

ต่อร่างกาย” และ “ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเพราะเห็นว่ามีความปลอดภัย” โดยค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.11 และ 3.08 ตามลำดับ

4.3 ส่วนที่ 3 การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง

** เนื่องจากมีหลาย Indicator มีค่า Factor Loading ที่ต่ำกว่าเกณฑ์ จึงถูกตัดออกจากการคำนวณด้วยเหตุผลด้าน Model Validation

4.3.1 คุณภาพแบบจำลองโดยรวม (Model Fit)

จากผลการศึกษาของแบบจำลองพิจารณาตามแบบจำลองที่กำหนด (Estimated Model) และแบบจำลองอิ่มตัว (Saturated Model) แสดงสถิติแบบ SRMR, dULS และ dG พบว่าค่า SRMR หรือค่ารากกำลังสองเฉลี่ยของเศษมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.034 นับว่าแบบจำลองนี้มีความกลมกลืนเนื่องจากมีค่าต่ำกว่า 0.08 (Hu & Bentler, 1999) ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9: ตารางแสดงคุณภาพแบบจำลองโดยรวม

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.034	0.034
d_ ULS	0.310	0.310
d_ G	0.205	0.205
NFI	0.937	0.937

4.3.2 คุณภาพแบบจำลองการวัด (Measurement Model หรือ Outer Model)

พิจารณาตามความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ค่าตัวชี้วัดต้องมีค่ามากกว่า 0.5 และมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่าตัวชี้วัดนั้นมีค่าตั้งแต่ 0.622-0.936 ค่า AVE ของตัวแปรแฝงทั้ง 5 ตัวแปรมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด โดยมีค่าอยู่ที่ 0.5963-0.8387 ซึ่งในส่วนของความน่าเชื่อถือสามารถวัดได้ด้วยค่าของ Cronbach Alpha, Dijkstra-Henseler's rho และ Joreskog's rho ที่ทุกค่าควรมีมากกว่า 0.7 (Henseler, et al., 2016) ซึ่งในแบบจำลองนี้แสดงถึงค่า Cronbach Alpha ระหว่าง 0.7303 ถึง 0.9117 ค่า Dijkstra-Henseler's rho ระหว่าง 0.7379 ถึง 0.9129 และสุดท้ายค่า Joreskog's rho ระหว่าง 0.8806 และ 0.9340 ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10: ตารางแสดงผลการทดสอบความเที่ยงและน้ำหนักองค์ประกอบของเครื่องมือทางเทคนิค

	Loadings	AVE	Cronbach Alpha	Dijkstra-Henseler's rho (ρ_A)	Joreskog's rho (ρ_C)
Taste of Food: TF		0.6493	0.8200	0.8380	0.8806
TF1	0.727				
TF2	0.835				
TF3	0.622				
TF4	0.913				
Society: SO		0.7337	0.8789	0.8818	0.9168
SO1	0.848				
SO2	0.872				
SO3	0.783				
SO4	0.899				
Emotional Value: EV		0.7389	0.9117	0.9129	0.9340
EV1	0.890				
EV2	0.882				
EV3	0.790				
EV4	0.859				
EV5	0.810				
Perceived Value: PV		0.7870	0.7303	0.7379	0.8808
PV1	0.936				
PV2	0.826				
Safety of Food: SF		0.8387	0.8080	0.8127	0.9122
SF1	0.951				

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.10 (ต่อ): ตารางแสดงผลการทดสอบความเที่ยงและน้ำหนักองค์ประกอบของเครื่องมือทางเทคนิค

	Loadings	AVE	Cronbach Alpha	Dijkstra-Henseler's rho (ρ_A)	Joreskog's rho (ρ_C)
SF4	0.872				
Perceived Benefits: PB		0.5963	0.8625	0.8700	0.8979
PB1	0.806				
PB2	0.737				
PB3	0.833				
PB4	0.728				
PB5	0.838				
PB6	0.659				

ความเที่ยงตรงในเชิงจำแนก (Discriminant Validity) พิจารณาจากค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) จะต้องมีความสูงกว่าสหสัมพันธ์กับตัวแปรแฝงอื่น ๆ (Fornell & Larcker, 1981) จากผลการศึกษาทำให้ได้ค่า AVE ระหว่างตัวแปรแฝงนั้นกับตัวแปรแฝงอื่น ๆ มีค่ามากกว่าค่าสหสัมพันธ์ และค่า HTMT น้อยกว่า 1 อีกทั้งค่าน้ำหนักของดัชนีวัดในตัวแปรแฝงสูงกว่า Cross Loading ในตัวแปรแฝงอื่น ทุกตัวเป็นไปตามที่เกณฑ์กำหนด ดังตารางที่ 4.11 ถึง 4.13 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11: ตาราง Fornell-Larcker Criterion

Construct	TF	SO	EV	PV	SF	PB
TF	0.6493					
SO	0.6026	0.7337				
EV	0.5185	0.5727	0.7389			
PV	0.4449	0.5301	0.5371	0.7870		
SF	0.4690	0.4753	0.3549	0.3703	0.8387	
PB	0.4816	0.6046	0.5077	0.4803	0.3984	0.5963

ตารางที่ 4.12: ตาราง HTMT

Construct	TF	SO	EV	PV	SF	PB
TF						
SO	0.8970					
EV	0.8168	0.8430				
PV	0.8468	0.9034	0.8834			
SF	0.8378	0.8142	0.6921	0.7761		
PB	0.8045	0.8944	0.8028	0.8687	0.7474	

ตารางที่ 4.13: Cross Loading

Indicator	TF	SO	EV	PV	SF	PB
TF1	0.8223	0.6711	0.5867	0.5416	0.5407	0.5176
TF2	0.8408	0.6531	0.5454	0.5390	0.5913	0.5948
TF3	0.7166	0.4715	0.4685	0.4482	0.4880	0.4366
TF4	0.8369	0.6800	0.6934	0.6034	0.5785	0.6531
SO1	0.6593	0.8661	0.6665	0.6314	0.5696	0.6642
SO2	0.6860	0.8790	0.6649	0.6658	0.5608	0.6859
SO3	0.6282	0.8219	0.5957	0.6125	0.5798	0.6060
SO4	0.6835	0.8582	0.6619	0.5869	0.6503	0.7022
EV1	0.6235	0.6792	0.8425	0.6278	0.5354	0.6472
EV2	0.5973	0.6560	0.8621	0.6253	0.5241	0.6366
EV3	0.6046	0.6195	0.8622	0.6152	0.5137	0.5686
EV4	0.6412	0.6401	0.8729	0.6445	0.4707	0.6202
EV5	0.6271	0.6529	0.8579	0.6357	0.5151	0.5812
PV1	0.6363	0.6868	0.7309	0.9017	0.6056	0.6508
PV2	0.5424	0.6009	0.5601	0.8723	0.4665	0.5753
SF1	0.6352	0.6603	0.5636	0.5824	0.9238	0.6033
SF4	0.6188	0.6001	0.5263	0.5302	0.9077	0.5507
PB1	0.5735	0.6154	0.5478	0.5727	0.5924	0.8070
PB2	0.5038	0.5505	0.5607	0.5330	0.4506	0.7738
PB3	0.5909	0.6452	0.5811	0.5896	0.5546	0.8425
PB4	0.5009	0.6016	0.5191	0.4695	0.4389	0.6896
PB5	0.5749	0.6564	0.6231	0.5802	0.4861	0.8310
PB6	0.4565	0.5231	0.4569	0.4492	0.3774	0.6723

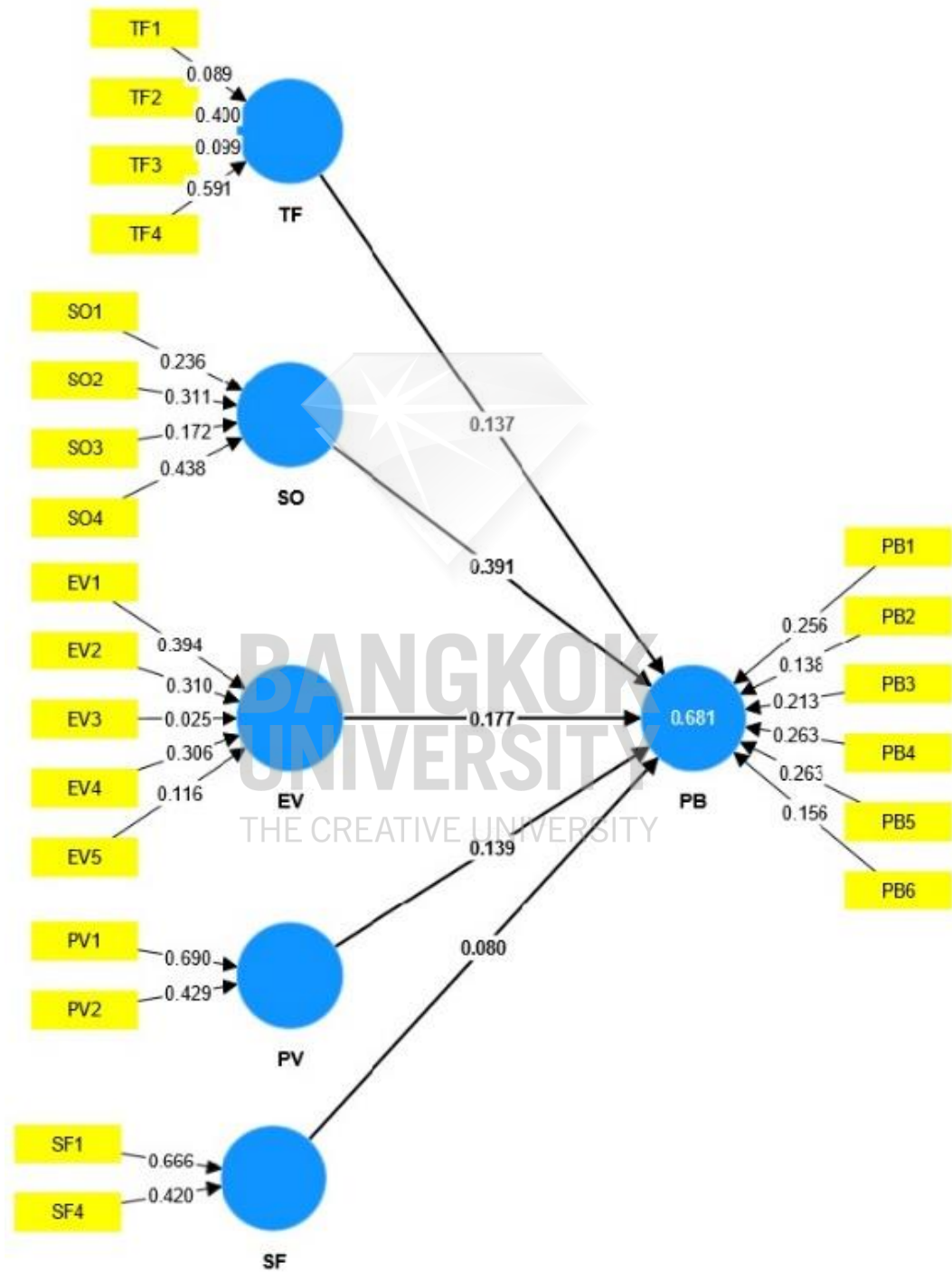
4.3.3 แบบจำลองเชิงโครงสร้าง (Structural Model หรือ Inner Model)

พิจารณาจากคุณภาพสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) ค่า R^2 ของการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภค มีค่าเท่ากับ 68.1 ค่าผลกระทบ F^2 ตั้งแต่ 0.009-0.132 โดยค่าที่เข้มแข็งที่สุดมีค่าเท่ากับ 0.132 คือเส้นทาง Society: SO > Perceived benefits: PB ข้อมูลส่วนนี้ปรากฏดังภาพที่ 4.1 และตารางที่ 4.14



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

ภาพที่ 4.1: ผลลัพธ์ของสถิติจากโปรแกรม SMART-PLS



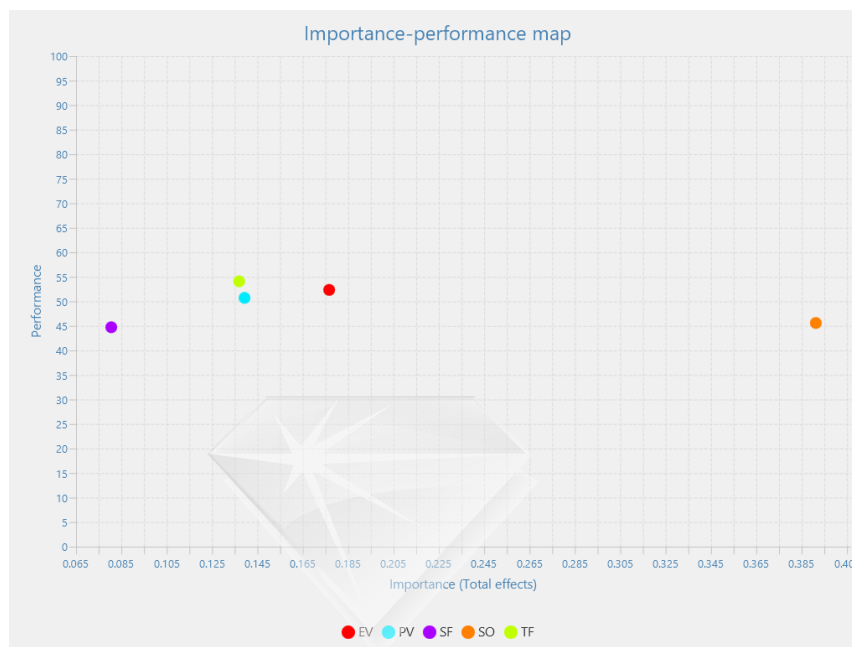
ตารางที่ 4.14: ค่าผลกระทบ

Effect	Beta	Indirect Effects	Total Effect	Cohen's f^2
TF -> PB	0.090		0.137	0.019
SO -> PB	0.389		0.392	0.132
EV -> PB	0.177		0.177	0.032
PV -> PB	0.159		0.139	0.023
SF -> PB	0.098		0.081	0.009

4.3.4 การวิเคราะห์แผนภาพความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (Importance Performance Map Analysis: IPMA)

จากการอ่านค่าแผนภาพความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (IPMA) แสดงให้เห็นค่าค่า Society: SO มีค่าความสำคัญมากที่สุด คือ 0.391 รองลงมา คือ Emotional Value: EV มีค่าเท่ากับ 0.177 และ Perceived Value: PV มีค่าเท่ากับ ในส่วนของข้อมูลด้านประสิทธิภาพ ข้อมูลที่มากที่สุด คือ Taste of Food: TF มีค่าเท่ากับ 54.084 รองลงมาคือ Emotional Value: EV มีค่าเท่ากับ 52.344 และ Perceived Value: PV มีค่าเท่ากับ 50.713 ดังภาพที่ 4.2

ภาพที่ 4.2: ผลลัพธ์ของสถิติจากโปรแกรม SMART-PLS



IPMA ถือว่าเป็นการคำนวณเชิงสถิติที่มีบรรทัดฐาน ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำ IPMA เป็นเครื่องมือในการช่วยตัดสินใจเชิงกลยุทธ์สำหรับการจัดสรรทรัพยากรตามทฤษฎีของ เฮนเซล (Henseler, 2021) ที่มีการกล่าวถึง คุณลักษณะของ FDA ที่มีการกำหนดออกมาเป็น 4 Quadrants ดังนี้

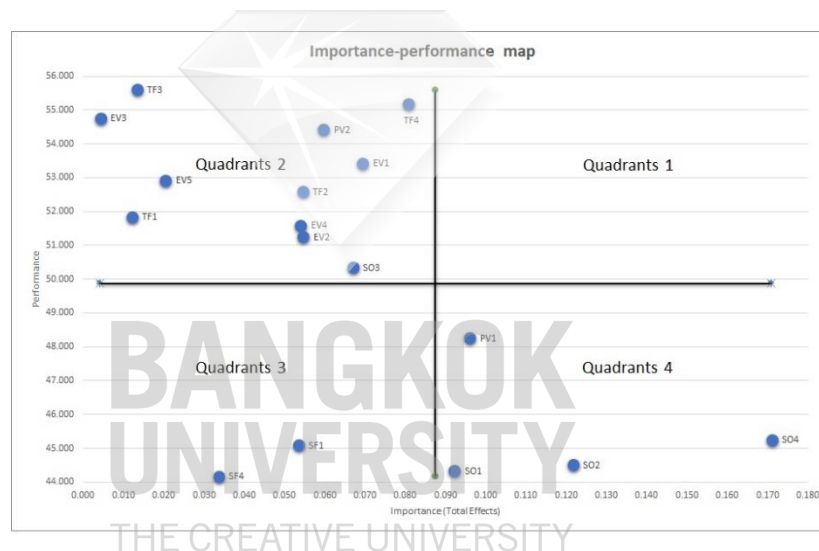
Quadrants 1 (Q1) (Keep up the Good Work) เป็นช่องที่ถือว่ามีประสิทธิภาพและความสำคัญสูงที่สุดสำหรับข้อมูลทั้งหมด ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ไม่พบค่าสำหรับช่องนี้

Quadrants 2 (Q2) (Possible Overkill) เป็นช่องที่ประกอบไปด้วยข้อคำถามที่มีความสำคัญค่อนข้างน้อย แต่ยังมีประสิทธิภาพในการทำงานค่อนข้างสูง ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้ พบค่า FDA ในช่องนี้สูงที่สุด 11 ค่า คือ TF3 ซึ่งค่าประสิทธิภาพนั้นสูงถึง 55.583 แต่ในค่าของความสำคัญนั้นอยู่ที่ 0.014 เท่านั้น รองลงมาคือ TF4 ที่มีค่าประสิทธิภาพสูงถึง 55.167 ค่าความสำคัญอยู่ที่ 0.081 สำหรับ Q2 ค่าที่น้อยที่สุดคือ SO3 ที่มีค่าประสิทธิภาพสูงถึง 50.333 และค่าความสำคัญอยู่ที่ 0.067

Quadrants 3 (Q3) (Low Priority) ช่องนี้ถือเป็นช่องที่มีความสำคัญและประสิทธิภาพต่ำ ในงานวิจัยชิ้นนี้พบค่าที่ FDA ต่ำทั้งความสำคัญและประสิทธิภาพ 2 ค่า คือ SF1 และ SF4 โดยมีค่าประสิทธิภาพเท่ากับ 45.083 และ 44.167 ตามลำดับ ส่วนค่าความสำคัญนั้นมีค่าเท่ากับ 0.054 และ 0.034 ตามลำดับ

Quadrants 4 (Q4) (Concentrate Here) ในช่องนี้ถือเป็นช่องที่มีความสำคัญมาก แต่ประสิทธิภาพการทำงานยังไม่ดีนัก บทบาทสำคัญสำหรับช่องนี้ คือ การเพิ่มความพึงพอใจของผู้ที่ทำแบบสอบถาม ซึ่งผู้ประกอบการควรให้ความสนใจและพัฒนาข้อมูลในช่องนี้มากยิ่งขึ้น ค่า FDA ในช่องนี้มีจำนวน 4 ค่า ได้แก่ SO4 มีค่าประสิทธิภาพ 45.250 แต่มีค่าความสำคัญมากถึง 0.171 รองลงมาคือ SO2 ค่าประสิทธิภาพมีค่าเท่ากับ 44.500 ค่าความสำคัญเท่ากับ 0.122 ค่าที่น้อยที่สุดคือ SO1 ซึ่งมีค่าประสิทธิภาพเท่ากับ 44.333 และค่าความสำคัญเท่ากับ 0.092 ดังภาพที่ 4.3

ภาพที่ 4.3 ผลลัพธ์ของข้อมูล IPMA ที่รวบรวมโดยผู้วิจัย



4.4 ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 (H1): ด้านรสชาติของอาหารมีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

จากการพิจารณาค่า Path Coefficient ได้ค่าเท่ากับ 0.137 ค่า t-Value มีค่าเท่ากับ 2.147 ซึ่งมีความมากกว่าค่าวิกฤติที่ 1.96 ถือว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ค่า p-Value มีค่าเท่ากับ 0.032 แสดงให้เห็นว่า รสชาติอาหารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา ดังนั้น จึงทำให้ยอมรับสมมติฐานที่ 1 ดังข้อมูลในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15: ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของสมมติฐานที่ 1

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	Original Coefficient	Mean Value	Standard error	t-Value	p-Value
Taste of Food: TF > Perceived Benefits: PB	0.137	0.134	0.064	2.147	0.032

สมมติฐานที่ 2 (H2) ได้ว่า ด้านสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

จากการพิจารณาค่า Path Coefficient ได้ค่าเท่ากับ 0.391 ค่า t-Value มีค่าเท่ากับ 6.938 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าวิกฤติที่ 1.96 ถือว่ายังมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่า p-Value มีค่าเท่ากับ 0.0000 แสดงให้เห็นว่า ด้านสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา ดังนั้น จึงทำให้ยอมรับสมมติฐานที่ 2 ดังข้อมูลในตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16: ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของสมมติฐานที่ 2

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	Original Coefficient	Mean Value	Standard error	t-Value	p-Value
Society: SO > Perceived Benefits: PB	0.391	0.391	0.056	6.938	0.0000

สมมติฐานที่ 3 (H3) ได้ว่า ด้านอารมณ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

จากการพิจารณาค่า Path Coefficient ได้ค่าเท่ากับ 0.177 ค่า t-Value มีค่าเท่ากับ 2.566 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าวิกฤติที่ 1.96 ถือว่ายังมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่า p-Value มีค่าเท่ากับ 0.010 แสดงให้เห็นว่า ด้านอารมณ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา ดังนั้น จึงทำให้ยอมรับสมมติฐานที่ 3 ดังข้อมูลในตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17: ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของสมมติฐานที่ 3

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	Original Coefficient	Mean Value	Standard error	t-Value	p-Value
Emotional Value: EV > Perceived Benefits: PB	0.177	0.188	0.069	2.566	0.010

สมมติฐานที่ 4 (H4) ได้ว่า ด้านความคุ้มค่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

จากการพิจารณาค่า Path Coefficient ได้ค่าเท่ากับ 0.139 ค่า t-Value มีค่าเท่ากับ 2.350 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าวิกฤติที่ 1.96 ถือว่ายังมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่า p-Value มีค่าเท่ากับ 0.0019 แสดงให้เห็นว่า ด้านความคุ้มค่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา ดังนั้น จึงทำให้ยอมรับสมมติฐานที่ 4 ดังข้อมูลในตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18: ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของสมมติฐานที่ 4

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	Original Coefficient	Mean Value	Standard error	t-Value	p-Value
Perceived Value: PV > Perceived Benefits: PB	0.139	0.136	0.059	2.350	0.0019

สมมติฐานที่ 5 (H5) ได้ว่า ด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

จากการพิจารณาค่า Path Coefficient ได้ค่าเท่ากับ 0.080 ค่า t-Value มีค่าเท่ากับ 1.438 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าวิกฤติที่ 1.96 ถือว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ค่า p-Value มีค่าเท่ากับ 0.150 แสดง

ให้เห็นว่า ด้านความปลอดภัยไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา ดังนั้น จึงทำให้ไม่ยอมรับสมมติฐานที่ 4 ดังข้อมูลในตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19: ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของสมมติฐานที่ 5

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	Original coefficient	Mean Value	Standard error	t-Value	p-Value
Safety of Food: SF > Perceived Benefits: PB	0.080	0.083	0.056	1.438	0.150

4.5 ส่วนที่ 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.20: สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน		ผลการทดสอบ
H1	ด้านรสชาติของอาหารมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา	ยอมรับ
H2	ด้านสังคมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา	ยอมรับ
H3	ด้านอารมณ์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา	ยอมรับ
H4	ด้านความคุ้มค่ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา	ยอมรับ
H5	ด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา	ไม่ยอมรับ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษางานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาของผู้บริโภคชาวไทย” สามารถสรุปผล อภิปรายผล และนำเสนอผลของการศึกษาและข้อเสนอแนะได้ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และมีรายได้มากกว่าเดือนละ 45,000 บาท

5.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา โดยแบ่งออกเป็น 6 ปัจจัย ได้แก่

5.1.2.1 ด้านรสชาติของอาหาร (Taste of Food: TF) จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้ประโยชน์ด้านรสชาติอาหารในระดับปานกลาง โดยเรื่องที่ทำให้ความสนใจมากที่สุด คือ อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีรสชาติที่หลากหลาย รองลงมาคือ เมื่อทานอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาจะทำให้ท่านรู้สึกดี อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีรสชาติที่คงที่ และเป็นมาตรฐานทุกครั้งที่บริโภค และอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีรสชาติที่ถูกปาก และตรงกับความต้องการของท่าน ตามลำดับ

5.1.2.2 ด้านสังคม (Society: SO) จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้ประโยชน์ด้านสังคมในระดับปานกลาง เรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจมากที่สุด คือ อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเป็นอาหารที่สังคมให้การยอมรับ รองลงมาคือ ท่านจะแนะนำอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาให้กับครอบครัว และเพื่อนของท่าน อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจกับบุคคลอื่นได้ และการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาทำให้ท่านรู้สึกเป็นที่ยอมรับในสังคม ตามลำดับ

5.1.2.3 ด้านอารมณ์ (Emotional Value: EV) จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้ประโยชน์ด้านอารมณ์ในระดับปานกลาง เรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจมากที่สุด คือ อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาทำให้ท่านรู้สึกผ่อนคลาย รองลงมาคือ ท่านรู้สึกเพลิดเพลินเมื่อบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาทำให้ท่านรู้สึกดี

อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาทำให้ท่านมีความสุขทางใจ และอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชากระตุ้นให้ท่านอยากบริโภค ตามลำดับ

5.1.2.4 ด้านความคุ้มค่า (Perceived Value: PV) จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้ประโยชน์ด้านความคุ้มค่าอาหารในระดับปานกลาง โดยเรื่องที่ทำให้ความสนใจมากที่สุด คือ ท่านคิดว่าอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีความคุ้มค่ากับเงินที่ต้องจ่าย และรองลงมาคือ ท่านคิดว่าอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีประโยชน์เหมาะสมกับเงินที่จ่ายไป

5.1.2.5 ด้านความปลอดภัย (Safety of Food: SF) จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้ประโยชน์ด้านความคุ้มค่าอาหารในระดับดี โดยเรื่องที่ทำให้ความสนใจมากที่สุด คือ อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาอาจจะมีสารที่ก่อให้เกิดอาการแพ้ต่อกลุ่มผู้บริโภคที่มีโรคประจำตัว รองลงมาคือ อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาอาจมีส่วนผสมที่เป็นอันตรายต่อร่างกายโดยที่ท่านไม่ทราบ อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาอาจเป็นอันตรายต่อร่างกายหลังรับประทาน ท่านคิดว่าอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีประโยชน์ต่อร่างกาย และไม่เป็นอันตราย และอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ตามลำดับ

5.1.2.6 ด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Benefits: PB) จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้ประโยชน์ในระดับปานกลาง โดยเรื่องที่ทำให้ความสนใจมากที่สุด คือ ท่านตัดสินใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเนื่องจากคิดว่าอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาสามารถรักษาโรคได้ รองลงมาคือ ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา เพราะเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเพราะเห็นว่ามีความปลอดภัย ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเพราะมีราคาไม่แพง ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเพราะเป็นที่นิยมในสังคม และท่านตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเพราะรับประทานอยู่เป็นประจำ ตามลำดับ

5.1.3 ผลจากการศึกษาโมเดลเชิงโครงสร้าง

จากผลการศึกษาคูณภาพแบบจำลองรวม (Model Fit) พบว่า ค่ารากกำลังสองโดยเฉลี่ยของเศษมาตรฐาน (SRMR) มีค่าเท่ากับ 0.034 ถือว่าแบบจำลองนี้มีความกลมกลืน และกระชับค่อนข้างดี เพราะมีค่าต่ำกว่า 0.08 (Hu & Bentler, 1999) การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้างนั้นพบว่า ค่าน้ำหนักชี้วัดที่จำเป็นต้องมีค่ามากกว่า 0.5 จึงถือว่ามีความสำคัญทางสถิติ ซึ่งในแบบจำลองชิ้นนี้มีค่า Loading อยู่ที่ 0.622-0.936 ค่า AVE ของตัวแปรแฝงทั้ง 5 ตัวแปรมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด โดยมีค่าอยู่ที่ 0.5963-0.8387 ซึ่งในส่วนของความน่าเชื่อถือสามารถวัดได้ด้วยค่าของ Cronbach Alpha, Dijkstra-Henseler's rho และ Joreskog's rho ที่ทุกค่าควรมีมากกว่า 0.7 (Henseler, Hubona & Ray, 2016) ซึ่งในแบบจำลองนี้แสดงถึงค่า Cronbach Alpha ระหว่าง 0.7303 ถึง 0.9117

ค่า Dijkstra-Henseler's rho ระหว่าง 0.7379 ถึง 0.9129 และสุดท้ายค่า Joreskog's rho ระหว่าง 0.8806 และ 0.9340 ส่งผลให้เห็นว่าตัวแปรแฝงสามารถอธิบายและวัดตัวแปรได้อย่างเที่ยงตรง ใน ส่วนของความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) จะพิจารณาจากค่าตัวแปรแฝงสูงกว่า Cross Loading ในตัวแปรแฝงอื่น ๆ ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) นั้นจะต้องมีค่าสูงกว่า สหสัมพันธ์กับตัวแปรแฝงอื่น (Fornell & Larcker, 1981) ซึ่งจากผลการศึกษาแบบจำลองขั้นนี้ จาก ผลการศึกษาทำให้ได้ค่า AVE ระหว่างตัวแปรแฝงนั้นกับตัวแปรแฝงอื่นมีค่ามากกว่าค่าสหสัมพันธ์ และค่า HTMT น้อยกว่า 1 อีกทั้งค่าน้ำหนักของดัชนีวัดในตัวแปรแฝงสูงกว่า Cross Loading ในตัว แปรแฝงอื่น ทุกตัวเป็นไปตามที่เกณฑ์กำหนด

5.1.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลจากการทดสอบสมมติฐานในการศึกษา “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการ เลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาของผู้บริโภคชาวไทย” พบว่า สมมติฐานทั้ง 5 ข้อ ยอมรับ สมมติฐาน 4 ข้อ และ ไม่ยอมรับสมมติฐาน 1 ข้อ ดังตารางด้านล่างนี้

ตารางที่ 5.1: ตารางแสดงผลการทดสอบสมมติฐานการศึกษา

ความสัมพันธ์ของตัวแปร	Original Coefficient	Mean Value	Standard error	t-Value	p-Value	ผลการทดสอบ
H1: ด้านรสชาติของอาหารมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา	0.137	0.134	0.064	2.147	0.032	ยอมรับ
H2: ด้านสังคมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา	0.391	0.391	0.056	6.938	0.000	ยอมรับ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ): ตารางแสดงผลการทดสอบสมมติฐานการศึกษา

ความสัมพันธ์ของตัวแปร	Original Coefficient	Mean Value	Standard error	t-Value	p-Value	ผลการทดสอบ
H3: ด้านอารมณ์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา	0.177	0.188	0.069	2.566	0.010	ยอมรับ
H4: ด้านความคุ้มค่ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา	0.139	0.136	0.059	2.350	0.019	ยอมรับ
H5: ด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา	0.080	0.083	0.056	1.438	0.150	ไม่ยอมรับ

ผลจากการทดสอบสมมติฐานแสดงให้เห็นว่าสมมติฐานที่ 1-4 มีนัยสำคัญทางสถิติของพารามิเตอร์ผ่านกระบวนการบูตสแตรปปิ้ง (Bootstrapping) โดยค่าทั้งหมดนั้นน้อยกว่า 0.05 และค่า t-Value นั้นมีค่ามากกว่าค่าวิกฤติที่ 1.96 จึงสรุปได้ว่างานวิจัยชิ้นนี้ ยอมรับสมมติฐานที่ 1-4 อย่างมีนัยสำคัญ แต่ในสมมติฐานข้อที่ 5 มีค่า t-Value เท่ากับ 2.350 ซึ่งมากกว่า 1.96 และค่า p-Value ยังมีค่ามากถึง 0.150 ทำให้งานวิจัยชิ้นนี้ไม่สามารถยอมรับสมมติฐานที่ 5 ได้

5.2 การอภิปรายผล

งานวิจัยครั้งนี้มีการให้ความสำคัญกับตัวแปรด้านการรับรู้ประโยชน์ของผู้บริโภคในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา เนื่องจากผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาและต่อยอดธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทย โดยมีการพิจารณาจากตัวแปรต้น 5 ตัวแปร ได้แก่ ด้านรสชาติอาหาร ด้านสังคม ด้านอารมณ์ ด้านความคุ้มค่า และด้านความปลอดภัย นำข้อมูลต่าง ๆ มาวิเคราะห์และแสดงผลในรูปแบบ PLS-SEM ผลจากการทดสอบดัชนีตัวชี้วัดแสดงให้เห็นว่า ตัวแปรทุกตัวสามารถตอบสนองถึงคุณลักษณะของการศึกษาได้ดีตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ผลการศึกษาที่สรุปได้ว่า ด้านรสชาติของอาหารมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานงานวิจัยที่ตั้งไว้ เป็นไปตามแนวคิดของ สลิมานี และคณะ (Slimani, et al., 2015) ที่กล่าวไว้ว่า บริโภคส่วนใหญ่จะรับรู้คุณค่าของอาหารจากการสัมผัสจากสิ่งเร้า ซึ่งไม่ว่าจะมาจากกลิ่น หรือเกิดจากการชิมรส ส่งผลให้ผู้บริโภคอยากที่จะบริโภคต่อหรือไม่ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชกร อัครพิน (2562) ได้กล่าวว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีการคำนึงถึงรสชาติของอาหารมาเป็นอันดับแรก รวมไปถึงยังมีความคาดหวังในตัวของรสชาติอาหาร และมีแนวโน้มที่จะปฏิเสธในการที่จะต้องบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ หากผู้บริโภครู้สึกว่าไม่มีรสชาติที่อร่อย ดังนั้นถ้าหากอาหารมีความหลากหลายทั้งหน้าตาของอาหารและรสชาติ จะยิ่งทำให้ผู้บริโภคมีความสนใจที่จะอยากบริโภคอาหารชนิดนั้น ย่อมส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์และคุณค่าของอาหารตามมาภายหลัง สัมพันธ์กับแบบสอบถามที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสนใจเกี่ยวกับข้อความถาม “อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีรสชาติที่หลากหลาย” สำหรับในส่วนของผู้ประกอบการธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่มสามารถนำปัจจัยด้านรสชาติไปพัฒนาและต่อยอดเพื่อเพิ่มความหลากหลายไปในเมนูอาหารอาจส่งผลให้ผู้บริโภคสนใจจะบริโภคมากยิ่งขึ้นได้

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ผลการศึกษาที่สรุปได้ว่า ด้านสังคมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานงานวิจัยที่ตั้งไว้ จากกล่าวไว้ในบทที่ 2 เรื่องกระแสสังคม ความนิยม ย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิณชา กิจเกษมพงศา (2559) และพัชณี มาเสถียร (2564) ได้กล่าวว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อสถานะทางสังคม ผู้บริโภคบางคนยังมีการบริโภคอาหารตามกระแสสังคมเพื่อให้เกิดการยอมรับการมีพื้นที่ในสังคม ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัญญูชิตา คำมินเศก (2553) และมนัสพงษ์ พัฒนวิบูลย์ (2553) ที่มีการกล่าวถึงกระบวนการของการรับรู้ของมนุษย์ล้วนมีกระแสสังคมเข้ามาเป็นตัวตัดสินใจอีกด้วย อีกทั้งในปัจจุบันผู้บริโภคยังมีแนวโน้มในการเปิดรับผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ หากสิ่งเหล่านั้นมีประโยชน์ต่อสังคมและผู้บริโภค ชนม์ชุตตา วัฒนธนากร

และบุฎกา ปันทุรอมพร (2563) ยังกล่าวไว้ว่า การใช้สื่อผ่านโซเชียลมีเดีย อาทิเช่น Facebook ที่มีผลต่อกระแสสังคมจะส่งผลให้การตัดสินใจซื้อและบริโภคของผู้บริโภค สัมพันธ์กับข้อมูลของแบบสอบถามที่ค่าเฉลี่ยของข้อคำถาม อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเป็นอาหารที่สังคมให้การยอมรับ มีค่ามากที่สุด และรองลงมา คือ ท่านจะแนะนำอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาให้กับครอบครัว และเพื่อนของท่านสรุปได้ว่าผู้บริโภคชาวไทยส่วนใหญ่ยังให้ความสำคัญกับกระแสสังคม ค่านิยมในสังคมค่อนข้างมาก อีกทั้งยังมีแนวคิดที่จะบอกต่อกับผู้คนรอบข้าง ถ้าหากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเป็นที่ยอมรับในสังคม จะยิ่งส่งผลให้ธุรกิจอาหารของประเทศไทยเติบโตได้มากยิ่งขึ้น

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ผลการศึกษาที่สรุปได้ว่า ด้านอารมณ์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานงานวิจัยที่ตั้งไว้ตามแนวคิดและทฤษฎีของ พัทรี เจริญรยา และคณะ (2543) ที่กล่าวไว้ว่า สภาวะทางจิตใจและอารมณ์ของผู้บริโภคนั้นเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อสิ่งเร้าภายนอกอย่างมาก ย่อมส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในแบบที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล อีกทั้ง ลี และยุน (Lee & Yun, 2015) มีการระบุไว้ว่า อิทธิพลที่ส่งผลต่อผู้บริโภคด้านการรับรู้ประโยชน์ และการตัดสินใจซื้ออย่างมากคือด้านอารมณ์ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับความสุข ความรู้สึก รวมไปถึงด้านความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภคที่มีต่ออาหาร และเมื่อผู้บริโภคได้รับประทานอาหารเหล่านั้นแล้วรู้สึกมีความสุข ย่อมที่จะส่งผลในเชิงบวกต่อผู้บริโภคด้านการตัดสินใจในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น และเมื่อดูจากค่าเฉลี่ยทั้งหมดของสถิติ ด้านอารมณ์ยังมีค่าเฉลี่ย (Mean Value) อยู่ในอันดับสองรองจากด้านสังคม หมายถึงผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังให้ความสนใจเกี่ยวกับด้านอารมณ์ค่อนข้างมาก

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 4 ผลการศึกษาที่สรุปได้ว่า ด้านความคุ้มค่ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา จากการศึกษา งานวิจัย กนกพร โมโนมัยพันธ์ (2564) กล่าวว่า ผู้บริโภคแต่ละบุคคลมีการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าที่แตกต่างกัน โดยหนึ่งในเหตุผลของการเลือกตัดสินใจ คือความคุ้มค่าในสินค้าเหล่านั้น ซึ่งจากการศึกษาของ เฮลลิวอร์ และคณะ (Hellier, et al., 2003) กล่าวว่า การรับรู้ของผู้บริโภคในส่วนของความคุ้มค่าและประโยชน์ ผู้บริโภคจะมีการคำนึงตั้งแต่เรื่องของราคาสินค้า คุณภาพของสินค้าและบริการหลังการขาย ถ้าหากผู้บริโภคมีการรับรู้ในเชิงบวกต่อสินค้าในส่วนของความคุ้มค่าแล้วนั้น ย่อมส่งผลให้มีการตัดสินใจซื้อตามมา จากข้อมูลของแบบสอบถาม ผู้บริโภคยังให้ความสนใจเกี่ยวกับความคุ้มค่าของเงินที่จะต้องจ่าย มากกว่าประโยชน์ที่จะได้รับมาอีกด้วย

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 5 ผลการศึกษาที่สรุปได้ว่า ด้านความปลอดภัยไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา จากการศึกษา งานวิจัยในเบื้องต้นพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความกังวลเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพจาก

กัญชาทั้งในเรื่องของส่วนผสมและผลที่อาจตามมาจากการบริโภคในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชณี มาเสถียร (2564) พบว่า ผู้บริโภคบางคนยังมีความสงสัยต่อความผิดธรรมชาติในอาหาร ซึ่งเกี่ยวกับการรับรู้ถึงทางด้านความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นตามมาหากภายหลังที่ได้มีการบริโภคอาหารดังกล่าวเข้าไป และมีข้อสรุปประชาชนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติยังกังวลเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา และยังมีกรณีรณรงค์ให้ร่างกฎหมายคุ้มครองให้กัญชาอยู่ในการควบคุม เนื่องจากกังวลว่าเด็กและเยาวชนจะเข้าถึงได้ก่อนวัยอันควร และจะส่งผลให้เกิดผลเสียมากกว่าผลดี (Metcalf, et al., 2022; Charlebois, et al., 2020 และชนม์ชุตดา วัฒนระชนากร และบุญภา ปันทุรอำพร, 2563)

ผลการวิเคราะห์แผนภาพความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (IPMA: Importance-Performance Map Analysis) พบว่า หากต้องการให้บรรลุเป้าหมายในการเพิ่มการรับรู้ประโยชน์ในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา ผู้ประกอบการทั้งภาครัฐและเอกชนควรให้ความสำคัญในเรื่อง Society: SO หรือด้านสังคม เนื่องจากเป็นด้านที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดมากกว่าปัจจัยด้านอื่น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิณิชา กิจเกษมพงศา (2559); พัชณี มาเสถียร (2564); ชนัญชิตา คำมินเศก (2553) และมนัสพงศ์ พัฒนวิบูลย์ (2553) กล่าวว่า กระแสสังคม ความนิยม ในสังคมนั้นเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ถ้ากระแสสังคมเป็นที่ยอมรับนั้นย่อมส่งผลให้ความรู้สึกและการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นไปในทิศทางเชิงบวกมากยิ่งขึ้น แต่ในส่วนของปัจจัยที่ควรนำไปพัฒนาและปรับปรุง มากยิ่งขึ้นนั้น จะเป็นส่วนของ Safety of Food: SF หรือด้านความปลอดภัย ด้านนี้เป็นด้านที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความกังวล และไม่มั่นใจในการเลือกบริโภค เนื่องจากส่วนมากยังไม่มีการรับรู้ด้านประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาอย่างแท้จริง ในส่วนนี้ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการให้ความรู้ ความเข้าใจ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ประโยชน์มากยิ่งขึ้นไป

สรุปผลที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้ทำให้เกิดความรู้ และความเข้าใจใหม่ ๆ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

- 1) ประโยชน์เชิงวิชาการ งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา การรับรู้ประโยชน์ของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา นับเป็นองค์ความรู้ใหม่ ๆ สำหรับงานวิจัยในประเทศไทย เนื่องจากกัญชาเพิ่งได้รับการปลดล็อกให้ถูกกฎหมาย ผู้วิจัยที่สนใจสามารถนำงานวิจัยชิ้นนี้ไปเป็นแบบอย่าง เพื่อค้นคว้าวิจัย และทบทวนวรรณกรรมในอนาคตต่อไปได้

2) ประโยชน์เชิงปฏิบัติ จากการศึกษาของงานวิจัยชิ้นนี้ ทำให้ทราบข้อมูลตัวแปรที่ส่งผลและไม่ส่งผลต่อความสำคัญต่อผู้บริโภค ซึ่งผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาของงานวิจัยชิ้นนี้ไปพัฒนาประยุกต์ใช้เกี่ยวกับการพัฒนาอาหารเพื่อสุขภาพจากัญชา เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค สร้างความรู้ที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น และอาจกระตุ้นเศรษฐกิจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มต่อไปได้

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญโดยตรงไปที่การรับรู้ประโยชน์ของผู้บริโภคชาวไทยในปัจจุบันด้านต่าง ๆ และจากการทดสอบทางสถิติในส่วนของปัจจัยด้านสังคมเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคส่วนมากให้ความสนใจมากที่สุด กระแสสังคม ค่านิยม ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคที่จะเลือกบริโภคหรือไม่ ดังนั้นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องย่อมต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับกระแสสังคมในเชิงบวก เพื่อกระตุ้นการบริโภคให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งในปัจจุบันการเปิดใจยอมรับสิ่งใหม่ ๆ มีกระแสการตอบรับที่ดีมากยิ่งขึ้น ประชาชนชาวไทยส่วนใหญ่ให้การยอมรับสิ่งที่แตกต่าง หากสิ่งเหล่านั้นถูกต้อง และปลอดภัยต่อพวกเขา แต่ในส่วนของปัจจัยทางด้านความปลอดภัยที่ผู้บริโภคไม่ยอมรับความสัมพันธ์ในเชิงบวกก็นั้นเป็นเพราะส่วนใหญ่ยังคงกังวลเกี่ยวกับผลที่อาจตามมาในเรื่องของสุขภาพ เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงไม่ทราบถึงผลดี และผลเสียที่แท้จริงของกัญชา การบริโภคอย่างถูกต้องและเหมาะสมเป็นเช่นไร ดังนั้นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องควรที่จะให้ความสำคัญเกี่ยวกับการให้ความรู้ถึงประโยชน์ของกัญชา มีการควบคุมการจำหน่ายให้กับกลุ่มผู้บริโภคที่ถูกต้อง

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และมีรายได้มากกว่า 45,000 บาท ดังนั้นผู้ประกอบการทางด้านธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มควรเพิ่มความหลากหลายของเมนูอาหาร การสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่มีเอกลักษณ์ เพื่อให้ผู้บริโภคนั้นสามารถจดจำได้ง่าย และเกิดกระแสสังคมและการบอกต่อและทำให้เกิดการภักดี (Loyalty) ต่อแบรนด์ได้ในอนาคตได้

ในระยะเวลาของการทำงานวิจัยชิ้นนี้ กัญชาถูกปลดออกจากสารเสพติดทำให้ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มมีการผลิตอาหารที่มีส่วนประกอบของกัญชาเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงอาหารจากกัญชาได้ง่ายกว่าปกติ ในอนาคตหากกัญชาถูกควบคุมการจำหน่ายและการปลูกอีกครั้ง อาจส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นผู้ประกอบการควรคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค และปฏิบัติตามกฎหมายส่วนรวม

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งถัดไป

เพื่อผลงานวิจัยในอนาคตที่จำต้องยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะแนวทางสำหรับการทำวิจัยครั้งถัดไป ดังต่อไปนี้

- 1) งานวิจัยครั้งนี้มีการเก็บแบบสอบถามแค่เชิงปริมาณ ในอนาคตควรมีการเก็บแบบสอบถามเชิงคุณภาพควบคู่กันไปด้วย เช่น การสัมภาษณ์ผู้บริโภคร หรือผู้เชี่ยวชาญโดยตรง และการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก และเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น
- 2) มีการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ทักษะคนดี พฤติกรรม การบอกต่อ หรือการใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคร เพื่อจะได้เป็นแนวทางการศึกษาใหม่ ๆ หรือใช้เป็นแนวทางในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในอนาคตได้
- 3) ในอนาคตอาจให้มีการแยกหมวดหมู่ของประเภทอาหารที่ทำจากกัญชาให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นในการวิเคราะห์ IPMA
- 4) เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้มีเพศหญิงทำแบบสอบถามมากกว่าเพศชาย ในอนาคตอาจจะกำหนดเพศของผู้ทำแบบสอบถามเพื่อข้อมูลที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กนกพร มโนมัยพันธ์. (2564). การศึกษาการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคของสายการบินไทยสมายล์แอร์เวย์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ. สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- กัญชาทางการแพทย์. (2562). สายพันธุ์กัญชา. สืบค้นจาก <http://bitly.ws/RXH4>.
- กัญชาทางการแพทย์สุดบูม ดีมานด์อู้ฟู่ 3,600 ล้านบาท. (2564). ประชาชาติธุรกิจ. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/economy/news-663966>.
- กฤษคุณ ภาณิตถุณกร. (2564). โอกาสของธุรกิจอาหารผสมกัญชาของไทยและการสื่อสารกับผู้บริโภค. วารสารบัณฑิตวิทยาลัยรำไพพรรณี, 4(2), 40-45.
- กรมควบคุมโรค กองโรคไม่ติดต่อ. (2562). รายงานสถานการณ์โรค NCDs. สืบค้นจาก <https://ddc.moph.go.th/uploads/publish/1035820201005073556.pdf>.
- กรมสุขภาพจิต. (2564 ก). ผู้ป่วยโควิด-19 กับผลทางด้านสุขภาพในระยะยาว. สืบค้นจาก <https://www.dmh.go.th/news-dmh/view.asp?id=30698>.
- กรมสุขภาพจิต. (2564 ข). ปรับ เปลี่ยน พฤติกรรมเพื่อสุขภาพ ลดอัตราการตายก่อนวัยอันควรแนว “เวชศาสตร์วิถีชีวิต”. สืบค้นจาก <https://www.dmh.go.th/news-dmh/view.asp?id=31214>.
- กรพิณฑ์ ปานวิเชียร. (2563). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับพฤติกรรมการใช้กัญชาเพื่อประโยชน์ทางการแพทย์. *The Journal of Boromarjonnani College of Nursing Suphanburi*, 3(1), 31-42.
- ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม. (2563). สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/bb24559r/khnad-khxng-klum-tawxyang-thi-hemaa-sm>.
- คลังความรู้ SciMath. (2562). กัญชากับการประโยชน์ในทางการแพทย์. สืบค้นจาก <https://www.scimath.org/article-chemistry/item/9808-2019-02-21-07-38-06>.
- จริยา จิรวัฒนานนท์. (2559). การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรม คุณภาพด้านรสชาติ ความสะอาดความปลอดภัย และการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารคลีนของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

- ชนัญชิตา คำมินเสก. (2553). *การรับรู้สื่อรณรงค์ Quit Line 1600 สายเลิกบุหรี่และความคิดเห็นของข้าราชการทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ชุตินันท์ โรจน์เพ็ญเพียร และวรัญญา ตีโลกะวิชัย. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษา ระดับชาติและนานาชาติ 2560* (หน้า 1531-1539). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชนม์ชุตดา วัฒนะธนากร และบุญกา ปันทุรอำพร. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกัญชา-กัญชงของผู้บริโภค. สืบค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/sun18/6214070064.pdf>.
- ณัฐธินิชา ยะมุงตุน. (2565). ปัจจัยการตลาดในการเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมกัญชาของผู้บริโภคในภาคกลาง. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 12(1), 70-81.
- ทงศักดิ์ โสวจัสดากุล. (2555). *ศึกษาเจตคติการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง*. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ทัศนคติ ความหมาย และความสำคัญ. (2558). *กรุงเทพธุรกิจ*. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/109397>.
- ธาดาริเบศร์ ภูทอง. (2562). *รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการและสร้างธุรกิจดิจิทัลใหม่ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในหลักสูตรการบริหารธุรกิจ (รายงานผลการวิจัย)*. เพชรบุรี: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นริศา คำแก่น และเจริญ ตรีศักดิ์. (2562). กัญชาทางการแพทย์สำหรับมะเร็ง. *The Journal of Chulabhorn Royal Academy*, 1(1), 16-29.
- นักสิทธิ์ ปัญญาใหญ่. (2556). *GSCI 2202 อาหารเพื่อสุขภาพ (Food for health)*. สืบค้นจาก http://www.facagri.cmru.ac.th/2013/wp-content/uploads/2013/03/Chapter4_Food-for-Health.pdf.
- นันทน์ นิลทัพ. (2555). *Function Food*. สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/natjanan2555/extra-credit>.
- บำรุง สังข์ขาว. (2554). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอป่า จังหวัดแม่ฮ่องสอน*. ปัญหาพิเศษปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.

- ประสิทธิ์ รัตนพันธ์ และมณีรัตน์ รัตนพันธ์. (2565). การเปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์การค้าปลีกออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 14(1), 1-16.
- ปาริชาติ ประภาสย. (2557). การรับรู้ถึงความเสี่ยงและการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปิยภา แดงเดช. (2557). *ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Theory of consumer behavior)*. สืบค้นจาก <https://aya55ake.wordpress.com/2014/11/19/37/>.
- พะยอม วงศ์สารศรี. (2526). *จิตวิทยาการศึกษา*. กรุงเทพฯ: สารเชษฐ์.
- พัชณี มาเสถียร. (2564). การรับรู้คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์และทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเสริมอาหารที่ใช้สารให้ความหวานแทนน้ำตาลของผู้บริโภค. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พัชนี เขยจรรยา, เมตตา กฤตวิทย์ และถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์. (2543). *ทฤษฎีแม่บททางนิเทศศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัฒนา พรหมณี, ยุพิน พิทยาวัฒนชัย และจิระศักดิ์ ทัพผา. (2563). แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจในงาน. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.)*, 26(1), 59-66.
- พิณิชา กิจเกษมพงศา. (2559). คุณภาพของอาหาร ความคุ้มค่าด้านราคา ความพึงพอใจ คุณค่าด้านสุขภาพ และทัศนคติต่ออาหารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารริมทางของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พีระ อารีรัตน์. (2564). ความรู้และความเชื่อด้านสุขภาพเกี่ยวกับการใช้กัญชาทางการแพทย์ของผู้รับบริการในโรงพยาบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิจัยและพัฒนาระบบสุขภาพ*, 14(2), 1-12.
- พศวรรตร์ วริพันธ์. (2559). *แนวทางพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยพะเยา.
- มนัสพงศ์ พัฒนวิบูลย์. (2553). *การรับรู้ข่าวสาร และทัศนคติของประชาชนผู้รับบริการเกี่ยวกับภาพลักษณ์ในการให้บริการ ของธนาคารลินเอเซีย จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- มณฑิตา ปิยะธรราริเบศร์. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของ
 กล้วยของกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. สารนิพนธ์ปริญญา
 มหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- มนตรี พิริยะกุล. (2553). ตัวแบบเส้นทางกำลังสองนอยที่สุดบางส่วน. ใน ประชุมวิชาการสถิติและ
 สถิติประยุกต์ ครั้งที่ 11 ประจำปี 2553. สืบค้นจาก http://www3.ru.ac.th/research/30_7_53_1.pdf.
- ยอดล่าสุด! ลงทะเบียนจดแจ้งปลูกกล้วยผ่านแอปฯ "ปลูกกล้วย" แล้วเกือบ ล้านคน. (2565). กรุงเทพฯ
 ธุรกิจ. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/social/1012077>.
- รัชกร อัครพิน. (2562). อิทธิพลของทัศนคติต่อการมีสุขภาพดีและทัศนคติต่อรสชาติที่มีผลต่อการ
 เลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ: วิจารณ์บทบาทของการรับรู้เชิงคุณค่าต่อสุขภาพ
 และการรับรู้ถึงความคุ้มค่า. สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ
 มหาวิทยาลัยมหิดล.
- รุ่งนภา บุญคุ้ม. (2536). ทัศนคติของพัฒนาการต่อนโยบายการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด กรณีศึกษา
 ศูนย์ช่วยเหลือทางวิชาการพัฒนาชุมชนเขตที่ 3. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต,
 สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- โรงพยาบาลศิริรินทร์. (2565). กล้วยฯ ส่งผลกระทบต่อเด็กและวัยรุ่นอย่างไร? สืบค้นจาก
<http://bitly.ws/S4sR>.
- วัตสัน. (2565). 5 ประโยชน์ของกล้วยฯ พร้อมผลิตภัณฑ์กล้วยฯที่น่าสนใจ. สืบค้นจาก
<http://bitly.ws/S4ta>.
- วัลลภ รัฐฉัตรานนท์. (2562). การหาขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย: มาyacติในการใช้
 สูตรของทาโร ยามาเน่ และเครท ซี-มอร์แกน. วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา,
 8(5), 11-28.
- วีระพล สุทธิพรพลากร และเฉลียว แก่นจันทร์. (2538). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จของ
 องค์การชุมชนโครงการวนศาสตร์ชุมชนบนพื้นที่สูง จังหวัดเชียงใหม่. กรุงเทพฯ:
 สำนักอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ กรมป่าไม้.
- สารรังสิต ONLINE. (2565). ปั่นเซฟปรุงอาหารจากกล้วยฯ-สมุนไพรรไทย ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้
 ประทับใจอาหารไทยไม่แพ้ชาติใดในโลก. สืบค้นจาก <https://www2.rsu.ac.th/sarnrangsit-online-detail/110322>.
- สุชา จันทร์อม. (2533). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

- สุบรรพต รักชอบสันติ. (2555). *ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อชาเขียวเฟอร์นิเจอร์มือสองในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). *การสื่อสารกับสังคม*. กรุงเทพฯ: วีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- สวนดุสิตโพล. (2563). *การดูแลสุขภาพของคนไทยในปี 2020*. สืบค้นจาก https://suandusitpoll.dusit.ac.th/UPLOAD_FILES/POLL/2563/PS-2563-1608422294.pdf.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ. (2564). *อาหารเพื่อสุขภาพ เทรนด์ร้อนยุค New normal*. สืบค้นจาก <http://bitly.ws/S4ud>.
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2564). *ผลิตภัณฑ์จากกัญชา สร้างมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ บริโภคอย่างไรให้เหมาะสม*. สืบค้นจาก <https://infocenter.nbt.go.th/storage/files/bjWed2W2X4rH2O5S4xLuzBELioEDOHO73pvyIp2N.pdf>.
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2563). *กัญชา (Cannabis)*. สืบค้นจาก <https://www.fda.moph.go.th/sites/Narcotics/SitePages/ViewAcademic.aspx?IDitem=1>.
- อัมพเตทล่าสุด กัญชาถูกกฎหมาย ปลดล็อกปลูก-ใช้-นำเข้า-จำหน่าย ไม่ให้ผิด. (2565). *ฐานเศรษฐกิจ*. สืบค้นจาก <https://www.thansettakij.com/general-news/528035>.
- อิรวดี อุณยะพันธ์ุ และพิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2564). ความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติต่อการใช้กัญชาของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 26(2), 87-101.
- Alderfer, C. P. (1969). An empirical test of a new theory of human needs. *Organization Behavior and Human Performance*, 4, 75-142.
- Allport, G. W. (1953). *Personality: A psychological*. New York: Heary Holt.
- Bollen, K. A., & Stine, R. A. (1992). Bootstrapping goodness-of-fit measures in structural equation models. *Sociological Methods & Research*, 21(2), 205-229.
- Borgmeier, I., & Westenhoefer, J. (2009). *Impact of different Food label formats on healthiness evaluation and Food choice of consumers: A randomized controlled study*. Retrieved from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2702386/pdf/1471-2458-9-184.pdf>.
- Charlebois, S., Music, J., Sterling, B., & Somogyi, S. (2020). Edibles and Canadian consumers' willingness to consider recreational cannabis in Food or beverage products: A second assessment. *Trends in Food Science & Technology*, 25-29.

- Chung, A. K. K., Tse, C. Y., & Law, J. K. C. (2022). *Attitudes and beliefs of medical students on cannabis in Hong Kong*. Retrieved from <http://bitly.ws/S4wE>.
- CNBC. (2021). *German cannabis firm shares pop after new government pledges to legalize the drug*. Retrieved from <https://www.cnn.com/2021/11/25/synbiotic-pops-after-new-government-pledges-to-legalize-cannabis.html>.
- Cronbach, L. J. (1971). *Essentials of psychological testing*. New York: Harper & Row.
- Crossley, M. L., & Nazir, M. (2015). Motives underlying Food choice: An investigation of dental students. *Brazilian Journal of Oral Sciences*, 1(1), 27-33.
- Dabholkar, P. A. (2015). How to improve perceived service quality by increasing customer participation. In *Proceedings of the 1990 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference* (pp. 483-487). Switzerland: n.p.
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS* (3rd ed.). London: Sage.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Functional Foods มาแรง ‘ตลาดอาหารเพื่อสุขภาพ’ ในยุโรป. (2564). *ประชาชาติธุรกิจ*. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/marketing/news-798791>.
- Gindud. (2564). *อาหารเพื่อสุขภาพ (Healthy Foods)*. สืบค้นจาก <https://gindud.com/>.
- Gould, J. (2015). *The cannabis crop*. *Nature*, 525, S2-S3. Retrieved from <https://www.nature.com/articles/525S2a>.
- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer repurchase intention: A general structural equation model. *European Journal of Marketing*, 37(11/12), 1762-1800.
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: Updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2-20.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. *Advances in International Marketing*, 20, 277-319.

- Hong, I. B., & Cha, H. S. (2013). The mediating role of consumer trust in an online merchant in predicting purchase intention. *International Journal of Information Management*, 33(6), 927-939.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6, 1-55.
- Lee, H., & Yun, Z. (2015). Consumers' perceptions of organic Food attributes and cognitive and affective attitudes as determinants of their purchase intentions toward organic Food. *Food Quality and Preference*, 39, 259-267.
- Lee, L., Petter, S., Fayard, D., & Robinson, S. (2011). On the use of partial least squares path modeling in accounting research. *International Journal of Accounting Information Systems*, 12(4), 305-328.
- Novabizz. (2555). การรับรู้ Perception. สืบค้นจาก <https://www.novabizz.com/NovaAce/Behavior/Perception.htm>.
- Roininen, K., Lähteenmäki, L., & Tuorila, H. (1999). Quantification of consumer attitudes to health and hedonic characteristics. *Appetite*, 33(1), 71-88.
- Ryu, K., Han, H., & Kim, T. H. (2008). The relationships among overall quick-casual restaurant image, perceived Value, customer satisfaction, and behavioral intentions. *Int. J. Hosp. Manag.*, 27(3), 459-469.
- Slimani, N., Ferrari, P., Ocke, M., Welch, A., & Boeing-Messing, H. (2015). *Standardization of the 24-hour diet recall calibration method used in the European prospective investigation into cancer and nutrition (EPIC)*. Retrieved from <http://hypatia.teiath.gr/xmlui/handle/11400/8709?show=full>.
- The Bangkok Insight. (2565). 'อาหาร' ใส 'กัญชา' กินเยอะจะเมามั้ย? สืบค้นจาก <https://www.thebangkokinsight.com/news/columnists/691414/>.
- Unilever Food Solution. (2565). เทรนด์อาหารกำลังมาแรงปี 2022: อาหารเพื่อสุขภาพ. สืบค้นจาก <https://www.unileverfoodsolutions.co.th/th/chef-inspiration/trendwatch/trend1-healthier-indulgence.html>.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology. *Toward a unified view. MIS quarterly*, 27(3), 425-478.

- Wang, E. S. T. (2013). The influence of visual packaging design on perceived Food product quality, Value, and brand preference. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 41(10), 805-816.
- Wong, K. K.-K. (2013). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) techniques using Smart PLS. *Marketing Bulletin*, 24(1), 1-32.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. New York: The Free.



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY



ภาคผนวก

**BANGKOK
UNIVERSITY**

THE CREATIVE UNIVERSITY

แบบสอบถาม

เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ
จากกัญชาของผู้บริโภคชาวไทย

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านเข้าร่วมการประเมินระดับความคิดเห็นของงานวิจัยชิ้นนี้ ความคิดเห็นของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งในการศึกษาหาการรับรู้ประโยชน์ในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาจากปัจจัยในด้านรสชาติของอาหาร ด้านสังคม ด้านอารมณ์ ด้านความคุ้มค่า และด้านความปลอดภัยทางผู้วิจัยขอยืนยันว่าตัวตนและข้อมูลของท่านจะไม่ถูกเปิดเผย และข้อมูลของท่านจะถูกนำมาใช้ในงานวิจัยเท่านั้น

แบบสอบถามประกอบไปด้วยเนื้อหาทั้งหมด 9 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามสำหรับการคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามสำรวจความสนใจของผู้บริโภค

ส่วนที่ 4-9 จะเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการวัดการรับรู้ประโยชน์ของผู้บริโภคในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาในส่วนต่าง ๆ คือ ข้อมูลด้านรสชาติของอาหาร ด้านสังคม ด้านอารมณ์ ด้านความคุ้มค่าด้านความปลอดภัย และข้อมูลด้านการรับรู้ประโยชน์ต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา ตามลำดับ

ส่วนที่ 1: แบบสอบถามสำหรับคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริง

1.1 ท่านมีอายุมากกว่า 20 ปีบริบูรณ์หรือไม่

ใช่

ไม่ใช่

1.2 ท่านเคยบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาตั้งแต่ปี 2565 หรือไม่

ใช่

ไม่ใช่

(จบการทำแบบสอบถาม ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง)

ส่วนที่ 2: ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริง

2.1 โปรดระบุเพศของท่าน

เพศชาย

เพศหญิง

2.2 โปรดระบุช่วงอายุของท่าน

20-30 ปี

31-40 ปี

41-50 ปี

51 ปีขึ้นไป

2.3 โปรดระบุระดับการศึกษาของท่าน

ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี

ปริญญาตรี

ปริญญาโท

ปริญญาเอก

2.4 โปรดระบุอาชีพของท่าน

นักเรียน/นักศึกษา

ข้าราชการ

พนักงานรัฐวิสาหกิจ

พนักงานเอกชน

ธุรกิจส่วนตัว

อื่น ๆ

2.5 โปรดระบุรายได้ต่อเดือนของท่าน

15,000 บาทหรือต่ำกว่า

15,001-30,000 บาท

30,001-45,000 บาท

45,000 บาทขึ้นไป

2.6 โปรดระบุภูมิภาคที่อยู่อาศัยของท่าน

กทม. และปริมณฑล

ภาคเหนือ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ภาคใต้

ภาคตะวันออก

ภาคตะวันตก

ส่วนที่ 3: แบบสอบถามสำรวจความสนใจของผู้บริโภค

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริง

3.1 ท่านมีความสนใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาหรือไม่

เคย

ไม่เคย

3.2 โปรดระบุประเภทของเมนูที่เคยบริโภคอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาในอดีต

อาหารคาว

อาหารหวาน

เครื่องดื่ม

3.3 โปรดระบุประเภทของเมนูอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาที่ท่านอยากจะลองบริโภคในอนาคต

อาหารคาว

อาหารหวาน

เครื่องดื่ม

ส่วนที่ 4: แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านรสชาติของอาหารต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

(Taste of Food: TF)

คำชี้แจง: พิจารณาเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

รสชาติของอาหารต่ออาหาร เพื่อสุขภาพจากกัญชา (Taste of Food: TF)		ระดับวัดความคิดเห็น				
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)	ไม่เห็นด้วย (2)	ปานกลาง (3)	เห็นด้วย (4)	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)
1	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามี รสชาติที่ถูกปาก และตรงกับความ ต้องการของท่าน					
2	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามี รสชาติที่คงที่ และเป็นมาตรฐาน ทุกครั้งที่บริโภค					
3	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามี รสชาติให้เลือกหลากหลาย					
4	เมื่อทานอาหารเพื่อสุขภาพจาก กัญชาจะทำให้ท่านรู้สึกดี					

ส่วนที่ 5: แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านสังคมต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา (Society: SO)

คำชี้แจง: พิจารณาเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

สังคมต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา (Society: SO)		ระดับวัดความคิดเห็น				
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)	ไม่เห็นด้วย (2)	ปานกลาง (3)	เห็นด้วย (4)	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)
1	การเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ จากกัญชาทำให้ท่านรู้สึกเป็นที่ ยอมรับในสังคม					
2	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเป็น สิ่งที่สร้างความประทับใจกับบุคคล อื่นได้					
3	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเป็น อาหารที่สังคมให้การยอมรับ					
4	ท่านจะแนะนำอาหารเพื่อสุขภาพ จากกัญชาให้กับครอบครัว และเพื่อนของท่าน					

ส่วนที่ 6: แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านอารมณ์ต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา (Emotional Value: EV)

คำชี้แจง: พิจารณาเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

อารมณ์ต่ออาหารเพื่อสุขภาพ จากกัญชา (Emotional Value: EV)		ระดับวัดความคิดเห็น				
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)	ไม่เห็นด้วย (2)	ปานกลาง (3)	เห็นด้วย (4)	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)
1	ท่านรู้สึกเพลิดเพลินเมื่อบริโภค อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา					
2	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา กระตุ้นให้ท่านอยากบริโภค					
3	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาทำให้ ท่านรู้สึกผ่อนคลาย					

อารมณ์ต่ออาหารเพื่อสุขภาพ จากกัญชา (Emotional Value: EV)		ระดับวัดความคิดเห็น				
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)	ไม่เห็นด้วย (2)	ปานกลาง (3)	เห็นด้วย (4)	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)
4	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาทำให้ ท่านมีความสุขทางใจ					
5	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาทำให้ ท่านรู้สึกดี					

ส่วนที่ 7: แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านความคุ้มค่าต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

(Perceived Value: PV)

คำชี้แจง: พิจารณาเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความคุ้มค่าต่ออาหารเพื่อสุขภาพ จากกัญชา (Perceived Value: PV)		ระดับวัดความคิดเห็น				
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)	ไม่เห็นด้วย (2)	ปานกลาง (3)	เห็นด้วย (4)	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)
1	ท่านคิดว่าอาหารเพื่อสุขภาพจาก กัญชามีประโยชน์เหมาะสมกับเงิน ที่จ่ายไป					
2	ท่านจะเลือกบริโภคอาหารเพื่อ สุขภาพจากกัญชาเนื่องจากเห็นว่า คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป					

ส่วนที่ 8: แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านความปลอดภัยต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

(Safety of Food: SF)

คำชี้แจง: พิจารณาเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความปลอดภัยต่ออาหารเพื่อสุขภาพ จากกัญชา (Safety of Food: SF)		ระดับวัดความคิดเห็น				
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)	ไม่เห็นด้วย (2)	ปานกลาง (3)	เห็นด้วย (4)	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)
1	ท่านคิดว่าอาหารเพื่อสุขภาพจาก กัญชามีประโยชน์ต่อร่างกาย และไม่เป็นอันตราย					
2	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา อาจมีส่วนผสมที่เป็นอันตราย ต่อร่างกายโดยที่ท่านไม่ทราบ					
3	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา อาจเป็นอันตรายต่อร่างกาย หลังรับประทาน					
4	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค					
5	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา อาจจะมีสารที่ก่อให้เกิดอาการแพ้ ต่อกลุ่มผู้บริโภคบางกลุ่ม					

ส่วนที่ 9 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านการรับรู้ประโยชน์ต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา
(Perceived Benefits: PB)

คำชี้แจง: พิจารณาเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ด้านการรับรู้ประโยชน์ต่ออาหาร เพื่อสุขภาพจากกัญชา (Perceived Benefits: PB)		ระดับวัดความคิดเห็น				
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)	ไม่เห็นด้วย (2)	ปานกลาง (3)	เห็นด้วย (4)	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)
1	ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ จากกัญชา เพราะเห็นว่าเป็น ประโยชน์ต่อร่างกาย					
2	ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ จากกัญชาเพราะมีราคาไม่แพง					
3	ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ จากกัญชาเพราะเห็นว่ามีควม ปลอดภัย					
4	ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ จากกัญชาเพราะเป็นที่นิยมใน สังคม					
5	ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ จากกัญชาเพราะรับประทานอยู่ เป็นประจำ					
6	ท่านตัดสินใจบริโภคอาหารเพื่อ สุขภาพจากกัญชาเนื่องจากคิดว่า อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา สามารถรักษาโรคได้					

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาสละเวลาในการทำแบบสอบถามในครั้งนี้

ประวัติเจ้าของผลงาน

ชื่อ-นามสกุล	น.ส.ณัฐกร รัตนถาวรภิติ
อีเมล	Natthakorn.ratt@gmail.com
ประวัติการศึกษา	ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการโรงแรม คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY