

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันหลายประเทศทั่วโลกได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เพราะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และเป็นหนทางสำคัญของการนำรายได้เข้าสู่ประเทศ ในสถานะเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันสูง บวกกับความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี องค์กรต่าง ๆ และผู้ประกอบการการท่องเที่ยวต่างก็ได้มีการพัฒนากลยุทธ์การตลาดและเทคนิคในการให้บริการต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) เป็นประเทศหนึ่งที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ ดังนั้น รัฐบาล สปป.ลาว จึงได้มีนโยบาย และให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว และสร้างให้จังหวัดหลวงพระบางเป็นศูนย์กลางแห่งการท่องเที่ยวของประเทศ (กระทรวงแผนการและการลงทุน สปป.ลาว, 2549) ทำให้การท่องเที่ยวเข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมมากขึ้น เห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางเข้า สปป.ลาว ในแต่ละปีมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น จากปี 2548 มีจำนวน 1,095,315 คน เพิ่มขึ้นเป็น 1,215,106 คน ในปี 2549 คิดเป็นร้อยละ 10.93 (องค์การการท่องเที่ยวแห่งชาติ สปป.ลาว, 2549)

จังหวัดหลวงพระบางเป็นหนึ่งใน 16 จังหวัด อยู่ทางภาคเหนือของประเทศลาว เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยว มีอำเภอเมืองหลวงพระบางเป็นมรดกโลก มีพื้นที่รวม 16,875 ตารางกิโลเมตร มีประชากรทั้งหมด 407,039 คน (พ.ศ. 2548) จากสถิติการท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางเข้าจังหวัดหลวงพระบาง ในแต่ละปีมีจำนวนเพิ่มขึ้น เช่น ในปี 2547 มีจำนวน 105,513 คน เพิ่มขึ้นเป็น 133,569 ในปี 2548 เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 26.59 หากจำแนกตามจำนวนของผู้มาเยือนชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าจังหวัดหลวงพระบางตามถิ่นที่อยู่จะเห็นว่าตลาดในกลุ่มยุโรปเป็นตลาดที่สำคัญ ซึ่งในปี 2548 มีนักท่องเที่ยวชาวยุโรปจำนวน 62,638 คน เพิ่มขึ้นเป็น 67,276 คน ในปี 2549 คิดเป็นร้อยละ 7.04 (องค์การการท่องเที่ยวแห่งชาติ สปป.ลาว, 2549)

จากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เป็นสาเหตุทำให้สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ เช่น โรงแรมและที่พัก ภัตตาคาร ร้านอาหาร สถานที่จัดนิทรรศการ งานแสดง

สินค้าต่าง ๆ ร้านขายสินค้าของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ ที่เอกชนเป็นผู้ลงทุนมีเพิ่มขึ้นในแต่ละปี เช่น โรงแรมเพิ่มขึ้นจาก 17 แห่งในปี 2548 เป็น 18 แห่งในปี 2549 บ้านพักเพิ่มจาก 146 แห่งในปี 2548 เป็น 155 แห่งในปี 2549 ร้านอาหารเพิ่มจาก 102 แห่งในปี 2548 เป็น 104 แห่งในปี 2549 (องค์การท่องเที่ยวแห่งชาติ สปป.ลาว, 2549) ซึ่งเห็นได้ว่าเป็นการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะบ้านพักและทำให้เกิดมีการแข่งขันกันสูงในด้านการบริการ

ดังนั้น เพื่อให้แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ 5 ปี ฉบับที่ 6 ปี ค.ศ 2006-2010 ของรัฐบาลบรรลุตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ และเพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาที่ยั่งยืนและเจริญเติบโตยิ่งขึ้น ต้องรับประกันในการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก พร้อมทั้งการปรับปรุงคุณภาพการบริการการท่องเที่ยว เพราะฉะนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจและตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษาถึงส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่ใช้บริการการท่องเที่ยวที่จังหวัดหลวงพระบาง ด้วยตระหนักในความสำคัญ of ข้อสนเทศและองค์ความรู้ที่จะได้รับจากการศึกษาในหัวข้อดังกล่าวนี้ เพื่อที่จะเป็นข้อมูลให้ผู้ที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นภาครัฐและเอกชน ตลอดจนผู้ที่มีส่วนร่วม ได้นำไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดหลวงพระบางให้เป็นไปในทิศทางที่เหมาะสม และสอดคล้องกับเงื่อนไขทางธุรกิจของผู้ประกอบการ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและรสนิยมของผู้ใช้บริการต่อไป ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด และดึงดูดนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการตัดสินใจใช้บริการการท่องเที่ยวที่จังหวัดหลวงพระบาง
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการใช้บริการการท่องเที่ยวที่จังหวัดหลวงพระบาง
3. เพื่อศึกษาปัญหาที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปประสบอยู่และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการใช้บริการการท่องเที่ยวที่จังหวัดหลวงพระบาง

## 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบถึงส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการตัดสินใจใช้บริการการท่องเที่ยวที่จังหวัดหลวงพระบาง
2. ทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการใช้บริการการท่องเที่ยวที่จังหวัดหลวงพระบาง

3. ทราบถึงปัญหา อุปสรรคและการเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในการใช้บริการการท่องเที่ยวที่จังหวัดหลวงพระบาง

4. ใช้เป็นข้อมูลแก่ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวที่จังหวัดหลวงพระบาง และใช้เป็นข้อมูลแก่ผู้ประกอบการในการปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการการท่องเที่ยว เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

#### 1.4 นิยามศัพท์

**ส่วนประสมการตลาดบริการ** หมายถึงปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวยุโรปใช้ในการตัดสินใจใช้บริการการท่องเที่ยวที่จังหวัดหลวงพระบาง ประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ

**นักท่องเที่ยวชาวยุโรป** หมายถึงนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาจากประเทศแถบยุโรป ได้แก่ ประเทศ อังกฤษ ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ เยอรมัน อิตาลี สวิตเซอร์แลนด์ และสวีเดน ที่ไปท่องเที่ยวที่จังหวัดหลวงพระบาง นับแต่ 1 วัน (24 ชั่วโมง) ขึ้นไป

**การใช้บริการท่องเที่ยว** หมายถึง การใช้บริการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่จังหวัดหลวงพระบาง ในการใช้บริการที่พักแรม จัดประชุมสัมมนา จับบ่ายซื้อของที่ระลึก รับประทานอาหาร และตามสถานที่แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ