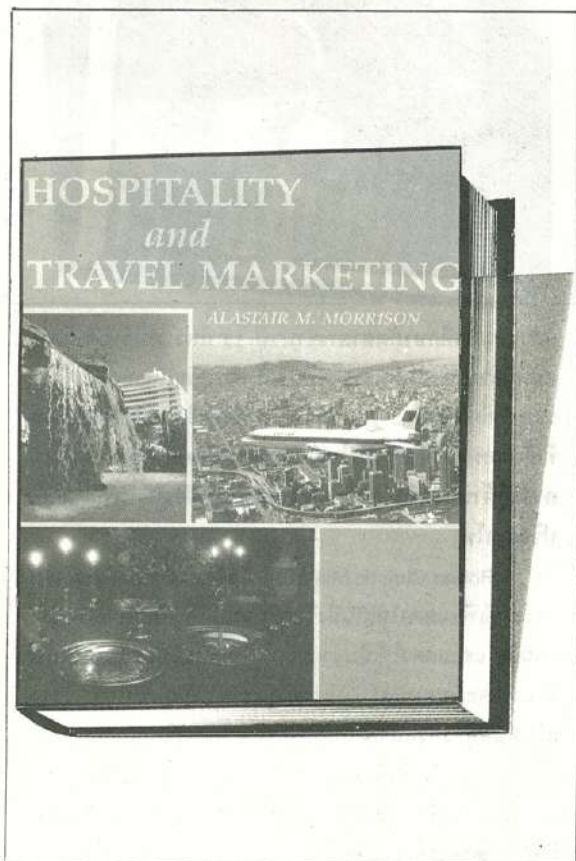




สุทธิ บรรจงแท้



Hospitality and Travel Marketing

Alastair M. Morrison ผู้เขียน

Delmar Publishers Inc. จัดพิมพ์

พิมพ์ครั้งแรก ปีลิขสิทธิ์ ค.ศ. 1989

532 หน้า ราคา 1,109 บาท

หนังสือ

น่าอ่าน



การตลาดที่ดีมีบทบาทสำคัญมากต่อความสำเร็จขององค์กร อุตสาหกรรมการบริการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกัน มีองค์ประกอบมากมายที่มีผลต่ออุตสาหกรรมนี้ ถูกค่าของอุตสาหกรรมนี้จะเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลาอย่างรวดเร็วจนทำให้ผู้ดำเนินกิจการพบว่า ยุทธวิธีที่เคยใช้ได้ผลดีมาแล้วครั้งหนึ่งจะไม่มีประสิทธิภาพอีกต่อไป จึงเป็นการยากที่จะจำกัดขอบเขตของการตลาดด้านนี้ การแข่งขันเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ขยายเติบโตอย่างรวดเร็วในขณะที่ผู้ดำเนินการในทุกส่วนต่อสู้กันด้วยวิธีการที่แปลกใหม่และเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

หนังสือเล่มนี้ศาสตราจารย์ Morrison ได้เรียบเรียงขึ้นมาเพื่อใช้เป็นตำราทางด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมบริการ ลักษณะพิเศษของหนังสือคือ ผู้เขียนใช้รูปแบบการเรียบเรียงเนื้อหาที่เป็นระบบ ชัดเจน ทำให้อ่านและทำความเข้าใจง่าย การจัดโครงสร้างและองค์ประกอบของหนังสือเป็นไปตามลำดับการเคลื่อนไหวของตลาดการท่องเที่ยวและการบริการ โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 ตอน 19 บท ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นการแนะนำการตลาด ความสำคัญและความแตกต่างของการบริการการตลาด และผลิตผลการตลาด ตลอดจนแนะนำระบบของการตลาดบริการและการท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 เกี่ยวกับการวางแผน วิจัย และวิเคราะห์ ศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในอุตสาหกรรมบริการ และอุตสาหกรรมท่องเที่ยว วิเคราะห์โอกาสทางการตลาด และทำวิจัยทางการตลาด

ตอนที่ 3 กล่าวถึงการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด

ตอนที่ 4 องค์ประกอบของการวางแผนการตลาด โดยอธิบายให้เห็นว่าองค์ประกอบแต่ละส่วนของการวางแผนการตลาดเกี่ยวข้องกันอย่างไร

ตอนที่ 5 กล่าวถึง การควบคุม การจัดและประเมินผล

การวางแผน

เนื้อหาของทุก ๆ บทจะเริ่มด้วยวัตถุประสงค์ของการเรียนการสอน คำถามทบทวนซึ่งจะช่วยให้ผู้อ่านมองเห็นประเด็นสำคัญของเนื้อหาในบท และมีส่วนที่รวบรวมคำสำคัญที่ให้นิยามความคิด และคำศัพท์เทคนิค คำศัพท์ใหม่ ๆ ในบทนั้น และเมื่อผู้อ่านพบคำศัพท์เหล่านั้นในส่วนเนื้อหา ซึ่งจะพิมพ์ด้วยตัวอักษรตัวหนา จะทราบคำนิยามของคำ ๆ นั้นพิมพ์ในวงเล็บเมื่อกล่าวถึงเป็นครั้งแรก

ตอนท้ายของทุก ๆ บทมีบทสรุป คำถามทบทวน พร้อมทั้งมีการบ้านประจำทุกบท ๆ ละ 4 ข้อ ซึ่งจะช่วยให้อ่านเกิดประสบการณ์ และมีโอกาสประยุกต์ใช้สิ่งที่ได้เรียนรู้มาแล้วในบทนั้น นอกจากนี้ทุกบทจะมีตัวอย่างกรณีศึกษาจากตัวอย่างเรื่องจริงของบริษัทยกย่องให้เป็นอย่างเช่น บริษัทวอลท์ ดิสนีย์ หรือบริษัทแมคส์โดนัลด์

ตอนกลางเล่มมีภาพสีประกอบ 16 หน้า ซึ่งเป็นตัวอย่างภาพโฆษณาและส่งเสริมการขายบริการในอุตสาหกรรมนี้

ตอนท้ายเล่มมีส่วนประกอบที่สำคัญของหนังสือ ได้แก่ อภิธานศัพท์ รวบรวมคำศัพท์จำนวนในเนื้อหาทุกบทพร้อมคำอธิบาย จัดเรียงลำดับอักษร A-Z มีภาคผนวกเกี่ยวกับรายชื่อสถานที่พักแหล่งใหญ่ ๆ ในสหรัฐอเมริกาและแคนาดา รายชื่อร้านอาหาร ภัตตาคารชั้นนำ รายการอาหารที่นิยม 8 ประเภท พร้อมชื่อร้านที่มีชื่อเสียงในด้านการบริการอาหารประเภทนั้น ๆ เส้นทางเดินเรือ บริษัทให้เช่ารถยนต์ สวนพักผ่อนหย่อนใจ รายชื่อบริษัทและรายชื่อนิตยสารทางด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมบริการ นอกจากนี้ยังมีดัชนีช่วยค้นหาเนื้อหาในตัวเล่มด้วย

Managing for Productivity in the Hospitality Industry

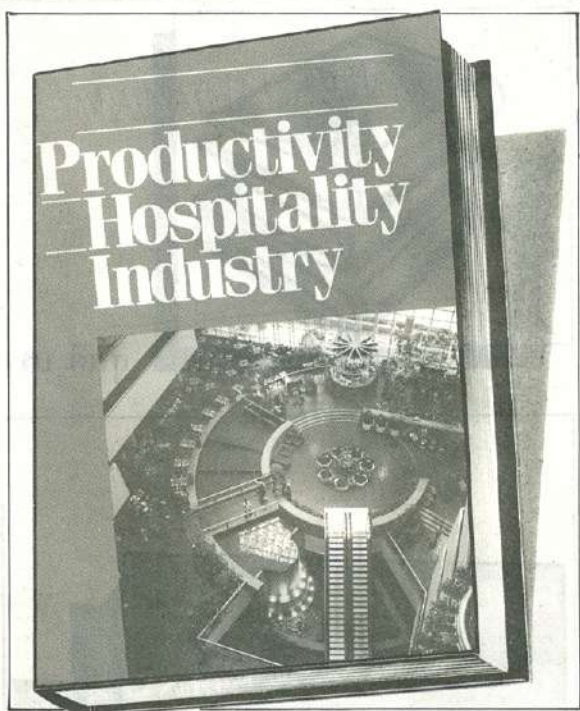
Robert Christie Mill ผู้เขียน

Van Nostrand Reinhold จัดพิมพ์

พิมพ์ครั้งแรก ปีลิขสิทธิ์ ค.ศ. 1989

226 หน้า ราคา 1,327 บาท

การเพิ่มผลกำไรในอนาคตจะต้องมาจากการเพิ่มผลผลิตในปัจจุบัน อุตสาหกรรมการบริการยังคงต้องปรับปรุงตัวเองอย่างมาก สมาคมภัตตาคารแห่งชาติในประเทศสหรัฐอเมริกาได้ประมาณไว้ว่าอุตสาหกรรมบริการสามารถดำเนินการให้มีประสิทธิภาพได้เพียงครึ่งหนึ่งของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกล



และจากการศึกษาภัตตาคารจำนวน 13 แห่ง พบว่าภัตตาคารเหล่านี้สามารถดำเนินการได้มีประสิทธิภาพอยู่ในเกณฑ์ระหว่าง 74 เปอร์เซ็นต์ และ 78 เปอร์เซ็นต์ อีกทั้งได้สรุปไว้ว่าสถาบันที่เปิดสอนทางด้านนี้ยังมีมาตรฐานการศึกษาต่ำกว่าด้านการให้ความรู้ด้านผลผลิตแก่ผู้เรียนทั้งในระดับปริญญาตรี และปริญญาโท

Robert Christie Mill เขียนหนังสือเล่มนี้ขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแสดงให้เห็นถึงวิกฤตการณ์ที่จำเป็นต้องปรับปรุงผลผลิต และแสดงให้เห็นว่าแผนการในการปรับปรุงผลผลิตนั้นสามารถจะกำหนด ออกแบบและส่งเสริมให้เกิดได้อย่างไร โครงสร้างเนื้อหาของหนังสือแบ่งได้เป็น 4 ประเด็นหลัก คือ

1. ทำไมเราจึงต้องเกี่ยวข้องกับผลผลิตและจะจัดการอย่างไร เป็นเนื้อหาของบทที่ 1 ทบทวนความพยายามในอดีตที่จะจำกัดขอบเขตและข้อบกพร่องของผลผลิต รูปแบบของผลผลิตที่ดี ในส่วนนี้จะเน้นให้เห็นถึงความจำเป็นที่ต้องเพิ่มความสามารถในการเพิ่มผลกำไร โดยการจ้าง การพัฒนา และการจูงใจลูกจ้างที่มีผลผลิต

2. เราจะจ้างลูกจ้างที่มีผลผลิตได้อย่างไร เนื้อหาบทที่ 2 กล่าวถึงวิธีการปรับปรุงผลผลิตโดยการจ้างลูกจ้างที่มีศักยภาพในตัวเอง ทั้งนี้ต้องนำเอาลักษณะพิเศษของลูกจ้างมาทำให้เหมาะสมกับลักษณะของงาน นอกจากนี้ได้มีการสำรวจลักษณะพิเศษของ