

รูปแบบการจัดการธุรกิจกัญชา Cannabis business management model

ปิยะนันต์ จันทรแซกหล้า¹

Piyanun Chankheagla

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งอธิบายนำเสนอรูปแบบการจัดการธุรกิจกัญชา เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการวิจัยจากเอกสาร กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ตัวแทนจากหน่วยงานที่มีใบอนุญาตปลูกกัญชา เครื่องมือที่ใช้ในวิจัยได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาและสร้างข้อสรุป ผลการศึกษาวิจัยพบว่า รูปแบบการจัดการธุรกิจกัญชามีปัจจัยองค์ประกอบที่สำคัญได้แก่ แนวนโยบายทางการเมือง กระบวนการบริหารจัดการในองค์กร สถานที่เหมาะสม ผลิตรกัญชาที่มีคุณภาพ และช่องทางการส่งเสริมการตลาดมีผลอิทธิพลต่อประสิทธิภาพประสิทธิผลในการจัดการธุรกิจกัญชา

คำสำคัญ: รูปแบบการจัดการ, กัญชา

¹ อาจารย์ประจำคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
อีเมลล์ acpa555@gmail.com

Abstract

This article focuses on explaining Cannabis business management model is a qualitative research with document research The sample group includes Representatives from agencies that have licenses to grow cannabis The tools used in the research include in-depth interview and analyzing content data and generating conclusions. The results of the study found that The cannabis business management model has key components including: political policy Management process in the organization suitable place quality cannabis products and marketing promotion channels influence the efficiency and effectiveness in managing the cannabis business.

Keywords: management model, cannabis

บทนำ

แม้ว่ารัฐบาลและกฎหมายได้แก้ไขเพิ่มเติมส่งเสริมสนับสนุนการนำัญชาไปใช้ทางการแพทย์ โดยต้องลงทะเบียนยื่นคำร้องขอใบอนุญาตผ่านกระทรวงสาธารณสุข สำหรับขออนุมัติพิจารณาออกใบอนุญาตผลิตัญชา จำหน่าย ขาย นำเข้าส่งออก การศึกษาวิจัย ทำให้มีหน่วยงานเช่นสถาบันการศึกษา บริษัทเอกชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน หรือภาคประชาชนผู้ที่สนใจปลูกัญชขายจำหน่ายหรือนำเข้าส่งออกต้องดำเนินการตามเงื่อนไข หลักเกณฑ์กฎระเบียบของภาครัฐ ซึ่งธุรกิจัญชาเป็นผลิตภัณฑ์ใช้เฉพาะทางการแพทย์ และเชิงพาณิชย์ทำให้ัญชาเป็นพืชเศรษฐกิจสำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ ธุรกิจด้านอาหาร แปรรูปเป็นยาผลิตภัณฑ์สุขภาพ อาหารเครื่องดื่ม เครื่องสำอาง ที่มีแนวโน้มความต้องการปลูกและต้องการใช้จำนวนมาก

ประเด็นที่สำคัญและน่าสนใจต่อไปเกี่ยวกับัญชาทางการแพทย์ คือ ในการนำนโยบายไปปฏิบัติให้เกิดประสิทธิภาพประสิทธิผลสูงสุดต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภาคสังคม ภาครัฐ และภาคประชาชนนั้น ควรต้นแบบแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจผลิตภัณฑ์ัญชาอย่างไรให้เกิดประสิทธิภาพประสิทธิผลในระดับองค์กรตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำทั้งระบบครบวงจร โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจัญชาให้เกิดประสิทธิภาพประสิทธิผลต้นแบบ ตัวแบบ โมเดลในการบริหารจัดการธุรกิจัญชาที่เหมาะสมกับธุรกิจัญชา รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจัญชาที่สอดคล้องกับเกษตรกร บริบททางสังคมเศรษฐกิจ และการเมือง และลดทอนทัศนคติแนวคิดเดิมของสังคมยังคงเป็นสิ่งเสียดินนันทนาการสำราญใจ และส่งเสริมให้สังคมทั่วไปเข้าใจว่าัญชาสามารถใช้สำคัญทางแพทย์และเป็นพืชอุตสาหกรรมเกษตรที่สามารถสร้างรายได้ยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรผู้ปลูกัญชาเพื่อการแพทย์ และป้องกันดูแลไม่ให้เกิดการปลูกัญชาเกิดปัญหาภัยสุขภาพอันตรายหรือใช้สันหนาการด้านอื่นๆ ที่ไม่ใช่ทางการแพทย์ผ่านการสร้างองค์ความรู้การบริหารจัดการธุรกิจัญชาที่เหมาะสม

ดังนั้นปัญหาที่สำคัญคือ ธุรกิจของกัญชา แนวทางกระบวนการบริหารจัดการธุรกิจกัญชาตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำผู้บริโภคมีปัจจัยแนวทางการบริหารจัดการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องส่งผลต่อการบริหารจัดการธุรกิจกัญชาให้เกิดประสิทธิภาพประสิทธิผลอย่างไร เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมใหม่สำหรับประเทศไทยที่เกิดขึ้นแนวคิดการบริหาร หรือแนวคิดการตลาดใดสามารถนำมาใช้ส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการบริหารธุรกิจกัญชาได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่าการศึกษาวิจัย รูปแบบการจัดการธุรกิจกัญชาในประเทศไทย แนวทางการจัดการบริหารธุรกิจกัญชา จะเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มผู้ปลูกกัญชาสามารถพัฒนาบริหารจัดการธุรกิจกัญชาได้อย่างมีประสิทธิภาพประสิทธิผล สามารถสร้างรายได้ยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรผู้ปลูกกัญชา และเป็นพื้นฐานข้อมูลทางวิชาการสำคัญในด้านธุรกิจกัญชาทางการแพทย์ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการธุรกิจกัญชา
2. เพื่อเสนอแนะรูปแบบการจัดการธุรกิจกัญชา

วิธีการศึกษา

ในการศึกษารูปแบบการจัดการธุรกิจกัญชาในประเทศไทย เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษาจากวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ตามแนวคิดการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ² และแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Service Mix) ของ Philip Kotler (Kotler, 2000] p.19) หรือ 7Ps เครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์ สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ได้แก่ ผู้บริหาร นักวิชาการหน่วยงานที่มีใบอนุญาตปลูกกัญชา ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่

² วรเดช จันทรรต. (2554). *ทฤษฎีการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.

หรือเชิงก้อนหิมะ (Snowball Sampling) จำนวน 12 คน และวิเคราะห์ด้วยเหตุผลตามหลักตรรกะ (Logical Reasoning) เชิงเนื้อหา สร้างข้อสรุป (Generalization) เกี่ยวกับรูปแบบการจัดการธุรกิจกัญชาแนวทางการจัดการธุรกิจกัญชาในประเทศไทย

ผลการศึกษาวิจัย

จากการศึกษารูปแบบการจัดการธุรกิจกัญชา ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ได้แก่ ผู้บริหาร นักวิชาการหน่วยงานที่มีใบอนุญาตปลูกกัญชาด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ หรือเชิงก้อนหิมะ (Snowball Sampling) จำนวน 12 คน ซึ่งได้เปิดเผยข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ตามแนวปฏิบัติวิจัยในมนุษย์ สามารถวิเคราะห์ผลการวิจัยตามประเด็นในการศึกษารูปแบบการจัดการธุรกิจกัญชา พบว่า

ปัจจุบันปัญหาอุปสรรคธุรกิจกัญชาในประเทศไทยเกิดจากไม่ความชัดเจนของนโยบายรัฐบาล และการตีความบังคับใช้กฎ ระเบียบ เงื่อนไขต่างที่ไม่สอดคล้องกับบริบทของเกษตรกร ตั้งแต่การขออนุญาต หลักเกณฑ์ด้านสถานที่ทำให้กลุ่มเกษตรกรต้องใช้งบประมาณในการเพาะปลูกมาก โดยแนวทางการจัดการธุรกิจกัญชาในประเทศไทยการส่งเสริมองค์ความรู้เพื่อยกระดับให้กัญชาให้มีคุณภาพที่ดี รัฐและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องมีส่งเสริมพัฒนาทางการตลาดให้มีช่องทางจัดจำหน่าย หรือแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย และต้องกระบวนการจัดการที่เหมาะสม (Process) ตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำได้ ทุกขั้นตอนคือเป็นสิ่งที่สำคัญในการซื้อขายสินชายในยุคอนไลน์ในปัจจุบัน ทั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาธุรกิจกัญชาจำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมพัฒนาที่ชัดเจนจากแนวนโยบายของรัฐบาล หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีความชัดเจนไปการนำนโยบายไปปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน หรือบูรณาการแบบ one stop service ให้บริการภาคเกษตรกร องค์กรในการดำเนินการธุรกิจกัญชา ประกอบกับผู้ดำเนินธุรกิจกัญชาต้องมีการกระบวนการในการบริหารจัดการเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์กัญชาที่มีคุณภาพ ช่องทางจัดจำหน่ายที่หลากหลาย บ่งชี้ให้เห็นว่าแนวทางการจัดการบริหาร: ธุรกิจกัญชามีองค์ประกอบที่สำคัญในการบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพประสิทธิผลตั้งแต่ต้นนโยบายทางการเมือง Policy กระบวนการบริหาร

จัดการในองค์กร Process สถานที่ที่เหมาะสม Place ผลิตภัณฑ์คุณภาพ (Product) ช่องทางการส่งเสริมการตลาด (Promotion) สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินงานไปสู่การปฏิบัติของวรเดช จันทรศร หรือแนวคิดส่วนผสมทางการตลาดของ Philip Kotler (Kotler, 2000 p.19)

จากการศึกษารูปแบบการจัดการธุรกิจศึกษา ผู้วิจัยได้ข้อค้นพบเบื้องต้นทางวิชาการว่า รูปแบบการจัดการธุรกิจศึกษามีองค์ประกอบที่สำคัญในการบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพประสิทธิผลตั้งแต่ต้นนโยบายทางการเมือง (Policy) กระบวนการบริหารจัดการในองค์กร (Process) สถานที่ที่เหมาะสม (Place) ผลิตภัณฑ์คุณภาพ (Product) และช่องทางการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. รัฐบาลควรส่งเสริมพัฒนาธุรกิจศึกษาในประเทศไทยมีต้องเริ่มจากความชัดเจนของนโยบายของรัฐบาลที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีความชัดเจนไปในทิศทางเดียวกัน
2. รัฐบาลต้องลดขั้นตอนเงื่อนไขหลักเกณฑ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพราะโดยวิถีของเกษตรกรไทย พื้นที่ภูมิประเทศไทยสามารถเพาะปลูกพืชแต่ละสายพันธุ์ได้อย่างมีคุณภาพแต่ข้อจำกัดด้านช่องทางจำหน่าย
3. รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการส่งเสริมการตลาดกฎหมาย หรือ ทบทวนกฎระเบียบของรัฐมีข้อจำกัดไม่เอื้ออำนวยต่อการจำหน่าย ควรพิจารณาแนวทางคล้ายคลึงกับพืชกระท่อม เป็นต้น

นอกจากนี้ควรมอบอำนาจให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการกำกับดูแลตรวจสอบในธุรกิจศึกษาในระดับท้องถิ่นจะทำให้เกิดการกำกับดูแลที่เหมาะสม และทำให้รัฐสามารถจัดเก็บรายได้จากธุรกิจศึกษาในระดับท้องถิ่นได้มีประสิทธิภาพประสิทธิผลมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ครั้งต่อไปควรดำเนินการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อให้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเชิงประจักษ์อันจะทำให้การพัฒนาแนวทางการจัดการบริหารธุรกิจกัญชาให้กับกลุ่มเกษตรกร องค์กร เป็นต้น

2. สำหรับวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการธุรกิจกัญชาควร ทบทวนเช่น หลักการบริหารจัดการ POSDCORB ของ Gulick และ Urwick(1937) แนวคิด ส่วนผสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Philip Kotler (2012) เพื่อนำมากำหนดตัวแปรต้นในการศึกษาอย่างเช่น ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการธุรกิจ กัญชา อาทิเช่น ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และด้าน กระบวนการ (Process) , ประสิทธิภาพของการบริหารจัดการ ได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organization) การรายงาน (Reporting) และการงบประมาณ (Budgeting) เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจและสังคมต่อไป

บรรณานุกรม

- วรเดช จันทรศร. (2554). *ทฤษฎีการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: พรักหวานกราฟฟิค.
- ศิริโรตม ภาคสุวรรณ. (2563). โครงการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยเพื่อความอยู่รอดของSMEไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนSMEs. *วารสารสมาคมนักวิจัย*.ปีที่ 25 ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม 2563,31-42.
- เอกชัย ศรีสุขชะกุล. (2564). Cannabis in Political การเมืองเรื่องกัญชา. *วารสารสมาคมนักวิจัย*. ปีที่26 ฉบับที่ 2 เมษายน – มิถุนายน 2564, 233-245.
- พระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2562
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management*. The Millennium edition. New Jersey: Prentic – Hall