



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

การสำรวจวิจัยการใช้ภาษาจีนในงานบริการของธุรกิจการท่องเที่ยว  
ในเขตธุรกิจกรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย

ANALYSIS OF CHINESE USAGE IN SERVICES OF THAILAND'S  
TOURISM INDUSTRY IN BANGKOK, THAILAND

泰国曼谷主要旅游商业区汉语服务调查研究

พัชรिता ปรัชญาไณทัย

(蔡美秀)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

พ .ศ.2558

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

การสำรวจวิจัยการใช้ภาษาจีนในงานบริการของธุรกิจการท่องเที่ยว  
ในเขตธุรกิจกรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย  
ANALYSIS OF CHINESE USAGE IN SERVICES OF THAILAND'S TOURISM INDUSTRY  
IN BANGKOK, THAILAND  
泰国曼谷主要旅游商业区汉语服务调查研究

พัชริดา ประญาโณทัย (蔡美秀)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ตรวจสอบและอนุมัติให้  
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)  
เมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2558



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลสิรินทร์ อภิรัตน์วรเดช  
ประธานกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ



รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์  
อาจารย์ที่ปรึกษา



รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์  
กรรมการ

ZHU PING

Assoc. Prof Zhu Ping

กรรมการ



Dr. Zhao Ping

กรรมการ



รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์  
ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
(ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)



รองศาสตราจารย์อ็อกซา จันทโรยานุชิต  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์  
คณบดีคณะภาษาและวัฒนธรรมจีน

**การสำรวจวิจัยการใช้ภาษาจีนในงานบริการของธุรกิจการท่องเที่ยว  
ในเขตธุรกิจกรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย**

พัชริดา ปรัชญาโณทัย 566014

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: พรพรรณ จันทโรนานนท์,ปร.ด.

**บทคัดย่อ**

วัตถุประสงค์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้คือโดยการออกแบบแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวจีนมาไทย สถานการณ์ความพึงพอใจในการใช้ภาษาจีนเพื่องานบริการในเขตธุรกิจหลักของกรุงเทพมหานครสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนมาไทย สถานการณ์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการใช้ภาษาจีนเพื่องานบริการของการช้อปปิ้งในเขตธุรกิจที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร สถานการณ์การใช้ภาษาจีนเพื่องานบริการของพนักงานในเขตธุรกิจที่สำคัญในไทย โดยผ่านการสำรวจตัวแทนเขตธุรกิจหลักของกรุงเทพมหานคร ทั้งสามพื้นที่เซ็นทรัลเวิลด์ เอเชีย ทิคและรัชดา สอบถามลูกค้าและพนักงานบริการ เก็บรวบรวมข้อมูลที่ถูกต้องเป็นจริง และการวิเคราะห์สรุปสถานการณ์โดยรวมของจีนที่นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวไทยและความขัดแย้งที่เกิดขึ้นและปัญหา และวางแผนที่จะแก้ไขปัญหา สุดท้ายสรุปวิเคราะห์ผลกระทบของนักท่องเที่ยวชาวจีนสำหรับการใช้ภาษาจีนเพื่องานบริการในเขตธุรกิจหลักเหล่านี้ในกรุงเทพมหานคร เพิ่มมาตรการและการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยและและเพิ่มความก้าวหน้า

จากการศึกษาวิจัยพบว่าแบบสำรวจวิจัยในการใช้ภาษาจีนเพื่องานบริการในย่านธุรกิจท่องเที่ยวหลักของกรุงเทพมหานคร และสำรวจความพึงพอใจในการใช้ภาษาจีนเพื่องานบริการในย่านธุรกิจท่องเที่ยวหลักของกรุงเทพมหานครต่อลูกค้าชาวจีนที่มาเมืองไทย รวมถึงสำรวจความพึงพอใจในการใช้ภาษาจีนเพื่องานบริการศูนย์กลางค้ากรุงเทพมหานคร ซึ่งได้ลงความพึงพอใจในการใช้ภาษาจีนเพื่องานบริการของเซ็นทรัลเวิลด์และรัชดาสำหรับลูกค้าชาวจีนว่ามีความพึงพอใจในการใช้ภาษาจีนเพื่องานบริการมากที่สุด และเอเชียทิคในระดับค่อนข้างต่ำ เพื่อที่จะที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวช้อปปิ้งของผู้บริโภคมากขึ้น แผนกบริการให้คำปรึกษาการจัดการแหล่งช้อปปิ้งของเซ็นทรัลเวิลด์ เคาน์เตอร์บริการ ธุรกิจค้าปลีก บริการกระจายเสียง ป้ายและการเคลื่อนไหวของพนักงานทุกคนมีความพยายามที่ดีเพียงพอ และสร้างสภาพแวดล้อมที่ช้อปปิ้งที่มีคุณภาพจากทั่วโลก สถานการณ์การใช้ภาษาจีนเพื่องานบริการของพนักงานในเขตธุรกิจที่สำคัญในไทย พบว่าการสำรวจสภาพการให้บริการด้วยภาษาจีนของเจ้าหน้าที่ในย่านธุรกิจหลักไทย แทบจะไม่มีเจ้าหน้าที่ให้บริการด้านภาษาจีนในการให้คำแนะนำและการบริการโดยเฉพาะ เพราะเจ้าหน้าที่ไทยส่วนมาก ไม่มีประสบการณ์เรียนรู้ภาษาจีนโดยตรง อีกทั้งยังเรียนรู้ด้วยการสะสมคำศัพท์และการฝึกอบรมด้วยตนเองในชีวิตประจำวัน ซึ่งความจริงนี้ ทำให้งานบริการด้วยภาษาจีนขาดตอนและไม่มีความเป็นมืออาชีพ

**คำสำคัญ:** เขตธุรกิจการท่องเที่ยวหลักของกรุงเทพมหานคร การบริการด้านภาษาจีน สำรวจวิจัย

**ANALYSIS OF CHINESE USAGE IN SERVICES OF THAILAND'S TOURISM INDUSTRY  
IN BANGKOK, THAILAND**

PACHARIDA PATYANOTHAI 566014

MASTER OF ARTS (CHINESE FOR BUSINESS COMMUNICATION)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: PORNPAN JUNTARONANONT, Ph.D.

**ABSTRACT**

The thesis is designed to collect the basic information about Chinese tourists who visit Thailand, the degree of satisfaction of Chinese tourists who visit Thailand on the Chinese language service in the major business districts in Bangkok, Thailand, the degree of satisfaction of Chinese tourists who visit Thailand on the Chinese language service provided during the shopping in the major commercial districts in Bangkok, Thailand and the conditions of Chinese language services that the employees have provided in the major commercial districts in Bangkok, Thailand through the questionnaires. The respondents who have been visited and interviewed contain main representatives from the major commercial districts in Bangkok. Meanwhile, three districts have been surveyed, including the Central World Business District, Riverside Night Market of Bangkok and Ratchada Business District. By means of the field investigation, we have inquired about relevant information from tourists and service staff and collected some authentic and effective materials. Specifically analyzed so as to identify problem and solve the problem.

By means of research, it is found that, according to “Survey on Degree of Satisfaction of Chinese Tourists who visit Thailand on Chinese Language Service and Chinese Language Service involved in Shopping in Major Business Districts in Bangkok, Thailand”, the degree of satisfaction of Chinese tourists on the Chinese language service in Central World Shopping Center and Ratchada Business District is relatively high while the satisfaction rate that ASIATIQUE The Riverfront where the private businesses gather receives is relatively low. According to “Survey on Condition of Chinese Language Service provided by Employees in major Business Districts in Thailand”, there is hardly any Chinese supervision or management related courses set up specially for Chinese language service staff in the shopping malls of major business districts in Bangkok, Thailand. Most of Thai employees don't have the opportunity to study Chinese in formal ways.

**Keywords:** Major Business areas of Bangkok, Service with Chinese, Investigation and Research

# 泰国曼谷主要旅游商业区汉语服务调查研究

蔡美秀 566014

文学博士学位（商业汉语）

指导教师：刘丽芳博士副教授

## 摘要

本论文研究的目的是通过设计问卷，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业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，中央世界商业区、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。最后总结分析出泰国曼谷这些主要商业区汉语服务对中国游客的影响，提高措施和促进泰国旅游业的发展和进步的方式。

通过研究发现，《泰国曼谷主要旅游商业区汉语服务情况问卷调查表》以及《来泰中国游客对泰国曼谷主要商业区中文服务满意度调查及泰国曼谷主要商业区购物中文服务满意度调查》中国游客对中央世界购物中心和拉差达商业区的汉语服务满意度较高，而散户聚集的曼谷河边夜市 ASIATIQUE The Riverfront 得到的好评率较低。为了更好的吸引游客消费购物，中央世界购物区的管理层在咨询服务台、购物柜台、零售商家、广播服务、场内指示牌和流动服务人员的身上都下足了功夫，通过一系列汉化的改造，塑造了一个高品质的国际购物环境。《泰国主要商业区从业人员汉语服务使用情况调查》分析发现，泰国主要商业区从业人员汉语服务使用情况调查，在泰国曼谷主要商业区的商场中几乎是没有专门为汉语服务人员开设的汉语指导或者管理课程的，绝大多数泰国籍的员工并没有正规的途径来学习中文，而只能通过日常一些积累或者各自店里的自行培训学到一些零星的有关于推销的中文单词。这样的事实最终会导致汉语服务的断层和非专业化。

**关键词：**曼谷主要旅游商业区；汉语服务；调查研究

# 目 录

บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
摘 要	III
目 录	IV
图表目录	VI
绪 论	1
<b>第一章 泰国曼谷主要旅游商业区汉语服务概况</b>	
第一节 究中选择的曼谷主要商业区情况简介	9
一、中央世界商业区	9
二、拉差达商业	11
三、曼谷河边夜市 ASIATIQUE The Riverfront	12
第二节 商业区汉语服务的需求表现和主要形式	13
一、来泰的游客使用语言情况	13
二、汉语服务主要涉及的形式	15
<b>第二章 商业区汉语服务对中国游客的影响</b>	
第一节 商业汉语在泰国旅游业发展过程中的运用情况	17
一、汉语整体运用情况介绍	17
二、中国游客的重要性	17
第二节 中国旅客对商业区汉语服务的反映	19
一、曼谷主要商业区的汉语服务	19
二、汉语服务满意度问卷调查情况	21
三、曼谷主要商业区汉语服务比较	24
四、汉语服务人员情况	26
第三节 通过调查汉语服务中存在并需要解决的问题	29
一、汉语服务的满意度调查分析和比较	29
二、汉语服务中发现并需要解决的问题	31

<b>第三章 对构建良好的购物环境吸引更多中国游客提出的建议</b>	
第一节 改善汉语服务的建议和措施	34
第二节 提高汉语服务人员的中文素质	35
一、参加针对性的中文学习班	35
二、提高服务人员汉语口语途径方式	35
三、与更多的中国人交流	36
四、提高服务态度，树立正确服务观念	36
第三节 以中文为依托提供更好更全面的服务	35
一、构建旅游业发展中汉语服务质量测评系统	37
二、实施内部营销，加强队伍建设	37
三、以汉语服务品牌的树立吸引更多中国游客	37
四、以汉语为基础发展核心旅游中文网络宣传	38
结 语	40
参考文献	41
附 录 一	44
附 录 二	50
致 谢	56
ประวัติผู้เขียน	57

## 图表目录

图 1-1: 中央世界商业区	9
图 1-2: 图组来自笔者自主拍摄	11
图 1-3: 曼谷河边夜市	12
图 1-4: 来泰中国游客语言使用情况百分比	14
图 2-1: 2013 年中国出境旅游前五目的地	18
图 2-2: 消费选择商业区比重图	24
图 2-3: 曼谷商业区服务人员年龄分布图	27
图 2-4: 曼谷商业区汉语服务人员工作年限时长图	28
表 1-1: 中国大陆游客赴泰国人数统计	13
表 2-1: 中国游客对曼谷商业区汉语服务人员满意度	20
表 2-2: 中国大陆游客来泰旅游对中文服务的需求度表	20
表 2-3: 年龄	22
表 2-4: 来泰中国游客职业分布	22
表 2-5: 来泰中国游客目的	22
表 2-6: 来泰中国游客天数统计	23
表 2-7: 中国游客对曼谷商业区汉语服务人员语言评价表	25
表 2-8: 中国游客对三个商业区汉语服务满意项目分布	26
表 2-9: 曼谷三大商业区服务人员汉语用语不规范体现分布	31

# 绪论

## 一、选题背景和研究意义

泰国（Thailand）庙宇林立的千佛之国，信仰为上的微笑之国；拥有海岛、美食和独特的文化，这是一个天生的旅游国度。泰国旅游，知名旅游项目，以当地旅游环境为依托，以该城市丰富的自然和人文景观以及周到的服务为吸引要素而发展起来的一种独特的旅游方式。在旅游行业占有重要的地位，泰国旅游的城市为了发展旅游，提高城市竞争力，纷纷凸显了特色。

2013年6月，曼谷中国文化中心与泰国国家旅游局签署汉语培训合作协议<sup>[1]</sup>，以帮助泰国旅游官员掌握汉语沟通能力，为越来越多的赴泰中国游客提供更好的服务。根据协议，曼谷中国文化中心（ศูนย์วัฒนธรรมจีน กรุงเทพมหานคร ตั้งอยู่เลขที่ 18 ถนนเทียนร่วมมิตร เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร）将与泰国国家旅游局建立长期的合作机制，为后者培训能够准确运用汉语从事旅游工作的人才。中国驻泰国大使管木阁下在曼谷中国文化中心与泰国国家旅游局汉语培训合作协议签字仪式上表示，随着中泰友好关系的发展，两国多领域、多层次合作不断深入和拓展，需要越来越多懂中文的专门人才，尤其是在旅游方面。所以，汉语的重要性越来越凸出，其将可以带来的经济效益也十分可观。

据统计，2012年中国公民赴泰旅游人数达到281万人次，今年前5月已经超过190万人次，全年可望突破400万人次。为适应中国赴泰游客剧增的新形势，培养更多懂中文的旅游主管官员和接待人员是当务之急。泰国国家旅游局局长素拉蓬（นายสุรพล เศวตเศรณี）表示，泰国国际旅游市场的推广思路主要盯住不断增长的中国市场，加上2015年泰国将进入东盟经济共同体，预期将在旅游和商业航空等领域起带头作用，汉语的重要性越来越凸显。

随着东盟博览会永久落户中国以及中国—东盟自由贸易区的建成，中泰联系越来越平凡，泰国成为中国的重要合作伙伴，商业发展的同时，旅游业也随之发展得兴旺起来。全球化的日益发展，出境游在国际上日趋频繁，中国人大批量来泰国旅游已经成为一种时尚，与此同时，语言作为沟通的重要媒介，日益重要，且商业汉语成为一个重要的商务语言，已起到越来越重要的作用。中国人每年来泰的游客不断增长，因此在旅游人口增长的背景下如何能更好的发展泰国的旅游业，尤其是如何加快发展入境旅游，提高服务质量，早已成为泰国旅游业关注的重点。以中国为中心的东盟各国在交流的时候主要是以英语

[1] 新华网，国际版，“曼谷中国文化中心与泰国国家旅游局签署汉语培训协议” [online], [http://news.xinhuanet.com/world/2013-06/27/c\\_116319221.htm](http://news.xinhuanet.com/world/2013-06/27/c_116319221.htm) 2014年12月21日

为通用语言，但随着中国的崛起和迅速的发展，以及对全球经济、旅游、政治的影响，商业汉语以及普通的沟通交流汉语将被广泛使用。

近年来，泰国与中国的经贸关系非常密切，与此同时，曼谷主要商业区，例如：中央世界商业区、拉差达商业区和曼谷河边夜市 ASIATIQUE 这三个地方是来泰旅游中国游客聚集的地点，所以本文的收集资料工作主要是在这些地方完成的，且相信这些资料和数据非常有利于本文的研究和分析，也可以概括中国来泰旅游游客的总体情况和矛盾问题所在。

本论文选题的意义在于通过对泰国曼谷主要商业区汉语服务情况调查，深入了解和分析泰国的商业区汉语服务的管理和情况。以合理的调查分析，剖析商业区汉语服务对中国游客的各项影响情况，并基于此发现汉语服务中需要解决的问题和存在的一系列矛盾问题，提出合理的改善汉语服务的建议和措施。

良好的购物环境必然会吸引更多中国游客前来旅游和消费，也基于这样的经济往来，才能更好的拉动泰国的旅游业发展。所以现在，中国旅客对泰国商业区汉语服务的反映和满意度就非常值得分析和研究。这些的研究将有利于促进泰国旅游业的发展、方便中国游客购物以及改善汉语服务的各项措施。

随着泰国旅游业买方市场的逐渐形成，旅游商家只有以旅游消费者的需求为中心，然而为了更好的满足旅游者的需求和心理，以良好的沟通语言作为商业活动的基础，就显得十分有必要了。充分了解中国旅游消费者行为规律，有针对性的制定相应的营销策略和发展办法，才能进一步发展和完善泰国旅游业。基于此，研究分析泰国曼谷主要商业区汉语服务情况就变得势在必行了。因为，研究来泰中国来旅游者的消费行为，不仅对于更好的吸引游客来到泰国具有重要的意义，还可以有效的加强了泰国与东盟的经贸、旅游、政治来往关系，促进了泰中的经贸发展和双边关系。

## 二、研究的范围、研究目的、主要研究的内容、研究方法和研究的创新性

### （一）研究的范围

由于研究时间的限定，本论文的研究范围只限于三个曼谷主要旅游商业区；就是-----中央世界购物中心（Center World）、拉差达地段、曼谷河边夜市（ASIATIQUE）地区的部分服装店、化妆品店、鳄鱼珍珠鱼皮具店和光海鲜酒家等地咨询总共 100 名客户。关于对于 central world 的店员咨询，jim Thomson 和 thann，每家 2 名店员，总共 4 名店员。拉差达商业区

（中国大使馆附近）（Rachadaphisek）地区的去鳄鱼珍珠鱼皮具店和光海鲜酒家咨询每家 2 名店员，总共 4 个人，共咨询是 8 名店员。根据大量的真实数据来具体分析主要商业区汉语服务情况、中国游客满意度以及泰商员工的个人素质问题。（调查问卷见附录）

## （二）研究的目的

本论文研究的目的是通过设计问卷，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业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，中央世界商业区、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，并详细的分析了汉语服务情况和实际营销过程中的汉语使用情况。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，提出了问题并计划解决问题。最后总结分析出泰国曼谷这些主要商业区汉语服务对中国游客的影响，找出适用的改善和提高措施和促进泰国旅游业的发展和进步的方式。

## （三）主要研究的内容

本论文介绍曼谷主要商业区汉语服务概况，主要是通过设计的调查问卷研究的泰国曼谷主要三个商业区汉语服务情况以及中国游客对其的满意度问题。同时，通过分析调查问卷所得到的信息来剖析泰国目前旅游业汉语汉服过程中遇到的问题、机遇和挑战。分析商业区汉语服务对中国游客的影响，争取提出改良使用汉语购物环境，促进经济发展和旅游来往的对策。

本文主要分为三大部分：第一部分是绪论和第一章节，主要阐述了选题的目的，国内外文献综述，研究的内容途径。同时在第一章节介绍了研究对象泰国曼谷三个主要旅游商业区汉语服务概况以及汉语的运用情况；第二章是商业区汉语服务对中国游客的影响和实际过程中的运用情况和对中国游客对这些商业区汉语服务的反映。其中，在这个章节中，主要是分析了调查问卷所得的信息和数据，通过这些数据找出汉语服务过程中做得好的和不好的地方，发现问题和矛盾的所在，并比较三个商业区在各个方面使用中文的情况；第三章是通过收集到的资料分析问题的所在，并提出针对构建良好的购物环境吸引更多中国游客的合理建议与对策。

#### （四）研究方法

本论文将采用定性研究法和定量研究方法来进行研究。

（1）定性研究法：这研究方法主要是根据所调研有关泰国曼谷主要的三个商业区，中央世界商业区、拉差达商业区和曼谷夜市的汉语服务情况调查所得到的资料和商业汉语对旅客的作用，对相关资料进行理论分析，对比分析研究曼谷主要商业区汉语服务的展情况以及商业区汉语服务对中国游客的影响，通过分析发现问题，进而探求解决问题的措施。其中，主要以发放调查问卷，回收调查问卷，分析调查问卷来研究主要商业区汉语服务使用情况的问题。并采用理论分析法和资料对比法，对比出泰国近年来汉语在旅游业使用情况的异同，通过中国来泰游客数量的不断增加，透过现象看本质，分析研究来泰游客的需要和满意度，最终提出问题，解决问题。宗旨在于为泰国旅游商业区汉语服务程度的提高提出合理的建议和意见。

（2）定量研究法：本论文在三个重要商业区；中央世界购物中心（Center World）、拉差达商业区、曼谷河边夜市（ASIATIQUE）地区。后将其进行分析研究，分析出泰国曼谷主要商业区汉语服务情况以及其中出现的问题，通过统计的 SPSS 方式来分析，将所得到的结果提出解决方法和可行的措施。

#### （五）研究的创新性

通过目前所收集的资料，还没发现针对分析研究泰国曼谷主要商业区汉语服务情况。本论文的研究是在一系列相关的研究基础上，进一步分析和研究泰国曼谷主要商业区汉语服务情况，在分析旅游市场上遇到的机遇和挑战以及改良的办法途径。最后，提出对应措施，从而加强泰国旅游业在国际中的竞争力。

1）、通过调查来研究泰国曼谷主要商业区汉语服务情况，设计一个良好的购物环境从而有利于吸引更多中国游客。

2）、分析来泰的中国旅游消费者的各种行为特征，并分析当前中国来泰旅游消费者的主要消费行为特点及其进行消费决策的影响因素。

3）、以实证说话，多种问卷调查，使得文论论据更加充足。

### 三、论文选题有关的国内外研究综述

根据目前所掌握的资料，分析研究旅游和服务的论文有不少，不同研究者和各种论文已从不同的角度展开了多方面、多方位研究。但对旅游汉语服务的研究很少，有关对泰国曼谷主要旅游商业区汉语服务调查研究的论文涉及到

以下几个方面：

### （一）旅游消费方面

针对文章的需要，笔者通过阅读和收集文献资料，为本文的写作提供了一系列的理论支撑。

陶汉军、林南枝(1994)《旅游经济学》一书中明确认为旅游消费是旅游者为了满足自身发展和享受的需要而消费的各种物质产品和劳务的总和，这种消费是一种综合性消费，涵盖了旅游过程中的各种产品和服务<sup>[1]</sup>。

徐明(1995)《入境（海外）：旅游者抽样调查资料》中指出旅游消费是一种涉及到游客旅行过程中一系列包括食、住、行、游、购、娱等方面的高水平消费<sup>[2]</sup>。

谢彦君(1999)《基础旅游学》认为旅游产品分为不同的种类，其中只有核心旅游产品能够满足旅游者所需的审美需要和愉悦需要，因此，旅游消费仅仅包括旅游者对核心旅游产品的消费，而不包括其他部分<sup>[3]</sup>。

张凌云(1999)《旅游资源概念及其概述》中指出，旅游消费细分为基本消费、主动消费和随机消费三部分；其中主动消费指在参观景点、游玩娱乐等满足出游动机和目的地花费<sup>[4]</sup>。

宁士敏(2003)《旅游消费行为概念及其维度》中认为：旅游消费是指在有时间保证和资金保证的情况下，旅游主体为了满足享受和发展需要，在旅游过程中对旅游过程中食住行游购娱等旅游客体的购买、享用以及体验过程的支出总和<sup>[5]</sup>。

### （二）旅游满意度的研究

Chris Ryan (1994)《旅游者满意度研究：论点、概念与问题（Researching Tourist Satisfaction: Issue, Concepts, Problems.）》在统计数据的分析与阐述的基础上，系统的阐述了旅游者满意度研究的重点、概念、框架、研究方法以及测量模型，并提供了切实可行的关于提高旅游者满意度的策略与方法<sup>[6]</sup>。

---

[1] 陶汉军，林南枝主编. 旅游经济学修订本[M]. 上海: 上海人民出版社, 2011: 63-69.

[2] 徐明，主编. 旅游学概论[M]. 国际文化出入公司, 2010: 29-37.

[3] 谢彦君，基础旅游学[M]. 北京. 中国旅游出版社, 2009: 19-28.

[4] 张凌云. 旅游资源概念及其概述[J]旅游学刊, 1999, 12: 9-13.

[5] 宁士敏. 中国旅游消费研究[M]. 北京: 北京大学出版社, 2013: 21-29.

[6] 新西兰 克里斯·瑞安 (Chris Ryan) 著. 旅游科学研究方法：基于游客满意度的研究[M]. 北京: 旅游教育出版社, 2012: 31-34.

道科西 (Doxey, 1975) 提出了“刺激指数”模型, 以评估旅游地的宾主关系和相互作用, 进而分析了游客对旅游的满意度指数<sup>[1]</sup>。

### (三) 在旅游决策行为方面

中国学者: 甘朝有《旅游心理学》一书中提出, 旅游决策过程包含 5 个心理步骤: 识别问题或需要、寻找最后决定、消费游产品和服务、购买后的感觉<sup>[2]</sup>。

邱扶东, 汪静《旅游决策过程调查研究》中通过经济学构造旅游者决策模型来分析影响旅游者决策行为的因素, 并得出影响旅游者决策行为的主要因素有个体、环境和情境因素<sup>[3]</sup>。

郭亚军等 (2002) 根据中国人民大学的国民生活课题组进行的“旅游度假者动机测定表”得到三个结论包括: (1). 旅游地选择偏好来源于旅游动机的特征及其变化; (2). 对旅游大动机的分析应该集中在社会因素、放松因素、知识因素和技能因素四个方面以及相关的 14 个小动机上; (3). 特定时间发生的旅游行为, 旅游动机是恒定, 旅游偏好将影响旅游者的具体决策行为<sup>[4]</sup>。

欧洲专家学者: Iso-Ahola (1980), 从不同研究角度研究了旅游者对旅游目的地选择过程<sup>[5]</sup>。

Daniel and Orland (1995) 通过实证研究, 研究加拿大北安大略地区不同层次旅游者选择该地区作为旅游目的地的重要程度。同时, Pearce, D. (1987) 对人们不外出旅游的原因进行分析的基础上, 得出旅游者旅游决策的影响因素主要包括金钱、时间、家庭或个人健康水平、工作、对家庭的依赖程度等<sup>[6]</sup>。

### (四) 汉语服务有关文献

侯志强、方旭红、朱翠兰在 (2013) 《华侨大学学报》(哲学社会科学版) 发表论文《中国大陆游客对泰国旅游感知研究》通过中国游客去泰国旅游的经历, 分析中国游客对泰国旅游业的感知和评价, 其中赞扬了泰国商业区从业人员汉语素质较高的特色<sup>[7]</sup>。

[1] 旅游心理与行为[M]. 湖南: 湖南大学出版社, 2010:65-69.

[2] 甘朝有. 旅游心理学[M]. 上海: 南开大学出版社, 2000年3月: 107-113.

[3] 邱扶东, 汪静. 旅游决策过程调查研究[J]. 旅游科学, 2005, 02:12-15.

[4] 陶汉军, 林南枝主编. 旅游经济学修订本[M]. 上海: 上海人民出版社, 2011, 63-69.

[5] 美亚博拉罕·匹赞姆, 优尔·曼斯菲尔德. 旅游消费者行为研究[J]. 大连: 东北财经大版社, 2007, 9: 10-16.

[6] 约翰·斯沃布鲁克, 苏珊·霍纳. 旅游消费者行为学[M]. 北京: 电子工业出版社, 2008: 48-63.

[7] 侯志强、方旭红、朱翠兰. 中国大陆游客对泰国旅游感知研究[J]. 华侨大学学报, 2013, 6:10-13.

雷君, 2012 年在《企业科技与发展》刊物中发表《中国游客在泰国的旅游行为分析—以泰国清迈府为例》中指出中国游客在泰国旅游过程中, 购物行为与当地商人使用汉语服务程度的好坏成正比关系。并提出建议, 希望泰国政府培养专人来接待中国游客的工作<sup>[1]</sup>。

于晓轩(2011)《中国游客在曼谷的“被购物”现象研究》中指出, 曼谷主要商业区汉语服务的普遍程度还不算高, 尤其一些小商贩汉语水平较低, 汉语服务没有被使用广泛, 于是就造成了一些中国游客“被购物”的不满现象。这里的“被购物”是指由于语言障碍或者交易购物过程中沟通不畅, 造成游客没有买到心仪合适物品的情况<sup>[2]</sup>。

陈维娜在 2011 年硕士毕业论文《泰国旅游业发展研究》中提出汉语在泰国旅游业中的重要战略地位, 并通过研究发现在泰国当前的经济市场中, 汉语的使用比重越来越大, 提出了提高汉语服务的重要性和必要性<sup>[3]</sup>。

#### 四、研究要解决的关键问题和定义

##### (一) 研究要解决的关键问题和定义

(1) 设计调查问卷, 并进行实地问答式填写调查。分析将调查问卷所得到的信息, 综合评估曼谷旅游商业区汉语服务情况, 并提出不足的问题和提供有益于研究建议。

(2) 解决商业区中国旅游消费者行为分别受到汉语服务影响。

(3) 指出商业区汉语服务对中国游客消费者的重要原因, 并分析论证汉语服务的提高, 从而能增加旅游收入的问题。

(4) 提出合理可行的建议, 使得曼谷及泰国其他旅游区可以借鉴并树立一个良好的使用汉语服务的购物环境氛围来吸引更多中国游客。

---

[1] 雷君. 中国游客在泰国的旅游行为分析—以泰国清迈府为例[J]. 企业科技与发展, 2012, 12:6-10.

[2] 于晓轩. 中国游客在曼谷的“被购物”现象研究[J]. 旅游科学, 2011, 8: 15-18.

[3] 陈维娜. 泰国旅游业发展研究[J]. 哈尔滨工程学报, 2011.

## （二）定义

旅游：是一项特殊的综合性游览观光活动，人们为达到度假、休养、娱乐、探险、求知等目的，多半是出游于地区、国家和洲际之间<sup>[1]</sup>。

服务：是个人或社会组织为消费者直接或凭借某种工具、设备、设施和媒体等所做的工作或进行的一种经济活动，是向消费者个人或企业提供的，旨在满足对方某种特定需求的一种活动和好处，其生产可能与物质产品有关，也可能无关，是对其他经济单位的个人、商品或服务增加价值，并主要以活动形式表现的使用价值或效用<sup>[2]</sup>。

汉语服务：是指在旅游过程中，接客方所使用汉语接待并服务于使用汉语的中国游客的过程。相对于泰国旅游业而言，汉语服务已然成为接待中国游客服务项目中的关键环节。

旅游购物：旅游购物本身就是旅游资源，旅游商品是旅游购物资源的核心，也是吸引旅游购物的根源。提供丰富的旅游购物资源，满足游客的购物体验需求，已成为某些旅游目的地最具吸引力的内容之一。这是增加外汇收入和就业机会，也是发展旅游购物是提高旅游整体经济效益的重要途径<sup>[3]</sup>。

---

[1] 宁士敏. 中国旅游消费研究[M]. 北京: 北京大学出版社, 2013年: 16-19.

[2] 马耀峰, 李天顺, 刘新平. 旅游者行为[M]. 北京: 科学出版社, 2008: 68-82.

[3] 张卫. 旅游消费行为分析, 中国旅游出版社, 2013: 20-28

# 第一章 泰国曼谷主要旅游商业区汉语服务概况

## 第一节 研究中选择的曼谷主要商业区情况简介

曼谷的精彩纷呈让人目不暇接，这是个历史与现代、古朴与奢华、浮躁和沉静并存的大都市。各色人种穿行在大街小巷，曼谷特色的风景和商店也让旅游者流连忘返。街头有穿着黄色袈裟的和尚在人群中托钵化缘，如同泰电视剧《泰囧》中的片段一般；主要商业中心的大型建筑，也凸显了泰国这个城市的奇情与超越时空的景致，特殊而富有风味；人群中，到处都是泰国人民友善的笑脸和虔诚的目光。在曼谷，游客可以以最舒适的状态享受自己的旅程。

### 一、中央世界商业区



图 1-1：“中央世界商业区”，图片来自网络：

[online], (<http://gb.cri.cn/27824/2010/09/28/3245s3007232.htm> )

中央世界商业中心（泰语：เซ็นทรัลเวิลด์；官方英文名称：CentralWorld）位于泰国的首都曼谷的巴吞旺县之叻猜拉披色路。它是一个饭店及办公楼、购物及娱乐综合商场。商场里面很大，可靠数据说，整个面积高达 55 万平方公尺，是泰国中央集团中央集团（Central Group）将原世界贸易中心（World Trade Center）收购后重新改装的。很多来泰旅游购物的中国游客首选的现代化购物场所就是 Central World Plaza（中央世界商业区），因为它的位置就在曼谷市中心区域，而且就在轻轨 Chid Lom 站旁边，可以说是交通便利，商品琳琅满目。拥有 ZEN 和 ISTAN 两大商店，世界各国品牌众多，时尚流行，且汉语服务情况优秀。

继 2006 年底 Siam Paragon 开幕后，距离不到一百公尺的 Chid Lom 商场，又开了一家目前东南亚最大的购物中心 Central World。是泰国中央集团（Central Group）将原世界贸易中心（World Trade Center）收购后重新改装的。来泰国曼谷旅游的游客到现在逛商场，首先是来到的现代化商场，首选肯定是 Central World Plaza（中央世界商业区），因为它的位置就在曼谷市中心区域，而且就在轻轨 Chid Lom 站旁边。很多游客即便是不认识也很容易能够找到，因为它和轻轨的换成通道已经融为一体了，这里是现代化大型百货商场，拥有 ZEN 和 ISTAN 两大商店，日本品牌众多，流行度高，地方超大。没有一整天的时间你想全部逛一遍基本是不可能的，如果你没有充裕的时间，在 Central World Plaza 逛的时候一定要看清楼层品牌指示牌，不然一定会浪费很多时间。中央世界商业区的商家把这里分为三份，有中文提示牌区分，包括：伊势丹百货，正中央的 Central World 商场（分为：C、E、F 区），靠近 Rama 1 Road 的 ZEN 百货（A 区），共有六大区的大型生活综合购物广场。

中央世界商业区一共包含了 500 多家商店、50 多家餐厅和 21 个电影院以及一个保龄球馆，在很多商店门口的广告牌或者展示牌上一般有泰文、中文、英文三种说明性字幕。而且很多商店的招牌都是以中文命名的，这点很方便中国的旅客。

很多中国游客都非常喜欢到 Central World 去逛街购物，这里各式商品应有尽有，尤其很多中国游客喜欢的奢侈品，这里也有很多，而且空调开放，环境很开阔，干净卫生。这里的顾客大部分都是从中国和香港来的，似乎没见过这么高档的地方居然卖价格如此低廉的商品似的，中国客人来这里是觉得的大扫荡。所以，就连这个牌子的广告单也特意改成中文版。与此同时，在 Central World 很多的导购员和商家都会中文，不会中文的也聘请了一定的中国务工人员与游客进行交流导购。例如：泰国 Naraya “曼谷包”的总店就设立在 Central World，里面的工作人员基本上都会说中文，他们主要是针对来自台湾，香港以及中国大陆的游客，每天的中国客人络绎不绝。

## 二、拉差达商业区



（图 1-2：图组来自笔者自主拍摄：2015 年 4 月 7 日）

在泰国曼谷拉差达可以算得上是第二个唐人街，因为在举手抬足之间，到处可见中文身影，无论是行人还是广告牌，或是偶尔传来的叫卖声。

拉差达商业区主要分布在泰国曼谷的拉差达披色路，由于临近中国驻泰使馆，经常有中国企业家和游客在这举办各种各样具有中国特色的活动，这部分地区很多路标广告牌都包含中文在内，拉差达商业区的主要经营范围包括：泰式特色商品点、饭店、泰语中文培训班、药店、洗浴中心、酒店、公寓等等。

在拉差达地区这一带住着很多来自中国的云南华人，以及很多中国留学生，所以在拉差达很多商店内都有中国留学生作为兼职人员，这里有许多泰国特色的店铺，包括：泰国鳄鱼钱包、泰国特产食品、泰式按摩店等等，由于是华人聚居处，很多店铺直接就是中国人开设的，所聘请的阿姨或者服务员也都会说中文。拉差达路有大大小小的酒店，四星级，五星级酒店大概有 10 多家酒店，这些酒店主要接待来自中国的大型旅游团和商务工作团队。所以，在泰国曼谷，拉差达已经成为了华人的聚居地，得到了很多来泰旅游者的青睐。

这片商业区还包涵了各色的中国餐厅（中式、粤式、港式、湘菜）应有尽有，大概有 30 家中国餐厅。还有针对中国人开设泰语培训班，以供长期居住的中国人更好的融入泰国的生活中。为了吸引外来经济，在泰国拉差达，不少房产开发商建设的公寓楼会用中文打出了“每平方米降价 1 万、赠送全套家

具、外籍人士可办产权”的大幅广告，以此来吸引中国人购买消费，当然这时接待中国消费者的服务人员清一色的能够使用流利的汉语来交涉了。

有趣的是，在泰国曼谷，有很多色情洗浴中心，因为泰国是禁赌不禁黄的国家，所以很多洗浴中心甚至打着“裸体按摩”（中文字幕）配上热辣的形象作为广告牌以吸引中国游客的消费和光顾，当然这里的服务人员应该是会使用中文来沟通的了。

### 三、曼谷河边夜市 ASIATIQUE The Riverfront



（图 1-3：曼谷河边夜市：2015 年 1 月 18 日）

ASIATIQUE The Riverfront 是在湄南河旁的一个市场，以前是旧码头，仓库改造的，所以现在看见的 ASIATIQUE 外貌还是一个海盗船的样子，新颖独特，也体现了它的历史。整个 ASIATIQUE 商业区都被一栋一栋的建筑遍布内街，格子式的布局使得每一家单店的室内面积也就 4-5 个平方米，小的商家就经营着这样的店面，这里主要是贩卖着印有泰国特色风情的 T 恤、泰国食品、泰拳专用商品、木制的大象、泰式工艺雕刻品、水果，甚至有的店铺还有经营铁皮玩具。其中，有些大的商家就会把几个隔间同时租下，他们之中生意最好的泰国食品店独占 80 几个平方米，每天都有络绎不绝的顾客和拼命吆喝的店员。

ASIATIQUE 独具泰式风格，琳琅满目的商品也让很多来自中国大陆、香港、台湾等地的游客流连忘返。在这里，游客可以在随处取阅的店铺规划介绍、指引路线图、店商加盟广告等，ASIATIQUE 可以说是一个在工厂区改建的完美商业综合体项目。

在邻近主干道一侧，同样建筑内设置的是清一色各具特色的餐饮品牌，包括：KFC、BURGERKING 等国际连锁，也可以找到很多叫不出来名字的泰式餐厅、冰激凌专卖店、药店等，但他们都有一个特点就是广告牌上包含中文汉语，可以让中国游客一路了然。这片商业区域中间主题 60%的部分就是前面所说的商品市场。稍微高点的厂房里，还设置有二楼，主要涵盖电影院、健身房、理发店等等，这些地方也吸引了很多中国游客的光临。而在临近桂河边的通透大棚里，则是各具特色的大排档，有几平方的饮料店，有十几个平米的泰菜馆，还有 60 多个位置的日式料理。

## 第二节 商业区汉语服务的需求表现和主要形式

### 一、来泰的游客使用语言情况

中国的出境旅游是在改革开放之后兴起的，尤其是在 20 世纪 90 年代前后期，由于经济的发展，出境旅游的人口也逐渐开展了起来的。根据中国国家旅游局统计中国游客 2010 年至 2014 年出境旅游选择地区最多的国家来看，泰国已经成为了优先选择的出境旅游国家之一。所以，为了可以提供更好的汉语服务工作，了解来泰旅游中国人口的语言情况也是十分重要的。

由于中国大陆到泰国旅游的游客逐年递增，主要商业区的汉语服务也必须随之加强。据中华人民共和国国家旅游局数据统计显示<sup>[1]</sup>：

（表 1-1：中国大陆游客赴泰国人数统计）

年份 (年)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
中国大陆 游客赴泰 国人数 (万人 次)	1.17	1.384	1.178	1.782	1.484	1.10	1.76	1.012

[1] 东南亚：赴泰人口调查，“中华人民共和国国家旅游局”，[online], (<http://www.cnta.gov.cn/>) 2014年6月15日

由于中国一直处于发展中国家，且热爱旅游，愿意享受生活的人越来越多，所有相信中国日后出境旅游的人口也会不断增长，这将是一笔巨大的旅游经济项目。所以，随着来泰的中国游客数量的不断刷新，在泰国政府和人民的共同认知过程下，汉语学习及汉语服务变得越来越普及了。

商业区的汉语服务主要是针对来泰国旅游的中国人而设置的，其中主要服务的方向是为旅游者指清旅游方向、路况问询、餐饮食主、消费购物、寻找同伴等等。然而根据调查问卷得知，来泰旅游的中国游客中，其方言的分布如下图 1-4:

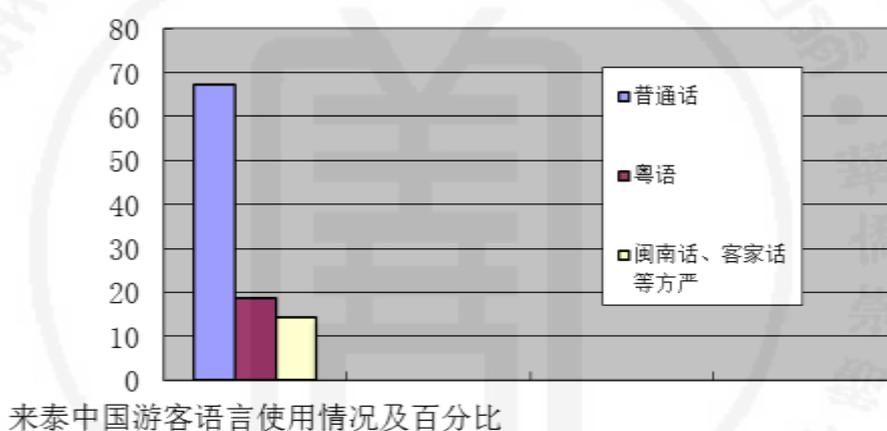


图 1-4: 数据来源: 中国国际旅游局官方  
“来泰中国游客语言使用情况百分比”, [online]

(<http://www.cnta.gov.cn:8000/Forms/InstantChannel/outerNewsList.aspx>,  
2014 年 6 月 15 日)

根据中国游客语言使用情况来看，普通话的比例仍然是最高，大约占来泰中国游客总比例的 68%左右，其次是粤语占 18%，其他其他语种占 10%左右。然而，除了使用普通话的中国人以外，使用粤语、闽南语、客家话的中国游客，其实也都可以直接以普通话汉语沟通。所以，根据这样的实际状况，好的汉语服务管理更有利于建立泰国旅游商业区树立良好的主人形象和东道主态度，有利于中国游客在异国他乡感受到亲切感和归属感，同时还有利于发展中泰关系，建立一个长久了旅游链接和交流关系。

## 二、汉语服务主要涉及的形式

(1)、中国银联卡服务：在泰国有近千台刷卡消费机可以让外地游客使用银联信用卡（中国游客多数在外国是使用银联卡刷卡购物和消费的）刷卡，几乎主要的商业区多会有中国银联卡的服务。因为不需要二次转换货币，使用银联信用卡付款比较合算。在泰国曼谷的主要商业区如：中央世界商业区、拉差达商业区、ASIATIQUE The Riverfront 等购物中心有上百家的商铺接受中国银联卡，中国游客可以使用他们在中国国内申请的银行卡直接购物。

(2)、客服解答服务：中央世界商业区的客服中心还专门为来自中国的游客消费者提供中文服务指南，在 2014 年 7 月到 2015 年之间，笔者多次拨通客服电话，以中文咨询服务问题，均得到了回复。与此同时，泰国旅游局的官方网站还为中国游客提供了中文信息服务页面（例如：泰国中文服务网、泰国曼谷华侨社、泰国华人论坛曼谷分区等）。

(3)、广告牌、中文菜单：在泰国，尤其是曼谷商业区（例如：中央世界商业区、唐人街、拉差达等地），随处可见中国餐厅，在餐厅外面的广告牌上，多半都是有中文和泰文双语翻译的，图二中也可见，笔者在 2015 年春节前后在以上等地的广告牌，饭店菜单中均发现中泰双文。中国游客可以一目了然的寻找自己心中的餐馆，早进入餐厅之后，餐厅也会提供给中国游客中文菜单，使得中国游客可以在用餐时使用中文翻译后菜单，方便快捷的选择菜品。

(4)、地陪翻译：地陪翻译主要是中国旅客到泰国后，在泰国当地聘请的陪同导游，向导来指引自己的旅行。这部分的服务主要是针对中国“自助游”、“穷游”等旅客设立的，在中央世界商业区、拉差达商业区可见很多广告宣传。因为他们群体出游，没有在中国签约好泰国导游，所以到泰国之后，需要泰国当地导游对其进行一些指导和景点推荐等服务。

(5)、中国服务生：在泰国曼谷商业区中尤其是中央世界商业区和拉差达地区，无论是餐饮业的店铺还是化妆品、食品、服饰、美容美发的商业店铺都有一定数量的中国服务生，这些服务人员可以直接对接中国游客，并提供最地道的汉语服务，这就是实际中方便了中国游客的购物。

(6)、通讯服务：泰国处于全球移动通信系统（GSM）网络之中。中国全球通用户可以在泰国国内很多地区使用手机，拨打当地电话是 5 元人民币/

分钟，接听是 6 元人民币/分钟，拨打国内电话 13 元人民币/分钟，发送短消息 2 元人民币/条。也可在当地购买手机 SIM 卡，泰国的移动运营商包括 AIS、Orange 和 DTAC，所有厂商都可以让你在本国的手机中使用他们的 SIM 卡。

(7)、网络服务：在泰国，网吧是非常普及可见的，尤其在拉差达地区，更是随处可见。随着不同的地区，每小时上网的费用也从 15 泰铢到 30 泰铢不等。其中曼谷稍微贵点，而清迈较便宜。绝大部分的网页都可阅读中文字体，但输入文字时需要看该机器是否有中文输入软件，这也可以随时下载的。例如：泰国华人论坛、泰国中文服务网、泰国中文网、泰国论坛等等。

### 小结

第一章作为全篇的开头，详细的介绍了泰国曼谷主要旅游商业区汉语服务概况，通过在泰国国家旅游局和中国国家旅游局查询的一系列资料表明中国游客赴泰旅游不仅逐年增加，且充满商机的市场，有利于带动泰国旅游业的发展。其次，本章节介绍了曼谷主要商业区的汉语服务情况以及商业汉语在泰国旅游业发展过程中的运用情况。并详细的诉述了曼谷主要商业区中央世界购物中心（Center World）、拉差达商业区（中国大使馆附近）（Rachadaphisek）和曼谷河边夜市（ASIATIQUE）的发展现状。在第二节中，通过资料论述了来泰旅游中国人口语言情况以及泰国商业区主要的汉语服务的类型。以上的铺垫为下文分析游客调查问卷作出了相关的准备。

## 第二章 商业区汉语服务对中国游客的影响

### 第一节 商业汉语在泰国旅游业发展过程中的运用情况

#### 一、汉语整体运用情况介绍

旅游业在泰国观光旅游局的大力推动下，成为泰国主要的经济收入来源，游客可以在境内不同的地区享受不同的旅游形式。旅游业保持稳定发展势头，是泰国近年来外汇收入重要来源之一。

中国近年来成为了旅游消费大国，在中国改革开放和市场经济的新形势下，中国人日渐喜欢到外国旅游，购物、散心放松心情等等。来泰国旅游的中国游客也是逐年的增多，在旅游过程中，旅游和购物消费也确实大大的提高了泰国的旅游经济收入，在这样的环境下，商业汉语以及汉语服务的发展也得到了更多的重视。

在泰国，汉语被运用得非常的广泛，尤其是商业过程中，大到商场的巨幅标语是中文泰文结合、商场的招商广告的中文、大型商场的广播是中文、电视导购是中文，小到餐馆的餐牌、购物清单、甚至连路边的商贩都会简单的几句汉语。可以说，汉语在泰国的主要城市和商业区，得到了极大的推广和使用，这不仅得力于常年来来泰经商的商旅，也源于经济和政治上的友好往来。

泰国民族热情和礼貌的性格早已闻名于世，相信来过泰国的中国人都曾得到泰国人民的热情友好、好客有礼的招待。而联系这些活动及实践的纽带便是汉语，文字的力量是强大的。尽管泰国人看来很腼腆，实际上他们很容易与陌生人融洽相处，而且总是脸带笑容，愿意给他人帮助。在笔者走访曼谷主要商业区的调研过程中发现，目前，重要的商场和常有中国游客往来的商业区、饭店、旅游景点等，汉语的使用率高达 80%以上，也就是说，如果一个从来没有来过泰国的中国人在商业区迷路了，相信不出半个小时，他就能找到很多的泰国人给予帮助并寻得回家的路。

#### 二、中国游客的重要性

根据《2014 年中国出境旅游发展年度报告<sup>[1]</sup>》中得知，中国现在已经成为世界上第一大出境游的客源地，带动了许多国家旅游经济的发展，在促进文

---

[1] 中国旅游研究院，“2014 年中国出境旅游发展年度报告”，旅游教育出版社，2014：67-69.

化交流学习的同时，更带动了经济的交流发展。从 2013 年的全面的数据来看，中国出境的市场已经达到了 9818 万人次，接近一亿的规模，大家也可以想象一下，9818 万的人次已经相当于很多的欧洲国家的人口的总和，所以可以说中国的出境市场是非常巨大的市场。下图为中国游客在选择旅游地点时的数据调查（图 2-1）：



图 2-1: 2013 年中国出境旅游前十五目的地，来源：  
《2014 年中国出境旅游发展年度报告》

上图可以看出，出了中国香港、澳门以外。泰国已然成为中国游客出境旅游前 3 位的目的地了。并且人数在逐年上升。从《报告》(2013 年中国出境旅游前 15 位目的地<sup>[1]</sup>)的分析来看，中国的出境市场的消费在境外已经达到 1287 亿美元的规模。从横向的比较来看，在 2012 年的时候，中国的出境消费已经超过了德国和美国，成为了世界第一。2013 年中国和其他国家出境消费上的差距是进一步拉大的，也就是说中国出境消费第一的地位进一步地巩固了。

所以，基于经济原因，更好的吸引中国游客来泰旅游是泰国今后旅游业发展的重中之重，而在这其中，中文在旅游过程中的服务水平，也直接影响到游客的满意度和回游率。可以说，只有更好的学习发展中文才能吸引更多的来泰中国游客，而他们的旅游消费，将有利于泰国国民经济和综合国力的提升。

[1] 中国旅游研究院，“2014 年中国出境旅游发展年度报告”，旅游教育出版社，2014：67-68。

## 第二节 中国旅客对商业区汉语服务的反映

### 一、曼谷主要商业区的汉语服务

在泰国旅游，只要是在景区，大可不必考虑语言的沟通问题，要么能很容易地看到汉语提示的文字，要么就有会说汉语普通话的服务生。一踏上泰国航班，就看到醒目的汉字提示牌，空姐说一口流利的汉语。下了飞机，在曼谷的廊曼机场，大厅的墙上，照样是用汉字写着旅客须知。就是在曼谷的大街上，也能看到醒目的汉字广告牌：“中国工商银行”、“泰中文化艺术交流中心”、“中国城美味王酒家”等等……那夜游邦巴功河，船上的卡拉 OK，也都是华语歌曲，仿佛就像在中国餐厅一般，全无异国他乡的拘谨与陌生。

从中国的各大机场飞到曼谷，刚出廊曼机场，就有热情的泰国少女献花。踏上旅游巴士，导游更是会热情地说：“欢迎来自中国的朋友们！”如今，在泰国六千多万的总人口中，约有 4% 的华裔人口。在泰国的政府内阁成员中，近三十年来，政府总理多由有华人血统的人担任。如兄妹都出任总理的他信和英拉，前一任最年轻出任总理的阿披实等等<sup>[1]</sup>。

通过调查问卷的发放调查得知，中国游客对曼谷市中心区域的中央世界商业区、拉差达商业区以及湄南河旁边的曼谷河边夜市 ASIATIQUE The Riverfront 的汉语服务基本是满意的。其中，中央世界商业区的汉语服务得到了最高的评价和满意，而曼谷河边夜市 ASIATIQUE The Riverfront 由于散户居多，汉语服务则没有那么理想。

---

[1] 爱丽. 泰国旅游业对泰国经济发展的影响[J]. 商场现代化, 2013, 14: 8-12.

	中国游客对曼谷商业区汉语服务人员满意度				
	很满意	满意	一般	不满意	整体印象
中央世界购物中心	88%	11%	1%	0	38% 周到全面，汉语服务人员素质较高
拉差达商业区	86%	9%	5%	0	44% 华人较多，基本满足需求
曼谷河边夜市 ASIATIQUE The Riverfront	40%	45%	15%	0	18% 许多商贩是说英文的，汉语很少，多体现在广告牌上，有待改进

表 2-1：中国游客对曼谷商业区汉语服务人员满意度（数据来自：调查问卷）

央世界商业区、拉差达商业区以及湄南河旁边的曼谷河边夜市 ASIATIQUE The Riverfront 作为本文重点研究调查的三个商业区，是来泰中国游客旅游购物活动发生最多的地区，同时，通过问卷询问也得到，中国游客亟需中文服务。

中国大陆游客来泰旅游对中文服务的需求度				
需求	很需要	需要	不太需要	不需要
比例	48%	41%	8%	3%

表 2-2：中国大陆游客来泰旅游对中文服务的需求度表（数据来自：调查问卷）

根据以上图标得知，将近九成的中国游客来泰旅游时都需要得到汉语服务，调查问卷也表明，79%的中国游客在购物过程中也会偏向于使用中文服务的商家，只有21%的年轻游客并不是很在意。所以，更好的汉语服务绝对有利于提高中国游客的旅游信心，提高来泰游客量。早在2013年，泰国政府就推出了“你好，我爱你”中文工程，目标是在4年内让东盟10国6亿人中的1亿人会说中文<sup>[1]</sup>。这也体现了泰中血脉同源、文化相似，中文比英文或者其他国度语言更容易获得泰国人的理解和认同。所以由此也可见，在泰国，对于汉语服务项目而言，应该总体上来说优于其他国家的。尤其是在曼谷主要商业区，大量的中国游客带动了当地经济和旅游业的发展，在增加了国民经济收入的同时，还带动了泰国商户的积极性。

综上所述，汉语服务项目也成为了研究分析泰国曼谷商业区汉语服务业的最主要对象，也是能否吸引更多中国游客来泰旅游消费的关键因素。通过对以上三个不同商业区域的汉语服务情况调查，希望从中找出优缺点，发扬或改进，争取吸引更多的中国游客来泰旅游消费，带动泰国的旅游经济收入。

## 二、汉语服务满意度问卷调查情况

据泰国旅游局公布的最新数字显示，2015年2月18日至24日中国春节7天长假期间，共有30.5万名中国游客赴泰旅游。泰国旅游局负责东亚地区的官员诗莉苏达说：“这个春节假期，赴泰中国游客比去年同期增长49%，泰国预计旅游收入约69亿泰铢（1元人民币约合5.1泰铢），同比增长58%。中国游客在泰国旅游消费平均为每趟每人2.26万泰铢。”泰国旅游局还预计，今年2月将有53万中国游客到访泰国，为泰国带来229.3亿泰铢的收入。泰国开泰研究中心的一项研究预计，2015年全年来泰中国游客数量预计可达525万人次，创造旅游收入约2186亿泰铢<sup>[2]</sup>。

根据来泰旅游的中国游客不断上涨的趋势，为了更好了解来泰旅游的中国游客满意度问题，从而做好接待工作。笔者通过技术分析和多次研究，共设计了两套调查问卷（《泰国曼谷主要旅游商业区汉语服务调查研究问卷调查表》、《来泰中国游客对泰国曼谷主要商业区中文服务满意度调查及泰国曼谷主要商业区购物中文服务满意度调查》）对100名中国游客进行了随机的抽样调查，其中向108位游客发起调查提问，得到100份有效调查回馈答卷，并经

---

[1] 泰国国家旅游局, [online] “<http://cn.tourismthailand.org/>” 泰国国会主席颂萨在2013年4月19日发表言论

[2] 泰国国家旅游局, [online] “<http://cn.tourismthailand.org/>” 诗莉苏达, 2015年3月1日

过统计整理，总结并分析了调查问卷的各项内容。（问卷见附录）

在本次的调查中，来泰中国游客主要以女性居多，其中女性占 62%，男性占 38%，而年龄的跨度也比较大，几乎各个年龄段的人都会来泰旅游。

年龄段	19 岁以下	20-29 岁	30-39 岁	40-49 岁	50-59 岁	60 岁以上
百分比	7.8%	16.2%	36.1%	15.9%	17%	7%

表 2-3：年龄（数据来自：调查问卷）

从上图可以看出，来泰中国游客中，各个年龄阶段都有，但是还是以 20-49 岁这三个层次居多，尤其是 30-39 岁的游客，多半，这部分人会偏向于泰国的风光景点和购物。同时，在游客获取泰国旅游信息的主要途径中，以亲朋好友介绍的比例最高，为 38%，其次是网络 26%、广播电视 20%、旅行社推荐 18%、以往旅游经历 5%、景区宣传资料 9%、其他 8%。需要说明的是旅游者的旅游信息来源问项为多项选择，故统计指标的百分比总和大于 100%。

（如表 2-4），在来泰旅行游客职业上，18%的游客为商人，27%的游客为学生 9%的游客为大陆公务员，13%的游客为公司组织游览，8%为老年退休人员，7%为劳务人员，13%为自由职业，5%为其他。

职业	商人	学生	公务员	公司员工	退休人员	劳务人员	自由职业	其他
百分比	18%	27%	9%	13%	8%	7%	13%	5%

表 2-4：来泰中国游客职业分布（数据来自：调查问卷）

（如表 2-5），在旅游目的上，57%的中国游客来泰旅游目的为观光风景和泰国旅游胜地，22%的人出游的主要目的是为了来泰购物，13%的人则是以散心度假为主要目的，仅有 8%的游客来泰是为了对泰国文化感兴趣。

旅游目的	观光旅游	购物	休闲散心	泰国文化	其他
百分比	57%	22%	13%	8%	\

表 2-5：来泰中国游客目的（数据来自：调查问卷）

(如表 2-6)，在旅游天数上，游客在风景更好的清迈停留平均天数在 3—8 天，停留时间相对较长一些。8%的游客在曼谷停留 1—3 天，38%的游客在泰国停留的总天数为 4—6 天，36%的客人停留天数为 7—9 天，18%的游客会在泰国停留 9 天以上，其中，61%的游客均。

旅游天数 (天)	1-3 (天)	4-6 (天)	7-9 (天)	9 天以上 (天)	其他
百分比	8%	38%	36%	18%	\

表 2-6: 来泰中国游客天数统计 (数据来自: 调查问卷)

从上图可以看出，为第一次来泰旅游，26%的游客为第二次来泰，10%的游客是第三天来泰，仅仅 3%的人是第四、五次来泰国。由此可以看出，较为吸引中国游客停留的旅游项目，一个是购物，另一个就是观光了。根据笔者的调查过程中的提问，59%的中国游客认为在泰国旅游购物过程中没有遇见交流问题，41%的游客在一定程度上出现或发生了交流困难的局面，而这些游客中能掌握流利泰语的仅有 3%，37%的游客只是在导游的指导下学习了几个简单的泰语单词和短语，54%的游客是一点泰语也不会的。(以上文字数据皆来自调查问卷，详见附录《调查问卷》)

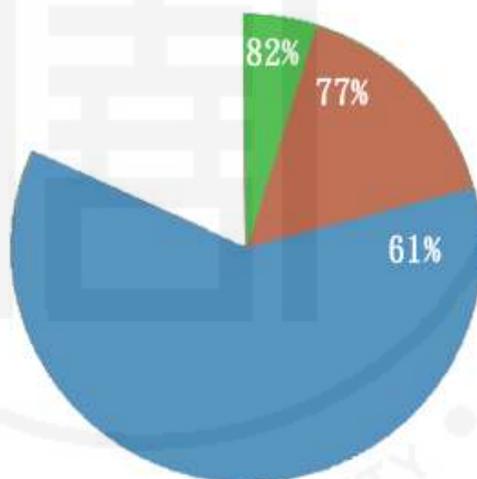
根据调查问卷得到的信息作出以下分析，由于大部分游客是第一次到泰国旅游，所以他们在旅游、沟通、购物、交涉的过程中也多多少少的遇见了一定的障碍。例如，在调查中发现，36%的游客在问路时会产生一定的困难，有中国游客反映，有时就算加上肢体语言和简单的英语，也不能找到去往目的地的方式，有时只有拿出地图，指出具体位置才能取得一定的有效信息；也因为目的地不明确，所以导致了 12%的游客，在搭乘出租车时也产生了一定的歧义和困难。相比较而言，仅有 9%的游客在购物时出现交流困难，5%的人在住酒店是感到不便。通过这个现象也可以得出结论，中国游客在泰国消费时，一般受到的汉语服务条件比较好，而没有产生直接经济效益的时候，得到的服务就不那么理想了。

根据这些调查情况可以发现，近些年来泰国旅游的中国游客日益增长且年龄层次参差不齐，有各个年龄段以及不同旅游目的的。而面对这些原因，想要继续吸引更多来泰中国游客，增长旅游收入，提高汉语服务就成了迫在眉睫的问题了。

### 三、曼谷主要商业区汉语服务比较

位于曼谷市中心区域的中央世界商业区是各国来泰游客的首选购物商业区，是本次调查的主要区域之一。号称第二个唐人街的拉差达商业区作为一个颇具中国特色的商业区域，成为了本次调查的另一个重点地区。而相比前两个大型的商业区域，位于湄南河旁边的曼谷河边夜市 ASIATIQUE The Riverfront 就作为了研究调查的第三个重点商业区，但是较之前者，ASIATIQUE The Riverfront 零散商户居多，平日较为忙碌，也为调查产生了一定的困难。

通过《泰国曼谷主要旅游商业区汉语服务调查研究问卷调查表》第二部分的调查发现，在 100 名来泰旅游的中国游客中（如下图 2-2 ），82%的游客会到中央世界购物中心购物，77%的游客会去曼谷河边夜市 ASIATIQUE The Riverfront，61%的游客则会到拉差达地区观光或者购物。因为这些游客中 79%的人一致表示，他们会偏向使用中文服务的商家选择购物消费。



(图 2-2: 消费选择商业区比重图, 来源: 调查问卷)

在调查中发现，有趣的是，几乎来泰国旅游的中国游客，90%以上的人，都会选择游览唐人街，且部分去过美国的游客说，到了美国，他们一定也会去美国的“唐人街”！上图也说明了，很多游客选择的购物渠道较为多元化，而这三个商业区也都有各自的特色吸引游客的光顾。但是相对而言，名品名牌云集的大型商场还是比较吸引游客的目光，41%的游客选择大型商场购物，36%的游客会在小型商场购买一些食品和日用品，16%的游客也会选择在沿街摊贩那购买一些水果或其他食品，8%的人则在赶集市场上购买一些泰式特色商品。当然在他们购物的过程中 48%的人认为很需要中文服务，41%表示需要，仅有 8%和

3%的游客认为，中文服务对于他们而言，可有可无，相信，这部分的中国游客是掌握了一定的泰语的吧。通过下表，（中国游客对曼谷商业区汉语服务人员语言评价表）可以更为全面的了解中国游客对曼谷主要商业区中汉语服务人员的语言使用情况的评价（表 2-7）：

	中国游客对曼谷商业区汉语服务人员语言评价				
	流利	不流利	差	很差	整体印象
中央世界购物中心	88%	11%	1%	0	38% 周到全面
拉差达商业区	86%	9%	5%	0	44% 基本满足需求
ASIATIQUE The Riverfront	40%	45%	15%	0	18% 有待改进

表 2-7：中国游客对曼谷商业区汉语服务人员语言评价表  
（图片数据来自调查问卷）

通过以上表格的呈现可以看出，总体来说，中国游客对中央世界购物中心和拉差达商业区的汉语服务满意度较高，而散户聚集的 ASIATIQUE The Riverfront 得到的好评率较低。产生这样的原因主要也是源于，中央世界购物区属于大型大购物中心，其档次高，品类全，世界各国大牌云集，于是这里的消费相对也高。为了更好的吸引游客消费购物，中央世界购物区的管理层在咨询服务台、购物柜台、零售商家、广播服务、场内指示牌和流动服务人员的身上都下足了功夫，通过一系列汉化的改造，塑造了一个高品质的国际购物环境。

（通过表 2-7），可以看出，在比较的三个服务区中，购物柜台，店铺和一般商场的购物指南及服务指示牌分别得到了 25%和 31%的好评，也就是说，超过一半的来泰中国游客认为在购物过程中比较满意，而对于汉语服务人员的服务，普遍表示并不满意。

对三个商业区汉语服务满意项目分布					
汉语服务项目	咨询台	购物柜台， 购物店铺	商场广播	购物指南及 服务指示牌	流动汉语 服务人员
满意度	20%	25%	13%	31%	11%

表 2-8: 中国游客对对三个商业区汉语服务满意项目分布  
(数据来自调查问卷)

通过对三个商业区的比较可以很明确的得出结论：更优质的中文服务必将得到更多的青睐，获得更多的经济效益。所以，建立一个和谐完善的汉语汉语环境就显得更加的迫切了。因为这样一来，不仅建立了良好的中国游客消费氛围，也打响了泰国旅游业的旗号，树立了品牌，吸引了更多的中国消费者。而拉差达商业区作为中国人聚居的地区，随处可见华人的身影和声音。在文化氛围上极大程度的汉化，这里不仅有中国的涉外政府部门，还有大量的留学生，华人，使得远道而来的中国游客产生家乡般的亲切感。并且以这样的华人聚居地为核心，可以吸引更多的来泰华人居住，于是，拉差达地区的酒店则成为了来泰华人最优先的选择。相对零散商户小商贩云集的 ASIATIQUE The Riverfront 曼谷河边夜市来说，这里的汉语服务相对就没有那么系统了，在这里经商的商户更多的是使用英语来与外地游客沟通，因为来这里的游客组成中，除中国以外的其他国家游客也比较多，所以，英语显得更为实用。

#### 四、汉语服务人员情况

本次调查问卷的第三部分《泰国主要商业区从业人员汉语服务使用情况调查》一共向 11 位员工提出问卷调查请求，有 8 位人员的配合完成问卷，得到了八份有效的问卷进行了分析。

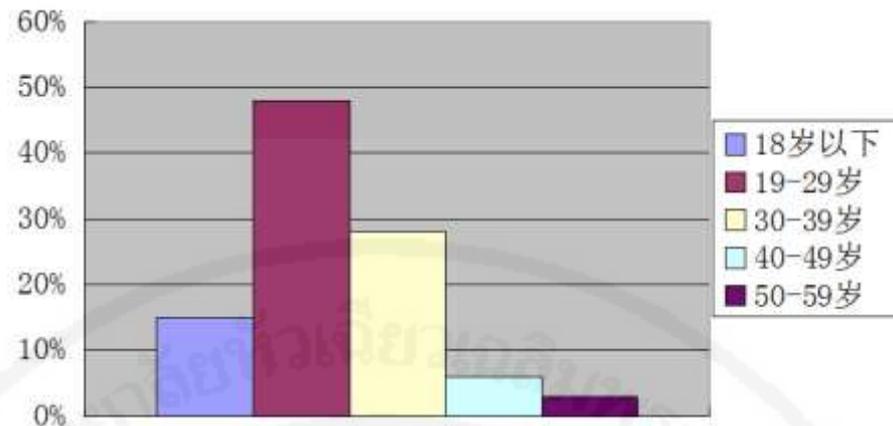


图 2-3: 曼谷商业区服务人员年龄分布图 (数据来源: 调查问卷)

根据调查问卷设计的提问显示, 在中央世界商业区、拉差达和 ASIATIQUE The Riverfront 地区的汉语服务人员年纪总体呈年轻态, 根据上图三的数据表明, 主要从业人员的年纪在 19-29, 30-39 岁这两个年龄段之间。这个年龄段的员工主要来自于中央世界商业区和拉差达商业区, 她们主要以女性为构成主体, 接受新鲜事物的能力较强, 语言能力也较为有优势, 学历相对也比较高。据调查现实, 53%的店员能达到专科学历, 21%的店员或是兼职的中国学生或是大学学历的泰国本土人口, 其中还有小部分达到硕士学历的学生在做暑期工。而 40-49 和 50-59 岁这两个年龄阶段的汉语服务人员主要来自于 ASIATIQUE The Riverfront 地区, 她们多半是以家庭为单位的小型商贩或个体户, 自营特色商品为主。她们的学历较低, 有中学或者小学学历的, 会的汉语也较少, 懂的汉语词汇非常很局限, 在调查走访的过程中发现, 绝大部分的 ASIATIQUE The Riverfront 地区只会使用最简单的汉语, 例如: “XX 元”、“人民币”、“不可以”、“谢谢”、“成交”等。除此之外, 如遇中国游客问路或打听周边旅游景点的, 基本无法交流。

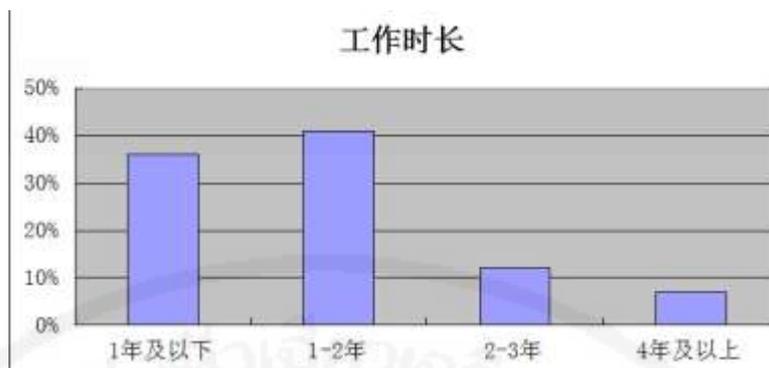


图 2-4: 曼谷商业区汉语服务人员工作年限时长图  
(数据来源: 调查问卷)

但是, 或许是因为学历越高工作变动越快, 在 ASIATIQUE The Riverfront 地区从事商业的人员, 绝大部分都是超过 4 年及以上工作时长的。而在繁华的中央世界和拉差达, 人员变动很快, 工作时长在 1 年以内的占 36%, 1-2 年的占 41%, 而这 41% 的人, 多半已经可以成为店长或者领班级别的员工了。

(整体调查问卷数据见附录)

在与这些服务人员交流的过程中, 发现他们的汉语水平差异较大, 在询问的八位服务人员之中 4 人参加过汉语水平考试 (HSK), 分数在 2—3 级之间, 得分约在 200 分左右, 除了国籍为中国的服务人员之外, 其他的服务人员大多没有参加过汉语水平考试, 但她们汉语较好的原因要么是因为身边有很多中国同学, 要么就是有多年丰富销售经验的人员了。由此也可见, 一般的销售人员, 很少有参加过汉语测试或系统学习, 她们获取汉语知识的途径多半是来源于生活和日常交流中。

“中国人购物是疯狂又大方的。”这是大部分被调查服务人员对中国游客购物行为的看法, 很多服务人员表示, 中国游客中 90% 使用汉语的游客购物时, 更为爽快大方, 购买的商品也较多, 就算有时沟通不畅快, 这丝毫不影响他们购物的乐趣。针对于泰国籍的服务员而言, 她们的汉语发音有时候说得不正确, 听得也不明白, 得重复很多次才能听到客人问什么, 或者有时因为自己发音的不准确性, 客人也听不懂自己说什么, 必须一边比划, 一边重复说。可是, 这样的语言障碍并没有影响中国游客购物的心情, 所以很多泰国籍的服务员可以比较放心大胆的与中国游客交流, 当然, 如果这时店里有几个中国籍的服务员, 那更太好了。

“对于中国游客来说，提供更好的汉语服务绝对有助于商品的销售。”发出这样感悟的一名泰国员工说到。尤其是年龄层次较大的游客，使用汉语服务可以获得更多的好感，有利于产品的销售。“因为汉语越好，客人问的问题越多，我们可以给她们提供更多的推荐和建议，最后他们购买的东西也会更有，尤其是女游客，只要听见我们说中文，就说会有归属感或者是安全感。因为沟通多了，自然建立了信任，顾客也会放心购买更多的东西。”相比较来说，泰国商场的很多商品对中国游客而言还是很具有吸引力的，首先各大品牌都是正品，又有一定的折扣，相比大陆来说便宜很多，免税店也很多，那里的商品都比较高端，服务好，货源充足，品类齐全，物优价廉。

最后，通过与多民员工的交涉发现，他们目前对自己所从事的行业都比较满意，有的人认为可以每天面对各样的人，很充实，学到了很多；也有人觉得每天的工作生活都比较忙碌，尤其到了旅游旺季，每天到店购物的游客都爆棚，但是经过一天的工作之后，觉得十分的满足，同时还能得到不错的收入；还有的员工认为，在导购的过程中能和很多中国游客交流，整个沟通的过程比较愉快，能建立一定良好人际关系又可以学习中文，一举三得。

通过分析，笔者也发现，在曼谷主要商业区的商场中几乎是没有专门为汉语服务人员开设的汉语指导或者管理课程的，虽然会有宣传声称要建立汉语培训机制，但是终结还是没有落实。绝大多数泰国籍的员工并没有正规的途径来学习中文，而只能通过日常一些积累或者各自店里的自行培训学到一些零星的有关于推销的中文单词。这样的事实最终会导致汉语服务的断层和非专业化。

### 第三节 通过调查汉语服务中存在并需要解决的问题

#### 一、汉语服务的满意度调查分析和比较

顾客满意度是指顾客认为供应商已达到或超过他的消费预期的一种感受<sup>[1]</sup>。这个定义的关键词是：Perception，即感受。说明这是一个心理指标，它可以，也可以不和实际情况相符合，不是的技术或物理指标。游客的满意是旅游地提高竞争力、实现旅游地持续发展的主要影响因素，多元统计逐步回归分析结果表明，来泰中国游客总体满意度主要是受旅游过程中的购物、服务、景点满意度、饮食、住宿、出行等因素共同影响，但，中国游客的总体满意度

---

[1] 张卫. 旅游消费行为分析[M]. 中国旅游出版社, 2013: 54-62.

还是主要受到汉语服务情况的影响而改变的。根据目前的调查情况来看，31%的中国游客对调查商业区的汉语服务感到很满意，41%的游客表示比较满意，20%的游客则认为服务一般，而不满意的游客仅占8%。在这8%不满意的游客中，绝大部分问题是出在言语无法沟通这个层面的。也就是说，汉语服务的好坏直接影响了来泰中国游客的满意度及是否再次来泰旅游的情况。（数据来源：调查问卷）

总结一下本次调查问卷所得的信息可以发现，总的来说，来泰旅游的中国游客对中央世界购物中心的汉语服务最为满意，对 ASIATIQUE The Riverfront 曼谷河边夜市的中文服务满意度较低。其中，中央世界购物中心在汉语咨询台服务、购物柜台、商店购物指示牌的服务做得都较为突出，得到了广泛的好评，也深得中国游客的满意。但是，通过对其他商业区的调查，也发现了一系列汉语服务过程中出现的问题：

一．咨询台汉语服务水平低下，很多中小型商场的咨询台没有提供中文服务，或者仅是偶尔有个别会中文的服务员提供汉语咨询服务。

二．购物柜台汉语服务参差不齐，很多店员仅会一两句中文，推销能力差，没法留住客人，也没法顺利销售商品。

三．商店广播服务不良，在播放汉语广播的时候语速快，国语不标准，喇叭质量差，杂音重，根本无法辨别说的是什么。

四．商店购物服务指示牌汉语语法错误多，影响了中国游客购物的信心。

五．商场流动人员服务不完善，在调查的中国游客中有反应到，在商场中，很少见有汉语服务人员的身影，流动性太大，不易寻找，在需要的时候，经常得不到帮助。

这些问题是普遍存在在众多泰国购物商业区的问题，成为了阻碍泰国旅游业发展的一些问题，也影响了中国游客的满意度。进一步说，这些问题如果不及时解决，很有可能影响中国游客赴泰国旅游购物的数量，并直接影响泰国旅游经济的发展和前进。

## 二、汉语服务中发现并需要解决的问题

### （一）语言的不规范性

规范礼貌的用语有利于树立良好的旅游形象，也可以更好的吸引游客。在本次调查过程中，通过与商区店铺服务人员的交谈，发现了一定的问题，其中比较重要的一点就是普遍存在语言使用的不规范上。在这些不规范的问题中，最为突出的表现在发音和语法上。

不规范用语主要体现					
出现的问题	发音标准	语句通顺	服务态度	汉语服务范围	购物指示牌
比例	33%	27%	9%	19%	12%

表 2-9：曼谷三大商业区服务人员汉语用语不规范体现分布  
(数据来源：调查问卷)

语法的不规范直接会影响句子的意思，产生歧义或者负面影响。尤其对于中国游客而言，因为绝大部分的中国人，都是讲礼仪、重文明、懂规矩的。例如，在询问客人是否需要帮助或购物指导时间“请问您需要购买什么？”或“我可以帮您找些什么吗？”都是比较符合规范和礼仪的。但是如果对中文并不了解就直接说“你要什么？”“你买什么？”“买吗？”这样一类的词句一出来，很多时候就是伤害或者严重影响中国游客的心里，并产生抵住情绪和负面情感。因为在中文中，没有敬词的语句，生硬强硬又冷漠，让人听了会产生敌意和距离感，十分不应该在服务业中出现。

### （二）服务态度参差不齐

在泰国，中国人很受尊重，景区游览时间，东西方人尽量错开，黄金时间安排中国人。任何地方没有歧视中国人的汉语标识，如“严禁随地吐痰”“禁止大声喧哗”都没有，泰国人能容忍中国人的一些坏习惯，但部分尊重中国人的情况还是比较少数。

例如，中央世界商业区的汉语服务比较全面，尤其在商场的一楼，无论是服务台、咨询处、广告牌，中文都随处可见，也吸引了不少的中国游客。但是，没有一整天的时间你想全部逛一遍中央世界基本是不可能的，如果游客没有充裕的时间，在 Central World Plaza 逛的时候一定要看清楼层品牌指示牌，不

然一定会浪费很多时间。因为毕竟，中文的露出有限，这时如果在二楼及以上的楼层想找个中文咨询点就比较困难了。在拉差达的一些本地化超市中，虽然价格公道，但是很多商品牌子上都是泰文，大部分初次去泰国的中国游客是完全看不懂的。虽然好在一般的泰国特产上面会有英文或者中文，但是由于汉语服务的参差不齐，给很多中国游客造成了一定的购物困难。在调查过程中，有中国游客提到，除非是大型商业区配备的超市以后，想买点特产或者日用品还是很困难。“有图的还能认出来，没图的几乎不敢买。”面对这样的呼声，只能说，汉语服务需要改进的、扩展的方面还有很多很多。

### （三）服务范围的局限性

在来泰中国游客中，汉语服务较为全面的应属旅游消费和商业购物消费环节，虽然这已经是众多汉语服务项目中情况较好的一项，但是还是存在着一定的局限性。以下便提出几点：

1、宣传的局限性，例如中央世界商业中心，在商业区的宣传推广过程中，片面的局限于曼谷市区中心的大型购物广场，却并没有在旅游景点大肆宣扬推广。所以，很多到中央世界商业区购物的客人要么是导游引导带去，要么就是旅行社行程表上的项目，又或者是熟知泰国商业区的“回头客”了。所以，通过调查中发现存在宣传不全面的问题，建议在宣传过程中，可以将广告投放在机场、飞机杂志、旅游消费指南、各大景点中，旨在让更多的中国游客自发的来寻找这个地方，并对这个商业区产生浓厚的购物情绪和渴望。只有这样才能有助于该商业区的循环发展，稳步提升。

2、过于商业化，只着重要求客人购物：仅对消费过程中引导购物和介绍商品时比较重视，却并没有重视商品品牌的宣传和购物氛围的营造，从而使得很多游客有“扫货”、“被宰”、“纯粹买东西”的错觉。在发展旅游业的过程中，营造一种良好的旅游形象十分重要，游客在消费的过程中，如果更多的可以感受到景点或者商业区的内涵文化，将更有利于该商区品牌的树立和形象的建设。也只要更好的建立一种和谐旅游购物环境才能获得良好的口碑和“回头客”。

## 小结

本章作为全文最为重要的章节是通过《泰国曼谷主要旅游商业区汉语服务调查研究问卷调查表》以及《来泰中国游客对泰国曼谷主要商业区中文服务满意度调查及泰国曼谷主要商业区购物中文服务满意度调查》两套调查问卷分析研究了泰国商业区汉语服务对中国游客的影响。首先是调查了中国旅客对商业区汉语服务的反映，分别通过对中央世界商业区与拉差达商业区的汉语服务异同；汉语服务满意度问卷调查情况；泰国商业区汉语服务人员情况；泰国主要商业区汉语服务比较来呈现了调查问卷的事实问题，阐述了泰国曼谷主要旅游商业区汉语服务情况。最后通过分析汉语服务满意度问卷中发现并需要解决的问题。

### 第三章 对构建良好的购物环境吸引更多中国游客提出的建议

#### 第一节 改善汉语服务的建议和措施

在泰国，提起中泰关系，听到最多形容就是“中泰一家亲”。中泰关系在泰国人心中能够达到如此高度，这和泰国王室的重视是分不开的。可以说，上至王室成员，下至平民百姓，泰国人对学习汉语的热情和对中国文化的兴趣是越来越高涨。从 2008 年开始，泰国朱拉隆功大学孔子学院开办了泰国王宫汉语培训班，定期向泰国王宫秘书厅的官员们教授汉语，从而让汉语教育首次走入王宫。

“在诗琳通公主和中国国家汉办的大力支持下，王宫官员汉语培训班迄今一共举办了 18 期，目前已经成为朱拉隆功大学孔子学院的长期汉语推广项目，王宫秘书厅副秘书长都亲自参加学习。王宫秘书厅秘书长格里表示，汉语培训给王宫秘书厅的工作带来了实际的好处，他也希望这个汉语培训班能够一直开办下去“汉语培训对于我们的工作是有直接影响的。因为王宫秘书厅是为国王、公主等王室成员服务的，国王、公主以及其他的王室成员都对中国的非常感兴趣，而王宫秘书处的工作人员学习汉语或是有机会到中国交流、考察的话，可以扩大视野，更加了解中国各个领域的发展，能够更好地为国王、公主和其它王室成员效力<sup>[1]</sup>。”

从以上的新闻中可以发现，泰国已经开始了从上至下的汉语热并意识到汉语的重要性和学习的必要性。现代社会，更多的人愿意花费一定的金钱来换取舒适贴心的服务，而来到泰国，汉语服务就是与中国人生活息息相关的旅行服务质量，及对游客满意度的影响。也因为这些因素，笔者对改善曼谷主要商业区的汉语服务提出了一系列的建议和意见，旨在更有利于提高汉语服务从而吸引更多中国游客来泰游玩和消费。

---

[1] 国际综合新华网 “语言搭建中泰友谊桥 汉语教育走进泰国王宫”  
[online] (<http://finance.qq.com/a/20130529/014017.htm/>), 2013 年 5 月 29 日

## 第二节 提高汉语服务人员的中文素质

依据此，笔者认为，目前汉语教学中有一种不太好的倾向，即重流利而轻准确、重功能而轻结构。虽然说，语言学习者的字正腔圆非常重要，但是语言如果没有了准确性，就是一堆没有意义的声音。而相对于汉语服务人员来说，最为实际的就是要他们很好的掌握在不同的语境使用准确的话语来做出服务。

### 一、参加针对性的中文学习班

泰语很少被中国人知道，但是相反的，汉语却又很多的泰国人会讲，中国话在泰国愈来愈吃香，会说汉语不愁找不到工作，同工作（服务行业）会汉语收入高一些，会汉英双语者多是领班。源于如今汉语在泰国走红的因素，现在在曼谷也开办了很多汉语补习班，且几乎都是课堂爆满。但是专业针对商业服务开班的中文学习班还极为少见，所以，一个有针对性、专业性、服务型的商业汉语服务中文学习班的创办变得迫在眉睫。

参加有针对性教育意义的汉语学习班，在课程的设置上可以围绕着商业汉语、汉语服务术语、中华礼仪礼节来展开，通过对泰国这些主要商业区服务人员中文的培训，集中统一的优化他们的自身素质，从而在实践中可以更好的发挥汉语服务，吸引更多的消费者和顾客。

### 二、提高服务人员汉语口语途径方式

提高汉语其实是一个循序渐进的过程，人类在最初学习语言的时候，也是通过不断的练习和模仿来提高的。对于泰国商业区的服务人员来说，想要切实的提高汉语口语水平，必须坚持做到以下几点：

- 一．坚持不懈，不间断的练习。每天至少看 10—15 分钟的中文台或听中文广播，其中，早晨和晚上是听说汉语的最好时间。
- 二．灵活多样的学习方法。对于语言来说，一种方式学厌了，可以变换其他的方式，以便学而不厌。例如，可以把汉语的学习落实到听说读写方方面面中。
- 三．上下相连，从不孤立。记忆汉语文字要结合上下文，不要孤立的记单词和短语，要把握汉语语句的意义。
- 四．熟记商业行为过程中需要用到的常用语言和敬词，确保准确无误，尤其在与游客交流时，要做到礼貌有序。把常用的交际用语背熟，俗能生巧。
- 五．尽量用第一人称来记习惯用语和句型，以便记忆牢固。
- 六．多方位多角度来学汉语。如上面提到的，在学习的过程中要经常读中文报、听中文广播、看中文的电影、讲座、读课本和别人交谈等等的方式来学汉

语。七. 敢于开口说, 不要怕犯错误。人人都会犯错, 这是在所难免的, 只要敢说, 平时与中文好的朋友多交流就一定能学好。八. 要创设情景, 加强交际训练。语言的运用离不开场景的强化训练, 只有交际, 才能学好。

### 三、与更多的中国人交流

就目前而言, 全世界有多少外国人在学汉语? 笔者并没有找到确切的官方出具的数据, 但是在大多数从网络找来的或者是媒体新闻引用的数据是在三千万上下。目前汉语的学习热度在世界各种语言学习热度排行榜中是排到了第八到第十位的位置, 世界上每一百名语言学习者中可能 1-2 名在学习汉语。

学习汉语是一个漫长的积累过程, 不是一朝一夕的事情, 更不可能一蹴而就。语言学习无处不在, 且必须一点一滴的积累。沟通交流, 是任何一种语言文化学习中最基本的, 也是必不可少的重要学习手段, 在每天的学习过程中, 除了中文课要认真听讲以外, 还要认真完成相关的作业, 进行必要的语言练习和复习, 这样才能逐步消化理解, 变为己有。与此同时, 积极回答, 进行必要的会话练习, 让自己的脑“动”起来, 让自己的口“说”出来, 多与中国人交流, 只要有会说汉语的人的地方, 就尽可能的使用汉语进行交流的习惯, 使自身处在一个良好的汉语语言学习环境中。

### 四、提高服务态度, 树立正确服务观念

1. 树立一切从顾客消费者出发的观念。旅游购物商业区属于服务性行业, 它主要向旅游者提供消费和服务商品。针对中国来泰游客而言, 泰国商业区的从业人员应该有正确全面的汉语服务观念。只有汉语服务观念的树立, 提高服务质量, 才能更有利于刺激旅游消费, 对旅游者和商家取得双重效益都有极大的意义。

2. 树立正确的认识服务意识。意识是人的头脑对于客观世界的一种反映, 是人类所固有的一种特性, 是感觉、思维等各种心理活动的总和。意识是通过感觉、经过思维而形成的。所以, 树立正确的汉语服务意识是通过汉语服务的感觉、认识、思维而形成的, 它是职业道德、服务精神、价值观念等等密切相关的。

有什么样的服务意识, 就可以产生什么样的服务效果。对于商业区的汉语服务人员来说, 好的汉语服务意识, 意味着更亲近中国游客并可以为他们提供的就是优质的导向服务; 相反的, 较差的汉语服务意识, 只能产生劣质的服务水准, 降低商品的出售率。因此, 个人的汉语服务意识关系着泰国商业区汉

语服务水准和质量优劣。若想切实地通过中国游客的消费来提高经济收入带动旅游消费水平，就必须培植一套良好的汉语服务意识体系。

### 第三节 以中文为依托提供更好更全面的服

#### 一、构建旅游业发展中汉语服务质量测评系统

曼谷当地政府宜构建面向社会大众和国际游客的旅游企业服务质量调查测评系统，及时监督整理游客对曼谷旅游企业的服务质量的反馈意见，保证对旅游企业服务质量监管的及时性、针对性、时效性。根据统计学原理设计构建网上调查测评系统、社会适时调查测评系统，专门设计多个统计模块、分门别类开展范围广泛、时段持续、深度保证的社会民众调查和测评，把游客安全度和满意度测评工作纳入考核机制，作为曼谷旅游企业的考核标准。按服务质量划分 A\B\C 三个区，游客安全度和满意度高于 A 级的旅游企业实行奖励政策，在 B 级之间的旅游企业进行鼓励引导，对于游客安全度和满意度 C 级的旅游企业或商业区，进行处罚和教育，全面督促和推动曼谷旅游企业往高标准、高层次方向发展。

#### 二、实施内部营销，加强队伍建设

1. 注重内部建设，实施内部营销战略。曼谷主要的商业区必须严格按照《商业法》的规定进行商业运作，注重内部机制的建设和管理，适时开展内部营销，把营销理论和思想应用于企业内部员工，把员工当作顾客，向员工提供让其满意的服务，从而激发员工的工作热情，增强员工的对外营销意识，以促使他们干出最佳成绩，提高服务质量。

2. 加强外部服务队伍建设。曼谷导游作为旅行社外部服务的传递者，加强导游队伍建设，作为外部营销的一大策略，提高服务意识、保证服务质量是作为外部队伍建设的重点。坚持导游以签合同的聘任制，作为企业的在职、全职员工，实行绩效考核，有效端正导游的工作态度，促进导游的工作职责的认识，提升导游的服务精神和意识，全而保证和提升旅游商业区的外部形象。

#### 三、以汉语服务品牌的树立吸引更多中国游客

通过调查问卷中出现的一系列问题可以得知，在中国游客的心中，汉语服务是重中之重，但是良好的旅游形象也是吸引他们来泰消费旅游的关键所在。

1. 树立“服务促发展”理念，提升泰国旅游商业内涵与质量。在商业

区的汉语服务，可以传递泰国旅游商业的经营理念、发展目标和友好的情怀，是有别于纯商业之间的一大主要区别，是彰显泰国旅游商业核心竞争力的重要载体，这有利于吸引更多的中国游客来泰消费，刺激旅游经济发展。曼谷此类的旅游购物商业区应加强有关汉语电子信息服务系统、汉语服务接待设施等硬件服务系统的建设，与此同时，还得重视提高和更新汉语的信息服务、旅游接待安排、中文导游等汉语服务工作人员的软件服务系统的建设，争取以优质的汉语服务吸引更多中国“回头客”来泰旅游，让汉语服务贯穿整个泰国旅游商业区，并且要以优质高效的汉语服务促进商业区的业务往更广度更深度的发展、汉语服务也要有一定的延伸发展理念，把对中国游客的汉语服务提高到发展的战略高度，全面提升泰国旅游商业区的内涵和质量，并以此来推动泰国整体旅游商业的全面发展和提高。

2. 坚持“发展树品牌”理念，走品牌化发展道路。曼谷旅游商业的持续发展靠品牌的树立和优化，泰国旅游商业的生命力在于品牌的号召力，实现旅游效益的最大化、持久化，关键在于在消费者心目中这个品牌的形象如何。泰国旅游商业应当通过旅游品牌营造策略、旅游品牌体系建设策略、旅游品牌营销策略、旅游品牌发展策略、旅游品牌竞争策略、旅游品牌管理策略等构建一个有关于泰国旅游，尤其是针对中国游客，汉语服务优化的品牌发展体系，从日常的汉语服务细节抓起，由服务延伸；以旅游发展为契机，以发展树高端旅游服务品牌形象。良性发展的品牌运行机制是泰国旅游商业品牌战略成功的关键，是泰国旅游商业成功的保证，也是吸引更多中国游客的关键所在。

#### 四、以汉语为基础发展核心旅游中文网络宣传

互联网与旅游业的结合具有广阔的前景，对于曼谷主要的商业区而言，也有同等重要的作用。以汉语为基础，向中国大陆大网络宣传泰国的风景人文可以更好的吸引中国游客的目光。从旅游商业的特点和旅游信息的重要性来说，旅游商业是典型的信息密集型和信息依托型产业。具有一些鲜明的特点：比如异地性、产品的无形性、体验性，客源的流动大、吸引力多等特点，不可事先试用和检验；只能是依靠商业区的形象促销、动态性（商业区产品和物价经常变化）、强调多个子行业紧密协作配合的特性，等等。这使得信息的宣传和流传在旅游商业中至关重要。

在中国的旅游者出游行为中，旅游信息的收集和比较做得比较到位，通过与很多中国游客的交谈以及中国同学的日常交流中知道：旅游目的地及旅游产品被游客所认知取决于信息是否有效的传达。旅游商业产品的预订、各类商业

机构之间的协作、市场的服务过程的实施都伴随有信息传递的过程。这些就成为了旅游者是否决定出行和购物的重要依据，也是商业旅游市场机制发挥作用的必要前提。这些特性使互联网在短短的十几年内成为了旅游商业中最重要的信息媒介。

在旅游业中，旅游商业信息的传递首先依赖于信息传播媒介——比如报纸、杂志、户外媒体、电视、互联网络、旅游信息中心，以及新兴的手机、PDA 等移动终端。其次，旅游商业的中介也是信息传递的重要渠道，这包括传统旅游商业中介——如旅行社、批发商、零售商、大型商场、小型商贩等等；定房中心；传统商业电子中介——中央预订系统（CRS）和全球分销系统（GDS）；以及新兴电子中介——电子商务网和国外交普及的互动数字电视（IDTV）等。在这里想强调的是，从媒介比较的眼光来看，互联网是一个信息容量大，信息类型多，不受时空限制、传播成本低、效率高的分众型、交互式的媒体。与此同时，针对于中国的游客这来说时下比较潮流的是：中国的微博营销，博客营销，QQ 群，搜索引擎营销，论坛营销，软文营销，网络广告，事件营销，病毒式营销，口碑营销，网络活动营销，许可 E-mail 营销，网络公关营销等等，通过这些手段可以有效的在中国宣传有关于泰国以及曼谷商业旅游的特色，以此来吸引更多的中国游客赴泰国旅游。

## 小结

通过前以章节调查问卷得出的数据和发展的的问题，本章节着重对构建良好的购物环境吸引更多中国游客提出的建议，其中包含改善汉语服务的建议和措施以及提高汉语服务人员素质方式（参加针对性的中文学习班、观看中文电视节目、与更多的中国人交流、提高服务意识，树立正确服务观念）做出具体的阐述和分析。最后，以构建旅游企业服务质量调查测评系统，提高服务质量反馈的及时性；实施内部营销，加强队伍建设；以汉语服务促泰国旅游商业发展、以发展树品牌三个方向为泰国商业区汉语服务提供更好更全面的服务项目做出一定的总结性建议。

## 结 语

中泰友好关系的发展，使得两国多领域、多层次合作不断深入和拓展，需要越来越多懂中文的专门人才，尤其是在旅游方面。随着时间的推移，中国出境旅游人数逐年增加，汉语服务业成为了吸引更多外来资金的关键，泰国政府旅游部门开始着手于改变语言困难的问题。面对逐年递增的中国游客数量，为适应中国赴泰游客剧增的新形势，培养更多懂中文的相关从业人员已成为泰国旅游发展的重要问题。为越来越多的赴泰中国游客提供更好的服务，根据笔者通过多方的调研查证和调查问卷的发放，收集了一定的资料，并详细的分析了商业区如：中央世界商业区、拉差达商业区等地各大型中小商户的汉语服务情况和实际营销过程中的汉语使用情况。通过收集资料、实际走访、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后得出了一系列的信息，并加以总结分析，试提出了相关发展中存在的问题，并着手提出了解决的建议和发展的一些思路。

曼谷这主要的三个商业区的汉语服务情况只是泰国旅游业发展的一个部分，而这三者基本可以体现和概括了泰国旅游业汉语服务中存在的问题和矛盾。这之中呈现的问题亟需得到解决和优化。本文的最后总结分析出泰国曼谷这些主要商业区汉语服务对中国游客的影响，以及如何以良好的购物环境吸引更多中国游客的方式。通过提出的一系列办法，希望可以有效的帮助泰国商业区汉语服务人员提高汉语服务水平，也只有这样才能切实的提高对中国游客的服务质量，引来很多的旅游消费，发展泰国旅游经济。

## 参考文献

### 中文资料:

- [1] 于晓轩. 中国游客在曼谷的“被购物”现象研究[J]旅游科学, 2011, 8: 15-18.
- [2] 韦志慧, 《旅游消费者行为学研究综述》[J]. 旅游学研究(第五辑),
- [3] 中国旅游研究院, 《2014年中国出境旅游发展年度报告》[J], 旅游教育出版社, 2014-5-1
- [4] 中国旅游研究院, 《2014年中国出境旅游发展年度报告》, 旅游教育出版社, 2014: 67-69.
- [5] 甘朝有. 旅游心理学[M]. 上海: 南开大学出版社, 2000年3月: 68-70.
- [6] 宁士敏, 《中国旅游消费研究》[M]. 北京: 北京大学出版社, 2013. 21-29.
- [7] 孙山泽, 《抽样调查》[M], 北京大学出版社, 2007年
- [8] 刘纯, 《走向大人化旅游的社会——论现代旅游行为》[J], 内蒙古大学学报, 2000(4)
- [9] 亚博拉罕·匹赞姆, 优尔·《曼斯菲尔德. 旅游消费者行为研究》[J]. 大连: 东北财经大版社, 2007年, 9: 10-16
- [10] 吕勤等, 《旅游心理学》[M], 广东旅游出版社, 2000.
- [11] 约翰·斯沃布鲁克, 苏珊·霍纳. 《旅游消费者行为学》[M]. 北京: 电子工业出版社, 2008年
- [12] 张卫, 《旅游消费行为分析》[M]. 中国旅游出版社, 2013年, 第2页
- [13] 张凌云. 旅游资源概念及其概述[J]旅游学刊, 1999, 12: 9-13.
- [14] 张树夫, 《旅游心理》[M], 中国林业出版社, 2000.
- [15] 陈维娜. 泰国旅游业发展研究[J]. 哈尔滨工程学报, 2011.
- [16] 邱扶东, 汪静. 旅游决策过程调查研究[J]. 旅游科学, 2005, 02:12-15.
- [17] 邱扶东, 《旅游动机及其影响因素研究》[J]. 心理科学. 2006(6):367—36.
- [18] 陶汉军, 《林南枝主编. 旅游经济学修订本》[M]. 上海: 上海人民出版社, 2011.
- [19] (美) 查尔斯. R. 戈尔德奈等著, 贾秀海译, 《旅游业教程——旅游业原理、方法和时间》[M], 大连理: 工大学出版社, 2003-3: 41-56.

- [20] 侯志强、方旭红、朱翠兰. 中国大陆游客对泰国旅游感知研究[J]. 华侨大学学报, 2013, 6:10-13
- [21] 杨丽萍, 《我国消费者旅游消费行为的实证分析》[J]. 中北大学学报(社会科学版), 2012, 21(3)
- [22] 爱丽. 泰国旅游业对泰国经济发展的影响[J]. 商场现代化, 2013, 14: 8-12.
- [23] 徐明, 主编. 旅游学概论[M]. 国际文化出版公司, 2010. 29-37.
- [24] 旅游心理与行为[M]. 湖南: 湖南大学出版社, 2010:65-69.
- [25] 屠如骥, 《旅游心理学》[M], 南开大学出版社, 1986.
- [26] (新西兰) 克里斯·瑞安(Chris Ryan) 著. 旅游科学研究方法: 基于游客满意度研究[M]. 北京: 旅游教育出版社, 2012:31-34.
- [27] 谢彦君, 《基础旅游学》[M]. 北京. 中国旅游出版社, 2009. 19-28.
- [28] 雷君. 中国游客在泰国的旅游行为分析—以泰国清迈府为例[J]. 企业科技与发展, 2012, 12:6-10.

#### 英文资料:

- [1] Nanni Concu , Gianfranco Atzeni. 《Conflicting preferences among tourists and residents》[J]. Tourism Management (2012) 1-8
- [2] Tzu-Kuang Hsu, Yi-Fan Tsai, Herg-Huey Wu. 《The preference analysis for tourist choice of destination: A case study of TaiwanTourism 》[J].Management 30 (2009) 288 - 297

#### 网络资料:

- [1] 中华人民共和国国家旅游局: <http://www.cnta.gov.cn/> . 2014年6月15日
- [2] 中国国际旅游局官方“来泰中国游客语言使用情况百分比”, [online], (<http://www.cnta.gov.cn:8000/Forms/InstantChannel/outerNewsList.aspx>), 2014年6月15日
- [3] 诗莉苏达, “泰国国家旅游局(泰国观光局), [online],

- (<http://www.tattpe.org.tw/Main/Main.aspx/>) ,  
2015年3月1日
- [4] 泰国国会主席颂萨“泰国国家旅游局”, [online],  
(<http://cn.tourismthailand.org/>), 在2013年4月19日发表言论
- [5] 国际在线专稿“泰国旅游局副局长谈泰国旅游发展”, [online],  
(<http://gb.cri.cn/14558/2007/09/02/2225@1743269.htm>) ,  
2007年9月2日
- [6] 国际综合新华网“语言搭建中泰友谊桥汉语教育走进泰国王宫”  
[online], (<http://finance.qq.com/a/20130529/014017.htm/>) ,  
2013年5月29日
- [7] 泰国商务部, [online], (<http://www2.ops3.moc.go.th/>)
- [8] 泰国航空, [online],  
<http://www.thaiairways.com.cn/cn/index.php/Index>
- [9] 新华网, “曼谷中国文化中心与泰国国家旅游局签署汉语培训协议”  
[online],  
[http://news.xinhuanet.com/world/2013-06/27/c\\_116319221.htm](http://news.xinhuanet.com/world/2013-06/27/c_116319221.htm)  
2014年12月21日

## 附录一：问卷调查

### 问卷内容：泰国曼谷主要旅游商业区汉语服务调查研究

尊敬的女士/先生：您好！

本问卷调查用于《泰国曼谷主要旅游商业区汉语服务调查研究》的硕士论文课题。此调查是要掌握泰国主要商业区汉语服务的情况，为此项研究提供分析的数据，并通过分析研究向有关部门提出改进措施和建议，完善泰国旅游业的中文服务。本次调查不署名，不会泄露您的个人信息。衷心感谢您的支持和配合。

#### 解释

1. 请阅读清楚后，再答题（请在□里打✓，或者在空格的地方填写）

2. 本问卷有三个部分

第一部分：泰中国游客的基本资料

第二部分：泰国曼谷主要商业区购物中文服务满意度调查

第三部分：泰国主要商业区从业人员汉语服务使用情况调查

#### 第一部分

##### 来泰中国游客的基本资料

1. 您的性别： 男  女
2. 您的年龄： 19 岁以下  20-29 岁  30-39 岁  
 40-49 岁  50-59 岁  
 60 岁以上
3. 您使用的语言： 普通话  粤语  其他：\_\_\_\_\_
4. 您的文化程度： 初中、高中  中专  大专  本科  
 硕士  博士
5. 您的职业是： 商人  学生  公务员  
 公司职员  
 退休人员  劳务人员  自由职业  
 其他：\_\_\_\_\_
6. 您这次旅游在泰国的几天数：  
 1-3 天  4-6 天  7-9 天  
 9 天以上

7. 您这次是第几次来泰国旅游:

- 第 1 次       第 2 次       第 3 次  
 第 4 次       5 次 以上

8. 这次来旅游您的目的(可多选):

- 购物       散心       游览景点  
 对泰国文化感兴趣       其他: \_\_\_\_\_

9. 您会讲泰语吗?

- 流利       一般       几个单词和短语  
 一点不会

10. 在泰国旅游,您是用什么语言在交流:

- 汉语       英语       泰语  
 其他语言, 请注明: \_\_\_\_\_

11. 您来泰国旅游,您是否担心遇到交流上的困难, 比如:问路、问价:

- 是       否

12. 您来泰国旅游遇到哪些交流上的困难(可多选):

- 问路       购物       搭车  
 住酒店       订票       其他: \_\_\_\_\_

**第二部分**  
**来泰中国游客对泰国曼谷主要商业区中文服务满意度调查**

**泰国曼谷主要商业区购物中文服务满意度调查**

1. 在泰国曼谷您主要选择的购物商业区是什么地方：
  - Center World 中央世界购物中心
  - Rachadaphisek 那差达商业区（中国大使馆附近）
  - ASIATIQUE The Riverfront 曼谷河边夜市
  - 其他：\_\_\_\_\_
2. 您购物的主要渠道（可多选）：
  - 大型商场     小型商场     赶集市场     沿街摊贩
3. 您在购物过程中是否需要中文服务：
  - 很需要     需要     不太需要     不需要
4. 您在购物过程中是否会偏向使用中文服务的商家：
  - 会     不会
5. 您认为购物场所汉语服务人员的语言情况（如果没有汉语服务就不用填写）：
  - 中央世界购物中心 Center World:  流利     不流利
  - 差     很差
  - 那差达商业区:  流利     不流利
  - 差     很差
  - ASIATIQUE The Riverfront 曼谷河边夜市:  流利     不流利
  - 差     很差
6. 您认为购物场所的中文服务情况：
  - 周到全面     基本满足需求     缺乏，有待改进
7. 如有汉语服务是在哪些方面：
  - 咨询服务台     购物柜台     商店广播服务
  - 商店购物指示牌服务     商场流动工作人员的服务
8. 您对泰国商业区的汉语服务的评价：
  - 很满意     满意     一般     不满意
9. 如果您认为满意，主要在哪些方面：
  - 咨询服务台     购物柜台     商店广播服务
  - 商店购物指示牌服务     商场流动工作人员的服务
10. 如果您认为不满意，主要在哪些方面：
  - 咨询服务台     购物柜台     商店广播服务
  - 商店购物指示牌服务     商场流动工作人员的服务
11. 您认为在汉语服务方面还需要哪些改进：
  - 咨询服务台     购物柜台     商店广播服务
  - 商店购物指示牌服务     商场流动工作人员的服务

12. 改进汉语服务的主要方面是:

- 发音标准上语言通顺上       服务态度上  
 扩大汉语服务方面上       商场购物指示牌上  
 其他: \_\_\_\_\_

13. 您对泰国曼谷主要商业区的售货员语言水平的评价:

- 中文:  流利, 可以交流       不流利, 交流困难       差, 不能交流  
英文:  流利, 可以交流       不流利, 交流困难       差, 不能交流

14. 您对泰国曼谷主要商业区导购人员中文服务水平的评价:

- 流利, 可以交流       不流利, 交流困难       差, 不能交流

15. 您对泰国曼谷主要商业区商场工作人员的语言服务水平的评价:

- 中文:  流利, 可以交流       不流利, 交流困难       差, 不能交流  
英文:  流利, 可以交流       不流利, 交流困难       差, 不能交流

16. 您对泰国曼谷主要商业区周边商贩的语言服务水平评价:

- 中文:  流利, 可以交流       不流利, 交流困难       差, 不能交流  
英文:  流利, 可以交流       不流利, 交流困难       差, 不能交流

17. 对各商店汉语服务提供的情况最满意的是(可多选):

- 前台咨询人员       购物广播       导购人员  
 商店购物图的中文说明

**第三部分**  
**泰国主要商业区从业人员汉语服务使用情况调查**

1. 您的性别:       男                               女
2. 您的年龄:       18 岁以下                       19-29 岁       30-39 岁  
                          40-49 岁                       50-59 岁       60 岁以上

3. 您的学历:
- 小学                       中学                       专科       大学  
 硕士                       博士

4. 您在泰国商业区工作几年?

答:

5. 你为什么选择在这里工作?

答:

6. 您是否参加过汉语水平考试 (HSK)、如果参加过, 您的考试成绩是?

答:

7. 您在商务活动中使用汉语的频率?

答:

8. 您有没有汉语沟通的问题与中国游客吗?

答:

9. 如果你有汉语沟通的问题与中国游客、你将解决这个问题怎么样?

答:

10. 您认为提供汉语服务是否有助于产品销售?

答:

11. 您所在的商业区最多的外国顾客是什么国籍?

答:

12. 您认为最吸引中国游客进店购物的因素是什么？

答：

13. 你对自己现在这份工作是否满意？如不满意说明理由。

答：

14. 商场是否有专门的汉语服务的认识与管理课程？

答：



## 附录二：问卷调查

### 泰国曼谷主要旅游商业区汉语服务调查研究

尊敬的女士/先生：您好！

本问卷调查用于《泰国曼谷主要旅游商业区汉语服务调查研究》的硕士论文课题。此调查是要掌握泰国主要商业区汉语服务的情况，为此项研究提供分析的数据，并通过分析研究向有关部门提出改进措施和建议，完善泰国旅游业的中文服务。本次调查不署名，不会泄露您的个人信息。衷心感谢您的支持和配合。

#### 第一部分 来泰中国游客的基本资料

1. 您的性别： 男 (38%)  女 (62%)
2. 您的年龄： 19 岁以下 (7.8%)  20-29 岁 (16.2%)  
 30-39 岁 (36.1%)  40-49 岁 (15.9%)  
 50-59 岁 (17%)  60 岁以上 (7%)
3. 您使用的语言： 普通话 (67.1%)  粤语 (18.7%)  
 其他：14.2% (大陆地方方言，闽南话，客家话等)
4. 您的文化程度： 初中、高中 (5.6%)  中专 (12%)  
 大专 (36%)  本科 (22%)  
 硕士 (16%)  博士 (8.4%)
5. 您的职业是： 商人 (18%)  学生 (27%)  
 公务员 (9%)  公司职员 (13%)  
 退休人员 (8%)  劳务人员 (7%)  
 自由职业 (13%)  其他：(5%)
6. 您这次旅游在泰国的几天数：  
 1-3 天 (8%)  4-6 天 (38%)  
 7-9 天 (36%)  9 天以上 (18%)
7. 您这次是第几次来泰国旅游：  
 第 1 次 (61%)  第 2 次 (26%)  
 第 3 次 (10%)  第 4 次 (2%)  
 第 5 次 以上 (1%)
8. 这次来旅游您的目的(可多选)：  
 购物 (22%)  散心 (13%)  游览景点 (57%)  
 对泰国文化感兴趣 (8%)  
 其他：电影里看见的，风景好，就来了。
9. 您会讲泰语吗？  
 流利 (3%)  一般 (6%)  
 几个单词和短语 (37%)  点不会 (54%)

10. 在泰国旅游，您是用什么语言在交流：

汉语 (33%)       英语 (15%)       泰语 (5%)

其他语言，请注明：(47%) 主要靠翻译及当地友人等

11. 您来泰国旅游，您是否担心遇到交流上的困难， 比如：问路、问价：

是 (41%)       否 (59%)

12. 您来泰国旅游遇到哪些交流上的困难（可多选）：

问路 (36%)       购物 (9%)       搭车 (12%)

住酒店 (5%)       订票 (4%)

其他： 34%的游客认为交流没有什么困难，都可以沟通

## 第二部分

### 来泰中国游客对泰国曼谷主要商业区中文服务满意度调查 泰国曼谷主要商业区购物中文服务满意度调查

1. 在泰国曼谷您主要选择的购物商业区是什么地方(多选):
  - Center World 中央世界购物中心 (82%)
  - Rachadaphisek 那差达商业区 (中国大使馆附近) (61%)
  - ASIATIQUE The Riverfront 曼谷河边夜市 (77%)
  - 其他: 90%会到唐人街观光购物
2. 您购物的主要渠道(可多选):
  - 大型商场 (41%)       小型商场 (36%)       赶集市场 (8%)
  - 沿街摊贩 (15%)
3. 您在购物过程中是否需要中文服务:
  - 很需要 (48%)       需要 (41%)       不太需要 (8%)
  - 不需要 (3%)
4. 您在购物过程中是否会偏向使用中文服务的商家:
  - 会 (79%)       不会 (21%)
5. 您认为购物场所汉语服务人员的语言情况(如果没有汉语服务就不用填写):
  - 中央世界购物中心 Center World:  流利 (88%)  
 不流利 (11%)  
 差 (1%)       很差
  - 那差达商业区:  流利 (86%)       不流利 (9%)  
 差 (5%)       很差
  - ASIATIQUE The Riverfront 曼谷河边夜市:  流利 (40%)  
 不流利 (45%)  
 差 (15%)       很差
6. 您认为购物场所的中文服务情况:
  - 周到全面 (38%)       基本满足需求 (44%)
  - 缺乏, 有待改进 (18%) 主要在曼谷河边夜市
7. 如有汉语服务是在哪些方面:
  - 咨询服务台 (20%)       购物柜台 (25%)       商店广播服务 (13%)
  - 商店购物指示牌服务 (31%)       商场流动工作人员的服务 (11%)
8. 您对泰国商业区的汉语服务的评价:
  - 很满意 (31%)       满意 (41%)       一般 (20%)
  - 不满意 (8%)
9. 如果您认为满意, 主要在哪些方面(多选):
  - 咨询服务台 (85%)       购物柜台 (79%)       商店广播服务 (65%)
  - 商店购物指示牌服务 (81%)       商场流动工作人员的服务 (36%)
10. 如果您认为不满意, 主要在哪些方面:
  - 咨询服务台 (15%)       购物柜台 (13%)       商店广播服务 (24%语速快, 国语不标准, 听不清, 喇叭质量不好)
  - 商店购物指示牌服务 (6%)

- 商场流动工作人员的服务 (26%很少见, 流动性大, 不易寻找)
11. 您认为在汉语服务方面还需要哪些改进:
- 咨询服务台 (13%)       购物柜台 (30%更加专业, 有亲和力, 方言)
  - 商店广播服务 (28%语速快, 国语不标准, 听不清, 喇叭质量不好)
  - 商店购物指示牌服务 (11%准确\清晰\明了)
  - 商场流动工作人员的服务 (18%容易寻找)
12. 改进汉语服务的主要方面是:
- 发音标准上 (33%)       语言通顺上 (27%)       服务态度上 (9%)
  - 扩大汉语服务方面上 (19%)       商场购物指示牌上 (12%)
  - 其他: \_\_\_\_\_
13. 您对泰国曼谷主要商业区的售货员语言水平的评价:
- 中文:  流利, 可以交流 (31%)     不流利, 交流困难 (22%)  
 差, 不能交流 (6%)
- 英文:  流利, 可以交流       (22%) 不流利, 交流困难 (15%)  
 差, 不能交流 (4%)
14. 您对泰国曼谷主要商业区导购人员中文服务水平的评价:
- 流利, 可以交流 (46%)     不流利, 交流困难 (39%)
  - 差, 不能交流 (15%)
15. 您对泰国曼谷主要商业区商场工作人员的语言服务水平的评价:
- 中文:  流利, 可以交流 (46%)     不流利, 交流困难 (15%)  
 差, 不能交流 (5%)
- 英文:  流利, 可以交流 (28%)     不流利, 交流困难 (3%)  
 差, 不能交流 (3%)
16. 您对泰国曼谷主要商业区周边商贩的语言服务水平评价:
- 中文:  流利, 可以交流 (18%)     不流利, 交流困难 (46%)  
 差, 不能交流 (11%)
- 英文:  流利, 可以交流 (7%)     不流利, 交流困难 (10%)  
 差, 不能交流 (8%)
17. 对各商店汉语服务提供的情况最满意的是 (可多选):
- 前台咨询人员 (91%)       购物广播 (76%)
  - 导购人员 (82%)       商店购物图的中文说明 (80%)

### 第三部分

## 泰国主要商业区从业人员汉语服务使用情况调查

一共像 11 位员工提出问卷调查，8 份有效问卷，以下为问卷总和情况。

1. 您的性别： 男（29%） 女（71%）
2. 您的年龄： 18 岁以下（15%） 19-29 岁（48%）  
 30-39 岁（28%） 40-49 岁（6%）  
 50-59 岁（3%）
3. 您的学历：  
 小学（2%） 中学（24%） 专科（53%）  
 大学（多为兼职，21%，有中国人）  
 硕士（1%，假期工） 博士（0）

4. 您在泰国商业区工作几年？

答：1 年以下 36%，1-2 年 41%，2-3 年 12%，4 年以上 7%（店长级别）

5. 你为什么选择在这里工作？

答：对销售岗位的工资比较感兴趣；喜欢从事销售行业；假期兼职，商店可以聘用临时工；

6. 您是否参加过汉语水平考试（HSK）、如果参加过，您的考试成绩是？

答：有参加（4 人），分数在 2 ——3 级之间，200 分左右。

没有参加，自己是中国人（1 人）

没有参加，但是中文不错，是大学生，中国同学很多（2 人）

没有参加，从事销售很多年，有丰富经验，中文不错（1 人）

7. 您在商务活动中使用汉语的频率？

答：相对于中国内地游客机会 90%是使用汉语的，台湾和香港地区的游客有时使用英文，也有人说粤语的，但是极少的客服人员会粤语。

8. 您有没有汉语沟通的问题与中国游客？

答：针对于泰国籍的服务员而言，有时候说得不正确，得重复很多次才能听到客人问什么，或者有时因为自己发音的不准确性，客人也听不懂自己说什么，必须一边比划，一边重复说。

9. 如果你有汉语沟通的问题与中国游客、你将解决这个问题怎么样？

答：

10. 您认为提供汉语服务是否有助于产品销售？

答：当然，对于中国游客来说，尤其是年龄层次较大的游客，使用汉语服务可以获得更多的好感，有利于产品的销售。是的，汉语越好，客人问的问题越多，我们可以给她们提供更多的推荐和建议，最后他们购买的东西也会更有，

尤其是女游客，只要听见我们说中文，就说会有归属感或者是安全感。还是会有，因为沟通多了，自然建立了信任，顾客也会放心购买更多的东西。

**11. 您所在的商业区最多的外国顾客是什么国籍？**

**答:**中国、美国、欧洲一些国家、马来西亚等东南亚国家都有。

**12. 您认为最吸引中国游客进店购物的因素是什么？**

**答:**正品，又有折扣；相比大陆便宜很多，免税店也很多，服务又好；货源充足，品类齐全，价格又比较便宜。说汉语，中国客人听见说汉语的店，一般比较有亲切感，会进店购物。

**13. 你对自己现在这份工作是否满意？如不满意说明理由。**

**答:**很满意的，每天面对各样的人，很充实，学到很多；比较满意，比较忙碌，尤其到了旅游旺季，每天到店购物的游客都爆棚；满意，收入不错，也能和很多中国游客交流，整个沟通的过程比较愉快，能建立一定的良好关系；比较满意的，看着来来往往的人，很充实。

**14. 商场是否有专门汉语服务的认识与管理课程？**

**答:**没有，几乎没有系统的。偶尔会建议我们在广告牌上帖上中文宣传字样。有些店里会有汉语培训，多半培训的都是销售用语。

## 致 谢

本论文是在导师刘丽芳博士副教授的指导下完成的。导师严谨的治学态度，渊博的专业知识，精益求精的工作作风。不禁使我树立了远大的学术目标、掌握了基本的研究方法，还使我明白了许多待人接物与为人处事的道理。

在此，我要向我的导师致以最衷心的感谢和深深的敬意，本论文的顺利完成，离不开各位老师的关心和帮助，他们不仅在学术上给我指引，而且在生活上予以帮助。

衷心地感谢赵平博士。当我犹豫时，是他们慷慨地为我敞开了大门，把我领进了一个深奥而又迷人的殿堂。

最后，衷心的感谢我的母和其他亲爱的朋友对我的关心和帮助、支持和理解，在此表示深深的感谢。没有他们对我的关心和帮助、鼓励和支持是没有办法完成我的学位论文的，同窗之间的友谊永远长存。

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล พชริดา ปรัชญาโณทัย (蔡美秀)  
วัน เดือน ปีเกิด 20 พฤศจิกายน 2533  
ที่อยู่ปัจจุบัน 76/2 ถนนทวีชัย ตำบลตากลี อำเภอตากลี จังหวัดนครสวรรค์ 60140  
ประวัติการศึกษา  
พ.ศ. 2555 คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ศิลปศาสตรบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการท่องเที่ยวและโรงแรม)  
ประวัติการทำงาน  
พ.ศ. 2558 - ปัจจุบัน ครู โรงเรียนจางซันเซี่ยเซี่ยว  
ตำบลตากลี อำเภอตากลี จังหวัดนครสวรรค์

