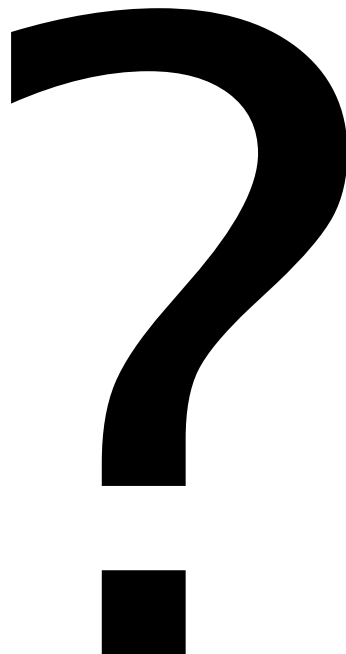


การคำสั่ง

การขายส่ง หมายถึง



กิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าและบริการเพื่อให้ผู้
ซื้อนำไปขายต่อ (Resell) หรือเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจ หรือหมายถึง
การขายกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการขายสินค้าและ
บริการไปสู่ธุรกิจและองค์กรอื่น ๆ เพื่อทำการขายต่อหรือใช้ในการผลิต
สินค้าและบริการอื่น ๆ หรือเพื่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร

ตัวอย่าง ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าบริการทางการท่องเที่ยว

- ▶ ผู้ผลิต → ขายเป็นตรง → นักท่องเที่ยว
- ▶ ผู้ผลิต → ผู้ค้าปลีก → นักท่องเที่ยว
- ▶ ผู้ผลิต → ผู้ค้าส่ง → ผู้ค้าปลีก → นักท่องเที่ยว
- ▶ ผู้ผลิต → ตัวแทนจำหน่าย → ผู้ค้าปลีก → นักท่องเที่ยว
- ▶ ผู้ผลิต → ตัวแทนจำหน่าย → ผู้ค้าส่ง → ผู้ค้าปลีก → นักท่องเที่ยว

ประเภทของผู้ค้าส่งของ
ผู้ดำเนินธุรกิจ
การทำงเที่ยว

ผู้ดำเนินธุรกิจแบบเช่าเหมา (Charter Operator)

ดำเนินการจัดรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายขายให้แก่ลูกค้าทั่วไป
และขายส่งให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจกิจการนำเที่ยว

ผู้ประกอบการธุรกิจกิจการจัดนำเที่ยว (Tour Operator)

จัดและจำหน่ายรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายให้แก่กลุ่มตลาด
นักท่องเที่ยวในหลายลักษณะ ดังนี้

- ▶ **Escorted Tour** คือ การจัดนำเที่ยวที่มีผู้นำเที่ยว (Tour Leader) เดินทางไปกับนักท่องเที่ยวตลอดรายการทำหน้าที่ดูแลติดต่อและจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้คำแนะนำในเรื่องการเดินทางที่พัก อาหาร และสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ตามรายการ
- ▶ **Hosted Tour** คือ การจัดนำเที่ยวที่มีหน้าที่มาดูแลให้การต้อนรับเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงแหล่งท่องเที่ยวและตลอดเวลาที่นักท่องเที่ยวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ แต่ระหว่างการเดินทางไปและกลับ นักท่องเที่ยวจะเดินทางเอง

- ▶ **Package Tour** คือ การจัดนำเที่ยวที่รวมการบริการต่าง ๆ ครบถ้วนในรายการนำเที่ยวตั้งแต่การเดินทางที่พักรวม การรับประทานอาหาร การขนส่ง การนำชม และการอำนวยความสะดวกอื่น ๆ
- ▶ **Unescorted Tour** คือ การจัดนำเที่ยวที่ผู้ประกอบการธุรกิจการจัดนำเที่ยวติดต่อ จ้างจองและอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ให้ แต่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเอง ปรับเปลี่ยนยืดหยุ่นรายการนำเที่ยวได้ และไม่มีผู้คอยดูแลระหว่างการเดินทาง
- ▶ **Group Tour** คือ การจัดนำเที่ยวให้กับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง โดยเฉพาะประมาณ 15 คนขึ้นไป รายการที่จัดให้จะเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า

ผู้ดำเนินธุรกิจรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (Inbound Operator)

มีความชำนาญในการจัดรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายให้แก่นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศนั้น ๆ และทำหน้าที่จัดบริการทุกอย่างระหว่างการเดินทางภายในประเทศของนักท่องเที่ยวและ/หรือที่จุดหมายปลายทางสุดท้ายในด้านยานพาหนะ การพักผ่อน การรับประทานอาหารการเที่ยวชม และการบริการภาคพื้นดิน (**Land arrangements**)

การตัดสินใจทางการตลาดของสถาบันการค้าส่ง

- ▶ การตัดสินใจเกี่ยวกับตลาดเป้าหมาย
- ▶ การตัดสินใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการที่จะจำหน่าย
- ▶ การตัดสินใจด้านราคา
- ▶ การตัดสินใจด้านการส่งเสริมการขาย

แนวโน้มการค้าส่ง

- ▶ ผู้ผลิตมีขนาดใหญ่ขึ้นและจัดจำหน่ายเองได้ จึงไม่มีความจำเป็นต้องอาศัยผู้ค้าส่ง
- ▶ ผู้ค้าปลีกได้นำระบบการค้าแบบลูกโซ่ และระบบสิทธิทางการค้าเข้ามาใช้ทำให้มีอำนาจในการต่อรองซื้อสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิตมากขึ้น เพราะไม่ต้องผ่านผู้ค้าส่ง
- ▶ สถาบันการค้าส่งมีข้อบกพร่องในหน้าที่การตลาด กล่าวคือ ไม่ได้ส่งเสริมการตลาดแก่ลูกค้า ขาดข้อมูลการตลาด ขาดความสามารถในการดำเนินงานรวมทั้งการคิดค่าบริการที่สูงเกินไป

ข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของการค้าส่ง

- ▶ การรวมตัวและการซื้อกิจการ
- ▶ การเปลี่ยนแปลงทรัพย์สิน
- ▶ การขยายตัวของบริษัท
- ▶ มีตราสินค้าของตนเอง
- ▶ การขยายตัวสู่ตลาดต่างประเทศ

- ▶ การให้บริการที่สร้างมูลค่าเพิ่ม
- ▶ กลยุทธ์การจูงใจลูกค้าใหม่
- ▶ การตลาดส่วนเล็ก
- ▶ การตลาดแบบมุ่งหมายส่วนตลาด