



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจ

แนวทางการขยายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศของ
บริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด กับบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ

Guideline on the Expanding International Partners of
Global Travel Selection Co., Ltd.

โดย

นางสาวนงนุช	แพงสมศรี	รหัสนักศึกษา 5704400061
นางสาวพรพิมล	สุยะลังกา	รหัสนักศึกษา 5704420002
นางสาวอินทิรา	นิเราะ	รหัสนักศึกษา 5704420005

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาสหกิจศึกษา

ภาควิชาการ โรงแรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2560

หัวข้อโครงการ แนวทางการขยายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศของ

บริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด กับบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ

Guideline on the Expanding International Partners of Global Travel Selection Co.,
Ltd.

รายชื่อผู้จัดทำ นางสาวนงนุช แพ่งสมศรี รหัสนักศึกษา 5704400061

นางสาวพรพิมล สุยะลังกา รหัสนักศึกษา 5704420002

นางสาวอินทรีรา นิเราะ รหัสนักศึกษา 5704420005

ภาควิชา การท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ศุภัตรา ฮวบเจริญ

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาภาควิชาการ
โรงแรมและการท่องเที่ยว ประจำภาคเรียนที่ 3 ปีการศึกษา 2560

คณะกรรมการการสอบโครงการ

ศุภัตรา ฮวบเจริญ.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ ศุภัตรา ฮวบเจริญ)

.....พนักงานที่ปรึกษา

(คุณ ชฎาธร นกเอี้ยงทอง)

.....กรรมการกลาง

(ดร.วนิดา เลิศพิพัฒนานนท์)

.....ผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

(ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒน์)

ชื่อโครงการ : แนวทางการขยายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศของ
บริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด กับบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ

ชื่อนักศึกษา : นางสาวนงนุช แพงสมศรี

นางสาวพรพิมล สุธะลังกา

นางสาวอินทรา นิเราะ

อาจารย์ที่ปรึกษา: อาจารย์ศุภัตรา ฮวบเจริญ

ระดับการศึกษา : ปริญญาตรี

ภาควิชา : การท่องเที่ยว

คณะ : ศิลปศาสตร์

ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา: 3 /2560

บทคัดย่อ

โครงการเรื่อง แนวทางการขยายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศของ บริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด กับบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการขยายด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศ ของบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ กับบริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด ประเภทนำนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย (Inbound) เพื่อขยายฐานลูกค้านักท่องเที่ยวต่างชาติกับประเทศอเมริกา ประเทศแคนาดา ประเทศเยอรมนี ประเทศอังกฤษ ประเทศจีน ประเทศฮ่องกง ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศออสเตรเลีย ประเทศพม่า ประเทศเวียดนาม ประเทศมาเลเซีย และประเทศกัมพูชา โดยมีขั้นตอนและวิธีดำเนินการดังนี้ 1) วางแผนและกำหนดประเทศที่ต้องการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ 2) สำรวจและหาข้อมูลโดยใช้โปรแกรม Search Engine Site 3) บันทึกข้อมูลลงในตารางการสำรวจ 4) นำมาคัดเลือกโดยใช้เกณฑ์การเลือกในการตัดสินใจ 5) นำจดหมายของทางบริษัทที่ร่างเอาไว้ส่งให้กับบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศเพื่อติดต่อขอเป็นลูกค้าทางธุรกิจ บริษัทที่ผ่านเกณฑ์การเลือกแบ่งเป็น 4 ทวีป ใน 12 ประเทศ รวมทั้งสิ้น 78 บริษัท พบว่า มี 6 บริษัทจัดนำเที่ยวตอบกลับอีเมล (E-mail) และ 1 บริษัทจัดนำเที่ยวขอรายการเที่ยวทั่วๆไป โครงการนี้จะมีประโยชน์ต่อการขยายฐานธุรกิจการท่องเที่ยวของบริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด ในอนาคตเป็นอย่างมาก

คำสำคัญ : แนวทางการขยายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศ / บริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ

Project Title : Guideline on the Expanding International Partners of Global Travel Selection Co., Ltd.

By : Miss Nongnuch Pangsomsri
Miss Pornpimol Suyalangka
Miss Intira Niror

Advisor : Miss Supattra Huabcharoen

Degree : Bachelor of Arts

Major : Hotel and Tourism Studies

Faculty : Liberal Arts

Semester / Academic year: 3 /2017

Abstract

This cooperative project is entitled 'Guideline on the Expanding International Partners of Global Travel Selection Co., Ltd.' The processes of work comprised of 5 steps: 1) We selected countries where we want to find travel companies to be our partner; 2) We used search engine sites to find company information; 3) We put the information of the selected companies into our research table; 4) We selected the suitable companies from the list in our research table; 5) Then we contact those companies by sending an email which was written by the company. It was found that there were 12 countries that have 78 qualified companies which passed our standard. Moreover, there were six companies that replied our email, and one out of six companies asked about the cost of our touring programs. Therefore, this research will provide valuable information regarding the expansion of international partners and customer base in the future.

Keywords: Expanding International Partners/Travel agent

Approved by

.....

กิตติกรรมประกาศ

(Acknowledgement)

การที่คณะผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ บริษัท โกลบอล ทราเวล ซี เล็คชั่น จำกัด ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2561 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2561 ส่งผลให้คณะผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆ ที่มีค่ามากมายสำหรับรายงานสหกิจศึกษาฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี จากความร่วมมือและสนับสนุนจากหลายฝ่าย ดังนี้

1. คุณชฎาธร นกเอี้ยงทอง ผู้จัดการกรรมการ
2. คุณวทันยาลักษณ์ วิริยาจารี ผู้จัดการฝ่ายขายและการดำเนินงาน
3. อาจารย์ศุภภัตรา ฮวบเจริญ อาจารย์ที่ปรึกษา

และบุคคลท่านอื่นๆ ที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

คณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสิ้นสมบูรณ์ ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจกับชีวิตของการทำงานจริง ซึ่งคณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ ที่นี้ด้วย

คณะผู้จัดทำ

นางสาวนงนุช แพงสมศรี

นางสาวพรพิมล สุยะลังกา

นางสาวอินทิรา นิเราะ

สารบัญ

	หน้า
จดหมายนำส่งรายงาน	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
Abstract	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	4
1.3 ขอบเขตของโครงการ	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 ทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีการเลือกพันธมิตรทางธุรกิจ	5
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ	8
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	10
2.4 การสื่อสารผ่านสื่อกลางเครือข่ายคอมพิวเตอร์	14
2.5 การสืบค้นข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต	15
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
บทที่ 3 วิธีการศึกษาและค้นคว้า	
3.1 ชื่อและที่ตั้งสถานประกอบการ	20
3.2 ลักษณะการประกอบการของสถานประกอบการ	20
3.3 การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น	20
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	21

สารบัญ(ต่อ)

3.5 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน	22
3.6 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้	23
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติโครงการ	
4.1 วิธีการรวบรวมข้อมูลของบริษัทที่เป็นพันธมิตร	24
4.2 วิธีดำเนินงาน	53
4.3 สรุปผล	59
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลโครงการ	63
5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	64
บรรณานุกรม	66
ภาคผนวก ก	
ภาคผนวก ข	
ภาคผนวก ค	
ภาคผนวก ง	
ประวัติผู้จัดทำ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน	20
ตารางที่ 4.1 ตารางการสำรวจบริษัทชั้นนำที่เยว	25-52
ตารางที่ 4.2 ผลรวมจากตารางการสำรวจ	53
ตารางที่ 4.3 ตัวอย่างบริษัทที่ไม่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือก	54
ตารางที่ 4.4 ตารางสรุปผลจำนวนที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือก	54
ตารางที่ 4.5 แสดงผลการตอบกลับของบริษัทชั้นนำที่เยวทวีปอเมริกาเหนือ	59
ตารางที่ 4.6 แสดงผลการตอบกลับของบริษัทชั้นนำที่เยวทวีปเอเชีย	59



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 ตัวอย่างแสดงสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทย ปี 2560	1
ภาพที่ 1.2 ตัวอย่างแสดงสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทย ปี 2561 (มกราคม-เมษายน)	2
ภาพที่ 2.1 ตัวอย่างกระบวนการการตัดสินใจซื้อ	9
ภาพที่ 3.1 สัญลักษณ์ของบริษัท โกลบอล ทราเวล ซีล็คชั่น จำกัด	20
ภาพที่ 3.2 ขั้นตอนการค้นหาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต	21
ภาพที่ 4.1 ตัวอย่างภาพประกอบในโปรแกรมทัวร์	55
ภาพที่ 4.2 ตัวอย่างรายละเอียดสถานที่ท่องเที่ยว	56
ภาพที่ 4.3 ตัวอย่างรายละเอียดของราคา	57
ภาพที่ 4.4 ตัวอย่างวีดีโอฟรีเซนต์ท่องเที่ยวประเทศไทย	57
ภาพที่ 4.5 ภาพแสดงขั้นตอนการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์	58
ภาพที่ 4.6 ตัวอย่าง E-Mail ตอบกลับขอรายละเอียด โปรแกรมทัวร์	60
ภาพที่ 4.7 ตัวอย่าง โปรแกรมทัวร์จังหวัดเชียงราย ที่บริษัทจัดนำเที่ยวของราคา	60
ภาพที่ 4.8 ตัวอย่างรายละเอียด โปรแกรมทัวร์เส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย	61
ที่ทำการเสนอขาย	
ภาพที่ 4.9 ตัวอย่างรายละเอียดราคาทัวร์เส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ที่ทำการเสนอขาย	62

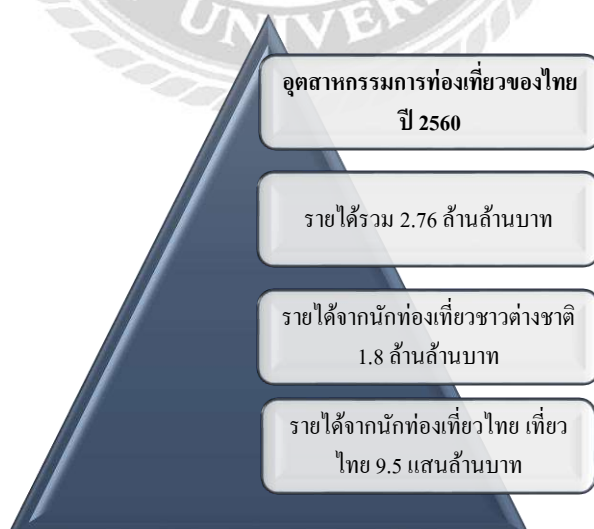
บทที่ 1

บทนำ

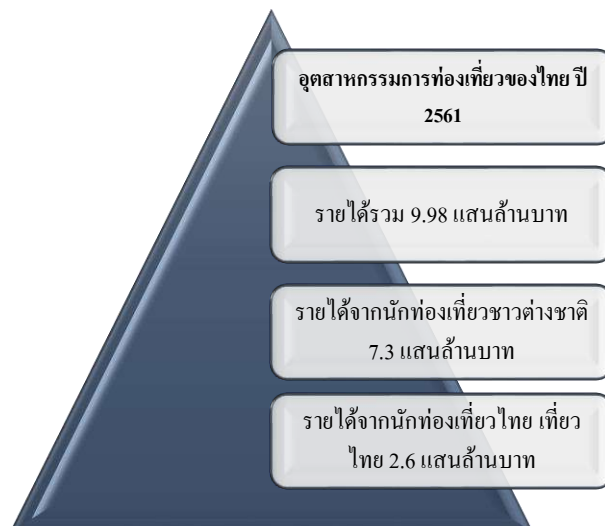
1.1 หลักการและเหตุผล

1.1.1 สถานการณ์ทางการท่องเที่ยวของไทย

เป็นไปตามที่หลายฝ่ายคาดการณ์ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยในปี 2560 ที่ผ่านมา จะสร้างรายได้รวมได้ที่ 2.76 ล้านล้านบาท และคิดเป็นสัดส่วน 20% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (จีดีพี) ตามที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้จัดทำแผนการตลาดด้านการท่องเที่ยวไว้ตั้งแต่ต้นปี หรือมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ประมาณ 1.8 ล้านล้านบาท จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติราว 35 ล้านคน และรายได้จากตลาดคนไทยท่องเที่ยวในประเทศ (ไทยเที่ยวไทย) 9.5 แสนล้านบาท โดยนักท่องเที่ยวจีนยังคงเป็นตัวแปรสำคัญ และครองสัดส่วนมากถึงเกือบ 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด อย่างไรก็ตาม และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในปี 2561 ส่งสัญญาณบวก จากตัวเลขการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่สร้างรายได้กว่า 1 ใน 3 ของเป้าหมายที่วางเอาไว้กว่า 3 ล้านล้านบาท ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการท่องเที่ยวไทยยังอยู่ในเกณฑ์ดี ท่องเที่ยวไทยเติบโตอย่างน่าพอใจจากการเปิดเผย สถานการณ์ท่องเที่ยวช่วงแรกของปี 2561 โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่าภาพรวมเป็นที่น่าพอใจ โดยพบว่าตั้งแต่เดือนมกราคม - เดือนเมษายน ประมาณการรายได้จากการท่องเที่ยวรวมกว่า 9.98 แสนล้านบาท เติบโต 16.07% จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา



ภาพที่ 1.1 ตัวอย่างแสดงสถานการณ์ทางการท่องเที่ยวของไทย ปี 2560



ภาพที่ 1.2 ตัวอย่างแสดงสถานการณ์ทางการท่องเที่ยวของไทย ปี 2561

(มกราคม-เมษายน)

1.1.2 สถานการณ์ทางการท่องเที่ยวของโลก

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO; United Nations World Tourism Organization) พบว่าในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศทั่วโลก 1,186 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2557 จำนวน 52 ล้านคน หรือร้อยละ 4.6 และการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 10 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศทั่วโลก (Gross Domestic Product: GDP) นำไปสู่การสร้างงานถึง 284 ล้าน ตำแหน่งงานและรายได้ 1,260 พันล้านเหรียญสหรัฐ

1.1.3 นโยบายการท่องเที่ยวของ ททท. (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

1. เป้าหมายตำแหน่งทางการตลาด : มุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน โดยรักษาอันดับ 1 ใน 7 ของประเทศที่สร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวสูงสุดในโลก

2. เป้าหมายเชิงเศรษฐกิจ : รายได้รวมทางการท่องเที่ยวปี 2561 เพิ่มขึ้นร้อยละ 8 โดยแบ่งเป็น

ตลาดต่างประเทศ : รายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 8

ตลาดในประเทศ : รายได้ร้อยละ 7

3. เป้าหมายการสร้างยั่งยืน :

- อันดับ Loyalty Index : 1 ใน 3 ของเอเชียแปซิฟิก

- ระดับความพึงพอใจรวมของนักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวในประเทศไทย (เก็บปีแรกเป็นปีฐาน)

4.เป้าหมายพัฒนาองค์กร : ระบบประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจ (SEPA; State Enterprise Performance Appraisal System) ค่าคะแนนไม่ต่ำกว่า 171 คะแนน

บริษัท โกลบอล ทราเวล ซีล็คชั่น จำกัด ให้บริการแบบ All In One Traveling Services ในรูปแบบธุรกิจนำเที่ยวประเภทนำนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย (Inbound), ธุรกิจนำเที่ยวประเภทนำนักท่องเที่ยวคนไทยไปเที่ยวต่างประเทศ (Outbound) และธุรกิจนำนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวในประเทศไทย (Domestic) ฐานลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าแบบธุรกิจนำเที่ยวประเภทนำนักท่องเที่ยวคนไทยไปเที่ยวต่างประเทศ (Outbound) เป็นหลัก ทางบริษัทมีพันธมิตรทางธุรกิจที่แข็งแกร่งและพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญในการขายทัวร์ตลาดธุรกิจนำเที่ยวประเภทนำนักท่องเที่ยวคนไทยไปเที่ยวต่างประเทศ (Outbound) มากกว่า 30 ปี จึงทำให้ฐานลูกค้ามาจากลูกค้าประเภทธุรกิจนำนักท่องเที่ยวคนไทยไปเที่ยวต่างประเทศ (Outbound) และในทางกลับกันตลาดธุรกิจนำเที่ยวประเภทนำนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย (Inbound) ของทางบริษัท ยังไม่มีลูกค้าที่แข็งแกร่งเท่าที่ควร จึงทำให้ฐานลูกค้าประเภทนำนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย (Inbound) เป็นที่ต้องการอย่างมากของทางบริษัท เพื่อให้ตลาดธุรกิจนำเที่ยวประเภทนำนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย (Inbound) มีความแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น

บริษัท โกลบอล ทราเวล ซีล็คชั่น จำกัด เล็งเห็นว่าสถานการณ์ตลาดท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย (Inbound) ปีที่ผ่านมา เป็นไปในทิศทางที่ดี และยังมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องประมาณ 10 % ต่อปี เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา บริษัท โกลบอล ทราเวล ซีล็คชั่น จำกัด จึงมีความต้องการที่จะศึกษาแนวทางการขยายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศ ของบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ กับประเทศอเมริกา ประเทศแคนาดา ประเทศเยอรมนี ประเทศอังกฤษ ประเทศจีน ประเทศฮ่องกง ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศออสเตรเลีย ประเทศพม่า ประเทศเวียดนาม ประเทศมาเลเซีย และประเทศกัมพูชา โดยการติดต่อกับบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศที่กล่าวมาข้างต้นให้มาเป็นพันธมิตรทางธุรกิจให้กับทาง บริษัท โกลบอล ทราเวล ซีล็คชั่น จำกัด โดยตรง และไม่ผ่านบริษัทจัดนำเที่ยวใดๆ ในประเทศไทย

ดังนั้น คณะผู้จัดทำจึงมีความสนใจที่จะศึกษาหาข้อมูลบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศผ่านสื่อคอมพิวเตอร์และเก็บข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการขยายตลาดธุรกิจการท่องเที่ยวประเภทนำนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย (Inbound) บริษัท โกลบอล ทราเวล ซีล็คชั่น จำกัด โดยทำการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในประเทศไทยดังกล่าว เพื่อเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาแนวทางการขยายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศของ บริษัท นำเที่ยวในต่างประเทศ กับบริษัท โกลบอล ทราเวล ซีล็คชั่น จำกัด

1.3 ขอบเขตของโครงการ

ในการศึกษาแนวทางการขยายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศ ของบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ กับบริษัท โกลบอล ทราเวล ซีล็คชั่น จำกัด นั้นมีขอบเขตการศึกษา ดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านเวลา ทำการศึกษาระหว่างวันที่ 14 พฤษภาคม ถึงวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2561 เท่านั้น

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ที่มีการเสนอขาย โดยบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ จากสื่ออินเทอร์เน็ต

1.3.3 ขอบเขตประชากร คือ บริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ จำนวน 12 ประเทศ ใน 4 ทวีป ได้แก่ ทวีปอเมริกาเหนือ ทวีปยุโรป ทวีปออสเตรเลีย และทวีปเอเชีย ประกอบด้วย ประเทศอเมริกา ประเทศแคนาดา ประเทศเยอรมนี ประเทศอังกฤษ ประเทศจีน ประเทศฮ่องกง ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศออสเตรเลีย ประเทศพม่า ประเทศเวียดนาม ประเทศมาเลเซีย และประเทศกัมพูชา

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ทำให้ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการทำงาน การประสานงาน และติดต่อหน่วยงานต่างๆ

1.4.2 ทำให้เข้าใจวัตถุประสงค์ของการศึกษาการขยายพันธมิตรของบริษัทนำเที่ยวระหว่างประเทศ

1.4.3 เพิ่มพันธมิตรบริษัทจัดนำเที่ยวระหว่างประเทศให้กับบริษัท โกลบอล ทราเวล ซีล็คชั่น จำกัด

1.4.4 เพิ่มฐานลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ (Inbound) ให้บริษัท โกลบอล ทราเวล ซีล็คชั่น จำกัด

1.4.5 ช่วยขยายตลาดธุรกิจนำเที่ยวประเภทนำนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ (Inbound) บริษัท โกลบอล ทราเวล ซีล็คชั่น จำกัด ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

บทที่ 2

การทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “Guideline on the Expanding International Partners of Global Travel Selection Co., Ltd.” หรือ แนวทางการขยายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศของ บริษัท โกลบอล ทราเวล ซีล็คชั่น จำกัด กับบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ กับประเทศอเมริกา ประเทศแคนาดา ประเทศเยอรมนี ประเทศอังกฤษ ประเทศจีน ประเทศฮ่องกง ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศออสเตรเลีย ประเทศพม่า ประเทศเวียดนาม ประเทศมาเลเซีย และประเทศกัมพูชา ได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องจากสื่ออินเทอร์เน็ต และเทคนิคการเลือกคู่ค้า เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและวิเคราะห์พันธมิตรระหว่างประเทศต่อไป ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีการเลือกพันธมิตรทางธุรกิจ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- 2.4 การสื่อสารผ่านสื่อกลางเครือข่ายคอมพิวเตอร์
- 2.5 การสืบค้นข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีการเลือกพันธมิตรทางธุรกิจ

2.1.1 ความหมายของพันธมิตรธุรกิจ (Business Alliance)

พันธมิตรธุรกิจ หมายถึง องค์กรหรือบริษัทที่มากกว่าหนึ่งแห่งมาตกลงร่วมมือกัน ดำเนินกิจกรรมรูปแบบใดๆ ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการทางธุรกิจของตนเองและร่วมกัน เพื่อให้สามารถบรรลุถึงความต้องการเป้าหมายได้ง่ายขึ้นหรือใช้งบประมาณน้อยกว่า ถ้ามีการร่วมมือกับผู้อื่น โดยในการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจจะทำให้องค์กรหรือบริษัทมีโอกาสประสบความสำเร็จในกิจกรรมนั้นๆ หรือสามารถประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้มากกว่าการดำเนินงานด้วยตนเองอย่างเดียว

2.1.2 ประโยชน์ของพันธมิตรทางธุรกิจ ประโยชน์ของการดำเนินการร่วมกัน ซึ่งจะสามารถนำศักยภาพของแต่ละฝ่ายมาผนวกกัน เพื่อสร้างการขับเคลื่อนไปข้างหน้าอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินการ ทำให้เกิดประโยชน์จากพันธมิตรทางธุรกิจได้ดังนี้

1) ขยายฐานลูกค้าและการตลาด

เป็นการสร้างความสามารถเข้าสู่ตลาดหรือการแข่งขันหรือการสร้างฐานลูกค้าเป็นการเข้าสู่พื้นที่ต่างๆ ไม่ว่าจะทั้งในประเทศหรือออกสู่ต่างประเทศ โดยอาศัยกำลังหรืออำนาจของกลุ่มพันธมิตร ซึ่งการขยายฐานเข้าไปทำตลาดอาจทำได้ยากหรือต้องใช้การลงทุนที่สูง เนื่องจากขาดความชำนาญ หรือข้อจำกัดทางด้านกฎหมาย ทั้งนี้เพื่อให้สามารถขยายฐานลูกค้าหรือตลาดได้ง่ายและเร็วยิ่งขึ้น

2) เพื่อรวมเอาทักษะที่แต่ละฝ่ายมีนำมาใช้ร่วมกัน

เป็นการร่วมกันสร้าง และพัฒนาโครงการต่างๆ รวมทั้งผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ โดยอาศัยความรู้ ความชำนาญ หรือทักษะของแต่ละฝ่ายนำมาใช้ร่วมกัน เพื่อสร้างสิ่งใหม่ๆ ทางการตลาด

3) เพื่อร่วมตั้งมาตรฐานต่างๆ ของทั้งสองฝ่าย

เป็นการได้ประโยชน์อย่างมากจากการร่วมมือกันและตกลงร่วมกัน เพื่อกำหนดหรือสร้างมาตรฐานการบริการให้สูงขึ้นเพื่อสร้างความได้เปรียบของการดำเนินการจากคู่แข่งรายอื่นๆ ทางการตลาด และช่วยในการพัฒนาในอุตสาหกรรมให้มีความก้าวหน้า

2.1.2 ปัจจัยสำคัญในการมองหาพันธมิตรทางธุรกิจที่เหมาะสม ดังนี้

1. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมเศรษฐกิจของประเทศพันธมิตร

1.1 ลักษณะโดยทั่วไปของประเทศพันธมิตร

- จำนวนและความหนาแน่นของประชากร
- การกระจายตัวของประชากรในพื้นที่ต่างๆ

1.2 การพัฒนาการตลาดของประเทศพันธมิตร

- ระบบการขนส่ง หรือการคมนาคมที่สะดวกสบายทางอากาศและทางบก

- ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ที่ให้ความสะดวกต่อธุรกิจท่องเที่ยว เช่น
ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจการบิน เป็นต้น

2. ปัจจัยสภาพแวดล้อมด้านการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

2.1 อัตราการเจริญเติบโตของบริษัท

2.2 การขยายตลาดธุรกิจท่องเที่ยว

3. ปัจจัยภายในบริษัท

3.1 ประเมินศักยภาพและความพร้อมของบริษัทในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ

3.2 การให้ความช่วยเหลือด้านความรู้ความเข้าใจในการขยายตลาด

2.1.3 วิธีการเลือกพันธมิตรทางธุรกิจ

1. ศึกษาข้อมูลประวัติของบริษัทที่ต้องการเป็นพันธมิตร
2. ตรวจสอบตลาดของบริษัทเป้าหมาย
3. ตรวจสอบความมั่นคงของบริษัทเป้าหมาย
4. ตรวจสอบประสิทธิภาพการทำงานของบริษัทเป้าหมาย
5. ต้องเป็นบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือสูง มีเครดิตที่ดี
6. ต้องเป็นบริษัทที่มีคุณธรรมและจริยธรรมที่ดี
7. ต้องเป็นบริษัทที่ไม่มีประวัติด้านการฉ้อโกงเงิน
8. ต้องเป็นบริษัทที่จดทะเบียนอย่างถูกต้องตามกฎหมาย
9. ต้องเป็นบริษัทที่มีการทำงานที่เกี่ยวข้องกับบริษัทท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม
10. ต้องเป็นบริษัทที่ไม่มีสาขาย่อยภายในประเทศไทย
11. ต้องเป็นบริษัทที่มีเส้นทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย
12. รวบรวมข้อมูลและช่องทางการติดต่อของบริษัทเป้าหมาย

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ

2.2.1 ความหมายของการตัดสินใจ นักวิชาการได้ให้ความหมายไว้แตกต่างกัน ดังนี้

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริหาร โภคมักจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ในจิตใจของผู้บริหาร โภค (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2550:46)

วุฒิชัย จานงค์ (2523) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นเรื่องของการจัดการที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ และในการจัดการนั้น การตัดสินใจเป็นหัวใจในการปฏิบัติงานทุกๆ เรื่องทุกๆ กรณีเพื่อดำเนินการไปสู่วัตถุประสงค์ อาจมีเครื่องมือมาช่วยในการพิจารณา มีเหตุผลส่วนตัวอารมณ์ ความรักใคร่ชอบพอ เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจ และมีลักษณะเป็นกระบวนการอันประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ต่อเนื่องกันไป

เมธี ปิลันธนานนท์ (2526 : 168) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นการเลือกพฤติกรรมจากทางเลือกต่างๆ ที่เป็นไปได้ โดยผู้ตัดสินใจมีเหตุผลในการเลือกของตน

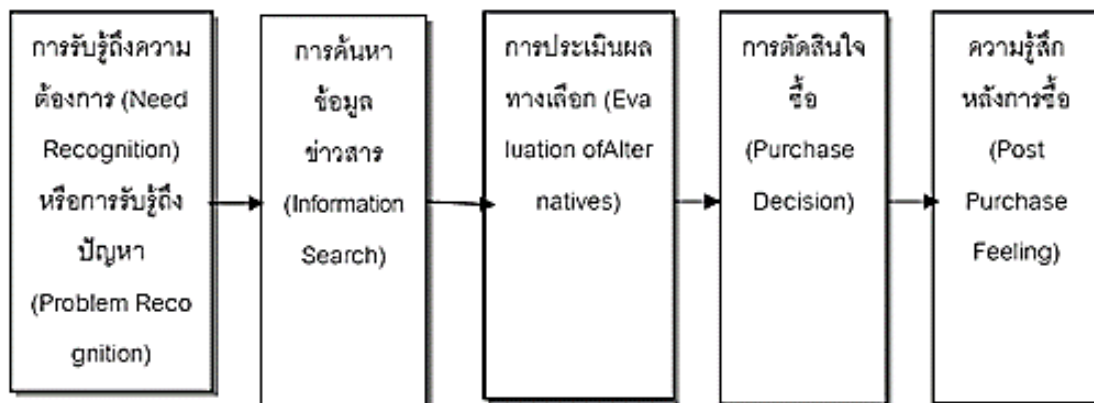
โกศล สุวรรณมณี (2534 : 232) สรุปไว้ว่า การตัดสินใจ คือ การเลือกพฤติกรรมจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่หลายทาง โดยการพิจารณาวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักเหตุผลและความเป็นไปได้ และตกลงใจเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด

แพทเทอร์สัน (Patterson, 1980 : 107) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจหมายถึง การที่บุคคลเข้าไปสู่ความเสี่ยง โดยมีการรวบรวมและประเมินข้อมูล มีทางเลือกหลายทางและมีสิ่งประกอบอื่นๆ ที่สำคัญอันนำไปสู่การตัดสินใจเลือก

จากความหมายของการตัดสินใจที่นักวิชาการได้ให้ความหมายไว้หลายท่าน จึงสรุปได้ดังนี้ว่า การตัดสินใจคือผลสรุปของกระบวนการคิด วิเคราะห์ และไตร่ตรองเลือกทางเลือกอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งนำไปสู่เป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ต้องการของผู้ตัดสินใจ โดยมีขั้นตอนในการตัดสินใจจากทางเลือกหลายๆ ทางเลือก

2.2.2 กระบวนการการตัดสินใจซื้อ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545: 219) สรุปว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของมนุษย์ ก่อให้เกิดการตัดสินใจในการซื้อ โดยในกระบวนการในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ดังแผนภาพดังนี้



ภาพที่ 2.1 ตัวอย่างกระบวนการการตัดสินใจซื้อ

ที่มา : Kotler (1997, p. 46)

1. การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) การรับรู้ถึงความต้องการเป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างสิ่งที่มีอยู่และสิ่งที่ต้องการ การที่ผู้ซื้อรับรู้ถึงความต้องการภายในของตน ซึ่งอาจเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้นจากภายในและภายนอก เช่น การที่ผู้ซื้อทัวร์มีความต้องการท่องเที่ยวโดยใช้บริการจากบริษัทท่องเที่ยว หรือการที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจำเป็นต้องหาสถานที่พักแรมโดยเลือกใช้บริการโรงแรม เป็นต้น

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอ และสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการอยู่ใกล้กับผู้ซื้อ ผู้ซื้อจะดำเนินการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจทันที เช่น ผู้ซื้อทัวร์จะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว หรือบริการการท่องเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ จากสื่อออนไลน์หรือแหล่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

2.1 แหล่งบุคคล (Personal Sources) เป็นแหล่งข่าวสารที่เป็นบุคคล เช่น ครอบครัว เพื่อน ผู้ที่เคยใช้บริการนั้นแล้ว เป็นต้น

2.2 แหล่งทางการค้า (Commercial Sources) เป็นการค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ของบริษัท ซึ่งผู้ประกอบการค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้จัดทำขึ้นมา เพื่อโปรโมทบริษัทของตนเอง

2.3 แหล่งสาธารณะ (Public Sources) เป็นการค้นหาข้อมูลโดยผู้ซื้อตัวเอง เกิดจากการเคยใช้บริการการท่องเที่ยวมาก่อน การตรวจสอบ หรือสัมผัสเกี่ยวข้องกับวิธีอื่นๆ ผู้ซื้อทัวร์จะใช้ความพยายามค้นหาข้อมูลมากหรือน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่มีอยู่ก่อนแล้วและความสำคัญของการบริการที่ต้องการ ตลอดจนปัจจัยทางจิตวิทยา และความชอบ เป็นต้น

3. การประเมินค่าทางเลือก (Evaluation of Alternative) หลังจากค้นหาข้อมูล ผู้ซื้อทัวร์จะกำหนดเกณฑ์ต่างๆ ขึ้นมา เพื่อทำการวัดหรือเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้รวบรวม เกณฑ์เหล่านี้เป็นเครื่องชี้คุณสมบัติที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ของการบริการการท่องเที่ยวและของผู้ซื้อทัวร์ ราคา ความสะดวกสบาย และอื่นๆ ถ้าเกณฑ์ในการประเมินมีมากกว่าหนึ่งเกณฑ์ ผู้ซื้อทัวร์อาจกำหนดน้ำหนักความสำคัญให้เกณฑ์แต่ละอย่าง โดยให้คะแนนแก่เกณฑ์ต่างๆ สำหรับข้อมูลทุกๆ ส่วน จากนั้นนำคะแนนรวมมาเปรียบเทียบกัน แล้วเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อ อย่างไรก็ตาม การประเมินทางเลือกนี้ไม่สามารถคำนวณเป็นตัวเลขได้โดยง่าย

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เป็นขั้นตอนที่ผู้ซื้อทัวร์จะใช้บริการการท่องเที่ยว โดยอาศัยผลการประเมินทางเลือกเป็นเครื่องตัดสินใจ

5. ความรู้สึกหลังการซื้อ (Post Purchase Feeling) หลังจากการซื้อและใช้บริการการท่องเที่ยวไปแล้ว ผู้ซื้อจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์ ซึ่งนักการตลาดจะต้องพยายามทราบถึงระดับความพอใจของผู้บริโภคหลังการซื้อ (ศิริวรรณ เสงีรัตน์ และคณะ, 2541)

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.3.1 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการณ์กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ (Chawannuch Uthayan, 2009)

องค์ประกอบนักท่องเที่ยวนั้นมีอยู่ด้วยกัน 7 ประการคือ

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกๆพฤติกรรม จะต้องมียุทธศาสตร์ในการกระทำ เช่นนักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรติยศโดยแสดงให้เห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศน์ดั้งเดิม
2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัย นิยมโต้เขา ปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถทำกิจกรรมที่ตนชอบได้
3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะที่มีฝนฟ้าคะนอง
4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เอาตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด ในสถานการณ์หนึ่งๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกา เป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน
5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้า ในการกระทำกิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง
6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่งๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้
7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ใตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่นการก่อวินาศกรรมในเมืองมูไบ ประเทศอินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปี 2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าว จะต้องเกิดความผิดหวังเพราะเกิด

ความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) จึงเป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

2.3.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย (ผศ.ดร.จุฑามาศ วิศาลสิงห์, 2561)

นักท่องเที่ยวชาวเอเชียที่มาประเทศไทยโดยส่วนใหญ่ มาจากประเทศมาเลเซีย จีน ญี่ปุ่น เกาหลี ลาว สิงคโปร์ ฮองกง ไต้หวัน อินโดนีเซีย และกัมพูชา ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวเอเชีย นักท่องเที่ยวชาวเอเชีย นิยมท่องเที่ยวหาความบันเทิงในยามราตรี นอกจากนี้แล้วนักท่องเที่ยวชาวเอเชียยังนิยมมาซื้อสินค้า ซึ่งสินค้าที่ซื้อโดยส่วนใหญ่คือ เสื้อผ้าและเครื่องหนัง

เมื่อพิจารณาถึงนักท่องเที่ยวชาวจีน ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยเพราะประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานที่สะดวกในการเดินทาง ความมีวัฒนธรรมที่เด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และลักษณะทางกายภาพของสถานที่ ได้แก่ ทะเล หาดทราย น้ำตก และสภาพภูมิอากาศที่น่าดึงดูด ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวจีน คือ สถานการณ์ความเป็นไปของสถานที่หรือประเทศเป้าหมาย เช่นความปลอดภัยจากความรุนแรงหรือปัญหาภายในประเทศ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของประเทศจุดหมายปลายทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวซื้อสินค้า และบริการในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อน เพื่อนร่วมงาน หรือคนรู้จัก เว็บไซต์ของการท่องเที่ยว หรือหน่วยงานท่องเที่ยวของรัฐ หรือกระทรวงการท่องเที่ยวแต่ละประเทศที่จะเดินทางไป รวมถึงรายการเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวจีนได้หันมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพราะในประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม มีอาหารและมรดกแห่งแผ่นดินซึ่งเป็นสิ่งที่น่าสนใจในการมาเที่ยว นอกจากนี้แล้วนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังมีความเห็นว่าประเทศไทยมีความน่าสนใจด้านเทศกาลประเพณี ทะเลและชายหาด สปาและการนวดกิจกรรมดำน้ำ โดยส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากการแนะนำต่อ ในด้านของนักท่องเที่ยวชาวจีน แหล่งท่องเที่ยวชาวจีนที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมมาเที่ยวในประเทศไทยคือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาหาร แหล่งมรดกด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ในด้านของนักท่องเที่ยวที่เป็น

นักธุรกิจและนิยมนมาตีกอล์ฟในประเทศไทยมากที่สุดคือ นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศญี่ปุ่นและเกาหลี

นักท่องเที่ยวชาวเอเชีย โดยส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัททัวร์ ดังนั้นแหล่งข้อมูลที่ได้รับโดยส่วนใหญ่จะมาจากบริษัทนำเที่ยว และการแนะนำต่อจากเพื่อนหรือครอบครัว

2.3.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป (ผศ.ดร.จุฑามาศ วิศาลสิงห์, 2561)

นักท่องเที่ยวชาวยุโรปได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาจาก สหราชอาณาจักรอังกฤษ ประเทศออสเตรเลีย เบลเยียม เดนมาร์ก ฟินแลนด์ ฝรั่งเศส เยอรมนี อิตาลี เนเธอร์แลนด์ นอร์เวย์ รัสเซีย สเปน สวีเดน สวิสเซอร์แลนด์ เป็นต้น โดยมีปัจจัยผลักดัน (Push Motivations) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปต้องการเดินทางมาเที่ยวที่ประเทศไทยเพราะต้องการแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ (Novelty Seeking) ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ และต้องการพักผ่อน (Escape and Relaxation) และความต้องการด้านสังคม (Socialization) ส่วนปัจจัยดึงให้เลือกประเทศไทย (Put Motivations) ของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป เพราะประเทศไทยมีรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย (A variety of tourist's attractions and activities) และแหล่งดึงดูดทางวัฒนธรรมทางประวัติศาสตร์ (Cultural and historical attractions) (อัศวิน แสงพิบูล, 2552) รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวด้านความบันเทิงยามราตรี (บริษัท ดิ อินเทอร์เน็ตทีพี รีเสิร์ช, 2553) นอกจากนี้แล้วนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันและอังกฤษ นิยมรูปแบบการท่องเที่ยวแบบผจญภัย และท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (ชนกฤต สังข์เฉย, 2554) ในการของนักกอล์ฟชาวยุโรปที่นิยมเดินทางมาตีกอล์ฟยังประเทศไทย ได้แก่ กลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย เยอรมนี ฟินแลนด์ เดนมาร์ก ฝรั่งเศส สเปนและเนเธอร์แลนด์ (บริษัทเบรนด์ เมทริกซ์ รีเสิร์ช จำกัด, 2553)

ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวยุโรปส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่ทำกรวางแผนการท่องเที่ยวเอง ดังนั้น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นิยมหาแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากทางอินเทอร์เน็ต จากหนังสือแนะนำการเดินทาง (Travel guidebook) และจากโฆษณาประชาสัมพันธ์จากโทรทัศน์และวิทยุ (ชนกฤต สังข์เฉย, 2554)

2.4 การสื่อสารผ่านสื่อกลางเครือข่ายคอมพิวเตอร์

2.4.1 อินเทอร์เน็ตคือเครือข่ายคอมพิวเตอร์ซึ่งเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์จากทั่วโลก

อินเทอร์เน็ต คือ เครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกันเป็นจำนวนมาก ครอบคลุมไปทั่วโลก แตกต่างกับ Intranet ซึ่งเป็นเครือข่ายที่ไม่ครอบคลุมทั่วโลก อินเทอร์เน็ตนั้นอาศัยโครงสร้างระบบสื่อสารคมนาคม เป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยนข้อมูล มีการประยุกต์ใช้งานหลากหลายรูปแบบ อินเทอร์เน็ตเป็นทั้งเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และเครือข่ายของเครือข่าย เพราะอินเทอร์เน็ตประกอบไปด้วยเครือข่ายย่อย เป็นจำนวนมากต่อเชื่อมเข้าด้วยกันภายใต้มาตรฐานเดียวกันจนเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายสาธารณะที่ไม่มีผู้ใดเป็นเจ้าของ ทำให้การเข้าสู่เครือข่ายเป็นไปได้อย่างเสรี อินเทอร์เน็ต ถือเป็นระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์สากลที่เชื่อมต่อเข้าด้วยกันภายใต้มาตรฐานการสื่อสารเดียวกัน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารและสืบค้นสารสนเทศจากเครือข่ายต่างๆ ทั่วโลก ดังนั้น อินเทอร์เน็ตจึงเป็นแหล่งรวมสารสนเทศจากทุกมุมโลก ทุกสาขาวิชา ทุกด้าน ทั้งบันเทิงและวิชาการ ตลอดจนการประกอบธุรกิจต่างๆ ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ต สามารถถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากๆ ได้ในเวลาอันรวดเร็วไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของระยะทาง ไม่จำกัดรูปแบบของข้อมูล ซึ่งมีได้ทั้งข้อมูลที่เป็นข้อความอย่างเดียว หรืออาจมีภาพประกอบ รวมไปถึงข้อมูลชนิดมัลติมีเดีย และใช้ต้นทุนในการลงทุนต่ำ

2.4.2 จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งโดยใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์

E-Mail คืออะไร E-Mail ย่อมาจาก Electronic-Mail คือ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ที่ใช้รับส่งกันโดยผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (สำหรับเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลกคือ (Internet) การใช้งานก็เหมือนกับที่เราพิมพ์ข้อความใน โปรแกรม Word จากนั้นก็คลิกคำสั่งเพื่อส่งออกไป โดยจะมีชื่อของผู้รับ ซึ่งเราเรียกว่า E-Mail Address เป็นหลักในการรับส่ง แต่ถ้าในกรณีที่เป็นการส่งอีเมลล์ หรือข้อความโดยไม่ได้รับอนุญาตจากผู้รับ เราเรียกว่า Spam และเรียกอีเมลล์นั้นว่าเป็น Spam mail

ประโยชน์ของ E-Mail

1. รวดเร็ว เชื่อถือได้
2. ประหยัดค่าใช้จ่ายในการส่ง และลดการใช้กระดาษ
3. ลดเวลาในการส่งเอกสารลง เพราะผู้ส่งไม่ต้องเสียเวลาไปส่งเอง หรือรอไปรษณีย์ไปส่งให้
4. ผู้ส่งสามารถส่งเอกสารได้ตลอดไม่จำกัดเวลา หรือระยะทางในการส่ง ในขณะที่ผู้อ่านก็สามารถเปิดอ่านเอกสารได้ตลอดเวลาเช่นเดียวกัน

5. สามารถส่งต่อกันได้สะดวก และผู้ส่งสามารถให้ผู้รับได้พร้อมๆกันหลายคนในเวลาเดียวกัน

2.5 การสืบค้นข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต (Internet)

2.5.1 การค้นหาข้อมูล

การค้นหาข้อมูลหมายถึง การสืบค้นข้อมูลที่ต้องการทราบบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นเครือข่ายที่สามารถเข้าถึงได้สะดวกและรวดเร็ว โดยวิธีการค้นหาที่สามารถทำได้ง่ายและให้ผลลัพธ์ที่แม่นยำ จะต้องค้นหาจากเว็บไซต์สำหรับค้นหาข้อมูลหรือเรียกว่า Search Engine Site ที่มีหน้าที่ในการรวบรวมรายชื่อของเว็บไซต์ต่างๆไว้เป็นหมวดหมู่ทำให้ประหยัดเวลาในการทำงานมากกว่าการค้นหาข้อมูลด้วยตนเอง (รวมภูอน สุทธิการ, 2560)

ในโลกไซเบอร์สเปซมีข้อมูลมากมายมหาศาล การที่จะค้นหาข้อมูลจำนวนมากมาอย่างนี้เราไม่อาจจะคลิกเพื่อค้นหาข้อมูลพบได้ง่ายๆ จำเป็นจะต้องอาศัยการค้นหาข้อมูลด้วยเครื่องมือค้นหาที่เรียกว่า Search Engine Site เข้ามาช่วยเพื่อความสะดวกรวดเร็ว เว็บไซต์ที่ให้บริการค้นหาข้อมูลมีมากมายหลายที่ทั้งของคนไทยของต่างประเทศ ถ้าเราเปิดไปที่หน้าจอก็จะต้องเสียเวลาในการค้นหา และอาจหาข้อมูลที่เราต้องการไม่พบ การที่เราจะค้นหาข้อมูลให้พบอย่างรวดเร็วจึงต้องพึ่งพา Search Engine Site ซึ่งจะทำหน้าที่รวบรวมรายชื่อเว็บไซต์ต่างๆ เอาไว้ โดยจัดแยกเป็นหมวดหมู่ ผู้ใช้งานเพียงแค่ทราบหัวข้อที่ต้องการค้นหาแล้วป้อน คำ หรือข้อความของหัวข้อนั้นๆ ลงไปในช่องที่กำหนด คลิกปุ่มค้นหาเท่านั้น รอสักครู่ข้อมูลอย่างย่อๆ และรายชื่อเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องจะปรากฏให้เราเข้าไปศึกษาเพิ่มเติมได้ทันที

2.5.2 รายชื่อ Search Engine Site ที่นิยม

1. Google (www.google.com) – อันดับหนึ่งของโลกในเกือบทุกๆประเทศ รวมถึงประเทศไทย
2. Bing (www.bing.com) – เป็นเว็บค้นหาของบริษัท Microsoft คู่แข่ง Google โดยตรง
3. Yahoo (www.yahoo.com) – ตั้งแต่ตุลาคม 2554 ที่ผ่านมา Yahoo ถูกซื้อกิจการโดย Bing (จาก Microsoft)
4. Ask.com (www.ask.com) – เว็บแสดงผลการค้นหา โดยเจาะจงที่คำถาม-คำตอบมากกว่า How-to

5. Baidu (www.baidu.com) – ไปดู เป็นเว็บ Search Engine ประจำประเทศจีน มีบริการต่างๆ คล้ายกับ Google

6. Wolframalpha (www.wolframalpha.com) – เว็บไซต์สำหรับค้นหา ข้อเท็จจริง เอกสารวิชาการต่างๆ

7. DuckDuckGo (duckduckgo.com) – ผลการค้นหาคล้าย Google ข้อดีคือหน้าตาสะอาด ไม่ค่อยมีโฆษณา

2.5.3 ประโยชน์ของ Search Engines

Search Engines มีประโยชน์ในการสืบค้นข้อมูลที่ต้องการทราบได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพสูง สามารถใช้งานได้ตลอดเวลา รวมทั้งให้ผลลัพธ์ที่ตรงกับความต้องการแก่ผู้สืบค้นหา ดังนั้นการสร้างและออกแบบเว็บไซต์ใหม่ๆ ในปัจจุบันจึงควรคำนึงถึงรูปแบบของเว็บไซต์ใหม่ให้มีความเหมาะสมแก่ Search Engine ด้วยเช่นกัน (เรียกว่าการทำ SEO) เพื่อให้ผู้สืบค้นสามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

1. ค้นหาเว็บไซต์ที่การได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว
2. ค้นหาข้อมูลได้อย่างละเอียด และหลากหลายรูปแบบ ตัวอย่างเช่น ข่าว เพลง รูปภาพ และอื่นๆ เป็นต้น
3. ค้นหาข้อมูลได้จากเว็บไซต์เฉพาะทางต่างๆ ได้ เช่น เว็บไซต์เกี่ยวกับขาย Software หรือเว็บไซต์รับทำการตลาดออนไลน์ เป็นต้น
4. ค้นหาข้อมูลได้อย่างหลากหลาย

2.5.4 การสืบค้นข้อมูลด้วย Keyword

Keyword (คีย์เวิร์ด) คือคำค้นหาหรือคำอธิบายสิ่งใดสิ่งหนึ่งสั้นๆ ที่กล่าวถึงสิ่งที่เราตามหาเพื่อสืบค้น รายละเอียดข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตบนเว็บ Search Engine

ตัวอย่างคำ Keyword ที่ใช้ค้นหาในชีวิตประจำวัน

1. ต้องการค้นหารถยนต์มือสอง คีย์เวิร์ดที่ใช้ในการค้นหาคือ รถมือสอง, ราคา รถมือสอง, รถยนต์มือสอง ฯลฯ
2. มาเที่ยวต้องการหาโรงแรมที่พัก คีย์เวิร์ดที่ใช้ในการค้นหาคือ Agoda, โรงแรม, ห้องพัก, หอพัก ฯลฯ

3. ต้องการหาร้านอาหาร คีย์เวิร์ดที่ใช้ในการค้นหาคือ ร้านปิ้งย่าง, หมูกระทะ, ร้านก๋วยเตี๋ยว ฯลฯ

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัตน สดี (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางในการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจภายใต้บริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนสำหรับธุรกิจสปาและนวดไทย” ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวทางการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจของธุรกิจสปาและนวดไทย 2) ศึกษาองค์ประกอบของการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ กระบวนการเรียนรู้จากพันธมิตรทางธุรกิจ และประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านพันธมิตรของธุรกิจสปาและนวดไทย 3) ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุขององค์ประกอบของการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ กระบวนการเรียนรู้จากพันธมิตรทางธุรกิจ ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านพันธมิตรของธุรกิจสปาและนวดไทย การวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการวิจัยและระเบียบวิธีวิจัยตั้งอยู่บนรากฐานการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการหรือผู้บริหารที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการพันธมิตรของธุรกิจสปาและนวดไทย จำนวน 10 ท่าน สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการหรือผู้บริหารที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการพันธมิตรของธุรกิจสปาและนวดไทย จำนวน 306 แห่ง การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ส่วนสถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ คือ จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ตัวแบบสมการ โครงสร้าง ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1. ผลการศึกษพบว่า แนวทางการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจของธุรกิจสปาและนวดไทย มีการจัดหา และเริ่มต้นติดต่อคู่พันธมิตรจากคู่ค้าของธุรกิจเดิมที่มีอยู่ คุณลักษณะสำคัญของคู่พันธมิตรทางธุรกิจสรุปได้ว่า ธุรกิจสปาและนวดไทยจะพิจารณาจากชื่อเสียงของธุรกิจ และความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ของธุรกิจในการทำความร่วมมือเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ จะมีการดำเนินการ 2 แบบ คือ แบบไม่ผ่านทาง การ และแบบเป็นทางการ สำหรับเหตุผลในการเข้าร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจนั้น มีเป้าหมายหลัก เพื่อเป็นการขยายตลาดหรือกลุ่มลูกค้าให้มากขึ้น รองลงมา คือ เป็นการยกระดับการให้บริการของธุรกิจ และทำให้ได้วัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการให้บริการของธุรกิจ ที่ตรงกับคุณภาพและมาตรฐานตามที่ธุรกิจต้องการ 2. ผลการศึกษาองค์ประกอบของการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ กระบวนการเรียนรู้จากพันธมิตรทางธุรกิจและประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านพันธมิตรของธุรกิจสปาและนวดไทย พบว่า ภาพรวมขององค์ประกอบของการสร้างพันธมิตรของธุรกิจสปาและนวดไทย ทั้ง 5 องค์ประกอบ คือ ความผูกพัน หน้าที่ ด้านพันธมิตร ความร่วมมือ และความไว้วางใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่การมีประสบการณ์ด้านพันธมิตร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ ในส่วนของ

ภาพรวมของกระบวนการเรียนรู้จากพันธมิตรทางธุรกิจทั้ง 4 ด้าน พบว่า ด้านการประมวลความรู้ ด้านกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ด้านการแบ่งปันความรู้ และด้านการกำหนดความรู้ที่ชัดเจน (Knowledge articulation) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน สำหรับประสิทธิภาพการดำเนินงาน ด้านพันธมิตรของธุรกิจสปาและนวดไทย มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน 3. ผลการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุองค์ประกอบของการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ กระบวนการเรียนรู้จากพันธมิตรทางธุรกิจ ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านพันธมิตรของธุรกิจสปาและนวดไทย พบว่า ภาพรวมขององค์ประกอบของการสร้างพันธมิตรที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยกระทำผ่านกระบวนการเรียนรู้จากพันธมิตรทางธุรกิจไปยังประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านพันธมิตร คือ ความผูกพัน (TE=0.29) รองลงมา คือ ความไว้วางใจ (TE=0.26) หน้าที่ด้านพันธมิตร (TE=0.22) และประสบการณ์ด้านพันธมิตร (TE=0.08) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้น องค์ประกอบของการสร้างพันธมิตรด้านความร่วมมือ ถึงแม้จะมีค่าอิทธิพลรวม เท่ากับ 0.09 แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติโดยองค์ประกอบของการสร้างพันธมิตร ซึ่งกระทำผ่านกระบวนการเรียนรู้จากพันธมิตรทางธุรกิจ สามารถอธิบายความสัมพันธ์ที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านพันธมิตรได้ร้อยละ 65.80 ($r^2=0.658$)

กัลยา สว่างคง และ วิโรจน์ เกษญาติกษณ์ (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจ: ทางเลือกสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวของไทย” ผู้วิจัยพบว่า การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันนั้นผู้ประกอบการต้องเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและความรุนแรงทางการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น องค์การที่ต้องการประสบความสำเร็จจึงต้องมองหากลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์กรทั้งในแง่การเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและการลดต้นทุน กลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่มีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจเพราะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจากการร่วมมือกันของกลุ่มพันธมิตร บทความวิชาการนี้จึงเป็นการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำเสนอแนวคิดเรื่อง กลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อให้เป็นกลยุทธ์ทางเลือกสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวของไทย โดยบทความจะแบ่งออกเป็นทั้งหมด 4 ตอน ประกอบไปด้วย 1) ประเด็นปัญหาในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจนำเที่ยวของไทย 2) แนวคิดพันธมิตรทางธุรกิจ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 3) การนำกลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจไปใช้ในธุรกิจต่างๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และ 4) วิเคราะห์การนำกลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจไปใช้ในธุรกิจนำเที่ยวของไทย ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวของไทยตระหนักถึงความสำคัญของกลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจ และเป็นการเพิ่มทางเลือกในการดำเนินธุรกิจอีกด้วย

อนุวัฒน์ ชลไพศาล และ ชรินทร์ มีโกติ (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการค้ำระหว่าง

ประเทศไทยกับคู่ค้าในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง” ผู้วิจัยได้จัดทำบทความนี้เพื่อศึกษารูปแบบการค้าระหว่างประเทศไทยกับคู่ค้าในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงในช่วงปี พ.ศ. 2524 – 2553 โดยกรอบแนวคิดภูมิเศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ ข้อมูลที่ใช้ลักษณะ Panel data ผลการประมาณการด้วยวิธี Generalized Least Square พบว่า นอกเหนือจากตัวแปรทางเศรษฐกิจ อาทิ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ อัตราภาษี และความสามารถเงิน โยบายในการอำนวยความสะดวกด้านการค้าตัวแปรระยะทาง (Distance) ซึ่งในแบบจำลองหมายถึง ต้นทุนธุรกรรม เป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายรูปแบบของการค้าของไทยกับกลุ่มประเทศคู่ค้าในช่วงเวลาดังกล่าวได้ดี

นัยเชิงนโยบายคือ การปรับปรุงโครงสร้างการผลิต ควบคู่กับการพัฒนาประสิทธิภาพด้านการผลิต (Productivity) นโยบายด้านการค้าของไทยควรมุ่งจุดยืนในลักษณะการร่วมมือมากกว่าการเป็นคู่แข่งกันนอกจากนี้ ผลการศึกษาที่ยืนยันถึงประโยชน์ร่วมกันของการลดต้นทุนธุรกรรมระหว่างประเทศในภูมิภาคนี้



บทที่ 3 วิธีการศึกษาและค้นคว้า

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ



ภาพที่ 3.1 สัญลักษณ์ของบริษัทโกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด

บริษัทโกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด (GTS Travel Agency) ให้บริการ "All IN ONE TRAVELING SERVICE" ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ด้วยความเชี่ยวชาญมากกว่า 10 ปี และการบริการตรงใจลูกค้า จึงทำให้บริษัทมีลูกค้าไม่ขาดสาย
ที่ตั้งของสถานประกอบการ: 22/30 ซอยสวนหลวง แขวงบางค้อ เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร 10150

3.2 ลักษณะการประกอบการของสถานประกอบการ

3.2.1 บริการจัดกรุ๊ปทัวร์ทั้งแบบส่วนตัว และหมู่คณะ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

3.2.2 บริการจัดทัวร์สำหรับงานสัมมนา ดูงานองค์กร กิจกรรมสันทนาการ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

3.2.3 บริการจองตั๋วเครื่องบิน ยี่นวีซ่า จองตั๋วรถไฟยุโรป บริการรถเช่า ในต่างประเทศ จองตั๋วเครื่องบินต่างประเทศ บริการไกด์ในต่างประเทศ ประกันการเดินทาง และให้คำปรึกษาด้านวีซ่า

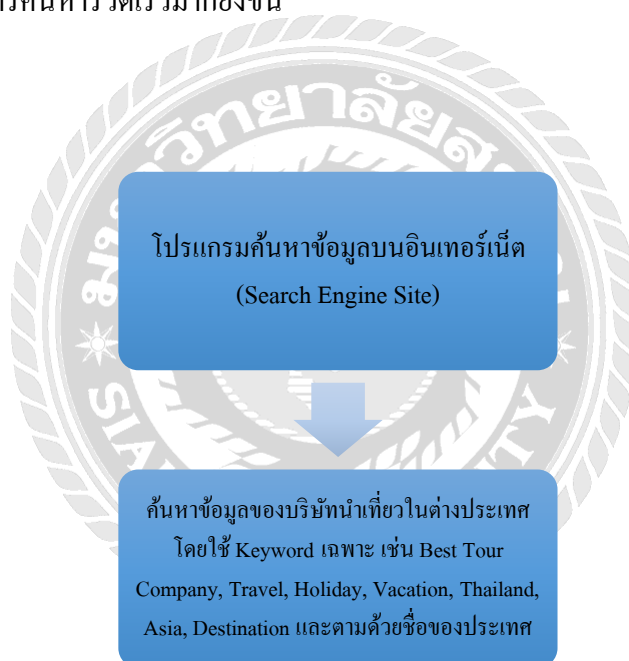
3.3 การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่อง "Guideline on the Expanding International Partners of Global Travel Selection Co., Ltd." หรือ แนวทางการขยายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศของบริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด กับบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ กับประเทศอเมริกา ประเทศแคนาดา ประเทศเยอรมนี ประเทศอังกฤษ ประเทศจีน ประเทศฮ่องกง ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศออสเตรเลีย ประเทศพม่า ประเทศเวียดนาม

ประเทศมาเลเซีย และประเทศกัมพูชา เก็บรวบรวมข้อมูลจากตารางการสำรวจที่ได้มาจากสื่ออินเทอร์เน็ต และนำข้อมูลที่ได้รับมาทำวิเคราะห์และสรุปผลต่อไป

3.3.1 การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง การค้นหาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต (internet)

การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง การค้นหาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต (Internet) จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสืบค้นข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต (Internet) ผู้จัดทำเลือกใช้เครื่องมือค้นหาที่เรียกว่า Search Engine Site ของเว็บไซต์ www.google.com ใช้เทคนิคการค้นหาจากข้อความ หรือเรียกว่า Keyword Index เป็นการค้นหาข้อมูล ค้นหาข้อความในเว็บเพจ โดยใช้ Keyword เฉพาะ เช่น Best Tour Company, Travel, Holiday, Vacation, Thailand, Adventure, Asia, Tourist, Destination, Explore, Tour, Beach และตามด้วยชื่อประเทศ จะทำให้การค้นหาบริษัทจัดนำเที่ยวต่างๆ ขึ้นมา ทำให้การค้นหารวดเร็วมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 3.2 ขั้นตอนการค้นหาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล จะเก็บจากข้อมูลที่ค้นหาบริษัทจัดนำเที่ยวในแต่ละประเทศจำแนกเป็นแต่ละทวีปตามตารางข้อมูลที่ได้กำหนดไว้ คือ

- 1) ชื่อบริษัทจัดนำเที่ยว โลโก้ หรือสัญลักษณ์
- 2) ประเทศที่ต้องการค้นหา

- ใช้การจัดเก็บเป็นรหัสประเทศ เช่น ประเทศอเมริกา รหัสประเทศคือ USA.

- เพื่อกำหนดหมวดหมู่ให้เข้าใจง่าย

3) เว็บไซต์และช่องทางการติดต่อ

- รวบรวมช่องทางการติดต่อทุกช่องทางไว้เพื่อทำการติดต่อ เช่น Website, E-mail, Facebook, Instagram, Twitter

- Website เพื่อสืบข้อมูลหน้าร้านค้าออนไลน์ว่ามีสินค้าอะไรบ้าง และยังเป็นสื่อที่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับบริษัทจัดนำเที่ยวแต่ละประเทศอีกด้วย

4) ข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยวออกประเทศ (Outbound) ของบริษัทนั้นๆ ที่มีจัดเส้นทางในประเทศพร้อมราคา

- นำมาวิเคราะห์และเปรียบเทียบ เพื่อจัดทำโปรแกรมนำเที่ยวในรูปแบบของบริษัท โกลบอล ทราเวล ซีล็คชั่น จำกัด

3.5 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงาน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม
1. ศึกษาปัญหาและรวบรวมข้อมูล	→			
2. กำหนดหัวข้อโครงการและวางโครงสร้างหาบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ	→	→		
3. วางแผนและสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ	→	→		
4. จัดทำตารางการสำรวจข้อมูลบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศตามประเทศที่กำหนด		→	→	
5. รวบรวมเอกสารข้อมูลเพื่อปรับปรุงผลงาน และจัดทำเอกสารฉบับสมบูรณ์ พร้อมนำเสนอผลงาน			→	→

ตารางที่ 3.1 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

1. ศึกษาปัญหาและรวบรวมข้อมูล
2. กำหนดหัวข้อโครงการและวางโครงร่างหาบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ
3. วางแผนและสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ
4. จัดทำตารางการสำรวจข้อมูลบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ตามประเทศที่กำหนด
5. รวบรวมเอกสารข้อมูลเพื่อปรับปรุงผลงาน และจัดทำเอกสารฉบับสมบูรณ์ พร้อมนำเสนอผลงาน

3.6 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

ฮาร์ดแวร์

1. เครื่องคอมพิวเตอร์พร้อมเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ซอฟต์แวร์

1. โปรแกรม Microsoft Word/ Power Point
2. โปรแกรมค้นหา Search Engine Site



บทที่ 4





ผลการปฏิบัติโครงการ

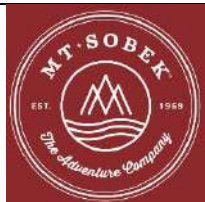


ปัจจุบันบริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด ให้ความสำคัญกับธุรกิจนำเที่ยวประเภทนำนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ (Inbound) เป็นอย่างมาก จึงมีความต้องการที่จะขยายพันธมิตรของบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ โดยการติดต่อกับบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ เพื่อเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่ดีและเหมาะสมให้กับบริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด โดยได้ศึกษาแนวทางการขยายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศกับบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ กับประเทศอเมริกา ประเทศแคนาดา ประเทศเยอรมนี ประเทศอังกฤษ ประเทศจีน ประเทศฮ่องกง ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศออสเตรเลีย ประเทศพม่า ประเทศเวียดนาม ประเทศมาเลเซีย และประเทศกัมพูชา เพื่อให้ตอบโจทย์และเกิดผลที่มีประสิทธิภาพ จึงใช้ประโยชน์ผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ต่างๆ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการขยายตลาดธุรกิจนำเที่ยวประเภทนำนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ (Inbound) และใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกพันธมิตรทางธุรกิจ สามารถช่วยดึงกลุ่มลูกค้าให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนเพิ่มขึ้น โดยใช้บริการจัดนำเที่ยวผ่านบริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด เป็นหลัก คณะผู้จัดทำจึงมีความสนใจที่จะนำเสนอบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศที่มีความสนใจเป็นพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกับบริษัท ดังนี้




4.1 วิธีการรวบรวมข้อมูลของบริษัทที่เป็นพันธมิตร



4.1.1 คณะผู้จัดทำได้ศึกษาค้นคว้ารายละเอียดข้อมูลต่างๆ และเก็บรวบรวมไว้ในตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศที่มีความสนใจเป็นพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกับบริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด และส่งรายละเอียดข้อมูลติดต่อกลับผ่านสื่อคอมพิวเตอร์ในช่องทางต่างๆ กับประเทศอเมริกา ประเทศแคนาดา ประเทศเยอรมนี ประเทศอังกฤษ ประเทศจีน ประเทศฮ่องกง ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศออสเตรเลีย ประเทศพม่า ประเทศเวียดนาม ประเทศมาเลเซีย และประเทศกัมพูชา แบ่งตามทวีปได้ ดังนี้

ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ



ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปอเมริกาเหนือ				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจำหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
1.		USA.	1.www.nationalgeographic.com/expeditions	1. Bangkok – Ayutthaya – Nakhon Pathom – Chiangmai
2.		USA.	1.www.bambaexperience.com 2.E-Mail: sales@bambaexperience.com	1. Thailand – Laos - Vietnam - camcodia 33 Days \$ 1,349 USD 2. Thailand - Vietnam 13 Days \$ 1,134 USD
3.		USA.	1.www.smithsonianjourneys.org 2.E-Mail: smithsonianjourneys@si.edu 3.FB:https://www.facebook.com/pg/smithsonianjourneys/about/?ref=page_internal 4.TW: @SmithsonianTrvl	1. Singapore, Thailand 14 Days 7,890 USD 2. Bangkok – Amphawa – Chiangmai –Phuket 12 Days 4,700 USD 3. Bangkok – Phuket 11 Days 2,310 USD
4.		USA.	1.www.gate1travel.com 2.E-Mail: info@gate1travel.com 3.FB: Gate 1 Travel 4.TW: @Gate 1 Travel 5.IG: Gate 1 Trave	1. Bangkok – Kanchanaburi – Ayutthaya 9 Days \$ 579 USD , \$ 1,269 USD

ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปอเมริกาเหนือ				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจำหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
5.		USA.	1.www.mtsobek.com 2.FB: MT Sobek - The Adventure Company 3.TW: @mtsobek 4.Youtube: Mountain Travel Sobek	1. Bangkok – Chiangmai – Phuket 7 Days \$ 4,595 USD 2. Thailand – Laos – Cambodia – Vitenam 15 Days \$ 6,295 USD
6.		USA.	1.www.zicasso.com 2.FB: https://www.facebook.com/Zicasso/	1. Bangkok – Ayutthaya – Kanchanaburi – Phuket 8 Days 2. Bangkok – Chiangrai – Chiangmai 8 Days
7.		USA.	1.www.affordabletours.com 2.FB: https://www.facebook.com/AffordableTours/ 3.TW: @affordabletours 4.Youtube: AffordableToursTV	1. Bangkok – Kanchanaburi - Ayatthaya - Uthaithani – Phitsanulok – Sukothai – Chiangrai – Chiangmai – Phuket 16 Days \$ 580 USD 2. Bangkok – Kanchanaburi - Ayatthaya - Uthaithani – Phitsanulok – Sukothai – Chiangrai – Chiangmai 13 Days \$ 370 USD 3. Bangkok – Kanchanaburi - Ayatthaya - Sukothai - Chiangmai 11 Days



ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปอเมริกาเหนือ				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจำหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
8.		USA.	1. www.discovercorps.com 2. E-Mail: info@discovercorps.com 3. FB: https://www.facebook.com/DiscoverCorps/ 4. TW: @discovercorps	1. Chiangmai 8 Days \$3,395 USD 2. Phuket 9 Days \$3,395 USD 3. Chiangmai 10 Days \$2,495 USD 4. Phuket 10 Days \$3,795 USD
9.		USA.	1. www.smartours.com 2. E-Mail: info@smartours.com 3. FB: https://www.facebook.com/smartours/ 4. TW: @smarTours 5. IG: smarTours	1. Bangkok – Ayutthaya – Phitsanulok – Sukothai – Lampang – Chiangrai – Chiangmai 14 Days \$ 1,899 USD
10		USA.	1. www.kensingtontours.com 2. FB: https://www.facebook.com/KensingtonTours/ 3. TW: @KensingtonTours 4. Youtube: Kensington Tours	1. Bangkok – Chiangmai – Phuket 3 Days \$ 3,078 USD 2. Bangkok – Phuket – Krabi 10 Days \$ 3,250 USD 3. Bangkok – Chiangmai – Surat Thani 9 Days \$ 3,645 USD

ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปอเมริกาเหนือ				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจำหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
11.		USA.	1.www.projectexpedition.com/ 2.E-Mail: support@projectexpedition.com 3.FB: https://www.facebook.com/projectexpedition/ 4.TW: @ProjectExpedition 5.IG: Projectexpedition	1.One day trip – Bangkok 5 Hours \$121 USD 2.One day trip – Bangkok 4 House \$85.74 USD 3.One day trip – Bangkok 4 House \$87.02 USD
12.		CAN	1.www.gadventures.com 2.E-Mail: socialmedia@gadventures.com 3.FB: https://www.facebook.com/gadventures/ 4.TW: @gadventures 5.IG: gadventures 6.Youtube: gadventures	1. Thailand – Vitenam 14 Days \$ 1,402 USD 2. Bangkok – Trang 8 Days \$1,019 USD 3. Thailand – Malaysia – Singapore – Indonesia 34 Days \$ 3,849 USD

ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปอเมริกาเหนือ				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจำหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
13.		CAN	1.www.tripcentral.ca 2.E-Mail: social@tripcentral.ca 3.FB: https://www.facebook.com/tripcentral/ 4.IG: tripcentral	1. Bangkok – Kanchanaburi – Ayutthaya – UthaiThani – Phisanulok – Sukothai – Chiangrai – Chiangmai 13 Days \$ 1,714 USD
14.		CAN	1.www.exotiktours.com 2.E-Mail: exotikquote@travelbrands.com 3.FB: https://www.facebook.com/Exotik-Journeys-254268824635871/ 4.E-Mail: exotikquote@travelbrands.com	1. Bangkok – Chiangmai – Chiangrai – Phuket 11 Days \$1,849 USD 2. Thailand – Singapore – Hongkong 17 Days \$4,999 USD 3. Bangkok – Ayutthaya – Phisanulok – Sukothai – Chiangrai – Chiangmai – Phuket 15 Days \$3,449 USD
15.		CAN	1.www.freeandeasytraveler.com 2.E-Mail: travel@freeandeasytraveler.com 3.FB: https://www.facebook.com/FreeAndEasy/	1.Bangkok – Surat Thani – Krabi 10 Days \$880 USD 2. Bangkok – Chiangmai 10 Days \$800 USD 3. Bangkok – Surat Thani – Krabi 20 Days \$1,600 USD

ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปอเมริกาเหนือ				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจำหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
16.		CAN	1. www.faroutadventures.ca 2. E-Mail: https://faroutadventures.ca/ 3. FB: https://www.facebook.com/GoFarOut/	1. Surat Thani – Krabi – Bangkok 10 Days \$949 USD 2. Bangkok – Kanchanaburi – Surat Thani 10 Days \$899 USD 3. Bangkok – Kanchanaburi – Surat Thani – Krabi 20 Days \$1,799 USD
17.		CAN	1. www.quivertreeworld.com/ 2. E-Mail: info@quivertreeworld.com 3. https://www.facebook.com/Quivertree-Family-Expeditions-158741790828684/ 4. TW: @QuivTravel	1. Bangkok – Surat Thani 15 Days \$2,910 USD




ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปออสเตรเลีย				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจำหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
1.		AUS	1.www.intrepidtravel.com 2.E-Mail: marketing@intrepidtravel.com , custom@intrepidtravel.com 3.FB: https://www.facebook.com/intrepidtravel/	1. Bangkok – Surat Thani – Krabi 9 Days \$ 930 USD 2. Thailand – Cambodia 16 Daays \$ 2,925 USD 3. Bangkok – Sukothai – Lampang - Chiangmai 8 Days \$ 873 USD
2.		AUS	1.www.introtravel.com 2.E-Mail: office@introtravel.com 3.FB: https://www.facebook.com/IntroTravel/ 4.IG: Introtravel 5.Youtube: Intro Travel	1. Bangkok – Surat Thani 9 Days \$999 AUD 2. Bangkok – Srat Thani – Krabi 12 Days \$1,299 AUD 3. Bangkok – Surat Thani – Krabi – Chiangmai 18 Days \$1,899 AUD
3.		AUS	1.www.geckosadventures.com 2.E-Mail: sales@geckosadventures.com	1. Bangkok – Phuket – Surat Thani – Krabi 10 Days \$735 USD 2. Thailand – Cambodia – Vitenam 12 Days \$980 USD



ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปออสเตรเลีย				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจำหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
4.		AUS	1. https://worldexpeditions.com 2. E-Mail: info@worldexpeditions.com.au 3. FB: https://www.facebook.com/WorldExpeditions/ 4. TW: @worldex_au 5. IG: Worldexpeditions 6. Youtube: World Expeditions	1. Chiangmai - Mae Hong Son 8 Days \$1,286 AUD 2. Trang – Surat Thani – Krabi 9 Days \$2,690 AUD 3. Bangkok 3 Days \$590 AUD.
5.		AUS	1. www.peregrineadventures.com 2. E-Mail: sales@peregrineadventures.com 3. FB: https://www.facebook.com/peregrineadventures/ 4. IG: peregrineadventures	1. Thailand – Malaysia 8 Days \$2,567 USD 2. Thailand – Laos 15 Days \$3,196 USD 3. Phuket 8 Days \$2,584 USD




ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปออสเตรเลีย				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจำหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
6.		AUS	1.www.ultimate.travel/ 2.E-Mail: info@ultimate.travel 3.FB: https://www.facebook.com/UltimateTravel/ 4.IG: ultimate.travel 5.TW: Ultimate Travel 6.Youtube: Ultimate Travel	1.Bangkok – Surat Thani – Krabi 11 Days \$999 USD


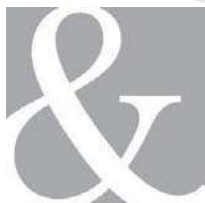
ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปทวีปยุโรป				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจำหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
1.		ENG	1.www.topdeck.travel/ 2.E-Mail: info@topdeck.travel 3.FB: https://www.facebook.com/TopdeckTravel/ 4.IG: topdecktravel 5.TW: @TopdeckTravel	1. Thailand – Laos – Cambodia – Vietnam: 27 Days US\$4,289 2. Thailand – Laos – Cambodia: 15 Days US\$2,559 3. Bangkok - Surat Thani - Chiang Mai - Chiang Rai: 14 Days US\$1,729



ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปทวีปยุโรป				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจำหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
2.		ENG	<p>www.onthegotours.com</p> <p>E-Mail: socialmedia@onthegotours.com</p> <p>FB: https://www.facebook.com/OnTheGoTours/</p> <p>IG: onthegotours</p> <p>TW: @OnTheGoTours</p>	<p>1. Bangkok – Kanchanaburi – Ayutthaya - Chiang Mai - Chiang Rai: 10 Days USD \$2,485</p> <p>2. Bangkok - Chiang Mai - Chiang Rai: 5 Days USD \$1,095</p>
3.		ENG	<p>1.www.tucantravel.com</p> <p>2.E-Mail: social@trafalgar.com</p> <p>3.FB: https://www.facebook.com/tucantraveladventures/</p> <p>4.IG: tucantravel</p> <p>5.TW: @TucanTravel</p>	<p>1. Thailand – Cambodia – Vietnam: 8 Days US\$343</p> <p>2. Vietnam – Cambodia – Thailand: 8 Days US\$589</p> <p>3. Malaysia – Thailand: 10 Days US\$639</p>
4.		ENG	<p>1.www.traveltalktours.com</p> <p>2.E-Mail: info@traveltalktours.com</p> <p>3.FB: https://www.facebook.com/traveltalktours/</p> <p>4.IG: traveltalktours</p> <p>5.TW: @traveltalktours</p>	<p>1. Bangkok – Kanchanaburi – Ayutthaya - Chiang Mai: 7 Days €715</p> <p>2. Thailand – Cambodia: 13 Day €1438</p>




ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปทวีปยุโรป				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจํานําเที่ยวต่างประเทศ
5.		ENG	1. www.exodus.co.uk/ 2. E-Mail: sales@exodus.co.uk 3. FB: https://www.facebook.com/exodustravels/?ref=br_rs 4. IG: exodustravels 5. TW: @ExodusTravels	1. Thailand – Cambodia – Vietnam: 16 Days £2,219 2. Thailand – Laos – Vietnam – Cambodia: 30 Days £3,399 3. Vietnam – Cambodia – Thailand: 15 Days £2,319
6.		ENG	1. www.backroadstouring.com/ 2. E-Mail: info@backroadstouring.com 3. FB: https://www.facebook.com/backroadstouringco 4. TW: @Backroadtouring	1. Bangkok – Kanchanaburi – Uthai Thani – Sukhothai – Tak – Chiang Mai – Mae Hong Son: 13 Days US\$3,799 2. Thailand – Cambodia: 8 Days US\$2,489 3. Bangkok – Kanchanaburi: 5 Days US\$1,899
7.		ENG	1. www.trustravels.com/ 2. E-Mail: info@trustravels.com	1. Bangkok - Surat Thani: 8 Days \$725 USD 2. Bangkok - Surat Thani: 12 Days \$1,815 USD



ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปทวีปยุโรป				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจำหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
8.		ENG	1. www.titantravel.co.uk / 2. E-Mail: enquiries@titantravel.co.uk 3. FB: https://www.facebook.com/titantraveluk/ 4. IG: titantraveluk 5. TW: @titantraveluk 6. Youtube: Titan Travel UK	1. Thailand – Burma (Myanmar): 18 Days £2,999 2. Singapore – Malaysia – Thailand – China: 16 Days £2,899 3. Thailand – Cambodia: 19 Days £3,199
9.		ENG	1. www.travelsphere.co.uk/ 2. E-Mail: social@pageandmoytravelgroup.com 3. FB: https://www.facebook.com/travelsphere/ 4. IG: @travelsphereholidays 5. TW: @Travelsphere	1. Vietnam – Cambodia – Laos – Thailand: 14 Days £2,349

ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปทวีปยุโรป				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจำหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
10.		ENG	1.www.jacadatravel.com 2.E-Mail: enquiries@jacadatravel.com 3.FB: https://www.facebook.com/jacadatravel/ 4.IG: jacadatravel 5.TW: @JacadaTravel 6.Youtube: Jacada Travel	1. Chiang Mai - Phuket: 8 Days \$1,519 PP 2. Cambodia – Thailand: 13 Days \$5,855 PP 3. Vietnam – Thailand: 13 Days \$4,960 PP
11.		ENG	1.www.audleytravel.com/ 2.FB: https://www.facebook.com/AudleyTravelUS/ 3.IG: audleytravel 4.TW: @audleytravel 5.Youtube: Audley Travel	1. Bangkok – Surat Thani: 11 Days £2,405pp 2. Bangkok – Samut Songkhram – Chiang Mai: 14 Days £2,880pp 3. Bangkok – Kanchanaburi – Chiang Mai – Surat Thani: 15 Days £3,165pp
12.		ENG	1.www.bambootravel.co.uk 2.E-Mail: info@bambootravel.co.uk	1. Bangkok – Chiang Mai – Mae Hong Son – Surat Thani: 17 Days £2,995 2. Thailand – Laos: 12 Days £2,485





ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปทวีปยุโรป				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจำหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
13.		ENG	1. www.hayesandjarvis.co.uk/ 2. E-Mail: pressoffice@specialistholidays.com 3. FB: https://www.facebook.com/HayesAndJarvis/ 4. IG: hayesandjarvis 5. TW: @hayesandjarvis 6. Youtube: Hayes & Jarvis	1. Bangkok – Phuket – Samui: 15 Days £2,399 2. Chon Buri – Rayong: 15 Days £1,469 3. Bangkok – Chiang Mai – Chiang Rai: 11 Days £2,659
14.		ENG	1. www.abercrombiekent.co.uk/ 2. E-Mail: info@abercrombiekent.co.uk 3. https://www.facebook.com/abercrombiekentUK 4. IG: abercrombiekent 5. TW: @AKTravel_UK 6. Youtube: Abercrombie & Kent	1. Bangkok – Chiang Rai – Chiang Mai – Phuket: 13 Days £3,595pp 2. Bangkok – Pathumthani – Ayutthaya – Koh Kret – Chiang Mai – Phuket: 13 Days £2,900pp 3. Thailand – Singapore – Vietnam – Hong Kong: 18 Days £8,176pp



ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปทวีปยุโรป				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจําหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
15.	 DISCOVERY NOMADS	GER	1.www.discoverynomads.com 2.E-Mail: info@discoverynomads.com 3.FB: https://www.facebook.com/discoverynomads/ 4.IG: discoverynomads	1. Phuket 8 Days €1,399 EUR 2. Cambodia – Thailand 9 Days €1,599 EUR
16.	 experience <small>TRAVEL GROUP</small>	ENG	1.www.experiencetravelgroup.com/ 2.E-Mail: info@experiencetravelgroup.com 3.FB: https://www.facebook.com/experiencetravel/ 4.IG: experiencetravelgroup 5.TW: @ExpTrav	1. Bangkok – Chiang Mai – Phuket: 15 Days £2,500 to £8,000 2. Bangkok – Chiang Mai – Phuket: 16 Days £2,500 to £8,000 3. Bangkok – Samui: 16 Days £2,500 to £8,000




ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปเอเชีย				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจําหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
1.		IDN	1. https://www.indonesiainpressiontour.com/ 2. E-Mail: info@indonesiainpressiontour.com	1. Thailand: 4 Days 2. Thailand: 3 Days
2.		IDN	1. www.panoramadestination.com/ 2. E-Mail: info@panoramadestination.com 3. FB: https://www.facebook.com/pdesindonesia/ 4. IG: panoramadestination 5. TW: @pdesindonesia 6. Youtube: Panorama Destination	1. Bangkok – Trad (Koh Chang): 4 Days 2. Phuket - Surat Thani: 4 Days 3. Ayutthaya - Nakhon Ratchasima: 3 Days
3.		CAM	1. www.adventure.com.kh 2. E-Mail: gm@adventure.com.kh 3. FB: https://www.facebook.com/adventure.com.kh/	1. Cambodia – Thailand: 9 Days




ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปเอเชีย				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจํานําเที่ยวต่างประเทศ
4.		CAM	1.www.asiavaluetravel.com/ 2.E-Mail: info@asiavaluetravel.com 3.FB: https://www.facebook.com/AVTCambodia/ 4.TW: @sophalkhem	1. Mae Hong Son: 4 Days 2. Bangkok – Ayutthaya – Sukhothai – Lampang – Chiang Mai – Chiang Rai: 8 Days 3. Bangkok: 3 Days
5.		CAM	1.www.worldpoptravel.com 2.E-Mail: andykong@worldpoptravel.com 3.FB: https://www.facebook.com/worldpoptravel/	1. Bangkok - Pattaya: 5 Days 2. Bangkok - Pattaya: 4 Days 3. Chiang Mai - Chiang Rai: 4 Days
6.		CAM	1.http://www.aboutcambodiatravel.com 2.E-Mail: info@aboutcambodiatravel.com 3.FB: https://www.facebook.com/aboutcambodiatours	1. Bangkok – Ratchaburi: 4 Days




ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปเอเชีย				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจำหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
7.	 Hoi An Express <small>Expressions of Indochina</small>	VIE	1. www.hoianexpress.com.vn 2. E-Mail: info@hoianexpress.com.vn 3. FB: https://www.facebook.com/hoianexpress/	1. Bangkok - Ayutthaya - Nakhon Pathom - Chonburi - Phuket - Chiang Mai - Chiang Rai
8.		VIE	1. http://www.customasiatravel.com/ 2. E-Mail: info@customvietnamtravel.com	1. Bangkok - Ayutthaya - Phitsanulok - Sukhothai - Chiang Mai - Phuket 10 Days 2. Bangkok - Chiang Mai - Mae Hong Son - Chiang Rai 6 Days 3. Bangkok - Chiangmai - Phuket 10 Days
9.		VIE	1. www.indochinapioneer.com/ 2. E-Mail: sales@indochinapioneer.com 3. FB: https://www.facebook.com/IndochinaPioneerCo/	1. Bangkok - Kanchanaburi - Chiang Rai - Chiang Mai 8 Days 2. Bangkok - Ayutthaya - Chiangmai - Phuket 12 Days 3. Bangkok - Ayutthaya - Krabi - Phuket 12 Days




ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปเอเชีย				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจำหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
10.		VIE	1.www.asiatoptravel.com/ 2.E-Mail: info@asiatoptravel.com 3.FB: https://www.facebook.com/AsiaTopTravel/	1. Thailand - Vietnam 1 Days 2. Bangkok - Phuket - Phang Nga Bay - Chiang Rai - Chiang Mai 10 Days 3. Bangkok - Damnoen Saduak – Chiang Mai - Phuket 10 Days
11.		VIE	1.www.legend.travel/ 2.E-Mail: info@legendtravelgroup.com 3.FB: https://www.facebook.com/legendtravelgroup/	1. Bangkok - Phuket 9 Days 794\$ 2. Vietnam – Cambodia – Thailand – Myanmar 20 Days 4,068\$ 3. Bangkok – Chiang Mai - Phuket 10 Days 1,064\$
12.		HKG	1.www.jebsenholidays.com 2.E-Mail: book@jebsenholidays.com 3.FB: https://www.facebook.com/JebsenHolidays	1. Chiang Rai 4 Days \$12,650+ HKD 2. Bangkok 4 Days \$3,750+ HKD 3. Bangkok 3 Days \$2,990+ HKD
13		HKG	1.http://www.travelohongkong.com 2.E-Mail: info@exploringtourism.com	1. Bangkok: 4 Days THB 7,500 2. Bangkok: 3 Days THB 3,800 3. Chonburi: 1 Days

ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปเอเชีย				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจำหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
14.		HKG	1.www.urbanadventures.com 2.E-Mail: info@urbanadventures.com 3.FB: https://www.facebook.com/urbanadventures 4.IG: urbanadventures 5.TW: @UrbanAdventures	1. Bangkok by bike: 1 Days USD 62.51 2. Bangkok by tuk tuks: 1 Days USD 56.32 3. Chinatown in Bangkok: 1 Days USD 67.52
15.		HKG	1.www.travelbullz.com 2.E-Mail: tarique@travelbullz.com 3.FB: https://www.facebook.com/travelbullz 4.TW: @travelbullz	1. Phuket - Krabi: USD 79 PP 2. Phuket – Krabi - Phi-Phi Island: USD 109 PP 3. Phuket – Krabi - James Bond Island: USD 112 PP

ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปเอเชีย				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจํานําเที่ยวต่างประเทศ
17.		CHN	1. https://www.travelchinaguide.com 2. FB: https://www.facebook.com/TravelChinaGuide.com 3. TW: @tcg_travel 4. Youtube: Travel China Guide	1. Bangkok - Ayutthaya: 4 Days \$459 2. Bangkok - Ayutthaya - Chiang Mai - Chiang Rai: 8 Days \$1469 3. Bangkok - Ayutthaya - Chiang Rai - Chiang Mai - Phuket: 11 Days \$2029
18.		CHN	1. https://www.topchinatravel.com/ 2. E-Mail: sales@topchinatravel.com 3. FB: https://www.facebook.com/topchinatraveltct/	1. Beijing-Xian-Shanghai-Guilin-Bangkok-Pattaya : 13 Day 2. Bangkok : 3 Day \$403 3. Bangkok : 4 Day \$403 4. Bangkok - Pattaya : 4 Day \$214
19.		MAS	1. https://www.malaysianharmony.com.my/ 2. E-Mail: tour@mysharmony.com 3. FB: https://www.facebook.com/malaysianharmony/ 4. IG: akquasungroup	1. Bangkok - Huahin: 5 Days 4 Nights 1,999 2. Bangkok - Huahin: 6 Days 5 Nights 1,999 3. Chiang Mai - Chiang Rai: 5 Days 4 Nights 1,699

ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปเอเชีย				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจำหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
20.		MAS	<p>1. www.reliancetravel.com</p> <p>2. E-Mail: rta.marketing@kul.reliancetravel.com</p> <p>3. FB: https://www.facebook.com/RelianceTravelMalaysia</p>	<p>1. Singapore – Port Klang - Phuket : 5 Days 4 Nights 1,688</p>
21.		MAS	<p>1. https://parlotours.com</p> <p>2. E-Mail: outbound@parlotours.com.my</p> <p>3. FB: https://www.facebook.com/ParloToursSdnBhd</p>	<p>1. Chiang Mai & Pai in Love : 5D4N MYR 2,081</p> <p>2. Chiang Mai & Lampang: 5D4N MYR 1,981</p> <p>3. Bangkok & Khao Yai: 5D4N MYR 1,896</p>
22.		MAS	<p>1. http://helloholidays.com.my/</p> <p>2. E-Mail: enquiry@helloholidays.com.my</p> <p>3. FB: https://www.facebook.com/helloholidays/</p>	<p>1. Chiangmai - Chiangrai (Overnight) + Elephant Safari (Elephant Ride + Oxcartride + Bamboo Rafting) : 5 Days 4 Nights RM1,988</p> <p>2. Bangkok - Hua Hin + Asiatique Night Market : 5Days 4Nights</p>




ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปเอเชีย				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจำหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
23.		MAS	1. https://www.sutra.my/ 2. E-Mail: admin@sutra.my 3. FB: mysutra 4. TW: @SutraTravel	1. BANGKOK - HUA HIN : 4 DAYS 3 NIGHTS RM 2,169 2. BANGKOK – PATTAYA : 4 DAYS 3 NIGHTS RM 1,398 3. BANGKOK : 4 DAYS 3 NIGHTS RM 1,329
24.		MAS	1. http://edenvacation.com/ 2. E-Mail: info@edenvacation.com sale@edenvacation.com	1. Hua Hin : 3D2N 2. Hua Hin : 4D3N 3. Bangkok : 3D2N
25.		MAS	1. http://www.ibctours.com 2. FB: https://www.facebook.com/ibctours 3. E-Mail : info@ibctours.com nazaribc@gmail.com ticketing@ibctours.com	1. BANGKOK : 04 DAYS 03 NIGHTS RM 1,299 2. KRABI : 3 DAYS 2 NIGHTS RM 1,299 3. KRABI : 04 DAYS 03 NIGHTS RM 1,399

ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปเอเชีย				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจำหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
26.		MAS	1. http://ylholidays.com.my/index.php?route=common/home 2.E-Mail : enquiry@yhtravel.com.my	1.Hua Hin - Kanchanaburi+ Death Railwaybridge : 5D4N rm 2,388 2. Hua Hin: 4D3N rm1,938 3.Chiangmai – Pai : 5D4N rm1,788
27.		MAS	1. www.holidaytoursonline.com/ 2.E-Mail: reservations@holidaytoursonline.com 3.FB: https://www.facebook.com/myholidaytours/ 4.TW: @HolidayToursMY	1. Phuket : 2 nights RM809 2. Bangkok : 3 nights RM976 3. Chiangmai – Chiangrai : 3 nights RM1,799
28.		MAS	1. https://www.goldendeluxe.com.my/ 2.E-Mail: tour@goldendeluxe.my ticketing@goldendeluxe.my 3.FB: https://www.facebook.com/GoldenDeluxeTravel	1. Chiang Mai - Chiang Rai : 5D 4N RM 2,398 2. Bangkok - Khao Yai : 5D 4N RM 1,888 3. Bangkok - Hua Hin : 5D 4N RM 1,788

ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปเอเชีย				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจำหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
29.		MAS	1. http://www.seduniatra-vel.com/ 2.E-Mail: http://www.seduniatravel.com 3.FB: https://www.facebook.com	1. Bangkok –Ayutthaya - Sukhothai - Chiang Mai- Chiang Rai : 7 days RM 2,449 2. Chiang Mai - Doi Mae Salong -Golden Triangle : 6 days RM 2,487
30.		MAS	1. http://pearlholiday.com/index.php 2.E-Mail: enquiry.hq@pearlholiday.com 3.FB: https://www.facebook.com/pearlholiday	1. Chiang Mai - Chiang Rai: 5D4N
31.		MAS	1. https://gtt.com.my/ 2.E-Mail: enquiry@gtt.com.my	1. Bangkok - Hua Hin : 5D4N 2. Khaoyai- Ayutthaya : 5D4N 3. Chiang Mai - Chiang Rai : 5D4N

ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปเอเชีย				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจำหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
32.		MAS	1. http://www.airlinktravel.my/ 2. E-Mail: info@airlinktravel.com 3. FB: https://www.facebook.com/airlinktravel.my	1. BANGKOK - HUAHIN : 6D5N RM 1,999 2. BANGKOK – AYUTTAYA - KHAOYAI : 6D5N RM 2,099 3. BANGKOK – PATTAYA : 5D4N RM 1,599
33.		MYA	1. http://www.exoticmyanmartravel.com/ 2. E-Mail: info@exoticmyanmartravel.com 3. FB: https://www.facebook.com/Exotic-Myanmar-Travels-and-Tours-170617632974743/	1. Bangkok – Kanchanaburi – Ayutthaya – Chiangmai – Chiangrai - Prachuap Khiri Khan 13 Days 2. Thailand – Laos – Vietnam – Cambodia 23 Days
34.		MYA	1. http://www.newmotiontravelsandtours.com/newmotiontravelsandtours.com/index.html 2. E-Mail: info@newmotiontravelsandtours.com , newmotiontravel@newmotion.net , newmotiontravel@gmail.com	1. Bangkok – Ayutthaya – Pattaya 2. Bangkok – Phuket

ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปเอเชีย				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจำหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
35.		MYA	1. https://www.exotravel.com/destinations/myanmar 2. E-Mail: inquire@exotravel.com 3. FB: https://www.facebook.com/ExoTravelGroup/ 4. TW: @EXO_Travel	1. Bangkok – Kanchanaburi – Ayutthaya – Sukothai – Lampang – Chiangmai – Phuket 13 Days 2. Phuket – Krabi 11 Days 3. Bangkok – Chiangmai – Phuket 10 Days
36.		MYA	1. https://www.wayfarertravels.com/ 2. E-Mail: dos@wayfarertravels.com 3. FB: https://www.facebook.com/search/top/	1. Thailand
37.		MYA	1. http://www.gulftravel.smyanmar.com 2. E-Mail: gulftravels.tourmanager@gmail.com 3. FB: https://www.facebook.com/Gulftravels/	1. Krabi – Phuket 4 Days USD 243 2. Bangkok 4 Days USD 163 3. Bangkok - Prachuap Khiri Khan 4 Days USD 488

ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปเอเชีย				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ
38.		MYA	1. https://www.winmyanmartravel.com/ 2. E-Mail: info@winmyanmartravel.com , info@aungmeecoy.com aungmeecoy@gmail.com	1. Thailand – Myanmar 14 Days
39.		MYA	1. www.discoverydmc.com/ 2. E-Mail: sales@discoverydmc.com 3. FB: https://www.facebook.com/discoverydmc/	1. Thailand
40.		MYA	1. http://www.amazinglotusmyanmar.com/index.php 2. E-Mail: amazing.lotus.travels@gmail.com info@amazinglotustravels.com	1. Surat Thani 4 Days 2. Khonkaen , host family in the country village Khampom 3 Days 3. Bangkok - Ayutthaya - Sukhothai - Lampang - Chiang Mai 3 Days

ตารางที่ 4.1 ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ

4.1.2 ผลรวมจากตารางการสำรวจบริษัทชั้นนำที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ

นำข้อมูลจากตารางที่ 4.1 ตารางการสำรวจบริษัทชั้นนำที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ มาสรุปผลได้ดังตารางผลรวมนี

ผลรวมจากตารางการสำรวจบริษัทชั้นนำที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ			
ลำดับ	ทวีป	จำนวนประเทศ	จำนวนบริษัท
1.	ทวีปอเมริกาเหนือ	2	17
2.	ทวีปออสเตรเลีย	1	6
3.	ทวีปยุโรป	2	16
4.	ทวีปเอเชีย	7	40
รวม		12	79

ตารางที่ 4.2 ผลรวมจากตารางการสำรวจบริษัทชั้นนำที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ

4.2 วิธีการดำเนินงาน

4.2.1 ทำการเลือกพันธมิตรโดยใช้ทฤษฎีการเลือกพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกับเทคนิคของบริษัท โกลบอล ทราเวล ซีล็คชั่น จำกัด

- 1) ต้องเป็นบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือสูง มีเครดิตที่ดี
- 2) ต้องเป็นบริษัทที่มีการทำงานที่เกี่ยวข้องกับบริษัทท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม
- 3) ต้องเป็นบริษัทที่ไม่มีสาขาย่อยภายในประเทศไทย
- 4) ต้องเป็นบริษัทที่มีเส้นทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

4.2.2 จากการเลือกพันธมิตรที่ผ่านเกณฑ์ในการเลือกของบริษัท โกลบอล ทราเวล ซีล็คชั่น จำกัด สรุปได้ดังนี้

1) บริษัทที่ไม่ผ่านเกณฑ์การเลือกมีจำนวน 1 บริษัท คือ ลำดับที่ 13 บริษัท

Exploring Tourism ประเทศฮ่องกง เนื่องจากมีสาขาย่อยอยู่ในประเทศไทย

ตารางการสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ทวีปเอเชีย				
ลำดับ	ชื่อบริษัท	ประเทศ	เว็บไซต์ และ ช่องทางการติดต่อ	เส้นทางท่องเที่ยวไทยในบริษัทจำหน่ายเที่ยวต่างประเทศ
13		HKG	1. http://www.travelohongkong.com 2. E-Mail: info@exploringtourism.com	1. Bangkok: 4 Days THB 7,500 2. Bangkok: 3 Days THB 3,800 3. Chonburi: 1 Days THB 1,142

ตารางที่ 4.3 ตัวอย่างบริษัทที่ไม่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือก

2) สรุปผลบริษัทที่ผ่านเกณฑ์การเลือก มี 4 ทวีป ใน 12 ประเทศ รวมทั้งสิ้น 78 บริษัท

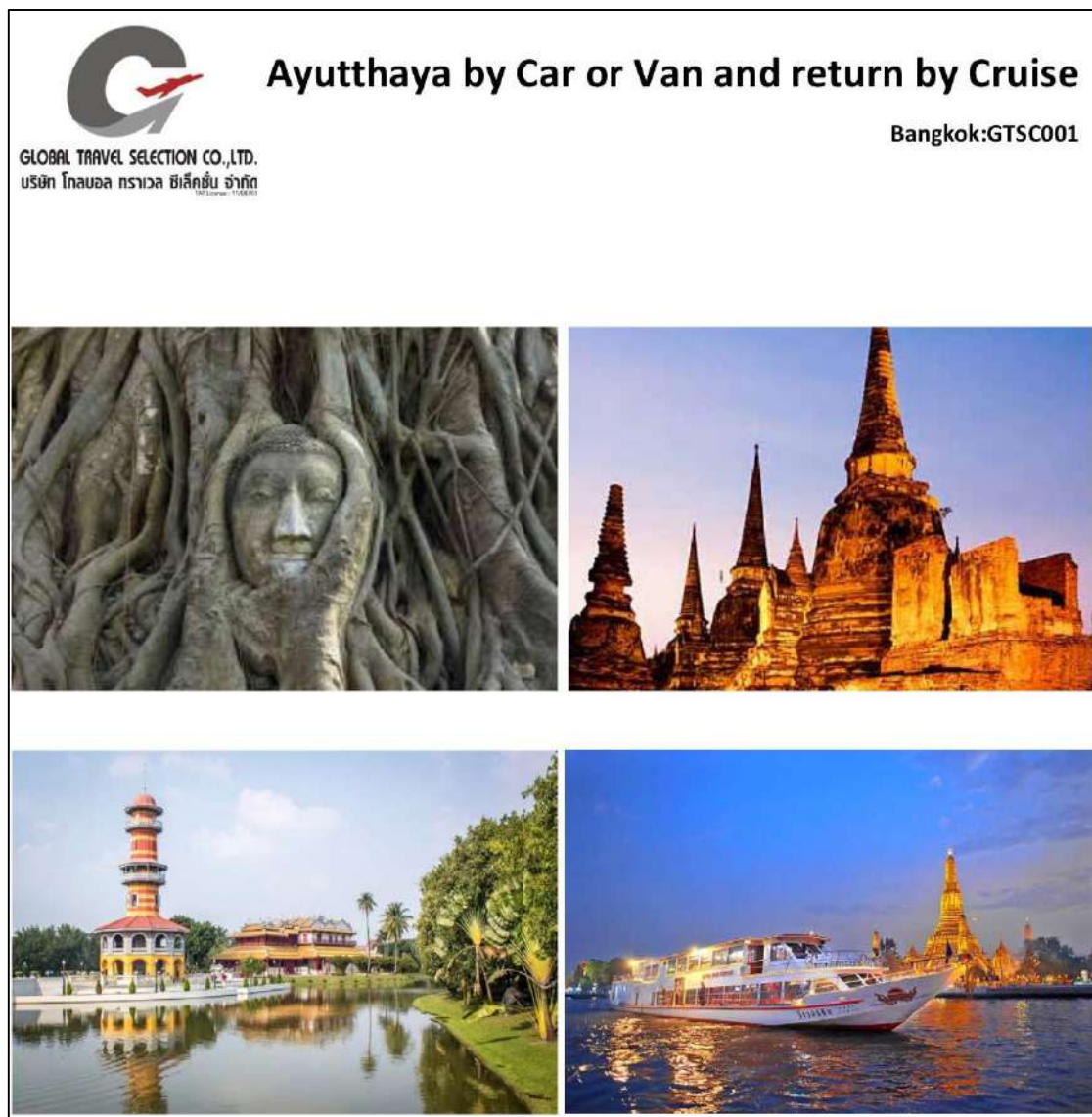
สรุปผลจำนวนที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือก			
ลำดับ	ทวีป	จำนวนประเทศ	จำนวนบริษัท
1.	ทวีปอเมริกาเหนือ	2	17
2.	ทวีปออสเตรเลีย	1	6
3.	ทวีปยุโรป	2	16
4.	ทวีปเอเชีย	7	40
รวม		12	78

ตารางที่ 4.4 ตารางสรุปผลจำนวนที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือก

4.2.3 สร้างโปรแกรมทัวร์ เส้นทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย เป็นภาษาอังกฤษ เพื่อนำมาอัปเดตบนเว็บไซต์ และสามารถเสนอขายได้ ตามตัวอย่าง เช่น

Ayutthaya by Car or VAN and return by Cruise ในโปรแกรมทัวร์จะประกอบด้วย

- 1) รูปภาพประกอบ
- 2) รายละเอียดสถานที่ท่องเที่ยว
- 3) รายละเอียดราคา



ภาพที่ 4.1 ตัวอย่างภาพประกอบในโปรแกรมทัวร์

Tour Schedule: Ayutthaya by Car or Van and return by Cruise (GTSC001)**Morning Ayutthaya**

Bang Pa-In, The Royal Summer Palace, The original Palace was built by King Prasat Thong of Ayutthaya in the first half of the 17th century. When Ayutthaya was invaded and destroyed by the Burmese in 1767, Bang Pa-In Palace was left abandoned for almost a century.

A number of impressive buildings can be found in the Palace complex, built in very different architectural styles, some in classical Thai, some Chinese and some European design. The large landscaped grounds are very well maintained, the neo classical style European buildings give Bang Pa-In Summer Palace a little of a Versailles like atmosphere. A full day can easily be spent in this picturesque and very photogenic place.

Wat Phra Si Sanphet, "the temple of the Buddha Si Sanphet" was the most important temple in the Ayutthaya Kingdom. Being part of the Royal Palace complex, the very large monastery with dozens of structures was used by Ayutthaya Kings only; it was a Royal temple without resident monks. In its heydays mid17th century the temple consisted of a raised platform supporting three very large gilded bell shaped stupas and three gilded mondops, an enormous viharn enshrining a 16 meter tall gilded Buddha image, as well as dozens of smaller chedis and chapels.

Wat Phra Mahathat, Thailand, was a royal temple of the Ayutthaya Kingdom. It is one of the oldest and most significant temples in the history of Ayutthaya as it housed the Buddha's holy relic. Many important royal ceremonies of the Ayutthaya era had been hosted here. When the Ayutthaya Kingdom failed in 1767, Wat Phra Mahathat was severely damaged by fire and was since abandoned. The temple is located in the area of the Ayutthaya Historical Park nowadays. Attractions in Wat Phra Mahathat of Phra Nakhon Si Ayutthaya include remains of important old buildings such as pagodas, octagonal pagodas, royal hall, small temples, murals under a Bodhi tree, and the famous sand-stone Ayutthaya-style head of the Buddha image in a tree's root.

Afternoon

3 hours on board, Thai and European Buffet Lunch will be served on board. Enjoy the beautiful scenery with lot of old Thai houses, temples and ancient places lining up the whole route of Chao Phraya River, an interesting way of seeing Thai ways of life. Arrive River City Pier and transfer to the hotel.

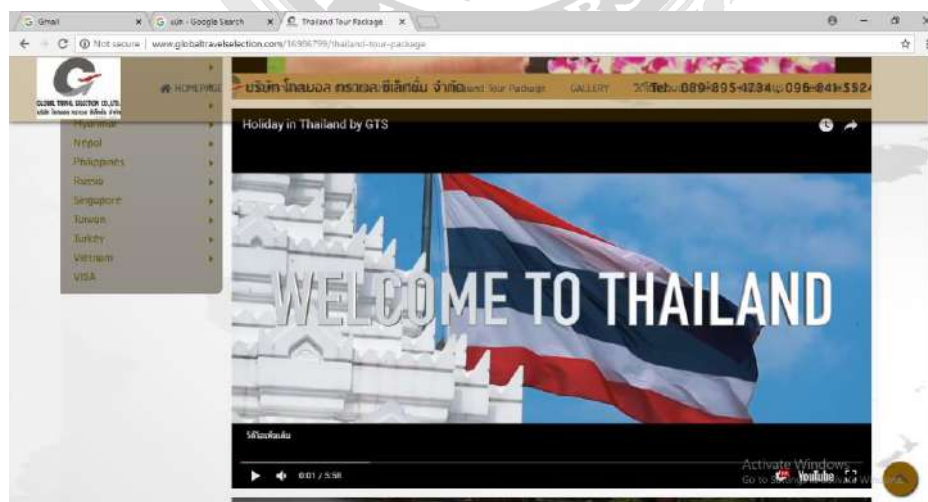
ภาพที่ 4.2 ตัวอย่างรายละเอียดสถานที่ท่องเที่ยว



<p>Tour Rate:</p> <p>Baht 4,700 each</p> <p>The rate mentioned is based on English speaking tour guide, others language will be at the surcharge of Baht 2,000 per tour.</p> <p>Payment:</p> <p>-Transfer to the Bank Account</p> <p>Tour Includes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Welcome Garland - Natural Mineral Water and Cold Towel - Transportation - Travel Insurance Certificate - Exclusive Professional Tour Guide - Admission Fees and Lunch onboard <p>Tour Excludes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alcoholic Drinks and Meals (Lunch) - Extra Transportation <p>Dress Code:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Respectful dress is required at the Palace. Mini-skirts and shorts are not allowed. - Lady's need to cover the shoulders. - Footwear: Sandals are acceptable.

ภาพที่ 4.3 ตัวอย่างรายละเอียดของราคา

4.2.4 สร้างวิดีโอเกี่ยวกับประเทศไทยนำมาอัปโหลดลงเว็บไซต์ของบริษัท เพราะเว็บไซต์เป็นสิ่งที่เปิดกว้าง ทำให้บริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศหรือกลุ่มลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อขายได้ง่ายขึ้น เป็นการนำเสนอมุมมองประเทศไทย



ภาพที่ 4.4 ตัวอย่างวิดีโอฟรีเชนด์ท่องเที่ยวประเทศไทย

ที่มา: <http://www.globaltravelselection.com/16986799/thailand-tour-package>

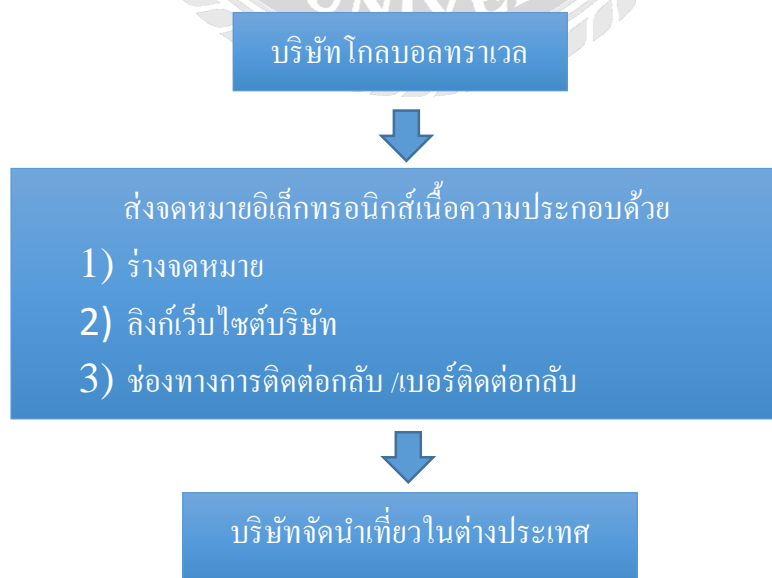
4.2.5 ร่างจดหมายเพื่อทำการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โดยคุณชฎาธร นกเอี้ยงทอง ผู้จัดการกรรมการ เป็นผู้ร่างจดหมายใจความดังต่อไปนี้

To whom it may concern

We are Global Travel Selection co., ltd or GTS. “a land operator in South East Asia, especially in Thailand”with a TAT License of 11/08703. Our head quarter is situated in the heart of Bangkok, Thailand. Our Team specializes creating various types of itinerary to suit our partners’ needs. We have been doing an inbound tour for more than 10 years. We are doing “all in one services” for our partners or selective services, such as accommodation, tickets, restaurants, transportation, large-to-small vehicle rents, etc. If you interested in taking your clients to South East Asia, please do not hesitate to contact us.

4.2.6 ส่งจดหมายไปยังบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศที่ได้ทำการสำรวจไว้ ผ่านช่องทางการติดต่อทาง E-Mail Address ของบริษัทจัดนำเที่ยวเป้าหมายทั้งหมด โดยใช้ E-Mail: globaltravelselection@gmail.com เป็นตัวส่งจดหมาย เนื่องจากจะประกอบไปด้วย

- 1) ร่างจดหมายภาษาอังกฤษ
- 2) ลิงก์เว็บไซต์ : <http://www.globaltravelselection.com/>
- 3) ช่องทางการติดต่ออื่นๆ เช่น เบอร์ติดต่อกลับ, What’s App (ส่วนตัว)



ภาพที่ 4.5 ภาพแสดงขั้นตอนการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

4.3 สรุปผล

4.3.1 บริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด ได้รับการติดต่อกลับจากบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ จำนวน 6 ประเทศ 2 ทวีป และ 6 บริษัท ดังนี้

- บริษัท Exotik Tour ประเทศแคนาดา ทวีปอเมริกาเหนือ
- บริษัท Gate1 Travel ประเทศอเมริกา ทวีปอเมริกาเหนือ
- บริษัท Teak Travel ประเทศพม่า ทวีปเอเชีย
- บริษัท Hoi An Express ประเทศเวียดนาม ทวีปเอเชีย
- บริษัท Jebesen Holidays ประเทศฮ่องกง ทวีปเอเชีย
- บริษัท YL Travel&Tours ประเทศมาเลเซีย ทวีปเอเชีย

ทวีปอเมริกาเหนือ

ทวีปอเมริกาเหนือ				
ประเทศ	ลำดับ	ชื่อบริษัท	ช่องทางการติดต่อ	
			E-Mail	Facebook
Canada	1	Exotik Tour	✓	
USA	1	Gate1 Travel	✓	

ตารางที่ 4.5 แสดงผลการตอบกลับของบริษัทจัดนำเที่ยวทวีปอเมริกาเหนือ

ทวีปเอเชีย

ทวีปเอเชีย				
ประเทศ	ลำดับ	ชื่อบริษัท	ช่องทางการติดต่อ	
			E-Mail	Facebook
Myanmar	1	Teak Travel	✓	
Vietnam	1	Hoi An Express	✓	
Hongkong	1	Jebesen Holidays	✓	
Malaysia	1	YL Travel&Tours	✓	

ตารางที่ 4.6 แสดงผลการตอบกลับของบริษัทจัดเที่ยวทวีปเอเชีย

4.3.2 Feedback การตอบกลับทาง E-mail

1. บริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด ได้รับการติดต่อกลับจากบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ผ่านช่องทาง E-mail เป็นการตอบกลับเพื่อติดต่อขอรายละเอียดของโปรแกรมทัวร์ และราคาของโปรแกรมทัวร์ โดยมีรายละเอียดข้อความการตอบกลับจาก E-mail



ภาพที่ 4.6 ตัวอย่าง E-mail ตอบกลับขอรายละเอียดโปรแกรมทัวร์

Date	Itinerary	Meals	Accommodation
15 MAR.19 SAT	Hongkong to Chiang Rai by UO - 730 arrive 1745. City Tour in Chiang Rai.	Dinner	3 * hotel
16 MAR.19 FRI	Visit in Chiang Rai.	Breakfast Dinner	3 * hotel
17 MAR.19 SUN	Depart Chiang Rai to Tachilek. Visit in Tachilek.	Breakfast Dinner	3 * hotel
18 MAR.19 MON	City tour in Tachilek (walking tour). Return to Chiang Rai.	Breakfast Lunch Dinner	3 * hotel
19 MAR.19 TUE	Visit in Chiang Rai.	Breakfast Dinner	3 * hotel
20 MAR.19 WED	City tour in Chiang Rai (walking tour) whole day.	Breakfast Lunch Dinner	3 * hotel
21 MAR.19 THU	City tour in Chiang Rai (walking tour) whole day.	Breakfast Lunch Dinner	3 * hotel
22 MAR.19 FRI	Depart Chiang Rai by UO - 731 @ 1855.	Breakfast	

Tour prices including:

Accommodation	3 stars hotel with daily breakfast. Please advise half twin & single supplement.
Meal	standard for group meals is not less than HK\$40 per person (approx US\$5)
Transportation	Tour bus
Tour	All Admission fee if necessary
Hiking support	Need to provide enough drinking water
Guide Tip	Whole journey
Travel Insurance	Whole journey

More information:
"We do not have detailed itinerary. We will have to arrange all including detailed itineraries. Therefore, you can adjust the program by yourself depending on their flight schedule. As per their request, they want US\$ 5 per meal, if it is not possible, you can increase for it"

ภาพที่ 4.7 ตัวอย่างโปรแกรมทัวร์จังหวัดเชียงราย ที่บริษัทจัดนำเที่ยวขอราคา

4.3.3 รายละเอียดโปรแกรมทัวร์ที่บริษัท โกลบอล ทราเวล ซีล็คชั่นส์ ทำการเสนอขาย

รายการทัวร์ที่ทำการเสนอขาย Tour Schedule: Chiang Rai – Visiting Hill Tribes

Villages In Long – Neck Karen Village, Mae Salong Mountain

Tour Schedule: Chiang Rai - Visiting Hill Tribes Villages in Long-Neck Karen Village, Mae Salong Mountain	
Morning	<p>Chiang Rai - Long Neck Karen Village, Visiting a one of the numerous Karen Long Neck villages in Thailand is one of the most exotic experiences on the planet. The mystery and beauty that sound the tradition of using brass rings for exaggerated jewelry is something better seen in person than in a book.</p> <p>The Karen are a tribal group who have historically lived in the hills on the Myanmar (formerly Burma) side of the Thai border. Best recognized for their elongated necks, the Karen women wear heavy brass rings around their necks, forearms, and shins. While the Karen men are mainly field workers and farmers, the women have a rich history of crafting from wood carving to weaving. Overall the Long Neck Tribes live a rugged, tedious, and simple lifestyle, but the fruits of their labor are colorful and very lively.</p> <p>Doi Mae Salong, No matter which mountain we are heading to, the peak of it is surely a place where cool air is expected whole year round. Mae Salong Mountain is one of those you are looking for. Among many Chiang Rai attractions, Doi Mae Salong is one of the most popular places tourists visit in winter because of its low temperature at the top. Other activities available here include a visit to tea houses, tea plantations, tasting stewed pork leg with hot steamed buns and Yunnan food.</p> <p>Doi Mae Salong locates in Santa Kiri village, Mae Salong Nork sub district, Mae Fah Luang district, Chiang Rai province. Comfortable transportation is provided and allows you to have a sight-seeing of the roadside with layers of mountain view. Once you arrive the village on the top, there are many nice spots for photography lovers, restaurants, and enough hotels for tourists. Villagers gather in the morning at a market to sell agricultural products and some snacks you might have not seen before. Popular souvenirs are tea leaves and dried or preserved fruits.</p>
Afternoon	<p>Hill Tribe Village, Enjoy the best of Thailand’s culture, traditions and destinations with this private tour of Hill Tribes and the Golden Triangle from Chiang Rai. Your full-day adventure makes stops at Mae Chan, where you’ll visit the Yao and Akha hill tribe villages on your way from Chiang Rai.</p>

ภาพที่ 4.8 ตัวอย่างรายละเอียดโปรแกรมทัวร์เส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

ที่ทำการเสนอขาย

<p>Tour Rate:</p> <p>1 Person: Baht 7,000</p> <p>2 Persons: Baht 4,000 each</p> <p>3 Persons: Baht 3,300 each</p> <p>4-7 Persons: Baht 2,500 each</p> <p>The rate mentioned is based on English speaking tour guide, others language will be at the surcharge of Baht 2,000 per tour.</p> <p>Payment:</p> <p>-Transfer to the Bank Account</p> <p>Tour Includes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Natural Mineral Water and Cold Towel - Private Car or VIP Van - Travel Insurance Certificate - Exclusive Professional Tour Guide - Admission Fees - Lunch inclusive at the local restaurant <p>Tour Excludes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alcoholic Drinks and Meals (Lunch) - Extra Transportation
--

ภาพที่ 4.9 ตัวอย่างรายละเอียดราคาทัวร์เส้นทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายที่ทำการเสนอขาย

4.3.4 การติดต่อเป็นพันธมิตรทางธุรกิจหรือเป็นลูกค้า ผ่านสื่อออนไลน์ช่องทางการติดต่อ E-mail, Facebook, What's App (ส่วนตัว) หรือติดต่อผ่านช่องทางออนไลน์อื่นๆ ในช่องทางใดช่องทางหนึ่ง เป็นการติดต่อที่มีความสะดวกรวดเร็ว และง่ายต่อการเข้าถึง ทำให้เกิดการพูดคุยแลกเปลี่ยนกัน ดังนั้นจึงเกิดการซื้อขายได้เช่นเดียวกัน

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผลโครงการ

5.1 สรุปผลโครงการ

5.1.1 นักศึกษาได้รับมอบหมายงานให้ค้นหาบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ภายใต้โครงการ “Guideline on the Expanding International Partners of Global Travel Selection Co., Ltd.” หรือ แนวทางการขยายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศของบริษัท โกลบอล ทราเวล ซี เล็คชั่น จำกัด กับบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ เนื่องจากบริษัททำธุรกิจนำเที่ยวประเภทนำนักท่องเที่ยวคนไทยไปเที่ยวต่างประเทศ(Outbound) อยู่แล้ว จึงต้องการมุ่งเน้นธุรกิจนำเที่ยวประเภทนำนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ (Inbound) โดยเริ่มจากการหาลูกค้าในต่างประเทศ เพื่อให้บริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศนั้นส่งลูกค้าผ่านมายังบริษัท จะทำให้บริษัทได้ฐานลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ (Inbound) มากขึ้น และยังเป็น การขยายตลาดการท่องเที่ยวประเภทนำนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ (Inbound) ให้กับบริษัท โกลบอล ทราเวล ซี เล็คชั่น จำกัด ไปในตัวด้วย และสามารถสรุปผลโครงการได้ดังนี้

5.1.1.1 เนื้อหาในโครงการเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

5.1.1.2 เนื้อหาภายในโครงการมีตารางการสำรวจและภาพประกอบอย่างชัดเจน

5.1.2 ปัญหาของโครงการ

1. เนื่องจากนักศึกษามีการได้รับมอบหมายงานที่สถานประกอบการไว้ แต่ทำไม่เสร็จตามกำหนด ทำให้การหาข้อมูลเกี่ยวกับโครงการต่างๆ เกิดความล่าช้า

2. ปัญหาในด้านการสื่อสารกันของนักศึกษาเอง บางครั้งในการทำโครงการเกิดความไม่เข้าใจทำให้โครงการเกิดความผิดพลาดบ่อยครั้ง

3. เนื่องจากการส่งจดหมายผ่านทางอีเมลของบริษัท เป็นหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ดูแลเรื่องอีเมล นักศึกษาฝึกงานไม่สามารถดูในส่วนของการส่งจดหมายผ่านอีเมลได้ เพราะเป็นอีเมลจุดศูนย์กลางของบริษัท ดังนั้นนักศึกษาจำเป็นจะต้องรอข้อมูลการตอบกลับของทางคู่

ค่าและความเคลื่อนไหวอื่นๆ ผ่านทางพนักงานขององค์กรอีกที การทำงานจึงเกิดความล่าช้าไปมาก

5.1.3 ข้อเสนอแนะ

1. เว็บไซต์บริษัททำเส้นทางท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อย จำเป็นต้องทำเพิ่มมากขึ้นเพื่อดึงดูดลูกค้า
2. ควรทำการตลาดธุรกิจนำเที่ยวประเภทนำนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย (Inbound) ให้เป็นที่รู้จัก เช่น การออกบูธเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นชาวต่างชาติ
3. ควรมีการศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวในประเทศไทยให้นอกเหนือจากเส้นทางเดิมที่บริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศมีอยู่แล้ว เพื่อเพิ่มความหลากหลายในเส้นทางท่องเที่ยวไทย

5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาที่บริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด เป็น ระยะเวลา 16 สัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม - 31 สิงหาคม 2561 ในครั้งนี้ได้ปฏิบัติงานตำแหน่งส่วนงาน Sales & Operation เกี่ยวกับส่วนงานขายทัวร์และซัพพอร์ตเซลล์ ทำให้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึกต่างๆ เกี่ยวกับงานทัวร์มากขึ้น ทำให้นักศึกษาได้รู้จักการทำงานร่วมกับผู้อื่นเข้าใจข้อดีและข้อเสียในการปฏิบัติงาน รวมถึงการพบเจอปัญหา สามารถแก้ไขปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ได้ดียิ่งขึ้นปรับตัวให้เข้ากับของบริษัทและได้ประสบการณ์การทำงานอย่างแท้จริง ฝึกการมีระเบียบวินัย การตรงต่อเวลา ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ จากการปฏิบัติงานจริง และได้เรียนรู้การแก้ไขเฉพาะหน้าการวางแผนก่อนลงมือทำงาน เพื่อผลลัพธ์ที่ออกมาจะได้มีข้อผิดพลาดน้อยมากที่สุด เพราะการทำงานนั้นสอนให้รู้ว่า ต้องมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเองต้องอาศัยประสบการณ์และไหวพริบในการทำงานเพื่อให้เกิดความรวดเร็วและรอบคอบเพื่อให้ผลงานออกมาตามความพึงพอใจของลูกค้าและบริษัท

5.2.2 ข้อดีของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

1. เกิดการเรียนรู้ประสบการณ์เข้าใจในการทำงานอย่างแท้จริงในส่วนต่างๆ ในรูปแบบของบริษัท

2. มีการฝึกฝน ความคิด การเรียนรู้ ความอดทนสูง และแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ดี
3. มีความรับผิดชอบต่อน้ำที่การทำงานที่ทำเป็นอย่างดี มีความรับผิดชอบสูง
4. สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตในการทำงานจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.2.3 ปัญหาที่พบของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

1. การสื่อสารระหว่างนักศึกษาฝึกงานกับพนักงาน เข้าใจกันคนละอย่าง ทำให้งานออกมาผิดพลาด
2. ทำหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายไม่เต็มที่ เช่น การส่งไลน์รายการทัวร์ในช่วงเช้าเวลา 06.30 น. ของทุกวัน นักศึกษาทำได้บ้าง ทำไม่ได้บ้าง จึงมีการพูดคุยเจรจาขอเปลี่ยนเวลาส่งไลน์ เป็น 07.30 น ของทุกวันแทน
3. การไม่ชำนาญงานทำให้เกิดความบกพร่องของงานนั้นๆที่ได้รับมอบหมาย แต่ก็มีมีการปรับปรุงแก้ไขกัน

5.2.4 ข้อเสนอแนะการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

1. ต้องมีความพร้อมที่จะปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมบริษัท เช่น กฎเกณฑ์ข้อบังคับต่างๆ ของทางบริษัท
2. การปฏิบัติงานสหกิจศึกษามีบางครั้งที่ได้รับมอบหมายงานแบบกะทันหัน เราจึงต้องมีการเตรียมความพร้อมอยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะได้ออกไปปฏิบัติงานที่ใดรับมอบหมายมาได้ อย่างทันเวลา
3. มีความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้และเข้าใจในการทำงาน อย่างละเอียด

บรรณานุกรม

- กัลยา สว่างคง และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2561). *กลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจ: ทางเลือกสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวของไทย*. เข้าถึงได้จาก <https://tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/118393/90814>
- กาญจน์ภา พงศ์พนรัตน์. (2560). *ภาพรวมสถานการณ์และแนวโน้มการพัฒนาการท่องเที่ยวโลก อาเซียน และไทย*. เข้าถึงได้จาก [msi.citu.tu.ac.th public/upload/2. Trends%20and%20Issues%20of%20Tourism.pdf](https://msi.citu.tu.ac.th/public/upload/2_Trends%20and%20Issues%20of%20Tourism.pdf)
- โกศล สุวรรณมณี. (2534). *การตัดสินใจของผู้บริหาร โรงเรียนมัธยมศึกษาจังหวัดสงขลา*. (ปริญญาโทนิพนธ์). สาขาการบริหารการศึกษา. คณะศึกษาศาสตร์. สงขลา: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒสงขลา.
- ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ. (ม.ป.ป). เข้าถึงได้จาก <http://courseware.payap.ac.th/docu/mg109/chapter6.htm>
- จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งโดยใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์. (2560). เข้าถึงได้จาก <http://mindphp.com/คู่มือ/73-คืออะไร/2029-e-mail-คืออะไร.html>
- จุฑามาศ วิศาลสิงห์. (2561). *ใครคือนักท่องเที่ยวของท่าน.....เขาและเธอจะมีใจตรงกับสิ่งที่ท่านนำเสนอหรือไม่*. เข้าถึงได้จาก <http://www.dasta.or.th/attachments/article/1487/2-knowTourist.pdf>
- เจษฎา พงศ์พิริยะกาญจน์. (2553). *รูปแบบของพันธมิตรทางธุรกิจที่มีผลต่อคุณค่าของตราสินค้า กรณีศึกษาการจัดทำพันธมิตรทางธุรกิจของภัตตาคารร่วมกับร้านอาหาร ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. เข้าถึงได้จาก dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/479/1/jadsada_thon.pdf
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท วี. พรินท์.
- ปกรณ์ ปกรณ์กรณ์ คำกอง. (2555). *แนวคิดการตัดสินใจ*. เข้าถึงได้จาก <https://www.gotoknow.org/posts/284784>

- ประชาชาติธุรกิจ. (2561). *ท่องเที่ยวไทยปี61 ททท.ตั้งเป้ากวาดรายได้รวม 3.1 ล้านล้าน*. เข้าถึงได้จาก <https://www.prachachat.net/tourism/news-95937>
- ปิยะฤกษ์ มีอุดมพงศ์. (2553). *การสืบค้นข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต*. เข้าถึงได้จาก <http://portal.edu.chula.ac.th/peng/blog/view.php?Bid=1277613762810293>
- เป้าหมายองค์กร ปี2561 – *Tourism Authority of Thailand*. (2561). เข้าถึงได้จาก <https://www.tourismthailand.org/fileadmin/downloads/pdf/แผนปฏิบัติการ-ททท-ปี-2561.pdf>
- พิชชา ตีระติเรก. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัททัวร์นำเที่ยวของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. เข้าถึงได้จาก ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5802031483_5193_3928.pdf
- พิเชษฐ ภูหะเพ็ญแสง. (2546). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณชายหาดจังหวัดระยอง*. (สารนิพนธ์). บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. เข้าถึงได้จาก thesis.swu.ac.th/swuthesis/Man/Pichet_K.pdf
- พิศมัย จัตุรัตน์. (2546). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร*. (ปริญญาานิพนธ์). บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. เข้าถึงได้จาก pknow.edupol.org/Course/C2/document/02/12_4_1.pdf
- พรพัฒน์ วัฒนนิมขจร. (2560). *วิธีการค้นหาและบริหารพาร์ทเนอร์ (คู่ค้า) อย่างมีประสิทธิภาพ*. เข้าถึงได้จาก <https://www.sales100million.com/single-post/how-to-search-and-handle-your-business-partner>
- รัตนา สีดี (Rattana Seede). (2559). *แนวทางในการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจภายใต้บริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนสำหรับธุรกิจสปาและนวดไทย*. เข้าถึงได้จาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/download/78919/63140/>

ราช ศิริวัฒน์. (2560). ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ. เข้าถึงได้จาก <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ/>

<https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ/>

รวมภูอน สุทธิการ. (2560). หลักการทำงานของระบบค้นหาข้อมูล. เข้าถึงได้จาก <https://www.1belief.com/article/search-engines/>

www.1belief.com/article/search-engines/

เมธี ปิลาธนานนท์. (2526). การบริหารการศึกษา. กรุงเทพฯ : พิทักษ์อักษร.

วุฒิชัย จำนงค์. (2523). พฤติกรรมการตัดสินใจ. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์บรรณกิจ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2545). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: ชรรรมสาร.

อนุวัฒน์ ชลไพศาล และ ชนินทร์ มีโกศล. (2555). รูปแบบการค้าระหว่างประเทศของไทยกับคู่ค้าใน

อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. เข้าถึงได้จาก

www.dpu.ac.th/dpurc/assets/uploads/magazine/3mm08i34xuucw4k.pdf

อินเทอร์เน็ตคือเครือข่ายคอมพิวเตอร์ซึ่งเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์จากทั่วโลก. (2560). เข้าถึงได้จาก

<http://mindphp.com/คู่มือ/73-คืออะไร/2021-internet-คืออะไร.html>

Chawannuch Uthayan. (2552). เรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยว. เข้าถึงได้จาก <https://touristbehaviour.wordpress.com/1/>

touristbehaviour.wordpress.com/1/

Patterson, John. (1980). *Teaching Personalized Decision Making*. Santa Clara Country:

K-12 Career Education Consortium San Jose.



ภาคผนวก ก

รูปขณะปฏิบัติงานสหกิจ

ภาพขณะปฏิบัติงานส่งลูกทัวร์ ณ สนามบินสุวรรณภูมิ



ภาพขณะปฏิบัติงานส่งลูกทัวร์ ณ สนามบินสุวรรณภูมิ



ภาพขณะปฏิบัติงานตั้งบูธทัวร์ ณ สยามสแควร์วัน



ณ บริษัท CIMB Principal ASSET MANAGEMENT



ภาพการปฏิบัติงานในการนำเสนอผลงาน Aloha Party #CPAMxPATTAYA2018

งาน Aloha Party #CPAMxPATTAYA2018 จังหวัดชลบุรี พัทยาเหนือ



ภาพการปฏิบัติงานในงาน Aloha Party #CPAMxPATTAYA2018

งาน RSU Open House ณ มหาวิทยาลัยรังสิต



ภาพการปฏิบัติงานในงาน RSU Open House

และตั้งบูธที่ว้ ณ คณะวิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต

ภาพขณะปฏิบัติงานสหกิจ ณ บริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด





ภาคผนวก ข
บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

โครงการนี้มีประโยชน์ต่อสถานที่ประกอบการน้อยอย่างไรบ้าง

โครงการนี้มีประโยชน์ต่อสถานประกอบการหรือ บริษัท โกลบอล ทราเวล ซีล็คชั่น จำกัด มาก เพราะทางบริษัทฯ เพิ่งเริ่มเปิดตลาดธุรกิจการจ้ดนำเที่ยวประเภทนำนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ (inbound) การทำ Thesis ศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเที่ยวในประเทศไทย เป็นสิ่งที่สำคัญมากคะ ทำให้ทางบริษัทฯ รู้ว่า

1. ตลาดนี้มีความเป็นไปได้กับธุรกิจของเรามากแค่ไหน
 2. ลักษณะทัวร์ที่ถูกค้ชอบเลือกสรรในแต่ละประเทศเป็นอย่างไรหรือเรียกง่ายๆ ว่าทางบริษัทฯ ได้เรียนรู้ถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกันไปในแต่ละส่วนของประเทศ
 3. ทราบช่องทางในการติดต่อเพื่อสร้างโอกาสการเป็นคู่ค้าต่อไปในอนาคต
- ต้องบอกเลยว่า Thesis ฉบับนี้ มีประโยชน์และใช้ได้จริงกับบริษัทฯ อย่างยิ่งทางบริษัทฯ จะนำแนวทางของ Thesis นี้ มาพัฒนา และเจาะตลาดธุรกิจการจ้ดนำเที่ยวประเภทนำนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ (inbound) ต่อไปในอนาคต



.....
(คุณชฎาธร นกเอี้ยงทอง)

ผู้จัดการกรรมการ



ภาคผนวก ค
บทความวิชาการ

แนวทางการขยายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศ
ของบริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด กับบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ

Guideline on the Expanding International Partners of

Global Travel Selection Co., Ltd.

นนุช แพงสมศรี¹, พรพิมล สุขะลังกา², อินทิรา นิระะ³

ภาควิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตรมหาวิทาลัยสยาม

38 ถนนเพชรเกษม เขตภาษีเจริญ กทม. 10160

E-mail: Npangsomsri@gmail.com¹, gif.pornpimol@gmail.com², Poopooo1919@gmail.com³

บทคัดย่อ

โครงการเรื่อง แนวทางการขยายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศของบริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด กับบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการขยายด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศ ของบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ กับบริษัทโกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด ประเภทนำนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย (Inbound) เพื่อขยายฐานลูกค้านักท่องเที่ยวต่างชาติกับประเทศอเมริกา ประเทศแคนาดา ประเทศเยอรมนี ประเทศอังกฤษ ประเทศจีน ประเทศฮ่องกง ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศออสเตรเลีย ประเทศพม่า ประเทศเวียดนาม ประเทศมาเลเซีย และประเทศกัมพูชา โดยมีขั้นตอนและวิธีดำเนินการดังนี้ 1) วางแผนและกำหนดประเทศที่ต้องการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ 2) สืบค้นและหาข้อมูลโดยใช้โปรแกรม Search Engine Site 3) นำข้อมูล

ของบริษัทจัดนำเที่ยวที่ค้นหาได้ในตารางการสำรวจ 4) นำมาคัดเลือกโดยใช้เกณฑ์การเลือกในการตัดสินใจ 5) นำอีเมล (E-mail) ของทางบริษัทที่ร่างเอาไว้ส่งให้กับบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศเพื่อติดต่อขอเป็นคู่ค้าทางธุรกิจ บริษัทที่ผ่านเกณฑ์การเลือกแบ่งเป็น 4 ทวีป ใน 12 ประเทศ รวมทั้งสิ้น 78 บริษัท พบว่า มี 6 บริษัทจัดนำเที่ยวตอบกลับอีเมล (E-mail) และ 1 บริษัทจัดนำเที่ยวขอราคารายการทัวร์ โครงการนี้จะมีประโยชน์การขยายฐานธุรกิจการท่องเที่ยวของบริษัทโกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด ในอนาคตเป็นอย่างมาก

Abstract

This cooperative project is entitled Guideline on the Expanding International Partners of Global Travel Selection Co., Ltd. The processes of work comprised of 5 steps: 1) We selected countries where we want to

find travel companies to be our partner. 2) We used Search Engine Site to find companies information. 3) We put the information of the selected companies into our research table. 4) We selected the suitable companies from the list in our research table. 5) Then we contact those companies by sending the email which wrote by the company. It was found that there are 12 countries that have 78 qualified companies which are passed our standard. Moreover, there are six companies that replied our email and one out of six companies already ask about the cost of our touring programs. Therefore, this research will provide valuable information regarding the expanding of international partners and customer base in the future.

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาแนวทางการขยายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศของบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ กับบริษัท โกลบอล ทราเวล ซีล็คชั่น จำกัด

ขอบเขต

ในการศึกษาแนวทางการขยายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศของบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ กับบริษัท โกลบอล ทราเวล ซีล็คชั่น จำกัด นั้นมีจำนวน 12 ประเทศ ใน 4 ทวีป ได้แก่ทวีปอเมริกา

เหนือ ทวีปยุโรป ทวีปออสเตรเลีย และทวีปเอเชีย ประกอบด้วย ประเทศอเมริกา ประเทศแคนาดา ประเทศเยอรมนี ประเทศอังกฤษ ประเทศจีน ประเทศฮ่องกง ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศออสเตรเลีย ประเทศพม่า ประเทศเวียดนาม ประเทศมาเลเซีย และประเทศกัมพูชา

1. ขอบเขตด้านเวลา ทำการศึกษาระหว่างวันที่ 14 พฤษภาคม ถึงวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2561 เท่านั้น

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ที่มีการเสนอขาย โดยบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ จากสื่ออินเทอร์เน็ต

3. ขอบเขตประชากร คือ บริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการทำงาน การประสานงาน และติดต่อหน่วยงานต่างๆ พร้อมทั้งมีการวางแผนการทำงาน

2. ทำให้รู้จักการทำงานกันเป็นหมู่คณะ

3. ทำให้เข้าใจวัตถุประสงค์ของการศึกษาการขยายพันธมิตรของบริษัทนำเที่ยวระหว่างประเทศ

4. เพิ่มพันธมิตรบริษัทจัดนำเที่ยวระหว่างประเทศให้กับบริษัท โกลบอล ทราเวล ซีล็คชั่น จำกัด

5. เพิ่มฐานลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ (Inbound) ให้บริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด

6. ช่วยขยายตลาดธุรกิจนำเที่ยวประเภทนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ (Inbound) บริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้จัดทำเก็บรวบรวมข้อมูลจากการค้นหาและสำรวจออนไลน์ ตั้งแต่ระยะเวลาวันที่ 14 พฤษภาคม ถึงวันที่ 31 กันยายน 2561 โดยการค้นหาและสำรวจผ่านทางสื่อคอมพิวเตอร์ จากนั้นได้ทำการติดต่อกับบริษัทจัดนำเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ช่องทาง E-mail, Facebook และ What's app เป็นต้น

2. การดำเนินงาน

เก็บข้อมูลจากการค้นหาบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศแต่ละประเทศ จำแนกเป็นแต่ละทวีป ข้อมูลที่ค้นหาและนำมาใส่ในตาราง ได้แก่ ชื่อบริษัทจัดนำเที่ยว, โลโก้หรือสัญลักษณ์ของบริษัทจัดนำเที่ยว ค้นหาประเทศตามที่บริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด กำหนดไว้และจัดเก็บในตารางการสำรวจ จากนั้นจึงนำเสนอให้แก่พนักงานพี่เลี้ยง เพื่อทำขั้นตอนในการเลือกบริษัทจัดนำเที่ยวเป็นลูกค้า โดยใช้เกณฑ์การเลือกที่กำหนดไว้ในขั้นตอนสุดท้ายได้ทำการส่งจดหมายผ่านช่องทาง E-mail ให้กับบริษัทจัด

นำเที่ยวในต่างประเทศเพื่อทำการติดต่อเป็นลูกค้าทางธุรกิจ

อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

ฮาร์ดแวร์

1. เครื่องคอมพิวเตอร์

ซอฟต์แวร์

1. โปรแกรม Microsoft Word/ Power Point

2. โปรแกรม Search Engine Site/ Google

สรุปผล

หลังจากการค้นหาและสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศเพื่อทำการติดต่อเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ บริษัทที่ผ่านเกณฑ์การเลือก แบ่งเป็น 4 ทวีป ใน 12 ประเทศรวมทั้งสิ้น 78 บริษัท พบว่ามี 6 บริษัทจัดนำเที่ยวตอบกลับอีเมล (E-mail) และ 1 บริษัทจัดนำเที่ยวขอราคารายการทัวร์ผ่านทาง E-mail, What's app ส่วนตัวของทางบริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด หลังจากนั้นบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศได้สอบถามเรื่องของราคาโปรแกรมทัวร์และรายละเอียดต่างๆ ในโปรแกรมทัวร์

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นທີ່ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจกับชีวิตของการทำงานจริง และให้ความเข้าใจกับชีวิตของการทำงานจริง ซึ่งคณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย





ภาคผนวก ง
โปสเตอร์



แนวทางการขยายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศของ
บริษัทโกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด กับบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ

Guideline on the Expanding International Partners of
Global Travel Selection Co., Ltd.

บทคัดย่อ

โครงการเรื่อง แนวทางการขยายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศของบริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด กับบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการขยายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศของบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ กับบริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด ประเภทนำนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย (Inbound) เพื่อขยายฐานลูกค้านักท่องเที่ยวต่างชาติกับประเทศอเมริกา ประเทศแคนาดา ประเทศเยอรมนี ประเทศอังกฤษ ประเทศจีน ประเทศฮ่องกง ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศออสเตรเลีย ประเทศพม่า ประเทศเวียดนาม ประเทศมาเลเซีย และประเทศกัมพูชา

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาแนวทางการขยายพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศของบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ กับบริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด

ลักษณะงานที่ปฏิบัติงาน

เนื่องจากคณะผู้จัดทำได้ปฏิบัติงานในงานกิจกรรม ฝ่ายผู้ช่วยประชาสัมพันธ์และฝ่ายขาย ซึ่งมีหน้าที่ขายโปรแกรมทัวร์, ส่งลูกค้าที่สนามบินสุวรรณภูมิ, ออกบูธโปรแกรมทัวร์, โพสต์รายการทัวร์ลงใน social network, ทำคลิป

วิดีโอท่องเที่ยวให้ลูกค้า และจัดงานกิจกรรมเวิเวนทันนอกสถานที่

ประโยชน์ที่ได้รับ

นักศึกษา

ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการทำงาน

การประสานงาน และติดต่อหน่วยงานต่างๆ พร้อมทั้งมีการวางแผนการทำงาน ทำให้เข้าใจวัตถุประสงค์ของการศึกษารายการขยายพันธมิตร

มหาวิทยาลัย

เพื่อเป็นประโยชน์และ

แนวทางให้กับผู้ที่สนใจศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการขยายพันธมิตรของบริษัทนำเที่ยวระหว่างประเทศ

สถานประกอบการ

เพิ่มพันธมิตรบริษัทจัดนำเที่ยว

ระหว่างประเทศให้กับบริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด เพิ่มฐานลูกค้าประเภทนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย (Inbound) และช่วยขยายตลาดการท่องเที่ยวประเภทนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย (Inbound) บริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

ขั้นตอนในการทำ

1. ศึกษาปัญหาและรวบรวมข้อมูล
2. กำหนดหัวข้อโครงการและวางโครงร่างหาบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ
3. วางแผนและสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ
4. จัดทำตารางการสำรวจข้อมูลบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ ตามประเทศที่กำหนด

5. รวบรวมเอกสารข้อมูลเพื่อปรับปรุงผลงาน และจัดทำเอกสารฉบับสมบูรณ์พร้อมนำเสนอผลงาน

สรุปผล

หลังจากการค้นหาและสำรวจบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศเพื่อทำการติดต่อเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ นั้นมีจำนวน 78 บริษัท ใน 12 ประเทศ แบ่งออกเป็น 4 ทวีปสามารถสรุปผลได้คือ บริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด ได้รับการติดต่อตอบกลับจากบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศ มี 6 บริษัทจัดนำเที่ยวตอบกลับ และ 1 บริษัทจัดนำเที่ยวขอรายการทัวร์ โดยได้รับการติดต่อตอบกลับผ่านช่องทาง E-mail และ What's app ส่วนตัวของทางบริษัท โกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด หลังจากนั้นบริษัทจัดนำเที่ยวในต่างประเทศได้สอบถามเรื่องของราคาโปรแกรมทัวร์และรายละเอียดต่างๆ ในโปรแกรมทัวร์

ภาควิชาการโรงแรมและท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม คณะผู้จัดทำ

**นางสาวนงนุช แพ่งสมศรี
นางสาวพรพิมล สุธะลังกา
นางสาวอินทิรา นิระชา
อาจารย์ที่ปรึกษา
อาจารย์สุภัทรา สวมเจริญ
พนักงานที่ปรึกษา
คุณชฎาธร นกเอี้ยงทอง
บริษัทโกลบอล ทราเวล ซีเล็คชั่น จำกัด**



ประวัติผู้จัดทำ



รหัสนักศึกษา : 5704400061
ชื่อ - นามสกุล : นางสาวนงนุช แพงสมศรี
คณะ : ศิลปศาสตร์
สาขาวิชา : การโรงแรมและการท่องเที่ยว
ที่อยู่ : 368 หมู่ 8 แขวงเมืองเก่า
เขตกบินทร์บุรี ปราจีนบุรี 25110



รหัสนักศึกษา : 5704420002
ชื่อ - นามสกุล : นางสาวพรพิมล สุขะลังกา
คณะ : ศิลปศาสตร์
สาขาวิชา : การโรงแรมและการท่องเที่ยว
ที่อยู่ : 98/399 หมู่ 10 ถนนบางรักใหญ่-
บ้านใหม่ แขวงบางแม่นาง
เขตบางใหญ่ นนทบุรี 11140



รหัสนักศึกษา : 5704420005
ชื่อ - นามสกุล : นางสาวอินทิดา นิเราะ
คณะ : ศิลปศาสตร์
สาขาวิชา : การโรงแรมและการท่องเที่ยว
ที่อยู่ : 98 ซอยบางแวก112 ถนนจรัญฯ13
แขวงคลองขวาง เขตภาษีเจริญ
กรุงเทพมหานคร 10160