

ว่านหางจระเข้...สมุนไพรศักยภาพของไทย

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่า สนค. ได้ศึกษาข้อมูลสมุนไพรว่านหางจระเข้ ซึ่งเป็นสมุนไพรที่มีสรรพคุณมากมาย เป็นที่ยอมรับและมีการใช้อย่างแพร่หลายทั่วโลก ถือเป็นจุดแข็งและมีโอกาสในการพัฒนาไปได้อีกไกล นอกจากนี้ คณะกรรมการนโยบายสมุนไพรแห่งชาติ ได้กำหนดให้ว่านหางจระเข้อยู่ในกลุ่มสมุนไพรที่มีศักยภาพในการผลักดันให้เป็น Herbal Champion หรือสมุนไพรที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจสูงของไทย

ในปี 2565 ไทยมีพื้นที่ปลูกว่านหางจระเข้ทั่วประเทศ ประมาณ 10,000 ไร่ และมากกว่าร้อยละ 95 ของพื้นที่ปลูกอยู่ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ รองลงมา คือ กาญจนบุรี และเพชรบุรี มีผลผลิตรวมทั่วประเทศกว่า 1.1 แสนตัน ผลผลิตส่วนใหญ่ใช้ภายในประเทศ สำหรับการนำเข้าส่งออกมีไม่มาก โดยข้อมูลจากใบขนสินค้าของกรมศุลกากร พบว่าไทยนำเข้าในรูปแบบผงเกือบทั้งหมด (ปี 2565 ไทยนำเข้าผงว่านหางจระเข้ 2,161 กิโลกรัม โดยนำเข้าจากสหรัฐอเมริกา) และส่งออกในรูปแบบอบแห้ง (ปี 2565 ไทยส่งออกว่านหางจระเข้อบแห้ง 420 กิโลกรัม โดยส่งออกไปคูเวต และโอมาน)

อย่างไรก็ตาม ว่านหางจระเข้มีการนำไปแปรรูปเป็นสารสกัด และใช้เป็นส่วนผสมในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้หลายอุตสาหกรรม อาทิ อาหารและเครื่องดื่ม เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และยา แต่การเก็บข้อมูลการส่งออกผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของสมุนไพรมีข้อจำกัด เนื่องจากไม่มีพิกัดศุลกากรที่จะจำแนกออกมาได้ ดังนั้น การดูข้อมูลสถิติการค้าระหว่างประเทศของพืชสมุนไพร จึงไม่ครอบคลุมมูลค่าการส่งออกของผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ในการนี้ สนค. จึงได้ศึกษาฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์เปิดตัวใหม่ทั่วโลก GNPD (Global New Products Database) รวบรวมโดยบริษัทวิจัยตลาด Mintel พบว่า ในช่วงปี 2561 – 2566 (ถึงปัจจุบัน) มีการรายงานผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ (เฉพาะที่รับประทานได้) จำนวน 2,581 รายการ กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีว่านหางจระเข้เป็นส่วนผสมมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ (1) น้ำผลไม้ (Juice Drinks) 1,193 รายการ (ร้อยละ 46.2 ของจำนวนผลิตภัณฑ์ฯ) (2) ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพ (Healthcare) 456 รายการ (ร้อยละ 17.7) และ (3) ผลิตภัณฑ์นม (Dairy) 231 รายการ (ร้อยละ 9.0) โดยมีแหล่งผลิตสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ (1) เกาหลีใต้ 308 รายการ (ร้อยละ 11.9 ของจำนวนผลิตภัณฑ์ฯ) (2) ไทย 119 รายการ (ร้อยละ 4.6) และ (3) จีน 116 รายการ (ร้อยละ 4.5) หากพิจารณาเฉพาะผลิตภัณฑ์ฯ ที่ผลิตจากไทย ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มน้ำผลไม้ 94 รายการ (ร้อยละ 79.0 ของจำนวนผลิตภัณฑ์ฯ ที่ผลิตจากไทย) รองลงมา ได้แก่ อาหารสัตว์ (9 รายการ) และขนมขบเคี้ยว (5 รายการ) ตามลำดับ สำหรับตลาดที่มีการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้มากที่สุด 3 อันดับแรก คือ (1) เกาหลีใต้ 218 รายการ (ร้อยละ 8.4 ของจำนวนผลิตภัณฑ์ฯ) (2) อินเดีย 195 รายการ (ร้อยละ 7.6) และ (3) ญี่ปุ่น 135 รายการ (ร้อยละ 5.2)

สำหรับกลุ่มเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย (Beauty & Personal Care) ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่นิยมใช้ว่านหางจระเข้เป็นส่วนผสม พบว่า ในช่วงปี 2561 – 2566 (ถึงปัจจุบัน) มีการรายงานผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้ รวมจำนวน 127,866 รายการ โดยผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องสำอางฯ ที่มีว่านหางจระเข้

เป็นส่วนผสมมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ (1) ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว (Skincare) 62,281 รายการ (ร้อยละ 48.7 ของจำนวนผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องสำอาง) (2) ผลิตภัณฑ์สำหรับอาบน้ำและสบู่ (Soap & Bath) 19,394 รายการ (ร้อยละ 15.2) และ (3) ผลิตภัณฑ์สำหรับเส้นผม (Hair Products) 18,562 รายการ (ร้อยละ 14.5) โดยมีแหล่งผลิตสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ (1) จีน 13,261 รายการ (ร้อยละ 10.4 ของจำนวนผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องสำอาง) (2) สหรัฐอเมริกา 13,024 รายการ (ร้อยละ 10.2) และ (3) เกาหลีใต้ 7,497 รายการ (ร้อยละ 5.9) ทั้งนี้ ไทยเป็นแหล่งผลิตสำคัญอันดับที่ 10 โดยมีจำนวนผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องสำอาง 3,669 รายการ (ร้อยละ 2.9) ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผิว 2,038 รายการ (ร้อยละ 55.5 ของจำนวนผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องสำอางที่ผลิตจากไทย) รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์สำหรับอาบน้ำและสบู่ (615 รายการ) และเครื่องสำอาง (Colour Cosmetics) (416 รายการ) ตามลำดับ ส่วนตลาดที่มีการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องสำอาง ที่มีวุ้นหางจระเข้เป็นส่วนผสมมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ (1) สหรัฐฯ 11,244 รายการ (ร้อยละ 8.8 ของจำนวนผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องสำอาง) (2) จีน 6,751 รายการ (ร้อยละ 5.3) และ (3) บราซิล 6,438 รายการ (ร้อยละ 5.0)

สำหรับสรรพคุณของวุ้นหางจระเข้ จากบทความวิชาการ เรื่อง “Aloe vera: Ancient knowledge with new frontiers” ตีพิมพ์ในวารสาร Trends in Food Science & Technology เมื่อปี 2560 (ค.ศ. 2017) กล่าวถึง สรรพคุณหลักของวุ้นหางจระเข้หลายประการ อาทิ (1) การรักษาบาดแผลและอาการบาดเจ็บที่ผิวหนัง (2) การต่อต้านการอักเสบ (3) เป็นยาระบาย และ (4) มีสารต้านอนุมูลอิสระ จากสรรพคุณที่กล่าวมา วุ้นหางจระเข้จึงถูกนำไปใช้เป็นส่วนผสมในหลากหลายผลิตภัณฑ์ เช่น อาหารฟังก์ชัน ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เครื่องสำอาง และครีมเจลบำรุงผิว

“ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยมีศักยภาพ มีโอกาสที่จะพัฒนาไปได้อีกไกล แต่การยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยยังเผชิญความท้าทายอยู่มาก ทั้งกฎหมายระเบียบภายในประเทศ โดยเฉพาะการแปรรูปเป็นสารสกัดสมุนไพรที่ยังมีต้นทุนสูง ทำให้สารสกัดสมุนไพรไทยไม่สามารถแข่งขันด้านราคากับสารสกัดที่นำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งสารสกัดสมุนไพรเป็นวัตถุดิบสำคัญนำไปใช้ต่อเนื่องในหลากหลายอุตสาหกรรม หากรัฐบาลมีมาตรการส่งเสริมการผลิตสารสกัดสมุนไพรในประเทศ จะทำให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยเติบโตและแข่งขันได้ในตลาดโลกอย่างแข็งแกร่งยิ่งขึ้น อีกทั้งยังช่วยสร้างรายได้ให้เกษตรกรผู้ปลูกสมุนไพรโดยตรง” นายพูนพงษ์กล่าว

บริษัทวิจัยตลาด Euromonitor International รายงานข้อมูลการค้าปลีกผลิตภัณฑ์สมุนไพรในตลาดโลก พบว่าในปี 2565 มีมูลค่า 56,104.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 9.2 จากปีก่อนหน้า ประเทศที่มีมูลค่าการค้าปลีกผลิตภัณฑ์สมุนไพรสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ (1) จีน (มูลค่า 18,633.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33.2 ขยายตัวร้อยละ 13.0) (2) สหรัฐอเมริกา (มูลค่า 8,545.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.2 ขยายตัวร้อยละ 8.3) และ (3) ญี่ปุ่น (มูลค่า 3,420.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.1 ขยายตัวร้อยละ 1.5) สำหรับไทย ตลาดการค้าปลีกผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีมูลค่า 1,534.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.7 ของตลาดโลก และขยายตัวร้อยละ 8.3 โดยไทยมีมูลค่าการค้าปลีกผลิตภัณฑ์สมุนไพรอยู่ในอันดับที่ 8 ของโลก