T145371

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักคือ 1) เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการผลิตสมุนไพรเชิงการค้าของเกษตรกร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษากระบวนการผลิตและการตลาดสมุนไพรเชิงการค้าของเกษตรกร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 3) เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขในการผลิตสมุนไพรเชิงการค้าของเกษตรกร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือ เกษตรกรผู้ผลิตสมุนไพรเชิงการค้าที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 22 คน ซึ่งได้มาจากการเลือกตัวอย่างแบบลูกโซ่ (chain sampling) หรือการเลือกตัวอย่างแบบก้อนหิมะ (snowball sampling) สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (non-structure interview) ที่เป็นการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (informal interview) และเป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) ซึ่งรวมไปถึงการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participant observation) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (non-participant observation) จากนั้นจึงนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ซึ่งผลการวิจัยมีดังนี้

1. แรงจูงใจในการผลิตสมุนไพรเชิงการค้าของเกษตรกรมี 2 ประเภทคือ แรงจูงใจเบื้องต้นและแรงจูงใจหลัก โดยแรงจูงใจเบื้องต้นในการผลิตสมุนไพรเชิงการค้าของเกษตรกรเกิดจาก 1) เกษตรกรต้องการช่วยเหลือคนในชุมชนและคนทั่วไปให้หายจากโรคหรืออาการเจ็บป่วยที่เกิดขึ้น 2) เกษตรกรต้องปรับตัวตามสภาพปัญหาทางเศรษฐกิจ จึงได้หันมาผลิตสมุนไพรเชิงการค้าควบคู่กับการผลิตพืชชนิดเดิมที่มีราคาถูกลง 3) กระแสการตื่นตัวเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงและการพึ่งพาตนเอง ทำให้เกษตรกรอยากเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต จึงคิดผลิตสมุนไพรไว้ใช้ในการรักษาโรคและบรรเทาอาการเจ็บป่วยที่เกิดขึ้นให้แก่ตนเองและคนในครอบครัว 4) พื้นฐานจิตใจของเกษตรกรมีความชอบสมุนไพรเป็นการส่วนตัวและสนใจสมุนไพรเป็นทุนเดิม จึงได้ผลิตสมุนไพรขึ้น 5) เกษตรกรได้รับแรงจูงใจและคำแนะนำจากบุคคลใกล้ชิด รวมทั้งผู้นำชุมชนให้ทำการผลิตสมุนไพร

แรงจูงใจหลักในการผลิตสมุนไพรเชิงการค้าของเกษตรกรเกิดจาก 1) เกษตรกรมองเห็นว่าสมุนไพรมีช่องทางและโอกาสในการทำตลาดได้มากขึ้น 2) หน่วยงานและองค์กรภาครัฐให้การส่งเสริมสนับสนุนในเรื่องของสมุนไพรไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่น 3) สมุนไพรให้ความคุ้มค่าในเรื่องของรายได้และผลตอบแทนที่ได้รับ 4) เกษตรกรมีความสนใจสมุนไพรเป็นการส่วนตัวและแสวงหาความรู้ด้วยตนเองอยู่เสมอ ซึ่งส่งผลให้เกษตรกรมองเห็นคุณค่าและคุณประโยชน์ของสมุนไพร จึงเกิดเป็นแรงจูงใจในการผลิตสมุนไพรเชิงการค้าขึ้น

เกษตรกรมีวิธีการสร้างแรงจูงใจให้บุคคลทั่วไปหันมาผลิตสมุนไพรเชิงการค้า โดย 1) การสร้างจิตสำนึกให้บุคคลเป้าหมายได้ตระหนักถึงคุณค่าและคุณประโยชน์ของสมุนไพร รวมทั้งต้องให้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องสมุนไพร 2) พยายามให้บุคคลเป้าหมายได้มีการใช้สมุนไพร เพราะจะทำให้เกิดการพึ่งพาตนเองและเกิดประโยชน์ต่อส่วนรวมคือสามารถนำสมุนไพรไปใช้ในการรักษาโรคหรือบรรเทาอาการเจ็บป่วยที่เกิดขึ้นให้แก่ตนเองและคนในชุมชน ตลอดจนบุคคลทั่วไปได้ 3) การขอความร่วมมือจากองค์กรภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เป็นผู้ช่วยสร้างกระแสและแรงจูงใจในการผลิตสมุนไพร ย่อมทำให้เด็ก เยาวชน คนทั่วไป และผู้สูงอายุ เกิดความสนใจและอยากเรียนรู้เรื่องสมุนไพร ซึ่งสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ 4) การเชิญชวน ในกรณีที่บุคคลเป้าหมายมีความสนใจอยากเรียนรู้ อยากผลิต และแปรรูปสมุนไพร เกษตรกรมีความยินดีที่จะถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ เพราะถือว่าเป็นการช่วยสร้างอาชีพ สร้างงาน สร้างรายได้ และช่วยเหลือคนในชุมชนตลอดจนบุคคลทั่วไป 5) การขอความร่วมมือ โดยให้บุคคลเป้าหมายได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเกี่ยวกับการผลิตสมุนไพร ซึ่งเมื่อบุคคลดังกล่าวได้ปฏิบัติหรือได้ร่วมมือร่วมแรงร่วมใจในการผลิตสมุนไพรแล้ว ย่อมทำให้เกิดแรงจูงใจในการผลิตสมุนไพรเชิงการค้า

2. กระบวนการผลิตและการตลาดสมุนไพรเชิงการค้าของเกษตรกร พบว่ากระบวนการผลิตสมุนไพรเชิงการค้าของเกษตรกรเป็นกระบวนการที่มีการผสมผสานระหว่างการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับขั้นตอนการผลิตที่เป็นเชิงวิชาการ ซึ่งผลที่ได้คือ เกษตรกรสามารถผลิตและแปรรูปสมุนไพรให้อยู่ในลักษณะของสมุนไพรแห้งและผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทต่าง ๆ อันได้แก่ ยาลูกกลอน ยาแคปซูล ยาชง ยาต้ม และน้ำสมุนไพร

การตลาดสมุนไพรเชิงการค้าของเกษตรกรพบว่า มีความเกี่ยวข้องกับผู้บริโภค คนกลาง ร้านขายสมุนไพร และโรงงานผลิตยา รวมทั้งตลาดระดับต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ 1) ตลาดสมุนไพรในท้องที่หรือท้องถิ่น 2) ตลาดสมุนไพรปลายทางหรือตลาดขายส่งสมุนไพรและ 3) ตลาดขายปลีกสมุนไพร ทั้งนี้เนื่องมาจากสมุนไพรเมื่อผ่านการผลิตและแปรรูปให้เป็นสมุนไพรแห้งหรือผลิตภัณฑ์สมุนไพรในรูปแบบต่าง ๆ แล้ว จำเป็นต้องมีการกระจายและ

T145371

เคลื่อนย้ายจากผู้ผลิต (เกษตรกร) หรือแหล่งผลิตไปยังผู้บริโภค โดยมีคนกลางและกิจกรรมต่าง ๆ ทางการตลาดมาเป็นตัวสนับสนุนให้สมุนไพรดังกล่าวไปถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้ายได้ในระยะเวลา รูปร่าง และสถานที่ที่เหมาะสม ซึ่งตลาดหลักที่สำคัญในการจำหน่ายสมุนไพรของเกษตรกรคือ ตลาดสมุนไพรในท้องที่หรือท้องถิ่น

นอกจากนั้น เกษตรกรยังมีการหาช่องทางการจัดจำหน่ายสมุนไพรด้วยตนเอง โดยการนำสมุนไพรไปวางหรือฝากขายตามชมรมและสมาคมที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกชุมชน ตลอดจนมีการนำสมุนไพรไปออกร้านหรือจัดแสดงสินค้าตามงานเทศกาล และในอนาคตเกษตรกรมีโครงการที่จะจัดจำหน่ายสมุนไพรผ่านทางอินเตอร์เน็ต

3. ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขในการผลิตสมุนไพรเชิงการค้าในทรรศนะของเกษตรกรพบว่า เกษตรกรมีปัญหาและอุปสรรคในระดับมากถึงน้อยที่สุดเรียงตามลำดับคือ 1) ด้านการขออนุญาต อย. และการขอขึ้นทะเบียนตำรับยา 2) ด้านความรู้และกำลังความสามารถในการผลิตสมุนไพรเชิงการค้า 3) ด้านการตลาดสมุนไพรเชิงการค้าและ 4) ด้านเงินทุนหรือต้นทุนทางการผลิตสมุนไพรเชิงการค้าที่สูงขึ้น

แนวทางแก้ไขปัญหาในการผลิตสมุนไพรเชิงการค้าในทรรศนะของเกษตรกร คือ 1) รัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาด้วยการลดขั้นตอนหรือปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบในการขออนุญาต อย. และการขอขึ้นทะเบียนตำรับยา 2) รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดตั้งองค์กรหรือเจ้าหน้าที่เพื่อให้คำแนะนำปรึกษาแก่เกษตรกรที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการผลิตสมุนไพร และควรมีการสนับสนุนเรื่องเงินทุนเพื่อการผลิตสมุนไพร 3) เกษตรกรควรพยายามสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นแก่ผู้บริโภคและคนกลางที่เป็นผู้รับซื้อสมุนไพร ด้วยการเปิดโอกาสให้บุคคลเหล่านั้นเข้ามาพบเห็นวิธีการทำงานและกระบวนการผลิตสมุนไพรเชิงการค้าของเกษตรกร และ 4) เกษตรกรควรมีการรวมกลุ่มเพื่อสร้างอำนาจในการต่อรองซื้อขายสมุนไพร