

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผักไฮโดรโปนิคส์ในจังหวัดนครปฐม

สมใจ ทองประสม^{1*}, สุนันทา ปล้องทอง¹ และ กนกพัชร กอประเสริฐ¹

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
Thongprasomsomjai@hotmail.com

บทคัดย่อ

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผักไฮโดรโปนิคส์ในจังหวัดนครปฐม รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มและทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบสำหรับ บรรจุภัณฑ์ เป็นกรอบการวิจัย พื้นที่ดำเนินการวิจัยคือ สวนบ้านไร่สวนฟาร์มสุข ตำบลทัพหลวง อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่าง เจ้าของฟาร์มสวนบ้านไร่ฟาร์มสุข ดร.ชนพงษ์ อภรณ์พิศาล เครื่องมือการวิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 1 สวนที่มีการปลูกผักไฮโดรโปนิคส์ในจังหวัด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิเคราะห์เนื้อหาและเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการเลือกบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่ 2 เพราะมีลักษณะที่แปลกตา มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถแสดงถึงตัวสินค้าได้อีกด้วย อีกทั้งบรรจุภัณฑ์แบบที่ 2 นี้สามารถสร้างความแตกต่างชัดเจน เพิ่มมูลค่าสินค้าได้ สามารถเป็นของฝากได้เพราะดูสวยงาม ด้านกล่องกระดาษสามารถย่อยสลายได้ง่ายเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ :การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ , ผักไฮโดรโปนิคส์ ,การสร้างมูลค่าเพิ่ม

The development of hydroponic vegetable packaging in Nakhon Pathom province

Somjai Thongprasom^{1*}, Sunantha Plongthong², and Kanokpatch Koprasert

Faculty of management Science, Nakorn Patthom Rajabhat University

**Thongprasomsomjai@hotmail.com*

Abstract

The objective of this research is to be a guideline in the development of packaging for vegetables and fruits in Nakhon Pathom province. Research format Qualitative research for use in packaging design for research The research was conducted at Suan Rai Farm, Suk Farm, Thap Luang Subdistrict, Mueang District, Nakhon Pathom Province. Dr. Chonpong Arpornphaisan, the research instrument was used in depth interview and participatory observation to select a specific sample of 1 garden with hydroponic vegetables growing in the province. Data were analyzed using content analysis and descriptive writing.

The results of the research showed that Entrepreneurs choose the 2nd prototype packaging because they have strange characteristics. Have creative ideas Can also demonstrate the product well Also, this type 2 packaging can make a big difference. Can increase product value Can be a souvenir because it looks beautiful the side of the paper box is easily biodegradable, environmental friendly

Keywords: packaging development, hydroponic vegetables, Creating added value

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การบริโภคในสภาวะปัจจุบันของประชากรโลกนั้นได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากมีความหลากหลายของพฤติกรรมการบริโภคและทัศนคติของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ขณะเดียวกันผู้บริโภคเริ่มหันมาสนใจในสุขภาพของตนเอง โดยทุกมื้ออาหารที่เลือกรับประทานจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพของมนุษย์เสมอ ดังคำกล่าวที่ว่า “You are what you eat” ดังนั้นผู้บริโภคจึงหันมาเลือกบริโภคอาหารที่มีการส่งเสริมให้มีสุขภาพที่ดี ส่งผลให้มีกระแสการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยอาหารนั้นต้องเหมาะสมกับทุกเพศทุกวัย หนึ่งในอาหารที่ได้รับความนิยมและเป็นกระแสอยู่ตลอดคือผักไฮโดรโปนิคส์ (Hydroponics) เป็นการปลูกพืชโดยไม่ใช้ดินแต่ใช้น้ำที่มีธาตุอาหารพืชละลายอยู่ หรือ การปลูกพืชในสารละลายธาตุอาหารพืชทดแทน ซึ่งนับเป็นวิธีการใหม่ในการปลูกพืช โดยเฉพาะการปลูกผักและพืชที่ใช้เป็นอาหาร เนื่องจากประหยัดพื้นที่และไม่ปนเปื้อนกับสารเคมีต่าง ๆ ในดิน ให้ได้พืชผักที่สะอาดเป็นอาหาร การเลือกซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ของผู้บริโภคมีทางเลือกหลายทางแต่ยังมีผู้บริโภคที่ขาดความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งผลิต วิธีการผลิต และลักษณะที่ดีของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ผู้บริโภคไม่สามารถเข้าถึงแหล่งความรู้ต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ อย่าง เช่น รายได้ของผู้บริโภค บรรทัดฐาน ความปลอดภัยจากสารเคมีตกค้าง สถานที่จัดจำหน่าย ซึ่งเป็นเหตุปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกซื้อผักไฮโดรโปนิคส์

ช่องทางการจำหน่ายผักไฮโดรโปนิคส์แบบเดิมนั้นคือออฟไลน์ การขายขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เช่น สถานที่จำหน่าย บุคลากรในการขาย สภาพดินฟ้าอากาศ ปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้มักก่อให้เกิดความเสียหายแก่ตัวสินค้า อีกทั้งปัญหาพ่อค้าคนกลางที่อาจทำให้เกิดการโก่งราคาขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคขาดการติดต่อกับผู้ผลิตโดยตรง ปัจจุบันกระแสการค้าบนธุรกิจออนไลน์เป็นที่นิยมและได้รับความสนใจอย่างมากเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้บริโภคได้ทุกกลุ่ม ทุกเพศทุกวัยได้ง่าย จากการสำรวจของกระทรวงพาณิชย์ผักสดของประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกในปี 8 จำนวน 2560,9711.) ล้านบาท 77Office of the Permanent Secretary, Ministry of Commerce, 2017) และจากการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ :ETDA มูลค่าการค้าออนไลน์ปี 703 อยู่ที่ 2559,331.) ล้านบาท 91Electronic Transaction Development Office, 2017)

บรรทัดฐานเปรียบเทียบเสมือนองค์ประกอบหลักของสินค้าซึ่งทำหน้าที่ในการบรรจุปกป้องและรักษาคุณภาพสินค้า แสดงข้อมูล สินค้า และช่วยส่งเสริมมูลค่าการตลาด ยิ่งผลิตภัณฑ์มีการแข่งขันกันมากขึ้นบรรทัดฐานก็ยิ่งมีความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์และการตลาดมากขึ้นเท่านั้นยากที่จะขาดสิ่งใด สิ่งหนึ่ง ไปได้ ประชิตทิพบุตร .2531ปัจจุบันจากการศึกษาข้อมูล พบว่า ใน (บรรทัดฐานที่มีการพัฒนาขึ้นเป็นอย่างมากแนวโน้มความต้องการใช้บรรทัดฐานมีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกใช้บรรทัดฐานที่มีความหลากหลาย ผู้ผลิตจึงมีการแข่งขันทั้งทางด้าน แนวคิด รูปแบบ การนำไปใช้ประโยชน์ส่งผลให้มีการพัฒนาการออกแบบบรรทัดฐาน

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นจึงเป็นที่มาของการเข้าไปพัฒนาออกแบบบรรทัดฐานและเพิ่มมูลค่าให้กับผักไฮโดรโปนิคส์ของไร่บ้านสวนฟาร์มสุข เพื่อให้เป็นที่รู้จักต่อผู้บริโภคผักไฮโดรโปนิคส์และตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด อีกทั้งยังเป็นการกระตุ้นรายได้ให้กับเจ้าของไร่บ้านสวนฟาร์มสุข และนอกจากนี้ยังเป็นการนำความรู้ความสามารถที่ผู้เรียนมีมาพัฒนาแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (objectives)

1. เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาบรรทัดฐานสำหรับผักไฮโดรโปนิคส์ในจังหวัดนครปฐม

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1 ทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบสำหรับบรรทัดฐาน

บทบาทของการบรรทัดฐานปัจจุบันการบรรทัดฐานมีบทบาทต่อผลิตภัณฑ์ทุกชนิดทั้งในด้านผู้ผลิต ผู้บรรทัดฐาน ผู้ค้าปลีกและผู้บริโภคการผลิตภาชนะบรรจุต่าง ๆ เช่นกล่องขวดวัสดุอุปกรณ์เพื่อรักษาคุณภาพของสินค้าตลอดจนเครื่องจักรเครื่องกลที่ช่วยในการบรรทัดฐานแล้วแต่ได้รับการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาโดยเฉพาะในประเทศที่เป็นผู้นำ ทางการค้าขายทั่วโลกต่างก็แข่งขันกันอย่างจริงจังในด้านความคิดหาแบบวิธีการใหม่ที่มีอิทธิพลต่อการขายผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรม บรรทัดฐานจึงนับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญ การบรรทัดฐานนอกจากจะมีความสำคัญในด้านการรักษาคุณภาพของสินค้าให้คงทนและไม่เสื่อมสภาพได้ง่ายแล้วยังมีความสำคัญในทางการตลาดการบรรทัดฐานนับว่ามีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมเป็นอย่างมากยิ่งต่อมาการบรรทัดฐานได้กลายมาเป็นกิจการที่สำคัญทางธุรกิจทั้งนี้เพราะ ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ต้องเผชิญกับคู่แข่งกันในทุก

ด้านการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์และการหีบห่อได้เจริญ ขึ้นอย่างรวดเร็วและไม่จบสิ้นทำให้ผู้บริหารกิจการต้องให้ความสนใจเพื่อโอกาสด้านการจัดจำหน่ายในการเสนอรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ที่ดีและพบว่ามีวัตถุดิบใหม่ที่นำมาแทนวัตถุดิบเก่าเพื่อเพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้ใช้งานและช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่ง ซึ่งล้วนเป็นเรื่องการบรรจุภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่ายเพื่อประสิทธิภาพในการจัดจำหน่ายสามารถโยกย้ายเก็บรักษาและขนย้ายได้อย่างมีประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิตลักษณะการบรรจุหีบห่อเป็นตัวกำหนดเครื่องมือที่จะ ใช้ในการโยกย้ายและที่เก็บรักษาผลิตภัณฑ์บางประเภทสามารถเก็บกองเป็นตั้งวางเรียงซ้อนกัน โดยไม่ต้องมีชั้นเก็บเช่นปูนซีเมนต์หรือเม็ด พลาสติกที่บรรจุเป็นถุง เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถ จัดเก็บในคลังสินค้า ได้อย่างเหมาะสม สามารถวางซ้อนได้สูงขึ้นโดยใช้พื้นที่คลังสินค้าน้อยลงค่านายอภิปรัชญาสกุล), 2557: 22-24)

2 แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม

ปัจจุบัน โลกแห่งการแข่งขันภายใต้สภาวะตลาดที่เปิดกว้าง การทำธุรกิจย่อมต้องให้ เหนือขึ้นกว่าที่เคยเป็น "คิด" ผลิตภัณฑ์หรือบริการ เริ่มมีบทบาทการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับำคัญในการช่วย เรียกความสนใจของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ๆ และยังสามารถรักษากลุ่มผู้บริโภคเดิมให้อยู่ต่อไปนาน ๆ โดยในอดีตที่ผ่านมาหากผลิตภัณฑ์ หรือบริการหนึ่งจะประสบความสำเร็จได้ในท้องตลาดสิ่งที่สำคัญที่สุดก็จะเป็นตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักนั่นเอง ที่ต้องมีคุณภาพที่เยี่ยมยอดกว่า คู่แข่ง และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่า ถึงแม้ว่าปัจจุบันคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือบริการ หลัก อาจจะเป็นเรื่องที่สำคัญมาก แต่มีอีกสิ่งหนึ่งที่ก้าวขึ้นมามีส่วนสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ ควบคู่ไป เช่นกัน ก็คือ เรื่องของ ที่ติดมากับตัวผลิตภัณฑ์ หรือ "มูลค่าเพิ่ม"บริการหลักนั้น ๆ ในบาง กรณีส่วน ของมูลค่าเพิ่มจะเป็นตัวดึงดูดผู้บริโภคให้สนใจ หรือ ตัดสินใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ หรือบริการ หลัก ดังนั้น ธุรกิจในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่า ไม่ใช่เป็นเพียงการขายตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการหลักเพียง อย่างเดียว แต่ จะต้องมีส่วนของการเพิ่มมูลค่าที่จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกได้ประโยชน์มากขึ้นด้วย ผลิตภัณฑ์หรือบริการ เหล่านั้น จึงจะประสบความสำเร็จได้อย่างที่ควรเป็น พูนลาภ ทิพชาติโยธิน), 2553)

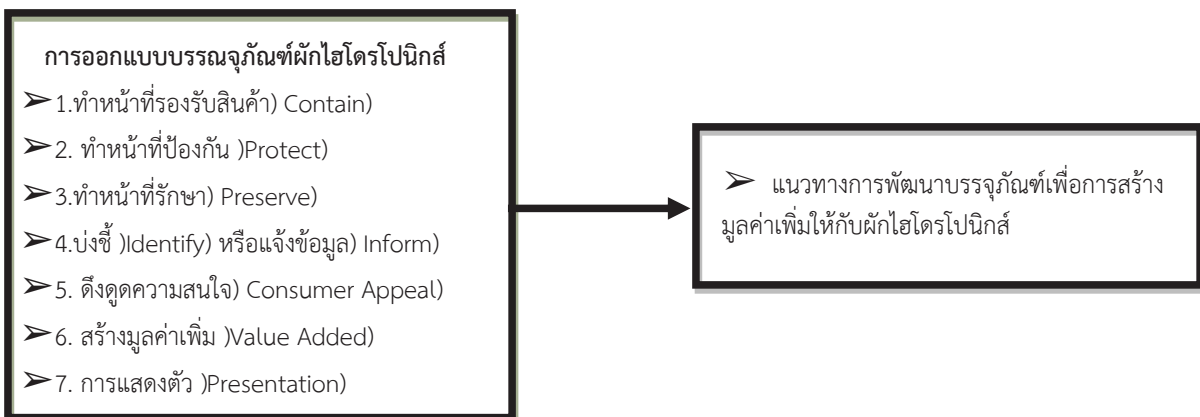
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุรัชย์ ศรีนรินทร์ และบุหงา ชัยสุวรรณ (2561) กระบวนการสร้างตราสินค้าและการสื่อสารการตลาดออนไลน์ สินค้าเกษตรอินทรีย์โดยกรณีวิเคราะห์ หาเอกลักษณ์ของตราสินค้า ความแตกต่างจากตราสินค้าใกล้เคียงกัน เพื่อเป็นจุดขาย ให้กับตราสินค้า และกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน โดยใช้วิธีการสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

นาย ณิชกร อุไรรัตน์ป (2559) การศึกษาการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเจ๊กเซยเสาให้ จ.สระบุรี วัตถุประสงค์ พัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อช่วยให้กลุ่มเกษตรกรมีบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวเจ๊กเซยเสาให้ที่มีเอกลักษณ์ เพื่อเพิ่มศักยภาพของตนเองและกลุ่มในการจัดจำหน่ายข้าวอินเป็นแนวทางเพิ่มขีดความสามารถทางเศรษฐกิจของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวเจ๊กเซยเสาให้

พรรณธิดา เพชรบุญมี (2556) การพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์โอท็อปขนมบ้านภรณ์พิชญ์ อำเภอมือง จังหวัดตาก เพื่อศึกษาวิเคราะห์การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และเพิ่มขีดความสามารถด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์โอท็อปขนมบ้านภรณ์พิชญ์

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนของการวิจัย


ในการดำเนินวิจัยครั้งนี้ใช้การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Data) เพื่อศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผักไฮโดรโปนิคส์ในจังหวัดนครปฐม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสัมภาษณ์ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกต่อผู้ประกอบการและจากการลงสำรวจตามพื้นที่เพื่อนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นของผู้ประกอบการผักไฮโดรโปนิคส์ในจังหวัดนครปฐม

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาและวิเคราะห์เกี่ยวกับทฤษฎีด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผักไฮโดรโปนิคส์ในปัจจุบันโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผักไฮโดรโปนิคส์และจากการรวบรวมเอกสารจากบทความหนังสือและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ควรใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผู้วิจัยสามารถสรุปองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ควรใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผักไฮโดรโปนิคส์ เพื่อแสดงหน้าที่และบทบาทของบรรจุภัณฑ์ผักไฮโดรโปนิคส์และใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการสำรวจลงพื้นที่ศึกษาและวิเคราะห์เพื่อทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผักไฮโดรโปนิคส์ จากความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายบ้านไร่สวนฟาร์มสุข ตำบลทัพหลวง อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ได้แก่ ราคาสินค้ากลุ่มผู้บริโภค รวมถึงจุดอ่อนจุดแข็งสถานการณ์ที่ได้เปรียบและโอกาสทางการค้าโดยใช่ข้อมูลที่ได้มาจากการ อ้างอิงเพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมเป็นเอกลักษณ์สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์ผักไฮโดรโปนิคส์บ้านไร่สวนฟาร์มสุข	
<p>แบบที่1</p> 	<p>แบบที่2</p> 
<p>ข้อดี ชัดเจน ดูง่าย บรรจุภัณฑ์เห็นผักไฮโดรโปนิคส์ด้านใน โลโก้ให้ความรู้สึกราคาไม่แพง</p>	<p>ข้อดี บรรจุภัณฑ์เห็นผักไฮโดรโปนิคส์ด้านใน โลโก้มีความสวยงาม สามารถให้เป็นของฝากได้ บรรจุภัณฑ์มีขนาดใหญ่</p>
<p>ข้อเสีย ตัวบรรจุภัณฑ์มีขนาดเล็ก สีของบรรจุภัณฑ์ไม่น่าดึงดูด</p>	<p>ข้อเสีย ไม่ค่อยดึงดูดให้สนใจ เรียบง่ายไป บรรจุภัณฑ์ให้ความรู้สึกเงาๆ กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ</p>

<p>ข้อเสนอแนะ</p> <p>สร้างมูลค่าเพิ่มในการจำหน่ายด้วยการเปลี่ยนสีของบรรจุภัณฑ์ให้เป็นที่น่าสนใจกว่านี้</p> <p>สร้างจุดขายใส่รายละเอียดของบ้านไร่สวนฟาร์มสุขให้มากกว่านี้เช่น สถานที่ตั้งของไร่</p>	<p>ข้อเสนอแนะ</p> <p>อยากให้ใส่รายละเอียดของไร่สวนฟาร์มสุขมากกว่านี้</p>
---	---

อภิปรายผล

ผู้ประกอบการเลือกบรรจุภัณฑ์แบบที่ 2 ซึ่งมีลักษณะแปลกตา มีความคิดสร้างสรรค์ มีความทันสมัยมากกว่าแบบที่ 1 การใช้กล่องกระดาษสีถึงความเป็นธรรมชาติได้ดี สื่อสารวิถีวัฒนธรรมความเป็นสินค้าทางการเกษตรได้ดี สร้างความแตกต่างชัดเจน เพิ่มมูลค่าสินค้าได้ สามารถซื้อเป็นของฝาก เพราะดูสวยงามไม่เขยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สามารถนำกล่องกระดาษไปใช้ต่อได้อีกครั้ง

แบบที่ 1 ด้านผู้ประกอบการผักไฮโดรโปนิคส์เห็นว่า แบบที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟฟิกจะไม่โดดเด่น คล้ายกับแบบอื่น ๆ ในท้องตลาด น่าจะเพิ่มภาพที่สื่อถึงผักไฮโดรโปนิคส์ให้มากขึ้น และผู้ประกอบการยังเห็นว่าบรรจุภัณฑ์ยังไม่ดึงดูดให้สนใจสินค้ามากนัก เรียบง่ายและไม่ต่างจากสินค้าชนิดอื่น

สรุปข้อเสนอแนะ

การพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อหาเอกลักษณ์ให้กับผู้ประกอบการผักไฮโดรโปนิคส์นั้นเป็นเรื่องที่มีความยากที่จะสามารถสรุปได้ เพราะ ก็มีผู้ประกอบการกลุ่มอื่น ๆ ที่มีเอกลักษณ์ในลักษณะใกล้เคียงกันไม่มีอะไรโดดเด่นแตกต่างกันมากนัก ดังนั้น จึงควรหาเอกลักษณ์สินค้าของตัวเอง เจาะจงลึกลงไปในพื้นที่ชุมชนที่ปลูกผักไฮโดรโปนิคส์ ต.ทัพหลวง อ.เมือง จ.นครปฐม หรือบริเวณใกล้เคียงนี้ โดยผู้วิจัยอาจจะค้นพบเอกลักษณ์ของสินค้าภายในพื้นที่เพื่อพัฒนา

กิตติกรรมประกาศ

ในการศึกษางานวิจัยเรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับผักไฮโดรโปนิคส์ บ้านไร่สวนฟาร์มสุข งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วย การเอื้อเฟื้อข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และความร่วมมือต่าง ๆ ของหลายท่าน ซึ่งให้การสนับสนุน คณะผู้วิจัย ตั้งแต่เริ่มต้นงานวิจัยจนเสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ ดรก .นภพัชร กอประเสริฐ ที่กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา รวมทั้งสละเวลา ให้คำปรึกษาและความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับแนวทางการทำวิจัย ตลอดจนปรับปรุงแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ ทำให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนและสามารถนำมาใช้วิเคราะห์ วางแผน และสรุป ข้อมูลได้อย่างราบรื่น ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ผู้วิจัยตระหนักถึงความตั้งใจจริงและความทุ่มเทของ อาจารย์ ขอขอบพระคุณ ไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ คุณชนพงค์ อาภรณ์พิศาล เกษตรกรบ้านไร่สวนฟาร์มสุข ตำบลทัพหลวง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่เสียสละเวลาและให้คำแนะนำงานทำให้งานวิจัยนี้ สำเร็จบรรลุไปด้วยดี นอกจากนี้กลุ่มผู้วิจัยยังได้รับการช่วยเหลือและกำลังใจจาก บิดา มารดา พี่น้อง และเพื่อนๆ ตลอดจนบุคคลต่าง ๆ ที่ไม่ได้กล่าวมาข้างต้น

ผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยฉบับนี้จะมีประโยชน์อยู่ไม่น้อย สำหรับข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น ผู้วิจัยขอน้อมรับผิดเป็นผู้เดียว และยินดีที่จะได้รับคำแนะนำจากทุกท่านที่ได้เข้ามาศึกษา เพื่อเป็น ประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยครั้งต่อไป

เอกสารอ้างอิง

เปรมกมล หงษ์ยนต์).27 เมษายน 2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า*. เข้าถึงได้จาก

file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/223119-Article%20Text-727895-1-10-20191027.pdf

กรรณิการ์ สายเทพ).25 มิถุนายน 2558). *แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการส่งออกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์*. เข้าถึงได้จาก <http://www.mgts.lpru.ac.th/journal/index.php/mgts/article/view/444>

จิตพนธ์ ชุมเกต).10 มีนาคม 2560). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี*. เข้าถึงได้จาก <http://www.mis.ms.su.ac.th/>

- จิราพัทธ์ แก้วศรีทอง) .2 กรกฎาคม 2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติกลุ่มศิลปะประดิษฐ์โอท็อป (OTOP). เข้าถึงได้จาก file:///C:/Users/User/Downloads
- ณธกร อุไรรัตน์) .17 มกราคม 2560). การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเจ๊กเซย เส้าไห้ จ.สระบุรี. เข้าถึงได้จาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/fineartsJournal/article/view/78643>
- ณธกรณ์ อุไรรัตน์) .1 กรกฎาคม 2559). การศึกษาเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเจ๊กเส้าไห้ จ.สระบุรี. เข้าถึงได้จาก <https://www.dpu.ac.th/dpurc/assets/>
- ดุขฎิ พรหมทัต) .3 พฤศจิกายน 2558). พฤติกรรมการผลิตผักปลอดภัยของเกษตรกรจังหวัดพระนครศรีอยุธยา . เข้าถึงได้จาก <https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/jtir/article/view/54711>
- ดุสิต อธิวุฒน์) .19 ธันวาคม 2562). การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคและทัศนคติของผู้บริโภคสินค้าอินทรีย์. เข้าถึงได้จาก <https://li01.tci-thaijo.org/index.php>
- นายเมธา โล่กันภัย) .19 พฤศจิกายน 2559). ระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการผลิตผักในระบบไฮโดรโปนิกส์. เข้าถึงได้จาก file:///C:/Users/User/Downloads/pornwalai.pras.pdf
- ประสพชัย พสุนนท์) .28 สิงหาคม 2561). ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ปัจจัยและจัดกลุ่มการเลือกบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคจังหวัดนครปฐม . เข้าถึงได้จาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php>
- ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์) .2 สิงหาคม 2562). การบริโภคสินค้าและอาหารอินทรีย์ของประชาชนในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ . เข้าถึงได้จาก file:///C:/Users/User/Downloads/170878-Article%20Text-669101-1-10-20190827.pdf