

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	
แนวคิดธุรกิจ	1
แนวโน้ม และโอกาสทางธุรกิจ	1
บทที่ 2 บทบาททวนวรรณกรรม	
แนวโน้มที่สำคัญของการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก	4
แนวโน้มการท่องเที่ยวในทวีปยุโรป	9
แนวโน้มการท่องเที่ยวในทวีปอเมริกา	11
บทสรุป	12
บทที่ 3 ภาพรวมองค์กร	
วัตถุประสงค์การดำเนินธุรกิจ	13
ลักษณะของธุรกิจ	14
โครงสร้างผู้ถือหุ้น	18
โครงสร้างองค์กร	20
ปัจจัยสู่ความสำเร็จ	21
สรุปภาพรวมการประกอบธุรกิจ	23
บทที่ 4 การวิเคราะห์สภาพตลาด	
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกระดับมหภาค	24
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมระดับอุตสาหกรรม	37
การวิเคราะห์คู่แข่งขั้น และสินค้าทดแทน	48
การวิเคราะห์ Five Forces	60
การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด	64
การประเมินโอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจ	67
บทที่ 5 ระเบียบการวิจัย	
แผนการทำวิจัยการตลาด	68

		หน้า
บทที่ 6	การวิเคราะห์การวิจัย และสรุปผลการวิจัย	
	การวิเคราะห์การวิจัยด้วยวิธีแบบสอบถาม	71
	การวิเคราะห์การวิจัยด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก	87
	สรุปผลการวิจัย	90
บทที่ 7	กลยุทธ์องค์กร	
	กลยุทธ์ระดับธุรกิจ	91
	แนวทางการจัดการธุรกิจ และแผนการเติบโตในอนาคต	92
บทที่ 8	กลยุทธ์ทางการตลาด	
	วัตถุประสงค์ และเป้าหมายทางการตลาด	93
	การแบ่งส่วนตลาด	94
	การกำหนดตลาดเป้าหมาย	101
	การกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์	101
	ลักษณะของผลิตภัณฑ์ และบริการ	103
	กลยุทธ์การตั้งราคา	107
	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย	109
	กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด	113
	แผนปฏิบัติการ	120
บทที่ 9	กลยุทธ์การดำเนินงาน	
	แผนการดำเนินการ	122
	กระบวนการให้บริการ	
	- การให้บริการผ่านเว็บไซต์	124
	- การให้บริการที่ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ	133
	การบริหารทรัพยากรบุคคล	138

		หน้า
บทที่ 10	กลยุทธ์ทางการเงิน	
	เป้าหมายทางการเงิน	144
	การประเมินความเป็นไปได้ทางการเงิน	144
	การวิเคราะห์ทางการเงิน	154
	การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ	158
	การวิเคราะห์ความอ่อนไหว	159
บทที่ 11	การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ และการควบคุม	
	แผนการควบคุม และประเมินผลการดำเนินงาน	162
	แผนการควบคุม และประเมินผลด้านการตลาด	163
	แผนการควบคุม และประเมินผลด้านการเงิน	164
บทที่ 12	แผนฉุกเฉิน	165

ภาคผนวก