

รายงานการไปฝึกอบรม ดูงาน ประชุม / สัมมนา
ตามระเบียบมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ว่าด้วยการให้ทุนฝึกอบรม ดูงาน
และประชุมทางวิชาการแก่ข้าราชการมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

1. ชื่อ-นามสกุล

1.1 ชื่อ รองศาสตราจารย์ ดร.นาลัน แป้นปลั่ง อายุ 40 ปี

ตำแหน่ง รองศาสตราจารย์ สังกัดสาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ โทร 8151

เข้าร่วมการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 15 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม “วิจัยและพัฒนา บนฐานเศรษฐกิจ BCG สู่การพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน” ระหว่างวันที่ วันที่ 13 - 14 กรกฎาคม 2566
 รวมระยะเวลา 2 วัน

2. รายงานการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 15 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

2.1 หัวข้อการประชุม เรื่อง วิจัยและพัฒนา บนฐานเศรษฐกิจ BCG สู่การพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน มีวัตถุประสงค์ของการประชุมเพื่อเป็นเวทีแลกเปลี่ยนทางวิชาการ นำเสนอความรู้และประสบการณ์จากงานวิจัยระหว่างคณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และนักศึกษา ทั้งจากหน่วยงานภายในและภายนอก ให้สามารถขับเคลื่อนในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการด้านการวิจัยในสาขาต่าง ๆ ให้กว้างขวางในอนาคต และเป็นประโยชน์ให้ผู้ที่สนใจสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาค้นคว้างานวิจัยและนำไปพัฒนาต่อยอดงานวิจัยต่อไป เพื่อสร้างความเข้มแข็งทางวิชาการให้มีผลงานวิจัยที่มีคุณภาพ และเกิดการยอมรับในแวดวงวิชาการ

2.2 ผู้เข้าร่วมประชุม

การประชุมในครั้งนี้ มีผู้เข้าร่วมประชุมประมาณ 300 คน ประกอบด้วยอาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ นักศึกษา และสถาบันการศึกษา จำนวนประมาณ 200 คน และบุคลากรจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย การอาชีวศึกษาเกษตรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สถาบันเทคโนโลยีปทุมวัน โรงพยาบาลศรีธัญญา โรงพยาบาลนครปฐม วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี จักรีนรัชวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ราชบุรี วิทยาลัยพยาบาลพระจอมเกล้า จังหวัดเพชรบุรี เครือข่าย สหวิทยาการแห่งราชบัณฑิตยสภาในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี สมาคมเชรามิกอเมริกัน ประจำประเทศไทย สมาคม IEEE MagSoc Thailand Chapters สมาคมวิจัยวัสดุ และสมาคมเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาสถาบัน ประมาณ 50 คน รวมถึงตัวแทนภาคเอกชนและผู้สนใจทั่วไป ประมาณ 50 คน

2.3 รูปแบบ/วิธีการประชุม

- 1) การบรรยายพิเศษโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
- 2) การนำเสนอผลงานวิจัยภาคโปสเตอร์
- 3) การนำเสนอผลงานวิจัยภาคบรรยาย
- 4) การประกวดการนำเสนอผลงานวิจัยภาคโปสเตอร์และภาคบรรยาย

2.4 การเข้าร่วมประชุม

ในการประชุมครั้งนี้เข้าร่วมประชุมในฐานะผู้นำเสนอผลงานวิจัยภาคโปสเตอร์

2.5 ผลการประชุม (สรุปสาระสำคัญที่ได้รับจากการเข้าร่วมประชุม)

ผลจากการเข้าร่วมประชุมทั้งในช่วงการบรรยายพิเศษ การเสวนา การนำเสนอผลงานวิจัยภาคบรรยายและโปสเตอร์ มีประเด็นสำคัญเกี่ยวกับ “วิจัยและพัฒนา บนฐานเศรษฐกิจ BCG สู่การพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน” เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรและอาหารสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์สู่ฐานเศรษฐกิจ BCG ทั้งนี้ สามารถสรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

- 1) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแนวทางการบริหารจัดการผลผลิต เป็นการตรวจสอบย้อนกลับผลผลิตส่งออกที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน GAP โดยการนำเทคโนโลยี Blockchain มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนากระบวนการ และธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการยกระดับเศรษฐกิจการค้าสมัยใหม่ ด้วยการสร้างความมั่นใจ/เชื่อใจในมาตรฐาน และคุณภาพสินค้าให้แก่ผู้นำเข้า และผู้บริโภครตรวจสอบย้อนกลับในธุรกิจ/สินค้าเกษตร (Traceability) เพราะการบันทึกข้อมูลด้วยเทคโนโลยี Blockchain ทำให้ไม่สามารถแก้ไขข้อมูลได้ ซึ่งจะช่วยให้การตรวจสอบสินค้าเกษตร เกิดความโปร่งใส และน่าเชื่อถือตามมาตรฐานที่ผู้ซื้อต้องการซึ่งจะนำไปสู่การค้าที่มากขึ้น และได้ราคาดีขึ้น เป็นต้น
- 2) การพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อส่งเสริมการผลิตสีเขียว เป็นการยกระดับอุตสาหกรรมสีเขียว GI ในกระบวนการผลิต เช่น อุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งบริษัทขนาดใหญ่ หรือ SMEs เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีการวินิจฉัยปัญหาเบื้องต้นจากโจทย์ความต้องการของผู้ประกอบการแต่ละรายโดยผู้เชี่ยวชาญจากหลายหน่วยงาน
- 3) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยกระดับอุตสาหกรรมเดิม สร้างอุตสาหกรรมใหม่ อุตสาหกรรมการผลิตส่วนผสมฟังก์ชัน หรือ Functional ingredient เป็นอุตสาหกรรมใหม่ที่มีศักยภาพของประเทศไทย จากฐานความเข้มแข็งของทรัพยากรชีวภาพที่หลากหลายของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความหลากหลายของจุลินทรีย์ นำไปสู่การวิจัยและพัฒนาด้านการใช้ประโยชน์จากจุลินทรีย์อย่างกว้างขวาง โดยใช้องค์ความรู้พหุสาขาวิชามาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาจุลินทรีย์ และผลิตภัณฑ์จากจุลินทรีย์ เพื่อผลักดันให้มีการใช้ประโยชน์จากจุลินทรีย์ในอุตสาหกรรมต่างๆ ทั้งการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ รวมถึงการ

พัฒนากระบวนการผลิตที่ลดความซับซ้อนภายในกระบวนการ การลดระยะเวลาในการผลิต และปรับปรุงกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและภาคอุตสาหกรรม

- 4) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยกระดับคุณภาพ ความปลอดภัย และมาตรฐานของอาหารท้องถิ่น อาหารท้องถิ่นและอาหารกลุ่ม Street food เป็นผู้ประกอบการอาหารกลุ่มใหญ่ของประเทศ โดยปัญหาหลักของกลุ่มนี้คือเรื่องมาตรฐาน สุขลักษณะ การสร้างความเดือดร้อนรำคาญ และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การกีดขวางทางสัญจร ปัญหาฝุ่นควันและการปล่อยน้ำเสีย และขยะที่สาธาณณะ ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคและประชาชนทั่วไป แนวทางแก้ไขปัญหาคือจำเป็นต้องมีการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ และนวัตกรรม การให้ความรู้ และการกำกับดูแลเพื่อยกระดับผู้ประกอบการให้ได้มาตรฐาน สุขลักษณะ ความปลอดภัย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การยกระดับด้านความปลอดภัยในการแปรรูปอาหารประเภทปิ้งย่าง และขยายผลสู่ตลาด street food ในเชิงพาณิชย์ โดยในปัจจุบันการแปรรูปอาหารโดยการปิ้งย่างพบปัญหาทั้งในด้านความปลอดภัย เช่น สารก่อมะเร็งที่มากับเขม่าควันจากการปิ้งย่างที่มีผลต่อทั้งผู้ชายหรือผู้บริโภค และปัญหาเรื่องของการปิ้งย่างที่ไม่สม่ำเสมอ เนื่องจากการควบคุมความสม่ำเสมอของแหล่งความร้อนทำได้ยาก ส่งผลต่อการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ จึงเป็นข้อจำกัดในการขยายธุรกิจของผู้ประกอบการ
- 5) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องการพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพ เป็นการวิจัยระบบการเพาะพันธุ์แมลงวันทหารเสือ (Black Soldier Fly: BSF) และการบริหารจัดการทรัพยากรแบบครบวงจร เพื่อต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงสำหรับใช้ในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์และการเกษตร อาทิ โปรตีนคุณภาพสูง บัวยอินทรีย์ และน้ำมันสกัดบริสุทธิ์ ซึ่งการใช้เทคโนโลยีเพื่อผลิตโปรตีนจากแมลงนี้ เป็นการนำวัสดุอินทรีย์เหลือใช้ (Organic Waste) มาเข้าสู่กระบวนการหมักด้วยเทคโนโลยีพิเศษเพื่อใช้เป็นอาหารเลี้ยงแมลงวันทหารเสือ ซึ่งจะช่วยให้แมลงเจริญเติบโตได้อย่างรวดเร็ว มีโปรตีนสูง สามารถนำไปสกัดเป็นโปรตีนคุณภาพสูงเพื่อทดแทนการใช้ปลาป่นในธุรกิจอาหารสัตว์และนำไปต่อยอดสู่ผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มได้ต่อไป

2.6 การนำเสนอผลงานวิจัยภาคโปสเตอร์

2.6.1 รองศาสตราจารย์ ดร.นาลัน แป้นปลื้ม ได้นำเสนอผลงานวิจัยภาคโปสเตอร์ในเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเกาหลีของผู้บริโภคร้าน โคโคบี พระราม 3 เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร (Customer Behavior of CocoBee Korean Restaurant's Rama 3 Branch, Yannawa District, Bangkok Metropolis) ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้เข้าร่วมงาน ซึ่งมีบทคัดย่อของผลงานวิจัย ดังนี้

พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเกาหลีของผู้บริโภคร้าน โคะโค่บี พระราม 3 เขตยานนาวา
กรุงเทพมหานคร

Customer Behavior of CocoBee Korean Restaurant's Rama 3 Branch, Yannawa District,
Bangkok Metropolis

ศิริลักษณ์ ลีลาวิชิตชัย¹ และ นาลัน แป้นปลื้ม^{2*}

Siriluck Leelavichitchai¹ and Nalun Panpluem^{2*}

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ข้อมูลทั่วไปของร้านอาหารเกาหลีโคโค่บี 2) พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเกาหลีของผู้บริโภคร้านอาหารเกาหลีโคโค่บี และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมในการใช้บริการร้านอาหารเกาหลีของผู้บริโภคร้านโคโค่บี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ เจ้าของกิจการจำนวน 1 ราย เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ และกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคร้านโคโค่บี คำนวณจากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ Roscoe โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 139 ราย เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ไคสแควร์ ร่วมกับการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่า 1) ร้านอาหารตั้งอยู่ทำเลใกล้แหล่งชุมชนและเดินทางสะดวก การจัดการแบ่งเป็นแผนกบริการและแผนกครัว ให้บริการ 2 ช่องทาง ได้แก่ หน้าร้าน และออนไลน์ จุดเด่นของร้านนี้ คือ ราคาไม่แพง อาหารปรุงสดใหม่ทุกวัน วัตถุดิบมีคุณภาพดี และไก่ทอดเป็นเมนูขายดี 2) ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารนอกบ้าน มักพาคนในครอบครัวมารับประทานอาหาร ในช่วงเวลา 18:01 - 20:00 น. โดยใช้บริการวันจันทร์-ศุกร์ และมารับประทาน 1 ครั้งต่อเดือน เหตุผลสำคัญที่ใช้บริการร้านอาหารนี้คือ รสชาติอาหารถูกปาก 3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการด้านบุคคลที่อยากพามารับประทานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) กับพฤติกรรมในการใช้บริการร้านอาหารเกาหลีล้วนมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$)

คำสำคัญ: พฤติกรรมใช้บริการ ร้านอาหารเกาหลี อาหารเกาหลี

^{1 2} สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช อ. ปากเกร็ด จ. นนทบุรี 11120

^{1 2} School of Agriculture and Cooperatives, Sukhothai Thammathirat Open University, Pakkret, Nonthaburi 11120

* Corresponding author: pp.pilun@gmail.com

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการซื้อไม้ดอกไม้ประดับในตลาดกลางไม้ดอกไม้ประดับโคกกรวด
(เศรษฐกิจใต้) ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

Factors Related to Behavior of Buying Flowering and Ornamental Plants in Khok Kruat
Flowering and Ornamental Plant Central Market (Setthi Garden) in Nakhon Ratchasima
District, Nakhon Ratchasima Province

ปณัญญา ยูทรวงษ์สุข¹ และนาลัน แป้นปลื้ม^{2*}
Poonyisa Yuthawongsukh¹ and Nalun Panpluem^{2*}

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ข้อมูลทั่วไปของร้านอาหารเกาหลีโคโคบี 2) พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเกาหลีของผู้บริโภคร้านอาหารเกาหลีโคโคบี และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมในการใช้บริการร้านอาหารเกาหลีของผู้บริโภคโคโคบี เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ เจ้าของกิจการจำนวน 1 ราย เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ และกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคโคโคบี จำนวนจากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ Roscoe โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 139 ราย เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ไคสแควร์ ร่วมกับการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่า 1) ร้านอาหารตั้งอยู่ทำเลใกล้แหล่งชุมชนและเดินทางสะดวก การจัดการแบ่งเป็นแผนกบริการและแผนกครัว ให้บริการ 2 ช่องทาง ได้แก่ หน้าร้านและออนไลน์ จุดเด่นของร้านนี้คือ ราคาไม่แพง อาหารปรุงสดใหม่ทุกวัน วัตถุดิบมีคุณภาพดี และไก่ทอดเป็นเมนูขายดี 2) ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบรับประทานอาหารนอกบ้าน มักพาคนในครอบครัวมารับประทานอาหาร ในช่วงเวลา 18:01 - 20:00 น. โดยใช้บริการวันจันทร์-ศุกร์ และมารับประทาน 1 ครั้งต่อเดือน เหตุผลสำคัญที่ใช้บริการร้านอาหารนี้คือ รสชาติอาหารถูกปาก 3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุอาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการด้านบุคคลที่อยากพามารับประทานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$) ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) กับพฤติกรรมในการใช้บริการร้านอาหารเกาหลีล้วนมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p \leq 0.05$)

คำสำคัญ: การผลิตโคเนื้อ ตลาดโคเนื้อ โคเนื้อขุน

¹ 2 สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช อ. ปากเกร็ด จ. นนทบุรี 11120

¹ 2 School of Agriculture and Cooperatives, Sukhothai Thammathirat Open University, Pakkret, Nonthaburi 11120

* Corresponding author: pp.pilun@gmail.com

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการซื้อไม้ดอกไม้ประดับในตลาดดอกไม้ประดับโคกกรวด 0130
(เศรษฐกิจระดับ) ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา
 Factors Related to Behavior of Buying Flowering and Ornamental Plants in Khok Krud Flowering and Ornamental Plant Central Market (Setthi Garden) in Nakhon Ratchasima District, Nakhon Ratchasima Province

ปญญา พุทธวงษ์ และ นพรัตน์ แสบรัมย์*
 Panyia Yuthawongsa¹ and Naban Pansam^{2*}

สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช อ. ปากเกร็ด จ. นนทบุรี 11120
 School of Agriculture and Cooperatives, Sukhothai Thammathirat Open University, Pakkret, Nonthaburi 11120
 * Corresponding author: pp.pitak@gmail.com



ABSTRACT

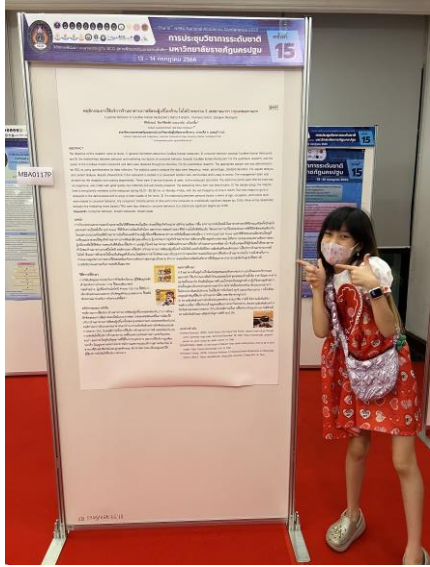
The objective of this research was to study the relationship between personal factors, cultural factors, social factors, psychological factors and marketing factors with behaviors in buying ornamental flowers. The population was the consumers in Khok Krud Flowering and Ornamental Plant Central Market (Setthi Garden). Convenience sampling was used and data were obtained from 400 questionnaires given to consumers who shopped for flowers at the market. The statistics used to analyze the data were frequency, mean, percentage and standard deviation. Results showed that the relationship between personal factors, cultural factors, social factors, psychological factors and the marketing mix factors with buying behavior of most ornamental plants were related. Except the marketing mix factors in marketing promotion were not related to the buying behavior of ornamental plants as follows. There are many types of payment services, including cash scanning, payment through various bank applications and cards. Credit was not related with purchase frequency in a month (Jun. 2022). Period spent on buying ornamental plants, tended to who bought ornamental plants, the person who influenced the decision to bought ornamental plants, the average cost of buying ornamental plants per time (p<0.5).

Keywords: Buying behavior, Ornamental flowers, the Central Market of Flowers Adorning the Khok Krud (Setthi Garden)

บทนำ
 การปลูกต้นไม้เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมสูงถึงร้อยละ 62.98 จุดประสงค์ในการปลูกต่างก็แตกต่างกันไป ส่งผลให้ "ธุรกิจขายต้นไม้" เติบโตขึ้นอย่างมากซึ่งกล่าวได้ว่าการปลูกต้นไม้คือ "วิถีชีวิตใหม่" ของคนเมือง (3) ตลาดดอกไม้ประดับโคกกรวด (เศรษฐกิจระดับ) เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดอื่นๆ ในภาคอีสาน ด้วยตลาดตั้งอยู่บนเส้นทางสายรถยนต์มิตรภาพ เป็นศูนย์รวมต้นไม้หลากหลายชนิดแบบทุกภูมิภาค มีร้านจำหน่ายมากมายหลากหลายประเภท (4) นอกจากนี้การรวมแบบมีหน้าร้าน บางร้านมีการขายผ่านทาง Facebook โดยการโพสต์ความสวยที่ร้านและรูปการปลูกต้นไม้ก็ช่วย จากวิถีชีวิตใหม่แบบมีผู้ใช้โซเชียลมีเดีย ความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจในการดูแลต้นไม้ และปัจจัยต่างๆ ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการซื้อไม้ดอกไม้ประดับ จึงเป็นเหตุผลให้ผู้ขายต้นไม้โคกกรวดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการซื้อไม้ดอกไม้ประดับในตลาดดอกไม้ประดับโคกกรวด (เศรษฐกิจระดับ) เพื่อเป็นแนวทางในการนำผลการศึกษานี้ไปปรับใช้เพื่อพัฒนารูปแบบการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับต่อไป

วิธีการศึกษา
 การวิจัยเชิงสำรวจ ประชากร คือ ผู้บริโภคไม้ดอกไม้ประดับ ณ ตลาดดอกไม้ประดับโคกกรวด (เศรษฐกิจระดับ) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เลือกแบบสะดวก โดยใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา

เอกสารอ้างอิง
 (7) European, K., & Nordstrom, P. (2020). Attributes of the Trees Market Marketing Organization for Farmers that Affects the Consumers Service Selection in Bangkok Metropolitan.
 (8) Rangphong, D., & Sangmanee, (2021). Attitude, Influence, and Marketing Mix Affecting Plant Buying Decision in Bangkok and Metropolitan Areas.
 (9) Mardasari, R., & Yurwika, W. (2021). The Factor of New Marketing Mix Affecting Buying Decision of Plants For Home Decoration on Consumers Working-Age Via Social Media Communications
 (13) Bussari, Riwanda. (2020). Decision Making in Online Purchasing Center and Saturated Consumers in Bangkok.
 (14) Kinnai, C., Teepak, P., Srisopha, P., Farnas, C., & Singorn, P. (2023). Factors Influencing the Decision to Buy Trees through Social Media Case Studies of Live Broadcasts via Facebook Platform of Consumers in Bangkok.
 (16) Apsoo, Pichchanok. (2021). A study of reasons for buying plants through online channels.



2.7 ประโยชน์ที่ได้รับ

1) ประโยชน์ที่ผู้รับทุนได้รับ

- 1.1) ได้รับการพัฒนาด้านวิชาการและด้านการวิจัย
- 1.2) สร้างเครือข่ายนักวิจัยในระดับมหาวิทยาลัยและระดับชาติ

2) ประโยชน์ที่มหาวิทยาลัยได้รับ

- 2.1) บุคลากรของมหาวิทยาลัยได้รับการพัฒนาด้านวิชาการและด้านการวิจัย
- 2.2) เกิดเครือข่ายนักวิจัยในระดับมหาวิทยาลัยและระดับชาติ

2.8 ข้อเสนอแนะ

การที่มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชได้ให้จัดให้มีทุนไปร่วมงานสัมมนาวิชาการนั้น ทำให้เกิดประโยชน์ต่อบุคคลากรและมหาวิทยาลัยฯ เป็นอย่างมาก จึงควรมีการจัดสรรทุนในลักษณะนี้เพิ่มขึ้น เพื่อเปิดโอกาสให้บุคลากรด้านวิชาการมีประสบการณ์ด้านการวิจัย ได้มุมมองงานวิจัยที่ทันสมัย และเพื่อสร้างเครือข่ายนักวิจัยต่อไป

หมายเหตุ

1. กรณีไปฝึกอบรม ดูงาน ประชุม/สัมมนา เป็นหมู่คณะโปรดระบุชื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวทั้งหมด และเสนอรายงานในชุดเดียวกัน
2. รายงานควรมีความยาวประมาณ 5 - 10 หน้า และถ้ามีรายงานต่างหากเพิ่มเติมก็ให้แนบไปด้วย ทั้งนี้ เพื่อที่ผู้สนใจซึ่งมิได้ไปฝึกอบรม ดูงาน ประชุม/สัมมนา จะสามารถหาความรู้จากเนื้อหาสาระดังกล่าว ได้ตามสมควร
3. ให้ผู้ที่ได้รับทุนส่งรายงานการฝึกอบรม หรือดูงาน หรือประชุมทางวิชาการ จำนวน 2 ชุด กรณีขอรับทุนตามความต้องการของหน่วยงาน และจำนวน 15 ชุด กรณีขอรับทุนตามความต้องการส่วนบุคคล รวมทั้งเอกสารที่ได้รับจากการฝึกอบรม/ดูงาน/ประชุมทางวิชาการ(ถ้ามี) ในครั้งนั้น ๆ ไปที่ กองการเจ้าหน้าที่ ภายในเวลา 60 วันหลังการไปฝึกอบรม/ดูงาน/ประชุมทางวิชาการ