

泰国罗勇府高尔夫球场汉语服务现状研究—以三家球场为例

A Study on the Current State of Chinese Language Service in Golf Courses in Rayong, Thailand — A Case Study of Three Golf Courses

Nichapatch Yoosuwan*, Naris Wasinanon

College of Chinese, Huachiew Chalermprakiet University

*Email: clumsydaisyc@gmail.com

摘要

随着中泰经贸合作不断深化以及中国赴泰高端游客数量持续增长，汉语服务能力逐渐成为影响泰国高端旅游服务质量的重要因素。高尔夫旅游作为融合休闲、商务与社交于一体的高端旅游形态，在泰国东部地区发展迅速。罗勇府作为东部经济走廊（EEC）核心区域，近年来吸引大量中国商务客源，高尔夫球场汉语服务需求明显提升。

本文以罗勇府三家高尔夫球场为研究对象，采用问卷调查、访谈与实地观察等方法，对汉语服务现状、游客需求及供需差距进行分析。研究发现，目前球场汉语服务仍处于初级阶段，主要存在中文标识不足、专业术语能力薄弱、服务流程缺乏标准化及跨文化沟通能力不足等问题。同时，中国游客对中文接待、规则讲解与全过程语言支持需求较高。

基于 SERVQUAL 理论与跨文化沟通理论，本文提出标准化建设、分层培训、数字化语言支持与文化适配等优化路径。研究认为，汉语服务已逐渐成为高端体育旅游场景中的重要竞争力因素。

关键词：罗勇府高尔夫球场, 汉语服务, 跨文化沟通, SERVQUAL

Abstract

With the continuous growth of Chinese tourists and the deepening economic cooperation between China and Thailand, Chinese-language service capability has become an important factor affecting the quality of Thailand's high-end tourism services. Golf tourism, which combines leisure, business, and social interaction, has developed rapidly in eastern Thailand. As a core area of the Eastern Economic Corridor (EEC), Rayong Province has attracted a growing number of Chinese business travelers, leading to increasing demand for Chinese-language services in golf courses.

This study takes three golf courses in Rayong Province as research subjects and adopts questionnaire surveys, interviews, and field observation methods to analyze the current situation of Chinese-language services, tourists' language demands, and the gap between service supply and demand. The findings show that Chinese-language services in local golf courses are still at an early stage, with problems including insufficient Chinese signage, weak professional terminology competence, lack of standardized service procedures, and inadequate cross-cultural communication ability. Meanwhile, Chinese tourists show strong demand for Chinese reception services, rule explanations, and full-process language support.

Based on SERVQUAL theory and cross-cultural communication theory, this study proposes optimization strategies including standardized language service systems, hierarchical staff training, digital language support, and cultural adaptation mechanisms. The study argues that Chinese-language service has gradually become an important competitiveness factor in high-end sports tourism.

Keywords: Golf Courses in Rayong Province, Chinese-language Services, Cross-cultural Communication, SERVQUAL

绪论

（一）研究目的

本文旨在分析泰国罗勇府高尔夫球场汉语服务现状，了解中国游客对汉语服务的实际需求，并探讨当前服务供给与游客需求之间存在的差距。同时，结合 SERVQUAL 理论与跨文化沟通理论，对影响服务质量的主要因素进行分析，并提出针对性的优化建议，以提升高尔夫球场汉语服务水平与国际化竞争力。

随着“一带一路”倡议推进以及中泰旅游合作不断深化，中国已成为泰国重要国际客源市场之一。根据泰国国家旅游局（Tourism Authority of Thailand）相关统计数据，中国长期位居泰国主要国际客源市场前列。随着中国游客消费能力不断提升，高尔夫旅游、商务旅游等高端旅游形式也呈现持续增长趋势。

近年来，泰国高端旅游市场逐渐向专业化与细分化方向发展，高尔夫旅游增长明显。罗勇府作为东部经济走廊（EEC）核心区域，不仅是重要工业投资中心，同时也是高端高尔夫旅游资源集中的地区。随着中国商务人士与高端游客数量增加，汉语服务能力逐渐成为影响高尔夫球场服务质量与市场竞争力的重要因素。与酒店、景区等传统旅游场景相比，高尔夫球场具有专业术语密集、规则解释频繁与即时沟通要求高等特点，语言服务问题更容易影响顾客体验与满意度。然而，目前关于旅游语言服务的研究多集中于酒店与景区，对高尔夫球场汉语服务研究相对不足，尤其缺乏针对泰国高端体育旅游场景的实证研究。现有研究主要关注酒店、景区及餐饮等传统旅游场景，对于高尔夫专业术语服务、球童汉语沟通、中文标识系统建设以及全过程语言支持等方面的实证研究仍相对缺乏。因此，高尔夫球场汉语服务仍具有较大的研究空间。

基于此，本文以罗勇府三家高尔夫球场为研究对象，通过问卷调查、访谈与实地观察，对汉语服务现状、游客需求及供需差距进行分析，并结合 SERVQUAL 理论与跨文化沟通理论提出优化建议，以期为泰国高端旅游服务国际化发展提供参考。

一、研究背景与国内外研究综述

近年来，泰国高尔夫旅游产业发展迅速。凭借气候条件、服务体系与价格优势，泰国已成为亚洲重要高尔夫旅游目的地之一。罗勇府作为东部经济走廊（EEC）核心区域，近年来吸引大量中资企业与中国商务客源，高尔夫球场逐渐成为商务接待与跨文化交流的重要场所。

高尔夫旅游与一般观光旅游相比，具有消费层次高、停留时间长、服务环节复杂等特点。游客在消费过程中不仅关注球场设施、环境与价格，也更加重视服务沟通的准确性与专业性。尤其在商务型高尔夫活动中，球场不只是休闲运动场所，也承担着商务接待、关系维护与跨文化交流功能。因此，语言服务质量直接关系到游客对球场专业度、便利性与品牌形象的整体评价。

对于中国游客而言，汉语服务不仅意味着简单翻译，更包含接待流程、规则说明、球童沟通、餐饮服务、支付协助以及文化理解等多个层面。若球场缺乏系统化汉语服务，游客在实际消费过程中容易产生信息不对称，进而影响满意度与复游意愿。因此，在罗勇府高尔夫旅游逐渐面向中国市场发展的背景下，研究汉语服务现状具有较强现实意义。在此背景下，游客对汉语服务、专业沟通与文化适配能力提出更高要求。目前，国外关于旅游语言服务研究主要集中于服务质量与跨文化沟通领域。

Parasuraman、Zeithaml 与 Berry（1988）提出的 SERVQUAL 模型认为，顾客对服务质量的评价主要体现在可靠性、响应性、保证性、同理心和有形性五个维度。相关研究指出，在跨国旅游场景中，语言服务能力会直接影响游客对服务质量的感知与评价。SERVQUAL 理论强调，顾客对服务质量的评价并不只取决于实际服务内容，也取决于服务过程中的感知体验。在跨国旅游场景中，语言沟通能力会直接影响游客对可靠性、响应性与保证性的判断。例如，当游客能够清楚理解服务流程、规则说明与安全提示时，其对服务专业性的信任感会明显增强；相反，若语言表达不清晰，即使服务态度良好，也可能降低游客对整体服务质量的评价。

从跨文化沟通研究角度看，Hall（1976）认为，不同文化背景下的信息传递方式与沟通习惯存在明显差异。Hofstede（2001）进一步指出，不同国家在价值观与行为模式方面存在文化距离。因此，在旅游服务过程中，服务人员不仅需要具备语言能力，还需要理解游客的文化背

景与沟通需求。两种沟通方式本身并无优劣之分,但如果服务人员缺乏跨文化理解,就容易造成“服务态度良好,但游客仍觉得信息不足”的情况。因此,旅游语言服务研究不能只停留在词汇翻译层面,还应关注文化适配与服务流程设计。

SERVQUAL 理论认为,服务质量主要包括可靠性、响应性、保证性、同理心与有形性五个维度。在高端旅游场景中,多语言服务不仅影响沟通效率,也直接影响顾客信任感与满意度。部分研究指出,在高尔夫等专业体育旅游场景中,语言表达能力与规则解释准确性对顾客体验具有重要影响。

国内研究主要围绕旅游汉语、语言服务体系与跨文化交际展开。相关研究认为,语言服务不仅是翻译问题,还涉及服务流程、文化表达与管理机制建设。近年来,随着“一带一路”倡议推进,“中文+行业”复合型服务研究逐渐增加,但针对高尔夫球场汉语服务的研究仍相对有限。

国内关于旅游汉语服务的研究主要集中在景区、酒店、餐饮与导游服务等领域,研究内容包括中文标识建设、服务人员汉语能力、跨文化交际能力以及“中文+旅游”复合型人才等方面。相关研究普遍认为,随着中国游客出境旅游规模扩大,目的地国家的汉语服务能力已成为提升旅游体验的重要条件。然而,现有研究对高尔夫球场这一细分场景关注不足。高尔夫服务不同于一般旅游服务,其语言需求具有较强专业性和即时性。球场服务人员不仅需要完成基本接待,还需要在球童服务、规则解释、赛事安排、安全提醒等环节进行专业沟通。因此,高尔夫球场汉语服务研究应同时关注语言能力、专业术语、服务流程与跨文化沟通机制。总体来看,现有研究多集中于酒店、景区与餐饮等传统旅游场景,对于高端体育旅游场景中的汉语服务供需结构、制度建设与跨文化沟通问题关注不足。

随着国际旅游市场竞争不断加剧,旅游语言服务的重要性逐渐受到更多关注。尤其在高端旅游与商务旅游领域,游客对于服务专业性与沟通效率的要求明显高于普通观光旅游。部分研究指出,在跨国旅游消费过程中,语言障碍不仅会影响游客获取信息的效率,也会影响其对目的地服务质量、安全性与国际化水平的整体评价。

近年来,国内关于旅游语言服务与跨文化沟通的研究逐渐增多。相关研究普遍认为,随着中国游客出境旅游规模不断扩大,目的地国家的汉语服务能力已成为影响游客满意度的重要因素。同时,“中文+旅游”复合型人才培养与旅游语言服务体系也逐渐受到学界关注。研究范围已从传统导游与酒店服务扩展至医疗、航空、会展与体育旅游等领域。然而,针对高尔夫球场这一专业体育旅游场景的汉语服务研究仍相对有限。

随着中国游客消费能力提升,单纯基础翻译已经难以满足市场需求,旅游服务行业需要更加重视专业术语表达、跨文化沟通以及全过程语言支持体系建设。在体育旅游领域,高尔夫旅游具有较强专业性与商务属性。游客在消费过程中不仅需要基础接待服务,还涉及规则讲解、赛事安排、球童沟通与商务社交等复杂场景。因此,高尔夫球场语言服务不仅属于辅助沟通工具,也逐渐成为影响顾客满意度与品牌竞争力的重要组成部分。

因此,本文以罗勇府高尔夫球场为案例,对其汉语服务现状与优化路径进行研究,具有一定理论与实践意义。

二、研究设计

选择这三家球场作为研究对象,主要基于以下考虑:第一,三家球场均位于罗勇府及周边高尔夫旅游集中区域,具有较强区域代表性;第二,三家球场在市场定位上存在差异,能够反映不同层次球场的汉语服务发展情况;第三,三家球场均接待过一定数量中国游客,具备开展汉语服务需求分析的现实基础。通过对三家球场进行比较,可以更清楚地观察罗勇府高尔夫球场汉语服务的共性问题与差异特征。

问卷内容主要包括游客基本信息、汉语服务需求、服务满意度以及语言障碍对消费体验的影响等方面。访谈内容则主要围绕球场是否设置中文服务岗位、是否开展汉语培训、服务过程中常见语言问题以及未来改进计划等展开。通过问卷与访谈结合,本文既能了解游客需求,也能分析球场供给端的现实困难。

实地观察主要集中在三个方面：一是中文标识与宣传资料设置情况；二是前台接待、球童服务、餐饮沟通等服务环节中的语言使用情况；三是球场是否提供中文导览、中文菜单、中文支付协助等配套服务。通过多种研究方法交叉验证，可以提高研究结果的可靠性。

本文以罗勇府三家具有代表性的高尔夫球场为研究对象，分别为圣安德鲁斯 2000 高尔夫俱乐部、绿谷乡村俱乐部与西尔基橡树乡村俱乐部。三家球场在市场定位、国际化程度与服务体系方面存在一定差异，能够较为全面地反映罗勇府高尔夫球场汉语服务的发展现状。

本文采用文献研究法、问卷调查法、访谈法与实地观察法相结合的研究方法。问卷调查对象主要为曾在三家球场消费的中国游客，共发放问卷 60 份，回收有效问卷 60 份。访谈对象共 8 人，包括球场管理人员 2 人、前台接待人员 2 人、球童 2 人以及餐饮服务人员 2 人。受访者均具有一定服务经验，并曾接待过中国游客。访谈采用半结构式访谈方式进行，主要围绕球场汉语服务现状、员工培训情况、服务过程中常见沟通问题以及未来改进方向等内容展开。

为了提高研究结果的真实性与客观性，本文在问卷调查之外，还结合实地观察与访谈结果进行交叉分析。在实地调查过程中，研究者重点观察三家球场中文标识设置情况、员工与中国游客之间的语言沟通情况以及游客在服务流程中的实际反馈。

此外，访谈内容主要围绕球场语言服务管理现状、员工汉语培训情况以及服务过程中常见沟通问题展开。通过多种研究方法结合，可以更全面地分析罗勇府高尔夫球场汉语服务存在的问题及其形成原因。在理论层面，本文结合 SERVQUAL 服务质量理论与跨文化沟通理论，从服务供给、游客需求与服务感知等角度，对罗勇府高尔夫球场汉语服务现状及供需差距进行分析。

三、罗勇府高尔夫球场汉语服务现状分析

目前，罗勇府高尔夫球场已开始提供基础中文服务，但整体仍处于初级发展阶段。从整体情况来看，三家球场的汉语服务建设呈现出“有基础、缺系统”的特点。所谓“有基础”，是指球场已经意识到中国游客市场的重要性，并在部分区域设置中文提示或提供简单中文沟通支持；所谓“缺系统”，则是指汉语服务尚未形成完整流程，缺乏统一标准、固定岗位与持续培训机制。因此，当前汉语服务更多依赖个别员工经验，而不是依靠制度化体系运行。

从不同球场情况来看，三家球场在汉语服务建设方面存在一定差异。圣安德鲁斯 2000 高尔夫俱乐部整体国际化程度相对较高，在中文标识与基础服务方面相对完善；绿谷乡村俱乐部整体中文服务相对较少，语言支持主要集中于简单接待环节；丝绸橡树乡村俱乐部在部分服务流程中开始尝试增加中文支持，但整体仍缺乏完整服务体系。

这种差异主要与球场市场定位、国际游客比例以及管理层对中国市场的重视程度有关。部分球场由于长期接待国际游客，因此更加重视多语言服务建设；而部分球场则仍主要依赖英文服务体系，对中文服务投入相对有限。

通过实地调查发现，三家球场均设置部分中文标识，如“餐厅入口”“休息区”等基础提示语，但在安全提示、规则说明及专业术语区域的中文覆盖率仍相对不足。

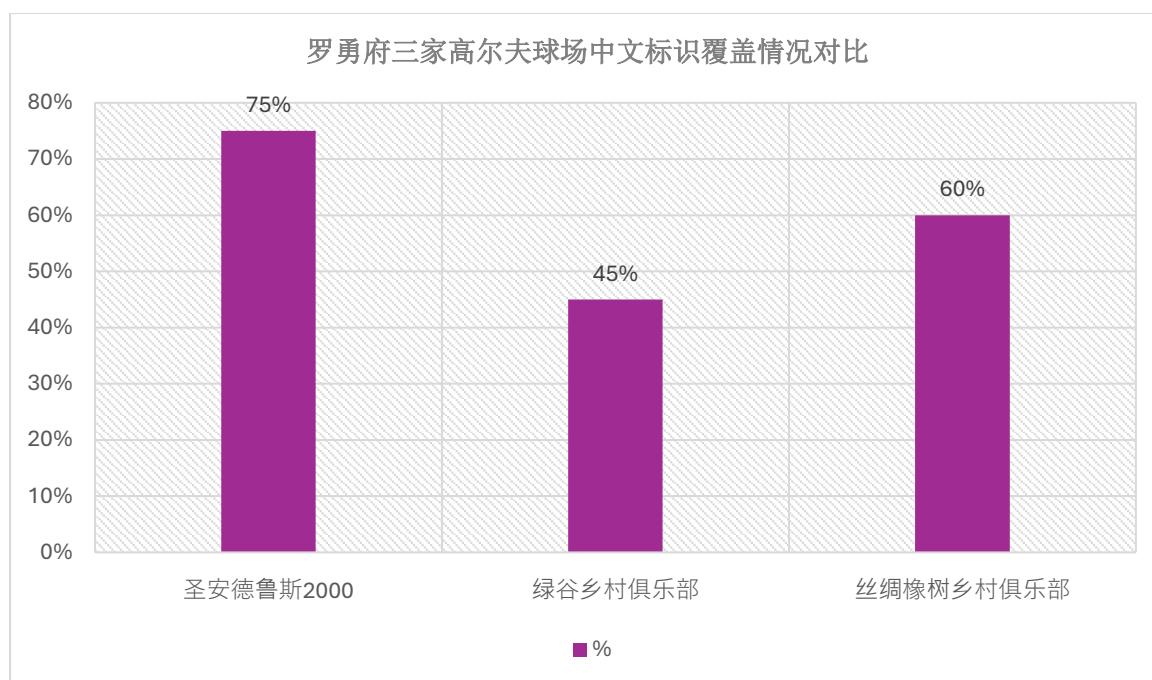


图1 罗勇府三家高尔夫球场中文标识覆盖情况对比

根据实地观察结果统计，圣安德鲁斯2000高尔夫俱乐部中文标识覆盖率约为75%，绿谷乡村俱乐部约为45%，西尔基橡树乡村俱乐部约为60%。统计内容主要包括中文标识、中文提示牌、规则说明以及公共区域中文信息设置情况。

其中，西尔基橡树乡村俱乐部中文标识覆盖率相对较高，绿谷乡村俱乐部整体覆盖率最低。在宣传资料方面，仅部分球场提供中文宣传册，但存在更新不及时与术语翻译不规范等问题。多数球场仍以英文资料为主，缺乏针对中国游客的系统化语言服务体系。部分球场虽然已经开始设置中文宣传资料，但整体内容仍较简单，主要集中于基本介绍与价格信息，对于球场规则、注意事项及专业术语的中文说明仍相对不足。此外，一些中文翻译存在表达不自然或专业性不足的问题，容易影响中国游客对球场专业程度的判断。在人员配置方面，三家球场均未设立专门中文服务岗位。员工汉语能力主要集中于基础问候与简单交流，在专业术语表达、规则说明与实时沟通方面能力较弱。尤其在球童服务过程中，语言沟通问题更加明显。球童不仅需要进行简单交流，还需要向游客说明球道情况、击球方向、果岭坡度以及安全注意事项。如果缺乏专业汉语表达能力，就容易影响游客对服务专业性的评价。

部分员工需依赖翻译软件辅助沟通，影响服务效率与专业性。虽然翻译软件能够在一定程度上缓解基础沟通问题，但由于高尔夫场景具有较强即时性与专业性，仅依赖翻译软件难以满足复杂服务需求。尤其在规则说明与商务接待过程中，人工语言服务仍具有不可替代性。问卷调查显示，中国游客对汉语服务需求较高。其中，中文前台接待、中文导览系统与规则讲解是游客最关注的服务内容。

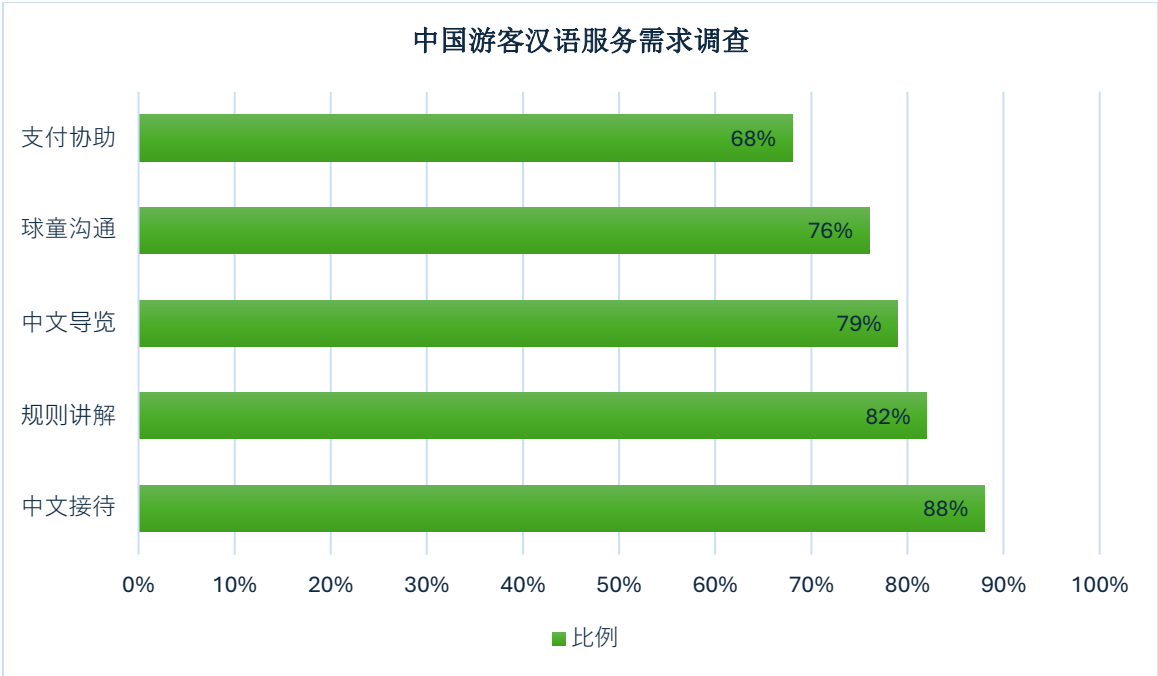


图 2 中国游客汉语服务需求调查

商务型游客对于语言服务的要求普遍高于普通休闲游客。由于商务活动更加重视流程安排与沟通效率，因此游客通常希望球场能够提供更加完整与专业的中文服务支持。相比接待与报到环节，球童服务与场地导览环节满意度相对较低，主要原因在于专业术语表达不清晰与沟通效率不足。

比较项目	圣安德鲁斯	绿谷乡村俱乐部	丝绸橡树乡村俱乐部
中文标识设置	较完整	较少	中等
中文宣传资料	部分提供	较少	部分提供
员工汉语能力	基础交流	基础交流	相对较好
专业术语表达	一般	较弱	中等
中文导览服务	有限	较少	部分提供
游客满意度	中等	较低	相对较高

表 1 三家球场汉语服务现状对比

说明：表 1 中的“较完整”“中等”“较少”等评价结果主要依据实地观察记录、游客问卷反馈以及访谈资料综合评定。其中，评价内容包括中文标识设置情况、中文宣传资料完整性、员工汉语能力、专业术语表达水平以及中文导览服务提供情况等。

综合来看，目前罗勇府高尔夫球场汉语服务存在以下特点：第一，基础服务已初步建立，但整体体系仍不完善；第二，语言服务供给主要停留在基础交流层面，专业化程度不足；第三，服务质量较大程度依赖个别员工能力，缺乏制度化与标准化管理机制。

四、供需差距与问题分析

通过对游客需求与球场服务供给进行比较可以发现，目前罗勇府高尔夫球场汉语服务存在明显供需差距。随着中国高端游客与商务客源增加，游客对专业化、全过程语言服务需求不断提升，而球场现有服务能力仍主要停留在基础交流阶段。

首先，语言服务缺乏战略层面的系统规划。多数球场虽然已意识到中国市场的重要性，但汉语服务仍未被纳入长期发展战略，相关预算、岗位设置与培训机制相对不足，导致服务建设缺乏持续性。从实际运营情况来看，部分球场仍将汉语服务视为辅助性服务，而非长期竞争力建设的一部分。因此，在预算投入、岗位设置与培训体系建设方面仍相对有限。这种情况导致汉语服务建设缺乏系统性，也难以形成稳定服务质量。

其次，标准化管理机制不完善。目前三家球场均未建立统一术语手册、标准化服务流程或语言能力评估制度。员工语言表达方式差异较大，容易影响信息传递准确性与顾客信任感。例

如，对于同一高尔夫专业术语，不同员工可能使用不同中文表达方式。这种情况容易导致游客接收到的信息不一致，从而影响服务稳定性与专业性。尤其在规则说明与安全提示过程中，语言不统一可能进一步影响游客对球场专业程度的判断。

再次，员工专业语言能力不足。高尔夫场景涉及大量专业术语与规则说明，而多数员工仅具备基础中文沟通能力，在球童讲解、赛事安排与规则解释等复杂场景中容易出现沟通障碍，从而影响顾客体验。此外，当前球场语言服务还存在“服务碎片化”问题。部分球场虽然已经开始设置中文标识或提供简单中文接待，但这些服务之间缺乏系统衔接。例如，游客在预约阶段能够获得中文信息，但在实际下场过程中却缺乏持续语言支持；或者前台能够进行简单中文交流，但球童与餐饮服务人员无法继续提供对应服务。这种碎片化现象说明，目前球场汉语服务仍主要停留在局部改善阶段，而尚未形成完整服务链条。在高端旅游消费场景中，游客更加重视整体服务体验的一致性，因此，如果不同服务环节之间存在明显落差，就容易影响游客整体满意度。

此外，跨文化沟通差异也是影响服务质量的重要因素。中国游客更加重视信息完整性与主动说明，而泰国服务文化则强调自然互动与情感氛围。若缺乏跨文化沟通意识，容易出现“服务态度良好但信息表达不足”的情况。相比之下，泰国服务文化更加重视自然互动与服务氛围。因此，在跨文化服务过程中，如果缺乏主动说明意识，即使服务态度良好，游客仍可能认为信息不足。这种文化认知差异，也是当前高尔夫球场语言服务问题的重要原因之一。

从 SERVQUAL 理论角度分析，当前语言服务问题主要集中在“可靠性”与“保证性”两个维度。语言表达不准确不仅影响沟通效率，也可能降低游客对球场专业性与安全性的判断。进一步结合 SERVQUAL 理论分析可以发现，当前罗勇府高尔夫球场汉语服务问题在五个维度上均有不同程度体现。在可靠性（Reliability）方面，部分球场中文规则说明与专业术语表达不够准确，容易导致信息传递偏差；在响应性（Responsiveness）方面，当中国游客遇到问题时，部分员工无法及时提供有效的中文协助，影响服务效率；在保证性（Assurance）方面，员工专业汉语能力与高尔夫术语掌握程度有限，影响游客对服务专业性的信任；在同理心（Empathy）方面，部分服务人员对中国游客的消费习惯与沟通需求了解不足，难以提供更加个性化的服务；在有形性（Tangibles）方面，中文标识、宣传资料及数字化语言服务设施仍有进一步完善空间。由此可见，高尔夫球场汉语服务优化不仅是语言能力提升问题，更涉及服务体系建设、跨文化沟通能力提升以及顾客体验管理等多个层面。未来球场应结合 SERVQUAL 五个维度，从语言服务标准化建设、员工培训、数字化支持以及跨文化沟通等方面建立更加系统化的汉语服务管理机制，以持续提升服务质量与顾客满意度。

因此，在高端体育旅游场景中，汉语服务已不仅是辅助性功能，而是影响顾客满意度与品牌竞争力的重要因素。对于高端商务型高尔夫旅游而言，语言服务质量甚至会影响游客对球场整体品牌形象的判断。如果球场能够提供更加完整与专业的中文服务，将更容易提升中国游客满意度与复游意愿，并进一步增强市场竞争力。

五、优化建议

针对目前罗勇府高尔夫球场汉语服务存在的问题，本文提出以下优化建议。首先，应加强汉语服务标准化建设。具体而言，球场可由管理部门统一制定中英文高尔夫术语手册，并根据实际运营情况每半年更新一次。同时，可建立员工培训与考核机制，通过定期培训、情景模拟以及服务质量评估等方式，提高员工汉语服务能力与专业沟通水平。球场可建立统一的中文术语手册与服务流程规范，完善中文标识、规则说明及安全提示系统，提高信息传递准确性与服务一致性。对于高频使用的专业术语，应尽量统一表达方式，以提高服务稳定性与沟通准确性。同时，球场也可定期更新中文资料内容，确保中文信息与实际服务流程保持一致，从而减少游客在消费过程中的理解偏差。

其次，应建立分层培训机制。在实施过程中，可根据不同岗位设置差异化培训内容。例如，前台人员重点学习预约沟通与客户接待用语；球童重点学习高尔夫专业术语与规则说明；管理人员则重点学习跨文化管理与服务质量监督。通过分阶段培训与定期考核，提高培训效果。针对前台、球童与管理人员设置不同培训内容，重点提升专业术语表达能力、规则讲解能力与跨文化沟通能力。同时，可与高校中文专业或相关培训机构合作，降低培训成本并提高培训效率。

其中,球童培训应重点加强高尔夫专业术语、规则说明与安全提示等内容;前台人员则应加强预约沟通、费用说明与投诉处理等服务能力。对于管理人员而言,还应加强中国游客消费习惯与商务礼仪方面的理解,以便从整体层面优化服务策略。

再次,应加强数字化语言支持体系建设。球场可增加中文预约系统、电子导览地图、微信客服及多语言支付支持,提高中国游客消费便利性与服务效率。例如,球场可通过微信小程序、二维码导览系统或中文电子地图等方式,为中国游客提供更加便利的信息获取渠道。这样不仅能够减少现场沟通压力,也有助于提升游客整体服务体验。

此外,应重视跨文化适配能力建设。除了语言培训外,还应加强员工对中国商务文化与沟通习惯的理解,提升服务过程中的主动说明意识与信息完整性表达能力,从而减少沟通误差与文化差异带来的影响。对于商务型中国游客而言,服务过程中的主动说明与流程清晰度尤为重要。因此,在保持泰式服务亲切感的同时,适当加强信息完整性表达,将更有助于提升中国游客满意度与球场国际化形象。

总体而言,汉语服务建设应从“基础翻译支持”逐步转向“系统化服务管理”,通过标准化、数字化与跨文化协同发展,提高球场整体国际化服务水平与市场竞争力。未来,球场还可以进一步加强与高校、语言培训机构以及旅游服务平台之间的合作。例如,可与高校商务汉语专业开展实习合作,为球场提供具备基础中文能力的人才支持;同时,也可以结合中国游客常用社交媒体平台,加强中文信息传播与线上服务建设。

此外,球场还可根据中国游客消费特点,设计更加符合中国市场需求的方案。例如,在商务型团队接待过程中,可提供更加清晰的流程安排与中文服务说明,以提高整体服务效率与游客满意度。

六、研究结论

本文以罗勇府三家高尔夫球场为研究对象,对其汉语服务现状、游客需求及供需差距进行了分析。研究发现,目前球场汉语服务整体仍处于发展初期阶段,主要存在专业语言能力不足、服务流程缺乏标准化及跨文化沟通机制不完善等问题。随着中国游客与商务客源持续增长,游客对中文接待、规则讲解与全过程语言支持需求不断提高。语言服务问题不仅影响沟通效率,也直接影响顾客满意度、信任感与品牌形象。从供给端来看,目前罗勇府高尔夫球场已经开始重视中国市场,并逐渐建立基础汉语服务体系,但整体服务仍缺乏系统化与专业化建设。从需求端来看,中国游客对于语言服务的期待已经明显提高,尤其重视规则说明、服务流程沟通以及商务场景中的专业表达能力。

基于 SERVQUAL 理论与跨文化沟通理论,本文认为,汉语服务已逐渐成为高端体育旅游场景中的重要竞争力因素。未来,罗勇府高尔夫球场应进一步推动标准化建设、专业培训、数字化语言支持与跨文化服务能力提升,以增强国际化服务水平与中国市场竞争力。总体而言,随着中国高端旅游市场持续扩大,汉语服务能力将逐渐成为影响泰国高端体育旅游竞争力的重要因素。未来,若球场能够进一步完善语言服务体系,并加强跨文化沟通能力建设,将有助于提升中国游客满意度,并推动罗勇府高尔夫旅游国际化发展。

参考文献

- Hall, E. T. *Beyond Culture*[M]. New York: Anchor Books, 1976.
- Hofstede, G. *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*[M]. Thousand Oaks: Sage Publications, 2001.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality[J]. *Journal of Retailing*, 1988, 64(1):12-40.
- 巴萍, 郭小芳. 泰国汉语教学发展现状与趋势研究[J]. *云南师范大学学报*, 2016(4):45-51.
- 赖紫弦, 刘振平. “一带一路”背景下旅游汉语人才培养模式研究[J]. *对外汉语教学研究*, 2024(2):56-63.
- 卢树文. 中泰旅游服务贸易发展研究[J]. *东南亚纵横*, 2020(5):72-78.
- 孙大英, 曹林敏. 跨文化视角下旅游服务质量影响因素研究[J]. *旅游论坛*, 2022(3):88-95.
- 高伟. 多语言服务体系构建研究——以跨国企业为例[J]. *现代管理科学*, 2019(9):42-48.
- 刘洋. 体育旅游产业发展趋势研究[J]. *体育文化导刊*, 2022(7):54-60.