

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญ และที่มาของปัญหา

การบริหารการตลาด (Marketing Management) และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources Management) เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแม้ว่าจะมีองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากจังหวัดอื่นๆ ก็ตาม ได้แก่ นิเวศวิทยา เกษตร ศิลปวัฒนธรรม ที่พัก แหล่งขายของที่ระลึก สินค้าพื้นเมือง เป็นต้น มีความจำเป็นที่ต้องมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแผนปฏิบัติการที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยการตลาดที่เหมาะสม และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่รองรับการท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศทำให้จังหวัดอุดรดิตถ์ แพร่ และน่าน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของภาคเหนือ และถึงแม้ว่าจังหวัดอุดรดิตถ์ แพร่และน่าน จะมีความพร้อมในด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เกษตร และศิลปวัฒนธรรมแต่ยังขาดการพัฒนาด้านการตลาด และทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวที่มีความเชี่ยวชาญในพื้นที่ ภาษากล้น และวัฒนธรรม เพื่รองรับการท่องเที่ยว ดังนั้นให้เกิดแนวทางในการบริหารจัดการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ ในจังหวัดอุดรดิตถ์ แพร่และน่าน ทั้งในภาครัฐ และภาคเอกชนเพื่อนำไปสู่การเตรียมการรองรับนักท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจ และกลับมาเที่ยวซ้ำหรือบอกต่อ ถึงประสบการณ์ประทับใจในการมาเที่ยวสถานที่ต่างๆ ของจังหวัดอุดรดิตถ์ แพร่ และน่าน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการของทั้งฝ่ายลูกค้า ฝ่ายผู้ประกอบการ และฝ่ายเจ้าหน้าที่ของรัฐ ในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดอุดรดิตถ์ แพร่และน่าน
2. เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแผนปฏิบัติการด้านการตลาดและการจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรดิตถ์ แพร่และน่าน

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยเชิงปริมาณ มีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กับบุคคลต่างๆ ดังนี้
 - นักท่องเที่ยว และประชาชนโดยทั่วไปในจังหวัดอุดรดิตถ์ 200 คน
 - นักท่องเที่ยว และประชาชนโดยทั่วไปในจังหวัดแพร่ 200 คน
 - นักท่องเที่ยว และประชาชนโดยทั่วไปในจังหวัดน่าน 200 คน
2. การวิจัยเชิงคุณภาพมีการสัมภาษณ์บุคคลต่างๆ ในจังหวัดอุดรดิตถ์ แพร่และน่าน
 - ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 10 ราย ได้แก่เจ้าของสถานที่พัก ร้านอาหาร ชนิดต่างๆสถานที่บันเทิงหรือพักผ่อนต่างๆห้างร้านต่างๆ ที่มีนักท่องเที่ยวแวะใช้จ่าย และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจากหน่วยงานต่างๆ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรดิตถ์ แพร่ และน่าน ในเขตภาคเหนือ
2. แผนปฏิบัติการด้านการตลาดและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การจัดการการตลาด หมายถึง การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ด้านธุรกิจของผู้ประกอบการในจังหวัดอุดรดิตถ์ แพร่ และน่าน ที่ต้องมีการวางแผนการผลิต การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย ตลอดจนการดำเนินกิจการทุกอย่างเพื่อสนองความต้องการ และบริการให้แก่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคพอใจ ทั้งในเรื่องราคาและบริการ
2. ทรัพยากรมนุษย์เพื่อการท่องเที่ยว หมายถึง บุคลากรภายในองค์กร กลุ่ม หรือ ธุรกิจใดๆ ในจังหวัดอุดรดิตถ์ แพร่ และน่าน ที่มีการใช้มนุษย์เข้ามามีส่วนในการดำเนินงาน กิจการหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ ในการปฏิบัติหน้าที่หรืองานนั้นๆ ให้สำเร็จตามกรอบที่กำหนด โดยมีทักษะความรู้ความเชี่ยวชาญในกิจกรรมหรืองานนั้นๆ
3. นักท่องเที่ยว หมายถึง ประชาชนที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรดิตถ์ แพร่ และน่าน ตามแหล่งโบราณสถาน ศิลปะ ท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ และมีการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม โดยมีการควบคุมผลกระทบและสร้างบรรยากาศของการศึกษาเรียนรู้ ธรรมชาติแวดล้อม พร้อมให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์เพื่อเพิ่มพูนคุณภาพชีวิต
4. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ในจังหวัดอุดรดิตถ์ แพร่ และน่าน ได้แก่ ผู้จัดนำเที่ยว/ทัวร์ ร้านจำหน่ายสินค้า ร้านอาหาร โรงแรม ที่พัก ขนส่ง เป็นต้น
5. พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุดรดิตถ์ แพร่ และน่าน ซึ่งเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม