ยกระดับอัตลักษณ์สมุนไพรไทยบนเวทีพืชสวนโลก 69 สู่หมุดหมายสังคม Wellness ที่น่าท่องเที่ยวของโลก

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) มองโอกาสของงานมหกรรมพืชสวนโลกจังหวัดอุดรธานี ที่จัดขึ้นระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน 2569 – 14 มีนาคม 2570 ภายใต้แนวคิด "Diversity of Life: Connecting People, Water and Plants for Sustainable Living" สะท้อนความหลากหลายทางชีวภาพ การอยู่ร่วมกันของผู้คน สายน้ำ และพืชพรรณอย่างยั่งยืน โดยเป็นงานแรกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ได้รับการรับรองจากสมาคมพืชสวนระหว่างประเทศ (AIPH) ถือเป็นการแสดงศักยภาพสมุนไพรไทย ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

นายนันทพงษ์ จิระเลิศพงษ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (ผอ.สนค.) ระบุว่า งานมหกรรมพืชสวนโลกเป็นโอกาสสำคัญในการ**นำเสนอศักยภาพเกษตรไทยสู่เวทีนานาชาติ** นอกจากช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็น**เวทีเชื่อมโยงเกษตรกร ผู้ประกอบการ นักลงทุน และตลาดต่างประเทศ** เพื่อสร้างโอกาสทางการค้าและยกระดับสินค้าเกษตรไทยสู่ผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง โดยเฉพาะสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สุขภาพ สอดคล้องกับ**แผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2566–2570) ที่มุ่งผลักดันประเทศไทยสู่การเป็นผู้นำด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ** รวมถึงเปิดโอกาสในการขยายตลาดสู่ธุรกิจสุขภาพและ Wellness ซึ่งได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นทั่วโลก โดยการจัดงานครั้งนี้ คาดว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจไทยทั้งทางตรงและทางอ้อมในหลากหลายมิติ ได้แก่

1. การเข้าร่วมงานและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ: ภายในงานมีสวนจัดแสดงพรรณไม้กว่า 50 สวน พร้อมไม้ดอกไม้ประดับหมุนเวียนกว่า 1 ล้านต้น นำเสนอพืชสวนและวัฒนธรรมจาก 17 ประเทศ อาทิ สหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น รัสเซีย ตุรกี ปากีสถาน และไทย โดยคาดว่าจะมีผู้เข้าชมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติกว่า 3.6 ล้านคน **สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจกว่า 20,000 ล้านบาท เกิดการจ้างงานกว่า 81,000 อัตรา และสร้างรายได้จากภาษีให้ภาครัฐกว่า 7,700 ล้านบาท**[1] นอกจากนี้ การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวยังช่วยกระตุ้นธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร การขนส่ง และการท่องเที่ยว รวมถึงสร้างโอกาสทางการค้าให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชน

2. โอกาสของเกษตรกรและอุตสาหกรรมสมุนไพรไทย: งานครั้งนี้เป็นเวทีสำคัญในการแสดงศักยภาพสมุนไพรและความหลากหลายทางชีวภาพของไทย โดยได้มีการจัดสรรพื้นที่สมุนไพรไทยและภูมิปัญญาไว้อย่างโดดเด่น เพื่อจัดแสดงสายพันธุ์และนวัตกรรมการแปรรูปแปรรูปสมุนไพรท้องถิ่น อาทิ **ขมิ้นชัน ไพล และกระชายดำ ซึ่งภาครัฐกำหนดให้เป็นสมุนไพรเศรษฐกิจสำคัญในปี 2569 ภายใต้แนวคิด Herb of the Year** โดยมุ่งยกระดับจากวัตถุดิบทางการเกษตรสู่ผลิตภัณฑ์พรีเมียมที่มีงานวิจัยและนวัตกรรมรองรับ อาทิ ขมิ้นชันสำหรับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและความงาม ไพลสำหรับผลิตภัณฑ์นวด สปา และเวชศาสตร์การกีฬา และกระชายดำสำหรับผลิตภัณฑ์สุขภาพและสารสกัดมูลค่าสูง ทั้งนี้ ภาครัฐตั้งเป้าสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจจากสมุนไพรทั้ง 3 ชนิดรวมกว่า 2,000 ล้านบาท ขณะที่ Euromonitor คาดการณ์ว่าใน**ปี 2569**[2] **ตลาดสมุนไพรไทย จะมีมูลค่าประมาณ 42,822 ล้านบาท** และเพิ่มขึ้นเป็น 50,262 ล้านบาทภายในปี 2574 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ร้อยละ 3 ต่อปี ขณะที่ตลาดสมุนไพรโลกปี 2569 มีมูลค่า 58,386 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และเพิ่มขึ้นเป็น 70,714.8 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ภายในปี 2574 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ร้อยละ 3.17 ต่อปี

3. ด้านการเชื่อมโยงสมุนไพรกับ Wellness: เป็นโอกาสสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สมุนไพรไทย ผ่านการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย อาทิ เครื่องดื่มสุขภาพ ผลิตภัณฑ์สปา เครื่องสำอางจากสารสกัดธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดย**ผสานภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยกับนวัตกรรมสมัยใหม่** เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ควบคู่กับการนำเทคโนโลยีเกษตรแม่นยำและระบบตรวจสอบย้อนกลับมาใช้ เพื่อยกระดับคุณภาพและมาตรฐานวัตถุดิบสมุนไพร ให้สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมแปรรูปและตลาดต่างประเทศ

ผอ. สนค. กล่าวทิ้งท้ายว่า งานมหกรรมพืชสวนระดับนานาชาติครั้งนี้ ถือเป็นโอกาสครั้งสำคัญในการ**ผลักดันศักยภาพสมุนไพรไทยให้เป็นที่ประจักษ์ในระดับสากล** พร้อมทั้งต่อยอดสินค้าเกษตรไทยจากการผลิตวัตถุดิบต้นน้ำไปสู่การสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง การขับเคลื่อนกระแสสมุนไพรในครั้งนี้จะเป็นการ**เชื่อมโยงเข้ากับอุตสาหกรรม Wellness อย่างไร้รอยต่อ** โดยเฉพาะการพัฒนาสมุนไพรและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นอันล้ำค่าเข้ากับนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งตอบโจทย์ทิศทางการค้าโลกยุคปัจจุบันที่มุ่งเน้นความยั่งยืนอย่างแท้จริง

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์
24 พฤศจิกายน 2569

[1] https://www.chiangmainews.co.th

[2] Euromonitor International บริษัทสำรวจข้อมูลทางการตลาดระดับโลก