

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ
จากทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทย

FACTORS WHICH INFLUENCE THAI CONSUMERS' PERCEPTION ON BENEFITS
OF CANNABIS CONTAINED PRODUCTS



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ
จากัญชาของผู้บริโภคชาวไทย

FACTORS WHICH INFLUENCE THAI CONSUMERS' PERCEPTION ON BENEFITS
OF CANNABIS CONTAINED PRODUCTS



BANGKOK
UNIVERSITY
ณัฐกร รัตนถาวรกิติ
THE CREATIVE UNIVERSITY

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวและการบริการ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2565

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาานวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวและบริการ

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ
จากกัญชาของผู้บริโภคชาวไทย

ผู้วิจัย ณิชกร รัตนถาวรกิติ



ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการสอบ
(ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก)

ดร.อภิญญา พงษ์วาท

กรรมการสอบ
(อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒพงศ์ ฟ้าแพ

กรรมการสอบ
(อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม)

ดร.มณีเนตร วรชนะนันท์

กรรมการสอบ
(อาจารย์ประจำหลักสูตร)

ดร.รัชดา รื่นรวย

ณัฐกร รัตนถาวรกิติ. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวและบริการ), กรกฎาคม 2566, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาของผู้บริโภคชาวไทย (97 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒพงศ์ ฟักแพ

บทคัดย่อ

การศึกษางานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ข้อ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ในมิติต่าง ๆ ต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาสำหรับผู้บริโภคในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างปัจจัยการเลือกอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา และการรับรู้ประโยชน์ของอาหารสำหรับผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา และ 3) เพื่อจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านการรับรู้ของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาโดยการใช้วิธี Importance-performance Map Analysis (IPMA) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มผู้บริโภควัยทำงานที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยเป็นจำนวน 300 คน โดยจะต้องเป็นผู้ที่เคยบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาตั้งแต่ปี 2565 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการประเมินแบบโครงสร้าง (Structural Model Assessment) ตัวแบบสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Square Structural Equation Model: PLS-SEM) ใช้วิเคราะห์และหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SMART-PLS

ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และมีรายได้มากกว่าเดือนละ 45,000 บาท 1) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเชิงบวกในด้านสังคม ด้านอารมณ์ ด้านความคุ้มค่า และด้านรสชาติตามลำดับ และไม่มีความคิดเห็นเชิงบวกในด้านความปลอดภัย ต่อการรับรู้ประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา 2) จากผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างในการเลือกบริโภคต่อการรับรู้ประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา พบว่า ด้านสังคมส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามากที่สุด รองลงมาคือด้านอารมณ์ ด้านความคุ้มค่า ด้านรสชาติ และด้านความปลอดภัยตามลำดับ 3) อีกทั้งยังสามารถจัดลำดับความสำคัญของปัจจัย

ด้านการรับรู้ประโยชน์จากวิธี IPMA ส่งผลให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับด้านสังคมมากที่สุด รองลงมาคือด้านอารมณ์ ด้านความคุ้มค่า ด้านรสชาติ และด้านความปลอดภัยตามลำดับ

คำสำคัญ: การรับรู้ประโยชน์, อาหารเพื่อสุขภาพ, กัญชา, การตัดสินใจ



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

Ratthanathawornkiti, N. Master of Arts (Innovative Tourism and Hospitality Management), July 2023, Graduate School, Bangkok University.

Factors which Influence Thai Consumers' Perception on Benefits of Cannabis Contained Products (97 pp.)

Thesis Advisor: Asst. Prof. Pipatpong Fakfare, Ph.D.

ABSTRACT

This research study has 3 objectives: 1) To study various perception factors towards healthy Food consumption from cannabis for consumers in Thailand. 2) To study the structural relationship between factors of healthy Food selection from cannabis and perception of Food benefits for Thai consumers to choose healthy Foods based on cannabis. 3) To prioritize consumer perception factors that affect the choice of healthy Foods from cannabis by using the Importance-performance map analysis (IPMA). The sample used in the study was from a group of working age (20 years and above) consumers that consumed healthy Foods from cannabis since 2022 and were living in Thailand. The tool used in the study was an online questionnaire. Statistics used to analyze data include percentages, averages, standard deviations, and Structural Model Assessment. Partial least quadratic structure equation model analyzes and find relationships between variables using SMART-PLS program.

According to the study's findings, the majority of respondents were female, between the age of 20 and 30, most had bachelor's degree, and were employed as private workers with an average monthly income of higher than 45,000 baht.

1) Respondents had positive opinions on social, emotional, Value, and taste aspects. On the other hand, respondents had favorable judgement regarding the social, emotional, Value, and taste dimensions. Additionally, there are no favorable safety evaluations to be found with respect to the view of the advantages of cannabis-infused Food. 2) For analysis results, showed that the social aspect was given the highest priority, followed by personal feeling, Value of money, taste and safety accordingly 3) The IPMA methodology also helped us to determine the priority of

factors based on the responses of the survey participants, the results showed that the social aspect was given the highest priority, followed by personal feeling, Value of money, taste and safety in consumption in that specific order.

Keywords: Perceived Benefits, Healthy Food, Cannabis, Decisions



**BANGKOK
UNIVERSITY**

THE CREATIVE UNIVERSITY

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ไปได้ด้วยความอนุเคราะห์ และความช่วยเหลือจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒพงศ์ พักแพ ที่กรุณาเสียสละเวลาให้คำชี้แนะ พิจารณางานวิจัยทุกข้อบกพร่องด้วยความเอาใจใส่ และตอบกลับด้วยความรวดเร็ว ส่งผลให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ตามเวลาที่กำหนดไว้ และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ดร.มณีเนตร วรชนะนันท์ ที่ให้ความอนุเคราะห์ให้คำแนะนำ และกำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มาตลอด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความเมตตาของทั้งสองท่านที่มีต่อผู้วิจัยจนทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ทางบัณฑิตวิทยาลัย และเจ้าหน้าที่ทางหอสมุดสำหรับคำแนะนำและการช่วยเหลือตลอดการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณครอบครัว ญาติพี่น้อง และผู้ใกล้ชิดทุกท่าน ที่คอยสนับสนุนในด้านการศึกษา การเก็บแบบสอบถาม และเป็นกำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

BANGKOK
UNIVERSITY
THE CREATIVE UNIVERSITY

ณัฐกร รัตนถาวรกิติ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ซ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษางานวิจัย	8
1.3 ขอบเขตของการศึกษางานวิจัย	8
1.4 คำถามของการศึกษางานวิจัย	9
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษางานวิจัย	9
1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะของงานวิจัย	10
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
2.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านการรับรู้	12
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้านการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่า	14
2.3 แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจในการซื้อสินค้า	15
2.4 แนวคิดและทฤษฎีอาหารเพื่อสุขภาพ	17
2.5 แนวคิดและทฤษฎีอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา	20
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24
2.7 สมมติฐานงานวิจัย	27
2.8 กรอบแนวคิดงานวิจัย	30
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษางานวิจัย	31
3.1 ประเภทของงานวิจัย	31
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา	31
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	32
3.4 คำถามที่ใช้ในงานวิจัย	33
3.5 การตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย	39
3.6 วิธีการเก็บข้อมูลการวิจัย	46

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 (ต่อ) ระเบียบวิธีการศึกษางานวิจัย	
3.7 วิธีการทางสถิติ	46
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ	51
4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามและแบบสอบถามความสนใจ	51
4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม	54
4.3 ส่วนที่ 3 การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง	59
4.4 ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน	68
4.5 ส่วนที่ 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	71
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	72
5.1 สรุปผลการวิจัย	72
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	76
5.3 ข้อเสนอแนะงานวิจัย	79
บรรณานุกรม	81
ภาคผนวก	89
ประวัติเจ้าของผลงาน	97

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1: ตารางแสดงข้อมูลสำหรับคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม	33
ตารางที่ 3.2: ตารางแสดงคำถามของงานวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ทางประชากรศาสตร์ระดับการวัดข้อมูล และเกณฑ์การแบ่งกลุ่มคำตอบ	33
ตารางที่ 3.3: ตารางแสดงข้อมูลสำหรับความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถาม	35
ตารางที่ 3.4: แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านรสชาติของอาหารต่ออาหารเพื่อสุขภาพ จากกัญชา	36
ตารางที่ 3.5: แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านสังคมต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา	36
ตารางที่ 3.6: แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านอารมณ์ต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา	37
ตารางที่ 3.7: แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านความคุ้มค่าต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา	37
ตารางที่ 3.8: แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านความปลอดภัยต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา	38
ตารางที่ 3.9: แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านการรับรู้ประโยชน์ต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา	39
ตารางที่ 3.10: ข้อมูลแสดงผลการตรวจแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ	40
ตารางที่ 3.11: ขั้นตอนการพัฒนา และปรับปรุงแบบสอบถาม	44
ตารางที่ 3.12: การตรวจสอบความเที่ยงของเครื่องมือ	45
ตารางที่ 3.13: เกณฑ์วัดแบบจำลอง Outer หรือแบบจำลองการวัด (Measurement Model)	48
ตารางที่ 3.14: เกณฑ์วัดแบบจำลอง Inner หรือ Structural Model	49
ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	52
ตารางที่ 4.2: จำนวนและข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามถึงความสนใจในการบริโภค	54
ตารางที่ 4.3: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านรสชาติของอาหารต่ออาหาร เพื่อสุขภาพจากกัญชา (Taste of Food: TF)	54
ตารางที่ 4.4: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านสังคมต่ออาหารเพื่อสุขภาพ จากกัญชา (Society: SO)	55
ตารางที่ 4.5: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านอารมณ์ต่ออาหารเพื่อสุขภาพ จากกัญชา (Emotional Value: EV)	56
ตารางที่ 4.6: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านความคุ้มค่าต่ออาหาร เพื่อสุขภาพจากกัญชา (Perceived Value: PV)	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.7: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านความปลอดภัยต่อ อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา (Safety of Food: SF)	57
ตารางที่ 4.8: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านการรับรู้ประโยชน์ต่อ อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา (Perceived Benefits: PB)	58
ตารางที่ 4.9: ตารางแสดงคุณภาพแบบจำลองโดยรวม	59
ตารางที่ 4.10: ตารางแสดงผลการทดสอบความเที่ยงและน้ำหนักองค์ประกอบของ เครื่องมือทางเทคนิค	60
ตารางที่ 4.11: ตาราง Fornell-Larcker Criterion	62
ตารางที่ 4.12: ตาราง HTMT	62
ตารางที่ 4.13: Cross Loading	63
ตารางที่ 4.14: ค่าผลกระทบ	66
ตารางที่ 4.15: ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของสมมติฐานที่ 1	69
ตารางที่ 4.16: ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของสมมติฐานที่ 2	69
ตารางที่ 4.17: ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของสมมติฐานที่ 3	70
ตารางที่ 4.18: ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของสมมติฐานที่ 4	70
ตารางที่ 4.19: ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของสมมติฐานที่ 5	71
ตารางที่ 4.20: สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	71
ตารางที่ 5.1: ตารางแสดงผลการทดสอบสมมติฐานการศึกษา	74

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: ลักษณะของลำต้น ใบ และดอกของต้นกล้วย	4
ภาพที่ 2.1: ลักษณะของลำต้นและใบของต้นกล้วยแต่ละสายพันธุ์	22
ภาพที่ 2.2: กรอบแนวคิดในการศึกษางานวิจัย	30
ภาพที่ 4.1: ผลลัพธ์ของสถิติจากโปรแกรม SMART-PLS	65
ภาพที่ 4.2: ผลลัพธ์ของสถิติจากโปรแกรม SMART-PLS	67
ภาพที่ 4.3 ผลลัพธ์ของข้อมูล IPMA ที่รวบรวมโดยผู้วิจัย	68



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมาให้ความสำคัญเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพกันเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2563 ได้มีการระบาดจากเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID-19 ซึ่งสถานการณ์ของเชื้อไวรัสนี้ได้แพร่ไปทั่วโลกแม้กระทั่งในประเทศไทย ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่ออย่างหนักไปทุกด้านโดยเฉพาะด้านสาธารณสุข เนื่องจากประชาชนชาวไทยติดเชื้อไวรัสโควิด-19 เป็นจำนวนมากกระทบต่อสุขภาพของประชาชนชาวไทยที่ติดเชื้อไวรัสในระยะยาว อาทิ มีอาการอ่อนเพลีย เกิดข้อบกพร่องทางรับรู้หรืออาการสมองล้า และมีอาการเจ็บหน้าอก ซึ่งพบว่าผู้ป่วยบางกลุ่มที่รักษาหายแล้วจากที่เคยออกกำลังกายได้ก็เหนื่อยง่ายขึ้นทำให้ต้องลดระยะเวลาการออกกำลังกายลง หรือที่เรียกกันว่า “Long COVID” คืออาการที่หลงเหลือหลังจากที่ได้รับเชื้อและทำการรักษามาแล้ว อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าอาการป่วยระยะยาวอาจจะไม่ส่งผลถึงชีวิต แต่มีข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องของทางมหาวิทยาลัยมิชิแกนในสหรัฐอเมริกา พบว่ามีจำนวนผู้ป่วยถึง 6.7% เสียชีวิตภายใน 60 วัน หลังเดินทางออกจากโรงพยาบาลที่ได้เข้ารับการรักษา และอีก 15.1% ต้องเดินทางกลับมาแอดมิทที่โรงพยาบาลซ้ำอีกครั้ง ซึ่งมีความสอดคล้องกับประชาชนชาวไทยที่ได้รับเชื้อโควิด-19 และมีผลกระทบจากอาการ “Long COVID” ซึ่งส่งผลกระทบต่อสุขภาพอย่างรุนแรง (กรมสุขภาพจิต, 2564 ก)

นอกจากโรคระบาดครั้งนี้จะส่งผลต่อประชาชนชาวไทยเป็นจำนวนมากแล้ว ยังมีโรคในกลุ่ม NCDs หรือเรียกอีกอย่างในภาษาไทยว่า “โรคไม่ติดต่อเรื้อรัง” เป็นโรคที่ไม่สามารถติดต่อจากอีกคนไปอีกคนได้ แต่โรคไม่ติดต่อเป็นสาเหตุการเจ็บป่วยต่อชีวิตในระยะยาว และยังทำให้เกิดความต้องการเกี่ยวกับการรักษาไปในระยะยาวหรือตลอดชีวิตที่เหลืออยู่ ซึ่งในปัจจุบันหลายประเทศกำลังเน้นการแก้ไขปัญหาโรคไม่ติดต่อ 5 โรคสำคัญ สอดคล้องกับองค์การอนามัยโลก คือ โรคเมร็ง เบาหวาน หลอดเลือดและหัวใจ โรคทางเดินหัวใจเรื้อรัง และปัญหาสุขภาพจิต นับเป็นหนึ่งในสาเหตุของการเสียชีวิตของคนไทย (กรมควบคุมโรค, 2562 ข) พบว่า ประชาชนชาวไทยนั้นเป็นโรคไม่ติดต่อเรื้อรังประมาณ 14.9 ล้านคน และเสียชีวิตประมาณ 300,000 คนต่อปี จากรายงานผลตรวจสุขภาพของคนไทยครั้งที่ 6 ในปี 2562 ถึง ปี 2563 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2557 พบว่า ประชาชนชาวไทยเสียชีวิตมากที่สุดด้วยโรคหลอดเลือดสมอง รองลงมาคือโรคหัวใจขาดเลือด โรคอุดกั้นในทางเดินหายใจเรื้อรังตามลำดับ ซึ่งสาเหตุหลักนั้นอาจมาจากการการที่ประชาชนชาวไทยบริโภคอาหารที่มีรสชาติหวาน เค็ม หรือมันจนเกินไป แม้กระทั่งการดื่มแอลกอฮอล์ สูบบุหรี่ และมีประชาชนบางกลุ่มที่ไม่ออกกำลังกาย

กายเลย ซึ่งส่วนนี้ล้วนเป็นปัจจัยเสี่ยงที่มีแนวโน้มทำให้มีการเสียชีวิตเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และยังมี การคาดการณ์เพิ่มเติมไว้ว่าจะมีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ (กรมสุขภาพจิต, 2564 ข)

เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้คนไทยเลือกที่จะหันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพกันเพิ่มมากขึ้น ซึ่งทำให้ได้รับความนิยมมากขึ้นในปัจจุบัน เกิดเป็นเทรนด์หรือเป็นกระแสการรักสุขภาพ อาทิเช่น Plant-based คือ การลดการบริโภคเนื้อสัตว์และบริโภคพืชเป็นหลัก Keto Food หรือการบริโภคอาหารที่ลดปริมาณคาร์โบไฮเดรตลง Clean Food การทานอาหารที่ลดการปรุงแต่ง รวมไปถึงการบริโภคสมุนไพรต่าง ๆ ที่ส่งผลให้สุขภาพดีขึ้นอีกด้วย อีกทั้งธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่มีการเติบโตเพิ่มมากขึ้นเป็นจำนวนมาก จากข้อมูลของ Statista ประเมินว่าในปี 2562 ตลาดอาหารเพื่อสุขภาพในทั่วโลกจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้น 178,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และอาจจะเติบโตขึ้นไปถึง 268,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2570 โดยตลาดอาหารสุขภาพจะเติบโตเฉลี่ย 6.7 ต่อปี ในระหว่างปี 2564 - 2570 จะมีตลาดขนาดใหญ่อยู่ที่ประเทศญี่ปุ่น และประเทศจีน รองลงมาคือ สหรัฐอเมริกาและยุโรป (“Functional foods มาแรง”, 2564)

อาหารสุขภาพนั้นถือว่าเป็นอาหารที่อุดมไปด้วยสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกายมากกว่าอาหารทั่ว ๆ ไป แต่ไม่ถึงขั้นเป็นอาหารที่จะนำมาบำบัดโรคได้ เช่น ช่วยเสริมภูมิคุ้มกันให้ร่างกาย เพื่อให้ร่างกายทำงานตามกระบวนการต่าง ๆ ได้อย่างปกติ และยังช่วยชะลอความเสื่อมของเซลล์ต่าง ๆ ภายในร่างกาย ซึ่งในส่วนของอาหารสุขภาพนั้นสามารถแบ่งได้ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มอาหารธรรมดา หรือ “Conventional Functional Foods” มีสารอาหารที่มีความจำเป็นต่อร่างกายของมนุษย์ เช่น วิตามิน แร่ธาตุ ไขมันดี โปรตีน และสารต้านอนุมูลอิสระ เป็นต้น และเป็นอาหารที่ล้วนมีส่วนผสมมาจากธรรมชาติ และกลุ่มอาหารเสริม หรือ “Fortified Functional Foods” อาหารที่ผสมส่วนประกอบเพิ่มเติมที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากกว่า โดยมีโภชนาการขั้นพื้นฐานที่น้อยกว่า เช่น วิตามิน ไฟเบอร์ โพรไบโอติก เป็นต้น (“Functional foods มาแรง”, 2564) ในปัจจุบันประเทศไทยนิยมนำพืชเศรษฐกิจมาประกอบเป็นอาหารสุขภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งัญชาที่ปัจจุบันได้รับการปลดล็อก ซึ่งที่ได้รับความนิยมอย่างมากกลายมาเป็นพืชเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะนอกจากจะเป็นการสนับสนุนเกษตรกรไทยให้มีรายได้แล้ว ยังก่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ รวมถึงทำให้ผู้บริโภคสุขภาพที่ดีมากขึ้นอีกด้วย

กัญชา ซึ่งก่อนหน้านี้ได้มีการส่งเสริมและพยายามผลักดันให้นำมาใช้กันอย่างยาวนาน นับตั้งแต่สมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชที่มีการนำกัญชามาใช้เพื่อการรักษาโรค และให้ความเพลิดเพลิน อีกทั้งยังมีการบันทึกในตำราโอสถพระนารายณ์ และตำราแผนโบราณหลากหลายฉบับเกี่ยวกับประโยชน์ของกัญชา (พีระ อารีรัตน์, 2564) และปัจจุบันได้มีประกาศจากกระทรวงสาธารณสุข เรื่องการกำหนดตำรับยาสารเสพติดให้โทษในประเภท 5 ตาม พ.ร.บ. ยาเสพติดให้โทษฉบับที่ 7 พ.ศ. 2562 ซึ่งในนั้นมี

กัญชารวมอยู่ด้วย หลังจากประกาศนี้กัญชาจึงได้กลายเป็นพืชเศรษฐกิจของไทยที่ถูกต้อง มีการอนุญาตให้เสพเพื่อรักษาโรคหรือในการทำงานวิจัย ในปี 2564 อนุญาตให้นำมาผสมในอาหารและเครื่องดื่ม แต่จะต้องคำนึงถึงการบริโภคอย่างเหมาะสม และต่อมาในวันที่ 9 เดือนมิถุนายน พุทธศักราช 2565 หน่วยงานรัฐบาลได้ทำการพิจารณาและมีการออกประกาศจากทางกระทรวงสาธารณสุข ว่าด้วยเรื่องสมุนไพรรอบคอบ พ.ศ. 2565 กัญชาหรือสารสกัดที่มาจากกัญชา ซึ่งได้มีการอนุญาตให้บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปเท่านั้น ที่จะสามารถครอบครองกัญชาเพื่อการใช้ประโยชน์ ดูแลเก็บรักษาไว้ได้ ขนย้ายไปไหนสถานที่อื่นภายในประเทศ และจัดจำหน่าย นอกจากนี้ยังมีข้อยกเว้น คือห้ามสูบบุหรี่ในพื้นที่สาธารณะ ห้ามจำหน่ายให้กับผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ และห้ามใช้ในสตรีมีครรภ์ หรือกำลังให้นมบุตร เพราะกัญชาจะส่งผลไปถึงทารกในครรภ์ และส่วนที่มีการควบคุมเพิ่มขึ้นมาสำหรับบุคคลที่ต้องการปลูกต้องมีการแจ้งข้อมูลเข้ามาในระบบแอปพลิเคชันปลูกกัญชา ที่จัดทำโดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (“อัปเดตล่าสุด กัญชาถูกกฎหมาย”, 2565) ผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษากระบวนการนำมาใช้อย่างไรให้ถูกต้องและปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยเฉพาะการจัดจำหน่ายต่อเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี แต่นับเป็นประสบการณ์ใหม่ ๆ ของคนไทยที่จะได้ลองบริโภคอาหารที่มีส่วนของกัญชาเป็นวัตถุดิบ ส่งผลให้อาหารเพื่อสุขภาพที่มีส่วนผสมจากกัญชาในประเทศไทยได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นจากผู้บริโภคชาวไทย เนื่องจากเชื่อว่ากัญชามีประโยชน์หลากหลาย ทั้งการช่วยรักษาโรคมะเร็ง ลดอาการอาเจียน และยังช่วยให้ผ่อนคลายสบาย ผู้บริโภคชาวไทยจึงหันมาสนใจเกี่ยวกับกัญชาเป็นจำนวนมาก มีร้านอาหารและร้านเบเกอรี่หลายแห่งที่นำกัญชาเข้ามาเป็นวัตถุดิบหลักเพื่อจูงใจผู้บริโภคให้หันมาบริโภคมากยิ่งขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค, 2564)

กัญชา หรือชื่อทางวิทยาศาสตร์เรียกว่า “*Cannabis indica*” อยู่ในพืชตระกูล Cannabaceae เป็นไม้ล้มลุก ลักษณะใบมีหยักลึกเป็นแฉกมี 5 ถึง 7 แฉก ลักษณะของสีใบเป็นสีเขียวอ่อน ส่วนดอกจะเป็นช่อและออกตามง่ามใบและในส่วนของปลายกิ่งกัญชา ผลเป็นผลแห้ง และมีสารสำคัญมากกว่าร้อยชนิด และเมื่อทำการแบ่งแยกตามโครงสร้างของเคมี และเป็นสารที่สามารถนำมาสกัดเป็นยารักษาโรคต่าง ๆ ได้ จะมี 3 ชนิดด้วยกัน คือ สารแคนนาบินาไดโอด สารเทอร์ฟินอยด์ สารฟลาโวนอยด์ และสารที่พบในกัญชามากที่สุดคือ สารแคนนาบินาไดโอด (Cannabidiol) มีการศึกษาฤทธิ์ของสารตัวนี้ไว้มากมายคือ “THC” หรือ Delta 9 Tetrahydro Cannabidiol มีฤทธิ์ต่อจิตประสาท แต่จากการศึกษาสารชนิดนี้มีกลุ่มที่มีประโยชน์ต่อร่างกายจึงสามารถนำมารักษาโรคและบรรเทาอาการเจ็บปวดในหลากหลายประเทศ (นริศา คำแก่น และเจริญ ตรีศักดิ์, 2562)

ภาพที่ 1.1: ลักษณะของลำต้น ใบ และดอกของต้นกัญชา



ที่มา: CNBC. (2021). *German cannabis firm shares pop after new government pledges to legalize the drug*. Retrieved from <https://www.cnbc.com/2021/11/25/synbiotic-pops-after-new-government-pledges-to-legalize-cannabis.html>.

ปัจจุบันหลายประเทศผลักดันให้มีการใช้กัญชาอย่างเสรีและไม่ผิดกฎหมาย เนื่องจากถ้าใช้กัญชาในปริมาณที่พอเหมาะจะส่งผลเชิงบวกมากกว่าเชิงลบ (คลังความรู้ SciMath, 2562) รวมไปถึงกัญชายังถูกนำไปประกอบอาหารเพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกเจริญอาหารมากยิ่งขึ้นอีกด้วย อาทิเช่น กะเพราจากใบกัญชา ยำใบกัญชากรอบ พะโล้กัญชา ยังรวมไปถึงเมนูขนมหวาน เครื่องดื่ม และอาหารเสริมต่าง ๆ ทางด้านสรรพคุณทางยาทางแพทย์แผนปัจจุบันได้ทำการวิจัยออกมาหลายชิ้น ระบุไว้ว่า พบสารจำพวก Cannabinoids ซึ่งมีฤทธิ์ทางเภสัชวิทยาหลายด้าน ที่สำคัญคือ ฤทธิ์ที่ใช้ด้านมะเร็ง ฤทธิ์ที่ใช้ด้านอาการอาเจียน ฤทธิ์ที่ใช้แก้อาการปวด และฤทธิ์ที่ช่วยในการนอนหลับ เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาเกี่ยวกับกัญชาในการรักษาโรคมะเร็งพบว่า สาร THC (Delta-9-Tetrahydro-Cannabinoids) มีส่วนช่วยลดอาการคลื่นไส้หรืออาเจียนของผู้ป่วย จากการเข้ารับการรักษาโดยใช้ยาเคมีบำบัด และกัญชายังสามารถเสริมฤทธิ์ยาเคมีบำบัด และเพิ่มประสิทธิภาพการต้านมะเร็งได้ ส่งผลดีเกี่ยวกับการดำรงชีวิตของผู้ป่วยที่ทำการรักษาโรคมะเร็งระยะสุดท้ายดีขึ้น (นริศฯ คำแก่น และเจริญ ตรีศักดิ์, 2562) และในอนาคตตลาดโลกสำหรับกัญชาได้มีการคาดการณ์ไว้ว่าอาจจะมีมูลค่าสูงเพิ่มขึ้นถึง 109.9 พันล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา ในปี 2567 โดยแบ่งเป็นกัญชาทางการแพทย์ 60% และกัญชาเพื่อการสันทนาการ 40% และในประเทศไทยหากมีการผลักดันอย่างต่อเนื่องจะทำให้รายได้ของตลาดกัญชาใน

ประเทศไทยอยู่ที่ 3,600 ถึง 7,200 ล้านบาท ซึ่งถือเป็นการสนับสนุนเกษตรกรชาวไทยให้มีรายได้เพิ่มสูงขึ้น (“กัญชาทางการแพทย์สุดบูม”, 2564)

ซึ่งจากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าแนวโน้มธุรกิจกัญชาของประเทศไทยรวมไปถึงในต่างประเทศนั้นล้วนมีแนวโน้มไปในทิศทางที่จะปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น เพื่อรองรับให้ตรงตามความต้องการที่ถูกใช้ให้ถูกต้องตามกฎหมาย ทั้งในกลุ่มแพทย์ กลุ่มเกษตรกร และกลุ่มร้านอาหารเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ บริษัท Grizzle Canada ได้กล่าวไว้ว่า มูลค่าตลาดเครื่องดื่ม ขนมหวาน และตลาดอาหารของกัญชาในแคนาดาในปี พ.ศ. 2565 จะมีมูลค่า 4,000 ล้านดอลลาร์แคนาดา (The Bangkok insight, 2565) ซึ่งปัจจุบันตลาดอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาในประเทศไทย มีร้านอาหารจำนวนมากได้มีการนำกัญชามาเป็นวัตถุดิบเสริมในการประกอบอาหารเมนูต่าง ๆ เช่น ก๋วยเตี๋ยว กะเพรา ขนมปังหน้าหมู รวมไปถึง บราวน์ น้ำปลาร้า อาหารเสริม และเครื่องดื่ม สอดคล้องกับการศึกษาของ กฤษคุณ ภาณีดิฏาณกร (2564) พบว่า ธุรกิจ Food & Beverage จากกัญชาที่ได้ทำการเปิดจำหน่ายเป็นร้านแรก ๆ หลังจากได้รับใบอนุญาตจาก “อย.” หรือองค์การอาหารและยา ส่วนมากจะมีฐานการผลิตและช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีการกระจายไปในหลายพื้นที่อยู่แล้วในปัจจุบัน ซึ่งถือเป็นโอกาสทางธุรกิจที่จะสามารถเติบโตได้มากกว่าร้านอาหารและเครื่องดื่มจากกัญชาที่เปิดตามมาภายหลัง ซึ่งมีการคาดการณ์ว่าร้านอาหารที่ขายอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาจะมีแนวโน้มไปในทิศทางที่ดี ซึ่งส่งผลทำให้ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคชาวไทยเพิ่มมากขึ้น

การที่ผู้บริโภคหันมาสนใจอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเกิดจากกระบวนการรับรู้ว่าอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา ส่งผลดีในหลาย ๆ ด้านต่อสุขภาพ กล่าวคือ กระบวนการรับรู้ รวมไปถึงการจัดรวบรวมข้อมูลจนไปถึงการตีความในส่วนต่าง ๆ นั้นล้วนมาจากความรู้สึกที่ได้รับ ณ เหตุการณ์นั้น ๆ จริง รวมไปถึงการที่ได้พบเจอผ่านประสบการณ์ (ประสิทธิ์ รัตนพันธ์ และมณีรัตน์ รัตนพันธ์, 2565) สอดคล้องกับการศึกษาของ กฤษคุณ ภาณีดิฏาณกร (2564) ผลการศึกษา พบว่า การรับรู้ถือเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีความสำคัญมาก ซึ่งอาจจะมีส่วนทำให้ส่งผลไปถึงการเปลี่ยนแปลงทางด้านทัศนคติเกี่ยวกับการเลือกที่จะตัดสินใจของผู้บริโภคที่สามารถเกิดการเปลี่ยนแปลงไปได้ทุกเมื่อเช่นกัน จนสามารถนำไปสู่การยอมรับของผู้บริโภค และที่ตามมาเป็นลำดับคือการปฏิบัติหรือการแสดงพฤติกรรมที่แสดงออกมาในเรื่องการเลือกที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา และการศึกษายังได้แบ่งผู้บริโภคที่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาได้เป็น 2 ประเภท ตามความสนใจ ได้แก่ ผู้บริโภคที่สนใจในผลิตภัณฑ์จากกัญชา และผู้บริโภคที่ไม่สนใจในผลิตภัณฑ์จากกัญชา ทำให้ผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่มนี้นั้นได้รับการรับรู้ที่ไม่เหมือนกันหรือมีความแตกต่างกันในแต่ละทิศทาง และยังรวมไปถึงการได้รับการรับรู้ผ่านทางประสบการณ์ของผู้บริโภคบุคคลนั้น ๆ และในส่วนของผู้บริโภคที่มีความสนใจนั้น มักจะมีการตระหนักถึงประโยชน์ที่จะได้รับ และยังทราบถึงผลข้างเคียงของกัญชาที่จะส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค

ได้เป็นอย่างดี แต่ในส่วนของผู้บริโภคที่ไม่ได้มีความสนใจในผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมจากกัญชานั้นจะไม่มี ความมั่นใจในตัวผลิตภัณฑ์ ฉะนั้นกลุ่มผู้บริโภคชาวไทยจึงได้มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ภายในประเทศ เกี่ยวกับด้านธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพจากกัญชา ธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่มถือเป็นหนึ่งปัจจัยในการขับเคลื่อนให้พืชเศรษฐกิจอย่างกัญชาสามารถอยู่กับผู้บริโภคชาวไทย ในปัจจุบันได้

จากบทความข้างต้นที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และนำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับ งานวิจัยหรือบทความที่มีความเกี่ยวข้องนั้นทำให้ได้สังเกตเห็นถึงประเด็นต่าง ๆ ที่ประชาชนชาวไทยส่วนใหญ่ นิยมหันกลับมาดูแลสุขภาพตนเองกันเพิ่มขึ้น สิ่งที่เห็นได้ชัดคือ ประชาชนส่วนใหญ่มาออกกำลังกาย กันเยอะขึ้น สังเกตได้จากส่วนสาธารณสุขหลายแห่งในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การบริโภค อาหารเพื่อสุขภาพ ประกอบกับในปัจจุบันกัญชายังเป็นกระแสในอาหารเพื่อสุขภาพ แต่ยังมีประชาชน ชาวไทยบางคนหรือบางกลุ่มที่ยังไม่เข้าใจ หรือยังไม่ทราบถึงประโยชน์ที่แท้จริงของอาหารเพื่อสุขภาพ จากกัญชาในปัจจุบัน สอดคล้องกับการศึกษาของ อีรวดี อุนยะพันธ์ และพิพัฒน์ นนทนาธรณ์ (2564) กล่าวว่า ถ้าได้มีการเสนอให้ทางภาครัฐ องค์กร รวมไปถึงหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องกับงานส่วนนี้เขามา มีส่วนรวมในการสนับสนุน เช่น กระทรวงสาธารณสุข อนามัยในชุมชน เป็นต้น โดยมีหน้าที่ในการ เข้ามามีส่วนร่วมในการให้ความรู้ ความเข้าใจในหลาย ๆ ด้านเกี่ยวกับกัญชา มีการเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ เฉพาะด้านเกี่ยวกับกัญชาหรือกัญชามาให้ความรู้ อาจจะเป็นการจัดตั้งศูนย์ในแต่ละชุมชน การจัด ฝึกอบรมตามจุดต่าง ๆ ทำให้ประชาชนเกิดองค์ความรู้ใหม่และถูกต้องเกี่ยวกับกัญชาทั้งทางสื่อ ออนไลน์ และออฟไลน์ ซึ่งจะส่งผลให้ประชาชนชาวไทยทั่วไปที่ยังไม่เคยบริโภคมีความเชื่อถือในตัว ของกัญชามากขึ้นในการที่จะเลือกซื้อเพื่อบริโภค หรือเลือกต้องการที่จะปลูกเพื่อการรักษาโรคมามากขึ้น และมีการเปลี่ยนแปลงความคิด ทศนคติที่มีต่อกัญชาไปในทางที่ดีมากขึ้นต่อการเลือกใช้หรือการเลือก บริโภคกัญชา จากปกติที่เคยได้รับข้อมูลมาจากหลายด้านทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ไม่ดีมากนักต่อกัญชา จากที่ว่ากัญชานั้นเป็นสารเสพติดที่ให้โทษแก่ร่างกาย เพื่อจะได้เป็นประโยชน์ และโอกาสใน การพัฒนาแก่ธุรกิจต่าง ๆ

หลังจากวันที่ 15 ธันวาคม 2565 ได้มีคณะสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร หรือเรียกว่า ส.ส. ได้มีการร่างเสนอให้กัญชากลับเข้าสู่ไปเป็นยาเสพติดที่ผู้เสพ หรือจำหน่าย ครอบครองมีโทษตามกฎหมาย แต่ด้วยการที่กัญชาที่ถูกเอาออกมาให้ถูกกฎหมายแล้วนั้นสามารถนำกลับเข้าสู่ระบบยาก ทางอธิบดี กรมการแพทย์แผนไทยจึงได้มีการแจ้ง กระทรวงสาธารณสุขจัดกฎหมายคุ้มครองเฉพาะสำหรับสมุนไพร ควบคุมขึ้นมาแทน โดยการสื่อสารและให้ข้อมูลความรู้ในรอบด้าน มีการขอความร่วมมือสังคม ครอบครัวยุบรวมช่วยกัน เหมือนกรณีบุหรี่ แอลกอฮอล์ แต่สถานประกอบการ ผับบาร์ ห้ามสูบบุหรี่ จัดจัด จำหน่าย หากมีการฝ่าฝืนจะมีคำสั่งปิดกิจการสถานทีนั้น ๆ พร้อมกับดำเนินคดีตามกฎหมาย และจาก

นี้จะมีการปรึกษากับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องวางแผนการใช้กฎหมายกับผู้ฝ่าฝืนอย่างเข้มงวด ระหว่าง รอร่าง พ.ร.บ. กัญชากัญชง เพื่อบังคับใช้ด้านกรมการแพทย์ และกรมสุขภาพจิต และให้เกิดผลดีมากที่สุดเพื่อให้อยู่ในความดูแลนั้นจึงมีระบบติดตามผลกระทบทั้งหมดที่จะตามมาในภายหลัง (กรมการแพทย์แผนไทยฯ, 2565)

จากการศึกษารวบรวมข้อมูลเบื้องต้น พบว่า ในประเทศไทยมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับกัญชาเพื่อการนำมารักษาโรคเฉพาะทางการแพทย์เท่านั้น แต่ยังไม่มีการสำรวจหรือศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องในเรื่องของทางด้านอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาโดยตรง จึงทำให้ผู้วิจัยได้เกิดความคิดที่จะลองทำการศึกษาค้นคว้าและทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่ได้เคยรับประทานอาหารที่มีวัตถุดิบหรือส่วนผสมจากกัญชา โดยผ่านการสำรวจและลงพื้นที่ไปหาผู้บริโภคทางออนไลน์ โดยผู้วิจัยจะทำการศึกษาและสำรวจในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาด้านต่าง ๆ ซึ่งประกอบไปด้วย ทักษะคิดด้านสังคม ด้านอารมณ์ และความรู้สึกรู้ด้านของราคาอาหารที่มีความคุ้มค่าและสมเหตุสมผลมากนัก้อยประการใด ด้านทัศนคติ การตัดสินใจ และทัศนคติด้านความปลอดภัยเมื่อบริโภคอาหาร รวมไปถึงทางด้านรสชาติของอาหารที่ผู้บริโภคได้รับประทาน เพื่อต้องการทราบถึงปัจจัยการตั้งใจเลือกบริโภคอาหารสุขภาพจากกัญชาในประเทศไทย และนอกจากนี้ยังสามารถทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มที่กำลังคิดที่จะเปิดกิจการ หรือคิดค้นที่จะมีเมนูเพื่อสุขภาพโดยมีกัญชาเป็นวัตถุดิบ เมื่อได้รับรู้ข้อมูลในส่วนนี้ไปก็จะสามารถทราบถึงมุมมองในส่วนของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจที่จะทำการเลือกสินค้าและบริการต่าง ๆ อย่างแท้จริง นำไปสู่การพัฒนาการบริการ รวมไปถึงกลยุทธ์ของร้านอาหารให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภคได้มากที่สุด อีกทั้งในปัจจุบันกัญชาที่เพิ่งได้รับการอนุญาตให้เป็นพืชทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้งานวิจัยยังไม่มีแพร่หลาย เกี่ยวกับการศึกษาและค้นคว้ารวบรวมข้อมูลของผู้บริโภคด้านอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา สอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ ชนม์ชุตดา วัฒนธนากร และบุญภา ปิ่นทูลอัมพร (2563) ที่กล่าวว่า ควรมีการศึกษาและค้นคว้ารวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิจัยที่เกี่ยวกับปัจจัยในด้านการตัดสินใจ ที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคหรือเลือกซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมหรือวัตถุดิบจากกัญชา เพื่อที่จะได้นำข้อมูลเหล่านี้มาปรับปรุงแก้ไขให้ได้รับรู้ข้อมูลที่แท้จริง เพื่อนำมาสร้างให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้มีตัวแปรที่ต้องการศึกษาหลากหลายและครอบคลุมหลายประเด็น จึงทำให้งานวิจัยนี้สามารถเป็นแบบอย่างที่จะสามารถทำการต่อยอดต่อไปให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ที่ต้องการศึกษาหรือมีความสนใจต้องการหาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์เลือกซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาได้ เพื่อที่จะได้นำข้อมูลผลของการวิจัยในครั้งนี้เกี่ยวกับด้านต่าง ๆ ข้างต้น ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ไปทำการศึกษาต่อยอดเพิ่มเติมให้เกิดประโยชน์สูงสุด

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษางานวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา ผู้วิจัยสามารถเขียนวัตถุประสงค์ของการศึกษางานวิจัยได้ดังนี้

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ในมิติต่าง ๆ ต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาสำหรับผู้บริโภคในประเทศไทย

1.2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างปัจจัยการเลือกอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา และการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าของอาหารสำหรับผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

1.2.3 เพื่อจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยด้านการรับรู้ของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาโดยการใช้วิธี Importance-performance Map Analysis (IPMA)

1.3 ขอบเขตของการศึกษางานวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้บริโภคชาวไทยอายุ 20 ปีขึ้นไป เคยบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้บริโภคชาวไทยที่เคยบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาในประเทศไทย จำนวนทั้งหมด 300 คน

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา ได้แก่ 1) ด้านรสชาติของอาหาร 2) ด้านสังคม 3) ด้านอารมณ์ 4) ด้านความคุ้มค่า และ 5) ด้านความปลอดภัย

ตัวแปรตาม คือ การรับรู้ประโยชน์ในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาภายในประเทศไทย

1.3.3 ขอบเขตด้านสถานที่หรือพื้นที่การศึกษา

สถานที่ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัย คือ ข้อมูลจากประชาชนชาวไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย สัญชาติไทย โดยข้อมูลแบบสอบถามทำจากโปรแกรมของ Google Form โดยจะถูกส่งผ่านทาง Social Media ในช่องทางของเพจ Facebook ที่มีชื่อว่า เพจกลุ่มผู้รักกัญชาเพื่อพัฒนาตนเองและสังคม และเพจ Ganja TV รวมไปถึงผู้คนรอบตัวที่เคยบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา และมีใช้การส่งต่อเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เพิ่มขึ้นมีความสะดวกรวดเร็ว เพราะกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นประชากรตัวอย่างนั้นเป็นกลุ่มคนเฉพาะ

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษางานวิจัยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผ่านแบบสอบถาม เป็นระยะเวลา 3 เดือน

1.4 คำถามของการศึกษางานวิจัย

1.4.1 ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการรับรู้ในมิติต่าง ๆ ต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาสำหรับผู้บริโภคในประเทศไทย

1.4.2 ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างปัจจัยการเลือกอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา และการรับรู้ประโยชน์ของผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

1.4.3 ปัจจัยใดที่สำคัญที่สุด เกี่ยวกับด้านการรับรู้ที่ส่งผลต่อผู้บริโภคในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษางานวิจัย

1.5.1 เชิงสังคม และเศรษฐกิจ

- 1) ผลการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่มีส่วนผสมของกัญชาได้
- 2) ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในส่วนของกัญชา สามารถนำผลจากการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ ไปประยุกต์ใช้เกี่ยวกับการพัฒนาอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค รวมไปถึงการสร้างการรับรู้ที่เพิ่มมากขึ้นต่อไปในอนาคต

1.5.2 เชิงวิชาการ

- 1) ผลจากการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้จะเป็นการต่อยอดองค์ความรู้เชิงทฤษฎีของงานวิจัย อีกทั้งยังสามารถใช้ตรวจสอบตัวชีวิตในการประเมินการรับรู้ในด้านต่าง ๆ ของผู้บริโภคในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา
- 2) ปัจจุบันได้มีการศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับกัญชาออกมาไม่มากนัก ทำให้ผลจากการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้เป็นองค์ความรู้ใหม่ที่เกิดขึ้น กลุ่มผู้วิจัยหรือหน่วยงานที่มีความสนใจสามารถนำผลการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ไปเป็นแบบอย่างเพื่อนำไปสู่การเรียนการสอนในการที่จะศึกษาค้นคว้างานวิจัย การทบทวนวรรณกรรม ซึ่งสามารถต่อยอดต่อไปได้ในอนาคต
- 3) ผลจากการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้เป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาทางด้านทัศนคติต่าง ๆ ของผู้บริโภค

1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะของงานวิจัย

1.6.1 เชื้อไวรัสโคโรนา หมายถึง เชื้อที่ยังไม่ทราบถึงที่มาของเชื้อที่ชัดเจน สามารถติดได้ทั้งในมนุษย์และสัตว์ ซึ่งในปัจจุบันค้นพบสายพันธุ์นี้ ทั้งหมด 6 สายพันธุ์ ซึ่งสายพันธุ์ที่ 7 นั้นกำลังมีการแพร่ระบาดที่หนักมากในขณะนี้ทั่วโลก จึงได้มีการขนานนามว่า เชื้อไวรัสโคโรนา ก่อนจะถูกเปลี่ยนมาเป็นชื่อ โควิด-19 หรือ COVID-19 ซึ่งปัจจุบันยังได้มีการค้นพบสายพันธุ์ใหม่ที่มีการผสมกับสายพันธุ์ที่มีอยู่แล้ว ๆ เพิ่มขึ้นมาเรื่อย ๆ

1.6.2 อาหารสุขภาพ (Functional Foods) หมายถึง อาหารที่มีสารที่จำเป็นต่อร่างกายมากกว่า เป็นอาหารทั่วไป แต่ไม่ถึงขั้นที่จะนำมาเพื่อเป็นอาหารที่ใช้ในการบำบัดโรค เช่น ช่วยเสริมภูมิคุ้มกันให้ร่างกายและเพื่อให้ร่างกายได้ทำงานอย่างเป็นปกติ ชะลอความเสื่อมของเซลล์ภายในร่างกาย โดยมีโภชนาการขั้นพื้นฐานที่น้อยกว่า เช่น วิตามิน ไฟเบอร์ โปรไบโอติก เป็นต้น (“Functional foods มาแรง”, 2564) โดยบริบทของงานวิจัยชิ้นนี้ อาหารสุขภาพ คือ อาหารที่ดีต่อบุคคลหรือผู้บริโภค เมื่อทานแล้วมีประโยชน์ต่อร่างกาย ซึ่งไม่ส่งผลเสียและมีโทษในระยะยาว

1.6.3 การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง การเลือกทางที่ดีที่สุดจากในหลาย ๆ ทางเลือกที่มี เพื่อให้ตนเอง หรือองค์กรได้รับผลประโยชน์หรือสิ่งที่ดีที่สุดจากทางเลือกมากที่สุด และไม่เกิดความเสียหายในภายหลังจากที่เลือกทางนั้นแล้ว แต่หากเกิดความผิดพลาดหรือปัญหาต้องมีผลที่น้อยที่สุด (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2550) ส่วนในบริบทของงานวิจัยนี้ การตัดสินใจมีความหมายว่า การที่ผู้บริโภคได้เลือก และมีความตั้งใจเลือกทางที่ดีที่สุดให้กับตัวผู้บริโภคเองนั้น เพื่อส่งผลให้ตนเองได้รับประโยชน์ที่มากที่สุด ในส่วนของวิจัยชิ้นนี้ผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจเลือกข้อมูลจากแบบสอบถามที่เป็นความต้องการของผู้บริโภคจริง ๆ

1.6.4 ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง สิ่งเร้ารอบตัวต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดจากแรงจูงใจซึ่งนำไปสู่การส่งผลให้มนุษย์เกิดความรู้สึกในรูปแบบต่าง ๆ เมื่อร่างกายได้รับการตอบสนองตามความต้องการและตรงตามสิ่งที่มีการคาดหวัง จะเกิดจากการประเมินค่า อันเนื่องอาจมาจากการเรียนรู้ การพบเจอผ่านประสบการณ์จากการทำกิจกรรมเพื่อให้เกิดการตอบสนองตามความต้องการ และเป็นไปตามเป้าหมายของแต่ละบุคคล (พัฒนา พรหมณี, ยุพิน พิทยาวัฒน์ชัย และจิระศักดิ์ ทัพผา, 2563) โดยในบริบทของงานวิจัยชิ้นนี้ ด้านความพึงพอใจ ให้ความหมายว่า ตัวผู้บริโภคที่มีความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ และเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย หลังจากที่ได้ลองตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามาบริโภค ซึ่งความรู้สึกที่ผู้บริโภคได้แสดงออกมาจะสามารถวัดได้จากความรู้สึกผ่านการตอบแบบสอบถามของงานวิจัย และแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

1.6.5 การรับรู้ (Perception) หมายถึง การตอบสนองของบุคคลต่อข้อมูลที่อยู่รอบตัวและมีการตีความหมายสิ่งเหล่านั้นออกมา ซึ่งมนุษย์สามารถรับรู้ในสิ่งเดียวกันได้แต่ผลอาจแตกต่างกัน อันเนื่องมาจากความตั้งใจในการรับรู้ และการเบี่ยงเบนความสนใจไปตามกระแส ประสบการณ์ รวมถึงอาจถูกชักจูงไปตามความเชื่อ (พิณิชา กิจเกษมพงศา, 2559) โดยในบริบทของงานวิจัยนี้ การรับรู้ หมายความว่า ผู้บริโภคในประเทศไทยสามารถรับรู้คุณค่าของในตัวักัญชาได้มากน้อยเพียงใด และสามารถส่งผลต่อการตั้งใจในการเลือกบริโภคักัญชาหรือไม่ ซึ่งสามารถวัดได้จากแบบสอบถาม หรือการแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้บริโภครายบุคคลนั้น



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

บทที่ 2

ทบทวนเอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและทำการศึกษาค้นคว้างานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ทั้งจากทางเว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ และข่าวสารต่าง ๆ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศโดยมีการนำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้านการรับรู้

การรับรู้ (Perception) หมายถึง กระบวนการเข้าใจความคิด รู้สึก นึกคิด และการเรียนรู้ทำความเข้าใจ และตัดสินใจต่อสิ่งเร้าที่เข้ามามีส่วนร่วมกับประสาทสัมผัสทั้ง 5 และทำการส่งกระแสไปยังระบบประสาท สู่ระบบสมองเพื่อแปลความ ซึ่งจะสามารถเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีส่วนประกอบคือ สิ่งเร้า (Stimulus) เป็นการถูกกระตุ้นให้เกิดการโต้ตอบพฤติกรรมต่าง ๆ ที่มีการเข้ามากระทบต่อประสาทสัมผัสโดยผ่านอวัยวะที่รับสัมผัสทั้ง 5 ส่วน ประสาทสัมผัส (Sense Organs) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกต่าง ๆ เมื่อได้มีการรับสิ่งเร้าเข้ามา อาทิเช่น การดม การฟัง การดู การชิมรสผ่านทางปากส่งต่อไปต่อมรับรสของมนุษย์ และส่งต่อไปยังสมองเพื่อทำการแปลความหมาย และสุดท้ายคือการแปลความหมายของสิ่งที่เราได้สัมผัสหรือได้เคยพบเห็นแล้ว สิ่งเหล่านั้นจะอยู่ในความทรงจำ และเมื่อได้เห็นอีกครั้ง สมองจะทำการทบทวนความรู้เดิมว่าสิ่งนั้นคืออะไร (Novabizz, 2555)

สอดคล้องกับ ชนัญชิตา คำมินเศก (2553) ที่กล่าวไว้ว่า กระบวนการรับรู้เป็นสิ่งที่มนุษย์เข้าใจสิ่งเร้าผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 และยังเป็นตัวที่กำหนดทัศนคติ แรงจูงใจ และความต้องการของผู้บุคคลที่รับสารได้ และมนัสพงค์ พัฒนวิบูลย์ (2553) กล่าวว่า การรับรู้ คือกระบวนการแปลความหมายของสิ่งเร้าที่เข้ามากระทบประสาทสัมผัสต่าง ๆ แต่การแปลความหมายจะออกมาแบบไหน ล้วนขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บุคคลที่รับสาร และสภาพจิตใจ ณ ปัจจุบันของผู้บุคคลที่รับสารอีกด้วย

มนุษย์นั้นมีการรับรู้ที่มีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับภูมิหลัง สภาพร่างกาย ประสบการณ์ที่ได้ผ่านหรือพบเจอมา และความสามารถของผู้คนนั้น พัชณี เจริญรยา, เมตตา กฤตวิทย์ และถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ (2543) ให้คำนิยามว่า กระบวนการรับรู้ที่เกิดขึ้นได้โดยที่ไม่ตั้งใจให้เกิดหรือไม่รู้ตัว ซึ่งมักจะเกิดตามประสบการณ์ของผู้รับสาร แต่ผู้รับสารแต่ละคนไม่ได้แปลความหมายของการรับรู้ออกมาได้เหมือนกันเสมอไป โดยทั่วไปการรับรู้ที่มีความแตกต่างกันนั้นมีอิทธิพลที่ต่างกันไป ซึ่งอาจจะมาจากแรงผลักดันหรือแรงจูงใจ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับความรู้สึกสนใจในแต่ละบุคคล เรื่องของประสบการณ์ที่ผ่านมาแล้ว ซึ่งมนุษย์ทุกคนเติบโตมาในสภาพแวดล้อมรวมไปถึงสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัว

ของมนุษย์ เช่น บรรยากาศ อุณหภูมิ และสถานที่ นั้นล้วนมีผลต่อการรับรู้ของมนุษย์ รวมไปถึงการได้รับการเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน อาจจะมีการอบรมจากทางครอบครัวและสังคมที่พบเจอ เช่น ทางศาสนา ทัศนคติ และทางด้านความเชื่อต่าง ๆ ส่วนเรื่องเกี่ยวกับด้านสภาวะจิตใจและอารมณ์ ส่งผลต่อสิ่งเร้าอย่างมาก อาทิเช่น ความโกรธ ความเครียด ความกลัว ย่อมมีส่วนที่ส่งผลต่อความแตกต่างทั้งสิ้น

เนื่องจากการรับรู้ของผู้บริโภคของแต่ละบุคคลนั้น ที่มีความแตกต่างกันย่อมส่งผลไปถึงเรื่องของการตัดสินใจในการที่จะเลือกซื้อ หรือเลือกรับประทานอาหาร ซึ่งการรับรู้นั้นก็จะมีอิทธิพลอย่างมากโดยเฉพาะการที่ผู้บริโภคจะคำนึงถึงอาหารที่กำลังจะรับประทาน เพราะเมื่อผู้บริโภครับประทานเข้าไปแล้วนั้นจะส่งผลต่อสุขภาพที่ดีขึ้น หรือส่งผลเสียต่อสุขภาพอย่างไร ในส่วนนี้ส่งผลต่อการตัดสินใจโดยตรง จากการศึกษาผู้บริโภคที่มีการรับรู้ หรือสนใจเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพนั้น ทั้งในด้านคุณค่าทางโภชนาการต่าง ๆ แต่เมื่ออาหารนั้นไม่ก่อให้เกิดคุณค่าใด ๆ กับตัวผู้บริโภค ผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงจะสามารถตระหนักได้ว่าไม่ควรบริโภคอาหารเหล่านั้นหรือไม่ และอีกส่วนหนึ่งคือการรับรู้เกี่ยวกับคุณค่าทางอาหารที่ผู้บริโภคได้รับมานั้น ย่อมส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของด้านพฤติกรรม และความคิดของผู้บริโภคบุคคลนั้น ๆ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคหรือกลุ่มตัวอย่างที่ได้สำรวจเพื่อทำการศึกษาและวิจัย ส่วนใหญ่มักจะให้ความสำคัญต่อฉลากของอาหารที่เลือกเป็นอย่างมากมาเป็นอันดับแรก เพราะผู้บริโภคต้องการที่จะรับรู้ถึงคุณค่าสารอาหารต่าง ๆ ที่จะได้รับจากตัวสินค้า เพราะถึงอาหารชนิดเดียวกันหรือจัดจำแนกอยู่ในประเภทเดียวกัน แต่ถ้ามีคุณค่าสารอาหารที่แตกต่างกันเพียงเล็กน้อยก็สามารถที่จะส่งผลต่อผู้บริโภคเกี่ยวกับการตัดสินใจที่จะเลือกซื้อเช่นกัน (Borgmeier & Westenhofer, 2009)

การรับรู้เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ นับเป็นส่วนที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคว่าจะเลือกซื้อสินค้าหรือไม่นั้น มีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่กล่าวไว้ว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ นั้น มักจะมีการรับรู้เกี่ยวกับคุณค่าทางสารอาหาร และคุณภาพของสินค้าที่จะเลือกซื้อ ผ่านการสัมผัสจากสิ่งเร้า อาทิเช่น การดม การรับรสชาติของอาหาร และยังร่วมไปถึงการที่ผู้บริโภคจะเลือกที่จะทดลองอาหารเหล่านั้นด้วยตนเอง และเมื่อไม่ตรงตามความต้องการผู้บริโภคจะจดจำอาหารเหล่านั้นในด้านลบ (Slimani, Ferrari, Ocke, Welch & Boeing-Messing, 2015) ซึ่งส่วนนี้นั้นส่งผลต่อผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจโดยตรง จึงทำให้ตัวผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจต้องมีการสร้างหรือทำการคิดกลยุทธ์ เพื่อพัฒนาในเรื่องของอาหารหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยกลยุทธ์เหล่านี้ล้วนต้องอาศัยลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคเพื่อเข้ามาร่วมสร้างการรับรู้ และจดจำ (Dabholkar, 2015)

จากบทความข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปและให้ความหมายของการรับรู้ได้ว่า กระบวนการของมนุษย์ที่ได้รับสิ่งเร้าต่าง ๆ ผ่านทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 ไม่ว่าจะทางใดทางหนึ่ง หลังจากนั้นสมองจะประมวลผลสิ่งเร้าเหล่านั้นโดยจะคำนึงถึง ประสบการณ์ที่ผ่านมา สภาพแวดล้อมและสภาวะจิตใจใน

ปัจจุบัน เพื่อทำความเข้าใจ และแปลความหมายของข้อมูลเชิงเร้าเหล่านั้น ซึ่งการรับรู้ที่มีความแตกต่างกัน ย่อมมีส่วนที่จะส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกที่จะตัดสินใจที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ประสบการณ์ สังคม ข่าวสาร โฆษณา สื่อประชาสัมพันธ์ หรือการสัมผัสสิ่งเร้า นั้น ๆ โดยตรง ทุกขั้นตอนตั้งแต่สิ่งเร้ามาสัมผัสประสาทสัมผัสทั้ง 5 การเลือกให้ความสนใจ การจดจำ ตีความและแปลความหมาย จนกระทั่งเรียกกลับมาใช้งานล้วนจำเป็นต่อการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ ทำให้ผู้วิจัยจำเป็นต้องอาศัยแนวคิด และทฤษฎีด้านการรับรู้มาเป็นส่วนหนึ่งในเครื่องมืออธิบายถึงผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้านการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่า

การรับรู้ประโยชน์ในด้านของคุณค่านั้น มีการให้ความหมายไว้ว่า สิ่งทีบุคคลแต่ละบุคคลให้ความสำคัญกับเรื่องนั้น ๆ ว่ามีประโยชน์มากน้อยเพียงใด ซึ่งส่วนใหญ่ผู้คนมักจะตัดสินใจจากการคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ตนเองจะได้รับตามมาเสมอ อิทธิพลในสังคม สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ยังเข้ามา มีบทบาทต่อการตัดสินใจ ส่งผลให้ผู้คนมีการตัดสินใจ หรือคล้อยตามคนอื่นสุดท้ายแล้วจะส่งผลต่อการตัดสินใจทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Venkatesh, Morris, Davis & Davis, 2003) สอดคล้องกับทฤษฎีของไซเธมอล (Zeithaml, 1998 อ้างใน นวลอนงค์ พานัด, 2556) ที่มีการให้ความหมายไว้ว่าการที่ผู้บริโภคมีการประเมินผลิตภัณฑ์ และการบริการของสิ่งนั้น มีการคำนึงถึงความคุ้มค่าประโยชน์ที่ควรได้รับก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าชนิดนั้น การรับรู้ด้านประโยชน์ยังสามารถจำแนกออกเป็นด้านต่าง ๆ ได้ ดังนี้

2.2.1 การรับรู้ประโยชน์ด้านจิตใจและอารมณ์ (Emotional Value) อัลเดอร์เฟอร์ (Alderfer, 1969) มีการให้ความหมายไว้ว่า เป็นการต้องการในเชิงความสัมพันธ์ ที่ต้องการผูกมิตรกับผู้อื่นในการทำงาน การต้องการเป็นที่ยอมรับในคนหมู่มาก

2.2.2 การรับรู้ประโยชน์ในด้านการราคา (Price Value) หมายถึงการคำนึงถึงกำไร ขาดทุน ความคุ้มค่าที่ตนเองจะได้รับมาจากสินค้า หรืองานบริการนั้น ๆ โดยที่ผู้ซื้อและผู้ขายมีการกำหนดตกลงราคาขายต่อกัน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของส่วนประสมทางการตลาด ผู้บริโภคจะมีการพิจารณาประโยชน์ที่ตนเองจะได้รับกับราคาที่ตัวเองจ่าย อาจส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจกับผู้บริโภคก็ได้ (ปิยภา แดงเดช, 2557)

2.2.3 การรับรู้ประโยชน์ในด้านสังคม (Social Value) อิทธิพลต่าง ๆ ในสังคมมักเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ หรือใช้บริการ หากมีกระแสสังคมในปริมาณมาก ผู้คนให้ความสนใจและยอมรับ ผู้บริโภคมักจะคล้อยตามกระแสสังคมนั้น ๆ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจในที่สุด (Venkatesh, et al., 2003)

บทบาทของการรับรู้ประโยชน์สำหรับผู้บริโภคนั้น ถือเป็นสิ่งสำคัญในการต่อยอดคุณค่าของผลิตภัณฑ์ หรือการบริการนั้น ๆ การตั้งใจซื้อซ้ำกลับมาใช้ซ้ำของผู้บริโภค หมายความว่า ผลิตภัณฑ์เหล่านั้นมีคุณค่าทางประโยชน์ไม่ว่าจะทางด้านอารมณ์ ด้านราคา หรือสังคม

จากบทความข้างต้นส่งผลให้เห็นว่าการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่านั้น มีผลกระทบที่สำคัญสำหรับการตัดสินใจบริโภค หรือการใช้บริการ เพราะถ้าหากผู้บริโภคสังเกตเห็นถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ มักจะส่งผลให้มีการตัดสินใจในเชิงบวกต่อสิ่งเหล่านั้นมากยิ่งขึ้น สำหรับบริบทในงานวิจัยชิ้นนี้ การรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าในกัญชาจะทำให้ผู้บริโภคมีการไตร่ตรอง ทำความเข้าใจในประโยชน์ และโทษของกัญชาก่อนตัดสินใจบริโภค ไม่ว่าจะเป็นการคำนึงถึงด้านความปลอดภัยของอาหาร เพื่อสุขภาพจากกัญชา ด้านสังคมในการต้องการการยอมรับ ด้านอารมณ์ ด้านรสชาติอาหาร หรือแม้กระทั่งความคุ้มค่า ล้วนเป็นสิ่งที่สำคัญในการตัดสินใจเพื่อการรับรู้ทั้งสิ้น ถ้าหากผู้บริโภคตอบรับในเชิงบวกก็จะส่งผลดีต่อตลาดอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาของประเทศไทยที่จะสามารถเติบโตไปได้

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า

การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการเลือกละหว่างสิ่งหนึ่งจากทางเลือกหลาย ๆ ทาง รวมไปถึงผู้บริโภคที่จะต้องเลือกสินค้าและบริการที่ดีที่สุดอยู่เสมอ สอดคล้องกับการศึกษาของ ฉัตยาพร เสมอใจ (2550); บำรุง สังข์ขาว (2554) และทงศ์ศักดิ์ โสวัจัสสตากุล (2555) สำหรับกระบวนการก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค จะต้องมีการรับรู้ถึงปัญหาและความต้องการ ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้บริโภคมองเห็นความแตกต่างระหว่าง สิ่งที่อยู่ในอุดมคติกับภาวะความอยากได้ อยากจะให้เกิดขึ้น ประกอบด้วย วัฒนธรรม แวดล้อม สถานะทางสังคม สถานะทางการเงิน แรงจูงใจ เป็นต้น และในสภาวะความเป็นจริง เป็นภาวะที่เกิดขึ้นจริงและยังดำรงอยู่ในปัจจุบันที่ส่งผลต่อสภาวะในความเป็นจริง ประกอบด้วย ความเสื่อมถอยของผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพการทำงาน พัฒนาการของบุคคล เป็นต้น รวมไปถึงการค้นหาข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เพียงพอต่อเพื่อนำมาประกอบกับการเลือกที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะตัดสินใจเลือกจากการค้นหาข้อมูลที่มีอยู่ในตนเองก่อน ซึ่งมาจากความทรงจำหรือประสบการณ์ที่เคยพบเคยเห็น และอีกทางคือการหาข้อมูลจากภายนอก อาจจะมาจากการไปพบเจอในตลาด ศูนย์การค้า อาทิ สื่อโฆษณา หนังสือพิมพ์ ป้ายบอกทางต่าง ๆ รวมไปถึงเว็บไซต์ขององค์กร หรือการค้นหาข้อมูลจากเครือข่ายทางสังคม เช่น การค้นหาข้อมูลจากเพื่อน เพื่อนร่วมงาน ครอบครัว หรือแพลตฟอร์มทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น หลังจากนั้นผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจ

ในส่วนของการตัดสินใจ สามารถแบ่งได้เป็น 3 ระดับ ได้แก่

ระดับที่ 1) การตัดสินใจตามความเคยชิน (Routine Response Behavior) เป็นการตัดสินใจที่ผู้บริโภคใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจสั้น ๆ เนื่องจากมีความเคยชินกับสินค้าหรือบริการอยู่แล้ว

ระดับที่ 2) การใช้กระบวนการแก้ไขปัญหาอย่างง่าย (Limited Problem Solving) เป็นการที่ผู้บริโภคจะเอาแค่ความง่ายต่อการเลือกไม่มีการคำนึงถึงรายละเอียดมากนัก ส่งผลทำให้การตัดสินใจที่มีความรวดเร็วยิ่งขึ้น

ระดับที่ 3) แบบซับซ้อน (Extensive Problem Solving) เป็นการตัดสินใจที่ผู้บริโภคจะต้องใช้เวลาในหาข้อมูลของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ เพิ่มมากขึ้นกว่าปกติเพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจ และต้องใช้ความคิด วิเคราะห์อย่างรอบคอบ และมีความระมัดระวังอย่างมาก ส่งผลทำให้ใช้เวลาในการตัดสินใจที่นานมากขึ้นกว่าปกติ

การประเมินทางเลือก โดยทั่วไปผู้บริโภคจะพิจารณาทางเลือกแค่จำนวนหนึ่งเท่านั้น โดยมีวิธีการประเมิน 2 วิธี ดังนี้ 1 การประเมินข้อมูลที่มีอยู่ในความทรงจำ เป็นการประเมินข้อมูลจากประสบการณ์ตรง หรือประเมินจากคำบอกเล่าที่ผ่านเข้ามาแล้วอยู่ในความทรงจำ และวิธีที่ 2 คือ การสร้างวิธีการประเมินแบบใหม่ การประเมินนี้ผู้บริโภคไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อน จึงจำเป็นต้องสร้างการประเมินแบบใหม่ขึ้นมา และผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า หลังจากการค้นคว้าหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ แล้ว ซึ่งจะมีการตัดสินใจที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับลักษณะทางจิตวิทยา แม้ว่า จะได้รับข้อมูลเหมือนกันก็ตาม (พิณชา กิจเกษมพงศา, 2559) สอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกพร โมโนมัยพันธุ์ (2564) กล่าวว่า ขั้นตอนการตัดสินใจนั้นประกอบไปด้วย 5 วิธี ดังนี้

1) การรับรู้และตระหนักถึงปัญหาและความต้องการ ซึ่งปัญหาจะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างสภาพทางอุดมคติ และสภาพที่เป็นอยู่จริง โดยผู้บริโภคแต่ละบุคคลก็จะมีปัญหาที่แตกต่างกันออกไป

2) การแสวงหาข้อมูล ผู้บริโภคจะทำการแสวงหาข้อมูลก็ต่อเมื่อเกิดปัญหาขึ้น เพื่อหาหนทางแก้ไขต่อไปโดยผู้บริโภคอาจจะทำการค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ อาทิ สื่อโซเชียล ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจ

3) การประเมินทางเลือก จะเกิดขึ้นหลังจากที่ผู้บริโภคได้รับข้อมูลมาแล้ว จะทำการประเมินข้อมูลเพื่อหาข้อมูลที่ดีที่สุด ซึ่งอาจขึ้นอยู่กับความเชื่อ ความศรัทธาในตราของสินค้านั้น ๆ แต่มีผู้บริโภคบางกลุ่มที่อาจจะเลือกผ่านประสบการณ์โดยตรงต่อสินค้า

4) การตัดสินใจซื้อ ที่ไม่มีความตายตัวซึ่งมักจะขึ้นอยู่กับผู้บริโภครายบุคคล เนื่องจากแต่ละบุคคลมีข้อมูลที่แตกต่างมากน้อยที่ไม่เท่ากัน และรวมไปถึงระยะเวลาการตัดสินใจที่ไม่เท่าหรือแตกต่างกันด้วย กล่าวคือ บางสินค้าผู้บริโภคอาจตัดสินใจได้ไว แต่บางสินค้าอาจต้องใช้ระยะเวลาใน

การตัดสินใจที่นานมากขึ้น จากเหตุผลของผู้บริโภคแต่ละบุคคล เช่น ตัดสินใจจากราคาที่มีเยียมเยา เป็นต้น

5) พฤติกรรมหลังการซื้อ ผู้บริโภคอาจมีความพึงพอใจหรือไม่ก็ได้ แต่ถ้ามีความพึงพอใจ อาจจะมีการแนะนำสินค้าหรือบริการแก่ลูกค้ารายใหม่ อาจส่งผลให้เกิดการบริโภคซ้ำส่งผลดีกับทางผู้ประกอบการ แต่ถ้าหากผู้บริโภคไม่พึงพอใจในสินค้าหรือการบริการอาจทำให้เลิกที่จะเลือกซื้อสินค้าและบริการนั้นไป ส่งผลเสียแก่ทางผู้ประกอบการที่จะต้องสูญเสียลูกค้าไป และยังลดการบอกต่อกันปากต่อปากในการซื้อสินค้านั้นอีกด้วย

จากบทความข้างต้นส่งผลให้เห็นว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค นั้นประกอบไปด้วยหลายปัจจัย ทั้งปัจจัยทางการรับรู้ แรงจูงใจ อารมณ์ของผู้บริโภคขณะที่ซื้อ สถานภาพทางครอบครัว สถานภาพทางสังคม สถานภาพทางการเงิน รวมไปถึงสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมล้วนเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคทั้งสิ้น แต่ส่วนใหญ่ผู้บริโภคยังให้ความสำคัญกับการแสวงหาข้อมูล และความรู้เพิ่มเติมเพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า และหลังจากซื้อสินค้าและบริการแล้วจะเกิดพฤติกรรมหลังจากการซื้อ โดยสามารถแบ่งได้เป็นความพึงพอใจในสินค้าและบริการ และไม่พึงพอใจในสินค้าและบริการ

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้านอาหารเพื่อสุขภาพ

อาหารเพื่อสุขภาพ หมายถึง อาหารที่ให้ประโยชน์ทั้งทางด้านโภชนาการ และสารอาหารที่หลากหลาย ซึ่ง ทำให้ผู้บริโภคมุ่งเน้นในการกินเพื่อต้องการมีสุขภาพที่ดี และมีอายุที่ยืนยาว จึงได้มีการควบคุมปริมาณของอาหารที่ผู้บริโภคได้เลือกรับประทานเข้าไป ผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงนำเรื่องการบริโภคอาหาร และสุขภาพที่ดีมาเชื่อมโยงกัน เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ก็นั้นมักมีความเชื่อว่าการที่ ได้รับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพ ก็ส่งผลดีต่อร่างกายและจิตใจ และในทางตรงกันข้ามหาก ผู้บริโภคได้รับประทานอาหารไม่ถูกต้องและอาหารนั้นมีส่วนผสมที่ทำให้ร่างกายไม่แข็งแรง หรืออาจก่อให้เกิดโรคร้ายต่าง ๆ ตามมาในอนาคต อาทิเช่น โรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ เป็นต้น อีกทั้งประชาชนทั่วไปควรได้รับสารอาหารที่แตกต่างกันออกไปตามช่วงอายุ เพื่อให้เหมาะสมกับร่างกายในการทำกิจกรรมในแต่ละวัย เช่น วัยเด็กควรได้รับสารอาหารประเภท เนื้อสัตว์ ไข่ และนม เพื่อทำให้ร่างกายเจริญเติบโต ในขณะที่วัยผู้ใหญ่ และผู้สูงอายุ นั้นควรหลีกเลี่ยงหรือลดในส่วนของอาหารประเภทไขมัน หรืออาหารที่มีรสชาติจัดจนเกินไป เพื่อไม่ให้เกิดผลเสียต่อร่างกายตามมาในภายหลัง รวมไปถึงถ้าผู้บริโภคได้รับประทานอาหารที่ถูกหลักยังช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันโรค และช่วยลดความเสี่ยงจากการที่จะเกิดโรคต่างๆที่ตามมาในภายหลังจากการบริโภคอาหารได้ (Gindud, 2564) สอดคล้องกับคำกล่าวของ ฮิปโปเครติส บิดาแห่งการแพทย์ กล่าวไว้ว่า “ให้อาหารเป็นยา

และยาเป็นอาหารของเจ้า” การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ หมายความว่ารวมไปถึงการที่ผู้บริโภค รับประทานอาหารที่มีความหลากหลายและทานอาหารครบ 5 หมู่ การเลือกบริโภคอาหารที่ ปราศจากการปนเปื้อน รวมไปถึงการหลีกเลี่ยงอาหารที่มีรสจัด อาหารเพื่อสุขภาพจึงจะถือว่าเป็นยา และหากผู้บริโภคเลือกที่จะทำการบริโภคเป็นประจำนอกจะช่วยสร้างภูมิคุ้มกันแล้ว ยังช่วยป้องกัน ร่างกายจากสารพิษหรือเชื้อโรค และการเกิดไข้หวัดต่าง ๆ อีกทั้งยังช่วยเพิ่มศักยภาพระบบต่อ ต้านอนุมูลอิสระ รวมไปถึงการช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดโรคต่าง ๆ ในภายหลัง ส่งผลทำให้ชีวิตมี ความสุขมากขึ้น เพราะไม่ต้องมีความกังวลเรื่องปัญหาสุขภาพ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้าง เสริมสุขภาพ, 2564)

ในปัจจุบันผู้บริโภคเริ่มมีการตระหนักถึงพิษภัยจากการบริโภคอาหาร และเริ่มมีการรณรงค์ ให้ลดการบริโภคเนื้อสัตว์ นม และเนย รณรงค์ให้หันมาบริโภคพืช ผัก ผลไม้ และธัญพืชให้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากสารอาหารจำพวกนี้มีประโยชน์และอุดมไปด้วยเส้นใยจากธรรมชาติ ที่มีวิตามินที่ดีและมี ประโยชน์ต่อร่างกาย เพราะเนื่องจากถ้าผู้บริโภครับประทานเนื้อสัตว์ในปริมาณที่มากเกินไปจะ ส่งผลเสียต่อร่างกาย และมีโอกาสเสี่ยงที่จะเป็นโรคมะเร็งในลำไส้ใหญ่ได้ เนื่องจากเนื้อสัตว์มีปริมาณ ของโปรตีนและไขมันที่สูง และอาหารอีกกลุ่มที่ไม่ควรบริโภคมากเกินไป คือ น้ำตาล เพราะทำให้ หลอดเลือดมีความเสื่อมเร็วซึ่งเกิดขึ้นกับผู้ป่วยโรคเบาหวาน และอาหารจำพวกสุดท้ายที่ไม่ควร บริโภคมากเกินไป คือ ไขมัน เนื่องจากไขมันมีคอเลสเตอรอลสูง ดังนั้นอาหารที่จำเป็นและมีปรี โยชน์ต่อร่างกายที่สุด คือ ผัก ผลไม้ ธัญพืชต่าง ๆ สอดคล้องกับ นักสิทธิ์ ปัญญาใหญ่ (2556) กล่าวไว้ ว่า ในอนาคตผู้บริโภคมีแนวโน้มหันมาเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพกันมากขึ้นซึ่งจะเกิดขึ้นทั่ว โลก และมีแนวคิดเกิดขึ้นมากมาย และในหนึ่งแนวคิดนั้นการที่จะสร้างสุขภาพที่ดีกับคนไทยคือ กิน อยู่อย่างสมดุลและวิถีการใช้ชีวิต หรือ “Balanced Diet & Lifestyle” ซึ่งการใช้ชีวิต และการบริโภค อาหารควรทำให้สมดุลกัน ประกอบกับอาหารเพื่อสุขภาพในปัจจุบันได้รับความสนใจอย่างแพร่หลาย ซึ่งไม่ได้เกิดขึ้นแค่กับประชาชนทั่วไป แต่ยังรวมไปถึงทั้งทางด้านการวิจัยและเชิงพาณิชย์ ส่งผลให้ ผู้ประกอบการรายเก่าและรายใหม่หันมาทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ต่าง ๆ ตามมาอย่างต่อเนื่อง (นันทน์ นิลทัพ, 2555) อาทิ เนื้อสัตว์ที่ผ่านกระบวนการผลิตมาจาก พืช หรือที่เรียกว่า “Plant Based Food” ผัก ผลไม้อบกรอบ อาหารลดแป้งเน้นไขมันอย่างดีโตเจนิค รวมไปถึงการนำสมุนไพรต่าง ๆ มาผสมในอาหารเพื่อให้ผู้บริโภคมีทางเลือกใหม่ ๆ ในการบริโภค มากยิ่งขึ้น

ณ ปัจจุบันหลังจากที่ได้มีการเกิดวิกฤตสถานการณ์โควิด-19 เทรนด์ของอาหารเพื่อสุขภาพ ได้มีการเติบโตเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ อย่างมีนัยสำคัญ อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล ฟู้ด อินฟอรมะชั่น เคาน์ซิล ได้ มีการทำแบบสำรวจด้านอาหารและสุขภาพประจำปี 2563 พบว่า ร้อยละ 54 ของผู้บริโภคในกลุ่มคน

ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีการเลือกรับประทานอาหารและเครื่องดื่มโดยจะมีการคำนึงถึงเรื่องสุขภาพ มากกว่าราคาและรสชาติของอาหาร และในช่วงสถานการณ์โควิด-19 การซื้อขายอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อสุขภาพ เช่น ผัก ผลไม้ ออร์แกนิกที่ปกติเดิมได้รับความนิยมจากกลุ่มคนที่รับประทานอาหารเพื่อ สุขภาพอยู่แล้ว หลังเกิดสถานการณ์โรคระบาด หรือเรียกว่า ยุค New Normal ทำให้ได้รับความนิยม เพิ่มมากขึ้น (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2564) และอาหารเพื่อสุขภาพปัจจุบัน มีมากมายหลายประเภท สามารถแบ่งเป็นหมวดหมู่ได้ ดังนี้

อาหารธรรมชาติ หมายถึง อาหารที่ได้จากธรรมชาติ ไม่มีสารตกค้าง ไม่มีสิ่งแปลกปลอมหรือ สารพิษ และไม่ผ่านกระบวนการผลิตหรือการปรุงที่มีความซับซ้อนหรือหลากหลายขั้นตอน หรือเรียก ได้ว่าเป็นการเลือกบริโภคอาหารที่มาจากธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นเกิดขึ้นตามฤดูกาล ซึ่งเชื่อว่ามีผลดี ต่อสุขภาพ และยังช่วยรักษาโรคต่าง ๆ ได้ เพราะไม่มีการใช้สารเร่งการเจริญเติบโต รวมไปถึงในส่วน ของผักและสมุนไพรพื้นบ้านก็จัดเป็นอาหารธรรมชาติที่มีประโยชน์ โดยเป็นทั้งอาหารและยาที่มี สรรพคุณช่วยในการรักษาหรือบรรเทาโรคร้ายต่าง ๆ ได้ เช่น มะม่วงหาวมะนาวโห่ ตำลึง กระจิน กะเพรา กลั้ว พักทอง มะขาม ไข่มดแดง เป็นต้น

อาหารออร์แกนิก หรือผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์หรือผลผลิตที่เกิดจาก ธรรมชาติ โดยไม่มีการปนเปื้อนของสารเคมี และสารสังเคราะห์ใด ๆ โดยเฉพาะยาฆ่าแมลง รวมไปถึง วัตถุกันเสียที่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ร่างกาย อีกทั้งในส่วนของการออร์แกนิกจะต้องมีกระบวนการ ทางด้านการผลิตที่ไม่ส่งผลทำให้เกิดความไม่ปลอดภัยกับธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม สัตว์ และมนุษย์ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งวิธีในการช่วยอนุรักษ์ดิน น้ำ และระบบนิเวศให้ยั่งยืนต่อไป

อาหารเสริมสุขภาพ จัดเป็นอาหารเสริมที่ใช้บริโภคโดยตรง นอกเหนือจากการบริโภคอาหาร จานหลัก โดยทั่วไปอาหารเสริมสุขภาพมักจะมาในรูปแบบของเม็ด แคปซูล ผง หรือของเหลว โดย อาหารเสริมสุขภาพนั้นมักมีจุดมุ่งหมายในการผลิตหรือคิดค้นผลิตภัณฑ์ขึ้นมาเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับ สารอาหารอย่างครบถ้วน รวดเร็วและง่ายตาย เช่น แคลเซียมอัดเม็ด น้ำมันปลาชนิดแคปซูล ผงไฟเบอร์ ผลิตภัณฑ์โรยข้าวต่าง ๆ เป็นต้น

เทรนด์อาหารออร์แกนิกเป็นที่นิยมอย่างมากในกลุ่มของคนรุ่นใหม่ ซึ่งผลกระทบจากโรค ระบาดโควิด19 ที่ยาวนานตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2019 ส่งผลต่อวิถีชีวิตและการดำรงชีวิตของ ประชาชนที่เคยมีอดีตไปอย่างสิ้นเชิง อาทิ การใช้ชีวิตในพื้นที่สาธารณะ การทำงาน การเดินทาง ล้วนเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้ประชาชนชาวไทยนั้น มีความคิดและความสนใจที่จะหันกลับมาดูแลใส่ใจ สุขภาพและการเลือกรับประทานอาหารของตนเองกันมากขึ้น อีกทั้งยังส่งผลไปถึงการช่วยกันหัน มารณรงค์รักษาความสะอาดและดูแลสุขภาพธรรมชาติเพื่อความยั่งยืน และมั่นคงทางอาหารเพิ่ม อีกด้วย จากผลสำรวจ ประชาชนไทย 7 ใน 10 คน ต้องการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น

คิดเป็นร้อยละ 53 และผู้บริโภคส่วนใหญ่ยอมจ่ายเงินมากกว่าเดิมเพื่อให้ได้รับประทานอาหารที่มีประโยชน์ มีคุณภาพที่ดี และต้องปลอดภัย ประเด็นสำคัญที่ผู้บริโภคใช้ในการเลือกอาหารเพื่อสุขภาพนั้นคือ อาหารนั้นต้องมีให้สารอาหารที่ครบ 5 หมู่ เสริมภูมิคุ้มกันทางร่างกาย และสามารถป้องกันหรือต่อสู้กับเชื้อโรคได้ เช่น อาหารที่ส่วนประกอบของวิตามินซี สารเบต้ากลูแคน เบต้าแคโรทีน เป็นต้น ซึ่งในประเทศไทยมีอาหารและวัตถุดิบเพื่อสุขภาพอยู่เป็นจำนวนมาก ทั้งมีคุณภาพสูง สามารถหารับประทานได้ง่าย และมีปริมาณที่สมเหตุสมผลกับราคา เช่น สามารถทาน เห็ดปุยฝ้าย หรือเมล็ดฟักทองแทนการทานโปรตีนได้ (Unilever Food Solution, 2565)

จากบทความข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ตลาดของอาหารเพื่อสุขภาพในประเทศไทยนั้นยังสามารถที่จะขยายตัวและเติบโตขึ้นได้อีกอย่าง และสามารถตอบโจทย์ให้กับผู้บริโภคด้านความต้องการที่มีเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน และมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของผู้บริโภคที่เลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ เนื่องจากในช่วงที่เกิดโรคระบาดโควิด-19 ได้เป็นการจุดประกายให้ประชาชนชาวไทยหันกลับมารักสุขภาพ และให้ความสำคัญแก่อาหารเพื่อสุขภาพในรูปแบบต่าง ๆ จึงส่งผลต่อตลาดอาหารเพื่อสุขภาพภายในประเทศไทยที่ได้รับผลเชิงบวกไปในทิศทางที่ดีขึ้น และมีการเติบโตอย่างเห็นได้ชัด โดยผู้บริโภคชาวไทยส่วนใหญ่ยังคงให้ความสำคัญมากกับรสชาติของอาหาร รองลงมาคือสารอาหารในจานที่จะได้รับอีกด้วย

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้านอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

กัญชา (Cannabis) ลักษณะของลำต้นมีความสูงประมาณ 2-4 ฟุต ใบมีลักษณะแตกเป็นแฉกคล้ายกับใบของต้นมะละกอแต่มีขนาดเล็ก ในก้านเดียวกันนั้นจะมีดอกออกตามง่ามกิ่งก้าน เป็นพืชล้มลุกจำพวกหญ้า โดยจะมีสารอยู่ 2 ชนิด คือ 1) CBD หรือ Cannabinoids มีฤทธิ์ในการช่วยลดอาการชักเกร็ง ลดการอักเสบ ช่วยให้ร่างกายสงบและผ่อนคลาย และยังยับยั้งการเจริญเติบโตของเซลล์หลาย ๆ ชนิดอีกด้วย 2) สาร THC หรือ Delta-9-Tetrahydro-Cannabinoids มีฤทธิ์ต่อจิตใจและระบบประสาททำให้ส่งผลต่อการนอนช่วยให้นอนหลับสนิทยิ่งขึ้น ช่วยในเรื่องลดอาการคลื่นไส้ อาเจียน และกระตุ้นให้ร่างกายอยากอาหาร มีการค้นคว้าเกี่ยวกับสาร THC ว่าสามารถนำไปผลิตยา Dronabinol (Marinol) สำหรับใช้ในผู้ป่วยที่เป็นโรคมะเร็ง และกำลังเข้ารับการรักษาด้วยเคมีบำบัด เพื่อป้องกันการคลื่นไส้ อาเจียน และเพิ่มความอยากอาหารให้กับผู้ป่วยได้ กัญชานิยมเสพด้วยการสูบเข้าร่างกาย และแทรกซึมสู่กระแสเลือดอย่างรวดเร็วภายใน 2 ถึง 3 นาที และออกฤทธิ์ต่อจิตประสาทได้สูงสุดถึง 1 ชั่วโมง โดยทั่วไปผู้ที่เสพกัญชาจะมีอาการเคลิ้ม แต่บางส่วนอาจจะมีอาการปากแห้ง ล่องลอย อยากอาหาร ชีพจรเพิ่มขึ้น มีอาการตาแดง สับสน และหากใช้กัญชาในปริมาณที่

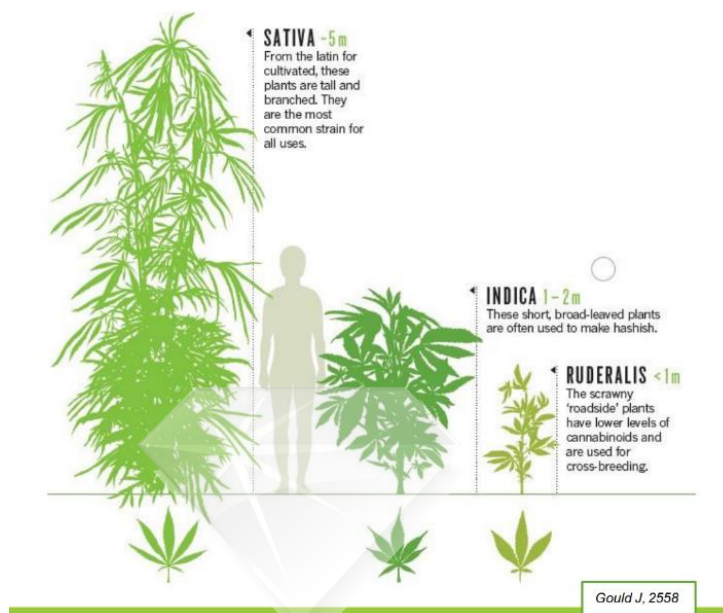
มากจนเกินไปอาจก่อให้เกิดโรคหลอดเลือดอักเสบ ไชนัส ตะคริว และท้องร่วงได้ (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2563) ส่วนกัญชาที่พบได้ง่ายโดยทั่วไปนั้นมีทั้งหมด 3 สายพันธุ์ ได้แก่

1) สายพันธุ์ซาติวา (Cannabis Sativa) ถูกคิดค้นชื่อนี้โดย Carl Linnaeus เป็นนักพฤกษศาสตร์ชาวสวีเดน เมื่อปี ค.ศ. 1753 โดยมีแหล่งกำเนิดบริเวณเส้นศูนย์สูตรของโลก เช่น ประเทศเม็กซิโก โคลัมเบีย และพบในส่วนของบริเวณเอเชียฝั่งตะวันออกเฉียงใต้ จะมีลักษณะของลำต้นที่หนาเมื่อมีการเจริญเติบโตเต็มที่ที่จะสูงประมาณ 6 เมตร มีลักษณะใบที่ยาว และเรียวย สีเขียวอ่อน และสายพันธุ์นี้ยังพบว่ามีสาร THC มากที่สุดเมื่อเทียบกับทุกสายพันธุ์ของกัญชา

2) สายพันธุ์อินดิกา (Cannabis Indica) ค้นพบโดย Jean-Baptiste Lamarck ทหารนักชีววิทยา ชาวฝรั่งเศสเป็นผู้ค้นพบ ผู้ตั้งชื่อ และตีพิมพ์ในสายพันธุ์นี้ในปี ค.ศ. 1785 ส่วนใหญ่สายพันธุ์อินดิกา มักพบได้มากในแถบของประเทศอินเดีย และในส่วนของบริเวณตะวันออกกลาง มีลำต้นมีลักษณะพุ่มเตี้ย เมื่อมีการเจริญเติบโตเต็มที่ที่จะสูงประมาณ 180 เซนติเมตร ลักษณะของใบเป็นสีเขียวเข้มกว่าสายพันธุ์ซาติวา มีความกว้างและสั้น ลักษณะของกิ่งก้านดอกและหนา สายพันธุ์นี้มีสาร CBD ออกฤทธิ์ระงับประสาท ลดการปวด และทำให้ผ่อนคลาย

3) สายพันธุ์รูเดราลิส (Cannabis Ruderalis) D.E. Janischewsky นักพฤกษศาสตร์ชาวรัสเซีย ผู้ตีพิมพ์เรื่องราวของสายพันธุ์นี้เป็นคนแรก ในปี ค.ศ. 1924 สายพันธุ์นี้มีแหล่งกำเนิดบริเวณภาคกลาง และภาคตะวันออกของทวีปยุโรป มีลักษณะลำต้นที่เตี้ยมากที่สุด มีลักษณะคล้ายต้นวัชพืช ใบมีลักษณะกว้างมี 3 แฉก สามารถเติบโตได้เร็วในที่ที่มีอากาศร้อนและเย็น สายพันธุ์นี้มีสาร THC น้อยที่สุดใน 3 สายพันธุ์ แต่มีสาร CBD สูงที่สุดเช่นกัน สายพันธุ์รูเดราลิสถูกนำไปใช้ในการแพทย์เป็นส่วนใหญ่ (กัญชาทางการแพทย์, 2562)

ภาพที่ 2.1: ลักษณะของลำต้นและใบของต้นกัญชาแต่ละสายพันธุ์



ที่มา: Gould, J. (2015). *The cannabis crop*. *Nature*, 525, S2–S3. Retrieved from <https://www.nature.com/articles/525S2a>.

หลังจากที่กฎหมายได้มีการปลดล็อกกัญชาออกจากสารเสพติดให้โทษในประเทศไทย ตลาดอาหารและเครื่องดื่มจากกัญชาเป็นที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารหลายแห่งได้นำกัญชามาเป็นวัตถุดิบหรือส่วนผสม เนื่องจากกัญชามีประโยชน์มากมายจนส่งผลให้เป็นที่สนใจแก่ประชาชนทั่วไป และในส่วนของทางการแพทย์ ราชวิทยาลัยจุฬารักษ์ได้มีงานวิจัยของ นริศาคำแก่น และเจริญ ตรีศักดิ์ (2562) ออกมาว่า กัญชาสามารถยับยั้งการเติบโตของเซลล์มะเร็งได้ และยังมีส่วนช่วยลดอาการคลื่นไส้ หรืออาเจียนของผู้ป่วยที่ได้รับยาเคมีบำบัด เพราะเมื่อเปรียบเทียบกับยามาตรฐานที่ใช้ลดอาการอาเจียนที่แพทย์จ่ายให้กับผู้ป่วยแล้วนั้น กัญชายังช่วยเพิ่มความอยากอาหารให้แก่ผู้ป่วยเอดส์ ที่มีการสูญเสียมวลกล้ามเนื้ออย่างมาก และสาร THC ที่พบในกัญชายังนำมาใช้ในการลดอาการปวดแบบฉับพลัน และแบบเรื้อรังได้ และนอกจากกัญชาก็ยังมีประโยชน์ในทางอื่น ๆ ได้อีกมากมาย เช่น สามารถช่วยต้านอาการซึมเศร้าของผู้ป่วย ลดอาการวิตกกังวล ผ่อนคลายกล้ามเนื้อ และยังช่วยให้ผ่อนคลายจากความเครียดต่าง ๆ ได้ (วัตสัน, 2565) นอกจากนี้กัญชาก็ยังมีประโยชน์มากมายในหลายด้านแล้ว ก็ยังมีโทษถ้าหากใช้กัญชาไม่ถูกวิธี นายแพทย์ธนกร กาญจนประดับ และแพทย์หญิงกรกมล โทรสกุล ได้กล่าวไว้ว่า ยิ่งโดยเฉพาะในเด็กและวัยรุ่นที่ต้องมี

การเฝ้าระวังกัญชาจากการที่รู้เท่าไม่ถึงการณ์ เพราะอาจจะไม่ได้ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกัญชาในเชิงลึกมาก่อน จึงได้นำไปบริโภคในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ ในอาหาร ขนม หรือน้ำมันกัญชา ซึ่งจะส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงต่อสมอง รวมไปถึงทางด้านอารมณ์และจิตใจในเด็กและวัยรุ่น บางกลุ่มเสี่ยงถึงขั้นป่วยเป็นโรคจิตเวช มีภาวะฆ่าตัวตาย และยังมีเสี่ยงต่อการติดสารเสพติดชนิดอื่น ๆ รวมถึงส่งผลเสียต่อสุขภาพในระยะยาว นอกจากนี้กัญชายังมีผลข้างเคียงอื่น ๆ ที่มีระยะฉับพลันรุนแรง สามารถแบ่งได้เป็น

- 1) อาการทางระบบประสาท จะส่งผลให้มีอาการ สับสน เวียนศีรษะ เห็นภาพหลอน หรือชักได้
- 2) อาการทางระบบหัวใจ จะส่งผลให้หัวใจเกิดอาการสั่น หัวใจเต้นเร็วผิดปกติ หัวใจเต้นผิดปกติ หงุดหงิด ส่งผลให้เกิดอาการแน่นหน้าอก ความดันโลหิตสูง และหัวใจขาดเลือดได้

- 3) อาการระบบทางเดินอาหาร จะส่งผลให้มีอาการคลื่นไส้ อาเจียน และปวดท้องได้

นอกจากเด็กและวัยรุ่นแล้ว หญิงตั้งครรภ์ก็ควรหลีกเลี่ยงการบริโภคกัญชา เนื่องจากสารที่มีอยู่ในตัวของกัญชาสามารถถ่ายทอดผ่านทางทารกในครรภ์ และผ่านทางน้ำนมได้เช่นกัน (โรงพยาบาลศิริรินทร์, 2565)

รศ.พญ.รัศมน กัลป์ยาศิริ ผู้จัดการศูนย์ศึกษาปัญหายาเสพติด สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ กล่าวว่า กัญชามีสารสำคัญอยู่ 2 ชนิด ซึ่งสาร THC ที่มีฤทธิ์ทำให้มีเมามาก ยิ้มเคลิ้มได้ ยังมีสาร THC มากเท่าไรจะส่งผลต่อสุขภาพผู้บริโภคเท่านั้น ดังนั้นถ้าหากผู้บริโภคต้องการลองรับประทานอาหารหรือเครื่องดื่มจากกัญชาจึงควรที่จะทานแบบใบสด โดยไม่ผ่านความร้อน เนื่องจากถ้าผ่านความร้อนจะทำให้ฤทธิ์ THC ออกมามากกว่าจึงต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ เมื่อกัญชาสามารถนำไปทำเป็นขนมหวานได้หลากหลาย และยังได้รับความนิยมเป็นจำนวนมากทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่งผลให้ตลาดกัญชาในแคนาดามีมูลค่าสูงถึง 95,000 ล้านบาท ซึ่งขนมที่ขายดีที่สุดจะเป็นบราวนี่ และคุกกี้จากกัญชา (The Bangkok Insight, 2565)

จากบทความข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า กัญชาเป็นพืชเศรษฐกิจของประเทศไทยที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากทั้งในส่วนของสินค้าอุปโภคและบริโภคต่าง ๆ แต่ผลิตภัณฑ์กัญชาแต่ละชนิดนั้นล้วนมีปริมาณของกัญชาและสารที่สกัดออกมาที่แตกต่างกันออกไป การที่ผู้บริโภคหรือผู้ประกอบการจะนำกัญชามาใช้จึงควรจะมีการศึกษาทั้งในส่วนของประโยชน์และผลลัพธ์ที่จะตามมาในภายหลัง เพราะถ้าหากนำกัญชามาใช้ไม่ระมัดระวังอาจก่อให้เกิดโทษต่อทางร่างกายได้ อย่างไรก็ตามตลาดอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาในประเทศไทยก็ยังมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยังมีการคาดการณ์ตลาดกัญชาทั่วโลกในปี 2567 ว่าจะมีมูลค่าเพิ่มมากถึง 3.5 ล้านล้านบาท ในประเทศไทยสามารถสังเกตได้จากจำนวนที่คนไทยเข้าไปลงทะเบียนจัดแจ้งปลูกกัญชาในแอปพลิเคชัน

“ปลุกภัย” ที่มียอดเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วใน 17 วัน ซึ่งมีผู้ลงทะเบียนถึง 934,629 คน (“ยอดล่าสุด! ลงทะเบียนจดแจ้งปลุกภัย”, 2565) และยังมีผู้ประกอบการในส่วนต่าง ๆ ทอยออกผลิตภัณฑ์ จากภัยออกมามากอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ตอบสนองความต้องการและตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องภายในประเทศไทย

ชนม์ชูดา วัฒนระชนกร และบุญกา ปันฑุรอำพร (2563) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกัญชา-กัญชงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จากการสำรวจด้านการบริโภคพบกลุ่มตัวอย่างที่เคยบริโภค และไม่เคยบริโภคเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกัญชา-กัญชง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยบริโภคนั้นมากกว่าถึงร้อยละ 84.5 ได้ผลสรุปงานวิจัยว่า กลุ่มประชากรตัวอย่างที่มีอายุ และอาชีพที่ต่างกัน จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มที่แตกต่างกันด้วย อีกทั้งเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันของผู้บริโภค ส่งผลให้การตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องดื่มไม่แตกต่างกัน ในส่วนของด้านการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การใช้สื่อโฆษณาผ่าน Facebook มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ด้านทัศนคติ อารมณ์ และความรู้สึก ก็มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มเช่นกัน

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าว ชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคหลายกลุ่มยังไม่มีโอกาสที่จะเข้าถึงเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกัญชาหรือกัญชง ส่วนนี้ทำให้สะท้อนเห็นถึงความไม่มั่นใจ และมีความกังวลถึงความปลอดภัยในการบริโภค ซึ่งถ้าสามารถทราบความต้องการในการตั้งใจและการรับรู้การเลือกบริโภคอาหารและเครื่องดื่มจากกัญชาของผู้บริโภคชาวไทยได้ อาจจะสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจในด้านอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา และตลาดกัญชาในประเทศไทยให้เพิ่มตัวสูงขึ้นได้ อีกทั้งยังสามารถเป็นแบบอย่างงานวิจัยในเรื่องของกัญชาที่พึงอนุญาตให้ใช้ในประเทศไทยอีกด้วย

ปาณิสรา เฉยบัว และคณะ (2563) ได้ทำการค้นคว้าและวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารคลีน ภายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งในส่วนหนึ่งของผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายภายในร้าน และเมนูอาหารเพื่อสุขภาพที่หลากหลายนั้น เป็นหนึ่งในปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญและมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และนอกจากนี้แล้ว เรื่องการบอกต่อ การแนะนำ และความอยากรู้อยากลองของตัวผู้บริโภค ก็มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเช่นกัน

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าว ชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคบางส่วนตัดสินใจซื้อมาจากรูปร่างลักษณะภายนอก เช่น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และเมนูที่หลากหลาย ถ้าหากเมนูอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชานั้นสามารถทำให้มีผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ เป็นที่ยอมรับและพูดถึงในสังคม ก็อาจจะ

ทำให้เศรษฐกิจของกัญชาจากอาหารเพื่อสุขภาพเติบโตได้อย่างต่อเนื่องจากการแนะนำ บอกรับของผู้บริโภค

2.6.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างประเทศ

ซุง, เทส และลอว์ (Chung, Tse & Law, 2022) ได้ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติและความเชื่อของนักศึกษาแพทย์เกี่ยวกับกัญชาในฮ่องกง และมีการทำแบบสำรวจที่ The Li Ka Shing Faculty of Medicine, the University of Hong Kong (HKU) เพื่อประเมินความรู้ ทัศนคติ และความเชื่อของนักศึกษาแพทย์ฮ่องกงเกี่ยวกับกัญชาและการปฏิรูปกฎหมายในอนาคต ผลสำรวจเห็นว่าร้อยละ 13.6 นักศึกษาแพทย์รับรู้ว่าการใช้กัญชามีความเสี่ยงต่อสุขภาพร่างกายและจิตใจเป็นอย่างมาก แต่ในทางกลับกัน กัญชาก็ยังมีส่วนที่ให้ประโยชน์ต่อร่างกายและจิตใจ พวกเขาให้การสนับสนุนการทำให้กัญชาถูกกฎหมายมากขึ้น เพื่อใช้ประโยชน์ในทางการแพทย์มากกว่าการใช้เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพศหญิงมีความเสี่ยงสูงกว่าเพศชาย สำหรับผู้ใช้กัญชามาก่อนแล้วมีการยอมรับกัญชาในทางการแพทย์มากกว่า เนื่องจากเห็นว่าการใช้กัญชามีประโยชน์มากกว่าและมีความเสี่ยงน้อยกว่า และยังมีแนวโน้มที่จะสนับสนุนการปฏิรูปกฎหมายสำหรับกัญชาในฮ่องกง นอกจากนี้ นักศึกษาแพทย์ฮ่องกงยังให้ความสนใจเกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์ถ้าหากกัญชานั้นมีกฎหมายรองรับอย่างถูกต้อง

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ในประเทศฮ่องกงนักศึกษาแพทย์ และประชาชนทั่วไปยังคงให้ความสำคัญ และเล็งเห็นประโยชน์จากกัญชา มีการเรียกร้องให้กัญชาถูกกฎหมายเพื่อที่จะได้พัฒนา และยกระดับการรักษาให้ดียิ่งขึ้น แต่ก็ยังคงเน้นย้ำถึงการมีกฎหมายมารองรับเพราะประชาชนส่วนใหญ่ยังกลัวความเสี่ยง และอันตรายต่อผลที่ตามมา เช่นเดียวกับประชาชนชาวไทยที่ยังคงกังวลเกี่ยวกับอันตรายของกัญชา การเข้าถึงที่ง่ายจนเกิดไปอาจมีความเสี่ยงและอันตรายได้ แต่ถ้าหากมีการควบคุมที่ชัดเจน รวมถึงเผยแพร่การใช้งานทางการแพทย์อย่างถูกวิธีก็อาจส่งผลให้ธุรกิจกัญชาในประเทศไทยสามารถเติบโตได้มากขึ้น และอาจจะเติบโตขนาดส่งออกเป็นผลิตภัณฑ์ของประเทศได้

การศึกษาเกี่ยวกับความเต็มใจของผู้บริโภคชาวแคนาดาที่บริโภคกัญชาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจในผลิตภัณฑ์อาหารหรือเครื่องดื่ม โดยคำนึงถึงการทำให้ถูกกฎหมาย การตีตรา ความเสี่ยงต่อสุขภาพ และความปลอดภัยของอาหารที่รับประทานเข้าไป สิ่งที่น่าสนใจในงานวิจัยชิ้นนี้คือความไม่แน่นอนที่เพิ่มขึ้นในกลุ่มประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าหน่วยงานกำกับดูแลของรัฐบาลอาจไม่ได้สื่อสารกับทางประชากรอย่างถูกต้องเมื่อพูดถึงเรื่องความปลอดภัยของอาหารที่มาจากกัญชาจากการสำรวจในแง่ของผลิตภัณฑ์ที่บริโภคได้จากกัญชา ร้อยละ 70.4 ของผู้ใช้กัญชาได้ลองบริโภคอย่างน้อยหนึ่งครั้งก่อน หรือหลังการรับรองกัญชา ร้อยละ 8.6 ของผู้ตอบแบบสอบถามที่รายงานตนเองว่าเสพกัญชานั้นมีการบริโภคกัญชาเป็นประจำ ในขณะที่ร้อยละ 46.1 ของผู้ใช้กัญชาบริโภค

เป็นครั้งคราว ด้วยการทำให้อาหารถูกกฎหมาย ซึ่งคล้ายกับผลลัพธ์ในปี 2560 แต่ทั้งนี้ชาวแคนาดาจำนวนมากมีความกังวลเกี่ยวกับสุขภาพ และความคิดเห็นของประชากรยังมีความกังวลเกี่ยวกับกัญชาในประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่กังวลเกี่ยวกับเด็กและเยาวชนที่จะเข้าถึงกัญชาก่อนวัยอันควร (Charlebois, Music, Sterling & Somogyi, 2020)

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ไม่ใช่แค่ประชาชนชาวไทยที่มีความกังวลเกี่ยวกับกัญชา ต่างประเทศก็ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการบริโภคกัญชาอย่างถูกวิธีเพื่อป้องกันอันตรายที่อาจตามมาภายหลัง แต่ถ้าหากทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนั้นสามารถให้ความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับกัญชาได้อย่างถูกต้อง มีกฎหมายมารองรับถึงประโยชน์และโทษของการใช้กัญชา ก็อาจทำให้กัญชาเป็นพืชอีกชนิดหนึ่งที่สามารถต่อยอดทางการวิจัยในทางการแพทย์ วิจัยทางการอาหาร และเป็นประโยชน์ต่อประชาชนชาวไทยภายหลังได้ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะศึกษาปัจจัยในมิติต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการตั้งใจในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเพื่อนำข้อมูลมาเผยแพร่ให้กับผู้ที่สนใจและต้องการความรู้ต่อไป

การศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคภายในประเทศออสเตรเลีย เรื่องการศึกษาความตั้งใจซื้อและการบริโภคอาหารที่มีส่วนประกอบของน้ำมันกัญชง รวมไปถึงเรื่องสารสกัดที่มาจากตัวกัญชงคือ CBD (Cannabidiol) และ THC (Tetrahydrocannabinol) ซึ่งหลังจากให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามและทำการสัมภาษณ์จำนวน 731 คน ผลการวิจัย พบว่า ทัศนคติด้านการรับรู้ความรู้สึกละเอียด ไม่มีผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของน้ำมันกัญชง เนื่องจากผู้บริโภคนั้นไม่ได้มีทัศนคติเชิงลบหรือเชิงบวกกับผลิตภัณฑ์ หรืออาหารที่มีส่วนผสมของกัญชง แต่ผู้บริโภคก็มองว่ากัญชงนั้น เป็นอาหารใหม่ชนิดหนึ่งที่เกิดขึ้นมา (Novel Food) รวมไปถึงในประเทศออสเตรเลีย ผู้บริโภคส่วนมากนั้นได้ให้ความไว้วางใจ และยอมรับอาหารที่มีส่วนผสมของน้ำมันกัญชง และยังมีความเชื่อว่าเป็นประเทศออสเตรเลียมีนวัตกรรม และการผลิตที่รับประกันความปลอดภัยให้กับผู้บริโภค (Metcalfe, et al., 2022)

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ทัศนคติของผู้บริโภคแต่ละประเทศต่อกัญชาและกัญชงมีความแตกต่างกันออกไป เนื่องจากผู้บริโภคในประเทศออสเตรเลียให้ความสนใจ และเชื่อมั่นต่อนวัตกรรม และความปลอดภัยต่อกัญชาและกัญชง อาจจะเพราะได้รับข้อมูลของประโยชน์ของกัญชาและกัญชงในแนวทางที่ถูกต้อง มีนวัตกรรมที่ทันสมัยมารองรับการพัฒนาอย่างถูกกฎหมาย ถ้าหากประเทศไทยทำให้ผู้บริโภคเปิดใจยอมรับในประโยชน์ของกัญชาและกัญชงได้มากยิ่งขึ้น ก็อาจส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศไทยในเรื่องของกัญชาและกัญชงเติบโตขึ้น มีผู้วิจัยให้ความสนใจมากยิ่งขึ้นทำให้เกิดงานวิจัยใหม่ ๆ เกี่ยวกับกัญชาและกัญชงเพิ่มองค์ความรู้ให้กับผู้คนรุ่นหลังต่อไป

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศแล้วนั้น ทำให้ทราบว่า ประชาชนในประเทศต่าง ๆ ยังไม่รับรู้ถึงประโยชน์ และโทษอย่างชัดเจนของกัญชา รวมไปถึงอาหาร เพื่อสุขภาพจากกัญชาอย่างแน่ชัด ส่วนมากมีความกังวลเกี่ยวกับผลกระทบที่อาจจะตามมาภายหลัง กังวลเรื่องการแพ้ และข้อกฎหมายที่ยังไม่ออกมาครอบคลุมชัดเจนในการควบคุมกัญชา ดังนั้นถ้าหาก ประเทศไทยสามารถออกกฎหมายควบคุม และเป็นกลุ่มประเทศแรก ๆ ที่สามารถทำให้ประชาชน ตระหนักเห็นถึงประโยชน์ของกัญชามากกว่าโทษได้ อาจทำให้ประเทศไทยเป็นผู้นำทางตลาดกัญชาได้ ในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นทางการแพทย์ หรือทางอาหารเพื่อสุขภาพก็ตาม

2.7 สมมติฐานของการศึกษางานวิจัย

สมมติฐานงานวิจัยนี้กำหนดโดยการรวบรวมวรรณกรรมและการศึกษาในเชิงประจักษ์ โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อต้องการศึกษารับรู้ประโยชน์ของผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อ สุขภาพจากกัญชา โดยศึกษาถึงปัจจัยในด้านการรับรู้ในมิติต่าง ๆ ทำให้ผู้วิจัยได้เสนอสมมติฐานการ วิจัยมาได้ดังนี้

2.7.1 จากผลของการวิจัยที่มีการศึกษาในอดีตและแนวคิดทฤษฎีได้ทำให้ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นถึง ความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกบริโภคหรือรับประทานอาหารจากรสชาติของอาหารนั้นสำคัญอย่างมาก ซึ่งมีการส่งผลไปถึงในเรื่องเกี่ยวกับการตัดสินใจที่จะเลือกบริโภคอาหารของผู้บริโภคเป็น ส่วนมาก ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างการวิจัยของ สลิมานี และคณะ (Slimani, et al., 2015) กล่าวว่าไว้ว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะรับรู้คุณภาพของอาหารจากการสัมผัสจากสิ่งเร้า ซึ่งไม่ว่าจะมาจากการดม หรือ เกิดจากการชิมรส ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชกร อัครพิน (2562) ได้กล่าวว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ จะมีการคำนึงถึงรสชาติของอาหารมาเป็นอันดับแรก รวมไปถึงยังมีความคาดหวังในตัวของรสชาติ อาหาร และมีแนวโน้มที่จะปฏิเสธในการที่จะต้องบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ หากผู้บริโภครู้สึกว่ามี รสชาติที่อร่อย งานวิจัยนี้สรุปได้ว่า รสชาติของอาหารนั้นเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญซึ่งสามารถส่งผล ต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ของอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาได้ ถ้าอาหารรสชาติอร่อย นำรับประทาน ผู้บริโภคย่อมยอมจ่ายเพื่อรับประทานอาหารเหล่านั้น ย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ จากกัญชาของผู้บริโภค จากการทบทวนวรรณกรรมความสัมพันธ์ระหว่างด้านรสชาติของอาหารและ การรับรู้ประโยชน์ในการเลือกบริโภคจึงตั้ง

สมมติฐานที่ 1 (H1) ได้ว่า ด้านรสชาติของอาหารมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรง ต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

2.7.2 ส่วนใหญ่มีการคำนึงถึงกระแสสังคม ความนิยม รวมไปถึงความต้องการในการยอมรับด้านสังคมในปัจจุบันนี้มีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของการตัดสินใจในการซื้อสินค้าของ พิณชา กิจเกษมพงศา (2559) ได้กล่าวว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อสถานะทางสังคม ผู้บริโภคบางคนยังมีการบริโภคอาหารตามกระแสสังคมเพื่อให้เกิดการยอมรับการมีพื้นที่ในสังคม อีกทั้งในปัจจุบันผู้บริโภคยังมีแนวโน้มในการเปิดรับผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ หากสิ่งเหล่านั้นมีประโยชน์ต่อสังคมและผู้บริโภค (พัชณี มาเสถียร, 2564) ด้านสังคมจึงเป็นอีกหนึ่งมิติในส่วนของการรับรู้ประโยชน์ของผู้บริโภค จนนำไปสู่การตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา จากการทบทวนวรรณกรรมความสัมพันธ์ระหว่างด้านสังคมและการรับรู้ประโยชน์ในการเลือกบริโภค ผู้วิจัยจึงได้

สมมติฐานที่ 2 (H2) ได้ว่า ด้านสังคมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

2.7.3 แนวคิดทฤษฎีของ พัชรี เขยจรรยา และคณะ (2543) กล่าวว่าไว้ว่า สภาวะจิตใจและอารมณ์ เป็นสิ่งที่ส่งผลต่อสิ่งเร้าอย่างมาก อาทิเช่น ความโกรธ ความเครียด ความกลัว ย่อมจะส่งผลต่อผู้บริโภคเกี่ยวกับมุมมองด้านการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่า ส่งผลให้มีการเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในแบบที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคล จนมีการส่งผลต่อไปยังผู้บริโภคในเรื่องของความตั้งใจในการตัดสินใจซื้อได้ อีกทั้ง ลี และยุน (Lee & Yun, 2015) มีการระบุไว้ว่า อิทธิพลที่ส่งผลต่อผู้บริโภคด้านการรับรู้ประโยชน์ และการตัดสินใจซื้ออย่างมากคือด้านอารมณ์ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับความสุข ความรู้สึก รวมไปถึงด้านความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภคที่มีต่ออาหาร และเมื่อผู้บริโภคได้รับประทานอาหารเหล่านั้นแล้วรู้สึกมีความสุข ย่อมที่จะส่งผลในเชิงบวกต่อผู้บริโภคด้านการตัดสินใจในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับอีกหลายงานวิจัยที่ได้มีการ กล่าวว่าไว้ว่า ผู้บริโภคนั้นเมื่อเกิดความพึงพอใจ และความสุขทางอารมณ์แล้วนั้น มักจะส่งผลต่อความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อของผู้บริโภค (พัชณี มาเสถียร, 2564) จากการทบทวนวรรณกรรมความสัมพันธ์ระหว่างด้านอารมณ์และการรับรู้ประโยชน์ในการเลือกบริโภคจึงตั้ง

สมมติฐานที่ 3 (H3) ได้ว่า ด้านอารมณ์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

2.7.4 ราคาอาหารที่ผู้บริโภคได้ทำการเลือกซื้อมาต้องมาพร้อมกับความคุ้มค่าต่อสิ่งที่ได้เสียไปและได้รับกลับมาที่จะส่งผลในความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์และคุณค่าของสิ่งนั้น ถ้าผู้บริโภคมองเห็นถึงว่าของสิ่งนั้นมีประโยชน์ย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพได้จากแนวคิดและทฤษฎีในด้านการตัดสินใจของผู้บริโภคเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าของ กนกพร มโนมัยพันธุ์ (2564) กล่าวว่า ผู้บริโภคแต่ละบุคคลมีการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าที่แตกต่างกัน โดยหนึ่งใน

เหตุผลของการเลือกตัดสินใจ คือความคุ้มค่าในสินค้าเหล่านั้น ซึ่งจากการศึกษาของ เฮลลิเออร์, เกอร์เซน, คาร์ และริกการ์ด (Hellier, Geursen, Carr & Rickard, 2003) กล่าวว่า การรับรู้ของผู้บริโภคในส่วนของความคุ้มค่าและประโยชน์ ผู้บริโภคจะมีการคำนึงตั้งแต่เรื่องของราคาสินค้า คุณภาพของสินค้า และบริการหลังการขาย ถ้าหากผู้บริโภคมีการรับรู้ในเชิงบวกต่อสินค้าในส่วนของความคุ้มค่าแล้วนั้น ย่อมส่งผลให้มีการตัดสินใจซื้อตามมา และอาจเกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้ประกอบการ จากการทบทวนวรรณกรรมความสัมพันธ์ระหว่างด้านความคุ้มค่าและการรับรู้ประโยชน์ในการเลือกบริโภคจึงตั้ง

สมมติฐานที่ 4 (H4) ได้ว่า ด้านความคุ้มค่ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

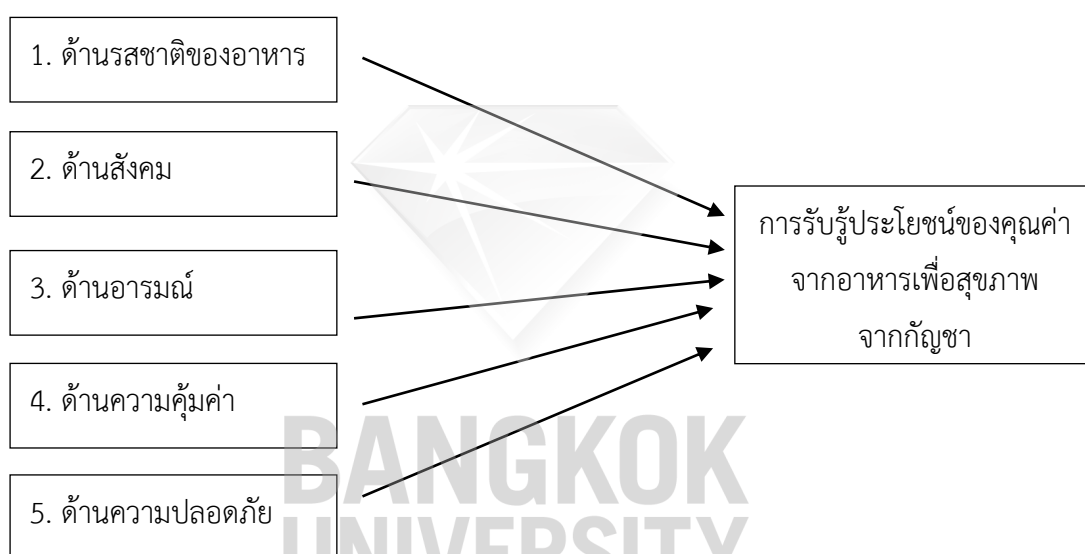
2.7.5 จากแนวคิดและทฤษฎีอาหารเพื่อสุขภาพ Unilever Food Solution (2565) ได้มีการกล่าวไว้ว่า ผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายเงิน เพื่อที่จะได้รับประทานอาหารที่ดีและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ รวมไปถึงต้องมีความปลอดภัยต่อตัวผู้บริโภคเองด้วย อีกทั้งในงานวิจัยของ พัทธณี มาเสถียร (2564) พบว่าผู้บริโภคบางคนยังมีความสงสัยต่อความผิดธรรมชาติในอาหาร ซึ่งเกี่ยวกับการรับรู้ถึงทางด้านความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นตามมาหากภายหลังที่ได้มีการบริโภคอาหารดังกล่าวเข้าไป หากผู้บริโภคทราบถึงความปลอดภัยของอาหารเหล่านั้นก็จะมีใจในการบริโภคมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงนำปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างมาก มาเป็นส่วนหนึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ คือด้านความปลอดภัย จากการทบทวนวรรณกรรมความสัมพันธ์ระหว่างด้านความปลอดภัยและการรับรู้ประโยชน์ในการเลือกบริโภคจึงตั้ง

สมมติฐานที่ 5 (H5) ได้ว่า ด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของคุณค่าจากอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

2.8 กรอบแนวคิดในการศึกษางานวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ จากกัญชา ของผู้บริโภคชาวไทย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น ทำให้ได้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ภาพที่ 2.2: กรอบแนวคิดในการศึกษางานวิจัย



บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษางานวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษามีจำนวนมาก และยังมีกระบวนการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงข้อสรุปผลโดยใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์ และสถิติ ส่งผลให้งานวิจัยออกมาแม่นยำ และเที่ยงตรง โดยผู้วิจัยจะอธิบายถึงวิธีการดำเนินการวิจัย ประกอบด้วยรายละเอียดต่างๆ ดังนี้

3.1 ประเภทของการวิจัย

การวิจัยในหัวข้อเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาของผู้บริโภคชาวไทยในประเทศไทย เป็นการศึกษาค้นคว้าในรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative Research) เพื่อต้องการค้นหาความแม่นยำ และจะได้คำตอบในงานวิจัยที่มีความเที่ยงตรง โดยผู้วิจัยจะอธิบายถึงวิธีดำเนินงานวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การทดสอบสมมติฐานด้วยแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) สามารถวิเคราะห์ได้ 2 วิธี คือ การวิเคราะห์สมการโมเดลเชิงโครงสร้างโดยใช้ตัวแปรร่วมเป็นฐาน (Covariance-based SEM หรือ CB-SEM) และการวิเคราะห์สมการโมเดลเชิงโครงสร้างแบบกำลังสองน้อยสุดในบางส่วน (Partial Least Square SEM หรือ PLS-SEM) ในการค้นคว้าหาข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้จากการศึกษา เมื่อเปรียบเทียบวิธีระหว่าง PLS-SEM และ CB-SEM พบว่า วิธี PLS-SEM มีความแกร่งของการประมาณผลค่าพารามิเตอร์มากกว่าวิธี CB-SEM เนื่องจากจำนวนผู้ให้ข้อมูลมีปริมาณน้อยและมีการแจกแจงแบบไม่ปกติ การวิเคราะห์ด้วยวิธี PLS-SEM จะทำให้ประมาณค่าที่มีความแม่นยำต่อการเบนไปจากการแจกแจงปกติ ส่งผลให้การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้การวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างด้วยวิธี PLS-SEM เนื่องจากโมเดลมีความซับซ้อน นอกจากนี้จากการศึกษาและสำรวจพบว่า ปัจจุบันนักวิจัยหลายท่านได้นำวิธีนี้มาใช้ในการวิเคราะห์สมการโมเดลเชิงโครงสร้าง และแพร่หลายมากยิ่งขึ้น (ธาตาดิเบสร์ ภูทอง, 2562)

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

3.2.1 กลุ่มประชากร

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคชาวไทยที่มีอายุไม่ต่ำกว่า 20 และต้องเป็นผู้บริโภคที่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาตั้งแต่ปี 2565 เป็นต้นมาเท่านั้น

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยชิ้นนี้ใช้การทดสอบสมมติฐาน และการวิเคราะห์ผลการวิจัยแบบจำลองเชิงโครงสร้าง (SEM) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการใช้สถิติควรมีจำนวนอย่างน้อย 5-10 เท่าของดัชนีชี้วัด

ในการศึกษาคั้งนี้มีคำถามในแบบสอบถามจำนวน 26 ข้อ ส่งผลให้จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำควรมีประมาณ 260 ตัวอย่าง เพื่อไม่ให้จำนวนตัวอย่างเป็นอุปสรรคในการคำนวณค่าสถิติต่าง ๆ (Henseler, et al., 2016) ป้องกันการคลาดเคลื่อนของข้อมูล และทำให้ได้ข้อมูลการวิจัยที่สมบูรณ์ที่สุด ผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่างที่มากกว่าจำนวนขั้นต่ำที่กำหนดไว้ จำนวน 300 คน

3.2.3 การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) 2 วิธี ได้แก่ 1) ประเภทการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และ 2) การสุ่มแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามจำเป็นต้องมีอายุมากกว่า 20 ปีบริบูรณ์ และจะต้องเคยบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2565 สัญชาติไทย ทั้งเพศชายและเพศหญิงอาศัยอยู่ในประเทศไทย จำนวน 300 คน

3.3 เครื่องมือและการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยลักษณะคำถามจะมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Closed Form) และเก็บข้อมูลจากการทำแบบสอบถามผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Questionnaire) ทั้งนี้แบบสอบถามถูกแบ่งออกเป็น 9 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามสำหรับการคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา ซึ่งประกอบไปด้วยคำถาม 2 ข้อ คือ 1) ท่านมีอายุมากกว่า 20 ปีหรือไม่ และ 2) ท่านเคยบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาตั้งแต่ปี 2565 หรือไม่

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) อาชีพ 5) รายได้ และ 6) ภูมิภาคที่อยู่อาศัย

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามสำรวจความสนใจของผู้บริโภค ประกอบด้วย 3 คำถาม ได้แก่ 1) ท่านมีความสนใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาหรือไม่ 2) โปรดระบุประเภทของเมนูที่เคยรับประทานอาหารสุขภาพที่มีส่วนผสมของกัญชาในอดีต และ 3) โปรดระบุประเภทเมนูอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาที่สนใจจะลองบริโภคในอนาคต

ส่วนที่ 4-9 จะเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการวัดการรับรู้ประโยชน์ของผู้บริโภคในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาในส่วนต่าง ๆ คือ ข้อมูลด้านรสชาติของอาหารต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา ข้อมูลด้านสังคมต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา ข้อมูลด้านอารมณ์ต่ออาหาร

เพื่อสุขภาพจากกัญชา ข้อมูลด้านความคุ้มค่าต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา ข้อมูลด้านความปลอดภัยต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา และข้อมูลด้านการรับรู้ประโยชน์ต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา ตามลำดับ

3.4 คำถามที่ใช้ในงานวิจัย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามสำหรับการคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา

ตารางที่ 3.1: ตารางแสดงข้อมูลสำหรับคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลคำถาม	ระดับการวัด	เกณฑ์การแบ่งกลุ่ม
1. ท่านมีอายุมากกว่า 20 ปีหรือไม่	Nominal Scale	1 = ใช่ 2 = ไม่ใช่
2. ท่านเคยบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาตั้งแต่ปี 2565 หรือไม่	Nominal Scale	1 = ใช่ 2 = ไม่ใช่

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตารางที่ 3.2: ตารางแสดงคำถามของการวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการวัดข้อมูล และเกณฑ์การแบ่งกลุ่มคำตอบ

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์	ระดับการวัด	เกณฑ์การแบ่งกลุ่ม
1. เพศ	Nominal Scale	1 = เพศชาย 2 = เพศหญิง
2. อายุ	Ordinal Scale	1. 20-30 ปี 2. 31-40 ปี 3. 41-50 ปี 4. 51 ปีขึ้นไป

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ): ตารางแสดงคำถามของการวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการวัดข้อมูล และเกณฑ์การแบ่งกลุ่มคำตอบ

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์	ระดับการวัด	เกณฑ์การแบ่งกลุ่ม
3. ระดับการศึกษา	Ordinal Scale	1. ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี 2. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า 3. ปริญญาโท 4. ปริญญาเอก
4. อาชีพ	Nominal Scale	1. นักเรียน/นักศึกษา 2. ข้าราชการ 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ 4. พนักงานเอกชน 5. ธุรกิจส่วนตัว 6. อื่น ๆ
5. รายได้ต่อเดือน	Ordinal Scale	1. 15,000 บาท หรือต่ำกว่า 2. 15,001-30,000 บาท 3. 30,001-45,000 บาท 4. มากกว่า 45,000 บาท
6. ภูมิภาคที่อยู่อาศัย	Nominal Scale	1. กทม. และปริมณฑล 2. ภาคเหนือ 3. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4. ภาคใต้ 5. ภาคตะวันออก 6. ภาคตะวันตก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามสำรวจความสนใจของผู้บริโภค โดยคำถามส่วนนี้จะใช้มาตรวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) และมาตรวัดอันดับ (Ordinal Scale) จำนวน 3 ข้อ

ตารางที่ 3.3: ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลคำถาม	ระดับการวัด	เกณฑ์การแบ่งกลุ่ม
1. ท่านมีความสนใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาหรือไม่	Nominal Scale	1 = ใช่ 2 = ไม่ใช่
2. โปรดระบุประเภทของเมนูที่เคยรับประทานอาหารสุขภาพที่มีส่วนผสมของกัญชาในอดีต	Ordinal Scale	1. อาหารคาว 2. อาหารหวาน 3. เครื่องดื่ม
3. โปรดระบุประเภทเมนูอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาที่สนใจจะลองบริโภคในอนาคต	Ordinal Scale	1. อาหารคาว 2. อาหารหวาน 3. เครื่องดื่ม

ส่วนที่ 4-9 เป็นแบบวัดเจตคติตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) เนื่องจากต้องการวัดความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยมีการกำหนดความรู้สึกของผู้บริโภคชาวไทยไว้เป็น 5 ระดับ ดังนี้ (พศวรรตร์ วรพันธ์ ,2559)

ระดับ	ความหมายทางบวก	ความหมายทางลบ
5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
3	ปานกลาง	ปานกลาง
2	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ในส่วนของการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการกำหนดรูปแบบคำถามในแบบสอบถาม โดยนำคำถามมาจากงานวิจัยที่มีในอดีตที่มีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยชิ้นนี้มาประยุกต์ใช้ในส่วนของบริษัทของการรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภคชาวไทยที่มีต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเพื่อสร้างเป็นแบบสอบถามที่เหมาะสมสำหรับงานวิจัยนี้ ประกอบไปด้วย 6 ด้าน ทั้งหมด 27 ข้อ ประกอบไปด้วยข้อคำถามดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านรสชาติของอาหาร ต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา (Taste of Food: TF)

ตารางที่ 3.4: แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านรสชาติของอาหารต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา
 ข้อคำถามทั้งสิ้น 4 ข้อ ดังนี้

รสชาติของอาหารต่ออาหารเพื่อสุขภาพ จากกัญชา (Taste of Food: TF)		ที่มาของข้อคำถาม	ระดับความพึงพอใจ
TF1	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีรสชาติที่ ถูกปาก และตรงกับความต้องการของ ท่าน	ปรับปรุงและพัฒนา จากงานวิจัยของ จริยา จิรวัดนานนท์ (2559); รัชกร อัครพิน (2562) และ Roininen, และ Roininen,	5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 = เห็นด้วย 3 = ปานกลาง 2 = ไม่เห็นด้วย 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
TF2	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีรสชาติที่ คงที่ และเป็นมาตรฐานทุกครั้งที่บริโภค	และ Roininen, และ Roininen,	2 = ไม่เห็นด้วย 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
TF3	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีรสชาติที่ หลากหลาย	Lähteenmäki & Tuorila (1999)	
TF4	เมื่อทานอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา จะทำให้ท่านรู้สึกดี	เพื่อให้เหมาะสมกับ บริบทของการศึกษา	

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านสังคม ต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา (Society:
 SO) ข้อคำถามทั้งสิ้น 4 ข้อ ดังนี้

ตารางที่ 3.5: แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านสังคมต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

สังคมต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา (Society: SO)		ที่มาของข้อคำถาม	ระดับความพึงพอใจ
SO1	การเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจาก กัญชาทำให้ท่านรู้สึกเป็นที่ยอมรับใน สังคม	ปรับปรุงและพัฒนา จากงานวิจัยของ พัชณี มาเสถียร (2564); Hong & Cha (2013) และรัชกร อัครพิน (2562) เพื่อให้เหมาะสม กับบริบทของการศึกษา	5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 = เห็นด้วย 3 = ปานกลาง 2 = ไม่เห็นด้วย 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
SO2	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเป็นสิ่งที่ สร้างความประทับใจกับบุคคลอื่นได้		
SO3	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเป็นอาหาร ที่สังคมให้การยอมรับ		
SO4	ท่านจะแนะนำอาหารเพื่อสุขภาพจาก กัญชาให้กับครอบครัว และเพื่อนของท่าน		

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านอารมณ์ต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา
(Emotional Value: EV) ข้อคำถามทั้งสิ้น 5 ข้อ ดังนี้

ตารางที่ 3.6: แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านอารมณ์ต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

อารมณ์ต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา (Emotional Value: EV)		ที่มาของข้อคำถาม	ระดับความพึงพอใจ
EV1	ท่านรู้สึกเพลิดเพลินเมื่อบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา	ปรับปรุงและพัฒนามาจากงานวิจัยของ พัชณี มาเสถียร (2564) เพื่อให้เหมาะสมกับบริบทของการศึกษา	5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 = เห็นด้วย 3 = ปานกลาง 2 = ไม่เห็นด้วย 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
EV2	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชากระตุ้นให้ท่านอยากบริโภค		
EV3	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาทำให้ท่านรู้สึกผ่อนคลาย		
EV4	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาทำให้ท่านมีความสุขทางใจ		
EV5	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาทำให้ท่านรู้สึกดี		

ส่วนที่ 7 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านความคุ้มค่าต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา
(Perceived Value: PV) ข้อคำถามทั้งสิ้น 2 ข้อ ดังนี้

ตารางที่ 3.7: แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านความคุ้มค่าต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

ความคุ้มค่าต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา (Perceived Value: PV)		ที่มาของข้อคำถาม	ระดับความพึงพอใจ
PV1	ท่านคิดว่าอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีประโยชน์เหมาะสมกับเงินที่จ่ายไป	ปรับปรุงและพัฒนามาจากงานวิจัยของ ปาริชาติ ประภาสัย (2557) และ Ryu, et al. (2008) เพื่อให้เหมาะสมกับบริบทของการศึกษา	5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 = เห็นด้วย 3 = ปานกลาง 2 = ไม่เห็นด้วย 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
PV2	ท่านคิดว่าอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีความคุ้มค่ากับเงินที่ต้องจ่าย		

ส่วนที่ 8 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านความปลอดภัยต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา (Safety of Food: SF) ข้อคำถามทั้งสิ้น 5 ข้อ ดังนี้

ตารางที่ 3.8: แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านความปลอดภัยต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

ความปลอดภัยต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา (Safety of Food: SF)		ที่มาของข้อคำถาม	ระดับความพึงพอใจ
SF1	ท่านคิดว่าอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีประโยชน์ต่อร่างกาย	ปรับปรุงและพัฒนา จากงานวิจัยของ	5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 = เห็นด้วย
SF2	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาอาจมีส่วนผสมที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย โดยที่ท่านไม่ทราบ	ปารีชาติ ประภาสัย (2557) และมณฑิตา ปิยะธรราริเบศร์ (2564)	3 = ปานกลาง 2 = ไม่เห็นด้วย 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
SF3	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาอาจเป็นอันตรายต่อร่างกายหลังรับประทาน	เพื่อให้เหมาะสมกับ บริบทของการศึกษา	
SF4	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค		
SF5	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาอาจมีสารที่ก่อให้เกิดอาการแพ้ต่อกลุ่มผู้บริโภคบางกลุ่ม		

ส่วนที่ 9 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านการรับรู้ประโยชน์ต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา (Perceived Benefits: PB) ข้อคำถามทั้งสิ้น 6 ข้อ ดังนี้

ตารางที่ 3.9: แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านการรับรู้ประโยชน์ต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา

ด้านการรับรู้ประโยชน์ต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา (Perceived Benefits: PB)		ที่มาของข้อความ	ระดับความพึงพอใจ
PB1	ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา เพราะเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย	ปรับปรุงและพัฒนามาจากงานวิจัยของปาริชาติ ประภาลัย (2557) และรัชกร อัครพิน (2562)	5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 = เห็นด้วย 3 = ปานกลาง 2 = ไม่เห็นด้วย 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
PB2	ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเพราะมีราคาไม่แพง	เพื่อให้เหมาะสมกับบริบทของการศึกษา	
PB3	ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเพราะเห็นว่ามีความปลอดภัย		
PB4	ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเพราะเป็นที่นิยมในสังคม		
PB5	ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเพราะรับประทานอยู่เป็นประจำ		
PB6	ท่านตัดสินใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเนื่องจากคิดว่าอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาสามารถรักษาโรคได้		

3.5 การตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เมื่อแบบสอบถามข้างต้นได้ถูกนำมาปรับใช้ในการสำรวจเพื่อให้มีความสอดคล้องกับบริบทของงานวิจัยที่ต้องการศึกษาแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบโดยให้ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องเป็นผู้ตรวจสอบ (Expert Panel Review) และตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของเครื่องมือโดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.5.1 การตรวจสอบแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ (Expert Panel Review)

ผู้วิจัยได้มีการนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่าง ๆ เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 2 ท่าน ผู้บริโภคนาน 2 ท่าน และผู้ที่มีความรู้และความเข้าใจทางด้านอาหารจำนวน 1 ท่าน รวมทั้งสิ้น 5 ท่าน ได้แก่

- 1) ตัวแทนผู้ทรงคุณวุฒิ
- 2) ตัวแทนอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ

- 3) ตัวแทนของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา
- 4) ตัวแทนของผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา
- 5) ตัวแทนผู้เชี่ยวชาญทางด้านอาหาร

โดยผู้วิจัยจะคำนวณออกมาเป็นตัวเลข หรือเรียกว่า ดัชนีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity Index หรือ CVI) มีวิธีการประเมิน ดังนี้ หลังจากผู้เชี่ยวชาญได้อ่านข้อคำถาม จะต้องประเมินความเหมาะสม คะแนนความสอดคล้องจะมี 4 ระดับ ระดับที่ 4 คือ ข้อคำถามมีความสอดคล้องกับงานวิจัยมาก ระดับที่ 3 คือ ข้อคำถามค่อนข้างสอดคล้องกับงานวิจัย ระดับที่ 2 คือ ข้อคำถามสอดคล้องบางส่วนกับงานวิจัย และระดับที่ 1 คือ ข้อคำถามไม่สอดคล้องกับงานวิจัย ข้อคำถามที่ได้คะแนนมากกว่า 3 คะแนน เครื่องมือมีค่า CVI มากกว่า 0.8 ขึ้นไปถือว่าข้อคำถามนั้นมีความเที่ยงตรง เนื้อหาอยู่ในเกณฑ์ดี แต่หากค่ากว่า 0.8 นักวิจัยจะต้องนำข้อคำถามมาปรับปรุงให้มีความสอดคล้องมากยิ่งขึ้น ได้ผลออกมาดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.10: ข้อมูลแสดงผลการตรวจแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ (Expert Panel Review)

ข้อคำถาม	Expert 1	Expert 2	Expert 3	Expert 4	Expert 5	คะแนนเฉลี่ยรายข้อ
Taste of Food: TF						
TF1: อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีรสชาติที่ถูกปาก และตรงกับความต้องการของท่าน	4	4	4	4	4	4
TF2: อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีรสชาติที่คงที่ และเป็นมาตรฐานทุกครั้งที่บริโภค	4	4	4	3	3	3.6
TF3: อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีรสชาติที่หลากหลาย	4	4	4	3	3	3.6
TF4: เมื่อทานอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาจะทำให้ท่านรู้สึกดี	4	4	4	3	3	3.6

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.10 (ต่อ): ข้อมูลแสดงผลการตรวจแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ (Expert Panel Review)

ข้อความ	Expert 1	Expert 2	Expert 3	Expert 4	Expert 5	คะแนนเฉลี่ย รายชื่อ
Society: SO						
SO1: การเลือกบริโภคอาหาร เพื่อสุขภาพจากกัญชาทำให้ท่าน รู้สึกเป็นที่ยอมรับในสังคม	4	4	4	4	4	4
SO2: อาหารเพื่อสุขภาพจาก กัญชาเป็นสิ่งที่สร้างความ ประทับใจกับบุคคลอื่นได้	4	4	4	4	4	4
SO3: อาหารเพื่อสุขภาพจาก กัญชาเป็นอาหารที่สังคมให้การ ยอมรับ	4	4	4	4	4	4
SO4: ท่านจะแนะนำอาหารเพื่อ สุขภาพจากกัญชาให้กับ ครอบครัว และเพื่อนของท่าน	4	4	4	4	4	4
Emotional Value: EV						
EV1: ท่านรู้สึกเพลิดเพลินเมื่อ บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจาก กัญชา	4	4	4	3	4	3.8
EV2: อาหารเพื่อสุขภาพจาก กัญชากระตุ้นให้ท่านอยากบริโภค	4	4	4	4	3	3.8
EV3: อาหารเพื่อสุขภาพจาก กัญชาทำให้ท่านรู้สึกผ่อนคลาย	3	4	4	3	3	3.4
EV4: อาหารเพื่อสุขภาพจาก กัญชาทำให้ท่านมีความสุขทางใจ	3	4	4	4	4	3.8
EV5: อาหารเพื่อสุขภาพจาก กัญชาทำให้ท่านรู้สึกดี	3	4	4	3	4	3.6

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.10 (ต่อ): ข้อมูลแสดงผลการตรวจแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ (Expert Panel Review)

ข้อคำถาม	Expert 1	Expert 2	Expert 3	Expert 4	Expert 5	คะแนนเฉลี่ย รายข้อ
Perceived Value: PV						
PV1: ท่านคิดว่าอาหารเพื่อ สุขภาพจากกัญชามีประโยชน์ เหมาะสมกับเงินที่จ่ายไป	4	4	4	4	3	3.8
PV2: ท่านคิดว่าอาหารเพื่อ สุขภาพจากกัญชามีความคุ้มค่า กับเงินที่ต้องจ่าย	3	4	4	3	3	3.4
PV3: ท่านจะเลือกบริโภค อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา เนื่องจากเห็นว่าคุ้มค่ากับเงินที่ ต้องจ่าย	3	4	1	1	1	2
Safety of Food: SF						
SF1: ท่านคิดว่าอาหารเพื่อ สุขภาพจากกัญชามีประโยชน์ต่อ ร่างกาย	4	4	4	3	3	3.6
SF2: อาหารเพื่อสุขภาพจาก กัญชาอาจมีส่วนผสมที่เป็น อันตรายต่อร่างกายโดยที่ท่านไม่ ทราบ	4	4	4	4	3	3.8
SF3: อาหารเพื่อสุขภาพจาก กัญชาอาจเป็นอันตรายต่อ ร่างกายหลังรับประทาน	4	4	3	3	3	3.4
SF4: อาหารเพื่อสุขภาพจาก กัญชาอาจก่อให้เกิดโรคมมากกว่า การรักษา	4	4	3	2	2	3

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.10 (ต่อ): ข้อมูลแสดงผลการตรวจแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ (Expert Panel Review)

ข้อความคำถาม	Expert 1	Expert 2	Expert 3	Expert 4	Expert 5	คะแนนเฉลี่ย รายข้อ
SF5: อาหารเพื่อสุขภาพจาก กัญชาอาจมีสารที่ก่อให้เกิด อาการแพ้ต่อกลุ่มผู้บริโภคบาง กลุ่ม	4	4	4	4	4	4
Perceived Benefits: PB						
PB1: ท่านตัดสินใจซื้ออาหาร เพื่อสุขภาพจากกัญชา เพราะ เห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย	4	4	4	4	4	4
PB2: ท่านตัดสินใจซื้ออาหาร เพื่อสุขภาพจากกัญชาเพราะมี ราคาไม่แพง	3	4	4	4	4	3.8
PB3: ท่านตัดสินใจซื้ออาหาร เพื่อสุขภาพจากกัญชาเพราะ เห็นว่ามีความปลอดภัย	3	4	4	4	4	3.8
PB4: ท่านตัดสินใจซื้ออาหาร เพื่อสุขภาพจากกัญชาเพราะ เป็นที่นิยมในสังคม	3	4	4	4	4	3.8
PB5: ท่านตัดสินใจซื้ออาหาร เพื่อสุขภาพจากกัญชาเพราะ รับประทานอยู่เป็นประจำ	3	4	4	4	4	3.8
PB6: ท่านตัดสินใจบริโภค อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา เนื่องจากคิดว่าอาหารเพื่อ สุขภาพจากกัญชาสามารถรักษา โรคได้	4	4	4	4	4	4

จากตาราง 3.10 ได้ข้อสรุปว่าข้อคำถามที่ได้คะแนนเฉลี่ยมากกว่า 3 คะแนนมีจำนวน 26 ข้อ โดยหลังจากการปรับปรุงแบบสอบถามทำให้ได้ข้อสรุปว่า สามารถสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 3.11: ขั้นตอนการพัฒนา และปรับปรุงแบบสอบถาม

วิธีการ	วัตถุประสงค์	ผลลัพธ์ที่ได้
ทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	- ออกแบบตัวแปรพื้นฐานภายใต้ ทฤษฎี และแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	27 รายการ
Expert Panel Review	- พัฒนา และปรับปรุงตัวแปร - ตรวจสอบคุณภาพก่อนนำไป ใช้จริง	1. รายการที่ต้องแก้ไข 2 รายการ 2. รายการที่ต้องนำออก 1 รายการ คงเหลือ 26 รายการ ตรวจสอบ CVI

3.5.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ตรวจสอบหลังจากได้รับการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ และได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขแล้ว แบบสอบถามจะถูกนำไปทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) กับกลุ่มประชาชน ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 30 ราย (Pilot Test) (n=30) คือ ประชาชนที่เป็นหัวหน้าหรือแกนนำเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพประจำครอบครัว ภายในประเทศไทย และนำแบบสอบถามมาคำนวณหาความเที่ยง จากความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) โดยใช้วิธีการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ให้ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามหรือค่าความเที่ยง เท่ากับ 0.7 ขึ้นไป (Cronbach, 1971, pp. 202-204) ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Corrected Item-Total Correlation) ของแต่ละข้อคำถามควรมีค่าตั้งแต่ 0.3 เป็นต้นไป (Field, 2009) จากนั้นจึงทำการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องจึงจะสามารถนำแบบสอบถามดังกล่าวไปใช้สำหรับการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 3.12: การตรวจสอบความเที่ยงของเครื่องมือ (Reliability) (n=30)

ตัวแปร	จำนวน ตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด	Corrected Item- Total Correlation	ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา
Taste of Food: TF	4	TF1	0.761	0.814
		TF2	0.741	
		TF3	0.436	
		TF4	0.624	
Society: SO	4	SO1	0.789	0.874
		SO2	0.795	
		SO3	0.622	
		SO4	0.720	
Emotional Value: EV	5	EV1	0.822	0.955
		EV2	0.846	
		EV3	0.896	
		EV4	0.918	
		EV5	0.906	
Perceived Value: PV	2	PV1	0.819	0.9
		PV2	0.819	
Safety of Food: SF	5	SF1	0.889	0.932
		SF2	0.861	
		SF3	0.865	
		SF4	0.773	
		SF5	0.716	
Perceived Benefits: PB	6	PB1	0.904	0.923
		PB2	0.875	
		PB3	0.887	
		PB4	0.382	
		PB5	0.824	
		PB6	0.822	

3.6 วิธีการเก็บข้อมูลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยทำการเลือกเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อช่วยสร้างความเข้าใจขั้นพื้นฐานแก่ตัวผู้วิจัยเอง และช่วยในเรื่องการออกแบบของแบบสอบถามในการวิจัย รวมไปถึงได้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วนยิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยเลือกเก็บแบบสอบถามจากผู้บริโภคที่เคยบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาตั้งแต่ปี 2565 จำนวน 300 คน และเลือกใช้การเก็บแบบสอบถามผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ผ่านโปรแกรม Google Form และทำการส่งไปยังส่วนของเพจ Facebook ที่มีชื่อว่า เพจกลุ่มผู้ใช้กัญชาเพื่อพัฒนาตนเองและสังคม และเพจ Ganja TV รวมไปถึงผู้ครอบครองที่เคยบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา และมีใช้การส่งต่อเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เพิ่มขึ้นมีความสะดวกรวดเร็ว เพราะกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นประชากรตัวอย่างนั้นเป็นกลุ่มคนเฉพาะ โดยผู้วิจัยได้มีแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ คือ

3.6.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมในงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมี กลุ่มผู้บริโภคที่เคยบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา คือ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน ซึ่งผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถามให้ครบตามจำนวนที่ระบุไว้ข้างต้น

3.6.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น วิทยานิพนธ์ งานวิจัยและแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อประกอบกับการสร้างแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์

3.7 วิธีการทางสถิติ

หลังจากที่ได้รับข้อมูลการวิจัยในรูปแบบของแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทดสอบและประมวลผลทางสถิติเบื้องต้นด้วยโปรแกรมการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป IBM SPSS Statistics 22 และวิเคราะห์สถิติอนุมานด้วยตัวแบบสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Square Structural Equation Model: PLS-SEM) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SMART PLS เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.7.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

ในส่วนของ ค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าเฉลี่ย (Mean) ได้ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.7.2 สถิติอนุมานด้วยตัวแบบสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Square Structural Equation Model: PLS-SEM) สถิตินี้ใช้เพื่อต้องการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัว

แปรแฝงในสมการโครงสร้าง (Structural Model) หรือ Inner Model ในสมการการวัด (Measurement Model) หรือ Outer Model ใช้เพื่อต้องการหาความสัมพันธ์ในตัวแปรแฝงโดยวิธีการอิงสมการถดถอยเชิงเดี่ยวและเชิงซ้อน วิธีแบบ PLS ตัวแปรแฝงที่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับตัวแปรสังเกตได้ จะแตกต่างจาก CB-SEM ที่ตัวแปรแฝงสร้างจากการประมาณการตัวแปรสังเกตได้แต่ไม่มีตัวตนจริงในแบบจำลอง วิธีแบบ PLS-SEM จำสามารถทำการประเมินค่าได้ดีที่สุด โดยขึ้นอยู่กับประมาณค่าในแบบจำลอง Inner และ Outer (Lee, Petter, Fayard & Robinson, 2011)

3.7.3 การพิจารณาคุณภาพแบบจำลองรวม (Model Fit) โดยโปรแกรม SMART PLS ใช้แสดงแบบจำลองรวมด้วยวิธีบูทสทราป (Bootstrap) ของ Bollen-Stine (Bollen & Stine, 1992) เพื่อประเมินและวัดความอึดตัวของแบบจำลองให้ได้ค่าเมตริกสหสัมพันธ์ความต่างของข้อมูลในเชิงประจักษ์ โดยวัดจากสถิติ 3 ชนิด คือ 1) ความคลาดเคลื่อนกำลังสองน้อยที่สุดไม่ถ่วงน้ำหนัก (The Unweighted Least Square Discrepancy: dULS) 2) ความคลาดเคลื่อนจากรูปร่าง (The Geodesic Discrepancy: dG) และ 3) ดัชนีรากที่สองกำลังสองเฉลี่ย (Standardized Root Mean Square Residual: SRMR) และใช้ค่า dULS, dG และ SRMR เพื่อต้องการวัดปริมาณความเข้มแข็งของเมตริกสหสัมพันธ์เชิงประจักษ์ ยิ่งผลลัพธ์ที่หาได้มีค่าที่ต่ำแสดงว่าแบบจำลองนั้นมีคุณภาพที่ดี แบบจำลองกำหนด (Estimated Model) และแบบจำลองที่ตัวแปรแฝงทั้งหมดอนุญาตให้มีความแปรปรวนรวมกันได้ ใช้เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ร้อยละ 95 (HI95) และร้อยละ 99 (HI99) ค่า SRMR ไม่ควรมากกว่า 0.08 แสดงว่าแบบจำลองนี้กระชับ กลมกลืนกับข้อมูลได้ดี

3.7.4 การพิจารณาคุณภาพแบบจำลองการวัด พิจารณาจากความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ความเที่ยงตรงแบ่งเป็น 2 ชนิด ได้แก่ 1) ความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) วัดจากค่าน้ำหนัก (Loading) ต้องมีค่ามากกว่า 0.5 มีนัยสำคัญทางสถิติ และ 2) ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) วัดจากค่าน้ำหนักของแต่ละดัชนีในตัวแปรแฝงสูงกว่า Cross Loading และค่าเฉลี่ยที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) จำเป็นจะต้องสูงกว่าสหสัมพันธ์กับตัวแปรแฝงอื่น (Fornell & Larcker, 1981) ความเชื่อถือวัดได้จาก Cronbach Alpha และ Composite Reliability ที่ต้องมีค่ามากกว่า 0.7

ตารางที่ 3.13: เกณฑ์วัดแบบจำลอง Outer หรือแบบจำลองการวัด (Measurement Model)

การวัด	ดัชนีวัด	เกณฑ์
Construct Reliability	Construct Reliability	> 0.70 Hair, et al. (2010)
	Dijkstra-Henseler's rho (ρ_A)	> 0.70 Henseler, et al. (2016)
	Jöreskog's rho (ρ_c)	> 0.70 Henseler, et al. (2016)
	Composite Reliability คือ ความเชื่อมั่นเชิงองค์ประกอบ	> 0.70 Bagozzi & Yi (1988) และ Hair, et al. (2010)
	Indicator Reliability คือ ความเชื่อมั่นของตัวแปรสังเกตได้ เป็นค่าความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตได้โดยตัวแปรแฝง	> 0.70 Hulland (1999) และ Chin (1998)
	แสดงถึงความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม	
Convergent Validity	Average Variance Extracted ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้	> 0.50 Fornell & Larcker (1981) และ Hair, et al. (2010)
	ความเที่ยงตรงเชิงเหมือน คือ ความเที่ยงตรงของมาตรวัดเพื่อแสดงให้เห็นถึงตัวชี้วัดที่สามารถวัด Construct แบบเดียวกันได้	> 0.5 Bagozzi & Yi, (1988) และ Hair, et al. (2010)
Discriminant Validity	ความเที่ยงตรงเชิงจำแนกของมาตรวัดแต่ละ Construct ใช้เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนกโดยใช้เกณฑ์ Fornell & Larcker และ Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations (HTMT)	Fornell & Larcker (1981) เสนอให้ (AVE) ของแต่ละตัวแปรแฝงควรมากกว่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง
		Henseler, Ringle & Sarstedt (2015) เสนอใช้ HTMT วัด Discriminant Validity ได้ดีกว่าเกณฑ์ของ Fornell & Larcker (1981)

3.7.5 การพิจารณาคุณภาพแบบจำลองโครงสร้าง (Structural Model หรือ Inner Model) พิจารณาจากคุณภาพสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) ส่วนสำคัญของสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R_2) และขนาดผลกระทบ (f^2) โดยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมีนัยสำคัญ และต้องสูงกว่า 0.2 ค่า R_2 สามารถแบ่งได้เป็น 3 ระดับ คือ 1) ระดับอ่อน (Weak) ค่าอยู่ที่ 0.25 2) ระดับกลาง (Moderate) ค่าอยู่ที่ 0.50 และ 3) ระดับสูง (Substantial) ค่าอยู่ที่ 0.75 ในส่วนของค่า f^2 ถ้าเท่ากับ 0.02 คือ Effect Size ที่ต่ำ แสดงว่าตัวอย่างนั้นมีขนาดเล็กจนเกินไป จึงไม่สามารถตรวจพบอิทธิพลของค่าปฏิสัมพันธ์ได้ แต่ถ้ามีค่าเท่ากับ 0.15 คือ Effect Size มีค่าปานกลาง แสดงว่าตัวอย่างมีขนาดใหญ่มากพอที่จะตรวจสอบค่าปฏิสัมพันธ์ได้ และถ้าหากค่าเท่ากับ 0.35 แสดงว่า Effect Size สูง แสดงว่าตัวอย่างมีขนาดใหญ่ทำให้สามารถตรวจพบค่าปฏิสัมพันธ์ได้ดีที่สุด โดยพิจารณาจากเกณฑ์ (Cohen, 1992 อ้างใน มนตรี พิริยะกุล, 2553) ดังตารางที่ 3.14

ตารางที่ 3.14: เกณฑ์วัดแบบจำลอง Inner หรือ Structural Model

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย	เกณฑ์
Coefficient of Determination R_2		Chin (1998) กำหนดให้ 0.19 ขนาดเล็ก, 0.33 ขนาดกลาง และ 0.67 ขนาดใหญ่ Hair, et al. (2010) กำหนดให้ 0.25 ขนาดเล็ก, 0.50 ขนาดกลาง 0.75 ขนาดใหญ่
Effect Size f^2	ค่าผลกระทบระหว่างตัวแปรแฝง	Cohen (1988) กำหนดให้ 0.02 มีขนาดเล็ก, 0.15 มีขนาดกลาง และ 0.35 มีขนาดใหญ่
Path Coefficient	ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง หรือ ค่าผลกระทบทางตรงของการวิเคราะห์เส้นทาง	Hair, et al. (2010) ขนาด, เครื่องหมาย และ p-value

ที่มา: 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.

3.7.6 การทดสอบสมมติฐาน (Path Coefficients and Significance Levels) เนื่องจากสถิติอนุมานด้วยตัวแบบสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Square Structural Equation Model: PLS-SEM) ใช้การทดสอบการมีนัยสำคัญทางสถิติของพารามิเตอร์ด้วยกระบวนการบูทสแตรปีง (Bootstrapping) ซึ่งกระบวนการนี้จะใช้ในการหาช่วงความเชื่อมั่นของการประมาณค่าของพารามิเตอร์ ประกอบกับความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของแต่ละพารามิเตอร์ และหาค่าเฉลี่ย เพื่อนำมาวิเคราะห์สถิติ การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของ Inner Model มีระดับนัยสำคัญอยู่ที่ 0.05 คือ $p < 0.05$ และ t-Value มีค่าสูงกว่าค่าวิกฤติคือ 1.96 แสดงว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางสนับสนุนสมมติฐานงานวิจัย

3.7.7 การวิเคราะห์แผนภาพความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (Importance Performance Map Analysis: IPMA) เพื่อช่วยตรวจสอบว่าตัวแปรสาเหตุตัวแปรใดมีความสำคัญ ตัวแปรที่มี Large Importance แต่ Low Performance จะต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไข

Importance = Absolute Total Effect ของตัวแปรสาเหตุของตัวแปรผลลัพธ์มีค่า 0-1.0

Performance = ค่าเฉลี่ยของ Unstandardized Latent Variable Score ที่ได้

Normalize และทำเป็นร้อยละแล้วมีค่า 0-100 กล่าวคือ

$$\text{Normalized Latent Score Variable} = \frac{x - \min}{\max - \min} * 100$$

บทที่ 4
การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากัญชาของผู้บริโภคชาวไทย” ในครั้งนี้ได้มีการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการประมวลผลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ชุด ของผู้บริโภคที่เคยบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากัญชาตั้งแต่ปี 2565 จากการวิเคราะห์ข้อมูล และแปลความหมายมีการกำหนดสัญลักษณ์อักษรย่อ ดังต่อไปนี้

n	แทน	จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติในการแจกแจงแบบที (t-Distribution)
F	แทน	ค่าสถิติในการแจกแจงแบบเอฟ (F-Distribution)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
Std. Error	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อน หรือความผิดพลาด
Sig	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติเพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผู้วิจัยทำการแบ่งข้อมูลผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- 4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามและแบบสอบถามความสนใจ
- 4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.3 ส่วนที่ 3 การประเมินโมเดลเชิงโครงสร้าง
- 4.4 ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน
- 4.5 ส่วนที่ 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ส่วนที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามและแบบสอบถามคัดกรอง

ข้อมูลโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากผลการวิเคราะห์ทราบได้ว่า ส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ในร้อยละ 67 และร้อยละ 33 ตามลำดับ และในส่วนใหญ่จะมีช่วงอายุอยู่ที่ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 39 และรองลงมาคือช่วงอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 32 ในส่วนของการศึกษา ส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71 และรองลงมาคือระดับปริญญาโท คิดเป็น

ร้อยละ 18 ประกอบอาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 39 และรองลงมาเป็นนักเรียนและนักศึกษา อยู่ที่ร้อยละ 16 ส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 33 รองลงมาคือ 15,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา (ร้อยละ 92) และเคยบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาในประเภทเมนูอาหารหวานมากที่สุด (ร้อยละ 35) รองลงมาคืออาหารคาว (ร้อยละ 33) ซึ่งในอนาคตยังมีความสนใจที่จะบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาในประเภทเครื่องดื่มมากที่สุด (ร้อยละ 40) รองลงมาคืออาหารคาว (ร้อยละ 32) ดังตารางที่ 4.1 และ 4.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1. เพศ		
ชาย	98	33
หญิง	202	67
รวม	300	100
2. อายุ		
20 – 30 ปี	117	39
31 – 40 ปี	58	19
41 – 50 ปี	96	32
51 ปีขึ้นไป	29	10
รวม	300	100
3. การศึกษา		
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	28	9
ปริญญาตรี	212	71
ปริญญาโท	54	18
ปริญญาเอก	6	2
รวม	300	100

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	49	16
ข้าราชการ	28	9
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	19	6
พนักงานเอกชน	117	39
ธุรกิจส่วนตัว	62	21
อื่น ๆ	25	8
รวม	300	100
4. รายได้ต่อเดือน		
15,000 บาท หรือต่ำกว่า	54	18
15,001 – 30,000 บาท	82	27
30,001 – 45,000 บาท	65	22
45,000 บาทขึ้นไป	99	33
รวม	300	100
5. ภูมิภาคที่อยู่อาศัย		
กทม. และปริมณฑล	95	32
ภาคเหนือ	25	8
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	45	15
ภาคใต้	43	14
ภาคตะวันออก	65	22
ภาคตะวันตก	27	9
รวม	300	100

ตารางที่ 4.2: จำนวนและข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามถึงความสนใจในการบริโภค

ความสนใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1. ผู้บริโภคมีความสนใจในอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา		
ใช่	276	92
ไม่ใช่	24	8
รวม	300	100
2. ประเภทของเมนูที่เคยบริโภคในอดีต		
อาหารคาว	98	33
อาหารหวาน	105	35
เครื่องดื่ม	97	32
รวม	300	100
3. ประเภทของเมนูที่จะลองบริโภคในอนาคต		
อาหารคาว	96	32
อาหารหวาน	85	28
เครื่องดื่ม	119	40
รวม	300	100

THE CREATIVE UNIVERSITY

4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.3: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านรสชาติของอาหารต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา (Taste of Food: TF)

ความพึงพอใจของรสชาติต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีรสชาติที่ถูกปากและตรงกับความต้องการของท่าน	3.07	1.11	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
2. อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีรสชาติที่คงที่และเป็นมาตรฐานทุกครั้งที่บริโภค	3.10	1.22	ระดับความพึงพอใจปานกลาง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านรสชาติของอาหารต่ออาหาร เพื่อสุขภาพจากกัญชา (Taste of Food: TF)

ความพึงพอใจของรสชาติต่ออาหารเพื่อสุขภาพ จากกัญชา	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
3. อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีรสชาติที่หลากหลาย	3.22	1.20	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
4. เมื่อทานอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาจะทำให้ท่านรู้สึกดี	3.21	1.16	ระดับความพึงพอใจปานกลาง

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อรสชาติของอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา โดยเรื่องที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุดคือ “อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีรสชาติที่หลากหลาย” มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.22 รองลงมาคือ “เมื่อทานอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาจะทำให้ท่านรู้สึกดี” และ “อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีรสชาติที่คงที่ และเป็นมาตรฐานทุกครั้งบริโภค” ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.21 และ 3.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านสังคมต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา (Society: SO)

ความพึงพอใจของสังคมต่ออาหารเพื่อสุขภาพ จากกัญชา	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. การเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาทำให้ท่านรู้สึกเป็นที่ยอมรับในสังคม	2.77	1.26	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
2. อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจกับบุคคลอื่นได้	2.78	1.29	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
3. อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเป็นอาหารที่สังคมให้การยอมรับ	3.01	1.33	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
4. ท่านจะแนะนำอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาให้กับครอบครัว และเพื่อนของท่าน	2.81	1.35	ระดับความพึงพอใจปานกลาง

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางสำหรับด้านสังคมต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา โดยมีเรื่อง “อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเป็นอาหารที่สังคมให้การยอมรับ” เป็นที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.01 และรองลงมาคือ “ท่านจะแนะนำอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาให้กับครอบครัว และเพื่อนของท่าน” และ “อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจกับบุคคลอื่นได้” มีค่าเฉลี่ย 2.81 และ 2.78 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านอารมณ์ต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา (Emotional Value: EV)

ความพึงพอใจของอารมณ์ต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ท่านรู้สึกเพลิดเพลินเมื่อบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา	3.14	1.23	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
2. อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชากระตุ้นให้ท่านอยากบริโภค	3.05	1.28	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
3. อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาทำให้ท่านรู้สึกผ่อนคลาย	3.19	1.25	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
4. อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาทำให้ท่านมีความสุขทางใจ	3.06	1.30	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
5. อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาทำให้ท่านรู้สึกดี	3.12	1.25	ระดับความพึงพอใจปานกลาง

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านอารมณ์ต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาในระดับความพึงพอใจปานกลาง และมากที่สุดในเรื่อง “อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาทำให้ท่านรู้สึกผ่อนคลาย” ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.19 รองลงมาคือ “ท่านรู้สึกเพลิดเพลินเมื่อบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา” ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.14 และ “อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาทำให้ท่านรู้สึกดี” ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.12

ตารางที่ 4.6: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านความคุ้มค่าต่ออาหารเพื่อสุขภาพ จากกัญชา (Perceived Value: PV)

ความพึงพอใจของความคุ้มค่าต่ออาหารเพื่อสุขภาพ จากกัญชา	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ท่านคิดว่าอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีประโยชน์เหมาะสมกับเงินที่จ่ายไป	2.93	1.26	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
2. ท่านคิดว่าอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีความคุ้มค่ากับเงินที่ต้องจ่าย	3.18	1.18	ระดับความพึงพอใจปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าของอาหารเพื่อสุขภาพ จากกัญชาในระดับปานกลาง เรื่องที่มากที่สุดคือ “ท่านคิดว่าอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีความคุ้มค่ากับเงินที่ต้องจ่าย” และ “ท่านคิดว่าอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีประโยชน์เหมาะสมกับเงินที่จ่ายไป” ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.18 และ 2.93 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านความปลอดภัยต่ออาหารเพื่อสุขภาพ จากกัญชา (Safety of Food: SF)

ความพึงพอใจของความปลอดภัยต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ท่านคิดว่าอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีประโยชน์ต่อร่างกาย และไม่เป็นอันตราย	2.80	1.38	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
2. อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาอาจมีส่วนผสมที่เป็นอันตรายต่อร่างกายโดยที่ท่านไม่ทราบ	3.54	1.38	ระดับความพึงพอใจดี
3. อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาอาจเป็นอันตรายต่อร่างกายหลังรับประทาน	3.51	1.41	ระดับความพึงพอใจดี
4. อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชามีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค	2.77	1.36	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
5. อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาอาจจะมีสารที่ก่อให้เกิดอาการแพ้ต่อกลุ่มผู้บริโภคที่มีโรคประจำตัว	3.76	1.32	ระดับความพึงพอใจดี

จากตารางที่ 4.7 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านความปลอดภัยของอาหาร เพื่อสุขภาพจากกัญชาในระดับดี เรื่องที่มากที่สุดคือ “อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาอาจจะมีสารที่ ก่อให้เกิดอาการแพ้ต่อกลุ่มผู้บริโภคที่มีโรคประจำตัว” ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76 และรองลงมาคือเรื่อง “อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาอาจมีส่วนผสมที่เป็นอันตรายต่อร่างกายโดยที่ท่านไม่ทราบ” และ “อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาอาจเป็นอันตรายต่อร่างกายหลังรับประทาน” ซึ่งค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.54 และ 3.51 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านการรับรู้ประโยชน์ต่ออาหารเพื่อ สุขภาพจากกัญชา (Perceived Benefits: PB)

ความพึงพอใจด้านการรับรู้ประโยชน์ต่ออาหาร เพื่อสุขภาพจากกัญชา	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา เพราะเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย	3.11	1.19	ระดับความพึงพอใจ ปานกลาง
2. ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา เพราะมีราคาไม่แพง	3.04	1.27	ระดับความพึงพอใจ ปานกลาง
3. ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา เพราะเห็นว่ามีความปลอดภัย	3.08	1.29	ระดับความพึงพอใจ ปานกลาง
4. ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา เพราะเป็นที่นิยมในสังคม	2.98	1.28	ระดับความพึงพอใจ ปานกลาง
5. ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา เพราะรับประทานอยู่เป็นประจำ	2.76	1.30	ระดับความพึงพอใจ ปานกลาง
6. ท่านตัดสินใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา เนื่องจากคิดว่าอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาสามารถ รักษาโรคได้	3.19	1.17	ระดับความพึงพอใจ ปานกลาง

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อการรับรู้ ประโยชน์ต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา เรื่องที่มากที่สุดคือ “ท่านตัดสินใจบริโภคอาหารเพื่อ สุขภาพจากกัญชาเนื่องจากคิดว่าอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาสามารถรักษาโรคได้” ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.19 รองลงมาคือเรื่อง “ท่านตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา เพราะเห็นว่าเป็นประโยชน์

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 ตัวแปร มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด 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

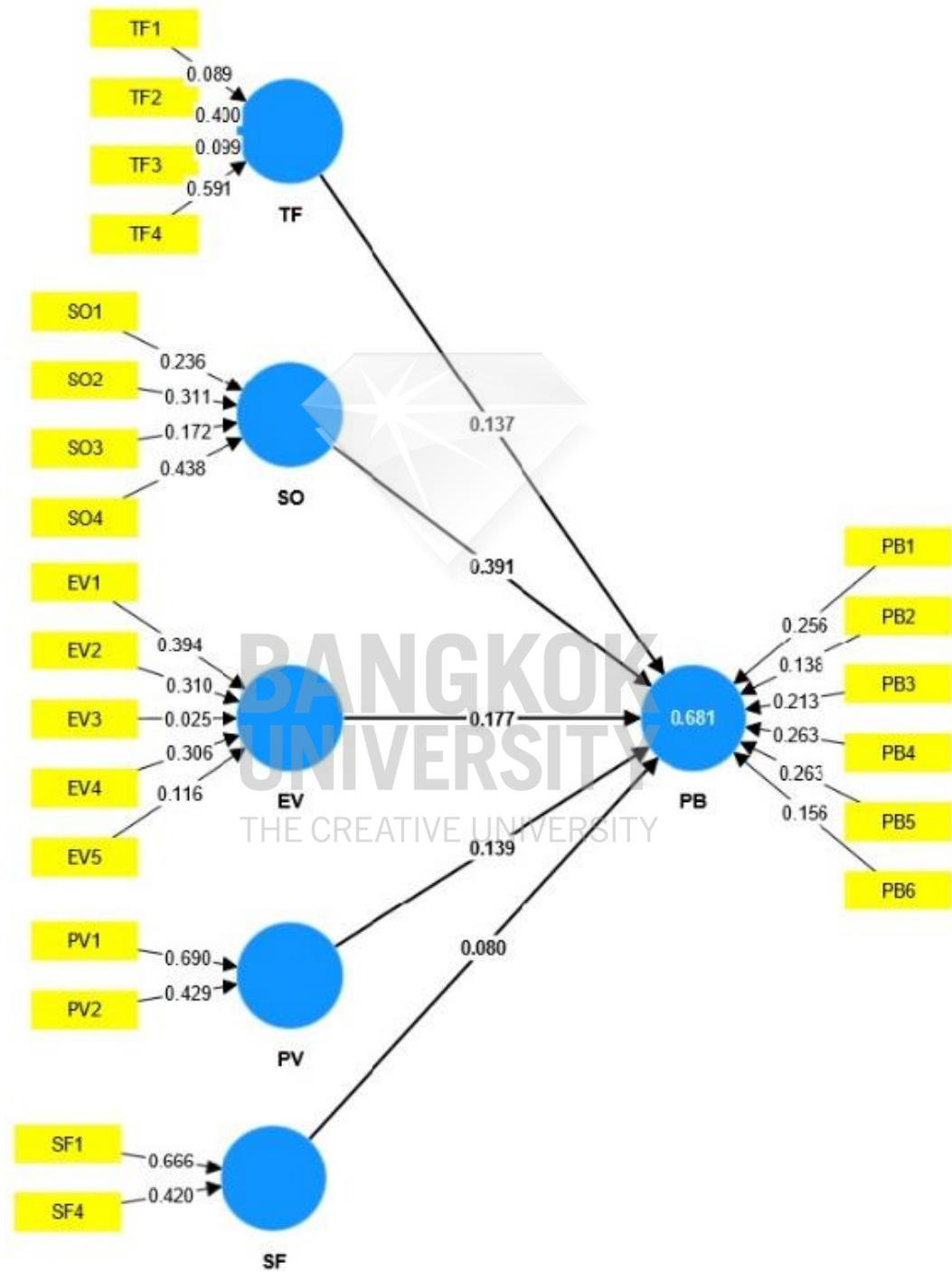
4.3.3 แบบจำลองเชิงโครงสร้าง (Structural Model หรือ Inner Model)

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



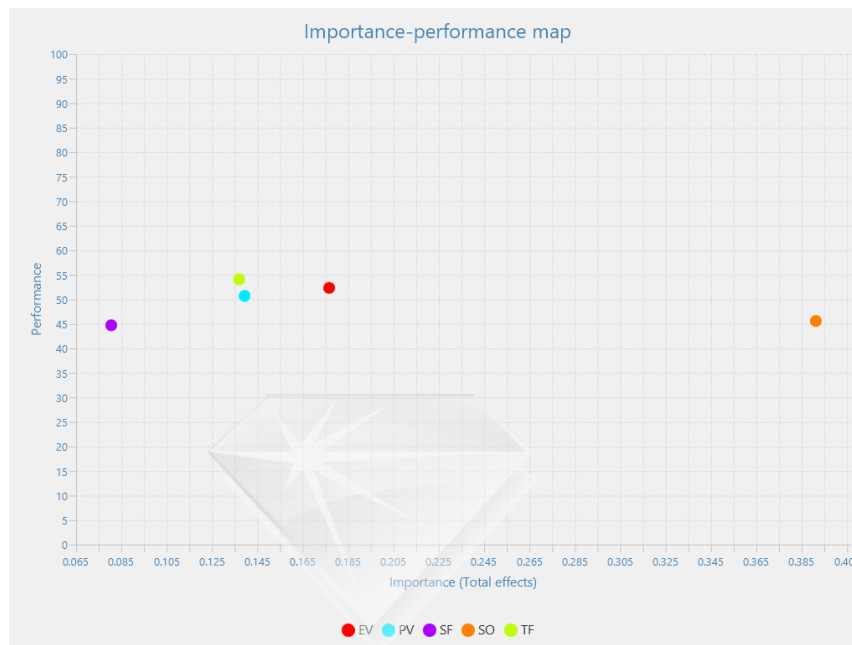
ตารางที่ 4.14: ค่าผลกระทบ

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

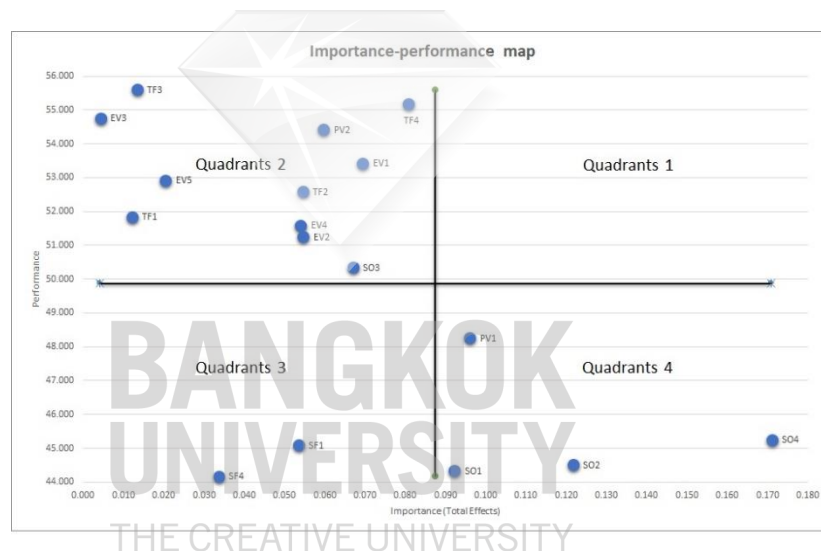
Quadrants 1 (Q1) (Keep up the Good Work) เป็นช่องที่ถือว่ามีประสิทธิภาพและความสำคัญสูงสุดสำหรับข้อมูลทั้งหมด ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ไม่พบค่าสำหรับช่องนี้

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 “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการเลือกบริโภคอาหาร เพื่อสุขภาพจากกัญชาของผู้บริโภคชาวไทย” สามารถสรุปผล อภิปรายผล และนำเสนอผลของการศึกษาและข้อเสนอแนะได้ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 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 ในตัวแปรแฝงอื่น 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) และมนัสพงศ์ 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 พัชรีย์ 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 วัฒนะธนากร และบุญภา ปันทุรอุ่มพร, 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 ในสังคมนั้นเป็นปัจจัยหนึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค 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 ซึ่งผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษางานวิจัยชิ้นนี้ไปพัฒนาประยุกต์ใช้เกี่ยวกับการพัฒนาอาหารเพื่อสุขภาพจากัญชา 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 และเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภครมากยิ่งขึ้น
- 2) มีการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ทักษะคนดี พฤติกรรม การบอกต่อ หรือการใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคร เพื่อจะได้เป็นแนวทางการศึกษาใหม่ ๆ หรือใช้เป็นแนวทางในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในอนาคตได้
- 3) ในอนาคตอาจให้มีการแยกหมวดหมู่ของประเภทอาหารที่ทำจากกัญชาให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นในการวิเคราะห์ IPMA
- 4) เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้มีเพศหญิงทำแบบสอบถามมากกว่าเพศชาย ในอนาคตอาจจะกำหนดเพศของผู้ทำแบบสอบถามเพื่อข้อมูลที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กนกพร มโนมัยพันธุ์. (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>.
- กรพินธุ์ 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 จิรวัดนานนท์. (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 วัฒนระนากร 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.
- นันทนันท์ 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 ประภาสัย. (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). *แนวทางพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดอุบลราชธานี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยพะเยา.
- มนัสพงศ์ พัฒนวิบูลย์. (2553). *การรับรู้ข่าวสาร และทัศนคติของประชาชนผู้รับบริการเกี่ยวกับภาพลักษณ์ในการให้บริการ ของธนาคารสินเอเซีย จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

- 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). *ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อชาเขียวพรีเมียมมือสองในเขตกรุงเทพมหานคร*. 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 อุณยะพันธุ์ 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 สาขาวิชาวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวและการบริการ 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	การเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาทำให้ท่านรู้สึกเป็นที่ยอมรับในสังคม					
2	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจกับบุคคลอื่นได้					
3	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาเป็นอาหารที่สังคมให้การยอมรับ					
4	ท่านจะแนะนำอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาให้กับครอบครัวและเพื่อนของท่าน					

ส่วนที่ 6: แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านอารมณ์ต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา (Emotional Value: EV)

คำชี้แจง: พิจารณาเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

อารมณ์ต่ออาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา (Emotional Value: EV)		ระดับวัดความคิดเห็น				
		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)	ไม่เห็นด้วย (2)	ปานกลาง (3)	เห็นด้วย (4)	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)
1	ท่านรู้สึกเพลิดเพลินเมื่อบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชา					
2	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชากระตุ้นให้ท่านอยากบริโภค					
3	อาหารเพื่อสุขภาพจากกัญชาทำให้ท่านรู้สึกผ่อนคลาย					

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