

รายงานโครงการศึกษาวิจัย
กลยุทธ์ด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง
“ไร่คุณมน” อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี
ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๕

อัจฉริยา โจรนวรฤทธิ

รายงานวิจัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการศึกษาวิจัยเพื่อการพัฒนา
กลุ่มยุทธศาสตร์และเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม
สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี
ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๕

หัวข้อศึกษาวิจัย กลยุทธ์ด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” อำเภอปอพลอย จังหวัดกาญจนบุรี ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๕

โดย นางอัจฉรียา โรจนวรฤทธิ์
หน่วยงาน กลุ่มยุทธศาสตร์และเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม
สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี
ที่ปรึกษา นายประยูธ โอสถีรกุล วัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี อนุมัติให้งานวิจัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการ ศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาระบบทางด้าน การตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ของ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๕

.....วัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี
(นายประยูธ โอสถีรกุล)

อัจฉริยา โรจนวรฤทธิ์ : กลยุทธ์ด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” อำเภอบ่อพลอย จังหวัด
กาญจนบุรี ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๕
ที่ปรึกษา นายประยูร โอสถิ์กุล วัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี , จำนวน ๓๔ หน้า

บทคัดย่อ

โครงการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาระบบทางด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่ง
ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๕เรื่อง กล
ยุทธ์ด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิง
เกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี ประจำปี
งบประมาณ ๒๕๕๕ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาให้ทราบถึง สภาพปัญหาด้านการตลาด และการ
ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”
เพื่อวิเคราะห์ปัญหา และแนวทางที่สามารถก่อให้เกิดการพัฒนางานด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่มี
ความเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” เพื่อ
จัดทำแนวทางการพัฒนางานด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิง
เกษตรกรรมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”

ผู้วิจัยทำการวิจัยครั้งนี้โดยเลือกใช้เทคนิควิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research)
โดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลภาคสนาม(Field Study) โดยเก็บ
ข้อมูลในสนามวิจัย แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลัก
เศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี จากผู้บริหาร และพนักงาน “ไร่คุณ
มน” และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ โดยเก็บข้อมูลพื้นฐานที่มีอยู่เดิมนำมาวิเคราะห์ และใช้แบบสอบถามใน
ลักษณะปลายปิดและปลายเปิดเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดย เก็บข้อมูลเชิงลึก (In- depth interview) แบบ
เจาะจง (Purposive sampling) จากผู้บริหาร และพนักงาน “ไร่คุณมน” จำนวน ๑๐ คน และกลุ่มตัวอย่าง
ผู้ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจ
พอเพียง “ไร่คุณมน” จำนวน ๕๐ คน ผลการศึกษาก่อให้เกิดประโยชน์และสามารถนำไปเป็นแนวทางการ
พัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ในจังหวัดกาญจนบุรี ต่อไป

ลายมือชื่อผู้วิจัย.....

ลายมือชื่อที่ปรึกษา.....

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” อำเภอป่าพลอย จังหวัดกาญจนบุรี ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๕ ฉบับนี้ได้รับความอนุเคราะห์และให้คำปรึกษาอย่างดียิ่งจาก นักวิชาการวัฒนธรรมซึ่งเป็นคณะกรรมการการวิจัย ที่ได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาวิจัย ขอขอบคุณ นายประยูธ โอสถิรกุล วัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี ที่คอยติดตามดูแลงานวิจัยอย่างใกล้ชิด ให้คำปรึกษาและควบคุมรายงานการศึกษาวิจัยฉบับนี้ตั้งแต่เริ่มต้นจนงานวิจัยสำเร็จเรียบร้อย ผู้วิจัย ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

ขอขอบคุณ ผู้บริหาร และพนักงาน “ไร่คุณมน” และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งให้ความร่วมมือด้วยดีในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ด้วยความเต็มใจและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ต่อการศึกษาวิจัยเพื่อการพัฒนางานด้านการบริการของกลุ่มยุทธศาสตร์และเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม ในการให้บริการประชาชนครั้งนี้

อัจฉรียา โจนนวรฤทธิ

สารบัญ

บทที่	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(ก)
กิตติกรรมประกาศ	(ข)
สารบัญ	(ค)
สารบัญตาราง	(ง)
บทที่ ๑ บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
วัตถุประสงค์ในการวิจัย	๒
ขอบเขตในการวิจัย	๒
วิธีดำเนินการวิจัย	๒
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	๔
ระยะเวลาในการวิจัย	๔
กลุ่มประชากรที่จะศึกษาวิจัย	๔
การเก็บรวบรวมข้อมูล	๔
การวิเคราะห์ข้อมูล	๔
ข้อจำกัดการศึกษา	๕
นิยามศัพท์เฉพาะในการวิจัย	๕
บทที่ ๒ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4 P ของPhillip Kotler	๗
ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ ด้านการสื่อสารองค์กรเชิงบูรณาการ (Integrated Organization Communication) ของสมควร กวียะ	๘
ข้อมูลพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยว	๙
เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน”	
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๑๐
บทที่ ๓ วิธีดำเนินการวิจัย	
ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	๑๑
แหล่งที่มาของข้อมูล	๑๒
ประชากรกลุ่มตัวอย่าง	๑๓
สมมุติฐานในการเก็บข้อมูล	๑๓
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	๑๓

สารบัญ

บทที่	หน้า
ตัวแปรผลการเก็บข้อมูล	๑๔
วิธีการเก็บข้อมูล	๑๕
การวิเคราะห์ข้อมูล	๑๕
แนวทางคำถามที่ใช้ในการวิจัย	๑๗
สถิติในการนำเสนอข้อมูล	๒๑
บทที่ ๔ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการใช้แบบสอบถาม	๒๒
ผลการวิจัยสภาพการดำเนินงาน	๒๕
บทที่ ๕ สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
วัตถุประสงค์	๒๘
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	๒๘
การดำเนินผลการศึกษาวิจัย	๒๘
สรุปผลการวิจัยสภาพการดำเนินงาน สภาพปัญหา และแนวทางการพัฒนา	๓๐
ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา	๓๓
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต	๓๔
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	

บทที่ ๑ บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในอดีตที่ผ่านมา ประเทศไทยได้พัฒนาได้พัฒนาเศรษฐกิจให้เติบโตในอัตราที่สูงขึ้น โดยการพึ่งพิงปัจจัยการผลิตที่มีราคาถูกและใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง ในอนาคตภายใต้กระแสของการพัฒนาที่ต้องการความมั่นคงยั่งยืน เศรษฐกิจไทยควรมีมีการปรับโครงสร้างไปสู่ระดับที่สูงขึ้นในระบบเศรษฐกิจที่เน้นการเพิ่มประสิทธิภาพ และสร้างนวัตกรรม โดยทางเลือกหนึ่งเพื่อไปสู่เศรษฐกิจที่พัฒนาสูงขึ้น คือการให้ความสำคัญกับการพัฒนาแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อย่างจริงจัง โดยแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะต้องครอบคลุมภาคธุรกิจที่เชื่อมโยงกันทั้งการเกษตร อุตสาหกรรมและบริการ และอยู่บนพื้นฐานของความหลากหลายทางชีวภาพ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผนวกเข้ากับการใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม ทั้งนี้ การพัฒนาควรที่จะมุ่งสู่การสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนวิถีวัฒนธรรมไทยที่มั่นคงและยั่งยืน

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี เห็นความสำคัญของการพัฒนาวัฒนธรรมสร้างสรรค์สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้หลักการวางแผนการตลาด (Marketing Planning) การประชาสัมพันธ์ ด้านการสื่อสารองค์กรเชิงบูรณาการ (Integrated Organization Communication) เพื่อศึกษาการสร้างกระบวนการอย่างมีระบบโดยเริ่มตั้งแต่การกำหนดวัตถุประสงค์พิจารณาโอกาสทางการตลาดและการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมโดยสอดคล้องกับโอกาสทางการตลาดต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงและพัฒนาแผนในการดำเนินงาน ตลอดจนระบบควบคุมอย่างเหมาะสม และการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านการตลาด โดยวางแผนทางการประชาสัมพันธ์ตามยุคของการสื่อสารไร้พรมแดนและพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงได้จัดทำโครงการศึกษาวิจัยกลยุทธ์ด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๕ เพื่อเป็นกรณีศึกษาในการพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคมโดยศึกษาเพื่อให้เกิดแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ผ่านการวิจัยโดยใช้แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี เป็นกรณีศึกษา โดยใช้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” ที่มีการดำเนินการนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อการพัฒนาการตลาด และการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างผลลัพธ์จากการส่งมอบบริการที่ดีให้ผู้รับบริการได้รับความพึงพอใจก่อให้เกิดการพัฒนาด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๕ เพื่อนำผลการวิจัยที่พบมาปรับปรุง

พัฒนาด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อประโยชน์ในการนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยสร้างแนวทางการพัฒนาวัฒนธรรมสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี ให้มีการพัฒนาด้วยความเข้มแข็งและยั่งยืน

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

๑. เพื่อศึกษาให้ทราบถึง สภาพปัญหาด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน”
๒. เพื่อวิเคราะห์ปัญหา และแนวทางที่สามารถก่อให้เกิดการพัฒนางานด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่มีความเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน”
๓. เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนางานด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน”

ขอบเขตในการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในส่วนของการให้บริการในด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน” อำเภอป่าพลอย จังหวัดกาญจนบุรี

ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ศึกษา

ผู้บริหาร และพนักงาน “ไร้คุณมน” จำนวน ๑๐ คน และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน” จำนวน ๕๐ คน

ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา

- ๑ มีนาคม ๒๕๕๕ - ๓๐ กันยายน ๒๕๕๕

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนการวิจัย

๑. ศึกษาข้อมูลภายในองค์กร และข้อมูลในด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน”
๒. สัมภาษณ์ผู้บริหาร พนักงานไร้คุณมน โดยเก็บข้อมูลพื้นฐานที่มีอยู่เดิมนำมาวิเคราะห์

๓. ประชุมคณะกรรมการที่ปรึกษาทางวิจัย เป็นการดำเนินการประชุมคณะกรรมการที่ปรึกษาทางวิจัย เพื่อ กำหนดทิศทางในการดำเนินการวิจัย โดยนำข้อมูลพื้นฐานที่ได้ มาจัดทำร่างเครื่องมือวิจัยและกำหนดทิศทางการวิจัย

๔. สร้างเครื่องมือใช้แบบสอบถามในลักษณะปลายปิดและปลายเปิดเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดย เก็บข้อมูลเชิงลึก (In- depth interview) แบบเจาะจง (Purposive sampling)

๕. ทดสอบเครื่องมือ

๖. กำหนดประชากร

๗. เก็บข้อมูลจากผู้บริหาร และพนักงาน “ไร่คุณมน” จำนวน ๑๐ คน และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” จำนวน ๕๐ คน

๘. วิเคราะห์ข้อมูล

๙. จัดทำแนวทางการพัฒนา

เครื่องมือที่ใช้

ชุดที่ ๑ ใช้สัมภาษณ์ผู้บริหาร พนักงานไร่คุณมน

แบบสอบถาม แบ่งเป็น ๓ ตอน

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ ๒ แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐาน และปัญหาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”

ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”

ชุดที่ ๒ ใช้สัมภาษณ์ผู้ใช้บริการ

แบบสอบถาม แบ่งเป็น ๓ ตอน

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ ๒ แบบสอบถามความพึงพอใจการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”

ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑. ทราบถึง สภาพปัญหาด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”
๒. ทราบระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่ได้รับจากการให้บริการด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์ นำมาวิเคราะห์ปัญหา และแนวทางที่สามารถก่อให้เกิดการพัฒนางานด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่มีความเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”
๓. ได้แนวทางที่จะนำมาจัดทำแนวทางการพัฒนางานด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่มีความเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”

ระยะเวลาในการวิจัย

๑ มีนาคม ๒๕๕๕ - ๓๐ กันยายน ๒๕๕๕

กลุ่มประชากรที่จะศึกษาวิจัย

ผู้บริหาร และพนักงาน “ไร่คุณมน” จำนวน ๑๐ คน และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” จำนวน ๕๐ คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

๑. ข้อมูลปฐมภูมิ จากการตอบแบบสอบถามของผู้บริหาร และพนักงาน “ไร่คุณมน” จำนวน ๑๐ คน และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” จำนวน ๕๐ คน
๒. ข้อมูลทุติยภูมิ จากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำไปดำเนินการเมื่อได้รับแบบสอบถามตามจำนวนที่ต้องการ ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) โดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลภาคสนาม(Field Study) โดยเก็บข้อมูลในสนามวิจัย แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี จากผู้บริหาร และพนักงาน “ไร่คุณมน” จำนวน ๑๐ คน และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” จำนวน ๕๐ คน ดังนี้

ชุดที่ ๑ ใช้กับผู้บริหาร พนักงานไร่คุณมน

แบบสอบถาม แบ่งเป็น ๓ ตอน

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ด้วยค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ ๒ แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐาน และปัญหาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ชุดที่ ๒ ใช้กับผู้ใช้บริการ

แบบสอบถาม แบ่งเป็น ๓ ตอน

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ด้วยค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ ๒ แบบสอบถามความพึงพอใจการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ข้อจำกัดการศึกษา

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามงานการศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” อำเภอปอพลอย จังหวัดกาญจนบุรี ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๕ ข้อมูลที่ได้อาจมีการเบี่ยงเบนเนื่องจากปัจจัยหลายด้านเช่น ทิศนคติ อารมณ์ การให้ความสำคัญ การศึกษาและความรู้สึกในช่วงเวลาที่ตอบแบบสอบถาม

นิยามศัพท์เฉพาะในการวิจัย

ผู้บริหาร หมายถึง นางมนรัตน์ สารภาพ ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”

พนักงาน หมายถึง บุคคลในองค์กร แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”

การให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ หมายถึง งานบริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” ที่มีการดำเนินการนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อสร้างผลลัพธ์จากการส่งมอบบริการที่ดี

ให้ผู้รับบริการได้รับความพึงพอใจก่อให้เกิดการพัฒนาด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่ง
ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเคษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน”

บทที่ ๒ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” อำเภอปอพลอย จังหวัดกาญจนบุรี ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๕ ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้ารวบรวมเอกสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาด 4 P ของPhillip Kotler

ฟิลิปส์ คอตเลอร์ (Philip Kotler, ๒๕๔๗) ส่วนประสมทางการตลาด เป็นตัวแปรที่สามารถควบคุมได้ในทางการตลาด หมายถึง การสนองความต้องการเป็นตัวแปรที่สามารถควบคุม และสามารถสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ

ดังนั้นการบริการทางการตลาดจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมของการส่งมอบบริการจากผู้ให้ไปยังผู้รับบริการ ออกมาในรูปของการ กระทำกิจกรรมต่าง ๆ ในด้านธุรกิจที่ทำให้เกิดการนำสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค หรือผู้ใช้บริการนั้น ๆ โดยได้รับความพอใจ ขณะเดียวกันก็บรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการ ในเวลา สถานที่รูปแบบ และที่สำคัญเป็นสิ่งให้อื้ออำนวยทางจิตใจ ทำให้เกิดความพึงพอใจ

ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินงานทางการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพ จะต้องกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด โดยกำหนดส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ๔ องค์ประกอบที่เหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย เพื่อตอบสนองความต้องการตลาดเป้าหมาย ให้ได้รับความพอใจสูงสุดดังต่อไปนี้

๑ ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง แบบรูปร่างของผลิตภัณฑ์หรือรวมไปถึงบริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์

๒ ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่ต้องนำไปแลกเปลี่ยนกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ

๓ การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง การเลือกช่องทางหรือสถานที่ที่เหมาะสม และสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ

๔ การส่งเสริมการขาย (Promotion) หมายถึง ความพยายามใดๆ เพื่อให้ผลดีต่อการดำเนินงานทางการตลาด เพื่อช่วยยกระดับความต้องการในสินค้าหรือบริการให้สูงขึ้น การส่งเสริมการตลาดจะเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ดังนั้นกิจกรรมส่งเสริมการตลาด จะประกอบด้วย องค์ประกอบคือ

- การโฆษณา
- การประชาสัมพันธ์
- การขายโดยใช้พนักงาน
- การส่งเสริมการขาย

ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ ด้านการสื่อสารองค์กรเชิงบูรณาการ (Integrated Organization Communication)

สมควร กวียะ (๒๕๔๐) ได้นำเอาทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมมาปฏิรูปการประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิม สร้างเป็นทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ใหม่ที่เรียกว่า การสื่อสารองค์กรเชิงบูรณาการ (Integrated Organizational Communication) ทฤษฎีนี้เสนอว่าองค์กรจะต้องปรับเปลี่ยนปรัชญา

๑. จากการสื่อสารมิติเดียวมาเป็นการสื่อสารหลายมิติ ใช้หลายสื่อ หลายทิศทาง และมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมทั้งองค์กรและสังคมอย่างเป็นธรรมชาติ

๒. จากการสื่อสารถึงสาธารณชนหรือมวลชนมาเป็นการสื่อสารกับสมาชิกของสังคม เน้นสังคมภายในองค์กร และชุมชนรอบองค์กร ก่อนขยายขอบเขตออกไปสู่องค์กรอื่น และสังคมมวลชน

๓. จากการสื่อสารโน้มน้าวใจให้คล้อยตามมาเป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความเป็นหนึ่งเดียวกันบนพื้นฐานความแตกต่างของความรู้ ความคิด และบทบาทหน้าที่

๔. จากการสื่อสารเพื่อสร้างเสริมภาพลักษณ์ ขององค์กรเพียงด้านเดียวมาเป็นการสื่อสารเพื่อส่งเสริมภาพจริงที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมต่อโลกและต่อชีวิตของเพื่อนมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็ลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมายขององค์กรหรือไม่ เป็นแนวคิดการสื่อสารเชิงนิเวศวิทยาที่เสนอให้สื่อมวลชนเปลี่ยน มโนทัศน์ของการทำงาน จากการเสนอข่าวสารตามกระแสในรูปแบบดั้งเดิม มาเป็นการเฝ้าติดตามสืบสวนสอบสวน พฤติกรรมและผลกระทบของอุตสาหกรรมเชิงลบ ที่มีต่อระบบนิเวศ ดิน น้ำ อากาศ อาหาร ชีวิต และโลก สื่อมวลชนใหม่จะต้องมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อความเสื่อมโทรมของ ชีวิตโลก และหลีกเลี่ยงการโฆษณาสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่กำลังก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบ ระยะยาวต่อพิภพ ซึ่งเป็นที่อยู่แห่งเดียวและอาจจะเป็นแหล่งสุดท้ายของมนุษยชาติ

ข้อมูลพื้นฐาน แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”

ประวัติคุณมนรัตน์ สารภาพ ผู้บริหาร ไร่คุณมน

คุณมนรัตน์ สารภาพ เป็นชาวจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นผู้คิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรให้มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ บนพื้นฐานและแนวคิดทางการพัฒนาคุณค่าอาหารเพื่อสุขภาพ ด้วยการนำธัญพืชในท้องถิ่น มาประยุกต์ปรับใช้ผสมในอาหาร เป็นผู้ผลิตน้ำนมข้าวโพดคนแรกในประเทศไทย พัฒนามาตรฐาน เป็นครุภูมิปัญญาไทย รุ่นที่ ๓ ด้านโภชนาการ จากสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา และจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาไทย ไร่คุณมน ที่อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี

ประวัติการศึกษา

- จบปริญญาตรีรัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- จบปริญญาโทวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (วิจัยและพัฒนาการเกษตร) คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

ประวัติตำแหน่งและผลงานปัจจุบัน

- ครูภูมิปัญญาไทย รุ่นที่ ๓ ด้านโภชนาการ
- วิทยากรบรรยายให้กับ หน่วยงานราชการและสถานศึกษา ตั้งแต่พ.ศ.๒๕๔๓ – ปัจจุบัน
- กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต ๔
- ที่ปรึกษาผู้พิพากษาสมทบศาลจังหวัดกาญจนบุรี แผนกคดีเยาวชนและครอบครัว
- ประธานแม่บ้านเกษตรกรชุมชนบ้านหนองกระทุ่ม
- เจ้าของศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาไทยไร้คุณมน และเจ้าของผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อ “ไร้คุณมน”

เนื้อหาองค์ความรู้ของศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาไทย ไร้คุณมน

ประกอบด้วยฐาน ต่างๆ และองค์ความรู้ที่มีในศูนย์การเรียนรู้ฯ ดังนี้

- ฐานน้ำนมข้าวโพด
- ฐานไอศกรีมนมข้าวโพด
- ฐานกระยาสารทสมุนไพร
- ฐานกล้วยอบสุญญากาศ
- ฐานกล้วยกวน
- ฐานการทำปุ๋ยหมักจากเปลือกกล้วย (กล้วยน้ำว้าสุก, กล้วยหอม)
- ฐานการทำน้ำหมักชีวภาพจากกากข้าวโพด
- ฐานการทำอาหารหมักจากเปลือกข้าวโพด และข้าวโพดหวานเป็นอาหารวัว
- ฐานการใช้กากข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เพื่อเพิ่มไข่แดงในไข่เป็ด
- ฐานเตาอิวาเต๊ะ และน้ำส้มควันไม้

การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่องค์ความรู้ผ่านสื่อต่างๆ

รายการโทรทัศน์ที่ถ่ายทำรายการที่ศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาไทย มีดังนี้

- เพื่อคนทำงาน “ข้าวหลามส่งออก” เมื่อวันที่ ๑๔ ต.ค. ๒๕๔๒
- เข้าנית์ช่อง ๓ ตอนข้าวหลามพอกำ เมื่อวันที่ ๑๔ ต.ค. ๒๕๔๒
- เข้าנית์ช่อง ๓ ตอนกระยาสารทน้ำผัก
- รายการเกมแก็งน เมื่อวันที่ ๙ ก.ย. ๒๕๔๙
- แผ่นดินนี้มีรอยยิ้ม ตอนศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาไทย เมื่อวันที่ ๖ พ.ค. ๒๕๕๐

- รายการอิมละโม ทางช่อง ๓ เมื่อวันที่ ๑๒ ต.ค.๒๕๕๑
- แผ่นดินพอเพียง ตอนที่๘๒
- ศึกษาทัศน์ ตอนน้ำนมข้าวโพด, ตอนกล้วยระบบสุญญากาศ, ตอนการเผาถ่านและการผลิตน้ำส้มควันไม้จากเตาอิวาเตะ, ตอนศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาไทย
- รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง ทางช่อง ๓
- รายการสร้างงานสร้างอาชีพ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปี ๒๕๔๒ ธนภัทร สุโสภิต ศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของการบริหารโรงพยาบาลนรระบบมัลติเพล็กซ์เครือข่ายอีจีวี” มีวัตถุประสงค์เฉพาะเพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของการบริหารโรงพยาบาลนรระบบมัลติเพล็กซ์เครือข่ายอีจีวี ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มุ่งศึกษาเจาะลึกในเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้บริหารระดับสูงและผู้บริหารงานการสื่อสารการตลาดของโรงพยาบาลนรระบบมัลติเพล็กซ์เครือข่ายอีจีวี

ปี ๒๕๔๖ กอบแก้ว ชัยเดชสุริยะ ศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม ของบ้านทุ่งสูง จังหวัดกระบี่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนและความต้องการของกลุ่มชาวบ้านในการให้บริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนทางการจัดการส่วนประสมทางการตลาดโดยชุมชนทุ่งสูงมีส่วนร่วม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้มีด้วยกัน ๒ กลุ่ม คือ ๑)นักท่องเที่ยวทุกคนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนบ้านทุ่งสูง ช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ.๒๕๔๕ และ ๒)ผู้นำกลุ่มทุกกลุ่มในชุมชนบ้านทุ่งสูง โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีสถิติเชิงพรรณนาและทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้วิธี Chi – Square (X) รวมทั้งการจัดการส่วนประสมทางการตลาด เพื่อเสนอแนะด้านกลยุทธ์การตลาดของการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านทุ่งสูง

บทที่ ๓ วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” อำเภอปอพลอย จังหวัดกาญจนบุรี ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๕ ผู้ศึกษาวิจัย ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีวิธีดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

๑. ศึกษาข้อมูลภายในองค์กร และข้อมูลในด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” เป็นการเก็บข้อมูลพื้นฐาน เอกสารผลงานทางวิชาการ ผลการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลประกอบต่างๆจากแหล่งข้อมูลที่ทำกรวิจัย

๒. สัมภาษณ์ผู้บริหาร พนักงานไร่คุณมน โดยเก็บข้อมูลพื้นฐานที่มีอยู่เดิมนำมาวิเคราะห์

๓. ประชุมคณะกรรมการที่ปรึกษางานวิจัย เป็นการดำเนินการประชุมคณะกรรมการที่ปรึกษางานวิจัย เพื่อ กำหนดทิศทางการดำเนินการวิจัย โดยนำข้อมูลพื้นฐานที่ได้ มาจัดทำร่างเครื่องมือวิจัยและกำหนดทิศทางการวิจัย

๔. สร้างเครื่องมือใช้แบบสอบถามในลักษณะปลายปิดและปลายเปิดเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดย เก็บข้อมูลเชิงลึก (In- depth interview) แบบเจาะจง (Purposive sampling)

๕. ทดสอบเครื่องมือ วิเคราะห์ผลของข้อมูลที่ได้ในการดำเนินงานว่าถูกต้องสามารถนำมาสัมภาษณ์ตามทิศทางที่คาดหวังไว้ในการทำวิจัย

๖. กำหนดประชากร จากผู้บริหาร และพนักงาน “ไร่คุณมน” จำนวน ๑๐ คน และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” จำนวน ๕๐ คน

๗. เก็บข้อมูลจากผู้บริหาร และพนักงาน “ไร่คุณมน” จำนวน ๑๐ คน และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” จำนวน ๕๐ คน

๘. วิเคราะห์ข้อมูลเมื่อได้รับแบบสอบถามตามจำนวนที่ต้องการ ผู้วิจัยนำไปดำเนินการและ วิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้โดยเลือกใช้เทคนิควิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) โดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Study) โดยเก็บข้อมูลในสนามวิจัย แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” อำเภอปอพลอย จังหวัดกาญจนบุรี จากผู้บริหาร และพนักงาน “ไร่คุณมน” และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ โดยเก็บข้อมูลพื้นฐานที่มีอยู่เดิมนำมาวิเคราะห์ และใช้แบบสอบถามในลักษณะปลายปิดและปลายเปิดเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดย เก็บข้อมูล

เชิงลึก (In- depth interview) แบบเจาะจง (Purposive sampling) จากผู้บริหาร และพนักงาน “ไร้คุณมน” จำนวน ๑๐ คน และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน” จำนวน ๕๐ คน ดังนี้

ชุดที่ ๑ ใช้กับผู้บริหาร พนักงานไร้คุณมน

แบบสอบถาม แบ่งเป็น ๓ ตอน

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ด้วยค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ ๒ แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐาน และปัญหาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน” วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน” วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ชุดที่ ๒ ใช้กับผู้ใช้บริการ

แบบสอบถาม แบ่งเป็น ๓ ตอน

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ด้วยค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ ๒ แบบสอบถามความพึงพอใจการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน” วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการด้านการตลาด

๙. และการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน” วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

จัดทำแนวทางการพัฒนาด้วยวิธีการวิเคราะห์จากการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจการให้บริการทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ที่มีต่อการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน” และเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน”

แหล่งที่มาของข้อมูล

แหล่งข้อมูลเอกสารเป็นการเก็บข้อมูลเอกสารผลงานทางวิชาการ ผลการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลประกอบต่างๆจากแหล่งข้อมูลที่ทำการศึกษาวิจัย

แหล่งข้อมูลบุคคลจากผู้บริหาร และพนักงาน “ไร่คุณมน” จำนวน ๑๐ คน และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” จำนวน ๕๐ คน

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างจากผู้บริหาร และพนักงาน “ไร่คุณมน” จำนวน ๑๐ คน และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” จำนวน ๕๐ คน

ตัวแปรต้น ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสำรวจ

ตัวแปรตาม ได้แก่ และการแบบสอบถามความพึงพอใจการให้บริการทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”

สมมุติฐานในการเก็บข้อมูล

หลังจากการศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” อำเภอปอพลอย จังหวัดกาญจนบุรี ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๕ แล้ว ทำให้สามารถหาแนวทางในการพัฒนางานด้านการบริการการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดการพัฒนาและสามารถนำไปเป็นแนวทางในนำไปปรับประยุกต์ใช้กับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดกาญจนบุรี แห่งอื่นๆต่อไปได้

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

สร้างเครื่องมือในการวิจัยโดยการศึกษเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างแบบสอบถาม

ลักษณะของเครื่องมือ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล โดยผู้ศึกษาวิจัยได้สร้างขึ้นเป็นแบบสอบถาม แบ่งเป็น ๓ ตอนจากผู้บริหาร และพนักงาน “ไร่คุณมน” จำนวน ๑๐ คน และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” จำนวน ๕๐ คน ดังนี้

ชุดที่ ๑ ใช้กับผู้บริหาร พนักงานไร่คุณมน

แบบสอบถาม แบ่งเป็น ๓ ตอน

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ด้วยค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ ๒ แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐาน และปัญหาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน” วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ชุดที่ ๒ ใช้กับผู้ใช้บริการ

แบบสอบถาม แบ่งเป็น ๓ ตอน

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ด้วยค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ ๒ แบบสอบถามความพึงพอใจการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน” วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน” วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ตัวแปรผลการเก็บข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งได้จากการกรอกแบบสอบถามใช้แบบสอบถามในลักษณะปลายปิดและปลายเปิดเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดย เก็บข้อมูลเชิงลึก (In- depth interview) แบบเจาะจง (Purposive sampling) จากผู้บริหาร และพนักงาน “ไร้คุณมน” จำนวน ๑๐ คน และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน” จำนวน ๕๐ คน ดังนี้

ชุดที่ ๑ ใช้กับผู้บริหาร พนักงานไร้คุณมน

แบบสอบถาม แบ่งเป็น ๓ ตอน

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ด้วยค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ ๒ แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐาน และปัญหาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน” วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน” วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ชุดที่ ๒ ใช้กับผู้ใช้บริการ

แบบสอบถาม แบ่งเป็น ๓ ตอน

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ด้วยค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ ๒ แบบสอบถามความพึงพอใจการให้บริการด้านการตลาดและการ

ประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

๑. ข้อมูลปฐมภูมิ จากการตอบแบบสอบถามของจากผู้บริหาร และพนักงาน “ไร่คุณมน” จำนวน ๑๐ คน และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทัศนศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” จำนวน ๕๐ คน

๒. ข้อมูลทุติยภูมิ จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง **การวิเคราะห์ข้อมูล**

ผู้วิจัยนำไปดำเนินการเมื่อได้รับแบบสอบถามตามจำนวนที่ต้องการ ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) โดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลภาคสนาม(Field Study) โดยเก็บข้อมูลในสนามวิจัย แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทัศนศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” อำเภอป่าพยอม จังหวัดกาญจนบุรี จากผู้บริหาร และพนักงาน “ไร่คุณมน” จำนวน ๑๐ คน และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทัศนศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” จำนวน ๕๐ คน ดังนี้

ชุดที่ ๑ ใช้กับผู้บริหาร พนักงานไร่คุณมน

แบบสอบถาม แบ่งเป็น ๓ ตอน

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ด้วยค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ ๒ แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐาน และปัญหาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ชุดที่ ๒ ใช้กับผู้ใช้บริการ

แบบสอบถาม แบ่งเป็น ๓ ตอน

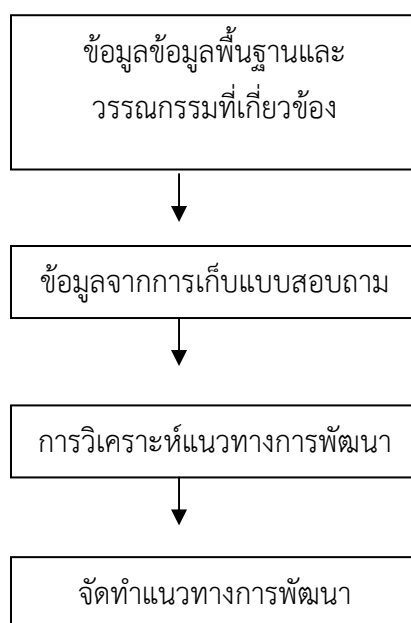
ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ด้วยค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ ๒ แบบสอบถามความพึงพอใจการให้บริการด้านการตลาดและการ

ประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาตรวจสอบข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนเที่ยงตรงในการวิเคราะห์ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลมาเปรียบเทียบกับหลักการหรือทฤษฎี และนำเสนอเชิงพรรณนาความ โดยการวิเคราะห์แนวทางและจัดทำแนวทางข้อมูล ดังนี้



ระยะที่ ๑ วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากข้อมูลพื้นฐานและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อรวบรวมแนวทางการวิจัย

ระยะที่ ๒ วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามจากผู้บริหาร และพนักงาน “ไร่คุณมน”

จำนวน ๑๐ คน และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” จำนวน ๕๐ คน ใช้แบบสอบถามในลักษณะปลายเปิดและปลายปิดเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดย เก็บข้อมูลเชิงลึก (In- depth interview) แบบเจาะจง (Purposive sampling) กับผู้บริหาร และพนักงาน “ไร่คุณมน” จำนวน ๑๐ คน และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” จำนวน ๕๐ คน วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ระยะที่ ๓ นำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลจากการวิเคราะห์นำไปปรับร่าง เพื่อปรับประยุกต์ใช้ทฤษฎีทางการบริการทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ให้มีความเหมาะสมกับแนวทางกลยุทธ์ด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๕ ให้การดำเนินงานด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” สามารถดำเนินการพัฒนา ด้านการบริการการตลาด และการประชาสัมพันธ์ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการบริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของกลยุทธ์ด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”

ระยะที่ ๔ จัดทำแนวทางในการปรับปรุงการบริการของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” ให้สามารถดำเนินการพัฒนาด้านการบริการทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ได้ตรงตามวัตถุประสงค์และความต้องการของผู้บริหาร พนักงาน ผู้รับบริการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” สามารถพัฒนางานด้านการบริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวทางคำถามที่ใช้ในการวิจัย

ชุดที่ ๑ ใช้กับผู้บริหาร พนักงานไร่คุณมน

แบบสอบถาม แบ่งเป็น ๓ ตอน

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย	คำถามวิจัย/แนวทาง	ประชากร/กลุ่ม
๑. เพื่อศึกษาให้ทราบถึงสภาพปัญหาด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”	ตอนที่ ๒ แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐาน และปัญหาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” ๑. ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ๑.๑ ท่านคิดว่ากระบวนการในการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์เหมาะสมหรือไม่อย่างไร ๑.๒ ผลិតภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์และการนำเสนอข้อมูลของสินค้ามีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร ๑.๓ ราคามีความเหมาะสมกับสินค้าและบริการหรือไม่อย่างไร ๑.๔ การจัดจำหน่ายมีช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่การจัดจำหน่ายอย่างไร	ผู้บริหาร และพนักงาน “ไร่คุณมน” จำนวน ๑๐ คน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย	คำถามวิจัย/แนวทาง	ประชากร/กลุ่ม
	<p>๑.๕ การส่งเสริมการขายในด้านการโฆษณาผ่านทางช่องทางใดบ้าง</p> <p>๑.๖ การส่งเสริมการขายในด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านทางช่องทางใดบ้าง</p> <p>๑.๗ การส่งเสริมการขายในด้านการจัดจำหน่ายผ่านทางช่องทางใดบ้าง</p> <p>๑.๘ การส่งเสริมการขายในด้านการส่งเสริมการขายผ่านทางช่องทางใดบ้าง</p> <p>๒. ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์</p> <p>๒.๑ การสื่อสารหลายมิติ หลายทิศทาง ไร้คุณมน มีการดำเนินการอย่างไร</p> <p>๒.๒ การสื่อสารกับสมาชิกของสังคมเน้นสังคมภายในองค์กรและรอบองค์กร มีการดำเนินการอย่างไร</p> <p>๒.๓ การสื่อสารเพื่อสร้างความเป็นหนึ่งเดียวบนพื้นฐานความแตกต่าง ความรู้ ความคิด และบทบาทหน้าที่ที่มีการดำเนินการอย่างไร</p> <p>๒.๔ การสื่อสารเพื่อสร้างเสริมภาพลักษณ์ที่แสดงความมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม อย่างไร</p> <p>ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน”</p>	
<p>๒. เพื่อวิเคราะห์ปัญหา และแนวทางที่สามารถก่อให้เกิดการพัฒนางานด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่มีความเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน”</p>	<p>นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ปัญหา และแนวทางที่สามารถก่อให้เกิดการพัฒนางานด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่มีความเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน”</p>	<p>ผู้บริหาร และพนักงาน “ไร้คุณมน” จำนวน ๑๐ คน</p>

วัตถุประสงค์ของการวิจัย	คำถามวิจัย/แนวทาง	ประชากร/กลุ่ม
๓. เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนางานด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน”	จัดทำแนวทางทางการพัฒนางานด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน” ให้มีความเหมาะสม สามารถนำไปใช้ตรงตามความต้องการของผู้บริหาร พนักงาน “ไร้คุณมน” และผู้ใช้บริการ	ผู้บริหาร และพนักงาน “ไร้คุณมน” จำนวน ๑๐ คน

แนวทางคำถามที่ใช้ในการวิจัย

ชุดที่ ๒ ใช้กับผู้ใช้บริการ

แบบสอบถาม แบ่งเป็น ๓ ตอน

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย	คำถามวิจัย/แนวทาง	ประชากร/กลุ่ม
๑. เพื่อศึกษาให้ทราบถึงสภาพปัญหาด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน”	ตอนที่ ๒ แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐาน และปัญหาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน” ๑. ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการด้านการตลาด ๑.๑ ท่านคิดว่ากระบวนการในการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของ “ไร้คุณมน” มีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร ๑.๒ ผลិតภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์และการนำเสนอข้อมูลของสินค้าของ “ไร้คุณมน” มีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร ๑.๓ ราคาสินค้าของ “ไร้คุณมน” มีความเหมาะสมกับสินค้าและบริการหรือไม่ อย่างไร ๑.๔ การจัดจำหน่ายของ “ไร้คุณมน” มีช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่การจัดจำหน่ายอย่างไร ๑.๕ การส่งเสริมการขายในด้านการประชาสัมพันธ์ของ “ไร้คุณมน” มีการดำเนินการผ่านทางช่องทางใดบ้าง	กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวเชิง เกษตรกรรมตามหลัก ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน” จำนวน ๕๐ คน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย	คำถามวิจัย/แนวทาง	ประชากร/กลุ่ม
	<p>๑.๖ การส่งเสริมการขายในด้านการประชาสัมพันธ์ของ“ไร่คุณมน” มีการดำเนินการผ่านทางช่องทางใดบ้าง</p> <p>๑.๗ การส่งเสริมการขายในด้านการจัดจำหน่ายการประชาสัมพันธ์ของ“ไร่คุณมน” มีการดำเนินการผ่านทางช่องทางใดบ้าง</p> <p>๑.๘ การส่งเสริมการขายในด้านการส่งเสริมการขายผ่านของ“ไร่คุณมน” มีการดำเนินการทางช่องทางใดบ้าง</p> <p>๒. ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์</p> <p>๒.๑ การสื่อสารหลายมิติ หลายทิศทาง ของ“ไร่คุณมน” มีการดำเนินการอย่างไร</p> <p>๒.๒ การสื่อสารกับสมาชิกของสังคมเน้นสังคมภายในองค์กรและรอบองค์กรของ“ไร่คุณมน” มีการดำเนินการอย่างไร</p> <p>๒.๓ การสื่อสารเพื่อสร้างความเป็นหนึ่งเดียวบนพื้นฐานความแตกต่าง ความรู้ ความคิด และบทบาทหน้าที่ที่มีการของ“ไร่คุณมน” มีการดำเนินการอย่างไร</p> <p>๒.๔ การสื่อสารเพื่อสร้างเสริมภาพลักษณ์ที่แสดงความมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม “ไร่คุณมน” มีการดำเนินการ อย่างไร</p> <p>ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”</p>	

วัตถุประสงค์ของการวิจัย	คำถามวิจัย/แนวทาง	ประชากร/กลุ่ม
๒. เพื่อวิเคราะห์ปัญหา และแนวทางที่สามารถก่อให้เกิดการพัฒนางานด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่มีความเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน”	นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ปัญหา และแนวทางที่สามารถก่อให้เกิดการพัฒนางานด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่มีความเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน”	กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิทยาลัยศึกษา แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน” จำนวน ๕๐ คน
๓. เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนางานด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเกษตรกรรมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน”	จัดทำแนวทางทางการพัฒนางานด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเกษตรกรรมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน” ให้มีความเหมาะสม สามารถนำไปใช้ตรงตามความต้องการของผู้บริหาร พนักงาน “ไร้คุณมน” และผู้ให้บริการ	กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิทยาลัยศึกษา แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน” จำนวน ๕๐ คน

สถิติในการนำเสนอข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (%)

บทที่ ๔ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการใช้แบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๕ ขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

เครื่องมือที่ใช้

ชุดที่ ๑ ใช้สัมภาษณ์ผู้บริหาร พนักงานไร่คุณมน

แบบสอบถาม แบ่งเป็น ๓ ตอน

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ ๒ แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐาน และปัญหาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”

ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”

ชุดที่ ๒ ใช้สัมภาษณ์ผู้ใช้บริการ

แบบสอบถาม แบ่งเป็น ๓ ตอน

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ ๒ แบบสอบถามความพึงพอใจการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”

ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”

๑. แบบสอบถามมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการ
๒. แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น ๓ ตอน คือ
 - ๑) แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ๒) แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ประกอบกิจการภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี
 - ๓) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อการพัฒนาการให้บริการ

๓. แบบสอบถามใช้สำหรับการศึกษาวิจัย การตอบแบบสอบถามนี้จะไม่มีผลกระทบต่อผู้บริหาร พนักงาน ในไร่คุณมน และผู้ใช้บริการ ไร่คุณมน แต่อย่างไรก็ตามจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการบริการทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่ไร่คุณมนสามารถนำไปปรับประยุกต์ใช้ได้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในงานบริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์

ชุดที่ ๑ ใช้กับผู้บริหาร และพนักงาน ไร่คุณมน

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานการณ์	ความถี่ (N=๑๐)	ร้อยละ
๑. เพศ		
- เพศหญิง	๗	๗๐
- เพศชาย	๓	๓๐
๒. อายุ		
- ๒๐ - ๓๐ ปี	-	-
- ๓๑ - ๔๐ ปี	๒	๒๐
- ๔๑ ปีขึ้นไป	๘	๘๐
๓. ระดับการศึกษา		
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	๗	๗๐
- ปริญญาตรี	๓	๓๐
- สูงกว่าปริญญาตรี	๑	๑๐
๔. ตำแหน่ง		
- ผู้บริหาร	๑	๑๐
- พนักงาน	๙	๙๐
๕. รายได้		
- ต่ำกว่า ๕,๐๐๐ บาท	-	-
- ๕,๐๐๐-๑๐,๐๐๐บาท	๙	๙๐
- ๑๐,๐๐๐-๒๐,๐๐๐บาท	-	-
- มากกว่า ๒๐,๐๐๐บาท	๑	๑๐

จากตารางที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน ๑๐ คน เมื่อจำแนกตามสถานการณ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ ๗๐ เพศชาย ร้อยละ ๓๐ , ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ ๗๐ ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ ๓๐

สูงกว่าปริญญาตรี ๑๐ ,ตำแหน่งผู้บริหาร ร้อยละ ๑๐ พนักงาน ร้อยละ ๙๐ , รายได้ระหว่าง ๕,๐๐๐-๑๐,๐๐๐บาท ร้อยละ ๙๐ ๑๐,๐๐๐-๒๐,๐๐๐ บาท ร้อยละ ๑๐

ชุดที่ ๒ ใช้กับผู้ให้บริการ ไร้คุณমন

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	ความถี่ (N=๕๐)	ร้อยละ
๑. เพศ		
- เพศหญิง	๓๘	๗๖
- เพศชาย	๑๒	๒๔
๒. อายุ		
- ๒๐ - ๓๐ ปี	๘	๑๖
- ๓๑ - ๔๐ ปี	๑๓	๒๖
- ๔๑ ปีขึ้นไป	๒๙	๕๘
๓. ระดับการศึกษา		
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	๑๒	๒๔
- ปริญญาตรี	๒๙	๕๘
- สูงกว่าปริญญาตรี	๙	๑๘
๔. อาชีพ		
- รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	๑๗	๓๔
- พนักงานบริษัท	๘	๑๖
- นักเรียน/นักศึกษา	๓	๖
- รับจ้าง	๙	๑๘
- ค้าขาย/อาชีพอิสระ	๑๑	๒๒
- แม่บ้าน	๑	๒
- อื่นๆ.	๑	๒
๕. รายได้		
- ต่ำกว่า ๕,๐๐๐ บาท	๓	๖
- ๕,๐๐๐-๑๐,๐๐๐บาท	๖	๑๒
- ๑๐,๐๐๐-๒๐,๐๐๐บาท	๓๘	๗๖
- มากกว่า๒๐,๐๐๐บาท	๒	๔

จากตารางที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน ๑๐๐ คน เมื่อจำแนกตามสถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ ๗๖ เพศชาย ร้อยละ ๒๔ , ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ ๑๖ ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ ๒๖ สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ ๑๘ ,ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ ๓๔ พนักงานบริษัท ร้อยละ ๑๖ นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ ๖ รับจ้าง ร้อยละ ๑๘ ค้าขาย/อาชีพอิสระ ร้อยละ ๒๒ แม่บ้าน ร้อยละ ๒ อื่นๆ ร้อยละ ๒ , รายได้ต่ำกว่า ๕,๐๐๐ บาท ร้อยละ ๖ ระหว่าง ๕,๐๐๐-๑๐,๐๐๐บาท ร้อยละ ๑๒ ระหว่าง ๑๐,๐๐๐-๒๐,๐๐๐บาท ร้อยละ ๗๘ มากกว่า๒๐,๐๐๐บาท ร้อยละ ๔

ผลการวิจัยสภาพการดำเนินงาน และสภาพปัญหา ด้านการบริการ

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยจากการ นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ปัญหา และแนวทางที่สามารถ ก่อให้เกิดการพัฒนางานด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่มีความเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน” ดังนี้

ชุดที่ ๑ ใช้กับผู้บริหาร พนักงานไร้คุณมน

๑. ข้อมูลพื้นฐาน และปัญหาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่ง ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน”

๑. ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการด้านการตลาด

- ๑.๑ กระบวนการในการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ยังไม่มีความเหมาะสม เท่าที่ควรและยังต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- ๑.๒ ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์และการนำเสนอข้อมูลของสินค้าบางรายการมีความเหมาะสม แต่บาง รายการยังต้องมีการปรับปรุงในเนื้อหาให้มีความเหมาะสมมากขึ้น
- ๑.๓ ราคามีความเหมาะสมกับสินค้าและบริการ มีความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค
- ๑.๔ การจัดจำหน่ายมีช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่การจัดจำหน่าย คือ ขายที่ไร่ จัดเป็นศูนย์ จำหน่ายสินค้าภายในไร่คุณมน ขายส่งตามร้านขายของฝากแม่บัวคำ ร้านแม่เพยาร์ ขายส่งตามร้าน จำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพชื่อร้านแดนทอง ภายในจังหวัดกาญจนบุรี
- ๑.๕ การส่งเสริมการขายในด้านการโฆษณาผ่านทางช่องทางอินเทอร์เน็ต ผ่านทาง Facebook
- ๑.๖ การส่งเสริมการขายในด้านการประชาสัมพันธ์ยังไม่มี การดำเนินการ จะเป็นลักษณะการบอกต่อ ปากต่อปากจากผู้ซื้อสินค้า
- ๑.๗ การส่งเสริมการขายในด้านการจัดจำหน่ายผ่านทาง ช่องทางการออกบูธแสดงสินค้า OTOP ซึ่งมี สินค้าผ่านเกณฑ์ระดับ ๔ ดาว และ ๕ ดาว งานแสดงสินค้าทางวัฒนธรรม ฯลฯ
- ๑.๘ การส่งเสริมการขายยังไม่มี การดำเนินการในด้านการส่งเสริมการขาย

๒. ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์

- ๒.๑ การสื่อสารหลายมิติ หลายทิศทาง ไร่คุณมน มีการดำเนินการผ่านทางช่องทางอินเทอร์เน็ต ผ่านทาง Facebook

๒.๒ การสื่อสารกับสมาชิกของสังคมเน้นสังคมภายในองค์กรและรอบองค์กร มีการดำเนินการภายในองค์กรมีการประชุม เพื่อวางแผนการดำเนินงานสัปดาห์ละ ๑ ครั้ง ภายนอกองค์กรคุณมนรัตน์ สารภาพ เป็นประธานกลุ่มแม่บ้านตำบลหนองกุ่ม มีการจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรที่มีการบูรณาการร่วมกันกับกลุ่มแม่บ้านและเกษตรกรในชุมชน มีการจัดงานประจำปีเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาไทยไร้คุณมน เป็นประจำทุกปี เพื่อรวมภูมิปัญญาที่เป็นเครือข่ายมาถ่ายทอดความรู้สู่เด็กและเยาวชน ร่วมกันดำเนินกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ภูมิปัญญา และศิลปวัฒนธรรมให้กับเด็กและเยาวชนเข้ามาศึกษาดูงานอย่างต่อเนื่อง

๒.๓ การสื่อสารเพื่อสร้างความเป็นหนึ่งเดียวบนพื้นฐานความแตกต่าง ความรู้ ความคิด และบทบาทหน้าที่ที่มีการดำเนินการประชุมเพื่อวางแผนการดำเนินงานสัปดาห์ละ ๑ ครั้ง

๒.๔ การสื่อสารเพื่อสร้างเสริมภาพลักษณ์ที่แสดงควมมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม โดยยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง มีการพึ่งพากันในกลุ่มเกษตรกรในชุมชน การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัยจากสารพิษ ยาต้านบูตและสารเจือปน ยึดหลักธรรมชาติในการผลิตสินค้าให้ปลอดภัย การจัดงานประจำปีเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาไทยไร้คุณมน เป็นประจำทุกปี เพื่อรวมภูมิปัญญาที่เป็นเครือข่ายมาถ่ายทอดความรู้สู่เด็กและเยาวชน ร่วมกันดำเนินกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ภูมิปัญญา และศิลปวัฒนธรรมให้กับเด็กและเยาวชนเข้ามาศึกษาดูงานอย่างต่อเนื่อง

๓. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน” มีความคิดเห็นร่วมกันในการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ควรมีการพัฒนา ควรมีการจัดทำป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ผ่านทางช่องทางอื่นๆ การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ต และการหาช่องทางในการจัดจำหน่ายอื่นๆ

ชุดที่ ๒ ใช้กับผู้ให้บริการ

๑. ข้อมูลพื้นฐาน และปัญหาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน”

๑. ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการด้านการตลาด

๑.๑ ท่านคิดว่ากระบวนการในการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของ “ไร้คุณมน” ยังไม่มีความเหมาะสมเท่าที่ควร ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

๑.๒ ผลผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์และการนำเสนอข้อมูลของสินค้าของ “ไร้คุณมน” บางอย่างมีความเหมาะสม บางอย่างไม่มีความเหมาะสม

๑.๓ ราคาสินค้าของ “ไร้คุณมน” มีความเหมาะสมกับสินค้าและบริการหรือไม่ มีความเหมาะสม

๑.๔ การจัดจำหน่ายของ “ไร้คุณมน” มีช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่การจัดจำหน่ายที่ยังไม่เหมาะสม ควรมีการพัฒนาให้มีช่องทางการจัดจำหน่ายให้ผู้ชื่นชอบในสินค้าและบริการสามารถใช้บริการได้ ควรมีการปรับปรุงให้มากกว่านี้

๑.๕ การส่งเสริมการขายในด้านการประชาสัมพันธ์ของ“ไร่คุณมน” มีการดำเนินการผ่านทางช่องทางผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ทราบ การมาดูงานจากการติดตามจากเครือข่ายของไร่คุณมนที่ให้ข้อมูลจากไร่คุณมนและบอกปากต่อปาก

๑.๖ การส่งเสริมการขายในด้านการจัดจำหน่ายการประชาสัมพันธ์ของ“ไร่คุณมน” ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ทราบ และคิดว่าไม่มีการดำเนินการ

๑.๗ การส่งเสริมการขายในด้านการส่งเสริมการขายผ่านของ“ไร่คุณมน” ไม่มีการดำเนินการ

๒. ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์

๒.๑ การสื่อสารหลายมิติ หลายทิศทาง ของ“ไร่คุณมน” ไม่มีการดำเนินการ

๒.๒ การสื่อสารกับสมาชิกของสังคมเน้นสังคมภายในองค์กรและรอบองค์กรของ“ไร่คุณมน” ไม่ทราบข้อมูลการดำเนินงานในองค์กร ในสังคมภายนอกคุณมนรัตน์เป็นผู้ให้ความสำคัญกับงานกิจกรรมทางสังคม ประเพณี และวัฒนธรรมในท้องถิ่น แต่ผู้ตอบแบบสอบถามจากภายนอกไม่ทราบข้อมูล

๒.๓ การสื่อสารเพื่อสร้างความเป็นหนึ่งเดียวบนพื้นฐานความแตกต่าง ความรู้ ความคิด และบทบาทหน้าที่ที่มีการของ“ไร่คุณมน” ไม่ทราบข้อมูลการดำเนินงานภายในองค์กร

๒.๔ การสื่อสารเพื่อสร้างเสริมภาพลักษณ์ที่แสดงความมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม “ไร่คุณมน” ไม่มีการดำเนินการ

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” ควรมีการพัฒนาในด้านการประชาสัมพันธ์ให้แพร่หลายกว่าที่เป็นอยู่ ควรมีการพัฒนา และปรับปรุง ซึ่งสินค้าและบริการมีคุณภาพที่ดี ควรเผยแพร่เนื่องจากปัจจุบันคนไทยหันมาใส่ใจสุขภาพ ส่วนบริการและผลิตภัณฑ์ไร่คุณมนมีความหลากหลาย มีแนวคิดในการดำเนินงานเศรษฐกิจพอเพียงที่มีความเป็นรูปธรรมทำให้เกิดแนวคิดที่ดีในการเป็นแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงเกษตรกรรมตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงที่ควรให้มีการพัฒนาประชาสัมพันธ์ให้ผู้สนใจเข้ามาศึกษาหาความรู้ ซื้อสินค้า และใช้บริการให้มากกว่านี้

บทที่ ๕ สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” อำเภอปอพลอย จังหวัดกาญจนบุรี ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๕ เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

๑. เพื่อศึกษาให้ทราบถึง สภาพปัญหาด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”
๒. เพื่อวิเคราะห์ปัญหา และแนวทางที่สามารถก่อให้เกิดการพัฒนางานด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่มีความเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”
๓. เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนางานด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑. ทราบถึง สภาพปัญหาด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”
๒. ทราบระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่ได้รับจากการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ นำมาวิเคราะห์ปัญหา และแนวทางที่สามารถก่อให้เกิดการพัฒนางานด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่มีความเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”
๓. ได้แนวทางที่จะนำมาจัดทำแนวทางการพัฒนางานด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่มีความเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”

การดำเนินการวิจัย

๑. ศึกษาข้อมูลภายในองค์กร และข้อมูลในด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” เป็นการเก็บข้อมูลพื้นฐาน เอกสารผลงานทางวิชาการ ผลการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลประกอบต่างๆจากแหล่งข้อมูลที่ทำกรวิจัย
๒. สัมภาษณ์ผู้บริหาร พนักงานไร่คุณมน โดยเก็บข้อมูลพื้นฐานที่มีอยู่เดิมนำมาวิเคราะห์

๓. ประชุมคณะกรรมการที่ปรึกษาทางวิจัย เป็นการดำเนินการประชุมคณะกรรมการที่ปรึกษาทางวิจัย เพื่อ กำหนดทิศทางในการดำเนินการวิจัย โดยนำข้อมูลพื้นฐานที่ได้ มาจัดทำร่าง เครื่องมือวิจัยและกำหนดทิศทางการวิจัย

๔. สร้างเครื่องมือใช้แบบสอบถามในลักษณะปลายปิดและปลายเปิดเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดย เก็บข้อมูลเชิงลึก (In- depth interview) แบบเจาะจง (Purposive sampling)

๕. ทดสอบเครื่องมือ วิเคราะห์ผลของข้อมูลที่ได้ในการดำเนินงานว่าถูกต้อง สามารถนำมาสัมภาษณ์ตามทิศทางที่คาดหวังไว้ในการทำวิจัย

๖. กำหนดประชากร จากผู้บริหาร และพนักงาน “ไร่คุณมน” จำนวน ๑๐ คน และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” จำนวน ๕๐ คน

๗. เก็บข้อมูลจากผู้บริหาร และพนักงาน “ไร่คุณมน” จำนวน ๑๐ คน และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” จำนวน ๕๐ คน

๘. วิเคราะห์ข้อมูลเมื่อได้รับแบบสอบถามตามจำนวนที่ต้องการ ผู้วิจัยนำไปดำเนินการและ วิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้โดยเลือกใช้เทคนิควิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) โดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Study) โดยเก็บข้อมูลในสนามวิจัย แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” อำเภอปอพลอย จังหวัดกาญจนบุรี จากผู้บริหาร และพนักงาน “ไร่คุณมน” และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ โดยเก็บข้อมูลพื้นฐานที่มีอยู่เดิมนำมาวิเคราะห์ และใช้แบบสอบถามในลักษณะปลายปิดและปลายเปิดเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดย เก็บข้อมูลเชิงลึก (In- depth interview) แบบเจาะจง (Purposive sampling) จากผู้บริหาร และพนักงาน “ไร่คุณมน” จำนวน ๑๐ คน และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” จำนวน ๕๐ คน ดังนี้

ชุดที่ ๑ ใช้กับผู้บริหาร พนักงานไร่คุณมน

แบบสอบถาม แบ่งเป็น ๓ ตอน

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ด้วยค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ ๒ แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐาน และปัญหาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ชุดที่ ๒ ใช้กับผู้ให้บริการ

แบบสอบถาม แบ่งเป็น ๓ ตอน

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ด้วยค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ ๒ แบบสอบถามความพึงพอใจการให้บริการด้านการตลาดและการ

ประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการด้านการตลาด

๑๐. และการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

จัดทำแนวทางการพัฒนาด้วยวิธีการวิเคราะห์จากการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจการให้บริการทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ที่มีต่อการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” และเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”

สรุปผลการวิจัยสภาพการดำเนินงาน และสภาพปัญหา ด้านการบริการ

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยจากการ นำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ปัญหา และแนวทางที่สามารถก่อให้เกิดการพัฒนางานด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่มีความเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” ดังนี้

ชุดที่ ๑ ใช้กับผู้บริหาร พนักงานไร่คุณมน

๑. ข้อมูลพื้นฐาน และปัญหาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”

๑. ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการด้านการตลาด

๑.๑ กระบวนการในการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ยังไม่มี ความเหมาะสมเท่าที่ควรและยังต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

๑.๒ ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์และการนำเสนอข้อมูลของสินค้าบางรายการมีความเหมาะสม แต่บางรายการยังต้องมีการปรับปรุงในเนื้อหาให้มีความเหมาะสมมากขึ้น

๑.๓ ราคามีความเหมาะสมกับสินค้าและบริการ มีความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค

๑.๔ การจัดจำหน่ายมีช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่การจัดจำหน่าย คือ ขายที่ไร่ จัดเป็นศูนย์จำหน่ายสินค้าภายในไร่คุณมน ขายส่งตามร้านขายของฝากแม่บัวคำ ร้านแม่เพยาร์ ขายส่งตามร้านจำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพชื่อร้านแดนทอง ภายในจังหวัดกาญจนบุรี

๑.๕ การส่งเสริมการขายในด้านการโฆษณาผ่านทางช่องทางอินเทอร์เน็ต ผ่านทาง Facebook

๑.๖ การส่งเสริมการขายในด้านการประชาสัมพันธ์ยังไม่มี การดำเนินการ จะเป็นลักษณะการบอกต่อปากต่อปากจากผู้ใช้สินค้า

๑.๗ การส่งเสริมการขายในด้านการจัดจำหน่ายผ่านทาง ช่องทางการออกบูธแสดงสินค้า OTOP ซึ่งมีสินค้าผ่านเกณฑ์ระดับ ๔ ดาว และ ๕ ดาว งานแสดงสินค้าทางวัฒนธรรม ฯลฯ

๑.๘ การส่งเสริมการขายยังไม่มี การดำเนินการในด้านการส่งเสริมการขาย

๒. ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์

๒.๑ การสื่อสารหลายมิติ หลายทิศทาง ไร้คุณฉมน มีการดำเนินการผ่านทางช่องทางอินเทอร์เน็ตผ่านทาง Facebook

๒.๒ การสื่อสารกับสมาชิกของสังคมเน้นสังคมภายในองค์กรและรอบองค์กร มีการดำเนินการภายในองค์กรมีการประชุม เพื่อวางแผนการดำเนินงานสัปดาห์ละ ๑ ครั้ง ภายนอกองค์กรคุณฉมนรัตนสารภาพ เป็นประธานกลุ่มแม่บ้านตำบลหนองกุ่ม มีการจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรที่มีการบูรณาการร่วมกันกับกลุ่มแม่บ้านและเกษตรกรในชุมชน มีการจัดงานประจำปีเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาไทยไร้คุณฉมน เป็นประจำทุกปี เพื่อรวมภูมิปัญญาที่เป็นเครือข่ายมาถ่ายทอดความรู้สู่เด็กและเยาวชน ร่วมกันดำเนินกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ภูมิปัญญา และศิลปวัฒนธรรมให้กับเด็กและเยาวชนเข้ามาศึกษาดูงานอย่างต่อเนื่อง

๒.๓ การสื่อสารเพื่อสร้างความเป็นหนึ่งเดียวบนพื้นฐานความแตกต่าง ความรู้ ความคิด และบทบาทหน้าที่ที่มีการดำเนินการประชุมเพื่อวางแผนการดำเนินงานสัปดาห์ละ ๑ ครั้ง

๒.๔ การสื่อสารเพื่อสร้างเสริมภาพลักษณ์ที่แสดงควมมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม โดยยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง มีการพึ่งพากันในกลุ่มเกษตรกรในชุมชน การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ปลอดภัยจากสารพิษ ยาต้านบูตและสารเจือปน ยึดหลักธรรมชาติในการผลิตสินค้าให้ปลอดภัย การจัดงานประจำปีเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาไทยไร้คุณฉมน เป็นประจำทุกปี เพื่อรวมภูมิปัญญาที่เป็นเครือข่ายมาถ่ายทอดความรู้สู่เด็กและเยาวชน ร่วมกันดำเนินกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ภูมิปัญญา และศิลปวัฒนธรรมให้กับเด็กและเยาวชนเข้ามาศึกษาดูงานอย่างต่อเนื่อง

๓. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณฉมน” มีความคิดเห็น ร่วมกันในการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ควรมีการพัฒนา ควรมีการจัดทำป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ผ่านทางช่องทางอื่นๆ การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ต และการหาช่องทางในการจัดจำหน่ายอื่นๆ

ชุดที่ ๒ ใ้กับผู้ใช้บริการ

๑. ข้อมูลพื้นฐาน และปัญหาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”

๑. ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการด้านการตลาด

๑.๑ ท่านคิดว่ากระบวนการในการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของ “ไร่คุณมน” ยังไม่มีความเหมาะสมเท่าที่ควร ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

๑.๒ ผลិតภณท์และบรรจุภณท์และการนำเสนอข้อมูลของสินค้าของ “ไร่คุณมน” บางอย่างมีความเหมาะสม บางอย่างไม่มีความเหมาะสม

๑.๓ ราคาสินค้าของ “ไร่คุณมน” มีความเหมาะสมกับสินค้าและบริการหรือไม่ มีความเหมาะสม

๑.๔ การจัดจำหน่ายของ “ไร่คุณมน” มีช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่การจัดจำหน่ายที่ยังไม่เหมาะสม ควรมีการพัฒนาให้มีช่องทางการจัดจำหน่ายให้ผู้ชื่นชอบในสินค้าและบริการสามารถใช้บริการได้ ควรมีการปรับปรุงให้มากกว่านี้

๑.๕ การส่งเสริมการขายในด้านการประชาสัมพันธ์ของ “ไร่คุณมน” มีการดำเนินการผ่านทางช่องทางผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ทราบ การมาดูงานจากการติดตามจากเครือข่ายของไร่คุณมนที่ให้ข้อมูลจากไร่คุณมนและบอกปากต่อปาก

๑.๖ การส่งเสริมการขายในด้านการจัดจำหน่ายการประชาสัมพันธ์ของ “ไร่คุณมน” ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ทราบ และคิดว่าไม่มีการดำเนินการ

๑.๗ การส่งเสริมการขายในด้านการส่งเสริมการขายผ่านของ “ไร่คุณมน” ไม่มีการดำเนินการ

๒. ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์

๒.๑ การสื่อสารหลายมิติ หลายทิศทาง ของ “ไร่คุณมน” ไม่มีการดำเนินการ

๒.๒ การสื่อสารกับสมาชิกของสังคมเน้นสังคมภายในองค์กรและรอบองค์กรของ “ไร่คุณมน” ไม่ทราบ ข้อมูลการดำเนินงานในองค์กร ในสังคมภายนอกคุณมนรัตนเป็นผู้ให้ความสำคัญกับงานกิจกรรมทางสังคม ประเพณี และวัฒนธรรมในท้องถิ่น แต่ผู้ตอบแบบสอบถามจากภายนอกไม่ทราบข้อมูล

๒.๓ การสื่อสารเพื่อสร้างความเป็นหนึ่งเดียวบนพื้นฐานความแตกต่าง ความรู้ ความคิด และบทบาทหน้าที่มีการของ “ไร่คุณมน” ไม่ทราบข้อมูลการดำเนินงานภายในองค์กร

๒.๔ การสื่อสารเพื่อสร้างเสริมภาพลักษณ์ที่แสดงควมมีจิตสำนึกรับผิดชอบรับผิดชอบต่อสังคม “ไร่คุณมน” ไม่มีการดำเนินการ

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” ควรมีการพัฒนาในด้านการประชาสัมพันธ์ให้แพร่หลายกว่าที่เป็นอยู่ ควรมีการพัฒนา และปรับปรุง ซึ่งสินค้าและบริการมีคุณภาพที่ดี ควรเผยแพร่เนื่องจากปัจจุบันคนไทยหันมาใส่ใจสุขภาพ ส่วนบริการและผลิตภณท์ที่ไร่คุณมนมีความหลากหลาย มีแนวคิดในการดำเนินงานเศรษฐกิจพอเพียงที่มีความเป็นรูปธรรมทำให้เกิดแนวคิดที่ดีในการเป็นแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงเกษตรกรรมตาม

แนวเศรษฐกิจพอเพียงที่ควรให้มีการพัฒนาประชาสัมพันธ์ให้ผู้สนใจเข้ามาศึกษาหาความรู้ ซื้อสินค้า และใช้บริการให้มากกว่านี้

ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนา

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” ผู้วิจัยได้จัดทำแนวทางการพัฒนา การตลาดและการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

ด้านการตลาด

๑. ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์และการนำเสนอข้อมูลของสินค้าบางรายการมีความเหมาะสม แต่บางรายการยังต้องมีการปรับปรุงในเนื้อหาให้มีความเหมาะสมมากขึ้น
๒. ราคามีความเหมาะสมกับสินค้าและบริการ มีความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค และควรรักษาระดับความเป็นธรรมนี้ไว้
๓. การจัดจำหน่ายมีช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่การจัดจำหน่าย ควรหาช่องทางการจัดจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ต ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ Delivery
๔. การส่งเสริมการขายในด้านการโฆษณาผ่านทางช่องทางอินเทอร์เน็ตโดยเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น สมาชิกลด ๑๐ เปอร์เซ็นต์ ช่วงเวลา ลด แลก แจก แถม หรือซื้อ ๒ ชิ้น แถมขนาดทดลองให้ ๑ ชิ้น เป็นต้น
๕. การส่งเสริมการขายในด้านการประชาสัมพันธ์ยังไม่มีดำเนินการ ให้เป็นลักษณะ การจัดทำ แคตตาล็อก นำเสนอสินค้าและบริการ
๖. การส่งเสริมการขายในด้านการจัดจำหน่ายผ่านทาง ช่องทางการออกบูธแสดงสินค้า OTOP งานแสดงสินค้าทางวัฒนธรรม ช่องทางการขายทางอินเทอร์เน็ต
๗. การส่งเสริมการขายที่ควรมีการศึกษาดูงานแล้วนำมาปรับประยุกต์ใช้ให้มีความเหมาะสมกับองค์กร

ด้านการประชาสัมพันธ์

๑. การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์การรับสมัครนักศึกษาใหม่ได้ประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย โดยจัดทำป้ายคัทเอาท์ ป้ายไวเนล ใบบลิว โปสเตอร์ ส่งไปยังหน่วยงานราชการต่างๆ สถานศึกษา แหล่งจำหน่ายร้านขายของฝาก การเผยแพร่ทางสปอร์ตวิทยุ การจัดทำเว็บไซต์ นอกจากนี้ควรประชาสัมพันธ์เชิงรุกโดยการจัดนิทรรศการ การประชาสัมพันธ์และการตลาดเชิงรุก

๒. การจัดทำ Road Show เพื่อแนะนำ ทั้งภายในจังหวัด และต่างจังหวัด อย่างสม่ำเสมอ โดยพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน โดยการเข้าพบกลุ่มเป้าหมายได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายที่รักในสุขภาพ นิทรรศการโดยจัด

ในแนวตลาดนัด จัดในแนวการจัดนิทรรศการ จัดนิทรรศการเมื่อเข้าร่วมงาน OTOP และงานทางวัฒนธรรมที่มีการส่งเสริมด้านเศรษฐกิจพอเพียง ในการทำเป็นนิทรรศการเคลื่อนที่ ที่สามารถปรับรูปแบบการนำเสนอให้มีความแตกต่างในรูปแบบและเนื้อหา มีการสลับสับเปลี่ยนหมุนเวียนเพื่อให้มีความหลากหลาย

๓. สื่อประชาสัมพันธ์ ผลิตสื่อที่เหมาะสมเพื่อการประชาสัมพันธ์หลายรูปแบบ โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์แต่ละเรื่อง ระยะเวลาการเผยแพร่ และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควรผลิตคือ ข่าวรายเดือน สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารกิจกรรม สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์โดยเริ่มต้นจากช่องรายการของจังหวัดกาญจนบุรี จัดทำเว็บไซต์เพื่อนำเสนอข้อมูลทั้งหมดของไร่คุณมน จัดทำของที่ระลึกซึ่งถือเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ชนิดหนึ่งในการโฆษณา เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร มีตราสัญลักษณ์ สโลแกน คำขวัญ และข้อมูลประชาสัมพันธ์การรับสมัครสมาชิก ข้อมูลการติดต่อ ของที่ระลึกได้แก่ สมุดโน้ต นาฬิกาตั้งโต๊ะ ปากกา เสื้อยืด ถุงผ้า ไดอารี่ ปฏิทิน เพื่อจำหน่าย ในโอกาสต่างๆของวันสำคัญ หรือต้อนรับแขก กลุ่มเป้าหมาย ของที่ระลึกให้กับวิทยากรในการอบรมสัมมนาต่างๆ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

ควรมีการวิจัยในเรื่อง การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๕ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ภาคผนวก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ด้านการตลาด และ
การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม
ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง“ไร่คุณมน”อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี
ประจำปีงบประมาณ 2555

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์
2. แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ
 - 1) แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - 2) แบบสอบถามความพึงพอใจทางด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง“ไร่คุณมน”
 - 3) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อการพัฒนาการให้บริการ
3. แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นแบบสอบถาม ชุดที่ 1 ใช้กับผู้บริหาร พนักงานไร่คุณมน
4. ใช้สำหรับการศึกษาวิจัย การตอบแบบสอบถามนี้จะไม่มีความกระทบต่อท่านแต่อย่างใดแต่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการบริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ “ไร่คุณมน”

.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับสภาพเป็นจริงของท่าน

1. เพศ () หญิง () ชาย
2. อายุ () 20 – 30 ปี () 31 - 40 ปี () มากกว่า 40 ปี ขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา () ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี
4. ตำแหน่ง
ผู้บริหาร () พนักงานไร่คุณมน ()
5. รายได้
ต่ำกว่า 5,000 บาท ()
5,000 – 10,000 บาท ()
10,000 - 20,000บาท ()
มากกว่า 20,000 บาท ()

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐาน และปัญหาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน”

คำชี้แจง โปรดเขียนข้อความตอบแบบสอบถามตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์

1.1 ท่านคิดว่ากระบวนการในการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์เหมาะสมหรือไม่อย่างไร

.....
.....
.....

1.2 ผลិតภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์และการนำเสนอข้อมูลของสินค้ามีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร

.....
.....
.....

1.3 ราคาีความเหมาะสมกับสินค้าและบริการหรือไม่ อย่างไร

.....
.....
.....

1.4 การจัดจำหน่ายมีช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่การจัดจำหน่ายอย่างไร

.....
.....
.....

1.5 การส่งเสริมการขายในด้านการโฆษณาผ่านทางช่องทางใดบ้าง

.....
.....
.....

1.6 การส่งเสริมการขายในด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านทางช่องทางใดบ้าง

.....
.....
.....

1.7 การส่งเสริมการขายในด้านการจัดจำหน่ายผ่านทางช่องทางใดบ้าง

.....
.....
.....

1.8 การส่งเสริมการขายในด้านการส่งเสริมการขายผ่านทางช่องทางใดบ้าง

.....
.....
.....

2. ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์

2.1 การสื่อสารหลายมิติ หลายทิศทาง ไร้คุณมน มีการดำเนินการอย่างไร

.....
.....
.....

2.2 การสื่อสารกับสมาชิกของสังคมเน้นสังคมภายในองค์กรและรอบองค์กร มีการดำเนินการอย่างไร

.....
.....
.....

2.3 การสื่อสารเพื่อสร้างความเป็นหนึ่งเดียวบนพื้นฐานความแตกต่าง ความรู้ ความคิด และบทบาทหน้าที่ที่มีการดำเนินการอย่างไร

.....
.....
.....

2.4 การสื่อสารเพื่อสร้างเสริมภาพลักษณ์ที่แสดงควมมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมอย่างไร

.....
.....
.....

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร้คุณมน”

.....
.....
.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือตอบแบบสอบถาม
สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ด้านการตลาด และ
การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม
ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน” อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี
ประจำปีงบประมาณ 2555

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์
2. แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ
 - 1) แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - 2) แบบสอบถามความพึงพอใจทางด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”
 - 3) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อการพัฒนาการให้บริการ
3. แบบสอบถามฉบับนี้เป็นแบบสอบถาม ชุดที่ 1 ใช้กับผู้ให้บริการ
4. ใช้สำหรับการศึกษาวิจัย การตอบแบบสอบถามนี้จะไม่มีผลกระทบต่อท่านแต่อย่างใดแต่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการบริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ “ไร่คุณมน”

.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย \checkmark ลงในช่อง () ที่ตรงกับสภาพเป็นจริงของท่าน

1. เพศ () หญิง () ชาย
2. อายุ () 20 – 30 ปี () 31 - 40 ปี () มากกว่า 40 ปี ขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา () ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ () พนักงานบริษัท () นักเรียน/นักศึกษา ()
รับจ้าง () ค้าขาย/อาชีพอิสระ () อื่นๆ ()
5. รายได้
ต่ำกว่า 5,000 บาท ()
5,000 – 10,000 บาท ()
10,000 - 20,000บาท ()
มากกว่า 20,000 บาท ()

ตอนที่ 2 แบบสอบถามการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เชียงเขตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”

คำชี้แจง โปรดเขียนข้อความตอบแบบสอบถามตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการด้านการตลาด

1.1 ท่านคิดว่ากระบวนการในการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของ“ไร่คุณมน” มีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร

.....
.....
.....

1.2 ผลិតภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์และการนำเสนอข้อมูลของสินค้าของ“ไร่คุณมน” มีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร

.....
.....
.....

1.3 ราคาสินค้าของ“ไร่คุณมน” มีความเหมาะสมกับสินค้าและบริการหรือไม่ อย่างไร

.....
.....
.....

1.4 การจัดจำหน่ายของ“ไร่คุณมน” มีช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่การจัดจำหน่ายอย่างไร

.....
.....
.....

1.5 การส่งเสริมการขายในด้านการโฆษณาของ“ไร่คุณมน” ผ่านทางช่องทางใดบ้าง

.....
.....
.....

1.6 การส่งเสริมการขายในด้านการประชาสัมพันธ์ของ“ไร่คุณมน” ผ่านทางช่องทางใดบ้าง

.....
.....
.....

1.7 การส่งเสริมการขายในด้านการจัดจำหน่ายของ“ไร่คุณมน” ผ่านทางช่องทางใดบ้าง

.....
.....
.....

1.8 การส่งเสริมการขายในด้านการส่งเสริมการขายของ“ไร่คุณมน” ผ่านทางช่องทางใดบ้าง

.....

.....

.....

2. ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์

2.1 การสื่อสารหลายมิติ หลายทิศทาง ของ“ไร่คุณมน” มีการดำเนินการอย่างไร

.....

.....

.....

2.2 การสื่อสารกับสมาชิกของสังคมเน้นสังคมภายในองค์กรและรอบองค์กรของ“ไร่คุณมน” มีการดำเนินการ อย่างไร

.....

.....

.....

2.3 การสื่อสารเพื่อสร้างความเป็นหนึ่งเดียวบนพื้นฐานความแตกต่าง ความรู้ ความคิด และบทบาทหน้าที่มีการของ“ไร่คุณมน” มีการดำเนินการอย่างไร

.....

.....

.....

2.4 การสื่อสารเพื่อสร้างเสริมภาพลักษณ์ที่แสดงความมีจิตสำนึกรับผิดชอบรับผิดชอบต่อสังคม “ไร่คุณมน” มีการดำเนินการ อย่างไร

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงเกษตรกรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง “ไร่คุณมน”

.....

.....

.....

ขอขอบคุณในความร่วมมือตอบแบบสอบถาม
สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี

บรรณานุกรม

กอบแก้ว ชัยเดชสุริยะ. การจัดการตลาดด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม ของ บ้านทุ่งสูง จังหวัดกระบี่ , ๒๕๔๖

ธนภัทร สุโสภิต. กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของการบริหารโรงพยาบาลศูนย์ระบบ มัลติเพล็กซ์เครือออีวี , ๒๕๔๒

<http://region3.prd.go.th/phrae>

ประวัติผู้ศึกษาวิจัย

ชื่อ - สกุล	นางอัจฉรียา โจนนรฤทธิ
ตำแหน่ง	นักวิชาการวัฒนธรรมชำนาญการ
สถานที่ปฏิบัติงาน	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกาญจนบุรี
ประวัติการศึกษา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทางวัฒนธรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย