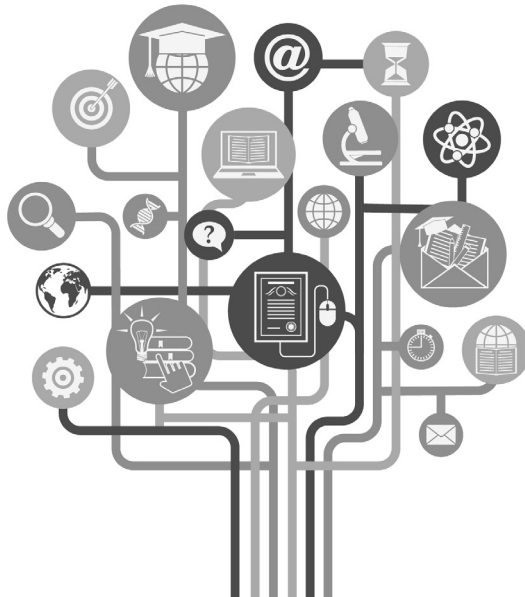


5

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มี ส่วนผสมของกัญชาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร Factors Affecting Consumer's Buying Decision of Cannabis Food Products in Bangkok Metropolis

ถกรัตน์ ทักษิมา ปณิธี สุวรรณอมรเลิศ ภูริ ชุณหะจงร คณิน ไตรพิพิธสิริวัฒน์ และ
ธีราพัทธ์ ชมชื่นจิตต์สิน

Takunrat Taksima Panitee Suwanamornlert Puri Chunkajorn
Kanin Tripipitsiriwat and Teerapat Chomchuenjitsin





ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของ กัญชาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Affecting Consumer's Buying Decision of Cannabis Food Products in Bangkok Metropolis

ถกสรรัตน์ ทักขิมา¹ ปณิธิ สุวรรณอมรเลิศ² ภูริ ชุณหะวัชร³ คณิน ไตรพิพิธสิริวัฒน์⁴ และ
ธีราพัทธ์ ชมชื่นจิตต์สิน⁵

Takunrat Taksima Panitee Suwanamornlert Puri Chunkajorn
Kanin Tripipitsiriwat and Teerapat Chomchuenjitsin

¹วิทยาลัยการแพทย์บูรณาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต กรุงเทพมหานคร 10210 ประเทศไทย

College of Integrative Medicine, Dhurakij Pundit University, Bangkok 10210, Thailand
e-mail: takunrat.tak@dpu.ac.th; takunrat@hotmail.com

²วิทยาลัยการแพทย์บูรณาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต กรุงเทพมหานคร 10210 ประเทศไทย

College of Integrative Medicine, Dhurakij Pundit University, Bangkok 10210, Thailand
e-mail: panitee.tip@dpu.ac.th

³วิทยาลัยการแพทย์บูรณาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต กรุงเทพมหานคร 10210 ประเทศไทย

College of Integrative Medicine, Dhurakij Pundit University, Bangkok 10210, Thailand
e-mail: puri.chu@dpu.ac.th

⁴วิทยาลัยการแพทย์บูรณาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต กรุงเทพมหานคร 10210 ประเทศไทย

College of Integrative Medicine, Dhurakij Pundit University, Bangkok 10210, Thailand
e-mail: kanin.tri@dpu.ac.th

⁵วิทยาลัยการแพทย์บูรณาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต กรุงเทพมหานคร 10210 ประเทศไทย

College of Integrative Medicine, Dhurakij Pundit University, Bangkok 10210, Thailand
e-mail: teerapat.cho@dpu.ac.th

Received : May 2, 2022 Revised : June 17, 2022 Accepted : July 7, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาของผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่าจากจำนวน

ตัวอย่าง 400 คน เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุในช่วง 35-44 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 39) เป็นเพศหญิงมากที่สุด (ร้อยละ 54) เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 48) ประกอบพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 40.5) และมีรายได้ในช่วง 10,001–30,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 52.5) อย่างไรก็ตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สำหรับปัจจัยด้านทัศนคติ และปัจจัยด้านสาเหตุที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พบว่า มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษา จะถูกนำไปประยุกต์ เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาสำหรับผู้บริโภคต่อไป

คำสำคัญ: กัญชา; ผลิตภัณฑ์อาหารกัญชา; การตัดสินใจซื้อ; กรุงเทพมหานคร

Abstract

This research aims to analyze the factors affecting consumer's buying decision of cannabis food products in Bangkok. The research samples were 400 consumers of cannabis food products in Bangkok selected by purposive sampling method. The research instrument was a questionnaire. The data received were analyzed by percentage, standard deviation, and multiple regression analysis. The results of the research revealed that the majority of the respondents were between 35-44 (39%), female (54%), graduated with a bachelor's degree (48%). The majority of them were company employees who earned monthly income between 10,001 and 30,000 baht (52.5%). The demographic factors of the respondents had no influence on their decision to purchase cannabis food products at a statistical significance of .05. On the other hand, it was discovered that attitude factors and causal factors influenced respondents' decisions to purchase cannabis food products at a statistical significance of .05. Finally, the findings of this study can be used to develop guidelines for developing cannabis food products for consumers.



Keywords: Cannabis; Cannabis Food Products; Decision to Purchase; Bangkok

บทนำ

กัญชาเป็นพืชประจำถิ่นที่ขึ้นอยู่ทั่วไปในเขตไซบีเรียตอนกลางมาจนถึงประเทศจีน ประเทศอินเดีย และประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งชาวบ้านนิยมนำมาใช้สำหรับประกอบอาหารและนำมาเป็นยารักษาโรคในทางพันธุศาสตร์ของพืชกัญชาสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ กัญชง และกัญชา โดยพืชกัญชง (*Cannabis sativa*) เป็นพืชที่ถูกนำมาใช้ประโยชน์ทางด้านอุตสาหกรรมเป็นหลัก มีการใช้ลำต้นและเส้นใยซึ่งสามารถนำมาผลิตสินค้าได้หลากหลายประเภท ทั้งอาหาร เครื่องนุ่งห่ม รวมถึงยารักษาโรค สำหรับพืชกัญชา (*Cannabis indica*) เป็นพืชที่สามารถนำมาประกอบอาหารได้ และถูกใช้ทางด้านการแพทย์สำหรับการบำบัดและรักษาอาการเจ็บป่วยซึ่งจะช่วยให้ผ่อนคลายระงับอาการปวดได้ (สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข, 2562) โดยรูปแบบกัญชาที่พบมีทั้งกัญชาสด และกัญชาแห้งอัดเป็นแท่ง นอกจากนี้ยังมีการสกัดน้ำมันกัญชา หรือ Hashish Oil (วีรยา ภาอุปชิต และ นุศราพร เกษสมบุรณ์, 2560) ซึ่งได้จากการนำกัญชามาสกัดจนได้น้ำมันที่เป็นประโยชน์แก่ร่างกายของมนุษย์

กัญชาเป็นพืชสมุนไพรที่มีสรรพคุณช่วยบำบัด และรักษาโรค โดยมีการวิจัยและทดลองในกลุ่มนักวิชาการคือการนำพืชกัญชามารักษาโรคในหลายๆ อาการ เช่น ลดความดันตากับผู้ป่วยที่เป็นโรคต้อหิน ลดอาการหดเกร็งของกล้ามเนื้อ บรรเทาอาการหอบหืดเพราะมีคุณสมบัติที่ช่วยขยายหลอดลม ลดการปวดประจำเดือน บำบัดโรคมะเร็งจากผู้ป่วยที่ได้รับการทำเคมีบำบัดโดยลดอาการคลื่นไส้ และทำให้ผู้ป่วยสามารถรับประทานอาหารได้ดีขึ้น อีกทั้งยังรักษาโรคอัลไซเมอร์ โรคพาร์กินสัน และช่วยบรรเทาอาการปวดไมเกรน (สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข, 2562) ซึ่งผลการทดลองเป็นไปได้ในทิศทางที่ดีขึ้นและไม่ได้ส่งผลเสียต่อสุขภาพหากใช้ในปริมาณที่เหมาะสมและเพียงพอ อย่างไรก็ตามพืชกัญชาหากใช้ในปริมาณที่มากเกินไปจะส่งผลเสียต่อร่างกาย คือ อาจทำให้ความคิดเลือนลอยไม่สามารถควบคุมตนเองได้ และยังสามารถทำให้ความจำเสื่อมได้อีกด้วย (วีรยา ภาอุปชิต และ นุศราพร เกษสมบุรณ์, 2560)

ปัจจุบันหลายประเทศได้อนุญาตให้มีการนำพืชกัญชา-กัญชงมาใช้ได้อย่างถูกกฎหมาย เนื่องจากพบว่ามีความปลอดภัยในหลายด้านจึงทำให้เป็นที่สนใจ สำหรับ

ประเทศไทยได้อนุญาตให้นำกัญชา-กัญชงมาใช้ในเชิงธุรกิจต่างๆ ได้ เช่น ธุรกิจอาหาร และเครื่องดื่ม โดยการนำส่วนต่างๆ ของกัญชา-กัญชงได้แก่ เปลือก ลำต้น เส้นใย กิ่งก้าน ราก และใบ มาเป็นส่วนประกอบผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม (โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร, 2564) ซึ่งเป็นที่ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก รวมทั้งยังมีงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยหรือทัศนคติการใช้กัญชา-กัญชงของผู้บริโภค อาทิเช่น การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกัญชา-กัญชงของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร (ชนม์ชูดา วัฒนธนากร และบุญกา ปันฑุรอำพร, 2564) ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการใช้กัญชาในการรักษาโรคของประชาชน ในจังหวัดพิษณุโลก (ปริดาภรณ์ สายจันเกิด พิมพ์พร โนจันทร์ นิตริรัตน์ มีกาย และรัศมี สุขนรินทร์, 2563) ปัจจัยทำนายความตั้งใจการใช้กัญชาในกระบวนการรักษาความเจ็บป่วยของนิสิตสาขาวิชาอนามัยชุมชน (ณัฐธิดา ฝิปากเพราะ กมลชนก คำยอดม่วง ชญานุช จันทรตัน ปวันรัตน์ สีซอลค์ ภกวดิ ชันทะกสิกรรม ศิริพร ต้นธรรม ศิริรัตน์ คงพล และประจวบ แผลมหลัก, 2563) ความรู้ และทัศนคติที่มีต่อกัญชาทางการแพทย์ของประชาชน ตำบลท่าแร่ อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร (รัชฎาภรณ์ อึ้งเจริญ พัสกร ่องอาจ และสุนทรี โอรัตนสถาพร, 2564) ซึ่งสามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยเหล่านี้มาเป็นแนวทางในการนำกัญชามาใช้กับผู้บริโภคให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันยังพบผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาออกจำหน่ายจำนวนไม่มากนัก และยังเป็นเรื่องใหม่ของสังคมไทยที่นำยาเสพติดมาเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ทำให้ผู้บริโภคยังไม่มั่นใจในการเลือกที่จะซื้ออาหารและเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกัญชาและกัญชงทำให้ต้องมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ รวมถึงต้องมีการวิจัยที่นำมาสนับสนุนเกี่ยวกับการรับประทานอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาและกัญชง เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีความมั่นใจในการที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของกัญชาและกัญชง ดังนั้นผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาต่อไปสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเพื่อรองรับการขยายตัวของตลาดที่กำลังเติบโต



วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านทัศนคติ และ ปัจจัยด้านสาเหตุของการเลือกตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
- 2) เพื่อศึกษาความสนใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหาร หรือเมนูอาหารเสริมกัญชาเพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชา

แนวคิดทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรม

- 1) แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์
ประชากรศาสตร์ (Demography) โดยมีรากศัพท์มาจากภาษากรีก คือ Deme = people หมายถึง คน ประชาชนหรือประชากร และ Graph = writing up, description หมายถึง การอธิบายเมื่อมารวมกันคือ การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ ตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นต้น (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2548) ซึ่งข้อมูลเหล่านี้นิยมนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับ สุภชญา ศรีภักษ์ชัย (2564) ที่กล่าวว่าตัวแปรที่สำคัญ ที่ถือเป็นหลักเกณฑ์ในการแบ่งส่วนการตลาด เช่น ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ซื้อ โดยเป็นการแบ่งกลุ่มที่เห็นความชัดเจนทางด้านพฤติกรรมต่างๆ ของผู้บริโภค เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภค จะมีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรทางประชากรศาสตร์สูง และลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรช่วยในการกำหนดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและด้านสังคมวัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้การศึกษาด้านลักษณะประชากรนี้จะช่วยให้เข้าใจเกี่ยวกับลักษณะของแต่ละบุคคลที่มีลักษณะพฤติกรรมแตกต่างกัน (วชิรวัชร งามละม่อม, 2558) เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์และนโยบายทางธุรกิจให้สอดคล้องกับลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ คนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกันด้วย
- 2) แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติ
ทัศนคติ คือ การวางแนวความคิด ความรู้สึกให้ตอบสนองในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อคนหรือต่อสิ่งของ ในสภาวะแวดล้อมของบุคคลนั้นๆ และทัศนคตินั้นสามารถที่จะรู้

หรือถูกตีความได้จากสิ่งที่คนพูดออกมาอย่างไม่เป็นทางการ หรือจากการสำรวจที่เป็นทางการ หรือจากพฤติกรรมของบุคคลเหล่านั้น โดยสามารถสรุปแนวความคิดของปัจจัยด้านทัศนคติได้ว่าเป็นความรู้สึก ความคิดเห็น ลักษณะท่าทาง ความเชื่อของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง คนใดคนหนึ่ง สถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งๆ รวมทั้งการแสดงออกที่บอกรถึงสภาพจิตใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือหลายสิ่งที่มีผลให้เกิดการแสดงออกเกิดเป็นพฤติกรรมทัศนคติเป็นตัวการสำคัญอันหนึ่งที่เป็นเครื่องกำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ ซึ่งส่วนใหญ่จะแสดงออกมาในลักษณะของความรู้สึก โดยที่ทัศนคติ สามารถเรียนรู้หรือจัดการได้ โดยใช้ประสบการณ์และทัศนคตินั้นสามารถที่จะรับรู้ได้จากสิ่งที่คนพูดออกมา โดยสามารถแสดงออกในทางสนับสนุนเห็นดีเห็นชอบด้วยหรือต่อต้านก็ได้ (ลัดดาวัลย์ โชคถาวร, 2560; Kupuge, 2016; ทัศนยาพร เวียงจุฑ, 2564)

3) แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านการตัดสินใจ

กระบวนการตัดสินใจ (Process of decision making) หมายถึงการกำหนดขั้นตอนของการตัดสินใจ ตั้งแต่ขั้นตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย ซึ่งขั้นของกระบวนการดังกล่าวเป็นการตัดสินใจโดยใช้หลักเหตุผลและมีกฎเกณฑ์ ซึ่งเป็นการตัดสินใจที่มีการใช้ระเบียบวิธีทางวิทยาศาสตร์เป็นเครื่องมือช่วยในการหาข้อสรุปเพื่อการตัดสินใจ โดยมีการกล่าวไว้ว่า การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึงกระบวนการในการเลือกที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะตัดสินใจในทางเลือกต่างๆ ของสินค้าและ บริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2550) และ การตัดสินใจคือ กระบวนการคัดเลือกแนวทางปฏิบัติจากทางเลือกต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ซึ่งจัดเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการแก้ไขปัญหา อย่างไรก็ตามผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยทางด้านการตัดสินใจนั้นเป็นกระบวนการในการเลือกที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ โดยที่ผู้บริโภคนั้นจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ ดังนั้นการศึกษาทางด้านปัจจัยต่อการตัดสินใจถือว่าเป็นหัวใจสำคัญ เพื่อดำเนินการไปสู่วัตถุประสงค์ของการวิจัย นอกจากนี้ สุทามาตจันทรถาวร (2556) ยังกล่าวว่าสามารถใช้เครื่องมือเพื่อนำมาช่วยในการพิจารณาถึงเหตุผลส่วนตัว อารมณ์ ความรักใคร่ การชอบพอ เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องต่อการตัดสินใจได้



วิธีการดำเนินวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เป็นกลุ่มบุคคลทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) และคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตร Taro Yamane (บุณธรรม กิจประดาบรสุทธิ, 2547) โดยมีเกณฑ์คัดเข้า คือ เป็นประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัยด้วยความสมัครใจ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่เป็นเครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1) แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของประชากรประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และความถี่ในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ รวมถึงสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับเมนูอาหารและเครื่องดื่มที่มีผลต่อความสนใจในการเสริมกัญชาของผู้บริโภค (Check-all-that-apply) โดยเลือกคำตอบจากตัวเลือก (Check List) 2) แบบสอบถามความคิดเห็นปัจจัยด้านทัศนคติและปัจจัยด้านสาเหตุของการเลือกบริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชา เป็นคำถามปลายปิด (Closed-end Question) โดยคำถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้มาตรวัดแบบไลเคิร์ตสเกล (Likert Scale) เป็นการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด และ 3) ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมแบบสอบถามปลายเปิด

การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการแจกแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (validity) ของแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยการหาค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (IOC: Item-Objective Congruence Index) ผลการทดสอบพบว่าข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.50 แสดงว่าข้อคำถามทุกข้อครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการวัดและสามารถ

นำไปใช้ได้ และนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try Out) เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการนำแบบสอบถามไปทดสอบกับประชากรกลุ่มที่มีความใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 40 คน คำนวณหาค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาร์ช (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.802 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 แสดงว่ามีความเหมาะสมดี-ดีมาก (DeVellis, 2017)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาชนิดของผลิตภัณฑ์อาหาร หรือเมนูอาหารที่ผู้บริโภคให้ความสนใจต่อการเสริมกัญชาโดยการวิเคราะห์ข้อมูลแบบ CATA (check-all-that-apply)

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับดังนี้

1. ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ข้อมูลทางด้านสังคม และประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (n = 400)

ข้อมูล	รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ (%)
1. เพศ	ผู้ชาย	184	46
	ผู้หญิง	216	54



ตารางที่ 1 ข้อมูลทางด้านสังคม และประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (n = 400)

ข้อมูล	รายละเอียด	จำนวน	ร้อยละ (%)
2. อายุ	<25 ปี	26	6.5
	25-34 ปี	143	35.75
	35-44 ปี	156	39
	45-54 ปี	55	13.75
	>55 ปี	20	5
3. ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	58	14.5
	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	192	48
	ปริญญาโท	130	32.5
	ปริญญาเอก	20	5
4. อาชีพ	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	28	7
	พนักงานบริษัทเอกชน	162	40.5
	ธุรกิจส่วนตัว	130	32.5
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	20	5
	อื่นๆ เช่น อาชีพค้าขาย	60	15
5. รายได้ต่อเดือน	<10,000 บาท	19	4.75
	10,001-30,000 บาท	210	52.5
	30,001-50,000 บาท	130	32.5
	>50,001 บาท	41	10.25
6. ความถี่ในการรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ	ทุกวัน	44	11
	4-6 ครั้ง/สัปดาห์	153	38.25
	1-3 ครั้ง/สัปดาห์	122	30.5
	≥1 ครั้ง/สัปดาห์	71	17.75
	≥1 ครั้ง/เดือน	10	2.5
7. ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ	ช่วยเสริมสร้างสุขภาพโดยรวม	113	28.25
	คุณค่าทางโภชนาการ	140	35
	คุณภาพของผลิตภัณฑ์	22	5.5
	ป้องกันปัญหาสุขภาพ	80	20
	ช่วยควบคุมน้ำหนัก	45	11.25

จากการทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของ
กล้วยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ผู้ทดสอบจำนวน 400 คน ผู้ทดสอบ

ได้ตอบแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล หรือข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ดังแสดงในตารางที่ 1 และจากการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54 ของกลุ่มตัวอย่าง เป็นกลุ่มที่มีอายุอยู่ในระหว่าง 35-44 ปี มีจำนวนสูงสุด รองลงมาคือช่วงอายุ 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 39 และ 35.75 ตามลำดับ นอกจากนี้จากการสำรวจข้อมูลยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 48 และเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากถึงร้อยละ 40.5 และเมื่อสำรวจรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ามีรายได้ในช่วง 10,000– 30,000 บาท ต่อเดือน มากที่สุดถึงร้อยละ 52.5

นอกจากนี้ข้อมูลพฤติกรรมการรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพของกลุ่มผู้ทดสอบพบว่าส่วนใหญ่รับประทานผลิตภัณฑ์ 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 38.32 ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่เป็นคุณค่าทางโภชนาการ ร้อยละ 35 รองลงมาคือช่วยเสริมสร้างสุขภาพโดยรวม ร้อยละ 28.25 และเพื่อป้องกันปัญหาสุขภาพ ร้อยละ 20

2. ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ดังแสดงในตารางที่ 2 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทัศนคติทุกประเด็น ยกเว้นปัจจัยด้านคนที่เลือกซื้ออาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาคือคนที่ใส่ใจและดูแลสุขภาพ และด้านความรู้สึกว่าอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาหาซื้อได้ง่าย ที่มีระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 และ 2.98 ตามลำดับ) โดยปัจจัยระดับทัศนคติที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาที่อยู่ในระดับมาก พบว่าด้านการเลือกซื้ออาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาเพราะมีความแปลกใหม่ และน่าลองได้รับระดับความสำคัญมากที่สุด(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86) และตามมาด้วยคนที่บริโภคอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาว่าเป็นคนทันสมัย (3.82) ถัดมาเป็นด้านความคิดว่าการเลือกรับประทานอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาเหมือนกันกับอาหารปกติ (3.70) และด้านความรู้สึกว่าอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชามีคุณค่าทางโภชนาการ (3.63) มีรสชาติถูกปาก (3.55) มีความปลอดภัย (3.50) ไม่ใช่สารเสพติด (3.44) และลำดับสุดท้ายคือ อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชามีราคาที่ไม่แพงจนเกินไปและสามารถรับประทานได้บ่อย (3.42)



ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านทัศนคติที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาของผู้บริโภค (n = 400) ในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชา	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. คนที่เลือกซื้ออาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาคือคนที่ใส่ใจและดูแลสุขภาพ	3.22	0.858	ปานกลาง
2. คนที่เลือกซื้ออาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาเพราะมีความแปลกใหม่และน่าลอง	3.86	0.703	มาก
3. อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชามีราคาที่ไม่แพงจนเกินไป และสามารถรับประทานได้บ่อย	3.42	0.658	มาก
4. ท่านคิดว่าการรับประทานอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาเหมือนกับอาหารปกติ	3.70	0.734	มาก
5. คนที่บริโภคอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาว่าเป็นคนทันสมัย	3.82	0.648	มาก
6. ท่านรู้สึกว่าอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชามีคุณค่าทางโภชนาการ	3.63	0.719	มาก
7. ท่านรู้สึกว่าอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาไม่ปลอดภัย	3.50	0.798	มาก
8. ท่านรู้สึกว่าอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาหาซื้อได้ง่าย	2.98	0.672	ปานกลาง
9. ท่านรู้สึกว่าอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชามีรสชาติถูกปาก	3.55	0.638	มาก
10. ท่านรู้สึกว่าอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาไม่ใช่สารเสพติด	3.44	0.641	มาก
รวม	3.51	0.707	มาก

3. ปัจจัยด้านสาเหตุของการเลือกตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านสาเหตุของการเลือกตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครดังแสดงในตารางที่ 3 จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับสาเหตุของการเลือกตัดสินใจบริโภคอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาที่อยู่ในระดับมาก 3 ปัจจัย ประกอบด้วยสาเหตุที่จะเลือกซื้ออาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาเพราะเป็นอาหารที่มีประโยชน์ (3.84) และจะตัดสินใจซื้อทันทีหากมีอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาจำหน่ายอยู่ภายในร้านค้า (3.64) รวมไปถึงมีความคิดว่าอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชามีรสชาติที่อร่อย สะอาด และถูกหลัก อนามัย (3.43) ในขณะที่บางปัจจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ประกอบด้วยปัจจัยด้านมีการแสวงหาข้อมูลอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชา (3.30)

คิดว่าการบริโภคอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาประจำจะส่งผลดีต่อสุขภาพแน่นอน (3.28) ความต้องการที่จะบริโภคอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาเป็นประจำ (3.24) ต้องการบริโภคอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาต่อไปในอนาคตเพื่อสุขภาพที่ดีของตนเอง (3.12) และต้องการบริโภคอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาเพราะช่วยเพิ่มความอยากอาหารและนอนหลับ (2.82)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านสาเหตุของการเลือกตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาของผู้บริโภค (n = 400) ในเขตกรุงเทพมหานคร

สาเหตุของการเลือกตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชา	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ท่านจะซื้ออาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาเพราะเป็นอาหารที่มีประโยชน์	3.84	0.921	มาก
2. ท่านจะตัดสินใจซื้อทันทีหากมีอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาจำหน่ายอยู่ในร้านค้า	3.64	0.893	มาก
3. ท่านจะบริโภคอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาเพราะช่วยเพิ่มความอยากอาหารและนอนหลับ	2.82	0.764	ปานกลาง
4. ท่านจะบริโภคอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาต่อไปในอนาคตเพื่อสุขภาพที่ดีของตนเอง	3.12	0.835	ปานกลาง
5. ท่านมีความต้องการที่จะบริโภคอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาเป็นประจำ	3.24	0.812	ปานกลาง
6. ท่านมีการแสวงหาข้อมูลอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชา	3.30	0.782	ปานกลาง
7. ท่านคิดว่าอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชามีรสชาติที่อร่อย สะอาด และ ถูกหลัก อนามัย	3.43	0.625	มาก
8. ท่านคิดว่าการบริโภคอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาประจำจะส่งผลดีต่อสุขภาพแน่นอน	3.28	0.954	ปานกลาง
รวม	3.33	0.823	มาก

4. ผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

การทดสอบสมมติฐานเพื่อทดสอบตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือมีระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยใช้การวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) จากตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ



การตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลหรือข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ทั้งด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษาไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในขณะที่ปัจจัยด้านทัศนคติ (0.001) และปัจจัยด้านสาเหตุของการเลือกตัดสินใจบริโภค (0.001) มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

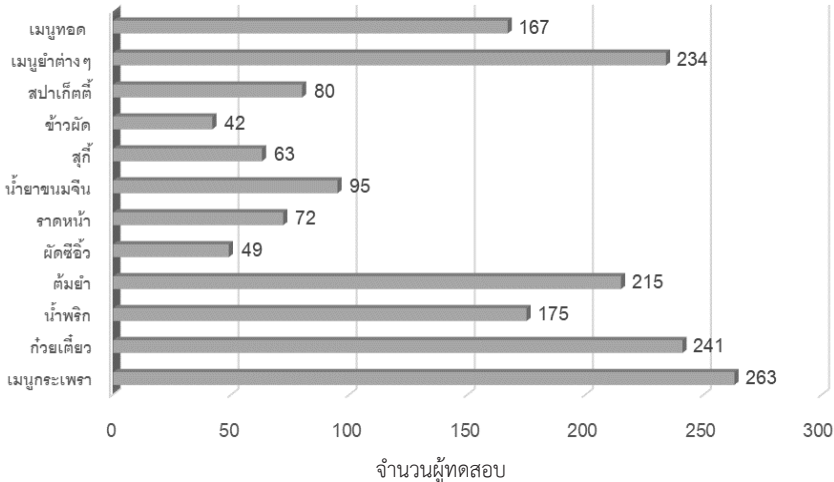
Variable	b	beta	P-value	Sig	
ด้านประชากรศาสตร์	เพศ	-0.32	-0.10	0.963	0.645
	อายุ	0.024	0.064	-0.224	0.642
	อาชีพ	-0.39	0.085	1.013	0.185
	รายได้	0.042	-0.074	-0.753	0.316
	ระดับการศึกษา	-0.109	0.057	0.972	0.334
ด้านทัศนคติ	0.089	0.142	3.587	0.001*	
ด้านสาเหตุของการเลือกตัดสินใจบริโภค	0.092	0.134	3.386	0.001*	
ค่าคงที่ (Constant)	0.683		4.012	0.000*	

$R=0.753$, Adjust $R^2=0.564$, $F=64.032$, Sig $F=0.000^*$

5. ข้อมูลการสำรวจความสนใจของผู้บริโภคที่มีต่อเมนูอาหารเสริมกัญชา (Check-all-that-apply)

การวิเคราะห์ข้อมูลของเมนูอาหารเสริมกัญชามีผลต่อความสนใจในการเสริมกัญชาของผู้บริโภค เป็นการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลว่าผลิตภัณฑ์อาหารใดบ้างที่ผู้บริโภคให้ความสนใจเพื่อใช้เป็นแนวทางหรือประกอบการตัดสินใจในอนาคตว่าเมนูชนิดไหนที่มีแนวโน้มได้รับความนิยมมากหรือน้อยแตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลแบบ Check-all-that-apply เป็นวิธีที่ถามความคิดเห็นของผู้ทดสอบที่เลือกผลิตภัณฑ์จากความชอบ อารมณ์ ความคุ้นเคยของผู้ทดสอบและแนวความคิดของผลิตภัณฑ์

จากการสำรวจเมนูอาหารที่มีผลต่อความสนใจในการเสริมกัญชาของผู้บริโภคของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน ซึ่งจากการสอบถามผู้บริโภคแสดงถึงภาพที่ 1 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่สนใจเมนูกระเพาะ (263 จาก 400 คน) รองลงมาคือก๋วยเตี๋ยว ยำต่างๆ และต้มยำ (241, 234, 215 จาก 400 คน ตามลำดับ) นอกจากนี้ก็ยังมีเมนูอื่นๆ ประกอบด้วยน้ำพริก อาหารทอด น้ำยาขนมจีน สပါเก็ตตี้ ราดหน้า และสุกี้ (175, 167, 95, 80, 72 และ 63 จาก 400 คน ตามลำดับ) สำหรับเมนูที่ผู้บริโภคสนใจให้มีการเสริมกัญชาน้อยที่สุดคือ เมนูข้าวผัด (42 จาก 400 คน) และเมนูผัดซีอิ้ว (49 จาก 400 คน)



รูปภาพที่ 1 Check-all-that-apply ของเมนูอาหารที่มีผลต่อความสนใจในการเสริมกัญชาของผู้บริโภค

สรุป และอภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่องปัจจัยและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมของผู้บริโภค เนื่องจากอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาเป็นเรื่องใหม่ในสังคมไทย มีความน่าสนใจ และกำลังเป็นที่นิยมของผู้บริโภค รวมไปถึงการศึกษาแนวโน้ม และทิศทางของผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกัญชา



ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่พบว่า เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 35-44 ปี ส่วนใหญ่มีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับ 10,000– 30,000 บาท ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชา โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ เปรมกมล หงส์ยนต์ (2562) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ (ลาชาต้า) ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และงานวิจัยของ ชนม์ชุตาวัฒนะธนากร และบุญภา ปันฑุรธัมพร (2564) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกัญชา-กัญชงของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ อาชีพต่างกัน ทำให้การตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกัญชา-กัญชงต่างกัน ในขณะที่ผู้บริโภคที่มีเพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่างกันทำให้การตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกัญชา-กัญชงไม่แตกต่างกันทางสถิติ นอกจากนี้ วชิรวีร งามละม่อน (2558) กล่าวว่าลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ถือเป็นความหลากหลายและแตกต่างเกี่ยวกับบุคคลเช่น เพศ อายุ สถานภาพ ลักษณะโครงสร้างของร่างกาย ความอาวุโสในการทำงาน เป็นต้น โดยจะแสดงถึงความเป็นมาของแต่ละบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน ซึ่งความแตกต่างและหลากหลายของบุคคลนี้สามารถบ่งชี้ลักษณะพฤติกรรมการแสดงออกที่แตกต่างกันการตัดสินใจที่แตกต่างกันที่มีสาเหตุมาจากความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์หรือความเป็นมาของบุคคลนั่นเอง

ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชา จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชา (0.001) ของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร กล่าวคือ ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการ มีความแปลกใหม่ ทันสมัย ปลอดภัย รสชาติดี ราคาเหมาะสม เหมือนอาหารปกติ และไม่ใส่สารเสพติด เป็นต้น มีผลทำให้ผู้ตัดสินใจ

ซื้อสินค้าได้มากกว่า เนื่องจากปัจจุบันการนำกัญชามาเป็นส่วนผสมในผลิตภัณฑ์อาหาร ถือว่ายังเป็นเรื่องใหม่สำหรับผู้บริโภค เพราะกัญชาเพิ่งได้รับอนุญาตให้นำมาใช้กับอาหาร ได้ไม่นานนัก โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนม์ชูดา วัฒนธรรนากร และบุญกา ปันฑุรอำพร (2564) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกัญชา-กัญชงของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้บริโภค และด้านอารมณ์/ความรู้สึก (ความมั่นใจ) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกัญชา-กัญชงของผู้บริโภค และงานวิจัยของ ศิริรัช เศรษฐพานิช (2564) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารทางเลือกประเภทโปรตีนจากพืชในรูปแบบอาหารแห้ง ชนม์ชบเคี้ยวสำหรับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร และแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ว่าจะจะเป็นสิ่งที่สร้างเสริมสุขภาพให้สมบูรณ์ แข็งแรงยิ่งขึ้น โดยมีแรงจูงใจให้ผู้สูงอายุมีความต้องการที่จะทดลองสินค้า รวมไปถึงความน่าเชื่อถือของสินค้าที่มีการรับรองมาตรฐาน หรือบอกต่อจากผู้ที่เคยใช้จริง ก็จะทำให้ผู้สูงอายุ ตัดสินใจซื้อสินค้าได้มากกว่า เนื่องจากปัจจุบันการผลิตสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพนั้นมีเป็นจำนวนมาก ผู้บริโภค จึงมีการศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่มีคุณภาพ มีความน่าเชื่อถือเพื่อที่จะนำมาเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จรรยาไปสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อในที่สุด

ปัจจัยด้านสาเหตุของการเลือกตัดสินใจซื้อ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านสาเหตุของการเลือกตัดสินใจซื้อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชา (0.001) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวคือ ผู้บริโภคมีเหตุผลในระดับสนใจมากที่จะเลือกซื้ออาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาเนื่องจาก เป็นอาหารที่มีประโยชน์ มีส่วนช่วยเพิ่มความอยากอาหารและนอนหลับ มีรสชาติอร่อย สะอาด และถูกหลักอนามัย โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ruangkalapawongse, A. and Ruangkalapawongse, S. (2015) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพคือ ผลิตภัณฑ์ต้องมีความสะอาด ปลอดภัยจากสารเคมี และไม่มีสารปนเปื้อน รวมไปถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และปริมาณของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคได้รับจะทำให้มีการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น



จากข้อมูล Check-all-that-apply เรื่องความสนใจของผู้บริโภคที่มีต่อเมนูอาหารเสริมกัญชาในงานวิจัยนี้สามารถบ่งบอกได้ว่าผลิตภัณฑ์อาหาร หรือเมนูอาหารแต่ละชนิดมีความน่าสนใจในการเสริมกัญชาลงในผลิตภัณฑ์แตกต่างกันขึ้นอยู่กับความสนใจของผู้บริโภค ซึ่ง Check-all-that-apply เป็นข้อมูลสำคัญเบื้องต้นที่ทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชา ดังนั้นสามารถนำข้อมูลชุดนี้ไปใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกในการต่อยอดพัฒนางานวิจัย หรือเป็นแนวทางในการทำธุรกิจต่อไปสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเพื่อรองรับการขยายตัวของตลาดที่กำลังเติบโต นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจุบันมีการทดสอบทางประสาทสัมผัสด้วยวิธี Check-all-that-apply มีการนำมาประยุกต์ใช้กับอาหาร ได้แก่ อาหารว่าง ไอศกรีมวนิลลา นมช็อคโกแลต และน้ำส้ม ซึ่งมีข้อดีคือจะได้แนวความคิดของผู้ทดสอบ และคุณลักษณะง่ายๆ ไม่ซับซ้อนในการอธิบายผลิตภัณฑ์ ข้อเสียคือ ต้องใช้ผู้ทดสอบจำนวนมาก (Valentin et al., 2012)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้

ผลการวิจัยเรื่องนี้สามารถนำไปต่อยอดการศึกษาค้นคว้าต่างๆ ได้โดยนำผลการศึกษาไปใช้ได้ดังนี้

- 1) ปัจจัยด้านทัศนคติมีอิทธิพลต่อการเลือกตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชา โดยพบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาว่าจะ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการ มีความแปลกใหม่ ทันสมัย ปลอดภัย รสชาติดี ราคาเหมาะสม เหมือนอาหารปกติ และไม่ใส่สารเสพติด เป็นต้น มีผลทำให้ผู้ตัดสินใจซื้อสินค้าได้มากกว่า เนื่องจากปัจจุบันการนำกัญชามาเป็นส่วนผสมในผลิตภัณฑ์อาหารถือว่าเป็นเรื่องใหม่สำหรับผู้บริโภค ดังนั้นสามารถนำข้อมูลที่มีลักษณะข้างต้นมาเป็นใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ๆ ที่มีส่วนผสมของกัญชา และนำไปปรับใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อนำประโยชน์ไปใช้ให้สูงสุดกับธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องได้

2) ปัจจัยด้านสาเหตุของการเลือกตัดสินใจซื้อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าผู้บริโภคมีเหตุผลในระดับความสนใจมากที่จะเลือกซื้ออาหารที่มีส่วนผสมของกัญชา เนื่องจากเป็นอาหารที่มีประโยชน์สามารถช่วยเพิ่มความอยากอาหาร และมีผลต่อการทำให้ออนหลับได้ดีขึ้น รวมถึงมีรสชาติอร่อย สะอาด และถูกหลักอนามัย ซึ่งสามารถนำข้อมูลที่ได้ครั้งนี้ไปพิจารณา ปรับใช้ หรือใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติที่ดี และที่สำคัญคือได้มาตรฐาน และมีความปลอดภัยตามความต้องการของผู้บริโภค

3) ได้ข้อมูลแนวโน้มความสนใจของผู้บริโภคที่มีต่อเมนูอาหารเสริมกัญชา ซึ่งสามารถนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาต่อไปสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจที่ดำเนินการเกี่ยวข้องกับอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาได้ หรือธุรกิจอื่นๆ ที่มีความใกล้เคียง เพื่อรองรับการขยายตัวของตลาดที่กำลังเติบโต และเทรนด์ความสนใจการบริโภคกัญชาในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรทำการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ ที่เป็นจังหวัด หรือศูนย์กลางในภาคต่างๆ เพื่อศึกษาลักษณะความคล้ายคลึงหรือความแตกต่างทางความคิด ค่านิยม กระแสสังคมของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษานำข้อมูลมาเปรียบเทียบกับกรุงเทพมหานคร

2) ควรศึกษาเพิ่มเติมถึงปัจจัยอื่นๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของกัญชา เช่น ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นต้น เพื่อผู้ประกอบการจะได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์และพัฒนากระบวนการขายกลยุทธ์ต่างๆ ได้ดียิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่ได้ส่งเสริม และสนับสนุนงบประมาณสำหรับในการทำวิจัยประเภท Investigator-Initiated Project (IIP)



เอกสารอ้างอิง

- ฉล่องศรี พิมพ์สมพงษ์. (2548). *การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด.
- ชนม์ชูดา วัฒนะธนากร และ บุญกา ปันจุมพรม. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกัญชา-กัญชงของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร*. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- ณัฐธิดา ฝักปากเพราะ กมลชนก ค่ายอดม่วง ชญานุช จันทรรัตน์ ปวันรัตน์ สีซอลค์ ภควดี ชันทะกสิกรรม ศิริพร ต้นธรรม ศิริรัตน์ คงพล และ ประจวบ แผลมหลัก. (2563). *ปัจจัยทำนายความตั้งใจการใช้กัญชาในกระบวนการรักษาความเจ็บป่วยของนิสิตสาขาวิชาอนามัยชุมชน*. *วารสารการพยาบาล การสาธารณสุขและการศึกษา*, 21(1), 91-104.
- ทศยาพร เวียงวูธ และ นันทวัน เหลี่ยมปรีชา. (2564). *ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อข้าว กข 43 บรรจุถุงในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก*. *โครงการนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ.2564 วันที่ 1 เมษายน 2564 ณ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสารมหาวิทยาลัยนครสวรรค์*.
- บุญธรรม กิจประดาบรสุทธิ. (2547). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : บริษัทแอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด (มหาชน).
- ปรีดาภรณ์ สายจันเกตุ พิมพ์พร โนนจันทร์ นิตริรัตน์ มีกาย และ รัศมี สุขนรินทร. (2563). *ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการใช้กัญชาในการรักษาโรคของประชาชน ในจังหวัดพิษณุโลก*. *วารสารการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก*, 18(3), 596-603.
- เปรมกมล หงส์ยนต์. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ (ลาซาต้า) ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในกรุงเทพมหานคร*. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม, กรุงเทพฯ.

- รัชฎาภรณ์ อึ้งเจริญ พัสกร องอาจ และ สุรินทร์ โอรัตนสถาพร. (2564). ความรู้ และทัศนคติที่มีต่อกัญชาทางการแพทย์ของประชาชน ตำบลท่าแร่ อำเภอมือเืองจังหวัดสกลนคร. *วารสารกฎหมายและนโยบายสาธารณสุข*, 7(1), 69-86.
- โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร. (2564). *Cannabis cook book*. กรุงเทพฯ : กลุ่มงานการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก และกลุ่มงานเภสัชกรรมโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร.
- ลัดดาวัลย์ โชคถาวร และขวัญกมล ดอนขาว. (2560). อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยของแก่น สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 15(2), 79-91.
- วิชิตวิธร์ งามละม่อม. (2558). *การบริหารภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management: NPM)*. กรุงเทพฯ : สถาบัน TDRM.
- วีรยา ถาอุปชิต และ นุศราพร เกษสมบุรณ์. (2560). การใช้กัญชาทางการแพทย์. *วารสารเภสัชศาสตร์อีสาน*, 13(2560), 228-240.
- ศิรินุช เศรษฐพานิช และสุพิชา บุรณะวิทยาภรณ์. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารทางเลือกประเภทโปรตีนจากพืชในรูปแบบอาหารแห้ง -ขนมขบเคี้ยวสำหรับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร และแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 15(2), 412-428.
- สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. (2562). *คู่มือแนวทางการพัฒนาระบบบริการสุขภาพ (Service Plan) สาขาการใช้กัญชาทางการแพทย์*. กรุงเทพฯ : กองบริหารการสาธารณสุข.
- สุทมาศ จันทธาวร. (2556). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าบน Facebook ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี.
- สุภชญ ศรีกัญชัย และ ลัดดา ปินตา. (2564). กลยุทธ์การตลาดองค์กรวมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (ธุรกิจสตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารบริหารธุรกิจและศิลปะศาสตร์ ราชชมงคลล้านนา*, 9(2), 1-16.
- DeVellis, R. F. (2017). *Scale development: Theory and applications*. Thousand Oaks, CA: Sage.



- Kapuge, K. D. L. A. (2016). Determinants of organic food buying behavior: special reference to organic food purchase intention of Sri Lankan customers. *Procedia Food Science*, 6(2016), 303-308.
- Ruangkalapawongse, A. & Ruangkalapawongse S. (2015). Factors related to decision making to buy functional food products for senior citizens in the Bangkok metropolis. *SDU Research Journal*, 11(2), 153-173.
- 5 Valentin, D., Chollet, S., Lelievre, M. & Abdi, H. (2012). Quick and dirty but still pretty good: a review of new descriptive methods in food science. *International Journal of Food Science and Technology*. 47(8), 1563–1578.