

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ      ทศนคติของลูกค้านร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อ  
อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม

ชื่อผู้เขียน      นาย มยุร บุญยะรัตน์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พัทธา ดันติประภา ประธานกรรมการ  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรชร มณีสงฆ์ กรรมการ  
อาจารย์ ดร. นฤมล พงศ์ชัยเดชา กรรมการ

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของลูกค้านร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ใน  
จังหวัด เชียงใหม่ ที่มีต่ออาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ข้อมูลรวบรวมโดยการใช่แบบสอบถามจากลูก  
ค้านร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 315 ตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบ  
สุ่มตามสะดวก สถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายและหญิงใกล้เคียงกัน จำนวนมากที่สุดมี  
อายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาด้านสังคมศาสตร์ ทำงานเป็นพนักงานบริษัท  
เอกชน รายได้ 5,001-10,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รู้จักอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม และคิดว่าอาหารที่เป็น  
อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม คือ ข้าวโพด มันฝรั่ง และ ถั่วเหลือง ตามลำดับ แต่ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่า  
อาหารที่ซื้อเป็นอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม หรือไม่ และไม่แน่ใจว่าอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมจะ  
ก่อให้เกิดอันตรายหรือไม่

ผลการสำรวจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยว่า อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม มีโอกาสทำให้เกิดการแพ้ อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมปรับเปลี่ยนสารในร่างกายทำให้เกิดมะเร็ง การตัดแต่งทางพันธุกรรมช่วยให้สามารถผลิตอาหารได้ในปริมาณที่มากขึ้น การตัดแต่งทางพันธุกรรมมีประโยชน์โดยทำให้สามารถผลิตอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าเดิม อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมมีจำหน่ายทั่วไปในร้านค้าสมัยใหม่ (Modern trade) และไม่เห็นด้วยในเรื่อง พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมเป็นอย่างดีสามารถอธิบายประโยชน์ได้ชัดเจนและอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมมีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าเสมอ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นค่อนข้างไม่พอใจในเรื่อง ความรู้ของผู้จัดจำหน่ายเกี่ยวกับอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ความรู้ความสามารถของพนักงานขายในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม การประชาสัมพันธ์ในการให้ความรู้เกี่ยวกับอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย และการโฆษณาอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าอาจจะพิจารณาว่า อาหารที่ซื้อเป็นอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมหรือไม่ และอาจจะซื้ออาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมในอนาคต แต่ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อหรือไม่

**Independent Study Title**            The Attitude of Hypermarkets Customers in Chiang Mai Province  
towards Genetic Modification Foods

**Author**                                    Mr. Mayoorn Boonyarat

**M.BA.**

**Examining Committee**

Assistant Professor Dr. Patchara Tantiprabha	Chairman
Assistant Professor Dr. Aurachon Maneesong	Member
Lecturer Dr. Narumon Pongchaidecha	Member

### **Abstract**

The purpose of the independent study was to examine the Attitude of Hypermarkets Customers in Chiang Mai Province towards Genetic Modification Foods. Questionnaires were used to collect data from 315 samples of hypermarket customers in Chiang Mai Province. The data was gathered by convenient sampling and analyzed by frequency, percentage and means.

Numbers of male and female respondents were equal. Most of them were between 21-30 year olds with Bachelor Degree majoring in social science. They worked in private firm and earned 5,001-10,000 per month. The majority of them knew Genetic Modification Foods (GMOs foods) and thought that some corn, potatoes and bean were GMOs foods. However, they are not sure whether they used to buy GMOs foods.

Result of this study showed that most of the respondents agreed that GMOs foods would cause allergies and change the body substance into carcinogens. They also agreed that genetically modification process helped to produce more foods, genetically modification process make foods more nutritious, and GMOs foods were available in modern trade. Most respondents did not agree

that salespeople had enough knowledge to explain the manifest advantage of GMOs foods and GMOs foods were well-publicized and provided product information.

The respondents were quite unsatisfied with the knowledge of retailer regarding GMOs foods, the ability of salespeople to provided information about GMOs foods and the publicity and the advertising of GMOs Foods by manufacturers and distributor.

Majority of respondents thought that they would consider before purchasing GMOs foods. A majority also thought that they would purchase GMOs foods in the future, but did not sure whether they would recommend GMOs foods to others.