

## ความรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อผักพื้นบ้านในจังหวัดขอนแก่น

กนกวรรณ ชันธุ์เครือ\* และ ปรีชาติ แสงคำเฉลียง

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์การเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40002

### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อผักพื้นบ้านในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น และ ศึกษาการเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับผักพื้นบ้านระหว่างกลุ่มผู้บริโภค โดย การศึกษาวิจัยครั้งนี้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผักพื้นบ้านในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างดังนี้ กลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจาก ตลาดสดบ้านโนนม่วงและตลาดสดบ้านม่วง จำนวน 200 คน และ กลุ่มผู้บริโภคจากงานเกษตรภาคอีสานจังหวัดขอนแก่นประจำปี 2560 จำนวน 200 คน ระหว่างเดือนธันวาคม 2559 –มกราคม 2560 โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล แล้วทำการวิเคราะห์ ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติ การทดสอบค่าทีหรือการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคผักพื้นบ้านส่วนใหญ่มีความ รู้อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีความรู้ในระดับปานกลาง และมีความรู้ในระดับน้อย ส่วนทางด้านการศึกษาการเปรียบเทียบความรู้ เกี่ยวกับผักพื้นบ้านระหว่างกลุ่มผู้บริโภคพบว่า กลุ่มผู้บริโภคจากตลาดสดโนนม่วงและตลาดสดบ้านม่วงกับกลุ่มผู้บริโภคจากงาน เกษตรภาคอีสานมีความรู้เกี่ยวกับผักพื้นบ้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** ความรู้ ผู้บริโภค และ ผักพื้นบ้าน

\* ผู้เขียนให้ติดต่อ: E-mail: vae\_narak@hotmail.com

---

## Consumers Knowledge on Local Vegetables in Khon Kaen Province

---

Kanokwan Khunkrue<sup>\*</sup> and Parichard Sangkumchaliang

*Department of Agricultural Economics, Faculty of Agriculture, Khon Kaen University,  
Khon Kaen, 40002, Thailand*

### Abstract

The purpose of this study was to study consumers' knowledge towards local vegetables in Khon Kaen province. The data collected from 400 respondents through a questionnaire. The availability of local vegetable in fresh market and Khon Kaen agricultural fair were confirmed. The data obtained from the survey were analyzed using descriptive statistic and t-test. The results indicated that 90.70% of consumers have high knowledge of local vegetable, 9.00% and 0.30% of consumer have moderate level and low level, respectively. Moreover, The difference kind of market place. Compared between fresh market and Khon Kaen agricultural fair have effect to knowledge of local vegetable.

**Keywords:** Knowledge, Consumer and Local vegetables

---

\* Corresponding author: E-mail: vae\_narak@hotmail.com

ประเทศไทยมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติค่อนข้างมาก เนื่องจากมีลักษณะภูมิประเทศที่เป็นภูเขาสูง ที่ราบลุ่ม และที่ราบสูง ประกอบกับตั้งอยู่ใกล้เส้นศูนย์สูตร ทำให้ภูมิอากาศในประเทศไทยมีลักษณะเป็นแบบร้อนชื้น จึงเหมาะแก่การเจริญเติบโตของพืชหลากหลายชนิด โดยเฉพาะพืชพรรณที่มีคุณค่าและหาได้ง่ายในท้องถิ่นไทย เช่น ผักพื้นบ้าน (Pisantiwatthana, 2013) ผักพื้นบ้าน คือพรรณไม้พื้นเมืองหรือพื้นบ้านที่ชาวบ้านนำมารับประทาน ตามวัฒนธรรมประเพณีการบริโภคของแต่ละท้องถิ่น ซึ่งจะได้มาจากสถานที่ในธรรมชาติ เช่น สวน คลอง บึง ไร่ นา หรือเป็นพืชพรรณที่นำมาปลูกไว้ใกล้บ้าน เพื่อสะดวกในการนำมาบริโภค ซึ่งอาจมีชื่อเฉพาะตามท้องถิ่น นำไปประกอบอาหารตามท้องถิ่น (Chunpayoun, 1998)

เนื่องจากสภาพความเป็นอยู่ที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน ที่มีความเจริญมากขึ้น จึงทำให้พื้นที่ป่าและแหล่งน้ำถูกทำลายเพื่อการพัฒนาเป็นที่อยู่อาศัย ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลทำให้พืชผักพื้นบ้านมีปริมาณน้อยลง และผักพื้นบ้านบางชนิดได้เลือนหายไปตามกาลเวลาเป็นสาเหตุที่ทำให้เด็กรุ่นใหม่ในปัจจุบันมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับผักพื้นบ้านลดน้อยลงแต่กลับสวนทางกับความต้องการในปัจจุบันซึ่งตลาดผักพื้นบ้านภายในประเทศอาจจะมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น เนื่องมาจากผู้บริโภคหันมาเอาใจใส่สุขภาพ

ผลจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทำให้เกิดผลกระทบต่อประชาชนหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาด้านสุขภาพ เช่น ทำให้เกิดโรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง และโรคอ้วน ซึ่งเกิดจากภาวะโภชนาการเกินอันเนื่องมาจากการบริโภคอาหารที่ไม่ถูกต้องเหมาะสม เป็นต้น ประชาชนทั่วไปจึงหันกลับมาหาธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยในส่วนของ การบริโภคผักพื้นบ้านนั้นสามารถลดรายจ่ายและรักษาสุขภาพของผู้บริโภคได้ เนื่องจากผักพื้นบ้านส่วนใหญ่ปราศจากสารเคมีกำจัดศัตรูพืช เพราะผักพื้นบ้านส่วนใหญ่เกิดเองตามธรรมชาติ ค่อนข้างแข็งแรงและทนทานต่อแมลง และโรคพืช ดังนั้นการบริโภคผักพื้นบ้านจึงลดโอกาสที่

ร่างกายจะสัมผัสและบริโภคสารเคมีต่างๆ ทำให้เกิดความปลอดภัยในการบริโภค ผักพื้นบ้านจึงเหมาะสำหรับผู้รักสุขภาพ (Chidchanok, 2005) ซึ่งจากการสำรวจการวางขายของผักพื้นบ้านในตลาดสดตามภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทยในปัจจุบัน พบว่า ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีผักพื้นบ้านจำนวน 130 ชนิด ภาคเหนือ 120 ชนิด และภาคใต้ 158 ชนิด โดยปริมาณและชนิดนั้นจะเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาลและท้องถิ่นของแต่ละภูมิภาค (Aekkapong, 2008) ในส่วนของเกษตรกรผู้ปลูกผักพื้นบ้าน มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เนื่องจากผักบางชนิดมีผลตอบแทนที่ค่อนข้างสูง เช่น เกษตรกรตำบลปลายนา อำเภอศรีประจัน จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งแต่เดิมประกอบอาชีพทำนา ได้เปลี่ยนมาปลูกขจรในพื้นที่ 1 ไร่ สามารถสร้างรายได้สูงถึงวันละ 2,000 - 3,000 บาท หรือเกษตรกรที่บ้านบางชัน อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี ได้หันมาปลูกผักก้นจ่องหรือตาลปัตรฤๅษี ในที่นา จำนวน 1 ไร่ สามารถเพิ่มรายได้ ทำให้มีรายรับโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 11,250 - 12,150 บาทต่อเดือน (Matichon, 2017) ดังนั้นในปัจจุบันเกษตรกรหลายรายจึงได้หันมาพัฒนาการเพาะปลูกผักพื้นบ้านในเชิงพาณิชย์มากขึ้น ประกอบกับหน่วยงานภาครัฐได้มีการส่งเสริมให้เพาะปลูกอย่างแพร่หลาย ในอนาคตผักพื้นบ้านจึงอาจพัฒนาไปเป็นพืชเศรษฐกิจได้

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะการศึกษาความรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อผักพื้นบ้านในจังหวัดขอนแก่น โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสอบถามประชาชนที่บริโภคผักพื้นบ้านในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ทั้งนี้เนื่องมาจากจังหวัดขอนแก่นมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม มีลักษณะทางเศรษฐกิจที่ดี ซึ่งเกิดจากความได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์ การเป็นศูนย์กลางการขนส่งของภาคอีสาน และตั้งอยู่ในเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจแนวตะวันออก-ตะวันตก (East-West Economic Corridor; EWEC) และเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจแนวเหนือ-ใต้ (North-South Economic Corridor; NSEC) ทั้งนี้เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนทั่วไปทราบถึงคุณประโยชน์ของผักพื้นบ้านในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย เพื่อเป็นทางเลือกในการผลิตและบริโภคผักพื้นบ้านต่อไปซึ่งงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาระดับความรู้ของผู้บริโภคผักพื้นบ้านในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับผักพื้นบ้านระหว่างกลุ่มผู้บริโภค

วิธีดำเนินการวิจัย

**1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

งานวิจัยครั้งนี้ศึกษากลุ่มประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งไม่ทราบจำนวนของประชากรที่แน่นอน จึงใช้วิธีการคำนวณตัวอย่างจากสูตรที่ไม่ทราบจำนวนของประชากรที่แน่นอน (Sinjaru, 2014)

สูตร 
$$n = \frac{P(1-P) Z^2}{e^2}$$

เมื่อ n = จำนวนตัวอย่าง  
 P = สัดส่วนประชากร (0.50)  
 e = ค่าความคลาดเคลื่อน (0.05)  
 Z = ค่าระดับความเชื่อมั่น (กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95%=1.96)

แทนค่า 
$$n = \frac{(0.50)(1-0.50)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

n = 384.16

**2. การสุ่มตัวอย่าง**

งานวิจัยครั้งนี้จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience sampling) ซึ่งเป็นการเลือกตัวอย่างเพื่อให้ได้จำนวนตามต้องการโดยใช้หลักการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (non-probability sample) โดยกลุ่มตัวอย่างถูกแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริโภคจากตลาดสด 200 ตัวอย่าง ซึ่งสถานที่การเก็บตัวอย่างได้แก่ ตลาดสดบ้านโนนม่วงและตลาดสดบ้านม่วง และกลุ่มผู้บริโภคจากงานเกษตรภาคอีสาน จำนวน 200 ตัวอย่าง

**3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น โดยทำการรวบรวม

ข้อมูลจากทฤษฎี แนวคิด และได้นำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาปรับใช้ให้เข้ากับงานวิจัยนี้

**4. การเก็บรวบรวมข้อมูล**

1) การศึกษาโดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้า ศึกษา รวบรวม เช่น บทความ วิทยานิพนธ์ งานวิจัย รายงาน เอกสารของหน่วยงานต่างๆทั้งของภาครัฐและเอกชน สืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับความรู้ของผู้บริโภคต่อผักพื้นบ้าน

2) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งได้จากการแบบสอบถามที่ตอบโดยกลุ่มตัวอย่างในเรื่องความรู้ของผู้บริโภคต่อผักพื้นบ้านของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นดังนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างมาแล้วทำการประมวลผลและแปลความหมายด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

**5. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล**

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) เวอร์ชัน 17.0 ในการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล ดังนี้

1) การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และปัญหาสุขภาพ โดยการหาค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ส่วนที่ 2 ความรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับผักพื้นบ้าน โดยการหาค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย) เพื่อแบ่งระดับความรู้

2) การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ด้วย การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม ด้วยสถิติ t-test (Independent Samples t-test)

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{S_p^2 \left( \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}} \quad df = n_1 + n_2 - 2$$

เมื่อ

$$S_p^2 = \frac{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2}{n_1 + n_2 - 2}$$

**ผลและวิจารณ์ผลการวิจัย**

**1. ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค**

ผู้บริโภคในตลาดสดบ้านโนนม่วง จำนวน 100 คน ผู้บริโภคในตลาดสดบ้านม่วง จำนวน 100 คน กับผู้บริโภคจากงานเกษตรภาคอีสาน จำนวน 200 คน ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคมี ดังนี้ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.75 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.50 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 55.25 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 42.50 ด้านอาชีพ พบว่าเป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 38.25 มีอาชีพ/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 26.50 มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.50 และพบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่มีปัญหา ด้านสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 59.25 และมีปัญหาสุขภาพ (เช่น เบาหวาน ความดัน เป็นต้น) คิดเป็นร้อยละ 40.75

**2. ความรู้เกี่ยวกับผักพื้นบ้านของผู้บริโภค**

การทดสอบความรู้เบื้องต้นของผู้บริโภคเกี่ยวกับผักพื้นบ้าน มีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ “ใช่ และ ไม่ใช่” (Dichotomous question) จำนวน 10 ข้อ ซึ่งจะให้ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงคำตอบเดียวเท่านั้น ผล การศึกษาพบว่า จากจำนวนผู้บริโภคทั้งสิ้น 400 คน มี ผู้บริโภคที่ไม่รู้จักผักพื้นบ้าน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 เมื่อพิจารณาความรู้เป็นรายข้อพบว่า มีรายละเอียด ดังนี้ ความรู้เบื้องต้นของผู้บริโภคเกี่ยวกับผักพื้นบ้าน ผล การศึกษาพบว่า ข้อคำถามที่มีผู้ตอบถูกมากที่สุด คือ “ข้อที่ 4 ผักพื้นบ้านเป็นผักที่ทำได้ง่ายในท้องถิ่น” จำนวน 382 คน คิดเป็นร้อยละ 98.20 รองลงมาคือ “ข้อที่ 7 ใบยอ ยอด กระถินเป็นผักพื้นบ้าน” จำนวน 375 คน คิดเป็นร้อยละ

96.40 และ “ข้อที่ 1 ผักพื้นบ้าน คือ ผักที่เกิดตามแหล่ง ธรรมชาติจากสวน ไร่ นา และข้อที่ 6 ผักพื้นบ้านสามารถ พัฒนาไปเป็นผักเศรษฐกิจได้” เท่ากัน จำนวน 370 คน คิด เป็นร้อยละ 95.12 ตามลำดับ ส่วนข้อคำถามที่มีผู้ตอบผิด มากที่สุด คือ “ข้อที่ 3 ผักพื้นบ้านบางชนิดสามารถเป็นพืช ตัดแต่งพันธุกรรมได้ (GMO)” จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 57.07 รองลงมาคือ “ข้อที่ 5 ผักคะน้า กวางตุ้ง ไม่ถือว่าเป็น ผักพื้นบ้าน” จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 และ “ข้อที่ 8 ดอกโสน ใบย่านาง ไม่เป็นผักพื้นบ้าน” จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 34.19 ตามลำดับ (Table 1)

จากผลการศึกษาดังกล่าว อาจเป็นผลสืบ เนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคที่บริโภคผักพื้นบ้าน เป็นประจำและมีการบริโภคผักพื้นบ้านชนิดเดิมๆ ซ้ำๆ อยู่ แล้ว จึงทำให้มีความรู้ความเข้าใจในชนิดและลักษณะของผัก พื้นบ้านที่บริโภคอยู่เป็นอย่างดี เหตุผลสำคัญอีกประการ หนึ่งคือ ผู้บริโภคผักพื้นบ้านดังกล่าวได้รับการปลูกฝังและ ถ่ายทอดวัฒนธรรมการบริโภคผักพื้นบ้านมาจากผู้เฒ่าผู้แก่ ในชุมชนหรือบุคคลในครอบครัว ซึ่งเป็นวิถีชีวิตของคนภาค อีสานที่สืบทอดกันมา ทำให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับผักพื้นบ้าน

**3. ระดับความรู้เกี่ยวกับผักพื้นบ้านของผู้บริโภค**

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ใน ระดับมาก จำนวน 353 คน คิดเป็นร้อยละ 90.70 รองลงมา คือ มีความรู้อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 35 คน คิดเป็น ร้อยละ 9.00 และมีความรู้อยู่ในระดับน้อย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 ตามลำดับ (Table 2) จากผลการศึกษา นี้ อาจมีเหตุผลเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การติดต่อสื่อสาร ทำให้ผู้บริโภคในปัจจุบันสามารถเข้าถึง ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ประกอบกับกระแสนิยมการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ทำให้ผักพื้นบ้านซึ่งส่วนใหญ่ถือเป็นผักปลอดภัยหรือผัก อินทรีย์ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคในการค้นคว้าหาข้อมูล เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจเลือกบริโภค ทั้งนี้ ในปี 2559 ธุรกิจด้านเกษตรอินทรีย์ของไทยได้มีการขยายตัว อย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2558 มีการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 21.00 และมีการขยายตัวในกลุ่มพืชผสมผสานถึงร้อยละ 18.70

**Table 1** Basic knowledge of consumers about local vegetables

Question	Answer			
	True	Percentage	False	Percentage
1. Local vegetable is easy to find in local	382	98.20	7	1.80
2. Great morinda and Horse tamarind is local vegetable	375	96.40	14	3.60
3. Local vegetable born in natural resource	370	95.12	19	4.88
4. Local vegetable can develop commercial vegetable	370	95.12	19	4.88
5. Spinach and Paco Fern is local vegetable	369	94.86	20	5.14
6. Vietnamese coriander, Water clover and Finger grass is local vegetable	369	94.86	20	5.14
7. Spring onion and Chinese Kale is local vegetable	288	74.04	101	25.96
8. Sesbania flower and Bamboo grass isn't local vegetable	256	65.81	133	34.19
9. Chinese Kale and bog choy isn't local vegetable	212	54.50	177	45.50
10. Some local vegetable is GMO	167	42.93	222	57.07

**Table 2** Levels of consumers knowledge and to study population

Level of Knowledge	Population	Percentage
1. Low	1	0.30
2. Middle	35	9.00
3. High	353	90.70
<b>Total</b>	<b>389</b>	<b>100.00</b>

\*11 population did not know about local vegetables

**4. การเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับผักพื้นบ้านระหว่างกลุ่มผู้บริโภค**

จาก Table 3 แสดงถึงการเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับผักพื้นบ้านระหว่างกลุ่มผู้บริโภคจากตลาดสดบ้านโนนม่วงและตลาดสดบ้านม่วงกับกลุ่มผู้บริโภคจากงานเกษตรภาคอีสาน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้บริโภคจากตลาดสดโนนม่วงและตลาดสดบ้านม่วงกับกลุ่มผู้บริโภคจากงานเกษตรภาคอีสานมีความรู้เกี่ยวกับผักพื้นบ้านแตกต่างกัน (t = 2.463 และ p-value = 0.014) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**Table 3** Comparison of knowledge about local vegetables between consumers

Sample	n	Mean (Score)	S.D.	t	p-value
Fresh Market	196	8.27	1.21	2.463	0.014*
Agriculture Fair	193	7.96	1.24		

\*Significant difference 0.05 (t = 2.463 and p-value = 0.014)

ทั้งนี้อาจมีเหตุผลเนื่องมาจากผู้บริโภคจากตลาดสดมีการบริโภคเป็นประจำ และอาจได้รับการถ่ายทอดความรู้และ/หรือแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากพ่อค้าแม่ค้าที่ขายผักพื้นบ้าน จึงทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผักพื้นบ้านสูงกว่าผู้บริโภคที่มาเที่ยวชมงานวันเกษตรภาคอีสาน เหตุผลอีกประการหนึ่งคือ เมื่อพิจารณาด้านอายุของผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคจากกลุ่มตลาดสดมีอายุเฉลี่ยสูงกว่าผู้บริโภคที่มาเที่ยวชมงานวันเกษตรภาคอีสาน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงประสบการณ์และความรู้เกี่ยวกับผักพื้นบ้านที่ได้มีการสั่งสมมาเป็นเวลานาน

**สรุปผลการวิจัย**

จากการศึกษาพบว่า ข้อคำถามที่มีผู้ตอบถูกมากที่สุด คือ “ข้อที่ 4 ผักพื้นบ้านสามารถพัฒนาไปเป็นผักเศรษฐกิจได้” (ร้อยละ 98.20) รองลงมาคือ “ข้อที่ 7 ใบบอ

ยอดกระถินเป็นผักพื้นบ้าน” และ “ข้อที่ 1 ผักพื้นบ้าน คือ ผักที่เกิดตามแหล่งธรรมชาติจากสวน ไร่ นา และข้อที่ 6 ผักพื้นบ้านสามารถพัฒนาไปเป็นผักเศรษฐกิจ (ร้อยละ 95.12) ตามลำดับ ส่วนข้อคำถามที่มีผู้ตอบผิดมากที่สุด คือ “ข้อที่ 3 ผักพื้นบ้านบางชนิดสามารถเป็นพืชตัดแต่งพันธุกรรมได้ (GMO)” (ร้อยละ 57.07) รองลงมาคือ “ข้อที่ 5 ผักคะน้า กวางตุ้ง ไม่ถือว่าเป็นผักพื้นบ้าน” (ร้อยละ 45.50) และ “ข้อที่ 8 ดอกโสน ใบย่านาง ไม่เป็นผักพื้นบ้าน” (ร้อยละ 34.19) ตามลำดับ (Table 1)

จากผลการวิจัยพบว่าระดับความรู้ของ ผู้บริโภคผักพื้นบ้านส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 90.70) รองลงมาคือ มีความรู้ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 9.00) และมีความรู้ในระดับน้อย (ร้อยละ 0.30) ตามลำดับ ทั้งนี้เมื่อทำการเปรียบเทียบความรู้ของกลุ่มผู้บริโภคผักพื้นบ้าน พบว่า กลุ่มผู้บริโภคจากตลาดสดบ้านโนนม่วงและตลาดสดบ้านม่วงกับกลุ่มผู้บริโภคที่มาเที่ยวชมงานเกษตรภาคอีสานมีความรู้เกี่ยวกับผักพื้นบ้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ข้อเสนอแนะ**

1. ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ายังมีผู้บริโภคอีกจำนวนหนึ่งที่ยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับผักพื้นบ้าน เช่น ผักพื้นบ้านคืออะไร

ผักชนิดใดคือผักพื้นบ้าน ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรมีการส่งเสริมให้ความรู้เพิ่มเติมแก่ผู้บริโภคเหล่านี้ เช่น การอบรมเกี่ยวกับความรู้การบริโภคผักพื้นบ้านด้านต่างๆ เช่น ด้านสรรพคุณทางยา ด้านคุณค่าทางโภชนาการ เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง และเป็นช่องทางในการส่งเสริมให้ประชาชนหันมาทำการปลูกและบริโภคผักพื้นบ้านมากขึ้น

2. เนื่องจากผู้บริโภคมีกระแสนิยมบริโภคผักพื้นบ้านเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรดำเนินการฟื้นฟูและอนุรักษ์ชนิดของผักพื้นบ้านประจำท้องถิ่นไว้ ซึ่งอาจดำเนินการในรูปแบบการส่งเสริมการปลูกโดยการผลิตและแจกจ่ายเมล็ดพันธุ์ หรือการสร้างตลาดผักพื้นบ้านให้แก่เกษตรกรที่สนใจเข้าร่วมโครงการ

**กิตติกรรมประกาศ**

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร. ปรีชาติ แสงคำเฉลียง อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ และ ดร. เยาวรัตน์ ศรีวรานันท์ ที่ได้กรุณาให้แนวคิดและแนะนำแนวทางการศึกษาพร้อมทั้งคำแนะนำทางด้านอื่นๆ ขอขอบพระคุณผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น สำหรับความร่วมมือในการให้ สัมภาษณ์แก่ผู้วิจัยเป็นอย่างดี

**References**

Chidchanok. 2005. Thai Local Vegetables Herbal anti-disease. Pailin Book. Bangkok.160 pp. (in Thai)  
 Chunpayoun, M. 1998. Vegetable. Thaitouch. Bangkok.164 pp. (in Thai)  
 Sinjaru, T. 2014. Statistical research and analysis with SPSS and AMOS. 15<sup>th</sup> edition.SR Printing Math Produce. Bangkok. 570 pp. (in Thai)  
 Aekkapong, B. 2008. Potential of local commercial vegetables production in Ubon Ratchathani Province. Bangkok. (in Thai)  
 Pisantiwatthana, Y. 2013 .Local vegetable: The Wisdom and Heritage of the Thais Missed, Documentary of the Seminar and National Vegetable Garden in the Thai Way, Bureau of Agricultural Museum and Culture, Kasetsart University. Bangkok. (in Thai)  
 Matichon. 2017. Local vegetable [online]. [Accessed January 2, 2017]. Available from: URL: <http://matichon.co.th>.