

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้กล่าวถึง สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อค้นพบจากการวิจัย และข้อเสนอแนะ จากการศึกษาซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติลูกค้าปลีกขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่ออาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม สรุปผลการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างมีทั้งหมด 315 คนเป็นเพศชายและเพศหญิง ในอัตราส่วนใกล้เคียงกัน มีอายุ 21-30 ปี และ 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีสายสังคมศาสตร์เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวนมากที่สุดทำงานด้านการบริหารจัดการทั่วไป รู้จักอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม คิดว่า อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม เป็นอาหารจำพวก ข้าวโพด มันฝรั่ง ถั่วเหลือง ธัญพืช ตามลำดับ ไม่แน่ใจ ว่าเคยซื้ออาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม หรือไม่ และ ไม่ทราบว่าอาหารที่ซื้อเป็นอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม

ส่วนที่ 2 ทัศนคติที่มีต่ออาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม

#### 1. องค์ประกอบของทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component)

ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมมีความรู้ความเข้าใจในระดับเห็นด้วยในเรื่อง อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมทำให้เกิดการแพ้ ทำให้เกิดมะเร็ง การสามารถช่วยผลิตอาหารได้ในปริมาณมาก ได้อาหารคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าเดิม มีจำหน่ายในร้านค้าสมัยใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมมีความรู้ความเข้าใจในระดับเฉย ๆ ในเรื่อง อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมเป็นอาหารที่ทำจากการนำสิ่งไม่มีชีวิตมาดัดแปลงรวมเข้ากับสิ่งมีชีวิต เป็นอาหารที่ทำจากการนำสิ่งมีชีวิตผสมข้ามพันธุ์กันโดยธรรมชาติ อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมจำพวกพืชเป็นอาหารที่ปลอดภัยจากสารพิษเช่นยาฆ่าแมลง อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมส่วนใหญ่จะมีการติดฉลากที่แสดงว่าเป็นอาหารตัดต่อทางพันธุกรรม

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเฉย ๆ ในเรื่อง อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ราคาต่ำกว่าอาหารที่ผลิตโดยวิธีธรรมชาติ เป็นอาหารที่มีราคาสูง การจ่ายเงินซื้ออาหารตัดแต่ง

ทางพันธุกรรมในราคาเท่า ๆ กับอาหารทั่วไปแต่ผู้ซื้อจะได้รับประโยชน์จากอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมมากกว่า

ในด้านการจัดจำหน่ายผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับเฉย ๆ ในเรื่อง ผู้จัดจำหน่ายส่วนใหญ่ทราบดีว่าอาหารที่จำหน่ายชนิดใดเป็นอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมสามารถหาซื้อได้ง่าย และมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยในเรื่อง อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมมีจำหน่ายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่

ในด้านการประชาสัมพันธ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับเฉย ๆ ในเรื่อง อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม มีการ ลด แลก แจก แถม เสมอ มีการ โฆษณาเสมอ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจในระดับไม่เห็นด้วยในเรื่อง อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมมีการประชาสัมพันธ์ และให้ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าเสมอ

## 2. องค์ประกอบของทัศนคติด้านความชอบ (Affective Component)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับค่าเฉลี่ยความชอบต่ออาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ดังนี้ ในด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับพอใจ ในเรื่อง คุณค่าทางโภชนาการของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม และการคิดป้อยฉลาดกว่าเป็นอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วยในเรื่อง ความปลอดภัยในการบริโภคอาหารตัดแต่งพันธุกรรม

ในด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับพอใจ ในเรื่อง ระดับราคาของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ระดับราคาของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมเมื่อเทียบกับอาหารที่ผลิตโดยวิธีธรรมชาติ

ในด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับพอใจ ความง่ายในการหาซื้ออาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมจากผู้จัดจำหน่าย การจัดเรียง แสดง สินค้าที่เป็นอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมในร้านค้าสมัยใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างไม่พอใจในเรื่องในเรื่อง ความรู้ของผู้จัดจำหน่ายเกี่ยวกับอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม

ในด้านการประชาสัมพันธ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับค่อนข้างไม่พอใจในเรื่อง ความรู้ ความสามารถของพนักงานขายในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม การประชาสัมพันธ์ในการให้ความรู้เกี่ยวกับอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย การโฆษณาอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับพอใจในเรื่อง การลด แลก แจก แถมของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม

### 3. องค์ประกอบของทัศนคติด้านความตั้งใจก่อพฤติกรรม (Behavioral Component)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความตั้งใจอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ในอนาคต ในระดับ อาจจะซื้อ เป็นส่วนใหญ่ และ การแนะนำสินค้า GMOs ให้กับผู้อื่นอยู่ในระดับ ไม่แน่ใจเป็นส่วนใหญ่

ส่วนที่ 3 :

ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านความรู้ความเข้าใจ และความชอบ ความตั้งใจซื้อจำแนกตามระดับการศึกษา สายวิชาที่ศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกระดับการศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ในระดับเลย ๆ และ เห็นด้วยเป็นส่วนใหญ่ ในทุกเรื่อง ยกเว้น ผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับ ปวช . ปวส. หรือ เทียบเท่ามีความรู้ความเข้าใจใน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับเลย ๆ ส่วนในผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับ ประถมศึกษา มัธยมศึกษา อนุปริญญา ปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความเห็นในระดับ ไม่เห็นด้วย

ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกสายวิชาที่ศึกษามีระดับความรู้และความเข้าใจต่ออาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ในระดับ เลย ๆ และเห็นด้วยในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และ ด้านจัดจำหน่าย มีความเห็นในระดับเลย ๆ และ ไม่เห็นด้วยใน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความชอบในระดับพอใจในเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นในปัจจัยด้านความปลอดภัยของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ความรู้ของผู้จัดจำหน่าย การให้ความรู้ของพนักงานขาย การโฆษณาของผู้ผลิตและจำหน่าย การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกสายวิชาที่ศึกษามีระดับความชอบในระดับพอใจในเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นในปัจจัย ด้านความปลอดภัยของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ความรู้ของผู้จัดจำหน่าย การให้ความรู้ของพนักงานขาย การโฆษณาของผู้ผลิตและจำหน่าย การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้

### อภิปรายผล

ผลการศึกษาทัศนคติของลูกค้านำเข้าปลีกขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่ออาหารตัดแต่งพันธุกรรมสามารถอภิปรายผลตามองค์ประกอบของทัศนคติตามแนวความคิดของ John R.G Jenkin ซึ่งองค์ประกอบ 3 ส่วน คือส่วนที่หนึ่งเรียกว่า ความรู้ความเข้าใจ ส่วนที่สองเรียกว่า ความชอบ และส่วนที่ 3 เรียกว่าความตั้งใจก่อพฤติกรรม รวมทั้งใช้ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาดและนอกจากนี้ยังได้นำผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ประกอบการอภิปรายผลการวิจัยในครั้งนี้ด้วย โดยรายละเอียดของการอภิปรายผลมีดังนี้

### 1. องค์ประกอบของทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component)

จากการศึกษาทัศนคติของลูกค้าน้ำดื่มขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่ออาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมพบว่าความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม มีดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ในปัจจัยด้านคำนิยามความหมายของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ได้แก่ อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมเป็นอาหารที่ทำจากการนำสิ่งมีชีวิตมาตัดแปลงรวมเข้ากับสิ่งมีชีวิต และ อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมเป็นอาหารที่ทำจากการนำสิ่งมีชีวิตผสมข้ามพันธุ์กันโดยธรรมชาติ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ในเรื่องคำนิยามของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมในระดับน้อยเนื่องจากคำนิยามของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ซึ่งกำหนดโดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา คือ “การตัดแปลงทางพันธุกรรมของสิ่งมีชีวิตโดยกรรมวิธีพันธุวิศวกรรม โดยไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติทำได้โดยใช้วิธีการตัดต่อยีนและนำยีนแปลกปลอมถ่ายยีนเข้าสู่สิ่งมีชีวิตโดยใช้ พาหะเช่น แบคทีเรีย เพื่อให้ได้ ลักษณะหรือคุณสมบัติตามที่ต้องการ”<sup>15</sup> ซึ่งกล่าวได้ว่า อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม เป็นสิ่งมีชีวิตเท่านั้น และ ไม่ได้เกิดขึ้น โดยการผสมข้ามพันธุ์ตามธรรมชาติ ซึ่งผลของการศึกษานี้แตกต่างจากงานวิจัยของนเรศ คำราชัย และ คณะ (2545) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ในระดับดี ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการที่มีกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันโดยกลุ่มตัวอย่างของ นเรศ คำราชัย และ คณะ (2545) ใช้การเก็บแบบสอบถามในงานประชุมสมัชชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 60 จัดที่ศูนย์ไบotech แจกแบบสอบถาม 1,000 ชุด ได้รับคืนมา 367 ชุด โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับด้านวิทยาศาสตร์จึงน่าจะมีความรู้มาก

ในปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจเชิงลบของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ได้แก่ อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม มีโอกาสทำให้เกิดการแพ้ และ อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ปรับเปลี่ยนสารในร่างกาย ทำให้เกิดมะเร็ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจในระดับเห็นด้วย

ในด้านความรู้ความเข้าใจเชิงบวกของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ได้แก่ การตัดแต่งทางพันธุกรรมช่วยให้สามารถผลิตอาหารได้ในปริมาณที่มากขึ้น การตัดแต่งทางพันธุกรรมมีประโยชน์ โดยทำให้สามารถผลิตอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าเดิม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ Klaus G. Grunert et al. (2545) ซึ่งทำการศึกษาใน

<sup>15</sup> ประธาน ประเสริฐวิทยาการ, GMO คืออะไร ?, ส่วนพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค คณะกรรมการอาหารและยา (2543) :1-3

ประเทศเดนมาร์กโดยการใช้ Conjoint Analysis และโดยใช้การสังเกต (Observation) การซื้อเนยแข็งที่มีการติดป้ายว่าใช้ GMOs Starter และ non-GMOs Starter ซึ่งได้ผลว่ากรณีที่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกว่า GMOs-Cheese ที่รับประทานมีรสชาติก็จะสนับสนุนการใช้ GMOs ในการผลิตด้วย แต่ในงานวิจัยของ Maria K. Magnusson and Ulla-Kaisa Koivisto Hursti (2545) ทำการศึกษาในประเทศสวีเดนพบว่าการลดราคาหรือการเพิ่มคุณค่าของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ไม่น้ำมันข้าวให้กลุ่มตัวอย่างเกิดการซื้อ แต่ปัจจัยที่มีผลต่อการน้ำมันข้าวให้เกิดการซื้อคือ การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและโภชนาการที่ดีขึ้น โดยผลที่แตกต่างอาจจะเกิดจากการที่การวิจัยของ Maria K. Magnusson and Ulla-Kaisa Koivisto Hursti (2545) ใช้การสำรวจทางไปรษณีย์

ในปัจจัยเรื่องอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมจำพวกพืชเป็นอาหารที่ปลอดภัยจากสารพิษเช่น ยาฆ่าแมลง ผู้ตอบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเฉย ๆ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามยังไม่ทราบถึงประโยชน์ข้อนี้ของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม

ในปัจจัยด้านการติดฉลากบรรจุภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเฉย ๆ ในเรื่อง อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมมีการติดฉลากที่แสดงว่าเป็นอาหารตัดต่อทางพันธุกรรม ซึ่งอาจจะเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามยังไม่แน่ใจเกี่ยวกับอันตรายของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามยังไม่คำนึงว่าต้องการให้มีการติดฉลากหรือไม่ โดยเมื่อเทียบกับทัศนคติด้านความชอบจะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบในระดับพอใจมาก ซึ่งหมายความว่าถ้ามีการติดฉลากก็จะดีมากกว่า ซึ่งใกล้เคียงกับผลงานวิจัยของ Subrahmanyam Saroja and Cheng Peng Sim (2543) ซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างชาวสิงคโปร์ส่วนใหญ่ร้อยละ 86 มีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างเห็นด้วยมากและเห็นด้วยอย่างมาก ที่ต้องการให้มีการติดฉลากอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ซึ่งจากการวิเคราะห์ของ Subrahmanyam Saroja and Cheng Peng Sim (2543) พบว่ากรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความกังวลต่ออันตรายของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม จะยังมีความต้องการให้มีการติดฉลากอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมมากขึ้น ส่วนในผลงานวิจัยของ Marianne McGarry Wolf (2542) ซึ่งทำการศึกษาทัศนคติของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม เปรียบเทียบระหว่าง ประเทศ ไอร์แลนด์และ สหรัฐอเมริกา กล่าวว่า ชาวไอริชและอเมริกัน ที่มีพฤติกรรมการอ่านฉลากข้อมูลทางโภชนาการ (Nutrition Fact) และ ฉลากส่วนผสม (Ingredient) จะยังมีทัศนคติต้องการให้ติดฉลากอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมมากขึ้น

ในปัจจัยด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเฉย ๆ ในเรื่องอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมราคาต่ำกว่าอาหารที่ผลิตโดยวิธีธรรมชาติ อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมเป็นอาหารที่มีราคาสูง และการจ่ายเงินซื้อ(อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม)ในราคาเท่า ๆ กับอาหารทั่วไป แต่ผู้ซื้อจะได้รับประโยชน์จากอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมมากกว่า

ในปัจจุบันด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเฉย ๆ ในเรื่องอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมมีจำหน่ายทั่วไปในร้านค้าสมัยใหม่ (Modern trade) มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยในเรื่อง ผู้จัดจำหน่ายส่วนใหญ่ทราบดีว่าอาหารที่จำหน่ายชนิดใดเป็นอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม และอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมสามารถหาซื้อได้ง่าย

ในปัจจุบันด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างไม่พอใจในเรื่อง พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมเป็นอย่างดีสามารถอธิบายประโยชน์ได้ชัดเจน อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมมีการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าเสมอ อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมมีการโฆษณาเสมอ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการให้ความรู้และประชาสัมพันธ์ยังมีน้อยมากซึ่งตรงกับงานวิจัยของ Marianne McGarry et al. (2545) ซึ่งทำการวิจัยในประเทศโคลัมเบียเพื่อเปรียบเทียบในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา

เมื่อวิเคราะห์จำแนกตามระดับการศึกษาและสาขาวิชาที่ศึกษามา ผลที่ได้ไม่สามารถบ่งบอกได้ว่าระดับการศึกษาสูงและสาขาวิชามีผลต่อความรู้ความเข้าใจ ซึ่งตรงกับผลวิจัยของ นเรศ คำราชชัย และคณะ (2545) Annelies Verdurme and Jacques Viaene(2545) และ Hsin-Yi Chen and Wen S. Chern (2545)

ในเรื่องความเชื่อที่มีต่ออันตรายของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับไม่แน่ใจต่ออันตรายของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ซึ่งอาจจะสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามยังไม่ทำการตัดสินใจว่าอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมก่อให้เกิดอันตรายหรือไม่ ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ Kuznesof Sharron and Ritson Christopher (2540) วิจัยในประเทศอังกฤษพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่แน่ใจว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธปลา Salmon ที่ผ่านการตัดแต่งทางพันธุกรรม

## 2. องค์ประกอบด้านความชอบ (Affective Component)

จากการศึกษาทัศนคติของลูกค้ายี่ห้อปลากุ้งขนาดใหญ่ในจังหวัด เชียงใหม่ ที่มีต่ออาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมในด้านความชอบพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความชอบต่ออาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ในปัจจัย ด้านต่าง ๆ ดังนี้

ในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบในระดับพอใจในเรื่องคุณค่าทางโภชนาการของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม และการติดป้ายฉลากเพื่อแสดงว่าเป็นอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามความชอบในระดับค่อนข้างไม่พอใจในเรื่อง ความปลอดภัยในการบริโภคอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมมีซึ่งตรงกับงานวิจัยของ นเรศ คำราชชัย และ คณะ(2545) และงานวิจัยส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้อง

ในด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบในระดับพอใจในเรื่อง ระดับราคาของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมเมื่อเทียบกับอาหารที่ผลิตโดยวิธีธรรมชาติ ซึ่งต่างกับงานวิจัยของ Marianne McGarry, et al (2545) ในประเทศโคลัมเบีย ที่พบว่าถ้าราคาของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมที่ต่ำลง จะส่งผลให้การตัดสินใจซื้ออาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมมีมากขึ้น เช่นเดียวกับผลการวิจัยของ Thomas I. Wahl (2545) ทำการวิจัยในประเทศนอร์เวย์พบว่า ถ้าอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมมีการให้ส่วนลดโอกาสในการซื้อจะเพิ่มขึ้น

ในด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบในระดับพอใจในเรื่อง ความง่ายในการหาซื้ออาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมจากผู้จัดจำหน่าย และการจัดเรียงแสดงสินค้าที่เป็นอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมในร้านค้าสมัยใหม่ (Modern trade) แต่ในเรื่องความรู้ของผู้จัดจำหน่ายเกี่ยวกับอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบในระดับค่อนข้างไม่พอใจ

ในด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบในระดับพอใจ ในเรื่อง การลด แลก แจก แถม ของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบในระดับค่อนข้างไม่พอใจในเรื่องความรู้ความสามารถของพนักงานขายในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม การประชาสัมพันธ์ในการให้ความรู้เกี่ยวกับอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย การโฆษณาอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ Marianne McGarry, et al (2545) ในประเทศโคลัมเบียซึ่งเป็นประเทศกำลังพัฒนาเหมือนประเทศไทย

อาจจะสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามยังไม่ได้ตัดสินใจว่าพอใจหรือไม่พอใจกับอาหารตัดแต่งพันธุกรรมเท่าใดนัก เพียงแต่ต้องการได้รับความรู้ และการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมจากผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายมากกว่า

### 3. องค์ประกอบของทัศนคติด้านความตั้งใจก่อพฤติกรรม (Behavior Component)

จากการศึกษาทัศนคติด้านความตั้งใจก่อพฤติกรรมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าก่อนจะซื้ออาหารอาจจะพิจารณาว่าเป็นอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมหรือไม่ และผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าอาจจะซื้อ และไม่แน่ใจ ในเรื่อง การซื้อในอนาคตจะซื้ออาหารตัดแต่งทางพันธุ

กรรมหรือไม่ ซึ่งต่าง กับงานวิจัยของ และงานวิจัยของ Ryoji Nakamura and Nobuhiro Tsuboi (2545) ซึ่งทำการวิจัยในญี่ปุ่นพบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีระดับไม่แน่ใจ เป็นส่วนมาก

ในเรื่องการรู้จักอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ร้อยละ 79.0 ไม่รู้จัก ร้อยละ 21.0 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับร้อยละของงานวิจัยในต่างประเทศพบว่าประเทศเยอรมันนี่ รู้จักร้อยละ 95 ญี่ปุ่นร้อยละ 94 อังกฤษ ร้อยละ 89 ฝรั่งเศส ร้อยละ 79 แคนาดา ร้อยละ 78 อเมริกา ร้อยละ 66 และ บราซิล ร้อยละ 39<sup>16</sup>

ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 41.8 มีระดับความพอใจโดยรวมต่ออาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม เมื่อเทียบกับงานวิจัยในต่างประเทศพบว่าทัศนคติในด้านลบของประเทศอื่น ๆ มีอัตราร้อยละ ดังนี้ ออสเตรเลีย ร้อยละ 51 บราซิล ร้อยละ 45 แคนาดา ร้อยละ 59 ฝรั่งเศส ร้อยละ 71 ร้อยละ เยอรมัน ร้อยละ 73 ญี่ปุ่น ร้อยละ 82 อังกฤษ ร้อยละ 58 สหรัฐอเมริกา ร้อยละ 51<sup>17</sup>

### ข้อค้นพบ

การศึกษาทัศนคติของลูกค้าน้ำดื่มขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่ออาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมมีข้อค้นพบดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมค่อนข้างน้อย
2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังไม่แน่ใจต่ออันตรายของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ซึ่งเกิดจากการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความรู้ความเข้าใจในปัจจัยต่าง ๆ ของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมไม่ดีพอ เช่น การไม่ทราบความหมายของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม การไม่ทราบถึงประโยชน์ในทุกด้านของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม
3. ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจในระดับน้อยในปัจจัยด้านบวกของผลิตภัณฑ์ โดยผู้ตอบแบบสอบถามยังไม่ทราบถึงผลด้านบวกทุกปัจจัยของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม แต่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับพอใจ
4. ด้านราคาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความรู้ความเข้าใจในระดับเฉย ๆ มีระดับความชอบในระดับพอใจ น่าจะเนื่องมาจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าเคยซื้ออาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมหรือไม่

<sup>16</sup> Kamaldeen Sophia and Douglas A Powell , "Public Perceptions of Biotechnology"

(Guelph, Ontario, Canada: University of Guelph, Dept. of Plant Agriculture, 2000. <http://www.foodsafetynetwork.ca/gmo/public-perceptions-biotech-aug00.htm>.)

<sup>17</sup> เรื่องเดียวกันข้างแล้ว



5. ด้านการจัดจำหน่ายพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยในเรื่องอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมมีจำหน่ายอยู่ทั่วไป การจัดเรียงและแสดงสินค้าที่เป็นอาหารตัดแต่งพันธุกรรมในร้านค้าสมัยใหม่ และผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นค่อนข้างไม่พอใจในเรื่อง ความรู้ของผู้จัดจำหน่ายเกี่ยวกับอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม

6. ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นไม่เห็นด้วยในเรื่องพนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมเป็นอย่างดีสามารถอธิบายประโยชน์ได้ชัดเจน อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมมีการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าเสมอ อาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมมีการโฆษณาเสมอ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นค่อนข้างไม่พอใจในเรื่อง ความรู้ความสามารถของพนักงานขายในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย การโฆษณาอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย

7. ด้านพฤติกรรมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นไม่แน่ใจว่าจะพิจารณาว่าเป็นอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมในการซื้อหรือไม่ ไม่แน่ใจว่าจะซื้ออาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมในอนาคตหรือไม่ ไม่แน่ใจว่าจะแนะนำอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมให้ผู้อื่นหรือไม่

8. การจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษาและสาขาวิชาพบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษา และสาขาวิชาที่ศึกษามีผลค่อนข้างน้อยหรือไม่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจ ความชอบ และความตั้งใจซื้อของกลุ่มตัวอย่าง

#### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องทัศนคติของลูกค้าร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่ออาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม ผู้ทำการศึกษา มีข้อเสนอแนะดังนี้  
ข้อเสนอแนะต่อร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในเรื่องผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และ การส่งเสริมการตลาด

#### 1. ด้านผลิตภัณฑ์ มีข้อเสนอแนะ 2 เรื่อง ได้แก่

1.1 ผู้ประกอบการควรปรับทัศนคติให้ผู้บริโภคมีทัศนคติในด้านบวก โดยให้ข้อมูล ความเข้าใจใน ความหมาย ประโยชน์ ของสินค้าอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมให้มากขึ้นไปกับตัวผลิตภัณฑ์

1.2 ผู้ประกอบการควรที่จะเลือกจำหน่ายอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมที่พัฒนามาเพื่อเป็นอาหารที่มีคุณประโยชน์ทางโภชนาการสูง ก่อนอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมที่ผลิตเพื่อให้อาหาร

มีราคาถูก โดยสร้างการรับรู้ในเรื่องของประโยชน์ก่อน จะทำให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่ออาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมที่มีการประยุกต์ใช้ในด้านอื่นเช่น ราคา ตามไปด้วย

2. ด้านราคา ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกควรตั้งราคาดังนี้ ถ้าเป็นอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมที่มีการประยุกต์ใช้ในเรื่องการผลิตอาหารในปริมาณมากควรตั้งราคาต่ำ และถ้าเป็นอาหารที่เน้นด้านโภชนาการที่สูงขึ้น เช่น ผักปลอดสารพิษ อาจจะตั้งราคาสูง

3. ด้านการจัดจำหน่ายควรให้ความรู้กับผู้จัดจำหน่ายให้มากขึ้น เพื่อที่จะสามารถอธิบายให้ความรู้แก่บุคคลผู้เกี่ยวข้องในช่องทางการจัดจำหน่าย และส่งข้อมูลไปถึงผู้ค้าปลีกเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ดีขึ้น และเกิดความชอบที่ดีขึ้น โดยวิธีการต่าง ๆ เช่น โดยการอบรม การแจกเอกสาร เป็นต้น

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการควรจะทำให้ความรู้ความเข้าใจต่อสินค้าอาหารตัดแต่งพันธุกรรมในเชิงรุก เพื่อให้กลุ่มผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่ออาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมมากกว่าการรอให้ผู้บริโภคตัดสินใจเอง เนื่องจากการให้การส่งเสริมการตลาดในเชิงรุกจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางบวกแก่องค์กรว่าสินค้าที่นำมาจำหน่ายนั้นคัดเลือกโดยผู้มีความรู้ มากกว่าการใช้นโยบายที่เพิกเฉยต่อผลดีหรือผลเสียที่เกิดแก่ผู้บริโภค โดยทั่วไปผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะไม่เลือกร้านค้าปลีกที่ขายสินค้าขาดคุณภาพ นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรจะทำ การสื่อสารทางการตลาดในการให้ความรู้เกี่ยวกับอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมที่มีการจำแนกตามลักษณะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

4.1 การประชาสัมพันธ์ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ เช่น การแจกเอกสารอธิบายความหมายไปพร้อมกับสินค้า การติดแผ่นป้ายอธิบายความหมายและประโยชน์ของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม การสาธิตถึงคุณประโยชน์ของอาหารตัดแต่งพันธุกรรมในเรื่องการสามารถเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ การใช้ในการรักษาโรค การทำให้ปลอดภัยฆ่าแมลง

4.2 การโฆษณาควรใช้กลุ่มอ้างอิงเป็นกลุ่มผู้มีความรู้ เช่น การรับรองจากหน่วยงานราชการ แพทย์ องค์กรอาหารและยา เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีและทำให้เกิดความเชื่อต่ออาหารตัดแต่งทางพันธุกรรม

4.3 การใช้พนักงานขายควรทำให้ความรู้ฝึกอบรมพนักงานขายให้เข้าใจเกี่ยวกับความหมายของอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมให้มากขึ้น สามารถอธิบายความหมายให้ผู้บริโภคทราบและเกิดทัศนคติที่ดี

โดยสรุปดังที่กล่าวมาแล้วการใช้ส่วนประสมการตลาดต้องมีความสอดคล้องกัน แต่ควรจะมีการเน้นการส่งเสริมการตลาด โดยการให้ความรู้โฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงคุณประโยชน์ของอาหารตัดแต่งพันธุกรรม ตลอดจนการใช้พนักงานขายที่มีความรู้เกี่ยวกับอาหารตัดแต่งทางพันธุกรรมเป็นอย่างดี และใช้ การส่งเสริมการขายเสริม