



LA DECOUVERTE DES RÉGIONS DU CENTRE AVEC LES AGENCES DE VOYAGES
EXOTISSIMO TRAVEL THAILAND, ASIAN TRAILS, ET OTHER WAYS

Par

Ornwara Koumsab

Cette Recherche Indépendante Fait Partie des Études Supérieures Conformément au

Règlement du Diplôme d'Études Supérieures

MASTER DE FRANCAIS POUR LE TOURISME CULTUREL

Département des Langues Occidentales

École Supérieure

UNIVERSITE SILPAKORN

2009

LA DECOUVERTE DES RÉGIONS DU CENTRE AVEC LES AGENCES DE VOYAGES
EXOTISSIMO TRAVEL THAILAND, ASIAN TRAILS, ET OTHER WAYS

Par
Ornwara Koumsab

Cette Recherche Indépendante Fait Partie des Études Supérieures Conformément au
Règlement du Diplôme d'Études Supérieures
MASTER DE FRANCAIS POUR LE TOURISME CULTUREL
Département des Langues Occidentales
École Supérieure
UNIVERSITE SILPAKORN
2009

การท่องเที่ยวในจังหวัดทางภาคกลางกับบริษัท เอ็กโซติคซีโม ทราเวล ไทยแลนด์ บริษัท
เอเชียนเทรล และ บริษัท อาเธอร์เวย์

โดย
นางสาวอรุรธา คุ่มทรัพย์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาภาษาฝรั่งเศสเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ภาควิชาภาษาตะวันตก
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2552
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

L'École Supérieure de l'Université Silpakorn a accepté la recherche indépendante intitulée " LA DÉCOUVERTE DES RÉGION AU CENTRE AVEC LES AGENCES DE VOYAGES EXOTISSIMO TRAVEL THAILAND, ASIAN TRAILS, ET OTHER WAYS" de Mademoiselle Ornwara Koumsab, comme faisant partie de programme de Master de Français pour Le Tourisme Culturel, conformément au règlement du diplôme de Maîtrise.

.....
(Professeur associé Sirichai Chinatangkul, Ph.D.)

Doyen de L'École Supérieur

Le.....mai 2010

Directrice de Recherche Indépendante
Maître de Conférence Dr. Emilie Testard-Blanc

Le Jury

..... Présidente
(Professeur Dr. Sodchuen Chaiprasathna)
...../...../.....

..... Membre
(Professeur Dr. Jean-Marcel Paquette)
...../...../.....

..... Membre
(Maître de Conférence Dr. Emilie Testard-Blanc)
...../...../.....

51111319 : MATIERE PRINCIPALE : FRANCAIS POUR LE TOURISME CULTUREL

MOTS CLES : TOURISTES/RÉGIONS DU CENTRE

ORNWARA KOUMSAB : LA DECOUVERTE DES RÉGIONS DU CENTRE AVEC LES AGENCES DE VOYAGES EXOTISSIMO TRAVEL THAILAND, ASIAN TRAILS, ET OTHER WAYS. DIRECTRICE DE LA RECHERCHE INDEPENDANTE : Dr. EMILIE TESTARD-BLANC. 43 pp.

Ce stage de pratique a été indéniablement un facteur important pour gagner de l'expérience et mieux connaître le métier de guide. L'objectif de notre stage était l'observation du travail du guide conférencier et la pratique du métier de guide lorsque notre maître de stage nous le permettait. Ce rapport présente le résultat de cette mise en pratique et les observations que nous avons jugées intéressantes au sujet du travail de guide-conférencier professionnel ainsi qu'au sujet de l'organisation, la politique d'entreprise, la stratégie marketing et la communication des agences de voyage franco-thaïlandaise. L'attente des touristes, leur motivation et leurs propositions suite aux visites sont des points importants à prendre en considération tant par les agences de voyage que par les guides. Nous pensons que la mission principale de l'agence de voyage et du guide est la satisfaction de leurs clients pendant leur visite en Thaïlande. Ils ont à répondre aux besoins des touristes et à offrir un service visant toujours un niveau supérieur. Toutefois, le travail de guide et de l'agence ne se contente pas à attirer les clients : leur tâche n'est pas finie quand des clients ont confirmé et payé leur tour. En effet, ceci ne représente que l'amont de la prestation et l'essentiel du travail se situe entre le moment où les touristes arrivent jusqu'au moment où ils rentrent chez eux. Le métier de guide n'est pas seulement un métier de service car il doit aussi être une sorte d'ambassadeur de son pays.

Département des Langues Occidentales Ecole Supérieure, Université Silpakorn Année Académique 2009

Signature de l'étudiant

Signature de la directrice de la recherche indépendante

51111319 : สาขาวิชาภาษาฝรั่งเศสเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

คำสำคัญ : นักท่องเที่ยว/จังหวัดภาคกลาง

อรรวรา คุ่มทรัพย์ : การท่องเที่ยวในจังหวัดทางภาคกลางกับบริษัท เอ็กโซติคซิโม
ทราเวล ไทยแลนด์ บริษัท เอเชียนเทรล และ บริษัท อาเธอร์เวย์. อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้า
อิสระ : ดร.Emilie Testard-Blanc. 43 หน้า.

การฝึกงานในครั้งนี้ นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างเสริมประสบการณ์และทำให้รู้จัก
อาชีพมัคคุเทศก์มากยิ่งขึ้น วัตถุประสงค์ของการฝึกงานในครั้งนี้คือการสังเกตการปฏิบัติงานของ
มัคคุเทศก์อาชีพ รวมถึงการฝึกปฏิบัติงานมัคคุเทศก์จริงเมื่อมีโอกาส รายงานการค้นคว้าอิสระ
ฉบับนี้ ได้แสดงถึงผลของการฝึกปฏิบัติงานมัคคุเทศก์และการสังเกตการณ์การทำงานของ
มัคคุเทศก์อาชีพ รวมถึงกลยุทธ์ของบริษัทท่องเที่ยว กลยุทธ์ทางการตลาด และการนำเสนอบริษัท
ท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ ทั้งนี้ ความสนใจ ความรู้สึก ความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่
บริษัทท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ต้องให้ความสนใจ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในระหว่างการ
การท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ พันธกิจที่สำคัญของการทำงานด้านการบริการ เนื่องจากบริษัท
ท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ต้องคำนึงถึงการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและการให้
การบริการแก่นักท่องเที่ยวในระดับสูงเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งนี้ บริษัทท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ไม่ได้มีหน้าที่
เพียงแต่การดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเท่านั้น และงานของบริษัทท่องเที่ยวและ
นักท่องเที่ยวไม่ได้จบเพียงแค่การยืนยันการท่องเที่ยวและการจ่ายค่าใช้จ่าย แต่งานของทั้งบริษัท
ทัวร์และมัคคุเทศก์จะเริ่มทันทีต่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงเมืองไทย จนกระทั่งถึงการส่ง
นักท่องเที่ยวกลับโดยสวัสดิภาพ ทั้งนี้ อาชีพมัคคุเทศก์ไม่ได้เป็นเพียงแค่อาชีพหนึ่งของงานบริการ
เท่านั้น แต่มัคคุเทศก์ยังทำหน้าที่สำคัญเสมือนเป็นทูตของประเทศนั้นอีกด้วย

ภาควิชาภาษาตะวันตก บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2552

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier la directrice du programme du Master de Français du tourisme culturel (MAFCT) pour l'opportunité qu'elle a offerte aux étudiants aimant la langue française et le métier de guide. Je remercie aussi les agences de voyage (Asian Trails, Extissimo et Other Ways) ainsi que les guides professionnels, M Adisorn Maleelai et M Chonnayut Boonsongnak, qui m'ont permis de faire mon stage auprès d'eux au cours de circuits à Bangkok ainsi que dans les provinces au centre de la Thaïlande.

Je remercie aussi enfin les touristes francophones pour leur gentillesse et pour m'avoir permis d'acquérir tant d'expérience au cours de nos visites. Les deux guides professionnels ont été de parfaits professeurs tandis qu'ils guidaient leur groupe. Grâce à eux je suis sûre d'avoir enrichi mes connaissances sur le métier de guide. J'ai acquis beaucoup d'expérience pendant ce stage d'été (mars – avril) et j'en garderai une bonne impression.

SOMMAIRE

	Page
Résumé en français	d
Résumé en thaï	e
Remerciements	f
Introduction	1
Première partie : présentation générale	3
a) Profil des entreprises	3
b) Présentations générales des régions visitées	4
Deuxième partie : Enjeux touristiques	6
a) Considérations générales	6
b) Caractéristiques et attentes des touristes	7
c) Quel type de circuit correspond à l'attente de la clientèle ?	10
d) Quelle stratégie permette la fidélisation des clients ?	11
e) Les qualités du guide	13
f) La relation entre le guide et des touristes	14
g) Caractéristiques et fonctions du stagiaire	14
Sur le terrain	15
En entreprise	16
Bilan et Conclusion	24
Annexe	26
Biographie	43

Introduction

Dans le cadre du Master français du Tourisme Culturel (Plan B), les étudiants ont effectué deux stages d'un minimum de dix jours pour acquérir une expérience en tant que guide accompagnateur accompagnant un tour privé ou un grand groupe. Ce stage est le dernier exercice de mise en pratique de notre formation qui a toujours su associer connaissances de l'histoire et de l'histoire de l'art de la Thaïlande et pratique de la langue française.

Les objectifs fixés dans le cadre de ce stage de mise en pratique sont l'observation du travail de guide conférencier lors de sa prestation, mais aussi de l'organisation en aval et plus particulièrement en entreprise. Ce dernier élément est fondamental pour mieux comprendre non seulement le métier et le rôle du guide conférencier mais aussi sa place dans l'organisation de l'agence de voyage, les réactions des touristes face à sa prestation et sa capacité à créer une harmonie dans un groupe des touristes a priori hétérogène. Il nous a été donc proposé, dans le cadre de notre formation universitaire d'effectuer un stage entre le 1^{er} mars et le 30 avril 2010 en tant qu'assistant - guide francophone.

Pendant la période de stage, nous avons effectué les tâches suivantes :

- Observer et écouter le guide conférencier lors de son travail à proprement parler.
- Être disponible pour l'aider dans diverses tâches selon la volonté et les besoins du guide sans toutefois interférer dans le bon déroulement du tour
- S'occuper des touristes lorsque le guide doit s'absenter.
- Etablir de bonnes relations et des contacts avec des employeurs potentiels comme Asian Trails, Exotissimo Thailand et Other Ways Thailand.

Ce stage nous a permis de rencontrer des personnes de divers horizons culturels et notre réflexion s'est donc articulée autour de deux axes : la pratique et l'observation sur le terrain et en entreprise. Nous nous sommes aussi penchés sur les problématiques suivantes : comment faire pour captiver son auditoire et créer une harmonie dans un groupe de touristes et quel type de circuit correspond à l'attente de la clientèle ?

Première Partie

Présentation Générale

En Thaïlande, il y a une multitude d'agences de voyage qui accueillent des touristes parlant une langue étrangère comme l'anglais, l'espagnol, le chinois, le japonais ou le coréen. Mais malgré cette multitude il n'a pas été forcément facile de trouver des agences de voyage franco-thaïlandaise ainsi que des guides francophones qui veuillent nous accueillir dans le cadre de notre stage de fin d'étude. J'ai partagé mon stage sur trois agences de voyage : Asian Trails, Exotissimo et Other Ways. Le fait de travailler avec trois agences différentes m'a apporté bien plus qu'une simple expérience professionnelle en tant que guide.

a) Profil des agences

Asian Trails :

Asian Trails a créé un réseau couvrant toutes les principales destinations touristiques en Asie avec des bureaux dans tous les centres stratégiques du tourisme récepteur en Asie du sud-est. Aujourd'hui, Asian Trails est implantée au Cambodge, en Chine, en Indonésie, au Laos, en Malaisie, au Myanmar, en Thaïlande et au Vietnam. Actuellement, Asian Trails a opté pour une stratégie de benchmark¹ et aspire à uniformiser ses structures et standardiser ses prestations sur le marché du tourisme.

¹ **Benchmark** est une recherche d'analyse comparative pour trouver les faiblesses de l'organisation. C'est en comparant avec d'autres types d'organisations que l'entreprise trouvera les outils qui lui permettront d'améliorer ses performances et à cibler sa nouvelle stratégie.

Exotissimo :

Exotissimo est une agence de voyage célèbre avec 16 bureaux implantés en Asie du sud-est. Exotissimo propose divers types d'excursions selon les besoins des touristes : voyage en famille, voyage de noces, voyage culinaire, croisières, voyage « responsable », voyage à bicyclette, séjour nature ou aventure, etc. Exotissimo est à l'écoute et réagit vite à la demande des touristes. Cette agence ne propose pas de brochure avec des séjours types s'adressant à une clientèle de masse mais crée un nouveau programme pour chaque voyageur.

Other Ways :

Other Ways conçoit des voyages individuels ou collectifs en Asie du sud-est. Cette agence a créé des voyages variés et uniques en leur genre pour leurs clients qui pensent que le voyage doit répondre à leurs envies de découvertes, de détente mais doit aussi avoir comme philosophie le respect mutuel entre les voyageurs et les peuples des pays visités.

b) Présentations générales des régions visitées

Bangkok

Après le royaume de Sukothai, d'Ayutthaya, et pour une courte durée de Thon Buri, Bangkok est devenue la Capitale de la Thaïlande en 1872, sous le règne du roi Rama I. Bangkok, le nom de la capitale de la Thaïlande signifie du "village des oliviers". En général les Thaïlandais utilisent le terme Krungtep pour parler de leur métropole, ce qui signifie la cité des dieux. Bangkok est une ville fascinant parce qu'elle est riche de temples imposants, de places somptueuses ainsi que d'autres bâtiments et monuments caractéristiques. Elle propose un nombre infini de visites fascinantes. Parmi les sites les plus visités citons le Grand Palais, Wat Pho, Wat Arun et les Klongs ou les canaux de Bangkok.

Marché flottant de Damnoen Saduak

En dépit des 80 km. Qui le sépare de Bangkok, c'est de loin le marché flottant le plus populaire pour les touristes étrangers et locaux. Les touristes étrangers ont découvert à partir de 1967 des photos du quartier de Damnoen Saduak à Ratchaburi et le marché flottant, où les barques remplies de nourriture et autres nécessités journalières vont et viennent le long de la rivière. Sur place, un bateau privé emmène les touristes pour une promenade sur les canaux, au milieu des bateaux des marchands ambulants. Le marché est animé dès les premières lueurs de l'aube jusqu'à environ 11 heures du matin.

Ayutthaya

La ville d'Ayutthaya a été la capitale d'un royaume du Siam de 1350 à 1767. En 1350, Ramathibodi I U-Thong) a fondé une nouvelle capitale Ayutthaya, dont le nom fait référence à la ville d'Ayudhaya en Inde du Nord et à la ville de héros Rama de l'histoire épique hindoue de Ramayana. Au cours des quatre siècles suivants le royaume a pris de l'expansion ; ses frontières étaient approximativement celles de la Thaïlande moderne. Ayutthaya était ouverte aux commerçants étrangers (Chinois, Indiens, Japonais et Persans et plus tard Portugais, Espagnol, Hollandais, Britanniques et Français) leur permettant d'installer des villages en dehors des murs de ville. La cour du Roi Narai (1656-1688) a tissé des liens très forts avec les envoyés du Roi Louis XIV de France. Le site d'Ayutthaya compte plus d'une centaine de temples anciens et de sites historiques qui illustrent l'histoire, l'histoire de l'art et l'influence du bouddhisme en Thaïlande.

Deuxième Partie

Enjeux Touristiques

a) Considérations générales

La Thaïlande est une des principales destinations touristiques en Asie. L'ancien Siam est aujourd'hui une superpuissance touristique qui propose des régions et des expériences très variées permettant de satisfaire beaucoup de visiteurs. Le pays possède de beaux environnements (comme les belles plages au sud), une nature exubérante promettant l'aventure (trekking, promenade à dos des éléphants, les fermes d'orchidées possèdent de très beaux spécimens).

L'Autorité du Tourisme de Thaïlande (TAT) a concentré sa stratégie annuelle de promotion du tourisme sur quatre axes² :

- Porter de l'importance au marketing numérique
- Renforcer marque de la Thaïlande
- Promouvoir le tourisme durable
- Elaborer un système efficace pendant la crise

L'utilisation des techniques en ligne est une stratégie importante car de nombreux touristes utilisent ce canal de communication pour rechercher rapidement l'information touristique avant de prendre des décisions concernant leurs destinations.

Parmi les activités de promotion de la commercialisation à effectuer en 2010, le TAT a lancé des quatre pôles de promotion comme *Thai Tourism Festival*, *Amazing Two Coasts*, *Amazing Isan Fair* et *One Night One Price*. D'autres attractions touristiques cherchent à capter des touristes en mettant l'accent sur des activités s'adaptant aux modes de vie et aux intérêts particuliers de la clientèle cible. Cela peut être, par

² Le principe de l'économie créative appliquée pour la nouvelle de marketing du tourisme de la Thaïlande (12/02/2010) http://thailand.prd.go.th/view_inside.php, le 5 avril 2010

exemple, des circuits en train, le tourisme pour les personnes âgées, des tournois de golf, le tourisme avec des animaux domestiques, ou encore des festivals de musique.

En 2010, le TAT s'est concentré sur trois groupes de pays en plus de s'être intéressé au tourisme domestique:

- Groupe 1 : Les pays membres de l'ANASE,³ l'Asie du Sud, la France, le Royaume-Uni, les Pays-Bas, l'Iran, le Koweït et la Jordanie.
- Groupe 2 : Le groupe comprenant l'Océanie, la Scandinavie, l'Allemagne, la Russie et le Vietnam
- Groupe 3 : Le groupe comprenant l'Asie du Nord, les Amériques, Singapour et les Émirats arabes unis (EAU)

L'industrie du tourisme thaïlandais devrait connaître une nette croissance en 2010. La situation économique de chaque pays est un facteur important pour la croissance de la fréquentation touristique dans les marchés cibles. Le TAT prévoit que le nombre de touristes internationaux devra se développer de 7% à 10% avec un total de 15 ou 15.5 millions de visiteurs cette année⁴.

b) Caractéristiques et attentes des touristes

1 - Dans la période de notre stage d'été comme guide accompagnatrice (stagiaire) avec des trois agences de voyage Asian Trails, Extissimo et Other Ways, nous avons pu travailler avec des touristes de trois nationalités ; français, francophone et suisse.

³ L'ANASE ou l'Association des Nations de l'Asie du Sud-Est est une organisation politique, économique et culturelle regroupant dix pays d'Asie du Sud-Est qui se compose de dix pays : le Brunei Darussalam, le Cambodge, l'Indonésie, le Laos, le Malaisie, le Myanmar, les Philippines, le Singapour, le Thaïlande et le Viêt-Nam

⁴ http://www.tatnews.org/tat_news/4677.asp, le 8 avril 2010

Nous pouvons également diviser les touristes en 4 différents types : les retraités, les personnes salariées, les couples et les familles.

Les raisons principales de leur voyage en Asie sont :

- Des saisons inversées par rapport à leur pays
- La santé et bien-être
- Visiter des régions hors de la ville
- Faire du shopping
- Visiter des sites qu'ils ont vus à la télévision ou dans un film
- Séjours à long terme (d'un ou trois mois) pour les retraités ou les préretraités
- L'intérêt pour la nature et les cultures locales

2- En fonction de l'attitude et des centres d'intérêts des touristes, j'ai dû chercher la méthode adéquate permettant de donner des informations sur les sites visités. Par exemple, j'ai dû réfléchir à comment raconter des anecdotes aux touristes qui n'aimaient pas beaucoup les longues explications ou donner seulement les informations principales concernant l'histoire du site ou des objets. Par contre il m'a fallu expliquer longuement et bien clairement aux touristes qui s'intéressaient à l'histoire de la Thaïlande, présenter en détail toutes les informations sur le site et son histoire. Quelle que soit l'exigence du client il fallait le faire avec bonne humeur et en souriant. Il fallait chercher à rendre les lieux vivants pour créer une atmosphère détendue, adapter mon discours afin de donner plus de détails quand telle était l'attente des touristes. Il m'a fallu aussi chercher à donner l'occasion de faire participer les touristes, et surtout à ne pas susciter l'ennui.

Pendant les visites, j'ai eu l'occasion de poser quelques questions aux touristes par exemple : « Pourquoi voulez-vous visiter la Thaïlande? » ou « Quelle source d'information influencez-vous/effectuez-vous à créer votre excursion en Thaïlande ? ».

La réponse à la première question est généralement un ou plusieurs éléments des arguments suivants : découverte du pays, l'environnement, le climat, les télécommunications, les transports, le coût de la vie et la gastronomie.

Des touristes pensent que la Thaïlande est pays qui bénéficie d'une grande variété de paysages et d'une authenticité dans les modes de vie du peuple au bord du fleuve. Le climat de novembre à mars est agréable parce qu'il y a un peu de pluie mais il ne fait pas trop chaud. Le réseau des télécommunications est bien développé. Les connexions internet, par exemple, fonctionnent bien dans les grandes villes et aussi dans les plus petites villes. Partout on trouve des cybercafés et le réseau des téléphones portables est irréprochable. Les touristes veulent visiter la Thaïlande parce que les télécom et les transports sont confortables de leur vie et leur visite. Il est vraiment très facile de se déplacer dans le pays : les bus circulent partout et très régulièrement, le bus de nuit ou le train couchettes pour les longues distances par exemple Bangkok-Chiang Mai est très pratique et d'un prix fort raisonnable. Le coût de vie est très bon marché, avec 10-15 euros par jour les touristes ont tout ce qu'ils désirent (mais cela dépend bien sûr de leur choix). La cuisine est très diversifiée et riche en saveur. La nourriture est à un prix très raisonnable.

A la deuxième question qui concerne la source d'informations, j'ai obtenu les réponses suivantes : par l'internet, par la télévision, par des films documentaires, par un guide Michelin ou encore par le programme ou la promotion donnée par le tour opérateur à l'étranger.

Le tour-opérateur a un rôle important à jouer car il doit servir d'intermédiaire et de noyau entre les divers collaborateurs, créer et proposer des programmes de visites correspondant aux besoins ou aux budgets des touristes. Certains clients n'ont pas d'objectifs fixés ou d'idées en ce qui concerne leurs excursions. Ils veulent simplement passer leurs vacances à l'étranger. Quelques-uns ont déjà visité d'autres pays en Asie ou des pays voisins de la Thaïlande et c'est la raison pour laquelle ils pensent pouvoir y passer de bonnes vacances.

Ce petit questionnaire anodin m'a permis de mieux cerner la motivation des clients et j'ai pu ainsi trouver des points intéressants et mieux comprendre leurs attentes. La majorité des touristes apprécie leur séjour en Thaïlande. Les réponses s'accordent pour dire que le pays possède de nombreux atouts : la Thaïlande est un pays très agréable avec de beaux paysages, de belles plages et des sites naturels de toute beauté mais aussi une culture locale très intéressante. L'aspect négatif revenant le plus souvent dans la bouche des clients est la température très élevée pendant les mois de mars et d'avril. Les touristes suggèrent le circuit suivant : visite des sites touristiques du centre de la Thaïlande pendant quelques jours et visite d'autres sites (comme les canaux, la forêt ou la plage).

c) Quel type de circuit correspond à l'attente de la clientèle ?

Grâce aux nombreux canaux de télécommunication modernes il est désormais aisé d'obtenir des informations touristiques. A titre d'exemple citons les sites web des agences de voyage, les magazines touristiques, les programmes télévisés, les brochures, les informations et des affiches publicitaires qui sont autant de moyens de promouvoir une destination et d'aider permettant aux touristes de faire ses choix.

Une agence peut, par exemple assouplir ses circuits types ; tout doit se construire en fonction des attentes des touristes étrangers. Ces derniers demandent que les excursions correspondent à leurs besoins. Ils peuvent ajouter ou supprimer des sites selon leur intérêt sur la base de circuits proposés par l'agence. Les circuits d'aujourd'hui sont des programmes des plus convenables et logiques. Toutefois nous comprenons que certains touristes ne veulent pas visiter beaucoup de musées, de sites culturels ou de sites archéologiques ou historiques. Certains pensent qu'ils peuvent avoir toutes les informations qu'ils désirent dans les médias et jugent superflu de payer un guide ou encore ne s'intéressent qu'aux anecdotes ou aux objets qui n'existent pas dans leurs pays. De plus en plus il apparaît que les touristes préfèrent visiter les sites naturels aux sites culturels. Pendant mon stage sur dix touristes

interrogés neuf ont choisi de passer leurs vacances dans le Nord ou sur une des belles plages au sud de la Thaïlande.

d) Quelle stratégie permet la fidélisation chez les clients ?

Chaque agence de voyage⁵ crée ses programmes de circuits en fonction de stratégies différentes qui leur sont propres. Les agences tâchent de rendre leurs circuits attractifs afin de répondre aux besoins de leur clientèle cible.

Travex a, par exemple, une stratégie marketing qui répartie la clientèle selon trois grilles d'entrée : le prix, la promotion et la politique de CRM (*Customer Relationship Management*).

Une agence peut non seulement avoir un rôle d'agence de voyage mais aussi agir en tant que tour-opérateur⁶ avec un haut standard de services. Chaque année, l'entreprise devra envoyer des brochures aux tours opérateurs à l'étrangers avec des informations mises à jour (le nom et les tarifs proposés par les hôtels cinq, quatre ou trois étoiles et les variations de tarifs en fonction de la saison. Le tour opérateur à l'étranger va ensuite élaborer ses circuits et proposer des excursions et des activités très intéressantes aux touristes pour passer leurs vacances en Thaïlande. En comprenant les exigences de ses clients, le tour opérateur va pouvoir proposer des tours répondant à leurs besoins et en harmonie avec leurs attentes. Ensuite, l'agence aura le choix parmi une palette de programme et aura un rôle de conseil auprès du client, l'aidant à trouver le programme correspondant le plus à ses attentes. Les prix vont varier en fonction du budget accordé aux vacances et au mode de vie des

⁵ L'**agence de voyages** est une entreprise qui compose et vend des offres de voyages à ses clients. Elle joue le rôle d'intermédiaire et/ou d'agrégateur de services entre les clients et les différents prestataires sur le marché du tourisme.

⁶ Un **tour-opérateur** est un organisme chargé d'organiser des séjours touristiques en rassemblant plusieurs prestations de ses fournisseurs (compagnies aériennes, hôteliers, autocaristes, restaurateurs, guides, etc.) et de les vendre à un prix tout compris qui anticipe la demande de la clientèle en proposant ses offres de forfaits.

clients : les Japonais et les Espagnols, par exemple, aiment les circuits de luxe ainsi les options de voyage correspondront à leur attentes.

Les types des touristes sont un autre point important que l'agence a à prendre en considération. Elle ne peut pas proposer les mêmes activités à un couple en voyage de noce, des adolescences cherchant l'aventure ou des personnes salariées (25 ans et plus) cherchant de la relaxation. Un programme proposant des hôtels cinq étoiles, des chambres avec de belles vues, un environnement romantique, peu de visites pour avoir beaucoup de temps de passer ensemble sera par exemple réservé au groupe des voyages de noces. Il y a aussi à prendre en compte l'image de marque de l'agence.

Pour servir de support aux envies des touristes, les agences doivent, bien avant à haute saison (d'octobre à mars), mettre à disposition de leur clientèle les informations concernant leurs circuits. Ainsi elles doivent distribuer des brochures présentant leurs programmes, leurs voyages à forfait, leurs promotions et les diverses options voyages possibles. Elles doivent aussi actualiser leur site web, envoyer leurs nouveautés aux magazines et aux guides touristiques, faire de la publicité à la radio ou à la télévision, ou enfin avoir recours aux petites annonces. Un autre biais de promotion sont les salons professionnels et la participation à la conférence annuelle du tourisme international.

Certaines agences ont une politique de CRM (*Customer Relationship Management*) depuis fort longtemps. C'est aujourd'hui une stratégie fondamentale pour se positionner sur le marché et pour attirer, attacher les clients sur une marque. Cette politique doit pouvoir subsister malgré les variations de prix de l'hébergement, du transport et des activités privilégiées qui sont susceptible de changer au cours des années. La fidélisation de la clientèle repose essentiellement sur la satisfaction de la clientèle sur les points suivants : un service toujours supérieur et la confiance en l'entreprise. La satisfaction des clients fera que les anciens clients choisiront d'avoir recours à la même agence et fera bénéficier l'agence d'un bon « bouche à l'oreille ».

e) Les qualités du guide

En fonction des circonstances, pendant la période de stage, le guide a montré son savoir faire et ses qualités professionnelles :

- Avoir de bonnes connaissances du rôle de guide – par exemple le savoir-faire pour opérer les excursions depuis l'excursion est commencé jusqu' à la fin comme le transfert des touristes à l'aéroport, à l'hôtel, communiquer avec des restaurants, les frais d'entrés, etc.
- Avoir de bonnes connaissances dans les domaines de l'histoire de l'art, l'histoire de la Thaïlande, la culture, le mode de vie et les tabous du peuple, etc.
- Avoir un bon niveau de langue
- Savoir et avoir une bonne communication
- Bien organiser les itinéraires
- Avoir une bonne présentation sur son exposé ainsi que ses habits qui doivent coresspondre de l'oblication à chque site touristique
- Etre capable de créer une harmonie dans un groupe de touriste
- Etre capable de captiver son auditoire
- Savoir que faire et trouver de bonnes solutions lorsque surviennent des accidents graves au cours de la visite
- Faire en sorte de satisfaire les clients (dire la vérité, donner de bonnes idées pendant la visite)
- Se sentir concerné par les préoccupations des clients, comprendre et répondre aux besoins des touristes
- Etre dynamique
- Etre amical

f) La relation entre le guide et des touristes

Pendant la période de stage, il n'y a pas eu de tensions, de problèmes ni de conflits entre le guide et des touristes. Je pense qu'une bonne relation entre le guide et des touristes est une chose très importante parce qu'ils auront à rester ensemble pendant neuf ou onze jours selon leur circuit. Donc, une des choses que le guide aura à acquérir dès les premiers instants est la confiance des touristes. Si cette confiance est acquise, le guide aura atteint sa mission, le circuit se passera sans encombre et il n'y aura pas de conflits jusqu'à la fin du séjour.

Généralement, des touristes sont confiance en leur guide mais quelques fois des guides peut être gêné en voyant des touristes ouvrir des guides Michelin ou des documents sur les sites touristiques alors qu'il est en train de donner des explications. Le guide ne doit pas montrer son mécontentement et doit être patient.

Une bonne relation entre le guide et des touristes est essentielle. Nonseulement parce que le guide exerce une profession liées au service et que le client est roi mais aussi parce que dans ce secteur d'activités le bouche à l'oreille est très important. Si les clients sont contents, ils peuvent revenir auprès de la même agence ou contacter le même guide ou recommander l'agence et le guide à d'autres personnes.

g) Caractéristiques et fonctions du stagiaire

Il est difficile de demander à faire un stage en tant que guide accompagnateur auprès d'une agence de voyage, plus difficile peut être que d'obtenir un stage pour un poste en entreprise. L'agence est très concernée par la responsabilité financière qu'elle a vis à vis du stagiaire et avant de donner son accord il lui faut définir quelles dépenses elle aura à absorber pour lui (l'hébergement, le transport, le traitement par jour pour le stagiaire...). Si l'agence est d'accord sur la demande de faire le stage, l'étudiant-stagiaire doit alors signer un contrat d'exclusivité promettant qu'il sera guide uniquement dans cette agence à l'issue de sa formation.

J'ai opté pour entrer directement en contact avec les guides professionnels de Asian Trails, Exotissimo et Other Ways pour faire notre stage auprès d'eux. Cela ne leur a pas posé de problème et j'ai eu uniquement à discuter sur le caractère de la fonction du stagiaire. L'accent a été mis sur le fait que le stagiaire ne peut pas interrompre le guide pendant son travail.

Mon objectif sur le terrain a reposé sur les points suivants : observation et pratique

Sur le terrain

Observer et pratiquer :

- Le travail de guide conférencier sur place.
- L'organisation du voyage.
- La réaction des touristes.
- Le comportement des différents acteurs.
- Gestion des frais de voyages.
- Comment faire pour captiver son auditoire ? Comment créer une harmonie dans un groupe composé d'individus très différents ? En quoi consiste le travail du guide conférencier ? Comment le guide prépare son circuit ? Ce qui différencie un bon d'un mauvais guide.
- Quelles sont les motivations personnelles des guides ? Ecouter du guide conférencier et être disponible pour l'aider dans diverses tâches.
- Achat des droits d'entrée sur les différents sites.
- Contrôle du bon déroulement des transferts et s'occuper du groupe lorsque le guide doit s'absenter.
- Ne pas interférer dans le bon déroulement du tour et le travail du guide conférencier.

En entreprise

- Observer le travail de conception, de vente et d'organisation des circuits touristiques.
- Politique de CRM (Customer Relation Management) permettant la fidélisation de la clientèle (produits satisfaisants et avantages).
- Le système marketing :
 - Quelles sont les composantes du circuit qui sont susceptibles d'attirer les clients ?
 - Images et textes qui servent de support de vente et comment attirer une clientèle cible (jeunes aventuriers, retraités, couples).
 - Communication par divers supports (presse, internet, bouche à oreille), Fidélisation de la clientèle.

h) Tâches journalières

Le programme du stage d'été s'est organisé ainsi :

Agence de voyage	Site web	Date
M. Adisorn Maleelai Guide pour la société Asian Trails	http://www.asiantrails.net	7-8 mars 2010
Exotissimo Travel Thaïlande	http://thailand.exotissimo.com	9, 23 mars 2010
M.Chonnayut Boonsongnak Guide pour la société Other Ways	http://www.other-ways.com	11, 13-15 mars 2010 3, 9 avril 2010

GROUPE 1 : un groupe de 4 Français âgés de 30 à 35 ans.	
7 mars 2010	<p>8.30 Rendez-vous avec le guide à l'hôtel Narai. Rencontre et présentation du stagiaire au groupe de touristes. Présentation du programme de la visite</p> <p>9.30 Visite du Wat Trai Mit (transport en minibus)</p> <p>10.00 Visite du temple du Bouddha couché (Wat Pho)</p> <p>11.30 Visite du temple du Bouddha d'émeraude (Wat Phra Kaew)</p> <p>12.30 Déjeuner dans un restaurant au bord du fleuve Chao Phraya (le restaurant S&P)</p> <p>13.45 Visite du musée des barges royales, des canaux de Bangkok (Klong Bangkok Noi, Klong Mon, Klong Chak Phra Talingchan) en bateau</p> <p>16.00 Retour à l'hôtel</p>
Note	<p>Le guide a présenté aux touristes les détails du programme de la visite. Il a ensuite commenté chaque site visité. J'ai aidé le guide en ajoutant des anecdotes et en répondant aux questions des touristes. J'ai conversé avec eux quand le guide achetait des tickets.</p>

8 mars 2010	<p>6.30 Rendez-vous avec le guide à l'hôtel Narai</p> <p>7.30 Visite du marché flottant de Damneun Saduak (transport en minibus)</p> <p>10.00 Visite du temple Pha Nan Chueng et Wat Yai Chaimongkol à Ayutthaya</p> <p>11.30 Déjeuner dans un restaurant au bord du fleuve Chao Phraya</p> <p>16.00 Visite du temple Phra Sri Rattana Mahathat</p> <p>16.30 Enregistrement l'hôtel The Grand Riverside à</p>
--------------------	---

	Phitsanulok 17.30 Dîner libre
Note	<p>Nous sommes partis de Bangkok tôt le matin afin de visiter le Marché flottant Damnoen Saduak. Puis nous avons visité seulement deux temples à Ayutthaya au bord du fleuve Chao Phraya (des temples actifs qui abritent de grands Bouddhas dorés). Ensuite, nous avons rejoint la ville de Phitsanulok où nous avons d'abord visité le temple Phra Sri Rattana Mahathat. Nous avons passé une nuit sur place avant de nous rendre à Sukhothai, Chiang Rai et Chiang Mai. Pendant la visite, j'ai aidé le guide dans diverses tâches selon sa demande :</p> <ul style="list-style-type: none"> - M'occuper des touristes lorsque le guide devait s'absenter. - Je ne peux pas aider le guide à acheter des tickets car il bénéficie d'une réduction prévue pour les guides conférenciers accrédités. Le guide a touché une commission sur chaque site visité (sur les tickets d'entrée, le parking pour le minibus, aux embarcadères, etc.)

<p>GROUPE 2 : un groupe de 45 personnes (des Français, des Suisses et des personnes venant de pays francophone) âgés de 45 à 60 ans. Tous sont salariés de la société Vorwerk.</p>	
9 mars 2010	<p>10.00 Rendez-vous au bureau de l'agence de voyage Exotissimo pour discuter des détails du circuit de la compagnie de Vorwerk.</p> <p>14.00 Rendez-vous avec les trois guides principaux à l'hôtel Park Nai Lert International pour répartir les tâches.</p> <p>15.30 Nous nous sommes rendus à l'hôtel River Side par bus et avons pris le bateau à longue queue à l'embarcadère de l'hôtel.</p>

	16.00 Visite du musée des barges royales, Paklong Talaat, les canaux de Bangkok (Klong Bangkok Noi, Klong Mon, Klong Chak Phra Talingchan), Tha Chang et Wat Arun (en bateau).
Note	J'ai été guide pour un groupe de 8 ou 10 touristes (voir Annexe 2). Il est interdit de donner des informations si l'on n'a pas la carte de guide. Police touristique à Wat Pho surveille. Le guide a du montrer sa carte.

GROUPE 3 : Couple de retraités français de 58 et 67 ans	
11 mars 2010	<p>8.30 Rendez-vous avec le guide à l'hôtel Siam Heritage. Rencontre et présentation du stagiaire aux touristes et présentation du programme de la visite</p> <p>9.30 Visite au temple du Bouddha d'émeraude (Wat Phra Kaew) (transport en minibus)</p> <p>11.30 Visite du musée des barges royales, des canaux de Bangkok (Klong Bangkok Noi, Klong Mon, Klong Chak Phra Talingchan) en bateau</p> <p>13.30 Visite du temple de l'aube (Wat Arun)</p> <p>14.00 Déjeuner dans un restaurant au bord du fleuve Chao Phraya (le restaurant dans la rue de l'embarcadère Tha Tien pour manger des nouilles sautées)</p> <p>14.30 Visite du temple du Bouddha couché (Wat Pho)</p> <p>15.30 Retour à l'hôtel</p>
Note	Le guide a présenté aux touristes les détails du programme de la visite. Il a ensuite commenté chaque site visité. Il a présenté le stagiaire aux touristes. J'ai aidé le guide de présenter l'histoire de Wat Phra Kaew, parlé des habits du

	<p>Bouddha d'émeraude, donné des informations au sujet de la statue du Bouddha couché, de l'école de massage et répondu aux questions quand le guide devait s'absenter. J'ai été arraisonnée par les officiers de Palais Royal car le stagiaire ou l'accompagnatrice ne peut pas suivre le guide conférencier sur le site.</p>
--	--

GROUPE 4 : Claude et Lorraine un jeune couple français (27 et 32 ans) en voyage de noce	
13 mars 2010	<p>8.30 Rendez-vous avec le guide à l'hôtel Imm Fusion Sukhumvit</p> <p>9.30 Visite du temple du Bouddha d'émeraude (Wat Phra Kaew) (transport en taxi)</p> <p>11.00 Visite du temple du Bouddha couché (Wat Pho)</p> <p>12.00 Déjeuner dans un restaurant au bord du fleuve Chao Phraya à l'embarcadère Tha Tien pour manger des nouilles sautées</p> <p>13.30 Visite du musée des barges royales, des canaux de Bangkok (Klong Bangkok Noi, Klong Mon, Klong Chak Phra Talingchan) en bateau</p> <p>14.30 Visite du temple de l'aube (Wat Arun)</p> <p>15.30 Retour à l'hôtel</p>
Note	<p>Le guide a présenté aux touristes les détails du programme de la visite. Il a ensuite commenté chaque site visité dans l'ordre. Il a présenté le stagiaire aux touristes. J'ai aidé le guide à présenter des informations sur des habits du Bouddha émeraude, l'école de massage et répondu aux questions des touristes. J'ai pu discuter avec des touristes quand le guide s'absentait.</p>

14 mars 2010	<p>8.30 Rendez-vous avec le guide et les clients (Groupe 4) à l'hôtel Imm Fusion Sukhumvit</p> <p>9.00 Visite du quartier chinois : Yaowaraj, Sampheng, Pahurad et Wat Trai Mit (transport en taxi)</p> <p>13.30 Visite du marché en plein air (Jatujak) (transport par le métro)</p> <p>14.00 Déjeuner dans un restaurant au marché Jatujak pour manger des nouilles sautées avec des crevettes</p> <p>14.30 Visite et shopping au marché Jatujak</p> <p>16.00 Retour à l'hôtel</p>
Note	<p>Nous sommes partis à pied pour connaître le quartier chinois. L'accent a été mis sur la relation entre les Thaïlandais et les Chinois. Explications sur les denrées alimentaires importées de Chine. Visite du temple du Bouddha en or massif.</p>

15 mars 2010	<p>10.00 Rendez-vous avec le guide et les clients (Groupe 4) à l'hôtel Imm Fusion Sukhumvit</p> <p>10.30 Visite et shopping à Central World et Siam Paragon</p> <p>12.30 Déjeuner à MBK</p> <p>13.30 Visite et shopping à MBK et Siam Square</p> <p>17.00 Retour à l'hôtel</p>
Note	<p>Les touristes voulaient faire du shopping avant rentrer chez eux le lendemain. Ma tâche a été d'aider, d'expliquer et de répondre aux questions des touristes.</p>

GROUPE 5 : un grand groupe de clients français et francophones de Bridgestone (salariés célibataires ou en couple, retraités et pré-retraités)	
	11.00 Rendez-vous de Suphattra Riverside pour discuter des

23 mars 2010	<p>modalités du circuit de la compagnie Bridgestone avec les responsables de l'agence Exotissimo (Rally sur les klongs)</p> <p>Visite des temples Wat Arun, Wat Suwankiriket, La Golden Teakwood House sur le Klong de Bangkok Noi, Ta Chang et Paklong Talaat (à bord d'un bateau à longue queue)</p> <p>16.00 Retour à l'hôtel Mariott</p>
Note	Travail de guide conférencier et accompagnateur à bord du bateau pour ce circuit « Rally sur les klongs ». (Voir Annexe 3)

GROUPE 6 : Une famille française : Michael, Catherine et Mathieu	
3 avril 2010	<p>9.30 Rendez-vous au temple du Bouddha d'émeraude (Wat Phra Kaew)</p> <p>10.30 Visite du temple du Bouddha couché (Wat Pho)</p> <p>12.00 Déjeuner dans un restaurant au bord du fleuve Chao Phraya, à l'embarcadère Tha Tien, pour manger des nouilles sautées</p> <p>13.30 Visite du musée des barges royales, des canaux de Bangkok (Klong Bangkok Noi, Klong Mon, Klong Chak Phra Talingchan) en bateau</p> <p>14.30 Visite du temple de l'aube (Wat Arun)</p> <p>15.00 Retour à l'hôtel</p>
Note	Ce groupe a commencé son séjour en Thaïlande par la visite du temple du Bouddha d'émeraude, du temple du Bouddha couché, et la visite du musée des barges royales, etc. Une introduction on ne peut plus classique.

GROUPE 7 : Un couple français âgé de 55 et 65 ans	
10 avril 2010	<p>9.30 Rendez-vous au temple du Bouddha d'émeraude (Wat Phra Kaew)</p> <p>10.30 Visite du temple du Bouddha couché (Wat Pho)</p> <p>11.30 Visite de la maison de Jim Thomson</p> <p>12.30 Déjeuner au restaurant à MBK et shopping</p> <p>15.30 Visite et shopping à Pantip Plaza (transport en Taxi)</p>
Note	<p>Le temple du Bouddha couché a beaucoup attiré les touristes car il s'y déroulait des cérémonies en rapport avec le festival de Songkran. Les touristes se sont intéressés à l'histoire et aux cérémonies en rapport avec le festival de Songkran ainsi qu'à la gastronomie thaïlandaise.</p>

Bilan et conclusion

Ce stage de dix jours que j'ai effectué entre mars et avril 2010, fut à mes yeux une bonne expérience. J'en garde un excellent souvenir car j'ai acquis de bonnes connaissances du métier de guide. J'ai compris bien des choses et ai pu entrevoir des détails insoupçonnés entourant cette profession et ce tout en gagnant de bonnes méthodes et en travaillant en harmonie avec les clients. J'ai su captiver notre auditoire, conserver la concentration des touristes et mieux connaître la conception du travail et la stratégie marketing des quatre agences de voyage franco-thaïlandaises.

Enfin, cette pratique m'a donné l'occasion de pratiquer sur le terrain, de tisser de bonnes relations avec mes futurs employeurs, de connaître des guides seniors et de se présenter sur le marché du tourisme. Néanmoins, il est important de participer à toutes les activités qu'elles soient sur le terrain ou en entreprise pour pouvoir prétendre pouvoir en proposer de nouvelles afin de varier la palette des activités proposées par les agences.


Le fait d'avoir rencontré des groupes très divers m'a fait prendre conscience de la capacité d'adaptation que doit avoir le guide. Sur un même circuit, il doit savoir adapter son discours à son auditoire que celui ci soit jeune ou vieux, composé de deux ou cinquante personnes.

Les objectifs fixés dans le cadre de ce stage de mise en pratique étaient l'observation du travail de guide conférencier lors de sa prestation, mais aussi de l'organisation en aval et plus particulièrement en entreprise. Je pense avoir atteint mes objectifs car ce stage m'a permis non seulement de voir le guide à l'œuvre lors de son travail de conférencier mais m'a fait prendre conscience des qualités requises pour exercer ce métier très exigeant. J'ai aussi compris que le travail du guide ne se limite pas à un accompagnement et à un discours sur les sites mais qu'il comporte tout un tas d'autres responsabilités et de tâches très variées.

Parmi les obstacles rencontrés, j'aimerais bien donner quelques propositions qui pourraient se servir comme solutions. D'abord, il est difficile de collaborer avec les agences de voyage afin de faire un stage parce que les agences sont concernées par les dépenses qu'un stagiaire représente. Il faut donc collaborer et expliquer aux agences de voyage les bénéfices qu'elles pourront avoir en prenant un stagiaire : bonnes relations avec des institutions de formation, sélection de futurs collaborateurs. Ainsi qu'il faut négocier un contrat de manière à ce que les frais occasionnés soient partagés. Ensuite, les mois de mars et avril correspondent à la basse saison touristique donc il y avait moins de circuits organisés. Il ne faut pas indiquer seulement la période de mars-avril pour les stages. Les étudiants devraient pouvoir faire leur stage au mois d'octobre, décembre ou au cours du deuxième semestre de la deuxième année (4 mois). Des étudiants profitent beaucoup de ces expériences qui leurs permettent ainsi de mieux comprendre la pratique, la stratégie et le métier de guide. Hors de ces problèmes, il est interdit à toute personne n'ayant pas le certificat de guide d'exercer le travail de guide conférencier. A cause de cet obstacle, des étudiants ne peuvent pas s'exercer à leur futur métier tel que le voudrait le programme de leurs études. Ils peuvent seulement accompagner le travail du guide, aider le guide à faire certaines tâches et, si le guide le leur permet, donner des anecdotes et répondre des questions des touristes. Les étudiants doivent toujours veiller à ne pas se faire remarquer des officiers du Palais Royal ou de la police touristique qui ont un a priori négatif vis à vis des étudiants. Enfin, le stagiaire ou l'accompagnatrice n'a pas le droit de suivre le guide conférencier. Ce sera mieux d'envoyer des demandes de permission au bureau des officiers du Palais Royal.

Annexes

Annexe I

 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ณ ด้านสุวรรณภูมิ)			
เดือน	จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้า ทางด้านสุวรรณภูมิ		Δ%
	2552	2551	2552/2551
มกราคม	841,340	1,047,662	-19.69
กุมภาพันธ์	780,848	1,050,828	-25.69
มีนาคม	831,560	1,001,172	-16.94
ไตรมาสที่ 1	2,453,748	3,099,662	-20.84
เมษายน	731,505	868,178	-15.74
พฤษภาคม	606,533	821,601	-26.18
มิถุนายน	642,732	833,678	-22.90
ไตรมาสที่ 2	1,980,770	2,523,457	-21.51
กรกฎาคม	777,451	923,171	-15.78
สิงหาคม	803,844	853,080	-5.77
กันยายน	729,231	625,396	16.60
ไตรมาสที่ 3	2,310,526	2,401,647	-3.79
ตุลาคม	862,263	749,976	14.97
รวม มกราคม - ตุลาคม	7,607,307	8,774,742	-13.30

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (รวมทุกด่าน)			
เดือน	จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้า ทางด้านทั่วประเทศ		Δ%
	2552	2551	2552/2551
มกราคม	1,269,978	1,437,686	-11.67
กุมภาพันธ์	1,138,220	1,481,458	-23.17
มีนาคม	1,237,132	1,407,649	-12.11
ไตรมาสที่ 1	3,645,330	4,326,793	-15.75
เมษายน	1,085,293	1,222,253	-11.21
พฤษภาคม	923,918	1,172,310	-21.19
มิถุนายน	954,772	1,155,004	-17.34
ไตรมาสที่ 2	2,963,983	3,549,567	-16.50
กรกฎาคม	1,094,658	1,275,557	-14.18
สิงหาคม	1,148,853	1,214,678	-5.42
กันยายน	1,040,348	890,066	16.88
ไตรมาสที่ 3	3,283,859	3,380,301	-2.85
ตุลาคม	1,209,473	1,094,452	10.51
รวม มกราคม - ตุลาคม	11,102,645	12,351,113	-10.11

Annexe II



JOB ORDER - GUIDE

FILE NO:	BKMC109802	GUIDE NAME	Ornwara	Tel : 083-292-0005
		DRIVER NAME:		
ISSUED BY:	Jarinun/WATCHARIN	DATE OF SERVICES:	09-Mar-10 - 10-Mar-10	

PAX NAME:	GROUP VORWERK x 75 + 2 TL
Longtail boat contact K. Boonseub :	081-613-28741
AGENCY:	MICE

09-Mar-10 Pick up : 16.00 Klong Tour

Programme "CULTURE, MODE DE VIE ET TRADITIONS THAILANDEISES AU FIL DES KLONGS" (8 pax par pirogue motorisée) incl. 1 guide par bateau, droits d'entrée (donations), fleurs et soupe au marché, drapeaux au logo sur les bateaux

Klong tour guide

RB WA KL	1. K. Walee	081-922-4281	***Main guide
	2. K. Boonyoung	081-174-1210 *	
	3. K. Prasert	081-837-6199 *	
	4. K. Penpisit	089-168-8846	KL RB WA
	5. K. Anwipa	081-399-7669	
	6. K. Jakkrit	086-552-8987 *	
	7. K. Visit	089-086-5522 *	
	8. K. Surassawade	089-682-8060 *	
	9. K. Jureerat	081-666-7731 *	
	10. K. Ornwara	083-292-0005 *	

5.30 @ Rivercity → Riverside Rivercity. GR = 8 P. / B
 11:30 @ Riverside Rivercity

Longtail boats : 10 longtail boats by K. Boonseub : 081-613-2841

Time : 1 Hour and 30 Minutes

Flags : Make Flags with the logo of the group to put on long tail boats. 1 flag for each boat.

Visites : Le Musée des barges Royales et découvrez les barges utilisées par la famille royale - à vous d'écouter attentivement les explications du guide pour pouvoir à la fin lui dire le nom de la plus sacrée des barges et son « utilisateur » -

* Allez au « Paklong Talaat » et parcourez à pieds les petites échoppes ;

* Rendez vous maintenant au temple Wat Chang Lek situé au milieu de Thonburi où vous devrez choisir une personne dans votre équipe pour accomplir au mieux un des mérites favoris ancrés dans la culture Thaïlandaise, à savoir donner de la nourriture aux poissons sacrés Swai (également appelés Pangasius foroleri) - attention cette façon de nourrir les poissons est très spéciale et la personne choisie devra être habile de ses mains !

* Naviguez jusqu'au Klong Mon ; ce klong et ses nombreux temples bouddhistes est un endroit vénéré par les Thaïlandais qui comme vous le savez croient beaucoup aux bonnes actions et à la réincarnation

* Trouvez votre chemin jusqu'au petit marché près de Tha Chang;

* Naviguez jusqu'au Wat Arun et découvrez ce temple tout en céramique; vous devrez essayer de trouver combien il y a de marches pour atteindre le sommet du temple, mais attention vous ne devez pas monter dessus !

Emergency Contacts Exotissimo Travel Thailand
 Mr. Edwin Briels (GM) 081 933 7328
 Ms. Waleerat (Operations Manager) 081 867 2806

Emergency Contacts Exotissimo Regional Representative Office
 Chiangmai: Mr. Bastiaan Rens Bruning 089 201 3027 Phuket: Ms Supa 086 943 9756
 rabi: Mr. Patrick 081 894 9137 Samui: Ms. Jongjit 077 422 674

BRIDGESTONE

Rallye sur les klongs

* Rendez vous maintenant au temple Wat Suwankiriket également connu sous le nom de Wat Kilek situé au milieu de Thonburi où vous devrez choisir une personne dans votre équipe pour accomplir au mieux un des mérites favoris ancrés dans la culture Thaïlandaise, à savoir donner de la nourriture aux poissons sacrés Swai (également appelés Pangasius foroleri) - attention cette façon de nourrir les poissons est très spéciale et la personne choisie devra être habile de ses mains !

(Le guide vous expliquera la façon traditionnelle d'accomplir ce mérite !)

* Naviguez jusqu'à la Golden Teakwood House sur le klong de Bangkok Noi; ce klong abrite les plus belles maisons d'architecture Thaïe dans sa partie Nord ; son calme en fait un endroit recherché par les Thaïlandais qui comme vous le savez croient beaucoup aux bonnes actions et à la réincarnation ; dans le klong vous vous essaierez donc à cette coutume en libérant un couple de tortues pour vous porter bonheur (dans ce rallye et dans la vie!)

(Le guide vous aidera en vous donnant les tortues et en vous expliquant la façon traditionnelle d'accomplir ce mérite !)

* Trouvez votre chemin jusqu'au petit marché près de Tha Chang; une fois sur place, vous devrez commander à un marchand local un bol de « Kuay Tjau » (attention à la prononciation, ne perdez pas courage !), le payer et le partager entre vous - vous ne pourrez repartir qu'une fois le bol complètement fini !

(Attention aux règles, vous ne pouvez pas demander à votre guide de commander à votre place ni de manger à votre place !)


* C'est le moment que vous attendez tous, apparemment vous avez bien accompli toutes vos tâches et répondu aux questions, maintenant tous à bord de votre bateau, pour une dernière « ligne droite » dans les Klongs pour rejoindre la ligne d'arrivée! Et découvrez si vous êtes l'heureuse équipe gagnante ! Nous vous y attendons avec impatience...

(Mais attention aux accidents de bateaux, il y a quand même un code de circulation fluviale sur le Chao Phraya et les Klongs!)


Annexe IV

EVALUATION DU STAGIAIRE					
ETUDIANT Nom: Kamsab Prénom: Ornriata Date de naissance: - Numéro d'étudiant: 51111819	ENTREPRISE Nom de l'entreprise: ASIAN TRAILS Nom du guide: ADISORN MALELAI Période de stage: 7-8 mars 2020 Adresse: 16/11 S/O2 TOWER RADDAPATRES RD Contact: BKK				
EVALUATION : merci de bien vouloir entourer une note de 1 a 5 en fonction de votre degré de satisfaction (1 mini – 5 maxi)					
Ponctualité	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Implication dans les tâches confiées	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Capacité à mettre en pratique les savoirs-faire	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Niveau de connaissances théoriques	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Rapidité d'exécution	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Intégration au groupe	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Niveau de langue par rapport aux besoins de l'entreprise	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
Quel comportement a eu l'étudiant ? _____ _____ _____					
Domaines de compétences à renforcer : _____ _____ _____					
Appréciation générale sur l'étudiant : L'étudiante parle bien français et elle peut travailler comme la guide touristique facilement. _____ _____					
Cachet de l'entreprise – date et signature du guide Guide Adisorn					

มัคคเทศก์
TOURIST GUIDE LICENCE
 เลขที่/No. **51-0320** ★



อนุญาตให้
NAME ADISORN M.
 ชื่อ **อดิศร มาลีชัย**
 เป็นมัคคเทศก์ **ทั่วไป (ต่างประเทศ)**
 หมดอายุ **24 มี.ค. 2554**



Adisorn Maliyai
 นายทะเบียน

สำนักงาน กทสช.

อดิศร มาลีชัย

คำเตือน : ต้องต่ออายุใบอนุญาตภายใน 120 วัน ก่อนใบอนุญาตหมดอายุ

- ออกให้ วันที่ 25 มี.ค. 2550
 โดยนายทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคเทศก์
จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- เป็นเอกสารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
 ให้ใช้คู่กับเครื่องหมายแสดงการเป็นมัคคเทศก์ซึ่งได้รับใบอนุญาต
- ผู้ใดเก็บบัตรนี้ได้ โปรดนำส่ง ณ สถานีตำรวจได้ทุกแห่ง
 เงินไปในการออกใบอนุญาตให้เป็นไปตามประกาศของ ททท.

EVALUATION DU STAGIAIRE

ETUDIANT

Nom: Koumsab
 Prénom: Amnara
 Date de naissance: —
 Numéro d'étudiant: 51111319

ENTREPRISE

Nom de l'entreprise: OTHER WAYS
 Nom du guide: Chenonquit BOONSANGNA
 Période de stage: 11, 13, 14, 15 mai 2020 / 2, 10 avril 2020
 Adresse: 140 One Pacific Place Building, 12nd floor
 Unit 1205 Sukhumvit Rd. Klongtoey, BKK
 Contact: 02-1933921

EVALUATION : merci de bien vouloir entourer une note de 1 à 5 en fonction de votre degré de satisfaction (1 mini – 5 maxi)

Ponctualité	1	2	3	4	5
Implication dans les tâches confiées	1	2	3	4	5
Capacité à mettre en pratique les savoirs-faire	1	2	3	4	5
Niveau de connaissances théoriques	1	2	3	4	5
Rapidité d'exécution	1	2	3	4	5
Intégration au groupe	1	2	3	4	5
Niveau de langue par rapport aux besoins de l'entreprise	1	2	3	4	5

Quel comportement a eu l'étudiant ?

Elle est très gentille, très patiente

Domaines de compétences à renforcer :

Elle a pratiqué la langue parlée et connaît mieux la culture française

Appréciation générale sur l'étudiant :

10/10

Cachet de l'entreprise – date et signature du guide





บัตรประจำตัว **มัคคุเทศก์**
TOURIST GUIDE

นาย **ชนนยุช**
บุญส่งนาค

CHANONYUT

BOONSONGNAK



2014 /05/19 Date of Expiry

11-27653

ID No. 3 9607 00032 44 1

Licence No

www.tourismcentre.go.th

ลายมือชื่อ
ผู้ถือบัตร

บัตรนี้เป็นกรรมสิทธิ์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
ผู้ใดเก็บได้โปรดแจ้ง 0 2219 4029
หรือที่สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว

(นายณรรณ ท่องทอม)
นายทะเบียน / Authorized

TGB **012443**

EVALUATION DU STAGIAIRE

ETUDIANT

Nom: ROUMSAB
 Prénom: Ornava
 Date de naissance: 15 May 1983
 Numéro d'étudiant: 5111319.

ENTREPRISE

Nom de l'entreprise: Exotissimo
 Nom du guide:
 Période de stage 9 et 23 mars 2010
 Adresse: 6th Floor, Zueilig House
 1-7 Silom Rd., Bangkok
 Contact: 02-636-0360

EVALUATION : merci de bien vouloir entourer une note de 1 à 5 en fonction de votre degré de satisfaction (1 mini – 5 maxi)

Ponctualité	1	2	3	4	5
Implication dans les tâches confiées	1	2	3	4	5
Capacité à mettre en pratique les savoirs-faire	1	2	3	4	5
Niveau de connaissances théoriques	1	2	3	4	5
Rapidité d'exécution	1	2	3	4	5
Intégration au groupe	1	2	3	4	5
Niveau de langue par rapport aux besoins de l'entreprise	1	2	3	4	5

Quel comportement a eu l'étudiant ?

Elle est co-opérative et souriante.

Domaines de compétences à renforcer :

Les expériences, la patience et les connaissances pratiques dans ce domaine sont à renforcer

Appréciation générale sur l'étudiant :

A partir de ses bonnes connaissances de la langue française, elle est sérieuse d'apprendre et améliorer les savoir-faire

Cachet de l'entreprise – date et signature du guide

Dalera
 Inbound Operations Manager
 26/4/10

Annexe V



La première excursion au temple du Bouddha d'émeraude



Le groupe d'entreprise à Wat Arun



Visite des temples en Thaïlande



Le voyage en bateau sur les canaux de Bangkok



Le groupe de Vorwerk



Sur les canaux de Bangkok



Première circuit classique



Visite du quartier chinois



A Yaowaraj



Donation dans des bols à Wat Pho



L'équipe de Samui sur les canaux de Bangkok - le groupe de Bridgestone



Les stagiaires d'Exotissimo



Un grand groupe (30 personnes) visite le temple du Bouddha d'émeraude



Le Festival de Songkran à Wat Pho

Biographie

Mademoiselle Ornwara Koumsab, née à Bangkok le 15 mai 1983, licenciée ès Lettres à l'Université Silpakorn en 2006, est entrés à l'Université Silpakorn en 2008 afin de poursuivre des études supérieurs de Master de Français pour le Tourisme Culturel (MAFCT).