

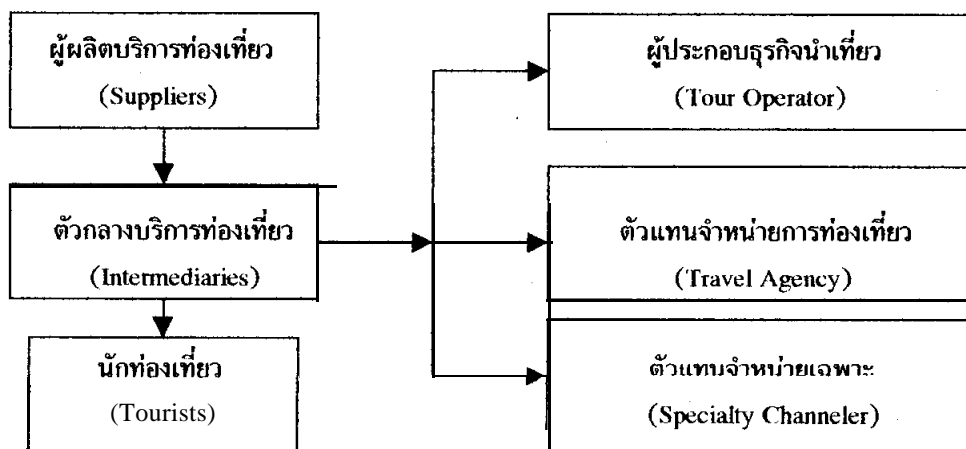
บทที่ 9

การจำหน่ายบริการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมบริการที่ให้บริการเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจแขนงต่าง ๆ อาทิเช่น การคมนาคมขนส่งให้บริการนำพนักท่องเที่ยวยังจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว ที่พักแรมสำหรับค้างคืนชั่วคราว ในระหว่างการเดินทางหรือเมื่อถึงแหล่งท่องเที่ยว บริการนำเที่ยว อาหารและสถานบันเทิง รวมทั้งสินค้าที่ระลึก ล้วนเป็นธุรกิจที่ให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยส่วนสำคัญคือ ระบบการจำหน่าย ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการจำหน่าย

1. ระบบการจำหน่ายบริการท่องเที่ยว (Travel Sales Distribution System)

ระบบการจำหน่ายบริการท่องเที่ยว ประกอบด้วยผู้ผลิตบริการท่องเที่ยว (Suppliers) ตัวกลาง (Intermediaries) และผู้บริโภค (Consumers) หรือนักท่องเที่ยว (Tourists) ดังนี้



แผนภูมิที่ 3 ระบบการจำหน่ายบริการท่องเที่ยว

1) ผู้ผลิตบริการท่องเที่ยว (Suppliers) หมายถึงผู้ผลิตสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว (Travel Product) ขายให้แก่ผู้บริโภคนักท่องเที่ยว เช่น สายการบิน บริษัทขนส่งทางเรือ-รถยนต์ รถไฟ ที่พักแรม อาหาร สถานตากอากาศ แหล่งท่องเที่ยว และแหล่งบันเทิงต่าง ๆ

2) ตัวกลาง (Intermediaries) หมายถึงผู้ที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงหรือประสานระหว่างผู้ผลิตสินค้าหรือบริการท่องเที่ยวกับผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการซื้อขาย สินค้าหรือบริการท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งเป็นตัวกลางได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

(1) ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator) หรือบริษัทนำเที่ยว จะเป็นผู้จัดการซื้อบริการหรือสินค้าท่องเที่ยวจากผู้ผลิต แล้วนำมาจัดรายการนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Package Tour) นำไปจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวโดยตรงหรือจำหน่ายแก่ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว (Travel Agency)

หากผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว หรือบริษัทนำเที่ยวจัดจำหน่ายรายการนำเที่ยวโดยผ่านตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ถือว่าเป็นผู้ขายส่งการท่องเที่ยว (Tour Wholesaler) ซึ่งจะบริษัทนำเที่ยวขนาดใหญ่มีเครือข่ายกว้างขวางระหว่างประเทศ หากเป็นบริษัทนำเที่ยวขนาดเล็กอาจจะจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง

ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator) หรือบริษัทนำเที่ยวสามารถให้บริการท่องเที่ยวดังนี้

- ก. จัดรายการนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ ส่งให้ตัวแทนจำหน่าย
- ข. จัดรายการนำเที่ยวประเภทต่าง ๆ สำหรับผู้สนใจ องค์กร และกลุ่มเอกชนที่มีความสนใจเฉพาะเรื่อง
- ค. จัดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้แก่บริษัทผู้ผลิตสินค้าและองค์กรต่าง ๆ
- ง. บริการวางแผน การจัดประชุมสัมมนา ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ

(2) ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว (Travel Agency) เป็นตัวแทนจำหน่ายบริการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ผลิตสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว (Supplier) กับนักท่องเที่ยว หรือเป็นตัวกลางระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator) ทำหน้าที่เป็นผู้ขายปลีก (Retailer) สินค้าหรือบริการท่องเที่ยว (Travel Product) ให้กับนักท่องเที่ยว โดยได้รับค่าตอบแทน (Commision) จากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว หรือบริษัทนำเที่ยว

ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว (Travel Agency) สามารถให้บริการท่องเที่ยวดังนี้

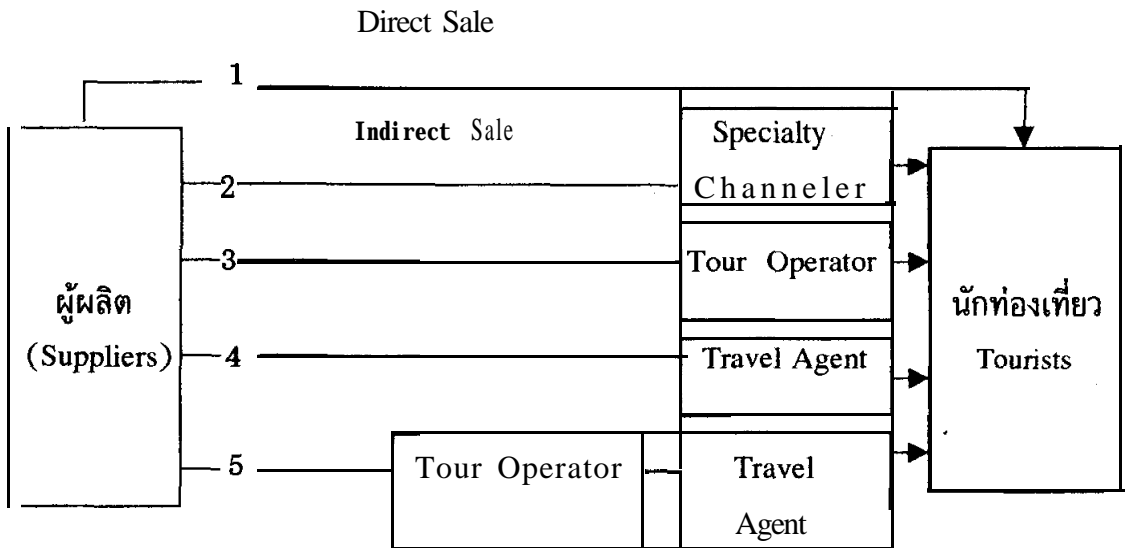
- จัดขึ้น
- ก. จำหน่ายทัวร์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว หรือบริษัทนำเที่ยว
 - ข. เป็นตัวแทนจำหน่ายตั๋วโดยสารพาหนะเดินทางทุกประเภท
 - ค. เป็นตัวแทนจัดหาและสำรองที่พักแรม กิจกรรม บ้านเทิง และการกีฬาต่าง ๆ
 - ง. โฆษณาประชาสัมพันธ์ การบริการต่าง ๆ ที่จัดจำหน่าย
 - จ. บริการจัดการเอกสารการเดินทางต่าง ๆ
 - ฉ. บริการต้อนรับ และรับ-ส่งนักท่องเที่ยว
 - ช. ให้คำแนะนำในด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

(3) ตัวแทนจำหน่ายเฉพาะ (Specialty Channeler) เป็นตัวแทนฝ่ายขายของผู้ผลิต (Suppliers) เช่น ตัวแทนฝ่ายขายของสายการบิน บริษัทขนส่ง โรงแรม บริษัทนำเที่ยว

3) ผู้บริโภค (Consumers) หรือนักท่องเที่ยว (Tourists) คือผู้ซื้อสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว (Travel Product) ตามช่องทางการจำหน่ายบริการท่องเที่ยว

2. ช่องทางการจำหน่ายบริการท่องเที่ยว

ช่องทางการจำหน่ายบริการท่องเที่ยว สามารถกระทำได้ทั้งทางตรง (Direct Sale) และทางอ้อม (Indirect Sale) ตามช่องทางดังต่อไปนี้



แผนภูมิที่ 4 ช่องทางการจำหน่ายบริการท่องเที่ยว

(ดัดแปลงจาก Chuck Y. Gee, Janes C. Makens and J.L.Dexter Choy. The Travel Industry. New York : Van Hostrand Reinhold, 1989.P.)

ช่องทางที่ 1 ผู้ผลิต (Supplier) จำหน่ายสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว (Travel Product) ให้กับนักท่องเที่ยวโดยตรง

ช่องทางที่ 2 ผู้ผลิต (Supplier) จำหน่ายสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว (Travel Product) ให้กับตัวแทนจำหน่ายเฉพาะ (Specialty Channeler) เพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว

ช่องทางที่ 3 ผู้ผลิต (Supplier) จำหน่ายสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว (Travel Product) ให้กับผู้ประกอบการเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยว (Tour Operator)

เพื่อนำไปจัดรายการนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Package Tour) แล้วจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว

ช่องทางที่ 4 ผู้ผลิต (Supplier) จำหน่ายสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว (Travel Product) ให้กับตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว (Travel Agency) เพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว

ช่องทางที่ 5 ผู้ผลิต (Supplier) จำหน่ายสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว (Travel Product) ให้กับผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยว (Tour Operator) เพื่อนำไปจัดรายการนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Package Tour) แล้วจำหน่ายให้กับตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว (Travel Agency) เพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว

ช่องทางที่ 1 เป็นการจำหน่ายโดยตรง หรือ Direct Sale ส่วนช่องทางที่ 2-5 เป็นการจำหน่ายผ่านตัวแทน หรือ Indirect Sale

การจำหน่ายโดยตรง (Direct Sale) ผู้ผลิต (Supplier) จะจำหน่ายสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว (Travel Product) ให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคโดยตรง ไม่ผ่านตัวกลาง (Intermediaries) ซึ่งมีผลดังนี้

ผู้ผลิตและผู้บริโภคมีโอกาสพบกัน อาจแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเสนอแนะเพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงหรือพัฒนาสินค้าหรือการบริการท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และยังเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวเมื่อซื้อบริการกับผู้ผลิตโดยตรง เช่น ตัวโดยสารเครื่องบิน หรือที่พักแรม เป็นต้น และการที่ไม่ต้องผ่านตัวแทนจำหน่าย อาจทำให้ราคาค่าบริการถูกลงเพราะไม่ต้องเสียค่าตอบแทน (Commission) ให้กับตัวแทนจำหน่าย แต่ก็ไม่แน่นอนเสมอไป เพราะบางครั้งอาจซื้อสินค้าหรือบริการจากตัวแทนจำหน่ายได้ถูกกว่าซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง ตามราคาที่กำหนดไว้ ทั้งนี้เพราะตัวแทนได้ลดส่วนของค่าตอบแทนให้แก่ลูกค้าเพื่อจูงใจให้มาซื้อบริการ ซึ่งแม้ค่าตอบแทนจะลดลงแต่จะมีรายได้ชดเชยจากปริมาณผู้ที่มาซื้อบริการ

แต่อาจทำให้โอกาสในการจำหน่ายสินค้าหรือบริการท่องเที่ยวไม่กว้างขวาง คือจะจำกัดอยู่เพียงแหล่งที่ตั้งสำนักงานหรือสาขาของผู้ผลิต ซึ่งมีเพียงไม่กี่แห่ง เมื่อ

เปรียบเทียบกับตัวแทนจำหน่ายซึ่งกระจายอยู่ทั่วไปตามแหล่งต่าง ๆ การจำหน่ายโดยตรงเพียงช่องทางเดียวอาจเสียโอกาสทางการตลาด

การจำหน่ายโดยผ่านตัวแทน หรือการขายทางอ้อม (Indirect Sale) ผู้ผลิต (Supplier) จะจำหน่ายสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว (Travel Product) โดยผ่านตัวกลางหรือตัวแทนจำหน่าย เช่น ตัวแทนจำหน่ายเฉพาะ ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยว เพื่อนำไปจำหน่ายให้กับผู้บริโภคนักท่องเที่ยว ซึ่งมีผลดังนี้

ผู้บริโภคนักท่องเที่ยวมีโอกาสเลือกซื้อสินค้า หรือบริการท่องเที่ยวได้ตามจุดขายที่เป็นตัวแทนจำหน่าย ซึ่งมีกระจายอยู่ทั่วไปตามแหล่งต่าง ๆ เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่ต้องการใช้บริการและเปิดตลาดให้กว้างขวาง

แต่จะทำให้ผู้บริโภคนักท่องเที่ยว อาจต้องซื้อสินค้าหรือบริการท่องเที่ยวในราคาสูงกว่า หากตัวแทนจำหน่ายบวกค่าตอบแทนเพิ่มขึ้นจากราคาขาย และยังไม่ค่อยมั่นใจว่าตัวหรือเอกสารที่ได้รับจากตัวแทนจำหน่าย จะเป็นหลักฐานที่ถูกต้องแท้จริงสามารถนำไปใช้บริการ โดยไม่มีปัญหาใด ๆ

3. การส่งเสริมการจำหน่ายบริการท่องเที่ยว (Travel Promotion)

เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ผลิตสินค้าและบริการท่องเที่ยวกับผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายคือการจูงใจให้เกิดการซื้อขายบริการท่องเที่ยว สามารถกระทำได้อดังนี้

3.1 การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

การโฆษณาเป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อการจูงใจ โน้มน้าวให้ผู้รับข่าวสารสนใจหรือคล้อยตาม ส่วนการประชาสัมพันธ์เป็นการเผยแพร่ข่าวสารให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เพื่อการส่งเสริมการจำหน่ายบริการท่องเที่ยว ต่างมุ่งหวังเผยแพร่บริการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักแก่มวลชน และมีผลจูงใจหรือโน้มน้าวให้ผู้รับข่าวสารสนใจหรือคล้อยตาม การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารทางเดียวโดยผ่านสื่อต่าง ๆ โดยสื่อที่นิยมใช้เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้แก่

1) สิ่งพิมพ์ เป็นสื่อที่รับทราบได้ด้วยการอ่าน ข่าวสารที่ลงในสื่อประเภทนี้จะต้องสามารถดึงดูดความสนใจให้อ่านเพื่อที่จะได้รับรู้ข่าวสาร สิ่งพิมพ์ที่นิยมใช้เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ได้แก่ แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น

(1) แผ่นพับ เป็นสื่อทางสิ่งพิมพ์ที่มีความสมบูรณ์ที่สุด ผลิตขึ้นมาเพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เฉพาะเรื่อง สามารถให้รายละเอียดต่าง ๆ ทั้งเนื้อหาและรูปภาพ ทั้งยังมีรูปลักษณะที่กระตือรือร้นสวยงาม จูงใจให้หยิบมาเปิดอ่าน และเก็บสะสมไว้

(2) หนังสือพิมพ์ เป็นสิ่งพิมพ์ที่ผลิตเป็นประจำทุกวัน มีเรื่องราวหลากหลายรวมทั้งการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ผู้รับสื่อจะนิยมอ่านวันต่อวันแล้วทั้งจะไม่เก็บสะสมไว้เพื่อย้อนกลับมาอ่านอีก การใช้สื่อประเภทนี้ต้องเลือกวันที่เหมาะสม อาจเป็นช่วงใกล้จะถึงสุดสัปดาห์หรือหยุดเทศกาล เพื่อให้ผู้อ่านเกิดความสนใจและจูงใจให้ใช้บริการในวันหยุดนั้น ๆ

(3) นิตยสาร เป็นสิ่งพิมพ์ที่ผลิตตามคาบเวลา อาจเป็นรายสัปดาห์ รายปักษ์ หรือรายเดือน มีการแบ่งประเภท เช่น นิตยสาร สำหรับผู้หญิง ผู้ชาย ธุรกิจ การกีฬาและการท่องเที่ยว เป็นต้น การใช้สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ประเภทนี้จะต้องเลือกใช้ให้ถูกเป้าหมาย เช่น ถ้าจะขายบริการท่องเที่ยวสำหรับเป้าหมายที่เป็นผู้หญิง ก็จะต้องลงในนิตยสารสำหรับผู้หญิง เป็นต้น

การใช้สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ประเภทนี้ ผู้รับสื่อมีโอกาสเห็นภาพและรายละเอียดต่าง ๆ ทั้งรายการเดินทาง สถานที่ติดต่อซื้อบริการ อัตราค่าบริการนับเป็นสื่อที่มีศักยภาพ ในการดึงดูดความสนใจได้มาก

2) แผ่นป้าย เป็นแผ่นป้ายหลายขนาดสำหรับติดหรือวางตั้งไว้ในที่ต่าง ๆ ซึ่งเป็นจุดผ่านที่สำคัญ เช่น ตามเส้นทางถนนที่เด่นชัด ตามสี่แยกสัญญาณไฟ หรือถ้าเป็นแผ่นป้ายขนาดเล็ก อาจติดตามอาคารสถานที่ต่าง ๆ แผ่นป้ายเหล่านี้จะมีจุดเด่นด้วยสีและภาพ เห็นแล้วสะดุดตา แต่จะไม่มีรายละเอียดมากนัก อาจบอกเพียงสถานที่ วัน เวลา

3) วิทยุ เป็นสื่อที่รับได้ด้วยการฟังเสียงแล้วสร้างจินตนาการตาม สามารถกระจายข่าวสารได้กว้างไกล และราคาค่าใช้จ่ายถูกกว่าการใช้สื่อประเภทอื่น ๆ แต่มีข้อจำกัดตามช่วงเวลาของการรับข่าวสาร ไม่สามารถเก็บข่าวสารนั้นไว้ได้เหมือนสิ่งพิมพ์

4) โทรทัศน์ เป็นสื่อที่รับได้ทั้งเสียงและภาพการเคลื่อนไหว สามารถใช้เทคนิคตัดต่อย่นระยะเวลาการนำเสนอ เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพ สามารถเผยแพร่สู่เป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง เข้าไปนำเสนอถึงในบ้านแทบทุกครัวเรือน โอกาสที่จะสร้างแรงจูงใจให้ใช้บริการท่องเที่ยวมีมากกว่าสื่อประเภทอื่นแม้ราคาค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อประเภทนี้จะสูงมาก แต่ได้รับความนิยมสำหรับการเป็นสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์

5) อินเทอร์เน็ต เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีศักยภาพในการเผยแพร่ข่าวสารได้กว้างไกลทั่วโลก การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ซึ่งนอกจากจะใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารทางการท่องเที่ยวแล้ว ยังสามารถใช้เป็นช่องทางการจำหน่ายบริการท่องเที่ยวที่สำคัญ เริ่มจากนักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์เพื่อสำรวจหรือเลือกโปรแกรมการท่องเที่ยวพร้อมราคาค่าใช้จ่าย และเมื่อตัดสินใจที่จะซื้อบริการก็สามารถทำการจอง หรือสำรองออนไลน์ได้เลย

นอกจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อประเภทต่าง ๆ แล้ว อาจสามารถทำการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

- 1) แจกข่าวสารข้อมูลแก่สื่อมวลชน
- 2) จัดมหกรรม หรือนิทรรศการท่องเที่ยว แนะนำแหล่งท่องเที่ยว พาหนะขนส่ง ที่พักแรม อาหาร บริการนำเที่ยว และสินค้าที่ระลึก ตามสถานที่

ชุมชน ต่าง ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า หอประชุม หรือศูนย์วัฒนธรรม เป็นต้น

3) แลงข่าวเปิดตัวสถานที่ท่องเที่ยวหรือบริการใหม่ ๆ เชิญสื่อมวลชนไปลองใช้บริการ เพื่อที่จะกลับมาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ประสบการณ์ที่ได้ไปพบเห็นทางสื่อต่าง ๆ อาจเขียนบทความลงในหนังสือพิมพ์ วารสาร หรือเผยแพร่ ทางวิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น

3.2 การติดต่อโดยตรง

เป็นการส่งเสริมการจำหน่ายอีกวิธีหนึ่ง ที่นำเสนอข่าวสารบริการท่องเที่ยวไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ซึ่งอาจเป็นส่วนบุคคลหรือกลุ่มสถาบัน องค์กร หน่วยงาน หรือบริษัท

ในส่วนบุคคลอาจนำเสนอโดยการส่งจดหมายแจ้งข่าวบริการท่องเที่ยว หรือแผ่นพับ นิตยสารสำหรับเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว พร้อมทั้งโปรแกรมนำเที่ยวซึ่งได้จัดทำล่วงหน้าเป็นรายเดือน ตามเทศกาล หรือรายปี บุคคลเป้าหมายเหล่านี้ อาจเคยเป็นผู้ใช้บริการของบริษัทมาก่อน หรือมีศักยภาพและความเป็นไปได้ที่จะใช้บริการท่องเที่ยว

สำหรับสถาบัน องค์กร หน่วยงาน บริษัท จะทำการส่งเสริมการเดินทางเป็นกลุ่ม โดยการนำเสนอตามความสนใจ เช่น กลุ่มราชการและรัฐวิสาหกิจ จะนำเสนอบริการเดินทางเพื่อประชุมและสัมมนา กลุ่มบริษัทธุรกิจเอกชนจะนำเสนอบริการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลสวัสดิการ หรือกลุ่มนักเรียนนักศึกษาจะนำเสนอบริการเดินทางเพื่อการศึกษา เป็นต้น

นอกเหนือจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือการติดต่อโดยตรงกับกลุ่มเป้าหมาย การส่งเสริมการจำหน่ายบริการท่องเที่ยวอาจกระทำได้ด้วยวิธีการอื่น ๆ เช่น จัดตั้งชมรมการเดินทางท่องเที่ยว มีการนัดหมายพบปะสังสรรค์ ให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยว และทำกิจกรรมร่วมกันในระหว่างสมาชิก รวมทั้งแนะนำโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก หรืออาจเสนอรางวัลให้กับผู้โชคดีในเทศกาลหรือสถาบันต่าง ๆ เป็นบริการนำเที่ยวเพื่อแนะนำให้เป็นที่รู้จักและลองใช้บริการ โดยหวังผลแห่งการบอกต่อในกลุ่มญาติมิตร ซึ่งบริษัทอาจได้รับการซื้อบริการเพิ่มหรือได้เผยแพร่การบริการให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางขึ้น
