

การประกอบการในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว



พศ.ดร. อริสรา เสยานนท์



การประกอบการโปรดักส์ทางการศึกษา การทอ่งเกี่ยว

พศ.ดร. อริสรา เสยานนท์



บริษัท ซีแ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน)
SE-EDUCATION PUBLIC COMPANY LIMITED

ค้นหาหนังสือที่ต้องการ (รวม e-book และสินค้าที่น่าสนใจ) ได้เร็ว ทันใจ

- บน PC และ Notebook ที่ www.se-ed.com
- สำหรับ Smartphone และ Tablet ซุ่ยชื่อ ที่ <http://m.se-ed.com> เล่น browser เข้าอินเตอร์เน็ตแล้ว Bookmark หน้า Home จะใช้งานได้เหมือน App ทุกประการ) หรือคลิก SE-ED Application ได้จาก Play Store บน Android หรือจาก App Store บน iOS

- ในกรณีที่ต้องการซื้อเป็นจำนวนมาก เพื่อใช้ในการสอน การฝึกอบรม การส่งเสริมการขาย หรือเป็นของขวัญพิเศษ เป็นต้น กรุณาติดต่อสอบถามราคาพิเศษได้ที่ ฝ่ายขาย บริษัท ซีอีดูเคชั่น จำกัด (มหาชน) เลขที่ 1858/87-90 ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 โทรศัพท์ 0-2739-8222 โทรสาร 0-2739-8936-9
- หากมีคำแนะนำหรือติชม สามารถติดต่อได้ที่ comment@se-ed.com

การประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

โดย ผศ.ดร. อริสรา เสยานนท์

ราคา 195 บาท

สงวนลิขสิทธิ์ในประเทศไทยตาม พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2560 โดย อริสรา เสยานนท์ ห้ามคัดลอก ลอกเลียน คัดแปลง ทำซ้ำ จัดพิมพ์ หรือกระทำการอื่นใด โดยวิธีการใดๆ ในรูปแบบใดๆ ไม่ว่าส่วนหนึ่งส่วนใดของหนังสือเล่มนี้ เพื่อเผยแพร่ในสื่อทุกประเภท หรือเพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ นอกจากจะได้รับอนุญาต

4 3 0 - 5 3 4 - 2 6 4
0 0 6 6 7 8 9 5 4 3 2 1 0

ข้อมูลทางบรรณการของหอสมุดแห่งชาติ
อริสรา เสยานนท์.

การประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. - กรุงเทพฯ : ซีอีดูเคชั่น, 2560.
264 หน้า.

1. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. 2. การท่องเที่ยว.

1. ชื่อเรื่อง.

339.4/ข

ISBN : 978-616-08-2877-7

จัดพิมพ์และจัดจำหน่ายโดย

 บริษัท ซีอีดูเคชั่น จำกัด (มหาชน)
SE-EDUCATION PUBLIC COMPANY LIMITED

เลขที่ 1858/87-90 ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260

โทรศัพท์ 0-2739-8000

พิมพ์ที่ บริษัท ซีอีดูเคชั่น (1991) จำกัด

เลขที่ 257/1-77 หมู่ 3 ซอยกิ่งกษัตริย์ ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10140 โทรศัพท์ 0-2451-3910
รายวิชา การประกอบอาชีพ ผู้จัดทำคู่มือฯ พ.ศ. 2560



คำนำ

หนังสือ **การประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว** เล่มนี้ จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นคู่มือประกอบการสอนรายวิชาการประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้ นักศึกษานั้นมีความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับหลักการและรูปแบบการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยมีการเรียบเรียงเนื้อหา และแบ่งออกเป็น 15 บทด้วยกัน ซึ่งผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่า หนังสือเล่มนี้จะเป็นสื่อที่มีประโยชน์ต่อนักศึกษาในการใช้เป็นคู่มือในการพัฒนาการเรียน เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ เพื่อเป็นพื้นฐานอันดีสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ผู้เขียนต้องขอขอบคุณทุกคนในครอบครัวอันเป็นที่รักยิ่ง ในการให้กำลังใจเสมอมา ผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำในการเขียน หากหนังสือเล่มนี้มีสิ่งใดขาดตกบกพร่อง ผู้เขียนรอต้อนรับมาแก้ไขปรับปรุงในการจัดพิมพ์ครั้งต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อริสรา เสยานนท์



สารบัญ

บทที่ 1 ความรู้ที่เกี่ยวกับการประกอบการการท่องเที่ยว	11
1.1 ความหมายของการประกอบการ.....	11
1.2 ความหมายของผู้ประกอบการ.....	12
1.3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ.....	15
1.4 กระบวนการการเป็นผู้ประกอบการ.....	17
1.5 การประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	18
1.6 ปัจจัยเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว.....	24
1.7 สรุป	26
บทที่ 2 แนวทางการจัดตั้งธุรกิจ	29
2.1 ลักษณะของการประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.....	29
2.2 การจำแนกธุรกิจตามลักษณะของเจ้าของธุรกิจท่องเที่ยว	30
2.3 จรรยาบรรณของผู้ประกอบการท่องเที่ยว.....	41
2.4 สรุป	43
บทที่ 3 ประเภทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	45
3.1 ธุรกิจใอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.....	45
3.2 ประเภทของธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	46
3.3 ลักษณะของการบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	65
3.4 คุณภาพการบริการ	68
3.5 สรุป	70

บทที่ 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการประกอบการท่องเที่ยว.....	71
4.1 สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจท่องเที่ยว	71
4.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ที่มีผลกระทบต่อการบริหารธุรกิจท่องเที่ยว	76
4.3 สรุป	80
บทที่ 5 ทฤษฎีสำหรับการเป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยว	81
5.1 ทฤษฎีภาวะการเป็นผู้นำ	82
5.2 ทฤษฎีการรู้จัก.....	85
5.3 ทฤษฎีแรงจูงใจ	87
5.4 ทฤษฎีการจัดการเรื่องกลยุทธ์.....	91
5.5 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด.....	94
5.6 สรุป	96
บทที่ 6 การตลาดท่องเที่ยว	97
6.1 ความหมายการตลาด.....	97
6.2 แนวความคิดทางการตลาดท่องเที่ยว.....	98
6.3 หน้าที่ทางการตลาดท่องเที่ยว.....	99
6.4 แนวคิดปรัชญาในการบริหารการตลาด	100
6.5 การตลาดท่องเที่ยว	102
6.6 ส่วนประกอบของตลาดท่องเที่ยว.....	103
6.7 ประเด็น ปัญหา และอุปสรรคของตลาดท่องเที่ยวเสรี	105
6.8 การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์	107
6.9 กระบวนการทางการตลาด	112
6.10 การแบ่งส่วนตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	116
6.11 การแบ่งส่วนตลาดของผู้ประกอบการท่องเที่ยว	116
6.12 สรุป	118
บทที่ 7 การเขียนแผนธุรกิจ	119
7.1 แผนธุรกิจคืออะไร	119
7.2 ความหมายของแผนธุรกิจ.....	120
7.3 แผนธุรกิจสำคัญอย่างไร.....	120

7.4	ประโยชน์ของการจัดทำแผนธุรกิจ.....	121
7.5	ควรจัดทำแผนธุรกิจเมื่อไร.....	122
7.6	การเตรียมแผนธุรกิจ.....	122
7.7	ส่วนประกอบของแผนธุรกิจ.....	123
7.8	องค์ประกอบของแผนธุรกิจ.....	124
7.9	สรุป.....	133
บทที่ 8	การบริหารทรัพยากรมนุษย์.....	135
8.1	ความหมายของการบริหารทรัพยากรมนุษย์.....	135
8.2	ความสำคัญในการบริหารทรัพยากรมนุษย์.....	137
8.3	กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์.....	139
8.4	สาเหตุที่ต้องมีการวางแผนทรัพยากรมนุษย์.....	142
8.5	ประโยชน์ของการวางแผนทรัพยากรมนุษย์.....	143
8.6	ขั้นตอนในการวางแผนทรัพยากรมนุษย์.....	144
8.7	การวิเคราะห์งาน.....	145
8.8	กระบวนการในการวิเคราะห์งาน.....	146
8.9	กลยุทธ์ในการวางแผนทรัพยากรมนุษย์.....	147
8.10	สรุป.....	148
บทที่ 9	การจัดการด้านการเงิน.....	151
9.1	วัตถุประสงค์ของการบริหารจัดการด้านการเงิน.....	152
9.2	วิธีการวางแผนงานและการจัดห้งบประมาณทางการเงินสำหรับธุรกิจ.....	152
9.3	ปัจจัยสำคัญในการกำหนดมูลค่าของธุรกิจ.....	153
9.4	หน้าที่การจัดการการเงิน.....	154
9.5	บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการเงิน.....	155
9.6	งบการเงิน.....	156
9.7	งบดุล.....	157
9.8	งบกำไรขาดทุน.....	158
9.9	งบกระแสเงินสด.....	161
9.10	รูปแบบของการวิเคราะห์งบการเงิน.....	163
9.11	การวิเคราะห์งบการเงินด้วยอัตราส่วนทางการเงิน.....	164
9.12	การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน.....	168

9.13 การประเมินผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุน และความเสี่ยงจากการลงทุน.....	168
9.14 กลยุทธ์การจัดการด้านการเงิน.....	169
9.15 สรุป.....	170
บทที่ 10 การจัดการต้นทุนผลิตภัณฑ์และราคา.....	171
10.1 ความหมายของผลิตภัณฑ์.....	171
10.2 ความหมายของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว.....	172
10.3 องค์ประกอบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว.....	173
10.4 ลักษณะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว.....	175
10.5 การเสนอขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว.....	177
10.6 ความหมายของราคา.....	178
10.7 ความหมายของราคาการท่องเที่ยว.....	179
10.8 ราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว.....	179
10.9 วัตถุประสงค์ในการกำหนดราคา.....	180
10.10 เกณฑ์ในการกำหนดราคาในธุรกิจท่องเที่ยว.....	181
10.11 ปัจจัยการกำหนดราคาในธุรกิจท่องเที่ยว.....	181
10.12 วิธีการขั้นพื้นฐานในธุรกิจท่องเที่ยว.....	183
10.13 สิ่งที่ผู้ประกอบการควรพิจารณาในกลยุทธ์การตั้งราคา สำหรับธุรกิจท่องเที่ยว.....	186
10.14 กลยุทธ์การตั้งราคาสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว.....	187
10.15 สรุป.....	190
บทที่ 11 พฤติกรรมของลูกค้าในตลาดท่องเที่ยว.....	193
11.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค.....	193
11.2 บทบาทพฤติกรรมผู้บริโภค.....	194
11.3 ความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค.....	195
11.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค.....	196
11.5 ความหมายพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	198
11.6 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	199
11.7 ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	200

11.8	การจำแนกประเภทนักท่องเที่ยว.....	201
11.9	พฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวตามวัย.....	203
11.10	พฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศไทย.....	204
11.11	แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว.....	208
11.12	สรุป.....	210
บทที่ 12 พลกรรณบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.....		211
12.1	ผลกระทบการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ.....	211
12.2	ผลกระทบการท่องเที่ยวต่อสังคม.....	214
12.3	ผลกระทบการท่องเที่ยวต่อวัฒนธรรม.....	216
12.4	ผลกระทบการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อม.....	218
12.5	สรุป.....	219
บทที่ 13 การจัดการความเสี่ยงของธุรกิจท่องเที่ยว.....		221
13.1	ความหมายของความเสี่ยง.....	222
13.2	วัตถุประสงค์ของการจัดการความเสี่ยง.....	223
13.3	ประเภทของความเสี่ยงภายในธุรกิจ.....	223
13.4	ประเภทของภัยที่เกิดขึ้น.....	225
13.5	ประเภทของความสูญเสีย.....	226
13.6	สภวะส่งเสริมที่เกิดความเสียหาย.....	226
13.7	การวิเคราะห์ความเสี่ยง.....	227
13.8	ปัจจัยความเสี่ยงที่เกิดขึ้นกับธุรกิจท่องเที่ยว.....	228
13.9	การวางแผนการดำเนินการบริหารความเสี่ยง.....	230
13.10	สรุป.....	233
บทที่ 14 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว.....		235
14.1	ความสำคัญของกฎหมาย.....	235
14.2	ความสำคัญของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว.....	236
14.3	กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว.....	237
14.4	ข้อตกลงเขตการค้าทางเสรี.....	246
14.5	สรุป.....	250

บทที่ 15 จรรยาบรรณของผู้ประกอบการท่องเที่ยว.....	251
15.1 ความหมายของจรรยาบรรณ.....	251
15.2 จรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ.....	252
15.3 หลักจรรยาบรรณการท่องเที่ยวโลก.....	253
15.4 หลักจรรยาบรรณของผู้ประกอบการท่องเที่ยวของข้อบังคับ สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.....	254
15.5 จรรยาบรรณมัคคุเทศก์.....	256
15.6 จรรยาบรรณของผู้ประกอบธุรกิจต่อลูกค้า.....	258
15.7 จรรยาบรรณของผู้ประกอบธุรกิจต่อผลิตภัณฑ์.....	258
15.8 จรรยาบรรณของผู้ประกอบธุรกิจต่อคู่แข่ง.....	259
15.9 จรรยาบรรณของผู้ประกอบธุรกิจต่อพนักงาน.....	259
15.10 จรรยาบรรณของผู้ประกอบธุรกิจต่อสังคม.....	260
15.11 จรรยาบรรณของพนักงานต่อผู้ประกอบธุรกิจ.....	261
15.12 สรุป.....	262
 บรรณานุกรม.....	 263