

นพดล แสงศิริบรรพต. 2548. การศึกษาการจำหน่ายผักตลาดชุมชนบ้านคำไฮ ตำบลบ้านเปิด  
อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น กรณีศึกษา : ในช่วงเดือนธันวาคม 2547 ถึงเดือน  
กุมภาพันธ์ 2548. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการคุ้มครอง  
ผู้บริโภคด้านสุขภาพ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น. [ISBN 974-284-023-7]  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผศ.ดร.ศรีสมพร ปรีเปรม, ผศ.ดร.สุพัตรา ชาติบัญชาชัย

## บทคัดย่อ

170827

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจ ชนิด แหล่งที่มา ปริมาณซื้อ ราคาซื้อ ราคาจำหน่าย  
พืชผักทั่วไปและพืชผักพื้นบ้านของผู้จำหน่ายพืชผักในตลาดบ้านคำไฮ ตำบลบ้านเปิด อำเภอเมือง  
จังหวัดขอนแก่น และเพื่อสำรวจชนิด แหล่งที่มา ปริมาณซื้อ ราคาซื้อพืชผักทั่วไปและพืชผัก  
พื้นบ้านของผู้จำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จในตลาดบ้านคำไฮ ตำบลบ้านเปิด อำเภอเมือง จังหวัด  
ขอนแก่น พร้อมทั้งศึกษาเปรียบเทียบความต้องการพืชผักทั่วไป พืชผักพื้นบ้านของผู้จำหน่าย  
พืชผักและผู้จำหน่ายอาหารปรุงจากพืชผัก

การศึกษาใช้กลุ่มผู้จำหน่ายพืชผักทั่วไปและพืชผักพื้นบ้านทุกรายที่จำหน่ายในตลาด  
บ้านคำไฮ จำนวน 34 ราย และผู้จำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จจากพืชผักทั่วไปและพืชผักพื้น  
บ้าน จำนวน 35 ราย รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 69 ราย เป็นการศึกษา เก็บข้อมูลในช่วงเดือน  
มกราคม 2548 ทั้งสิ้น 21 วัน โดยแบ่งการเก็บข้อมูลเป็น 3 สัปดาห์ คือ สัปดาห์ที่ 1  
(ต้นเดือน) สัปดาห์ที่ 2 (กลางเดือน) สัปดาห์ที่ 3 (ปลายเดือน) การเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถาม  
แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย

จากการสำรวจข้อมูลของชนิดของพืชผักทั่วไปและพืชผักพื้นบ้านที่ผู้จำหน่ายพืชผัก นำมา  
จำหน่ายในตลาดมี 28 ชนิด และ 60 ชนิด ตามลำดับ และมีพืชผักทั่วไปและพืชผักพื้นบ้านที่  
ผู้ปรุงอาหารสำเร็จนำมาปรุงอาหาร 28 ชนิด และ 47 ชนิด ตามลำดับแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังมี  
ต้องการบริโภคผักพื้นบ้านและมีผักพื้นบ้านจำหน่ายหลากหลายชนิดในตลาดบ้านคำไฮ

จากการสำรวจข้อมูลแหล่งที่มาของพืชผักทั่วไปและพืชผักพื้นบ้าน ผู้จำหน่ายพืชผักนิยม  
ไปซื้อผักจากตลาดศรีเมืองทอง เหตุผลเพราะพืชผักราคาถูก ในส่วนของผู้จำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จ  
จากพืชผักจะนิยมไปซื้อพืชผักจากตลาดบางลำภู เหตุผลเพราะเดินทางใกล้ไปมาสะดวก

จากการสำรวจข้อมูลปริมาณการซื้อพืชผักทั่วไป และพืชผักพื้นบ้านของผู้จำหน่าย พืชผัก  
พบว่า ปริมาณการซื้อพืชผักเพื่อนำมาจำหน่ายทั้งสิ้น 21 วัน มีปริมาณการซื้อสูงสุดในสัปดาห์  
ที่ 1 (ต้นเดือน) ทั้งพืชผักทั่วไปและพืชผักพื้นบ้าน มีปริมาณการซื้อจำนวน 9,184 กิโลกรัม และ

2,445 กิโลกรัม ตามลำดับ เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเทศกาลปีใหม่มีมาก ทำให้ปริมาณการซื้อขายพืชผักสูงตามไปด้วย ในส่วนผู้ปรุงอาหารสำเร็จจากพืชผัก พบว่า ปริมาณการซื้อขายพืชผักเพื่อนำมาปรุงอาหารสำเร็จจำหน่ายทั้งสิ้น 21 วัน มีปริมาณการซื้อขายจะสูงสุดในสัปดาห์ที่ 3 (ปลายเดือน) และ 2 (กลางเดือน) ตามลำดับ ทั้งนี้ พืชผักทั่วไปและพืชผักพื้นบ้าน มีปริมาณการซื้อขายจำนวน 2,256 กิโลกรัม และ 2,017 กิโลกรัม ตามลำดับ เนื่องจากอาหารปรุงสำเร็จที่จำหน่ายในตลาดบ้านคำไฮมีราคาถูก และช่วงปลายเดือนเป็นช่วงที่ผู้บริโภคมีสภาพคล่องในการใช้จ่ายค่าจึงนิยมซื้ออาหารปรุงสำเร็จรับประทาน ส่งผลให้ปริมาณการซื้อขายพืชผักทั่วไปและพืชผักพื้นบ้านเพื่อนำมาปรุงอาหารสำเร็จมีปริมาณสูง

จากการศึกษาราคาของพืชผักทั่วไปและพืชผักพื้นบ้านโดยส่วนใหญ่พืชผักพื้นบ้าน มีราคาซื้อและราคาจำหน่ายสูงกว่าพืชผักทั่วไป อาจมีสาเหตุจากปัจจัยเรื่อง ฤดูกาล เนื่องจากพืชผักพื้นบ้านโดยส่วนใหญ่จะขึ้นตามฤดูกาลและมีแหล่งกำเนิดเฉพาะที่ ในขณะที่พืชผักทั่วไปโดยส่วนใหญ่จะปลูกได้ในแหล่งทั่วไปและทุกฤดูกาล

ผลจากการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ควรส่งเสริมให้ผู้บริโภคบริโภคพืชผักพื้นบ้านให้มากขึ้น เป็นการอนุรักษ์พืชผักพื้นบ้านและอาหารพื้นเมืองให้คงอยู่ รวมถึงควรมีการเฝ้าระวังโดยจัดให้มีการตรวจสอบเคมีในพืชผักจากแหล่งที่มาเหล่านี้เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคต่อไป

Nopadol Saengsiribanpot. 2005. *A Study on Vegetable Distribution in the Community Market in Ban Khamhai Tambol Banpet Amphur Muang, Khon Kaen Province, Case Study : Dcember 2004 – February 2005*. Master of Science Thesis in Health Consumer Protection, Graduate School, Khon Kaen University. [ISBN 974-284-023-7]

**Thesis Advisors :** Asst. Prof. Dr.Srisomporn Preeprame,  
Asst. Prof. Dr. Supatra Chadbunchachai

### **Abstract**

**170827**

The first objective of this research was to survey four aspects of the local and non local vegetables; types of the vegetables, their original, the cost and the market price in terms of both buying and selling. The subjects were 34 vegetable distributors at Ban Kham Hai community market, Ban Pet, Amphur Muang, Khon Kaen Province. The second objective was similar to the first one but the subjects were 35 freshly ready-made and take-away food vendors at the same market. The third one was to compare the needs of these two groups of people (69 total) on the two types of vegetables.

The survey was conducted within weeks 1, 3 and 4 of January 2005. The questionnaires were administered on site and collected after completion. The statistics used were frequency, percentages and means.

The findings from the vegetable distributors show 60 types of local vegetable but only 28 of non local ones are available in the market. However, the ones from the ready-made and take-away food vendors indicate that only 47 types of local vegetables and 28 types of non local ones are used. The results imply that the need for local vegetables is still high as there are various types of them available in the market.

Most of the vegetable distributors buy these two types of vegetables from Sri Muang Thong market because of the low price. However, the freshly ready made and take-away food vendors buy their vegetables from Bang Lumpoo market because the market is easy to access as it is in the heart of the town.

In terms of the amount of their purchases, the findings show that the vegetable distributors buy both types of vegetables mostly on the first week of the month i.e. 2,445 kilograms and 9, 184 kilograms of local vegetables and non local ones respectively. This high demand might have been influenced by the need for the New Year celebration. On the contrary, the demand of vegetables of the freshly ready-made and take-away food vendors was the highest in the third week i.e. 2,017 kilograms and 2,256 kilograms of local and non local vegetables respectively. The reason for this might have been from the low cost of the food which suits the limited budget of the buyers at the end of the month.

In terms of the market prices of the vegetables for selling and buying, most of the local vegetables are more expensive than that of the non local ones. This might have been because the local vegetables are available only for some seasons within some specific areas but the non local ones are available all the year round almost everywhere.

The findings imply that there are still a wide range of opportunities to promote our local vegetables through local food preparation and cooking to maintain our traditional and healthy way of life. In addition, the findings also assist consumer protection in terms of measurement of the level of chemicals in the vegetables in each target market.