

ชื่อเรื่อง แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของอุทยานแห่งชาติตาดหมอก จังหวัดเพชรบูรณ์
The development approach of the marketing mix of the Tat Mok national park,
phetchabun province

นักวิจัย ปวีตรา โคบำรุง
E-mail nongkaewjai@hotmail.com

คณะ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ปีการศึกษา 2553

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของอุทยานแห่งชาติตาดหมอก จังหวัดเพชรบูรณ์ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวจำนวน 280 คน เครื่องมือที่ใช้ได้แก่แบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วนได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แนวทางด้านการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด และข้อเสนอแนะ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย พบว่าแนวทางด้านการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดควรพัฒนาด้านการส่งเสริมการขายมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.4 รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9 (ระบบสื่อความหมาย, การให้ความรู้และบริการที่มีคุณภาพ) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.6 และด้านราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.5

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่วนประสมทางการตลาด นักท่องเที่ยว

ABSTRACT

This research has the objective for learning the development approach of the marketing mix of the Tat Mok national park, phetchabun province. The sampling is the group of 280 travelers that come to Tat Mok national park. The research tool is the questionnaire which is divided into 3 parts: the first part is the general data of the respondent, the second part is the marketing mix and the suggestion and the third part is the statistics which compose of the percentage and the average mean. This research finds the most marketing mix approach ought to develop the promotion, the second are product (the direction sign post, knowledge service), the third are place and finally are price which have the average mean at 4.4, 3.9, 3.6 and 3.5 respectively.

Keyword : eco-tourism, marketing mix, traveler