



Research Article

Consumption Behavior of Khanom Jeen According to the Context of the Kao, Pa, Na, Lay Areas and Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province

Chantira Wongwichian¹, Jutaporn Limsuwanmanee^{1*}, Jatuporn Khongtong¹

*Culinary Science Program, Faculty of Science and Technology, Nakhon Si Thammarat
Rajabhat University, Thailand*

ABSTRACT

This study aimed to explore the consumption behavior of Khanom jeen (fermented rice noodles) across various geographical and cultural contexts in Nakhon Si Thammarat Province, specifically in the areas defined as mountain area (Kao), forest area (Pa), field area (Na), coastal area (Lay), and the Mueang district. Data were collected from 768 consumers using a structured questionnaire and analyzed using descriptive statistics and Chi-square tests. The majority of consumers were female, aged 36–45, who preferred to eat Khanom jeen at restaurants with their families during lunchtime. Most consumers selected familiar establishments and placed high importance on traditional local flavors and side vegetables (Pak Nhor), particularly fermented or cooked vegetables such as coconut milk-boiled greens and pickles, which were more popular than fresh varieties. The study found statistically significant relationships between geographical and cultural context and certain consumption behaviors, including consumption frequency, ordering methods, and consumption time of day. However, preferences for taste and restaurant selection did not significantly differ across locations. The findings highlight the strong cultural roots of Khanom jeen consumption and suggest opportunities to support local food heritage through product development, such as health-focused side vegetables sets (Pak Nhor), which gained high consumer interest. This research provides valuable insights for preserving food culture, promoting local economies, and developing products and services that align with regional lifestyles in a sustainable manner. Please read and correct proof of this abstract.

Key words: Khanom jeen, Pak Nhor, consumption behavior, food culture, Nakhon Si Thammarat

บทความวิจัย

พฤติกรรมการบริโภคขนมจีนตามบริบทพื้นที่เขา ป่า นา เล และอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จันทิรา วงศ์เขียว¹, จุฑาภรณ์ ลิ้มสุวรรณมณี^{1*}, จตุพร คงทอง¹

สาขาวิชาวิทยาการการประกอบอาหาร คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคขนมจีนตามบริบทพื้นที่ ได้แก่ พื้นที่ภูเขา (เขา) ป่าไม้ (ป่า)ทุ่งนา (นา) ทะเล (เล) และอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคขนมจีนจำนวน 768 คน ด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติไค-สแควร์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างบริบทพื้นที่กับพฤติกรรมการบริโภค พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 36–45 ปี มีลักษณะการบริโภคที่เน้นรับประทานที่ร้านกับครอบครัวในช่วงกลางวัน และนิยมเลือกร้านที่คุ้นเคยเป็นประจำ ให้ความสำคัญกับรสชาติแบบพื้นบ้านดั้งเดิม และผักเหนาะ โดยเฉพาะผักแปรรูป เช่น ผักต้ม กะทิ และผักดอง ซึ่งได้รับความนิยมสูงกว่าผักสดอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ บริบทพื้นที่มีผลต่อความถี่ในการบริโภค ลักษณะการสั่งอาหาร และช่วงเวลาการรับประทาน แต่ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการเลือกร้าน หรือความชอบในรสชาติและเครื่องเคียง งานวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่นกับพฤติกรรมการบริโภค และชี้โอกาสในการส่งเสริมวัฒนธรรมอาหารผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น ชุดผักเหนาะ เพื่อสุขภาพ ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ข้อมูลจากการศึกษานี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหาร ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก และสร้างแนวทางพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อวิถีชีวิตของชุมชนในแต่ละพื้นที่อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ขนมจีน, ผักเหนาะ, การบริโภค, วัฒนธรรมอาหาร, นครศรีธรรมราช

*Corresponding author's email: jutaporn_lim@nstru.ac.th



บทนำ

ขนมจีนเป็นอาหารดั้งเดิมที่มีมายาวนาน จนถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมด้านอาหารของชาวนครศรีธรรมราช เนื่องจากเป็นอาหารที่นิยมของทุกเพศทุกวัยและทุกเทศกาล ทั้งยังอุดมไปด้วยคุณค่าทางโภชนาการที่มีสารอาหารครบถ้วนจากเส้นขนมจีน น้ำแกงขนมจีนและผักเหนาะเครื่องเคียงที่นำมารับประทานร่วมกับขนมจีน¹ ซึ่งนอกจากจะนิยมทำกินกันเองในครัวเรือนหรือทำในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่น งานทำบุญ งานวัด งานทอดกฐิน การให้ทานไฟ เป็นต้น แล้วการจำหน่ายขนมจีนยังเป็นอีกหนึ่งอาชีพของชาวจังหวัดนครศรีธรรมราช เนื่องจากมีร้านขายขนมจีนอยู่ทั่วไปทั้งตามตลาดนัด ตลาดย้อนยุค โรงเรียน เช่น ตลาดนัดวัดท้าวโคตร ตลาดท่าม้า บริเวณศาลาประตูหก ตลาดย้อนยุคกำแพงเมืองเก่า ตลาดย้อนยุคปากพนัง เป็นต้น ซึ่งลักษณะของร้านขายขนมจีนก็จะมีตั้งแต่ร้านสำหรับขายคนในพื้นที่และลูกค้าประจำ ร้านขนมจีนพร้อมร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง และร้านขนมจีน ญแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ แบ่งร้านขนมจีนในจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็น 4 โซนตามลักษณะพื้นที่เชิงภูมิศาสตร์ในภาพรวมของจังหวัด คือ โซนเขา ป่า นา และเล (ทะเล) ของจังหวัดนครศรีธรรมราช² อันเป็นที่มาของแนวคิด "เขา ป่า นา เล" ซึ่งสะท้อนถึงลักษณะพื้นที่ที่แตกต่างกันภายในจังหวัด ได้แก่ พื้นที่แถบเทือกเขา (เขา) พื้นที่ป่า (ป่า) พื้นที่ราบลุ่มทำการเกษตร (นา) และพื้นที่ชายฝั่งทะเล (เล) ความหลากหลายทางภูมิศาสตร์ดังกล่าวนำมาซึ่งความแตกต่างทางวัตถุดิบ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมการบริโภคอาหารของประชาชนในแต่ละพื้นที่³

สำหรับขนมจีนในจังหวัดนครศรีธรรมราชหรือที่คนท้องถิ่นเรียกว่า "ขนมจีนเมืองคอน" นั้น ถือเป็นอาหารที่มีเอกลักษณ์และรสชาติแตกต่างไปจากขนมจีนในภูมิภาคอื่น⁴ ขนมจีนในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีความโดดเด่นทั้งในด้านรสชาติของน้ำยาที่มีความหลากหลาย เช่น น้ำยาป่า น้ำยากะทิ น้ำยาปู น้ำยาปลา และผักเครื่องเคียงพื้นบ้านนานาชนิดที่หาได้ตามแต่ละท้องถิ่น⁵ ซึ่งผักเหล่านี้ไม่

เพียงแต่เพิ่มรสชาติและคุณค่าทางโภชนาการ แต่ยังสะท้อนถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นในการเลือกใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่⁶ แม้ว่าขนมจีนจะเป็นอาหารที่มีชื่อเสียงในจังหวัดนครศรีธรรมราช และมีการกล่าวถึงร้านขนมจีนต่างๆ ในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราชกันอย่างแพร่หลาย^{4,7} แต่อย่างไรก็ตาม การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคขนมจีนโดยเฉพาะในบริบทของความหลากหลายทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราชตามแนวคิด เขา ป่า นา เล ยังมีอยู่อย่างจำกัด ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง แนวทางการขับเคลื่อนสวัสดิการชุมชนระดับโซนพื้นที่ เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช⁸ และเรื่อง การพัฒนาระบบแสดงสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์ เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช⁹ เป็นต้น การทำความเข้าใจถึงรูปแบบการเลือกนํ้ายาขนมจีนประเภทของผักเครื่องเคียงที่นิยมบริโภค ความถี่ในการรับประทาน โอกาสหรือเทศกาลที่เกี่ยวข้องกับการรับประทานขนมจีน รวมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกบริโภคขนมจีนในแต่ละพื้นที่ที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากจะช่วยให้เห็นภาพรวมของวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตและทรัพยากรในแต่ละพื้นที่ได้อย่างชัดเจน¹⁰ องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ในการอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมอาหารพื้นบ้านของจังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถนำไปต่อยอดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร และสร้างความตระหนักรู้ถึงคุณค่าของความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับขนมจีน นอกจากนี้ยังเป็นข้อมูลพื้นฐานสำคัญสำหรับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการวางแผนพัฒนาและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนบนฐานของวัฒนธรรมอาหารได้อย่างยั่งยืนด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการบริโภคขนมจีนในพื้นที่เขา ป่า นา เล และอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคดังกล่าว เพื่อทำความเข้าใจถึงเอกลักษณ์และความ

หลากหลายของวัฒนธรรมการบริโภคขนมจีนที่สัมพันธ์กับบริบททางภูมิศาสตร์และสังคม อันจะนำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการอนุรักษ์และพัฒนาวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นต่อไป

วัตถุประสงค์

ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคขนมจีนในพื้นที่เขา ป่า นา เล และอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

วิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ประชากรสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้เป็นผู้บริโภคที่ใช้บริการหรือรับประทานขนมจีนที่ร้านขนมจีนในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยกลุ่มตัวอย่างหรือผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย คือ ตัวแทนผู้บริโภคที่ใช้บริการหรือรับประทานขนมจีนในจังหวัดนครศรีธรรมราช แบ่งเป็น 5 พื้นที่ คือ พื้นที่ภูเขา (เขา) ประกอบไปด้วยอำเภอฉวาง อำเภอถ้ำพรรณรา อำเภอพิบูลย์ อำเภอช้างกลาง และอำเภอลานสกา พื้นที่ป่าไม้ (ป่า) ประกอบไปด้วย อำเภอทุ่งสง อำเภอทุ่งใหญ่ อำเภอบางขัน อำเภอนาบอน อำเภอร่อนพิบูลย์ และอำเภอพระพรหม พื้นที่ ทุ่งนา (นา) ประกอบไปด้วย อำเภอปากพนัง อำเภอหัวไทร อำเภอเชียรใหญ่ อำเภอชะอวด อำเภอจุฬาภรณ์ และอำเภอเฉลิมพระเกียรติ พื้นที่ทะเล (เล) ประกอบไปด้วย อำเภอท่าศาลา อำเภอสิชล อำเภอขนอม อำเภอพรหมคีรี และอำเภอนบพิตำ และพื้นที่อำเภอเมืองนครศรีธรรมราชจากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลในช่วงแรกพบว่าในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชมีร้านที่เปิดจำหน่ายขนมจีนพร้อมให้บริการผักเหนาะพื้นถิ่นแบบแปรรูปมีทั้งสิ้น 341 ร้าน แบ่งกลุ่มโดยใช้เกณฑ์ปริมาณขนมจีนที่จำหน่ายได้ต่อวันโดยจากการเก็บข้อมูลพบว่าสามารถแบ่งได้ออกเป็น 4 กลุ่ม คือ ร้านที่จำหน่ายน้อยกว่า 10 กิโลกรัมต่อวัน ร้านที่จำหน่าย 10 – 35 กิโลกรัมต่อวัน ร้านที่จำหน่าย 36 – 65 กิโลกรัมต่อวันและร้านที่จำหน่ายมากกว่า 65 กิโลกรัมต่อวัน

เนื่องจากทีมวิจัยต้องการข้อมูลด้านความหลากหลายของผักเหนาะแปรรูปซึ่งพบว่าในร้านขนมจีนที่มียอดจำหน่ายโดยเฉลี่ยต่อวันสูงนั้นจะมีความหลากหลายของผักเหนาะแปรรูปมากกว่า เมื่อพิจารณาเกี่ยวกับการกระจายตัวของสถานที่ตั้งของร้านขนมจีนในแต่ละพื้นที่ซึ่งต้องเป็นร้านขนมจีนที่มีให้บริการผักพื้นถิ่นแปรรูปที่หลากหลายทั้งที่ผู้ประกอบการผลิตเองและรับจากชุมชนในท้องถิ่นเป็นร้านที่เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภคในพื้นที่และนักท่องเที่ยว เดินทางเข้าถึงสะดวกและยินดีเข้าร่วมดำเนินกิจกรรมในโครงการได้ตลอดระยะเวลาของโครงการ ทางผู้วิจัยจึงเลือกร้านขนมจีนที่มีปริมาณการขายขนมจีนมากกว่า 36 กิโลกรัมต่อวันขึ้นไปพบว่า พื้นที่เขา จำนวน 2 ร้าน พื้นที่ป่า จำนวน 6 ร้าน พื้นที่นา จำนวน 2 ร้าน พื้นที่เล จำนวน 8 ร้าน พื้นที่เมือง จำนวน 8 ร้าน ดังนั้น จึงมีร้านขนมจีน ที่ผ่านเกณฑ์ จำนวน 26 ร้าน จากนั้นด้วยข้อกำหนดเกณฑ์ขั้นต่ำของแหล่งทุนที่สนับสนุนงานวิจัยในครั้งนี้มีความประสงค์ให้มีผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการวิจัยไม่น้อยกว่า 10 ราย ทางผู้วิจัยจึงดำเนินการแบ่งสัดส่วนร้านขนมจีนในแต่ละพื้นที่เพื่อให้ได้ตามเกณฑ์ของแหล่งทุน คือ พื้นที่เขา จำนวนขั้นต่ำ 1 ร้าน พื้นที่ป่าจำนวนขั้นต่ำ 2 ร้าน พื้นที่ป่าจำนวนขั้นต่ำ 1 ร้าน พื้นที่เลจำนวนขั้นต่ำ 3 ร้าน และพื้นที่เมืองจำนวนขั้นต่ำ 3 ร้าน เมื่อลงพื้นที่เพื่อทำวิจัยจริง เนื่องจากเป็นการวิจัยที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้ให้ข้อมูลอย่างมากทั้งจากผู้ประกอบการเอง และผู้บริโภคที่มาใช้บริการ จึงได้ร้านขนมจีนที่ยินดีเข้าร่วมโครงการไม่น้อยกว่าจำนวนขั้นต่ำที่แบ่งสัดส่วนไว้ ดังต่อไปนี้ พื้นที่เขามีผู้ประกอบการที่ยินดีเข้าร่วมโครงการ 2 ร้าน พื้นที่ปามีผู้ประกอบการที่ยินดีเข้าร่วมโครงการ 2 ร้าน พื้นที่นามีผู้ประกอบการที่ยินดีเข้าร่วมโครงการ 2 ร้าน พื้นที่เลมีผู้ประกอบการที่ยินดีเข้าร่วมโครงการ 3 ร้าน และพื้นที่เมืองมีผู้ประกอบการที่ยินดีเข้าร่วมโครงการ 2 ร้าน เมื่อสอบถามข้อมูลจำนวนผู้บริโภคที่มาใช้บริการ ณ ร้านขนมจีนทั้ง 11 ร้านพบว่ามีจำนวนทั้งสิ้น 2,750 คน คำนวณขนาดตัวอย่างด้วย



การใช้สูตรของยามาเน (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อน 5% ได้จำนวนตัวอย่างไม่น้อยกว่า 355 คน สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 768 คน ถือว่าไม่ต่ำกว่าขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้ โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย คือ ผู้บริโภคที่อายุ 18 ปีขึ้นไป สามารถให้ข้อมูลได้ด้วยตนเองและยินดีที่จะให้ข้อมูล โดยผู้วิจัยทำการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลในช่วงเดือนกันยายน พ.ศ.2565 ถึง เดือนสิงหาคม พ.ศ.2566

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและประยุกต์ใช้แบบสอบถามของงานวิจัยอื่น ซึ่งเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคขนมจีนและปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามมีทั้งหมด 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะคำถามเป็นแบบ เลือกตอบ (Check list) ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ภูมิภาค (แบ่งเป็นพื้นที่เขา ป่า นา เล อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา และ จังหวัดอื่นๆ)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคขนมจีน โดยลักษณะคำถามเป็นแบบ เลือกตอบ (Check list) โดยคำถามจะประกอบไปด้วยพฤติกรรมการบริโภคขนมจีน ความถี่ในการรับประทานขนมจีน ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการรับประทานขนมจีน ชนิดของน้ำแกง ผักเคียง ทั้งแบบสดและแบบแปรรูปที่ชอบ สิ่งที่น่าสนใจในการเลือกรับประทานขนมจีน เป็นต้น

3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

หาคุณภาพของเครื่องมือโดยการหาความตรงของเนื้อหา (Content validity) โดยการนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านตรวจสอบด้านเนื้อหาและความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ได้ค่าความตรงเชิงเนื้อหา (CVI) มากกว่า 0.80 ทั้งสองส่วน¹¹

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยดำเนินการ ดังนี้

4.1 ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนกันยายน พ.ศ.2565 ถึง เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2566

4.2 ผู้วิจัยเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม อย่างอิสระโดยใช้เวลาประมาณ 5-10 นาที และรอรับคืน แบบสอบถามทันที

4.3 ผู้วิจัยตรวจสอบความเรียบร้อยของแบบสอบถามก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปและกำหนดค่าสถิติ ที่ใช้ดังนี้ ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคขนมจีน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคขนมจีนของผู้บริโภคในบริบทพื้นที่เขา ป่า นา เล และอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้สถิติ Chi-square¹²

6. จริยธรรมการวิจัย

งานวิจัยได้ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา COA No. 024/2566

ผลการศึกษา

จากการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคขนมจีนของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 768 คน (ตารางที่ 1) พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีลักษณะการบริโภคโดยเลือกรับประทานที่ร้าน คิดเป็นร้อยละ 41.9 ซึ่งมากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มที่ระบุว่าแล้วแต่โอกาส คิดเป็นร้อยละ 37.2 ในขณะที่กลุ่มที่ส่งผ่านช่องทางออนไลน์มีเพียงร้อยละ 1.2 ซึ่งถือเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนน้อยที่สุด วิธีการเลือกรับประทานขนมจีนของผู้บริโภคส่วนใหญ่คือเลือกร้านประจำที่เคยใช้บริการอยู่แล้ว คิด

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคขนมจีนจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล (N=768)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เพศ		
ชาย	167	21.7
หญิง	601	78.3
ช่วงอายุ (ปี)		
ต่ำกว่า 20 ปี	31	4.0
21-35 ปี	173	22.5
36-45 ปี	278	36.2
46-60 ปี	233	30.3
มากกว่า 60 ปี	53	6.9
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	49	6.4
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	63	8.2
เจ้าของธุรกิจของตนเอง / อาชีพอิสระ / ผู้ประกอบการ	220	28.6
พนักงานบริษัทเอกชน	99	12.9
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	314	40.9
อื่นๆ (เช่น เกษตรกร ทำประมง เป็นต้น)	23	3.0
ภูมิลำเนา		
โซนเขา (ฉวาง ถ้ำพรรณรา พิบูน ช้างกลาง ลานสกา)	78	10.2
โซนป่า (ทุ่งสง ทุ่งใหญ่ บางขัน นาบอน ร่อนพิบูลย์ พระพรหม)	136	17.7
โซนนา (ปากพนัง หัวไทร เขียวใหญ่ ชะอวด จุฬาภรณ์เฉลิมพระเกียรติ)	91	11.8
โซนเล (ท่าศาลา สิชล ชนอม พรหมคีรี นบพิตำ)	131	17.1
โซนเล (ชุมชนเมืองนครศรีธรรมราช)	272	35.4
จังหวัดอื่น (ไม่ใช่จังหวัดนครศรีธรรมราช)	60	7.8
การมีปัญหาด้านสุขภาพ		
ไม่มี แข็งแรงดีทุกประการ	413	53.8
มี ต้องไปพบแพทย์บ้างหากมีอาการ	101	13.2
มี ต้องพบแพทย์เป็นประจำ	89	11.6
ไม่ทราบเลยว่าตนเองมีปัญหาด้านสุขภาพหรือไม่	52	6.8
ไม่แน่ใจ แต่คิดว่าน่าจะมีปัญหาด้านสุขภาพบ้าง	113	14.7

*เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในช่วงเดือนกันยายน พ.ศ.2565 ถึง เดือนสิงหาคม พ.ศ.2566

เป็นร้อยละ 48.8 ซึ่งมากกว่ากลุ่มที่เลือกจากความสะอาดหรือมีชื่อเสียงอย่างชัดเจน โดยกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการจอตระตึงและมิตินั้นเพียงพอมียังร้อยละ 2.1 ซึ่งน้อยที่สุดในหมวดนี้ ลักษณะ

การบริโภคพบว่าส่วนใหญ่รับประทานร่วมกับครอบครัว ร้อยละ 49.5 มากกว่าการบริโภคกับเพื่อนซึ่งมีร้อยละ 18.9 หรือรับประทานคนเดียวซึ่งมีเพียงร้อยละ 8.9 เท่านั้น ในด้านปริมาณการบริโภคต่อครั้ง



ผู้บริโภคเกือบทั้งหมดรับประทานนมจืดในปริมาณ 1-2 จาน คิดเป็นร้อยละ 95.3 ขณะที่กลุ่มที่บริโภคมากกว่า 5 จาน มีเพียงร้อยละ 0.3 ซึ่งเป็นจำนวนน้อยที่สุด การสั่งซื้อนมจืดพบว่าแบบจานเดียวได้รับความนิยมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.7 ในขณะที่การสั่งแบบชุดครึ่งกิโลกรัมและชุด 1 กิโลกรัมมีร้อยละ 13.0 และ 23.8 ตามลำดับ ความถี่ในการบริโภคนมจืดพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่บริโภคในระดับ "นานๆ ครั้ง" คือ 1-2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 42.1 รองลงมาคือกลุ่มที่บริโภคเป็นประจำ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 38.4 ส่วนกลุ่มที่บริโภคบ่อยมากเกิน 5 ครั้งต่อสัปดาห์มีเพียงร้อยละ 4.6 เท่านั้น ช่วงเวลาที่นิยมบริโภคมากที่สุดคือช่วงกลางวัน (11.00 – 12.59 น.) คิดเป็นร้อยละ 32.9 รองลงมาคือกลุ่มที่สามารถบริโภคได้ทุกช่วงเวลา คิดเป็นร้อยละ 25.3 ขณะที่ช่วงเย็นและค่ำมีสัดส่วนน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 2.1 และ 0.5 ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อคนต่อครั้งที่ผู้บริโภคเห็นว่าเหมาะสม ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงต่ำกว่า 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมาคือช่วง 51-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.3 กลุ่มที่ยินดีจ่ายเกิน 150 บาทมีเพียงร้อยละ 4.6 ในแง่ของรสชาติ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบน้ำแกงที่มีรสเผ็ดจัด คิดเป็นร้อยละ 37.0 แต่ยังมี

มีสัดส่วนสำคัญที่ตอบว่าแล้วแต่ชนิดของน้ำแกง คิดเป็นร้อยละ 33.6 โดยน้ำแกงที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือแกงเผ็ดใส่กะทิ คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมาคือน้ำแกงใส คิดเป็นร้อยละ 24.9 ในขณะที่น้ำแกงป่าเป็นที่นิยมน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.6

พฤติกรรมด้านการบริโภคผักเหาะพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ขาดไม่ได้ คิดเป็นร้อยละ 63.2 ในขณะที่กลุ่มที่ไม่ชอบเลยมีเพียงร้อยละ 5.5 โดยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 60.2 ที่บริโภคนมจืดพร้อมเครื่องเคียงทุกประเภท และร้อยละ 71.6 เห็นว่า “ผักเหาะสด” เป็นเครื่องเคียงที่ไม่ควรขาดมากที่สุด นอกจากนี้ร้อยละ 46.7 ของผู้บริโภคเลือกนมจืดเพราะรสชาติแบบพื้นบ้านดั้งเดิม ขณะที่ร้อยละ 29.7 ให้ความสำคัญกับความอร่อยโดยไม่ยึดติดกับสูตรท้องถิ่น สุดท้าย เมื่อสอบถามถึงความสนใจต่อการจัดทำ “ชุดผักเหาะนมจืดเพื่อสุขภาพ” พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่สนใจอย่างมาก คิดเป็นร้อยละ 68.4 ขณะที่ผู้ที่ไม่สนใจเลยมีเพียงร้อยละ 1.3 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคในปัจจุบันเริ่มให้ความสำคัญกับทางเลือกด้านสุขภาพควบคู่กับความอร่อยและความคุ้นชินในวัฒนธรรมการบริโภคแบบดั้งเดิมอย่างชัดเจน (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคนมจืดจำแนกตามข้อมูลพฤติกรรมการบริโภค (N=768)

ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ปกติแล้วท่านมีพฤติกรรมการบริโภคนมจืดเป็นอย่างไร		
รับประทานที่ร้าน	322	41.9
ส่งกลับไปรับประทานที่พักอาศัย	67	8.7
ส่งผ่านช่องทางออนไลน์	9	1.2
แล้วแต่โอกาส	286	37.2
ทำทานเองที่บ้านกับครอบครัว	83	10.8
อื่นๆ (ซื้อที่หน้าร้านแล้วกลับไปรับประทานที่บ้าน)	1	0.2
ปกติแล้วท่านมีวิธีการเลือกรับประทานนมจืดที่ร้าน อย่างไร		
เลือกร้านให้บริการเป็นประจำอยู่แล้ว	375	48.8
เลือกร้านที่บังเอิญเดินทางผ่านแล้ว เห็นว่าสะดวกเลยเข้ามาใช้บริการ	50	6.5

ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เลือกร้านที่มีในพื้นที่ที่มีโอกาสได้ไปท่องเที่ยว	82	10.7
เลือกร้านที่มีชื่อเสียง	65	8.5
เลือกร้านที่มีผักเหนาะให้เลือกหลากหลาย	97	12.6
เลือกร้านที่ดูสะอาด ภาชนะที่ใช้เหมาะสม	82	10.7
เลือกร้านที่จอดรถได้สะดวก มีจำนวนที่นั่งเพียงพอ	16	2.1
อื่นๆ (เลือกร้านที่รสชาติอร่อย)	1	0.1
หากมีโอกาสดิฉันจะรับประทาน ปกติแล้วท่านมักจะรับประทานขนมจิ้นที่ร้านในลักษณะใด		
ทานคนเดียว	68	8.9
ทานกับกลุ่มเพื่อน	145	18.9
ทานกับกลุ่มที่ทำงาน	43	5.6
แล้วแต่จังหวะและโอกาส	132	17.1
ทานกับครอบครัว	380	49.5
ปริมาณขนมจิ้นที่ท่านรับประทาน /คน/ ครั้ง		
1-2 จาน	732	95.3
3-5 จาน	34	4.4
มากกว่า 5 จาน	2	0.3
อื่นๆ	0	0.0
โดยปกติที่ท่านมาลักษณะการสั่งขนมจิ้นเพื่อรับประทานของท่าน		
แบบจาน	359	46.7
แบบชุดครึ่งกิโลกรัม	100	13.0
แบบชุด 1 กิโลกรัม	183	23.8
แล้วแต่จังหวะและโอกาส	125	16.3
อื่นๆ (แบบครึ่งจาน)	1	0.1
ความถี่ในการรับประทานขนมจิ้นของท่าน		
บ่อยมาก (มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์)	35	4.6
ค่อนข้างบ่อย (3-4 ครั้ง / สัปดาห์)	74	9.6
เป็นประจำ (1-2 ครั้ง / สัปดาห์)	295	38.4
นานๆครั้ง (1-2 ครั้ง / เดือน)	323	42.1
ไม่ค่อยได้รับประทาน (10-12 ครั้ง / ปี)	41	5.3
อื่นๆ	0	0.0
ช่วงเวลาที่ท่านมักจะรับประทานขนมจิ้น		
เช้า (ก่อน 09.00 น.)	106	13.8
สาย (09.01 – 10.59 น.)	168	21.9
กลางวัน (11.00 – 12.59 น.)	253	32.9
บ่าย (13.00 – 15.00 น.)	26	3.4
เย็น (15.01 – 18.00 น.)	16	2.1



ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ค่า (18.01 เป็นต้นไป)	4	0.5
ได้ทุกช่วงเวลา แล้วแต่โอกาส	194	25.3
อื่นๆ	0	0.0
ค่าใช้จ่ายในการรับประทานขนมจีน ต่อคน ต่อครั้งที่ท่านคิดว่าเหมาะสม		
ต่ำกว่า 50 บาท / คน / ครั้ง	343	44.7
51 - 100 บาท / คน / ครั้ง	340	44.3
101 - 150 บาท / คน / ครั้ง	50	6.5
มากกว่า 150 บาท / คน / ครั้ง	35	4.6
อื่นๆ	0	0.0
ท่านชอบรับประทานน้ำแกงขนมจีนที่รสชาติเผ็ดจัดหรือไม่		
ชอบ	284	37.0
ไม่ชอบ	211	27.5
เฉยๆ	15	2.0
แล้วแต่ชนิดของน้ำแกง	258	33.6
อื่นๆ	0	0.0
น้ำแกงขนมจีนที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด		
แกงเผ็ดใส่กะทิ	320	41.7
น้ำแกงเผ็ดน้ำใส	191	24.9
น้ำพริก (น้ำแกงหวาน)	51	6.6
น้ำแกงไตปลา / พุงปลา / ซืด / น้ำเคย	61	7.9
น้ำแกงป่า (ใส่ดินไก่ / ลูกชิ้น)	28	3.6
น้ำแกงเขียวหวาน (ไก่ / ลูกชิ้น)	84	10.9
น้ำแกงปู / ทะเล	33	4.3
อื่นๆ	0	0.0
ท่านชอบรับประทานผักเหนาะที่บ้านหรือไม่ เช่น สะตอ ใบยาร่วง ใบตำม้ง ผักเสี้ยนดอง หัวจากดอง เป็นต้น		
ชอบ ขาดไม่ได้	485	63.2
เฉยๆ มีก็ได้ ไม่มีก็ได้	241	31.4
ไม่ชอบเลย	42	5.5
อื่นๆ	0	0.0
พฤติกรรมการบริโภคขนมจีนกับเครื่องเคียงของท่าน		
รับประทานเฉพาะขนมจีนน้ำแกง ไม่ทานเครื่องเคียงใดๆ	7	0.9
รับประทานขนมจีนคู่กับผักเหนาะเฉพาะแบบสด	114	14.8
รับประทานขนมจีนคู่กับผักเหนาะเฉพาะแบบแปรรูป	11	1.4
รับประทานขนมจีนคู่กับเครื่องเคียงประเภทเนื้อสัตว์ หรือ ไข่ เท่านั้น	29	3.8

ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
รับประทานขนมจีนคู่กับผักเหนาะทั้งแบบสดและแบบแปรรูป ไม่ทานเครื่องเคียง อื่นๆ	138	18.0
รับประทานขนมจีนคู่กับเครื่องเคียงทุกประเภท	462	60.2
อื่นๆ (ขึ้นอยู่กับว่าร้านนั้นมีเครื่องเคียงอะไรอร่อย)	7	0.9
เครื่องเคียงที่ท่านคิดว่า ไม่ควรขาด ในการรับประทานคู่กับขนมจีนมากที่สุด		
ผักเหนาะแบบสด	550	71.6
ผักเหนาะแบบแปรรูป (ดอง ลวก ต้มกะทิ)	126	16.4
ไข่ต้ม / ไก่ทอด / หมูบั้ง / หมูทอด / ทอดมันกุ้งใบเล็บครุฑ / ลูกชิ้นต่างๆทอด / ผัก ทอด	83	10.8
ของว่างแบบต่างๆ (ขนมหวานกะทิ ไอศกรีม ผลไม้ เครื่องดื่มสมุนไพร)	8	1.0
อื่นๆ	0	0.0
สิ่งที่ท่านพิจารณาเป็นอันดับแรกในการรับประทานขนมจีน		
รสชาติของขนมจีน น้ำแกง เครื่องเคียงต่างๆเป็นแบบพื้นบ้าน ดั้งเดิม	359	46.7
รสชาติโดยรวมอร่อย ถูกปาก โดยไม่ได้คำนึงว่าจะต้องเป็นแบบใดดั้งเดิมหรือไม่	228	29.7
ความหลากหลายของน้ำแกง มีหลายชนิดให้เลือก / แปลกใหม่	126	16.4
ความหลากหลายของผักเหนาะ มีทั้งแบบสด และ แบบแปรรูป	42	5.5
มีอาหารประเภทอื่นจำหน่ายด้วย เช่น หมี่ผัด อาหารตามสั่ง ขนมหวาน ผลไม้	13	1.7
อื่นๆ	0	0.0
หากในร้านขนมจีนที่ท่านได้มีโอกาสไปใช้บริการ มีการจัดทำ "สำหรับผักเหนาะขนมจีนเพื่อสุขภาพ"		
ท่านคิดว่าท่านจะให้ความสนใจที่จะเลือกบริโภคหรือไม่		
สนใจอย่างมาก (เลือกบริโภคได้โดยไม่ลังเล)	525	68.4
สนใจเล็กน้อย (ขอพิจารณาสำหรับผักเหนาะในชุดเพื่อสุขภาพก่อน)	148	19.3
เฉยๆ (อยากทราบข้อมูลแต่คงไม่เลือกที่จะบริโภค)	25	3.3
ไม่แน่ใจ (ขอพิจารณาสำหรับผักเหนาะในชุดเพื่อสุขภาพก่อน)	60	7.8
ไม่สนใจเลย	10	1.3
อื่นๆ	0	0.0

*เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในช่วงเดือนกันยายน พ.ศ.2565 ถึง เดือนสิงหาคม พ.ศ.2566

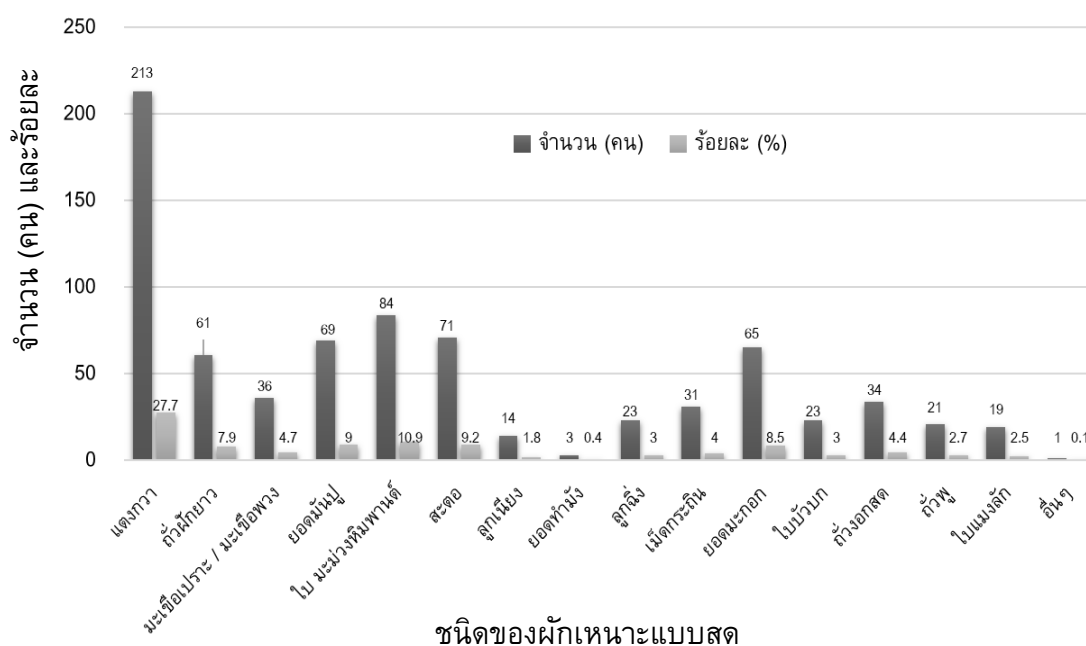
จากข้อมูลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค
ขนมจีนจำนวน 768 คน พบว่าในการบริโภคผัก
เหนาะแบบสด ผักที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ
แตงกวา โดยมีจำนวนผู้บริโภค 213 คน คิดเป็นร้อย
ละ 27.7 รองลงมาคือ “ผักต้มกะทิ” ซึ่งแม้จะอยู่ใน
รูปแบบแปรรูป แต่มีผู้บริโภคถึง 348 คน คิดเป็นร้อย
ละ 45.3 ซึ่งมากที่สุดเมื่อเทียบกับผักทุกชนิดในทุก
รูปแบบของการบริโภค แสดงให้เห็นว่าผักต้มกะทิ

เป็นรูปแบบผักเหนาะที่ได้รับความนิยมมากกว่าผัก
สดทุกประเภท โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับแตงกวา ซึ่ง
แม้จะเป็นผักสดที่นิยมสูงสุด แต่ยังมีสัดส่วนผู้บริโภค
น้อยกว่าผักต้มกะทิถึงร้อยละ 17.6 สำหรับผักเหนาะ
แบบสดชนิดอื่น ๆ พบว่า ลูกเนียง และ มะเขือเปราะ/
มะเขือพวง มีจำนวนผู้บริโภค 84 คน (ร้อยละ 10.9)
และ 69 คน (ร้อยละ 9) ตามลำดับ ในขณะที่สะตอ
ซึ่งเป็นผักพื้นบ้านเฉพาะถิ่นกลับได้รับความนิยม



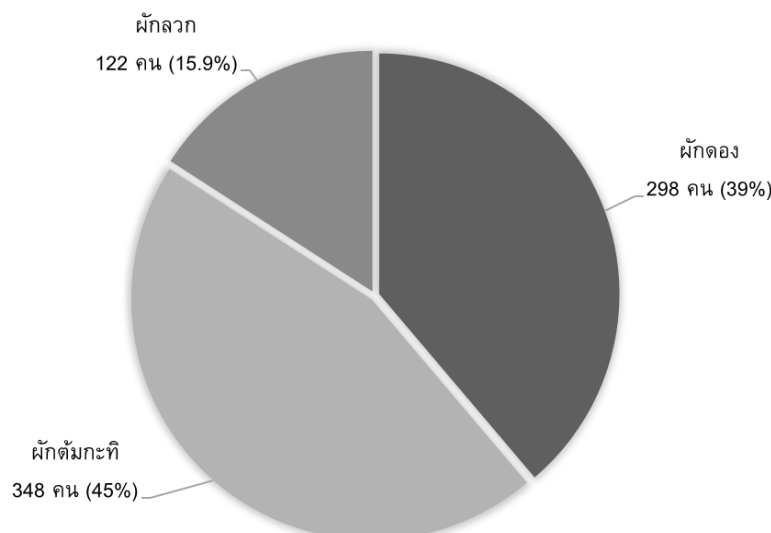
น้อยที่สุดในกลุ่มผักสด โดยมีผู้บริโภคเพียง 14 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.8 ซึ่งน้อยกว่าผักชนิดอื่นอย่างชัดเจน เช่น ใบมะม่วงหิมพานต์ที่มีผู้บริโภค 71 คน (ร้อยละ 9.2) และ ยอดมันปู 61 คน (ร้อยละ 7.9) ในด้านผักเหาะแบบแปรรูป พบว่า ผักดอง เป็นผักเหาะแปรรูปอีกชนิดที่ได้รับความนิยมรองลงมาจากผักต้มกะทิ โดยมีผู้บริโภค 298 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 แสดงให้เห็นว่าในกลุ่มผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะนิยมผักเหาะแบบแปรรูปมากกว่าผักสดในหลายกรณี โดยเฉพาะในชนิดที่ผ่านการปรุงรส เช่น ผักดองและผักต้มกะทิ อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบในกลุ่มผักสด พบว่า ถั่วงอกสด และ ยอดมะกอก แม้จะมีสัดส่วนผู้บริโภคเพียงร้อยละ 2.5 และ 2.7 ตามลำดับ แต่ก็ยังสูงกว่าผักบางชนิด เช่น เม็ด

กระถิน และ ใบแมงลัก ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 2.5 และ 0.1 ตามลำดับ โดยใบแมงลัก เป็นผักที่มีผู้บริโภคน้อยที่สุดในกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จากผลการเปรียบเทียบเชิงปริมาณนี้ แสดงให้เห็นว่า ผักเหาะที่ผ่านการปรุงหรือแปรรูปมีแนวโน้มได้รับความนิยมสูงกว่าผักสด โดยเฉพาะในกรณีของผักต้มกะทิและผักดอง ซึ่งแสดงถึงพฤติกรรมการบริโภคที่สอดคล้องกับรสนิยมของผู้บริโภคที่อาจให้ความสำคัญกับรสชาติและความกลมกล่อมจากการปรุงมากกว่าความสดของผัก ในขณะเดียวกัน ความหลากหลายของผักสดที่บริโภคก็กระจายตัวในกลุ่มย่อยค่อนข้างมาก แต่ยังมีสัดส่วนน้อยกว่าผักแปรรูปในภาพรวมอย่างชัดเจน (ภาพที่ 1 และ 2)



ภาพที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคขนมจีนจำแนกตามข้อมูลตามความนิยมในการบริโภคผักเหาะแบบสด (N=768)

*เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในช่วงเดือนกันยายน พ.ศ.2565 ถึง เดือนสิงหาคม พ.ศ.2566



ภาพที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคขนมจีนจำแนกตามข้อมูลตามความนิยม
ในการบริโภคผักเหนาะแบบแปรรูป (N=768)

*เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในช่วงเดือนกันยายน พ.ศ.2565 ถึง เดือนสิงหาคม พ.ศ.2566

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคขนมจีนของผู้บริโภคในบริบทพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งประกอบไปด้วยพื้นที่เขา ป่า นา เล อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดอื่น ๆ พบว่ามีความแตกต่างในหลายประเด็น โดยสามารถแบ่งออกเป็นประเด็นที่มีความสัมพันธ์กับบริบทพื้นที่ และประเด็นที่ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ในส่วนของพฤติกรรมการบริโภคที่มีความสัมพันธ์กับบริบทพื้นที่อย่างชัดเจน ได้แก่ พฤติกรรมการบริโภคขนมจีน (นั่งทานที่ร้าน ซื้อมากิน หรือ สั่งผ่านช่องทางต่าง ๆ) ความถี่ในการบริโภค ลักษณะการสั่งอาหาร (แบบจาน แบบกิโลกรัมหรือครึ่งกิโลกรัม) และช่วงเวลาในการบริโภค โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าผู้บริโภคจากเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมามีแนวโน้มบริโภคขนมจีนที่ร้านมากที่สุด (139 คน) รองลงมาคือ ผู้บริโภคจากพื้นที่เล (58 คน) และผู้บริโภคจากพื้นที่ป่า (49 คน) ซึ่งแตกต่างจากผู้บริโภคจากพื้นที่เขาและนาที่มีสัดส่วนการบริโภคแบบแล้วแต่โอกาส และรับประทานที่บ้านกับครอบครัวในอัตราที่สูงกว่า สะท้อนให้เห็นว่าพฤติกรรมการบริโภคขนมจีนในประเด็นนี้มีความสัมพันธ์กับบริบทพื้นที่อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติ ($X^2 = 5.465, p = 0.000$) ในด้านลักษณะการสั่งอาหาร พบว่าผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมืองและพื้นที่ป่า นิยมการสั่งขนมจีนแบบจานมากกว่าผู้บริโภคกลุ่มอื่น (101 และ 83 คน ตามลำดับ) พฤติกรรมการบริโภคขนมจีนในประเด็นนี้ก็มีความสัมพันธ์กับบริบทพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($X^2 = 5.433, p = 0.001$) ซึ่งอาจเกี่ยวเนื่องมาจากความสะดวกในการเข้าถึงบริการอาหารในพื้นที่ที่มีความเป็นเมืองมากกว่า ในด้านความถี่ของการบริโภค พบว่าผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองมีสัดส่วนการบริโภคเป็นประจำ (1-2 ครั้ง/สัปดาห์) สูงที่สุด (103 คน) และยังมีสัดส่วนของกลุ่มที่บริโภคบ่อยมาก (มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์) สูงกว่าพื้นที่อื่น พฤติกรรมการบริโภคขนมจีนในประเด็นนี้ก็มีความสัมพันธ์กับบริบทพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($X^2 = 11.784, p = 0.002$) นอกจากนี้ ช่วงเวลาในการบริโภคขนมจีนก็แสดงให้เห็นความแตกต่างตามบริบทพื้นที่ โดยผู้บริโภคในพื้นที่เขาและพื้นที่ป่า มีแนวโน้มบริโภคในช่วงเช้ามักกว่ากลุ่มอื่น ขณะที่พื้นที่อำเภอเมืองและพื้นที่เลนิยมบริโภคช่วงกลางวันมากที่สุด พฤติกรรมการบริโภคขนมจีนในประเด็นนี้ก็มีความสัมพันธ์กับบริบทพื้นที่อย่างมี



นัยสำคัญทางสถิติ($X^2 = 2.582$, $p = 0.000$) (ตารางที่ 3)

ในทางตรงกันข้าม ประเด็นพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่พบความสัมพันธ์กับบริบทพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ การเลือกร้านขนมจีน ($X^2 = 5.411$, $p = 0.397$) ซึ่งผู้บริโภคในทุกกลุ่มพื้นที่ต่างให้ความสำคัญกับร้านประจำที่คุ้นเคยมากกว่าปัจจัยอื่น เช่น ความหลากหลายของเครื่องเคียงหรือความสะดวกในการจอดรถ อีกทั้งพฤติกรรมการบริโภค (การรับประทานคนเดียว กับเพื่อน หรือกับครอบครัว) ก็ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($X^2 = 0.511$, $p = 0.142$) สะท้อนให้เห็นถึงความคล้ายคลึงกันในพฤติกรรมการเข้าถึงคระหว่างกลุ่มพื้นที่ นอกจากนี้ ความชอบในรสชาติน้ำแกงขนมจีน เช่น รสชาติเผ็ดจัด ($X^2 = 0.831$, $p = 0.992$) และประเภทเครื่องเคียง เช่น ความนิยมในผักเหนาะแบบสดหรือแปรรูป ($X^2 = 1.744$, $p = 0.496$) ก็ไม่แสดงความแตกต่างระหว่างกลุ่มพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งบ่งชี้ว่าองค์ประกอบบางประการของขนมจีน โดยเฉพาะรสชาติดั้งเดิมและเครื่องเคียงพื้นถิ่น ยังคงได้รับความนิยมในลักษณะที่ใกล้เคียงกันในทุกพื้นที่ (ตารางที่ 3)

วิจารณ์ผล

จากการวิจัยพบว่า พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและอยู่ในช่วงอายุ 36-45 ปี รองลงมาคือช่วงอายุ 46-60 ปี สะท้อนให้เห็นว่าเพศหญิงที่อยู่ในวัยกลางคนเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่สำคัญโดยเฉพาะขนมจีนในจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปฐวิทย์ (2565) ที่ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคขนมจีนในจังหวัดพัทลุง พบว่าเพศหญิงมีส่วนในการบริโภคขนมจีนสูงกว่าชายอย่างมีนัยสำคัญ และกลุ่มอายุที่บริโภคมากที่สุดอยู่ในช่วงวัยทำงาน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 30-40 บาทต่อมื้อ¹³ เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการบริโภคพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมรับประทานที่ร้าน รองลงมาคือแล้วแต่โอกาส และผู้บริโภคมักเลือกรับประทานกับครอบครัวมากที่สุด โดยเฉพาะในช่วง

กลางวัน สะท้อนถึงบทบาทของขนมจีนในฐานะอาหารกลางวันยอดนิยมของคนในท้องถิ่น ข้อมูลนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของจิระนาถ และธรรมจักร (2561) ซึ่งรายงานว่าผู้บริโภคมักเลือกรับประทานขนมจีนในช่วงเวลาพักกลางวัน และส่วนใหญ่เลือกร้านเดิมที่คุ้นเคย เพราะเชื่อมั่นในรสชาติและความสะอาดของอาหาร¹⁴ ซึ่งพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับรสชาติแบบพื้นบ้านดั้งเดิมมากที่สุด รองลงมาคือรสชาติที่อร่อยถูกปากโดยไม่คำนึงถึงต้นทุนต่ำรับ แสดงถึงการให้คุณค่ากับรากเหง้าทางวัฒนธรรมและความคุ้นชินในรสอาหาร สอดคล้องกับงานวิจัยของธนินทร์ และ จิระนาถ (2559) ที่ชี้ว่าผู้บริโภคขนมจีนในภาคใต้ให้ความสำคัญกับน้ำแกงที่มีความเข้มข้นและรสชาติจัดจ้านแบบดั้งเดิม ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการเลือกบริโภค¹⁵ ในแง่ของปริมาณการบริโภค พบว่าเกือบทั้งหมดรับประทานขนมจีนในปริมาณ 1-2 จานต่อครั้ง และนิยมสั่งแบบจานเดียว โดยค่าใช้จ่ายที่ผู้บริโภคเห็นว่าเหมาะสมคือไม่เกิน 50 บาทต่อมื้อ รองลงมาคือช่วง 51-100 บาท แสดงให้เห็นถึงความต้องการอาหารที่มีราคาพอเหมาะในกลุ่มผู้บริโภคขนมจีน ในด้านเครื่องเคียงในสำหรับขนมจีน พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความชอบและขาดไม่ได้สำหรับการรับประทานผักเหนาะพื้นบ้าน และมักจะรับประทานขนมจีนร่วมกับเครื่องเคียงทุกประเภท โดยเฉพาะผักสดที่ถูกมองว่าเป็นองค์ประกอบหลักที่สุดในการบริโภค ความนิยมนี้มีความเกี่ยวเนื่องไปยังประเด็นข้อมูลที่สอบถามถึงความสนใจในการจัดสำรับผักเหนาะเพื่อสุขภาพสำหรับขนมจีน ซึ่งพบว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่แสดงความสนใจอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธิดารัตน์และคณะ (2564)¹⁶ ที่เน้นการส่งเสริมการบริโภคผักพื้นบ้านผ่านชุดเมนูสุขภาพในชุมชน โดยพบว่าเมื่อมีการให้ข้อมูลโภชนาการ ผู้บริโภคจะยินดีบริโภคผักแปรรูปเพิ่มขึ้นถึง 45% จากฐานเดิม¹⁶ ส่วนการบริโภคผักเหนาะในรูปแบบแปรรูปได้รับความนิยมสูงกว่าผักสดหลายชนิดอย่างชัดเจน โดยเฉพาะผัสดองและผัดต้ม ซึ่งมีสัดส่วนผู้บริโภคสูงกว่าผักสดชนิดยอดนิยม เช่น ถั่วฝักยาว และแตงกวา

ตารางที่ 3 จำนวน (คน) ของการเลือกตอบในแบบสอบถามพฤติกรรมการบริโภคขนมจีนของผู้บริโภคจำแนกตามบริบทพื้นที่เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช (N=768)

ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภค	จำนวน (คน)					
	พื้นที่เขา	พื้นที่ป่า	พื้นที่นา	พื้นที่เล	พื้นที่อำเภอเมือง	จังหวัดอื่น
ปกติแล้วท่านมีพฤติกรรมการบริโภคขนมจีนเป็นอย่างไร						
รับประทานที่ร้าน	32	49	21	58	139	23
ส่งกลับไปรับประทานที่พักอาศัย	6	13	16	8	16	8
ส่งผ่านช่องทางออนไลน์	0	0	0	1	6	2
แล้วแต่โอกาส	31	56	39	50	94	16
ทำทานเองที่บ้านกับครอบครัว	9	18	15	14	17	10
อื่นๆ (ซื้อที่หน้าร้านแล้วกลับไปรับประทานที่บ้าน)	0	0	0	0	0	1
ปกติแล้วท่านมีการเลือกร้าน ขนมจีนที่จะรับประทานอย่างไร						
เลือกร้านใช้บริการเป็นประจำอยู่แล้ว	37	73	46	59	141	19
เลือกร้านที่บังเอิญเดินทางผ่านแล้ว เห็นว่าสะดวก	7	10	10	7	11	5
เลยเข้ามาใช้บริการ						
เลือกร้านที่มีในพื้นที่ที่มีโอกาสได้ไปท่องเที่ยว	8	10	11	18	29	6
เลือกร้านที่มีชื่อเสียง	6	11	6	13	20	9
เลือกร้านที่มีผักเหนาะให้เลือกหลากหลาย	12	18	11	16	35	5
เลือกร้านที่ดูสะอาด ภาชนะที่ใช้เหมาะสม	8	11	6	15	28	14
เลือกร้านที่จอดรถได้สะดวก มีจำนวนที่นั่งเพียงพอ	0	3	1	3	7	2
อื่นๆ (เลือกร้านที่รสชาติอร่อย)	0	0	0	0	1	0



ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภค	จำนวน (คน)						
	พื้นที่เขา	พื้นที่ป่า	พื้นที่นา	พื้นที่เล	พื้นที่อำเภอเมือง	จังหวัดอื่น	
หากมีโอกาสได้นั่งรับประทานที่ร้าน ปกติแล้วท่านมักจะรับประทานขนมจิ้นที่ร้านในลักษณะใด							
ทานคนเดียว	10	13	10	7	26	2	$X^2 = 0.511$ $P = 0.142$
ทานกับกลุ่มเพื่อน	14	20	17	32	46	16	
ทานกับกลุ่มที่ทำงาน	8	4	6	10	11	4	
แล้วแต่จังหวะและโอกาส	14	29	20	17	43	9	
ทานกับครอบครัว	32	70	38	65	146	29	
สิ่งที่ท่านพิจารณาเป็นอันดับแรกในการรับประทานขนมจิ้น							
รสชาติของขนมจิ้น น้ำแกง เครื่องเคียงต่างๆเป็นแบบพื้นบ้าน ดั้งเดิม	39	64	44	57	121	34	$X^2 = 0.105$ $P = 0.129$
รสชาติโดยรวมอร่อย ถูกปาก โดยไม่ได้คำนึงว่า จะต้องเป็นแบบใดดั้งเดิมหรือไม่	15	39	27	44	91	12	
ความหลากหลายของน้ำแกง มีหลายชนิดให้เลือก / แปรเปลี่ยนใหม่	20	23	12	25	38	8	
ความหลากหลายของน้ำแกง มีหลายชนิดให้เลือก / แปรเปลี่ยนใหม่	1	9	5	5	18	4	
มีอาหารประเภทอื่นจำหน่ายด้วย เช่น หมี่ผัด อาหารตามสั่ง ขนมหวาน ผลไม้	3	1	3	0	4	2	
ลักษณะการสั่งขนมจิ้นเพื่อรับประทานของท่าน							
แบบจาน	36	83	41	70	101	28	$X^2 = 5.433$ $P = 0.001^*$
แบบชุดครึ่งกิโลกรัม	13	12	10	10	49	6	
แบบชุด 1 กิโลกรัม	16	23	22	32	80	10	
แล้วแต่จังหวะและโอกาส	1	0	0	0	0	0	

ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภค	จำนวน (คน)						
	พื้นที่เขา	พื้นที่ป่า	พื้นที่นา	พื้นที่เล	พื้นที่อำเภอเมือง	จังหวัดอื่น	
อื่นๆ (แบบครึ่งจาน)	12	18	18	19	42	16	
ปริมาณขนมจิ้นที่ท่านรับประทาน /คน/ ครั้ง							
1-2 จาน	75	131	89	124	259	54	$X^2 = 2.357$
3-5 จาน	3	5	1	6	13	6	$P = 0.271$
มากกว่า 5 จาน	0	0	1	1	0	0	
ความถี่ในการรับประทานขนมจิ้นของท่าน							
บ่อยมาก (มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์)	4	8	4	6	11	2	
ค่อนข้างบ่อย (3-4 ครั้ง / สัปดาห์)	16	16	5	9	23	5	$X^2 = 11.784$
เป็นประจำ (1-2 ครั้ง / สัปดาห์)	34	54	37	49	103	18	$P = 0.002^*$
นานๆครั้ง (1-2 ครั้ง / เดือน)	19	50	42	64	123	25	
ไม่ค่อยได้รับประทาน (10-12 ครั้ง / ปี)	5	8	3	3	12	10	
ช่วงเวลาที่ท่านมักจะรับประทานขนมจิ้น							
เช้า (ก่อน 09.00 น.)	12	33	23	4	24	7	
สาย (09.01 – 10.59 น.)	28	36	19	29	47	9	
กลางวัน (11.00 – 12.59 น.)	14	25	16	57	121	20	
บ่าย (13.00 – 15.00 น.)	2	2	0	8	11	3	
เย็น (15.01 – 18.00 น.)	1	3	2	2	5	3	$X^2 = 2.582$
ค่ำ (18.01 เป็นต้นไป)	0	0	0	0	3	1	$P = 0.000^*$
ได้ทุกช่วงเวลา แล้วแต่โอกาส	21	37	31	27	61	17	
ความชอบรับประทานน้ำแกงขนมจิ้นที่รสชาติเผ็ดจัด							
ชอบ	33	50	34	45	103	19	
ไม่ชอบ	19	40	28	34	72	18	$X^2 = 0.831$



ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภค	จำนวน (คน)						
	พื้นที่เขา	พื้นที่ป่า	พื้นที่นา	พื้นที่เล	พื้นที่อำเภอเมือง	จังหวัดอื่น	
เฉยๆ	1	3	2	2	5	2	$P = 0.992$
แล้วแต่ชนิดของน้ำแกง	25	43	27	50	92	21	
น้ำแกงขนมจีนที่ทำขึ้นชอบมากที่สุด							
แกงเผ็ดใส่กะทิ	28	65	37	58	112	20	$X^2 = 0.050$
น้ำแกงเผ็ดน้ำใส	26	20	26	28	72	9	
น้ำพริก (น้ำแกงหวาน)	3	7	6	11	20	4	
น้ำแกงไตปลา / พุงปลา / ซี้ดี / น้ำเคย	4	8	9	15	14	11	$P = 0.001^*$
น้ำแกงป่า (ใส่ตีนไก่ / ลูกชิ้น)	1	6	6	6	6	3	
น้ำแกงเขียวหวาน (ไก่ / ลูกชิ้น)	13	23	6	12	21	9	
น้ำแกงปู / ทะเล	3	7	1	1	17	4	
เครื่องเคียงที่ทำหน้าที่คิดว่า ไม่ควรขาด ในการรับประทานคู่กับขนมจีนมากที่สุด							
ผักเหนาะแบบสด	63	96	60	96	191	44	$X^2 = 1.744$
ผักเหนาะแบบแปรรูป (ดอง ลวก ต้มกะทิ)	12	22	16	22	48	6	
ไข่ต้ม / ไก่ทอด / หมูบั้ง / หมูทอด / ทอดมันกุ้งใบ	3	16	14	11	31	8	
เส้นครุฑ / ลูกชิ้นต่างๆทอด / ผักทอด							$P = 0.496$
ของว่างแบบต่างๆ (ขนมหวานกะทิ ไอศกรีมผลไม้	0	1	1	2	2	2	
เครื่องดื่มสมุนไพร)							
การรับประทานขนมจีนกับเครื่องเคียง							
รับประทานเฉพาะขนมจีนน้ำแกง ไม่ทานเครื่อง	3	1	0	1	1	1	
เคียงใดๆ							
รับประทานขนมจีนคู่กับผักเหนาะเฉพาะแบบสด	12	15	12	22	42	11	

ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภค	จำนวน (คน)						
	พื้นที่เขา	พื้นที่ป่า	พื้นที่นา	พื้นที่เล	พื้นที่อำเภอเมือง	จังหวัดอื่น	
รับประทานขนมจีนคู่กับผักเหนาะเฉพาะแบบแปรรูป	1	2	1	3	3	1	$X^2 = 0.572$ $P = 0.469$
รับประทานขนมจีนคู่กับเครื่องเคียงประเภทเนื้อสัตว์ หรือ ไข่ เท่านั้น	3	4	7	3	7	5	
รับประทานขนมจีนคู่กับผักเหนาะทั้งแบบสดและแบบแปรรูป ไม่ทานเครื่องเคียงอื่นๆ	15	31	19	20	45	8	
รับประทานขนมจีนคู่กับเครื่องเคียงทุกประเภท	42	82	51	80	173	34	
อื่นๆ (ขึ้นอยู่กับว่าร้านนั้นมีเครื่องเคียงอะไรอร่อย)	2	1	1	2	1	0	
ผักเหนาะแปรรูปที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด							
ผักดอง	27	55	33	58	104	21	$X^2 = 0.181$ $P = 0.466$
ผักต้มกะทิ	34	67	44	57	118	28	
ผักลวก	17	14	14	16	50	11	
ผักเหนาะแบบสดที่ท่านชื่นชอบมากที่สุด							
แตงกวา	15	41	21	38	79	19	
ถั่วฝักยาว	8	12	5	14	18	4	
มะเขือเปราะ / มะเขือพวง	4	8	6	4	9	5	
ยอดมันปู	5	9	8	15	26	6	
ใบห้วครก (มะม่วงหิมพานต์)	8	13	10	7	36	10	
สะตอ	9	11	8	20	22	1	
ลูกเนียง	5	0	1	2	6	0	$X^2 = 1.251$ $P = 0.169$
ยอดตำม้ง	1	0	1	1	0	0	
ลูกฉิ่ง	2	5	4	4	8	0	



ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภค	จำนวน (คน)					
	พื้นที่เขา	พื้นที่ป่า	พื้นที่นา	พื้นที่เล	พื้นที่อำเภอเมือง	จังหวัดอื่น
เม็ดกระถิน	5	5	9	4	5	3
ยอดมะกอก	3	13	7	10	31	1
ใบบัวบก	4	5	2	2	7	3
ถั่วอกสด	4	8	5	6	9	2
ถั่วพู	3	3	1	2	8	4
ใบแมงลัก	2	3	3	2	7	2
อื่นๆ	0	0	0	0	1	0
ความสนใจการจัดทำ "สารพัดผักเหาะชนมเงินเพื่อสุขภาพ"						
สนใจอย่างมาก (เลือกบริโภคได้โดยไม่ลังเล)	52	92	60	95	182	44
สนใจเล็กน้อย (ขอพิจารณาสำหรับผักเหาะในชุดเพื่อสุขภาพก่อน)	16	28	21	21	54	8
เฉยๆ (อยากทราบข้อมูลแต่ยังไม่เลือกที่จะบริโภค)	3	2	1	5	12	2
ไม่แน่ใจ (ขอพิจารณาสำหรับผักเหาะในชุดเพื่อสุขภาพก่อน)	7	12	8	10	20	3
ไม่สนใจเลย	0	2	1	0	4	3

 $\chi^2 = 0.000$ $P = 0.608$

หมายเหตุ: * มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)

**เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในช่วงเดือนกันยายน พ.ศ.2565 ถึง เดือนสิงหาคม พ.ศ.2566

นับเป็นภาพสะท้อนถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับรสชาติและกลิ่นที่ได้จากกระบวนการหมักหรือปรุงมากขึ้น ซึ่งพฤติกรรมการบริโภคผักเหาะแปรรูปในสำหรับชนชั้นนี้มีความแตกต่างจากรูปแบบการบริโภคผักสดในบริบทชนชั้นซึ่งพบว่าการบริโภคผักสดจะมีความนิยมในการบริโภคค่อนข้างสูงในผักบางชนิด ในขณะที่การบริโภคผักเหาะแปรรูปนั้นพบว่าการกระจายตัวมากกว่า สะท้อนให้เห็นว่าการนำแปรรูปผักเหาะผ่านกระบวนการปรุงหรือหมักสามารถเอื้อต่อการเพิ่มปริมาณการบริโภคโดยรวมได้มากกว่าผักสดเพียงอย่างเดียว

สรุปผลการศึกษา

จากการวิจัย พบว่า กลุ่มผู้บริโภคชนชั้นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงวัยทำงาน อายุ 36-45 ปี นิยมรับประทานที่ร้านกับครอบครัวในช่วงกลางวัน โดยให้ความสำคัญกับรสชาติดั้งเดิมและผักเหาะพื้นบ้านเป็นหลัก การบริโภคเฉลี่ยอยู่ที่ 1-2 จานต่อมื้อ โดยราคาที่เหมาะสมไม่เกิน 50 บาท กลุ่มผู้บริโภคหลักคือ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพอิสระ ผักเหาะประเภทแปรรูป เช่น ผักดองและผักต้ม ได้รับความนิยมสูงกว่าผักเหาะแบบสดอย่างมีนัยสำคัญ แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของรสชาติ กลิ่น และความคุ้นเคยที่ได้จากกระบวนการปรุงหรือหมัก ความชอบในรสชาติ โดยความแตกต่างของบริบทพื้นที่เขา ป่า นา เลและอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อความถี่ รูปแบบ และช่วงเวลาในการบริโภคชนชั้นในบางประเด็น ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสำหรับชนชั้นพร้อมผักเหาะประเภทต่างๆที่ผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นกับแนวคิดสุขภาพ เพื่อส่งเสริมการบริโภคอย่างยั่งยืนในอนาคต

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

ควรมีการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหารเพื่อให้เข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลหรือมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคชนชั้นพร้อมผักเหาะและเครื่องเคียงอื่นๆเพิ่มเติม เพื่อเสริม

ความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้น รวมทั้งพัฒนาวิธีการส่งเสริมผักเหาะให้รสชาติอร่อยและมีประโยชน์ต่อผู้บริโภคในวงกว้าง รวมถึงการศึกษาวิจัยถึงลักษณะร่วมและความหลากหลายทางวัฒนธรรมในการบริโภคอาหารพื้นถิ่น ซึ่งสามารถนำไปใช้ประกอบการวางแผนส่งเสริมการบริโภคอาหารท้องถิ่นอย่างเหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่ และความต้องการของผู้บริโภคในแง่ของรสชาติ คุณค่าทางโภชนาการ และความสะดวกในการพัฒนาชุดผักเหาะเพื่อนำไปพัฒนาวิธีการปรุงหรือแปรรูปผักเหาะให้มีรสชาติที่อร่อย มีคุณค่าทางโภชนาการ และปลอดภัยในอนาคตได้

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนงบประมาณการวิจัยจากหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

เอกสารอ้างอิง

1. กรกฎ จำเนียร, เมธาวี จำเนียร, ทองพล มุขรักษ์, ศศิพัชร บุญขวัญ และ นิภารัตน์ นกตรีพงศ์. รูปแบบการตลาดและแนวทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลธุรกิจชนชั้นจังหวัดนครราชสีมา. 2567. วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 2567; 7(4): 2352-2370.
2. Kritsana Satapong. ชนชั้น : วัฒนธรรมการกินของ'คนคอน' [อินเทอร์เน็ต]. คลังสารสนเทศนครราชสีมา. [เข้าถึงเมื่อ 28กรกฎาคม 2568]. เข้าถึงได้จาก: https://library.wu.ac.th/NST_localinfo/%E0%B8%82%E0%B8%99%E0%B8%A1%E0%B8%88%E0%B8%B5%E0%B8%99/
3. วงธรรม สรณะ, นักรบ เกียะอำ, ชูวงศ์ อุบลี และ จุตินันท์ ขวัญเนตร. ความหลากหลายทางชีวภาพเชิงพื้นที่ที่ผลต่อการสร้างความมั่นคงทางอาหารของกลุ่มชาติพันธุ์ของ จังหวัดจันทบุรี. วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร. 2563; 3(3): 342-357.



4. 11 ร้านขนมจีน นครศรีธรรมราช ที่ต้องห้ามพลาด [อินเทอร์เน็ต]. นครศรีธรรมราช; [เข้าถึงเมื่อ 2025 พ.ศ. 30]. เข้าถึงได้จาก: <https://nakhonsidee.com/show/read/1/68>
5. สถาบันวัฒนธรรมศึกษากัลยาณิวัฒนา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. ขนมจีนเมืองคอน: ความอร่อยคู่ปากใจได้. ปัตตานี: สถาบันวัฒนธรรมศึกษากัลยาณิวัฒนา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์; 2560.
6. กิ่งแก้ว ติตมา. ผักพื้นบ้าน: คุณค่าทางอาหารและภูมิปัญญาท้องถิ่น. วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. 2556;15(1):1-10.
7. 9 ร้านขนมจีน นครศรี จิตๆ ในเมืองนครศรีธรรมราช [อินเทอร์เน็ต]. สวัสดิ์นครศรีธรรมราช; 6 มิถุนายน 2563 [เข้าถึงเมื่อ 30 พฤษภาคม 2568]. เข้าถึงได้จาก: <https://nakhonsawasdee.com/7296/>
8. วิชิต จรุงสุจริตกุล. แนวทางการขับเคลื่อนสวัสดิการชุมชนระดับโซนพื้นที่ เขา ป่า นา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต. 2564; 9(2): 309-319.
9. ศศิพัชร บุญขวัญ, นิภารัตน์ นักตรีพงศ์, เมธวี จำเนียร และ กรกฎ จำเนียร. การพัฒนาระบบแสดงสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์เขาป่านาเลจังหวัดนครศรีธรรมราช. Journal of Roi Kaensarn Academi J. Roi Kaensarn Acad. 2567; 9(3): 642-657.
10. Cohen E, Avieli N. Food in tourism: Attraction and impediment. Ann Tour Res. 2004; 31(4): 755-78.
11. Ayre, C., and Scally, A. J. Critical Values for Lawshe's Content Validity Ratio: Revisiting the Original Methods of Calculation. Meas Eval Couns Dev. 2014;47:79-86.
12. ธาณินทร์ ศิลป์จารุ. (2551). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. นนทบุรี: เอส อาร์ พรินติ้ง แมส โปรดักส์.
13. ปุริวิชญ์ พิทยาภินันท์. ขนมจีน: ภาพสะท้อนพฤติกรรมกรรมการรับประทานอาหารเข้าของชาวป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง. วารสารสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. 2565;16(1):1-25.
14. จิระนาถ รุ่งช่วง, ธรรมจักร เล็กบรรจง. เอกลักษณะและรูปแบบธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่นกรณีศึกษา ร้านขนมจีนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช. รายงานการวิจัย. นครศรีธรรมราช: วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย. 2561.
15. ธนินทร์ สังขดวง, จิระนาถ รุ่งช่วง. ความเป็นไปได้ในการปรับใช้วัฒนธรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคใต้ร่วมกับศิลปะการแสดงเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. ใน: การประชุมวิชาการระดับชาติประจำปี 2559 ครั้งที่ 5 "Tourism for All, All for Tourism"; กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2559.
16. ธิดารัตน์ เอกศิรินิมิตร, กำไล สมรักษ์, เกียรติ กุศล, น้ำฝน ฤทธิภักดี, พัสตราภรณ์ แก้วพะวงศ์. รูปแบบการส่งเสริมพฤติกรรมสุขภาพในการบริโภคผัก ผลไม้ของนักเรียนโรงเรียนอ่าวลึก จังหวัดกระบี่. วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 2564; 8(1): 42-60.