

TOUR PLANNING



การวางแผน

จัดนำเที่ยว



จันทิซ วรณณอม

สารบัญ

หน้า	
คำนำ	(1)
สารบัญ	(3)

บทที่ 1	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจนำเข้าและการวางแผนจัดรายการนำเข้า	1
	ธุรกิจจัดนำเข้า	2
	ธุรกิจตัวแทนท่องเที่ยว	6
	ความสัมพันธ์ของธุรกิจจัดนำเข้ากับธุรกิจตัวแทนจำหน่ายสินค้าบริการ	8
	การท่องเที่ยว	
	ขนาดและการดำเนินงานของบริษัทนำเข้า	10
	โครงสร้างการบริหารงานของบริษัทนำเข้า	11
	ความหมายของการวางแผนจัดนำเข้า	22
	การวางแผนท่องเที่ยวสำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	22
	การวางแผนท่องเที่ยวในเชิงธุรกิจ	25
	ประโยชน์และความสำคัญของการวางแผนจัดนำเข้า	26
	ปัจจัยด้านลบที่ส่งผลกระทบต่อการวางแผนจัดรายการนำเข้า	27
	ปัจจัยด้านบวกที่เอื้อต่อการวางแผนจัดรายการนำเข้า	27
	สรุป	29

บทที่ 2	ประเภทของการจัดนำเข้า	30
	การจัดนำเข้าโดยทั่วไป	30
	การจัดนำเข้าที่เป็นสากล	31
	การจัดนำเข้าโดยแบ่งตามขนาด	33
	การจัดนำเข้าตามวิธีการ	34
	การจัดนำเข้าตามวัตถุประสงค์	39
	การจัดนำเข้าตามลักษณะช่วงเวลา	50
	สรุป	55

	หน้า
บทที่ 3 องค์ประกอบในการวางแผนจัดรายการนำเข้าเที่ยว	57
องค์ประกอบของการจัดรายการนำเข้าเที่ยว	57
คุณสมบัติและจรรยาบรรณของผู้วางแผนจัดนำเข้าเที่ยว	84
การสำรวจเส้นทางเพื่อการจัดนำเข้าเที่ยว	86
แนวคิดเรื่องรูปแบบการเดินทางเพื่อการจัดนำเข้าเที่ยว	89
การวางแผนจัดรายการนำเข้าเที่ยว	91
การวางแผนเพื่อความสำเร็จ	108
ข้อควรพิจารณาในการวางแผนจัดรายการนำเข้าเที่ยว	111
สรุป	116
บทที่ 4 การเขียนรายการเพื่อการจัดนำเข้าเที่ยว	117
เครื่องมือที่ช่วยในการเขียนรายการนำเข้าเที่ยว	117
คุณสมบัติของผู้เขียนรายการนำเข้าเที่ยว	121
การเขียนตารางระยะทาง	118
หลักการเขียนรายการนำเข้าเที่ยว	122
การเตรียมการจัดทำรายการนำเข้าเที่ยว	125
การเขียนรายการจัดนำเข้าเที่ยวไปต่างประเทศ	148
การเขียนรายการจัดนำเข้าเที่ยวเข้าประเทศ	151
การเขียนรายการจัดนำเข้าเที่ยวภายในประเทศ	152
สรุป	153
บทที่ 5 กลยุทธ์ในการจัดนำเข้าเที่ยว	155
กลยุทธ์การจัดนำเข้าเที่ยวในประเทศ	155
กลยุทธ์การจัดนำเข้าเที่ยวเข้าประเทศ	161
กลยุทธ์การจัดนำเข้าเที่ยวไปต่างประเทศ	170
สรุป	200

	หน้า
บทที่ 6 การคิดราคาขาย และการลดต้นทุนจัดนำเข้าเที่ยว	201
ประเภทค่าใช้จ่าย	202
รายละเอียดค่าใช้จ่ายในการจัดนำเข้าเที่ยว	203
การคิดราคาขาย	206
การพิจารณาตั้งราคาขาย	192
การคิดค่าใช้จ่ายแยกตามประเภทของการจัดนำเข้าเที่ยว	213
การลดต้นทุนในการจัดนำเข้าเที่ยว	215
สรุป	221
บทที่ 7 การตลาดและการขายในธุรกิจนำเข้าเที่ยว	223
ส่วนประกอบของการตลาดท่องเที่ยว	224
ตลาดเป้าหมาย	225
การดำเนินการด้านการตลาด	227
การดำเนินการด้านการตลาดแบบ 4Ps	229
การดำเนินงานด้านการขาย	242
อินเทอร์เน็ตกับงานจองและงานขาย	248
ประโยชน์ของการนำระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้ใน	250
ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายสินค้าบริการการท่องเที่ยว	
ระบบการจัดจำหน่ายแบบเบ็ดเสร็จ	252
เครื่องมือทางการตลาดนำเข้าเที่ยวในยุค Digital Marketing	253
สรุป	255
บทที่ 8 ปัญหาและการวางแผนป้องกันปัญหาในการจัดนำเข้าเที่ยว	256
ปัญหาการบริหารงานภายในองค์กร	256
ปัญหาจากสถานประกอบการที่เกี่ยวข้อง	263
ปัญหาในการจัดนำเข้าเที่ยวช่วงเทศกาล	269
ปัญหาเกี่ยวกับลูกค้าที่มาใช้บริการ	272

	หน้า
ปัญหาจากธุรกิจตัวแทนจำหน่าย	275
ปัญหาจากผู้นำแผนไปปฏิบัติ	276
ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านการตลาดและการขาย	277
ปัญหาและอุปสรรคเรื่องคู่แข่งชั้นในธุรกิจนำเข้า	281
ปัญหาเกี่ยวกับโปรแกรมทัวร์	282
ปัญหาอื่นๆ ในการวางแผนจัดนำเข้า	284
สรุป	285
บรรณานุกรม	286
ภาคผนวก	291