

## คุณลักษณะของงานแสดงกัญชาที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

## Attributes of Cannabis Exhibition

## Selected by Consumers in Bangkok Metropolitan

พิชยา โชคดี<sup>1</sup> และ พิพัฒน์ นนทนาธรณ์<sup>2</sup>

Pitchaya chokdee and Phiphat Nonthanathorn

Received May 21, 2023, Revise September 27, 2023, Accepted September 30, 2023

## บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการงานแสดงกัญชาที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์และคุณลักษณะของงานแสดงกัญชาที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร และ 3) ศึกษาคุณลักษณะของงานแสดงกัญชาที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร มีกลุ่มเป้าหมายคือผู้บริโภคที่สนใจหรือเคยเข้าร่วมงานแสดงกัญชาที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 450 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และใช้การทดสอบ Chi-square การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่กรณีในตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคในด้านการเข้าชมงานแสดงกัญชาที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อให้คุณลักษณะของงานแสดงกัญชาที่ผู้บริโภคให้ระดับความสำคัญมีความแตกต่างกันในทุกๆด้าน และโดยคุณลักษณะของทางด้านสถานที่กว้างขวาง เดินทางและจอดรถสะดวก มีความแตกต่างกับปัจจัยประชากรศาสตร์มากที่สุด

**คำสำคัญ:** คุณลักษณะ; งานแสดงกัญชาที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการ

<sup>1</sup> นิสิตปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
Master of Business Administration, Faculty of Business Administration. Kasetsart University.

<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Associate Professor, Department of Management, Faculty of Business Administration. Kasetsart University Email: pitchaya.chok@ku.th



## Abstract

The objectives of this research were to 1) examine the relationship between personal demographics and the behaviors of consumers interested in attending a cannabis expo who live in Bangkok 2) examine the relationship between personal demographics and the characteristics of the cannabis expo selected by consumers who live in Bangkok 3) examine the characteristics of the cannabis expo selected by consumers who live in Bangkok. The target population of this research was 450 people living in Bangkok, who were interested in attending a cannabis exhibition. This research was conducted using questionnaires. The data were analyzed using the chi-square test method. The majority of the sample were female, aged 31-40 years, single, with a bachelor's degree or equivalent education, employed in the private sector, and most average monthly income of 20,001- 30,000 bath.. The result showed that 1) gender, education, and average monthly salary were related to the behavior of consumers interested in exhibiting cannabis and living in Bangkok. 2) The personal demographic factors the differentiation of personal demographic factors had an impact on the important level of the characteristics of the cannabis expo selected by consumers who live in Bangkok in all aspect, especially for the aspect of location, which is large and easy to transport and park.

**Keywords:** Attributes; Cannabis Expo; Consumer Selected

## บทนำ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีจากพืชต่าง ๆ ได้มีการพัฒนาทางด้านทางสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคได้อย่างก้าวกระโดดหรือเติบโตไปอย่างมากรวมทั้งในการทางการตลาดหรือเศรษฐกิจปัจจุบันมีการนำสินค้าหรือเทคโนโลยีต่างมาเผยแพร่สินค้าและการประชาสัมพันธ์ไปอย่างแพร่หลายให้กับผู้บริโภคเพื่อให้ได้รับข่าวสารและสามารถรับรู้ถึงนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วรวมถึงการใช้ประโยชน์ สื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่มีจุดศูนย์รวมในด้านต่าง ๆ ที่สามารถส่งผลไปยังผู้บริโภคได้รับรู้และเห็นผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้เทคโนโลยีในส่วนของการแปรรูปหรือการนำไปเปลี่ยนเป็น ผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้ในทางการแพทย์ ด้านอาหาร ด้านอุตสาหกรรมต่าง ๆ เป็นต้นซึ่งพืชที่ได้รับการนิยามที่ได้กล่าวถึงนี้คือ กัญชา (Cannabis) ซึ่งเป็นพืชล้มลุกจำพวกหญ้า มีต้นสูงอยู่ประมาณ 2-4 ฟุต มีลักษณะใบแตกเป็นแฉกคล้ายใบโบละหุ่ง หรือมันสำปะหลัง มีริมใบทุกแฉกโดยมีลักษณะเป็นจัก ๆ ใบหนึ่งมีราว 5-8 แฉก ในก้านเดียวกันและออกดอกตามง่ามกิ่งก้าน โดยจัดอยู่ในกลุ่มของยาเสพติดให้โทษประเภท 5 ตามพระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ พ.ศ. 2522 ( Food and Drug



Administration Office, 2019) จากการปลดล็อกกัญชาและกัญชงจากบัญชียาเสพติด ตั้งแต่วันที่ 9 มิถุนายน 2565 ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมีการรายงานกล่าวไว้ว่า The Global Cannabis Report คาดการณ์ว่าให้กัญชาและกัญชงของไทย สามารถส่งออกเพื่อชิงส่วนแบ่งในตลาดโลกที่มีมูลค่ากว่า 3.53 ล้านล้านบาท ในปี 2567 ขณะเดียวกัน ตลาดกัญชาทางการแพทย์ในประเทศไทย ช่วงปี 2563-2567 มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ประมาณ 26% ต่อปี คิดเป็นมูลค่าประมาณ 2,700 ล้านบาท ซึ่งอาจเติบโตได้ถึง 40,000 ล้านบาท ภายในปี 2570 (Kasikorn Research Center, 2021 )

ในปัจจุบันประเทศไทยเริ่มมีความสนใจที่จะศึกษาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับกัญชามาแปรูปมากขึ้นทั้งบุคคลทั่วไป รวมถึงกลุ่มของนักธุรกิจที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับกัญชาหรือหน่วยงานการแพทย์ โดยเมืองครหรือสถาบันต่าง ๆ มีการจัดงานแสดงโดยให้มีการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนหรือหน่วยงานต่างที่สนใจและอยากจะพัฒนาธุรกิจถึงความก้าวหน้าในส่วนทางด้านการจัดงานแสดงกัญชาที่จุดเริ่มต้นของการแปรูปพืชกัญชาคือ ด้านการแพทย์โดยการนำกัญชามาสกัด และผลิตเพื่อมารักษาโรค ต่าง ๆ นำมาใช้เป็นเวชภัณฑ์ สำออง นำมาแปรูปเป็นผลิตภัณฑ์สินค้า ประเทศไทยได้มีการเปิดการค้าเสรีกัญชาเพื่อให้หน่วยงานต่าง ๆ ได้นำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ได้อย่างหลากหลายแต่ผู้บริโภคยังไม่สามารถเข้าถึงได้ เพราะด้วยมีการโฆษณาหรือการเผยแพร่อย่าง เป็นทางการต้องมีความร่วมมือมาจากทางหน่วยงานองค์กรภาครัฐหรือองค์กรภาคเอกชนที่ได้มีการจัดการพร้อม ทั้งมีการให้ความร่วมมือเพื่อให้มีการจัดงานต่าง ๆ ได้เกิดขึ้นในประเทศไทยและเป็นที่ยุ้จกอย่างแพร่หลาย

ในการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการได้มีการถูกจัดเป็นเครื่องมือทางการตลาดซึ่งมีบทบาทที่สำคัญในการ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากได้มีการกำหนดช่วงเวลาการจัดแบบเจาะจง และมีรูปแบบการจัดงาน ที่นำมาจัดแสดงมีที่ความน่าสนใจแบบเฉพาะเจาะจง สามารถดึงดูดผู้ที่มีการออกงาน และผู้เข้าร่วมงานให้มีความสนใจในเรื่องเดียวกันได้อย่างเป็นจำนวนมาก และนอกจากนี้ยังเป็นธุรกิจที่มีการ เชื่อมโยงกับ กลุ่มอุตสาหกรรมต่าง ๆ ให้มีการนำ เข้าไว้ในงานเดียวกัน ทั้งกลุ่ม อุตสาหกรรมด้านการผลิตและ การบริการ การสร้างรายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมให้กับประเทศได้มาก จากการรายงานผลสำรวจ ของ UFI DELPHI STUDY โดยสมาคมอุตสาหกรรมนิทรรศการระดับโลก ได้รายงานถึงสถานการณ์และทิศทางของ อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้านานาชาติในระดับโลก ในปี 2563 พบว่า อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าจะมี บทบาทมากขึ้น ในการเป็นผู้นำทางด้านความคิดในแต่ละของ ธุรกิจ หรือในแต่ละตลาดนั้น พร้อมทั้งจะเป็น เวทีที่ช่วยการจับคู่ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายส่งผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ และในการ ผสมผสานการใช้สื่อที่ ทันสมัยและเทคโนโลยีใหม่เข้ามาบูรณาการในการจัดงานแสดงสินค้าหรือการจัดแสดงงานแต่ละครั้งมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในด้านจัดทำโปรโมชัน, ทางด้านการวิจัยทางการตลาด, การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้า, การบริหารจัดการด้านข้อมูล และองค์ความรู้ของการจัดงาน (Office of Convention and Exhibition Promotion, 2013)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่องคุณลักษณะของงานแสดงกัญชาที่ผู้บริโภคเลือกใช้ บริการในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อที่จะได้รับทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคในการเข้าชมงานพร้อมเห็น



นวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อให้หน่วยงานต่าง ๆ ได้ทราบถึงความต้องการจากผู้บริโภคที่สนใจเข้าชมและนำไปสู่การผลิตเพื่อเพิ่มยอดขายและรวมทั้งยังช่วยให้มีแนวทางในการพัฒนาสินค้าให้มีหลากหลายและตอบสนองต่อความต้องการของผู้เข้าร่วมงานให้เกิดประโยชน์และได้มีประสิทธิภาพสูงสุด

### วัตถุประสงค์

1. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่การเลือกใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์และคุณลักษณะของงานแสดงกัญชาที่ผู้บริโภครู้จักเลือกใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ศึกษาคุณลักษณะของงานแสดงกัญชาที่ผู้บริโภครู้จักเลือกใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

### ทบทวนวรรณกรรม และแนวคิด

#### แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

Kotler P & Keller K (2012) กล่าวว่าไว้ว่าประชากรการแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้วยตัวแปรต่าง ๆ ว่าเป็นที่นิยมสำหรับกลุ่มนักการตลาด เนื่องจากปัจจัยประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยที่นำไปเชื่อมโยงกับความต้องการของผู้บริโภคเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยที่มีการนำมาใช้ในองค์การต่าง ๆ สำคัญ คือ อายุ อาชีพ เพศ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นตัวแปรที่สำคัญที่มีการนำมาใช้ในการแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดที่สามารถวัดได้ถึงความพอใจหรือการตัดสินใจและมีส่วนที่สำคัญให้กับผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Smithikrai C (2011) ได้กล่าวไว้ว่าสาเหตุที่เกิดพฤติกรรมที่แตกต่างกันของมนุษย์นั้นได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยต่างๆ และการที่บุคคลจะมีการตัดสินใจที่เหมือนหรือแตกต่างกันนั้น ล้วนมีผลมาจากลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อมของแต่ละบุคคล ซึ่งสามารถแบ่งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจได้ เป็น 2 ประการ คือ 1) ปัจจัยภายใน เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคลในด้านความคิดและการแสดงออกซึ่งมีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ โดยที่ปัจจัยภายในมีองค์ประกอบ ได้แก่ การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพทัศนคติ และ 2) ปัจจัยภายนอกเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นภายนอก นอกเหนือจากปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อความคิด พฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยที่ปัจจัยภายนอกมีองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ ครอบครัวยุคสมัย สังคมวัฒนธรรมตัวกระตุ้นทางการตลาด

#### แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติกับการประยุกต์ใช้ทางตลาด

Nonthanathon P (2018) มีการกล่าวไว้ว่าทัศนคติเป็นการเกี่ยวกับเรื่องของความรู้สึก ด้านอารมณ์ที่มีการพอใจหรือไม่พอใจ มีการชอบหรือไม่ชอบกับสิ่งต่าง ๆ ที่เราต้องการศึกษา ส่งผลให้เราสามารถมี



การเห็นผลวัดทางพฤติกรรมของกลุ่มที่จะศึกษาได้ โดยการนำความรู้ทางด้านทัศนคติ นำมาประยุกต์ใช้และสามารถใช้ได้อย่างมากมาย ในการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้บริโภคนั้น จะสามารถช่วยให้นักการตลาด ได้มีการทราบถึง ผู้บริโภคมีทัศนคติเกี่ยวกับสินค้าของบริษัท หรือสินค้าของคู่แข่ง มีทัศนคติในเชิงทางบวกหรือเชิงทางลบ ในการวัดทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้ามีดังนี้ 1) การกำหนดคุณลักษณะในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ที่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณา 2) การใช้มาตราวัด Semantic Differential Scales ซึ่งเป็นมาตราวัดที่ส่งผลให้ผู้บริโภคได้มีการแสดงออกถึงความคิดเห็น ความสนใจของบุคคลที่มีผลต่อตราสินค้า 3) ดำเนินการสอบถามกับผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในส่วนของความคิดเห็นที่มีผลกับคุณลักษณะของสินค้า 4) การดำเนินการหาค่าเฉลี่ยในส่วนด้านคุณสมบัติต่าง ๆ ของตัวสินค้านั้น ๆ ที่ผู้บริโภคได้มีการให้ข้อมูลหรือมีการให้คะแนนไว้ และ 5) การคำนวณทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าจาก Semantic Differential Scales

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดแสดงสินค้า

Browning J & Adam R (1988) มีการอธิบายไว้ว่า Exhibitions สามารถมีการแบ่งย่อยออกได้เป็น 3 หมวด โดย หมวดหนึ่งคือ Trade show เป็นเพียงหน่วยย่อยของ Exhibitions และส่วนอีก สองหมวด คือ Consumer Exhibitions และ Trade & Consumer Exhibitions ทั้งสามหมวดนี้มีชนิดที่มีความแตกต่างกันของลักษณะในด้านผู้เข้าร่วมงาน โดย Trade Show เป็นเพียงตัวเชื่อมกลางในด้านการเชิญลูกค้าและด้านของผู้ผลิตได้มาพบปะหรือพบเจอกัน และในส่วนของ Consumer Exhibitions หรือ Consumer Shows เป็นการเปิดงานที่เป็นแบบสาธารณะที่ให้ผู้สนใจนั้นสามารถมีการเข้าถึงข้อมูลและมีการขายสินค้าโดยตรงให้ผู้บริโภค และ Trade & Consumer Exhibitions เป็นรูปแบบการจัดงานผสมทั้ง Trade Shows และ Consumer Exhibition ที่นำมาผสมผสานเข้าด้วยกัน ซึ่งมีการเปิดให้ผู้สนใจที่ได้มีการเข้าร่วมชมธุรกิจนั้นสามารถเข้าชมได้ตั้งแต่วันแรกที่ได้มีการเปิดงานจนถึงวัน สิ้นสุดของงานจัดแสดงสินค้าที่จัดขึ้นจะเป็นลักษณะของมีการติดต่อซื้อขายกันในระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ และกลุ่มของประชาชนทั่วไปที่เป็นผู้ซื้อและผู้เข้าร่วมชมงาน

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

Patcharacharoenpong T (2011) มีการกล่าวไว้ว่า การตัดสินใจ คือ กระบวนการข้อมูลที่ทราบไว้ และการให้ความสำคัญของการพิจารณาในการเลือกทางใดทางหนึ่ง ที่มีเหตุผลอยู่ในปัจจัยเป็นหลัก มีการเรียงลำดับความสำคัญเพื่อใช้ในการพิจารณาหาแนวทางการตัดสินใจในสิ่งนั้น และเลือกแนวทางที่ตัวเองต้องการเพื่อไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตัวเองตั้งใจไว้และเพื่อให้เกิดความพึงพอใจที่เลือกให้ดีที่สุด

การตัดสินใจสามารถสรุปได้ว่า การตัดสินใจคือการมีกระบวนการทางด้านข้อมูลที่มีการทราบไว้และการให้ความสำคัญของการพิจารณาในการเลือกทางใดทางหนึ่งที่มีเหตุผลอยู่ในปัจจัยเป็นหลักที่มีการเรียงลำดับความสำคัญของสิ่งนั้นเพื่อใช้ในการพิจารณาในการหาแนวทางหรือในสิ่งนั้นที่เราตัดสินใจนั่นเอง



### กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

Kotler P (2014) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน คือ การตระหนักปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ จะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคมีการใช้สินค้าหรือมีการบริการไปแล้วมีความรู้สึกหรือเกิดผลที่ได้มี 2 แนวทางคือ ความพอใจกับความไม่พอใจ และส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจที่จะมีการซื้อซ้ำหรือให้ความสำคัญของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยขั้นตอน การตัดสินใจของผู้ซื้อ เป็นกระบวนการที่ไม่มีแบบแผนแบบแน่นอนโดยจะมีความแตกต่างกันตามประเภทสินค้าและระดับ ความเกี่ยวข้องกับสินค้าของผู้บริโภค

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะผลิตภัณฑ์

Singh J & Goyal B (2009) ได้กล่าวไว้ว่า คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคตรงในด้านของกลุ่มเป้าหมาย จะสร้างความต้องการหรือความสนใจในผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภค โดยได้กล่าวถึงคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ลักษณะทางกายภาพ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ ความพร้อมความสะดวกในการใช้งาน และประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ องค์ประกอบของคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ คือ 1) ด้านคุณภาพที่เกี่ยวกับการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ มาตรฐาน และความน่าเชื่อถือ 2) ด้านบรรจุภัณฑ์ คือการรับรู้ถึงรูปแบบผลิตภัณฑ์ การปกป้องดูแลผลิตภัณฑ์ให้ปลอดภัย 3) ด้านความสะดวก คือ การรับรู้ถึงความง่าย ให้ผู้บริโภคสามารถการใช้ผลิตภัณฑ์ได้ตามความต้องการ 4) ด้านประโยชน์ คือ การรับรู้ถึงคุณประโยชน์ หรือสิ่งที่คุณบริโภคคาดว่าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Lamaikul S & Nonthanathorn P (2022) ศึกษาคุณลักษณะของหลักสูตรอบรมด้านกัญชาที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ที่สนใจการอบรมและบุคคลที่เคยใช้บริการในการอบรมหลักสูตรกัญชา ทั้งหมด 505 คน ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลทางเพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคตัดสินใจเลือกเข้าใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร และปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยคุณลักษณะหลักสูตรอบรมด้านกัญชาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

Koram M & Nonthanathorn P (2022) ทำการวิจัยเรื่องคุณลักษณะของแพลตฟอร์มออนไลน์และผลิตภัณฑ์กัญชาที่ผู้บริโภคเลือกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ผลของการวิจัยพบว่ากลุ่มของตัวอย่างปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ และอายุ มีความสัมพันธ์กับด้านพฤติกรรมการซื้อสินค้าทางออนไลน์ ส่วนด้านปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความสำคัญของคุณลักษณะของแพลตฟอร์มออนไลน์ของด้านความง่ายในการใช้งานแพลตฟอร์มออนไลน์ ด้านของความหลากหลายของสินค้าบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ด้านโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย มีความรวดเร็วในการจัดส่ง และความน่าเชื่อถือของแพลตฟอร์ม



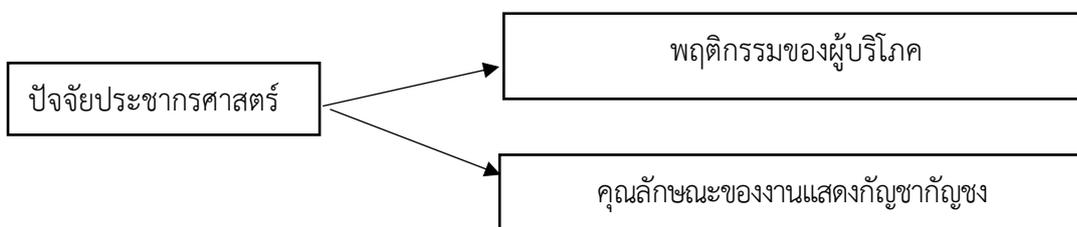
ออนไลน์ และด้าน ปัจจัยประชากรศาสตร์อายุ สถานภาพสมรส อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับกัญชากัญชงออนไลน์

Leksuma & Chantuk (2018) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการตัดสินใจเข้าร่วมงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าทางด้านองค์ประกอบที่มีการส่งผลต่อการตัดสินใจมาจาก 2 ปัจจัยคือ ปัจจัยภายในที่เป็นในส่วนตัวงานแสดง ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก การดำเนินงานของทางด้านผู้จัดงานแสดง ความคุ้มค่าของการเข้าร่วมงาน สถานที่จัดงาน และในส่วนปัจจัยภายนอก ที่ไม่สามารถควบคุมได้ในด้านของผู้จัดงานแสดง คือ โครงสร้างพื้นฐาน กฎหมายและนโยบายของเมือง ภาพลักษณ์และสิ่งแวดล้อมของเมือง

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยกำหนดขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการงานแสดงกัญชา กัญชง และ คุณลักษณะของงานแสดงกัญชา กัญชง กลุ่มประชากรที่ศึกษา คือ ผู้บริโภคที่สนใจหรือเคยเข้าชมงานแสดงกัญชา กัญชงที่อยู่อาศัยในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ศึกษา กำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2565 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### สมมติฐานการวิจัย

H1 : ตัวแปรประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

H2 : ตัวแปรประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยคุณลักษณะของงานแสดงกัญชา กัญชงที่มีความแตกต่างกัน



## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากร กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาและเก็บข้อมูลประชากรที่มีความสนใจหรือเคยเข้าร่วมชมงานแสดงกัญชา กัญชง ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จากสูตรของ Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมคือไม่ต่ำกว่า 385 คน โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวกและมีเก็บตัวอย่างรวมทั้งหมด 450 คน เพื่อที่จะช่วยในการป้องกันในส่วนของความผิดพลาดของการเก็บข้อมูล โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วนคือ 1) แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2) แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกบริการ 3) ข้อมูลแบบสอบถามคุณลักษณะของงานแสดงกัญชา กัญชง

### การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา มีการเสนอด้านข้อมูลต่าง ๆ โดยใช้วิธีแบบการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิจัยที่อยู่ในส่วนของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวข้องกับส่วนของปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ และในส่วนของคุณลักษณะของงานแสดงกัญชา กัญชง ที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการ

สถิติเชิงอนุมาน การศึกษาครั้งนี้ใช้การทดสอบ Chi-square เพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัยในเรื่องความสัมพันธ์ของปัจจัยประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้บริโภค และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว เพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัยปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยคุณลักษณะของงานแสดงกัญชา กัญชง ทั้งนี้หากพบความแตกต่างจะมีการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD)

## ผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลทางประชากรศาสตร์พบว่ากลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 48.40 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 สถานภาพโสด จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 54.40 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 65.60 ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 47.60 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 28



ตาราง 1 ข้อมูลทั่วไปทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร	ความถี่	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	218	48.40
ชาย	193	42.90
เพศทางเลือก (LGBTQI)	39	8.70
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	44	9.80
21-30 ปี	23	5.10
31-40 ปี	132	29.30
41-50 ปี	158	35.10
50 ปีขึ้นไป	93	20.70
สถานภาพ		
โสด	245	54.50
สมรส	182	40.40
อื่น ๆ	23	5.10
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	48	10.70
ปริญญาตรี	295	65.60
สูงกว่าปริญญาตรี	107	23.70
อาชีพ		
พนักงานบริษัทเอกชน	214	47.60
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	92	20.40
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	84	18.70
นักเรียน/นักศึกษา	39	8.70
อื่น ๆ	21	4.60
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 15,000 บาท	40	8.90
15,001 - 20,000 บาท	49	10.90
20,001 - 30,000 บาท	126	28.00
30,001 - 40,000 บาท	82	18.20
40,001 - 50,000 บาท	57	12.70
มากกว่า 50,000 บาท	96	21.30



พฤติกรรมการเลือกใช้บริการงานแสดงกัญชา กัญชง จากกลุ่มตัวอย่าง 450 คนพบว่า มีผู้ที่ไม่เคยเข้าชมงานแสดงกัญชา กัญชง จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 64.9 และเคยเข้าชมงานแสดงกัญชา กัญชง จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0

ผลการศึกษาคูณลักษณะของงานแสดงกัญชา กัญชงที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการผู้ที่เคยเข้าชมงานแสดงกัญชา กัญชงส่วนใหญ่ เคยเข้าชมงานที่จัดโดยหน่วยงานเอกชน จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 ซึ่งมีลักษณะเป็นงานที่จัดตามศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 โดยเหตุผลการเลือกเข้าชมงานแสดงกัญชา กัญชง คือ ต้องการเห็นงานแสดงกัญชา กัญชง จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 โดยรับทราบข้อมูลงานแสดงกัญชา กัญชงจากสื่ออินเทอร์เน็ต จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเข้าชมงานแสดงกัญชา กัญชง ไม่เกิน 300 บาท จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4 โดยทราบวันที่มีการจัดงานแสดงกัญชา กัญชงจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 และสะดวกเข้าร่วมงานแสดงกัญชา กัญชงในวันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7

### การทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการเข้าชมงานแสดงกัญชา กัญชง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามตาราง 2

**ตาราง 2** พฤติกรรมการเลือกเข้าชมงานแสดงกัญชา กัญชงของผู้บริโภคให้มีความสำคัญ

	ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
การเข้าชมงานแสดงกัญชา กัญชง <sup>กขค</sup>	เคย	158	35.10
	ไม่เคย	292	64.90

หมายเหตุ : <sup>ก</sup> แสดงนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับเพศ (Chi-square)

<sup>ข</sup> แสดงนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับระดับการศึกษา (Chi-square)

<sup>ค</sup> แสดงนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Chi-square)

**สมมติฐานที่ 2** ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยคุณลักษณะของงานแสดงกัญชา กัญชงที่มีความแตกต่างกัน



ในด้านปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันกับคุณลักษณะของงานแสดงกัญชา กัญชง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุก ๆ ด้าน ซึ่งได้แก่ การแสดงเทคโนโลยีด้านกัญชาที่ทันสมัย วิทยากรให้ความรู้กัญชาที่หลากหลาย หัวข้อการให้ความรู้กัญชาที่น่าสนใจ งานภาคบันเทิงที่หลากหลาย สถานที่กว้างขวางเดินทางและจอดรถสะดวก เวทีการเจรจาธุรกิจทางด้านกัญชา งานประชุมวิชาการด้านกัญชาที่ทันสมัย และระยะเวลาการจัดงาน โดยคุณลักษณะด้านเฉพาะด้านสถานที่กว้างขวาง เดินทาง และจอดรถสะดวก มีความแตกต่างกับปัจจัยประชากรศาสตร์มากที่สุด ตามตาราง 3

ตาราง 3 คุณลักษณะของงานแสดงกัญชา กัญชง

ตัวแปร	Mean	S.D.
การแสดงเทคโนโลยีด้านกัญชาที่ทันสมัย <sup>ข ค ง</sup>	4.04	1.08
วิทยากรให้ความรู้กัญชาที่หลากหลาย <sup>ข ค ง</sup>	4.02	1.03
หัวข้อการให้ความรู้กัญชาที่น่าสนใจ <sup>ข ค ง</sup>	4.06	1.02
งานภาคบันเทิงที่หลากหลาย <sup>ข จ ฉ</sup>	3.86	1.08
สถานที่กว้างขวาง เดินทางและจอดรถสะดวก <sup>ก ข ค ง จ ฉ</sup>	4.07	1.02
เวทีการเจรจาธุรกิจทางด้านกัญชา <sup>ข ง จ ฉ</sup>	3.82	1.04
งานประชุมวิชาการด้านกัญชาที่ทันสมัย <sup>ข จ ฉ</sup>	3.92	1.04
ระยะเวลาการจัดงาน <sup>ก ข จ ฉ</sup>	3.89	1.04

หมายเหตุ : <sup>ก</sup> แสดงนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับเพศ (One-Way ANOVA)

<sup>ข</sup> แสดงนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับอายุ (One-Way ANOVA)

<sup>ค</sup> แสดงนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับสถานภาพ (One-Way ANOVA)

<sup>ง</sup> แสดงนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับระดับการศึกษา (One-Way ANOVA)

<sup>จ</sup> แสดงนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับอาชีพ (One-Way ANOVA)

<sup>ฉ</sup> แสดงนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (One-Way ANOVA)



ตาราง 4 ค่าทัศนคติของงานแสดงกัญชา กัญชง

คุณลักษณะของงานแสดงกัญชา กัญชง	$W_{jk}$	สถานที่จัดงานแสดงกัญชา กัญชง		
		ห้างสรรพสินค้า	ศูนย์ประชุมขนาดใหญ่	นอกสถานที่/สถานที่กลางแจ้ง
1. การแสดงเทคโนโลยีด้านกัญชาที่ทันสมัย	0.13	4.02	4.14	4.04
2. วิทยากรให้ความรู้กัญชาที่หลากหลาย	0.13	3.92	4.02	3.94
3. หัวข้อการให้ความรู้กัญชาที่น่าสนใจ	0.13	4.01	4.04	4.00
4. งานภาคบันเทิงที่หลากหลาย	0.12	3.90	3.94	3.93
5. สถานที่กว้างขวาง เดินทางจอดรถสะดวก	0.13	4.03	4.03	4.01
6. เวทีการเจรจาธุรกิจทางด้านกัญชา	0.12	3.78	3.87	3.77
7. งานประชุมวิชาการด้านกัญชาที่ทันสมัย	0.12	3.82	3.91	3.80
8. ระยะเวลาการจัดงาน	0.12	3.86	3.93	3.81
ค่าทัศนคติ	1.00	3.42	3.48	3.42

ในด้านผู้บริโภคมที่มีทัศนคติต่อสถานที่ในการจัดงานแสดงกัญชา กัญชงจากภาพรวมข้อมูลของคุณลักษณะการจัดงานแสดงกัญชา กัญชงมีความใกล้เคียงกัน โดยผู้บริโภคมที่มีทัศนคติสูงที่สุดในงานแสดงกัญชา กัญชงในอุดมคติ เท่ากับ 3.96 รองลงมาคือคุณลักษณะของงานแสดงกัญชา กัญชงที่จัดในศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ เท่ากับ 3.48 ทั้งนี้คุณลักษณะของงานแสดงกัญชา กัญชงที่จัดในห้างสรรพสินค้า และนอกสถานที่/สถานที่กลางแจ้งมีค่าทัศนคติเท่ากันโดยเท่ากับ 3.42 ซึ่งให้ความสำคัญน้อยที่สุดตามลำดับตาม ตาราง 4

จากข้อมูลตาราง 4 แสดงการเปรียบเทียบคุณลักษณะของงานแสดงกัญชา กัญชงของผู้บริโภคมที่ให้ความสำคัญที่มีต่อคุณลักษณะของงานแสดงกัญชา กัญชงในอุดมคติ และสถานที่จัดงานต่าง ๆ ได้แก่ การจัดงานแสดงกัญชา กัญชงห้างสรรพสินค้า การจัดงานแสดงกัญชา กัญชงศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ และ การจัดงานแสดงกัญชา กัญชงนอกสถานที่/สถานที่กลางแจ้ง พบว่า คุณลักษณะของงานแสดงกัญชา กัญชงที่จัดในสถานที่ต่างๆที่ผู้บริโภคมให้ความสำคัญ มีความใกล้เคียงกับคุณลักษณะของงานแสดงกัญชา กัญชงในอุดมคติในทุก ๆ ด้าน ตามภาพ 2



คุณลักษณะของงานแสดง กัญชา กัญชง	สถานที่การจัดงานแสดงกัญชา กัญชง				
	1	2	3	4	5
1. การแสดงเทคโนโลยีด้านกัญชาที่ทันสมัย	น้อย		C	B	มาก
2. วิทยากรให้ความรู้กัญชาที่หลากหลาย	น้อย				มาก
3. หัวข้อการให้ความรู้กัญชาที่น่าสนใจ	น้อย				มาก
4. งานภาคบันเทิงที่หลากหลาย	น้อย				มาก
5. สถานที่กว้างขวางเดินทางและจอดรถสะดวก	ไม่เหมาะสม			A	เหมาะสม
6. เวทีการเจรจาธุรกิจทางด้านกัญชา	น้อย				มาก
7. งานประชุมวิชาการด้านกัญชาที่ทันสมัย	น้อย				มาก
8. ระยะเวลาการจัดงาน	น้อย		D		มาก

หมายเหตุ: A งานแสดงกัญชา กัญชงในอุดมคติ

B งานแสดงกัญชา กัญชงที่จัดในห้างสรรพสินค้า

C งานแสดงกัญชา กัญชงที่จัดในศูนย์ประชุมขนาดใหญ่

D งานแสดงกัญชา กัญชงที่จัดนอกสถานที่/สถานที่กลางแจ้ง

ภาพ 2 แสดงการเปรียบเทียบคุณลักษณะของงานแสดงกัญชา กัญชงในอุดมคติต่าง ๆ

การวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์และคุณลักษณะของงานแสดงกัญชา กัญชงโดยที่ผู้บริโภครู้ค่าความสำคัญเมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) คุณลักษณะของงานแสดงกัญชา กัญชงที่ผู้บริโภครู้ค่าความสำคัญ พบว่าปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอายุและอาชีพ ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของการแสดงกัญชา กัญชงในทุก ๆ ด้าน เพศ ให้ความสำคัญในด้านสถานที่กว้างขวางเดินทางและจอดรถสะดวกและระยะเวลาการจัดงาน ด้านสถานภาพ ให้ความสำคัญในด้านสถานที่กว้างขวางเดินทางและจอดรถสะดวก ระดับการศึกษา ให้ความสำคัญในด้านการแสดงเทคโนโลยีด้านกัญชาที่ทันสมัย วิทยากรให้ความรู้กัญชาที่หลากหลาย หัวข้อการให้ความรู้กัญชาที่น่าสนใจ สถานที่กว้างขวางเดินทางและจอดรถสะดวก เวทีการเจรจาธุรกิจทางด้านกัญชา และปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ความสำคัญในด้านงานภาคบันเทิงที่หลากหลาย สถานที่กว้างขวางเดินทางและจอดรถสะดวก และเวทีการเจรจาทางด้านธุรกิจกัญชาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## สรุป อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ

### สรุปผล

จากผลการวิเคราะห์คุณลักษณะของงานแสดงกัญชา กัญชงที่ผู้บริโภครู้ค่าความสำคัญเลือกใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครสามารถสรุปผลการศึกษาดังต่อไปนี้



40<sup>th</sup> Anniversary

Journal of the Association of Researchers Vol. 28 No.3 July-September, 2023

จากผลการศึกษาของสมมุติฐานข้อที่ 1 พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคในด้านการเข้าชมงานแสดงกัญชา กัญชง ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการศึกษาของสมมุติฐานข้อที่ 2 พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันกับคุณลักษณะของงานแสดงกัญชา กัญชง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุก ๆ ด้าน โดยคุณลักษณะด้านเฉพาะด้านสถานที่กว้างขวาง เดินทางและจอดรถสะดวก มีความแตกต่างกับปัจจัยประชากรศาสตร์มากที่สุด มีนัยสำคัญที่ชัดเจน

### อภิปรายผล

1. จากวัตถุประสงค์ผลการวิจัยข้อที่ 1 พบว่าปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคในด้านการเข้าชมงานแสดงกัญชา กัญชง ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Lamaikul & Nonthanathorn (2022) ที่ได้การศึกษาคุณลักษณะของหลักสูตรอบรมด้านกัญชาที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร และพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลทางเพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีคุณลักษณะแตกต่างกันมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของหลักสูตรอบรมด้านกัญชาที่ผู้บริโภคตัดสินใจในการเข้ารับบริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

2. จากวัตถุประสงค์ผลการวิจัยข้อที่ 2 ผลการวิจัยที่พบว่าผู้ที่มีความแตกต่างกันในปัจจัยประชากรศาสตร์ โดยเฉพาะด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยคุณลักษณะของงานแสดงกัญชา กัญชง ที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Koram M & Nonthanathorn P (2022) ด้านปัจจัยประชากรศาสตร์อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับกัญชา กัญชง ออนไลน์

3. จากวัตถุประสงค์ผลการวิจัยข้อที่ 3 ผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะของงานแสดงกัญชา กัญชง ที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการให้ความสำคัญในทุก ๆ ด้านโดย สถานที่กว้างขวาง เดินทางและจอดรถสะดวก ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Leksuma & Chantuk (2018) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการตัดสินใจเข้าร่วมงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร ด้านองค์ประกอบที่ผู้ตัดสินใจมากที่สุดก็ออกมาจากปัจจัยภายในคือสิ่งอำนวยความสะดวกสถานที่จัดงาน

### ข้อเสนอแนะสำหรับการปฏิบัติ

1. ผลการวิจัยที่พบว่าปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคในด้านการเข้าชมงานแสดงกัญชา กัญชง ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะหน่วยงาน/องค์กรที่จัดงานแสดงกัญชา กัญชง ควรที่จะประชาสัมพันธ์งานให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายในด้านของเพศ ระดับการศึกษา รวมถึงราคาของสินค้าให้เหมาะสมกับรายได้เฉลี่ย



ต่อเดือนของกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้จากการแจกแจงความถี่ของผู้ที่เคยเข้าชมงานแสดงกัญชา กัญชง ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะเพิ่มเติมว่าหน่วยงาน/องค์กรที่จัดงานแสดงกัญชา กัญชง ควรประชาสัมพันธ์งานผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นหลัก และจัดในวันเสาร์-อาทิตย์ ที่ศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ เพื่อความสะดวกในการเข้าชมงานแสดงกัญชา กัญชงของกลุ่มเป้าหมาย

2. ผลการวิจัยที่พบว่าผู้ที่มีความแตกต่างกันในปัจจัยประชากรศาสตร์ โดยเฉพาะด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยคุณลักษณะของงานแสดงกัญชา กัญชงที่มีความแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานแสดงกัญชา กัญชงควรคำนึงถึงการแสดงเทคโนโลยีและการประชุมวิชาการด้านกัญชาที่ทันสมัย วิทยากรผู้ให้ความรู้กัญชาที่หลากหลาย โดยมีหัวข้อการให้ความรู้ที่น่าสนใจ และงานภาคบันเทิงในงานที่หลากหลาย ทั้งนี้คุณลักษณะที่ควรให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกได้แก่ สถานที่ในการจัดงานที่กว้างขวางซึ่งสามารถเดินทางและจอดรถได้สะดวก รองลงมาคือ การมีเวทีในการเจรจาธุรกิจด้านกัญชาให้แก่ผู้เข้าร่วมชมงาน และระยะเวลาการจัดงานที่เหมาะสม เพื่อดึงดูดและเพิ่มจำนวนผู้สนใจเข้าร่วมชมงานแสดงกัญชา กัญชงในอนาคตต่อไป

### ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาคุณลักษณะงานแสดงกัญชา กัญชงของผู้บริโภคเลือกเข้าชมในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งนอกเหนือจากนี้ยังมีผู้บริโภคสินค้ากัญชา กัญชงในปริมณฑลและในต่างจังหวัด เพื่อให้ได้ประโยชน์ที่ครอบคลุมควรทำการศึกษาในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคในพื้นที่ที่แตกต่างกันให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการได้รับข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้สนใจเข้าชมงานแสดงกัญชา กัญชง การสนทนากลุ่ม เพื่อข้อมูลที่ได้มาจัดงานแสดงกัญชา กัญชงให้เป็นที่น่าสนใจต่อผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

3. ในการวิจัยศึกษาเรื่องคุณลักษณะของงานแสดงกัญชา กัญชงที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครควรมีการศึกษาเรื่องผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเลือกเข้าชมงานในด้านนี้เป็นหลักเพื่อสามารถนำข้อมูลและผลวิจัยที่ได้มีการศึกษาในเชิงลึกและสามารถเห็นได้ถึงความสำคัญและคุณประโยชน์ที่ได้รับให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายยังได้มีการเข้าถึงผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญให้ได้รับประสิทธิภาพได้มากยิ่งขึ้น

### องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีคำถามในทางภววิทยา (Ontology) เรื่องของประโยชน์ของกัญชาในด้านผลิตภัณฑ์กัญชาที่มีการจัดแสดงกัญชา กัญชงซึ่งปัจจุบันในทางสังคมไทยยังคงมีการถกเถียงในเรื่องของประโยชน์ของกัญชาที่ถูกกำหนดให้เป็นยาเสพติดประเภท 5 มานานและทางด้านของรัฐบาลได้มีการรณรงค์เรื่องของกัญชาเป็นยาเสพติดจนทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ยังไม่ทราบและเห็นประโยชน์ของกัญชา งานวิจัยนี้ได้ใช้วิธี



วิทยา(Methology) เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและใช้วิธีการทางอุปนัยเพื่อทำการเก็บตัวอย่างมาอ้างอิงไปยังประชากรใช้ภาววิทยาแบบวัตถุนิยมและญาณวิทยา (Epistemology) แบบปฏิฐานนิยม

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้คือสามารถมีการยืนยันประโยชน์ของกัญชาในทางผลิตภัณฑ์ที่มีการส่งผลในทางด้านการตลาดหรือทางธุรกิจจากการมีงานแสดงกัญชากัญชงด้วยการทดสอบสมมุติฐานซึ่งมีรายละเอียดที่มีการยืนยันว่าปัจจัยประชากรศาสตร์ทางด้านเพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคในด้านการเข้าชมงานแสดงกัญชากัญชงในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและด้านปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกับคุณลักษณะของงานแสดงกัญชากัญชงที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุก ๆ ด้านได้แก่ การแสดงเทคโนโลยีด้านกัญชาที่ทันสมัย วิทยาการให้ความรู้กัญชาที่หลากหลาย หัวข้อการให้ความรู้กัญชาที่น่าสนใจ งานภาคบันเทิงที่หลากหลาย สถานที่กว้างขวางเดินทางและจอดรถสะดวก เวทีการเจรจาธุรกิจทางด้านกัญชา งานประชุมวิชาการด้านกัญชาที่ทันสมัย และระยะเวลาการจัดงาน โดยคุณลักษณะด้านเฉพาะด้านสถานที่กว้างขวาง เดินทางและจอดรถสะดวก มีความแตกต่างกับปัจจัยประชากรศาสตร์มากที่สุดซึ่งสามารถนำเอาองค์ความรู้เหล่านี้ไปประยุกต์ในทางกลยุทธ์ทางการตลาดได้โดยตรงที่จะทำให้มีความรู้และการรับรู้เทคโนโลยีที่มีหลากหลายและจะสามารถทำให้เพิ่มเรื่องด้านยอดขายที่เพิ่มขึ้นหรือการสร้างรายได้ให้กับประเทศหรือองค์กรธุรกิจที่มีการสนใจให้ได้มีการเติบโตได้มากขึ้นอีกด้วย

## เอกสารอ้างอิง

- ชูชัย สมितिไกร. (2554). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธารินี พัทธเจริญพงศ์. (2554). *ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาหลักสูตรนานาชาติของนักศึกษาชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ประพนธ์ เล็กสุมา และ อีระวัฒน์ จันทิก. (2561). *การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการตัดสินใจเข้าร่วมงานแสดงระดับนานาชาติของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร*. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พิพัฒน์ นนทธานธรณ์. (2561). *รวมบทความว่าด้วย .ความรับผิดชอบต่อสังคม...กรุงเทพฯ :ศูนย์ผู้นำธุรกิจเพื่อสังคมแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*.
- มนทกานต์ โกรรัมย์ และ พิพัฒน์ นนทธานธรณ์ .(2565). *คุณลักษณะของแพลตฟอร์มออนไลน์และผลิตภัณฑ์กัญชากัญชงที่ผู้บริโภคเลือกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร*. *วารสารสมาคมวิจัย*. 27(2), 104-121.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). *“กัญชา” จะกลายเป็นพืชเศรษฐกิจไทย ได้หรือไม่? (Online)*. สืบค้นจาก <https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/FB-Cannabis>



- สารัช ละเอียดกุล และ พิพัฒน์ นนทธานารณ์ .(2565). คุณลักษณะของหลักสูตรอบรมด้านกัญชาที่ผู้บริโภค  
เลือกใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร . *วารสารสมาคมวิจัย*. 27(2), 88-103.
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2562). *แนวทางการขออนุญาตจำหน่ายยาเสพติดให้โทษในประเภท  
5 เฉพาะกัญชาเพื่อการรักษาผู้ป่วย (กรณีการแพทย์แผนปัจจุบัน)*. กรุงเทพฯ: สำนักงาน  
คณะกรรมการอาหารและยา.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2556). *รายงานการตลาดของงานแสดงสินค้าระหว่าง  
ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การ  
มหาชน).
- Browning,J & Adam. R. (1988). *Trade Show: An Effective Promotional Tool for the Small  
Industry Business*. *Journal of Small Business Management*. 26 (4), 31-36.
- Cochran.W.G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd Edition). John Wiley & Sons: New York.
- Kotler.P. (2014). *Marketing management*. 14th ed. New Jersey: Prentice Hall
- Kotler ,P & Keller. K. (2012). *Marketing Management*. 14th ed. New Jersey: Pearson.
- Singh, J. & Goyal .B. (2009). *Moblie Handset Buying Behavior of Different Age and Gender  
Groups*. *International Journal and Management*. 4(5), 279-287.

#### Translated Thai References

- Food and Drug Administration Office. (2019). *Guidelines for obtaining permission to distribute  
narcotics of category 5, only for marijuana for the treatment of patients (in the case  
of modern medicine)*. Bangkok: Food and Drug Administration. (in Thai).
- Kasikorn Research Center. (2020). *Will "marijuana" become a Thai economic crop?*.Online  
Retrievedfrom [https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/FB-  
Cannabis](https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/FB-Cannabis) (in Thai).
- Koram, M & Nonthanathorn. P. (2022). Product Attributes of Online Platform and Cannabis  
Product Selected by Consumers in Bangkok Metropolitan. *Journal of the Association  
of Researchers*. 27(2), 104-121. (in Thai).
- Lamaikul, S & Nonthanathorn. P. (2022). .Product Attributes of Cannabis Training Course  
Selected by Consumers in Bangkok Metropolitan. *Journal of the Association of  
Researchers*. 27(2), 88-103. (in Thai)



- Leksuma, P & ChantuTeerawat. K.(2018). Development of Criteria for Assessing the Decision of Food Industry Entrepreneurs in International Exhibitions. independent research master's degree, Kasetsart University. (in Thai).
- Nonthanathorn.P. (2018). *Collections of Social Responsibility Articles*. Bangkok: Social Enterprise Leadership Center. (in Thai).
- Office of Convention and Exhibition Promotion. (2013). *Market Report of International Trade Fairs in the Asia-Pacific Region*. Bangkok: Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization).
- Patcharacharoenpong.T. (2011). *Factors used in making decision to study in higher education, international programs of foreign students in Bangkok and its vicinity*. Master of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi. (in Thai).
- Smithikrai. C. (2011). *Industrial and organizational psychology Bangkok*: Chulalongkorn University Publishing. (in Thai).

