

การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดกัญชง

สู่ธุรกิจสร้างสรรค์

Developing Innovative Beauty Products From Hemp Seed Oil to Creative Business

พีรวรรณ วรรณเมธาวงศ์¹

บุษกร วัฒนบุตร² และ ภูวิช ไชยคำวัง³

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ^{1,2} มหาวิทยาลัยพะเยา³

Peerawan Wattanametavong¹

Busakorn Watthanabut² and Puwich Chaikhumwang³

North Bangkok University^{1,2} University of Phayao³

Corresponding Author, E-mail: Peerawan.wattanametavong@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดกัญชง 2) เพื่อพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดกัญชงสู่ธุรกิจสร้างสรรค์ 3) เพื่อนำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดกัญชงไปสู่การปฏิบัติ และ 4) เพื่อประเมินผลการนำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดกัญชง งานวิจัยใช้รูปแบบการวิจัยและพัฒนา เครื่องมือการวิจัยได้แก่ การสัมภาษณ์เจาะลึก การสนทนากลุ่ม และการประชุมระดมความคิดเห็น ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด จำนวน 30 คน รวบรวมข้อมูลด้วยเทคนิคสามเส้า และวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัจจุบันผลิตภัณฑ์เสริมความงามมีในหลายรูปแบบ สภาพปัญหาการเลือกใช้สารสำคัญในผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ไม่ได้ผลลัพธ์ตามที่คาดหวัง ความต้องการพบ การนำนวัตกรรมใหม่มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ 2) การพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดกัญชง โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าและผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผม โดยมีนวัตกรรมนาโนเทคโนโลยี นาโนอิมัลชัน โดยผู้บริโภคร่วมใหญ่ให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีใหม่ 3) จากการวิจัยได้มีการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์เซรั่มบำรุงผิวหน้าและแฮร์โทนิคจากน้ำมันเมล็ดกัญชง โดยใช้นาโนเทคโนโลยี แบบนาโนอิมัลชัน 4) ซึ่งผู้บริโภคร่วมมีความพึงพอใจในระดับสูง โดยร้อยละ 82.35 พึงพอใจในเซรั่มบำรุงผิวหน้า และร้อยละ 76.48 พึงพอใจในแฮร์โทนิค ผลการประเมินชี้ให้เห็นว่านวัตกรรมนี้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของตลาดสามารถนำไปสู่ธุรกิจสร้างสรรค์ได้ต่อไป

* วันรับบทความ : 2 ธันวาคม 2567; วันแก้ไขบทความ 15 ธันวาคม 2567; วันตอบรับบทความ : 16 ธันวาคม 2567

Received: December 2 2027; Revised: December 15 2024; Accepted: December 16 2024

คำสำคัญ: นวัตกรรม; ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม; น้ำมันเมล็ดกัญชง; ธุรกิจสร้างสรรค์

Abstract

This research aimed to: 1) examine the current state, issues, and needs related to the development of beauty products from hemp seed oil; 2) develop innovative beauty products from hemp seed oil for the creative business sector; 3) implement the developed beauty product innovations; and 4) evaluate the outcomes of these innovations. The research employed a research and development (R&D) methodology, incorporating qualitative research methods. Data collection tools included in-depth interviews, focus group discussions, and brainstorming sessions, with a total of 30 participants. Data were triangulated and analyzed using content analysis.

The findings revealed that current beauty products are available in various forms. However, challenges include the ineffective selection of active ingredients and the lack of new innovations to enhance product efficacy. The development needs highlighted a preference for creating beauty products from hemp seed oil, particularly facial serums and hair tonics utilizing nano-emulsion technology. Consumers showed a significant interest in innovative products, especially those leveraging new technologies. Based on the research, prototypes of a nano-emulsion facial serum and hair tonic made from hemp seed oil were developed. Consumer satisfaction was high, with 82.35% expressing satisfaction with the facial serum and 76.48% with the hair tonic. The evaluation results indicate that these innovations meet market demands and have the potential to be integrated into the creative business sector.

Keywords: Innovation; Beauty Products; Hemp Seed Oil; Creative Business

บทนำ

ตลาดกัญชงในประเทศไทยมีมูลค่ามหาศาลตามมูลค่าตลาดสุขภาพความงามและการแพทย์ เนื่องจากเป็นสมุนไพรธรรมชาติที่มีสรรพคุณด้านการรักษาสามารถตอบสนองแนวโน้มผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ หรือออร์แกนิกที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผู้บริโภคหันมาใส่ใจและให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มคนยุคมิลเลนเนียล กลุ่มแม่และเด็ก และผู้สูงอายุ ที่มีการขยายตัวประมาณ 20% ในช่วงปีพ.ศ. 2560-2564 ซึ่งข้อมูลจากศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยาที่ได้สรุปไว้ในปีพ.ศ. 2564 คาดว่าอุตสาหกรรมเครื่องสำอางที่มีกัญชงผสมจะมีมูลค่า 280 ล้านบาท รองลงมาเป็นผลิตภัณฑ์อาหารจากกัญชง 240 ล้านบาท ยาและอาหารเสริมจากกัญชง 50 ล้านบาท เครื่องแต่งกายที่ทำด้วยใยกัญชง 30 ล้านบาท และผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพส่วนบุคคลประเมินว่ายังอยู่ในช่วงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ 5 กลุ่มอุตสาหกรรมดังกล่าวจะมีการนำกัญชงไปใช้มูลค่าประมาณ 600 ล้านบาท รวมทั้งคาดการณ์ว่าตลาดกัญชงไทยจะมีมูลค่าสูงถึง 15,770 ล้านบาท ณ สิ้นปี พ.ศ.2568 หรืออัตราการเติบโตเฉลี่ย 126% ต่อปี ตลาดสินค้าและธุรกิจบริการสุขภาพของประเทศไทยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สามารถสร้างรายได้ไม่ต่ำกว่า 100,000 ล้านบาท

ประกอบกับความได้เปรียบของประเทศไทยในการเป็นผู้นำด้านการจัดการบริการสุขภาพในระดับโลก (กรุงเทพธุรกิจ, 2565 : 1)

กัญชง (Hemp) เป็นพืชตระกูล *Cannabis sativa* L. เช่นเดียวกับกัญชา (Marijuana) มีปริมาณสาร Tetrahydrocannabinol หรือ THC (สารที่มีฤทธิ์ทำให้มึนเมาและเสพติด) ไม่เกิน 1% ของน้ำหนักแห้ง ซึ่งน้อยกว่ากัญชา แต่มีสาร Canabidiol หรือ CBD ที่มีสรรพคุณทางยาสูงกว่ากัญชา ปัจจุบันกัญชงได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในประเทศไทย ภายหลังรัฐบาลประกาศปลดล็อคให้สามารถผลิต นำเข้า ส่งออก จำหน่าย หรือมีไว้ในครอบครอง (ชัยวัฒน์ โชวเจริญสุข, 2564 : 1) การปลดล็อคดังกล่าวโดยเฉพาะการนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และอุตสาหกรรมนับเป็นความพยายามครั้งสำคัญของภาครัฐที่จะผลักดันให้กัญชงกลายเป็นพืชเศรษฐกิจใหม่ โดยกัญชงสามารถต่อยอดเป็นสินค้าอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูงและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้อย่างมาก โดยเฉพาะ 5 กลุ่มอุตสาหกรรมปลายน้ำสำคัญ เพราะทุกส่วนของกัญชงมีประโยชน์มากมาย โดยเฉพาะน้ำมันจากเมล็ดกัญชงที่สามารถนำไปทำประโยชน์ได้ ตั้งแต่ยาชกแห้ง, ครีมกันแดด, เครื่องสำอาง, สบู่, แชมพู, โลชั่นบำรุงผิว, ลิปปาล์ม, ลิปสติค, น้ำมันเชื้อเพลิง, แผ่นมาสก์หน้า ฯลฯ นอกจากนี้ยังถูกนำไปสกัดเป็นครีมน้ำมันกัญชงช่วยบำรุงผิวที่แห้งให้เกิดความชุ่มชื้น รักษาโรคสะเก็ดเงิน โรคผิวหนังแห้ง แดง ลดอาการคัน ได้ผลลัพธ์ดี (สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร, องค์การมหาชน, 2565 : 1)

ดังนั้นกัญชงซึ่งเป็นพืชที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจต่อยอดทางธุรกิจได้มากมายและกำลังเป็นสินค้าที่นิยมของผู้บริโภคกลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพราะสามารถใช้ประโยชน์ได้ทุกส่วน ทั้งต้น ใบ เมล็ด เปลือก และจากสรรพคุณของน้ำมันจากเมล็ดกัญชงที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าสามารถนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทเสริมความงามได้แต่ควรพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆที่ยังไม่เคยผลิตมาก่อนโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์หรือที่เรียกว่าธุรกิจสร้างสรรค์ที่ใช้องค์ความรู้และภูมิปัญญาในการผลิตสินค้าใหม่ๆ

ธุรกิจสร้างสรรค์เป็นธุรกิจที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัย ซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมชุมชน บริบทชุมชน พื้นฐานทางประวัติศาสตร์ การสั่งสมความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และใช้เทคโนโลยี ร่วมกับนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจที่เป็นทั้งสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคมได้ ซึ่งธุรกิจสร้างสรรค์นี้มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศในศตวรรษที่ 21 มาก ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ที่ต้องการการพัฒนาเศรษฐกิจไทยอย่างยั่งยืน จึงควรมีการปรับโครงสร้างไปสู่ระดับที่สูงขึ้นด้วยระบบเศรษฐกิจซึ่งเน้นการเพิ่มคุณค่าด้วยความคิดสร้างสรรค์และสร้างนวัตกรรม โดยอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์จากกัญชงนั้นเป็นที่ต้องการของตลาดโลก (ศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2564 : 1-2) และมีแนวโน้มที่ผู้บริโภคให้ความสนใจมากขึ้น จึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายที่ต้องการทำธุรกิจสร้างสรรค์ด้วยผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดกัญชง ดังนั้นจึงควรพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้หลากหลายตามความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคซึ่งการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์กัญชงในตลาดโลกนั้นยังมีโอกาสที่เติบโตในทิศทางที่สูงขึ้นซึ่งบริษัทต่าง ๆ

จำเป็นต้องพยายามแสวงหาวิธีการ หนทาง แนวทางใหม่ที่เรียกว่านวัตกรรมในการจัดทำผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักยงให้มากขึ้นแต่ยังมีปัญหาเรื่องขององค์ความรู้ และวิธีการ แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆจากน้ำมันเมล็ดักยง รวมทั้งผู้ผลิตรายย่อยบางรายอาจข้อจำกัดในเรื่องอุปกรณ์ เครื่องใช้ เครื่องมือในการผลิต

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์เสริมความงามเป็นแนวคิดใหม่โดยใช้วิธีการใหม่ๆในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมความงามที่เป็นที่รู้จักกันในนามเครื่องสำอาง ซึ่งในปัจจุบันมีการนำสารสกัดธรรมชาติจากผลิตภัณฑ์ธรรมชาติมาใช้เป็นองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์เสริมความงาม เช่น ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าจากสารสกัดข้าวหอมมะลิสีแดงที่ผ่านการทดสอบและทดลองทางวิทยาศาสตร์ว่าปลอดภัยและไม่มีผลข้างเคียง และยังได้พัฒนานวัตกรรมเครื่องสำอางใหม่ๆ ในด้านฟื้นฟูสภาพผิว ลดรอยเหี่ยวย่น และรอยแผลเป็นที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในทางการแพทย์และความงามมากขึ้น ซึ่งนวัตกรรมด้านสุขภาพและความงามดังกล่าวสามารถช่วยเพิ่มยอดขายและสร้างโอกาสการเติบโตทางธุรกิจด้านสุขภาพและความงามในประเทศไทย รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับนานาชาติ (กรุงเทพธุรกิจ, 2562 : 1)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักยง
2. เพื่อพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักยงสู่ธุรกิจสร้างสรรค์
3. เพื่อนำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักยงไปสู่การปฏิบัติ
4. เพื่อประเมินผลการนำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักยง

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) เป็นกระบวนการศึกษาค้นคว้า คิดค้น อย่างเป็นระบบ นำเชื่อกฎ มีเป้าหมายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และทดลองใช้จนได้ผลเป็นที่น่าพอใจแล้วจึงนำไปเผยแพร่เพื่อพัฒนางาน ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ผสมผสานวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth interview) การสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการประชุมระดมความคิดเห็น (Brainstorming) โดยผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอน ซึ่งมีอยู่ 4 ระยะ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักยงโดยดำเนินการวิจัยแบบการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) เป็นการวิจัยเชิงพัฒนา ด้วยการศึกษอย่างเป็นระบบด้วยกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค ด้วยวิธีการสัมภาษณ์และเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผ่านการจัดการสัมภาษณ์เจาะลึก ตามแนวคำถามที่สอดคล้องกับการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักยง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้สัมภาษณ์เจาะลึก ประกอบด้วย ผู้ประกอบการที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักยงในประเทศไทย รวมทั้งผู้บริโภค เพื่อสัมภาษณ์เกี่ยวกับสภาพปัจจุบัน สภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักยงรวมทั้งสิ้น 17 คน (Saaty,1970 : 20)

ระยะที่ 2 การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักยงสู่ธุรกิจสร้างสรรค์รูปแบบการวิจัย นำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 เพื่อเป็นพื้นฐานในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและนโยบายของผู้บริหาร ในระยะพัฒนานี้มีกิจกรรมดังนี้

1. การสนทนากลุ่มผู้บริหารในบริษัทจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักยงในกรุงเทพและปริมณฑล เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักยง ตามความต้องการของผู้บริโภค จำนวน 10 คน
2. สังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักยง เพื่อนำสู่เวทีการประชุมระดมความเห็นในขั้นตอนต่อไป
3. จัดเวทีประชุมระดมความคิดเห็น กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยผู้บริหาร ผู้จัดการและพนักงานทุกระดับในบริษัทที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักยงในกรุงเทพและปริมณฑล รวมทั้งภาคีที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ได้แก่ ผู้ซื้อและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักยง รายใหญ่และรายย่อย กลุ่มลูกค้า ผู้บริโภคที่ซื้อไว้ในครัวเรือน รวมทั้งสิ้น 30 คนเพื่อรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักยง ว่าควรพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อะไรบ้าง อย่างไร
4. ประชุมคณะทำงานเพื่อกำหนดกิจกรรมต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับผลที่ได้จากการระดมความเห็น

ระยะที่ 3 นำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักยงสู่การปฏิบัติรูปแบบการวิจัยมีการลงมือปฏิบัติจริงโดยดำเนินการผ่านกิจกรรมต่างๆด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมทุกภาคี ประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักยง เช่น อบรม การลงมือปฏิบัติ ดำเนินการแปรรูป การทำบรรจุภัณฑ์ ฯลฯ กิจกรรมต่างๆ มีดังนี้

1. จัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ที่คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
2. จัดการอบรม สาธิต วิธีการผลิต ที่บริษัทเรสเวอราทรอลริช จำกัด
3. การลงมือปฏิบัติจริง การจัดทำผลิตภัณฑ์ฯ การทำบรรจุภัณฑ์ ที่บริษัทเรสเวอราทรอลริช

จำกัด

ระยะที่ 4 การประเมินผลการนำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักยุง ได้มีการดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย โดยการประเมินผลผลิต (Outputs) และผลลัพธ์ (Outcomes) ที่เกิดขึ้นภายหลังจากที่ได้พัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ต้นแบบแล้ว ดำเนินการต่อดังนี้

1. วิจัยจะทำการทดสอบผลิตภัณฑ์ใหม่ (Product Testing) กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ในด้านรูปร่าง ลักษณะ เนื้อสัมผัส รวมทั้งบรรจุภัณฑ์โดยการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ

2. การปรับปรุงผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักยุง ตามผลประเมินจากผู้บริโภค แล้วจึงจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

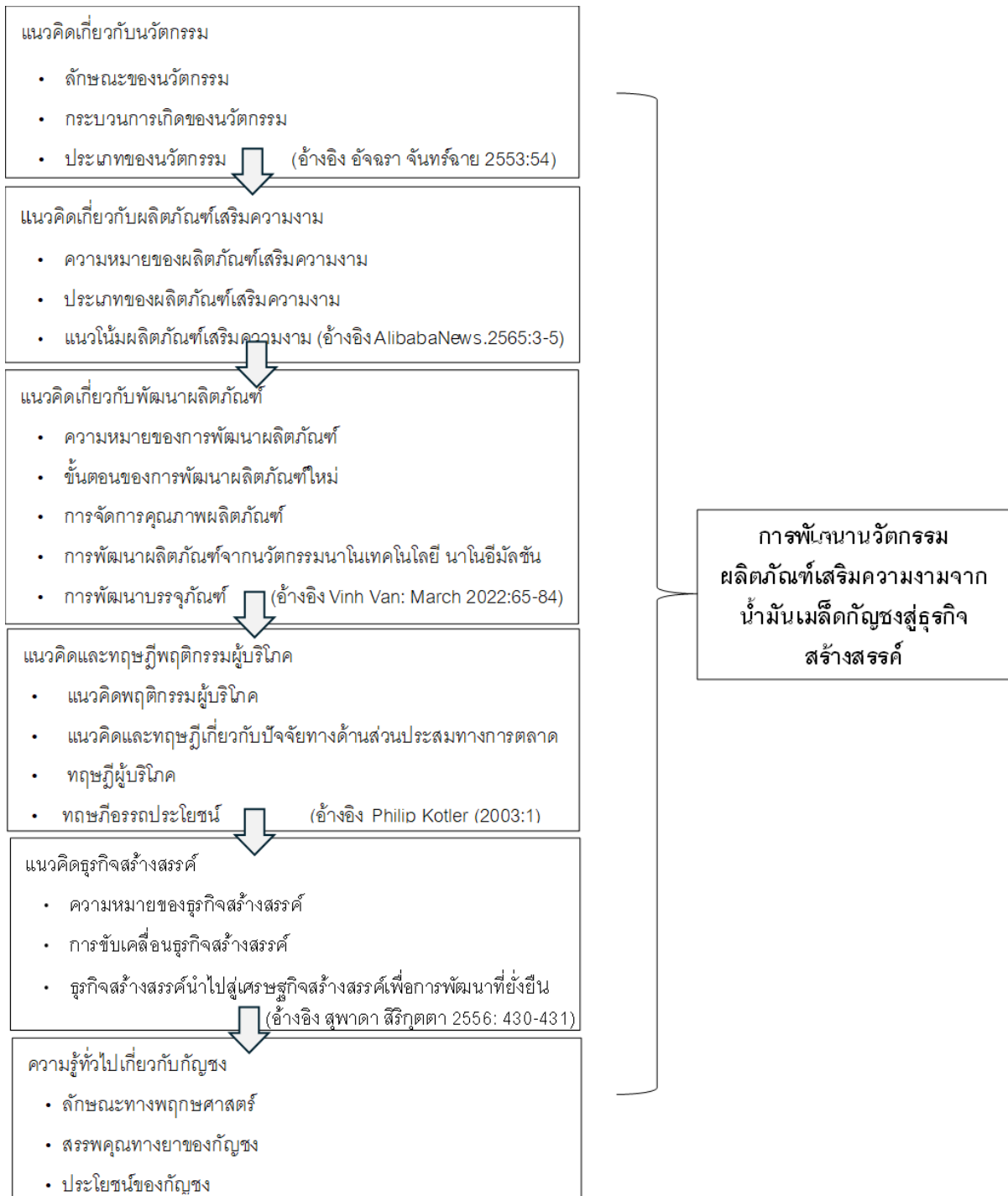
3. ประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักยุง

4. ประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกฝ่ายเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วม

กิจกรรม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ได้พัฒนารอบแนวคิดโดยการประยุกต์จากทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ สรุปรเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

ระยะที่ 1 ผลการศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักัญชง ปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีปัญหาราคาต้นทุนวัตถุดิบค่อนข้างสูง และปัญหาเรื่อง ใบรับรองการวิเคราะห์ของวัตถุดิบ ต้องได้ตามมาตรฐาน กระแสของกัญชา กัญชงไม่ค่อยดี ส่วนการแก้ปัญหาโดยแต่ละบริษัทที่จ้างผลิต ทำการตลาดให้กับผู้บริโภคมากขึ้น

ไม่มีใครช่วยแก้ปัญหาต้องแก้ไขปัญหากันเองในบริษัท รวมทั้งมีปัญหากเกี่ยวกับการเลือกสารสำคัญที่ออกฤทธิ์ (Active ingredient) เพราะเมื่อใช้ไม่ค่อยเห็นผล การแก้ปัญหาโดยเพิ่มสารสำคัญหลายตัวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ แก้ปัญหาโดยการปรึกษาอาจารย์เภสัช และพัฒนาสูตรใหม่ให้มีนาโนเทคโนโลยี นาโนอิมัลชัน นำส่งสารลงสู่ผิวอย่างซึมลึก และความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักัญชง โดยใช้นวัตกรรม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์เซรั่มดูแลผิวหน้า และเพิ่มส่วนผสมอื่นๆเพื่อเพิ่มผลลัพธ์ในการดูแลผิว รวมทั้งต้องการผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมที่ช่วยลดการหลุดร่วง กระตุ้นสร้างเส้นผมโดยทำสูตรผสมกับสารอื่นๆเพื่อเพิ่มผลลัพธ์ในการดูแลเส้นผม

ระยะที่ 2 ผลการศึกษากการพัฒนาวัตกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักัญชงสู่ธุรกิจสร้างสรรค์ หลังจากได้พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักัญชง ทั้ง 2 นวัตกรรมแล้วได้นำนวัตกรรมทั้งสองนี้สู่การวิพากษ์เพื่อพิจารณาความถูกต้อง เหมาะสม พบว่านวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (1) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ประเภทเซรั่ม แบบนาโนอิมัลชัน และ (2) ผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผม ประเภทโฟนิค แบบนาโนอิมัลชัน ด้านนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ (1) แบบขวดปั๊ม สำหรับผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า และ (2) แบบสเปรย์ สำหรับผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผม

ระยะที่ 3 ผลการศึกษากการนำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักัญชงไปสู่การปฏิบัติ พบว่านวัตกรรมผลิตภัณฑ์เซรั่มบำรุงผิวหน้าแบบนาโนอิมัลชันจากน้ำมันเมล็ดักัญชง (ขวดปั๊ม) เซรั่มน้ำมันเมล็ดักัญชง โดยใช้นาโนเทคโนโลยี นาโนอิมัลชัน เป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิว มีการเลือกส่วนประกอบหลักคือ น้ำมันเมล็ดักัญชง และส่วนประกอบอื่น ที่เป็นสารสำคัญ คือ Vitamin A Palmitate Care, Retinyl Palmitate, Niacinamide, Promacare PM , PURISOFT POE LS 9726, LARICYL LS 8865 โดยมีสรรพคุณส่งเสริมการบำรุงผิว และผลิตภัณฑ์โฟนิคบำรุงเส้นผมจากน้ำมันเมล็ดักัญชง แบบนาโนอิมัลชัน ขวดสเปรย์ เป็นเซรั่มบำรุงผมฟื้นฟู ป้องกันผมขาดหลุดร่วงจุดเด่นของสูตรเซรั่มบำรุงผมผสมน้ำมันกัญชง ช่วยลดปัญหาผมขาด หลุดร่วง ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยเข้าฟื้นฟูสุขภาพผมเก่า และบำรุงเส้นผมที่เกิดใหม่ให้แข็งแรง ช่วยเพิ่มความชุ่มชื้น ให้ผมมีน้ำหนัก ป้องกันผมหลุดร่วงได้ดี ช่วยดูแลสุขภาพหนังศีรษะ ให้แข็งแรงยิ่งขึ้น ส่วนประกอบหลักคือ น้ำมันเมล็ดักัญชง และเลือกสารสำคัญอื่น คือ Dermosaccharides GY และ TRICHOGEN VEG UL LS 9922 โดยมีสรรพคุณส่งเสริมการบำรุงเส้นผม

ระยะที่ 4 ผลการประเมินผลการนำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักญขง จากประเมินผลการนำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักญขง พบว่ากลุ่มเป้าหมายหลังจากได้ทดลองผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่มีความชื่นชอบในผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 ชนิดเป็นอย่างมาก ซึ่งโดยรวมมากกว่าร้อยละ 80 ของกลุ่มตัวอย่าง นอกจากนี้ยังเห็นว่าสามารถทำราคาได้สูงกว่าราคาตลาดด้วยนวัตกรรมนาโนอิมัลชัน ทำให้มีจุดขายที่เห็น

ผลได้รวดเร็ว และสามารถวางจำหน่ายได้หลากหลายพื้นที่ ที่สำคัญเป็นนวัตกรรมที่สามารถสร้างยอดขายเพิ่มได้ในกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมความงามในอนาคตต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย

ระยะที่ 1 ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักญขง จากบริษัทที่รับจ้างผลิตสินค้าและบริษัทที่จ้างผลิต รวมทั้งร้านที่ส่งสินค้ามาขายพบว่าผลิตภัณฑ์ประเภทซีรัมบำรุงเส้นผม ยาสระผมป้องกันผมร่วง โลชั่นและซีรัมบำรุงผิวหน้าและผิวกาย รวมทั้งโลชั่นผสมน้ำมันเมล็ดักญขง ทั้งนี้เพราะผลิตภัณฑ์เสริมความงามประเภทบำรุงหนังศีรษะนั้นกำลังได้รับความนิยม ผลการศึกษารังนี้สอดคล้องกับแนวคิดข้อเสนอเชิงนโยบาย: การผลักดันักญขาใช้สำหรับอาหารและผลิตภัณฑ์อื่นโดยการศึกษาวิจัยการใช้ักญขงและักญขา สารสกัด CBD จากักญขงและักญขา และสารสกัดของักญขงและักญขาในอาหารและผลิตภัณฑ์อื่นที่จะเป็นประโยชน์ต่อประเทศในอนาคตต่อไป รัฐพล ตันตือนุงศ์ (2566:1) และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Alibaba (2022:1) กล่าวว่าผลิตภัณฑ์สำหรับดูแลหนังศีรษะ เริ่มได้รับความสนใจมากขึ้นโดยมีศาสตร์เกี่ยวกับหนังศีรษะโดยเฉพาะเรียกว่า Trichology และสอดคล้องกับการวิจัยของ ณัฐนรี ศิริวัน (2566:25) ได้แปรรูปักญขงเชิงพาณิชย์เป็นสารสกัดตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์สุขภาพประเภทเครื่องสำอาง และสอดคล้องกับการวิจัยของชัยวัฒน์ โสวเจริญสุข (2564:90) ได้ศึกษาผลิตภัณฑ์จากักญขง โดยสามารถจัดแบ่งเป็น 5 กลุ่มอุตสาหกรรมใหญ่ ด้านสภาพปัญหาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักญขง พบว่ามีปัญหาราคาต้นทุนวัตถุดิบค่อนข้างที่วัตถุดิบต้องได้ตามมาตรฐาน สารสำคัญที่เป็นต้องใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์จะต้องมีคุณสมบัติที่ลงลึกชั้นผิว ไม่แพ้่าย และเห็นผลจริง ซึ่งทำให้ต้นทุนราคาสูงมาก และปัญหาด้านการโฆษณาสินค้าน้ำมันเมล็ดักญขงการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ สอดคล้องกับแนวคิดของศทวรุช นามดี (2566 : 45-50) ที่กล่าวว่าปัจจุบันตลาดักญขายังคง มีมูลค่าต่ำ เหตุจากยังไม่สามารถแปรรูปและใช้ประโยชน์ในอุตสาหกรรมมูลค่าสูง ปัจจุบันประเทศไทยเริ่มนำสารสกัด CBD มาใช้เป็นสารสำคัญในผลิตภัณฑ์เวชสำอางบ้างแล้ว แต่ส่วนใหญ่ยังจำกัดอยู่ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำมันเท่านั้น เพราะสาร CBD ละลายได้ดีในน้ำมัน แต่จะแยกชั้นหรือตกตะกอนในน้ำ ซึ่งเป็นปัญหาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักญขง และด้านความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดักญขง นั้นในเรื่องผลิตภัณฑ์ต้องการประเภทกระตุ้นเส้นผมเช่น ซีรัมบำรุงผมและบำรุงผิวหน้าส่วนนวัตกรรมบรรจุ

ภณัฒ์นั้นต้องการรูปแบบที่ใช้อย่างสะดวก เช่น ยาสระผมควรเป็นขวดปั๊มและเซรั่มเป็นแบบสเปรย์ ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากสรรพคุณของน้ำมันกัญชามีโอเมก้า 3 และ 6 ที่มีประโยชน์ต่อผิวพรรณช่วยบำรุงเส้นผมและเพิ่มความชุ่มชื้นให้ผิวหนัง ลดปัญหาผิวแห้งกร้าน (สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน), 2565 : 3) ผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2559 : 2) ที่มีการศึกษาการพัฒนาหรือแปรรูปผลิตภัณฑ์โดยใช้ประโยชน์จากแกนเฮมพ์มากที่สุด และที่น่าสนใจคือมีการศึกษาวิจัยการใช้ประโยชน์จากเฮมพ์ทางด้านอาหาร ทางารแพทย์ และยารักษาโรคเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในยุโรปและอเมริกา เพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงที่สามารถตอบสนองความต้องการของภาคอุตสาหกรรมและตลาดผู้บริโภคปลายทางได้ ซึ่งสอดคล้องกับกระแสดังกล่าวความต้องการผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรชนก เจนศิริศักดิ์ (2565 : 4) พบว่าการใช้น้ำมันหรือสารสกัดจากเมล็ดกัญชงในเครื่องสำอางมีเงื่อนไขสำคัญคือน้ำมันจากเมล็ดกัญชงหรือสารสกัดจากเมล็ดกัญชงเครื่องสำอางพร้อมใช้จะต้องมีสารสารเตตราไฮโดรแคนนาบินอล (THC) ที่มีฤทธิ์ต่อระบบประสาททำให้เกิดอาการมึนเมา ปนเปื้อนไม่เกิน 0.2% และความต้องการในการมีนวัตกรรมการผลิตจากนาโนเทคโนโลยีแบบนาโนอิมัลชันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทำให้เห็นผลลัพธ์ที่ชัดเจน สอดคล้องกับ แนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรมของ Rogers (1962 : 1) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์จากน้ำมันเมล็ดกัญชงในปัจจุบันยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการแพร่กระจายในตลาด โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังอยู่ในกลุ่มผู้รับนวัตกรรมช่วงเริ่มต้นหรือ "early adopters" ซึ่งผู้บริโภคในกลุ่มนี้มักมองหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและนวัตกรรมใหม่ ๆ การแพร่กระจายของผลิตภัณฑ์จะเติบโตอย่างรวดเร็วเมื่อเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น นาโนเทคโนโลยี ถูกนำมาใช้และทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น โดยสรุป ผลการวิจัยในข้อแรกแสดงให้เห็นถึงโอกาสและความท้าทายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดกัญชงในประเทศไทย ซึ่งผู้ผลิตควรเน้นการใช้นวัตกรรมใหม่ เช่น นาโนเทคโนโลยี การควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบ การจัดการต้นทุนและการสร้างความแตกต่างทางการตลาดเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดที่กำลังเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ระยะที่ 2 ผลการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดกัญชงสู่ธุรกิจสร้างสรรค์ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้เป็นประเภทบำรุงเส้นผมและบำรุงผิวหน้า ทั้งนี้เพราะสรรพคุณของน้ำมันกัญชามีโอเมก้า 3 และ 6 ที่มีประโยชน์ต่อผิวพรรณและช่วยบำรุงเส้นผม โดยที่ผลิตภัณฑ์ประเภท เซรั่มจากน้ำมันเมล็ดกัญชงช่วยบำรุงผิวหน้าให้ชุ่มชื้น ลดรอยแดง อาการอักเสบ และริ้วรอย ผลการศึกษารั้้นนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ได้สรุปเกี่ยวกับ แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมพืชกัญชงสู่เชิงพาณิชย์ (พ.ศ. 2566 – 2570) โดยมีแนวทางการพัฒนาส่งเสริมการแปรรูปโดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงองค์ความรู้และภูมิปัญญาที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพในการแปรรูป สร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าในผลิตภัณฑ์และสินค้าเกษตร รวมทั้งการผลักดันเทคโนโลยีและนวัตกรรมการแปรรูปสินค้าเกษตรขั้นสูงที่มีคุณค่าเฉพาะ และผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงที่สอดคล้อง (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวง

อุตสาหกรรม, 2566 : 6) สอดคล้องกับงานวิจัยของของกรนก อิงคินันท์ และคณะ. (2563 : 3-15) เรื่องการวิจัยและพัฒนาปัญญาเพื่อใช้ประโยชน์ทางการแพทย์ พบว่าในด้านความสวยงาม สาร CBD มีคุณสมบัติต่อต้านอาการอักเสบ ช่วยต้านอนุมูลอิสระ ฟันบำรุง และปกป้องผิวจากมลภาวะและแสงแดด ช่วยเพิ่มคอลลาเจนฟื้นฟูผิวให้เรียบเนียน กระตุ้นการผลิตเซลล์ และสร้างผิวใหม่ ลดรอยแดง รอยดำดูจางลง พร้อมเพิ่มความชุ่มชื้นให้ผิว ทำให้เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของ CBD เป็นสินค้าขายดีในทั่วทุกมุมโลก ผลการวิจัยที่มุ่งเน้นไปที่การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดกัญชงเข้าสู่ธุรกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นหนึ่งในประเด็นสำคัญในการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันในตลาดผลิตภัณฑ์เสริมความงาม การวิจัยพบว่าผู้บริโภคมีความสนใจเป็นพิเศษในผลิตภัณฑ์ประเภทเซรั่มแบบนาโนอิมัลชัน เนื่องจากสามารถดูดซึมได้ดีและให้การดูแลผิวอย่างล้ำลึก ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาภายใต้แนวคิดนี้ไม่เพียงแต่ตอบสนองต่อโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค แต่ยังเป็นการเปิดโอกาสให้บริษัทสามารถสร้างพื้นที่ทางการตลาดใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดกลยุทธ์น่านน้ำสีฟ้า (Blue Ocean Strategy) ที่พัฒนาโดย Kim และ Mauborgne (2005) โดยสรุปผลการวิจัยในข้อที่สองชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ ในการเพิ่มคุณค่าและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์จากน้ำมันเมล็ดกัญชงไม่เพียงแต่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ แต่ยังสร้างตลาดใหม่ที่มีศักยภาพสูงได้อีกด้วย นอกจากนี้ การใช้นวัตกรรมอย่างนาโนเทคโนโลยียังเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ และเป็นแนวทางในการสร้างความแตกต่างในตลาดที่มีการแข่งขันสูง

ระยะที่ 3 ผลการนำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดกัญชงไปสู่การปฏิบัตินั้นแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จที่เกิดขึ้นจากกระบวนการพัฒนาและทดสอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง เช่น เซรั่มนาโนอิมัลชันและแฮร์โทนิค กระบวนการนี้ได้รับการดำเนินการภายใต้กรอบวิจัยเชิงปฏิบัติการของ Lewin (1946 : 34-46) ซึ่งเป็นกระบวนการที่เน้นการวางแผน การดำเนินการ และการประเมินผลแบบต่อเนื่อง การปฏิบัติเชิงนวัตกรรมนี้ช่วยให้ผลิตภัณฑ์สามารถปรับปรุงประสิทธิภาพและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม แนวคิด "Lean Startup" มีบทบาทสำคัญในการปรับกระบวนการผลิตและพัฒนาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการเน้นการทดสอบผลิตภัณฑ์ในระยะเริ่มต้นและการนำข้อมูลความคิดเห็นจากผู้บริโภคมาใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็ว การใช้แนวทางนี้ทำให้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีความยืดหยุ่นและสามารถตอบสนองต่อปัจจัยที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ การนำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดกัญชงยังช่วยลดความเสี่ยงทางธุรกิจ และเพิ่มโอกาสในการเข้าสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็วและมั่นคง การจัดการคุณภาพรวม (Total Quality Management: TQM) ที่พัฒนาขึ้นโดย Deming (1986) มีบทบาทสำคัญในการควบคุมและปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง กระบวนการนี้ช่วยให้การผลิตเซรั่มนาโนอิมัลชันและแฮร์โทนิคมีมาตรฐานสูงและปลอดภัย นอกจากนี้ การใช้กระบวนการ TQM ยังช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพที่สม่ำเสมอ

และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้หลัก TQM สรุปได้ว่า ผลการนำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดกัญชงไปสู่การปฏิบัติประสบความสำเร็จอย่างมาก กระบวนการวิจัยและพัฒนาที่มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องตามหลักการที่กล่าว

มา ช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และสามารถเข้าสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

ระยะที่ 4 ผลการประเมินผลการนำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดกัญชง ไปปฏิบัติได้ชี้ให้เห็นถึงระดับความพึงพอใจสูงจากผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์เซรั่มนาโนอิมัลชันและแอโรโทนิค โดยผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับทฤษฎีการตลาดแบบผสม (Kotler, 1960:1) ซึ่งเน้นการจัดการส่วนผสมทางการตลาดที่เหมาะสม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ การจัดการส่วนผสมเหล่านี้มีประสิทธิภาพส่งผลให้ผลิตภัณฑ์จากน้ำมันเมล็ดกัญชงได้รับความนิยมและสร้างมูลค่าในตลาดได้อย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดประโยชน์อย่างมากต่อหน่วยงาน สร้างรายได้และความรู้ความเข้าใจ ทักษะความสามารถในการจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่จากน้ำมันเมล็ดกัญชง ซึ่งผลจากการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดกัญชงทั้งโทนิคบำรุงเส้นผมและเซรั่มบำรุงผิวสามารถนำสู่ธุรกิจสร้างสรรค์ได้ โดยการนำความคิดสร้างสรรค์การออกแบบผลิตภัณฑ์มาประยุกต์กับทุนทางวัฒนธรรมและสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการให้มี “มูลค่า” ซึ่งเกิดจากการสังสรรค์ปัญหาและนำไปสู่การสร้างทรัพย์สินทางปัญญาและเกิดการจดสิทธิบัตร ผลิตภัณฑ์จำหน่ายทั้งภายในและต่างประเทศ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศต่อไป การประเมินผลการนำนวัตกรรมไปปฏิบัติยังชี้ให้เห็นถึงความสำเร็จในการตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ทั้งในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพ และการจัดการช่องทางการตลาด ผลิตภัณฑ์จากน้ำมันเมล็ดกัญชงที่พัฒนาภายใต้เทคโนโลยีมีศักยภาพในการขยายตลาดได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ การสร้างมูลค่าให้กับผู้บริโภคผ่านการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ และการจัดการส่วนผสมทางการตลาดอย่างเหมาะสมเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผลิตภัณฑ์นี้ประสบความสำเร็จ

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยในครั้งนี้

1.1 จากผลการวิจัย พบว่าการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์เซรั่มบำรุงผิวหน้าและแฮร์โพนิกจากน้ำมันเมล็ด

กัญชง โดยใช้นาโนเทคโนโลยี แบบนาโนอิมัลชัน ซึ่งผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับสูง โดยร้อยละ 82.35 พึงพอใจในเซรั่มบำรุงผิวหน้า และร้อยละ 76.48 พึงพอใจในแฮร์โพนิก ดังนั้นควรนำผลผลิตและจำหน่ายนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เซรั่มบำรุงผิวหน้าและแฮร์โพนิกจากน้ำมันเมล็ดกัญชง โดยใช้นาโนเทคโนโลยีเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของตลาด สามารถนำไปสู่ธุรกิจสร้างสรรค์ต่อไป

1.2 จากผลการวิจัย พบว่าการการนำผลิตภัณฑ์เซรั่มบำรุงผิวหน้าและแฮร์โพนิกจากน้ำมันเมล็ดกัญชง

โดยใช้นาโนเทคโนโลยี นำไปสู่การปฏิบัติที่เป็นประโยชน์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเสนอแนะเชิงปฏิบัติ 1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ไปส่งเสริมให้ประชาชนในชุมชนที่ปลูกกัญชงสามารถทำผลิตภัณฑ์เสริมความงามบนพื้นฐานของเทคโนโลยีท้องถิ่น 2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมธุรกิจส่งออก เช่น กรมการค้าระหว่างประเทศ สามารถนำผลการที่ได้การวิจัยที่ได้ไปส่งเสริมการจัดทำผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมความงามจากกัญชงเพื่อส่งออกต่างประเทศ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาผลกระทบของเทคโนโลยีนาโนอิมัลชันในระยะยาว

แม้ว่างานวิจัยนี้จะแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จในการใช้นาโนเทคโนโลยีในผลิตภัณฑ์เสริมความงามจากน้ำมันเมล็ดกัญชง แต่การศึกษาผลกระทบระยะยาวของการใช้เทคโนโลยีนี้ในผลิตภัณฑ์ยังไม่สมบูรณ์ การวิจัยในอนาคตควรเน้นการติดตามผลกระทบระยะยาวต่อสุขภาพผิวและเส้นผมของผู้บริโภค รวมถึงการประเมินผลข้างเคียงที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและเชิงลึกยิ่งขึ้น

2.2 การวิจัยตลาดและการขยายกลุ่มเป้าหมาย

จากการที่ผลิตภัณฑ์ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคในกลุ่มแรก (early adopters) การวิจัยในอนาคตควรขยายการศึกษาไปยังกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลายมากขึ้น เช่น ผู้บริโภคในกลุ่มที่มีรายได้แตกต่างกัน หรือกลุ่มที่มีสภาพผิวและเส้นผมที่แตกต่างกัน การศึกษาดังกล่าวจะช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย และจะเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาดในวงกว้างมากยิ่งขึ้น

2.3 การพัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ

แม้ว่านาโนเทคโนโลยีจะเป็นเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพสูงในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมความงาม แต่การวิจัยในอนาคตควรสำรวจและทดลองเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น เทคโนโลยีชีวภาพ (biotechnology) หรือ เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์และตอบโจทย์ผู้บริโภคที่มีความต้องการในด้านสุขภาพและความงามในระดับที่สูงขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรกนก อิงคินันท์ และคณะ. (2563). การวิจัยและพัฒนาภัณฑ์เพื่อใช้ประโยชน์ทางการแพทย์. รายงานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 3-15.
- ศทวรุช นามดี. (2566). ตลาดภัณฑ์และภัณฑ์: โอกาสและความท้าทาย. *วารสารเศรษฐกิจอุตสาหกรรม*. 12 (2), 45-50.
- ชัยวัฒน์ โชขเจริญสุข. (2564). การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภัณฑ์. *การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 10*. (หน้า 85-95). มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
- ณัฐนรี ศิริวัน. (2566). การแปรรูปภัณฑ์เพื่อการใช้เชิงพาณิชย์. *วารสารวิจัยการแพทย์สมุนไพร*. 3 (1), 20-30.
- พรชนก เจนศิริศักดิ์. (2565). เจาะลึกสำคัญในการใช้สารสกัดจากเมล็ดภัณฑ์ในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง. *วารสารนวัตกรรมสุขภาพ*. 5 (4), 1-10.
- รัฐพล ตันตือนพวงศ์. (2566). การผลักดันภัณฑ์และภัณฑ์เพื่อการพัฒนาประเทศ. *วารสารนโยบายและการพัฒนา*. 8 (1), 1-10.
- ศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2564). การพัฒนาภัณฑ์ในประเทศไทย: แนวโน้มและศักยภาพ. *วารสารเศรษฐกิจสร้างสรรค์*. 4 (2), 1-2.
- สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน). (2565). คุณประโยชน์ของน้ำมันเมล็ดภัณฑ์ในอุตสาหกรรมความงาม. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2565. แหล่งที่มา: <http://www.arda.or.th>
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. (2566). *แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมพืชภัณฑ์เชิงพาณิชย์ (พ.ศ. 2566-2570)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *การศึกษารับรู้ผลิตภัณฑ์จากเฮมพ์*. กรุงเทพมหานคร: สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- Saaty, T. L. (1970). *The Analytical Hierarchy Process*. New York: McGraw-Hill.
- Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of Innovations*. New York: Free Press.
- Lewin, K. (1946). *Action research and minority problems*. *Journal of Social Issues*. 2 (4), 34-46.

- Kotler, P. (1960). *Marketing management: Analysis, planning, and control*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*. Boston: Harvard Business Review Press.
- Deming, W. E. (1986). *Out of the Crisis*. Cambridge: MIT Press.
- Alibaba. (2022). Scalp care products: Rising trends in trichology. *Online*. Retrieved from <https://www.alibaba.com>