

การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม
ด้วยการสร้างข้อกำหนดเฉพาะผลิตภัณฑ์สมุนไพรผลาของชมรมรักสมุนไพร
ตำบลแจ้ซ้อน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง
The Driving of Grassroots Economy Through the Process of Participation
by Creating Specifications for the Herbal Products of the Triphala Club
from Chae Son Sub District, Mueang Pan District, Lampang Province

บุญทวรรณ วิงวอน^{1*} วิลาศ พุ่มพิมล² อังคณา เชื้อเจ็ดตน³ พูนฉวี สมบัติศิริ⁴

พันสรวง อุตมพุทธิเมฆากุล⁵ และวิภาณุช ไบศล⁶

Boonthawan Wingwon,^{1*} Wilart Pompimon,² Angkhana Chuajedton,³

Punchavee Sombutsiri,⁴ Phansuang Udumputtimekakul,⁵ and Wipanoote Baison⁶

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อหนุนเสริมการดำเนินงานของชมรมรักสมุนไพร จังหวัดลำปาง (2) เพื่อวิเคราะห์กระบวนการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่จะทำให้ยอดขายได้มากขึ้น และ (3) เพื่อสร้างข้อกำหนดเฉพาะของผลิตภัณฑ์น้ำดื่มตรีผลาโดยชมรมรักสมุนไพรให้มีคุณภาพ มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคสมุนไพร เป็นการวิจัย เชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เครื่องมือ คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และการจัดเวทีชุมชน ผู้ให้ข้อมูล คือ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สมาชิกชมรมรักสมุนไพร ผู้นำชุมชนและทำการวิเคราะห์ด้วยเนื้อหา

^{1*}รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง (Department of Management Science, Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University)

²รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาเคมี คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง (⁵Department of Chemistry, Faculty of Science, Lampang Rajabhat University)

³อาจารย์ ดร. สาขาวิชาชีววิทยา คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง (Department of Biology, Faculty of Science, Lampang Rajabhat University)

⁴ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาเคมี คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง (⁵Department of Chemistry, Faculty of Science, Lampang Rajabhat University)

⁵ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาเคมี คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง (⁵Department of Chemistry, Faculty of Science, Lampang Rajabhat University)

⁶อาจารย์ ดร. สาขาวิชาเคมีประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง (Department of Applied Chemistry, Faculty of Science, Lampang Rajabhat University)

*Corresponding author; email:boonthawan2009@gmail.com

ผลการวิจัยพบว่า ประธาน กรรมการชมรมรักษาสุมไพร คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้นำชุมชน รวมถึงผู้จัดหาวัตถุดิบได้มีการประสานงานกันและมีส่วนร่วมคิด ร่วมกิจกรรม ร่วมประเมิน ร่วมรับผลประโยชน์และร่วมกันแก้ปัญหาของชมรมอย่างต่อเนื่อง กระบวนการทางตลาดส่วนใหญ่จำหน่ายในจังหวัดลำปาง และจังหวัดใกล้เคียง โดยได้มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 ประเภท คือ น้ำสมุนไพรตรีผลา น้ำสมอพิเภก น้ำสมอไทย และน้ำมะขามป้อม ทั้งขายส่งและขายปลีก ตลอดจนมีการจัดจำหน่ายวัตถุดิบให้กับเครือข่ายสมุนไพรทั่วประเทศ ด้วยการนำกลไกของการตลาดดิจิทัลมานำเสนอผลิตภัณฑ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ก ยูทูบ บล็อกโพส และไลน์ แอปพลิเคชัน และการสร้างข้อกำหนดเฉพาะของผลิตภัณฑ์ตรีผลาดำเนินการตามมาตรฐานสมุนไพรไทยตามข้อกำหนด มพช. เลขที่ 1441/2556 ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ตรีผลา อีกทั้งคนในชุมชน ชมรมรักษาสุมไพรและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นและส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องดีขึ้น

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์สมุนไพรตรีผลา การมีส่วนร่วม เศรษฐกิจฐานราก ตลาดดิจิทัล ข้อกำหนดเฉพาะของผลิตภัณฑ์

Abstract

The objectives of this research were (1) to study community participation in order to support the operation of the Herb Conservation Club of Lampang Province (2) to analyze the marketing process of Triphala which will increase sales and (3) to create specifications for the Triphala drinking water products by the Herbal Conservation Club to have quality and standards and be accepted by herbal consumers. It was a participatory action research. The tools were a semi - structured interview form and a community forum. The informants were members of the community enterprise group, members of the Herb Conservation Club, community leaders. Data was analyzed by content.

The results showed that the Chairman of the Herbal Conservation Club, the committees and members of the community enterprise groups, community leaders, and raw material suppliers have coordinated and participated in thinking, participating in activities, evaluating, receiving benefits, and continuously solving the club's problems. Most marketing processes are sold in Lampang and neighboring provinces. The product has been processed into four types which are herbal water, Triphala water, Samo Piphek water, Samo Thai water and Makhampom water. Both wholesale and retail as well as the distribution of raw materials to herbal networks throughout the country by bringing the mechanism of digital marketing to present products via social media, Facebook, YouTube, blog posts and LINE application. Besides, the creation of specifications for the Triphala drinking water product according to the Thai herbal standards as according to the requirements of the National Reform Commission No. 1441/2556, gives consumers the confidence in Triphala products. Also the people in the community, Herbal conservation clubs, and community enterprise groups have increased incomes and have improved the quality of life of those involved.

Keywords: Triphala Herbal Products, Participation, Grassroots Economy, Digital Marketing, Specifications for the Triphala

บทนำ

สมุนไพรเป็นยาพื้นบ้านแผนโบราณของไทยมาแต่อดีตแต่ในช่วง 20-30 ปีที่ผ่านมา ซึ่งในปัจจุบันความนิยมในการใช้สมุนไพรไทยได้ลดถอยลงไปบ้าง เมื่อเทคโนโลยีทางการแพทย์และเภสัชศาสตร์สมัยใหม่จากตะวันตกเข้ามามีอิทธิพลมากขึ้น เพราะมีความสะดวก เห็นผลรวดเร็วและในเชิงพาณิชย์ช่วยหนุนเสริมความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมสามารถประหยัดได้ทั้งเวลา และต้นทุนในการดำเนินงาน รวมถึงเคมีสังเคราะห์ยังเป็นพื้นฐานในหลายอุตสาหกรรมทั้งการทำยา เครื่องสำอางและปิโตรเคมี เพราะอุตสาหกรรมเหล่านี้ต้องการผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย (Kuhakarn, 2019) ยาเคมีสังเคราะห์ถึงแม้จะมีประสิทธิภาพแต่ก็มีความเป็นพิษของสารเคมีและก่อให้เกิดผลข้างเคียงตามมา ไม่ว่าจะเป็นสถานการณ์ของการดื้อยาและการแพ้ยาของผู้บริโภค (Mangkornkanokpong, 2019, Interview) ทำให้กระแสสังคมโลกหันกลับมานิยมผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากพบว่ายาเคมี สังเคราะห์ แม้จะมีประสิทธิภาพแต่ก็มีความเป็นพิษของสารเคมี และ ก่อให้เกิดผลข้างเคียงตามมา จากการคาดการณ์ขององค์การอนามัยโลกต่อปริมาณความนิยมสมุนไพรในตลาดโลกที่มีมูลค่าถึง 3,000 ล้านดอลลาร์ ในปีพ.ศ. 2549 สมุนไพรจะเพิ่มขึ้นเป็น 5,000 ล้านดอลลาร์ ในพ.ศ. 2593 และประเทศที่ส่งออกเป็นอันดับหนึ่งของโลกคือ จีน มีมูลค่าประมาณ 1.59 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือคิดเป็น ร้อยละ 14.2 อันดับสอง อินเดีย มูลค่า 1.30 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 11.6 และอันดับสามคือ เยอรมัน มูลค่า 766 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 6.9 แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันสมุนไพรไทยได้กลับมาได้รับความนิยมกันมากในเมืองไทยและโลกตะวันตก ต่างประเทศกำลังหาทางเข้ามาลงทุนและคัดเลือกสมุนไพรนำไปใช้สกัดหาตัวยาเพื่อรักษาโรคบางชนิด หรือมีหลายประเทศนำสมุนไพรไปปลูกและทำการค้าขายแข่งกับประเทศไทย (Sermisinsiri, 2015)

สมุนไพรไทยนอกจากเป็นภูมิปัญญาแล้วยังเป็นทรัพยากรสำคัญของประเทศ รัฐบาลจึงกำหนดเป็นแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับแรกขึ้นเพื่อหนุนเสริมสมุนไพรไทยทั้งระบบให้มีความยั่งยืนและผลักดันให้เป็นพืชเศรษฐกิจตัวใหม่ขับเคลื่อนโครงการ Thailand 4.0 (National Herb Policy Committee, 2017) ภายใต้การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้-ส่วนเสียเพื่อหนุนเสริมระบบเศรษฐกิจชุมชนในแต่ละท้องถิ่น เน้นการผลิตและการบริโภค การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้คนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ และร่วมกันเป็นเจ้าของภูมิปัญญาไทยของชุมชนหรือทุนในชุมชน อาทิ วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อของชาวบ้าน สภาพภูมิประเทศ สมุนไพรไทย แพทย์พื้นบ้านและความหลากหลายทางทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน ซึ่งนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ภายใต้การประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์และภูมิปัญญาไทยให้เป็นนวัตกรรมใหม่ตามความต้องการของผู้บริโภค

นอกจากนี้ ปัญหาของสมุนไพรในภาพรวมของประเทศยังขาดการบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อันเป็นปัญหาดั้งเดิมของประเทศไทย ส่งผลให้สมุนไพรไทยไปไม่ถึงเป้าหมายเท่าที่ควร ดังนั้น ผู้มีส่วนได้-ส่วนเสียต้องหาแนวทางในการกำจัดจุดอ่อน คือ การบูรณาการด้านเทคโนโลยีและวิชาการเพื่อหนุนเสริมให้การดำเนินงานของกลุ่มสมุนไพรบรรลุเป้าหมาย รวมถึงการสร้างข้อกำหนด กฎเกณฑ์ระเบียบต่างๆ ฉะนั้น หากจะแก้ต้องปรับทั้งระบบทั้งโครงสร้าง ซึ่งต้องเร่งดำเนินการโดยด่วน เพราะกระแสของสังคมโลกหันกลับไปนิยมยาสมุนไพรมากขึ้น (Vongyai, 2017) โดยเฉพาะสมุนไพรของจังหวัดลำปางยังไม่มีหลากหลายเท่าใดนักและไม่ได้เอามาแปรรูปให้เกิดมูลค่าเพิ่มเท่าที่ควร ส่วนใหญ่มีรายได้จากการจำหน่ายวัตถุดิบและมีการแปรรูปบางในบางผลิตภัณฑ์แต่ยังไม่ได้มาตรฐานตาม

ข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรภายในจังหวัดเท่านั้น ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าที่เคยบริโภคภายในจังหวัดเท่านั้น

ลำปางเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการปลูกสมุนไพรจำนวนมาก โดยเฉพาะอำเภอเมืองปาน ตำบลแจ้ซ้อนที่มีการผุดขึ้นของต้นมะขามป้อม ต้นสมอพิเภก ต้นสมอไทยและต้นกาแปบนเนินภูเขาที่สลับกันไป และชุมชนไม่ทราบว่าต้นไม้นี้เหล่านี้รับประทานได้หรือสามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้ จากการระดมความคิดของสมาชิกชมรมรักสมุนไพรและชุมชนตำบลแจ้ซ้อน จังหวัดลำปาง เมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2560 พบว่ามีความต้องการผลิตภัณฑ์เป็นของตนเองเพื่อสร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่ โดยเน้นตำรับยาสมุนไพรเป็นที่ต้องการแก่ผู้บริโภค คือ ตรีผลา ยาตำรับนี้มีกระแสนิยมในผู้บริโภคซึ่งประกอบด้วยส่วนผสม มะขามป้อม (*Phyllanthu semblica L.*) สมอไทย (*Terminalia chebula Retz*) และสมอพิเภก (*Terminalia bellerica Roxb.*) ผลิตออกมาในรูปของน้ำสมุนไพรตรีผลา หวาน-จืด ชาวชนสมุนไพรตรีผลาและยาเม็ดสมุนไพรตรีผลา ซึ่งมีผลลัพท์ที่แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์สามารถ (1) ล้างพิษออกจากระบบต่างๆ ของร่างกายได้ เช่น ระบบทางเดินอาหาร ระบบเลือด ระบบน้ำเหลืองและชำระเมือกมันในลำไส้ (2) ลดน้ำหนัก ลดมวลไขมันออกจากร่างกาย (3) ป้องกันและยับยั้งการเจริญเติบโตของเซลล์มะเร็งปากมดลูก มะเร็งตับ มะเร็งเต้านม (4) ชะลอความแก่จากสารต้านอนุมูลอิสระ และ (5) ช่วยป้องกันและบำบัดโรคที่เกี่ยวข้องกับระบบภูมิคุ้มกัน เช่น โรคหัวใจและโรค เป็นต้น

ผลจากการระดมความคิดของสมาชิกชมรมรักสมุนไพรได้ข้อสรุปที่เป็นปัญหาดังนี้ (1) ด้านวัตถุดิบ คือ มะขามป้อม สมอพิเภกและสมอไทยที่นำมาทำการผลิตอาจมีคุณภาพทางเคมีไม่คงที่ เช่น องค์ประกอบทางเคมีที่เป็นสาระสำคัญในสมุนไพรทั้ง 3 ประเภทที่นำมาปรุงเป็นตำรับตรีผลา (2) ความคงตัวของเคมีและทางภาพของผลิตภัณฑ์ตรีผลาทั้งส่วนที่เป็นน้ำสมุนไพรยาเม็ดแคปซูล และยาขงตรีผลา (3) ความถูกต้องของสรรพคุณที่ระบุไว้ข้างบรรจุภัณฑ์ทุกประเภทของตรีผลา และ (4) ความผันผวนทางการตลาดที่ต้องรองรับผลิตภัณฑ์ตรีผลาของแหล่งผลิตอื่นๆ รวมทั้งความเชื่อของประชาชนที่จะบริโภคยาสมุนไพรตำรับตรีผลา ดังนั้น งานวิจัยนี้เป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนและสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนเป้าหมายในชนบทระดับฐานรากโดยอาศัยองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ร่วมกับนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารธุรกิจเชิงรุก เพื่อเพิ่มผลผลิต ลดต้นทุนและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในระยะยาว

วัตถุประสงค์

1. วิเคราะห์บริบทชุมชนตำบลแจ้ซ้อน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง
2. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อหนุนเสริมการดำเนินงานของชมรมรักสมุนไพร จังหวัดลำปาง
3. เพื่อวิเคราะห์กระบวนการตลาดของผลิตภัณฑ์ตรีผลาที่จะทำให้มียอดขายได้มากขึ้น
4. เพื่อสร้างข้อกำหนดเฉพาะของผลิตภัณฑ์น้ำดื่มตรีผลาโดยชมรมรักสมุนไพรให้มีคุณภาพและมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคสมุนไพร

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมด้วยการสร้างข้อกำหนดเฉพาะของผลิตภัณฑ์สมุนไพรตรีผลาของชมรมรักสมุนไพร จังหวัดลำปาง” คณะผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ ตัวแทนชุมชนที่ทำการปลูกสมุนไพร คือ มะขามป้อม สมอพิเภกและสมอไทยเพราะเป็นผู้เกี่ยวข้องกับปัจจัยการผลิต

โดยตรง จำนวน 35 คน คณะกรรมการ/สมาชิกชมรมรักษาสุนไพรจังหวัดลำปาง จำนวน 16 คน เพราะเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบในการผลิตและทำการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุนไพรตรีผลา เครือข่ายการตลาดสุนไพรไทย จำนวน 12 คน ทำหน้าที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุนไพรตรีผลาทั้งปลีกและส่ง ระยะเวลาในการวิจัย จำนวน 1 ปี คือ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 พื้นที่เป้าหมายของการวิจัย คือ ชมรมรักษาสุนไพรจังหวัดลำปางซึ่งมีอาณาบริเวณการผลิตสุนไพรตรีผลา โดยนำมาหมักบ่ม สมุนไพรและสมุนไพรจาก ตำบลเมืองปาน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง เนื้อหาวิจัยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมในการทำงานเชิงพื้นที่และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กระบวนการสร้างกรอบแนวคิดและกระบวนการวิจัยมีการพัฒนามาจากฐานแนวคิดทฤษฎีหลัก 2 ทฤษฎี ดังนี้

1. ทฤษฎีการมีส่วนร่วม

United Nation (1981) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า เป็นกระบวนการเกี่ยวกับ การกระทำ และเกี่ยวข้องกับมวลชนในระดับต่าง ๆ ดังนี้ (1) กระบวนการตัดสินใจซึ่งตัดสินใจเกี่ยวกับจุดประสงค์ ทางสังคม และการจัดสรรทรัพยากร และ (2) การกระทำโดยสมัครใจต่อกิจกรรมและโครงการ ส่วนแนวคิดของ Wuttimaethee, (1983) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการคิดริเริ่มการพิจารณาตัดสินใจการร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ อันมีผลกระทบถึงประชาชนเอง

Keith & John (1985). สรุปการมีส่วนร่วมว่าเป็นการเกี่ยวข้องทางจิตใจ และอารมณ์ของบุคคลหนึ่งในสถานการณ์กลุ่มหนึ่ง ซึ่งผลของการที่มีความเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำการบรรลุจุดหมายของกลุ่มนั้นๆ กับความรู้สึกร่วมรับผิดชอบ กับกลุ่มดังกล่าว รวมถึงแนวคิดของ Reeder (1963); Huntington & Nelson (1975) ได้นิยามว่าการมีส่วนร่วมเป็นในการปฏิสัมพันธ์กันทางสังคม รวมทั้งการมีส่วนร่วมของปัจเจกบุคคลและการมีส่วนร่วมของกลุ่ม สอดคล้องกับแนวคิดของ Erwin (1976) ที่นำเสนอว่าการมีส่วนร่วมว่าเป็นกระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ตัดสินใจ แก้ปัญหาของตนเอง เน้นการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องอย่างเข้มแข็ง โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และความชำนาญของประชาชน แก้ไขปัญหาร่วมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสมและสนับสนุนติดตามผลการปฏิบัติงานขององค์กร

Cohen & Uphoff (1981); Chapin (1977) ได้เสนอตัวชี้วัดการมีส่วนร่วมของประชาชน ดังนี้ (1) การมีความสนใจในกิจกรรมและการเข้าร่วมประชุม (2) การให้การสนับสนุนช่วยเหลือในกิจกรรมหรือโครงการ (3) การเป็นสมาชิกและกรรมการ และ (4) การเป็นเจ้าของที่ และ Wasi (1999) กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนว่าเป็นความคิดริเริ่มของท้องถิ่นในการทำให้เกิดการจัดองค์กรและการปรากฏขึ้นของผู้นำตามธรรมชาติ ดังนั้นงานวิจัยนี้เน้นการมีส่วนร่วม เพื่อกำหนดเป็นกรอบในการศึกษาไว้ 5 ขั้นตอน คือ (1) ร่วมศึกษาปัญหา (2) ร่วมวางแผน (3) ร่วมปฏิบัติงาน (4) ร่วมติดตามผล และ (5) ร่วมบำรุงรักษา ดังนั้น การมีส่วนร่วม คือ ความเต็มใจ ตั้งใจ สนใจที่จะเสียสละทั้งแรงกาย แรงใจและทรัพย์สินโดยแสดงให้เห็นทั้งรูปธรรมและนามธรรม สรุปได้ว่าการมีส่วนร่วมของประชาชน กลุ่ม องค์กร เครือข่ายและภาคีมีเป้าหมายเพื่อสร้างกิจกรรมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

ดังนั้น งานวิจัยนี้ได้นำทฤษฎีการมีส่วนร่วมของ Reeder (1963); Huntington & Nelson (1975); United Nation (1981); Keith & John (1985); Cohen & Uphoff (1981); Chapin (1977) ในประเด็นการมีส่วนร่วมของปัจเจกบุคคลและการมีส่วนร่วมของกลุ่มเพื่อร่วม (1) ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหา (2) ร่วมวางแผน (3) ร่วม

ปฏิบัติงาน (4) ร่วมติดตามผล และ (5) ร่วมบำรุงรักษาอุปกรณ์ และทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่าในการทำงานแบบมีส่วนร่วมภายในชุมชน

2. แนวคิดเศรษฐกิจฐานราก

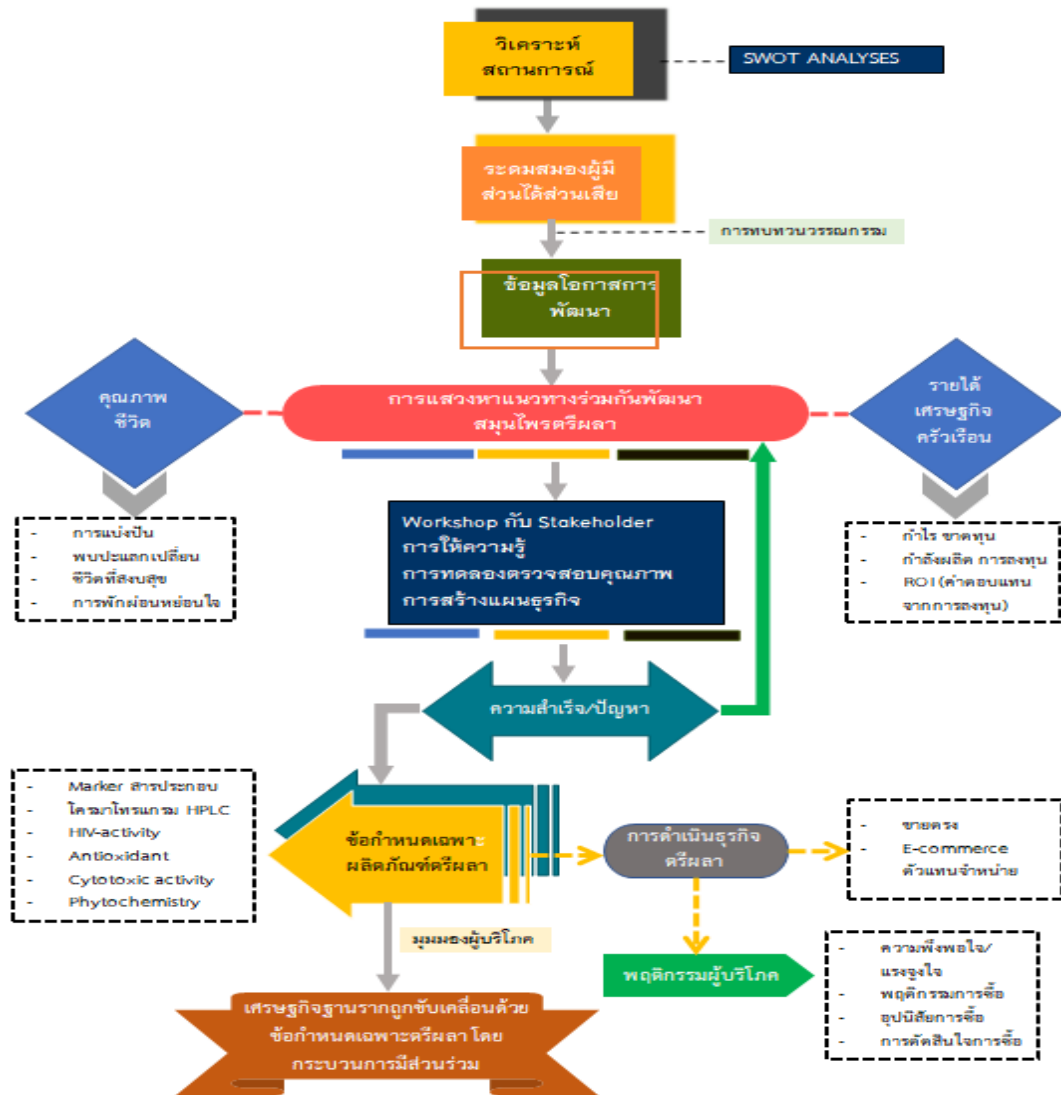
เศรษฐกิจฐานราก คือ ระบบเศรษฐกิจของชุมชนที่เน้นการพึ่งตนเองภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีการช่วยเหลือเอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน (Buthpho, 2017) เน้นคุณธรรม และเป็นระบบเศรษฐกิจที่เอื้อให้เกิดการพัฒนาในแต่ละพื้นที่ ภายใต้ระบบเศรษฐกิจ สังคม ชุมชน วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติผ่านความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนในชุมชน ท้องถิ่นและสังคม มิใช่เป็นเฉพาะเศรษฐกิจแนวตั้งแบบปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล แต่สามารถทำให้เกิดความร่วมมือ เกิดโอกาสและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเศรษฐกิจร่วมของชุมชนกับเศรษฐกิจของปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล เพราะเป็นระบบเศรษฐกิจที่มีลักษณะความร่วมมือเป็นหุ้นส่วนสร้างความสัมพันธ์ ทั้งในชุมชนและนอกชุมชน (Community Organization Development Institute, Public Organization, Ministry of Social Development and Human Security, 2016)

องค์ประกอบระบบเศรษฐกิจฐานรากมีดังนี้ (The Chaipattana Foundation, 2016) (1) มีการรวมกลุ่มเพื่อสร้างพลังในการทำงานร่วมกัน ความสามารถที่จะเจรจาต่อรองและประสานงานทั้งภายในและกับภายนอกอย่างมีประสิทธิภาพ (2) มีการจัดการระบบการเงินของชุมชน โดยมีการบูรณาการทุนร่วมกันของสมาชิกและมีกองทุนของชุมชนที่เข้มแข็ง (3) มีระบบการจัดการทุนชุมชน ที่ครอบคลุมทุนทางสังคม ทุนบุคคลและสมาชิกเพื่อทำการฟื้นฟูทรัพยากร วิถีวัฒนธรรมภูมิปัญญาอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น (4) มีระบบข้อมูลรอบด้านทั้งภายในและภายนอก เพื่อการวิเคราะห์ระบบของท้องถิ่น เพื่อการตัดสินใจ การติดตามผลและรายงานผล (5) มีระบบการผลิตของชุมชนทั้งขั้นพื้นฐานและก้าวหน้าที่ได้มาตรฐาน มีมูลค่าเพิ่มและสามารถเชื่อมโยงระบบเศรษฐกิจภายนอกได้ (6) สร้างความร่วมมือในทุกระดับและทุกมิติ เพื่อให้เกิดความร่วมมือให้บรรลุเป้าหมายและสัมพันธภาพที่ดี (7) มีระบบการอยู่ร่วมกัน หรือเคารพกติกา จารีตประเพณีในการอยู่ร่วมกัน ระบบสวัสดิการการดูแลซึ่งกันและกัน (8) มีคุณธรรม จริยธรรมในการทำกิจกรรม การประกอบกิจการ ทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม หรือการดำรงชีวิต (9) มีความเป็นเจ้าของร่วมกัน โดยคนในชุมชนร่วมทุนร่วมกิจกรรมการพัฒนาชุมชนและมีสำนึกถึงความเป็นเจ้าของร่วมกัน (10). คนในพื้นที่ของชุมชนมีส่วนร่วม มีความรู้เรื่องราวการพัฒนาในพื้นที่รวมทั้งความรู้ในสังคมอื่น ๆ ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมสร้างสรรค์ มีคุณธรรมและจริยธรรมพื้นฐาน ครอบครัวมีความเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้ ดังนั้น ระบบเศรษฐกิจฐานรากจึงเน้นการรวมกลุ่ม เพื่อสร้างพลังในการทำงานร่วมกัน มีการจัดการระบบการเงินของชุมชน มีระบบการจัดการทุนชุมชนและทุนทางสังคม มีระบบการผลิตของชุมชนทั้งขั้นพื้นฐานและก้าวหน้า สร้างความร่วมมือในทุกระดับและทุกมิติ เพื่อให้เกิดความร่วมมือให้บรรลุเป้าหมายและสัมพันธภาพที่ดี ทั้งระดับกลุ่มต่อกลุ่ม กลุ่มกับชุมชน มีคุณธรรมและจริยธรรมในการทำกิจกรรม โดยมีความเป็นเจ้าของร่วมกัน ร่วมทุน ร่วมกิจกรรมหรือกิจการให้บรรลุเป้าหมาย (Director Social Data-based and Indicator Development Office, SDIO, 2017)

ดังนั้น สรุปได้ว่างานวิจัยนี้ได้ใช้แนวคิดเศรษฐกิจฐานรากของ Buthpho (2017); The Chaipattana Foundation (2016) ; Director Social Data-based and Indicator Development Office, SDIO. (2017) ที่นำเสนอว่าแนวคิดเศรษฐกิจฐานรากเป็นระบบเศรษฐกิจที่เอื้อให้เกิดการพัฒนาในแต่ละพื้นที่ ภายใต้ระบบเศรษฐกิจ สังคม ชุมชน วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติผ่านความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนในชุมชน ท้องถิ่นและสังคม

อนึ่ง ผลจากการทบทวนวรรณกรรมประกอบกับการจัดทำเวทีประชาคมของผู้ที่มีส่วนได้-เสียของสมุนไพรรักษาโรคของชุมชนมรดกโลก จังหวัดลำปาง ภายใต้แนวคิดการมีส่วนร่วมของ Cohen & Uphoff (1981);

Chapin (1977); Reeders (1963); Huntington & Nelson (1975) และแนวคิดเศรษฐกิจฐานรากของมูลนิธิชัยพัฒนา(2550); Kikhunthod, (2016) คณะผู้วิจัยได้กำหนดกรอบกระบวนการวิจัย ดังภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบกระบวนการวิจัย

วิธีดำเนินงานวิจัย

1. ลงพื้นที่เพื่อทำการวิเคราะห์สถานการณ์ชุมชน/บริบทชุมชน/ความต้องการของสมาชิกกลุ่มชุมชนไพรไทย ด้วยเทคนิค SWOT เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน เป็นสภาพแวดล้อมภายใน ส่วนโอกาสและอุปสรรค เป็นสภาพแวดล้อมภายนอกของชุมชน

2. ดำเนินการทบทวนวรรณกรรมผ่านแนวคิด ทฤษฎีการมีส่วนร่วมของ Cohen & Uphoft (1981); Chapin (1977); Reeders (1963); Huntington & Nelson (1975) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการประชุมแบบมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้-ส่วนเสีย เพื่อหาแนวทางสร้างกรอบแนวคิดร่วมกัน

3. ประชุมทีมวิจัยเพื่อจัดทำเครื่องมือวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง และมีการตรวจสอบเครื่องมือด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยมีผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน และผลการจัดทำ IOC มีค่ารวมเท่ากับ 0.78 ซึ่งมากกว่า 0.7 ขึ้นไปตามเกณฑ์ของ Ronna & Laurie (2003)

4. ดำเนินการวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย ภายใต้ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โอกาส และอุปสรรคภายใต้ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกชุมชน ผ่านการให้ข้อมูลของบุคคลในชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสมุนไพรตรีผลา ตำบลแจ้ซ้อน ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ SWOT

5. ทำการวิเคราะห์กระบวนการตลาดสมุนไพรของตรีผลา จังหวัดลำปางที่จะทำให้มียอดขายได้มากขึ้น ด้วยการจัดเวทีประชุมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและสมาชิกชมรมรักษาสุนไพรรวมถึงผู้มีส่วนได้เสียเพื่อวางแผนวิเคราะห์ตลาดและนำนวัตกรรมเข้ามาช่วยให้เกิดประสิทธิภาพ

6. เพื่อการสร้างข้อกำหนดเฉพาะของผลิตภัณฑ์น้ำดื่มตรีผลาโดยชมรมรักษาสุนไพรรวมถึงผู้มีส่วนได้เสียเพื่อวางแผนคุณภาพและมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคสมุนไพร

7. ทำการประสานงานกับเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในพื้นที่ โดยเฉพาะประธานและคณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและประธานชมรมรักษาสุนไพรร่วมดำเนินการ Workshop ผู้มีส่วนได้เสียสมุนไพรไทย จังหวัดลำปาง รวมถึงสมาชิกกลุ่มสมุนไพรในพื้นที่และชมรมรักษาสุนไพรรวมจำนวน 45 คน ที่มีความเต็มใจในการเข้าร่วมงานวิจัย เพื่อให้ความรู้เรื่องสมุนไพร กรรมวิธีการผลิต ข้อกำหนดเฉพาะของวัตถุดิบก่อนนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์น้ำสมุนไพรตรีผลาที่มีมาตรฐาน ตามข้อกำหนดเฉพาะของวัตถุดิบ

8. ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากการจัดเวทีเสวนากลุ่มย่อยและดำเนินการ Workshop โดยผู้ให้ข้อมูล คือ ประธานและคณะกรรมการชมรมรักษาสุนไพรรวมจำนวน 16 คน ประธานและคณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำนวน 21 คน ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 4 หมู่บ้าน คนที่จำหน่ายวัตถุดิบในพื้นที่ จำนวน 3 คน ผู้อำนวยการและครูโรงเรียนเมืองปานวิทยาคม จำนวน 2 คน ครูที่เกษียณอายุ จำนวน 5 คน รวมทั้งสิ้น 51 คน ร่วมทำการการแปรรูปน้ำสมุนไพร (จำนวน 4 ประเภท) เพื่อค้นหาสูตรเฉพาะของชมรมและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน หลังจากนั้นทำการวิเคราะห์เนื้อหาแบบมีส่วนร่วม

9. วางแผนและประชุมเพื่อสร้างตรา/โลโก้ของผลิตภัณฑ์ตรีผลา พร้อมทั้งมีการให้รายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการผลิต และข้อกำหนดเฉพาะของวัตถุดิบก่อนนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์น้ำสมุนไพรตรีผลาที่มีมาตรฐาน

10. ดำเนินการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ผ่านการรณรงค์การตลาดด้วยสื่อดิจิทัล / การสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่ม เพื่อกระตุ้นผู้บริโภคและส่งเสริมการใช้สมุนไพรไทย โดยมีเป้าหมาย คือ เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดสมุนไพรไทย

11. ดำเนินการขับเคลื่อนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรทั้ง 4 ประเภท และมีการจัดทำบัญชีรายได้และค่าใช้จ่ายในการผลิตแต่ละครั้ง ซึ่งกลุ่มจะทำการผลิตเดือนละ 2 ครั้ง ๆ ละ 500 ขวด รวมเป็นเดือนละ 500 ขวด เพื่อยกระดับรายได้ของชุมชนให้เพิ่มขึ้น ร้อยละ 10 ของ GDP เพื่อหนุนเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและกระตุ้นระบบเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนคนจังหวัดลำปาง

12. กิจกรรมคืนความรู้ให้กับชุมชนและสรุปผลการวิจัย

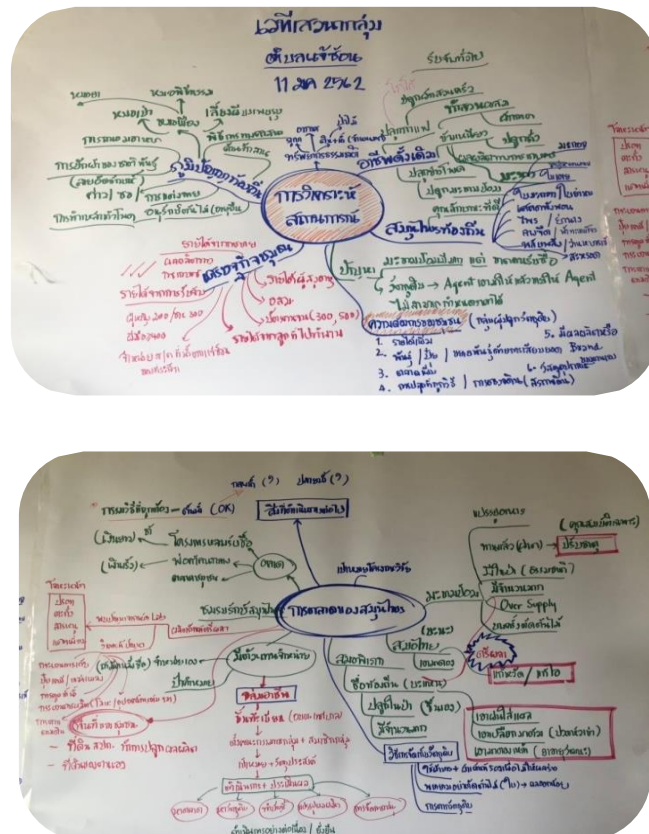
ผลการวิจัย

การวิเคราะห์บริบทชุมชนตำบลแจ้ซ้อน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง เพื่อให้ได้ข้อมูลของชุมชนพื้นฐาน เป้าหมายวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ด้านวัฒนธรรม สังคม และเศรษฐกิจของชุมชนที่สามารถใช้เป็นฐานเชื่อมโยงไปถึงการวิเคราะห์การดำเนินชีวิตขั้นพื้นฐานของชาวบ้านแจ้ซ้อน ประกอบด้วย 12 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ที่ 1 บ้านแม่แจ่ม, หมู่ที่ 2 บ้านศรีดอนมูล, หมู่ที่ 3 บ้านดินดำ, หมู่ที่ 4 บ้านทุ่ง, หมู่ที่ 5 บ้านหลวง, หมู่ที่ 6 บ้านสบถ, หมู่ที่ 7 บ้านป่าเหมี้ยง, หมู่ที่ 8 บ้านใหม่พัฒนา, หมู่ที่ 9 บ้านช่วงกอม, หมู่ที่ 10 บ้านปางต้นหนูน หมู่ที่ 11 บ้านแจ้ซ้อนเหนือ หมู่ที่ 12 บ้านแจ้ซ้อน ลักษณะครัวเรือนเป็นครอบครัวขนาดกลางมีสมาชิกประมาณ 3-5 คน ความต้องการแรงงานในครัวเรือนเพื่อทำการเกษตร คนในพื้นที่ตำบลแจ้ซ้อนส่วนใหญ่เป็นชนเผ่าหรือชาติพันธุ์ อาทิ คนพื้นเมือง เผ่ามูเซอ และเผ่าเย้า ซึ่งการเปลี่ยนแปลงจากอดีตที่แต่ละครัวเรือนจะมีสมาชิกจำนวนมากและเป็นครอบครัวขนาดกลางเพื่อช่วยกันทำมาหากิน ด้วยการรับจ้างรายวัน/รายเดือน อาชีพดั้งเดิมของชุมชนตำบลแจ้ซ้อนส่วนใหญ่มีอาชีพด้านเกษตรกรรม อาทิ การปลูกข้าวโพด ถั่ว ผักกาด มะขามป้อม กาแฟ มัคคาเดเมีย สมุนไพรท้องถิ่นที่มีความหลากหลาย สำหรับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หนุนเสริมชุมชนให้มีการดำรงชีพมาถึงทุกวันนี้ อาทิ การถนอมอาหาร การเลี้ยงผีบรรพบุรุษ การปักผ้าของชนเผ่า การอนุรักษ์ต้นไม้ พิธีการทางศาสนาและวัฒนธรรมประจำปี

ด้านเศรษฐกิจฐานราก ชุมชนตำบลแจ้ซ้อนมีรายได้ส่วนใหญ่มาจากการจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร การจำหน่ายสินค้าที่ผลิตได้ภายในชุมชน ชาวบ้านบางกลุ่มมีเงินรายได้ผู้สูงอายุ อสม. บัตรคนจนและรายได้จากการรับจ้างบ้างเล็กน้อย รายได้เฉลี่ยรวมครอบครัวละ 8,000 บาท/เดือน สำหรับด้านความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการอาชีพรายเดี่ยว/กลุ่มธุรกิจชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชนตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำของชุมชนยังไม่ได้มีการดำเนินการในลักษณะเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบในเชิงพาณิชย์ แต่อยู่ในลักษณะของการทำงานเป็นกลุ่ม อีกทั้งปัญหาด้านการประกอบอาชีพด้านการเกษตรของคนในพื้นที่ตำบลแจ้ซ้อนนี้ ส่วนใหญ่เป็นการผลิตที่ให้ผลตอบแทนต่อคนต่อเดือนค่อนข้างต่ำ ปริมาณผลผลิตทางการเกษตรมีมาก แต่ไม่มีตลาดรองรับที่แน่นอน ส่วนใหญ่พ่อค้าคนกลางมารับจากชุมชนส่งผลให้ราคาการจัดจำหน่ายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย และเมื่อพิจารณาประกอบกับข้อมูลเชิงคุณภาพพบว่าการลงทุนด้านการผลิตในภาคการเกษตรของคนในพื้นที่ตำบลแจ้ซ้อนต้องแลกกับการสูญเสียพื้นที่ป่าต้นน้ำในปัจจุบันและปัญหาการใช้สารเคมีในภาคการเกษตรในเขตพื้นที่สูง ปัญหาสุขภาพของคนในชุมชนบางแห่งที่มีการใช้สารเคมีและปัญหาการเคลื่อนย้ายของแรงงานนอกฤดูกาลผลิต เป็นต้น

ผลการวิเคราะห์ SWOT พบว่า **ข้อดี** คือ พื้นที่ตำบลแจ้ซ้อนมีวัตถุดิบสมุนไพร อาทิ มะขามป้อม สมอพิเภกและสมอไทยจำนวนมาก ส่วนใหญ่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ซึ่งเป็นปัจจัยเกื้อหนุนในการสร้างอาชีพเสริม คนในชุมชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมและมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน คนในชุมชนมีภูมิปัญญาดั้งเดิมในการถนอมอาหาร วิถีการดำเนินชีวิตมีเครือข่ายทั้งภายในและภายนอก **ข้อเสีย** คือ ผลผลิตทางการเกษตรจำหน่ายเฉพาะบางพื้นที่เท่านั้น การเก็บสมุนไพรที่ผ่านมาไม่ถูกหลักการทางวิทยาศาสตร์ การแปรรูปสมุนไพรไม่ถูกสุขลักษณะ รวมถึงห้วงเวลาในการทำกิจกรรมของสมาชิกไม่ตรงกัน และมีเครือข่ายทางการตลาดน้อย **โอกาส** คือ พื้นที่ในการปลูกวัตถุดิบมีจำนวนมากและมีสมุนไพรบางประเภทขึ้นเองตามธรรมชาติ นโยบายรัฐบาลหนุนเสริมเศรษฐกิจชุมชน **อุปสรรค** คือ บางฤดูกาล โดยเฉพาะฤดูฝนจะไม่ตกตามห้วงเวลา ส่งผลให้เกิดความแห้งแล้งทำให้วัตถุดิบ อาทิ สมุนไพรออกจางามน้อยและไม่เพียงพอต่อความต้องการ ดังภาพที่ 2

ด้านความต้องการของชุมชนโดยรวม คือ ต้องการรายได้เพิ่มขึ้น สร้างอาชีพเสริม ขยายตลาดเพิ่ม การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร อาทิ ใช้ผลผลิตทางการเกษตรมาทำการแปรรูปในเชิงพาณิชย์และการขยายพันธุ์ ด้วยการเสียบยอด เพื่อสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ดังข้อมูลในการจัดเวทีวิเคราะห์สถานการณ์ชุมชน ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 2 การวิเคราะห์สถานการณ์ชุมชน/บริบทชุมชน/ความต้องการของสมาชิกกลุ่มสมุนไพรไทย ด้วยเทคนิค SWOT

ที่มา : ภาพถ่ายโดยผู้ช่วยนักวิจัย เมื่อวันที่ 11 มกราคม 2562

ดังนั้น ผลจากการวิเคราะห์บริบทชุมชนตำบลแจ้ซ้อน ด้วยเทคนิค SWOT สรุปได้ว่าตัวแทนชุมชนที่ทำการปลูกสมุนไพร คือ มะขามป้อม สมอพิเภกและสมอไทย คณะกรรมการ/สมาชิกชมรมรักษาสุนไพรจังหวัดลำปาง สมาชิกเครือข่ายการตลาดสมุนไพรได้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลที่มีความครอบคลุม ร่วมคิดและวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค จุดอ่อน จุดแข็งจากสภาพแวดล้อมภายในกลุ่ม และร่วมทำการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านโอกาสและอุปสรรค อันเป็นผลมาจากการร่วมกันแปรรูปสมุนไพรไทย และร่วมกันจัดทำวัตถุดิบ ในชุมชนที่มีการปลูกมะขามป้อม สมอพิเภก และสมอไทย ตลอดจนร่วมประเมินผลการแปรรูปสมุนไพรไทย รวมถึงร่วมกันประเมินผลประโยชน์ร่วมกันได้อย่างเหมาะสม



ภาพที่ 3 กิจกรรมระดมความคิดเห็นของชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ

ที่มา : ภาพถ่ายโดยทีมวิจัย เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2562

2. กระบวนการตลาดของผลิตภัณฑ์ผลผลิตที่จะทำให้มียอดขายได้มากขึ้น

ชมรมรักษาสุมไพรและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ดำเนินการคิดต้นทุนการแปรรูปสุมไพร จำนวน 4 ประเภท คือน้ำมะขามป้อม น้ำสมไทย น้ำสมพิเภกและน้ำสุมไพรตรีผลาในภาพรวมมีต้นทุนด้านวัตถุดิบ ต้นทุนแรงงาน และต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินการผลิต (ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเชื้อเพลิงหุงต้ม วัสดุอุปกรณ์การผลิต บรรจุภัณฑ์และตราสินค้า) สรุปได้ว่าน้ำมะขามป้อม น้ำสมไทย ต้นทุนขวดละ 22 บาท จัดจำหน่ายขวดละ 39 บาท น้ำมะขามป้อม น้ำสุมไพรตรีผลา ต้นทุนขวดละ 22 บาท จัดจำหน่ายขวดละ 45 บาท โดยทำการผลิตเดือนละ 500 ขวด ดังภาพที่ 4 ผลิตภัณฑ์สุมไพร กลุ่มยังมีการหาตลาดภายในชุมชน รวมถึงมีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุมไพรผ่านสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจและชมรมรักษาสุมไพร รวมถึงร้านค้าในชุมชนและนอกชุมชน โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดสุมไพรประมาณร้อยละ 10 ส่วนที่เหลือจำหน่ายผ่านตัวแทนภายในชุมชน ความคาดหวังของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ไม่ขึ้นทะเบียน คือ ต้องการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุมไพรระดับภูมิภาคและประเทศ แต่เนื่องด้วยมีข้อจำกัด คือ ผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 ประเภท ยังไม่มีการรับรองมาตรฐานอาหารและยา (อย.) เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคซึ่งในอนาคตเป้าหมายของกลุ่ม คือ พัฒนาผลิตภัณฑ์สุมไพรตรีผลาเพื่อเข้าสู่มาตรฐานต่อไป

นอกจากนี้ชมรมรักษ์สมุนไพรและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังได้จัดทำตราสินค้า “สมุนไพรตรีผลา” ผ่านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย สรุปได้ว่าเน้นความเป็นธรรมชาติและความเป็นสีเขียว และทุกคนร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมตัดสินใจในการทำตราผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้อย่างเป็นรูปธรรม



ภาพที่ 4 การให้ความรู้เรื่องมาตรฐานการแปรรูปผลิตภัณฑ์น้ำตรีผลาและผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ที่มา : ภาพถ่ายโดยทีมวิจัย เมื่อวันที่ 23 กันยายน 2562

คณะวิจัยได้ทำการแปรรูปผลิตภัณฑ์สมุนไพรน้ำดื่มตรีผลาร่วมกับชมรมรักษ์สมุนไพรและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้วยการสร้างสูตร “น้ำตรีผลา” จากห้องปฏิบัติการ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ด้วยการทดสอบคุณสมบัติและปริมาณสารสำคัญในผลิตภัณฑ์ เป็นเวลา 2 เดือน และได้สูตรเป็นไปตามมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้ หลังจากนั้นได้ทำการอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปน้ำตรีผลา โดยมีวิทยากร คือ คณาจารย์ 6 ท่าน จากคณะวิทยาศาสตร์/คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ด้วยการ Workshop ขั้นตอนการแปรรูปผลิตภัณฑ์สมุนไพร ตลอดจนวิธีการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพมาตรฐานภายในพื้นที่บ้านแจ้ซ้อน เป็นเวลา 1 วัน หลังจากนั้นทำการแปรรูปผลิตภัณฑ์น้ำดื่มตรีผลาตามสูตรที่ได้กำหนดไว้ในมาตรฐานห้องแล็บ เป็นเวลา 1 วัน โดยมีขั้นตอน ดังนี้ (1) การแปรรูปผลิตภัณฑ์น้ำดื่มมะขามป้อม น้ำดื่มสมอไทย และน้ำดื่มสมอพิเภก โดยการนำสมุนไพรตากแห้งมาล้างจนสะอาด อย่างละ 5 กิโลกรัม ผสมน้ำสะอาด 10 ลิตร (2) ต้มสมุนไพร

แยกกันแต่ละชนิด จนกระทั่งสีของน้ำต้มสมุนไพรคงที่แล้วจึงเติมหญ้าหวานลงไป 100 กรัม (3) การเตรียมน้ำต้มตรีผลาจะใช้ผลขามป้อม 6 กิโลกรัม ผลสมอไทย 3 กิโลกรัม และผลสมอพิเภก 3 กิโลกรัม มารวมกันต้มกับน้ำสะอาด 20 ลิตร รอนจนกระทั่งสีของน้ำต้มตรีผลาคงที่หลังจากนั้นเติมหญ้าหวานลงไป 200 กรัม แล้วมากรองด้วยแผ่นกรองละเอียด และ (4) นำน้ำตรีผลามาบรรจุขวดที่ผ่านการฆ่าเชื้อด้วยวิธีพาสเจอร์ไรส์ (Pasteurization) ที่อุณหภูมิประมาณ 92-95 C ส่วนการบรรจุผลไม้ชนิดต่างๆที่อุณหภูมิ 82 C สำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ใช้จำเป็นต้องทนความร้อนขนาดนี้ได้โดยไม่เปลี่ยนรูปทรง (Distort) แล้วปล่อยให้ขวดบรรจุน้ำสมุนไพรเย็นตัวลงภายในบรรจุภัณฑ์ด้วยการใช้น้ำหล่อเย็นหรือละอองน้ำ ตามด้วยการเป่าลมบรรจุภัณฑ์ให้แห้งสนิทแล้วทำการติดฉลาก ดังนั้น ผลจากการแปรรูปพบว่าได้ผลิตภัณฑ์จำนวน 4 รูปแบบคือ น้ำมะขามป้อม น้ำสมอไทย น้ำสมอพิเภก และน้ำตรีผลา ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 การให้ความรู้เรื่องมาตรฐานการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

ที่มา : ภาพถ่ายโดยทีมวิจัย เมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2563

การทำตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรจึงมีข้อจำกัดในด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคยังไม่มีความไว้วางใจหรือเชื่อมั่นในด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ทำการผลิตของกลุ่มนี้ แต่ในอนาคตหากผลิตภัณฑ์นี้ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยแล้ว กลุ่มมีความต้องการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในตลาดระดับกลางขึ้นไป ด้วยการตลาดดิจิทัลผ่านการส่งเสริมสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น Facebook/ Youtube/ Instagram /Online PR/ Line application Blogspost และเว็บไซต์ (Websites) ด้วยความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง และมีการกำหนดอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างชัดเจน การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่แตกต่างเหนือคู่แข่ง เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคก่อนที่ผู้บริโภคที่รักสุขภาพจะมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร

3. การสร้างข้อกำหนดเฉพาะของวัตถุดิบก่อนนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ตรีผลา ได้แก่ ค่าผลิต ร้อยละของสารสกัดแห้ง TLC โครมาโทแกรมจาก HPLC การพิสูจน์หาโครงสร้างของสาระสำคัญ (Marker) ด้วย NMR และสเปกโทรสโกปีที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการประเมินฤทธิ์ทางชีวภาพ (Bio Assayed Evaluation) ได้แก่ การต้านอนุมูลอิสระ แบบทีเรียเอดส์ และเซลล์มะเร็ง ด้วยการวิเคราะห์คุณสมบัติของวัตถุดิบ อาทิ มะขามป้อม สมอพิเภกและสมอไทย

สร้างข้อกำหนดของวัตถุดิบตามตำรามาตรฐานสมุนไพรไทย (Thai Herbal Pharmacopoeia) โดยมะขามป้อมมีลักษณะทางกายภาพและเคมีที่ดี คือ เป็นผลแห้ง ปริมาณความชื้นไม่เกิน 9% w/w ปริมาณเถ้ารวมไม่เกิน 4.0 % w/w ปริมาณเถ้าที่ไม่ละลายในกรด ไม่เกิน 1.0 % w/w ปริมาณสารสกัดเอทานอล ไม่น้อยกว่า 16% w/w ปริมาณสารสกัดน้ำ ไม่น้อยกว่า 26 % w/w ปริมาณแทนนิน ไม่น้อยกว่า 20 % w/w ซึ่งจากการวิเคราะห์ TLC โครมาโทแกรมจาก HPLC พบว่า วัตถุดิบที่นำมาผลิตน้ำดื่มมะขามป้อมมีคุณภาพตามข้อกำหนดของตำรามาตรฐานสมุนไพรไทย ส่วนลักษณะทางกายภาพและเคมีที่ดีของสมอไทย สมอพิเภก คือ มีสรรพคุณปรับความสมดุลในร่างกายและมีฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระที่ดีพบสารสำคัญในกลุ่มฟีนอลิก เช่น กรดแกลลิกและกรดอัลลาจิก เป็นต้น ส่วนข้อกำหนดของวัตถุดิบของตรีผลา (มะขามป้อม สมอไทย สมอพิเภก) สร้างข้อกำหนดเทียบเคียงกับข้อกำหนดตามตำรามาตรฐานสมุนไพรไทย โดยมาตรฐานผลิตภัณฑ์ตามข้อกำหนด มผช. เลขที่ 1441/2556 ซึ่งขั้นตอนการผลิตผ่านมาตรฐาน Primary GMP เป็นต้น (Department of Medical Sciences, 2019)

อภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการได้ว่า ชมรมรักสมุนไพร อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง ได้ทำการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน 12 หมู่บ้าน โดยมีประธาน กรรมการชมรมรักสมุนไพร คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้นำชุมชน รวมถึงผู้จัดทำวัตถุดิบได้มีการประสานงานกันและมีส่วนร่วมคิด ร่วมกิจกรรม ร่วมประเมิน ร่วมรับผลประโยชน์และร่วมกันแก้ปัญหาของชมรมอย่างต่อเนื่อง ดังแนวคิดและทฤษฎีของ Cohen & Uphoff (1981); Chapin (1977); Reeders (1963); Huntington & Nelson (1975) ที่สรุปว่าการมีส่วนร่วมต้องมีการร่วมคิดและร่วมวางแผนในการจัดทำวัตถุดิบเพื่อแปรรูปผลิตภัณฑ์ตรีผลา หลังจากนั้นร่วมปฏิบัติงานด้วยการแปรรูปผลิตภัณฑ์ได้จำนวน 4 ประเภท ร่วมติดตามผล และ (5) ร่วมบำรุงรักษา ดังนั้น การมีส่วนร่วม คือ ความเต็มใจ ตั้งใจ สนใจที่จะเสียสละทั้งแรงกาย แรงใจและทรัพย์สินโดยแสดงให้เห็นทั้งรูปธรรมและนามธรรม สรุปได้ว่าการมีส่วนร่วมของประชาชน กลุ่ม องค์กร เครือข่ายและภาคีมีเป้าหมายเพื่อสร้างกิจกรรมการผลิตและการตลาดให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

กระบวนการทางตลาดส่วนใหญ่จำหน่ายภายในจังหวัดลำปางและจังหวัดใกล้เคียง โดยได้มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ตามวัตถุดิบที่มีอยู่ในพื้นที่และได้ผลผลิตออกมาจำนวน 4 ประเภท คือ น้ำสมุนไพรตรีผลา น้ำสมอพิเภก น้ำสมอไทย และน้ำมะขามป้อม ซึ่งทางชมรมรักสมุนไพรและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ทำตราสินค้าเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค พร้อมทั้งมีการทั้งขายส่งและขายปลีกให้กับผู้สนใจ ดังแนวคิดของ The Chaipattana Foundation. (2016) ; Community Organization Development Institute, Public Organization, Ministry of Social Development & Human Security, (2016); Kikhunthod, (2016)นำเสนอว่าระบบเศรษฐกิจชุมชนเป็นการรวมกลุ่มเป็นการ สร้างพลังในการทำงานร่วมกัน ความสามารถเจรจาต่อรองกับเครือข่าย รวมถึงมีการจัดการระบบการเงินของชุมชน จัดการทุนชุมชน จัดระบบการผลิตของชุมชน สร้างคุณธรรมและจริยธรรมในการประกอบกิจการ

และมีความเป็นเจ้าของร่วมกัน ตลอดจนมีการจำหน่ายวัตถุดิบให้กับเครือข่ายสมุนไพรทั่วประเทศ ด้วยการนำเครื่องมือในการทำการตลาดมาใช้ในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างการรับรู้ในตัวสินค้า สร้างตราสินค้าและสร้างยอดขาย บนเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ อาทิ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์และโน้ตบุ๊ก ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค ยูทูบ บล็อกโพส และไลน์แอปพลิเคชันเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลัก ดังแนวคิดของ Reitzen (2007); Godes & Silva, (2012); Vijaypawar (2014) ที่สรุปว่าตลาดดิจิทัลเป็นวิธีการในการส่งเสริมสินค้าและ บริการโดยอาศัยช่องทางฐานข้อมูลออนไลน์เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคในเวลาอย่างรวดเร็ว สัมพันธ์กับความต้องการของลูกค้า มีความเป็นส่วนตัว และใช้ต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะนวัตกรรมมีความสำคัญมากในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นยุคของการเปลี่ยนแปลง ต้องนำองค์ความรู้ ความเชี่ยวชาญและทรัพย์สินทางปัญญามาสร้างให้เกิดประโยชน์เชิงเศรษฐกิจและสังคม เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจและสร้างให้ธุรกิจเติบโต (Khanchanaphong, 2011)

การสร้างข้อกำหนดเฉพาะของผลิตภัณฑ์น้ำดื่มตรีผลา ชมรมรักษ์สมุนไพรและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ดำเนินการตามมาตรฐานสมุนไพรไทยตามข้อกำหนด มพช. เลขที่ 1441/2556 ของ Department of Medical Sciences. (2019) เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ตรีผลา อีกทั้งคนในชุมชน คณะกรรมการชมรมรักษ์สมุนไพรและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์สมุนไพรจำนวน 4 ประเภท คือ (1) น้ำมะขามป้อม (2) น้ำสมอพิเภก(3) น้ำสมอไทย และ (4) น้ำตรีผลา โดยเฉลี่ยแล้วเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จากรายได้เดิมที่มีทั้งรายได้เสริมและรายได้หลัก ท้ายที่สุดส่งผลให้คุณภาพชีวิตของคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องดีขึ้น

ข้อเสนอแนะ

เสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ คณะกรรมการนโยบายสมุนไพรแห่งชาติ และสถาบันการศึกษาควรมีการสนับสนุนการใช้สมุนไพรไทย ผ่านหลักสูตรด้านการจัดการสมุนไพรไทย เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับนักศึกษา ผู้ประกอบการสมุนไพร ผู้บริโภคและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสมุนไพร เพื่อลดการนำเข้ายาที่เป็นสารเคมี อีกทั้งสมุนไพรบางรายการหายากในท้อง ต้นทุนต่ำทำให้เกิดความคุ้มค่าในการวัตถุดิบจากสมุนไพรไทย

เสนอแนะเชิงวิจัยและพัฒนา

1. ผลลัพธ์ของงานวิจัยนี้ ควรมีการต่อยอดการผลิตประเภทอาหารเสริมแคปซูล หรือชาชงที่ทำจากสมุนไพรมะขามป้อม สมอพิเภกสมอไทยและตรีผลา เพื่อสร้างความหลากหลายหรือเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค และอำนวยความสะดวกในการเลือกรูปแบบสายผลิตภัณฑ์ของสมุนไพรนี้

เอกสารอ้างอิง

- Buthpho, T. (2017). *The Driving of Grassroots Economic and Social Enterprise*. From <http://www.dsdw2016.dsdw.go.th/www.dsdw2016.dsdw.go.th>. Retrieved 15 April 2017.
- Chapin, F. S. (1977). *Social Participation and Social Intelligence*. New York: Longman.
- Cohen, J. M. , & Uphoff, N. T. (1981). *Rural Development Participation: Concept and Measure for Project Design Implementation and Evaluation: Rural Development Committee Center for international Studies*. New York: Cornell University Press.

- Community Organization Development Institute, Public Organization, Ministry of Social Development and Human Security. (2016). **System Integration, Local Community Operating Area, Self-Management**. From <https://www.egov.go.th/th/e-government-service/?gid=15>. Retrieved 5 January 2020.
- Department of Medical Sciences. (2019). **The Development of Herbal Products**. From http://www.dmsc.moph.go.th/dmscnew_old/central_agencies.php. Retrieved 5 January 2020.
- Director Social Data-based and Indicator Development Office. (2017). **Poverty and Inequality Analysis Report in Thailand 2017**. From <http://social.nesdc.go.th/social/Default.aspx?tabid=127&articleType=Search>. Retrieved 23 November 2017.
- Erwin, W. (1976). **Participation Management: Concept, Theory, and Implementation**. Atlanta, GA: Georgia State University.
- Godes, D. , & Silva, J. C. (2012). Sequential and temporal dynamics of online opinion. **Marketing Science**, 31(3), 448–473.
- Huntington, S. , & Nelson, S. (1975). **No Easy Choice: Political Participation in Developing Countries**. New York: Harvard University Press.
- Keith, D. , & John, W. N. (1985). **Human Behavior at Work: Organizational**. (7th ed.). New York: McGraw-Hill
- Khanchanaphong, T. (2011) **The effects of business environment and competitive strategies on the adoption of technological innovations in the Thailand context**, Bangkok: Dhurakij Pundit University.
- Kikhunthod, S. (2016). **Empowerment to Drive the Economic Foundation to Create a Community "Stable, Wealthy and Sustainable; Guide to Development Promotion "Foundation Grass Root Economy System"**. Bangkok: Community Organizations Development Institute and Office of Communication, Development Community Organizations Development Institute (Public Organization).
- Kuhakarn, C. (2019). **Synthetic Organic Chemistry**. From <https://mgronline.com/science/detail/9620000029845>. Retrieved 23 November 2019.
- Mangkornkanokpong, L. (2019). The current context of Thai herbs. **Interview**. 28 September, 2019
- National Herb Policy Committee. (2017). **National Herb**. From <https://www.posttoday.com/life/healthy/498479>. Retrieved 12 May 2017.
- Reeder, W.W. (1963). **Some Aspects of the Informal Social Participation of Farm Families**. New York: Cornell University Press.

- Ronna, C. T. , & Laurie. C. (2003). Indexes of item-objective congruence for multidimensional items. **International Journal Test**, 3(2):163-71.
- Sermisinsiri, V. (2015). **Situation of national reform and the development of pharmacies to community pharmacies**. From <http://wongkarnpat.com/viewya.php?id=1973#>.
Xo8kuuozblU. Retrieved 5, April, 2019
- The Chaipattana Foundation. (2016). **Grassroots Economic**. The Chaipattana Foundation Journal (Edition 1); April, pp. 62-73.
- United Nations.(1981). **Yearbook of International Trade Statistics**. United Nations: UN Press.
- Rietzen, J. (2007). **What is Digital Marketing?**. From <http://www.mobilestorm.com/resouces/digital-marketing-blog/what-is-digital-marketing>. Retrieved 23 November 2019.
- Vijaypawar, A. (2014). **Study of the Effectiveness of Online Marketing on Integrated Marketing Communication**. Dissertation, D.Y. Patil University, Navi Mumbai, School of Management.
- Vongyai, S. (2017). **The development of Thai herbs to the world market**. From <https://www2.rsu.ac.th/sarnrangsit-online-detail/herb01>. Retrieved 23 November, 2017
- Wasi, P. (1999). **Sufficiency Economy and Civil Society: Ways to Revive the Social Economy**. Bangkok: folk doctor.
- Wuttimaethee, Y. (1983). **Principles of Ccommunity Development and Rural Development**. Bangkok: Thai Anukraow Thai.