

คุณลักษณะของร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร Product Attributes of Restaurants with Cannabis Menus Selected by Consumers in Bangkok Metropolitan

นรพรรณ รัตนพิบูลย์¹ และ พิพัฒน์ นนทนารณ์²

Noraphan Rattanapiboon and Phiphat Nonthanathorn

Received & May 20, 2022 & Revise June 26, 2022 & Accepted June 30, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) คุณลักษณะของร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการ 2) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้บริโภค และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์และคุณลักษณะของร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่เคยและไม่เคยใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาและอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบ สมมติฐานด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไคสแควร์ ค่าสถิติที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เปรียบเทียบรายคู่ LSD โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี สถานภาพโสด โดยมีการศึกษาระดับปริญญาตรีซึ่งส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท และจากการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 และ 2) ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุ สถานภาพ วุฒิการศึกษาสูงสุด และอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยคุณลักษณะของร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: คุณลักษณะผลิตภัณฑ์, การเลือกใช้บริการ, ร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา

¹ นิสิตโครงการบัณฑิตศึกษาด้านบริหารธุรกิจ (สพท.) คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ e-mail noraphan.r@ku.th

¹ Master of the Civil-Military MBA Program, Faculty of Business Administration, Kasetsart University

² รองศาสตราจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ e-mail : fbusppn@ku.ac.th

² Associate Professor, Department of Management, Faculty of Business Administration, Kasetsart University



Abstract

This research is quantitative research. Its objectives are to study 1) Product Attributes of the Restaurant with Cannabis Menus Selected by Consumers. 2) relationships between demographic factors and consumer behavior 3) relationships between demographic factors and product attributes of Restaurants with Cannabis Menus Selected by Consumers. This research is conducted via a questionnaire. The sample group that ever and never use the service were 400 consumers lived in Bangkok Metropolitan. The data is calculated statistically by using frequency distribution, percentage, average and standard deviation. Hypotheses are tested by using correlation coefficient Chi-Square, t-Test and one-way ANOVA, LSD. The significance level is 0.05.

The research result revealed that mostly surveyors are female between 31-40 years old with single status and a bachelor's degree in education. Mostly surveyors work as office workers. The average income is from 30,001 to 40,000 bath per month. Mostly surveyors are not medical and public health personnel and the research result also showed that 1) demographic factors including gender, age, marital status, occupation, and income affect decision making on cannabis training courses of consumers in Bangkok Metropolitan with the significance level of 0.05. 2) different demographic factors including age, marital status, education, and occupation affect consumers' weights on importance of each attribute of the Restaurants with Cannabis Menus with the significance level of 0.05.

Keywords: Product Attributes; Selection; Restaurant with Cannabis Menus

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กัญชา เป็นพืชชนิดหนึ่งที่เคยถูกพิจารณาให้จัดอยู่ในหมวดหมู่ยาเสพติดให้โทษ เนื่องจากฤทธิ์ของกัญชาเป็นอันตรายต่อผู้เสพ ทำให้ผู้เสพเกิดอาการเวียนลอย ความคิดสับสน ประสาทหลอนจนควบคุมตนเองไม่ได้ ผู้เสพจึงมีอาการถูกกระตุ้นให้ช่างพูด ศูนย์วิชาการด้านยาเสพติด(, 2561) แต่ในปัจจุบันได้มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับกัญชาเพิ่มมากขึ้น และพบว่ากัญชามีประโยชน์ในด้านต่าง ๆ เช่น ช่วยลดอาการ คลื่นไส้ อาเจียนในผู้ป่วยโรคมะเร็งที่ได้รับการรักษาด้วยเคมีบำบัด การช่วยลดอาการปวดในผู้ป่วยโรคไขข้ออักเสบรุนแรง รักษาผู้ป่วยโรคทางระบบประสาทเช่น ผู้ป่วยโรคปลอกประสาทเสื่อมแข็งที่มีภาวะกล้ามเนื้อหดเกร็ง ผู้ป่วยที่มีอาการปวดเส้นประสาท พาร์กินสัน อัลไซเมอร์ เป็นต้น กระทรวงสาธารณสุข(, 2563) ซึ่งจากผลการวิจัยทำให้ ในปัจจุบันมีอย่างน้อย 33 ประเทศที่อนุญาตให้มีการใช้ประโยชน์จากกัญชาในหลาย ๆ ด้าน



เช่น ใช้ประโยชน์ทาง การแพทย์ ได้แก่ อาร์เจนตินา ออสเตรเลีย แคนาดา ซิลี เป็นต้น ใช้ประโยชน์ เพื่อสัน
 ทนาการ ได้แก่ แอฟริกาใต้ สเปน ศรีลังกา อูรูกวัย เป็นต้น ใช้ประโยชน์จากกัญชาได้อย่างเสรี เช่น แคนาดา
 อูรูกวัย เม็กซิโก เป็นต้น จากการที่หลายประเทศได้อนุญาตให้กัญชาสามารถนำมาใช้ในด้านต่าง ๆ ได้อย่างถูก
 กฎหมาย เนื่องจากพบว่ามียาประโยชน์ในหลายด้าน ทำให้ได้รับความสนใจและเป็นที่กล่าวถึงอย่าง มากใน
 ประเทศไทยในปัจจุบันประเทศไทยได้อนุญาตให้นำกัญชามาใช้ในเชิงธุรกิจต่าง ๆ ได้ เช่น ธุรกิจอาหาร ธุรกิจ
 เครื่องดื่ม โดยการนำส่วนต่าง ๆ ของกัญชา ได้แก่ เปลือก ลำต้น เส้นใย กิ่งก้าน ราก ใบ ซึ่งไม่มียอดหรือช่อดอก
 ติดมาด้วย

“กัญชา” กลายเป็นเมกะเทรนด์ยุคใหม่ของประเทศไทย หลังราชกิจจานุเบกษาเผยแพร่ประกาศ
 กระทรวงสาธารณสุข กำหนดให้ “กัญชา และกัญชง” สามารถนำมาประกอบอาหารและรับประทานได้ทั้งต้น
 การนำกัญชามาเป็นส่วนประกอบในการทำอาหาร ซึ่งทำให้ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคในประเทศเป็นอย่างมาก
 โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจผลิตภัณฑ์ที่ดูแล ใส่ใจสุขภาพของตนเองเพิ่มมากขึ้น ซึ่งทำให้อาหารที่มี
 ส่วนผสมของกัญชากลายเป็นอาหารสุขภาพและมีความต้องการของตลาดค่อนข้างสูง แต่อย่างไร ก็ตามใน
 ปัจจุบันประเทศไทยสำหรับอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชายังมีการออกจำหน่ายจำนวนไม่มากนัก และยังเป็น
 เรื่องใหม่ของสังคมไทยที่น่ายาเสียดใจมาเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ ทำให้ผู้บริโภคยังไม่มั่นใจในการ ตัดสินใจที่จะ
 ซื้ออาหารที่มีส่วนผสมของกัญชา ทำให้ต้องมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ รวมถึงต้องมีการวิจัย ที่ นามา
 สนับสนุนเกี่ยวกับการรับประทานเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกัญชา เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีความมั่นใจในการที่จะ
 ซื้ออาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาในปัจจุบัน ซึ่งร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาและเป็นที่ยอมรับ ได้แก่ เชียงไขก้า แบ
 ลัคแคนยอน CoCo Chaophraya KoKo Japanese Restaurant เป็นต้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้มีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาที่มีผลต่อ การ
 ใช้บริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งทำให้ทราบถึงการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนู
 กัญชาเพื่อที่จะนำไปประกอบการตัดสินใจในการใช้กลยุทธ์ของผู้ประกอบการที่ผลิตอาหารที่มีส่วนผสมของ
 กัญชาได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์และคุณลักษณะของร้านอาหารที่มีเมนู
 กัญชาที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ
 ร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาของผู้บริโภค



ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาคุณลักษณะของร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการศึกษาไว้ ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ทำการศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์กับการรับรู้และพฤติกรรมเลือกใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาของผู้บริโภค และปัจจัยประชากรศาสตร์กับคุณลักษณะของร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา
2. ขอบเขตด้านประชากร คือ ผู้บริโภคที่รู้จักและเคยใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน
3. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่การศึกษา ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2564 - 28 กุมภาพันธ์ 2565

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมที่มนุษย์ทำการค้นหาสิ่งของหรือเกิดการกระทำโดยตรงที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อนำผู้บริโภคไปสู่การตอบสนองต่อสิ่งที่คาดหวัง ความต้องการ และความจำเป็นของตนเอง อย่างไรก็ตาม มักต้อง มีการตัดสินใจเกี่ยวกับใช้ทรัพยากรอย่างปัจจัยด้านการเงินและเวลา เพื่อการบริโภคหรือใช้บริการสำหรับตนเอง ดังนั้นประเด็นที่เชื่อมโยงกับพฤติกรรมผู้บริโภคจึงประกอบไปด้วย จะซื้ออะไร ซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อใด ซื้ออย่างไร ทำไมถึงจะซื้อและความถี่ในการซื้อ (Schiffman & Kanuk, 2007) โดยในการวิจัยครั้งนี้ ทำการศึกษาพฤติกรรม ความถี่ในการใช้น้ำมันกัญชา ค่าใช้จ่ายในการซื้อน้ำมันกัญชาต่อครั้ง จำนวนการซื้อ น้ำมันกัญชาต่อครั้ง และความถี่ ในการซื้อน้ำมันกัญชา

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

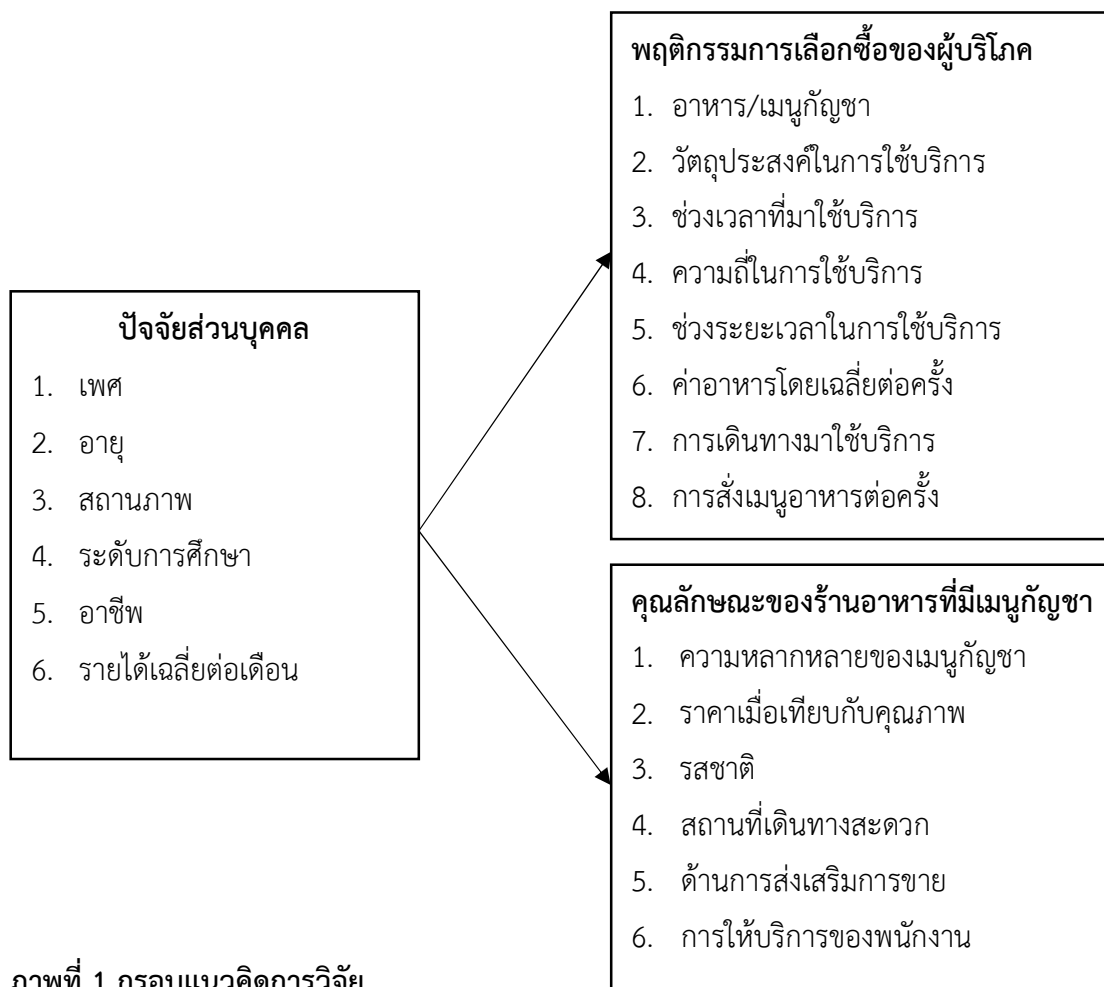
ในการตัดสินใจซื้อแม้ผู้บริโภคจะมีความต้องการที่แตกต่างกัน แต่ผู้บริโภคจะมีรูปแบบการตัดสินใจซื้อที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และตามมาด้วยพฤติกรรมหลังการซื้อที่จะเป็นส่วนช่วยให้ผู้ประกอบการรับทราบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการหรือไม่ และจะต้องปรับปรุงอย่างไร เพื่อให้ลูกค้าเหล่านั้นกลับมาซื้อซ้ำได้อีก ผู้บริโภคแต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล โดยทำให้แต่ละบุคคลมีการตัดสินใจซื้อแตกต่างกัน (Kotler & Keller, 2012)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติและคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์



การเกิดทัศนคตินั้นเริ่มจากการสร้างชุดของความเชื่อที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จากนั้นจึงนำไปสู่การประเมินและเกิดพฤติกรรม ทัศนคติอาจขึ้นอยู่กับสถานการณ์และระดับความเกี่ยวข้องของผู้บริโภค รวมไปถึงลำดับขั้นของผลกระทบของผู้บริโภคที่แตกต่างกันออกไป ทัศนคติของมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการของผู้บริโภค โดยพฤติกรรมจะแสดงถึงการเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ เมื่อเกิดทัศนคติระดับสูงจะส่งผลให้มีพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อสินค้าแบบเปรียบเทียบกับแบรนด์อื่น ๆ โดยทำการตัดสินใจซื้อสินค้าที่มีทัศนคติที่ดี แสดงให้เห็นว่าทัศนคติก่อให้เกิดพฤติกรรม หากทัศนคติอยู่ในระดับต่ำ ผู้บริโภคจะใช้เวลาไม่นานในการตัดสินใจซื้อ เมื่อเกิดความไม่พอใจในตัวสินค้าก็จะเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อไปเรื่อย ๆ ลักษณะนี้พฤติกรรมจะส่งผลต่อทัศนคติในการซื้อ ครั้งต่อไป (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2561 (Phiphat Nonthanathorn, 2018))

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยประชากรศาสตร์ต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้ระดับความสำคัญกับคุณลักษณะของร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาที่แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่ม

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาและเก็บข้อมูลประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้คือกลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย จังหวัดกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศ ชาย หญิง และ LGBTQI ที่เคยใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาไม่น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง จำนวนทั้งสิ้น 400 คน

วิธีการดำเนินการ

การศึกษาเรื่องคุณลักษณะของร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีรูปแบบเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ คือ แบบสอบถาม ผ่านทางช่องทางออนไลน์ และกลุ่มตัวอย่างต้องการตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง หลังจากนั้นผู้วิจัยจะนำผลที่ได้มาเข้าสู่กระบวนการ วิเคราะห์ เพื่อหาข้อสรุปต่าง ๆ ตามจุดประสงค์ของงานวิจัยที่ได้ตั้งไว้ซึ่งในแบบสอบถามจะประกอบไปด้วยแบบสอบถามที่คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างและแบบสอบถามหลัก

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการค้นคว้าอิสระ ผู้วิจัยได้ทำการเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก โดยใช้วิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างประชากร ของ W.G. Cochrane เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรและกำหนด ค่าความเชื่อมั่น 55% ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณไม่เกิน 5% ซึ่งคำนวณได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ชุด เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือ 400 ตัวอย่าง โดยเริ่มจากการแจกแบบสอบถามให้กับทางกลุ่มตัวอย่างของแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์หาค่าครอนบาร์ค แอลฟา ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์ในแต่ละหัวข้อของแบบสอบถามมากกว่า 0.7 จากนั้น จึงได้ทำการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มประชากรทั้งหมด 400 คน โดยจะทำการเก็บแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2564 ถึง วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2565 และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ ทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์



การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเป็นการนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ในรูปของร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนาแสดงผลการศึกษาในส่วนของข้อมูลส่วนบุคคลและคุณลักษณะของร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา
2. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ใช้สำหรับวิเคราะห์ความสัมพันธ์ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไคสแควร์ ค่าสถิติที และความแปรปรวนทางเดียว เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัย

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 48.75 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี ร้อยละ 47.75 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 84.50 วุฒิการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 57.75 โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 52.25 มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 00,001 - 40,000 บาท ร้อยละ 43.75

พฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา ร้อยละ 84.25 โดยส่วนใหญ่บริโภคอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาในรูปแบบอาหารทานเล่นเรียกน้ำย่อย ร้อยละ 56.08 ใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาในวันเสาร์ - อาทิตย์ ร้อยละ 77.74 ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาคือช่วงเย็น ร้อยละ 67.66 ความถี่ในการใช้บริการ 1 - 2 ครั้ง/ต่อเดือน ร้อยละ 67.95 ค่าใช้จ่าย ในการซื้ออาหารโดยเฉลี่ยต่อ ต่ำกว่า 1,000 บาท ต่อครั้ง เดินทางมาร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาด้วยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 64.39 ใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาจำนวน 2 - 0 คน ร้อยละ 75.67 เลือกสั่งเมนูอาหาร กัญชา 2 รายการต่อครั้ง ร้อยละ 77.45

คุณลักษณะของร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาในอุดมคติ ผู้บริโภคให้ความสำคัญคุณลักษณะด้านรสชาติของอาหารมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.75 รองลงมาคุณลักษณะด้านราคาของอาหารมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับ คุณภาพสินค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.74 คุณลักษณะด้านความหลากหลายของเมนูอาหารกัญชา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.71 คุณลักษณะด้านช่องทางการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.44 คุณลักษณะด้านความสะดวกในการเดินทางมาร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 และคุณลักษณะด้านการให้บริการของพนักงานร้านอาหาร เช่น การให้คำแนะนำ การเอาใจใส่ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 เป็นอันดับสุดท้าย ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร



ตารางที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร	ความถี่	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	195	48.75
ชาย	180	45.00
เพศทางเลือก (LGBTQI)	25	6.25
รวม	<u>400</u>	<u>100.00</u>
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	5	1.25
21-30 ปี	163	40.75
31-40 ปี	191	47.75
41-50 ปี	31	7.75
51 ปีขึ้นไป	10	2.50
รวม	<u>400</u>	<u>100.00</u>
สถานภาพสมรส		
โสด	338	84.50
สมรส	62	15.50
รวม	<u>400</u>	<u>100.00</u>
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	10	2.50
ปริญญาตรี	231	57.75
สูงกว่าปริญญาตรี	159	39.75
รวม	<u>400</u>	<u>100.00</u>
อาชีพ		
พนักงานบริษัทเอกชน	209	52.25
ธุรกิจส่วนตัว	150	37.50
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	28	7.00
นิสิต/นักศึกษา	8	2.00
เกษตรกร/ประมง	5	1.25
50,001 บาทขึ้นไป	40	10.00
รวม	<u>400</u>	<u>100.00</u>



ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหาร

ตัวแปร	ความถี่	ร้อยละ
เคยใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา		
เคย	337	84.25
ไม่เคย	63	15.75
รวม	<u>400</u>	<u>100.00</u>
ประเภทอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชา		
อาหารทานเล่นเรียกน้ำย่อย	189	56.08
เครื่องดื่ม	116	34.42
อาหารจานหลัก	26	7.72
ของหวาน	6	1.78
รวม	<u>337</u>	<u>100.00</u>
ช่วงวันที่มาใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา		
วันเสาร์-อาทิตย์	262	77.74
วันธรรมดา	71	21.07
วันหยุดนักขัตฤกษ์	4	1.19
รวม	<u>337</u>	<u>100.00</u>
ช่วงเวลาที่มาใช้บริการร้านอาหาร		
ช่วงเช้า	7	2.08
ช่วงบ่าย	102	30.27
ช่วงเย็น	228	67.77
รวม	<u>337</u>	<u>100.00</u>
ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา		
น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน	95	28.19
1-2 ครั้ง/เดือน	229	67.95
3-4 ครั้ง/เดือน	11	3.26
มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน	2	0.59
รวม	<u>337</u>	<u>100.00</u>
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้ออาหารต่อครั้ง		
ต่ำกว่า 1,000 บาท	247	73.29
1,000 - 5,000 บาท	88	26.11



ตัวแปร	ความถี่	ร้อยละ
5,000 – 10,000 บาท	2	0.59
รวม	<u>337</u>	<u>100.00</u>
การเดินทางมาร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา		
รถยนต์ส่วนตัว	217	64.39
รถไฟฟ้า BTS/MRT	99	29.38
รถรับจ้าง เช่น Taxi, Grab	17	5.04
รถโดยสารประจำทาง	4	1.19
รวม	<u>337</u>	<u>100.00</u>
จำนวนผู้มาร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาด้วยกัน		
1 คน	8	2.37
2 - 3 คน	255	75.67
4 -5 คน	47	13.95
มากกว่า 5 คน ขึ้นไป	27	8.01
รวม	<u>337</u>	<u>100.00</u>
จำนวนรายการเมนูกัญชาที่สั่งต่อครั้ง		
1 รายการ	47	13.95
2 รายการ	261	77.45
3 - 5 รายการ	28	8.31
มากกว่า 5 รายการ	1	0.30
รวม	<u>337</u>	<u>100.00</u>

จากตารางที่ 1 และ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารที่มีเมนูกัญชาด้านช่วงวันที่มาใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาและด้าน จำนวนรายการ เมนูกัญชาที่สั่งต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารที่มีเมนูกัญชาด้านช่วงเวลา ที่มาใช้ บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา ด้านความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อ อาหารต่อครั้ง ด้านจำนวนผู้มาร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาด้วยกัน และด้านจำนวนรายการเมนู กัญชาที่สั่งต่อครั้ง อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารที่มีเมนูกัญชาด้าน ช่วงวัน ที่มาใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารที่มีเมนูกัญชา ด้านช่วง วันที่มาใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา และด้านจำนวนรายการเมนูกัญชาที่สั่งต่อครั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารที่มีเมนูกัญชา ด้านช่วง วันที่มาใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา ด้านความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา ด้านจำนวนผู้มาร้านอาหารที่มี เมนูกัญชาด้วยกัน และด้านจำนวนรายการเมนูกัญชาที่สั่งต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารที่มีเมนูกัญชา ด้าน ช่วงวันที่มาใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา ด้านช่วงเวลาที่มาใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา ด้านความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้ออาหารต่อครั้ง ด้านการเดินทางมาร้านอาหารที่มีเมนู กัญชา ด้านจำนวนผู้มาร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาด้วยกัน และด้านจำนวนรายการเมนูกัญชาที่สั่งต่อครั้ง อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้ระดับความสำคัญกับคุณลักษณะของร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะของร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา

คุณลักษณะของร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. ความหลากหลายของเมนูอาหารกัญชา ^{ข จ}	4.71	0.74
2. ความสะดวกในการเดินทางมาร้านอาหาร ^{ก จ}	4.18	0.75
3. ราคาของอาหารมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพสินค้า ^{ก ข จ}	4.74	0.71
4. รสชาติของอาหาร ^{ข จ}	4.75	0.72
5. ช่องทางการส่งเสริมการตลาด ^{ก ข ค จ}	4.44	0.86
6. การให้บริการของพนักงานร้านอาหาร ^ข	4.17	0.85

หมายเหตุ: ^ก แสดงนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ระหว่างเพศ (ANOVA)

^ข แสดงนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ระหว่างอายุ (ANOVA)

^ค แสดงนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ระหว่างสถานภาพสมรส (t-test)

^จ แสดงนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ระหว่างวุฒิการศึกษา (chi-square)

^ฉ แสดงนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ANOVA)

จากตารางที่ 3 พบว่า คุณลักษณะของร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาในอุดมคติ ผู้บริโภคให้ความสำคัญคุณลักษณะด้านรสชาติของอาหารมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.75 รองลงมาคุณลักษณะด้านราคาของอาหารมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพสินค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.74 คุณลักษณะด้านความ หลากหลายของ



เมนูอาหารกัญชาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.71 คุณลักษณะด้านช่องทางการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.44 คุณลักษณะด้านความสะดวกในการเดินทางมาร้านอาหารมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 และคุณลักษณะด้านการให้บริการของพนักงานร้านอาหาร เช่น การให้คำแนะนำการเอาใจใส่ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 เป็นอันดับสุดท้าย ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า

เพศ ส่งผลต่อคุณลักษณะร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาด้านความสะดวกในการเดินทางมาร้านอาหาร ด้านราคาของอาหารมีความเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพสินค้า และด้านช่องทางการส่งเสริมการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อายุส่งผลต่อคุณลักษณะร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาด้านความหลากหลายของเมนูอาหารกัญชา ด้านราคาของอาหารมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพสินค้า ด้านรสชาติของอาหาร ด้านช่องทางการส่งเสริมการตลาด และด้านการให้บริการของพนักงานร้านอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สถานภาพสมรส ส่งผลต่อคุณลักษณะร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาด้านช่องทางการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การศึกษา ส่งผลต่อคุณลักษณะร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาด้านราคาของอาหาร มีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพสินค้า และด้านรสชาติของอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาชีพ ส่งผลต่อคุณลักษณะร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาอุดมคติอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อคุณลักษณะร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาอุดมคติด้าน ความหลากหลายของเมนูอาหาร ด้านความสะดวกในการเดินทางมาร้านอาหาร ด้านราคาของอาหารมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพสินค้า ด้านรสชาติของอาหาร และด้านช่องทางการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุป อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ สรุป

สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 48.75 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี ร้อยละ 47.75 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 84.50 วุฒิการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 57.75 โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 52.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 00,001 - 40,000 บาท ร้อยละ 43.75

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา

ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา ร้อยละ 84.25 โดยส่วนใหญ่บริโภคอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชาในรูปแบบอาหารทานเล่นเรียกน้ำย่อย ร้อยละ 56.08 ใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาในวันเสาร์ - อาทิตย์ ร้อยละ 77.74 ช่วงเวลาที่มาใช้บริการที่ร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาคือช่วงเย็น ร้อยละ 67.66 ความถี่ในการใช้บริการ 1 - 2 ครั้ง/ต่อเดือน ร้อยละ 67.95 ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารโดยเฉลี่ยต่อต่ำกว่า 1,000 บาท ต่อครั้ง เดินทางมาร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาด้วยรถยนต์ส่วนตัว



ร้อยละ 64.39 ใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาจำนวน 2 - 0 คน ร้อยละ 75.67 เลือกสั่งเมนูอาหารกัญชา 2 รายการต่อครั้ง ร้อยละ 77.45

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา

จากผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะของร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาในอุดมคติ ผู้บริโภคให้ความสำคัญคุณลักษณะด้านรสชาติของอาหารมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.75 รองลงมาคุณลักษณะด้านราคาของอาหารมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพสินค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.74 คุณลักษณะด้านความหลากหลายของเมนูอาหารกัญชามีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.71 คุณลักษณะด้านช่องทางการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.44 คุณลักษณะด้านความสะดวกในการเดินทางมาร้านอาหารมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 และคุณลักษณะด้านการให้บริการของพนักงานร้านอาหาร เช่น การให้คำแนะนำการเอาใจใส่ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 เป็นอันดับสุดท้าย ตามลำดับ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อคุณลักษณะของร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความแตกต่าง ด้านประชากรศาสตร์ ส่งผลต่อระดับความสำคัญของคุณลักษณะของร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา ความหลากหลาย ของเมนูกัญชา ความสะดวกในการเดินทางมาร้านอาหาร ราคาของอาหารมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพสินค้า รสชาติของอาหาร ช่องทางการส่งเสริมการตลาด การให้บริการของพนักงานร้านอาหารที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

จากการวิจัยในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงพฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภคว่าต้องการและพึงพอใจคุณลักษณะด้านต่าง ๆ ของร้านอาหารที่มีเมนูกัญชามากน้อยเพียงใด นอกจากนี้ยังทำให้ทราบถึงความต้องการในอุดมคติ และสิ่งที่ผู้บริโภคได้คาดหวัง และยังให้ความสำคัญกับคุณลักษณะในแต่ละด้านนั้น ๆ ซึ่งการที่ได้ทราบถึงความสำคัญของคุณลักษณะนั้น จะทำให้สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปพัฒนาและปรับปรุง คุณภาพคุณลักษณะของร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค และทำให้ธุรกิจร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาเป็นส่วนผสมมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มมากขึ้น



ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะของร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการอันดับแรกคือด้านรสชาติของอาหาร ดังนั้น ผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตให้เปิดบริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา จึงควรที่จะหาการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึงรสชาติของอาหารที่มีส่วนผสมของกัญชา ทั้งในด้านการสื่อสารแบบออนไลน์และออฟไลน์ รองลงมาด้านราคาของอาหารมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับราคาของเมนูอาหารต่อกลุ่มเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการใช้บริการร้านอาหารให้เกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ

2. จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อกลุ่มเป้าหมายนี้เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งนี้ศึกษาเรื่องคุณลักษณะของร้านอาหารที่มีเมนูกัญชาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเท่านั้น ดังนั้นอาจมีปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อผลการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารฯ เช่น การรับรู้คุณค่า ของตราสินค้า การสื่อสารการตลาด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล เป็นต้น สำหรับการวิจัยในอนาคต ควรศึกษาปัจจัยดังกล่าว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการวางแผนกลยุทธ์ของร้านอาหารที่มีเมนูกัญชา

2. เนื่องจากงานวิจัยนี้ทำการศึกษาประชากรในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอให้มีการศึกษาในเขตภูมิภาคต่าง ๆ ในประเทศไทย ต่อไป เพื่อให้รับรู้ข้อมูลเชิงลึกของแต่ละภูมิภาค และสามารถนำมาเปรียบเทียบข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคต่าง ๆ เพิ่มประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงให้เกิดความพึงพอใจยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมสุขภาพจิต.(2562). CBD และ THC ในพืชกัญชา คืออะไร?? (Online).

<https://dmh.go.th/news/view.asp?id=2264.>, 22 มีนาคม 2564.

กรมการปกครอง (2564).โครงสร้างข้อ มูลสถิติจำนวนประชากร . , (Online). https://stat.bora.dopa.go.th/new_stat/webPage/statByYear.php

กองควบคุมวัตถุเสพติด.2562.ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดตำรับยาเสพติดให้โทษในประเภท 5 ที่มีกัญชาปรุงผสมอยู่เพื่อให้เสพเพื่อรักษาโรคหรือการศึกษาวิจัยได้ (ฉบับที่3) (ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2562) (Online).

<https://mnfda.fda.moph.go.th/narcotic/?p=4009.>, 2 มกราคม 2565.



- ชนม์ชุตดา วัฒนธนากร.(2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกัญชา- กัญชงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (Online). <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/sun18/6214070064.pdf>, 3 มกราคม 2565.
- ญาณิศา เผื่อนเพาะ.(2561). ประเภทของร้านอาหารกับคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.(การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, คณะวิทยาการจัดการ.
- ทิพย์ปภา ขาวฉลาด. 2561. คุณลักษณะของร้านอาหารฟิวชั่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, คณะวิทยาศาสตร์, สาขาวิชาธุรกิจการเกษตร.
- ธัญวลัย บุญมาก. (2564). ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้กัญชาของประชากรในเขตภาคกลาง. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ.
- พิพัฒน์ นนทธานธรณ์ .(2561). รวมบทความว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม...กรุงเทพฯ ศูนย์ผู้นำ :ธุรกิจเพื่อสังคมแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ภัทรญาณ์ บุญนาค และ เอกชัย พวงกลิ่น. 2558. “อิทธิพลของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์และคุณค่าตราสินค้าที่มีต่อการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในประเทศไทย.” Sripatum Review of Humanities and Social Sciences 15 (1): 78-88.
- ศูนย์วิชาการด้านยาเสพติด.(2561).ความรู้ทั่วไปและการตรวจสอบสารสำคัญ (Online). <https://www.oncb.go.th/ncsmi/cannabis4>.
- วิศรา สุวรรณ. 2564. ความหลากหลายของสายพันธุ์กัญชา (Online). <https://erp.mju.ac.th/articleDetail.aspx?qid=1065>., 10 มกราคม 2565.
- วสุธิดา นุริตมนต์ และ นันทพร ห้วยแก้ว. 2564. “อิทธิพลของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุ:การทดสอบเชิงประจักษ์ความเป็นตัวแปรส่งผ่านของการรับรู้คุณค่า.” วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 11 (1): 58-71.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2563. จำนวนประชากรจากการทะเบียน จำแนกตามอายุ เพศ และจังหวัด พ.ศ. 2562. กรุงเทพมหานคร.
- สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. 2547. พระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ พ.ศ. ๒๕๒๒ (Online). <https://bdn.go.th/attachment/about/download.php?WP=q2WZLJ1CM5O0hJatrTgJWz05qmuZZ21CM5O0hJatrTD07o3Q>., 14 มกราคม 2565.
- อรวดี อุณยะพันธุ์. (2564). ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการใช้กัญชาของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ.



- Kardes, F. R., T. W. Cline, and M. L. Cronley. 2011. Consumer Behavior: Science and Practice. OH: South-Western Cengage Learning.
- Kotler, P. (2000). Marketing management (The millennium edition). New Jersey: Prentice- Hall.
- Kotler, P. and K. L. Keller. 2012. Marketing Management. 14th ed. New Jersey: Pearson Education.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). Consumer behavior: Its origins and strategic Applications. Consumer Behavior. (5thed.). Upper Saddle River: Pearson Education.
- Singh, J., and B. B. Goyal. 2009. "Mobile handset buying behavior of different age and gender groups." International Journal of Business and Management 4 (5): 179-187.

Translated Thai References

- Academic Center on Narcotic Drugs. (2018). General knowledge and material examination (Online). <https://www.oncb.go.th/ncsmi/cannabis4>.
- Chonchuda Wattanathanakorn.(2561). Factors affecting consumers' decision to purchase cannabis-cannabis-containing beverages. in Bangkok (Online). <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/sun18/6214070064.pdf>, 3 January 2022.
- Department of Mental Health. (2019). What is CBD and THC in cannabis plants?? (Online). <https://dmh.go.th/news/view.asp?id=2264>., 22 March 2021.
- Department of Provincial Administration (2021 (. Population Statistical Data Structure . , (Online). https://stat.bora.dopa.go.th/new_stat/webPage/statByYear.php
- Irawady Unyaphan. (2021). Knowledge, Attitudes and Practices on Cannabis Use among Populations in Bangkok. (independent research Master's degree). Kasetsart University, Faculty of Business Administration, Business Administration.
- Narcotics Control Division . 5 Containing cannabis compounds that can be used for medicinal purposes or research studies (No. 3) (Announced in the Government Gazette on 23 August 2019) (Online). <https://mnfda.fda.moph.go.th/narcotic/?p=4009>., January 2, 2022.
- National Statistical Office. 2020. Number of population from registration classified by age, sex and province, 2019. Bangkok.



Office of the Council of State. 2004. Narcotics Act B.E. 2522 (Online).

<https://bdn.go.th/attachment/about/download.php?WP=q2WZLJ1>

CM5O0hJatrTgjWz05qmuZZ21CM5O0hJatrTDo7o3Q., 14 January 2022.

Pattaya Bunnag and Ekachai Puangklin. 2015. "Influence of Product Characteristics and Brand Value on Intention to Buy Food Supplements in Thailand." *Sripatum Review of Humanities and Social Sciences* 15 (1): 78-88.

Phiphat Nonthanathorn .(2018). Collection of articles on social responsibility...Bangkok Leadership Center : Business for Society of Kasetsart University.

Thanwalai Bunmak. (2021). Knowledge, Attitudes and Practices on Cannabis Use among the People in the Central Region. (Independent research Master's degree). Kasetsart University, Faculty of Business Administration, Business Administration.

Tippapha Khaochaya. 2018. Characteristics of fusion restaurants that affect the decision of consumers in the district. Bangkok. (independent research Master's degree). Kasetsart University, Faculty of Science, Department of Agribusiness.

Warisara Suwan. 2021. Diversity of cannabis species (Online). <https://erp.mju.ac.th/articleDetail.aspx?qid=1065>., 10 January 2022.

Wasutida Nuritmon and Nantaporn Huaykaew. 2021. "Influence of Product Attributes Affecting Dietary Supplement Purchase Decisions of the Elderly: An Empirical Test of Transmissive Variables of Value Perception. " *Academic and Research Journal Northeastern University* 11 (1): 58-71.

Yanisa Pueanphoh.(2018). Types of restaurants and characteristics of successful operators in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province.(Independent research Master's degree). Rajabhat University Phra Nakhon Si Ayutthaya, Faculty of Management Science.

