็ต้องเป็นคนที่มีความรู้ ถึงจะนำมาใช้ประโยชน์ได้ เพราะมันไม่ใช่แค่เขียนว่าในตำรับมีอะไร ต้องใช้อะไรมาผสมกัน ตรงนี้เองที่เรามองว่ามันเป็นจุดแข็งหรือเป็น Competitive Advantage ที่ทำให้เราสามารถไปแข่งขันในตลาดได้”

เมื่อความรู้แน่นพอแล้ว ซอคุณก็จำเป็นต้องสื่อสารออกไปให้ง่ายและชัดเจนที่สุดเพื่อที่จะจับกลุ่มเป้าหมายให้ได้ ที่แรกแม็กซ์อาศัยการอธิบายให้ลูกค้าฟังแบบตัวต่อตัว “ยิ่งคุยมันก็ยิ่งทำให้เห็นว่าแพทย์แผนไทยมันมีความลึกซึ้ง แต่นึกสภาพว่าถ้าเราต้องขายสินค้าโดยการคุยถึง 2 ชั่วโมงต่อรายเนี่ย คงไม่ไปไหน” แต่หลังจากเข้าโครงการอบรมกรมการบรรณคดีกับสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA) พร้อมโอกาสได้แมตซิงกับนักออกแบบรุ่นใหม่ที่มาช่วยสื่อสารให้แบรนด์ชัดเจนขึ้น แม็กซ์ก็ได้คำตอบว่า “ซอคุณนี้แหละคือตัวแทนของสมุนไพรทั้งหมดที่เราจะหยิบมาใช้ สิ่งที่สำคัญก็คือให้เชื่อใจเราเถอะว่า เราจะนำองค์ความรู้แบบแพทย์แผนไทยมาดูแลสุขภาพของลูกค้าจริง ๆ”

เพราะเขาเองเชื่อว่าสุดท้ายแล้วมันก็คือเรื่องของแบรนด์ ที่บางทีอาจไม่จำเป็นต้องมีลูกค้าทั้งประเทศก็ได้ แต่มีลูกค้าในกลุ่มเป้าหมายที่เชื่อมั่นและพร้อมจะบอกต่อ ก็เพียงพอสำหรับธุรกิจของเขาแล้ว

นอกจากช็อคคุณจะกลายเป็นสินค้าขวัญใจของผู้รักสุขภาพวัยผู้ใหญ่แล้ว แม็กซ์ก็ยังคงแตกไลน์ธุรกิจด้วยการสร้างชูกู (Chooku) แบรินด์สมุนไพรสำหรับเด็กด้วย “เราคิดว่าถ้าเราเจอพูดถึงเรื่องการแพทย์แผนไทย บางทีอาจจะไม่จำเป็นต้องพูดเป็นองค์ความรู้จำ ๆ อาจจะออกมาเป็นการ์ตูน หรือสื่อที่เข้าใจได้ง่ายขึ้น และใช้กับเด็กได้ด้วย” เขาเผยแผนการในสัปดาห์ต่อไป

เรื่องสุขภาพ ต้องมาก่อน

สินค้าแต่ละตัวของช็อคคุณถูกออกแบบมาเพื่อใช้ประโยชน์ด้านสุขภาพ “ช็อคคุณคือการแก้ปัญหาสุขภาพของผู้คน เราไม่ได้เน้นให้มีผลิตภัณฑ์เยอะ ๆ แต่เน้นว่าผลิตภัณฑ์แต่ละอย่างของเรามันแก้ไขปัญหาอะไร” แม็กซ์ยกตัวอย่างสินค้าคร่าว ๆ

- **ยาสระผม** ทิพยมาลา (ดอกบัว) สมุนไพรที่มีคุณสมบัติในการโกรกกระหม่อม ช่วยทำให้เลือดและอาการปวดหัวดีขึ้น
- **เจลอาบน้ำ** จากตำรับตักศิลา ที่ช่วยดึงพิษใต้ผิวให้ผื่นยุบ และแก้ปัญหาน้ำเหลืองไม่ดี (โรคสะเก็ดเงิน)
- **ยาสีฟัน** สูตรทันตะมูลา ที่ช่วยเรื่องร้อนใน แผลในปาก แม้แต่อาการเจ็บคอก็จะดีขึ้น

แน่นอนว่าวัตถุดิบทั้งหมดจะอ้างอิงจากที่พระคัมภีร์ระบุมา โดยใช้สมุนไพรธรรมชาติที่ผ่านการรับรองเรียบร้อย แต่ทางแบรนด์ก็ให้ความสำคัญกับฟังก์ชันการใช้งานไม่แพ้กัน “วัตถุดิบจากธรรมชาติก็จริง แต่หากฟังก์ชันการใช้งานไม่เหมาะกับสิ่งที่แบรนด์ออกแบบมา ก็ต้องเปลี่ยน” สมุนไพรแต่ละชนิดจึงถูกคัดกรองมาเรื่อย ๆ จนถึงตัวที่เหมาะสมกับจุดประสงค์ของสินค้านั้นเอง

ช่วงโควิด - 19 ถือว่าเป็นอีกหนึ่งตัวชี้วัดในการที่จะส่งต่อความรู้ด้านการรักษาอาการด้วยการใช้การแพทย์แผนไทยเช่นเดียวกัน และสมุนไพรก็แสดงให้เห็นแล้วว่า มีประสิทธิภาพช่วยแก้ปัญหาได้จริง ๆ ช็อคคุณจึงหันมาช่วยเหลือผู้ป่วยติดเชื้อมันที่บ้าน (Home Isolation) ด้วยการให้คำปรึกษาทางออนไลน์ โดยใช้องค์ความรู้ของยาไทย และต่อยอดไปถึงการสร้างชุมชน



ยาสีฟันสมุนไพรสกัด สูตรทันตะมูลา ประกอบไปด้วยสมุนไพรหลัก ๆ ถึง 8 ชนิด ได้แก่ เมล็ดพันธุ์ผักกาดสมอเทศ ขิงแห้ง สมุนไพรโถงกระดูก หญ้าลิงกา ว่านน้ำ สะเดา และผักกูด



ผมมองว่ามันเป็นจุดที่ดีในการเปลี่ยนผ่านยุคเดิมของการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร จะมีผู้เล่นรายใหม่ ๆ เข้ามาแล้วประสบความสำเร็จกับธุรกิจ



ออนไลน์เล็ก ๆ อย่างกลุ่มในเฟซบุ๊ก “ยาไทย” ที่ในแต่ละคนเข้ามาแชร์ประสบการณ์ “เราอยากเห็นคนแสบปีกกับการแพทย์แผนไทย ที่สามารถเอามาใช้ประโยชน์ด้านสุขภาพได้ในปัจจุบัน” แม็กซ์กล่าวพร้อมรอยยิ้ม

ส่งต่อความเชื่อมั่น ชาวผู้เล่นในวงการก้าวไปข้างหน้า

แบรนด์เวชสำอางไทยที่คลุกคลีกับแวดวงยาไทยมา 10 ปีอย่างช็อคคุณ แม้จะไม่มานเท่เท่ากับตระกูลโบราณแต่ก็นับว่าไม่น้อยทีเดียวที่จะศึกษาและตีตลาดธุรกิจให้ครองใจผู้บริโภคได้ “ลูกค้าเห็นสินค้าเราตอนแรกเกิดคำถามว่า มีอีย. หรือเปล่า” แม็กซ์เล่าให้ฟังถึงแพ็คเกจจิ้งแรกของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเขาวิเคราะห์ต่อได้ว่า “คำถามแบบนี้ลูกค้ากำลังจะบอกว่าแพ็คเกจจิ้งของคุณทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นไม่ได้ว่ามันมีคุณภาพจริง” เขาสรุป

เช่นเดียวกับการแพทย์แผนไทยที่ถูกจัดเป็นตัวสำรอง หรือการเป็นแพทย์ทางเลือกอยู่เสมอ จึงเกิดการรวบรวมทั้งผู้วางนโยบายและผู้สนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐจับมือกันทำงานบนแพลตฟอร์มเล็ก ๆ เพื่อแก้ปัญหานี้ “ผมมองว่ามันเป็นจุดที่ดีในการเปลี่ยนผ่านยุคเดิมของการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร จะมีผู้เล่นรายใหม่ ๆ เข้ามาแล้วประสบความสำเร็จกับธุรกิจนี้” อีกฝั่งเล็ก ๆ ของแม็กซ์ก็คือการได้เห็นคนรุ่นใหม่วิ่งเข้าสู่วงการสมุนไพรด้วยใจอยากสร้างธุรกิจ

เพราะตั้งแต่อดีต วงการสมุนไพรอยู่ในช่วงขาขึ้นอยู่ 2 ยุค ก็คือสมัยรัชกาลที่ 2 และช่วงโรคระบาดในสมัยรัชกาลที่ 6 “ตอนนั้นพอมีโรคระบาด แพทย์แผนปัจจุบันเอาไม่อยู่ ก็เลยต้องกลับไปใช้แพทย์แผนไทย แต่หลังจากโรครุดผ่านไปแล้ว คนก็ลืมว่าเราเคยรอดมาได้ด้วยองค์ความรู้แบบนี้” และครั้งนี้ที่สมุนไพรกลับมาติดลมบนอีกครั้งเพราะโควิด-19 ไม่มีทางที่แม็กซ์จะปล่อยให้มันเป็นเหมือนเดิมจากบทเรียนที่ผ่านมา ทุกวันนี้เขาจึงเร่งระดมองค์ความรู้ เร่งการวิจัยเพื่อพิสูจน์ผล และเร่งการสื่อสารให้คนมั่นใจอย่างเต็มกำลัง

“เพราะมันพิสูจน์แล้วว่า พอมันถึงจุดที่เราต้องการทางออกเรื่องปัญหาสุขภาพจริง ๆ การแพทย์แผนไทยก็ยังทันสมัยอยู่ดี” [CT](#)

THE HIDDEN BENEFITS

ยกระดับสมุนไพรไทย สรรพคุณ และศักยภาพ ที่ยังถูกซ่อนไว้

เรื่อง : ณัฐชา ตะวันโชติ

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสมุนไพรเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกด้านสุขภาพที่ผู้คนให้ความสนใจ แต่หากย้อนกลับไปดูการเดินทางของสมุนไพรตั้งแต่ต้นน้ำ จะพบว่ากว่าที่วัตถุดิบหนึ่งชนิดจะเดินทางมาเป็นผลิตภัณฑ์หรือยารักษาโรคที่ได้รับการยอมรับนั้น กลับมีความซับซ้อนและมีขั้นตอนซ่อนอยู่มากมาย ดร. สันชัย เอกธวัชชัย หัวหน้าทีมวิจัยจาก ศูนย์บริหารจัดการเทคโนโลยี สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) จึงได้ริเริ่มโครงการที่ได้รับความร่วมมือจากทั้ง นักวิจัย ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสมุนไพร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) และอีกหลายภาคส่วน เพื่อพัฒนา “แพลตฟอร์มนวัตกรรมด้านสมุนไพร” ขึ้น

กว่าสมุนไพรจะกลายมาเป็นผลิตภัณฑ์

ก่อนที่สมุนไพรจะกลายมาเป็นผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดและอ้างสรรพคุณในการรักษาโรคต่าง ๆ ได้นั้น ด้านสำคัญที่จะต้องผ่านให้ได้คือการได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) แม้จะดูตรงไปตรงมา แต่ 2 ปัญหาที่ผู้ประกอบการสมุนไพรหลายรายมักจะพบคือ

1. สารสกัดสมุนไพรไทยบางชนิดไม่สามารถใช้ในผลิตภัณฑ์ได้

แม้สมุนไพรเหล่านั้นจะเป็นที่รู้จัก และมีประวัติการใช้งานมาอย่างยาวนาน แต่เมื่อนำสมุนไพรไปใช้ทำเป็นผลิตภัณฑ์ รวมถึงพัฒนาให้อยู่ในรูปแบบสารสกัดสมุนไพรเพื่อนำไปทำเป็นผลิตภัณฑ์ในเชิงพาณิชย์กลับไม่สามารถทำได้

2. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยบางชนิดยังไม่สามารถอ้างสรรพคุณได้

แม้สมุนไพรบางชนิดจะได้รับการอนุญาตแล้ว แต่พอจะนำ



ผลิตภัณฑ์นั้นมาโฆษณาถึงสรรพคุณในการรักษาโรคต่าง ๆ กลับยังไม่สามารถทำได้

เนื่องจากสิ่งสำคัญอันดับแรกของผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพคือความปลอดภัย แม้หลักฐานทางวิทยาศาสตร์ และการทดสอบประสิทธิภาพไปจนถึงความปลอดภัยของสารสกัดสมุนไพร จะทำให้ขั้นทะเบียนเป็นผลิตภัณฑ์ทั่วไปได้ แต่หลักฐานการทดสอบประสิทธิภาพ และความปลอดภัยของสารสกัดเพียงอย่างเดียวยังไม่พอ จำเป็นต้องมีการทดสอบความปลอดภัย และประสิทธิภาพ ผลิตภัณฑ์ในอาสาสมัครที่เป็นมนุษย์ (Clinical Trial) ที่แม้จะใช้งบประมาณมาก แต่ก็ทำให้แน่ใจว่า ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ได้ผ่านการขึ้นทะเบียน จะผ่านการพิสูจน์ว่ามีความปลอดภัย และประสิทธิภาพในการรักษาโรคอย่างที่จะกล่าวอ้างได้จริง

3 วิธีต่อยอดยกระดับสมุนไพรไทย

เนื่องจากองค์ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรนั้นมีหลากหลาย เช่น ตำรับยาแผนโบราณอาจบอกได้ว่าสมุนไพรชนิดหนึ่งมีสรรพคุณรักษาอาการป่วยได้หลายอาการ แต่การรับรองในปัจจุบันอาจครอบคลุมสรรพคุณเพียงบางอาการเท่านั้น เป็นสาเหตุให้เกิดความสับสนในแง่ของสรรพคุณของสมุนไพรและตำรับยานิตต่าง ๆ ดังนั้นเพื่อผลักดันให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอ้างสรรพคุณด้านสุขภาพอย่างเป็นทางการได้มากขึ้น และยกระดับองค์ความรู้ให้ทัดเทียมกับผู้นำในตลาดการแพทย์ทางเลือกของโลกได้นั้น อาจสามารถทำได้ 3 วิธี ได้แก่

● **การขยายสรรพคุณ** : ตำรายาแผนโบราณ มักบอกไว้ว่าสมุนไพร และตำรับยาสมุนไพรชนิดใด มีสรรพคุณในการรักษาอาการป่วยอะไรบ้าง และบ่อยครั้งที่ตำรับยาสมุนไพรชนิดเดียวสามารถนำไปประยุกต์ใช้รักษาโรคได้

หลากหลาย (แต่ปัจจุบันยังไม่ได้รับการรับรองทั้งหมด) ดังนั้นถ้าเราผลักดันให้เกิดการทดสอบทางคลินิกเพื่อให้เกิดการรับรองสรรพคุณอย่างเป็นทางการเพิ่มขึ้นได้ ก็จะเป็นการต่อยอดสมุนไพรที่เรามีอยู่แล้วให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น

● **คัดกรองสมุนไพรที่มีศักยภาพเพื่อขยายสรรพคุณ**

: ปัจจุบันเรามีเทคโนโลยีที่เรียกว่า High Throughput Screening (HTS) ที่สามารถตรวจหาสารเคมี หรือสารสกัดสมุนไพรที่ว่าจะมีศักยภาพในการนำมาพัฒนาเป็นยาใหม่ ๆ ได้ ซึ่งแทนที่จะต้องทำการทดสอบและวิจัยในสมุนไพรทุกชนิด ซึ่งใช้เวลาและงบประมาณมาก การคัดกรองจะช่วยให้ประหยัดเวลาในค้นหาและได้ตัวเลือกสมุนไพรที่มีศักยภาพสูงก่อน เพื่อที่จะนำไปทดสอบต่อไป

● **พัฒนากระบวนการรับรองสรรพคุณแบบทางเลือก**

: ปัจจุบันหัวใจสำคัญในการรับรองสรรพคุณด้านสุขภาพของสมุนไพรคือการทำวิจัยในมนุษย์ ที่แม้จะเป็นมาตรฐานการทดสอบความปลอดภัย และประสิทธิภาพที่ได้รับการยอมรับ แต่มีความซับซ้อนสูง ดังนั้นหากสามารถคิดค้นกระบวนการทดสอบที่มีมาตรฐาน วัตถุประสงค์ และได้รับการรับรองเช่นเดียวกับการทำวิจัยในคนได้ ก็เป็นอีกหนึ่งตัวเลือกที่น่าสนใจ

องค์ความรู้ด้านสมุนไพรไทยนับเป็นอีกหนึ่งมรดกทางวัฒนธรรมที่ได้รับการสืบทอดกันมายาวนาน และปัจจุบันมีการคุ้มครองรายการตำรับยาแผนไทยไว้มากถึง 32,758 ตำรับ แต่น่าเสียดายที่กลับมียาแผนไทยหรือยาพัฒนาจากสมุนไพรในบัญชียาหลักแห่งชาติรวมทั้งสิ้นเพียง 74 รายการเท่านั้น หากเราสามารถผลักดันและต่อยอดองค์ความรู้เหล่านี้ออกไปเพื่อให้คนทั่วไปรับรู้และเชื่อมั่นได้ การนำสมุนไพรมาใช้ในการดูแลสุขภาพก็จะไม่ใช่เรื่องไกลตัวหรือเข้าถึงยากอีกต่อไป [CT](#)

ที่มา : Herbal Innovation Platform Development โดย ดร. สันชัย เอกธวัชชัย, ปรัชญู มินาทุง และพิมพ์พิชชาวัฒน์ พิมพ์ดา จาก สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) / หนังสือ “รายการตำรับยาแผนไทยแห่งชาติ ฉบับเฉลิมพระเกียรติ เนื่องในพระราชพิธีบรมราชาภิเษก พุทธศักราช 2562” โดย กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข

เกาหลีใต้

แปลงโซมให้ทันสมัย



เรื่อง : ชาลินี บริราช

เมื่อพูดถึงราชาแห่งสมุนไพรอย่างโสม แน่แน่นอนว่าหลายคนจะนึกถึง “เกาหลี” เป็นอันดับแรก ในฐานะแหล่งปลูกโสมที่สำคัญของโลก แต่อะไรทำให้เกาหลีใต้สามารถทำให้สมุนไพรพื้นถิ่นชนิดนี้เป็นที่ต้องการของตลาดข้ามกาลเวลามาจนถึงปัจจุบัน และไม่หยุดอยู่แค่การเป็นยาบำรุงสำหรับผู้สูงอายุ แต่กลายเป็นสมุนไพรเพื่อสุขภาพและความงามสำหรับทุกคน

คงไม่ใช่แค่พลังของโสมแต่เป็นวิสัยทัศน์ของหลากหลายแบรนด์ Made in Korea ที่พร้อมใจกันให้คุณค่ากับงานวิจัยและพัฒนา พร้อมปรับเปลี่ยนสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และพร้อมก้าวไปเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตสมัยใหม่ โดยมีเมืองกอยฮุนหลังช่วยส่งเสริมให้สมุนไพรจากเอเชียชนิดนี้เป็นที่ยอมรับในตลาดต่างประเทศได้อย่างไร้ข้อกังขา

ก้าวหน้าด้วยงานวิจัย

การลงทุนในงานวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อค้นหาศักยภาพของพืชสมุนไพรและคิดค้นเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อทำให้โสมมีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค คือปัจจัยที่ทำให้เกาหลีใต้สามารถพาพืชสมุนไพรพื้นถิ่นชนิดนี้ไปได้ไกลกว่าหลายประเทศในเอเชีย ความสำเร็จของ Amore Pacific บริษัทที่ได้รับสมญานามว่าเป็นอาณาจักรแห่งเครื่องสำอางของเกาหลีใต้

ในฐานะที่เป็นเจ้าของแบรนด์เด่นอย่าง Sulwhasoo, innisfree, ETUDE HOUSE, Laneige และแบรนด์อื่น ๆ รวมกว่า 30 แบรนด์นั้น เริ่มต้นความสำเร็จที่ห้องแล็บเพื่อการวิจัยและพัฒนาสมุนไพรพื้นถิ่นของบริษัท การเติบโตและใช้ชีวิตในแคชชีงเมืองแหล่งปลูกโสมที่สำคัญของเกาหลีทำให้ซูซึงวาน (Suh Sungwhan) หรือจางวอน หลงไหลใฝ่ฝันเกี่ยวกับสมุนไพรชั้นดี สุขภาพ และความงาม จนก่อตั้ง Amore Pacific ขึ้นในปี 1945 พร้อมด้วย

ห้องแล็บเครื่องสำอางแห่งแรกของเกาหลี ด้วยความเชื่อมั่นว่า การวิจัยและพัฒนาจะทำให้เขาสามารถเปลี่ยนโสมให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ความงามอันเป็นที่ต้องการของลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ และความตั้งใจของเขาก็สัมฤทธิ์ผลเมื่อ Amore Pacific สามารถวางจำหน่าย ABC Ginseng Cream ครีมบำรุงที่มีส่วนผสมจากโสมตัวแรกของโลกได้ในปี 1966 การวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับโสมอย่างต่อเนื่องยังทำให้บริษัทมีความเข้าใจในสมุนไพร



sulwhasoo.com

sulwhasoo.com



ชนิดนี้จนเปิด Sulwhasoo แบรินด์สกินแคร์และเครื่องสำอางจากโสมได้ในปี 1997 และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากทั่วโลกในเวลาต่อมา โดยสามารถทำยอดขายได้สูงถึง 1,000 ล้านเหรียญสหรัฐต่อปี (32,000 กว่าล้านบาท) นับเป็นแบรนด์ที่ทำรายได้สูงที่สุดในอุตสาหกรรมความงามในปี 2015

หัวใจในการขับเคลื่อนแบรนด์สู่ความสำเร็จคือ Sulwhasoo Heritage & Science Center สถาบันวิจัยที่มีนักวิจัยมากกว่า 500 คนมุ่งหาความเป็นไปได้ใหม่ ๆ เกี่ยวกับโสมและความงาม โดยมุ่งผลิตงานวิจัยเชิงลึกเกี่ยวกับโสม ประสิทธิภาพของสมุนไพรนานาชนิด การชะลอริ้วรอยก่อนวัย และการใช้สมุนไพรให้เข้ากับยุคสมัย งานวิจัยเหล่านี้ทำให้ Sulwhasoo คิดค้นเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเปลี่ยนโสมให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคได้ดังเช่น Ginsenomics™ ที่เป็นผลลัพธ์จากการค้นพบว่าโดยทั่วไปแล้วโสมเกาหลีจะมีสารซาโปนินที่ช่วยบำรุงร่างกายและสร้างภูมิคุ้มกันมากกว่า 30 ชนิด แต่จะมีแค่ชนิดเดียวที่มีคุณสมบัติในการชะลอริ้วรอยก่อนวัยและมีปริมาณที่น้อยมากข้อมูลนี้ทำให้ Sulwhasoo ก้าวไปข้างหน้าได้ก่อนแบรนด์อื่นด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีของตัวเองเพื่อสกัดสารซาโปนินและนำไปพัฒนาเป็น Ginsenomics™ สารบำรุงที่มีความเข้มข้นจากโสมที่ได้รับการต่อยอดเป็น Concentrated Ginseng Renewing Serum ซึ่งมีประสิทธิภาพในการช่วยผลิตเซลล์ผิวใหม่พร้อมปกป้องและเติมเต็มผิวให้เนียนกระชับจนทำให้เซรัมตัวนี้ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดีและขึ้นแท่นเป็นสินค้าขายดีอันดับสองของ Sulwhasoo

สินค้าสำหรับทุกคน

โสมไม่ได้มีบทบาทแค่ในอุตสาหกรรมความงาม แต่ยังเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมอาหารและยาของเกาหลีได้ แม้ว่ารสชาติขมเมื่อเฉพาะตัวของโสมจะเป็นที่รู้จักกันดีในหมู่ผู้บริโภคที่รับประทานสมุนไพรเพื่อผลด้านการบำรุงสุขภาพและสร้างภูมิคุ้มกัน แต่ประโยคที่ว่า “หวานเป็นลมขมเป็นยา” กลับไม่ได้เป็นจริงเสมอไปในยุคสมัยที่แบรนด์ Made in Korea พร้อมปรับลดเปลี่ยนรสชาติของโสมให้เข้ากับความต้องการและวิถีชีวิตในปัจจุบัน ไปจนถึงการช่วยสภาพและความรู้สึกต่อโสมว่าเป็นยาบำรุงรสขมชวนเบื่อหน่ายนี้ และภาพของยาสมุนไพรที่มีความยุ่งยากในการเตรียมออกจากใจของผู้บริโภค Cheong Kwan Jang แบรินด์โสมภายใต้บริษัท Korea Ginseng Corp (KGC) ได้เปลี่ยนภาพลักษณ์ของโสมในฐานะยามสำหรับผู้สูงอายุให้กลายเป็นสมุนไพรสำหรับคนทุกเพศทุกวัยที่ทั้งกินง่ายและสะดวกผ่านหลากหลายผลิตภัณฑ์ของแบรนด์

การปรับรสชาติของโสมคือเรื่องที่แบรนด์ให้ความสำคัญ เพื่อทำให้สินค้าเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มกว้างขึ้นได้ “หลังจากที่ได้กินโสมเกาหลี ผู้บริโภค

ส่วนใหญ่จะรู้สึกหายอ่อนล้า มีผิวพรรณที่ดีขึ้น และยังเชื่ออีกว่าโสมเกาหลีนั้นมีส่วนช่วยชะลอริ้วรอยก่อนวัย เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ดังกล่าว ผู้บริโภคต้องการวิธีที่จะช่วยให้พวกเขากินโสมได้ง่ายขึ้นและไม่มีรสขม” ฮันซึงฮอน (Han Sunghoan) ผู้จัดการ Korean Ginseng Association กล่าว ในปี 2011 Cheong Kwan Jang วางจำหน่าย Renesse ลูกอมโสมแดงสกัดที่ผสมเมนทอลและไซลิทอลเพื่อเพิ่มรสชาติที่หวานและรับประทานง่าย ความพยายามในการปรับรสชาติของโสมให้กินได้ง่ายขึ้นนี้ ยังทำให้แบรนด์พัฒนายาบำรุงจากโสมสำหรับเด็กได้สำเร็จ ในปี 2014 Cheong Kwan Jang วางจำหน่าย Korean Red Ginseng Kids Tonic ยารุงโสมแดงสำหรับเด็กในช่วงอายุ 3-13 ปี โดยแบ่งสินค้าออกเป็น 3 ช่วงกลุ่มอายุ ได้แก่ สเต็ป 1 สำหรับเด็กอายุ 3-4 ปีที่เน้นการสร้างภูมิคุ้มกันของร่างกายให้แข็งแรงสำหรับเด็กก่อนวัยเรียน สเต็ป 2 สำหรับเด็กอายุ 5-7 ปีที่เน้นสร้างความแข็งแรงให้กับร่างกายสำหรับวัยอนุบาล และสเต็ป 3 สำหรับเด็กอายุ 8-10 ปีที่เน้นการบำรุงให้ร่างกายแข็งแรงพร้อมกับการเริ่มเรียนในชั้นประถม ช่วยให้เด็ก ๆ หายจากความอ่อนเพลียเหนื่อยล้า และยังช่วยในเรื่องของการจดจำสินค้าได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากกลุ่มพ่อแม่และผู้ปกครองจนทำให้ Korean Red Ginseng Kids Tonic มีส่วนแบ่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์จากโสมสำหรับเด็กถึงร้อยละ 80 “ยาบำรุงโสมแดงรสหวานได้รับความนิยมมากขึ้นไม่เพียงแต่ในเกาหลีได้แต่ยังรวมไปถึงจีนด้วย” เจ้าหน้าที่ของ Korea Ginseng Corp (KGC) กล่าว “ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ความต้องการของผลิตภัณฑ์ตัวนี้มีมากขึ้นในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มากขึ้น ซึ่งเป็นเพราะจำนวนพ่อแม่ชาวจีนที่ใส่ใจในสุขภาพของลูก ๆ ตนเองนั้นมีมากขึ้น”

Cheong Kwan Jang ไม่เพียงแต่ถูกปรับรสชาติของผลิตภัณฑ์ให้กินง่ายขึ้น แต่ยังถูกพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในรูปแบบที่กินได้สะดวกขึ้นด้วย Korean Red Ginseng Extract Everytime คือโสมสกัดผสมน้ำรสหวานน้อยพร้อมดื่มในซองขนาดกะทัดรัดที่ทั้งพกง่ายและกินสะดวก สามารถฉีกและดื่มจากซองหรือจะผสมน้ำเพื่อลดความเข้มข้นก็ได้เช่นกัน แต่ละซองมีส่วนผสมของโสมแดง 3,000 มิลลิกรัม ซึ่งเป็นปริมาณที่เหมาะสมกับการรับประทานในแต่ละวัน Cheong Kwan Jang



ยังพาสินค้าตัวนี้ไปอยู่ในใจของผู้บริโภคผ่านวัฒนธรรมซีรีส์เกาหลี โดยให้ อิมินโฮ (Lee Minho) นักแสดงขวัญใจคนดูจากซีรีส์เรื่องดังอย่าง Boys Over Flowers, City Hunter และ The Heirs เป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์ประชาสัมพันธ์สินค้า หรือโปรโมตสินค้าผ่านซีรีส์ยอดนิยมต่าง ๆ รวมทั้ง Descendants of the Sun โดยให้ตัวละครเอกที่รับบทโดยซงจุกกี (Song Joongki) นักแสดงขวัญใจคนรุ่นใหม่หยิบโสมแดงของที่นี่มารับประทาน “เราคิดว่าซีรีส์ยอดนิยมจะช่วยเพิ่มความสนใจในเรื่องโสมแดงและคุณสมบัติในเรื่องการบำรุงร่างกาย” โฆษกของ Korea Ginseng Corp (KGC) กล่าว การปรากฏของโสมแดงของในซีรีส์จึงไม่เพียงแต่ทำให้คนสนใจเท่านั้น แต่ยังช่วยเพิ่มยอดขายของสินค้าตัวนี้ให้สูงถึงร้อยละ 175 และทำให้ผู้ชมชาวจีนที่คลั่งไคล้ซีรีส์เรื่องนี้จำนวนมากเกิดความสนใจและสั่งซื้อตาม

โสม x กังนัม ไลฟ์สไตล์สำหรับคนรุ่นใหม่

นอกจากการปรับลุคเปลี่ยนรสชาติของโสมให้เข้ากับความต้องการและวิถีชีวิตในปัจจุบันแล้วแบรนด์ต่าง ๆ ยังทำให้โสมกลายเป็นส่วนหนึ่งของไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ ผ่านการบริการรูปแบบต่างๆ

ในปี 2016 แบรนด์ Cheong Kwan Jang โดย Korea Ginseng Corporation (KGC) เปิดคาเฟ่ Sapoon Sapoon ในย่านช้อปปิ้งและธุรกิจของกรุงโซลอย่างย่านกังนัม เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าคนรุ่นใหม่ที่ใส่ใจในสุขภาพด้วยเมนูเครื่องดื่ม

จากโสมและสมุนไพรต่าง ๆ เมนูแนะนำประจำคาเฟ่โสมแห่งนี้คือ Ginseng-ccino เครื่องดื่มจากโสมที่อบด้วยไฟนมนคล้ายคาปูชิโน มีให้เลือกทั้งเมนู Black (โสมผสมกาแฟ) White (โสมไม่ผสมกาแฟ) และ Soya (โสมผสมนมถั่วเหลือง) นอกจากนี้ ยังมีเมล็ดกาแฟ Micro lot จากแหล่งปลูกต่าง ๆ ให้ลูกค้าได้เลือกดื่ม กาแฟโคลด์บรูว์ ชาสมุนไพร และน้ำผลไม้ เรียกได้ว่าครบทุกเมนูเอาใจสายคาเฟ่ไม่ว่าจะดื่มหรือไม่ได้ดื่มกาแฟ

“เป็นการรวมความน่าเชื่อถือและคุณภาพของผลิตภัณฑ์จาก Cheong Kwan Jang เข้ากับวัฒนธรรมคาเฟ่ในยุคนี้ เราพยายามทำให้ลูกค้าได้สนุกและเพลิดเพลินไปกับไลฟ์สไตล์ของคนรักสุขภาพในสถานที่สบาย ๆ โดยเราจะออกเมนูใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ” นัมกุงจูวอน (Namgung Juwon)



ผู้จัดการของ Korea Ginseng Corporation (KGC) กล่าว นอกจากเครื่องดื่มที่ตอบใจทุกความต้องการแล้ว Sapoon Sapoon ยังตั้งใจออกแบบให้พื้นที่ของร้านตอบใจวิถีชีวิตประจำวันของผู้คนอีกเช่นกัน โดยมีการจัดที่นั่งแบบโต๊ะเดี่ยวและโต๊ะยาว มีปลั๊กไฟให้บริการในแต่ละจุด รวมทั้งห้องประชุมที่สามารถขอใช้บริการได้ถ้าสั่งเครื่องดื่มถึงยอดที่ทางร้านกำหนด เรียกได้ว่าจะมาพักผ่อนจิบเครื่องดื่ม กินขนม หรือเปลี่ยนบรรยากาศมานั่งทำงานหรือประชุมก็ได้ทั้งหมด คาเฟ่โสมแห่งนี้จึงมีดีใจลูกค้าได้ไม่ยากและมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเฉลี่ย 300-400 คนต่อวัน หลังจากที่เปิดสาขาแรกที่กังนัม Sapoon Sapoon เปิดสาขาที่สองในปี 2018 ที่เทอร์มินอล 2 ของสนามบินอินชอน บริเวณเขต 234 เพื่อแนะนำแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มลูกค้าต่างชาติและนักเดินทางมากขึ้น

อีกหนึ่งธุรกิจที่น่าจับตามองไม่แพ้คาเฟ่ก็คือการที่แบรนด์สกินแคร์และเครื่องสำอางจากโสมต่างก็จับจองพื้นที่ในย่านกังนัมเพื่อนำเสนอประสบการณ์สปาในระดับพรีเมียมที่มอบความผ่อนคลายให้กับลูกค้าในกลุ่มเจนวายที่เต็มไปด้วยความริบเร่งและความเครียดจากการทำงานในแต่ละวันเช่นกัน ประสบการณ์สปาไม่ได้หยุดอยู่แค่ที่ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มอบให้ในแต่ละโปรแกรม แต่ยังรวมไปถึงการออกแบบพื้นที่ให้ดูร่วมสมัยและเป็นที่น่าจดจำ เมื่อเดินข้ามถนนจาก Sapoon Sapoon ไปไมไกลนัก จะพบกับ SPA 1899 โดย Donginbi ที่ได้รับการออกแบบ

ให้บรรยากาศของสปาแห่งนี้มีความโมเดิร์น ผ่องใสด้วยกลิ่นอายของบ้านเกาหลีแบบดั้งเดิม โดยการลดทอนรายละเอียดของบ้านและคงไว้แค่เทคนิคงานไม้แบบโบราณ SPA 1899 เน้นการให้บริการสปาจากโสมแดงและมีโปรแกรมที่เป็นที่นิยมในกลุ่มลูกค้าคือ Red Ginseng Energy Circulation Therapy™ ซึ่งเป็นวิธีทรีตเมนต์พิเศษที่นำโสมแดงสูตรเฉพาะของ Donginbi ที่ช่วยเรื่องการหมุนเวียนมาใช้ในสปาเพื่อช่วยผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจ เช่นเดียวกับ Sulwhasoo SPA Flagship Store ที่ตั้งอยู่ในย่านเดียวกัน ด้านนอกอาคารโดดเด่นด้วยโครงสร้างสลักกับผนังสีดำโดยมีแนวคิดในการออกแบบจากความส่องสว่างเหมือนความงามของภูมิปัญญาแห่งเอเชีย ซึ่งเป็นการนำปรัชญาของแบรนด์มานำเสนอผ่านการตกแต่งภายในที่ดูร่วมสมัย ลูกค้าจำนวนมากต่างแวะเวียนเข้ามาที่นี่เพื่อรับบริการสปา Intense Ginseng Journey ที่ออกแบบขึ้นเพื่อป้องกันริ้วรอยและฟื้นฟูพลังงานให้กับผิวด้วยการผสมผสานคุณสมบัติของโสมเข้ากับเทคนิคเฉพาะของแบรนด์

ก้าวสู่อันดับหนึ่งในตลาดโลก

ความได้เปรียบในเรื่องการเป็นแหล่งปลูก การให้ความสำคัญกับการวิจัยเพื่อพัฒนาสินค้า และความพร้อมในการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต คือปัจจัยที่ทำให้เกาหลีได้ประสบความสำเร็จในการแปลงโสมให้กลายเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคปรารถนา แต่รากฐานสำคัญที่ช่วยให้แบรนด์ Made in Korea เหล่านี้ให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลกได้คือ นโยบายจากภาครัฐที่ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสมุนไพรพื้นถิ่นอย่างโสม ที่ในอดีตไม่ได้เป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศ โดยในปี 1900 รัฐบาลกำหนดให้โสมเป็นสินค้าผูกขาดที่ต้องส่งผ่านบริษัท Samjeong Production Co., Ltd เพื่อนำไปขายในเซี่ยงไฮ้ และเมืองต่าง ๆ ในประเทศจีน เมื่อปริมาณการส่งออกโสมมีเพิ่มมากขึ้น จึงเริ่มมีการติดตรา Cheong Kwan Jang ที่มีความหมายว่า “ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากโรงงานที่ได้รับการรับรองจากรัฐบาล” บนสินค้าสำหรับส่งออกเพื่อการันตีว่าเป็นสินค้าโสมของแท้ที่ได้มาตรฐาน จนทำให้เกิดการยอมรับในตลาดทั้งในและต่างประเทศว่าโสมจากเกาหลีได้นั้นเป็นสินค้าคุณภาพสูงที่เชื่อถือได้ แม้ว่ารัฐบาลจะยกเลิกการผูกขาดโสม

เกาหลีในเวลาต่อมา แต่ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของตรา Cheong Kwan Jang ยังคงอยู่ และได้รับการนำไปสร้างเป็นแบรนด์ภายใต้บริษัท Korea Ginseng Corporation (KGC)

นอกจากนี้ ทุก ๆ ปี บริษัท Korea Ginseng Corporation (KGC) จะลงทุนในนักวิจัยกว่า 200 คนและลงทุนเงินกว่า 20 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อวิจัยเกี่ยวกับโสมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ทุกตัวของ Cheong Kwan Jang ได้รับการรับรองจากกระทรวงอาหารและวิทยาศาสตร์เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับตลาดต่างประเทศ เมื่อรากฐานแข็งแกร่ง การไปต่อก็ไม่ยาก ประสบการณ์ในการผลิตกว่า 120 ปีภายใต้การควบคุมคุณภาพที่ได้มาตรฐาน ทำให้ Cheong Kwan Jang ประสบความสำเร็จในการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากโสมที่ตอบโจทย์ความต้องการผู้บริโภคจนกลายเป็นแบรนด์โสมอันดับ 1 ของโลก สินค้าวางขายใน 40 ประเทศทั่วโลก มีสินค้าวางขายบนชั้นวางของห้างสรรพสินค้า Harrods ในลอนดอน มีคาเฟ่ Café & Ginseng เปิดที่ 5th Avenue ในนิวยอร์ก และทำรายได้ในต่างประเทศแตะ 100 ล้านดอลลาร์สหรัฐได้ในปี 2018

เมื่อถูกเสริมแรงด้วยเหตุการณ์การระบาดของโควิด-19 ทำให้ความนิยมในการบริโภคโสมเพื่อเพิ่มภูมิคุ้มกันมีมากขึ้นทั้งในเกาหลีได้และต่างประเทศ ส่งผลให้ยอดขายของ Cheong Kwan Jang เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สินค้าอย่าง Korean Red Ginseng Concentrated Extract ซึ่งทำจากโสม 100% ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ในขณะที่ยอดขายจากต่างประเทศก็เพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยยอดขายออนไลน์ในประเทศจีนเพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 41 เมื่อเทียบกับยอดขายรวมหกเดือนแรกในปี 2020 ยอดขายในสหรัฐฯ และญี่ปุ่นก็เพิ่มขึ้นหลังจากที่ Cheong Kwan Jang ตัดสินใจเปิดร้านบน Amazon เพื่อให้สินค้าเข้าถึงกลุ่มลูกค้าต่างชาติได้สะดวกขึ้น เช่นเดียวกับแบรนด์อื่น ๆ ในเครือบริษัท Korea Ginseng Corporation (KGC) ที่สามารถตีตลาดต่างประเทศได้อย่างไม่น่าหยั่งหน้า

Donginbi แบรินด์สกินแคร์จากสารสกัดโสมแดงที่ได้เปิดตลาดในหลายประเทศไม่ว่าจะเป็นญี่ปุ่น จีน ไทย นิวซีแลนด์ รวมทั้งสหรัฐอเมริกา ได้ขยายฐานลูกค้าต่างชาติให้กว้างขึ้นในปี



2021 โดย Donginbi มุ่งขยายกลุ่มลูกค้าในสหรัฐฯ ด้วยการวางจำหน่าย Red Ginseng Homme Power ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวสำหรับผู้ชายที่ปรับสูตรให้เพิ่มความชุ่มชื้นมากขึ้นและซึมเข้าสู่ผิวได้รวดเร็วบน Amazon “การเปิดร้าน Donginbi บน Amazon สร้างโอกาสอันดีสำหรับการนำเสนอเครื่องสำอางจากโสมแดงของเราให้ลูกค้าต่างชาติรู้จักในช่วงเวลาที่เครื่องสำอางเกาหลีกำลังเป็นที่นิยมในตลาดสหรัฐฯ” อีจุงฮยุน (Lee Junghyun) หัวหน้าแผนก Cosmetics Business Division ประจำ Korea Ginseng Corporation (KGC) กล่าว “เราจะเริ่มจากร้านบน Amazon ก่อน จากนั้นจะเริ่มขายไปสู่แพลตฟอร์มอี-คอมเมิร์ซอื่น ๆ เพื่อขยายฐานลูกค้าต่างชาติต่อไป” จองฮวายอง (Jung Hwayung) หัวหน้าแผนก Global and E-Commerce ของ Donginbi กล่าว [CT](#)

ที่มา : บทความ “CheongKwanJang’s Red Ginseng Gains Spotlight Amid Pandemic” โดย Yim Hyun-Su จาก koreaherald.com / บทความ “Ginseng Beauty : Cheong Kwan Jang’s Donginbi Extends US Reach to Offer ‘Quality Effective Products’ in Men’s Market” โดย Amanda Lim จาก cosmeticsdesign-asia.com / บทความ “Hit K-Drama Boosts Sales of South Korean Products” จาก straitstimes.com / บทความ “KGC Ginseng Corporation’s Cafe Sapoon Sapoona Becomes Trendy Place in Gangnam” โดย Choi Mun-Hee จาก businesskorea.co.kr / บทความ “KGC : The Global Leader in Ginseng” จาก kgccanada.com / บทความ “Korea’s Representative Red Ginseng, Cheong-Kwan-Jang Red Ginseng” จาก spag.co.kr / บทความ “Red Ginseng for Kids Growing in Popularity” โดย Lee Min-Hyung จาก koreatimes.co.kr / บทความ “Research & Innovation” จาก apgroup.com / บทความ “Spa.1899 / Spa interior” จาก ifworlddesignguide.com / บทความ “The House of Infinite Wisdom” จาก sulwhasoo.com



ส่องโอกาสสมุนไพรไทย หลังโควิด

กับ ดร. ภาณุ. มณฑกา ธีรชัยสกุล

เรื่อง : รติรัตน์ นิมิตรบรรณสาร

ภาพชั้นวางสินค้าในร้านขายยาที่มีขวดยาวางเรียงรายอยู่เป็นจำนวนมาก แต่กลับไม่มียาสกัดฟ้าทะลายโจรเหลืออยู่บนชั้นหรือในสต็อกสินค้าของร้านแม่แต่ขวดเดียว สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการที่พุ่งสูงขึ้นของยาฟ้าทะลายโจร หลังจากถูกนำไปรักษาผู้ป่วยโควิด-19 กลุ่มสีเขียวที่มีอาการไม่รุนแรง และชายติบชายติจันขาดตลาดไปนานนับเดือน ก่อนที่สมุนไพรชนิดอื่น ๆ ที่มีฤทธิ์ใกล้เคียงกัน อย่างยาห้าราก จันทน์ลีลา และกระชายขาว จะเริ่มขาดตลาดเช่นกัน

จากกระแสดังกล่าวทำให้สมุนไพรไทยกลับมาเป็นที่สนใจอีกครั้ง โดยก่อนหน้านี้สมุนไพรถูกใช้เป็นวัตถุดิบในหลากหลายอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง อุตสาหกรรมอาหารเสริม ยาสมุนไพร เรียกว่าตลาดสมุนไพรเป็นตลาดที่มีการเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง ดัดกลับไปตลาดส่งออก มูลค่าการค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพรในตลาดโลกแต่ละปีก็มีการเติบโตสูงมาโดยตลอด เพราะเป็นทางเลือกในการดูแลสุขภาพที่หลายคนมองว่าปลอดภัยและมาจากธรรมชาติ

อนาคตสมุนไพรไทยต่อจากนี้จะมีโอกาสไปได้ไกลแค่ไหน ในมุมมองของ ดร. ภาณุ. มณฑกา ธีรชัยสกุล ผู้อำนวยการกองสมุนไพรเพื่อเศรษฐกิจ กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข ผู้ที่ทำงานคลุกคลีกับสมุนไพรมาตั้งแต่จุดเริ่มต้นที่ภาครัฐหันมาส่งเสริม ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมสมุนไพรผ่านแผนแม่บทว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย พ.ศ. 2560-2564

สมุนไพรไทยได้รับความสนใจอย่างมากหลังเกิดสถานการณ์โควิด กระแสนี้ส่งผลต่อตลาดสมุนไพรในประเทศอย่างไรบ้าง

ในแง่ภาพรวมปีที่ผ่านมา ตลาดสมุนไพรไทยมีอัตราการเติบโตดีติดลบจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลง ปกติมูลค่าของผลิตภัณฑ์สมุนไพรภายในประเทศมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 9-10% ต่อปี ซึ่งถือว่ามีการเติบโตสูง ส่วนในภาพย่อย กลุ่มผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยในกลุ่มสปาและร้านนวด ซึ่งเคยทำรายได้อันดับหนึ่งก็มีมูลค่าลดลง เนื่องจาก

สถานการณ์ถูกสั่งปิดชั่วคราวจากการแพร่ระบาดโควิดและนโยบายล็อกดาวน์ แต่กลุ่มที่น่าสนใจแทนก็คือผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรกลุ่มแก้อาการหวัด ไอ หรือ แก้แพ้ กลายเป็นกลุ่มที่มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “ฟ้าทะลายโจร” ซึ่งขายดีจนขาดตลาด ส่งผลให้ตลาดสมุนไพรที่ใช้เป็น วัตถุดิบในการผลิตของอุตสาหกรรมยาเติบโตขึ้นถึง 5 เท่า จาก 800 ล้านบาท เป็นประมาณ 4,000 ล้านบาท โดยส่วนหนึ่งมาจากการที่ภาครัฐ มีการตอบสนองอย่างทันท่วงที มีการขึ้นบัญชีฟ้าทะลายโจรเป็นยาหลักรักษา โควิดเบื้องต้น ซึ่งยังมีผลต่อความต้องการของตลาดและประชาชนมากขึ้น ตามไปด้วย

ที่ผ่านมาสมุนไพรถูกใช้เป็นวัตถุดิบเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ใน อุตสาหกรรมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะธุรกิจเพื่อ สุขภาพ มองว่าสมุนไพรจะกลายเป็นเศรษฐกิจหลักและ เศรษฐกิจใหม่ของประเทศไทย

จริง ๆ มันเป็นอย่างนี้แล้ว ในปี 2559 ช่วงเริ่มต้นแผนแม่บทว่าด้วยการพัฒนา สมุนไพร พ.ศ. 2560-2564 ประเทศเรามีมูลค่าการบริโภคสมุนไพรสูงเป็น อันดับ 8 ของโลก คิดเป็นมูลค่า 1,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ต่อมาในปี 2562 ขยับขึ้นเป็น 1,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปัจจุบันเราขึ้นไปอยู่ที่อันดับ 6 ของโลก ดังนั้น ไม่ต้องถามเลยว่าอุตสาหกรรมนี้มีโอกาสเติบโตไหม ตัวเลขมัน ตอบชัดเจน ขณะเดียวกันคนไทยก็บริโภคสมุนไพรภายในประเทศอยู่แล้ว แม้ก่อนหน้านี้จะยังไม่มีการส่งเสริมเรื่องนี้อย่างจริงจังก็ตาม ยิ่งพอรัฐให้ การสนับสนุนอย่างเต็มที่ มีทิศทางในการทำงานที่ชัดเจน ทำให้เอกชนอยาก มาลงทุน ตลาดสมุนไพรก็ยิ่งมีการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง



Colum Lewis / Unsplash

ถ้ามองไปในกลุ่ม 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย หรือ S-Curve ตาม ยุทธศาสตร์ชาติ สมุนไพรไทยเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Affluent, Medical and Wellness Tourism) ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมเดิมที่มีศักยภาพ (First S-curve) เพียงแต่ ต้องการการจัดการเชิงระบบที่ทำให้เกิดการเติบโตแบบก้าวกระโดด อุตสาหกรรมสมุนไพรไทยมีศักยภาพในการเติบโตสูง แต่เราก็เห็นจุดอ่อน มากมาย โดยเฉพาะการขาดระบบการบริหารงานที่ชัดเจน ต่างคนต่าง ทำงาน ที่ผ่านมาก็เหมือนสมุนไพรไทยเติบโตแบบตามมีตามเกิด

อุปสรรคสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมสมุนไพรก็คือเรื่องของ กฎหมาย เดิมเราไม่มีกฎหมายควบคุมและกำกับดูแลผลิตภัณฑ์สมุนไพร เป็นการเฉพาะ ต้องนำบทบัญญัติตามกฎหมายว่าด้วยยาและกฎหมายว่า ด้วยอาหารมาบังคับใช้ ซึ่งยังไม่เหมาะสมกับการควบคุมและกำกับดูแล ผลิตภัณฑ์สมุนไพร รวมทั้งไม่สอดคล้องต่อการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ สมุนไพร ทำให้อุตสาหกรรมนี้มีการพัฒนาที่ล่าช้าและไม่สามารถเติบโตได้

ยกตัวอย่างเช่น วันนี้มีผู้ประกอบการรายหนึ่งคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ได้สำเร็จ แต่กว่าจะขึ้นทะเบียนได้ต้องรอไปอีก 3 ปี ถามว่าถ้าเป็นอย่างนี้แล้วใครจะ อยากลงทุน ถ้ามองในเชิงการตลาด กระบวนการขออนุญาตต่าง ๆ ต้อง ไม่ควรเกิน 6 เดือน ยิ่งถ้าทำเสร็จได้เร็วภายใน 1-2 เดือน จะยิ่งเพิ่มโอกาส ทางธุรกิจทำให้ผู้ประกอบการอยากเข้ามามีส่วนร่วมในอุตสาหกรรมนี้มากขึ้น ดังนั้นหัวใจของการขับเคลื่อนจึงต้องมีแผนแม่บทและการเปลี่ยนแปลง กฎหมายให้เหมาะสมยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นในการจัดทำแผนแม่ทบทบับ ดังกล่าว เพื่อให้สมุนไพรไทยสามารถแข่งขันได้ทั้งในและต่างประเทศ

ย้อนกลับไปพูดถึงแผนแม่บทกันสักนิด เป้าหมายสำคัญของ แผนนี้คืออะไร

เป้าหมายสำคัญมี 2 เรื่อง เรื่องแรกคือไทยตั้งเป้าจะเป็นประเทศผู้นำการ ส่งออกวัตถุดิบสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรของอาเซียน ซึ่งหลายปีที่ ผ่านมาตัวเลขการส่งออกของเราค่อนข้างคงที่ สะท้อนให้เห็นว่ายังต้องการ การลงทุนขนาดใหญ่และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างพื้นฐานอีกหลายเรื่อง แต่ถามว่าไทยเป็นอันดับหนึ่งของอาเซียนในอุตสาหกรรมนี้ไหม ตอนนีเรา เป็นอยู่แล้ว แต่ตัวเลขควรจะเติบโตได้มากกว่านี้ อีกเรื่องคือมุ่งสร้างมูลค่า ของวัตถุดิบสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สมุนไพรภายในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 1 เท่าตัว จากเดิมมีมูลค่า 3.8 หมื่นล้านบาท ให้เป็น 2 เท่าหรือ 7.6 หมื่นล้านบาทภายใน 5 ปี (พ.ศ. 2560-2564) แต่เนื่องจากสถานการณ์โควิด จึงไม่สามารถทำได้ตามเป้าหมาย ล่าสุดตัวเลขอยู่ที่ 4.8 หมื่นล้านบาท ในปี 2563

ในช่วง 5 ปีของแผนแม่บทฉบับแรกนี้ เกิดรูปธรรมสำคัญ อย่างไรบ้าง

ปัจจุบันมีการออกพระราชบัญญัติสมุนไพร พ.ศ. 2562 มีสาระสำคัญ เช่น กำหนดให้มีคณะกรรมการนโยบายสมุนไพรแห่งชาติ มีหน้าที่กำหนด นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพรแห่งชาติ และติดตาม ผลการดำเนินงานเรื่องนี้เป็นการเฉพาะ มีการปรับปรุงวิธีการอนุญาต



เมื่อก่อนถ้าพูดถึงสมุนไพร มักเป็นเรื่องเชิงลบ เช่น กินแล้วมีผลข้างเคียง กินแล้วตาย ถูกฉีดยาไม่มีใครพิสูจน์ แต่วันนี้สมุนไพรกลายเป็นที่ยอมรับมากขึ้น ต้องบอกว่าการที่ฟ้าทะลายโจรเข้าไปอยู่ในบัญชียาหลักแห่งชาติ สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อการรับรู้ของประชาชนอย่างมาก



ขึ้นทะเบียนยาให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการส่งเสริมผู้ประกอบการสมุนไพรมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างเป็นระบบและครบวงจร ซึ่งจะส่งผลดีต่อตลาดสมุนไพร ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำได้ ถือว่ากฎหมายฉบับนี้ช่วยปลดล็อกได้ในหลาย ๆ เรื่อง แต่ส่วนตัวมองว่าหลายเรื่องก็ยังค่อนข้างล่าช้า เนื่องจากระบบราชการไทยมีขั้นตอนการทำงานซับซ้อน ถ้าปรับให้เร็วขึ้นได้ จะยิ่งเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจได้อีกมาก และตั้งใจให้ผู้ประกอบการอยากเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น

ขณะเดียวกันก็มีการจัดการเรื่องต้นน้ำไปพอสมควร ทั้งการส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรผู้ปลูกสมุนไพรและปรับพื้นที่ปลูกสมุนไพรให้มีคุณภาพมากขึ้น ขณะที่กลางน้ำซึ่งเป็นเรื่องของผู้ประกอบการเป็นหลัก อาจจะยังทำได้ค่อนข้างน้อย เพราะความไม่พร้อมในหลายเรื่อง แต่ก็ได้มีการจัดทำฐานข้อมูลกลุ่มผู้ประกอบการสมุนไพร ส่วนปลายน้ำซึ่งเป็นเรื่องของผู้บริโภคและการส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของสมุนไพร วิกฤตโควิด-19 ทำให้ภาพของยาสมุนไพรในแง่ทางเลือกในการรักษาชัดเจนขึ้น ทำให้คนเข้าถึงเรื่องของสมุนไพรได้มากขึ้น เมื่อก่อนถ้าพูดถึงสมุนไพรมักเป็นเรื่องเชิงลบ เช่น กินแล้วมีผลข้างเคียง กินแล้วตาย ถูกฉีดยาไม่มีใครพิสูจน์ แต่วันนี้สมุนไพรกลายเป็นที่ยอมรับมากขึ้น ต้องบอกว่าการที่ฟ้าทะลายโจรเข้าไปอยู่ในบัญชียาหลักแห่งชาติ สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อการรับรู้ของประชาชนอย่างมาก ทำให้คนมั่นใจในการใช้ยาสมุนไพรมากขึ้น ในเชิงเศรษฐศาสตร์สาธารณสุข เรื่องของสุขภาพเป็น Asymmetrical Information คือความไม่เท่าเทียมกันของข้อมูล ยิ่งงมมอก็จะรู้มากกว่าคนทั่วไปอยู่แล้ว แต่พอ



เป็นเรื่องของสมุนไพร คุณไม่จำเป็นต้องเป็นหมอ แต่คนธรรมดาทั่วไปก็สามารถหาความรู้และทำความเข้าใจได้ กลายเป็นทางออกเรื่องของการดูแลตนเอง เกิดเป็นกระแสเชิงบวกต่อเรื่องของสมุนไพรอย่างรวดเร็ว

ปัจจุบันในตลาดสมุนไพรโลกใครถือเป็นผู้เล่นรายใหญ่ และไทยอยู่จุดไหนในตลาดโลก

ตลาดสมุนไพรในโลกมีมูลค่ารวมกันประมาณ 9.18 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ (ประมาณ 3 ล้านล้านบาท) ซึ่งประเทศที่มีมูลค่าทางการตลาดของสมุนไพรสูงที่สุด ได้แก่ อันดับ 1 จีน อันดับ 2 อเมริกา อันดับ 3 ญี่ปุ่น อันดับ 4 เกาหลีใต้ อันดับ 5 เยอรมัน ส่วนไทยเราอยู่อันดับ 6 โดยสมุนไพรไทยในกลุ่มอาหารเสริมมีมูลค่าตลาดมากที่สุด คือราวร้อยละ 60 ขณะที่ตลาดยาแผนโบราณคิดเป็นมูลค่าการตลาดราวร้อยละ 10

คิดว่าเราจะไปได้ไกลถึงอันดับ 1 ใน 3 ของโลกไหม และปัจจัยอะไรที่จะผลักดันให้ไปถึงตรงนั้น

ถ้าอยากไปให้ถึงจุดนั้น เราต้องปลดล็อกอีกหลายเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องโอกาสในการลงทุน เรื่องของกฎหมาย ข้อบังคับต่างๆ รวมไปถึงการอำนวยความสะดวกในการทำธุรกิจสมุนไพร เราปรับปรุงแก้ไขเรื่องเหล่านี้ได้ใหม่ การเปลี่ยนโครงสร้างอุตสาหกรรมหนึ่งให้มีการขยายตัวมากกว่าเท่าตัวภายในเวลา 3-5 ปี ถ้าไม่มีการลงทุนขนาดใหญ่ มันเป็นไปได้เลยถามว่าแล้วอะไรจะเป็นตัวดึงดูดการลงทุนระดับนั้นมาได้ หลายเรื่องเป็นเรื่องของภาพใหญ่ แต่พูดเรื่องการดึงนักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุน ถามว่าวันนี้ประเทศไทยมีความพร้อมมากน้อยแค่ไหน ภาครัฐต้องปลดล็อกข้อจำกัดของตัวเองให้ทันการเปลี่ยนแปลง ขณะเดียวกันภาคเอกชนก็ต้องกล้าลงทุนด้วย



เทรนด์ของสินค้าสุขภาพไม่เฉพาะสมุนไพรจะกลายเป็นเทรนด์ที่บูมมาก หลังโควิด ประกอบกับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทยก็เป็นอีกส่วนหนึ่ง ส่งผลให้มีแนวคิดในการใช้สมุนไพรเพื่อเป็นทางเลือกในการรักษาโรคและเสริมสร้างสุขภาพ นี่เป็นผลกระทบเชิงบวกต่อสมุนไพรทั้งสิ้น แต่คำถามคือภาครัฐจะมีแนวทางในการตัดสินใจและตอบสนองเรื่องนี้ได้ทันกว่าที่มากน้อยแค่ไหน หรือจะแค่ปล่อยให้ตลาดสมุนไพรโตไปตามธรรมชาติ



มองว่าหลังโควิด-19 ตลาดสมุนไพรไทยจะเป็นอย่างไร

ต้องยอมรับว่าสถานการณ์โควิด ทำให้คนหันมาเห็นความสำคัญเรื่องสุขภาพกันมากขึ้น ระหว่างเงินกับสุขภาพ เชื่อว่าวันนี้คนส่วนใหญ่จะเลือกสุขภาพดี ไม่ต้องรวยมากก็ได้ แต่อยากมีเงินนะ และก็ไม้อยากตาย คนจะหันกลับมาทบทวนว่าเขาจะต้องใช้ชีวิตยังไงเพื่อให้มีสุขภาพแข็งแรง ไม่เจ็บป่วยบ่อย ๆ พอคนเริ่มมีความรู้มากขึ้น เริ่มมีประสบการณ์เชิงบวกในการใช้สมุนไพรมากขึ้น ก็จะมีเชื่อมั่นผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลายเป็นภาพเชิงบวกที่จะสนับสนุนให้ตลาดสมุนไพรไทยเติบโตอย่างก้าวกระโดด

เทรนด์ของสินค้าสุขภาพไม่เฉพาะสมุนไพรจะกลายเป็นเทรนด์ที่บูมมาก หลังโควิด ประกอบกับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทยก็เป็นอีกส่วนหนึ่ง ส่งผลให้มีแนวคิดในการใช้สมุนไพรเพื่อเป็นทางเลือกในการรักษาโรคและเสริมสร้างสุขภาพ นี่เป็นผลกระทบเชิงบวกต่อสมุนไพรทั้งสิ้น แต่คำถามคือภาครัฐจะมีแนวทางในการตัดสินใจและตอบสนองเรื่องนี้ได้ทันกว่าที่มากน้อยแค่ไหน หรือจะแค่ปล่อยให้ตลาดสมุนไพรโตไปตามธรรมชาติ แต่บอกได้เลยว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพและมีโอกาสเติบโตสูง เพราะเทรนด์โลกกำลังเดินไปในทิศทางนั้น



ถ้าพูดถึงสมุนไพรเกาหลีต้องนึกถึงโสม หรือของจีนต้องเป็นตั๊กเข่า มองว่าในอนาคตเราจะสามารถพัฒนาสมุนไพรไทยตัวใดตัวหนึ่งเป็น Product Champion ระดับนั้นได้หรือไม่

ถ้าให้พูดตรง ๆ ก็ต้องบอกว่ามีแต่คนฝัน แต่ไม่มีคนทำจริงจัง ต้องเข้าใจก่อนว่า คนเกาหลีกินโสมในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว แต่ชายคนในชาติก็รวยแล้ว เนื่องจากมีการบริโภคสูงภายในประเทศ ดังนั้น ไม่ต้องพูดถึงความมั่นคงของอุตสาหกรรมเลย แต่ถ้ามองให้ลึกลงไปกว่านั้น เวลาพูดถึงโสมเกาหลี เราจะไม่พูดภาพลอย ๆ ว่าทำไมมันถึงดัง เพราะเกาหลีมีระบบการส่งเสริมการปลูกโสมและการจัดการเรื่องโสมที่ดีมาก มีระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่พัฒนาและส่งเสริมเกษตรกรผู้ปลูกและผู้ประกอบการที่สามารถเติบโตได้ เขามีสมาพันธ์เกษตรกรโสม มีการประกันราคา มีการรับซื้อ มีการวางกลยุทธ์ในการทำงานเรื่องนี้อย่างจริงจัง ไม่ใช่ในวันนี้ไม่อยากจะปลูกก็ปลูก ฟุ้งนี้อยากจะทำเล็กก็เล็ก นอกจากเป็นผลิตภัณฑ์ระดับประเทศแล้ว โสมเกาหลียังเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูงด้วย สิ่งเหล่านี้ไม่ได้เกิดขึ้นเพียงลำพัง แต่เป็นเรื่องของระบบนิเวศที่ต้องพัฒนาไปพร้อม ๆ กัน ตัดกลับมาที่บ้านเรา ยกตัวอย่างถ้าวันนี้เกษตรกรจะปลูกฟ้าทะลายโจร คิดว่ามันจะมีความมั่นคงแค่ไหน ก็ไม่แน่ใจเหมือนกันนะ

อีกอย่างถ้าจะถามกลับว่า แล้วถ้าพูดถึงสมุนไพรไทยนี่ก็ถึงอะไร หลายคนก็ตอบไม่ได้ ความโชคดีของเราคือเราอุดมสมบูรณ์จนเกินไป จนไม่สามารถเลือกสมุนไพรตัวใดตัวหนึ่งขึ้นมาได้ เพราะมันมีเยอะแยะไปหมด แต่ส่วนตัวคิดว่าเราต้องเลือกสักอย่างหนึ่งเถอะ ไม่ต้องคิดเยอะหรอก เช่น ฟ้าทะลายโจรหยิบมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ระดับชาติ (National Product) ใหม่ แล้วสื่อสารออกไป ใช้สถานการณ์โควิดนี้ให้เป็นประโยชน์ ใคร ๆ ก็อยากใช้ ราคาก็ไม่แพง กินแล้วไม่เป็นอันตราย อย่านมองว่าเรื่องนี้เป็นเรื่องของใครคนใดคนหนึ่ง แต่อยู่ที่เราทุกคน และอยากให้มองเรื่องนี้เชิงระบบมากกว่า [CT](#)



CREATIVE INGREDIENTS

แรงบันดาลใจในการทำงานด้านสมุนไพรไทย

พื้นฐานเป็นเภสัชกร แต่ส่วนตัวมีความเชื่อเรื่องการใช้ธรรมชาติในการรักษาตัวเองอยู่แล้ว หลังจากมีโอกาสได้ทุนไปเรียนเพิ่มเติมด้านศาสตร์การแพทย์โฮมิโอพาธี (Homeopathy) ซึ่งเป็นการแพทย์ทางเลือกที่เน้นการรักษาตามแนวธรรมชาติที่ประเทศอินเดียเป็นเวลา 2 ปี และมีโอกาสได้ฝึกงานที่โรงพยาบาลที่นั่น ได้เข้าไปอยู่ในระบบนิเวศที่คนทั่วไปดูแลสุขภาพด้วยธรรมชาติบำบัดเป็นเรื่องปกติ เรียกว่ามีความอินกับการไม่ใช้สารเคมีอยู่พอสมควร พอมีโอกาสมารับหน้าที่ตรงนี้ก็ถือเป็นเรื่องดี และคิดว่าไม่ได้ไกลจากความรู้ที่เรามี ปกติดิฉันเป็นคนปรับตัวง่ายก็เต็มที่กับงานที่ได้รับมอบหมาย และสนุกกับการทำงาน

ชื่อของสมุนไพรไทยที่คิดว่าแปลกหรือสะดุดหูที่สุดเท่าที่เคยได้ยินมา

อะไรบ้างคะที่รู้สึกแปลก (หัวเราะ) ถ้าเป็นคนทั่วไปอาจรู้สึกว่ามีสมุนไพรแปลก ๆ เช่น เพชรสังฆาต พิลังกาสา เฉียงพรางนางแอ หัวร้อยรู จุกโรหิณี แต่เนื่องจากตัวเองเรียนมาทางด้านเภสัชพฤกษศาสตร์ ต้องทำความรู้จักและคุ้นเคยกับชื่อเหล่านี้เลยไม่ได้รู้สึกแปลกอะไร แต่ถ้าก่อนหน้านี้ถามว่าชื่อไหนฟังดูแปลกหน่อย น่าจะเป็นโกฐกั๊กกั้ง (โกฐกะกั้ง) ซึ่งเป็นผลของต้นแสลงใจ เป็นสมุนไพรโบราณที่ต้นเรียกอย่างหนึ่ง ผลเรียกอีกอย่างหนึ่ง

อะไรคือความเข้าใจผิดของคนส่วนใหญ่เกี่ยวกับสมุนไพรไทยที่อยากแก้ไขให้ถูกต้อง

ถ้าใครบอกคุณว่าสมุนไพรมาจากธรรมชาติ กินแล้วไม่เป็นอะไร อย่ายไปเชื่ออะไรก็ตามถ้ากินซ้ำ ๆ กินเยอะเกินไป กินต่อเนื่องกันนานเกินไป ไม่เป็นผลดีทั้งนั้น ต่อให้มีคนมายืนยันว่าปลอดภัยแค่ไหนก็ตาม คุณจะรู้ได้ยังไงว่าจริงหรือเปล่า เรื่องนี้สำคัญมาก ๆ ถ้าคิดได้แบบนี้ คุณจะมีส่วนในการบริโภคสมุนไพรที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายกับตัวเอง



รับสิทธิพิเศษจาก TCDC



สำหรับสมาชิก**ประเภทองค์กร**
กับสิทธิประโยชน์ที่เพิ่มมากขึ้น



สิทธิการใช้พื้นที่
ส่วนบริการ
ได้ไม่จำกัดจำนวนคน



สิทธิในการเข้าใช้ฐานข้อมูล
Material ConneXion®
Bangkok



สิทธิการยืมทรัพยากรสารสนเทศ
ของ TCDC Resource Center
(หนังสือ, ตัวอย่างวัสดุเพื่อการออกแบบ)



สิทธิในการใช้ห้อง Auditorium
(ฟรีเฉพาะค่าเช่าพื้นที่ ไม่รวมค่าสาธารณูปโภค)
หรือ สิทธิในการใช้ Creative Room/
Business Room



สิทธิในการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาธุรกิจ

- บริการรับคำปรึกษาทางธุรกิจจากผู้เชี่ยวชาญ
- เข้าร่วมฟังบรรยายหรือการสัมมนาเชิงปฏิบัติการพิเศษ
ที่จัดโดย สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- ใช้พื้นที่ในการจัดแสดงผลงานและนำเสนอสินค้าและบริการ
ที่เกี่ยวข้องกับ ความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบที่
สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นผู้กำหนด



สิทธิได้รับรายงาน
ข้อมูลเชิงลึกด้านความคิด
สร้างสรรค์และการออกแบบ



ร่วมเป็นภาคีเครือข่าย
สมาชิกสร้างสรรค์ในเว็บไซต์ของ TCDC

ราคาพิเศษ
15,000
บาทต่อปี



เสริมพลังความคิดสร้างสรรค์ให้กับองค์กรคุณ

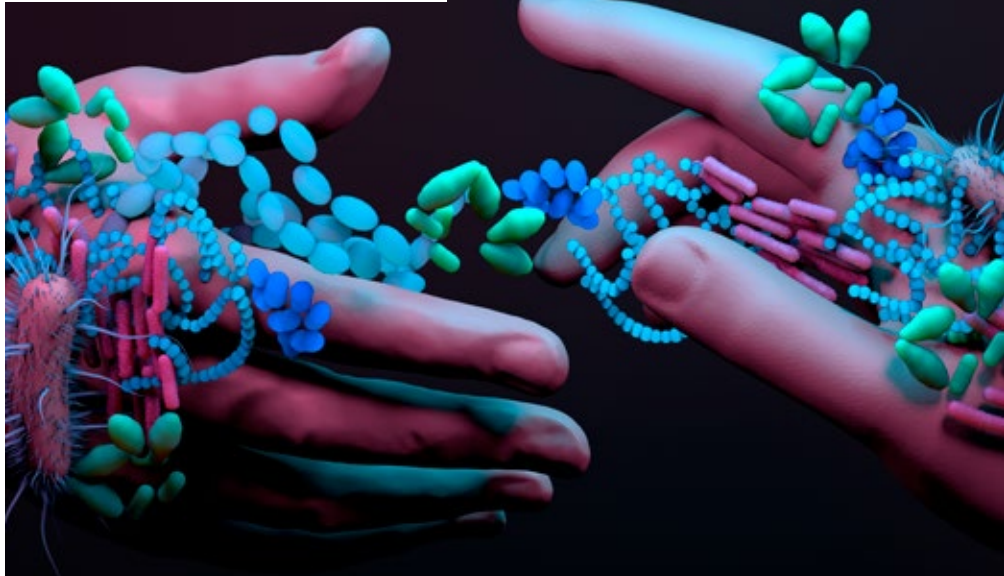
สนใจสมัครติดต่อได้ที่
corporatemember@cea.or.th

LINE @TCDC

ยกระดับมาตรฐานสมุนไพร ด้วย “เทคโนโลยีโอมิกส์”

เรื่อง : นพพร คนไว

หากเปิดตู้ยาประจำบ้าน นอกจากจะมี ยาสามัญไวยามฉุกเฉิน หลายบ้านก็ มักจะมียาจากสมุนไพรติดไว้ด้วย เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็น ขมิ้นชัน มะขามป้อม ยาจินหนัสลา ยาเบญจโลกวิเชียร หรือบางครอบครัวก็ดื่มน้ำขี้ น้ำกระชาย ต้มกันเป็นปกติ ยิ่งในช่วงการระบาดของ โควิด-19 ความสนใจของผู้คน ต่อการใช้สมุนไพรเพื่อสร้างภูมิคุ้มกัน ต่อไวรัสก็มีมากขึ้น ถึงอย่างนั้นก็ยังมีสมุนไพรอีกมากมายที่เป็นประโยชน์ ต่อสุขภาพแต่ยังต้องรอการยืนยัน สรรพคุณด้วยการทดสอบทางวิทยาศาสตร์ ที่ชัดเจน



ประวัติศาสตร์ของการใช้สมุนไพรเพื่อรักษาโรคนั้น มีมายาวนานมาตั้งแต่ก่อนที่มนุษย์จะคิดค้น การรักษาโรคด้วยวิทยาศาสตร์สมัยใหม่ ผลผลิต ทางธรรมชาติมีโครงสร้างและสารประกอบ ทางเคมีที่ช่วยให้มนุษย์นำมาพัฒนาเป็นยาใน ปัจจุบันได้ ซึ่งตั้งแต่ปี 1981-2010 สำนักงาน คณะกรรมการอาหารและยา (Food and Drug Administration: FDA) ในสหรัฐอเมริกาได้รับรอง ยาที่ผลิตขึ้นจากธรรมชาติ หรือมีส่วนประกอบ ของทางธรรมชาติไว้ถึง 45% จากจำนวนยา ทั้งหมด

เมื่อมองกลับมาที่ยาแผนโบราณ โดยเฉพาะ ยาจีนซึ่งมีวิธีการรักษาต่างไปจากการรักษาแบบ ตะวันตก ตรงที่การรักษาจะวินิจฉัยที่ตัวของ คนไข้มากกว่าตัวโรค โดยยึดทฤษฎีความสมดุล ของร่างกาย (หยิน-หยาง) และใช้สมุนไพรเพื่อ ปรับสมดุล แม้การรักษาด้วยวิธีนี้จะเป็นที่นิยม แพร่หลาย แต่ในด้านการศึกษาวิจัยกลับมีความท้าทาย เนื่องจากขาดหลักฐานทางวิทยาศาสตร์และการแพทย์ รับรอง

การศึกษาด้านข้อมูลทางพันธุกรรมและ กระบวนการทางชีวภาพจึงเป็นกุญแจสำคัญสำหรับ ความท้าทายนี้ โดยเป็นการพัฒนาเทคโนโลยี

ที่วิเคราะห์องค์รวมของชีวสารสนเทศศาสตร์ (Bioinformatics) อย่างละเอียดผ่าน “เทคโนโลยีโอมิกส์” (Omics Technologies) ที่ตรวจวัดข้อมูลที่ได้ลึกถึงระดับโมเลกุล ทั้งยังสามารถศึกษาการทำงานของ ชีวโมเลกุลจำนวนมากได้พร้อมกัน เพื่อหาความสัมพันธ์และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของสารชีวโมเลกุล ที่ต้องการตรวจสอบ โดยเน้นการระบุฤทธิ์เชิงชีวภาพของสารสมุนไพรต่อโมเลกุลเป้าหมายผ่านการทดสอบ กับเซลล์เพาะเลี้ยงของอวัยวะมนุษย์ จึงสามารถบอกให้ทราบถึงสรรพคุณทางยาที่มีความแม่นยำสูงของ สมุนไพรได้หลากหลายชนิด

ความปลอดภัยของสมุนไพรและตำรับยาเป็นข้อคำนึงหลักสำหรับการรักษาด้วยยาแผนโบราณ ทั้งองค์การยาแห่งสหภาพยุโรปและองค์การอนามัยโลกต่างก็มีการกำหนดมาตรการและกฎเกณฑ์ใน ด้านนี้ไว้อย่างเคร่งครัด ซึ่งบทบาทของการใช้เทคโนโลยีโอมิกส์ที่วิเคราะห์สมุนไพรได้หลายระดับตั้งแต่ ดีเอ็นเอ อาร์เอ็นเอ โปรตีน เมตาบอไลต์ (Metabolite) ไอออน และเซลล์ จะช่วยให้ผู้ผลิตยาสามารถ พัฒนาและปรับปรุงตำรับยาเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของตนสามารถผ่านมาตรฐานเหล่านี้ได้ดียิ่งขึ้น

ในบ้านเราก็มียักษ์อย่าง เซลล์ดีเอ็กซ์ จำกัด (CellDX) เป็นบริษัทที่ต่อยอดมาจากห้องปฏิบัติการ เภสัชวิทยาเชิงระบบ (Siriraj Laboratory for Systems Pharmacology) เปิดบริการรับตรวจสอบสรรพคุณ ทางยาของสมุนไพรด้วยเทคโนโลยีโอมิกส์ที่มีทั้งรูปแบบการเทียบเคียงสรรพคุณของสมุนไพรด้วยการ วัดระดับการแสดงออกของยีนแบบเชิงระบบ และทดสอบระดับการทำงานของกลไกควบคุมเซลล์หลัก ด้วยเทคโนโลยีไบโอเซนเซอร์ (Biosensor) ที่จับคู่สรรพคุณของยาสมุนไพรกับยาแผนปัจจุบันที่ให้ผลการ เปลี่ยนแปลงระดับโมเลกุลคล้ายคลึงกันได้เป็นอย่างดี

เทคโนโลยีโอมิกส์ไม่เพียงช่วยสร้างโอกาสมากมายให้แก่ขนาดของวงการสมุนไพร แต่ยังสามารถ ยกระดับผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการให้มีมาตรฐาน สร้างความรู้ความเข้าใจ เพื่อปรับปรุงตำรับยาให้ มีประสิทธิภาพมากขึ้น อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้บริโภคให้เข้าถึงการรักษาที่หลากหลาย ลดปัญหา การขาดแคลนยารักษาโรค ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญในสถานการณ์โรคระบาดในปัจจุบัน [CT]

ที่มา : งานวิจัย “The Use of Omic Technologies Applied to Traditional Chinese Medicine Research” โดย Dalinda Isabel Sánchez-Vidaña ,Rahim Rajwani และ Man-Sau Wong จาก hindawi.com / celldxlabs.com

READY SET GO

TREND 20 22

Free eBook **เจาะเทรนด์โลก**

ดาวน์โหลดฟรีได้ที่
TCDC.CO.TH

ติดตามชมสรุปในรูปแบบวิดีโอได้ที่
CEA ONLINE ACADEMY

