



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

วิเคราะห์การใช้ภาษาจีนเพื่อการบริการ กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา

A STUDY OF CHINESE USAGE IN SERVICE INDUSTRY

— TAKING AMPHAWA FLOATING MARKET

AS AN EXAMPLE

曼谷水上市场汉语服务调查研究

——以安帕瓦水上市场为例

ชุติกาญจน์ เอี่ยมทรัพย์
(林凤娇)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
พ.ศ. 2561

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

วิเคราะห์การใช้ภาษาจีนเพื่อการบริการ กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา
A STUDY OF CHINESE USAGE IN SERVICE INDUSTRY — TAKING AMPHAWA
FLOATING ARKET AS AN EXAMPLE

曼谷水上市场汉语服务调查研究 —— 以安
帕瓦水上市场为例

ชุตिकाญจน์ เอี่ยมทรัพย์ (林凤娇)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ตรวจสอบและอนุมัติให้
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม พ.ศ. 2561

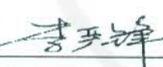

Assoc. Prof. Dr. Shang Hongyan

ประธานกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ


Dr. Zhao Ping
กรรมการ


Dr. Zhao Ping

อาจารย์ที่ปรึกษา


Prof. Dr. Li Yanfeng

กรรมการ


Assoc. Prof. Dr. Fan Jun

กรรมการ


Assoc. Prof. Dr. Xie Kun

กรรมการ


รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
กรรมการ


รองศาสตราจารย์อิสยา จันทรวินยานุชิต
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย


รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
(ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)


รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
คณบดีคณะภาษาและวัฒนธรรมจีน

วิเคราะห์การใช้ภาษาจีนเพื่อการบริการ กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา

ชุตติกาญจน์ เอี่ยมทรัพย์ 596042

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ZHAO PING, Ph.D.

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก หนึ่งในนั้น คือ นักท่องเที่ยวชาวจีน นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาประเทศไทยประมาณ 9.83 ล้านคนต่อปี หนึ่งในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวก็คือ ตลาดน้ำ เพราะฉะนั้นการบริการด้านภาษาจีนจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการท่องเที่ยว ตลาดน้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีน วัตถุประสงค์ของวิจัยจึงจะการใช้ภาษาจีนของตลาดน้ำ สถานการณ์การใช้ภาษาจีนในตลาดน้ำและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตลาดน้ำ โดยกรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา

งานวิจัยฉบับนี้ ยังได้วิเคราะห์ข้อมูลและสำรวจแบบสอบถามต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริการภาษาจีนภายในตลาดน้ำอัมพวา โดยงานวิจัยมีเนื้อหาหลัก ๆ คือ บทที่ 1 การพัฒนาตลาดน้ำและการท่องเที่ยวของประเทศไทย บทที่ 2 การสำรวจตลาดน้ำใกล้กรุงเทพฯและนักท่องเที่ยวชาวจีน บทที่ 3 การประเมินตลาดน้ำอัมพวา โดยการใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ เพื่อวิเคราะห์สรุปสถานการณ์โดยรวมของนักท่องเที่ยวจีนที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยและปัญหาที่เกิดขึ้น และวางแผนที่จะแก้ไข เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจีนให้มาท่องเที่ยวท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวามากขึ้น

จากการศึกษาพบว่า แบบสำรวจวิจัยในการใช้ภาษาจีนเพื่อการบริการในตลาดน้ำอัมพวา ส่วนใหญ่มีการใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นหลัก ซึ่งการใช้ภาษาจีนภายในตลาดน้ำมีเพียงแค่ป้ายบอกชื่อและราคาสินค้า ซึ่งแม้คำที่สามารถสื่อสารภาษาจีนได้มีไม่มากนัก สิ่งที่ควรได้รับการปรับปรุงมากที่สุดเกี่ยวกับการบริการด้านภาษา ได้แก่ ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำประวัติสถานที่ท่องเที่ยวที่ยังมีไม่มากนัก และมีเพียงข้อมูลที่เป็นภาษาไทยเท่านั้น ดังนั้น จึงควรได้รับการพัฒนาเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่เพียงพอแก่ความต้องการของนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: ตลาดน้ำอัมพวา การบริการภาษาจีน การจัดการตลาดน้ำ

A STUDY OF CHINESE USAGE IN SERVICE INDUSTRY

— TAKING AMPHAWA FLOATING MARKET AS AN EXAMPLE

CHUTIKARN AIMSUB 596042

MASTER OF ARTS (CHINESE FOR BUSINESS COMMUNICATION)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: ZHAO PING, Ph.D.

ABSTRACT

In this present, Thailand has famous and popular tourist attraction where attracted many foreign tourist who visited here. The most one has Chinese tourists who journeyed in Thailand around 9.83 million peoples per year and most popular place for them as 'floating market'. This research has proposal about using Chinese language within floating market, using Chinese language in other situation, and analyzing factors that influenced to floating market with case studies at Amphawa floating market.

This research has analyzed information and surveyed other questionnaires about Chinese language service within Amphawa floating market. This research has mainly context as unit 1: the development floating market and tourism in Thailand, unit 2: the surveyed floating market where closely Bangkok and Chinese tourists, unit 3: the floating market assessment with using questionnaires and interviews for analyzed overall situation of Chinese tourists who travelled in Thailand and planned for solved problems for attracted to many Chinese tourists could have possibly visiting and travelling to floating market more and more.

This case studied has found that questionnaires with using Chinese language for service at Amphawa floating market. Chinese language within floating market has only named tag and price due to less seller who could have possibly communicated with Chinese language included with one thing which should have obtained improvement about language service such as guidepost, history guide, and guide sign which there has only Thai language. In addition, there should have development for tourists who obtained more information appropriately to meet tourist demands.

Keywords: Amphawa floating market; Chinese language service;
Market management

曼谷水上市场汉语服务调查研究 ——以安帕瓦水上市场为例

林凤娇 596042

文学硕士学位（商业汉语）

指导教师：赵平 博士

摘要

泰国是著名的旅游景点,许多外国游客来泰国旅游,其中之一是中国游客。中国游客前往泰国大概 9.83 百万人/年,一个地方中国游客流行是水上市场,因此,汉语服务是一个重要因素的旅游市场的中国游客。目的研究是中文使用的水上市场,在水上市场汉语使用情况与水上市场影响因素分析 案例研究 安帕瓦水上市场。

本研究的数据分析与调查问卷的汉语服务,研究的主要内容包括:第一章泰国的水上市场的发展与旅游,第二章曼谷附近的水上市场调查与中国游客,第三章评价安帕瓦水上市场,通过问卷调查和访谈,分析结论总体情况来泰国旅游的中国游和出现的问题,与计划修改,吸引中国游客提供更多的旅游安帕瓦水上市场。

研究发现,调查研究在安帕瓦水上市场用汉语服务,主要用泰语和英语为主,在安帕瓦水上市场的汉语服务只有产品标签的名字与价格,小商贩不会说汉语交流。在安帕瓦水上市场应该得到改善汉语服务 比如 路标、景点介绍历史标签,只有泰语的信息。因此,为了让游客受到的足够信息。

关键词: 安帕瓦水上市场 汉语服务 市场管理

目录

บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
摘要	III
目录	IV
表格目录	V
图表目录	VI
绪论	1
第一章 清莱白庙的旅游业概况	9
第一节 曼谷周边水上市场的状况	9
第二节 中国游客来泰旅游的形势	10
第三节 安帕瓦水上市场中国游客情况	12
第二章 曼谷周边水上市场与中国游客的调查	16
第一节 安帕瓦水上市场调查情况	16
第二节 安帕瓦水上市场管理情况调查	22
第三节 安帕瓦水上市场问卷调查	25
第四节 中国游客对水上市场满意度调查	35
第三章 安帕瓦水上市场汉语服务和管理评估	42
第一节 安帕瓦水上市场汉语服务评估	42
第二节 安帕瓦水上市场存在的问题	47
第三节 解决问题的建议和改进措施	50
结 语	56
致 谢	57
参考文献	59
附 录	62
ประวัติผู้เขียน	63

表格目录

表 1	2015-2016 年 10 月 12 月多国游客来夜功府旅游人数情况	13
表 2	2015-2016 年中国游客来夜功府人数增加情况	14
表 3	中国游客 2016-2017（泰国佛历 2559-2560）在夜功府购物情况	15
表 4	中国游客游览活动的人际关系	31
表 5	中国游客在安帕瓦水上市场的不同游览活动	34
表 6	中国游客对安帕瓦水上市场汉语服务满意度调查表	36
表 7	安帕瓦水上市场管理服务满意程度调查表	38
表 8	水上市场价格满意情况调查表	38
表 9	中国游客对周边环境和交通满意情况调查表	39
表 10	安帕瓦水上市场 SWOT 分析	44

图表目录

图 1	2015-2017 (2557-2560) 泰国旅游和体育部外国游客和收入信息	11
图 2	安帕瓦水上市场	16
图 3	受访商贩的性别	17
图 4	受访商贩的年龄情况	18
图 5	商家与小贩的学育程度	19
图 6	安帕瓦水上市场商贩销售收入情况	19
图 7	商家与小贩的婚姻状况	20
图 8	水上市场受访商贩销售年限情况	20
图 9	安帕瓦水上市场商贩每天工作时间	21
图 10	商家与小贩的外国游客语言沟通情况	21
图 11	安帕瓦水上市场 剩下的是流动的运河排房	22
图 12	安帕瓦水上市场门牌中文标识	23
图 13	水上市场的人员管理情况	23
图 14	安帕瓦市场的商铺	24
图 15	安帕瓦水上市场的繁荣景象	25
图 16	受访中国游客的性别情况	26
图 17	受访中国游客的年龄段	26
图 18	受访中国游客学历情况	27
图 19	中国游客的职业	27
图 20	中国游客的收入情况	28
图 21	本次调查的中国游客婚姻状况	29
图 22	游览安帕瓦水上市场的次数	29
图 23	中国游客的旅行方式	30
图 24	中国游客游览活动人数情况	31
图 25	中国游客在安帕瓦水上市场消费情况	32
图 26	中国人的游览的时间	33
图 27	中国游客获得安帕瓦水上市场信息的渠道	34
图 28	泰英中文乘船广告	40
图 29	果蔬中文广告	40

图表目录(续)

图 30	中泰文饮料广告	41
图 31	水上市场中文乘船广告	42
图 32	游客服务与急救中心中文标识	43
图 33	泰文菜单	48
图 34	泰文店面食品广告	49
图 35	拥挤繁杂的安帕瓦水上市场	50
图 36	泰英中文水上市场乘船广告	52
图 37	安帕瓦水上市场泰英文游览图	53
图 38	网站面包车信息	54
图 39	水上市场乘船中文广告	54
图 40	水上市场中文按摩广告	55
图 41	水上市场饮料中文广告	55

绪论

一、选题的背景及研究意义

泰国旅游业的发展和大量中国游客来泰旅游，促进了泰国主要景点的繁荣。曼谷水上市场就是中国游客喜欢游览的一个景点。

水上市场在泰国由来已久，比如丹嫩沙多水上市场就有着超过百年的悠久历史。众所周知，泰国是一个水资源十分丰富的国家，所以就产生了众多大大小小的水上市场。只要有水的地方，一般就会有水上市场，可见泰国水上市场数量之庞大。但是水上市场一般以早市为主，因为太阳出来之后天气就变热了，水上市场也就散了。水上市场一般都是生意兴隆，格外繁荣。泰国政府为了保护本国特有文化，也为了吸引国外游客，在嫩沙多河上建立了集市——丹嫩沙水上市场。这个水上市场不仅历史悠久，更是商业繁荣，是泰国国内最有名的水上市场。曼谷周边主要有五个水上市场：

一是丹嫩沙多水上市场 (Damnoen Saduak Floating Market) 是泰国最具人气的水上市场。来到泰国的大多数游客都希望游览当地的水上市场，而其中有许多人都会选择这里。清晨来到市郊的丹能莎朵能避开兜售旅游纪念品的商店，体会到此地的原汁原味。该市场离曼谷市区约一个多小时的路程，最佳的前往方式是参加其专线游览。

二是安帕瓦水上市场 (Amphawa Floating Market)，是第二著名的水上市场，位于曼谷西南方，距市区 90 公里，与非常商业化的丹嫩沙多不同，安帕瓦水上市场显得更纯朴也更贴近当地居民的生活，夜游可以赏萤火虫。安帕瓦水上市场河道比较开阔，整个市场的氛围比较好，更像是市场，而不是景点。安帕瓦水上市场只有周五、六、日的 12:00-20:00 开放。

三是大林江水上市场 (Taling Chan Floating Market) 距离曼谷非常近，位于距离曼谷市区仅 12 公里远的地方，此处全天营业且商船充足，是名副其实的水上市场，而且还是一个规模较大的当地市场。此处有小长尾船可供游客在运河附近巡游，可以一边坐船一边悠闲地欣赏运河风景。

四是空叻玛咏瀑布 (Khlong Lat Mayom) 水上市场, 是另一个距离曼谷很近的中等规模水上市场。这是一个真正的当地市场, 前往此处的外国人极少, 该市场的主要部分位于陆地上, 有机会品尝到各种各样有趣的甜品和水果。由于此处紧邻大林江水上市场。

五是邦南彭水上市场, 是水上市场中规模最小的一个。邦南彭水上市场距离曼谷很近, 约 20 公里, 尽管这是一个规模适中的市场, 但是在此处可以选择很多十分有趣的食物来品尝, 而且该市场位于“曼谷之肺”, 地理位置优越。所谓“曼谷之肺”, 是指一片被河道弯曲部分保护起来的相对原始的自然圣地。该市场毗邻运河, 景色迷人。

水上市场是曼谷的特色之一, 这是当地人采买新鲜食材的一种传统方式。只要有水的地方, 一般就会有水上市场, 可见泰国水上市场数量之庞大。水上市场一般都是生意兴隆, 格外繁荣。大多数去泰国旅游的外国游客都要划船目睹一下泰国水上市场的风采。曼谷较有名的安帕瓦水上市场都在曼谷以南一百多公里的位置。安帕瓦水上市场的河道两旁的老旧屋舍, 其实就是一个露天博物馆, 还曾被联合国教科文组织列为亚洲太平洋文化遗产, 历史建筑保留的相当完整, 使用当地人要沿水保护社区, 安帕瓦水上市场使得它很受外国游客非常多。安帕瓦水上市场的另一亮点是安帕瓦赏萤, 夜游河赏萤之旅带您迎着阵阵凉风, 乘船驶向夜晚静谧的河道, 除了两旁树上随处可见的闪亮萤火虫相伴, 还可顺便欣赏河道两岸美丽的民宿, 以及当地居民最自然的生活态, 在美丽的夜晚, 悠然写下浪漫回忆。

本论文研究的对象是中国游客去得比较多的安帕瓦水上市场。研究的意义是通过对这个水上市场的小贩和商家与中国游客在购物中语言沟通方面的调查, 说明大量中国游客来水上市场观光购物, 是否导致一些小贩和商家可以提供简单的汉语服务与中国游客沟通, 以及中国游客对水上市场商业用语产生了哪些影响, 并对这些影响因素进行分析, 从而得出研究成果。

二、与论文选题有关的国内外研究动态及发展趋势

（一）有关泰国水上市场的研究

1. 肖弘文《中国旅游者在泰国安帕瓦水上市场旅游行为研究》（昆明西工大学硕士论文 2017）的论文以泰国的帕瓦水上市场为例,研究中国旅游者在泰国的旅游行为。通过实地调查认为大多数接受入境的中国旅游对泰国安帕瓦水上市场的总体情况表示满意,但是还是存在一些问题,亟需解决。论文主要针对中国旅游者在泰国安帕瓦方水上市场(Amphawa Floating Market)的旅游行为,以此为目标,应用市场营销相关理论,运用实地考察的实证研究方法,结合中国旅游者在泰国安帕瓦方水上市场的消费行为特征、泰国安帕瓦方水上市场(Amphawa Floating Market)的运行现状,运用 SPSS21.0 软件分析中国旅游者在泰国安帕瓦水上市场(Amphawa Floating Market)旅游行为-满意度。

2. 周妙珠在《泰国水上市场旅游汉语应用研究-以杜拉拉水上市场为例》（泰国华侨崇圣大学硕士论文 2016）中对泰国杜拉拉水上市场旅游汉语应用进行了研究。论文使用文献资料分析、访谈分析和问卷调查分析。通过研究杜拉拉水上市场旅游汉语应用情况,包括汉语服务人员应用的基本情况、杜拉拉水上市场的汉语服务情况与中国游客沟通、市场汉语广告牌和标识牌、市场汉语服务的管理情况。论文指出杜拉拉水上市场汉语应用情况的评估,并相应地给出了建议和改进况。

3. 任末末、楚鹏在《安帕瓦水上市场 留在曼谷的理由》（旅游杂志 2013 第 5 期）中说明了安帕瓦水上市场的情况,它给游客带来的体验和技术愉悦。

（二）有关泰国旅游服务业的研究

1. 陈韵 《东盟框架下泰国旅游服务业发展研究》（黑龙江大学硕士论文 2015)被大家叫做“微笑国度”的泰国,不仅有着与众不同的传统文化,以及代代相传的风土人情、极具地域特点的旅游景区,此外,泰国人还有着友善、好客、热情的善良性格。这些主要因素都使它成为一个极具吸引力的旅游目的地,能够让旅游者有美好的感受和深刻美好的旅游体验。泰国旅游服务业是泰国最大的主要收入来源之一。随着多年来泰国政府的大力支持,泰国逐渐发展为亚洲的重要旅游中心,是世界十大旅游市场之一的国家。

2. 龙如海 《中国游客赴泰国旅游满意度研究》（广西大学硕士论文 2014）论文以中国游客赴泰国旅游的满意度为研究对象进行分析,对泰国旅游业发展具有重要意义。首先通过对国内外游客满意度研究现状和相关理论进行整理和归纳,在进行国内外研究述评后,形成本文的研究理论基础;然后对目前泰国游客的现状、以及中国游客赴泰国旅游现状进行了分析研究;在此基础上,通过对样本的选取,调查问卷的设计,从游客背景、游客行为特征等对中国游客赴泰国旅游满意度进行了调查分析研究;分析得出中国赴泰国旅游的整体满意度情况,最后针对满意度情况提出针对性的对策和建议。

3. 周家欣 (Thanakit) 《泰国旅游服务贸易对泰国经济发展的效应分析》(北京邮电大学 2015)的硕士论文以泰国旅游业发展的原因、现状和面临的问题为基础,分析了泰国旅游服务贸易的发展现状,研究了泰国旅游业的特征及其迅速发展的原因。研究了泰国旅游服务贸易促进经济增长的路径,在物质资本积累、人力资本、就业等方面对促进泰国经济增长的效应,而且分析了泰国旅游服务贸易对泰国经济增长推动作用的内在原因。此外,对泰国旅游服务贸易与经济增长的定量分析结果,证明了旅游业对经济增长贡献作用的大小。

(三) 有关商业汉语服务与应用的研究

1. 冯小茜的论文 《分析泰国旅游服务贸易的发展--以汉语服务为例》(华侨崇圣大学硕士论文 2015)采用资料分析和问卷调查方法,对所掌握的资料对泰国旅游服务贸易进行定性分析和定量分析,以达到本课题的研究目的。论文研究的主要内容是说明泰国旅游服务贸易的发展状态,调查泰国旅游贸易中的汉语服务情况,主要分析的范围在旅游社,酒店服务,机场管理和旅游产品销售等方面。通过分析指出泰国旅游服务贸易发展通过分析指出泰国旅游服务贸易发展的前景和面对的挑战,阐明在泰国旅游服务贸易中汉语应用的重要性,同时指出汉语服务上存在的问题并提出改进的措施。

2. 林凤的论文 《分析泰国医疗旅游业汉语服务的应用--以泰国私立医院医疗服务为例》(华侨崇圣大学硕士论文 2015)的研究范围是提供医疗旅游服务的泰国私立医院。研究方法是通过收集资料,文献研究、访谈法,以及对泰国私立医院提供汉语服务的人员和来泰国接受医疗服务的中国游客使用问卷调查法。本论文的研究成果表明,泰国私立医院在医疗服务上具有优质的水平,但在汉语服务上还存在着人才短缺和汉语水平不高,医疗专业词汇不足等问题。虽然中国医疗游客选

择来泰国接受医疗服务的原因就是相信泰国医疗服务的品质和喜欢泰国的情景、文化和人们态度。但在哪家医院选择接受医疗服务时，以那家医院能提供汉语服务为第一原因。

3. 王玉洁的论文《曼谷旅游夜市汉语服务研究》（华侨崇圣大学硕士论文 2016）通过研究汉语服务在曼谷夜市中的应用，了解曼谷夜市服务人员的汉语水平，分析评估汉语服务在零售商品中的优劣得失。论文通过资料分析和问卷调查法，根据调查问卷的统计数据、新闻数据、相关书籍等资料的统计结果对曼谷夜市中的汉语服务情况进行定性和定量分析，以达到研究目的。论文分析了曼谷亚洲河滨夜市和曼谷唐人街耀华力市场的发展现状，以及曼谷夜市的中国游客情况。通过对曼谷夜市汉语服务调查分析评估，提出汉语服务中问题的解决和改进措施。

4. 王美琳的论文《泰国唐人街商业汉语的应用》（华侨崇圣大学硕士论文 2015）曼谷唐人街是泰国的一个重要旅游地，每年都能吸引很多中外游客。特别是近几年来，中国游客大量来泰旅游，为唐人街带来了许多商机，促进了唐人街的酒店业，金店珠宝业，餐饮业和商品销售业的发展。通过分析可以看到，唐人街提供的汉语服务能够更好地开拓中国旅游市场，吸引更多的中国游客来唐人街旅游，购物和品尝美食。

5. 蔡美秀的论文《泰国曼谷主要旅游商业区汉语服务调查研究》（华侨崇圣大学硕士论文 2015）本论文研究是通过设计研究，收集有关对来泰中国游客的基本资料，来泰中国游客对泰国曼谷主要商业区中文服务满意度情况，中国游客度曼谷主要商业区购物中文服务满意度情况以及泰国主要商业区从商人员汉语服务使用情况。通过走访调查对象：曼谷商业区主要代表，文央世界商业区，曼谷河边夜市和拉差达商业区这三个地区，实地询问游客和服务人员，收集了一定真实有效的资料，并分析研究概括中国来泰旅游游客的总体情况和出现的一些矛盾和问题所在，并计划解决问题。

（四）有关外国旅游服务业的研究

1. 廖万红《服务创新视角的中国—东盟旅游服务贸易研究》（广西民族大学学报 2011）中国—东盟旅游服务贸易的迅速发展对区域内各国国民经济的发展起到了积极的推动作用。但区域内旅游服务贸易在长期发展中存在发展不平衡、服务贸易壁垒、旅游服务缺乏创新等问题。为促进区域内旅游服务贸易的双赢发展，必须创新区域内合作的方式、吸引外商投资、创新旅游产品和技术、可持续发展和创新旅游人才。

2. 何效祖《英国旅游业发展战略及借鉴价值研究》（旅游学刊 2013）英国在旅游发展战略和实施措施上，一直是引导世界旅游潮流的前瞻性国家之一。本文重点分析研究了英国旅游发展中，《公共服务协议》的量化管理与服务；市场推广措施与电子旅游的运作；住宿等级的标准制定与规范化管理；及旅游目的地管理中的可持续性战略。针对中国的旅游业现状，对比分析了中国旅游的不足和英国旅游的可借鉴之处。

3. 金海姣《沈阳现代旅游服务业发展研究》（沈阳大学硕士论文 2017）现代服务业在世界经济的带动下，已经具有提高全球经济发展水平的能力，旅游业作为现代服务业的重要分支，也正在成为全球经济增长的引擎。沈阳地处我国东北地区，其旅游资源富饶，故此，沈阳旅游业的开展具有非常重要的意义。在目前经济发展趋势变化多端的情况下，沈阳作为老工业基地为了适应时代的发展必须将旅游产业进行谋划和定位，将旅游业改造成城市经济发展的主要产业支柱，并使旅游业成为沈阳经济战略增长点，使其成为东北地区旅游业的先驱带动力量。

三、主要研究的目的、方法和内容

1. 研究的目的

论文研究的目的是通过对安帕瓦水上市场汉语使用情况的调查，说明大量中国游客去水上市场观光购物是否对水上市场的商业用语情况产生影响，商业汉语在水上市场的使用情况，分析这些影响因素。论文将对中国游客大量来水上市场的状态，如何提高水上市场的服务水平，对水上市场管理部门提出改进的建议。

2. 研究的方法

1) 文献分析法:

查找与曼谷水上市场有关的资料，对这些资料进行分析。

2) 观察法:

——通过观察直接获得水上市场的资料，观察水上市场商家与中国游客沟通时的语言使用情况。

——观察水上市场商家标识牌、广告牌、产品说明等语言文字的情况。

——观察水上市场管理情况。

3) 问卷调查:

本次研究样本预计 100 份问卷。

——对中国游客的基本情况（如年龄、性别、学历）、消费行为、满意度和商家的语言情况进行问卷调查，对服务人员的汉语服务的态度。

——对水上商家进行问卷调查，主要内容包括：年龄、性别、销售的商品情况，与游客沟通的语言情况，经商时间（年限）情况等。

4) 访谈法:

对这安帕瓦水上市场的商家和中国游客进行随机访谈，了解他们对汉语服务情况，旅游业的发展对水上市场的影响情况。有没有汉语服务是否会影响他们的购物欲望，为本课题的研究提供直接的分析资料。

通过以上的研究方法收集本次研究的分析资料，对得来的资料进行定量和定性分析，达到本论文研究的目的。

3. 研究的主要内容

论文研究的主要内容是

—— 研究泰国旅游业的发展和大量中国游客的大量来访对安帕瓦水上市场的影响。

—— 研究大量中国游客的来访对安帕瓦水上市场汉语服务的影响。

4. 论文的研究的创新性

通过对与本论文相关的研究资料的查询，目前还没有与本论文研究课题相关的研究，本论文对曼谷水上市场汉语服务的专题研究还是一个新的研究。论文试图通过这项研究说明是否大量中国游客到水上市场观光购物对水上市场汉语服务产生影响，以及为了适应中国游客大量来访的情况，对水上市场管理部门提出相关的改进措施。

四、所要解决的主要问题

1. 掌握详实的有关曼谷水上市场汉语服务情况的资料，包水上市场的资料、中国游客的资料和水下市场管理部门的情况。
2. 对取得的相关资料进行理论分析，通过定性和定量分析阐明研究的问题以达到研究的目的。

第一章 泰国水上市场和旅游发展概况

第一节 曼谷周边水上市场的状况

一、曼谷周边水上市场的状况

曼谷是国外旅行中非常舒适的一条线路。曼谷原译“天使之城”，有“佛庙之都”之誉，为黄袍佛国之泰国首都，是泰国政治、经济、文化和交通中心。曼谷的水上市场分布在湄南河向西的一条支流上，规模较大的在曼谷和郊区有多处。在曼谷湄南河众多的风景中，水上市场是最有特色也是最吸引人的地方。如今在常见的水上市场，有些是昔日延续下来的，有些则是因观光目的而设立，各自呈现不同的景观和氛围。有趣的是，因河道与河岸腹地大小不同，有些水上市场其实是“河岸市场”，主要摊贩都在岸上，运河上只有象征性的小船。传统的水上市场，游客跟摊贩通常都坐在船上，买卖时两艘船碰头，直接在船上交易。

曼谷水上市场，这里有大小的小市场，在这里您已最优惠的价格能购买到当地的产品。围绕在曼谷周边的水上市场有很多，比如丹嫩沙多水上市场、安帕瓦水上市场、大林江水上市场、空叻玛咏瀑布和邦纳篷水上市场。

丹嫩沙多水上市场（Damnoen saduak）是曼谷最大最有名的水上市场，距曼谷 100 公里。它生机勃勃，富有活力，人来船往。安帕瓦水上市场（Amphawa）距曼谷约 90 公里。安帕瓦晚上的萤火虫吸引了不少游客。安帕瓦水上集市是现在泰国比较有名的水上市场之一，位于曼谷西南方向的夜功府，距离曼谷一个半小时车程。安帕瓦水上市场是比较不商业化的市场，主要还是泰国本土人去得多，也有很多外国游客。在这里可以体会到浓浓的泰国集市文化。大林江水上市场（Taling chan）离曼谷 12 公里。在这里租一条长尾船游览，方便购物和品尝试各式小吃。空叻玛荣水上市场（Khlong Lat Mayom）是离曼谷市区最近的水上市场之一，他完全不像安帕瓦和丹嫩沙多那样大且拥挤。在空叻玛荣游客可以享受最富盛誉的小吃。然而空叻玛荣并不是真正意义上的“水上”市场，实际上是沿河岸分布。这里的美食是它的标志之一。邦纳篷水上市场（Bang nam phueng）也可以叫做岸边市场。水上市场挤满了长尾船的河道以及两岸吆喝的商贩，那么这里可是要挑战你的想象了，只停有少量的长尾船以供租用，热闹的河道集市也逐渐转移至岸上。

赛寺院水上市场位于吞武里地区，Krung Thep 桥西边的达奥，卡农运河之上。赛寺院水上集市位于吞武里地区 Krung Thep 桥以西的达奥·卡农运河上，是曼谷市内现存唯一水上集市，游客仍可在其感受曼谷独有的风情。

曼谷水上市场开始的时间约在上午六点至十点间，由很多载满水果、蔬菜、熟食和其它商品的小船组成一幅繁忙生动的景象。他们主要是在兜售袋装水果和纪念品，贩卖者主要是女性，她们带着宽边斗笠，穿着泰国乡村人民最爱的蓝布棉布衣。由于集市距离市中心较近，交通方便，前来游览的旅客不断增多，现在已完全演变成一个专供旅游者游览购物的水上市。

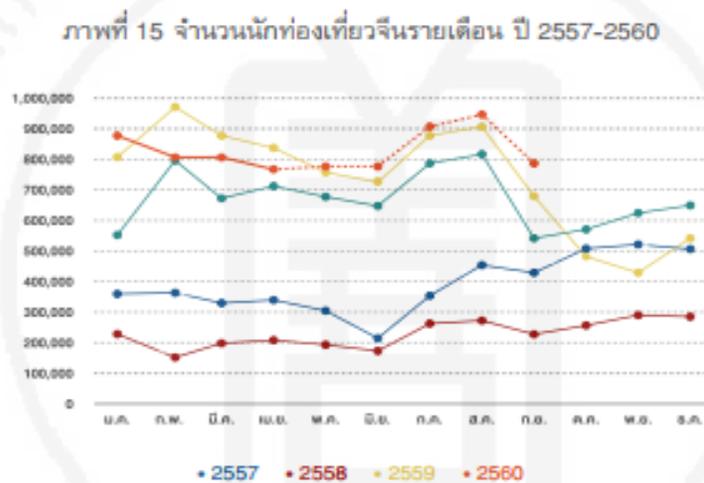
第二节 中国游客来泰旅游的形势

泰国旅游资源丰富。作为“白象王国”，泰国各地庙宇、佛塔高耸，佛尊、石雕精致美观，无处不充满着浓郁的宗教氛围。泰国属热带季风气候，拥有 3200 多千米的海岸线和 8000 个热带岛屿，明媚的阳光、白色的沙滩、湛蓝的大海，一派热带风光，令人心旷神怡，是良好的海滨游泳场。还有独具特色的泰国美食，放松身心的泰式按摩，充满当地风土的各种节日庆典，都让人欲罢不能。

据南博网了解，泰国旅游业发展时间不长，但发展速度非常之快，现已成为泰国的重要经济支柱，约占总体经济的 10%，其旅游创汇能力在东南亚国家中排列第一，在亚太地区中也位居前列。旅游业的发展除了外泰国带来大量外汇收入外，也带动了与旅游业相关的食、住、行、购等行业的发展。数据显示，2013 年，来泰国旅的外国游客逾 2600 万人，同比增长 19.6%。其中，来泰国旅游的中国游客数量达到创纪录的 470 余万人，增幅达 68.83%。2013 年泰国旅游收入达 418 亿美元，在世界旅游业排行榜排名第 10。

中国是泰国最大旅游客源地，受动乱因素影响，2014 年赴泰旅游的中国游客数量大幅下降。为挽回中国旅游者对泰国的信心，复苏旅游业，泰国政府采取了一系列措施稳定局势，整顿旅游市场，2014 年 6 月 13 日起正式解除“宵禁令”，从 2014 年 8 月 9 日至 2014 年 11 月 8 日为期 3 个月减免中国大陆和台湾游客的签证费。泰国旅游局与有关方面合作推出“泰国购物天堂”等系列活动，刺激游客前往泰国。泰国国家旅游局还将 2015 年定义为“探享泰风情”主题年。

近年来，泰国大力推广旅游业，吸引众多国际游客来泰旅游，特别是中国游客方面，赴泰旅游人数不断增加，大大推动了泰国旅游市场的发展。2010年以来，来泰中国游客数量不断增加。根据旅游和体育部的信息，在2016年4月，泰国有外国游客2.83万人，6.97增加百分之，2015年同一时期，从旅游收入1.4亿泰铢，7.64增加百分之。让在前四个月的2017年有外国游客12.02万人，2015年同一时期2.91增加百分之，与有旅游收入6.22亿泰铢，4.71增加百分之。2016年4月来泰国的中国游客达748,000人。



资料来源：Thailand Tourism Confidence Index 2018/1

图 1 2015-2017 (2557-2560) 泰国旅游和体育部外国游客和收入信息

根据泰国 2018 年 2 月观光数据，该月外籍游客人数增加 19%，其中对泰国观光业贡献最大的当属中国游客，同比增加高达 51%。据统计数据显示，2018 年 2 月共有 356 万 6898 名外籍游客入境泰国，与去年同期相比增加 11.33%，其中最多的是东亚地区游客 234 万 2593 人，增加 26.88%，其次是欧洲、美国、南亚、大洋洲、中东及非洲。在中国农历春节期间，中国游客来泰人数共计 120 万 479 人次，与去年同期相比增加 51%。2018 年 2 月来泰外籍游客最多的国家 TOP10，分别为中国、马来西亚、俄罗斯、南韩、日本、寮国、法国、印度、德国及美国。至于外籍游客在泰旅游的消费，为泰国带来 1952 亿 6294 万铢的收益，增加 23.78%。而中国游客无论在人数上，还是在消费上，都位居外国游客之首。

第三节 安帕瓦水上市场中国游客情况

安帕瓦水上市场位于曼谷西南侧的夜功府(Samut Songkhram)，距离曼谷市区约 1.5 小时车程。安帕瓦水上市场显得更纯朴也更贴近当地居民的生活。安帕瓦水上市场距离曼谷不远,使游客选择来旅行 比如 中国人,英国人,日本人和台湾人等等。

表1 2015-2016年10月-12月多国游客来夜功府旅游人数情况

国际	2016年			2016/15		
	10月	11月	12月	2016	2015	
泰国	62,425	69,240	76,450	208,115	205,643	+1.25
文莱	-	-	-	-	-	+0.00
哥伦比亚	-	-	-	-	-	+0.00
印度尼西亚	5	-	1	6	-	+0.00
老挝	-	-	2	2	10	-80.00
马来西亚	9	5	18	32	17	+88.24
缅甸	-	-	-	-	6	-100.00
菲律宾	9	3	8	20	12	+66.67
新加坡	11	8	10	29	14	+107.14
越南	2	2	2	6	15	+60.00
中国	52	43	38	133	100	+33.00
香港	9	7	6	22	12	+83.33
日本	7	15	19	41	31	+32.26
韩国	6	8	6	20	15	+33.33
台湾	11	6	9	26	14	+85.71

资料来源：多国游客来夜功府旅游人 2015-2016年10月-12月

从表1中我们可以看到中国游客人来夜功府(Samut Songkhram)人数最多,从2015到2016年10-12月增加了33%。

表 2 2015-2016 年中国游客来夜功府人数增加情况

国际	1 月-12 月		2016/15
	2016	2015	%
泰国	575,384	556,042	+3.48
文莱	0	0	+0.00
哥伦比亚	0	0	+0.00
印度尼西亚	10	3	+233.33
老挝	9	24	+62.50
马来西亚	138	48	+187.50
缅甸	4	14	+71.43
菲律宾	53	83	+36.14
新加坡	278	227	+22.47
越南	32	59	+45.76
中国	572	374	+52.94
香港	152	107	+42.06
日本	215	165	+30.30
韩国	206	176	+17.05
台湾	176	140	+25.71

资料来源：中国游客来夜功府 2015-2016 年

从表 2 中可以看到中国游客来夜功府(Samut Songkhram), 从 2015 到 2016 年增加了 52.94%，中国游客人数增加了 198 人。

表 3 中国游客 2016-2017 (泰国佛历 2559-2560) 在夜功府购物情况

费用	旅客			客人			访问客		
	2016	2017	%	2016	2017	%	2016	2017	%
1.旅店费	523.71	498.65	+5.03	0.00	-	+0.00	131.01	131.01	+0.00
2.膳费	336.15	321.12	+4.68	244.68	232.28	+5.43	268.13	255.13	+5.10
3.购买费	196.12	181.88	+8.39	274.31	262.72	+4.41	254.89	241.91	+5.37
4.旅游服务	116.11	110.52	+5.06	111.08	105.87	+4.90	112.34	107.07	+4.92
5.旅游服务费	118.54	113.13	+4.78	114.39	111.60	+2.50	115.45	112.00	+3.08
6.车辆费	241.98	232.38	+4.13	212.95	207.22	+2.77	220.34	213.69	+3.11
7.其他费	54.40	53.09	+2.47	62.19	60.63	+2.57	60.21	58.69	+2.59
费用平均/人	1,588.99	1,510.75	+5.18	1,019.78	980.30	+4.03	1,162.37	1,119.50	+3.83

资料来源：中国游客在夜功府购物 2016-2017 年

表 3 显示 2016-2017 年 1- 12 月中国来夜功府(Samut Songkhram) 的住宿费, 食品费, 购买费, 娱乐费, 旅游费, 车辆费与其他费用情况, 其总的消费增加了 5.18%。

第二章 曼谷周边水上市场与中国游客的调查

第一节 安帕瓦水上市场调查情况

安帕瓦水上市场的顾客总体上来看主要是以泰国当地民众人为主。每逢星期五到星期日和一些节日开放。运河两边的安帕瓦水上市场十分热闹，聚集了不少商家和小贩，以及来这里观光旅游的游客，他们不少人是乘船游览，可以体会到浓浓的泰国市场文化。在安帕瓦水上市场附近还有其他的景点，如拉玛公园，寺院以及一些原生态的泰国风光。



图 2 安帕瓦水上市场

泰国政府发展这个水上市场是为了保护当地环境和促进旅游业，提高当地农民的收入，扩大就业机会。当地居民可以把自己的农产品、泰国特色的美食和手工艺品拿到水上市场来销售，一方面改善当地人民的生活，另一方面开发泰国旅游业，让外国游客更多地了解泰国的风土人情，促进文化交流。

与其它泰国水上市场早上开市晚上关闭不同，安帕瓦水上市场是大约下午三点开市，到晚上十点闭市，被称为“安帕瓦晚上浮动市场”。坐船游览是观光安帕瓦水上市场的一大特色。游客可以看到当地乘船拜佛的风俗和原生态的生活。每逢泰国的雨季，如5月到10月，特别是没有月亮的夜晚，游客可以欣赏水边萤火虫的点点荧光。

安帕瓦水上市场民风淳朴，更能贴近当地人生活。商品的价格也不贵，运河两边聚集了很多小摊，有各种泰国风味小吃和反映泰国传统文化的商品。相比曼谷其他的水上市场，安帕瓦水上市场少了很多商业的味道，给人一种原生态的朴素无华的感觉。这些特色是吸引不少外国游客到此游览的原因之一。

本次研究对安帕瓦水上市场的商家与小贩进行了访谈法，具体情况如下：

一、性别：

本次对安帕瓦水上市场的访谈调查了10位商家与小贩，3女7男。被采访调查的男女比例是男性占70%，女性占30%。

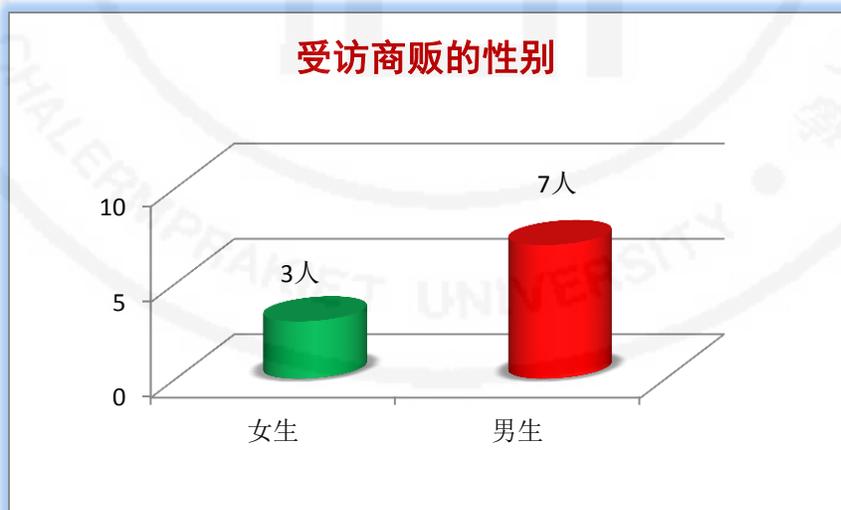


图3 受访商贩的性别

二、年龄：

在安帕瓦水上市场被访的 10 位商家与小贩的年龄情况是：20 岁年以下的有 1 位占 10%，21-30 岁的有 1 位占 10%，31-40 岁有 3 位占 30%，41-50 岁有 2 位占 20%，51-60 岁有 1 位占 10%，61 岁以上的有 2 位占 20%，图 2. 1. 2 显示了被访商贩的不同年龄情况。

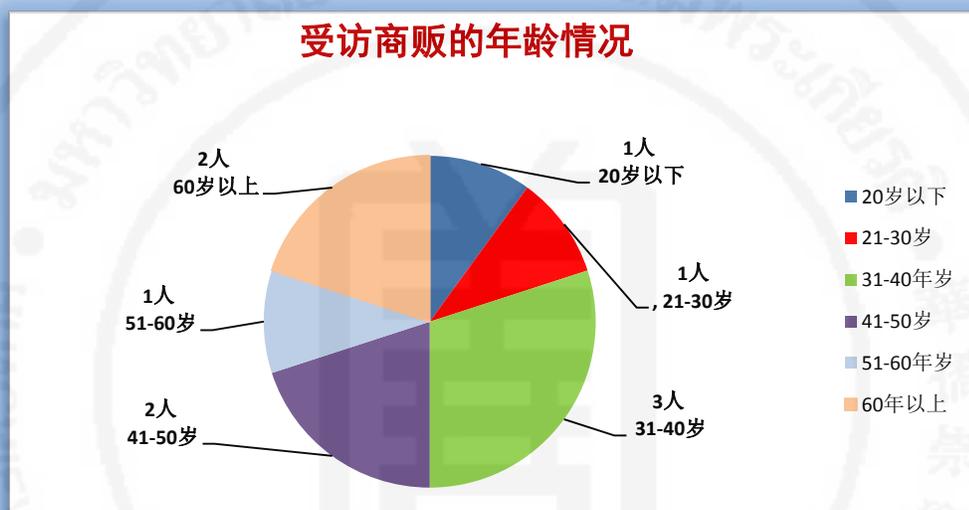


图 4 受访商贩的年龄情况

三、学育程度：

图 2. 1. 3 反映的是本次被访的 10 位商家与小贩的受教育的程度。他们受教育的具体情况是：中专学历的有 2 位，占 20%；大专学历的有 7 位，占 70%；硕士学位有 1，占 10%。

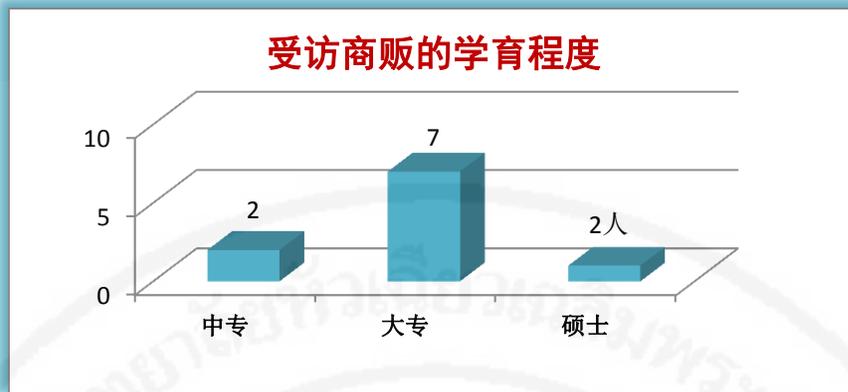


图 5 商家与小贩的学育程度

四、销售收入：

本次问卷调查了安帕瓦水上市场的 10 位商贩的收入情况。在安帕瓦水上市场有销售收入多样性是 7 个学育程度；小于 5,000 泰珠/月，5,001-10,000 泰珠/月有 2 位大概 20 百分之，10,001-15,000 泰珠/月有 1 位 1 占 10%，15,001-20,000 泰珠/月有 1 位占 10%，20,001-25,000 泰珠/月有 3 位占 30%，25,001-30,000 泰珠/月和大于 30,001 泰珠/月有 3 位 30%。



图 6 安帕瓦水上市场商贩销售收入情况

五、婚姻状况：

安帕瓦水上市场 10 位商贩的婚姻情况是：单身的有 4 位，占 40%，已婚的有 6 位，占 60%。见图 2.1.5.



图 7 商家与小贩的婚姻状况

六、受访商贩销售年限情况

图 2.1.6 反映的是安帕瓦水上市场 10 位商贩从事商贩工作年限的情况。这些商贩中 2 年以下的有 2 位，2-5 年的有 2 位，5-10 年的有 1 位，10 年以上的有 5 位。

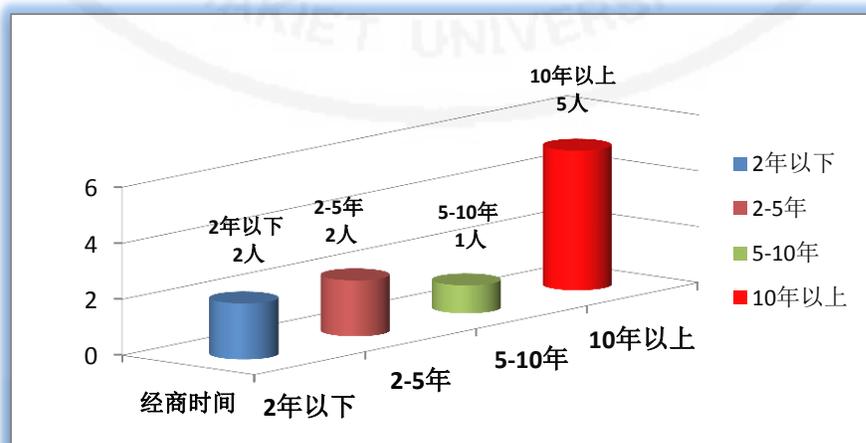


图 8 水上市场受访商贩销售年限情况

七、受访商贩的每日工作时间情况

在安帕瓦水上市场受访商贩每天工作 6 小时以下的有 1 位，6-7 小时的有 2 位，7-8 小时的有 1 位，8-9 小时的有 3 位，9-10 小时以上的有 3 位。见图 2.1.7。



图 9 安帕瓦水上市场商贩每天工作时间

八、与外国游客沟通情况：

被访的 10 位商贩中或多或少都可以用英语与外国游客沟通，其中 3 位可以用汉语和中国游客沟通。

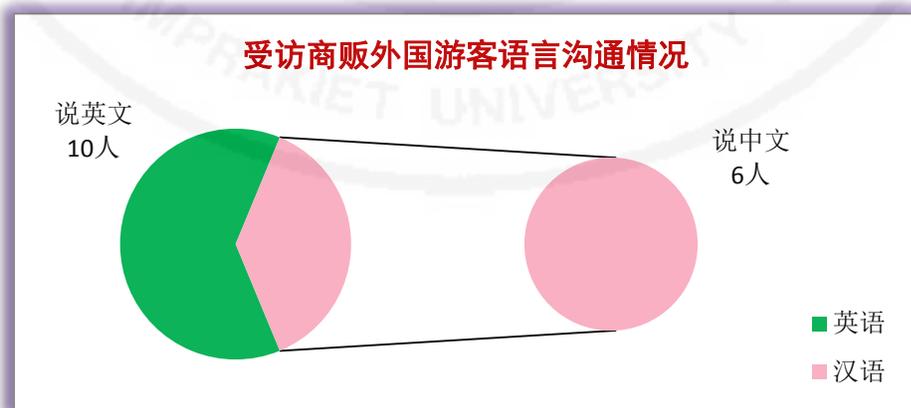


图 10 商家与小贩的外国游客语言沟通情况

第二节 安帕瓦水上市场管理情况调查

安帕瓦水上市场曾是泰国中部最大的水上市场，是重要的水路货物商品销售地。涉及的地区包括佛统(Nakhon Pathom)、北碧(Kanchana Buri)、佛丕(Phetcha Buri)、叻丕(Rajcha Buri)和夜功(Samut Songkhram)。当年的繁荣程度被称为“外部的安帕瓦 内部的曼谷”。后来安帕瓦水上市场发生了一次大火灾和要修路，安帕瓦水上市场被关闭。当地人开始用陆路交通进行货物交换，运河的生活与用船进行商品买卖逐渐消失，



图 11 安帕瓦水上市场 剩下的是流动的运河排房

随着经济的发展，水上市场的独特魅力和具有当地传统的运河生活，让人们认识到开放水上市场的文化价值和经济价值。水上市场的开发与朱拉隆功大学的建筑学院和泰国工业部合作，对安帕瓦水上市场进行开发，使其成为具有泰国特色的原生态旅游景点。运河两岸的生活，水边的运河排房，繁华的商品交换市场，夕阳的光照，以及迷人的夜色风光，成为了



图 12 安帕瓦水上市场门牌中文标识

泰国水上市场的一道独特的风景线和游览地。安帕瓦水上市场隶属于安帕瓦区的直辖市，商店运营商有大概 40 家。

在中国游客眼里安帕瓦水上市场有点像泰国式的周庄，市场在一条河道两边，岸上是成排的店铺，各种特色商品和美食任你挑选，河道里还有卖各种美食的小船。总之，安帕瓦水上市场属于原生态的，是本地人光顾的水上市场，这里民风淳朴，更能贴近当地人生活。

一、水上市场的行政管理情况

为了进一步研究安帕瓦水上市场的情况，本次研究还调查了其管理部门和人员的情况。安帕瓦区的行政管理机构的结构如下：

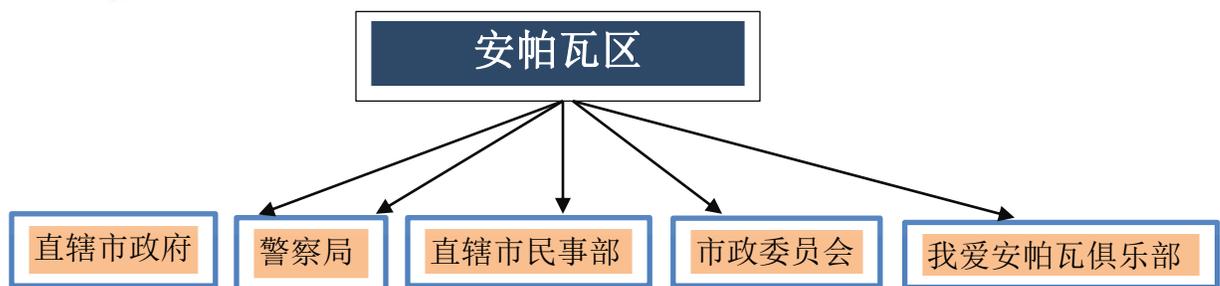


图 13 水上市场的人员管理情况

从图 2.2.2 中我们可以了解到安帕瓦市场的监督管理部门：

安帕瓦区负责安帕瓦水上市场监督，管理的所有部分，还有部门职责分配给安帕瓦直辖市、警察局、直辖市人民、委员会与我爱安帕瓦俱乐部。

一、安帕瓦直辖市政府

它主要是管理安帕瓦水上市场，职责如下：

1) 负责与规则给企业家、商店、酒店和饭店 比如 在公共场所禁止销售商店。

2) 废弃物管理控制, 因为平日里没有水上市场废弃物有大概 2 吨/日, 但是在星期五到星期日，水上市场的废弃物大概有 8-10 吨/日。因此做好这方面的管理是为了不影响当地居民的生活和保护当地的自然环境。



图 14 安帕瓦市场的商铺

3) 负责安帕瓦水上市场的管理和运作，维护安帕瓦水上市场正常秩序。

二、警察局

负责帮助游客，照顾民众和商贩，维护当地的治安，如果有投诉和发生冲突，以及违法行为，警察需要调解和处理，以保证水上市场的安全和保护当地商贩和游客的利益。

三、直辖市民事部

负责处理私营部门、商人、民众和企业家等的事务，对当地的店商进行管理。

四、委员会

是私营部门，促进当地事务和商贩的发展，帮助商贩选择当地的商店，禁止销售不合格的商品，促进水上市场的发展，解决水上市场出现的问题。

五、我爱安帕瓦俱乐部

是私营部门，其职能是联系当地商家，促进团结合作，共同发展当地的水上市场，帮助商家解决问题，合法经商。

二、水上市场语言服务情况

在安帕瓦水上市场的管理机构既有政府的也有私营部门的，这些部门使用的日常语言都是泰语，主要的工作语言主要是英语。但不是每个机构的管理人员都可以使用英语。通过调查，虽然近几年来，中国游客来到安帕瓦水上市场的人数不断增加，但是当地的管理部门并没有能说中文的人员。



图 15 安帕瓦水上市场的繁荣景象

第三节 安帕瓦水上市场问卷调查

一、中国游客的基本情况

目前中国游客是安帕瓦水上市场上主要的外国游客。除了中国人以外，来这个水上市场的外国游客还有一些英国人和日本人，以及少量的其它国家的游客。具体情况如下：

1. 性别

本次问卷调查了 100 位中国游客，46 位男性，54 位女性。中国人来安帕瓦水上市场男性和女性的数量差不多，男性占 46%，女性占 54%。

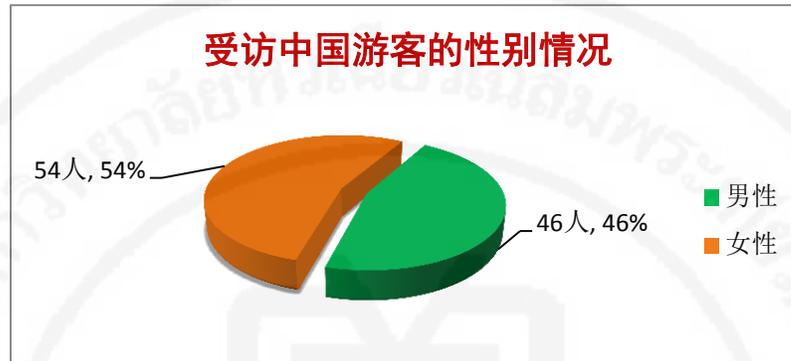


图 16 受访中国游客的性别情况

2. 年龄段

受访的中国游客中 20 岁以下的有 2 位，占 2%，21-30 岁有 82 位，占 82%，31-40 岁有 8 位，占 8%，41-50 岁的有 4 位，占 4%，51-60 岁的有 4 位，占 4%。中国游客中来安帕瓦水上市场的大部分是 21-30 岁的年轻人。

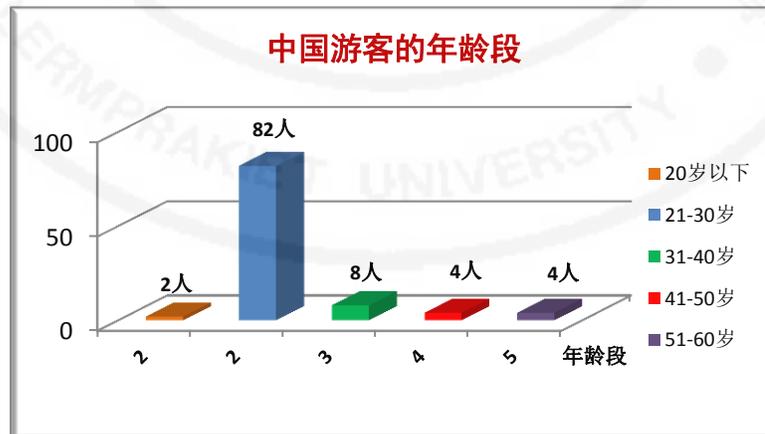


图 17 受访中国游客的年龄段

3. 学历程度

受访中国游客的学历情况是：初中以下，高中，中专有 2 位，占 2%，本科有 88 位，占 88%，硕士有 10 位，占 10%。中国人来安帕瓦水上市场的学历程度大部分是本科。

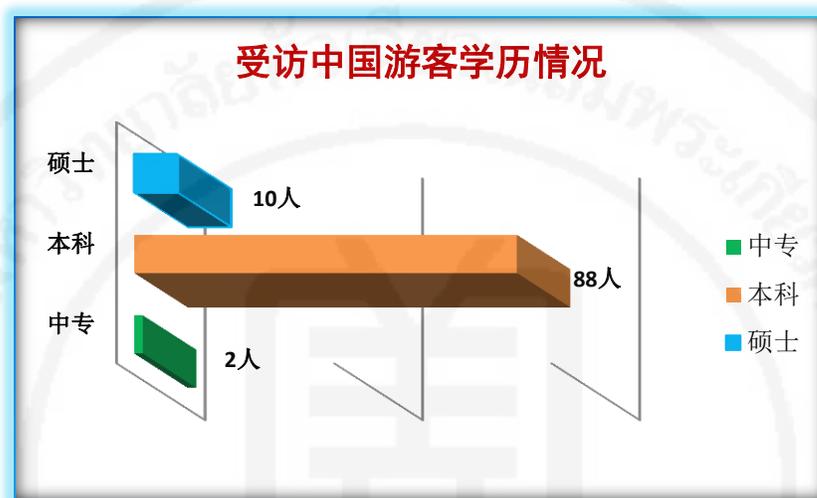


图 18 受访中国游客学历情况

4. 职业情况

中国游客的职业情况是学生 38 人，公务员 12 人，公司职员 42 人，私营企业家/商家有 8。从调查中可知，中国游客中大部分是公司职员，其次是学生。

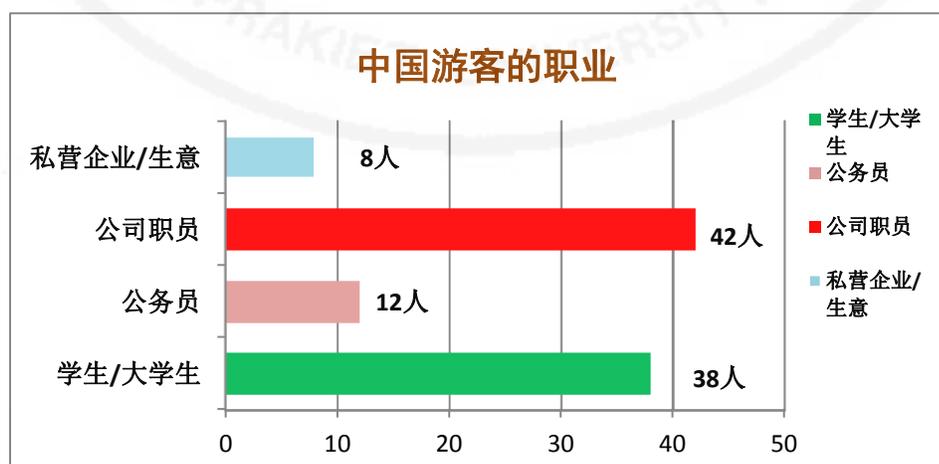


图 19 中国游客的职业

5. 收入情况

中国游客的收入情况是：小于 1,000 元/月的有 2 位，1,000-2,000 元/月的有 8 位，2,000-3,000 元/月的有 20 位，3,000-4,000 元/月的有 28 位，4,000-5,000 元/月的有 22 位，5,000-6,000 元/月的有 4 位，大于 6,000 元/月的有 16 位。从调查中可知，中国游客中收入大部分是 3,000-4,000 元/月，其次是 4,000-5,000 元/月。

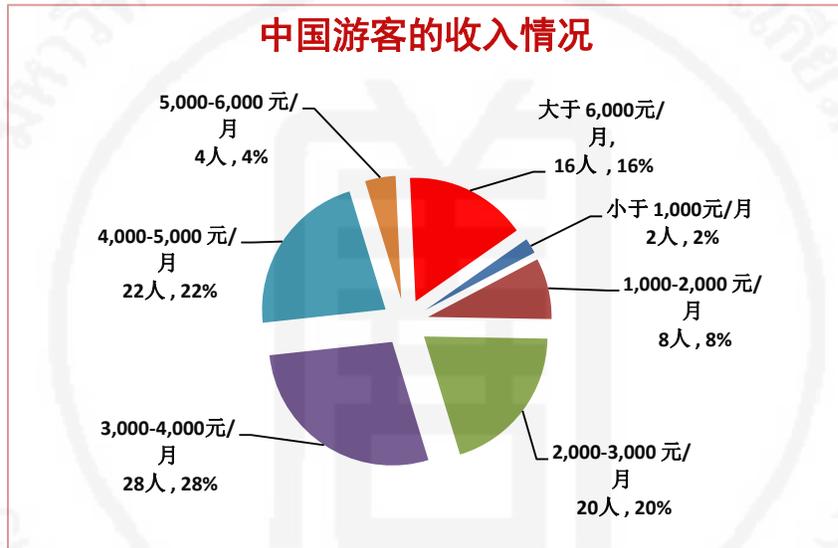


图 20 中国游客的收入情况

6. 婚姻状况

中国游客的婚姻状况是：单身的有 82 人，有婚姻的 18 人。调查显示来安帕瓦水上市场旅游的中国游客大部分是单身的。

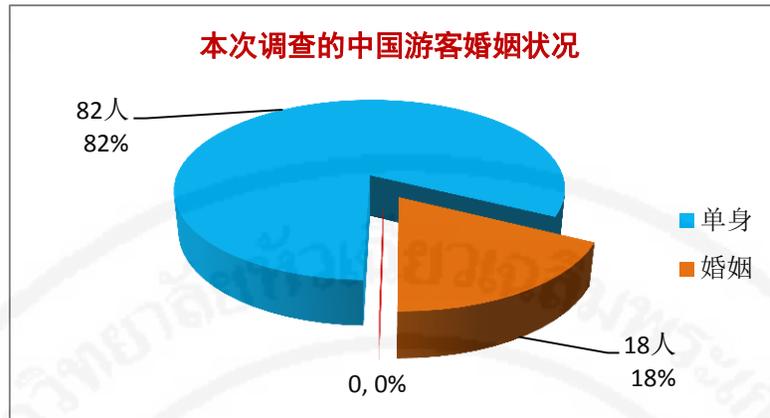


图 21 本次调查的中国游客婚姻状况

7. 游览安帕瓦水上市场情况

在受访中国游客里，首次游览安帕瓦水上市场的中国游客中有 52 人，去过 2-3 次的有 32 人，去过 4-5 次的有 10 人，去过 5 次以上的有 6 人。从这个调查中我们可以看到，大部分中国游客是第一次游览安帕瓦水上市场，占 52%。但有 48% 的中国游客是再次游览这个水上市场。这也说明这个水上市场对中国游客是吸引力。

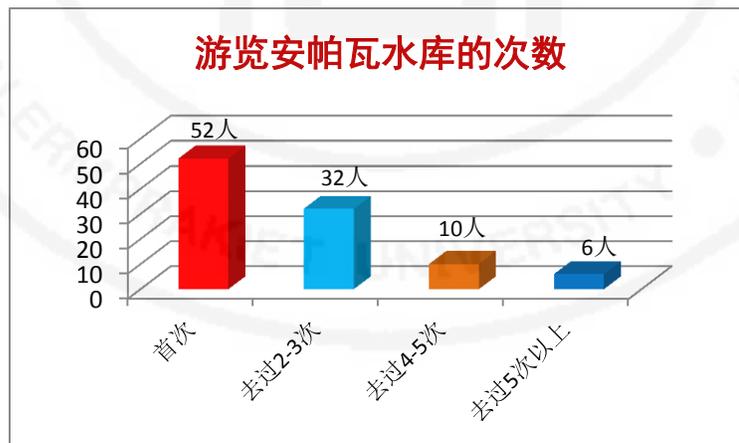


图 22 游览安帕瓦水上市场的次数

8. 来泰旅行的目的

来泰旅游的中国游客的目的有 90 人是休闲旅游；拜访亲友的有 2 人；来泰参加研讨会的有 8 人。

9. 旅行方式

去安帕瓦水上市场的中国游客有 18 人是驾驶私家车，乘公共汽车的有 50 人，乘旅游公司大巴的有 32 人。调查显示：中国游客来安帕瓦水上市场大部分是乘公共汽车，其次是旅游公司，再次是自驾车。其中，乘公共汽车或自驾车的主要是自由行的中国游客，乘坐公司大巴的是参加旅游团的中国游客。

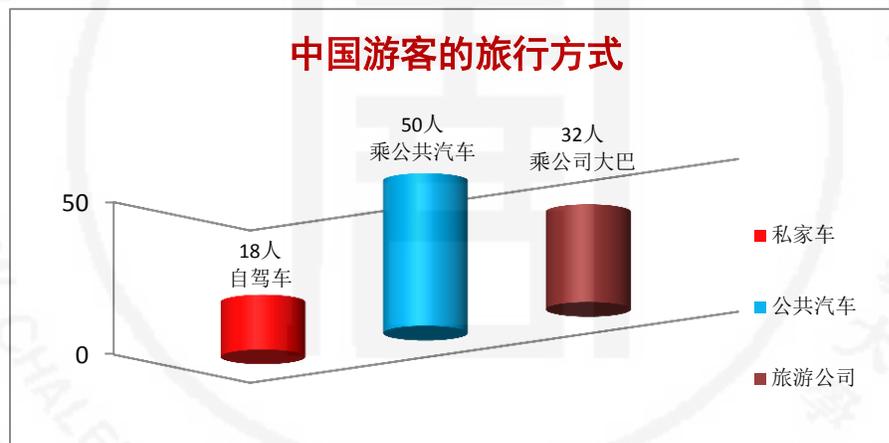


图 23 中国游客的旅行方式

10. 游览活动的人数情况

在安帕瓦水上市场对 100 位中国游客进行了游览活动人数的调查，这些中国游客以一个人来游览的有 4 人，2-3 人一起游览的有 46 人，4-5 人一起游览的有 26 人，6 个人在一起游览的 24 人。到安帕瓦水上市场旅游的中国游客大部分人数是 2-3 个人一起游览，其次是 4-5 人。

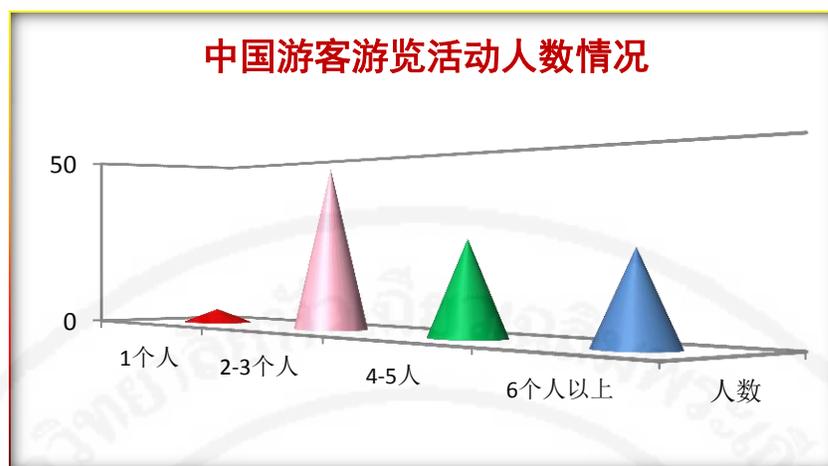


图 24 中国游客游览活动人数情况

11. 游览活动的人员关系

在安帕瓦水上市场受访的 100 名中国游客之间的人际关系主要有以下几种：

表 4 中国游客游览活动的人际关系

人 际 关 系	人 数	百 分 比
1. 家庭/亲戚关系	22 人	22%。
2. 朋友关系	64 人	64%。
3. 同事关系	2 人	2%。
4. 夫妻关系	8 人	8%。
5. 独自个人（一个人来旅游）	4 人	4%
被访中国游客总数	100 人	100%

从表 4 显示中国游客来安帕瓦水上市场旅游，大部分是朋友旅伴关系，其次是家庭/亲戚关系，然后是夫妻关系，同事关系和独自个人。

12. 旅游费用

通过对在安帕瓦水上市场 100 位中国游客的调查，受访中国游客水上市场的消费情况是：消费在 200 元以下的有 10 位，200-300 元的有 40 位，300-400 元的有 32 位，400 元以上的 18 位。综合来看，中国游客来安帕瓦水上市场大部分旅游费用是每人 200-300 元，大约泰铢是 1000-1500 铢，其次是 300-400 元，泰铢大约是 1500-2000 铢。

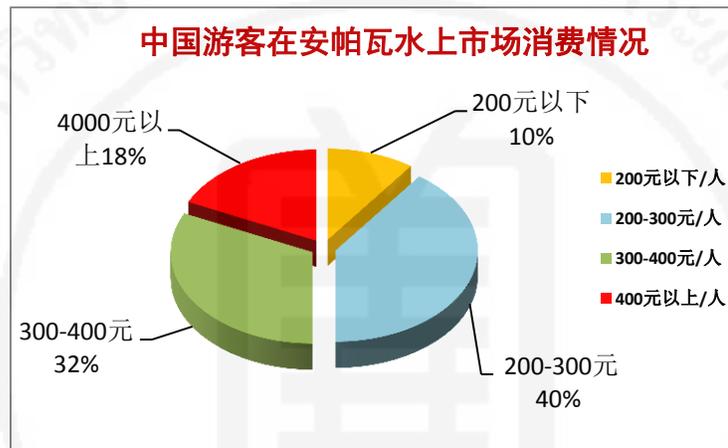


图 25 中国游客在安帕瓦水上市场消费情况

13. 来游览的时间

在安帕瓦水上市场中国游客来游览的时期时间是不同的。调查结果显示，安排在中国国家规定的假期来游览的有 18 位，在周末来游览的有 62 位，利用年假来旅游的有 20 位。总的来说，中国游客来安帕瓦水上市场游览，大部分是利用周末的时间，其次是年假和国家假期。

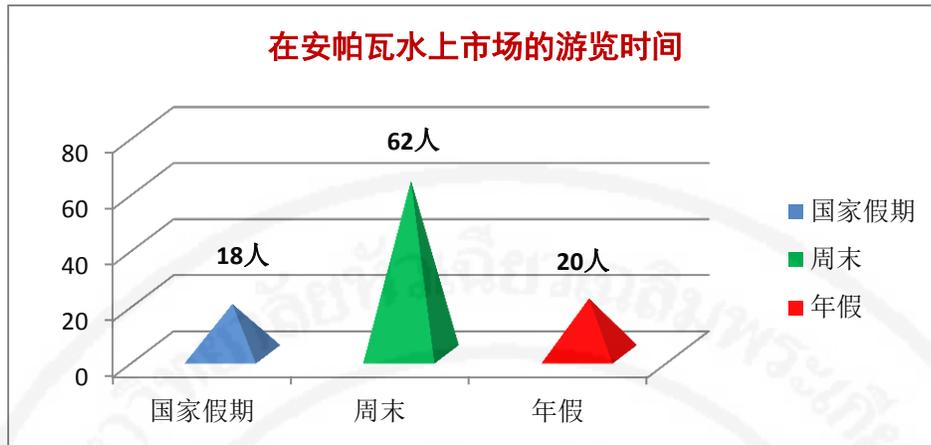


图 26 中国人的游览的时间

14. 对游览地满意情况

本次问卷调查了中国游客对安帕瓦水上市场总体情况满意程度，受访的 100 名中国游客在总体上对这个水上市场都是满意的。这个结果也反映出这个水上市场为什么受中国游客的青睐，有不少中国游客是这个水上市场的回头客。见本次调查结果的第 7 项，

15. 游览活动情况

在安帕瓦水上市场游览的中国游客的活动多种多样；以购买商品为主的有 14 位，占 14%，以品尝泰国美食为主的有 8 位，占 8%，以乘坐船观光，看萤火虫为主的有 36 位，占 36%。以了解当地风土人情，体验泰国的生活方式为主的有 8 位，占 8%。以休闲为主的有 34 位，占 34%。调查显示，中国游客来安帕瓦水上市场大部分是以坐船观光和看萤火虫为主，因为这最能体验到安帕瓦水上市场的特色，其次是休闲、购物、品尝美食和了解当地民情。

表 5 中国游客在安帕瓦水上市场的不同游览活动

不同游览活动		人 数	百分比
1	以购物为主	14	14%
2	以品尝泰国美食为主	8	8%
3	以乘船观光, 看萤火虫为主	36	36%
4	以了解当地风土人情, 体验泰国的生活方式为主	8	8%
5	以休闲为主	34	34%
被访中国游客总数		100	100%

16. 获得信息情况

通过对在 100 位中国游客的问卷调查, 他们获得安帕瓦水上市场的信息有以下几个渠道: 1. 通过朋友/亲戚, 有 26 位占 26%。2. 通过报刊/旅游杂志, 有 26 占 26%。3. 通过导游有 18 位, 占 18%。4. 通过泰国国家旅游局的微博/Facebook, 有 30 位占 30%。5. 通过网站/博客, 有 38 位占 38%。调查显示, 中国游客来安帕瓦水上市场大部分信息是通过网站/博客获得, 其次是亲朋好友, 报刊杂志和导游。

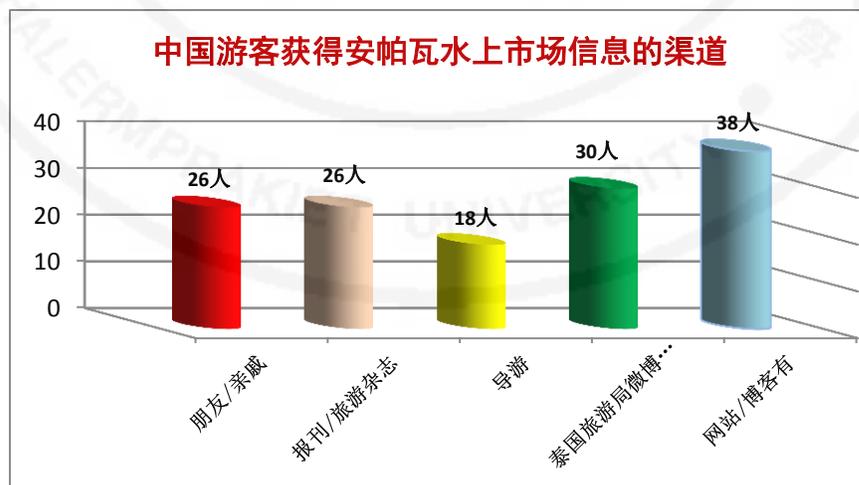


图 27 中国游客获得安帕瓦水上市场信息的渠道

17. 与当地商贩语言沟通情况

通过在当地调查了解到，在安帕瓦水上市场商贩与外国游客沟通的语言大多数是用英语，由于越来越多的中国游客来到安帕瓦水上市场，有少数商家也可以用简单的汉语与中国游客沟通。比如在商品价格和数量方面，可以用简单的中文与中国游客沟通。但大多数商家不可以用汉语与英语与中国游客沟通。毕竟在安帕瓦水上市场当地的泰国人是主要的客户，这里商贩使用的主要语言还是泰语。

由于安帕瓦水上市场已经成为泰国一个著名的游览地，吸引了不少外国游客，特别是中国游客来这里观光购物。虽然当地的商贩能说中文的很少，但在他们的商店里有些商品的价格和品牌会标出英文或中文，方便外国游客购买。另外除了用语言沟通外，当地商家还会用手势与外国游客沟通。

第四节 中国游客对水上市场满意度调查

一、语言服务方面

本次研究不仅对中国游客的基本情况和安帕瓦水上市场情况进行了调查，还调查了中国游客对安帕瓦水上市场服务方面满意度的调查。本次从水上市场管理服务，商贩服务情况和导游汉语服务情况这三个方面调查了 100 名中国游客对安帕瓦水上市场各方面的满意情况。

表 6 中国游客对安帕瓦水上市场汉语服务满意度调查表

调查内容		满意度					
		非常满意	满意	一般	不满意	很不满意	
水上市场管理服务情况							
1	水上市场的总体服务质量	7%	84%	9%	-	-	满意
2	水上市场提供汉语网站	-	-	3%	92%	5%	差
3	水上市场的汉语标识牌	-	10%	85%	3%	2%	一般
4	水上市场的汉语宣传单	-	5%	83%	7%	5%	一般
5	水上市场的汉语指路牌	1%	5%	87%	4%	3%	一般
6	水上市场的汉语播音	-	-	92%	5%	3%	一般
7	水上市场汉语服务人员沟通能力	-	-	2%	9%	89%	很差
8	水上市场服务人员的汉语水平	-	-	2%	3%	95%	很差
9	旅游景点背景汉语简介	-	1%	4%	91%	4%	差
10	当地文化历史的汉语说明	-	1%	5%	88%	6%	差
水上市场商贩汉语服务情况							
1	汉语沟通能力	-	-	4%	7%	89%	很差
2	汉语水平	-	-	2%	4%	94%	很差
3	商店里的汉语标志	-	-	2%	87%	11%	差
导游汉语服务情况							
1	汉语沟通能力	2%	90%	4%	4%	-	满意
2	汉语水平	2%	3%	95%	-	-	一般
3	旅游景点背景	-	3%	92%	5%	-	一般
4	深了解当地文化历史	1%	3%	89%	3%	-	一般

满意度标准：很满意 100% 满意 80% 一般 60% 差 40% 很差 20

满意度 = $(100\% * N_1 + 80\% * N_2 + 60\% * N_3 + 40\% * N_4 + 20\% * N_5) / N$ (受访者总数 100 名)

1. 关于安帕瓦水上市场服务的满意情况

本此问卷从 10 个方面调查了中国游客对水上市场汉语服务的满意情况。中国游客对

水上市场总体服务质量是满意的。其它方面的满意度是一般。有些中国游客对水上市场的汉语路标、标识牌和景点的宣传等方面表示满意，甚至很满意。

2. 关于水上市场商贩汉语沟通情况

调查结果显示，中国游客对商贩的汉语沟通能力，汉语水平和商店的汉语标识服务的

满意度一般。从对水上市场商贩的汉语沟通情况中了解到，他们的汉语水平很低，只会说一点简单的中文词语，但能用手势和一些英文与中国游客沟通，可是在问卷调查中一些中国游客对一些商贩的汉语沟通能力和汉语水平表示满意或很满意。这可能主要是对商贩的服务态度的满意度上。

3. 关于水上市场导游汉语服务情况

来安帕瓦水上市场的泰国汉语导游大都是带中国旅游团的。他们的中文水平和沟通能

力都是可以的。中国游客在对泰国中文导游汉语沟通能力普遍是满意的。但在景点背景介绍方面和对一些导游的汉语水平方面，有些中国游客表示不满意。但也有 18%和 34%的中国游客对泰国导游的汉语沟通能力方面表示很满意。

二、管理服务方面

本次问卷调查除了调查中国游客对安帕瓦水上市场汉语服务方面的满意情况，也调查了安帕瓦水上市场管理服务方面的满意情况。在管理服务满意情况方面，主要调查的上方面，一是服务态度，二是服务设施，三是旅游服务点。从问卷调查表在可以看到，大部分中国游客的满意度是一般，其中在服务态度方面有 28%的中国游客表示非常满意，有 32%表示满意，有 38%表示满意，只有 2%表示不满意。

表 7 安帕瓦水上市场管理服务满意程度调查表

调查内容	管理服务满意情况					满意度
	非常满意	满意	一般	不满意	很不满意	
水上市场的服务态度	28%	32%	38%	2%	0	一般 77.2%
水上市场的设施	16%	26%	50%	8%	0	一般 70%
水上市场的旅游服务点	20%	30%	50%	0	0	一般 74%
水上市场的管理	16%	32%	44%	6%	2%	一般 0.8%

满意度标准：很满意 100% 满意 80% 一般 60% 不满意 40% 很不满意 20%
 满意度 = (100% * N₁ + 80% * N₂ + 60% * N₃ + 40% * N₄ + 20% * N₅) / N (受访者总数 100 名)

三、价格方面：

中国游客对安帕瓦水上市场价格合理的满意情况是：在产品价格方面表示非常满意的占 30%，表示满意的占 50%，表示一般的占 18%，只有 2% 表示不满意。总体满意度为是 81.6%，为满意。

对餐厅价格合理方面，表示非常满意的占 22%，满意的占 48%，一般的占 30%，总体满意度是 78.4%，为一般。

对其他服务费用的合理方面，表示非常满意的占 8%，满意的占 66%，一般的占 22%，不满意的占 4%，总体满意度是 75.6%，为一般。

表 8 水上市场价格满意情况调查表

调查内容	价格满意情况					满意度
	非常满意	满意	一般	不满意	很不满意	
水上市场产品价格合理方面	30%	50%	18%	2%	0	满意 81.6%
餐厅价格合理方面	22%	48%	30%	0	0	一般 78.4%
其他服务费用合理方面	8%	66%	22%	4%	0	一般 75.6%

四、周边环境和交通方面：

中国游客安帕瓦水上市场周边环境和交通的满意情况是：

表 9 中国游客对周边环境和交通满意情况调查表

调查内容	周边环境和交通情况					满意度
	非常满意	满意	一般	不满意	很不满意	
水上市场周边的交通情况	22%	34%	36%	8%	0	一般 74%
水上市场周边环境干净安全	20%	38%	32%	8%	2%	一般 73.2%
水上市场的 WIFI 情况	22%	20%	20%	28%	10%	一般 63.2%
水上市场的交通方便	18%	20%	34%	28%	0	一般 71.2%

从表 9 中我们看到中国游客对安帕瓦水上市场周边环境和交通情况的满意度。调查表显示：

1. 对水上市场周边的交通情况表示非常满意的占 22%，满意的占 34%，一般的占 36%，表示不满意的占 8%。总满意度为 74%，为一般。

2. 对水上市场周边环境和完全情况表示非常满意的占 20%，满意的占 38%，一般的占 32%，表示不满意的占 8%，很不满意的占 2%。总满意度为 73.2%，为一般。

3. 对水上市场 WiFi 情况表示非常满意的占 22%，满意的占 20%，一般的占 20%，表示不满意的占 28%，很不满意的占 10%。

4. 对水上市场交通方便情况表示非常满意的占 18%，满意的占 20%，一般的占 34%，表示不满意的占 28%。总满意度是 71.2%，为一般。



图 28 泰英中文乘船广告



图 29 果蔬中文广告



图 30 中泰文饮料广告

第三章 安帕瓦水上市场汉语服务和管理评估

第一节 安帕瓦水上市场汉语服务评估

一、安帕瓦水上市场汉语使用和服务情况

通过对安帕瓦水上市场管理服务部门和当地商贩的调查，我们可以看到安帕瓦水上市场汉语使用和服务的总体情况是比较差的。不论是市场的管理部门还是市场的商贩，他们主要的工作用语，与顾客的沟通和生活用语都是泰语。虽然安帕瓦水上市场是一个有名的旅游景点，但这里的主要顾客还是泰国人，泰语自然是这个地方的主要使用语言。由于中国游客的到来和不断增加，改变了这个水上市场外国游客的比例。

以前来这里的外国游客不少是说英语的，这里的商贩和管理人员与外国游客的沟通的主要外语是英文。中国游客的不断增加，不仅给这个水上市场带来了不少生意，也改变了这个市场对外用语以英文为主的情况。在安帕瓦水上市场，有了一些中文的标识牌，特别是提供了中文旅游简介、中文广播，中文指路牌等他一些汉语服务，方便了中国游客在这里的观光旅游。除了这些汉语服务的“硬件”外，汉语服务的“软件”方面，即管理人员和当地商贩，汉语沟通能力就明显相差很不少。



图 31 水上市场中文乘船广告

安帕瓦水上市场的管理机构主要有四个部门：即市政府、警察局、市委会和民事部。这些部门的工作涉及到当地的旅游业。在调查中可知这些部门的管理行政人员，几乎都不能说中文，不能与中国游客进行正常的汉语沟通。与水上市场的管理人员的汉语沟通能力相比，一些小商贩的汉语沟通情况会好一点。他们可以通过非常简单的中文词语与中国游客沟通。在调查中，安帕瓦水上市场管理人员和商贩的汉语沟通能力很弱，但



图 32 游客服务与急救中心中文标识

由于大部分来这里旅游的中国游客是年轻人，占本次受访中国游客的 82%，多少会一些英文，他们可以与当地管理人员和一些小商贩进行英语和手语沟通。尽管存在着语言障碍，中国游客来安帕瓦水上市场旅游，不会因为当地管理人员和商贩的汉语沟通能力问题而影响了中国游客到这里观光游览和饮食购物。

尽管如此，在中国游客增多的情况下，安帕瓦水上市场管理部门如果能加强汉语沟通能力，提供多一些的汉语服务，对提高当地的旅游质量，方便中国的游览观光是非常有益的。除了汉语服务方面的问题，在市场服务态度，旅游项目，商品价格等方面中国游客的满意度都是可以的，基本上没有表示不满意的。

二、安帕瓦水上市场汉语服务 SWOT 分析

表 10 安帕瓦水上市场 SWOT 分析

优势 (Strength)	劣势 (Weaknesses)
1. 安帕瓦水上市场晚间开放	1. 汉语沟通能力差
2. 安帕瓦水上市场具有原生态的淳朴民风	2. 汉语人员缺乏
3. 安帕瓦水上市场商品丰富具有特色	3. 汉语文字标识少
4. 在船上游览两岸风光, 买卖商品	4. 缺乏汉语服务的管理
5. 可乘船欣赏到萤火虫的点点荧光	5. 一些地方存在卫生问题
6. 具有良好的发展汉语服务的语言环境	6. 市场商铺安排需要调整
机会 (Opportunities)	挑战 (Threat)
1. 水上市场特有的风景和淳朴民风	1. 其它水上市场的优势
2. 具有良好的汉语服务客观环境	2. 本身存在的劣势
3. 当地政府对旅游支持和促进	3. 泰国旅游业的发展
4. 面对泰国整体旅游业的发展形势	4. 中国游客来泰旅游增加

(一) 安帕瓦水上市场竞争的优势 (Strength)

安帕瓦水上市场的竞争优势有以下几个方面:

——开放时间优势

安帕瓦水上市场开放是周末(星期五到星期日)的时间, 开放的时间大约在下午三点到晚上十点。

——当地特色优势

安帕瓦水上市场有很多商品, 各种美食, 再加上当地民风淳朴, 环境优美, 能欣赏到萤火虫的点点荧光, 乘船游览, 吸引了不少外国游客消费前来游览, 其中有很多中国游客。

——时间优势

安帕瓦水上市场位于夜功府。从曼谷到夜功府不远大约 94 公里, 用一个半小时, 在水上市场附近还有其他的景点。

——当地政府支持优势

为了发展当地的旅游业，展现原生态环境，提高本地居民的生活水平，当地政府主导和支持，恢复和建立了这个水上市场，并取得了今天的发展成果。

——改善汉语服务环境优势

安帕瓦水上市场吸引不少中国游客，为市场管理部门客观上提供了改善汉语服务的环境，提高接待部门人员的汉语水平和沟通能力，增加中文服务的标识和景区介绍。

安帕瓦水上市场的竞争劣势（Weakness）

安帕瓦水上市场的竞争劣势主要反映在一些几点：

——汉语沟通能力弱

与泰国其它水上市场相比，比如四方水上市场（Pattaya Floating Market），也叫杜拉拉水上市场，安帕瓦水上市场在汉语服务比较差。在四方水上市场，大部分的汉语服务人员是泰国人，但是还有一些汉语服务人员是缅甸人、老挝人和柬埔寨人。他们全部都会说汉语。四方水上市场的大部分服务员喜欢说汉语（64%），全部的服务员都会说汉语普通话（100%），有小部分的服务员会说潮州话和广东话（5%）。四方水上市场的汉语服务人员能够听和说汉语，但不会读写汉字，说得也不够流利，发音也不太标准。与四方水上市场相反，安帕瓦水上市场大部分市场服务人员不会说中文，汉语沟通能力很差。

——汉语服务人员缺乏

安帕瓦水上市场不管是市场管理方面还是商家方面，几乎没有能进行一般的汉语沟通，能说汉语的人员，也只是可以说简单的汉语单词。

——汉语标识等文字方面的服务不足

安帕瓦水上市场提供了一些汉语标识，如在商店、道路、商品介绍、广告和景点说明等。安帕瓦水上市场的语言服务主要是泰语和英语，汉语有一些，但不多。面对不少中国游客来这里游览，市场管理方面应该增加一些汉语文字方面的服务

——景点存在卫生管理问题

景点存在卫生问题，垃圾多，处理不好，市场有些地方不整洁。

（二）安帕瓦水上市场的竞争机会（Opportunity）

在泰国有多个水上市场，每个水上市场各有特点，为发展各自的旅游市场，都在改进自己的服务质量和水平，提供不同的语言服务。在汉语服务方面有些水上

市场做得比较好，比如前面提到的曼谷四方水上市场。在吸引更多的中国游客来水上市场游览方面，这些水上市场之间存在着多项竞争因素和发展机会。对安帕瓦水上市场来说，具有的竞争机会是：

——具有纯朴的原生态民风

安帕瓦水上市场与其它水上市场的最大区别是，它没有有些水上市场很多的商业性，来这里可以领略当地的淳朴民风，原生态的生活场景。这是安帕瓦水上市场的吸引力和竞争力所在。

——具有良好的汉语服务环境

安帕瓦水上市场吸引了很多中国游客，从没有汉语服务，到开始有汉语服务，随着中国游客不断前来游览观光，为这个水上市场的汉语服务提供了进一步改善的语言环境。

——改善水上市场的管理和服务

泰国旅游业发展迅速，相似旅游景点之间的竞争也会增加，这就促进安帕瓦水上市场不断改进和完善自己的服务和管理措施，给了安帕瓦水上市场在完善自己在旅游服务和汉语服务的机会。通过调查可以知道，安帕瓦水上市场在一些基本管理和商品市场服务方面与其他水上市场差别不大，但在语言服务方面，特别是汉语服务方面与一些水上市场有不少差距，这些都是加强安帕瓦水上市场竞争力的机会。比如加强水上市场在网络方面的汉语服务，提供水上市场的景点介绍和当地的风土人情的说明，改善水上市场服务人员汉语沟通能力差和缺少汉语人才的情况。

（四）安帕瓦水上市场的竞争挑战(Threat)

目前，安帕瓦水上市场面临的挑战主要是一下几个方面：

1. 安帕瓦水上市场本身的劣势

这些劣势主要反映在一些管理不到位和对外语言服务需要加强上。如有些商品摊位出现脏乱和拥挤现象；在对外语言方面，服务人员缺乏，缺少对旅游景点的介绍、咨询和标识的服务，特别是汉语服务质量需要提高。

1. 面对其它水上市场的一些优势

除了安帕瓦水上市场外，曼谷周边还有一些水上市场，这些水上市场都有自己的特色，也同样吸引了不少外国游客，包括中国游客。安帕瓦水上市场不断改善自己的旅游环境和管

2. 泰国旅游业的发展和游客的增加趋势

随着泰国旅游业的发展和游客来泰旅游趋势良好，安帕瓦水上市场需要采取积极的措施和管理，应对泰国整体旅游环境的发展给本地区旅游发展的挑战。

以上这些竞争挑战，都在不停程度上促进安帕瓦水上市场不断改进、提高和完善本身的服务设施和服务质量，特别是汉语服务水平。

第二节 安帕瓦水上市场存在的问题

安帕瓦水上市场的监督管理部门包括安帕瓦直辖市政府、警察局、直辖市民事部、市政委员会与我爱安帕瓦俱乐部。主要负责管理安帕瓦水上市场的是直辖市政府，与其他部门协调，负责管理和监督水上市场的各个部门，如组织安排和管理商店和小贩、处理市场的垃圾，保护市场和周边的环境，监管市场商品和交通的物价，卫生状况和治安。保护商贩和国内外游客的合法利益，为当地顾客和外国游客提供必要的服务，包括住行，购物餐饮，乘船游览，以及语言和咨询等方面的服务等。通过问卷调查和访谈，以及其他一些调查，虽然安帕瓦水上市场发展吸引了不少国内外的游客，特别是中国游客，但还存在着一些问题需要不断解决和改进，汉语服务的问题主要反映在以下几个方面：

一、汉语服务方面的问题

1. 缺乏汉语服务人员

安帕瓦直辖市的政府人员绝大多数时间使用泰语跟当地人和商人沟通。在处理对外事务和外国游客问题时会用英语沟通。政府部门没有会中文的，不能用汉语沟通，最多有些人员会说一两个中文单词，如“你好”，“谢谢”。当中国游客有什么问题，政府人员也是用一下英语与中国游客沟通。

2. 汉语服务人员沟通能力差

由于安帕瓦水上市场管理部门没有会中文的人员，汉语沟通能力自然很差。在中国游客不断增加来这里游览趋势下，市场管理部门不仅需要加强英文的沟通能力，也需要有汉语人才，这样才能适应当地旅游业的发展，提供服务质量，有利于解决中国游客在当地旅游遇到的问题。

3. 商家的汉语交流能力不强

从本次调查中看，除了市场管理部门的人员汉语沟通能力差外，安帕瓦水上市场的商家和小贩没有会说中文的。由于市场的小商贩在商品买卖中与中国游客接触比较多，他们中有些人可以用简单中文与中国游客沟通，这方面的能力比市场管理人员要好一些。

4. 汉语标识和景点介绍不够

安帕瓦水上市场的标识牌、广告、宣传品和商铺名称，以及道路指示等都是泰文，有一些有英语和中文



图 33 泰文菜单



图 34 泰文店面食品广告

与英文相比，中文更少一些。比如商店里缺少中文标签，产品的价格，餐厅里的中文菜单和旅游景点的中文介绍。水上市场的一些路标也很少中文标识。中国游客由于不懂泰文，水上市场的英语说明也不多，中文更少，这让中国游客在旅游、餐饮和了解产品等方面会遇到一些障碍。

二、市场管理方面的问题

1. 市场卫生问题有待改进

水上市场有多种多样的具有当地特色的商品和食品。购物，品尝美味，领略当地风光和了解当地的风土人情，是外国游客来水上市场的主要旅游目的。但是由于商贩多，游客多，来往人员繁杂，摩肩接踵，再加上天气炎热，市场卫生条件不佳，垃圾堆放，有不少脏乱的地方，严重影响了景区的环境卫生。



图 35 拥挤繁杂的安帕瓦水上市场

2. 交通信息需要加强

去安帕瓦水上市场的交通工具有公共汽车，旅游公司大巴，面包车，私家车，出租车，双条车等。不是每个游客都清楚去安帕瓦的路线，市场管理方面应该提供乘不同交通工具的信息和价格，方便外国游客往来安帕瓦水上市场。

4. 缺乏外语培训和管理

安帕瓦水上市场管理人员和商家在汉语服务和沟通方面比较差，严重缺少能用汉语沟通的人员。另外，在英语沟通能力方面也不强，但市场管理方面没有对市场管理人员和市场商贩进行外语培训，提高市场方面对外国游客的语言交流能力，以改进市场方面在汉语和英语沟通能力差的状况。

第三节 解决问题的建议和改进措施

安帕瓦水上市场每年都有不少外国游客和泰国国内顾客前来旅游和购物。从调查中可知在来安帕瓦水上市场的外国游客里，中国游客占大多数。搞好汉语服务对水上市场来说是很重要的。针对安帕瓦水上市场存在的主要问题，解决的方法和改进的措施是：

一、提高汉语沟通能力，培训汉语服务

1. 提高水上市场管理人员的汉语水平

改善安帕瓦水上市场的汉语服务是当地政府管理部门搞好市场管理，提高旅游服务质量一个重要措施。只有当地政府部门重视，才能采取有效的措施，具体措施可以一方面招聘具有一定汉语沟通能力的人员，专门负责有关汉语服务方面的问题。另一方面对现有的市场管理人员进行培训。

2. 对市场商店和商贩的汉语培训

除了市场管理部门需要改进汉语服务，对一些固定的商家和主要的景点服务部门的人员也需要进行汉语培训，因为水上市场良好服务不仅是政府部门的责任，也是市场商家和商贩的事。中国游客到市场旅游、购物、餐饮和浏览等，都要与市场的商贩。

二、增加汉语标识，方便游客游览购物

除了语言服务外，改善水上市场汉语文字方面的服务也是重要的。目前在安帕瓦水上市场的商店门牌、路标、菜单和一些景点的介绍大都是泰文的，或有少量的英文，中文标识很少。

安帕瓦水上市场的管理部门应该增加汉语标识牌、广告、宣传品，提供中文网站。方便中国游客在安帕瓦水上市场的购物、旅游、餐饮和了解当地的历史，风土人情，以及更好地欣赏美好的自然风光和纯朴的民风。



图 36 泰英中文水上市场乘船广告

三、改善水上市场卫生环境

安帕瓦水上市场虽然人气旺，市场繁荣，商品丰富，多种多样，但也存在着嘈杂，脏乱和摊位拥挤等造成的环境污染和卫生问题。这些与当地风景的原生态和古朴的民风不相称的。市场管理部门应该加强这方面的管理，制定有效的管理制度和保护环境的措施，调整市场不合理的商铺安排，疏通游客购物餐饮通道，管理垃圾投放和及时处理，改善市场环境，做综合治理。

四、管理交通工具加强网络电子服务

旅游的交通是非常重要的。中国游客去安帕瓦水上市场一般都乘车。这就存在与司机沟通的问题。在主要去安帕瓦水上市场的车站安排专门汉语服务人员帮助中国游客接洽交通工具，或考虑市场管理部门提供定期专门班车接送，从根本上解决游客到安帕瓦水上市场旅游遇到搭乘往返，价格不合理等问题。另外，市场方面应该提供有中文说明的游览图



图 37 安帕瓦水上市场泰英文游览图

五、提供中文网站和 WIFI 服务

1. 增加网站中文服务

目前 安帕瓦水上市场的网站主要是泰语, 还有一些英语, 但没有中文服务。安帕瓦水上市场管理部门应该在网站上增加中文, 方便中国游客上网掌握市场旅游信息, 包括景点、购物、酒店、交通工具和相关费用等方面的信息。水上市场网站有了中文, 可以方便中国游客上网了解景点情况, 在一定程度上弥补市场管理人员汉语沟通能力差的缺陷。另外, 水上市场景区还应该提供 WiFi 系统, 因为在网络不畅或不能通过手机服务商上网时, 游客可以通过 WiFi 上网获取信息。

2. 提供二维码 (QR Code) 服务

二维码服务已经在很多领域使用, 大大提高了信息传递内容和服务范围。在没有网络和 WiFi 的情况下, 游客可以通过二维码服务, 得到景点相关的信息, 这也是对网络信息和传统信息传递和获取的一个很好的补充。在手机普及的今天利用二维码提供水上市场的旅游信息是非常有效的一个措施。通过二维码也可以提供多种语言的服务, 包括中文服务, 这在一定程度上可以解决市场方面汉语服务弱的问题。



图 38 网站面包车信息

以上解决安帕瓦水上市场汉语服务存在的问题的方法和措施，是在调查分析后根据发现的主要问题后提出的。希望这些措施可以帮助安帕瓦水上市场改进汉语服务水平和质量，进一步搞好安帕瓦水上市场的旅游项目。

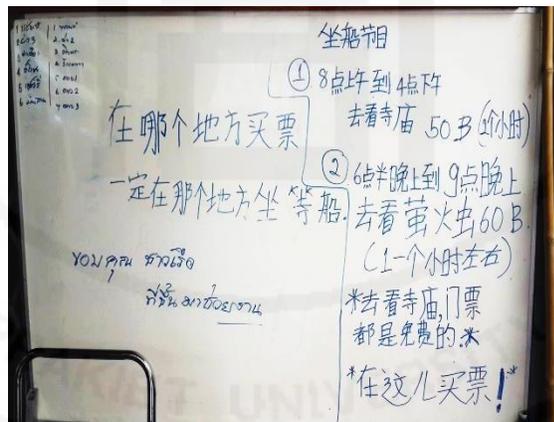


图 39 水上市场乘船中文广告



图 40 水上市场中文按摩广告



图 41 水上市场饮料中文广告

结 语

泰国旅游业的持续发展，中国游客来旅游人数不断增加，促进了泰国旅游景点汉语服务的使用。本论文研究的目的是通过对安帕瓦水上市场汉语服务情况的分析调查研究，说明汉语服务对安帕瓦水上市场旅游业发展的促进作用。在对安帕瓦水上市场汉语服务情况的调查基础上，掌握其管理部门的汉语服务和市场商贩汉语服务的具体情况。

本论文的研究采用定性分析和定量分析的方法，通过文献分析和访谈，调查了安帕瓦水上市场的管理人员、商贩和中国游客。通过对安帕瓦水上市场汉语服务的各种调查的分析，本次研究表明在中国游客大量来泰旅游的影响下，水上市场方面已经开始提供了一些汉语服务。由于市场管理部门严重缺乏汉语人才，还不能用汉语与中国游客沟通。遇到中国游客的咨询和问题时，市场方面与中国游客的主要是通过简单的英文进行。市场管理方面不仅缺乏汉语沟通人员，而且缺乏汉语文字方面的服务，如缺少对景点的中文介绍，缺少对商品、交通等方面的中文信息。市场的商贩方面汉语使用也是很少。当地商贩基本上不能用汉语与中国游客沟通，只能用一些简单的中文词汇或英语词汇加手势与中国游客沟通。另外，中国游客来往安帕瓦旅游景点需要乘车乘船时，也会遇到语言障碍。

从本次调查中我们也可以看到，虽然安帕瓦市场管理部门和市场商贩的汉语沟通情况都不好，但并不影响中国游客来这里旅游的数量和兴趣。主要原因是水上市场本身的吸引力。本次研究还表明，如果水上市场方面能够提供良好的汉语服务，会增加中国游客的满意度，提升水上市场旅游服务的质量，促进水上市场今后的发展，改善景区的旅游设施和信息服务，吸引更多的中国游客前来观光旅游。通过对安帕瓦水上市场调查，本次研究发现了该市场在汉语服务方面主要存在的问题，并针对这些问题提出了解决问题的方法和改进措施。

本研究还存在着一些不足和需要改进的地方。不足的地方主要反映在调查问卷上对市场管理部门人员汉语服务方面的资料掌握的不够具体，对中国游客在满意度方面的具体情况没有深入调查，造成在资料分析上出现一些问题，影响了论文深入的研究。这些不足在今后的研究工作中必须加以注意和改进。

参考文献

中文资料

- [1] 肖弘文. 中国旅游者在泰国安帕瓦水上市场旅游行为研究[M]. 昆明西工大学, 硕士学位论文 2017
- [2] 周妙珠. 泰国水上市场旅游汉语应用研究——以杜拉拉水上市场为例[M]. 华侨崇圣大学硕士学位论文 2016
- [3] 任末末, 楚鹏在. 安帕瓦水上市场 留在曼谷的理由[J]. 旅游杂志, 2013-05
- [4] 陈韵. 东盟框架下泰国旅游服务业发展研究[M]. 黑龙江大学硕士学位论文 2015
- [5] 龙如海. 中国游客赴泰国旅游满意度研究[M]. 广西大学硕士学位论文 2014
- [6] 周家欣. 泰国旅游服务贸易对泰国经济发展的效应分析[M]. 北京邮电大学 2015
- [7] 冯小茜. 分析泰国旅游服务贸易的发展——以汉语服务为例[M]. 华侨崇圣大学硕士学位论文 2015
- [8] 林凤. 分析泰国医疗旅游业汉语服务的应用——以泰国私立医院医疗服务为例 [M]. 华侨崇圣大学硕士学位论文 2015
- [9] 王玉洁. 曼谷旅游夜市汉语服务研究[M]. 华侨崇圣大学硕士学位论文 2016
- [10] 王美琳. 泰国唐人街商业汉语的应用[M]. 华侨崇圣大学硕士学位论文 2015
- [11] 蔡美秀. 泰国曼谷主要旅游商业区汉语服务调查研究[M]. 华侨崇圣大学硕士学位论文 2015
- [12] 廖万红. 服务创新视角的中国—东盟旅游服务贸易研究[J]. 广西民族大学学报, 2011
- [13] 何效祖. 英国旅游业发展战略及借鉴价值研究[J]. 旅游学刊, 2013
- [14] 金海姣. 沈阳现代旅游服务业发展研究[M]. 沈阳大学硕士学位论文 2017
- [15] 周妙珠: 《泰国水上水上市场旅游汉语应用研究——以杜拉拉水上市场为例》, 华侨崇圣大学硕士学位论文, 2016
- [16] 携程网. 赛寺院水上集市 [Online]
<http://you.ctrip.com/shopping/bangkok191/1356620.html>
- [17] 泰有趣网. 曼谷周边 5 大水上市场游玩攻略 [Online] Available:
<http://www.tyouqu.com/teseshiji/43/447/1.html>
- [18] 牛途旅游网. 曼谷水上市场[Online], <http://www.tuniu.com/zixun/51504/>
- [19] 泰国世界日报. 2018 来泰中国游客猛增 [Online] Available:

- <http://www.udnbkk.com/article-252369-1.html>
- [20] 牛途旅游网, 曼谷水上市场 [Online] Available:
<http://www.tuniu.com/zixun/51504/>
- [21] Atom 曼谷民宿, 曼谷周边 5 大水上市场游玩攻略, 附往返交通 [Online]
Available: <http://www.tyouqu.com/teseshiji/43/447/1.html>
- [22] 携程网: 赛寺院水上集市[Online] Available:
<http://you.ctrip.com/shopping/bangkok191/1356620.html>
- [23] 南博网: 泰国旅游业发展形势向好[Online] Available:
<http://www.caexpo.com/news/info/original/2015/05/21/3645445.html>
- [24] 泰国世界日报, 2018 来泰中国游客猛增 [Online] Available:
<http://www.udnbkk.com/article-252369-1.html>

泰文资料

- [1] Tourism couricil of Thailand. [Online] Available:
<http://www.thailandtourismcouncil.org/>

附录 曼谷安帕瓦水上市场汉语服务调查研究

尊敬的女士/先生，您好！

本次问卷调查是泰国华侨崇圣大学商业汉语专业研究生的一个研究课题。研究内容是有关泰国旅游业的发展和大量中国游客的来访对安帕瓦水上市场的影响和大量中国游客的来访对安帕瓦水上市场汉语服务的影响。本次调查研究的资料可以为改进安帕瓦水上市场汉语服务。请您根据问卷表如实填写所咨询的问题，以便获得正确的数据进行统计分析。本次调查是匿名的，不涉及任何个人隐私，不向外泄露，不会给您个人带来任何不利的影响。衷心感谢您的合作。谢谢。

第一部 受访者基本信息采集

1. 性别 : 男 女
2. 年龄段 : 20 岁以下 21-30 岁
 31-40 岁 41-50 岁
 51-60 岁 60 岁以上
3. 学育程度 : 初中以下 高中
 中专 大专
 硕士 博士
4. 职业 : 学生/大学生 公务员
 公司职员 私营企业/生意
 打把势 其他_____
5. 收入 : 小于 5000 泰铢/月
 5,001-10,000 泰铢/月
 10,001-15,000 泰铢/月
 15,001-20,000 泰铢/月
 20,001-25,000 泰铢/月
 25,001-30,000 泰铢/月
 大于 30,000 泰铢/月
6. 婚姻状况 : 单身 婚姻
 其他_____

第二部分 中国游客的旅游行为对安帕瓦水上市场

1. 您以前去过几次安帕瓦水上市场(这次不包括)?

- 不去过 过一次
 过二次 过三次以上

2. 这次旅行的目的?(选择一个)

- 为了休息 为了拜访亲戚
 为了学习 为了研讨会
 为了保持健康 其他_____

3. 安帕瓦水上市场的旅行方式?

- 私家车 公共汽车
 旅游公司 货车
 船 其他_____

4. 联合旅游安帕瓦水上市场的人数?

- 一个人 二三个人
 四五人 六个人以上

5. 旅伴的关系?

- 家庭 朋友
 同事 爱人
 其他_____

6. 所有的旅游费用?(平均一次, 一个人)

- 1, 000 泰铢以下 1, 001-1, 500 泰铢
 1, 501-2000 泰铢 2001 泰铢以上

7. 您认为在安帕瓦水上市场有食品商店满意不满意?

- 满意 不满意

8. 您在安帕瓦水上市场的活动?

- 购买商品 吃东西
 坐船/看萤火虫 探索的生活方式
 休息 其他_____

第三部分 影响对安帕瓦水上市场的汉语服务满意因素

(请填在箱体的右侧的关键因素)

影响因素评估标准：5. 很大，4. 大，3. 一般，2. 小，1. 很小

影响汉语服务满意的内容	影响因素的大小				
	5	4	3	2	1
一、语言服务方面					
1. 水上市场的总体服务质量					
2. 水上市场提供汉语网站					
3. 水上市场有汉语标识牌					
4. 水上市场的汉语菜单					
5. 水上市场汉语服务人员的沟通能力					
二、水上市场服务方面					
1. 水上市场的服务态度					
2. 水上市场的设施					
3. 水上市场的旅游服务点					
4. 水上市场的管理					
三、价格方面					
1. 水上市场的产品					
2. 餐厅的价格					
3. 其他服务费用					
四、周边环境和通方面					
1. 水上市场周边的交通情况					
2. 水上市场周边环境干净安全					
3. 水上市场的 WIFI 情况					

其他意见与建议

致 谢

首先我要感谢我的论文指导老师赵平士。赵平老师给我很好的建议和意见。我有什么问题，他就会给予帮助。同时，我也要感谢每位华桥崇圣大学中国语言文化学院的老师给我的帮助。我还也要感谢我的同学们，我们一起学习，互相帮助，有压力的时，我们还一起加油。此外，我要感谢安帕瓦水上市场的商人和直辖市的安帕瓦人员，感谢他们给我的很多安帕瓦水上市场信息。

最后我要感谢我的家人，在我学习期间，他们给了我很大的支持与鼓励。

2018年4月1日

