

泰国乍都乍周末市场的经营模式和汉语服务调查研究

RESEARCH ON THE BUSINESS MODEL AND CHINESE SERVICE OF CHATUCHAK WEEKEND MARKET IN THAILAND

SUJITRA HEMAMIN*, ZHAO PING

College of Chinese studies, Huachiew Chalermprakiet University

*Email : duen_2015@outlook.com

摘要

旅游是中泰人文交流合作的一大亮点。中泰两国免签政策实施后，中国游客赴泰旅游人数呈上升趋势。乍都乍周末市场是中国游客集聚的曼谷景点之一，极具发展潜力，该市场的工作人员和服务的汉语水平直接影响中国游客的购物体验。为了乍都乍周末市场更好地发展，给中国游客带来更好的购物体验，本文以该市场为研究对象，利用调查问卷、访谈和观察等方法，调查乍都乍周末市场的经营模式和汉语服务使用情况；通过 SWOT 分析市场发展的优势、劣势、机遇和威胁，找出乍都乍周末市场目前主要存在的问题，并提出改进建议。为吸引中国客户商家需要加强汉语培训，提高销售人员的汉语水平；增加线上销售、提供电子支付方式；加强市场监管，改善市场的卫生环境，提升乍都乍周末市场的竞争力，吸引更多的顾客，以此谋求更大的发展。

关键词：乍都乍周末市场，经营模式，汉语服务，市场管理

Abstract

Tourism is a highlight of cultural exchange and cooperation between China and Thailand. After the implementation of visa free policies between China and Thailand, the number of Chinese tourists visiting Thailand has shown an upward trend. Chatuchak Weekend Market is one of the tourist attractions in Bangkok where Chinese tourists gather, with great potential for development. The Chinese level of the staff and services in this market directly affects the shopping experience of Chinese tourists. In order to better develop the weekend market in Chatuchak and provide Chinese tourists with a better shopping experience, , this thesis takes this market as the research object, and uses questionnaires, interviews and observations to investigate the business model and Chinese language service usage of Chatuchak weekend market; Through SWOT analysis of the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of market development, identify the main problems currently existing in the Chatuchak Weekend market and propose improvement suggestions. In order to attract Chinese customers, merchants need to strengthen Chinese language training and improve the Chinese level of sales staff; Increase online sales and provide electronic payment methods; Strengthen market supervision, improve the hygiene environment of the market, enhance the competitiveness of the Chatuchak weekend market, attract more customers, and seek greater development.

Keywords : Chatuchak Weekend Market, Business model, Chinese service, Market management

一、研究背景和意义

泰国是世界旅游胜地之一，旅游业是泰国的主要经济支柱。乍都乍周末市场是泰国最大最著名的市场，也被称为亚洲最大的跳蚤市场。乍都乍周末市场坐落于曼谷，分为 27 个不同的区域，15000 多个摊位。据不完全统计，市场内有超过 9000 家商铺，出售的商品种类繁多，从服饰、木雕、古董、护身符到木制家具和瓜果蔬菜，从中国青铜器、植物花草、石头、凉席、灯具、丝绸到宠物和各种美食、小吃等，琳琅满目，应有尽有。在曼谷大小不同的各种购物市场中，乍都乍周末市场是最具特色的购物市场，每逢周六日开放，不仅是泰国人喜欢的购物地之一，也是国外游客慕名而来的购物景点。大量中国游客光顾乍都乍周末市场，也让不少商家为方便中国游客购物和餐饮而提供了汉语服务。

本文的意义在于根据营销策略相关理论，对乍都乍周末市场的经营模式、发展现状以及营销环境进行分析，通过对乍都乍周末市场的调查，分析说明汉语服务在乍都乍周末市场的重要性以及汉语服务的现状和存在的问题，由此提出改进建议。

二、研究的目的、主要内容、方法和创新性

（一）研究的目的

本论文研究的目的是通过对乍都乍周末市场商家的调查，分析乍都乍周末市场的主要经营模式、营销策略以及一些商家的汉语服务情况。同时通过这项研究，分析商家提供汉语服务的情况，找出商家在汉语服务方面存在的问题，并提出改进的建议。

（二）研究的主要内容

本文研究的主要内容包括以下几个方面：

1. 乍都乍周末市场的经营模式、营销策略。
2. 乍都乍商家提供汉语服务的情况。
3. 中国游客对乍都乍周末市场的反映和满意情况。

（三）研究的方法

本文涉及的资料和调查数据等自 2023 年 3 月开始收集，至 2024 年 3 月结束。

1. 文献研究法

查询有关市场经营模式和营销理论，运用这些理论分析乍都乍周末市场的营销情况。

2. 问卷调查法

根据乍都乍周末市场的具体情况设计问卷调查表：一是调查乍都乍周末市场 100 个商家的基本情况，二是调查 50 名中国游客在乍都乍购物的情况。

3. 访谈法

为了准确地掌握关于提供乍都乍市场的经营管理情况，笔者对市场的管理人员、一些商家共 15 人进行访谈，通过访谈了解市场的具体管理、发展规划及商家的经营情况，包括进货、销售等。

4. 观察法

观察乍都乍市场现场，具体掌握市场的情况。如观察管理人员的工作、店主、销售人员和家庭经营情况、市场环境、游客购物情况以及市场里的标志牌和广告等。

（四）论文的研究的创新性

通过研读文献资料，目前对乍都乍周末市场的研究倾向于营销策略，而服务方面的研究更关注于质量和满意度，对汉语服务的研究比较有限，且局限于餐厅内的汉语服务研究。本文的创新性在于将研究重点放在汉语服务本身上：一是乍都乍周末市场的经营模式是否对服务人员的汉语水平有要求；二是出售不同商品的商家内，服务人员的汉语水平是否一样，是否存在同类商品不同商家内服务人员的汉语水平较高，而另一类则相反的情况存在；三是服务人员自身的学历、专业、工作经历等因素对汉语服务能力是否有影响；四是其他汉语服务情况，如广告、菜单、宣传标语等汉语是否正确。

三、与本论文有关的研究综述

LU CHENGKAI (2019) 通过调查研究,发现中国游客对曼谷乍都乍周末市场的满意度处于中等水平,其中满意度较高的是位置和便利性、安全因素、成本因素和服务质量。

张正诗(2013)对中国游客在曼谷乍都乍周末市场的购物行为进行调查研究,指出在乍都乍周末市场的大多数中国游客消费在 2500 至 4500 泰铢或以上,中国游客会根据自己的体验和偏好选择商品。

刘曼欣(2015)以 4P 营销组合理论为基础,研究泰国旅游业的营销策略。她对泰国旅游市场进行客观分析,并在此基础上,从价格、产品、分销和促销等方面提出解决策略,以促进泰国旅游产品在中国市场的发展。

苏小雨(2020)对乍都乍周末市场餐厅的汉语服务情况进行调查研究,指出餐厅服务人员在与中国游客沟通时,汉语听说方面存在问题。餐厅应尽量提供汉语服务,方便中国游客点菜,吸引中国游客消费,以此提高餐厅的服务质量和收入。

总的来看,对乍都乍周末市场的研究主要在于消费者对市场经营情况满意度的分析、对市场模式和营销策略的研究以及对乍都乍市场餐厅汉语服务的调查研究。本文以乍都乍市场重新调整后的经营情况进行调查,对乍都乍市场的营销特点、汉语服务情况和发展变化进行综合的分析研究。

四、泰国旅游业的发展概况

(一) 泰国旅游业与购物市场的发展

旅游业对泰国政治、经济和社会文化有着举足轻重的作用。自 1982 年以来,旅游业已成为泰国一大收入,创造了大量的外汇。

1. 泰国旅游资源

泰国是全球领先的旅游目的地之一,有着丰富的旅游资源,从美食、美景到丰富的文化遗产,以其多样性和独特性而著称。整个国家的地形从北至南是北部丛林、高山,中部平原和南部海岛,多种地形造就了泰国不同的旅游资源。北部丛林是非常原生态的旅游区,拥有广袤的热带雨林;中部地区的首都曼谷拥有丰富的人文资源,尤其是佛教文化,早已成为泰国旅游业的重要组成部分;南部的普吉岛、芭堤雅、皮皮岛等都是享誉全球的海岛风情旅游区,有着优质的沙滩和美不胜收的风景。泰国的娱乐业也非常有名,如泰拳、人妖、大象表演等都举世闻名,是赴泰游客常常选择的娱乐项目。

2. 泰国旅游业发展现状

泰国在 20 世纪 50 年代末开始发展旅游业,政府支持是泰国旅游业得以长期稳定发展的重要因素之一。泰国政府在国内设立了办事处,为境外游客在赴泰旅游程序上提供便利条件,也对多国游客实行优惠的签证政策。旅游管理委员会的成立严厉打击扰乱旅游市场的行为,对旅游行业实行了全方位的管理和监督。在政府支持下,泰国旅游业水平不断攀升,现已达到世界级标准。每年赴泰旅游的国际游客数量不断增加,旅游收入也大幅提升。

为促进中国游客赴泰旅游,2024 年 1 月 28 日,中泰两国代表在曼谷签署了《中华人民共和国政府与泰国政府关于互免持普通护照人员签证协定》,使中泰迈入“免签时代”,有利于两国旅游业的发展,标志泰中之间友好关系和信任水平得到提升。

3. 泰国旅游营销发展

泰国发展至今先后经历了 4 个战略时代,旅游业营销亦然。泰国 1.0 战略时代是农业时代,旅游产品和服务的生产以满足客户的需求为主,实施的是基础的 4P 营销组合策略。2.0 战略时代是轻工业时代,旅游营销侧重于目标群体营销,找到突出的客户关系管理,以建立客户信心的营销策略,为客户提供满意和忠诚的旅游。3.0 时代的泰国专注于更复杂的重工业,旅游市场中消费者开始关注品牌,旅游营销更加关注社会和环境责任。如今是泰国实施 4.0 战略的时代,主要关注技术、创新和创造力,因此旅游营销以社交媒体营销为特征。在线营销、线下营

销和渠道管理让客户和服务提供商轻松获取信息，并将市场管理链接给客户留下深刻印象。

（二）曼谷乍都乍周末市场的发展概况

乍都乍周末市场建立的主要目的是为人们提供机会，让他们在合适的地方进行交易，方便农民出售自己生产的农产品。通过在同一地点整合多种类型的商品来方便大众，买家不必去很多地方购买不同商品，节省了时间和交通成本。

乍都乍周末市场发展至今已 70 多年，期间经历了巨大的变化，从曼谷的一个小市场发展到现在每个周末迎接数十万游客的超级大市场，年平均收入为 38931 万泰铢，净利润为 2.329 亿泰铢。乍都乍周末市场几乎所有类型的产品都能满足本国和外国人不同层次、不同群体的需求，获得了本国和外国游客的极大兴趣，成为曼谷旅游目的地之一。

五、乍都乍周末市场经营模式

（一）有关市场经营模式的相关理论

1. 经营模式的定义

经营模式也可以称为商业模式、业务模式或生产模式。早在 1957 年，经营模式一词就已出现在学术期刊中（Bellman Clark），1960 年首次出现在标题和论文摘要中（Jones）。70 年代，经营模式开始应用于信息化系统的架构。直到 1991 年，经营模式的定义才开始进入商业领域，并成为研究热点。由于经营模式的定义最初并不是为了理论研究，而是用于系统开发，因此至今仍没有公认的定义。但结合众多学者对经营模式的看法，笔者认为经营模式就是企业在经营过程中采取的决策、组织管理和资源分配的方法，具有长期性和策略性，是企业成功的重要保障。

2. 经营模式类型

经营模式是一个企业的核心战略，是为了盈利而开展业务。不同行业的经营模式各不相同，对于商品生产行业来说，根据企业融入供应链的方式，经营模式可以分为：制造、批发、零售和供应商。对于服务业来说，经营模式也各不相同，有些是企业对消费者（B2C），而另一些是企业对企业（B2B）。此外，还有直销、特许经营、承包经营、挂牌经营、共享经营等多种经营模式。随着互联网和电子商务的发展，还有网络零售与实体店相结合的 O2O 经营模式。

经营模式不是孤立存在的，企业在实际经营过程中，通常是几种模式相互交融的，从而保持企业活力和竞争力。

（二）有关市场营销策略的理论

1. 市场营销的概念

营销的历史最早可以追溯到最原始的社会，经过漫长的发展，在二十世纪形成了现代营销。2013 年，美国市场营销协会（AMA）对市场营销概念进行更新：营销就是为了自身及利益相关者的利益而创造、沟通、传播和传递客户价值，为顾客、客户、合作伙伴以及整个社会带来经济价值的活动、过程和体系。从满足目标市场顾客需求出发，有计划地组织企业的整体活动，通过交换将产品从生产者手中转向消费者手中，以实现企业营销目标。

2. 市场营销策略

4Ps 是市场营销最基本的理论，由麦卡锡在 1960 年首次提出，它是企业用来影响消费者购买其产品的一套工具，由产品、价格、地点和促销组成的传统营销组合，多年来一直受到广泛欢迎。

1987 年，美国知名营销学家菲利普·科特勒教授在原有 4Ps 组合的基础上增加了两个 P，即政治权力（Political Power）和公众舆论（Public Opinion Formation），6Ps 营销策略形成。

鲍姆加特纳在 1991 年提出了对原始模型最长的扩展，形成了 15Ps，包括人、政治、公共关系、探测、分区、优先次序、定位、利润、计划、绩效和积极实施。

3. 7Ps 营销策略

随着服务及其营销作为一个独立的研究领域越来越受到重视，1981 年，布姆斯（Booms）和比特纳（Bitner）通过 3 个与服务提供行业直接相关的新 P，即人（people）、有形展示（physical evidence）和过程（process）来扩展营销组合，服务营销的 7Ps 获得了巨大的吸引力。产品

(product) 是任何能满足消费者需求或欲望的商品或服务; 价格 (price) 能够直接影响到产品的销售量, 进而影响到商家利润; 促销 (promotion) 涉及与广告、销售队伍、直接营销、公共关系、广告预算等有关的决策; 渠道 (place) 涉及选择产品的销售地点、方式等; 人员 (people) 指参与某种特定服务消费过程的人; 有形展示 (physical evidence) 指工作场所的气氛、布局和设计可以在很大程度上影响产品和商家的形象; 服务过程 (process) 是对顾客在商店内的管理流程, 通过一定的活动、程序等服务过程得以实现。

服务营销策略的核心是了解顾客作为参与者在整个消费过程的互动、沟通等感受, 及时改进服务标准和流程来满足顾客需求。

(三) 乍都乍周末市场的经营模式

乍都乍周末市场的经营模式相对来说比较传统, 功能单一, 商品种类齐全, 但可替代性强。从商品销售的方式来看, 市场内商铺主要采取线下销售的经营模式, 包括批发和零售, 少部分商家同时采取线上经营的方式。顾客在这里可以享受一站式购物体验。从商品销售的目的来看, 市场内商家主要经营模式是盈利模式。

此外, 乍都乍周末市场经营古董、乐器、艺术品和画作等涉及知识型经营模式, 商家出售的不仅是商品, 还有商品背后的故事、表达的思想以及保养信息等; 水疗、按摩等涉及服务型经营模式。

(四) 乍都乍周末市场的营销策略

1. 销售品种方面

乍都乍周末市场拥有超过 15000 个摊位, 分布在 27 个区域, 涵盖手工艺品、家居装饰和家具、园艺工具和植物、艺术品和画廊、宠物及其相关用品、书籍、时尚配件和服装、古董、二手服装等。从整体上来说, 产品选择充分考虑了顾客的需求, 不仅种类繁多, 而且款式新颖。泰国本地人对有多种产品可供选择感到满意, 而且能找到符合要求的独特商品, 满足生活需要, 同时该市场也满足了国外游客的观光需求, 从而达到了效益的最大化。

2. 销售价格方面

乍都乍周末市场价格策略体现在定价与曼谷经济、物价水平相匹配, 也遵循了成本及相关政策, 几乎所有商品都是以当地最便宜的价格出售, 不存在宰人的现象, 因此许多顾客都来批发商品。在支付方式上, 市场内大多数商家只接受现金, 只有极少数摊位支持信用卡付款。如今, 二维码付款也比较流行, 在市场内出现的频率逐渐增多, 不少摊位前都摆放有收款码, 顾客扫码支付即可。

3. 销售渠道方面

渠道策略是涉及位置、交通、营业时间等, 并与商品和服务放在一起, 以便顾客前往选购。乍都乍周末市场位于曼谷北部, 交通便利, BTS、MRT、出租车、公交车和嘟嘟车等交通方式都能够达到。市场中六成商家销售渠道仅通过摊位销售, 四成商家开通了线上商店, 线下与在线销售一起经营。

4. 促销宣传方面

宣传促销就是商家提供各种各样的活动以提高销量。市场上常用的促销策略有打折、满减、发放优惠券、赠品等, 通常利用广告、宣传等方式让顾客知晓。乍都乍周末市场的宣传促销策略相对传统, 官方网站会有市场的介绍, 但是内容相对简单, 即使开发了市场专用的应用软件, 资讯、促销活动等也并没有及时更新, 只是在市场内为顾客发放小册子, 通过广播语音播放市场的活动通知等。

5. 销售人员方面

泰国在旅游业上十分注重服务质量, 境内的旅游相关行业有成套的服务体系, 旅游业的从业人员都有着较强的敬业精神和责任意识。同时, 市场内服务人员能够紧跟市场发展, 不断提升自己的能力、掌握更多的技能, 如学习外语与海外游客进行沟通交流, 充分展现了服务人员的专业性和可靠性。此外, 市场内服务人员种类极多, 有保安、服务员、警察等等, 这些服务人员都友好礼貌, 在自己的岗位上尽可能地为顾客提供良好的服务, 向顾客传递市场的文化, 因此游客在泰国旅游时体验感较好。

6. 购物便利方面

乍都乍周末市场购物便利性体现在：一是地理位置优越、交通便利；二是市场内标示统一，有利于顾客方便查询自己所在的位置；三是市场内的钟楼既是重要性的地标建筑，也是方便游客集合和参观的最佳起点；四是市场为顾客营造了一个良好安心的购物休闲环境，设立市场办事处，集中了邮政、存取款、急救、信息、安全等多项功能；五是市场印制了导览图，并且配有泰语、中文和英语三种翻译，方便外国游客阅读。

7. 市场管理和商家服务方面

服务方面，乍都乍周末市场有一个大型停车场，入口处有免费的市场导图供游客使用，每个区域都以编号划分，区域内各摊位上方都有黄底红字的门牌，游客可以随时知道自己所处的位置，以免在市场内迷路。游客和商家可以下载 Chatuchak Guide，商家可通过该程序展示自己的商品、增加销售概率；游客通过扫码获取线上购物体验或付款。市场内还有联邦快递和 DHL 快递服务，方便海外顾客将大件物品或者家具运往海外。在市场内和周边地区都可以找到自动取款机和换钱亭等等。

六、乍都乍周末市场汉语服务调查

乍都乍周末市场汉语服务调查采用发放纸质问卷的方式进行，发放地点在乍都乍周末市场，发放时间是 2023 年 3 月 1—30 日。共发放 100 份，回收 100 份，回收率为 100%。收到的 100 份问卷均为有效问卷，有效率为 100%。

通过调查发现，乍都乍周末市场中提供汉语服务的店铺超过八成，其中，服装、配饰和餐饮店铺提供汉语服务的比例较高。

（一）销售人员汉语服务的基本情况

通过对乍都乍周末市场销售人员的统计分析，被调查的人中女性多于男性，80%的销售人员年纪在 26-40 岁之间，近一半的销售人员拥有本科学历。

在汉语水平方面，大部分员工认为自己仅在说的方面比较擅长，同时他们也迫切希望能够提高自己的汉语口语能力。因为他们觉得自己的发音不够标准，影响沟通。在口语方面，服装和配饰商铺的员工口语较好；餐饮店和其他商铺，古董、手工艺品和纪念品商铺的员工的口语水平较差。阅读方面，餐饮店和其他类型商铺的员工认为能力一般的要高于服装配饰和古董店等。写作方面，各店铺的员工水平相差不大。

从沟通情况来看，有一半的销售人员是愿意和中国游客沟通的，近九成的销售人员表示能够使用汉语和中国游客沟通，但只是使用简单的汉语词汇进行沟通，通常是打招呼 and 告别时使用汉语，还有不少销售人员是利用汉语卡片和游客交流的。对于销售人员来说，有限的词汇量和不标准的发音是影响他们沟通的主要障碍。

（二）对中国游客来乍都乍周末市场的调查

对中国游客来乍都乍周末市场的调查采用发放纸质问卷的方式进行，发放地点在乍都乍周末市场和 facebook 群里，发放时间是 2023 年 03 月 15 日至 03 月 30 日。共发放问卷 50 份，回收 50 份，回收率为 100%；所收到的 50 份问卷均为有效问卷，有效率为 100%。

通过调查发现，中国游客到乍都乍周末市场消费的主要因素是购买手工制品、服装配饰以及品尝泰国的美食，而服装配饰和餐饮销售人员的汉语水平和沟通交流也比其他店铺好一些，这说明中国游客多的店铺，对销售人员的汉语水平有促进作用。中国游客对乍都乍周末市场满意度最高的是销售和工作人员的服务态度，其次是对商品价格满意度较高，对市场安全 and 产品质量的满意度相差不大，满意度最低的是餐厅和洗手间的清洁度。中国游客对商家提供的汉语服务满意度一般，尤其是对销售人员的汉语听力不太满意，影响沟通交流

七、对乍都乍周末市场和汉语服务的评估

（一）对乍都乍周末市场的 SWOT 分析

1. 优势

（1）市场定位精准

乍都乍周末市场成立之初就以为大众提供各种商品、方便群众交易为目的。它是泰国第一个跳蚤市场，也是世界最大的户外市场，可以说历经几十年的发展，市场定位明确，形象鲜明。乍都乍周末市场面积大、商品便宜、品种繁多，是一个集购物，美食、游览和休闲为一体的综合性市场，如今已经成为国内外游客的购物天堂，也是周末休闲的好去处。

(2) 产品多元化

乍都乍周末市场为顾客提供了种类繁多的产品，包括古董收藏品、宠物配件、服装配饰、书籍、植物园艺、手工制品、家居装饰和家具以及食品和饮料等。市场内有 8000 多个专门出售服装和配饰的摊位其中，其中有 1000 多个摊位出售以泰国丝绸制成的各种服装，2000 多个小吃摊等，满足不同消费者的各种需求。

(3) 商品价格相对便宜

乍都乍市场商品的价格一般都不贵，加上品种多样，很多商品是其他市场上看不到的。特别是这里的商品可以讨价还价，通常情况下，如果顾客购买的数量在三件以上，卖家会额外给出 10%到 15%的折扣，所以非常吸引游客前来购物，能刺激游客的购买欲望。

(4) 交通便利

乍都乍周末市场所处位置交通便利，多种交通方式都可到达。乘坐私家车、地铁、轻轨、公交车等都能够方便快捷地到达市场。尤其是公交车，线路众多，价格便宜，而且运行时间长。此外，还可以乘坐出租车、嘟嘟车前往乍都乍。

(5) 店家服务态度好

乍都乍周末市场的销售人员服务态度良好，调查结果也显示中国游客对销售人员服务态度的满意度高。无论是外国游客还是本地消费者，商家都会热情接待。

2. 劣势

(1) 线上销售不强

乍都乍周末市场大多数商家仍然保持着相同的销售风格，不论是批发还是零售，他们有些商店还没有线上销售。有线上销售的商家线上的商品的展示还不足，还没有充分利用网上的优势向广大消费者推销商品。

(2) 宣传效果不佳

乍都乍是一个古老的市场，有着历史文化底蕴，然而市场的宣传促销仍然比较传统，虽然在一定程度上可以满足人们的怀旧情结，但不能很好地适应现代市场经济发展的需要。网上的宣传不足。

(3) 移动支付不便

中国是移动支付大国，支付宝和微信支付是中国人生活中的常态。乍都乍周末市场目前还是以现金支付为主，虽然不少商家已经开始使用二维码收款，但针对中国游客的移动支付方式普及率还不高，这对中国游客来说是非常不方便的。

(4) 缺乏有效监管

乍都乍周末市场是一个综合性大市场，有许多商铺，但是却没有统一有效地监管。由于市场内没有定价标准，导致同一商品在不同店铺的价格都不一样，卖给泰国人的价格很便宜，虽然不会宰客，但商家会以稍高的价格卖给外国游客。

(5) 卫生状况较差

根据问卷调查，中国游客认为乍都乍周末市场餐厅和洗手间的卫生状况不佳，满意度最低。疫情大流行过后，让人们更加注重公共卫生状况。餐厅和洗手间清洁度不高很容易引起疾病和病毒的传播。

乍都乍的小吃摊基本都是开放式的，很多食材也是直接暴露在空气中，无法保证食材干净。有的摊位不注意卫生，周围环境比较差。有些餐饮店存在饮食卫生问题。

3. 机遇

（1）签证互免促进中国游客赴泰旅游

随着全球旅游业的复苏、泰国国家旅游局的努力以及免签政策的实施，越来越多的中国游客选择泰国作为旅游目的地。尤其是2024年3月1日进入“免签时代”，相互免签当天，中国游客赴泰旅游同比增长超三成，对进一步推动泰国旅游业的繁荣有着积极作用，乍都乍周末市场也会迎来更多的中国游客，是一个非常好的机遇。

（2）旅游业复苏促使市场加大监管力度

泰国是最受亚洲游客欢迎的全球第三大旅游目的地，随着全球旅游市场的复苏，大量外国游客赴泰旅游，促使管理部门加大对乍都乍周末市场的监管，力争为游客提供一个良好的购物、休闲和娱乐环境。进一步促进商家为更好地接待中国游客而提高汉语服务水平。

4. 威胁

（1）旅游消费市场的竞争

泰国旅游业的复苏，大量外国游客涌入泰国，不仅促进了泰国旅游业的发展，也增加了旅游行业之间的竞争。泰国有众多的商品市场，每个市场都有自己的营销特色，以吸引本地和国外的消费者。这些市场都是乍都乍周末市场的竞争对手。

（2）政治环境的影响

自2009年以来，泰国旅游业受到了持续的政治动荡的负面影响，包括政变、示威等，以及在全球金融危机和疫情的影响下，经济发展受到阻碍，许多与旅游业相关的公司纷纷倒闭，包括某些配套服务行业。乍都乍周末市场也未能幸免，受到了极大的冲击。尤其是2023年中国出境游开放以后，中国游客在泰国遭遇了几起安全事件，增加了中国游客对赴泰旅游安全度的顾虑。

（二）乍都乍周末市场汉语服务存在的问题

受疫情的影响，乍都乍过去几年中国游客数量急剧下降，销售人员基本上没有汉语服务。疫情后，泰国旅游业已经复苏，中国游客开始大量赴泰旅游，商家汉语服务的问题再次出现。通过这次对乍都乍市场的调查研究，在汉语服务方面销售人员主要存在的问题有以下几方面。

1. 销售人员汉语词汇量有限

词汇在交际中起着至关重要的作用，因为它是所有语言的基础。要用一种语言与人交流，无论是口头还是书面交流，词汇被认为是一个重要部分。乍都乍周末市场销售人员因汉语词汇量少，导致他们与中国游客沟通时遇到交流障碍。

2. 销售人员汉语发音不准

由于销售人员汉语发音不准，中国游客往往听不懂，给双方的沟通造成了困难。其结果是中国游客不能正确了解销售人员的意思，因此影响了商品的推销和销售。

3. 销售人员汉语听力较差

由于汉语听力不好，中国游客要了解商品的性能和相关信息，销售人员听不懂，因此很难满足顾客的需要，影响了商品的销售。在本次调查中，中国游客对听力不满意的人数是最多的。

4. 汉语翻译不太准确

在对乍都乍周末市场的调查中发现，市场中一些汉语标识，商家的标价牌和菜单等汉语翻译用词不准确，很多游客看不懂并感到困惑。错误不仅会影响到游客对市场信息的判断，也会影响商家对商品的推销。

八、改进的建议

（一）定期开展汉语培训，提高汉语服务水平

市场管理部门应定期开展汉语培训，提高服务和销售人员的汉语服务水平。增加公共设施的汉语标牌，方便游客寻找购物点。提供详细、准确的中文版市场购物指南。餐饮店提供配图的中文菜单，方便游客点餐。管理部门检查市场内汉语翻译的准确性，如有错误及时纠正。

（二）拓展经营模式，加强线上销售

随着电子商务的发展，传统的经营模式已经无法适应时代的发展，而经营模式关乎着商家的成功。乍都乍周末市场的发展应该充分利用电子商务，促进商家的商品销售。线下实体店铺经营与网络经济紧密连接起来，鼓励更多的商家发展网络零售，向消费者提供多种购物渠道，促进商品的销售，满足消费者的需求。

（三）增加电子支付，满足支付需求

乍都乍周末市场能提供支付宝和微信支付的商家很少，对中国游客来说用现金支付不如用移动支付方便。乍都乍周末市场的商家可以增加移动支付，满足中国游客的支付需求。

（四）加强市场监管，重视环境卫生

乍都乍周末市场商家众多，游客量大，市场管理人员应加强监督管理，建立良好的市场环境，改善卫生设施，保持餐厅和卫生间的清洁，为来乍都乍市场购物的游客提供干净卫生的购物环境。

九、结论

乍都乍周末市场作为泰国最具特色和吸引力的购物市场之一，其经营模式和营销策略对于促进泰国旅游业的发展起到了重要作用。市场内琳琅满目的商品种类和独特的购物体验吸引了大量国内外游客，尤其是中国游客的青睐。然而，随着游客数量的增加，特别是中国游客的增多，汉语服务的重要性日益凸显。

通过对乍都乍周末市场商家的调查，发现商家在提供汉语服务方面存在参差不齐的情况。部分商家因意识到中国游客的潜在市场，积极提升服务人员的汉语水平，有效促进了与游客的沟通和交易。然而，也有部分商家在汉语服务方面存在不足，影响了游客的购物体验 and 满意度。首先，虽然大多数商家都提供了汉语服务，但服务水平参差不齐，部分销售人员的汉语水平有限，影响了与游客的有效沟通。其次，虽然乍都乍周末市场在线下销售方面取得了显著成绩，但线上销售能力相对较弱，宣传效果也有待提高。此外，移动支付不便、缺乏有效监管以及卫生状况需要改进等问题也不容忽视。

为了进一步提升市场吸引力，针对以上问题，乍都乍周末市场的商家在继续提升汉语服务水平的时候，应加强销售人员的汉语培训，提高他们与中国游客的沟通能力。商家应密切关注市场需求变化，及时调整商品结构和服务水平，以满足中国游客的多样化需求。同时，商家还应积极利用电子商务平台，拓展线上销售渠道，以吸引更多年轻游客。此外，市场管理部门也应加强对商家的监督和指导，确保市场规范有序运行；提升卫生状况，为游客提供更加舒适、安全的购物环境。

参考文献

- [1] 高博，任芊，林昊。“互免签证助推中泰旅游业繁荣”[online]，(<http://world.people.com.cn/n1/2024/0303/c1002-40187745.html>)，2024/3/3
- [2] J. Sheth, Dennis E. Garrett. Marketing Management: A Comprehensive Reader. [J]. Business, 1986, 3
- [3] 金洁。“中泰迈入‘免签时代’，两国旅游热度上升”[online]，(https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_26538632)，2024/3/3
- [4] 兰亦青. 市场营销学. [M]. 上海：立信会计出版社，2007.6
- [5] 刘曼欣. 基于 4P 理论的泰国旅游市场营销策略研究——以赴泰中国旅客为例：[硕士学位论文]. [D]. 长沙：湖南师范大学，2015
- [6] LU CHENGKAI. 中国游客对曼谷乍都乍周末市场的满意度：[硕士学位论文]. [D]. 曼谷：泰国博仁大学，2019
- [7] Philip Kotler. Marketing Concept. [J]. Marketing management, 2000

- [8] 苏小雨. 曼谷乍都乍周末市场餐厅的汉语服务研究: [硕士学位论文]. [D]. 曼谷: 华侨崇圣大学, 2020
- [9] 唐小惠, 林媛媛. 中国与泰国旅游业竞争力问题与对策研究. [J]. 现代经济信息, 2020, 7: 80
- [10] 张正诗. 泰国曼谷乍都乍周末市场营销策略研究——以中国入境旅游者为例: [硕士学位论文]. [D]. 昆明: 昆明理工大学, 2013

