

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความคิดเห็น และแนวโน้มการยอมรับ การบริโภคผลิตภัณฑ์ GMOs ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนครปฐม ได้ทำการสุ่มตัวอย่างเก็บข้อมูล จากผู้บริโภคในเขตจังหวัดนครปฐมทั้งหมดรวม 387 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย การทดสอบสมมติฐานความแตกต่างใช้ค่า t-test การวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว และเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วย Scheffe' test ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

ข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนครปฐม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็นเพศชาย 156 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 และเป็นเพศหญิง 231 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7 โดยมีอายุระหว่าง 21-30 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.1 ส่วนใหญ่มีการศึกษา ระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.3 โดยมีผู้บริโภคที่เป็นนักเรียน / นิสิต นักศึกษา มากที่สุด คือร้อยละ 30.5 และมีรายได้ต่อเดือนระดับ 5,001-10,000 บาท มากที่สุดคือ ร้อยละ 43.0

การเปิดรับข่าวสารทั่วไป และข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs

ผู้บริโภคเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องทั่วไปจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อ หนังสือพิมพ์ และสื่ออินเทอร์เน็ต ตามลำดับ โดยมีปริมาณการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องทั่วไป จากสื่อโทรทัศน์ในระดับสูง สื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต ในระดับปานกลาง ส่วนสื่อวารสารทางการเกษตรนั้นผู้บริโภคมีปริมาณการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องทั่วไปอยู่ในระดับต่ำ

ส่วนเรื่องการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs คิดเป็นร้อยละ 80.6 โดยมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs อยู่ในระดับปานกลาง และระดับต่ำ ซึ่งสื่อที่มีการเปิดรับในระดับปานกลาง คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ วารสารทางเกษตร และอินเทอร์เน็ต ส่วนสื่อที่เป็นเพื่อนบ้าน ผู้นำท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ของรัฐ องค์กรเอกชน (NGO) สัมมนาทางวิชาการ นิทรรศการ เอกสารแผ่นพับ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs ในระดับต่ำ

โดยการศึกษาเนื้อหาที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs นั้น พบว่า ผู้บริโภคได้รับข่าวสารด้านเนื้อหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs ในระดับปานกลางเกือบทั้งหมด โดยได้รับเนื้อหาเกี่ยวกับผลงานวิจัยเกี่ยวกับพืชตัดแปลงพันธุกรรม (GMOs) ในประเทศมากที่สุด รองลงมาคือเรื่องการต่อต้านพืชตัดแปลงพันธุกรรม (GMOs) และผลิตภัณฑ์ GMOs และเรื่องประโยชน์ของพืชตัดแปลงพันธุกรรม (GMOs) และผลิตภัณฑ์ GMOs ตามลำดับ ยกเว้นเรื่องการติดฉลากผลิตภัณฑ์ GMOs ที่ผู้บริโภคได้รับข่าวสารในระดับต่ำ ซึ่งเมื่อจัดระดับการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีระดับการเปิดรับเนื้อหาปานกลาง รองลงมาคือระดับการเปิดรับเนื้อหาต่ำ และระดับการเปิดรับเนื้อหาสูง ตามลำดับ

#### ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีระดับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 54 โดยหัวข้อที่มีระดับความรู้สูงสุดคือเรื่องความหมายของสิ่งมีชีวิตตัดแปลงพันธุกรรม (GMOs) รองลงมาคือมาตรการหรือนโยบายของรัฐในการดำเนินการ และข้อดี ข้อเสียของผลิตภัณฑ์ GMOs ตามลำดับ ส่วนในหัวข้ออื่น ๆ ผู้บริโภคมีระดับความรู้ปานกลาง

#### ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเป็นกลางมากที่สุดร้อยละ 51.9 รองลงมาคือเห็นด้วยร้อยละ 45.7 และไม่เห็นด้วยร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

โดยผู้บริโภคแสดงความเห็นด้วยกับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs ใน 3 เรื่อง

โดยเรื่องที่ผู้บริโภคเห็นด้วยมากที่สุด คือเรื่องที่รัฐบาลควรออกกฎหมายให้มีการติดฉลาก เพื่อให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์ใดบ้างที่เป็นผลิตภัณฑ์ GMOs รองลงมาคือเรื่องที่ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs ควรมีการเผยแพร่ให้ผู้บริโภคได้รับทราบอย่างทั่วถึง และเรื่องที่พืชตัดแปลงพันธุกรรม (GMOs) เป็นผลความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ที่สามารถนำมาใช้ได้จริง ตามลำดับส่วนประเด็นอื่น ๆ ผู้บริโภคแสดงความคิดเห็นเป็นกลาง

#### แนวโน้มการยอมรับการบริโภคผลิตภัณฑ์ GMOs

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีแนวโน้มในการยอมรับการบริโภคปานกลางร้อยละ 69.2 รองลงมาคือสูงร้อยละ 22.8 และต่ำร้อยละ 8.0 ตามลำดับ โดยเรื่องที่ผู้บริโภคมองว่ามีแนวโน้มการยอมรับสูงคือเรื่องที่ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์ GMOs คืออะไร ส่วนเรื่องที่ผู้บริโภคมองว่ามีแนวโน้มในการยอมรับต่ำคือ การที่ผู้บริโภคเชื่อว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์ GMOs จะไม่ทำให้เกิดผลกระทบใด ๆ ต่อร่างกาย ส่วนในประเด็นอื่นๆ ผู้บริโภคมองว่ามีแนวโน้มในการยอมรับการบริโภคปานกลาง

#### ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ปัญหาในการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs ที่ผู้บริโภคพบมากที่สุดคือ การที่ผู้บริโภคได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs น้อย รองลงมาคือ สื่อที่เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs ยังอยู่ในวงจำกัด และข่าวสารที่ได้รับยังไม่มีความชัดเจน ในเรื่องประโยชน์และผลกระทบของผลิตภัณฑ์ GMOs ตามลำดับ ซึ่งข้อเสนอแนะที่ผู้บริโภคเห็นว่าควรปรับปรุงเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสาร และสถานการณ์ในปัจจุบันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs ที่มากขึ้นมากที่สุดคือควรเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs ผ่านสื่อมวลชนอย่างต่อเนื่องและจริงจัง รองลงมาคือหน่วยงานของรัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรศึกษาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs และเผยแพร่ให้ผู้บริโภคทราบ และควรเพิ่มช่องทางในการส่งข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs ให้มากขึ้นตามลำดับ สำหรับปัญหาและข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs นั้นผู้บริโภคเห็นว่าควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นความรู้ ความเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์ GMOs คืออะไร มีประโยชน์และผลกระทบอย่างไรมากที่สุด รองลงมาคือ ควรมีการศึกษาวิจัยต่อไปเกี่ยวกับประโยชน์และผลกระทบของ ผลิตภัณฑ์ GMOs และ ควรมีการติดฉลากผลิตภัณฑ์ GMOs ให้เห็นอย่างชัดเจนตามลำดับ

## การทดสอบสมมติฐาน

### สมมติฐานข้อที่ 1

พบว่าผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs จากสื่อแทบทุกชนิด ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นสื่ออินเทอร์เน็ต จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้บริโภคที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน พบว่ามีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

โดยผู้บริโภคที่มีอายุไม่เกิน 20 ปีและอายุ 21-30 ปี จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs ที่มากกว่าผู้บริโภคที่มีอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs มากกว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ถึงอนุปริญญา / ปวส. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

และผู้บริโภคที่เป็นนักเรียน / นิสิต นักศึกษา จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs ที่มากกว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพพนักงานบริษัท และผู้บริโภคที่ประกอบอาชีพส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ ผู้บริโภคที่มีอาชีพอื่น ๆ (อาชีพส่วนตัว ค้าขาย สื่อมวลชน และพ่อบ้าน/แม่บ้าน) จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs ที่น้อยกว่าผู้บริโภคทุกอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สำหรับผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

### สมมติฐานข้อที่ 2

พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs จากสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสารทาง การเกษตร เจ้าหน้าที่ของรัฐ องค์กรเอกชน (NGO) สัมมนาทางวิชาการ นิทรรศการ เอกสารแผ่นพับ มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับ สมมติฐานที่ตั้งไว้

ส่วนการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs จากสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อนบ้าน ผู้นำท้องถิ่น ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

### สมมติฐานข้อที่ 3

พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs จากสื่อโทรทัศน์ วิทยุหนังสือพิมพ์ วารสารทางการเกษตร อินเทอร์เน็ต เจ้าหน้าที่ของรัฐ องค์กรเอกชน(NGO) สัมมนาทางวิชาการ นิทรรศการ เอกสารแผ่นพับ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ส่วนสื่อที่เป็นเพื่อนบ้านกับผู้นำท้องถิ่น ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

### สมมติฐานข้อที่ 4

พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs จากสื่อทุกชนิด มีความสัมพันธ์กับแนวโน้ม การยอมรับการบริโภคผลิตภัณฑ์ GMOs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และระดับ .01 จึงยอมรับ สมมติฐานที่ตั้งไว้

### สมมติฐานข้อที่ 5

พบว่า ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

### สมมติฐานข้อที่ 6

พบว่า ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการยอมรับการบริโภคผลิตภัณฑ์ GMOs ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

### สมมติฐานข้อที่ 7

พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการยอมรับการบริโภคผลิตภัณฑ์ GMOs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความคิดเห็น และแนวโน้มการยอมรับการบริโภคผลิตภัณฑ์ GMOs ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนครปฐม มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ความแตกต่างทางข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภคนั้น มีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs ดังนั้น รัฐบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรพิจารณา และเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม โดยควรมุ่งเน้นให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารที่เท่าเทียมกัน เพราะผู้บริโภคในทุกกลุ่มมีโอกาสที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ GMOs ได้เช่นกัน
2. รัฐบาล และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs แก่สาธารณชนให้มากขึ้น โดยผ่านสื่อต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ โดยให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นความจริงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs ทั้งในแง่บวกและลบ ซึ่งสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปพิจารณาถึงประโยชน์และผลกระทบของผลิตภัณฑ์ GMOs ได้
3. ควรมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ GMOs ในแง่มุมอื่น ๆ ให้มากขึ้น โดยเน้นถึงประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับเป็นหลัก ซึ่งเนื้อหาที่ผู้บริโภคต้องการได้รับเพิ่มเติม และเป็นที่น่าสนใจของผู้บริโภคคือ เรื่องการติดตามผลิตภัณฑ์ GMOs ซึ่งควรมีการเผยแพร่อย่างต่อเนื่องและจริงจังให้มากขึ้น

4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และสื่อมวลชน ควรมีความรับผิดชอบในการเสนอข่าวสารที่เป็นจริง ไม่นั้นเพียงเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค โดยข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ นั้นควรนำเสนอแง่มุมที่เป็นกลาง ทั้งประโยชน์ และผลกระทบของผลิตภัณฑ์ GMOs โดยนำงานวิจัยจากสถาบันต่างๆที่น่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับมาขึ้นยันประกอบ เพื่อให้ผู้บริโภคมีโอกาสได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างมีเหตุและผลเพียงพอที่จะตัดสินใจว่าจะเห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยกับผลิตภัณฑ์ GMOs ซึ่งผลจากความคิดเห็นนั้นจะมีผลต่อการยอมรับหรือไม่ยอมรับผลิตภัณฑ์ GMOs ในอนาคตด้วย

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรทำการศึกษาจากผู้บริโภคที่เฉพาะกลุ่มลงไป เช่น กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มนักเรียน / นิสิต นักศึกษา หรือกลุ่มเกษตรกร เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนและเห็นความแตกต่างของกลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น
2. ควรทำการศึกษาจากประชาชนในจังหวัดอื่น ๆ และนำมาเปรียบเทียบกับกลุ่มผู้บริโภคในเขตจังหวัดนครปฐม เนื่องจากประชาชนทั่วประเทศอยู่ในฐานะผู้บริโภคเช่นกัน
3. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เช่น คณะที่เรียน หรืออาชีพที่มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ GMOs เพิ่มเติม ที่อาจมีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความคิดเห็น และแนวโน้มในการยอมรับการบริโภค ผลิตภัณฑ์ GMOs เพื่อนำผลวิจัยที่ได้มาร่วมใช้ในการนำไปปรับปรุงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ GMOs ต่อไป
4. ในอนาคตเมื่อมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ GMOs ในท้องตลาด ควรทำการวิจัยซ้ำเพื่อเปรียบเทียบการยอมรับการบริโภคผลิตภัณฑ์ GMOs ว่าเพิ่มขึ้นหรือไม่อย่างไร