

## สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(7)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
ข้อจำกัดงานวิจัย	5
นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	7
การสื่อสาร และการเปิดรับข่าวสาร	7
ความรู้ ความคิดเห็น และพฤติกรรมผู้บริโภค	12
การแพร่กระจายและการยอมรับนวัตกรรม	25
สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจในการ เผยแพร่ นวัตกรรม	33
ผลิตภัณฑ์ GMOs	39
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	52
สมมติฐานการวิจัย	55
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	56
เค้าโครงการวิจัย	57
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	58
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	58
การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง	59
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	59
การวัดตัวแปร	60
การทดสอบเครื่องมือ	64

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล	64
วิเคราะห์ข้อมูล	64
บทที่ 4 ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์	65
ผลการวิจัย	65
ข้อวิจารณ์	100
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	108
สรุปผลการวิจัย	108
ข้อเสนอแนะ	113
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	115
ภาคผนวก	123
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	124
ภาคผนวก ข การคำนวณสูตร KR-20	133
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์ใช้สถานที่	135

### สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ชื่อพืชผัก-ผลไม้ที่อยู่ในการวิจัยพัฒนาGMOs ของกรมวิชาการเกษตร และสถาบันการศึกษาต่าง ๆ	41
2	มาตรการและการแสดงฉลากในผลิตภัณฑ์ GMOs ของประเทศต่าง ๆ	49
3	จำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน	66
4	จำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับเรื่องทั่วไปจากสื่อต่าง ๆ	69
5	จำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปในแต่ละสัปดาห์	70
6	จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทโทรทัศน์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ตในแต่ละวัน	71
7	จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ และวารสารทางการเกษตร	72
8	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อประเภทต่าง ๆ	72
9	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
10	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ GMOs จากสื่อประเภทต่าง ๆ	74
11	ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการเปิดรับข่าวสารเป็นรายข้อ	75
12	จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามระดับการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs	76
13	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs เป็นรายข้อ	77
14	จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs	80
15	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs	81
16	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs	82
17	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแนวโน้มการยอมรับการบริโภคผลิตภัณฑ์ GMOs	83
18	ระดับแนวโน้มการยอมรับการบริโภคผลิตภัณฑ์ GMOs	84

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
19	จำนวนและร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตามการมีปัญหาก เกี่ยวกับการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs การปรับปรุงแก้ไขและปัญหาหรือข้อเสนอนั้นอื่น ๆ	85
20	ผลทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ GMOs จำแนกตามเพศ	88
21	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่าง อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนครปฐม กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs	89
22	ผลการเปรียบเทียบภายหลังระหว่าง อายุ กับพฤติกรรมการ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs โดยใช้ Scheffe' test	90
23	ผลการเปรียบเทียบภายหลังระหว่าง ระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs โดยใช้ Scheffe' test	91
24	ผลการเปรียบเทียบภายหลังระหว่าง อาชีพ กับพฤติกรรมการ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs โดยใช้ Scheffe' test	93
25	ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs กับ การพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs	95
26	ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs	96

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
27	ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างแนวโน้มการยอมรับการบริโภค ผลิตภัณฑ์ GMOs กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs	97
28	ค่าสหสัมพันธ์ของความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs และแนวโน้ม การยอมรับการบริโภคผลิตภัณฑ์ GMOs	99

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	โมเดล 5 ขั้นตอน ในกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค	21
2	รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค	24
3	รูปแบบการแพร่กระจายนวัตกรรมซึ่งเป็นกระบวนการที่ประกอบไปด้วยนวัตกรรม ช่องทางการสื่อสาร เวลา และสมาชิกในระบบสังคม	25
4	รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ส่งและผู้รับสารหรือแนวความคิดใหม่	26
5	รูปแบบการพัฒนาการของนวัตกรรม	29
6	เค้าโครงการวิจัย	57