

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม แบบบันทึกสนทนากลุ่ม และแบบประเมิน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ ตามหลักวิชา และนำเสนอผลการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วง

ช่วงที่ 1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม และผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาการตลาด มี 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ช่วงที่ 2 การวิเคราะห์ร่างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ช่วงที่ 3 การวิเคราะห์ผลการประเมินทบทวนรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ กำหนดสัญลักษณ์เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

\bar{X} แทนค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean)

S.D. แทนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

ช่วงที่ 1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม และผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาการตลาด มี 2 ตอน

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	151	41.10
หญิง	216	58.90
รวม	367	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด เป็นชาย 151 คน คิดเป็นร้อยละ 41.10 เป็นหญิง 216 คน คิดเป็นร้อยละ 58.90 ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	81	22.07
30 – 40 ปี	103	28.07
มากกว่า 40 ปี	183	49.86
รวม	367	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 22.07 อายุระหว่าง 30 - 40 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 28.07 อายุมากกว่า 40 ปี จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 49.86 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 40 ปี

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาด
แบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว
จังหวัดนครสวรรค์ที่เป็นปัญหาในภาพรวม

ลำดับที่	ประเด็นปัญหา	ระดับปัญหา		แปลผล	อันดับ
		\bar{X}	S.D.		
1	ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	2.90	1.18	ปานกลาง	3
2	ด้านราคาของสินค้าและบริการในเรื่อง การท่องเที่ยว	3.51	1.16	มาก	2
3	ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว	3.52	1.14	มาก	1
4	ด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว	2.44	1.26	น้อย	4
	รวมเฉลี่ย	3.01	1.25	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.3 เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่าปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาด
แบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์
ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.01$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับ
มาก อันดับสูงสุด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$)
รองลงมา คือ ด้านราคาของสินค้าและบริการในเรื่องการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$)
และอันดับต่ำสุด ได้แก่ ด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.44$)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาด
แบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว
จังหวัดนครสวรรค์ ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ลำดับที่	ประเด็นปัญหา	ระดับปัญหา		แปลผล	อันดับ
		\bar{X}	S.D.		
	ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว				
1	ความน่าประทับใจและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว	2.30	1.05	น้อย	15
2	ทรัพยากรธรรมชาติได้แก่ภูเขาหินสีชมพู	2.35	1.16	น้อย	14
3	ความน่าสนใจในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน	2.20	1.12	น้อย	16
4	ขาดการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม	2.87	1.00	ปานกลาง	10
5	การให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว	2.93	1.16	ปานกลาง	8
6	การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลรักษาทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว	2.79	1.27	ปานกลาง	11
7	ที่พักร้านอาหารสำหรับอำนวยความสะดวกและบริการแก่นักท่องเที่ยว	2.93	1.24	ปานกลาง	8
8	การจัดการด้านที่พัก ร้านอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ	3.40	1.07	ปานกลาง	2
9	ขาดข้อมูลด้านราคาที่พัก อาหาร และบริการอื่นๆ	3.21	1.42	ปานกลาง	4
10	การมีส่วนร่วมของชุมชนในเรื่องที่พัก อาหารและบริการอื่นๆ	3.20	1.41	ปานกลาง	5
11	นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวด้วยความสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย	2.51	1.27	ปานกลาง	13
12	การจัดการด้านความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	3.56	1.15	มาก	1
13	เอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และวิทยุ ที่ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว	3.32	1.11	ปานกลาง	3

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ลำดับที่	ประเด็นปัญหา	ระดับปัญหา		แปลผล	อันดับ
		\bar{X}	S.D.		
14	การมีส่วนร่วมของชุมชนในการให้ข้อมูล และ อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการ เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.12	1.16	ปานกลาง	6
15	แหล่งท่องเที่ยวมีจุดเด่น หรือ จุดที่ดึงดูดใจ นักท่องเที่ยว ทำให้เกิดความประทับใจ	2.78	1.20	ปานกลาง	12
16	ราคาที่เสนอแก่นักท่องเที่ยวมีความเหมาะสม ตามฤดูกาล	2.95	1.04	ปานกลาง	7
	รวมเฉลี่ย	2.90	1.18	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.4 เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า ปัญหาการการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ในด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.90$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง อันดับสูงสุด ได้แก่ การจัดการด้านความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.56$) รองลงมา ได้แก่ การจัดการด้านที่พัก ร้านอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$) และอันดับต่ำสุด ได้แก่ ความน่าสนใจในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน ($\bar{X} = 2.20$)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ด้านราคาสินค้าและบริการในเรื่องการท่องเที่ยว

ลำดับที่	ประเด็นปัญหา	ระดับปัญหา		แปลผล	อันดับ
		\bar{X}	S.D.		
17	ด้านราคาสินค้าและบริการในเรื่องการท่องเที่ยว ราคาของสินค้าและบริการในการท่องเที่ยว	3.25	1.05	ปานกลาง	4
18	การจัดการของแหล่งท่องเที่ยวในด้านของราคาที่พัก อาหาร และการบริการ	3.59	1.17	มาก	2
19	ข้อมูลด้านราคาสินค้าและบริการ	3.56	1.15	มาก	3
20	ชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดราคาสินค้าและบริการ	3.64	1.25	มาก	1
	รวมเฉลี่ย	3.51	1.16	มาก	

จากตารางที่ 4.5 เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า ปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ในด้านราคาสินค้าและบริการในเรื่องการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.5$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก อันดับสูงสุด ได้แก่ ชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดราคาสินค้าและบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) รองลงมาได้แก่ การจัดการของแหล่งท่องเที่ยวในด้านของราคาที่พัก อาหาร และการบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) และอันดับต่ำสุด ได้แก่ ราคาของสินค้าและบริการในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

ลำดับที่	ประเด็นปัญหา	ระดับปัญหา		แปลผล	อันดับ
		\bar{X}	S.D.		
	ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว				
21	การโฆษณา ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว	3.26	1.13	ปานกลาง	11
22	การจัดการด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	3.37	1.19	ปานกลาง	10
23	ชุมชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	3.47	0.96	ปานกลาง	8
24	มีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ เช่น การใช้ตัวอย่างสินค้า การเสนอส่วนลด การเสนอของแถม การแข่งขันการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.57	1.11	มาก	5
25	การจัดการในการส่งเสริมการขายเพื่อให้มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	3.44	1.06	ปานกลาง	9
26	ข้อมูลหรือการให้ความรู้ในกิจกรรมการส่งเสริมการขาย	3.58	1.13	มาก	3
27	การมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมการขาย	3.58	1.27	มาก	3
28	ประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์	3.53	1.24	มาก	7
29	ความถี่ของการประชาสัมพันธ์	3.73	1.09	มาก	1
30	ความรอบรู้ในการให้ข้อมูล และความหลากหลายของสื่อประชาสัมพันธ์	3.56	1.20	มาก	6
31	การสร้างเครือข่ายการตลาดการท่องเที่ยว	3.66	1.11	มาก	2
	รวมเฉลี่ย	3.52	1.14	มาก	

จากตารางที่ 4.6 เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า ปัญหาการการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ในด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก อันดับสูงสุด ได้แก่ ความถี่ของการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) รองลงมา ได้แก่ การสร้างเครือข่ายการตลาดการท่องเที่ยวอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.66$) และอันดับต่ำสุด ได้แก่ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$)

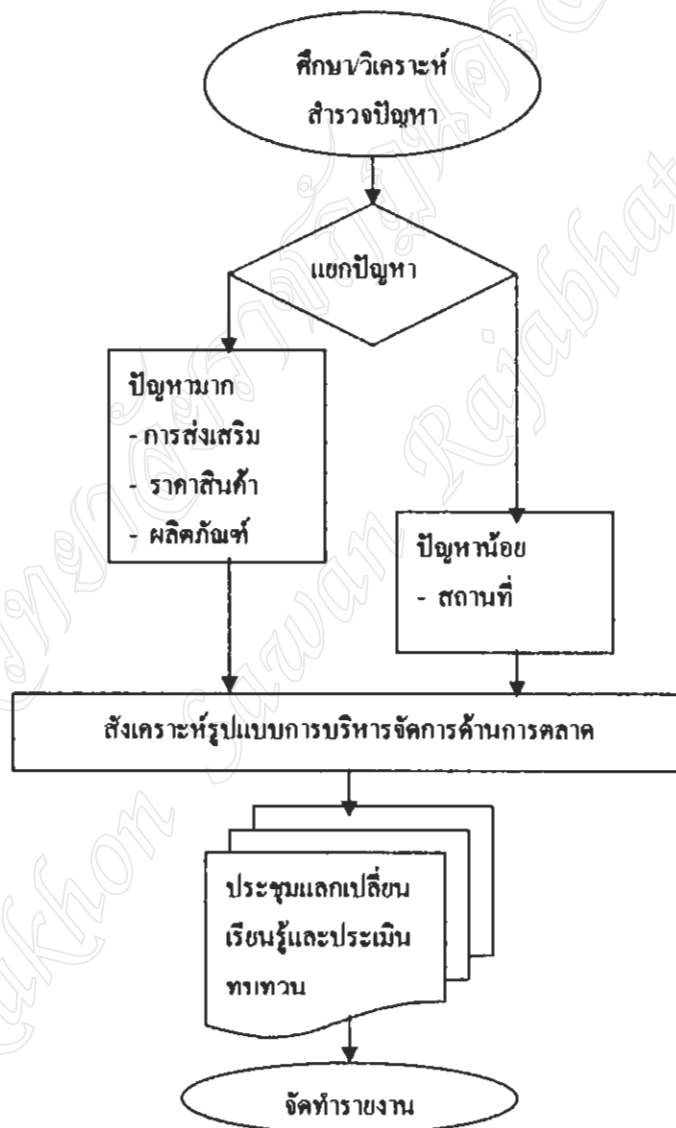
ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว

ลำดับที่	ประเด็นปัญหา	ระดับปัญหา		แปลผล	อันดับ
		\bar{X}	S.D.		
	ด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว				
32	ความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยว	2.49	1.32	น้อย	5
33	ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	2.19	1.19	น้อย	8
34	ทัศนียภาพบรรยากาศและความสวยงามบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	2.65	1.39	ปานกลาง	4
35	ความสะดวกสบายของที่นั่งพักผ่อน	2.79	1.28	ปานกลาง	1
36	การออกแบบตกแต่งสถานที่	2.22	1.31	น้อย	6
37	ความสะอาดของบริเวณโดยรอบ	2.73	1.38	ปานกลาง	2
38	ความเหมาะสมของที่จอดรถ	1.92	1.07	น้อย	9
39	สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ โทรศัพท์	2.73	1.23	ปานกลาง	2
40	การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เช่นการบรรยาย การจัดฉายวีดิทัศน์ บอร์ดนิทรรศการ	2.22	1.20	น้อย	6
	รวมเฉลี่ย	2.44	1.26	น้อย	

จากตารางที่ 4.7 เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า ปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ในด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 3.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย อันดับสูงสุด ได้แก่ ความสะดวกสบายของที่นั่งพักผ่อน อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 2.79$) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดของบริเวณโดยรอบ , สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ โทรศัพท์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.73$) และอันดับต่ำสุด ได้แก่ ความเหมาะสมของที่จอดรถ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.92$)

ช่วงที่ 2 การวิเคราะห์ร่างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ร่างรูปแบบจากผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบ
มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์
โดยผู้วิจัยนำร่างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด เข้าประชุมสนทนากลุ่ม ให้ผู้เชี่ยวชาญมี
ความเห็นชอบ ในรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด ซึ่งผลการประชุมสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ
ทุกท่าน มีความเห็นชอบกับรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด ที่ผู้วิจัยร่างขึ้น ดังนี้



ภาพที่ 4.1 รูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
เทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

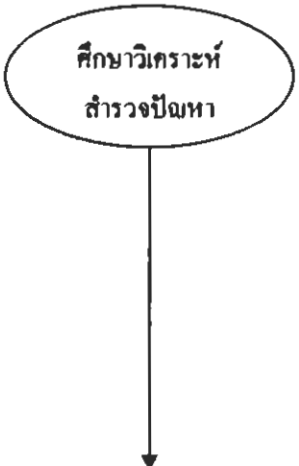

ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหา การบริหารจัดการด้านการตลาด แบบมีส่วนร่วม ในการ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยคัดแยกปัญหา
ออกเป็นปัญหาระดับปานกลางถึงมาก และปัญหาระดับปัญหาน้อยได้ดังต่อไปนี้

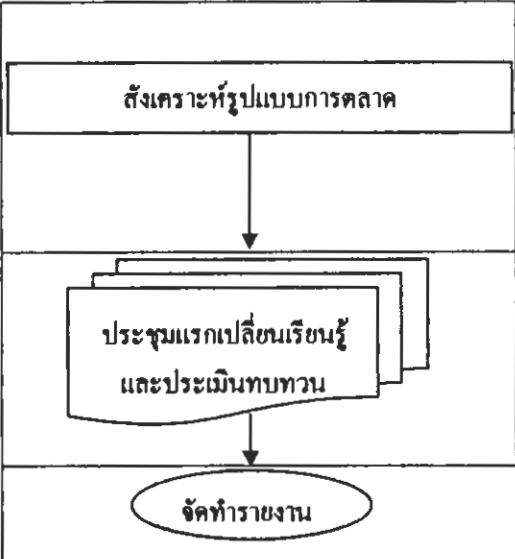
ปัญหาระดับปานกลางถึงมาก	ยุทธศาสตร์แก้ไขปรับปรุง
<ul style="list-style-type: none"> ★ ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ★ ด้านราคาสินค้าและบริการในเรื่องการท่องเที่ยว ★ ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 	<p>กิจกรรมหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จัดประชุมสนทนากลุ่ม (F.G.D.) 2. สร้างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด 3. พัฒนาการบริหารจัดการด้านการตลาด <ol style="list-style-type: none"> 3.1 ด้านการส่งเสริมการตลาด <ul style="list-style-type: none"> - จัดทำประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต โดยความร่วมมือกันของหน่วยงานภาคเอกชน และรัฐ รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยว - จัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบงานประจำปีเพื่อส่งเสริมและดึงดูดนักท่องเที่ยว และให้ใช้โอกาสนี้ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด 3.2 ด้านราคาสินค้า <ul style="list-style-type: none"> - จัดตั้งกลุ่มร้านค้าและผู้ประกอบการท่องเที่ยวในการควบคุมคุณภาพและราคาของสินค้า การบริการการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ โดยมีทุกภาคส่วนร่วมในการดำเนินการด้วย (มีส่วนร่วม) 3.3 ด้านผลิตภัณฑ์ <ul style="list-style-type: none"> - จัดชุดอำนวยความสะดวกในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวโดยการ

ปัญหาระดับปานกลางถึงมาก	ยุทธศาสตร์แก้ไขปรับปรุง
	<p>จัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวกการท่องเที่ยว อำเภอหนองบัว</p> <ul style="list-style-type: none"> - จัดทำทะเบียนที่พัก ร้านอาหาร และบริการต่าง ๆ เช่น แผนที่แหล่งท่องเที่ยว เอกสารแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ต่าง ๆ นำเสนอในรูปแบบเอกสาร สิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ ให้กับนักท่องเที่ยว - ให้ประชาชนที่มีส่วนได้รับประโยชน์ในการท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะเรื่องความสะอาด <p>กิจกรรมสนับสนุน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ศึกษาดูงาน 2. อบรมให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด 3. จัดทดลองเที่ยว 4. ประเมินผล

ปัญหาระดับน้อย	ยุทธศาสตร์การวิจัย
ด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว	<ol style="list-style-type: none"> 1. กิจกรรมสร้างความตระหนักในการอนุรักษ์ทรัพยากร ของสิ่งแวดล้อมและสถานที่ 2. จัดกิจกรรมเสริมความรู้ใหม่ๆ 3. กิจกรรมฝึกทักษะเพื่อให้เกิดความชำนาญอยู่เสมอ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
Rajabhat Surin Rajabhat University

กระบวนการมาตรฐาน	วิธีมาตรฐาน	บันทึกมาตรฐาน
 <p>ศึกษาวิเคราะห์ สำรวจปัญหา</p>	<ol style="list-style-type: none"> ศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัย เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการตลาด สร้างเครื่องมือสำรวจปัญหา หาค่า I.O.C. โดยปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ สำรวจปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาด หาค่าความเที่ยง วิเคราะห์ปัญหา 	<p>แบบบันทึก</p> <p>แบบสอบถาม</p> <p>แบบหาค่า I.O.C.</p> <p>แบบสอบถาม</p> <p>แบบวิเคราะห์ Reliability</p> <p>แบบตารางแปรผล</p>
 <p>แยกปัญหา</p>	<p>ปัญหาระดับมาก</p> <p>ปัญหาระดับน้อย</p>	<p>แบบตารางแยกปัญหา</p>
<p>ปัญหามาก</p> <ul style="list-style-type: none"> - การส่งเสริม - ราคาสินค้า - ผลិតภัณฑ์ 	<p>กิจกรรมหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> จัดประชุมเชิงปฏิบัติการ FGD สร้างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด พัฒนาการบริหารจัดการด้านการตลาด <ol style="list-style-type: none"> ด้านการส่งเสริม ด้าน ราคาสินค้า ด้านผลิตภัณฑ์ <p>กิจกรรมสนับสนุน</p> <ol style="list-style-type: none"> ศึกษาคูงาน อบรมให้ความรู้ จัดทดลองเที่ยว ประเมินผล 	<p>แบบบันทึกการประชุมกลุ่ม</p> <p>รูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด</p> <p>แบบประเมิน</p> <p>แบบประเมิน</p> <p>แบบประเมิน</p> <p>แบบประเมิน</p> <p>แบบประเมิน</p> <p>แบบประเมิน</p> <p>แบบสรุปประเมินผล</p>
<p>ปัญหาน้อย</p> <p>- สถานที่</p>	<ol style="list-style-type: none"> กิจกรรมสร้างความตระหนัก จัดกิจกรรมเสริมความรู้ใหม่ๆ กิจกรรมฝึกทักษะเพื่อให้เกิดความชำนาญ ชำนาญอยู่เสมอ 	<p>แบบประเมิน</p> <p>แบบประเมิน</p> <p>แบบประเมิน</p>

 <p>สังเคราะห์รูปแบบการตลาด</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. กระบวนการสนทนากลุ่ม (F.G.D.) 2. สังเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด 	<p>แบบบันทึกการประชุมกลุ่ม รูปแบบการบริหารจัดการ ด้านการตลาด</p>
<p>ประชุมแรกเปลี่ยนเรียนรู้ และประเมินบททวน</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประเมินบททวน 1 2. ประเมินบททวน 2 3. ประเมินบททวน 3 	<p>แบบประเมินบททวน 1 แบบประเมินบททวน 2 แบบประเมินบททวน 3</p>
<p>จัดทำรายงาน</p>	<p>รายงานผล</p>	<p>แบบเอกสารรายงานผล การวิจัย</p>

ช่วงที่ 3 ผลการวิเคราะห์การประเมินทบทวนรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด

ตารางที่ 4.8 แสดงผลการประเมินทบทวนการทดลองใช้รูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ตัวชี้วัด	ผลการประเมิน			สรุป
	ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 3	
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ปรับปรุง	พอใช้	พอใช้	พอใช้
ราคาสินค้าและบริการในเรื่องการท่องเที่ยว	ปรับปรุง	ปรับปรุง	พอใช้	พอใช้
การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว	ปรับปรุง	ดี	ดี	ดี
สถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว	ปรับปรุง	พอใช้	พอใช้	พอใช้

จากตารางที่ 4.8 ผลการประเมินทบทวนรูปแบบในภาพรวม พบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ราคาสินค้าและบริการในเรื่องการท่องเที่ยว และสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับพอใช้ และการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว อยู่ในระดับดี