

# การวิเคราะห์มูลค่าทางเศรษฐกิจและโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา: กรณีศึกษาพื้นที่ได้รับอนุญาตถูกต้องในเขตภูมิภาคกลางของประเทศไทย

วันที่รับบทความ: 18 สิงหาคม 2567

วันแก้ไขบทความ: 11 พฤศจิกายน 2567

วันที่รับบทความ: 27 พฤศจิกายน 2567

นาถรพี ตันโซ<sup>1</sup> และ สันติกร ภมรปฐมกุล<sup>2\*</sup>

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชาที่ส่งผลต่อโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา และเพื่อศึกษามูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชาที่ส่งผลต่อโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ทำการสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชาในพื้นที่ได้รับอนุญาตถูกต้องในเขตภูมิภาคกลางของประเทศไทยจำนวน 200 ราย ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วย การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชาด้านการรองรับของธุรกิจสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชาและด้านสถานที่ตั้งของธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชาแตกต่างกัน โดยที่ด้านการรองรับในของธุรกิจสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา พบว่า การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ มาใช้มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าการลงทุนเพิ่มในกลุ่มธุรกิจ Start up ทั้งในและต่างประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ สถานที่ตั้งของธุรกิจพบว่า พระนครศรีอยุธยา มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าทุกพื้นที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ มูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา ประกอบไปด้วย รูปแบบการใช้กัญชาเพื่อประโยชน์ทางการแพทย์ องค์ความรู้เกี่ยวกับกัญชา และคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** มูลค่าทางเศรษฐกิจ, โอกาสทางการตลาด, ผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา

\* Corresponding author e-mail: santikorn\_p@rmutt.ac.th

<sup>1</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการเงินและเศรษฐศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี  
e-mail: nartraphee@rmutt.ac.th

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการเงินและเศรษฐศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี  
e-mail: santikorn\_p@rmutt.ac.th

# Analysis of the economic value and market opportunities of cannabis-infused products: case studies of the licensed areas in the central region of Thailand

Received: 18 August 2024

Revised: 11 November 2024

Accepted: 27 November 2024

Nartraphee Tancho<sup>1</sup> and Santikorn Pamornpathomkul<sup>2\*</sup>

## Abstract

This research aimed to study the current situation of cannabis extract-infused products influencing the market opportunities of such products and to examine the economic value of cannabis extract-infused products affecting their market potential. This quantitative study surveyed data from a sample of 200 entrepreneurs engaged in cannabis extract-infused product businesses operating in legally authorized areas within the central region of Thailand. The sample was selected using a chain sampling method. Data were collected through questionnaires and analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as hypothesis testing through one-way analysis of variance and multiple regression analysis.

The findings revealed that the current situation regarding cannabis extract-infused products, particularly the business support for product development and differences in business location, significantly influenced market opportunities. In terms of business support for product development, it was found that adopting technologies and innovations had a significantly higher mean score than increased investment in start-up businesses, both domestically and internationally. Regarding business location, Phra Nakhon Si Ayutthaya had a significantly higher mean score than other areas. Additionally, the economic value of cannabis extract-infused products comprising medical applications of cannabis, knowledge of cannabis, and product attributes was found to significantly influence the market opportunities of these products at the 0.05 significance level.

**Keywords:** Economic Value, Market Opportunity, Cannabis-Infused Products

---

\* Corresponding author e-mail: santikorn\_p@rmutt.ac.th

<sup>1</sup> Assistant Professor, Finance and Economics, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi.  
e-mail: nartraphee@rmutt.ac.th

<sup>2</sup> Assistant Professor, Finance and Economics, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi.  
e-mail: santikorn\_p@rmutt.ac.th

## บทนำ

พระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษฉบับที่ 7 พุทธศักราช 2562 ที่ผลบังคับใช้เมื่อ วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2562 ได้เปิดช่องให้กัญชาและพืชกระท่อมนำไปใช้ประโยชน์ทางการแพทย์ และให้นำส่วนต่าง ๆ ของกัญชา และกัญชง ยกเว้นช่อดอกและเมล็ดไปใช้ประโยชน์อื่น ๆ ได้โดยไม่ถือว่าเป็นยาเสพติด ซึ่งมีผลบังคับใช้ไปเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2563 นั้น (Narcotics Act B.E. 2562 (2019) เป็นแรงกระตุ้นให้ผู้ประกอบการสนใจและคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบจากกัญชาเป็นจำนวนมาก แต่อย่างไรก็ตาม การเปิดตลาดอย่างเสรีสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชาในประเทศไทยนั้นยังเป็นเรื่องใหม่ที่จะต้องสร้างให้เกิดความรู้ความเข้าใจ รวมถึงการติดตามตรวจสอบผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องได้รับการรองรับ และอนุญาตในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ รวมถึงต้องหาตลาดในการจำหน่ายสินค้าตามกฎระเบียบที่ภาครัฐกำหนดไว้ (Thailand Development Research Institute, 2024) จากรายงานของกรมทรัพย์สินทางปัญญา ระบุว่า มีผู้ประกอบการขอยื่นคำขอจดทะเบียนสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรที่เกี่ยวข้องกับกัญชาและกัญชงแล้ว 31 คำขอ แบ่งเป็น ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่มีกัญชาเป็นส่วนประกอบ (6 คำขอ) ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรที่มีกัญชาเป็นส่วนประกอบ (4 คำขอ) เวชภัณฑ์ที่มีสารสกัดเป็นสารออกฤทธิ์ (3 คำขอ) เครื่องจักรและกรรมวิธีการสกัดจากกัญชา (11 คำขอ) อุปกรณ์หรือชุดทดสอบสารสกัดจากกัญชา (3 คำขอ) ผลิตภัณฑ์ปล่อยสารระเหยจากกัญชา (2 คำขอ) และผลิตภัณฑ์ของใช้ในบ้านที่มีกัญชงเป็นองค์ประกอบ (2 คำขอ) โดยล่าสุดกรมทรัพย์สินทางปัญญาได้รับจดทะเบียนและออกอนุสิทธิบัตรไปแล้ว 2 คำขอ คือ กระจ่างผ้าเพาะปลูก และชุดเครื่องจักรสกัดน้ำมันกัญชาเพื่อใช้ประโยชน์ทางการแพทย์ (Thansettakij, 2021) เนื่องจากมีประโยชน์ สามารถนำมาใช้ต่อยอดเชิงพาณิชย์ได้หลากหลายทั้งการแพทย์ ธุรกิจเครื่องดื่ม อาหาร และเครื่องสำอาง จนกลายเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีอนาคต โดยคาดการณ์ว่ามูลค่าตลาดโลกนั้นจะเติบโตต่อเนื่อง และจะมีมูลค่า 109.9 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2567 หรืออีก 3 ปีข้างหน้า แบ่งเป็นตลาดกัญชาทางการแพทย์สัดส่วน 60% ของมูลค่ากัญชาทั้งหมด และอีก 40% เป็นตลาดกัญชาเพื่อสันทนาการ สำหรับประเทศไทยอยู่ในช่วงเริ่มต้นทำให้ตลาดยังมีมูลค่าน้อย ส่วนใหญ่เป็นส่วนผสมอยู่ในตำรับยาไทย หากไทยผลักดันอย่างต่อเนื่องคาดว่าตลาดกัญชาเพื่อการแพทย์ของไทยจะเป็นทางเลือกสร้างรายได้ให้เกษตรกรในอนาคต (Prachachat, 2021)

หากกล่าวถึงโอกาสทางการตลาดปัจจุบันของพืชเศรษฐกิจใหม่อย่างกัญชา (CBD) และกัญชง (Hemp) นั้นเป็นตลาดที่กำลังเติบโตและได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากผู้บริโภคในหลายกลุ่ม ซึ่งข้อมูลของประเทศฮ่องกงซึ่งให้การอนุมัติให้พืชเศรษฐกิจทั้ง 2 ชนิด ถูกกฎหมายในเดือนพฤศจิกายน 2561 ทำให้เป็นตลาดใหม่ที่มีอายุไม่ถึง 3 ปี โดยอยู่ในหลากหลายประเภทสินค้าที่เพิ่มส่วนผสมของ CBD กลายเป็นกระแสความนิยมที่ผู้บริโภคยุคใหม่สนใจทดลองสินค้าที่มีความแปลกใหม่มากขึ้น อาทิ เช่น เครื่องดื่ม เช่น กาแฟ (Infused Coffee) น้ำผลไม้ เบียร์ นม เครื่องสำอาง เช่น ครีมบำรุงผิว Body Butter, Body Balm, Serum และอาหาร เช่น ขนมไหว้พระจันทร์ ผักสลัด ซ็อกโกแลต และอาหารสัตว์ เป็นต้น (Overseas Office and Honorary Trade Advisors in Hong Kong, 2021) สำหรับประเทศไทยมีการกำหนดมาตรการในการเตรียมความพร้อมของภาครัฐในการสร้างโอกาสให้กับเกษตรกรในอุตสาหกรรมกัญชาเพื่อการแพทย์อันจะนำไปสู่การพัฒนาและยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรไทย ซึ่งเป็นแนวทางในการลดความเหลื่อมล้ำของประชาชนในประเทศ ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) ที่มีเป้าหมายสูงสุดคือต้องการให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่เข้าสู่กลุ่มประเทศรายได้สูงในปี พ.ศ. 2580 (Pattanakitkulajorn, 2020)

สำหรับด้านของบริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทยรายงานว่า ปัจจุบันตลาดกัญชาถูกกฎหมายของประเทศไทย ยังมีมูลค่าค่อนข้างน้อยมาก ส่วนใหญ่เป็นส่วนผสมอยู่ในตำรับยาไทย และแม้ว่าจะมีการอนุญาตให้มีการใช้กัญชาอย่างถูกกฎหมาย แต่ก็ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการทดลองทางการแพทย์เพื่อใช้กับผู้ป่วย และยังคงต้องได้รับการควบคุมดูแลโดยหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ แต่หากมีการผลักดันและสนับสนุนให้เกิดการใช้กัญชาทางการแพทย์อย่างต่อเนื่อง และมีการจำหน่ายในรูปแบบเชิงพาณิชย์ ตลาดกัญชาเพื่อการแพทย์ของ泰ยน่าจะมียุคค่าราว 3,600-7,200 ล้านบาท สำหรับในปี 2564 ซึ่งยังมีขนาดที่เล็กมากหรือคิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.02-0.04 ของจีดีพี (Kasikorn Research Center, 2021) นอกจากนี้ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ได้มีการประเมินมูลค่าตลาดของอุตสาหกรรมกัญชาในปี 2568 พบว่า มีมูลค่า 42,851 ล้านบาท และสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรสูงถึง 800,000 บาทถึง 1.2 ล้านบาทต่อไร่ต่อปี (Bangkokbiznews, 2024) ซึ่งหากพิจารณาถึงมูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชาในมิติการสร้างมูลค่าเชิงคุณภาพและความยั่งยืนในตลาดจะต้องพิจารณาถึงคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ (การใช้วัตถุดิบคุณภาพสูง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการด้านสุขภาพและความงาม) รูปแบบการใช้ (น้ำมันสกัด ครีม หรือเครื่องดื่ม ช่วยเพิ่มความสดชื่นและความนิยมในหมู่ผู้บริโภค) และองค์ความรู้เกี่ยวกับกัญชา (การใช้ข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นวิทยาศาสตร์) จะช่วยทำให้ทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชามีมูลค่าที่สูงขึ้นจากความต้องการของตลาด นอกจากนี้ยังช่วยสร้างความเชื่อมั่น ยั่งยืน และเติบโตได้อย่างรวดเร็ว ดังแนวคิดที่ว่า การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์จะต้องพิจารณาจากคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์และการรับรู้ของลูกค้า (Smith & Colgate, 2007, pp.7-23)

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันประเทศไทย ยังไม่ได้มีการศึกษาวิจัย หรือผลิตสินค้าในด้านนี้ในเชิงพาณิชย์อย่างจริงจัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวิเคราะห์มูลค่าทางเศรษฐกิจและโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา ฉะนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษา ในหัวข้อ การวิเคราะห์มูลค่าทางเศรษฐกิจและโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชาของประเทศไทย เพื่อใช้วิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานที่เป็นตัวกำหนดมูลค่าทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนในเชิงพาณิชย์ในอนาคตของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชาของประเทศไทยต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชาที่ส่งผลต่อโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา
2. เพื่อศึกษามูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชาที่ส่งผลต่อโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา

## ขอบเขตการวิจัย

ประชากรในการวิจัยนี้ คือ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา กรณีศึกษาพื้นที่ที่ได้รับอนุญาตถูกต้องในเขตภูมิภาคกลางของประเทศไทย โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เฉพาะผู้ประกอบการในพื้นที่ที่ได้รับอนุญาตถูกต้องในเขตภูมิภาคกลางของประเทศไทย ได้แก่ สมุทรปราการ นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา สระบุรี ลพบุรี อ่างทอง สิงห์บุรี และชัยนาท ซึ่งงานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาเฉพาะข้อมูลเชิงปริมาณที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา มูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา และโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ดำเนินงานระหว่าง เดือนมีนาคม 2565 ถึง เมษายน 2566

### สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 สถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชาที่แตกต่างกันส่งผลต่อโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 มูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชาส่งผลต่อโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชา

### กรอบแนวคิดการวิจัย

#### ตัวแปรอิสระ (Independent variables)

##### สถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชา

- 1) ด้านการรองรับในของธุรกิจสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชา
- 2) ด้านลักษณะการดำเนินอุตสาหกรรมที่ผสมสารสกัดจากัญชา
- 3) ด้านระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ
- 4) ด้านสถานที่ตั้งของธุรกิจ
- 5) ด้านประเภทของธุรกิจ
- 6) ด้านความคิดเห็นต่อนโยบายต่าง ๆ ที่ส่งเสริมพัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชา

(Chankheagla, 2022, pp.45-52)

##### มูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชา

- 1) คุณลักษณะผลิตภัณฑ์
- 2) รูปแบบการใช้ัญชา
- 3) องค์ความรู้เกี่ยวกับัญชา

(Smith & Colgate, 2007, pp.7-23)

#### ตัวแปรตาม (Dependent variables)

##### โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชา: กรณีศึกษาพื้นที่ได้รับอนุญาตถูกต้องในเขตภูมิภาคกลางของ ประเทศไทย

- 1) ด้านปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Kotler & Keller, 2016, pp.36-38)
- 2) ด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของผลิตภัณฑ์ (Gürel & Tat, 2017, pp.994-1006)
- 3) ด้านความพร้อมและสิ่งสนับสนุน (Heizer et al., 2020, pp.98-102)
- 4) ด้านปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการ/ธุรกิจ (Kotler & Armstrong, 2020, pp.36-38)

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### สถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชาส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย

เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2565 ซึ่งเป็นวันแรกที่กฎหมาย "ปลดล็อก" กัญชา กัญชง มีผลบังคับใช้ ทำให้ประชาชนสามารถปลูกพืชนี้ได้ในครัวเรือนและเชิงพาณิชย์ ส่วนการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สุขภาพเพื่อจำหน่าย ทั้งอาหาร เครื่องสำอาง และยาสมุนไพร ยังคงต้องขออนุญาต แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นการอนุญาตให้บริโภคส่วนประกอบของพืชนี้โดยไม่ผิดกฎหมาย ก็สร้างความกังวลให้หลายภาคส่วนในสังคม พร้อมเสียงเรียกร้องให้ภาครัฐหามาตรการป้องกันในขณะที่กฎหมายควบคุมกัญชา (BBC Thai, 2022) ในเวลาถัดมา เมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2565 ราชกิจจานุเบกษาดำเนินการเผยแพร่ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง สมุนไพรควบคุม (กัญชา) พ.ศ. 2565 โดยที่พิจารณาเห็นว่า กัญชา เป็นสมุนไพรที่มีค่าต่อการศึกษาหรือวิจัย มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองและส่งเสริมการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4, 44, 45 (3) และ (5) พ.ร.บ. คุ้มครองและส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย พ.ศ. 2542 (Ministry of Public Health Announcement on Controlled Herbs (Cannabis) B.E. 2565, 2022)

โดยสถานการณ์เกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์ในประเทศไทยในระยะเกือบหนึ่งปีแรกของการประกาศใช้กัญชาทางการแพทย์แบบถูกกฎหมาย ผู้ใช้ส่วนใหญ่ก็ยังได้รับผลิตภัณฑ์กัญชาจากแหล่งนอกระบบสาธารณสุขและใช้กัญชาเพื่อรักษาโรคหรืออาการเจ็บป่วยหลายชนิดที่อยู่นอกเหนือข้อแนะนำของกระทรวงสาธารณสุขหรือไม่มีหลักฐานทางวิชาการสนับสนุนประสิทธิผล แต่ผู้ใช้ส่วนใหญ่กลับมองเห็นเฉพาะด้านบวกของกัญชาและผลของการใช้กัญชาเพื่อรักษาโรค เนื่องจากประชาชนจำนวนมากก็ใช้กัญชาเพื่อรักษาโรคอยู่แล้ว การช่วยให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์ การเพิ่มการเข้าถึงกัญชาทางการแพทย์ในระบบสาธารณสุข โดยเฉพาะจากคลินิกกัญชาทางการแพทย์ทั้งแผนไทยและแผนปัจจุบันในโรงพยาบาลของกระทรวงสาธารณสุข และการทบทวนข้อบ่งชี้ของการสั่งใช้ยากัญชาให้ทันสมัยตามหลักฐานวิชาการ โดยคำนึงถึงความจำเป็นของผู้ป่วย จึงเป็นเรื่องที่จำเป็นและเร่งด่วน ข้อค้นพบจากการศึกษานี้ชี้ให้เห็นถึงความท้าทายทางนโยบายอันต่อเนื่องของประเทศไทยในเรื่องกัญชาทางการแพทย์ (Centre for Addiction Studies, n.d.) ซึ่งการศึกษาตัวแปรเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา ที่ประกอบไปด้วย 1) ด้านการรองรับในของธุรกิจสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา 2) ด้านลักษณะการดำเนินอุตสาหกรรมที่ผสมสารสกัดจากกัญชา 3) ด้านระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 4) ด้านสถานที่ตั้งของธุรกิจ 5) ด้านประเภทของธุรกิจ และ 6) ด้านความคิดเห็นต่อนโยบายต่าง ๆ ที่ส่งเสริมพัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา นั้นเป็นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของธุรกิจเพื่อที่จะนำมาใช้ศึกษาความแตกต่างนั้น พัฒนามาจากแนวคิดของ Chankheagla (2022, pp.45-52) ที่ทำการศึกษารูปแบบการจัดการธุรกิจกัญชา โดยได้กล่าวว่า รูปแบบการจัดการธุรกิจกัญชามีปัจจัยองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ แนวนโยบายทางการเมือง กระบวนการบริหารจัดการในองค์กร สถานที่ที่เหมาะสม ผลิตภัณฑ์กัญชาที่มีคุณภาพ และช่องทางการส่งเสริมการตลาดจึงมีผลอิทธิพลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการจัดการธุรกิจกัญชา

อย่างไรก็ตาม เพื่อป้องกันผลกระทบทางลบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนโดยสุขภาพของเด็กและเยาวชน ผลกระทบเสียหายทางเศรษฐกิจและความถดถอยของผลิตภาพแรงงาน รัฐบาลต้องมีแนวทางหรือมาตรการเพื่อกำกับควบคุมการใช้กัญชาเพื่อประโยชน์ทางการแพทย์และสุขภาพเท่านั้น หากต้องการเปิดให้มีการเสพหรือบริโภค ต้องมีมาตรการหรือแนวทางดังนี้ (1) ต้องเก็บภาษีสรรพสามิตในอัตราสูง และนำเงินบางส่วนไปใช้ในการส่งเสริมสุขภาพประชาชน และเผยแพร่ให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในการใช้ประโยชน์จากสารสกัดจากกัญชา (2) ต้องมีการกำหนดอายุขั้นต่ำของผู้ซื้อหรือเสพกัญชา อย่างต่ำต้องอายุ 25 ปีขึ้นไป (3) ห้ามไม่ให้มีการโฆษณาใด ๆ รวมทั้ง โฆษณาแฝง ในผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสารสกัดจากกัญชาที่มีผลเสียต่อ

สุขภาพ (4) การกำหนดให้มีค่าเตือนถึงภัยและผลกระทบจากเสพสารสกัดจากกัญชา เผยแพร่ข้อมูลประโยชน์ และโทษของกัญชา (5) การบังคับให้ผู้ประกอบการหรือผู้ขายต้องเปิดเผยส่วนผสมของกัญชาในอาหาร หรือ เครื่องดื่ม อย่างชัดเจน (6) กำหนดพื้นที่และเวลาสำหรับเป็นเขตปลอดกัญชา และ (7) จำกัดการนำเข้าและ ส่งออกกัญชาและผลิตภัณฑ์กัญชา ยกเว้นการใช้เพื่อประโยชน์ทางการแพทย์ และการผลิตยารักษาโรคเท่านั้น (The Nutrition Association of Thailand Under the Patronage of Her Royal Highness Princess Maha Chakri Sirindhorn, 2022)

ต่อมา รัฐบาลเพื่อไทย ภายใต้การนำของ นายเศรษฐา ทวีสิน นายกรัฐมนตรี ได้คืนสถานะให้ “กัญชา” กลับเป็นยาเสพติดประเภท 5 อีกครั้ง โดยจะมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 ม.ค. 2568 แต่อย่างไรก็ตาม ตัวแทน เครือข่ายเขียนอนาคตกัญชาไทย ระบุว่า “กัญชาไม่ได้ร้ายแรงกว่าบุหรี่และแอลกอฮอล์ ไม่เป็นสาเหตุของโรคจิต เวช หรือทำลายสมองเด็ก ก็ให้ควบคุมโดยใช้ พ.ร.บ.กัญชา แต่ถ้าหากพบว่าร้ายแรงกว่า ก็ให้นำไปควบคุมโดย กฎหมายยาเสพติดตามเดิม หรือจะควบคุมโดยกฎหมายใด” (Thai PBS, 2024) เช่นเดียวกันกับ ปานเทพ พัว พงษ์พันธ์ คณะบดีวิทยาลัยการแพทย์แผนตะวันออก มหาวิทยาลัยรังสิต และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ คณะกรรมการควบคุมยาเสพติดให้โทษเสียงข้างน้อยไม่เห็นด้วยกับการนำกัญชากลับไปเป็นยาเสพติด ซึ่งเสนอ ให้มีการทบทวนร่างประกาศกระทรวงสาธารณสุขที่ให้ช่อดอกกัญชาและกัญชงเป็นยาเสพติด รวมถึงข้อเสนอ ทางออกเพื่อแก้ปัญหาเกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมายและยังต้องสร้างความเชื่อมั่นให้นักลงทุน (Manager Online, 2024) ดังนั้น เมื่อกัญชากลับไปเป็นยาเสพติด และไม่อาจทำให้ขายได้อย่างเสรี แต่ยังคงต้องให้ออกาส ผู้ประกอบการปรับตัวให้กระทำการสิ่งที่ถูกต้องตามกฎหมายและเป็นที่ยอมรับต่อสังคมไทยและต่างประเทศ

### มูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ที่มีผสมสารสกัดจากกัญชาส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของ ประเทศไทย

กัญชา เป็นพืชสกุล Cannabis อยู่ในวงศ์ Cannabaceae มีทั้งสิ้น 3 สายพันธุ์ที่พบบ่อย ได้แก่ สาย พันธุ์ชาตีวา (Cannabis sativa) สายพันธุ์อินดิกา (Cannabis indica) และสายพันธุ์รูเดอราลิส (Cannabis ruderalis) (Sripanidkulchai, 2019, pp.1-26) โดยสารสกัดกัญชามีราคาแตกต่างกันขึ้นอยู่กับ ความบริสุทธิ์ ีกระบวนการสกัด สามารถจำแนกได้ 4 ประเภท ได้แก่ (1) Full Spectrum CBD คือ CBD ที่ยังคงมีสาร Phyto cannabinoids อื่น ๆ และสาร THC เจือปนอยู่ อีกทั้งยังมีสารที่ให้กลิ่น (Terpenes) และสารต่อต้าน อนุมูลอิสระ (Flavonoids) (2) CBD Isolate คือ สาร CBD บริสุทธิ์ มักทำให้อยู่ในรูปแบบผลึกหรือผง จึง เรียกว่า CBD Crystalline หรือ CBD Powder มีสีขาวละเอียด รสจืด ไม่มีกลิ่น นำไปใช้ในผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องดื่ม เวชสำอาง ราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 900-1,300 ดอลลาร์สหรัฐ (3) Broad Spectrum CBD หรือ CBD Distillate คือ สาร CBD ที่ยังคงมีสารอื่น ๆ เจือปนอยู่ดังประเภทที่ 1 แต่ทำการสกัดหรือแยกเฉพาะสาร THC ออก หรืออาจเจือปนอยู่บ้างแต่ไม่เกินกฎหมายกำหนดของแต่ละประเทศ ทำให้มีความต้องการสูง ราคาเฉลี่ย กิโลกรัมละ 2,400-4,200 ดอลลาร์สหรัฐ และ (4) Water Soluble CBD คือ สาร CBD ที่ละลายน้ำได้ (สาร CBD ประเภท 1-3 ละลายน้ำไม่ได้ จึงจำเป็นต้องใช้น้ำมันเป็นตัวทำละลาย เช่น น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น กรด ไขมัน หรือ Medium-chain Triglyceride) ราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 1,850-3,200 ดอลลาร์สหรัฐ (Krungsri Research, 2022)

ปี 2563 ตลาดกัญชาโลกมีมูลค่า 4.75 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล (อาทิ ครีมทาหน้า ครีมบำรุงผิว ผลิตภัณฑ์ล้างมือ ผลิตภัณฑ์อาบน้ำ) 1.76 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (สัดส่วน 37.1% ของมูลค่าตลาดกัญชาโลก) รองลงมาได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม (25.2%) สิ่งทอ (18.6%) และผลิตภัณฑ์ยา (11.6%) แต่หากจำแนกตามการแปรรูป พบว่า กัญชาถูกแปรรูป เป็นผลิตภัณฑ์น้ำมันมากที่สุด มีมูลค่า 2.15 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (สัดส่วน 45.2% ของมูลค่าตลาดกัญชา

โลก) รองลงมาได้แก่ เมล็ดกัญชา (28.8%) และเส้นใย (20.0%) ในระยะข้างหน้า Allied Market Research คาดว่าตลาดกัญชาโลกจะเติบโตต่อเนื่องเฉลี่ย 21.6% ต่อปี มาอยู่ที่ 1.86 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2570 แต่ยังคงถือว่าขนาดเล็กเมื่อเทียบกับตลาดกัญชาโลก (Krungrsri Research, 2022) จากรายงาน The Global Cannabis Report ของ Prohibition Partners คาดว่า มูลค่าตลาดกัญชาทั่วโลกจะมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง หรือคิดเป็นมูลค่ากว่า 103.9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2567 (Bangkokbiznews, 2021) อย่างไรก็ตาม พบว่าการปลูกกัญชา และกัญชา ในระดับชุมชนยังมีเงื่อนไข หลายประการที่ส่งผลให้การขออนุญาตเป็นไปได้ อย่างล่าช้า ภาครัฐไม่ได้อำนวยความสะดวกประชาชนอย่างเต็มที่ และกลายเป็นผลกระทบได้ในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรผู้ปลูกกัญชา ที่จะต้องคำนึงถึงสายพันธุ์ ความรู้ความเข้าใจในการปลูก ราคา ความสามารถในการแข่งขันกับกัญชาหรือผลิตภัณฑ์จากกัญชาเพื่อการแพทย์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ รวมไปถึง การสร้างองค์ความรู้ให้กับคนในประเทศที่จะใช้ผลิตภัณฑ์จากพืชทั้ง 3 ชนิด ให้ทราบถึงผลข้างเคียงที่อาจจะเกิดขึ้นจากการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อให้การผลักดัน กระทั่ง กัญชา กัญชาให้เป็นพืชเศรษฐกิจของประเทศได้อย่าง ยั่งยืนโดยแท้จริง (The Center for Economic and Business Forecasting, 2022) อย่างไรก็ตาม การศึกษา นี้มุ่งเน้นศึกษาตัวแปรมูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา ที่ประกอบไปด้วย 1) คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ 2) รูปแบบการใช้กัญชา และ 3) องค์ความรู้เกี่ยวกับกัญชา ตามแนวคิดของ Smith & Colgate (2007, pp.7-23) ที่กล่าวว่า การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ต้องพิจารณาจากคุณลักษณะ ของผลิตภัณฑ์และการรับรู้ของลูกค้า

### โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชาส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย

จุดเริ่มต้นของโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชาเกิดจากการผลักดัน นโยบายของกระทรวงสาธารณสุขที่มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ Wellness tourism โดยตั้งสเปคและ นวัตกรรมเพื่อสุขภาพ และสมุนไพร ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนามาจากกัญชา กัญชา ที่ผ่านการรับรองคุณภาพ ให้บริการใน สถานประกอบการที่มีการควบคุมกำกับมาตรฐานความปลอดภัย เพื่อสร้างศักยภาพการแข่งขันในเวทีโลกและ สร้างเศรษฐกิจประเทศ ภายใต้แนวคิด “สปาไทยก้าวหน้า ภูมิปัญญาก้าวไกล กัญชาไทยสร้างเศรษฐกิจ” (Public Relations Office, Ministry of Public Health, 2022) ทั้งนี้ ภาครัฐได้ได้สร้างห่วงโซ่อุตสาหกรรม ใหม่ในกลุ่มธุรกิจกัญชา ประกอบด้วย (1) อุตสาหกรรมต้นน้ำ ได้แก่ จัดหาเมล็ดพันธุ์ พัฒนาสายพันธุ์พืช เพาะปลูก (2) อุตสาหกรรมกลางน้ำ ได้แก่ โรงสกัด สารสกัด น้ำมัน ผลิตภัณฑ์กัญชา (3) อุตสาหกรรมปลาย น้ำ ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภคเป็นกลุ่มที่นำสารสกัด หรือผลิตภัณฑ์กัญชาขึ้นกลางมาเป็นวัตถุดิบหรือส่วนผสม ในผลิตภัณฑ์ของตนเพื่อเพิ่มไลน์ผลิตภัณฑ์ใหม่ (Bangkokbiznews, 2022) โดย Krungrsri Research (2022) ประเมินการมูลค่าอุตสาหกรรมกัญชาของไทยในปี 2564 คาดว่าอุตสาหกรรมเครื่องสำอางที่มีกัญชาผสมจะมี มูลค่า 280 ล้านบาท รองลงมาเป็นผลิตภัณฑ์อาหารจากกัญชา 240 ล้านบาท ยาและอาหารเสริมจากกัญชา 50 ล้านบาท เครื่องแต่งกายที่ทำด้วยใยกัญชา 30 ล้านบาท และผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลประเมินว่ายังอยู่ใน ช่วงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นหลักในปีแรก ทั้งนี้ 5 กลุ่มอุตสาหกรรมดังกล่าวจะมีการนำกัญชาไปใช้มูลค่า ประมาณ 600 ล้านบาท ดังนั้น โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชาส่งผลกระทบต่อ ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ผู้ประกอบการต้องมีการศึกษาการนำมาใช้ให้เหมาะสมและปลอดภัย ซึ่งถือ เป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้ผู้บริโภค (Overseas Office and Honorary Trade Advisors in Hong Kong, 2021)

โดยการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานสกัดจากัญชา สามารถพิจารณาได้จากปัจจัย 4 ด้านสำคัญ โดยด้านแรกคือ ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งอิงจากทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Theory) โดยปัจจัยภายใน เช่น ทิศนคติ (Attitude) และแรงจูงใจ (Motivation) จะส่งผลต่อความเต็มใจในการซื้อ ขณะที่ปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรมและสังคม ก็มีผลสำคัญ (Kotler & Keller, 2016, pp.172-175) ด้านที่สองคือ การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) เช่น การระบุโอกาสทางการตลาดในประเทศที่มีกฎหมายสนับสนุนัญชา และการบริหารจุดอ่อนที่เกี่ยวกับการรับรู้ในแง่ลบของผลิตภัณฑ์ในกลุ่มลูกค้าบางส่วน (Gürel & Tat, 2017, pp.994-1006) ส่วนที่สามคือ ความพร้อมและสิ่งสนับสนุน โดยใช้กรอบแนวคิด 5M's (Man, Money, Materials, Machines, Methods) เพื่อวิเคราะห์ความพร้อมของทรัพยากร องค์กร และการสนับสนุนจากภาครัฐ (Heizer et al., 2020, pp.98-102) สุดท้ายคือ ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการ/ธุรกิจ ซึ่งรวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรม การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม เช่น การตลาด 4P's (Product, Price, Place, Promotion) และการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดอย่างรวดเร็ว (Kotler & Armstrong, 2020, pp.36-38) โดยองค์ประกอบเหล่านี้ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและเพิ่มโอกาสความสำเร็จให้กับธุรกิจที่มีผลิตภัณฑ์สารสกัดจากัญชา

อย่างไรก็ตาม หากสถานการณ์เปลี่ยนแปลงไปดังที่ปรากฏในปัจจุบันที่จะนำกัญชากลับไปเป็นยาเสพติดภายในปี 2568 จะทำให้ผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตกว่า 10,000 ราย ประสบปัญหาภัยสูญเสียมูลค่าและรายได้ โดยที่มวิจยด้านเศรษฐกิจของดีทีอาร์ไอ ประมาณการมูลค่าเศรษฐกิจทางตรงในส่วนผลิตภัณฑ์จากธุรกิจที่จดทะเบียนพบว่า ธุรกิจที่จดทะเบียนมีรายได้รวมจากกัญชา 39 ล้านบาท ขาดทุนรวม 194 ล้านบาท ซึ่งธุรกิจที่สามารถทำกำไรมีเพียงร้อยละ 25 และทำกำไรได้ เฉลี่ยร้อยละ 37.6 แม้ผลิตภัณฑ์สินค้าจากกัญชาจะเป็นที่กล่าวถึง ในตลาดสินค้าผู้บริโภค แต่เมื่อเวลาผ่านไป กระแสความนิยมในผลิตภัณฑ์สินค้าจากกัญชาเริ่มลดลง และหากประมาณการมูลค่าเศรษฐกิจ จากจำนวนผู้ลงทะเบียนปลูกในแอปพลิเคชัน "ปลูกกัญ" พบว่า หากมีการนำกัญชาที่ลงทะเบียนปลูกเข้ามาขายในระบบตลาดเพียงร้อยละ 10 ตลาดกัญชาในประเทศไทยจะมีมูลค่าถึง 20,000 ล้านบาท ส่วนประมาณการมูลค่าเศรษฐกิจทางอ้อม การปลูกกัญชาตามหลักเกณฑ์ความปลอดภัยตามจำนวนที่ลงทะเบียนในแอปพลิเคชัน "ปลูกกัญ" จะช่วยสร้างเศรษฐกิจต้นน้ำหมุนเวียนต่อไปยังเศรษฐกิจสาขาอื่น ๆ ได้อีกเป็นมูลค่า 10,000 ล้านบาท และจะช่วยสร้างการจ้างงานในสาขาการผลิตต่าง ๆ ได้ 8,349 คน และสร้างภาษีเงินได้นิติบุคคลจากสาขาการผลิตต่าง ๆ ที่ได้รับการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ ได้รวม 303 ล้านบาท (Thai PBS, 2024) ซึ่งหากพิจารณาจาก ปรากฏการณ์ดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานสกัดจากกัญชาและเศรษฐกิจของประเทศไทย กว่า 30,000 ล้านบาท นอกจากนี้ ผู้บริโภคที่บริโภคจะเข้าถึงได้ยากขึ้น จนถึงขั้นไม่สามารถบริโภคได้เลย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงในเชิงนโยบายและกฎหมายนี้มีความรวดเร็วและส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรง ดังนั้นผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบจะต้องมีการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้ธุรกิจสามารถเดินหน้าต่อไปได้ในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

## ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานสกัดจากกัญชาในพื้นที่ได้รับอนุญาตถูกต้องในเขตภูมิภาคกลางของประเทศไทย ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป G\*Power โดยกำหนดให้มีขนาดอิทธิพล (Effect Size  $F^2$ ) ที่ 0.15 ค่าความน่าจะเป็นของความคลาดเคลื่อนในการทดสอบประเภทที่ 1 (Type I Error) ที่ 0.05 ค่าความน่าจะเป็น

เป็นของความคลาดเคลื่อนในการทดสอบประเภทที่ 2 (Type II Error) ที่ 0.95 และจำนวนตัวแปรพยากรณ์ (Number of Predictors) เท่ากับ 9 ตัวแปร จึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 166 คน (Sanitlou, Sartphet, & Naphaarrak, 2019, pp.496-507) แต่เพื่อสำรองความคลื่อนในการเก็บข้อมูลอีกร้อยละ 17 ดังนั้นได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 200 คน วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้คือ วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย โดยให้ผู้บริหารธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชาที่ได้รับอนุญาตถูกต้องในเขตภูมิภาคกลางของประเทศไทยสามารถแนะนำกลุ่มตัวอย่างอื่นให้กับผู้วิจัยได้ ซึ่งอาจได้กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 1 ตัวอย่างจากการแนะนำในแต่ละครั้ง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเอกสารวิชาการต่าง ๆ โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ (1) แบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา (3) แบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับมูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา และ (4) แบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา โดยส่วนที่ 3 และ 4 ใช้เกณฑ์การวัดแบบ Rating Scale 5 ระดับ ซึ่งแบบสอบถามครั้งนี้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ด้วยการประเมินค่า Item Objective Congruence หรือ IOC โดยมีช่วงคะแนนอยู่ที่ 0.60-1.00 ซึ่งมากกว่า 0.6 หลังจากนั้นได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Pre-test) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน เพื่อทำการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยพบว่าแบบสอบถามทุกตัวมีค่าความเที่ยงตรงตั้งแต่ 0.801 ถึง 0.973 ซึ่งมากกว่า 0.7 ขึ้นไป จึงถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นนำไปใช้ทดสอบได้ (Hair et al., 2010)

3. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยนี้ ประกอบไปด้วย (1) การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ (2) การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance, One-way ANOVA) และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานในสถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรองรับในของธุรกิจการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชาด้านการมุ่งสร้างพันธมิตรหรือเพื่อนคู่คิดทางธุรกิจ จำนวน 76 คน (ร้อยละ 33.5) มีลักษณะการดำเนินอุตสาหกรรมแบบห้างหุ้นส่วน จำนวน 90 คน (ร้อยละ 90) มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจระหว่าง 16 – 30 ปี จำนวน 95 คน (ร้อยละ 47.5) มีสถานที่ตั้งของธุรกิจในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 60 คน (ร้อยละ 30.0) มีการดำเนินธุรกิจประเภทธุรกิจการพาณิชย์ จำนวน 63 คน (31.5) ส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่อยากปรับตัวผลิตภัณฑ์เพื่อพัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา จำนวน 165 คน (82.5) และมีความคิดเห็นอย่างต่อเนื่องต่าง ๆ ที่ส่งเสริมพัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชาว่า ควรให้การส่งเสริมการกำหนดนโยบายเฉพาะพื้นที่เนื่องจากความแตกต่างในกระบวนการผลิตและปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องอย่างยั่งยืน จำนวน 65 คน (ร้อยละ 32.5)



ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลพื้นฐานในสถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชา

ข้อมูลพื้นฐานในสถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชา	จำนวน	ร้อยละ
<b>การรองรับในของธุรกิจ</b>	67	33.5
- การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ มาใช้	76	38.0
- มุ่งสร้างพันธมิตรหรือเพื่อนคู่คิดทางธุรกิจ	42	21.0
- จัดทำต้นแบบเพื่อนำมาสร้างธุรกิจ	15	7.5
- ลงทุนเพิ่มในกลุ่มธุรกิจ Start up ทั้งในและต่างประเทศ	67	33.5
<b>ลักษณะการดำเนินอุตสาหกรรม</b>		
- เจ้าของคนเดียว	76	38.0
- ห้างหุ้นส่วน	90	45.0
- บริษัทจำกัด	32	16.0
- บริษัทมหาชนจำกัด	2	1.0
<b>ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ</b>		
- 1 – 15 ปี	90	45.0
- 16 – 30 ปี	95	47.5
- 31 – 45 ปี	15	7.5
- 46 – 60 ปี	0	0.0
<b>สถานที่ตั้งของธุรกิจ</b>		
- สมุทรปราการ	27	13.5
- นนทบุรี	18	9.0
- ปทุมธานี	28	14.0
- พระนครศรีอยุธยา	60	30.0
- สระบุรี	11	5.5
- ลพบุรี	12	6.0
- อ่างทอง	23	11.5
- สิงห์บุรี	5	2.5
- ชัยนาท	16	8.0
<b>ประเภทของธุรกิจ</b>		
- ประเภทอุตสาหกรรมการผลิต	33	16.5
- ประเภทธุรกิจทางการเกษตร	56	28.0
- ประเภทธุรกิจการพาณิชย์	63	31.5
- ประเภทธุรกิจการบริการ	48	24.0
<b>แนวโน้มที่อยากปรับตัวผลิตภัณฑ์เพื่อพัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชา</b>		
- มี	165	82.5
- ไม่มี	35	17.5

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐานในสถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญญา	จำนวน	ร้อยละ
ความคิดเห็นอย่างต่อนโยบายต่าง ๆ ที่ส่งเสริมพัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญญา		
- ทั้งหมดที่ใช้เป็นนโยบายที่ดีจากภาคีเครือข่ายทุกท่านหน่วยที่เกี่ยวข้อง	38	19.0
- ควรได้รับการพัฒนาโดยมีผู้ประกอบการทุกภาคส่วนเข้ามาร่วมกำหนดนโยบาย	51	25.5
- ควรให้การส่งเสริมการกำหนดนโยบายเฉพาะพื้นที่เนื่องจากความแตกต่างในกระบวนการผลิตและปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องอย่างยั่งยืน	65	32.5
- จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการปรับปรุงนโยบายตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป	46	23.0
อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงและความต้องการภาคประชาสังคม		
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

2. การวิเคราะห์ข้อมูลมูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญญา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการใช้กัญญา มากที่สุด รองลงมาคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ และน้อยที่สุดองค์ความรู้เกี่ยวกับกัญญา ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของมูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญญา

มูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญญา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1) คุณลักษณะผลิตภัณฑ์	4.113	0.622	มาก
2) รูปแบบการใช้กัญญา	4.122	0.648	มาก
3) องค์ความรู้เกี่ยวกับกัญญา	4.093	0.650	มาก
<b>ภาพรวม</b>	<b>4.109</b>	<b>0.587</b>	<b>มาก</b>

3. การวิเคราะห์ข้อมูลโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญญา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นต่อด้านปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมากที่สุด รองลงมา ด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของผลิตภัณฑ์ ด้านความพร้อมและสิ่งสนับสนุน และน้อยที่สุด ด้านปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการ/ธุรกิจดัง ตารางที่ 2

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญญา

โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญญา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1) ด้านปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	4.188	0.606	มาก
2) ด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของผลิตภัณฑ์	4.188	0.613	มาก
3) ด้านความพร้อมและสิ่งสนับสนุน	4.134	0.619	มาก
4) ด้านปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการ/ธุรกิจ	4.159	0.674	มาก
<b>ภาพรวม</b>	<b>4.167</b>	<b>0.575</b>	<b>มาก</b>

#### 4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

**ตารางที่ 4** ผลการทดสอบสมมติฐานสถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชาแตกต่างกัน

สถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชา	F	Sig.	ผลการทดสอบ
1) ด้านการรองรับในของธุรกิจสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชา	4.794	.003*	สอดคล้อง
2) ด้านลักษณะการดำเนินอุตสาหกรรมที่ผสมสารสกัดจากัญชา	0.148	.862	ไม่สอดคล้อง
3) ด้านระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	1.855	.159	ไม่สอดคล้อง
4) ด้านสถานที่ตั้งของธุรกิจ	6.806	.000*	สอดคล้อง
5) ด้านประเภทของธุรกิจ	0.273	.845	ไม่สอดคล้อง
6) ด้านความคิดเห็นต่อนโยบายต่าง ๆ ที่ส่งเสริมพัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชา	0.764	.516	ไม่สอดคล้อง

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า สถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชาด้านการรองรับในของธุรกิจสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชาและด้านสถานที่ตั้งของธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งในด้านการรองรับในของธุรกิจสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชา พบว่า การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ มาใช้มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าการลงทุนเพิ่มในกลุ่มธุรกิจ Start up ทั้งในและต่างประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ สถานที่ตั้งของธุรกิจ พบว่า พระนครศรีอยุธยา มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าทุกพื้นที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**ตารางที่ 5** ผลการทดสอบสมมติฐานมูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชาส่งผลต่อโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชา

มูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชา	b	Std. Error	$\beta$	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.573	0.130		4.402	0.000*		
- คุณลักษณะผลิตภัณฑ์	0.492	0.056	0.533	8.819	0.000*	0.279	3.581
- รูปแบบการใช้ัญชา	0.221	0.044	0.249	5.015	0.000*	0.414	2.415
- องค์กรความรู้เกี่ยวกับัญชา	0.162	0.053	0.183	3.048	0.003*	0.284	3.527

$R = .895, R^2 = .800, \text{Adjusted } R^2 = .797, \text{S.E.E.} = .259, F = 261.995, \text{Sig.} = .000^*$

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 พบว่า มูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา ประกอบไปด้วย รูปแบบการใช้กัญชาเพื่อประโยชน์ทางการแพทย์ องค์ความรู้เกี่ยวกับกัญชา และคุณลักษณะผลิตภัณฑ์มีผลต่อโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 79.7 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ตัวแปรต่าง ๆ จากมูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชาสามารถอธิบายโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชาได้ถึง 79.7 ส่วนอีก 20.3 เกิดจากปัจจัยอื่น ๆ ดังนั้น การเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชาจะต้องพิจารณาจากคุณลักษณะผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก รองลงมา รูปแบบการใช้กัญชา และสุดท้าย องค์ความรู้เกี่ยวกับกัญชา

## สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์มูลค่าทางเศรษฐกิจและโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชาในพื้นที่ได้รับอนุญาตในเขตภูมิภาคกลางของประเทศไทย พบว่า สถานการณ์ปัจจุบันด้านการรองรับธุรกิจและสถานที่ตั้งส่งผลต่อโอกาสทางการตลาดอย่างมีนัยสำคัญ ผู้ประกอบการควรวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณลักษณะเฉพาะ เช่น สูตรที่เหมาะสมกับการใช้งานทางการแพทย์หรือการบำรุงสุขภาพ เพื่อสร้างความแตกต่างและตอบโจทย์ตลาดในพื้นที่เป้าหมาย เช่น ใกล้ศูนย์การแพทย์หรือโรงพยาบาล รวมถึงการขยายตลาดผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อลดข้อจำกัดด้านพื้นที่ นอกจากนี้ ควรเน้นพัฒนาคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ เช่น ความปลอดภัย คุณภาพที่ได้มาตรฐาน และประโยชน์ที่ชัดเจน โดยใช้กลยุทธ์การตลาดที่มุ่งเน้นลูกค้า (Customer-Centric Marketing) พร้อมสื่อสารข้อมูลที่โปร่งใสเกี่ยวกับกระบวนการผลิตและแหล่งที่มาของวัตถุดิบ ในด้านรูปแบบการใช้ ควรเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำมันกัญชาสำหรับการบำบัด หรือครีมสำหรับการใช้ภายนอก เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ทั้งผู้ป่วยที่ต้องการฟื้นฟูสุขภาพและผู้บริโภคทั่วไปที่มองหาความผ่อนคลาย สุดท้าย การเสริมสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับกัญชา เช่น การเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับข้อกฎหมายและประโยชน์ของกัญชา รวมถึงการจัดกิจกรรมให้ความรู้ จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ ลดความกังวลของผู้บริโภค และกระตุ้นการตัดสินใจซื้ออย่างยั่งยืนในระยะยาว

## อภิปรายผล

ผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานในสถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรองรับในของธุรกิจการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา ด้านการมุ่งสร้างพันธมิตรหรือพหุภาคีทางธุรกิจ มีลักษณะการดำเนินอุตสาหกรรมแบบห้างหุ้นส่วน มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจระหว่าง 16 – 30 ปี มีสถานที่ตั้งของธุรกิจในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีการดำเนินธุรกิจประเภทธุรกิจการพาณิชย์ ส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่อยากปรับตัวผลิตภัณฑ์เพื่อพัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชา และมีความคิดเห็นอย่างต่อนโยบายต่าง ๆ ที่ส่งเสริมพัฒนาไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชาว่า ควรให้การส่งเสริมการกำหนดนโยบายเฉพาะพื้นที่เนื่องจากความแตกต่างในกระบวนการผลิตและปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องอย่างยั่งยืน ซึ่งงานวิจัยของ Kanjanasiripan (2022, pp.530-545) พบว่า สภาพปัญหาการส่งเสริมการปลูกกัญชา คือ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกัญชาและกัญชงตามพระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ พ.ศ. 2522 และกฎหมายลำดับรอง เรื่องการนิยามรูปแบบผลิตภัณฑ์พืชตระกูลกัญชา นอกจากนี้ รูปแบบที่เหมาะสมการใช้ประโยชน์ คือ การกำหนดนโยบายควรเป็นภาครัฐที่ควบคุม ดูแล และพัฒนาพืชยาเสพติดเป็นระบบ รวมถึงออกใบอนุญาตตามกฎหมาย และ แนวทางและความเป็นไปได้ของ

นโยบายการปลูกัญชา คือ กำหนดให้ัญชาเป็นพืชประโยชน์ทางการแพทย์บนพื้นฐานตามหลักวิชาการด้านการแพทย์ที่เหมาะสมภายใต้การควบคุมดูแลของผู้เชี่ยวชาญตามมาตรฐานผู้ประกอบการวิชาชีพรวมถึงควบคุมถือครองหรือควบคุมห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งนำมาสู่การกำหนดระบบการบริหารจัดการที่เอื้ออำนวยต่อการผลิตและบริการที่เกิดประสิทธิภาพสูงสุดภายใต้ความปลอดภัยที่มีมาตรฐานบนพื้นฐานความยั่งยืน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชาด้านการรองรับในของธุรกิจสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชาและด้านสถานที่ตั้งของธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชาแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจาก ความต้องการและการยอมรับของตลาดท้องถิ่นต่อผลิตภัณฑ์ัญชาอาจแตกต่างกันไป ซึ่งอิงตามวัฒนธรรม ความเชื่อ และความรู้ความเข้าใจของประชาชนต่อัญชา รวมถึงสถานที่ตั้งที่มีการเข้าถึงทรัพยากรและวัตถุดิบง่ายอาจมีข้อได้เปรียบในการผลิตผลิตภัณฑ์ัญชาด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า ซึ่งส่งผลต่อราคาและการแข่งขันในตลาด และธุรกิจในพื้นที่ที่สนับสนุนการวิจัยและนวัตกรรมมีโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และการปรับปรุงผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Yeesoontes & Panomooptum (2020, pp.63-76) ที่พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในปัจจุบันด้านผลิตภัณฑ์และช่องทางการจำหน่ายมีความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเพิ่มขึ้น

ในขณะที่ ผลการวิเคราะห์มูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชาของประเทศไทย พบว่า มูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชา ประกอบไปด้วย 3 ประการ คือ รูปแบบการใช้ัญชาเพื่อประโยชน์ทางการแพทย์ องค์ความรู้เกี่ยวกับัญชา และคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะ เป็นการจัดหาวัตถุดิบถือเป็นจุดเชื่อมโยงที่สำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชา ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสายพันธุ์ของัญชาในโลกทุกประเภท รวมไปถึงผลิตภัณฑ์มีความสามารถในการใช้งานได้ตามหน้าที่ที่ได้ถูกกำหนดไว้ และผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นรวมทั้งมีคุณสมบัติพิเศษแตกต่างจากสินค้าชนิดอื่น ๆ ทั้งนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า มูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชา ประกอบไปด้วย 1) คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ 2) รูปแบบการใช้ัญชา และ 3) องค์ความรู้เกี่ยวกับัญชาส่งผลต่อโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชาทั้งในด้านภาพรวม ด้านปัจจัยในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของผลิตภัณฑ์ ด้านความพร้อมและสิ่งสนับสนุน และด้านปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการ/ธุรกิจ ซึ่ง Bhanityanakorn (2021, pp.40-45) อธิบายว่า นับจากราชกิจจานุเบกษาได้เผยแพร่ประกาศกระทรวงสาธารณสุขซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการอนุญาตให้ใช้ประโยชน์จากัญชาในทางการแพทย์และสามารถใช้เป็นส่วนผสมในอาหารและเครื่องดื่มได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายทำให้กระแสความนิยมกัญชาในไทยกลายเป็นประเด็นทางธุรกิจที่ผู้ประกอบการจำนวนมากให้ความสนใจและต้องการเป็นส่วนหนึ่งของตลาดโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการในธุรกิจอาหาร แสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชามีมูลค่าทางเศรษฐกิจ และ Nonthanathorn (2021, pp.102-112) ชี้ให้เห็นว่า มูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากัญชาขึ้นอยู่กับคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของชาัญชา-กัญชงที่เลือกซื้อด้านรสชาติกลมกล่อม ไม่ขม ไม่เหม็นเขียว มากที่สุด รองลงมาด้านมีเครื่องหมาย (อย.) ด้านราคาของสินค้ามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพของสินค้า

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

1. กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการกำหนดสถานที่ตั้งธุรกิจ จากผลการวิจัยที่ชี้ให้เห็นว่าการรองรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสถานที่ตั้งของธุรกิจมีผลต่อโอกาสทางการตลาด ผู้ประกอบการควรวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของตลาดในพื้นที่เป้าหมาย เช่น การสร้างผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณสมบัติเฉพาะ (Unique Selling Point) เช่น สูตรเฉพาะที่เหมาะสมกับการใช้งานทางการแพทย์หรือการบำรุงสุขภาพ เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง สำหรับสถานที่ตั้งธุรกิจ ควรพิจารณาพื้นที่ที่มีความต้องการสูง เช่น ใกล้ศูนย์การแพทย์ โรงพยาบาล หรือพื้นที่ที่มีกลุ่มผู้บริโภคที่ตระหนักถึงคุณค่าของกัญชา รวมถึงการขยายการเข้าถึงผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อลดข้อจำกัดด้านพื้นที่ตั้ง
2. การเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่ผสมสารสกัดจากกัญชาควรเริ่มต้นด้วยการพัฒนาคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความแตกต่างในตลาด คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ (Product Attributes) เช่น ความปลอดภัย คุณภาพที่ได้มาตรฐาน และประโยชน์ที่ชัดเจน เช่น การบำรุงสุขภาพหรือการใช้ในเชิงการแพทย์ ควรได้รับการเน้นย้ำเป็นลำดับแรก ผู้ประกอบการควรใช้แนวคิดการตลาดที่มุ่งเน้นลูกค้า (Customer-Centric Marketing) เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และนำเสนอผ่านบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยและสื่อสารข้อมูลสำคัญ เช่น แหล่งที่มาของวัตถุดิบ และกระบวนการผลิตที่ปลอดภัย
3. รูปแบบการใช้กัญชา (Usage Forms) ซึ่งสามารถเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้รับประทาน เช่น น้ำมันกัญชาสำหรับการบำบัด หรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภายนอก เช่น ครีมหรือโลชั่น ผสมสารสกัดจากกัญชา การปรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับการใช้งานของกลุ่มเป้าหมาย เช่น ผู้ป่วยที่ต้องการผลิตภัณฑ์เพื่อการฟื้นฟูสุขภาพ หรือกลุ่มคนที่มองหาผลิตภัณฑ์เพื่อการผ่อนคลาย จะช่วยขยายตลาดให้ครอบคลุมและตอบโจทย์ที่หลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้ ควรใช้การสื่อสารที่ชัดเจนในช่องทางการตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงประโยชน์และวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์
4. การเสริมสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับกัญชา (Cannabis Knowledge) โดยผู้ประกอบการควรมีบทบาทในการให้ข้อมูลและสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้บริโภค เช่น การจัดกิจกรรมให้ความรู้ การเผยแพร่บทความผ่านช่องทางออนไลน์ หรือการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลเกี่ยวกับกัญชาในผลิตภัณฑ์ของตนเอง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและลดความกังวลเกี่ยวกับการใช้สารสกัดจากกัญชา การให้ข้อมูลที่ถูกต้องและโปร่งใส เช่น ข้อกำหนดทางกฎหมายและประโยชน์ต่อสุขภาพ จะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้บริโภค และกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยในอนาคตเกี่ยวกับการวิเคราะห์มูลค่าทางเศรษฐกิจและโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผสมสารสกัดจากกัญชาควรพิจารณาขยายกลุ่มตัวอย่าง โดยการศึกษารวมถึงกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลาย อาทิเช่น ผู้บริโภค นักลงทุน และผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมกัญชา เพื่อให้ได้มุมมองที่ครอบคลุมและหลากหลาย

นอกจากนี้ การวิจัยในอนาคตควรพิจารณาแง่มุมทางภูมิศาสตร์และกฎระเบียบของการเพาะปลูกและการผลิตกัญชาด้วย ตัวอย่างเช่น ในกรณีของประเทศไทยซึ่งบางภูมิภาคได้รับใบอนุญาตสำหรับการเพาะปลูกกัญชา นักวิจัยควรพิจารณาดำเนินการศึกษาในพื้นที่เฉพาะเหล่านี้ ซึ่งการทำเช่นนี้จะช่วยให้นักวิจัยสามารถรับข้อมูลที่เป็นภาษาท้องถิ่นซึ่งสะท้อนถึงสภาวะเศรษฐกิจและตลาดที่เป็นเอกลักษณ์ภายในภูมิภาคเหล่านี้ได้



สุดท้ายนี้ การวิจัยในอนาคตควรมีการศึกษาและเปรียบเทียบกับตลาดกัญชาในประเทศอื่น ๆ ที่มีการพัฒนามากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้เห็นถึงปัจจัยทางกฎหมายและนโยบาย รวมถึงเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่มีผลต่อการพัฒนาและการตลาดของผลิตภัณฑ์กัญชาเพื่อหาแนวทางและกลยุทธ์ที่เหมาะสม

## เอกสารอ้างอิง

- Bangkokbiznews. (2021). *Medical Cannabis' Opportunities & Challenges for Thailand*. Retrieved February 12, 2023, from <https://www.bangkokbiznews.com/social/918974>.
- Bangkokbiznews. (2022). *University of the Thai Chamber of Commerce reveals that the cannabis-hemp business will grow by 10-15% in 3 years, worth more than 42 billion baht*. Retrieved February 12, 2023, from <https://www.bangkokbiznews.com/business/1016632>.
- Bangkokbiznews. (2024). *"Cannabis and Hemp: Government Hesitation and Business Uncertainty, Closing a Market Value of 42 Billion Baht."*. Retrieved August 13, 2024, from <https://www.bangkokbiznews.com/health/public-health/1139884>.
- BBC Thai. (2022). *Cannabis, Hemp: Freedom, Unlocking Concerns and Statements from the Government*. Retrieved February 12, 2023, from <https://www.bbc.com/thai/61741342>.
- Bhanityanakorn, K. (2021). Opportunities for Thai hemp food businesses and microwave and entrepreneurs. *Journal of Social Innovation and Mass Communication Technology*, 4(2), 40-45.
- Centre for Addiction Studies. (n.d.). *Executive Summary*. Retrieved February 12, 2023, from <https://cads.in.th/cads/media/upload/1621391387-บทสรุปผู้บริหาร.pdf>.
- Chankheagla, P. (2022). Cannabis Business Management Model. *Thai Research and Management Journal*, 3(1), 45-52.
- Gürel, E., & Tat, M. (2017). SWOT Analysis: A Theoretical Review. *The Journal of International Social Research*, 10(51), 994–1006.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7<sup>th</sup> ed.). Pearson Prentice Hall.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (13<sup>th</sup> ed.). Pearson.
- Kanjanasiripan, K. (2022). Policy Promotion of Cannabis Cultivation in Thailand and Legalization. *Journal of Buddhist Anthropology Temple of Wang Tawan Tok*, 7(2), 530-545.
- Kasikorn Research Center. (2021). *Can "cannabis" become a Thai economic plant?*. Retrieved December 23, 2022, from <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/FB-Cannabis-14-01-20.aspx>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (18<sup>th</sup> ed.). Pearson.



- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15<sup>th</sup> ed.). Pearson.
- Krungsri Research. (2022). *Hemp: A New Economic Plant, Opportunities and Challenges*. Retrieved February 12, 2023, from <https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligence/hemp-2021>.
- Manager Online. (2024). "Pantheop" proposes a new solution to the Ministry of Public Health: Making "Cannabis" a conditionally controlled narcotic to reduce coalition conflicts. Retrieved July 12, 2024, from <https://mgronline.com/qol/detail/9670000059369>
- Ministry of Public Health Announcement on Controlled Herbs (Cannabis) B.E. 2565 (2022, June 16). *Thai Government Gazette*. Volume 139, Special Issue 137, page 9.
- Narcotics Act B.E. 2562 (2019, 18 February). *Thai Government Gazette*. Volume 136, Part 19 A. Pages 1-16.
- Nonthanathorn, P. (2021). The Cannabis Economy: Introductions. *Journal of the Association of Researchers*, 26(2), 102-112.
- Overseas Office and Honorary Trade Advisors in Hong Kong. (2021). *Report on discussions with manufacturers of products containing CBD*. Retrieved February 12, 2023, from [https://www.ditp.go.th/contents\\_attach/731658/731658.pdf](https://www.ditp.go.th/contents_attach/731658/731658.pdf).
- Pattanakitkulkajorn, W. (2020). *The Readiness of the Government Sector in Creating Opportunities for Farmers in the Cannabis Industry for Medical Purposes*. The Institute for Promoting Good Governance.
- Prachachat. (2021). *Medical cannabis is booming, with demand reaching 3.6 billion*. Retrieved December 23, 2022, from <https://www.prachachat.net/economy/news-663966>.
- Public Relations Office, Ministry of Public Health. (2022). *The Ministry of Public Health supports Wellness tourism, pushing Thai spas, health products from hemp and cannabis to create the country's economy*. Retrieved February 12, 2023, from [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://hss.moph.go.th/fileupload\\_doc/2022-07-27-1-22-108018907.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://hss.moph.go.th/fileupload_doc/2022-07-27-1-22-108018907.pdf).
- Sanitlou, N., Sartphet, W. & Naphaarrak, Y. (2019). Sample Size Calculation Using G\*POWER Program. *Journal of Suvarnabhumi Institute of Technology (Humanities and Social Sciences)*, 5(1), 496-507.
- Smith, J. B., & Colgate, M. (2007). Customer value creation: A practical framework. *Journal of marketing Theory and Practice*, 15(1), 7-23.
- Sripanidkulchai, B. (2019). Medical Uses of Cannabis. *Isan Journal of Pharmaceutical Sciences*, 15(4), 1-26.



- Thai PBS. (2024). *Launching a Power Struggle to Reclaim Support? Returning 'Cannabis' to the Narcotics List*. Retrieved July 9, 2024, from <https://www.thaipbs.or.th/news/content/341872>.
- Thailand Development Research Institute. (2024). *Regulating Cannabis: Strengthening Measures and Closing Legal Loopholes*. Retrieved May 30, 2024, from <https://tdri.or.th/2024/05/regulate-cannabis-law-amendment-article/>.
- Thansettakij. (2021). *Patent registration and copyright registration of "cannabis-hemp" has been completed with 31 requests*. Retrieved December 23, 2022, from <https://www.thansettakij.com/business/475560>.
- The Center for Economic and Business Forecasting. (2022). *The University of the Thai Chamber of Commerce announced the results of a survey on public opinions on the free cannabis policy*. Retrieved February 12, 2023, from <https://www.utcc.ac.th/มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย-แถลงข่าวผ-4/>.
- The Nutrition Association of Thailand Under the Patronage of Her Royal Highness Princess Maha Chakri Sirindhorn. (2022). *The Impact of Consuming Food and Products Containing Cannabis*. Retrieved February 12, 2023, from <https://www.nutritionthailand.org/th/ข่าวสารประชาสัมพันธ์.html>.
- Yeesoontes, W., & Panomoopatum, C. (2020). The Marketing Opportunities of Sisal Products. *PhetchabunRajabhat Journal*, 22(1), 63-76.