

Book Review

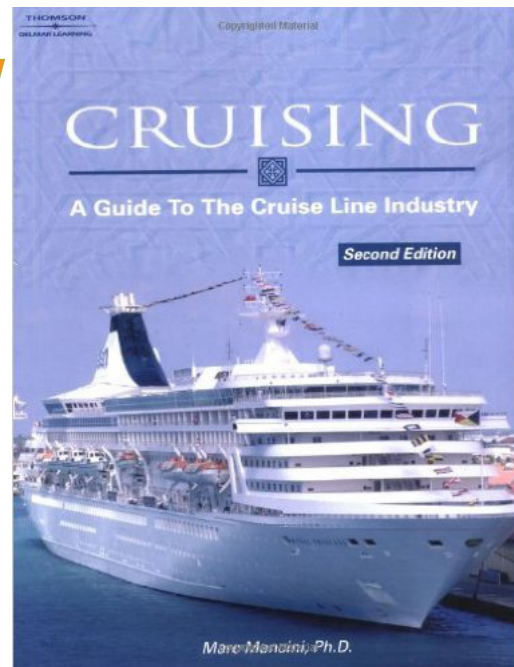
CRUISING: A Guide To The Cruise Line Industry

เขียนโดย... อาจารย์กิงกานพจน์ พงษ์ศิริ

อาจารย์ประจำสาขาวิชาธุรกิจบริการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

kingkan.po@ssru.ac.th



อุตสาหกรรมบริการ การโรงแรมและการท่องเที่ยว หรือที่เรียกในภาษาอังกฤษว่า Hospitality and Tourism นั้นเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับหลากหลายอุตสาหกรรมและหลากหลายธุรกิจด้วยกัน สำหรับคนไทยแล้วนั้นการเดินทางท่องเที่ยวด้วยการล่องเรือสำราญนั้นอาจจะไม่ค่อยคุ้นเคยกันมากนัก เพราะในประเทศไทยกิจการเรือสำราญขนาดใหญ่ นั้นล้วนเป็นกิจการของต่างชาติที่ไม่ได้มีจุดเริ่มต้นการเดินทางจากประเทศไทย แต่ในอีกหลายๆประเทศทั่วโลกการเดินทางท่องเที่ยวด้วยเรือสำราญนั้น ถือเป็นกิจการท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจที่ได้รับความนิยมอย่างมาก หนังสือ CRUISING: A Guide To The Cruise Line Industry (Second Edition) โดย Dr. Marc Mancini สำนักพิมพ์ Thomson Delmar Learning เป็นหนังสือที่ตีเล่มหนึ่งที่ยากจะแนะนำให้ผู้ศึกษาสาขาวิชาทางธุรกิจบริการ การโรงแรมและการท่องเที่ยว ได้เรียนรู้และอ่านเพื่อเปิดโลกเปิดมุมมองของท่านให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น ในวงการการศึกษาด้านอุตสาหกรรมบริการ การโรงแรมและการท่องเที่ยว หนังสือที่ถูกเขียนขึ้นเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการล่องเรือสำราญมีอยู่น้อยมาก โดยหนังสือเล่มนี้เต็มไปด้วยการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับเรือสำราญได้อย่างน่าสนใจ และสนุกสนานชวนติดตาม โดยเป็นหนังสือที่ให้เนื้อหาตั้งแต่การแนะนำกิจกรรมการล่องเรือสำราญ จุดเริ่มต้นของความสำราญบนเรือขนาดใหญ่ พัฒนาการของวงการเรือสมัยใหม่ วงการธุรกิจเรือสำราญในยุคปัจจุบัน ลักษณะของเรือสำราญ ขนาดของเรือและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเรือ ประสบการณ์การล่องเรือสำราญ การเลือกซื้อประสบการณ์การล่องเรือสำราญ การล่องเรือสำราญ ช่วงเวลาที่เรือเข้าจอดเทียบท่า การบริหารจัดการเรือสำราญ การขายการท่องเที่ยวทางเรือสำราญ การทำธุรกิจเรือสำราญ ตลอดจนเงินเรือสำราญของบริษัทต่างๆที่ดำเนินการอยู่ทั่วโลก หนังสือ CRUISING: A Guide To The Cruise Line Industry (Second Edition) นี้ประกอบไปด้วยเนื้อหาพร้อม 10 บท ในแต่ละบทผสมผสานเอาความหมาย สถิติ ประสบการณ์ และตัวอย่างของธุรกิจเรือสำราญเอามาแนะนำได้อย่างลงตัว ภาษาที่ใช้ในหนังสือเล่มนี้ทั้งหมดเป็นภาษาอังกฤษ โดยจะมีการให้คำศัพท์สำคัญๆ และวลีสำคัญๆจากบทเรียนในลักษณะของพิมพ์หนา ตัวพิมพ์เอียง หรือคำที่ขีดเส้นใต้อีกด้วย มีการให้ภาพประกอบและกราฟแสดงข้อมูล เสริมจากเนื้อหาที่น่าสนใจ และในทุกๆบทจะมีกิจกรรมท้ายบทสำหรับผู้อ่านให้ได้ฝึกคิดและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน

บทที่ 1 เกริ่นนำถึง กิจกรรมการล่องเรือสำราญ จุดเริ่มต้นของความสำราญบนเรือขนาดใหญ่ พัฒนาการของวงการเรือสมัยใหม่ จุดเริ่มต้นของเรือสำราญในยุคปัจจุบัน วงการธุรกิจเรือสำราญในยุคปัจจุบัน

บทที่ 2 นักเดินทาง ใครคือผู้ล่องเรือ ทำไมผู้คนถึงล่องเรือ เดินทางด้วยการโดยสารทางเรือ เรือสำราญ ราคาค่าใช้จ่ายในการล่องเรือสำราญ

บทที่ 3 กายภาพของเรือสำราญ รูปแบบของเรือสำราญ ขนาดของเรือสำราญ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกของเรือสำราญ การอ่านแผนผังของเรือ

บทที่ 4 ประสบการณ์การล่องเรือ เล่าถึงตั้งแต่ก่อนการขึ้นเรือมีขั้นตอนอะไรบ้างที่ต้องพิจารณาและดำเนินการระหว่างการล่องเรือ ชีวิตบนเรือ แต่ละวันบนผืนน้ำสมรกดของมหาสมุทร และเมื่อเรือเทียบฝั่ง คิ้นสุดท้ายของการล่องเรือ และ วันรุ่งขึ้นหลังจากการท่องเที่ยวล่องเรือสำราญ

บทที่ 5 ใครเป็นใครบนเรือสำราญ การบริหารงานในน่านน้ำ การบริหารงานเมื่อเทียบฝั่ง ตัวแทนบริษัทท่องเที่ยว ธุรกิจบริษัทท่องเที่ยว ประเภทของบริษัทท่องเที่ยว ความร่วมมือและการฝึกฝนทักษะวิชาชีพ

บทที่ 6 ช่วงเวลาก่อนเดินทาง และช่วงเวลาหลังการเดินทาง และการมีประสบการณ์การล่องเรือสำราญ ศึกษาการวางแผนตารางการล่องเรือ การเลือกแผนการท่องเที่ยวเสริมขณะเรือเทียบท่า ประสบการณ์การเข้าเทียบท่า และลูกค้าประเภทต่างๆ

บทที่ 7 ภูมิศาสตร์การล่องเรือสำราญ เช่นการล่องไปในทวีปอเมริกาเหนือ การล่องเรือสำราญในทวีปยุโรป และการล่องไปยังที่อื่นๆ โดยทำการนำเสนอด้วยการแบ่งการล่องเรือสำราญออกตามภูมิภาคที่ทำการล่องเรือสำราญไปนั่นเอง

บทที่ 8 บทนี้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทเรือสำราญบริษัทใหญ่ๆ ผู้ประกอบธุรกิจเรือสำราญรายหลัก ๆ จากทั่วโลก มาอธิบายไว้ให้ รวมถึงการรวมกลุ่มของธุรกิจเรือสำราญ ตลอดจนวารสารทางการค้าและสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับการล่องเรือสำราญก็ถูกรวบรวมไว้เช่นเดียวกัน

บทที่ 9 งานขาย ในธุรกิจเรือสำราญ เริ่มต้นด้วยการศึกษาถึงผู้ซื้อ ขั้นตอนการขาย การเปิดการขาย การระบุลูกค้า การระบุคำถามที่อาจเกิดขึ้น การเสนอการท่องเที่ยวในวันหยุด เอกสารประกอบ หรือเอกสารโฆษณาธุรกิจการล่องเรือสำราญ ตลอดจนการแก้ปัญหาต่างๆที่เกี่ยวข้องกับงานขายและธุรกิจล่องเรือสำราญด้วย

บทที่ 10 การทำการตลาดให้ธุรกิจเรือสำราญ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบของการทำการตลาดที่เริ่มต้นจากการศึกษาวิจัยตลาด การออกแบบ การทำราคา การทำแผนการส่งเสริมการขาย การออกหน้าร้าน และการเข้าหากลุ่มลูกค้า การติดตามผลการดำเนินการ การวางแผนทางการตลาด ทั้งที่เป็นลูกค้าแบบกลุ่ม ตลอดจนแรงจูงใจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเรือสำราญ

จากคำพูดของ ดร. Marc Mancini ผู้เขียน หนังสือ CRUISING: A Guide To The Cruise Line Industry (Second Edition) นั้น กล่าวไว้ว่าหนังสือเล่มนี้ถูกเขียนขึ้นเพื่อคนสองกลุ่ม คือ ผู้ที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมบริการ การโรงแรม การท่องเที่ยวและเรือสำราญ อีกกลุ่มคือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาด้านอุตสาหกรรมบริการ การโรงแรม การท่องเที่ยวและเรือสำราญ และมีความตั้งใจที่จะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมต่อไปในอนาคต การจัดวางเนื้อหาตลอดทั้งเล่มจัดวางไว้

เป็นรูปแบบเดียวกันตลอดการนำเสนอทั้ง 10 บท เพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจ จะกล่าวถึงวัตถุประสงค์การศึกษาของแต่ละบท ในส่วนหน้าของแต่ละบท เนื้อหาที่แบ่งด้วยหัวข้อย่อยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาหลักของบทนั้นๆ มีคำถามให้ได้ใช้ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน และจบบทด้วยกิจกรรมเสริมการเรียนรู้ของแต่ละบท เป็นหนังสือที่อ่านแล้วได้เนื้อหาสาระดี เปิดมุมมองใหม่ๆ ให้แก่นักธุรกิจบริการได้อีกเล่มหนึ่ง

รายการอ้างอิง

Marc Mancini. (2003). *CRUISING: A Guide To The Cruise Line Industry* (Second Edition). Dr.Thomson Delmar Learning.

