

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยเรื่องรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืนเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะการวิจัย ดังนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการ ด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ - เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยมีรายละเอียดการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดจุดมุ่งหมายของการวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัญหาด้านการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ - เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อสร้างรูปแบบการบริหารจัดการ ด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ - เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ช่วงที่ 1 ในการหาปัญหาด้านการตลาด ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ - เขาสูง ประชากรได้แก่ประชาชนในชุมชนและผู้นำท้องถิ่นในพื้นที่ 3 ตำบล คือ ตำบลทุ่งทอง ตำบลหนองบัว และ ตำบลหนองกลับ จำนวน 7,732 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie and Morgan (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 43) จำนวน 367 คน

ช่วงที่ 2 ในการสร้างรูปแบบการบริหารจัดการ ด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ - เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้เชี่ยวชาญ 7 คน

ช่วงที่ 3 ประชากร และ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการประเมินบทบาทน ร่่างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ประกอบด้วยทีมบริหารจัดการด้านการตลาด จำนวน 15 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่นักวิจัยสร้างขึ้นเอง โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วง ดังนี้

ช่วงที่ 1 แบบสอบถามปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาด แบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ แบ่งข้อคำถามออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 3 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบเช็กลิส

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาด แบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 40 ข้อ

ช่วงที่ 2 การสร้างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ใช้แบบบันทึกการประชุมสนทนากลุ่ม

ช่วงที่ 3 การประเมินบทบาทนรูปแบบ ใช้แบบประเมินรูปแบบ การบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ มี 3 ระดับ ระดับ 1 คื 2 พอใช้ 3 ปรับปรุง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ช่วงที่ 1 ศึกษาปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ มีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือ ขอความอนุเคราะห์ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อการวิจัย จากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ไปยังนายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองบัว หนองกลับ ท่งทอง และ ผู้บริหารสถานศึกษาของโรงเรียนอนุบาลหนองบัว และขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล กลับคืน กับผู้บริหารสถานศึกษา และผู้นำท้องถิ่น

2. ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามให้กับผู้บริหารสถานศึกษา และนายกองค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 3 ตำบล เพื่อแจกแบบสอบถามให้กับประชาชนในชุมชน และผู้นำท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามทั้งหมด 367 ชุด ได้ข้อมูลกลับคืนมา 100 %

ช่วงที่ 2 ประชุมสนทนากลุ่มมีขั้นตอนดังนี้

1. ขอนหนังสือ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ เชิญผู้เชี่ยวชาญร่วมประชุม
สนทนากลุ่ม
2. ผู้เข้าร่วมประชุมให้ความคิด ข้อพิจารณา และข้อเสนอแนะ
3. จัดบันทึกการประชุม และ เก็บเอกสารลงความเห็นชอบ ในร่างรูปแบบ
การบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง
อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ไว้เป็นหลักฐาน

ช่วงที่ 3 ประเมินทบทวนมีขั้นตอนดังนี้

1. ขอความร่วมมือไปยังประธาน และคณะกรรมการกลุ่มการบริหารจัดการด้าน
การตลาดร่วมปฏิบัติในการประเมินทบทวนรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม
ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์
2. อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการตลาด และปัญหาในการ
พัฒนาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง
อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ที่นักวิจัยค้นพบในช่วงที่ 1
3. ประเมินผลโดยกลุ่มบริหารจัดการด้านการตลาด จำนวน 15 คน และประเมิน
ตามสภาพจริง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ช่วงที่ 1 การหาปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาด ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา
ทำการวิเคราะห์เพื่อหาค่าสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ช่วงที่ 2 ร่างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ช่วงที่ 3 ประเมินทบทวนรูปแบบ วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสรุปผลการประเมินรูปแบบ
การบริหารจัดการ ด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง
อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า

1. มีปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
เทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง
($\bar{X} = 3.01$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก อันดับสูงที่สุด ได้แก่

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$) รองลงมา ได้แก่ ปัญหาด้านราคาสินค้าและบริการในเรื่องการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$) และอันดับต่ำสุด ได้แก่ ปัญหาด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.44$)

2. รูปแบบการบริหารจัดการ ด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ เป็นระบบซึ่งมีกระบวนการขั้นตอน ดังต่อไปนี้

2.1 ศึกษาวิเคราะห์ / สำรวจปัญหา โดยการศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการด้านการตลาด สำรวจปัญหาการตลาด หาค่าความเชื่อมั่น (I.O.C.) โดยการศึกษาผู้เชี่ยวชาญ หาค่าความเที่ยง ทำการสำรวจปัญหา และวิเคราะห์ปัญหา

2.2 แยกปัญหา เป็น ปัญหาในระดับมาก และปัญหาระดับน้อย โดยใช้แบบตารางแยกปัญหา

2.3 ปัญหาระดับมากให้ทำกิจกรรมดังนี้

กิจกรรมหลัก

1. จัดประชุมสนทนากลุ่ม
2. สร้างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด
3. พัฒนาการบริหารจัดการด้านการตลาด

3.1 ด้านการส่งเสริม

3.2 ด้าน ราคาสินค้า

3.3 ด้านผลิตภัณฑ์

กิจกรรมสนับสนุน

1. ศึกษาดูงาน
2. อบรมให้ความรู้
3. จัดทดลองเที่ยว
4. ประเมินผล

2.4 ปัญหาระดับน้อยให้ทำกิจกรรมดังนี้

2.4.1 กิจกรรมสร้างความตระหนักในการอนุรักษ์ทรัพยากร สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

2.4.2 จัดกิจกรรมเสริมความรู้ใหม่ๆ

2.4.3 จัดกิจกรรมฝึกทักษะเพื่อให้เกิดความ ชำนิ ชำนาญอยู่เสมอ

2.5 สังเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการ ด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยใช้กระบวนการ การสนทนากลุ่ม (F.G.D.) หลังจากนั้นจึงทำการประเมิน ทบทวนรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด แบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ได้จัดระดับไว้ 3 ระดับ คือ ดี พอใช้ และปรับปรุง ผลการประเมินเฉลี่ยจากการประเมิน 3 ครั้ง อยู่ในระดับ ดี 1 ด้าน ได้แก่ ด้านการ ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ระดับพอใช้ 2 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านสถานที่ ของแหล่งท่องเที่ยว และด้านราคาสินค้าและบริการในเรื่องการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปรับปรุง ทั้งนี้ วิเคราะห์จากระบบการวางแผน (Plan) การปฏิบัติ (Do) ตรวจสอบ (Check) และปรับปรุง (Act)

2.6 จัดทำรายงาน

อภิปรายผลการวิจัย

ผลของการวิจัยในการศึกษาปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ อยู่ในระดับปานกลาง และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุชา ปัญจพันธ์ (2545) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนบนพื้นที่สูง : กรณีศึกษา ตำบลผาช้างน้อย อำเภอปง จังหวัดพะเยา ผลการวิจัย พบว่าการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของตำบลผาช้างน้อย ซึ่งอยู่ในระยะเริ่มต้นของการดำเนินงาน โดยมีองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศครบถ้วน คือ

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งที่เกี่ยวกับธรรมชาติเป็นหลัก
2. องค์ประกอบด้านการจัดการที่คำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้จากการ

ท่องเที่ยว

4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น ในทุกขั้นตอนของการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

เทียบ เหล่าสุวรรณ (2541) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ลักษณะองค์ประกอบของการจัดการธุรกิจชุมชนในชนบทที่สามารถพึ่งตนเองได้ในทางธุรกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณีสหกรณ์การเกษตรทำางแนว อำเภอเวียงน้อย จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า สหกรณ์ใช้กลุ่มเป็นเครื่องมือสำคัญในการ พัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ประกอบธุรกิจภายใต้ธุรกิจสามขา คือ ทุน การผลิต การตลาด ลักษณะ องค์ประกอบของการจัดการธุรกิจของสหกรณ์ ได้แก่ การจัดการเงินทุน การจัดการผลิต และการ แปรรูป การจัดการตลาด ทั้งนี้ การจัดการธุรกิจในแต่ละด้านสหกรณ์กระบวนการเรียนรู้จากการ ปฏิบัติจริง โดยสรุปบทเรียนร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ผสมผสานกับการจัดการสมัยใหม่ที่กระทำผ่าน

ขั้นตอนการจัดการ คือ การตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินการตามแผน และการควบคุมตรวจสอบ ซึ่งทุกขั้นตอนมีกระบวนการมีส่วนร่วมสอดคล้อง

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดอยู่ในระดับปานกลางนั้น น่าจะเป็นเพราะว่า

1. ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว และ ด้านราคาของสินค้าและบริการ ในเรื่องการท่องเที่ยว พบว่า มีระดับปัญหาอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ (สมภพ เจริญนุทต และคณะ. 2547 : 296) ในด้านการตลาดมีปัญหาในระดับมาก มีความต้องการมาก (เดือนใจ บรรเจิดกิจ. 2544 : 81) ในด้านการตลาด ด้านราคา มี ปัญหาในระดับมาก และสอดคล้องกับ สุริยา สัมจันทร์ (2545:83) แผนการส่งเสริมการตลาดเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย และสอดคล้องกับ มนัส สุวรรณ (2541)การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย ส่วนผสม 4 อย่างด้วยกัน คือ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการขาย โดยบุคคล ส่วนประกอบทั้ง 4 อย่างนี้ เรียกว่า “ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด” ทั้งนี้เพราะระบบกลไกในการดำเนินการด้านดังกล่าวยังขาดการประสานร่วมมือจากบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอหนองบัว รวมถึงการจัดการด้านผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวยังไม่มีความลงตัว และการประสานความร่วมมือเพื่อส่วนรวมในทุกภาคส่วนยังไม่ดีพอ

2. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว พบว่า มีระดับปัญหาในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ สุริยา สัมจันทร์ (2545 : 82) แหล่งท่องเที่ยวจะต้องจัดเตรียมองค์ประกอบของสินค้าทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และการเข้าถึง ทั้งนี้เพราะ องค์ประกอบต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวยังไม่มีความเหมาะสมและลงตัว

3. ปัญหาด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า มีระดับปัญหาอยู่ในระดับน้อยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนัส สุวรรณ (2541) จุดขายทั้งหมดที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถติดต่อกับบริการด้านการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะ ด้วยสภาพสังคมวัฒนธรรมดั้งเดิมที่อนุรักษ์และถ่ายทอดสู่คนรุ่นหลัง รวมถึงสภาพภูมิประเทศที่มีเอกลักษณ์ เฉพาะที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนได้เป็นอย่างดี

การสร้างรูปแบบการบริหารจัดการ ด้านการตลาด แบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า จากการนำปัญหาซึ่งเป็นสาเหตุของการบริหารจัดการด้านการตลาด มาสร้างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม นั้นจะต้องมีลักษณะเป็นกระบวนการมาตรฐาน วิธีการมาตรฐาน และบันทึกมาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สมภพ เจริญนุทต และคณะ. 2547) รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ การวิจัยและพัฒนาารูปแบบมาตรฐานการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืน :

กรณีศึกษาเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ งานวิจัยของ (จันทร์รัมย์. 2547) รายงานการวิจัยรูปแบบการรักษาความปลอดภัยแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ และงานวิจัยของ (อรนุช หิรัญคุปต์. 2537) รายงานการวิจัยรูปแบบการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมกับประชาชนบ้านห้วยน้ำหนัก อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ทั้งนี้เพราะ รูปแบบที่นำมาใช้ในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง นั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ที่ได้มาตรฐาน มีวิธีการที่ดีและเป็นที่ยอมรับของคนส่วนใหญ่ โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมอันดีงาม ดังนั้นรูปแบบจึงต้องมีลักษณะเป็นกระบวนการมาตรฐาน วิธีการมาตรฐาน และบันทึกมาตรฐาน

การประเมินบทบาทนรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด พบว่าผ่านระดับ ดี 1 ด้าน พอใช้ 2 ด้าน และปรับปรุง 1 ด้าน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สมชัย วิเศษมงคลชัย (2546 : 22) มีการติดตามตรวจสอบคุณภาพเป็นประจำและต่อเนื่องและการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งทุกฝ่ายล้วนเป็นนักวิจัยเหมือนกันหมด และเป็นวิจัยเชิงคุณภาพเช่นเดียวกับสถาบันดำรงราชานุภาพ (สมภพ เจริญนุทต และคณะ. 2547 : 248) ได้จัดระบบจัดชั้นตอนอย่างระเอียด ทั้งนี้เพราะการประเมินสามารถบอกให้ทราบถึงสาเหตุของข้อบกพร่องเพื่อนำไปสู่การพัฒนาให้ดีขึ้นต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ระดับ อ.บ.ค. เทศบาล โรงเรียนในเขต กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เจ้าอาวาสวัด และประชาชนชาวบ้านเป็นต้น ควรมีความตระหนักสำนึกเข้าร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาในครั้งนี้ให้เกิดความตื่นตัว ไม่ว่าจะเป็นด้านการวางแผน การลงมือปฏิบัติ การตรวจสอบ และการปรับปรุงแก้ไข รวมไปถึงการติดตามประเมินผล เพื่อพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นไป
2. ต้องการให้เกิดวัฒนธรรมในการทำงานอย่างต่อเนื่องในทุกภาคส่วน ที่จะทำให้การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จเกิดเป็นผลที่เป็นรูปธรรมอย่างแท้จริง
3. ควรใช้วิธีการรูปแบบของการมีส่วนร่วมในการทำงาน ในการฝึกอบรม และในการพัฒนาในทุกระบบ
4. สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป ควรวิจัย ปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ในการสร้างสิ่งมหัศจรรย์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวอำเภอหนองบัว มากยิ่งขึ้น เป็นการสร้างรายได้ที่มั่นคงต่อไป