

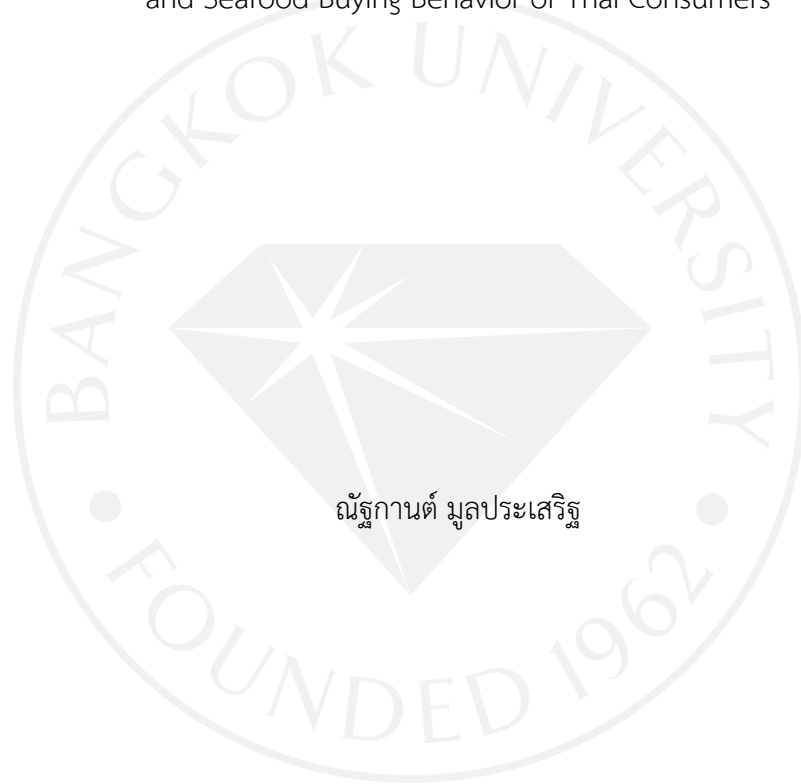
การเปิดรับสื่อความรู้และทัศนคติต่อไมโครพลาสติกปนเปื้อนและพฤติกรรมการซื้อ
อาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทย

Media Exposure, Knowledge and Attitude towards Contaminated
Micro-plastics and Seafood Buying Behavior of Thai Consumers



การเปิดรับสื่อความรู้และทัศนคติต่อไมโครพลาสติกปนเปื้อนและพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเล
ของผู้บริโภคชาวไทย

Media Exposure, Knowledge and Attitude towards Contaminated Micro-plastics
and Seafood Buying Behavior of Thai Consumers



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2562



©2563

ณัฐกานต์ มุลประเสริฐ

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

เรื่อง การเปิดรับสื่อความรู้และทัศนคติต่อไมโครพลาสติกปนเปื้อนและพฤติกรรมการซื้ออาหาร
ทะเลของผู้บริโภคชาวไทย

ผู้วิจัย ณัฐกานต์ มุลประเสริฐ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรคอุดม)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรพงษ์ พวงเล็ก)

(อาจารย์ วิรัตน์ รัตตากร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

18 กรกฎาคม 2563

ณัฐกานต์ มูลประเสริฐ. ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์,
กรกฎาคม 2563, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
การเปิดรับสื่อความรู้และทัศนคติต่อไมโครพลาสติกปนเปื้อนและพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเล
ของผู้บริโภคชาวไทย (60 หน้า)
อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรคอุดม

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเล ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติกที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลและทัศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติกที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเล โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 คน เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมและทดสอบความตรงของเนื้อหาและความน่าเชื่อถือด้วยวิธีของครอนบาร์คกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน ได้ระดับความเชื่อมั่น 0.873 ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

1) การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อพลาสติกของผู้บริโภค และการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเลมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อยมาก

2) ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อพลาสติกของผู้บริโภค และความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเลอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3) ทัศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อพลาสติกของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อยมาก และทัศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเลที่มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อย

คำสำคัญ: การเปิดรับสื่อความรู้, ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติก, ทัศนคติต่อไมโครพลาสติก, พฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทย

Moonprasert, N. M.Com.Arts (Strategic Communications), July 2020, Graduate School, Bangkok University.

Media Exposure, Knowledge and Attitude towards Contaminated Micro-plastics and Seafood Buying Behavior of Thai Consumers (60 pp.)

Advisor: Asst.Prof. Arishai Akraudom, Ph.D.

ABSTRACT

The objectives of this quantitative research were to study the relationship between 1) media exposure towards micro-plastics and seafood buying behavior 2) knowledge towards micro-plastics and seafood buying behavior and 3) attitude towards micro-plastics and seafood buying behavior.

The research tool was questionnaires to collect data from 400 samples. The content validity and reliability were tested with 40 samples using Cronbach's method with a confidence level of 0.873.

The results of the study were;

1) Media exposure towards micro-plastics has relationship with plastic selection behavior of consumers. Media exposure towards micro-plastics has very less relationship with seafood consumption behavior.

2) Knowledge towards micro-plastics has relationship with plastic selection behavior of consumers. Knowledge towards micro-plastics has significant relationship with seafood consumption behavior at 0.05.

3) Attitude towards micro-plastics has very less relationship with plastic selection behavior of consumers. Attitude towards micro-plastics has less relationship with seafood consumption behavior.

Keywords: Micro-plastics, Attitude, Media Exposure, Behavior

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ไปได้ด้วยความเมตตาและด้วยความกรุณาอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรถคุดม อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ซึ่งได้ให้ความรู้ คำปรึกษาที่ดี ดูแลอย่างใกล้ชิด และตรวจทานเพื่อแก้ไขให้ถูกต้อง และรวมถึงอาจารย์ท่านอื่น ๆ ในหลักสูตรที่ช่วยให้คำปรึกษาตลอดการศึกษาที่ผ่านมา

ขอบพระคุณ บิดา มารดา ครอบครัว ที่ให้การสนับสนุน เป็นกำลังใจในการศึกษาครั้งนี้ เป็นอย่างดี รวมไปถึงเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ ในสาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ ที่เป็นทั้งที่ปรึกษาและ กำลังใจเสมอมา

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาส่วนตัวของท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบ แบบสอบถามซึ่งทำให้งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ณัฐกานต์ มุลประเสริฐ



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหาคำวิจัย	4
1.3 วัตถุประสงค์	5
1.4 ขอบเขตการวิจัย	5
1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.7 นิยามคำศัพท์เฉพาะ	6
1.8 สมมติฐานการวิจัย	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับสื่อ (Media Exposure)	8
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม (KAP)	15
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับไมโครพลาสติกและพิษภัยในอาหาร	19
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	22
3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย	22
3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	22
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	23
3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	25
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	26
บทที่ 4 ผลการวิจัย	27
4.1 ลักษณะประชากร	27
4.2 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติก	30
4.3 ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติก	31

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 (ต่อ) ผลการวิจัย	
4.4 ทศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติก	33
4.5 พฤติกรรม	34
4.6 การทดสอบสมมติฐาน	35
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	45
5.1 สรุปการวิจัย	45
5.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน	46
5.3 อภิปรายผล	47
5.4 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยเพื่อนำไปใช้	48
5.5 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	48
บรรณานุกรม	50
ภาคผนวก แบบสอบถามงานวิจัย	53
ประวัติผู้เขียน	60
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1: ตารางแสดงผลที่ได้จากการคำนวณค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม	26
ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและร้อยละของเพศ	27
ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวนและร้อยละของอายุ	28
ตารางที่ 4.3: แสดงจำนวนการศึกษา	28
ตารางที่ 4.4: แสดงจำนวนอาชีพ	29
ตารางที่ 4.5: แสดงจำนวนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	29
ตารางที่ 4.6: แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติก	30
ตารางที่ 4.7: แสดงความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติก	31
ตารางที่ 4.8: แสดงทัศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติก	33
ตารางที่ 4.9: แสดงพฤติกรรม	34
ตารางที่ 4.10: การวิเคราะห์การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การใช้พลาสติกของผู้บริโภค	35
ตารางที่ 4.11: การวิเคราะห์การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การใช้พลาสติกของผู้บริโภค จำแนกเป็นรายสื่อ	36
ตารางที่ 4.12: การวิเคราะห์การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การบริโภคอาหารทะเลของผู้บริโภค	37
ตารางที่ 4.13: การวิเคราะห์การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การบริโภคอาหารทะเลของผู้บริโภค จำแนกเป็นรายสื่อ	37
ตารางที่ 4.14: ตารางการวิเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การใช้พลาสติกของผู้บริโภค	39
ตารางที่ 4.15: ตารางแสดงความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การบริโภคอาหารทะเล	41
ตารางที่ 4.16: การวิเคราะห์การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติก ของผู้บริโภค	44
ตารางที่ 4.17: ทัศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภค อาหารทะเล	44

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: ไมโครพลาสติก	4
ภาพที่ 1.2: กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
ภาพที่ 2.1: ไอคอนเว็บไซต์ Google	12
ภาพที่ 2.2 : หน้าเว็บไซต์ Twitter	12
ภาพที่ 2.3: ไอคอนเว็บไซต์ YouTube	13
ภาพที่ 2.4: ไอคอนเว็บไซต์ Wikipedia	13



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันประเทศไทยมีการใช้พลาสติกกันอย่างแพร่หลาย ซึ่งพลาสติกมีความสะดวกสบายต่อการดำรงชีวิตเป็นอย่างมาก การใช้พลาสติกกันอย่างแพร่หลายนั้นทำให้เกิดการสะสมของพลาสติกที่ไม่สามารถย่อยสลายได้ ขยะพลาสติกร้อยละ 9 ถูกนำไปรีไซเคิล ร้อยละ 12 ถูกนำไปเผา ซึ่งก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศ ที่เหลืออีกร้อยละ 79 ตกค้างอยู่ในสิ่งแวดล้อมและเข้าข่ายโยอาหารในระบบนิเวศ การปนเปื้อนไมโครพลาสติกในอาหารทะเลและในร่างกายมนุษย์เป็นสิ่งที่หน่วยงานด้านสิ่งแวดล้อมของต่างประเทศอย่างออสเตรเลียให้ความสำคัญกับไมโครพลาสติกโดยการนำผู้วิจัยจากผู้ร่วมทดลองจำนวน 8 คน จาก 8 ประเทศ เช่น ออสเตรเลีย อิตาลี รัสเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร โปแลนด์ เนเธอร์แลนด์ และฟินแลนด์ โดยแต่ละคนรับประทานอาหารประจำวันแบบปกติ พบว่าในอุจจาระของผู้ร่วมทดลองมีการปนเปื้อนของสารไมโครพลาสติกหมดทุกราย (สุชญา ชวนิชย์, 2562)

ก่อนหน้านี้มีการรายงานข่าวว่า ปัจจุบันมนุษย์กำลังรับประทานอาหารที่มีส่วนผสมของไมโครพลาสติกปนเปื้อนกว่า 5 กรัมต่อสัปดาห์ หรือประมาณ 21 กรัมต่อเดือน และรวมกว่า 25 กรัมต่อปี แม้ว่าจะมีปัจจัยอื่น ๆ เข้ามาทำให้ตัวเลขสามารถเปลี่ยนแปลงได้ แต่จากรายงานจากมหาวิทยาลัยนิวคาสเซิล ประเทศออสเตรเลีย พบว่า มนุษย์บริโภคอาหารที่ปนเปื้อนไมโครพลาสติกจากอาหาร เครื่องดื่ม และรวมไปทั้งอากาศ ประมาณ 2,000 หน่วยต่อปี หรือมีไมโครพลาสติกอยู่ในกะเพาะอาหารของมนุษย์มากกว่า 10,000 ชิ้น (สุชญา ชวนิชย์, 2562)

เศษไมโครพลาสติกที่อยู่บนบกหรืออยู่บนพื้นผิวโลกสามารถย่อยสลายได้เนื่องจากบนบกมีอุณหภูมิที่สูงและมีแบคทีเรียที่สามารถช่วยย่อยสลายไมโครพลาสติกได้ และมีระยะเวลาเพียงพอต่อการย่อยสลาย แต่ไมโครพลาสติกที่อยู่ในน้ำไม่สามารถย่อยสลายได้เนื่องจากในน้ำไม่มีอุณหภูมิที่สูงพอที่จะย่อยสลายได้ อีกทั้งในน้ำไม่มีแบคทีเรียที่สามารถช่วยย่อยสลายไมโครพลาสติกได้ พลาสติกที่โดนแสงแดดสามารถแตกตัวออกมาเป็นชิ้นไมโครพลาสติกเล็ก ๆ จนมีขนาดเล็กที่มนุษย์เรียกว่า ไมโครพลาสติก ซึ่งมีขนาดเล็กมากกว่าที่สายตาของมนุษย์จะสามารถมองเห็นได้ ปัญหาของไมโครพลาสติกที่เกิดขึ้นคือเมื่อไมโครพลาสติกลงสู่แม่น้ำ ทะเล ซึ่งมีผลทำให้ระบบนิเวศและสามารถเข้าสู่ระบบห่วงโซ่อาหารผ่านสัตว์ทะเลก่อนที่ไมโครพลาสติกจะเข้าสู่ร่างกายของมนุษย์ (สุชญา ชวนิชย์, 2562)

ไมโครพลาสติก คือ ชิ้นส่วนของพลาสติกที่มีขนาดเล็กเทียบเท่ากับไวรัส หรือมีขนาดเพียง 1 นาโนเมตร ถึง 0.05 มิลลิเมตร ซึ่งไม่สามารถมองเห็นได้ด้วยตาเปล่า ปี พ.ศ. 2533 สิ้นค้าประเภทเครื่องใช้ส่วนตัวและเครื่องสำอางมีการนำไมโครพีดส์ผสมในสินค้าดังกล่าว เช่น ผลิตภัณฑ์ขัดผิว

ผลิตภัณฑ์ยาสีฟัน และผลิตภัณฑ์เสริมความงามประเภทเครื่องสำอาง เมื่อมนุษย์ใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ซึ่งมีส่วนผสมของไมโครพีดส์ ไมโครพีดส์ซึ่งไม่สามารถย่อยสลายได้ในขณะนั้นทำให้ไมโครพีดส์กระจายไปตามท่อระบายน้ำ และลงสู่แม่น้ำ ลำธาร

นอกจากไมโครพลาสติกที่พบในพลาสติกแล้ว ไมโครพลาสติกยังถูกพบในผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น ๆ อีก เช่น เครื่องนุ่งห่มที่มีส่วนผสมของใยผ้า รวมไปถึงอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการประมง เมื่อมีการใช้อุปกรณ์ทำการประมงในระยะเวลาที่มากพอต่อการสลายไมโครพลาสติกลงสู่

ไมโครพลาสติกจึงสามารถเข้าสู่ระบบนิเวศทางทะเลได้อีก 1 ช่องทาง

ทั้งนี้ "เม็ดพลาสติกตั้งต้น" เหล่านี้ถูกผลิตมาใช้ในสินค้าต่าง ๆ นานกว่า 40 ปีแล้ว

“ไอยูซีเอ็น” องค์การระหว่างประเทศเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ (International Union for Conservation of Nature and Natural Resources: IUCN) เผยรายงานวิจัยเมื่อปี 2560 เกี่ยวกับปริมาณปนเปื้อนของ “เม็ดพลาสติกตั้งต้น” ในทะเลและแม่น้ำทั่วโลก ปรากฏว่าพบในรูปแบบของขยะประมาณ 0.8-2.5 ล้านตันต่อปี นี่คือนักวิทยาศาสตร์กำลังเป็นห่วงว่า หากปล่อยให้มนุษย์ทั่วโลกผลิตและใช้จำนวนมาก ๆ และปล่อยให้ทิ้งปนเปื้อนในแม่น้ำและทะเล หรือแหล่งน้ำธรรมชาติจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ เมื่อมนุษย์นำน้ำจากธรรมชาติมาดื่มกินหรือใช้ในครัวเรือน เม็ดสครับหรือไมโครพีดส์ก็ผสมปนเปเข้าไปในร่างกายของเรา หากร่างกายไม่สามารถขจัดออกไปได้ก็จะสะสมมากขึ้นเรื่อย ๆ จนเป็นสาเหตุให้เกิดความผิดปกติในอวัยวะต่าง ๆ (“ขยะจิ๋ว “ไมโครพลาสติก” พิษร้ายอย่ามองข้าม!”, 2562)

ไมโครพลาสติก ปัญหาที่มนุษย์ไม่สามารถนิ่งนอนใจได้เพราะไมโครพลาสติกเป็นอันตรายที่มนุษย์ไม่ได้ให้ความสำคัญ การวิจัยผลกระทบจากไมโครพลาสติกต่อสุขภาพของมนุษย์เป็นงานวิจัยเกี่ยวกับพลาสติกในอาหารทะเลและพฤติกรรมการรับประทานอาหารทะเลของอาสาสมัครจำนวน 2,000 คน แบ่งการทดสอบออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกทำวิจัยที่เมือง Semarang ซึ่งเป็นเมืองใกล้กับทะเล และมีประชากรอาศัยอยู่ราว 1.7 ล้านคน อีกทั้งเมือง Semarang เป็นเมืองที่พบว่าประชาชนมีการบริโภคอาหารทะเลสูง เป้าหมายการวิจัยคือ ทำความเข้าใจผลกระทบของไมโครพลาสติก และหามาตรการความปลอดภัยเมื่อมนุษย์รับประทานอาหารทะเล (“พบหลักฐานขยะพลาสติกเข้าสู่ทางเดินอาหารมนุษย์”, 2561)

หากไมโครพลาสติกสามารถเข้าไปในร่างกายของมนุษย์ ทำให้เกิดการสะสมของสารไมโครพลาสติก และร่างกายไม่สามารถย่อยสลายหรือกำจัดสารไมโครพลาสติกออกมาได้ทั้งหมด แม้มนุษย์จะมีการขับถ่ายเพื่อเอสิ่งต่าง ๆ ออกจากร่างกาย แต่การขับถ่ายก็ไม่สามารถทำให้สารไมโครพลาสติกที่อยู่ในร่างกายออกมาได้เช่นกัน นอกจากนี้สาร BPA หรือ บิสฟีนอลเอ สามารถเข้าไปรบกวนการทำงานของระบบภายในร่างกายของมนุษย์และรบกวนการทำงานของฮอร์โมน เอสโทเจนอีกด้วย (ชุตินา ชุ่นเจริญ, 2562)

ปลาทะเลซึ่งอาศัยอยู่ในจุดลึกของมหาสมุทรต้องอาศัยการออกหากินบริเวณของผิวน้ำ ซึ่งเป็นบริเวณที่น้ำมีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติก ดังนั้นปลาทะเลก็ได้รับสารไมโครพลาสติกเข้าไป เมื่อปลาทะเลได้รับสารไมโครพลาสติกเข้าไปในร่างกาย ทำให้มนุษย์ที่บริโภคอาหารทะเลได้รับสารไมโครพลาสติกที่มาจากอาหารทะเลเข้าสู่ร่างกายโดยตรง และสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่มนุษย์ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ (ทักษิณา ช่างแก้ว, 2562)

ปัจจุบันการสื่อสารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีหลากหลายช่องทางการสื่อสาร เช่น การสื่อสารข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อสารมวลชนในรูปแบบของโทรทัศน์ เช่น ไทยรัฐไทยพีบีเอส และสำนักข่าวต่าง ๆ รวมไปถึงสื่อสารผ่านทางออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก แฟนเพจ เช่น ศูนย์ปฏิบัติการอุทยานแห่งชาติทางทะเลที่ 4 จังหวัดตราด ซึ่งเป็นเพจที่ให้ความรู้ด้านทะเล โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือ ปัญหาที่เกิดขึ้นกับสัตว์ทะเลที่มาจากขยะ และขยะที่อยู่ในทะเล เพื่อให้ประชาชนได้ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้พลาสติกและไม่ทิ้งขยะพลาสติกในทะเล อีกทั้งยังมีช่องทางอินสตาแกรม ไลน์ และทวิตเตอร์ ให้ประชาชนติดตามข่าวสาร นอกจากนี้ยังมีในรูปแบบของเว็บไซต์สำหรับให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับไมโครพลาสติกปนเปื้อนในอาหารทะเลให้ผู้บริโภคได้เปิดรับข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตนเอง เช่น www.dailynews.co.th, www.thairath.co.th เป็นต้น

จากการรายงานข่าวไทยรัฐออนไลน์ พบไมโครพลาสติกในท้องปลาทุไทยเฉลี่ยตัวละ 78 ชิ้น พบว่า ปลาทุขนาดน้ำหนักเฉลี่ย 66.53 กรัม ความยาวมาตรฐานเฉลี่ย 17.46 เซนติเมตร มีไมโครพลาสติกในกระเพาะของปลาทุเฉลี่ย 78.04 ชิ้นต่อตัว ประกอบไปด้วยลักษณะที่เป็นเส้นใย แท่งสีดำ และพลาสติกในท้องปลาทุมาจากถุงพลาสติกจากใต้ทะเล ถุงกร่อนแตกตัวเป็นไมโครพลาสติก ลอยขึ้นไปอยู่ในน้ำ ทรายใต้อุ้งยังอยู่เศษพลาสติกก็หลุดออกมาเรื่อย ๆ ดังนั้น การเก็บขยะทะเลจึงเป็นส่วนช่วยลดไมโครพลาสติกโดยตรง ปลาทุกินแพลงก์ตอนในน้ำก็กินไมโครพลาสติกเข้าไปด้วย จากนั้นก็ไปอยู่ในท้อง บางส่วนสลายตัวกลายเป็นนาโนพลาสติกเข้าสู่กระแสเลือดและเนื้อเยื่อปลาได้ เรากินสัตว์น้ำเหล่านี้เข้าไปก็อาจเป็นสาเหตุเสี่ยงต่อหลายโรค ตามที่องค์การอนามัยโลกเคยเตือนไว้

นอกจากนี้ สื่อโทรทัศน์และสำนักข่าวออนไลน์ได้มีการนำเสนอข่าวเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติก และการลดใช้พลาสติก ยกตัวอย่างเช่น แฟนเพจ ReReef เผยแพร่การศึกษาไมโครพลาสติกในปลาทุ ของศูนย์ปฏิบัติการอุทยานแห่งชาติทางทะเล ที่ จ.ตรัง บริเวณเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติหาดเจ้าไหม, Thai PBS รายงาน นักวิชาการแนะใช้ "ถุงชากระดาษ" เลี่ยงไมโครพลาสติกในน้ำชา, Thai PBS รายงาน อาหารแปรรูปพลาสติก นอกจากสื่อโทรทัศน์และสำนักข่าวออนไลน์มีการนำเสนอข้อมูลผ่านทวิตเตอร์ เป็นช่องทางการสื่อสารของสำนักข่าว และแฮชแท็กไมโครพลาสติกมีการถูกพูดถึงอยู่เป็นจำนวนมาก

ภาพที่ 1.1: ไมโครพลาสติก



ที่มา: ทำอย่างไรเมื่อหอยปนเปื้อน #ไมโครพลาสติก : ผลงานวิจัยพบไมโครพลาสติกในหอย 2 สปีชีส์ คุณนุ่น บุศย์สิรินทร์ และ คุณกัน รุ่งโรจน์ จะพาไปดูวิธีลดความเสี่ยงก่อนนำมารับประทาน. (2562). สืบค้นจาก <https://twitter.com/thaipbs/status/1189534836358287360>.

ดังที่กล่าวไว้ สารปนเปื้อนไมโครพลาสติกที่ปนเปื้อนอยู่ในอาหารทะเลนั้นมีผลกระทบต่อระบบนิเวศและก่อให้เกิดการตกค้างในร่างกายของมนุษย์ ถึงแม้ว่ายังไม่มีการระบุอย่างชัดเจนว่าไมโครพลาสติกจะสามารถส่งผลกระทบต่อมนุษย์ทางด้านใดบ้าง แต่การมีสารเคมีหรือพลาสติกตกค้างในร่างกายนั้นย่อมไม่เป็นผลดีต่อสุขภาพของมนุษย์ในอนาคตได้

งานวิจัยชิ้นนี้เห็นว่าการสื่อสารกับการรับรู้ไมโครพลาสติกปนเปื้อนในอาหารทะเลที่มีผลต่อสุขภาพ มีความสำคัญเป็นอย่างมากในการดำรงชีวิตของมนุษย์ ไม่เพียงแต่สัตว์ทะเลเท่านั้นเพราะมนุษย์รับประทานอาหารทะเลเท่ากับทานพลาสติกเข้าไปด้วย และเรื่องดังกล่าวไม่ใช่เรื่องไกลตัวของมนุษย์ทุกคน งานวิจัยชิ้นนี้จะศึกษาการเปิดรับการสื่อความรู้และทัศนคติต่อไมโครพลาสติกปนเปื้อนและพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทย

1.2 ปัญหาวิจัย

- 1.2.1 ผู้บริโภคชาวไทยมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกในอาหารทะเลอย่างไร
- 1.2.2 ผู้บริโภคชาวไทยมีทัศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติกในอาหารทะเลอย่างไร

1.2.3 ผู้บริโภคชาวไทยมีพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลอย่างไรภายหลังจากได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับไมโครพลาสติก

1.3 วัตถุประสงค์

1.3.1 เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเล

1.3.2 เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติกที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเล

1.3.3 เพื่อศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติกที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเล

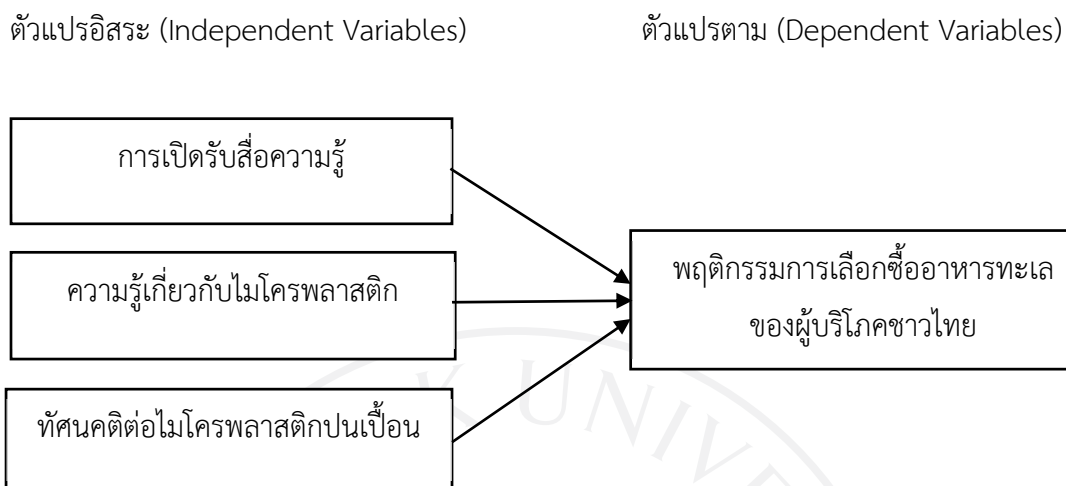
1.4 ขอบเขตการวิจัย

วิจัยนี้ศึกษาการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติก ทัศนคติ ที่ส่งผลต่อการซื้ออาหารทะเล เก็บตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม Google Form ในจำนวน 400 ชุด ตั้งแต่วันที่ 8 พฤษภาคม 2563 ถึงวันที่ 20 พฤษภาคม 2563

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อความรู้และทัศนคติต่อไมโครพลาสติกบนเป็อนและพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทย มีกรอบแนวความคิดและตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ในการวิจัยดังนี้

ภาพที่ 1.2: กรอบแนวคิดในการวิจัย



1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1. ผลการศึกษาจะทำให้ทราบถึงทัศนคติที่มีต่อสารปนเปื้อนไมโครพลาสติกของผู้บริโภคชาวไทย และนำไปสู่ประโยชน์ในการปรับเปลี่ยนทัศนคติที่มีต่ออาหารทะเลในอนาคต

1.6.2 ผลการศึกษาจะทำให้ทราบถึงแนวทางการสื่อสารที่มีผลต่อการรับรู้สารปนเปื้อนไมโครพลาสติก เพื่อนำไปสู่ผลประโยชน์ในการสื่อสารเพื่อให้ผู้บริโภคชาวไทยเข้าใจเรื่องสารไมโครพลาสติกต่อไปในอนาคต

1.6.3 ผลการศึกษาพฤติกรรมเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทย เพื่อสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนธุรกิจอาหารทะเลได้

1.7 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

1.7.1 การเปิดรับสื่อความรู้ หมายถึง การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางของต่าง ๆ โดยผ่านช่องทางโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หรือพอดแคสต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ ยูทูป และวิกิพีเดีย การเปิดรับสื่อประกอบไปด้วยความถี่ในการรับข่าวสารประเภทของข่าวสารที่เปิดรับ และเหตุผลที่เปิดรับข่าวสาร ซึ่งการเปิดรับสื่อออนไลน์ในปัจจุบันมีความสะดวก รวดเร็ว และง่ายในการเข้าถึง

1.7.2 ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติก หมายถึง ข้อมูลข่าวสารความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติกที่มนุษย์มีอยู่แต่เดิม เป็นความสามารถทางด้านสติปัญญาในการจดจำความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติก

1.7.3 ทศนคติต่อไมโครพลาสติกปนเปื้อน หมายถึง แนวความคิดที่มีความสำคัญเกี่ยวกับการมองรับรู้การสื่อสาร เป็นเหมือนจิตวิทยาอย่างหนึ่งเป็นดัชนีวัดว่าบุคคลนั้นมีความคิดและรู้สึกอย่างไรต่อสารปนเปื้อนไมโครพลาสติกในอาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทย และเป็นตัวชี้วัดว่าบุคคลนั้นเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย รู้สึกมากหรือรู้สึกน้อยต่อสารไมโครพลาสติกที่มีในอาหารทะเล

1.7.4 พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทย หมายถึง การแสดงและกิริยาท่าทางที่เกิดขึ้นจากการทราบว่าการปนเปื้อนสารไมโครพลาสติกในอาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทยมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อการรับประทานอาหารทะเลอย่างไร

1.8 สมมติฐานการวิจัย

1.8.1 สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภค

1.8.2 สมมติฐานที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภค

1.8.3 สมมติฐานที่ 3 ทศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภค

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิจัยครั้งนี้เป็นหัวข้อ การเปิดรับการสื่อความรู้และทัศนคติต่อไมโครพลาสติกปนเปื้อน และพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทย

การเปิดรับการสื่อความรู้และทัศนคติต่อไมโครพลาสติกปนเปื้อนและพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทยทราบถึงสารปนเปื้อนไมโครพลาสติกที่ปนเปื้อนอยู่ในอาหารทะเล มากน้อยเพียงใด มีการรับรู้ผ่านทางสื่อออนไลน์และมีพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลอย่างไรบ้าง โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ประกอบไปด้วย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับสื่อ (Media Exposure)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับไมโครพลาสติกและพิษภัยในอาหาร

รายละเอียดในแต่ละส่วนที่กล่าวมาข้างต้นมีสาระสำคัญดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับสื่อ (Media Exposure)

การเปิดรับสื่อเพื่อเรียนรู้และเปิดรับข่าวสารเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับการดำรงชีวิตในปัจจุบันเพราะนอกจากปัจจัยที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อความเป็นอยู่ของมนุษย์ เช่น อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค การสื่อสารยังจัดว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งของชีวิตมนุษย์ การสื่อสารไม่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความเป็นความตายเหมือนปัจจัยอื่นที่มนุษย์มีความจำเป็นมากแต่เพราะการสื่อสารของมนุษย์และเพื่อการได้มาของปัจจัยอื่นนั้นต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อที่จะทำให้สิ่งที่มนุษย์ต้องการนั้นสำเร็จผลและได้ในสิ่งที่มนุษย์ต้องการ การสื่อสารมีความสำคัญและเป็นพื้นฐานของการติดต่อกับสังคมและเพื่อเป็นการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม การสื่อสารจึงมีความจำเป็นอย่างมากและเป็นเครื่องมือที่สำคัญ ทั้งนี้เพราะการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ ความเปลี่ยนแปลงด้านอุตสาหกรรม และความเปลี่ยนแปลงทางสังคม ซึ่งมีความสลับซับซ้อนทำให้เกิดการสับสนได้ ดังนั้น การสื่อสารจึงเป็นปัจจัยหลัก ๆ ที่มีความสำคัญในการแก้ปัญหาดังกล่าว (ยุพดี ฐิติกุลเจริญ, 2537, หน้า 3)

มนุษย์เป็นสังคมที่ใช้การสื่อสารข้อมูลถึงกันและกัน นับตั้งแต่สมัยโบราณมาการติดต่อสื่อสารของมนุษย์ไม่ได้เหมือนในปัจจุบัน ซึ่งสมัยโบราณมีการใช้นกพิราบในการติดต่อสื่อสารจนต่อมาการติดต่อสื่อสารได้มีวิวัฒนาการเปลี่ยนแปลงไป ทำให้เริ่มมีการติดต่อสื่อสารแบบจดหมายโทรเลข หรือ โทรศัพท์วิทยุ เมื่อเข้าสู่ยุคที่มีวิวัฒนาการเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทมากขึ้น การสื่อสารของมนุษย์ได้ปรับเปลี่ยนการสื่อสารโดยใช้ช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

มากขึ้น เช่น บริการการพูดคุยสนทนาผ่านอินเทอร์เน็ต จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail หรือ Email) และเว็บบอร์ด (Webboard) จนกระทั่งถึงยุคปัจจุบันมนุษย์ได้มีการสื่อสารผ่านทางสังคมออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น นอกจากนี้จะใช้ติดต่อสื่อสารเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตประจำวันแล้ว การสื่อสารแบบสังคมออนไลน์ และสื่อสังคมออนไลน์ยังมีบทบาทในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับธุรกิจ หรือการทำงานมากขึ้นอีกด้วย ซึ่งสื่อออนไลน์สามารถแบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ และที่นิยมใช้คือ บล็อก (Bloggng) ทวิตเตอร์ และไมโครบล็อก (Twitter and Microblogging) และเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) (พิชิต วิจิตรบุญรักษ์, 2554)

การสื่อสารเป็นปัจจัยหลักที่มีความสำคัญที่ใช้ในกระจายข่าวสารเพื่อประกอบการตัดสินใจ ในกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ และความต้องการรับข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนี้ข่าวสารยังมีความสำคัญที่ทำให้มนุษย์ได้มีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถปรับตัวให้เท่าทันโลก และตามทันกระแสของโลก Atkin (1973 อ้างใน ศรีนธ์ ยี่หลั่นสุวรรณ, 2558, หน้า 17) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารเพียงเล็กน้อย

Klapper (1960, pp. 19-25) ได้กล่าวว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเป็นเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ให้กับมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย 4 ชั้น ตามลำดับดังนี้

1) การเปิดรับ (Selective Exposure) คือ การเลือกช่องทางการสื่อสารบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งข่าวสารกันหลายแหล่งข่าว เช่น การเลือกอ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง หรือเลือกรับชมโทรทัศน์สถานีใดสถานีหนึ่ง เป็นไปตามความต้องการและตามความพึงพอใจของตนเอง อีกทั้งการรับรู้และทักษะการรับรู้ของมนุษย์นั้นมีความหลากหลายและมีความแตกต่างกัน บางคนนั้นจะฟังมากกว่าอ่านจึงเลือกฟังวิทยุมากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

2) การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) หมายถึง การเลือกสนใจจากสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามความคิดเห็น ความพึงพอใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมของตนเองที่มีอยู่เดิม และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่แล้วเพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุล หรือมีความไม่สบายใจ

3) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร มนุษย์ไม่สามารถรับรู้ข่าวสารได้ทั้งหมดตามเจตนาของผู้ส่งสารได้เสมอไปเพราะมนุษย์มักเลือกที่จะรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน จึงทำให้มนุษย์มีการตีความแตกต่างกันออกไปตามความเข้าใจและประสบการณ์เดิมที่ตนมีอยู่

4) การเลือกจดจำ (Selective Retention) มนุษย์จะเลือกจดจำข่าวสารกับสิ่งที่มนุษย์มีความเชื่อเดิมหรือมีทัศนคติเดิมต่อสิ่งนั้น ซึ่งจะทำให้มนุษย์เลือกที่จะจดจำกับสิ่งที่ตนมีความสนใจ

กับสิ่ง ๆ นั้นจริง ๆ

Becker (1979 อ้างใน สิริวรรณ ประสิทธิ์ศักดิ์, 2547, หน้า 24) ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสาร โดยได้จำแนกตามพฤติกรรมดังนี้

1) การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) คือ การค้นหาข้อมูลข่าวสารเพื่อต้องการให้เรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีความคล้ายคลึงกับเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง และเป็นการค้นหาข้อมูลเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

2) การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) คือ ความต้องการค้นหาข้อมูลข่าวสารที่ตนเองให้ความสนใจเป็นพิเศษ หรือต้องการจะค้นหาข้อมูลนั้นเป็นพิเศษ เช่น หากเจอข้อมูลข่าวสารที่ตนเองมีความสนใจอยู่แล้วจะทำให้ผู้นั้นเปิดรับข้อมูลที่มากขึ้นและตั้งใจเปิดรับข้อมูลมากขึ้นเป็นพิเศษ

3) การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) คือ ความต้องการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเพื่อความบันเทิง หรือเปิดรับเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ เนื่องจากบุคคลที่จะเปิดรับข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการและเพื่อเรียนรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสาร (Hunt & Ruben, 1993, p. 65 อ้างใน ประมะ สตะเวทิน, 2541, หน้า 122-124) กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารบุคคลไว้ดังนี้

1) ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในการเลือกของมนุษย์คือ ความต้องการ ซึ่งความต้องการของมนุษย์คือความต้องการในระดับสูงและความต้องการในระดับที่ต่ำ ความต้องการเป็นตัวกำหนดการเลือกของมนุษย์ และมนุษย์เลือกตอบสนองความต้องการของตนเองเพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการเพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม และเพื่อความพอใจ

2) ทศนคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทศนคติ คือ ความชอบต่อเรื่องต่าง ๆ และมีความโน้มเอียง ส่วนค่านิยม คือ หลักพื้นฐานในการยึดถือเป็นความรู้สึกให้รู้ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไร ในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมภายนอกและบุคคล ซึ่งทศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อการเลือกสื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำ

3) เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมายและมีการกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิต ทั้งในเรื่องอาชีพ การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมที่เรากำหนดขึ้นจะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกรับข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4) ความสามารถ (Capability) ความสามารถของบุคคลเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษาซึ่งมีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหา ของข่าวนั้นไว้

5) การใช้ประโยชน์ (Utility) เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารเพื่อนำไปปรับใช้ให้เป็นประโยชน์ในชีวิตประจำวันและอนาคตได้เท่านั้น

6) สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารนั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับ สไตล์ในการสื่อสารของเรา คือ ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจกับสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบ ดูโทรทัศน์ บางคนจึงชอบฟังวิทยุ

7) สถานะ (Context) หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์ การสื่อสารมี อิทธิพลต่อการเลือกรับสารของผู้รับ การมีคนอื่นอยู่ด้วยมีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร ล้วนแต่มีอิทธิพล ต่อการเลือกของเรา

8) ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ผู้รับสารแต่ละคนมีการปรับเปลี่ยน นิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสาร มนุษย์พัฒนาความชอบสื่อชนิดใด ชนิดหนึ่ง ดังนั้นมนุษย์จึงเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เรียนรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่ง เพื่อปรับเปลี่ยนพัฒนานิสัย

ดังนั้น การเปิดรับสื่อมีผลต่อการรับรู้และมีความสำคัญต่อการรับรู้ของมนุษย์ การเลือก เปิดรับสื่อ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้และตีความหมาย การเลือกจดจำ มีอิทธิพลต่อ การเปิดรับสื่อเพื่อเลือกรับรู้และทำความเข้าใจต่อการเปิดรับการสื่อความรู้และทัศนคติต่อ ไมโครพลาสติกปนเปื้อนและพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทย

กลยุทธ์การสื่อสารสังคมออนไลน์ (Social Media)

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มนุษย์ใช้ในการสื่อสารกับบุคคลอื่น ๆ ในสังคม โดยเป็นการสื่อสารกันในสังคมออนไลน์ผ่านเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์ต่าง ๆ ที่มีการเชื่อมต่อ บนอินเทอร์เน็ต โดยให้ประโยชน์แก่ผู้ส่งสารและผู้รับสารได้มีการสนทนากันได้อย่างสะดวกและสบาย มากขึ้นต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการการเปิดรับการสื่อความรู้และทัศนคติต่อไมโครพลาสติก ปนเปื้อนและพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทย

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์มีหลากหลายช่องทางขึ้นอยู่กับผู้ใช้งานต้องการใช้งานใน รูปแบบใดในการค้นหาข้อมูล

1) เว็บไซต์กูเกิล เว็บไซต์บริการเสิร์จเอนจินจากกูเกิลและเป็นบริการเว็บไซต์ที่มีผู้ใช้งาน มากที่สุดในโลก ผู้ใช้งานสามารถค้นหาได้ทั้งข่าวสาร รูปภาพ และวิดีโอต่าง ๆ เพื่อใช้สำหรับ การสื่อสาร ผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารที่ผู้ใช้งานต้องการทราบได้

ภาพที่ 2.1: ไอคอนเว็บไซต์ Google



ที่มา: ไอคอนเว็บไซต์ Google. (2562). สืบค้นจาก www.google.co.th.

2) Social Networking เครือข่ายทางสังคมที่เชื่อมต่อระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคล สำหรับการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ส่งต่อข้อมูลข่าวสาร สำหรับการสื่อสารสนทนาทั่วไป สื่อสารเพื่อการศึกษา สื่อสารเพื่อการกีฬา ฯลฯ เช่น Facebook, Line, Instagram

3) Micro Blogging และ Micro Sharing หรือที่นิยมเรียกว่า “บล็อกจิ๋ว” ซึ่งให้บริการพื้นที่ตัวหนังสือได้ไม่เกิน 140 ตัวอักษร หรือให้เป็นเพียง Status และ Topic ปัจจุบันที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายคือ Twitter ซึ่งการเปิดรับข่าวสารสารไมโครพลาสติกปนเปื้อนในอาหารจะสามารถเข้าถึงและผู้ใช้งานสามารถทำความเข้าใจได้ง่ายด้วยตัวการจำกัดตัวอักษร

ภาพที่ 2.2 : หน้าเว็บไซต์ Twitter



ที่มา: ประเภทของ Social media. (2556). สืบค้นจาก <https://mindka.wordpress.com/social-media/>.

4) Online Video หรือ YouTube เว็บไซต์ให้พื้นที่บริการสำหรับวิดีโอโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ซึ่งในยุคปัจจุบันมีความนิยมสูงเนื่องจากเป็นเว็บไซต์ที่เข้าถึงได้ง่ายและสะดวก ปัจจุบันบนผู้คนใช้เว็บไซต์ YouTube ในการสื่อสารเรื่องราวต่าง ๆ เช่น การสื่อสารเพื่อให้ความรู้ ซึ่งการใช้ YouTube ในการสื่อสารเรื่องราวสารไมโครพลาสติกปนเปื้อนในอาหารทะเลจะสร้างความรู้ ความเข้าใจมากขึ้นด้วย

การมีภาพ วิดีโอ และเสียงประกอบ นอกจากนี้ YouTube ยังสามารถสื่อสารเพื่อให้ความบันเทิงหรือการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมอีกด้วย

ภาพที่ 2.3: ไอคอนเว็บไซต์ YouTube



ที่มา: *YouTube คืออะไร*. (2560). สืบค้นจาก <https://www.technointrend.com/what-is-youtube/>.

5) Wikis เว็บไซต์ที่มีลักษณะเป็นแหล่งข้อมูลหรือความรู้ (Data/ Knowledge) ซึ่งผู้เขียนส่วนใหญ่อาจจะเป็นนักวิชาการ นักวิชาชีพหรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านต่าง ๆ ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ซึ่งผู้ใช้สามารถเขียนหรือแก้ไขข้อมูลได้อย่างอิสระ เช่น Wikipedia ซึ่งผู้ใช้งานสามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารด้วยตนเองได้

ภาพที่ 2.4: ไอคอนเว็บไซต์ Wikipedia



ที่มา: *เครือข่ายคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต*. (2557). สืบค้นจาก <http://nattita091.blogspot.com/2014/12/2.html>.

6) Podcasting หรือ Podcast เป็นรายการที่สามารถรับฟังได้ผ่านอินเทอร์เน็ตและสามารถดาวน์โหลดเก็บไว้ฟังในภายหลังได้ ปัจจุบันในพ็อดคาสต์ประเทศไทย มีรายการทางการศึกษา รายการที่ให้ข้อคิดและแรงบันดาลใจ รายการที่ให้ความรู้ทางการเงิน ที่มอบให้กับผู้ฟังและผู้ชมมากมายหลากหลายรายการ

สื่อสังคมออนไลน์มีความจำเป็นต่อการศึกษาและรับรู้ของมนุษย์ในปัจจุบันเป็นอย่างมาก และเป็นช่องทางที่สามารถให้มนุษย์ได้ทราบข่าวสารที่เกิดขึ้นมากมายได้รวดเร็วและทันต่อโลก ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับการสื่อความรู้และทัศนคติต่อไม่โครพลาสติกปนเปื้อนและพฤติกรรมกรรมการซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทย

แนวคิดเกี่ยวกับรับรู้ข่าวสาร

เนื่องจากมนุษย์มีการรับรู้แตกต่างกันความล้มเหลวของการสื่อสารอาจเกิดขึ้นได้หากไม่ยอมรับความแตกต่างในเรื่องของการรับรู้ของแต่ละบุคคล การรับรู้เป็นตัวกำหนดของการสื่อสารทัศนคติของผู้สื่อสาร และความคาดหวังของผู้สื่อสาร การรับรู้เป็นกระบวนการเลือกรับสาร การตีความที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง โดยทั่วไปการรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยเกิดขึ้นแบบรู้ตัวหรือตั้งใจและมักจะเกิดขึ้นตามประสบการณ์และการสั่งสมทางสังคม

มนุษย์ไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวได้ทั้งหมดทุกเรื่อง แต่มนุษย์จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ละบุคคลมีความสนใจและรับรู้สิ่งต่าง ๆ รอบตัวแตกต่างกัน ดังนั้นเมื่อได้รับสารเดียวกันผู้รับสารอาจจะให้ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันที่แตกต่างออกไป (สุรพงษ์ แสงสำลี, 2545)

อิทธิพลต่อการรับรู้ของแต่ละบุคคล โดยทั่วไปประกอบไปด้วย

- 1) แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ มนุษย์มักเห็นในสิ่งที่ต้องการเห็นและได้ยินในสิ่งที่ต้องการจะได้ยิน เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของตนเองเท่านั้น
- 2) ประสบการณ์เดิม มนุษย์มีการเติบโตขึ้นในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ถูกครอบครัวยุติมาแตกต่างกัน และมีสังคมที่แตกต่างกัน
- 3) กรอบอ้างอิง เกิดจากการสั่งสมจากการถูกรวมจากครอบครัวและสังคม ดังนั้นคนต่างศาสนากันย่อมมีความเชื่อและทัศนคติในเรื่องต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน
- 4) สภาพแวดล้อม มนุษย์อยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีความแตกต่างกัน เช่น สถานการณ์การเลือกรับรู้ข่าวสาร

เมตตา กฤตวิทย์, พัทณี เขยจรรยา และถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ (2530, หน้า 71-72) กล่าวว่าด้านหนึ่งของคนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับสารเอนเอียงไปตามความใส่ใจของตนเอง แต่ในอีกด้านหนึ่งคือจะมีคนอีกกลุ่มหนึ่งที่อยู่นอกเหนือความอยากรู้อยากเห็นของตนบุคคลเหล่านี้จะฟังหรืออ่านเรื่องที่ต่อต้านหรือแตกต่างไปจากความใส่ใจโดยปกติ แต่ข้อสำคัญคือคนเรามีแนวโน้มที่จะรับสารในระดับที่ตนเองพร้อมจะให้ก็เป็นปกติ

วิชญชญา ฐิติจิรวิชญ์ (2560) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมความงาม โดยเก็บข้อมูลแบบการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) จำนวน 10 คน เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ

พบว่า ความถี่ในการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ให้ข้อมูลใช้อินเทอร์เน็ตทุกวันเป็นประจำ ส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมในเปิดรับสื่อ โดยมีระยะเวลาในการใช้งานโดยเฉลี่ยต่อครั้งไม่ต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้บริโภคจะเปิดรับสื่อในช่วงเวลาเย็นและกลางคืนมากที่สุด ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญกับผู้บริโภคในด้านของการใช้เป็นแหล่งรับข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่เข้าไปเปิดรับหรือใช้งานบ่อยที่สุด คือ Facebook เพื่อติดตาม ข่าวสาร เช่น ข่าวสารหรือเหตุการณ์ที่เป็นกระแส ความเคลื่อนไหวของสังคม และข้อมูลทั่ว ๆ ไป เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปที่ว่า การแสวงหาข่าวสารหรือการรับรู้ข่าวสารสื่อความรู้และทัศนคติต่อ ไมโครพลาสติกปนเปื้อนและพฤติกรรมกรซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทย นอกจากเพื่อ สนับสนุนทัศนคติและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์อื่น ๆ เช่น เพื่อให้ความรู้ นำไปใช้เป็นแนวทางแก้ปัญหา เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความสนใจ ส่วนบุคคล รวมทั้งเพื่อความบันเทิง นอกจากนี้การที่บุคคลใดจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร เฉยเมย ต่อข่าวสาร หรือพยายามหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสาร ขึ้นอยู่กับการประเมินเปรียบเทียบถึง ความพยายามที่จะใช้และผลตอบแทนในการที่จะได้รับรู้ข่าวสารใด ๆ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP)

ทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปรทั้ง 3 ตัว คือ ความรู้ (Knowledge) ในการวัดความสำเร็จ ของการสื่อสารเพื่อพัฒนา (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, หน้า 118)

Good (1973 อ้างใน โสภิตสุดา มงคลเกษม, 2539, หน้า 42) กล่าวว่า ความรู้เป็น ข้อเท็จจริง (Facts) ความจริง (Truth) คือ ข้อมูลที่มนุษย์ได้รับและเก็บรวบรวมจากประสบการณ์ ต่าง ๆ การที่บุคคลยอมรับปฏิบัติสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้อย่างมีเหตุผลนั้นบุคคลนั้นควรจะต้องรู้เรื่องเกี่ยวกับ สิ่งนั้นก่อนเพื่อประกอบการตัดสินใจ กล่าวคือ บุคคลนั้นจะต้องมีข้อมูลหรือข้อเท็จจริงที่สามารถ สนับสนุนและให้คำตอบข้อสงสัยที่บุคคลมีอยู่ สามารถชี้แจงให้บุคคลเกิดความเข้าใจและทัศนคติ ที่ดีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งได้ รวมทั้งเกิดความตระหนัก ความเชื่อ และค่านิยมต่าง ๆ

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526, หน้า 16) กล่าวว่า ความรู้เป็นเพียงแค่พฤติกรรมขั้นต้นเท่านั้น ซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้ อาจจะได้โดยการนึกได้หรือโดยการมองเห็นหรือได้ยิน จำได้ ความรู้ขั้นนี้ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหา เหล่านี้

Meredith (1961 อ้างใน กรวิทย์ ทรัพย์เสริมวิทย์, 2557, หน้า 18) กล่าวว่า ความรู้ จำเป็นต้องมีองค์ประกอบ 2 ประการ คือ ความเข้าใจ (Understanding) และการคงอยู่ (Retaining) เพราะความรู้ หมายถึง ความสามารถในจดจำบางสิ่งบางอย่างที่เราเข้าใจ

สรุปได้ว่า ความรู้ หมายถึง ความสามารถทางด้านสติปัญญาของบุคคลที่แสดงออกโดยการจำ การระลึกได้ เกี่ยวกับข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎเกณฑ์ โครงสร้างและวิธีต่าง ๆ ซึ่งความรู้มีความสำคัญต่อการเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นภายหลังการรับรู้ โดยมีการแบ่งระดับความรู้ออกเป็น 6 ระดับจากง่ายไปสู่สิ่งที่ซับซ้อน และจากรูปธรรมสู่นามธรรม ได้แก่ ความรู้ความจำ ความเข้าใจ การนำไปใช้ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ และการประเมินค่า โดยมีเครื่องมือที่ใช้วัดความรู้แต่ละชนิดเหมาะสมกับการวัดความรู้ตามคุณลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น แบบทดสอบความเรียง แบบทดสอบแบบตอบสั้น แบบทดสอบแบบเลือกตอบ เป็นต้น ซึ่งเป็นโยชน์และใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือของการศึกษาวิจัยต่อไป

ความรู้ (Knowledge)

เป็นการรับความรู้เบื้องต้น บุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำกับสภาพจิตวิทยา ดังนั้น ความรู้จึงเป็นความจำซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตาม ความรู้ก็อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการแสดงออกของมนุษย์ได้

ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ ความรู้จึงสามารถส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้ และผลกระทบที่ผู้รับสารเชิงความรู้สามารถปรากฏได้จากสาเหตุ 5 ประการ ดังนี้

1) การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสื่อสารมักจะสร้างความสับสนให้กับผู้รับสาร จึงมีการแสวงหาสารสนเทศโดยการอาศัยสื่อต่าง ๆ เพื่อตอบข้อสงสัยและความสับสนของตน

2) การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนคติที่ส่วนใหญ่นิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรม เพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับการเผยแพร่ของนวัตกรรมนั้น ๆ

3) การกำหนดวาระ (Agenda Setting) ผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไปเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายตระหนักและผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของกลุ่มเป้าหมายและค่านิยมของสังคมแล้วกลุ่มเป้าหมายก็จะเลือกสารสนเทศนั้น

4) การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief System) การสื่อสารมักกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่าง ๆ ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ทำให้กลุ่มเป้าหมายรับทราบระบบความเชื่อถือที่หลากหลายและลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อย ๆ

5) การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและอุดมการณ์เป็นภาวะปกติของสังคม การนำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ย่อมทำให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจถึงค่านิยมที่ชัดเจนขึ้น

ทัศนคติ (Attitude)

ทัศนคติเป็นแนวคิดที่มีความสำคัญมากแนวหนึ่งทางจิตวิทยา สังคม และการสื่อสาร มีการใช้กันอย่างแพร่หลาย สำหรับการนิยามคำว่าทัศนคติได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ดังนี้

Roger (1978 อ้างใน สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, หน้า 122) ได้กล่าวถึงทัศนคติว่าเป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและมีความรู้สึกกับคนรอบข้างอย่างไร หรือสิ่งแวดล้อมอย่างไร ตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดยทัศนคตินี้รากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าและเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสารอันมีผลต่อพฤติกรรม

ศักดิ์ สุทธิเสถียร (2531, หน้า 2) ได้กล่าวว่า ทัศนคติเป็นตัวเชื่อมโยงไปถึงพฤติกรรมของบุคคล ทัศนคติจึงมีความหมายดังต่อไปนี้

- 1) ความสลับซับซ้อนของความรู้สึก การมีอคติของบุคคลในการที่จะสร้างความพร้อมที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามประสบการณ์ของบุคคลนั้นที่ได้รับมา
- 2) ความเอนเอียงที่จะมีปฏิกิริยาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางดีหรือต่อต้านสิ่งแวดล้อมที่จะมาถึงทางใดทางหนึ่ง
- 3) ในด้านพฤติกรรม หมายถึง การเตรียมตัวหรือความพร้อมที่จะตอบสนองจากคำจำกัดความต่าง ๆ เหล่านี้

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ทัศนคติเป็นความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวระหว่างความรู้สึกและความเชื่อ หรือการรู้ของบุคคลกับแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมโต้ตอบในทางใดทางหนึ่งต่อเป้าหมายของทัศนคติ

โดยสรุป ทัศนคติในงานวิจัยนี้เป็นเรื่องของท่าที ความรู้สึกนึกคิด และความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อข้อมูลการประชาสัมพันธ์และการเปิดรับ ไปได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ทัศนคติจึงมีผลให้มีการแสดงพฤติกรรมออกมา จะเห็นได้ว่าทัศนคติประกอบด้วยความคิดที่มีต่ออารมณ์ และความรู้สึกออกมาโดยทางพฤติกรรม

พฤติกรรม (Behavior)

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำทุกอย่างทุกอย่างของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นการกระทำนั้นผู้กระทำจะกระทำโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม ไม่ว่าจะคนอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ได้ก็ตาม เช่น การนั่ง การยืน การคิด การตัดสินใจ ซึ่งการแสดงออกของพฤติกรรมอาจเป็นไปทั้งที่เป็นพฤติกรรมที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ก็ตาม

พฤติกรรมของมนุษย์ตามความหมายเชิงจิตวิทยา หมายถึง การกระทำต่าง ๆ ของมนุษย์ เช่น การกิน การนอน การพูด การคิด การฝัน การเล่นพนัน การเสพยาเสพติด เป็นต้น

(มุกดา ศรียงค์, นวลศิริ เปาโรหิตย์, สิริวรรณ สารขนาด, สุวิไล เรียงวัฒนสุข และนิภา แก้วศรีงาม., 2540, หน้า 1-5)

พฤติกรรมของมนุษย์สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) และพฤติกรรมภายใน (cover Behavior)

1) พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกให้กับผู้อื่นได้ เห็น เช่น การพูด การยิ้ม การเดิน การแต่งกาย เป็นต้น

2) พฤติกรรมภายใน (Overt Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล ซึ่งคนอื่นมองไม่เห็นแต่สามารถวัดได้ เช่น ความคิด ทศนคติ ความรู้ เป็นต้น

ทัตพิชา เขียววิจิตร และพิษณุ อภิสมการโยธิน (2561) ได้ทำการวิจัยความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่มีไขมันสูงของนิสิตระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง จังหวัดพิษณุโลก โดยเก็บกลุ่มตัวอย่างจำนวน 376 คน พบว่า นิสิตส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่อง การบริโภคอาหารไขมันสูงอยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์ทศนคติที่มีต่อการบริโภคอาหารไขมันสูง พบว่า นิสิตส่วนใหญ่มีทศนคติต่อการบริโภคอาหารไขมันสูงอยู่ในระดับปานกลาง และการวิเคราะห์ พฤติกรรมการบริโภคอาหารไขมันสูง พบว่า นิสิตระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง จังหวัดพิษณุโลก ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารไขมันสูงอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งผลวิจัยบ่งบอก ได้นักศึกษามีความรู้เรื่องอาหารเป็นอย่างดี มีทศนคติต่ออาหารในระดับปานกลาง และมีพฤติกรรมการทานอาหารแข่งอยู่ในระดับปานกลาง

โลมไสล วงศ์จันทา, ปาริชาติ กัญญาบุญ, เต็มสิริ เคนคำ และรพีพงษ์ ลิหะหะวิโรจน์ (2559) ได้ทำการวิจัย ความรู้ ทศนคติ และการปฏิบัติของผู้บริโภคในตำบลบางลาย อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร ต่อการปนเปื้อนของสารเคมียาฆ่าแมลงในผักและผลไม้สด โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 335 คน พบว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยในระดับปานกลางว่าผัก ผลไม้สด มีการปนเปื้อนยาฆ่าแมลง แนนอนแต่ในปริมาณที่น้อย และเห็นด้วยปานกลางกับข้อความที่ว่าไม่คิดว่าผักผลไม้ในตลาดสด ที่วางขายจะอันตรายต่อสุขภาพ ซึ่งทศนคติดังกล่าวอาจทำให้ผู้บริโภคละเลยการทำความสะอาดผัก อย่างถูกวิธี

ดังนั้น สิ่งที่สามารถกำหนดพฤติกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ อาทิ แรงจูงใจ ความเชื่อ การรับรู้ จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการแสดงออกของพฤติกรรมมนุษย์ โดยธรรมชาติของการแสดงพฤติกรรมของมนุษย์นั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับสิ่งกำหนดพฤติกรรมแต่อย่างใดแต่มีปัจจัยอื่นในการกำหนดพฤติกรรมทั้งหมดล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเปิดรับการสื่อความรู้และทศนคติต่อไมโครพลาสติกปนเปื้อนและพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทย

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับไมโครพลาสติกและพิษภัยในอาหาร

ในปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงและมีวิวัฒนาการที่พัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ การรับประทาน อาหารของมนุษย์ในอดีตและในปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ในอดีตการรับประทาน อาหารพื้นเมืองมนุษย์จะเก็บหาอาหารตามธรรมชาติไม่ว่าจะเป็นพืชหรือสัตว์ก็ตาม แต่ในปัจจุบันเมื่อ มนุษย์มีจำนวนที่มากขึ้นการบริโภคอาหารได้เปลี่ยนไป มนุษย์ไม่สามารถเก็บหาอาหารตามธรรมชาติได้ ดังเดิม ดังนั้นในปัจจุบันจึงมีกระบวนการผลิตอาหารเกิดขึ้นการพัฒนาอาหารในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็น พืชหรือสัตว์มนุษย์มีการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วยในการผลิต และบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุ อาหารก็ได้เปลี่ยนแปลงมาใช้พลาสติกมากยิ่งขึ้น เพื่อความสะดวกสบายต่อการจำหน่ายและเพื่อเป็น การถนอมอาหารด้วยเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาทำให้เกิดเรื่องพิษภัยในอาหารตามมาด้วย ทำให้ มนุษย์ต้องระวังมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ปัญหาพิษภัยในอาหารได้เข้าสู่ระบบของห่วงโซ่อาหารอีกด้วย นอกจากนี้ พิษภัยในอาหารยังรวมไปถึงอาหารจำพวกอาหารขยะ และอาหารจานด่วน เนื่องจากเป็น อาหารที่ใช้ความง่ายและรวดเร็วในการผลิต ซึ่งมีคุณค่าทางโภชนาการที่น้อย ซึ่งหากรับประทาน บ่อยครั้งอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพและเป็นปัจจัยก่อให้เกิดโรคต่าง ๆ ตามมา

เทคโนโลยีการถนอมอาหารและเก็บอาหารในวิธีต่าง ๆ มีการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นพลาสติก เป็นสารตั้งต้นมากยิ่งขึ้น จากข้อมูลรายงานสถิติการผลิตพลาสติกของประเทศพบว่า การใช้ประโยชน์ พลาสติกเป็นวัสดุสำหรับผลิตบรรจุภัณฑ์ (Packaging) มีสัดส่วนสูงสุดและเป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิดขยะ มากที่สุด โดยสถาบันพลาสติกรายงานข้อมูลการใช้พลาสติกเพื่อผลิตบรรจุภัณฑ์ในปี พ.ศ. 2558 สูงถึง 2.048 ล้านตัน ในจำนวนนี้ประกอบด้วย การผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทถุง 0.476 ล้านตัน การผลิตถาดโฟม 0.09 ล้านตัน และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น กล่อง ถ้วย 1.482 ล้านตัน ตามลำดับ ซึ่งทำให้เป็นปัญหาขยะล้น (สุทธิรัตน์ กิตติพงษ์วิเศษ, อาทิตย์ เพ็ชรรักษ์, เจนยุกต์ โล่ห์วีชรินทร์ และจรงค์ ผลประเสริฐ, 2562)

ในอดีตประเทศญี่ปุ่นเคยประสบกับปัญหาการเกิดพิษจากสารปรอทในปลา หรือเรียกว่า โรคมินามาตะ เกิดจากการทิ้งของเสียในโรงงานลงสู่ทะเล ซึ่งในของเสียจากโรงงานนั้นมีสารปนเปื้อน ปรอทอยู่เป็นจำนวนมาก และสารปรอทเมื่อลงสู่ทะเลก็จะเกิดการสะสมสารปรอทดังกล่าวอยู่ใน ตัวของปลาที่ทำการประมงอยู่เป็นจำนวนมาก และผู้บริโภคได้บริโภคปลาที่มีสารปนเปื้อนปรอทอยู่ เป็นเวลานาน การรับประทานปลาที่มีสารปนเปื้อนปรอทอยู่เป็นเวลานานนั้นทำให้ผู้บริโภคเสียชีวิต เป็นจำนวนมาก บางรายพิการ เหตุการณ์ดังกล่าวทำให้มนุษย์จดจำและเตือนให้ระมัดระวังมากขึ้น แต่เหตุการณ์พิษภัยในอาหารมักจะพบได้อยู่เรื่อย ๆ (ณัฐพงษ์ ศรีเมือง, 2560)

ปัจจุบันเนื่องจากมนุษย์มีการใช้พลาสติกเป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อใช้ในการบรรจุอาหารเป็น ส่วนใหญ่แต่เนื่องจากการจัดการกับพลาสติกที่ไม่ดีพอ และการใช้ปริมาณพลาสติกที่มีปริมาณ มากเกินไปต่อการกำจัดพลาสติกทำให้อาหารทะเลในปัจจุบันพบว่ามีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติก

ในอาหารทะเลชนิดต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก ซึ่งเกิดมาจากพลาสติกขนาดเล็กได้ปนเปื้อนอยู่ในแม่น้ำ และทะเล ซึ่งยากต่อการมองเห็นและไม่สามารถกำจัดไปได้ ทำให้ไมโครพลาสติกสามารถเข้าสู่ห่วงโซ่อาหารของมนุษย์ได้โดยรับผ่านทางอาหารทะเล เมื่อสัตว์น้ำได้รับไมโครพลาสติกผ่านการกิน มนุษย์ทำการประมงจับสัตว์น้ำมาบริโภคต่อทำให้มนุษย์สามารถรับสารไมโครพลาสติกเข้าไปในร่างกายได้ แม้ในปัจจุบันจะยังไม่มีการรายงานว่าไมโครพลาสติกก่ออันตรายต่อมนุษย์ได้โดยตรง แต่ผลการวิจัยได้ระบุว่า พลาสติกสามารถก่อมะเร็งในมนุษย์ได้

อาหาร

เป็นปัจจัยที่มนุษย์มีความจำเป็นต้องใช้และมีความสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ กฎหมายการควบคุมอาหารและพระราชบัญญัติอาหาร ปีพุทธศักราช 2522 (“พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522”, 2562) กำหนดความหมายของอาหารไว้ดังนี้

1) วัตถุทุกชนิดที่คั้นกิน ต้ม อม หรือนำเข้าสู่ร่างกายไม่ว่าด้วยวิธีใด ๆ หรือในรูปลักษณะใด แต่ไม่รวมถึงยา วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท หรือยาเสพติดให้โทษ ตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น แล้วแต่กรณี

2) วัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ หรือใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตอาหารรวมถึงวัตถุเจือปนอาหาร สี และเครื่องปรุงแต่งกลิ่นรส

พิษภัยในอาหาร

พิษภัยในอาหาร หมายถึง อาหารที่ไม่สะอาด มีเชื้อโรคไวรัส สารปนเปื้อนเจือปน หรือมีสารพิษแปลกปลอมอยู่ในอาหาร เมื่อนำมารับประทานจะก่อให้เกิดโทษต่อร่างกายได้ โดยพิษภัยในอาหารจะเกิดจากธรรมชาติหรือจากการกระทำของมนุษย์ ด้วยเหตุนี้จึงนำคำว่า พิษภัยในอาหารมาใช้เพื่อสื่อความหมายโดยครอบคลุมในประเด็นของการเกิดพิษในอาหารเนื่องจากสารเคมีต่าง ๆ และทั้งเกิดขึ้นจากธรรมชาติอื่นก่อให้เกิดโทษต่อร่างกายของมนุษย์

อันตรายจากพิษภัยในอาหาร

การเกิดอันตรายจากพิษภัยในอาหารแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1) พิษภัยแบบเฉียบพลัน (Acute Toxicity) การเกิดพิษทันทีทันใดหลังจากการรับประทานอาหารที่มีพิษเข้าไป โดยสามารถมีอาการได้ในภายใน 2-3 ชั่วโมง หรือ 2-3 วัน ซึ่งการรับพิษดังกล่าวหากอาการไม่รุนแรงมากมักจะไม่มีอันตรายถึงขั้นเสียชีวิตแต่หากรับในปริมาณที่มากเพียงพอ อาจจะทำอันตรายถึงชีวิตได้ ดังนั้นการได้รับสารพิษที่ร้ายแรงและสกปรกมาก ๆ เข้าไปในร่างกายจะเกิดอาการได้ภายในระยะเวลาสั้น ๆ หรืออาจเกิดขึ้นทันทีหลังจากการรับประทานอาหาร ตัวอย่างเช่น อาการอาหารเป็นพิษ อาการท้องร่วงธรรมดา

2) การเกิดพิษแบบเรื้อรัง (Chronic Poisoning) การเกิดอันตรายจากการรับประทานอาหารที่มีพิษแบบเรื่อย ๆ ใช้เวลาในการสะสมของพิษ ได้รับสารพิษครั้งละน้อย ๆ ในแต่ละครั้งมักไม่เกิด

อันตรายร้ายแรงแต่สารพิษเหล่านั้นจะมีการสะสมอยู่ส่วนใดส่วนหนึ่งร่างกายได้ และจะต้องใช้ระยะเวลาเวลานานถึงจะแสดงอาการออกมา เช่น การเกิดมะเร็งจากการรับประทานอาหารที่มีสารพิษปนเปื้อนอยู่ กว่าที่จะแสดงอาการออกมาผู้บริโภคไม่สามารถคิดได้แล้วว่าสาเหตุเกิดมาจากการรับประทานสิ่งใดเข้าไป

สีปกร อุปมา (2559) ได้ทำการวิจัยพิษภัยจากอาหารบริโภคนิยม ซึ่งมีแนวความคิดเกี่ยวกับการบริโภคอาหารในปัจจุบันที่ผู้คนมักหลงใหลไปกับบรรจุภัณฑ์สัมผัสของอาหารที่สวยงามจนผู้บริโภคลืมนึกถึงคุณประโยชน์และโทษที่เกิดขึ้นจากอาหารที่สวยงาม โดยผู้วิจัยได้ทำการสื่อสารผ่านผลงานด้านจิตรกรรมเพื่อสะท้อนถึงความคิดและอารมณ์ที่มีต่ออาหาร เพื่อให้ผู้บริโภคได้ตระหนักและเล็งเห็นความสำคัญของการบริโภคอาหาร และให้ผู้บริโภคได้คำนึงถึงความระมัดระวังก่อนการบริโภค ซึ่งหน้าตาอาหารที่สวยงามนำรับประทาน แอบแฝงไปด้วยอันตรายจากสารพิษในอาหาร โดยเน้นเจาะจงไปที่อาหารขยะ

ดังนั้น การได้รับสารพิษมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสารพิษที่จะได้รับเข้าไปอีกด้วย และพิษภัยในอาหารจึงเป็นในการแสดงออกถึงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการรับประทานอาหารของมนุษย์ในปัจจุบัน และปัจจัยนี้มีอิทธิพลต่อการเปิดรับการสื่อความรู้และทัศนคติต่อไมโครพลาสติกปนเปื้อนและพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทย

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อความรู้และทัศนคติต่อไมโครพลาสติกปนเปื้อนและพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยรายละเอียดมีดังต่อไปนี้

- 3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย
- 3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 การเก็บข้อมูล

3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS)

3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

การวิจัยครั้งนี้ผู้ทำการวิจัยต้องการศึกษาการเปิดรับสื่อความรู้และทัศนคติต่อไมโครพลาสติกปนเปื้อนและพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทย โดยศึกษาจากประชากรชาวไทยที่บริโภคอาหารทะเลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ถึงมากกว่า 51 ปีขึ้นไป ผู้วิจัยได้ทำการเก็บแบบสอบถามในระหว่างวันที่ 8 พฤษภาคม 2563 ถึงวันที่ 20 พฤษภาคม 2563

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างใช้การกำหนดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนของประชากร ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้โปรแกรมสำเร็จรูป G*power 3.1.2 ในการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยในงานวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติดังนี้

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson's Product Moment Correlation เป็นสถิติทดสอบ กำหนดค่า Effect Size ขนาดปานกลาง (0.3) ค่า Error Prop 0.05 ค่า Power 0.95 เมื่อนำมาประมวลผลจากโปรแกรม G*power 3.1.2 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 111 คน

ดังนั้น เพื่อให้เหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูลของสถิติทั้ง 2 ประเภทจึงเก็บข้อมูลจำนวน ไม่น้อยกว่า 378 คนเพื่อครอบคลุมวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทุกแบบ จึงเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยสุ่มแจกแบบสอบถาม ออนไลน์ (Online Questionnaire)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งคำถามเป็นลักษณะ คำถามปลายปิด (Close Ended Question) จำนวน 5 ข้อ ประกอบไปด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติก ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแบบสอบถามของผู้วิจัยมีคำถาม ไม่เคยเลย ในแบบสอบถามด้วย ผู้วิจัยจึงทำการเพิ่ม ไม่เคยเลย = 0 โดยกำหนดการแปลผล ดังนี้

ระดับการวัดผล	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1
ไม่เคยเลย	0

โดยนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยดังต่อไปนี้ (Cohen, 1988)

ค่าคะแนนเฉลี่ย	การแปลผล
4.50–5.00	มีผลมากที่สุด
3.50–4.49	มีผลมาก
2.50–3.49	มีผลปานกลาง
1.50–2.49	มีผลน้อย
1.00–1.49	มีผลน้อย

ส่วนที่ 3 คำถามความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติก เป็นคำถามปลายปิดและสามารถ ตอบคำถามได้เพียง 1 คำตอบ

โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์วัดขนาดของความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปร 2 ลักษณะ ดังนี้ $-1 \leq r \leq 1$ และ $0 \leq r \leq 1$ การบอกระดับหรือขนาดของความสัมพันธ์จะใช้ตัวเลขของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ หากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเข้าใกล้ -1 หรือ 1 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง แต่หากมีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อยหรือไม่มีเลย สำหรับการพิจารณาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยทั่วไปอาจใช้เกณฑ์ดังนี้ (Hinkle, William & Stephen, 1998, p. 118)

ค่า r	ระดับของความสัมพันธ์
.90–1.00	มีความสัมพันธ์กันสูงมาก
.70–.90	มีความสัมพันธ์กันสูง
.50–.70	มีความสัมพันธ์กันปานกลาง
.30–.50	มีความสัมพันธ์กันต่ำ
.00–.30	มีความสัมพันธ์กันต่ำมาก

ส่วนที่ 4 คำถามทัศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติก ซึ่งมีคำถามจำนวน 5 ข้อ โดยคำถามเป็นคำถามที่ใช้วัดค่าแบบ Likert Scale โดยใช้ระดับวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ใช้สถิติค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ มีลักษณะให้คะแนน 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน	ระดับความเห็นด้วย
5	เห็นด้วยมากที่สุด
4	เห็นด้วยมาก
3	เห็นด้วยปานกลาง
2	เห็นด้วยน้อย
1	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ดังนั้น เกณฑ์การแปลความหมายทาง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออกเป็น 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ 1.00–1.80 หมายถึง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ 1.81–2.60 หมายถึง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ 2.61–3.40 หมายถึง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ 3.41–4.20 หมายถึง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับดี

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ 4.21–5.00 หมายถึง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับดีมาก

ส่วนที่ 5 พฤติกรรม คำถามจำนวน 15 ข้อ โดยใช้มาตรวัดลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดการแปลผล ดังนี้

ระดับการวัดผล	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1
ไม่เคยเลย	0

โดยนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยดังต่อไปนี้ (Cohen, 1988)

ค่าคะแนนเฉลี่ย	การแปลผล
4.50 – 5.00	มีผลมากที่สุด
3.50 – 4.49	มีผลมาก
2.50 – 3.49	มีผลปานกลาง
1.50 – 2.49	มีผลน้อย
1.00 – 1.49	มีผลน้อย

3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามดังต่อไปนี้

3.4.1 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบโดยนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ และผู้วิจัยได้ขอคำแนะนำเพื่อการปรับปรุงแบบสอบถามให้ถูกต้องเหมาะสมก่อนการดำเนินการเก็บแบบสอบถาม

3.4.2 การทดสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามจำนวน 40 ชุด มาทดสอบโดยใช้สถิติ Cronbach's Alpha ในการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามและระดับที่เหมาะสม คือ 0.7 ขึ้นไป

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right\}$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
 n แทน จำนวนข้อของแบบทดสอบ
 S_i^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ
 S^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนทั้งฉบับ

โดยได้ผลที่ได้จากการการคำนวณค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามได้ดังนี้

ตารางที่ 3.1: ตารางแสดงผลที่ได้จากการคำนวณค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม

ส่วนของแบบสอบถาม	ค่าความเชื่อถือได้ (Reliability Coefficient)
สื่อที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับไมโครพลาสติก	0.873
ทัศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติก	0.849
พฤติกรรม	0.853
รวม	0.843

จากการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่น 0.843 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การทำแบบสอบถามในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บแบบสอบถามแบบ Google Form จำนวน 400 ชุด ซึ่งเป็นการเก็บแบบสอบถามกับเพศชายและหญิง อายุต่ำกว่า 18 ปี ถึงอายุมากกว่า 51 ปี ที่มีการบริโภคอาหารทะเล ระยะเก็บข้อมูลเริ่มเก็บแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 8 พฤษภาคม 2563 ถึงวันที่ 20 พฤษภาคม 2563 โดยกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อความรู้และทัศนคติต่อไมโครพลาสติกปนเปื้อนและพฤติกรรม การซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทย ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยแบ่งเป็น 5 ส่วน ตามลำดับดังนี้

- 4.1 ลักษณะประชากร
- 4.2 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติก
- 4.3 ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติก
- 4.4 ทัศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติก
- 4.5 พฤติกรรม
- 4.6 การทดสอบสมมติฐาน

4.1 ลักษณะประชากร

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นลักษณะทั่วไปด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่างแบบสอบถามจากผู้บริโภคชาวไทย จำนวน 400 คน ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยนำเสนอเป็นจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามตารางที่ 4.1-4.5 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและร้อยละของเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	151	37.8
หญิง	249	62.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ เป็นเพศหญิง จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 และเป็นเพศชาย จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวนและร้อยละของอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	5	1.3
20-30 ปี	248	62.0
31-40 ปี	32	8.0
41-50 ปี	48	12.0
51 ปีขึ้นไป	67	16.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 20-30 ปี จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมามีช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3: แสดงจำนวนการศึกษา

การศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	72	18.0
ปริญญาตรี	276	69.0
สูงกว่าปริญญาตรี	52	13.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0 คน รองลงมามีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 และการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: แสดงจำนวนอาชีพ

อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
นักเรียน/ นักศึกษา	38	9.5
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	67	16.8
พนักงานเอกชน	170	42.5
รับจ้าง	20	5.0
ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว	48	12.0
อาชีพอิสระ (Freelance)	57	41.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมามีอาชีพรับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 รองลงมามีอาชีพอิสระ (Freelance) จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 รองลงมามีอาชีพค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 รองลงมาเป็นนักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และอาชีพรับจ้างจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: แสดงจำนวนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	89	22.3
15,001–25,000 บาท	146	36.5
25,001–35,000 บาท	53	13.3
35,001–45,000 บาท	37	9.3
45,001–55,000 บาท	29	7.2
55,001 บาทขึ้นไป	46	11.5
รวม	400	100

จากตาราง 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001–25,000 บาท จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมามีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3

รองลงมามีรายได้ 25,001–35,000 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 รองลงมามีรายได้ 55,001 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 รองลงมามีรายได้ 35,001–45,000 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 รองลงมามีรายได้ 45,001–55,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 ตามลำดับ

4.2 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติก

ตารางที่ 4.6: แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติก

ท่านเคยได้รับฟังข้อมูลเกี่ยวกับไมโครพลาสติกจากสื่อเหล่านี้มากน้อยเพียงไร	\bar{x}	S.D.	แปลค่า
โทรทัศน์	3.99	1.160	มาก
วิทยุกระจายเสียงและพอดแคสต์	3.20	1.162	ปานกลาง
โปสเตอร์	3.28	1.126	ปานกลาง
โบว์ชัวร์หรือแผ่นพับ	3.07	1.146	ปานกลาง
ฟังปากต่อปาก	3.64	1.136	มาก
เว็บไซต์	4.19	1.056	มาก
เฟซบุ๊ก	4.29	1.246	มาก
ทวิตเตอร์	3.52	1.415	มาก
อินสตาแกรม	3.40	1.356	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มคนส่วนใหญ่รับฟังข้อมูลเกี่ยวกับไมโครพลาสติกจากเฟซบุ๊กมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.29 แปลผลอยู่ในระดับมาก อันดับที่สองคือ รับฟังข้อมูลเกี่ยวกับไมโครพลาสติกจากเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ย 4.19 แปลผลอยู่ในระดับมาก อันดับที่สามคือ รับฟังข้อมูลเกี่ยวกับไมโครพลาสติกจากโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 3.99 แปลผลอยู่ในระดับมาก อันดับที่สุดคือ รับฟังข้อมูลเกี่ยวกับไมโครพลาสติกจากฟังปากต่อปาก มีค่าเฉลี่ย 3.64 แปลผลอยู่ในระดับมาก อันดับที่ทำคือ รับฟังข้อมูลเกี่ยวกับไมโครพลาสติกจากทวิตเตอร์ มีค่าเฉลี่ย 3.52 แปลค่าอยู่ในระดับมาก อันดับที่ยกคือ รับฟังข้อมูลเกี่ยวกับไมโครพลาสติกจากไลน์ มีค่าเฉลี่ย 3.41 แปลค่าอยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ดีที่สุดคือ รับฟังข้อมูลเกี่ยวกับไมโครพลาสติกจากอินสตาแกรม มีค่าเฉลี่ย 3.40 แปลค่าอยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่สุดคือ รับฟังข้อมูลเกี่ยวกับไมโครพลาสติกจากโปสเตอร์ มีค่าเฉลี่ย 3.28

แปลค่าอยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่เก้าคือ รับฟังข้อมูลเกี่ยวกับไมโครพลาสติกจากวิทยุกระจายเสียงและพอดแคสต์ มีค่าเฉลี่ย 3.20 แปลค่าอยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่สิบคือ รับฟังข้อมูลเกี่ยวกับไมโครพลาสติกจากโบว์ชัวร์หรือแผ่นพับ มีค่าเฉลี่ย 3.07 แปลค่าอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

4.3 ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติก

ตารางที่ 4.7: แสดงความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติก

ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติก	ทราบ	ไม่ทราบ
แหล่งกำเนิด		
ไมโครพลาสติกอยู่ในทะเลและปนเปื้อนในอาหารทะเล	51 (12.8)	349 (87.2)
แหล่งกำเนิดของไมโครพลาสติกมาจากชิ้นส่วนพลาสติกชนิดต่าง ๆ	44 (11.0)	356 (89.0)
ของใช้ส่วนตัว เช่น ผลิตภัณฑ์ยาสีฟัน ผลิตภัณฑ์ขัดผิว คือ แหล่งกำเนิดของไมโครพลาสติก	128 (32.0)	272 (68.0)
ไมโครพลาสติกเกิดจากการแตกตัวของพลาสติกขนาดเล็กและไหลลงสู่ม่าน้ำ ทะเล	61 (15.3)	339 (84.7)
การปนเปื้อน		
ในอาหารทะเลมีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติก	53 (13.3)	347 (86.7)
ในอาหารทะเล “แปรรูป” เช่น กุ้งแห้ง ปลาหวาน ปลาหมึกสามรส มีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติก	90 (22.5)	310 (77.5)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติก

ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติก	ทราบ	ไม่ทราบ
ผลกระทบของการปนเปื้อนไมโครพลาสติก ในอาหารทะเลต่อสุขภาพของท่าน	44 (11.0)	356 (89.0)
อาหารทะเลในตลาดสดมีสารปนเปื้อน ไมโครพลาสติกมากกว่าอาหารทะเลใน ซูเปอร์มาร์เก็ต	214 (53.5)	186 (46.5)
อาหารทะเลที่ใช้บรรจุภัณฑ์แบบพลาสติก จะมีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติก	263 (65.8)	137 (34.2)
การลดปริมาณไมโครพลาสติก		
การลดใช้พลาสติกจะช่วยลดการปนเปื้อน ในอาหารทะเลได้	45 (11.3)	355 (88.2)
การปนเปื้อนไมโครพลาสติกในอาหารทะเล เกิดจากพฤติกรรมการใช้พลาสติก	38 (9.5)	362 (90.5)
การหลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของ เม็ดสกรับและกลิตเตอร์ในเครื่องสำอาง สามารถลดการเกิดไมโครพลาสติกได้	115 (28.7)	285 (71.3)

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มคนส่วนใหญ่ทราบว่าอาหารทะเลที่ใช้บรรจุภัณฑ์แบบพลาสติก จะมีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติก มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 65.8 อันดับที่สองคือ อาหารทะเลในตลาดสด มีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติกมากกว่าอาหารทะเลในซูเปอร์มาร์เก็ต มีค่าเฉลี่ย 53.5 อันดับที่สามคือ ทราบว่าของใช้ส่วนตัว เช่น ผลิตภัณฑ์ยาสีฟัน ผลิตภัณฑ์ขัดผิว คือ แหล่งกำเนิดของไมโครพลาสติก มีค่าเฉลี่ย 32.0 อันดับที่สุดคือ คิดว่าการหลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของเม็ดสกรับและกลิตเตอร์ในเครื่องสำอางสามารถลดการเกิดไมโครพลาสติกได้ มีค่าเฉลี่ย 28.7 อันดับที่ทำคือ ทราบว่าในอาหารทะเล “แปรรูป” เช่น กุ้งแห้ง ปลาหวาน ปลาหมึกสามรส มีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติก มีค่าเฉลี่ย 22.5 อันดับสุดท้ายคือ ทราบว่าไมโครพลาสติกเกิดจากการแตกตัวของพลาสติกขนาดเล็กและไหลลงสู่ม่าน้ำ ทะเล มีค่าเฉลี่ย 15.3 อันดับที่ดีที่สุดคือ ทราบว่าในอาหารทะเลมีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติก มีค่าเฉลี่ย 13.3 อันดับที่สุดคือ ทราบว่าไมโครพลาสติกอยู่ในทะเลและปนเปื้อนในอาหารทะเล มีค่าเฉลี่ย 12.8 อันดับที่สุดคือ คิดว่าการลดใช้พลาสติกจะช่วยลด

การปนเปื้อนในอาหารทะเลได้ มีค่าเฉลี่ย 11.3 อันดับทีลึบและลึบเอ็ด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันคือ ทราบว่าแหล่งกำเนิดของไมโครพลาสติกมาจากชิ้นส่วนพลาสติกชนิดต่าง ๆ และทราบผลกระทบของการปนเปื้อนไมโครพลาสติกในอาหารทะเลต่อสุขภาพของท่าน มีค่าเฉลี่ย 11.0 อันดับทีลึบสอง คือ คิดว่าการปนเปื้อนไมโครพลาสติกในอาหารทะเลเกิดจากพฤติกรรมการใช้พลาสติก มีค่าเฉลี่ย 9.5 ตามลำดับ

4.4 ทศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติก

ตารางที่ 4.8: แสดงทศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติก

ทศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติก	\bar{x}	S.D.	แปลค่า
การที่ท่านทราบว่าไมโครพลาสติกมีการปนเปื้อนในอาหารทะเล “ดิบ” ทำให้ท่านมีความกังวลในการบริโภค	4.87	.900	ระดับดีมาก
การที่ท่านทราบว่าไมโครพลาสติกมีการปนเปื้อนในอาหารทะเล “แปรรูป” ทำให้ท่านมีความกังวลในการบริโภคอาหารทะเล	4.79	.918	ระดับดีมาก
ท่านคิดว่าอาหารทะเลในตลาดสดมีการปนเปื้อนไมโครพลาสติก	4.84	.854	ระดับดีมาก
ท่านคิดว่าอาหารทะเล “ดิบ” ที่มีตราสินค้าจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้า และร้านสะดวกซื้อ จะมีมาตรฐาน ทำให้มีไมโครพลาสติกปนเปื้อนน้อย	4.46	1.010	ระดับดีมาก
ท่านคิดว่าอาหารทะเล “แปรรูป” ที่มีตราสินค้าจะปลอดภัยจากไมโครพลาสติก	4.17	1.134	ระดับดี
รวม	4.62	.682	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มคนส่วนใหญ่ทราบว่าไมโครพลาสติกมีการปนเปื้อนในอาหารทะเล “ดิบ” ทำให้มีความกังวลในการบริโภค มีค่าเฉลี่ย 4.87 แปลผลในระดับดีมาก อันดับที่สองคือ คิดว่าอาหารทะเลในตลาดสดมีการปนเปื้อนไมโครพลาสติก มีค่าเฉลี่ย 4.84 แปลผลในระดับดีมาก

อันดับที่สามคือ ทราบว่าไมโครพลาสติกมีการปนเปื้อนในอาหารทะเล “แปรรูป” ทำให้ท่านมีความกังวลในการบริโภคอาหารทะเล มีค่าเฉลี่ย 4.79 แปลผลในระดับดีมาก อันดับที่ดีที่สุดคือ คิดว่าอาหารทะเล “ดิบ” ที่มีตราสินค้าจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้า และร้านสะดวกซื้อจะมีมาตรฐาน ทำให้มีไมโครพลาสติกปนเปื้อนน้อย มีค่าเฉลี่ย 4.46 แปลผลในระดับดีมาก อันดับที่ย่ำแย่คือ คิดว่าอาหารทะเล “แปรรูป” ที่มีตราสินค้าจะปลอดภัยจากไมโครพลาสติก มีค่าเฉลี่ย 4.17 แปลผลในระดับดี ตามลำดับ

4.5 พฤติกรรม

ตารางที่ 4.9: แสดงพฤติกรรม

การที่ท่านมีความรู้เรื่องไมโครพลาสติกปนเปื้อน ทำให้ท่านมีพฤติกรรมต่อไปนี้มากน้อยเพียงไร	\bar{x}	S.D.	แปลค่า
พฤติกรรมการใช้พลาสติก			
ท่านใช้พลาสติกในชีวิตประจำวันน้อยลง	3.64	.941	มาก
ท่านหลีกเลี่ยงการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง	3.92	.941	มาก
ท่านหลีกเลี่ยงการรับถุงพลาสติกจากร้านค้า	4.05	.929	มาก
ท่านหลีกเลี่ยงการซื้ออาหารทะเลที่บรรจุถุงพลาสติก	3.29	1.026	ปานกลาง
ท่านหลีกเลี่ยงการซื้ออาหารทะเลที่บรรจุกล่องโฟม	3.59	1.026	มาก
พฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเล			
การรับประทานอาหารทะเลดิบ	3.04	1.228	ปานกลาง
การรับประทานอาหารทะเลปรุงสุก	4.16	.879	มาก
การเลือกซื้ออาหารทะเลสดจากตลาด	3.72	.916	มาก
การเลือกซื้ออาหารทะเลแช่แข็งจากซูเปอร์มาร์เก็ต	3.23	1.041	ปานกลาง
การเลือกซื้ออาหารทะเลจากร้านค้าออนไลน์	2.52	1.234	ปานกลาง
การเลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูป	3.07	1.025	ปานกลาง
การหลีกเลี่ยงการทานอาหารทะเลเพราะกังวลเรื่อง ไมโครพลาสติก	3.07	1.044	ปานกลาง
รวม	3.79	.555	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับประทานอาหารทะเลปรุงสุก มีค่าเฉลี่ย 4.16 แปลผลในระดับมาก อันดับที่สองคือ หลีกเลี่ยงการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง มีค่าเฉลี่ย 3.92 แปลผลในระดับมาก อันดับที่สามคือ มีการเลือกซื้ออาหารทะเลสดจากตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.72 แปลผลในระดับมาก อันดับทีสี่คือ มีการใช้พลาสติกในชีวิตประจำวันน้อยลง มีค่าเฉลี่ย 3.64 แปลผลในระดับมาก อันดับห้าคือ มีการหลีกเลี่ยงการซื้ออาหารทะเลที่บรรจุกล่องโฟม มีค่าเฉลี่ย 3.59 แปลผลในระดับมาก อันดับทีหกคือ มีการหลีกเลี่ยงการซื้ออาหารทะเลที่บรรจุถุงพลาสติก มีค่าเฉลี่ย 3.29 แปลผลในระดับปานกลาง อันดับทีเจ็ดคือ มีการเลือกซื้ออาหารทะเลแช่แข็งจากซูเปอร์มาร์เก็ต มีค่าเฉลี่ย 3.23 แปลผลในระดับปานกลาง อันดับทีแปดและเก้าคือ มีการเลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูป และหลีกเลี่ยงการทานอาหารทะเลเพราะกังวลเรื่องไมโครพลาสติก มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันคือ 3.07 แปลผลในระดับปานกลาง และอันดับที่สิบคือ มีการรับประทานอาหารทะเลดิบ มีค่าเฉลี่ย 3.04 แปลผลในระดับปานกลาง ตามลำดับ

4.6 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่1 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภค

สมมติฐานที่ 1.1 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค

ตารางที่ 4.10: การวิเคราะห์การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค

การเปิดรับสื่อ	พฤติกรรมการเลือกใช้พลาสติก
r	.199
Sig. (2-tailed)	.000

จากตารางที่ 4.10 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระกวางการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกผู้บริโภค โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของ Pearson พบว่า ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (r .199, sig .000) การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อใช้พลาสติกผู้บริโภค มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อยมาก

ตารางที่ 4.11: การวิเคราะห์การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค จำแนกเป็นรายชื่อ

การเปิดรับสื่อ	พฤติกรรมการเลือกใช้พลาสติก	
	r	Sig. (2-tailed)
โทรทัศน์	.176	.000**
วิทยุกระจายเสียงและพอดแคสต์	.162	.001**
โปสเตอร์	.116	.020**
โบว์ชัวร์หรือแผ่นพับ	.114	.022**
ฟังกาต่อปาก	.078	.122
เว็บไซต์	.151	.003**
เฟซบุ๊ก	.118	.018**
ทวิตเตอร์	.161	.001**
อินสตาแกรม	.221	.000**
ไลน์	.144	.004**

จากตารางที่ 4.11 พบว่า การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้พลาสติกทั้งหมด ยกเว้นสื่อบุคคล หรือฟังกาต่อปาก โดยสื่อที่มีความสัมพันธ์มากที่สุดคือ การเปิดรับสื่ออินสตาแกรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้พลาสติก (r .221, sig .000) รองลงมาคือ การเปิดรับสื่อโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้พลาสติก (r .176, sig .000) รองลงมาคือ การเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงและพอดแคสต์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้พลาสติก (r .162, sig .001) รองลงมาคือ การเปิดรับสื่อทวิตเตอร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้พลาสติก (r .161, sig .001) รองลงมาคือ การเปิดรับสื่อเว็บไซต์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้พลาสติก (r .151, sig .003) รองลงมาคือ การเปิดรับสื่อไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้พลาสติก (r .144, sig .004) รองลงมาคือ การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้พลาสติก (r.118, sig .018) รองลงมาคือ การเปิดรับสื่อโปสเตอร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้พลาสติก (r .116 , sig .020) รองลงมาคือ การเปิดรับสื่อโบว์ชัวร์หรือแผ่นพับมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้พลาสติก (r .114, sig .022) และการเปิดรับสื่อฟังกาต่อปากมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้พลาสติก (r .078, sig .122) ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.2 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกความสัมพันธ์กับพฤติกรรม
การบริโภคอาหารทะเลของผู้บริโภค

ตารางที่ 4.12: การวิเคราะห์การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม
การบริโภคอาหารทะเลของผู้บริโภค

การเปิดรับสื่อ	พฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเล
r	.235
Sig. (2-tailed)	.000

จากตารางที่ 4.12 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับ
ไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเลของผู้บริโภค โดยใช้การวิเคราะห์
สหสัมพันธ์ของ Pearson พบว่า ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (r .235, sig .000)
การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเลของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์อยู่ใน
ระดับน้อยมาก

ตารางที่ 4.13: การวิเคราะห์การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม
การบริโภคอาหารทะเลของผู้บริโภค จำแนกเป็นรายสื่อ

การเปิดรับสื่อ	พฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเล	
	r	Sig. (2-tailed)
โทรทัศน์	.171	.001**
วิทยุกระจายเสียงและพอดแคสต์	.188	.000**
โปสเตอร์	.205	.000**
โบว์ชัวร์หรือแผ่นพับ	.174	.000**
ฟังกปากต่อปาก	.077	.125
เว็บไซต์	.156	.002**

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.13 (ต่อ): การวิเคราะห์การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม
การบริโภคอาหารทะเลของผู้บริโภค จำแนกเป็นรายสื่อ

การเปิดรับสื่อ	พฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเล	
	r	Sig. (2-tailed)
เฟซบุ๊ก	.177	.000**
ทวิตเตอร์	.182	.000**
อินสตาแกรม	.234	.000**
ไลน์	.151	.003**

จากตารางที่ 4.13 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเลของผู้บริโภค แยกเป็นรายสื่อ โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของ Pearson พบว่า ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยสื่อเกือบทุกประเภทมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเลของผู้บริโภค ยกเว้นสื่อบุคคลที่ใช้การสื่อสารปากต่อปาก ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเลของผู้บริโภค โดยสื่อที่มีความสัมพันธ์มากที่สุดคือ สื่ออินสตาแกรม ($r .234$) รองลงมาคือ สื่อโปสเตอร์ ($r .205$) และอันดับที่สามคือ สื่อวิทยุกระจายเสียงและพอดแคสต์ ($r .188$)

สมมติฐานที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภค

สมมติฐานที่ 2.1 ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค

ตารางที่ 4.14: ตารางการวิเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค

ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติก	พฤติกรรมการใช้พลาสติก	
	r	Sig. (2-tailed)
แหล่งกำเนิด		
1) ไมโครพลาสติกอยู่ในทะเลและปนเปื้อนในอาหารทะเล	.096	.056
2) แหล่งกำเนิดของไมโครพลาสติกมาจากชิ้นส่วนพลาสติกชนิดต่าง ๆ	.099	.049**
3) ของใช้ส่วนตัว เช่น ผลิตภัณฑ์ยาสีฟัน ผลิตภัณฑ์ขัดผิว คือ แหล่งกำเนิดของไมโครพลาสติก	.173	.001**
4) ท่านทราบว่าไมโครพลาสติกเกิดจากการแตกตัวของพลาสติกขนาดเล็กและไหลลงสู่แม่น้ำ ทะเล	.141	.005**
การปนเปื้อน		
5) ในอาหารทะเลมีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติก	.181**	.000**
6) ในอาหารทะเล “แปรรูป” เช่น กุ้งแห้ง ปลาหวาน ปลาหมึกสามรส มีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติก	.108**	.031**
7) การปนเปื้อนไมโครพลาสติกในทะเลมีผลกระทบต่อสุขภาพของท่าน	.150	.003**
8) อาหารทะเลในตลาดสดมีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติกมากกว่าอาหารทะเลในซูเปอร์มาร์เก็ต	.220	.000**
9) อาหารทะเลที่ใช้บรรจุภัณฑ์แบบพลาสติกจะมีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติก	.140	.005**
10) การลดใช้พลาสติกจะช่วยลดการปนเปื้อนในอาหารทะเลได้	.073	.143

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.14 (ต่อ): ตารางการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม
การใช้พลาสติกของผู้บริโภค

ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติก	พฤติกรรมการใช้พลาสติก	
	r	Sig. (2-tailed)
การลดปริมาณไมโครพลาสติก		
11) การปนเปื้อนไมโครพลาสติกในอาหารทะเล เกิดจากพฤติกรรมการใช้พลาสติก	.085	.091
12) การหลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของ เม็ดสกรับและกลิตเตอร์ในเครื่องสำอางสามารถ ลดการเกิดไมโครพลาสติกได้	.170	.001**
13) อาหารทะเลที่ใช้บรรจุภัณฑ์แบบพลาสติกจะมี สารปนเปื้อนไมโครพลาสติก	.140	.005**

จากตารางที่ 4.14 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภคโดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของ Pearson พบว่า ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้วิจัยทำการจำแนกเป็นหมวดหมู่ดังนี้

แหล่งกำเนิด

พบว่า ทุกความรู้มีความสัมพันธ์กันทั้งหมด ยกเว้น ไมโครพลาสติกอยู่ในทะเลและปนเปื้อน ในอาหารทะเล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค ($r .096$)

ความรู้ที่มีความสัมพันธ์กันมากที่สุดคือ ของใช้ส่วนตัว เช่น ผลิตภัณฑ์ ยาสีฟัน ผลิตภัณฑ์ ชัดผิว คือ แหล่งกำเนิดของไมโครพลาสติก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค ($r .173$) รองลงมาคือ ทราบว่าไมโครพลาสติกเกิดจากการแตกตัวของพลาสติกขนาดเล็กและไหลลงสู่แม่น้ำ ทะเล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค ($r .141$) รองลงมาคือ แหล่งกำเนิดของไมโครพลาสติกมาจากชิ้นส่วนพลาสติกชนิดต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค ($r .099$)

การปนเปื้อน

พบว่า ทุกความรู้มีความสัมพันธ์กันทั้งหมด ยกเว้น การลดใช้พลาสติกจะช่วยลด การปนเปื้อนในอาหารทะเลได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค ($r .073$)

ความรู้ที่มีความสัมพันธ์กันมากที่สุดคือ อาหารทะเลในตลาดสดมีสารปนเปื้อน ไมโครพลาสติกมากกว่าอาหารทะเลในซูเปอร์มาร์เก็ตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติก

ของผู้บริโภค (r .220) รองลงมาคือ ในอาหารทะเลมีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค (r .181) รองลงมาคือ การปนเปื้อนไมโครพลาสติกในทะเลมีผลกระทบต่อสุขภาพของท่านมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค (r .150) และสุดท้าย อาหารทะเลที่ใช้บรรจุภัณฑ์แบบพลาสติกจะมีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค (r .140)

การลดปริมาณไมโครพลาสติก

พบว่า ความรู้ที่มีความสัมพันธ์กันมากที่สุดคือ การหลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของเม็ดสกรับและกลิตเตอร์ในเครื่องสำอางสามารถลดการเกิดไมโครพลาสติกได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค (r .170) แต่การปนเปื้อนไมโครพลาสติกในอาหารทะเลเกิดจากพฤติกรรมการใช้พลาสติกไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค (r .085)

สมมติฐานที่ 2.2 ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเล

ตารางที่ 4.15: ตารางแสดงความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเล

ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติก	พฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเล	
	r	Sig. (2-tailed)
แหล่งกำเนิด		
ไมโครพลาสติกอยู่ในทะเลและปนเปื้อนในอาหารทะเล	.077	.123
แหล่งกำเนิดของไมโครพลาสติกมาจากชิ้นส่วนพลาสติกชนิดต่าง ๆ	.016	.755
ของใช้ส่วนตัว เช่น ผลิตภัณฑ์ยาสีฟัน ผลิตภัณฑ์ขัดผิว คือ แหล่งกำเนิดของไมโครพลาสติก	.162	.001**
ท่านทราบว่าไมโครพลาสติกเกิดจากการแตกตัวของพลาสติกขนาดเล็กและไหลลงสู่ม่าน้ำ ทะเล	.084	.095

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.15 (ต่อ): ตารางแสดงความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม
การบริโภคอาหารทะเล

ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติก	พฤติกรรมบริโภคอาหารทะเล	
	r	Sig. (2-tailed)
การปนเปื้อน		
ในอาหารทะเลมีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติก	.101	.044*
ในอาหารทะเล “แปรรูป” เช่น กุ้งแห้ง ปลาหวาน ปลาหมึกสามรส มีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติก	.100	.046*
การปนเปื้อนไมโครพลาสติกในทะเลมีผลกระทบต่อสุขภาพของท่าน	.100	.045*
อาหารทะเลในตลาดสดมีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติกมากกว่าอาหารทะเลในซูเปอร์มาร์เก็ต	.293	.000**
อาหารทะเลที่ใช้บรรจุภัณฑ์แบบพลาสติกจะมีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติก	.235	.000**
การลดใช้พลาสติกจะช่วยลดการปนเปื้อนในอาหารทะเลได้	.041	.414
การลดปริมาณไมโครพลาสติก		
การปนเปื้อนไมโครพลาสติกในอาหารทะเลเกิดจากพฤติกรรมการใช้พลาสติก	.062	.219
การหลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของเม็ดสกรับและกิลิตเตอร์ในเครื่องสำอางสามารถลดการเกิดไมโครพลาสติกได้	.132	.008**

จากตารางที่ 4.15 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเลโดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของ Pearson พบว่า ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้วิจัยทำการจำแนกเป็นหมวดหมู่ดังนี้
แหล่งกำเนิด

พบว่า ความรู้ที่มีความสัมพันธ์กันมากที่สุดคือ ของใช้ส่วนตัว เช่น ผลิตภัณฑ์ ยาสีฟัน ผลิตภัณฑ์ขัดผิว คือ แหล่งกำเนิดของไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติก

ของผู้บริโภค (r .162)

แต่ท่านทราบว่าไมโครพลาสติกเกิดจากการแตกตัวของพลาสติกขนาดเล็กและไหลลงสู่แม่น้ำ ทะเล ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค (r .084) รองลงมาคือแหล่งกำเนิดของไมโครพลาสติกมาจากชิ้นส่วนพลาสติกชนิดต่าง ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค (r .016) และไมโครพลาสติกอยู่ในทะเลและปนเปื้อนในอาหารทะเลไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค (r .077)

การปนเปื้อน

พบว่า ทุกความรู้ที่มีความสัมพันธ์กันทั้งหมด ยกเว้นการลดใช้พลาสติกจะช่วยลดการปนเปื้อนในอาหารทะเลได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค (r .041)

ความรู้ที่มีความสัมพันธ์กันมากที่สุดคือ อาหารทะเลในตลาดสดมีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติกมากกว่าอาหารทะเลในซูเปอร์มาร์เก็ตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค (r .293) รองลงมาคือ อาหารทะเลที่ใช้บรรจุภัณฑ์แบบพลาสติกจะมีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค (r .235) รองลงมาคือในอาหารทะเลมีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค (r .101) รองลงมาคือการปนเปื้อนไมโครพลาสติกในทะเลมีผลกระทบต่อสุขภาพของท่านมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค (r .100) และการปนเปื้อนไมโครพลาสติกในทะเลมีผลกระทบต่อสุขภาพของท่านมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค (r .100)

การลดปริมาณไมโครพลาสติก

พบว่า ความรู้ที่มีความสัมพันธ์กันมากที่สุดคือการหลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของเม็ดสกรับและกิลิตเตอร์ในเครื่องสำอางสามารถลดการเกิดไมโครพลาสติกได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค (r .132) แต่การปนเปื้อนไมโครพลาสติกในอาหารทะเลเกิดจากพฤติกรรมการใช้พลาสติกไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค (r .062)

สมมติฐานที่ 3 ทศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภค

สมมติฐานที่ 3.1 ทศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค

ตารางที่ 4.16: การวิเคราะห์การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค

ทัศนคติ	พฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค
r	.296**
Sig. (2-tailed)	.000

จากตารางที่ 4.16 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภค โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของ Pearson พบว่า ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($r = .296^{**}$, sig .000) ทัศนคติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลาสติกของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อยมาก

สมมติฐานที่ 3.2 ทัศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเล

ตารางที่ 4.17: ทัศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเล

ทัศนคติ	พฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเล
r	.360**
Sig. (2-tailed)	.000

จากตารางที่ 4.17 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเล โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของ Pearson พบว่า ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($r = .360^{**}$, sig .000) ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเลมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อย

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อความรู้และทัศนคติที่มีต่อไมโครพลาสติกปนเปื้อนและพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทย ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ในการคำนวณสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าร้อยละ และทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคล

พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย มีช่วงอายุ 20–30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้ 15,001–25,000 บาท

5.1.2 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติก

พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการเปิดรับสื่อข้อมูลเกี่ยวกับไมโครพลาสติกจากเพชบุ๊กมากที่สุด รองลงมาคือ การเปิดรับสื่อข้อมูลเกี่ยวกับไมโครพลาสติกจากเว็บไซต์ และการเปิดรับสื่อข้อมูลเกี่ยวกับไมโครพลาสติกจากโทรทัศน์ และการเปิดรับสื่อข้อมูลเกี่ยวกับไมโครพลาสติกจากฟังปากต่อปาก และการเปิดรับสื่อข้อมูลเกี่ยวกับไมโครพลาสติกจากทวิตเตอร์ ระดับปานกลาง ให้ความสำคัญกับการเปิดรับสื่อข้อมูลเกี่ยวกับไมโครพลาสติกจากไลน์ และการเปิดรับสื่อข้อมูลเกี่ยวกับไมโครพลาสติกจากอินสตาแกรม และการเปิดรับสื่อข้อมูลเกี่ยวกับไมโครพลาสติกจากโปสเตอร์ และการเปิดรับสื่อข้อมูลเกี่ยวกับไมโครพลาสติกจากเพชบุ๊กวิทยุกระจายเสียงและพอดแคสต์ และการเปิดรับสื่อข้อมูลเกี่ยวกับไมโครพลาสติกจากโบว์ชัวร์หรือแผ่นพับ ตามลำดับ

5.1.3 ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติก

พบว่า ความรู้ในส่วนของแหล่งกำเนิด ส่วนใหญ่ทราบว่าจะของใช้ส่วนตัว เช่น ผลิตภัณฑ์ยาสีฟัน ผลิตภัณฑ์ขัดผิว คือ แหล่งกำเนิดของไมโครพลาสติก ความรู้ในส่วนของการปนเปื้อนส่วนใหญ่ทราบว่าจะอาหารทะเลที่ใช้บรรจุภัณฑ์แบบพลาสติกจะมีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติก และความรู้ในส่วนของการลดปริมาณไมโครพลาสติก ส่วนใหญ่ทราบว่าการหลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของเม็ดสกรับและกลิตเตอร์ในเครื่องสำอางสามารถลดการเกิดไมโครพลาสติกได้

5.1.4 ทัศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติก

พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ทราบว่า ไมโครพลาสติกปนเปื้อนในอาหารทะเล “ดิบ” ทำให้มีความกังวลในการบริโภค รองลงมาคือ คิดว่าอาหารทะเลในตลาดสด

มีการปนเปื้อนไมโครพลาสติก และทราบว่าไมโครพลาสติกมีการปนเปื้อนในอาหารทะเล “แปรรูป” ทำให้กังวลในการบริโภคอาหารทะเล และอาหารทะเล “ดิบ” ที่มีตราสินค้าตามห้างสรรพสินค้า และร้านสะดวกซื้อจะมีมาตรฐาน ทำให้มีไมโครพลาสติกปนเปื้อนน้อย ระดับดี คือ อาหารทะเล “แปรรูป” ที่มีตราสินค้าจะปลอดภัยจากไมโครพลาสติก ตามลำดับ

5.1.5 พฤติกรรม

พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่รับประทานอาหารทะเลสด รongลงมาคือ หลีกเลี่ยงการใช้พลาสติกแบบครั้งเดียวทิ้ง และเลือกซื้ออาหารทะเลสดจากตลาด และมีการใช้พลาสติกในชีวิตประจำวันน้อยลง และมีการหลีกเลี่ยงการซื้ออาหารทะเลที่บรรจุกล่องโฟม และมีการหลีกเลี่ยงการซื้ออาหารทะเลที่บรรจุถุงพลาสติก และมีการเลือกซื้ออาหารทะเลแช่แข็งจากซูเปอร์มาร์เก็ต และมีการเลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูป และหลีกเลี่ยงการทานอาหารทะเล เพราะกังวลเรื่องไมโครพลาสติก และมีการรับประทานอาหารทะเล “ดิบ” ตามลำดับ

5.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบตัวแปรที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภค สรุปได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภค

สมมติฐานที่ 1.1 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้พลาสติกของผู้บริโภคอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อยมาก

สมมติฐานที่ 1.2 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเล อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อยมาก

สมมติฐานที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภค

สมมติฐานที่ 2.1 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้พลาสติกของผู้บริโภคอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.2 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเลอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ทศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภค

สมมติฐานที่ 3.1 ทศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้พลาสติกของผู้บริโภคอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อยมาก

สมมติฐานที่ 3.2 ทศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเลอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อย

5.3 อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อความรู้และทศนคติที่มีต่อสารไมโครพลาสติกปนเปื้อนและพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทย มีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

5.3.1 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติก พบว่า คนส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับสื่อเฟซบุ๊กมากที่สุด และให้ความสนใจกับสื่อที่เป็นสื่อมวลชน สื่อโซเชียลมีเดีย ดังที่ วิชญ์ชยา จูติจิรวิชญ์ (2560) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมความงาม ได้ทำการศึกษาและพบว่าในปัจจุบันความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตจะใช้อินเทอร์เน็ตทุกวันและมีการใช้งานเป็นประจำ ส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการเปิดรับสื่อโดยเฉลี่ยต่อครั้งไม่ต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง โดยสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีความนิยมหรือมีการใช้งานมากที่สุดก็คือ เฟซบุ๊ก เพื่อติดตามข่าวสารต่าง ๆ เช่น ข่าวสารบ้านเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวต่างประเทศ หรือข่าวเหตุการณ์ที่เป็นกระแส ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยที่ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลมาว่า คนส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับสื่อเฟซบุ๊กมากที่สุด และถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญกับผู้บริโภคและผู้ให้ข้อมูลข่าวสารในการเปิดรับข่าวสารและแบ่งปันข้อมูลข่าวสารอีกด้วย

5.3.2 ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติก พบว่า คนส่วนใหญ่มีความรู้ว่า อาหารทะเลที่ใช้บรรจุภัณฑ์แบบพลาสติกมีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติกมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ศุภิพร แสงกระจ่าง, ปัทมา พลอยสว่าง และปริณดา พรหมหิตาธร (2556) ได้ทำการศึกษาผลกระทบของพลาสติกต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมและพบว่าสารประกอบพลาสติกที่มีผลอันตรายต่อสุขภาพ แม้จะยังไม่ถูกพิจารณาให้เป็นปัญหาหลักของกระทรวงสาธารณสุขแต่การนำพลาสติกมาใช้อย่างไม่ถูกต้องและไม่ปลอดภัยโดยเฉพาะกับการใช้พลาสติกกับอาหารและเครื่องดื่ม อาจจะนำมาซึ่งการสะสมพิษและโรคเรื้อรังต่าง ๆ ได้ ซึ่งทั่วโลกมีการตื่นตัวและรณรงค์การงดใช้โฟม พลาสติกโฟมอีกด้วย

5.3.3 ทศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติก พบว่า คนส่วนใหญ่ทราบว่ามีไมโครพลาสติกมีการปนเปื้อนในอาหารทะเล “ดิบ” ทำให้มีความกังวลในการบริโภคมากที่สุด

5.3.4 พฤติกรรม พบว่า คนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการรับประทานอาหารทะเลปรุงสุกมากที่สุด สอดคล้องกับ วันชัย เหล่าเสถียรกิจ, ศศิธร เจริญประเสริฐ, กันยารัตน์ เหล่าเสถียรกิจ,

พุทธิกร ประมวล และศักรินทร์ บุญประสงค์ (2562) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการบริโภคปลาติบ-สุก ๆ ดิบ ๆ ของประชาชนจังหวัดศรีสะเกษ ปี 2559 พบว่า สาเหตุที่ไม่กินอาหารที่ทำจากปลาติบ หรือสุก ๆ ดิบ ๆ ร้อยละ 46.5 เพราะทราบว่าปลาติบหรือสุก ๆ ดิบ ๆ เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดโรคมะเร็งตับ จึงทำให้มีความกังวลในการบริโภคปลาติบหรือสุก ๆ ดิบ ๆ ซึ่งการที่มีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติกในอาหารทะเลก็ทำให้ผู้บริโภคชาวไทยมีความกังวลในการรับประทานอาหารทะเลมากขึ้น และพบว่าเมื่อผู้บริโภคมีความกังวลในการบริโภคอาหารทะเลส่งผลให้ผู้บริโภคอาหารทะเลส่วนใหญ่มีพฤติกรรมหลีกเลี่ยงการรับประทานพลาสติกจากร้านค้าเพื่อหวังลดการเกิดไมโครพลาสติกในอนาคตอีกด้วย

5.4 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยเพื่อนำไปใช้

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากงานวิจัยดังนี้

5.4.1 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติก ผู้ที่ต้องการให้ความรู้แก่ประชาชนหรือสื่อมวลชน ควรใช้สื่อที่สามารถเชื่อถือได้ให้มากที่สุด เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อทางอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อเฟซบุ๊ก ผู้ให้ความรู้หรือสื่อมวลชนควรส่งเสริมและเน้นให้ความรู้กับประชาชนผ่านทางสื่อเหล่านี้ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า สื่อบุคคลหรือฟังกปากต่อปากเกี่ยวกับเรื่องการปนเปื้อนไมโครพลาสติกในอาหารทะเลอาจจะไม่ถึงประชาชนเท่ากับการใช้สื่อมวลชนในการกระจายข่าวเป็นหลัก

5.4.2 ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติก ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าผู้เกี่ยวข้องควรให้ความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับประชาชน หรือมีการส่งเสริมให้ความรู้แบบลงพื้นที่สำหรับชาวบ้านที่ไม่สามารถรับฟังข่าวสารได้จากสื่อมวลชน เช่น การลงพื้นที่ไปยังหมู่บ้าน หรือ อำเภอต่าง ๆ เพื่อให้ความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับประชาชนได้รับรู้ หรือควรจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่ประชาชนสามารถเข้าใจง่าย และสามารถทำความเข้าใจได้ด้วยตนเองให้ได้มากที่สุด

5.5 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.5.1 ควรมีการศึกษาข้อมูลในเชิงลึกต่าง ๆ ลงไปอีก เช่น การศึกษาเพื่อธุรกิจอาหารทะเลสำหรับรับมือกับภัยเงียบที่มองไม่เห็นอย่างไมโครพลาสติก

5.5.2 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับบรรจุกฎหมายที่ใช้สำหรับบรรจุกอาหารทะเลที่ปลอดภัยและสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคชาวไทยได้ซึ่งอาจเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ

5.5.3 จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาการเปิดรับสื่อความรู้และทัศนคติที่มีต่อไมโครพลาสติกปนเปื้อนและพฤติกรรมกรรมการซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทย ซึ่งอาจมีปัจจัยอื่น ๆ

ที่ไม่ได้ระบุไว้แต่ผู้วิจัยคาดว่าอาจจะเป็นประโยชน์แก่ประชาชน เช่น การก่อกันตรายต่อสุขภาพโดยตรงของผู้บริโภค หรือการศึกษาการรับประทานอาหารทะเลให้ถูกต้องและปลอดภัยมากที่สุด และการศึกษาเกี่ยวกับการลดอัตราการเกิดไมโครพลาสติกจากชีวิตประจำวันให้ได้มากที่สุด เป็นต้น



บรรณานุกรม

- กรวินท์ กรประเสริฐวิทย์. (2557). *ทัศนคติความรู้ความเข้าใจ พฤติกรรม และ คุณลักษณะ การใช้งานของเทคโนโลยี ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้เครื่องชำระค่าโทรศัพท์อัตโนมัติ ของประชาชนในกรุงเทพมหานครปี 2558*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชยะจิว "ไมโครพลาสติก" พิษร้ายอย่ามองข้าม!. (2562). สืบค้นจาก <https://www.komchadluek.net/news/scoop/381849>.
- เครือข่ายคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต. (2557). สืบค้นจาก <http://nattita091.blogspot.com/2014/12/2.html>.
- ชุติมา ชื่นเจริญ. (2562). 'ไมโครพลาสติก' จากทะเลสู่อาหาร. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/840862>.
- ณัฐพงษ์ ศรีเมือง. (2560). โรคมึนมาตะ หายนะครั้งยิ่งใหญ่ของประเทศญี่ปุ่น. สืบค้นจาก <https://www.scimath.org/article-chemistry/item/7387-2017-07-20-07-30-13>.
- ทักษิณา ช่างแก้ว. (2562). 'ไมโครพลาสติก' อาจเป็นส่วนประกอบในอาหารมนุษย์ผ่านปลาและสัตว์ทะเล. สืบค้นจาก <https://www.voathai.com/a/sushi-microplastic-tk/4448136.html>.
- ทัตพิชา เขียววิจิตร และพิชญ์ อภิสมภารโยธิน. (2561). ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่มีไขมันสูงของนิสิตระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยทักษิณ*, 18(7), 130–141.
- ทำอย่างไรเมื่อหอยปนเปื้อน #ไมโครพลาสติก : ผลงานวิจัยพบไมโครพลาสติกในหอย 2 ฝา คุณนุ่น บุคย์ลีรินทร์ และ คุณกัน รุ่งโรจน์ จะพาไปดูวิธีลดความเสี่ยงก่อนนำมารับประทาน. (2562). สืบค้นจาก <https://twitter.com/thaipbs/status/1189534836358287360>.
- ประมะ สตะเวทิน. (2541). *หลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 9–15 (Principles and theories of communication)*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2526). *ทัศนคติ : การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ประเภทของ Social media. (2556). สืบค้นจาก <https://mindka.wordpress.com/social-media/>.
- พบหลักฐานขยะพลาสติกเข้าสู่ทางเดินอาหารมนุษย์. (2561). ผู้จัดการออนไลน์. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/science/detail/9610000106276>.

- พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522. (2562). สืบค้นจาก <https://www.fisheries.go.th/fti-padungbasar/DATA/Food%20Law.htm>.
- พิชิต วิจิตรบุญรักษ์. (2554). สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต (Social media: Future media). สืบค้นจาก https://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/oct_dec_11/pdf/aw016.pdf.
- มุกดา ศรียงค์, นवलศิริ เปาโรหิตย์, สิริวรรณ สารขนาด, สุวิไล เรียงวัฒนสุข และนิภา แก้วศรีงาม. (2540). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เมตตา กฤตวิทย์, พชนิ เขยจรรยา และถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์. (2530). *แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์ (Key concepts in communication)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุพดี ฐิติกุลเจริญ. (2537). *ทฤษฎีการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- โลมไสล วงศ์จันทา, ปาริชาติ กัญญาบุญ, เต็มสิริ เคนคำ และรพีพงษ์ ลิพะวิโรจน์. (2559). *ความรู้ทัศนคติ และการปฏิบัติของผู้บริโภคในตำบลบางลาย อำเภอบึงนาราง จังหวัดพิจิตร ต่อการปนเปื้อนของสารเคมียาฆ่าแมลงในผักและผลไม้สด*. สืบค้นจาก http://service.ifrpd.ku.ac.th/koha_ku/opac-searchresult.
- วันชัย เหล่าเสถียรกิจ, ศศิธร เจริญประเสริฐ, กัญยรัตน์ เหล่าเสถียรกิจ, พุทธิไกร ประมวล และ ศักรินทร์ บุญประสงค์. (2562). *วารสารวิชาการสาธารณสุข, 28(6)*, 974–985.
- วิชญชยา ฐิติจริวิชญ. (2560). *การวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมความงาม*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศรันถ์ ยี่หลั่นสุวรรณ. (2558). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อโครงการส่งเสริมสังคม ของผู้นำเยาวชนประเทศอาเซียน และ ญี่ปุ่น ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศักดิ์ สุนทรเสณี. (2531). *เจตคติ*. กรุงเทพฯ: รุ่งวัฒนา.
- ศุภสิริ แสงกระจ่าง, ปัทมา พลอยสว่าง และปริญดา พรหมหิตาธร. (2556). *ผลกระทบของพลาสติกต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม*. *วารสารพิษวิทยาไทย, 28(1)*, 39–50.
- ศิลปกร อุปมา. (2559). *พิษภัยจากอาหารบริโภคนิยม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สิริวรรณ ประสิทธิ์ศักดิ์. (2547). *การเปิดรับ การรับรู้ และความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด “คิด-เพื่ออนาคต” ของเครือซีเมนต์ไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- สุชนา ชวนิชย์. (2562). สัมภาษณ์ 'รศ.ดร.สุชนา ชวนิชย์' : 'ไมโครพลาสติก' พิบัติภัย จากทะเลสู่อาหาร (สู่คน). สืบค้นจาก <https://www.bangkoklifeneews.com/17133261/>.
- สุทธิรัตน์ กิตติพงษ์วิเศษ, อาทิตย์ เพ็ชรรักษ์, เจนยุกต์ โลวัชรินทร์ และจรงค์ ผลประเสริฐ. (2562). มลสารไมโครพลาสติกในแหล่งน้ำเสียดิบและระบบบำบัดน้ำเสียดิบ. สืบค้นจาก <http://www.ej.eric.chula.ac.th/>.
- สุรพงศ์ แสงสำลี. (2545). การรับรู้ข่าวสาร ทักษะคิด และความพึงพอใจในการใช้บริการของสถานีอนามัยเฉลิมพระเกียรติ 60 พรรชนาวินทรราชินีกับสถานีอนามัยทั่วไป ในอำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โสภิตสุดา มงคลเกษม. (2539). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรม การคาดเดาเชิงชนิดนัยของผู้ใช้โซเชียลมีเดีย ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไอคอนเว็บไซต์ Google. (2562). สืบค้นจาก www.google.co.th.
- YouTube คืออะไร. (2560). สืบค้นจาก <https://www.technointrend.com/what-is-youtube/>.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. New York: Routledge.
- Hinkle, D. E, William, W., & Stephen G. J. (1998). *Applied statistics for the behavioral sciences* (4th ed.). New York: Houghton Mifflin.
- Klapper, J. T. (1960). *The effect of mass communication*. New York: Free.



แบบสอบถาม
เรื่อง
การเปิดรับสื่อความรู้และทัศนคติต่อไมโครพลาสติกปนเปื้อนและพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเล
ของผู้บริโภคชาวไทย

.....

งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อความรู้และทัศนคติต่อไมโครพลาสติกปนเปื้อน
และพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคชาวไทย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำแนะนำ: กรุณาตอบแบบสอบถาม โดยเลือกตัวเลือกที่ตรงกับคำตอบและความคิดเห็นของท่าน
มากที่สุด

1. เพศ

- ชาย
 หญิง

2. อายุ

- ต่ำกว่า 20 ปี
 20–30 ปี
 31–40 ปี
 41–50 ปี
 51 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

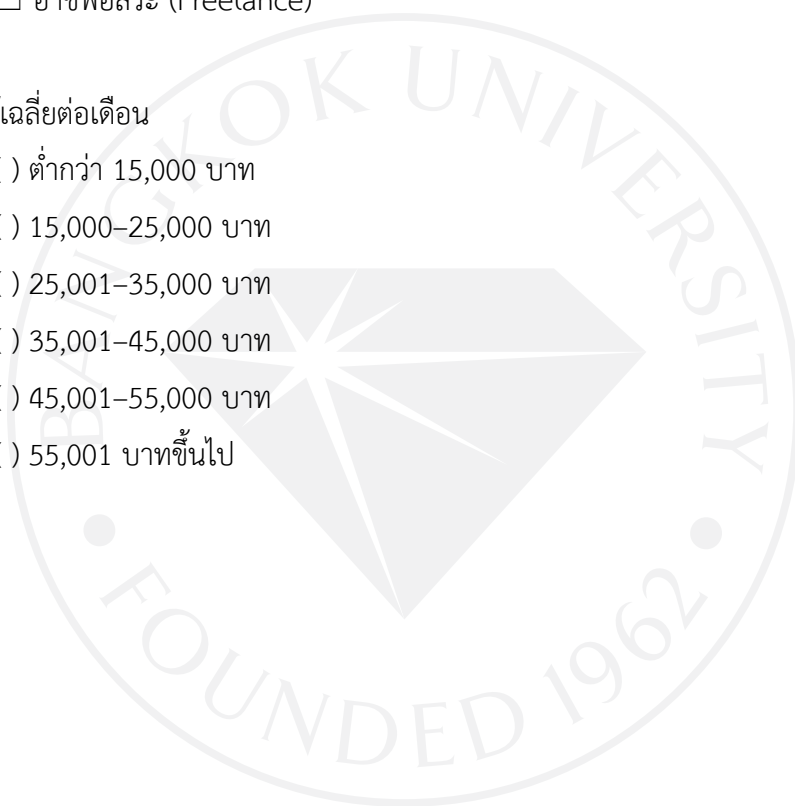
- ต่ำกว่าปริญญาตรี
 ปริญญาตรี
 สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- นักเรียน/ นักศึกษา
- รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ
- พนักงานเอกชน
- รับจ้าง
- ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว
- อาชีพอิสระ (Freelance)

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- () ต่ำกว่า 15,000 บาท
- () 15,000–25,000 บาท
- () 25,001–35,000 บาท
- () 35,001–45,000 บาท
- () 45,001–55,000 บาท
- () 55,001 บาทขึ้นไป



ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับไมโครพลาสติก

ท่านเคยได้รับฟังข้อมูลเกี่ยวกับ ไมโครพลาสติกจากสื่อเหล่านี้ มากน้อยเพียงไร	ระดับการเปิดรับ					
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย เลย
2.1 โทรทัศน์						
2.2 วิทยุกระจายเสียงและพอดแคสต์						
2.3 โปสเตอร์						
2.4 โบว์ชัวร์หรือแผ่นพับ						
2.5 ฟังปากต่อปาก						
2.6 เว็บไซต์						
2.7 เฟซบุ๊ก						
2.8 ทวิตเตอร์						
2.9 อินสตาแกรม						
2.10 ไลน์						

ส่วนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติก

ความรู้เกี่ยวกับไมโครพลาสติก	ใช่	ไม่ใช่
แหล่งกำเนิด		
3.1 ไมโครพลาสติกอยู่ในทะเลและปนเปื้อนในอาหารทะเล		
3.2 แหล่งกำเนิดของไมโครพลาสติกมาจากชิ้นส่วนพลาสติกชนิดต่าง ๆ		
3.3 ของใช้ส่วนตัว เช่น ผลิตภัณฑ์ยาสีฟัน ผลิตภัณฑ์ขัดผิว คือแหล่งกำเนิดของไมโครพลาสติก		
3.4 ท่านทราบว่าไมโครพลาสติกเกิดจากการแตกตัวของพลาสติกขนาดเล็กและไหลลงสู่ม่าน้ำ ทะเล		
การปนเปื้อน		
3.5 ในอาหารทะเลมีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติก		
3.6 ในอาหารทะเล “แปรรูป” เช่น กุ้งแห้ง ปลาหวาน ปลาหมึกสามรส มีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติก		
3.7 การปนเปื้อนไมโครพลาสติกในทะเลมีผลกระทบต่อสุขภาพของท่าน		
3.8 อาหารทะเลในตลาดสดมีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติกมากกว่าอาหารทะเลในซูเปอร์มาร์เก็ต		
3.9 อาหารทะเลที่ใช้บรรจุภัณฑ์แบบพลาสติกจะมีสารปนเปื้อนไมโครพลาสติก		
3.10 การลดใช้พลาสติกจะช่วยลดการปนเปื้อนในอาหารทะเลได้		
การลดปริมาณไมโครพลาสติก		
3.11 การปนเปื้อนไมโครพลาสติกในอาหารทะเลเกิดจากพฤติกรรมการใช้พลาสติก		
3.12 การหลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของเม็ดสครับและกิลิตเตอร์ในเครื่องสำอางสามารถลดการเกิดไมโครพลาสติกได้		

ส่วนที่ 4 ทศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติก

ทศนคติเกี่ยวกับไมโครพลาสติก	ระดับทศนคติ				
	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็น ด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด
4.1 การที่ท่านทราบว่าไมโครพลาสติกมีการปนเปื้อนในอาหารทะเล “ดิบ” ทำให้ท่านมีความกังวลในการบริโภค					
4.2 การที่ท่านทราบว่าไมโครพลาสติกมีการปนเปื้อนในอาหารทะเล “แปรรูป” ทำให้ท่านมีความกังวลในการบริโภคอาหารทะเล					
4.3 ท่านคิดว่าอาหารทะเลในตลาดสดมีการปนเปื้อนไมโครพลาสติก					
4.4 ท่านคิดว่าอาหารทะเล “ดิบ” ที่มีตราสินค้าจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าและร้านสะดวกซื้อจะมีมาตรฐาน ทำให้มีไมโครพลาสติกปนเปื้อนน้อย					
4.5 ท่านคิดว่าอาหารทะเล “แปรรูป” ที่มีตราสินค้าจะปลอดภัยจากไมโครพลาสติก					

ส่วนที่ 5 พฤติกรรม

การที่ท่านมีความรู้เรื่องไมโครพลาสติกปนเปื้อน ทำให้ท่านมีพฤติกรรมต่อไปนี้ มากน้อยเพียงไร	ระดับพฤติกรรม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
พฤติกรรมการใช้พลาสติก					
5.1 ท่านใช้พลาสติกในชีวิตประจำวันน้อยลง					
5.2 ท่านหลีกเลี่ยงการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง					
5.3 ท่านหลีกเลี่ยงการรับถุงพลาสติกจากร้านค้า					
5.4 ท่านหลีกเลี่ยงการซื้ออาหารทะเลที่บรรจุถุงพลาสติก					
5.5 ท่านหลีกเลี่ยงการซื้ออาหารทะเลที่บรรจุกล่องโฟม					
พฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเล					
5.6 การรับประทานอาหารทะเลดิบ					
5.7 การรับประทานอาหารทะเลปรุงสุก					
5.8 การเลือกซื้ออาหารทะเลสดจากตลาด					
5.9 การเลือกซื้ออาหารทะเลแช่แข็งจากซูเปอร์มาร์เก็ต					
5.10 การเลือกซื้ออาหารทะเลจากร้านค้าออนไลน์					
5.11 การเลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูป					
5.12 การหลีกเลี่ยงการทานอาหารทะเลเพราะกังวลเรื่องไมโครพลาสติก					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	ณัฐกานต์ มุลประเสริฐ
อีเมล	natthakarn.moonprasert@gmail.com
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2561 ปริญญาตรี วิทยาลัยนเทศศาสตร์ สาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ มหาวิทยาลัยรังสิต
ประสบการณ์การทำงาน	พ.ศ. 2562 เจ้าหน้าที่เวชניתศน์ (สื่อทางการแพทย์) โรงพยาบาลวิการามแหลมฉบัง



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิสารนิพนธ์

วันที่ 21 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2563

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว)..... ภูวนันต์ ภูประเสริฐ..... อยู่บ้านเลขที่ 101/49
ซอย..... ถนน..... ตำบล/แขวง..... เสม็ด.....
อำเภอ/เขต..... เมือง..... จังหวัด..... ชลบุรี..... รหัสไปรษณีย์ 20000
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว..... 7620300843.....

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร..... นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต..... สาขาวิชา..... การสื่อสารเชิงกลยุทธ์..... คณะ..... นิเทศศาสตร์.....

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 9/1 หมู่ 5 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์

หัวข้อ..... การเปิดรับสื่อความรู้และทัศนคติต่อไมโครพลาสติกปนเปื้อนและพฤติกรรมกรซื้ออาหารทะเลของ
ผู้บริโภคชาวไทย.....

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร..... นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต..... ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลา ในการนำสารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งานให้ประโยชน์ในสารนิพนธ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิมีวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้
อนุญาตให้ใช้สิทธิ เพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในสารนิพนธ์ ของผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
ตลอดไป โดยข้าพเจ้าในฐานะผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทำการจัดเก็บ
รวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวของข้าพเจ้าได้

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาลิขสิทธิ์ในสารนิพนธ์ ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอม รับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้ สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาที่สร้างขึ้นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้ต่อหน้าพยานเป็นสำคัญ และเก็บไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ _____ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ

(นางสาวณัฐกานต์ มุลประเสริฐ)

ลงชื่อ _____ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(ดร.อภิญญา จุลพิสิฐ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ _____ พยาน

(รองศาสตราจารย์ ดร.รัตนสุตา ปุณณะหิตานนท์)

ผู้อำนวยการหลักสูตร/ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลงชื่อ _____ พยาน

(อาจารย์วิรัตน์ รัตตากร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย