



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

การวิเคราะห์การบริหารจัดการของบริษัทนำเที่ยวไทยต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนของบริษัทลีดดิ้งไทยสตาร์ทัวร์ จำกัด
AN ANALYSIS OF CHINESE TOURISTS MANAGEMENT
: LEADING THAI STAR TOUR LTD. AS AN EXAMPLE

中国游客管理研究——以泰国
金泰顺旅运股份有限公司为例

ชุตินา พุรัตน์
(林天梦)


วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

การวิเคราะห์การบริหารจัดการของบริษัทนำเที่ยวไทยต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน
ของบริษัทสตาร์ไทยทัวร์ จำกัด
AN ANALYSIS OF CHINESE TOURISTS MANAGEMENT:
LEADING THAI STAR TOUR LTD. AS AN EXAMPLE
中国游客管理研究——以泰国金泰顺旅運股份有限公司为例

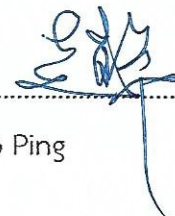
ชุตินา พุรัตน์ (林天梦)


บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ตรวจสอบและอนุมัติให้
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)
เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน พ.ศ. 2559

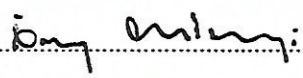

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลสิรินทร์ อภิรัตน์วรเดช
ประธานกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

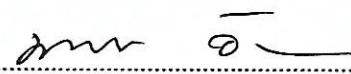

Prof. Dr. Li Yan Feng
อาจารย์ที่ปรึกษา


Prof. Dr. Li Yan Feng
กรรมการ


Dr. Zhao Ping
กรรมการ


รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
(ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)


รองศาสตราจารย์อิสยา จันทรวินิจฉัย
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย


รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
คณบดีคณะภาษาและวัฒนธรรมจีน

การวิเคราะห์การบริหารจัดการของบริษัทนำเที่ยวไทยต่อ
นักท่องเที่ยวชาวจีนของบริษัทลี้ต้งไทยสตาร์ทัวร์ จำกัด

ชุตินา พุรัตน์ 566044

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: Li Yan Feng, Ph.D.

บทคัดย่อ

บริษัทลี้ต้งไทยสตาร์ทัวร์ จำกัด เป็นหนึ่งในบริษัทนำเที่ยวไทยที่มีฐานลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีน ชาวไต้หวัน และนักท่องเที่ยวที่ใช้ภาษาจีนในการสื่อสารทุกประเทศ ที่มีการดำเนินงานมากกว่า 10 ปี และถึงแม้จะเป็นเพียงบริษัทนำเที่ยวนขนาดกลางแต่ก็ประสบความสำเร็จเป็นที่น่าพึงพอใจ อีกทั้งบริษัทยังคงทำหน้าที่บริษัทนำเที่ยวไทยได้อย่างดีเยี่ยมเสมอมา มีมุมมองที่กว้างไกล มีการวางแผนเพื่อขยายและปรับเปลี่ยนไปตามความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่กำลังจะมีการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งในการบริหารจัดการภายในองค์กรและการให้บริการของบริษัท คือ “ภาษา”

งานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาถึงปัญหาและแนวทางแก้ไขของการใช้ภาษาจีนในการบริหารและการจัดการการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีนของบริษัทนำเที่ยวในเมืองไทย รวมถึงการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาบริษัทที่เป็นกรณีศึกษาและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยต่อไป โดยใช้หลักวิเคราะห์ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษายิ่งขึ้น

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ถึงความสำคัญและความจำเป็นของการใช้ภาษาจีนในการบริหารจัดการภายในบริษัทนำเที่ยวไทย ที่มีผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เราจะพบอุปสรรคและปัญหาต่าง ๆ งานวิจัยฉบับนี้จึงได้สรุปข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาเพื่อที่บริษัทที่เป็นกรณีศึกษาจะได้นำไปปรับปรุงและแก้ไข เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการบริหารจัดการบริษัทอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ทั้งนี้ผู้เขียนงานวิจัยได้สร้างแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เคยใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวดังกล่าว เพื่อที่จะทราบถึงทัศนคติและความพึงพอใจจากผู้ให้บริการอีกด้วย ทางผู้เขียนงานวิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลสำรวจที่ได้จะสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและแก้ไขการบริหารจัดการให้ดีขึ้นในอนาคต

คำสำคัญ: บริษัทนำเที่ยว การบริหารจัดการบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวจีน ภาษาจีน

**AN ANALYSIS OF CHINESE TOURISTS MANAGEMENT
: LEADING THAI STAR TOUR LTD. AS AN EXAMPLE**

CHUTIMA PHOORATANA 566044

MASTER OF ARTS (CHINESE FOR BUSINESS COMMUNICATION)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: Li Yan Feng, Ph.D

ABSTRACT

Leading Thai Star Tour Ltd. is one of the most successful tourism company that have been trusted by Chinese, Taiwanese, and other Chinese language countries for more than 10 years. Even though a medium organization but successful satisfied because they are continuously maintain the excellent agent service, good vision, expanding plan and improve according to Chinese tourist market's demand in the aftertime. Thus the main factor of management system in organization and their service is "The Language."

The purpose of research is to study the problems and solutions of Chinese language using in management and Chinese tourist service of Tourism Company in Thailand. Including to the main content it is useful in case study. The analysis and researching are qualitative and quantitative to achieve the objectives of study even more.

The researcher was analyzed the main and necessity of Chinese language using in management system of tourism company in Thailand that influence with tourism business which obstacle and problem. The conclusions of research are shown the suggestion for guidance of finding solution, including to case study of their improvement and efficiency of management. Also there are the questionnaires for Chinese tourists who used their service to gather attitudes and satisfaction of service. The expectations of researcher is above studying can be the parts of management improvement in the future.

Keywords: Tourism Company, Tourist Management, Chinese Tourists,
Chinese Language

中国游客管理研究——以泰国金泰顺旅运股份有限公司为例

林天梦 566044

文学硕士学位(商业汉语)

指导教师：李严锋教授 摘要

摘 要

金泰顺旅运股份有限公司是一家著名的泰国旅游公司。游客多来自汉语母语地区，如中国、台湾等。这家公司从事旅游行业已经十多年，并在发展各阶段都密切关注客户需求，因而取得很大的成功。该公司的宗旨是为旅客提供更好的语言服务。

本论文研究泰国国内旅游公司在为中国游客提供中文服务的过程中所产生的问题及调整趋势，并将金泰顺旅运股份有限公司作为案例分析，论文将通过定性和定量对重点问题进行分析和研究以实现研究目的。

经 Leading thai star 旅游有限公司研究管理方式关于使用汉语关键的结果。根据意见表调查 关于中国男士旅客对导游的汉语水平的满意为一般 还必须要改善但服务方面为优等。

此次研究本公司得知导游对旅客使用的汉语及服务方面的满意程度。本公司将其问题用来改善及发展。

关键词：旅游公司 旅游公司管理 中国游客 中文

目录

บทคัดย่อภาษาไทย	III
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	III
摘要	III
目录	IV
表格目录	VII
图表目录	VIII
论绪	1
一、选题背景及意义	1
二、主要研究的内容	2
一、研究目的	2
二、研究重要性	3
三、研究范围	3
四、研究框架	3
三、国内外研究综述	4
一、国外研究综述	4
二、国内研究综述	4
四、泰国旅游业	5
一、泰国旅游的现状	5
二、泰国旅游业发展概况	5
三、泰国旅游业对泰国经济发展的影响	7
四、结论与启示	8

五、旅游的组成	9
六、旅游业	9
第一章金泰順旅运股份有限公司游客管理现状分析	11
第一节金泰順旅运股份有限公司简介	11
第二节金泰順旅运股份有限公司汉语使用情况分析	12
一、公司的业务发展与商务汉语	12
二、金泰順旅运股份有限公司汉语服务的 SWOT 分析	14
第三节金泰順旅运股份有限公司对中国游客的管理	15
一、泰国旅游业的问题及对策	15
一、零团费的问题	15
二、非法外国导游的问题	18
三、本土精通外语导游稀缺	18
四、政治问题	20
二、金泰順旅运股份有限公司成功的企业策略	22
第二章旅行社管理及游客管理的相关理论	24
第一节旅行社管理的内容及原则	24
一、旅行社管理	24
二、旅行社管理的特点	24
三、旅行社管理的内容	25
第二节旅行社管理职能	29
一、计划职能	29
二、组织职能	30

三、领导职能	30
四、控制职能	30
第三节旅行社管理的对象——游客管理	31
一、旅行社管理的对象	31
二、游客管理	31
第四节游客管理的重要性	32
第三章 改善金泰順旅运股份有限公司中国游客管理的措施	33
第一节 金泰順旅运股份有限公司的机遇与挑战	33
第二节 相应对策	37
结 论	38
参考文献	40
附录	42
一、金泰順旅运股份有限公司服务满意度问卷调查	42
二、金泰順旅运股份有限公司人员情况调查	44
致谢	45
ประวัติผู้เขียน	46

表格目录

表 1-1 外国游客来泰国旅游数量	2
表 2-1 金泰順旅运股份有限公司的人员样本人群基本信息统计	13
表 4-1 金泰順旅运股份有限公司的中国游客样本人群基本信息统计	33
表 4-2 金泰順旅运股份有限公司的中国游客服务问卷信息统计	34
表 4-3 金泰順旅运股份有限公司导游语言的中国游客满意的信息统计（性别）	35
表 4-4 金泰順旅运股份有限公司导游语言的中国游客满意的信息统计（年龄）	36
表 4-5 金泰順旅运股份有限公司导游语言的中国游客满意的信息统计（职业）	36



图表目录

图 1-1 中国游客在大皇宫和玉佛	1
图 1-2 研究框架	3
图 1-3 旅游系统	10
图 1-4 旅游业的作用	10
图 2-1 金泰顺旅运股份有限公司组织结构图	11
图 2-2 金泰顺旅运股份有限公司人员对汉语最重要的百分比图	14



绪 论

一、选题背景及意义

旅游是服务业的重要组成部分并且对泰国经济有着非常重要的作用。欧洲、意大利和日本曾是泰国游客的主要来源地，但是在这些国家遭遇经济问题后，来泰国旅游的游客数量随之减少。但是中国、马来西亚和俄罗斯的游客却在不断增加，尤其是中国游客的数量增加的最多。尽管中国游客的形象不及欧洲游客，却是各国游客中消费水平较高的。



图 1-1 中国游客在大皇宫和玉佛寺

去年，泰国所有的旅游景点都接待了大量的中国游客，特别是曼谷、芭提雅、普吉、清迈。来泰国旅游的中国游客数量增加的有一部分原因是因为经济长期有效的发展使得中国人的经济收入增加。中国游客已成为全球旅游业的主力军，包括泰国。

佛历 2545 年，中国游客出国旅游的数量增加 36.8%，共计 16,600,000 人次。佛历 2553-2555 年中国出国游客数量的平均值为 20.4%，佛历 2556 年中国游客出国旅游的数量增加 17.0%，计为 97,300,000 人次。佛历 2556 年中国大陆游客出国旅游的最佳目的地（不包括澳门和台湾地区的游客）就是泰国，其次是韩国和新加坡。此外，中国游客进入泰国旅游的数量在佛历 2556 年达到峰值，增加 66.4%，计为 4,600,000 人次。佛历 2556 年全球经济形势开始复苏，使得来泰国旅游的各国游客数量增加，与去年相比较增加 18.8%，计为

26,500,000 人次。其中增长率最高是中国和俄罗斯游客，尤其是中国游客在佛历 2556 年的增长率占全部游客数量的 17.5%。

表 1-1 外国游客来泰国旅游数量

国籍/时间	佛历 2012	佛历 2013	增长率	百分比
中国	2787	4637	66.4	17.5
马来西亚	2554	3041	19.1	11.5
俄罗斯	1317	1747	32.7	6.6
日本	1373	1536	11.8	5.8
韩国	1164	1295	11.3	4.9
印度	1013	1051	3.7	4
老挝	976	977	0.1	3.7
新加坡	831	955	15	3.6
英国	873	905	3.7	3.4
澳大利亚	930	900	-3.2	3.4
美国	769	823	7.1	3.1
其他	7767	8680	11.8	32.7
总计	22354	26547	18.8	100

*数据来源：泰国旅游和体育部

来泰国旅游的中国游客数量的不断增加使得泰国服务业对国家经济增长日益重要，尤其是旅游业成为首选之一。旅游公司为游客提供各种便利设施及服务，如住宿、餐饮以及旅游景点、娱乐项目等一条龙服务。

笔者调查研究了具备中国游客基础的泰国旅行公司在服务管理中使用汉语的重要性并且对金泰顺旅运股份有限公司进行研究。本论文拟提出能够用于泰国旅行公司的管理改善并且能够满足中国游客消费需求的改进建议，这将会帮助企业取得成功并且有益于国家宏观经济。

二、主要研究的内容

一、研究目的

1. 了解旅游服务管理的中文使用情况；
2. 研究影响泰国旅游公司旅游服务管理成功的因素；
3. 寻找旅游公司在管理中应用中文的方向。

二、研究重要性

研究结果可以帮助旅游业根据服务模式调整计划，使其更加合理有效并且符合消费者需求；

研究结果可以作为旅游业管理者制定管理战略的信息，有助于加强企业优势并且在旅游业市场的竞争中获得成功。

三、研究范围

在中国游客来泰国旅游的决定因素和旅行公司内部管理的论文中，规定曼谷作为研究区域，研究对象如下：调查者，包括管理者、公司员工、使用泰国旅游业务的中国游客消费者，对金泰顺旅运股份有限公司进行研究。

本论文调查抽样，包括管理者、公司员工和使用泰国旅游业务的中国游客消费者使用抽样调查的方法，共计 88 人。（针对管理者和员工使用采访的方法）

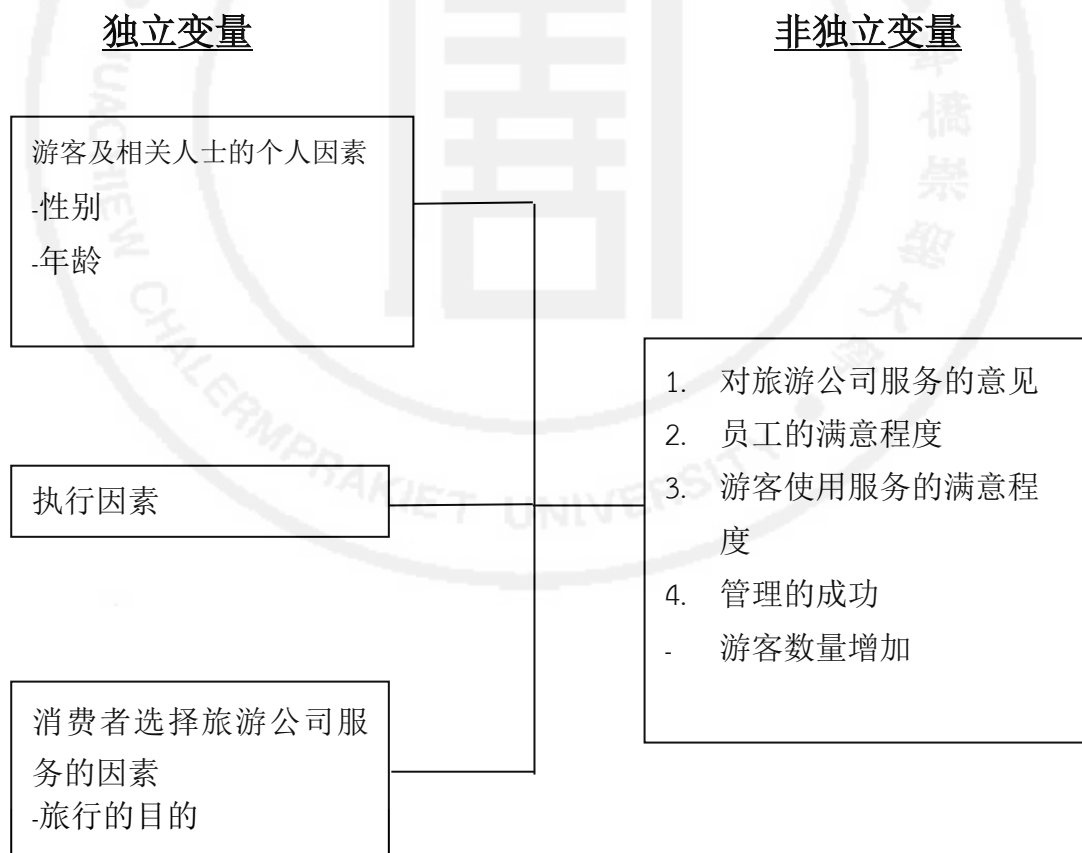


图 1-2 研究框架

三、国内外研究综述

(一) 国外研究综述

康普顿 (1979) 指出推动旅游业的社会心理因素, 包括 1) 日常生活需求 2) 自我评估 3) 放松心情 4) 荣誉感 5) 回归本质 6) 探亲 7) 有机会与他人建立社会关系, 旅游的文化因素包括 1) 获取新事物 2) 了解新知识。¹

乌伊萨尔和哈根 (1993) 解释旅游的推动因素包括 1) 吸引力, 避免工作压力、放松需求、个人喜爱度和健康因素 2) 旅游相关的社会因素, 包括性别、年龄、收入、教育、宗教、国籍、职业和家庭 3) 市场知识, 旅游方面的吸引力因素 1) 目的地, 包括气候、历史背景、山水之美、海滩、事件、重要文化和游憩 2) 便利条件, 包括交通系统、运输、住宿、餐厅、旅游公司和 3) 营销形象, 包括外形、旅游目的地、服务质量、各种便利设施等等。²

克尼斯卡 (2002) 认为推动因素和吸引因素不应该被视为分开决定, 但有其关联性。内部因素或者推动因素是心理需求, 推动旅游的心理需求。外部因素或者吸引因素是指旅游景点具备自身吸引力。³

(二) 国内研究综述

蒙萨·考萨卡那 (2010) 在研究泰国旅游的中国游客的行为中发现大部分接受过高等教育的年轻人第一次跟团来到泰国旅游, 从旅游杂志和网络上寻找旅游信息。受欢迎的旅游城市包括曼谷、芭提雅和普吉, 其中海滨旅游景点、泰国生活方式、夜生活、水疗按摩和泰国的热情友好, 这些都是泰国旅游的良好形象。⁴

特查·素巴奴 (2009) 研究中国游客在旅游过程中的消费行为中发现大部分 21-40 岁之间的年轻游客经济基础佳并且有充足的资本进行旅游, 目前旅游行为模式已经发生改变, 自由行渐渐超过了跟团旅行, 其目的是想发现更多新事物、好好的放松、缓解工作压力。对于中国旅游来说吸引他们的泰国旅游产品就是基础设施结构、泰国的独特文化、丰富的旅游资源、天气佳和泰国优越的地理位置。

提拉·达卡斯威尼 (2009) 在分析中国游客在泰国旅游的形象和营销计划中发现泰国旅游业的正面形象就是自然旅游资源、文化和泰国人的夜生活一直

^[1] Compton L, 1979 "Motivations of pleasure vacation". *Annals of Tourism Research*, 6: 408-424

^[2] Uysal, M and Hgan, L.A.R. (1993) "Motivation of pleasure travel and tourism". In Kham, MA., Olsen, MD. and Turgut, V. (eds) *Encyclopedia of Hospitality and Tourism*. Van Nostrand Reinhold, New York, pp.798-821

^[3] Klenosky D., 2002. "The pull of Tourism destinations : a means-end investigation" . *Journal of Travel Research*, 40:385-395

^[4] 蒙萨·考萨卡那. 对于一个整合的研究计划. 康宁的可持续旅游湄公河次区域的页 2008 : 新的市场和挑战. 清迈: 社会研究所清迈大学, 2010

以来就是泰国旅游的形象，泰国旅游所获得的奖项让更多人愿意来到泰国旅游。

提永·普藤(2003)国外游客对泰国旅游的态度和满意度的研究论文和普亚·素提(1998)国外游客对泰国旅游的印象的研究论文中发现大部分来到泰国旅游的国外游客是为了放松。获取泰国旅游信息的渠道包括亲戚/朋友/兄弟姐妹、网络、他人旅游信息和旅行社，这 2 位的调查结果一直。如果旅游动机不一致的研究结果就是提永·普藤(2003)的研究中发现来泰国旅游之前国外游客的吸引因素是文化/习俗、世界一查、文化旅游景点、泰国美食，但是在普亚·素提(1998)的研究中发现吸引因素是自然旅游景点，包括海洋、沙滩和泰国美食。基本研究结果就是大部分游客获取泰国旅游信息的渠道是亲戚/朋友/兄弟姐妹、网络、旅游手册和旅行社旅游信息。推动因素就是放松、发现新事物、文化知识和不同于自己国家的生活习俗，吸引因素就是文化、习俗、历史、友谊、泰国美食以及不同的旅游景点。

四、泰国旅游业

一、泰国旅游的现状

泰国一直被称为黄袍佛国和微笑之国，它一直是东南亚旅游业发展较为快速的国家，也是世界上十大旅游城市之一。这主要归功于本国得天独厚的旅游资源、特色的民族文化以及政府政策的大力扶持。随着泰国旅游活动的大规模展开，在给泰国经济带来丰富的经济效益的同时，也对泰国的经济、社会、文化和环境等方面产生了不良的影响。分析泰国旅游业的发展现状及其对泰国经济带来的一系列有利影响，不仅有利于进一步完善泰国旅游业的发展，提高泰国经济发展水平，同时也有利于其他国家借鉴其优势的旅游业发展模式。

二、泰国旅游业发展概况

1. 主要旅游资源

泰国旅游资源主要有文化古迹尤其是佛教文化、民俗文化以及自然风景等资源。泰国佛教文化十分浓厚，其建筑特色也具有佛教文化色彩，因此，泰国有着“黄袍佛国”的美称。在泰国的曼谷，有大小佛寺将近 400 座，其中最受游客欢迎的是大皇宫和王佛寺，除此之外，拉玛五世组织修建的查基宫也受到广大游客的喜欢。这些独特、辉煌的寺庙为旅游者展示了泰国非凡的建筑艺术。

泰国拥有众多的传统文化节，每个文化节都十分具有特色。比如传统的水灯节、守夏节和佛教节等。正是由于这些独特的传统节日，使泰国笼上了一抹神秘的色彩，节日的气氛十分喜庆、热闹，泰国以这些传统文化节资源为依托，吸引了不少外国游客。

泰国还拥有丰富的动植物资源。根据泰国的植物学家统计，泰国的植物资

源超过了 30 万，其中包括很多珍贵林木以及热带植物。泰国的海滨资源在世界上也是很有名的。泰国拥有长达 2420 千米的海岸线以及 1930 千米的海湾岸。由于泰国优越的地理位置，使泰国拥有良好的气候条件，海水湛蓝、气候温暖，再加上美丽的海滩以及神奇的海底世界都十分令人神往。

2. 泰国的主要旅游景区

泰国旅游景区主要有“天使之城”曼谷、“泰北玫瑰”清迈、“东方夏威夷”芭提雅、“泰国明珠”普吉岛、“椰林海岛”苏梅岛和“金汤城池”大城等。

(1) 曼谷的旅游景点群以大皇宫，湄南河为主线，分布于曼谷市区以及周边地带；在曼谷市区最为著名的如大皇宫，玉佛寺，四面佛，金佛寺，黎明寺，湄南河，唐人街；在曼谷周边还分布着另一种风格的旅游景点，如有“迪斯尼”美誉的“梦幻世界游乐场”，暹罗水上乐园，赛福瑞海洋公园，玫瑰花园，三攀象园，古城 76 府等。

(2) 芭提雅是距离曼谷市 150 公里的海滨城镇，以前这里只是一个小小的渔村，后因为越南战争，大量美军的涌入，使这个渔村一夜之间名声大噪，现已成为一个集海洋休闲与五彩缤纷的夜生活相结合的旅游度假胜地。这里的旅游景点主要以海洋休闲为主题，如东芭乐园，象园文化村，七珍佛山，舍利子塔，金三角风情部落，小人国等丰富的旅游景点资源。

(3) 普吉岛是位于泰国南部安达曼海域的岛屿，距离曼谷约 900 公里，是泰国的第一大岛。由于多部美国大片在这里的外岛拍摄，使她成为颇具人气的知名岛屿，距离普吉岛市区约一个小时车程的攀牙湾；距离普吉岛最近的珊瑚岛，一线天沙滩，鸡蛋岛，小 PP 玛雅湾等，都是普吉岛最吸引游客的旅游景点。

3. 主要旅游客源

泰国旅游的客源国主要是中国、日本、韩国、新加坡、中国香港和台湾以及欧美国家。据泰国官方统计数字显示，2006 年外国游客共计 1380 万人次，其中东亚游客占 55.2%，欧洲和美国分别占 25.3%和 6.7%。2009 年，美国赴泰旅游 62.7 万人次，德国 57.3 万人次，加拿大 17 万人次，澳大利亚 64.7 万人次，新西兰 8.8 万人次，日本 100 万人次，中国内地及港澳台 145 万人次。2012 年仅中国赴泰旅游的游客就达到了 270 万人次，比 2011 年增加了百万人次，占全泰入境外国游客总数的 14%，中国游客为泰国带来的旅游收入可达到 1230 亿泰铢。

4. 旅游业基础设施状况

泰国的交通十分发达，尤其是在航空运输方面，无论是国际航空还是国内航空。因为泰国地形复杂，山地多，因此，公路和铁路要稍微逊色。泰国的亚航、NOK 等航空公司的机票十分廉价。铁路方面，泰国的火车可从曼谷抵达泰

国各主要城市。曼谷全国火车总站发出往泰国北部、东北部和南部的特快列车，国际列车（如往新、马）、长途车（如往清迈）及每周六、日举办的旅游专线火车都可以查询和订位。泰国各地长途客运也很发达，比如，曼谷市有东行、南行和北行 3 个长途汽车总站，通过发达的长途汽车路线网，可抵达国内各个城市。

在住宿方面，整个泰国遍布了从五星级酒店到简易帐篷和小屋等多种多样的住宿。价格与酒店的地理位置相关，但大多数都不太贵。曼谷和主要的旅游城市拥有一些世界顶级的酒店，而偏郊地区则以较低档次的住房为主。泰国的所有住所都以其干净、经济、待客友好和世界级的服务而闻名。

三、泰国旅游业对泰国经济发展的影响

1. 增加了泰国外汇，促进了泰国的经济增长

旅游业的发展直接为国家创造了大量外汇，提高了经济效益。泰国旅游业起步于 20 世纪 60 年代初，到 1982 年旅游业的外汇收入就达到 238.78 亿铢，旅游业的外汇收入第一次成为泰国最大的外汇收入来源。自 20 世纪 80 年代中期起，旅游业已成为泰国创汇最多的行业，超过了传统的大米、橡胶出口业，位居首位。进入 90 年代以来，泰国旅游经济更是快速发展，旅游业收入平均占泰国 GDP 的 7.1%，全国（曼谷除外）有 70 的国民收入与旅游业有关，旅游业成为泰国最大的外汇收入来源，也成为泰国经济的重要支柱之一。

1991 年赴泰国旅游的外国人约达 600 万，旅游业收入约为 57.6 亿美元，已成为世界十大旅游市场之一。到 2000 年，泰国接待外国旅游者近 1000 万人次，外汇收入超过了 70 亿美元。旅游收入从 1997 年的 2200 亿泰铢增长到 2007 年的 5475 亿泰铢（约合 163 亿美元）。2006 年经济收入 13393 亿铢，旅游收入 4706 亿铢（约 124 亿美元），占经济收入的 35.14%。泰国旅游业外汇收入增长不断。据世界银行发布的《全球经济展望》报告，泰国 2009 年至 2011 年的旅游业收入分别为 194 亿、234 亿和 251 亿美元，约占 GDP 比重的 7% 左右，年率增幅约为 14%，远高于其他东盟成员国。在 2011 年，随着政局趋稳，泰国旅游业再次迎来爆发式增长，当年其迎来 1910 万人次的国际游客，同比增幅约达 20%。2012 年泰国 GDP 为 3655.64 亿美元，同比增长了 6.4%，2012 年，泰国旅游收入 22533 亿铢（约合 321 亿美元），同比上一年增长了 27.9%。可见，泰国旅游业的发展对泰国外国收入的提高起到了很大的促进作用。

2. 促进了工业以及服务业的发展

由于的大量游客涌入，使泰国的工业产品、食品加工业、餐饮业等工业部分和服务业部门得到了快速发展。如，泰国的柚木雕刻、佛像、纸伞、泰丝、鳄鱼皮制品等，都受到了游客的青睐。除此之外，旅游业的发展也带动了泰国酒店行业的发展，2006 年，全年酒店入住率达到了 63%。

3. 促进了外商投资

旅游产业为外商提供了一个很好的考察、交流、洽谈的平台，从而吸引了许多国外投资者到泰国度假旅游，考察市场，进行投资。

4. 提供了大量的就业机会

早在 1994 年，在泰国从事旅游业的人口就达到了总人口的 27%。到目前为止，在泰国 6 千多万的人口中，有将近 2000 万人口直接或间接地参与到了旅游工作中，旅游业在泰国已经成为继农业、工业之后的第三大劳动力就业领域。

5. 旅游促进了泰国与世界的交往

泰国旅游业的快速发展，不仅使泰国学到了发达国家的先进科学技术，而且也推动了泰国政治体制的改革与民主法制建设，特别是在接触众多外国游客以后，泰国人的思想意识、生活习惯、价值观念等方面也发生了很大的变化。

四、结论与启示

经过上述分析可以看出，近年来，泰国旅游业经济发展迅速，它对泰国经济发展做出的贡献主要有促进了泰国外汇收入的增加，带动了泰国加工产业、食品产业以及餐饮业的发展，提高了泰国的经济发展水平，促进了外商在泰国的投资，同时太古旅游业的发展对泰国社会也带来了很大的益处，不仅增加了泰国的就业率，而且加强了泰国与世界的交往交流。泰国旅游业为泰国经济发展带来益处的同时，也为泰国社会带来了不良的影响，比如破坏了泰国的生态环境。

根据泰国旅游业的发展状况及其对泰国的影响，笔者对旅游业的发展得出了几点启示：

1. 发展旅游业应该明确市场定位；泰国政府就是为泰国旅游业的发展制定了明确的目标与战略，进行了充分的市场调查。

2. 不断扩大对外宣传以及进行市场调研；泰国在发展旅游业方面，毫不吝啬广告的宣传费用，每年市场推广与宣传费用超过了 1 亿铢。

3. 加强旅游管理，提高服务质量；泰国在旅游业管理方面十分严格，服务质量超强，也正是因此，被称为“微笑国度”。

4. 注重旅游业资源的开发利用以及环境保护的相结合；近年来，虽然泰国旅游业快速发展，但是环境却遭到了严重的破坏，因此，在发展旅游业时，一定不能忽略对环境的保护。

五、旅游的组成

1. 游客旅行中必须要花费至少是餐费。若要过夜支付的是住宿费、纪念品费用和各種服务费。这些费用将在业务中循环分布。旅游业的各種服务造就就业和收益分配迈入当地经济系统中。

2. 业务负责供应各种商品、服务设施给予游客：
交通运输、住宿、饭店和餐馆 带旅游&导游服务、纪念品商店等等

3. 家政府或地方房子业主职责:

- 提供基础设施(Infrastructure)。例如, 道路、天桥、火车站、公共汽车、码头、机场、水电力系统、现代通信系统。
- 机场之间入境手续监管设施与住宿或客运站和提供住宿方面信息服务
- 国家的形象塑造(Image) 广告传播和宣传国家成为国内外游客已知和感兴趣的 国家

4. 东道主或国家的人民:

欢迎和吸引游客或游客重游一次或说服那些从未访问过游客决定旅游起着重要的作用

- 旅游业服务业务的业务员与游客有着密切的关系, 必须有职业生涯的知识和技能, 能够提供优质服务, 表示友好、好客、帮助遇到问题或麻烦的游客, 帮助保护和开发旅游资源当地存在的价值。

六、旅游业

旅游业(Tourism Industry) 是游客与民营企业各种服务与国家所有权政府和与当地资源相互作用(Interaction) 产生的总和。因此, 旅游业的组成结论概述如下:

1. 旅游系统 (Tourism function system)

旅游是一种虽然不能自行执行业务但其内部混合着其它服务的商业服务。旅游是一种被称为“旅游业(Tourist industry)”的服务业 (Service industry) , 它被归类为混合工业(Mixed industry)不是单一产业(Single industry)。因为旅游业结合了各种服务和活动。例如住宿、餐饮服务、各种购物服务。此外, 还有各种服务。例如娱乐、体育、教育、观光城市和当地旅游结合在一起, 各种组件组成的系统称为旅游系统(Tourism function system) 由如下7个元素组成。

1) **游客:** 定义游客目标组和数量

2) **旅游景点:** 确定游客旅游的目的地或旅游景点

3) **交通运输:** 规定游客旅行模式交通路线

4) **信息:** 制备信息激励引导提供知识给游客和其他支持

5) **服务:** 制备必要的服务和各种设施给游客

6) **基础设施:** 必须考虑伴随着必要的基础设施。例如, 电力、水利、通信等等。

7) **支持:** 提供支持因素。例如, 监管制度、法律、经融机构等等。

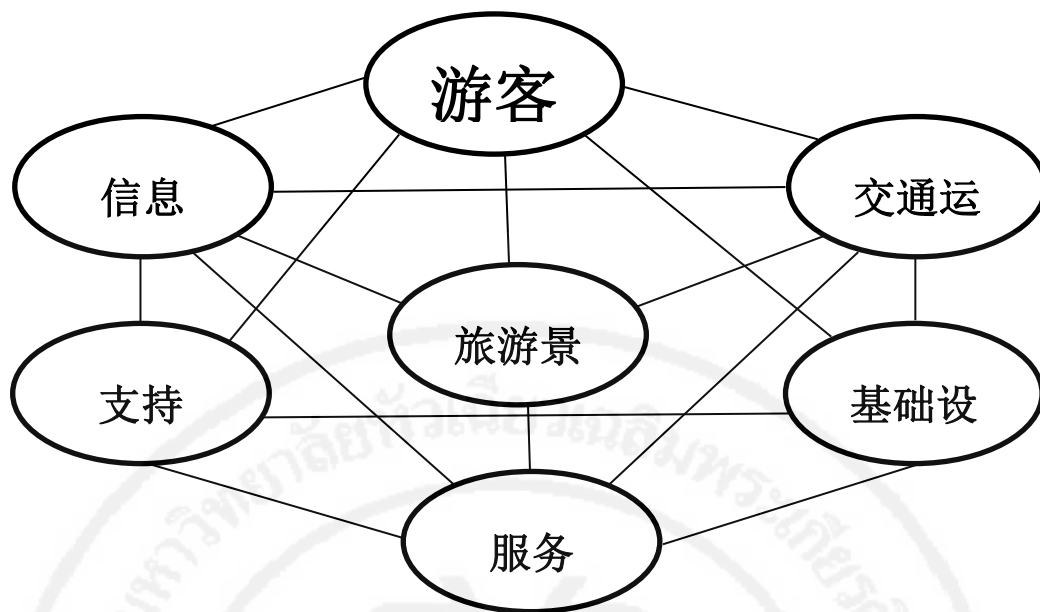


图 1-3 旅游系统

2. 旅行社的作用

旅行社在旅游业中起着非常重要的作用。因为旅行社负责提供客运服务、预定酒店和其他相关的服务，以承包支付性质销售，该承包支付模式销售服务可以根据情况直接出售给游客或销售给旅游代理商，具体如下：

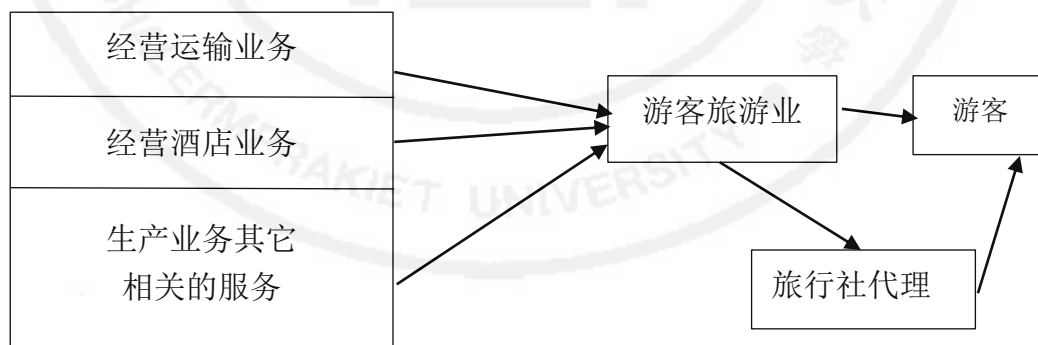


图 1-4 旅游业的作用

该篇论文描述到旅游服务销售代理(Travel Agent)运营国内相关的旅游管理。因此，称为国内旅游业（或旅游业）。各种模式必然是游客要求的各种东西是他们旅游的目的

第一章 金泰順旅运股份有限公司游客管理现状分析

第一节 金泰順旅运股份有限公司简介

金泰順旅运股份有限公司主营国内旅游业务，目标消费者是来自中国大陆和台湾地区的中国游客，从 2003 年开始至今提供与交通运输、住宿、饮食、景点旅游以及其他相关服务，可直接向游客出售旅游服务或在中国大陆、台湾通过代理进行销售，属于旅游经营者：

1. 旅行销售；
2. 住宿预订管理；
3. 按游客需求进行线路规划；
4. 销售演出门票和餐厅门票；
5. 机场、酒店和各旅游景点的汽车预订服务。

直接出售或者通过代理出售的大部分业务主要位于曼谷城市和周边省市。包括北柳府、北碧府、罗勇府和春武里府等等。

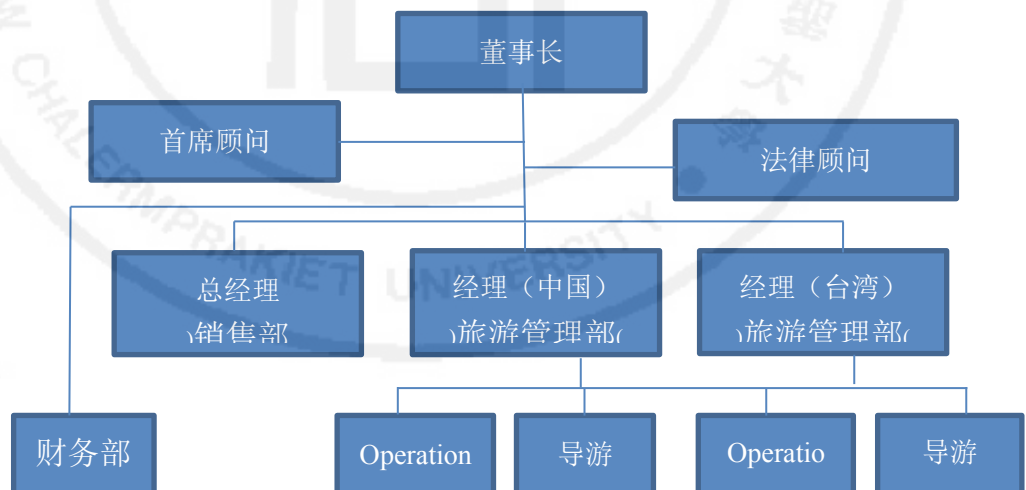


图 2-1 金泰順旅运股份有限公司组织结构图

目前公司员工共 15 人以及全职和自由中文导游共计 20 人公司内部管理部门分为 3 个部分：销售部；旅游管理部和财务部。各部门职责如下：

1. 销售部
 - 寻找新市场
 - 分析市场
 - 价格制定计划
 - 促进旅游业
2. 旅游管理部
 - 公司文件管理
 - 出版物管理
 - 文件发送
 - 个人及团队旅行线路制定
 - 价格规定
 - 与相关部门的协商工作
 - 提供车辆运送
 - 住宿预订
 - 门票销售
 - 导游分配
3. 财务部
 - 公司各项财务和会计管理

第二节 金泰顺旅运股份有限公司汉语使用情况分析

一、公司的业务发展与商务汉语

鉴于公司客户群几乎全是中国人，因此公司认为利用中文进行内部沟通极为重要，在招聘员工入职的时候，不论是文员或导游，要求每一个岗位员工都具备一定的中文听说读写能力。此外，公司鼓励部分往来文件使用中文，增进公司员工和中国大陆台湾代理商的相互了解与合作。而针对某方面有特殊能力和经验但不会中文的员工，公司则会开设旅游基础中文培训课程，促进员工更有效率地工作。

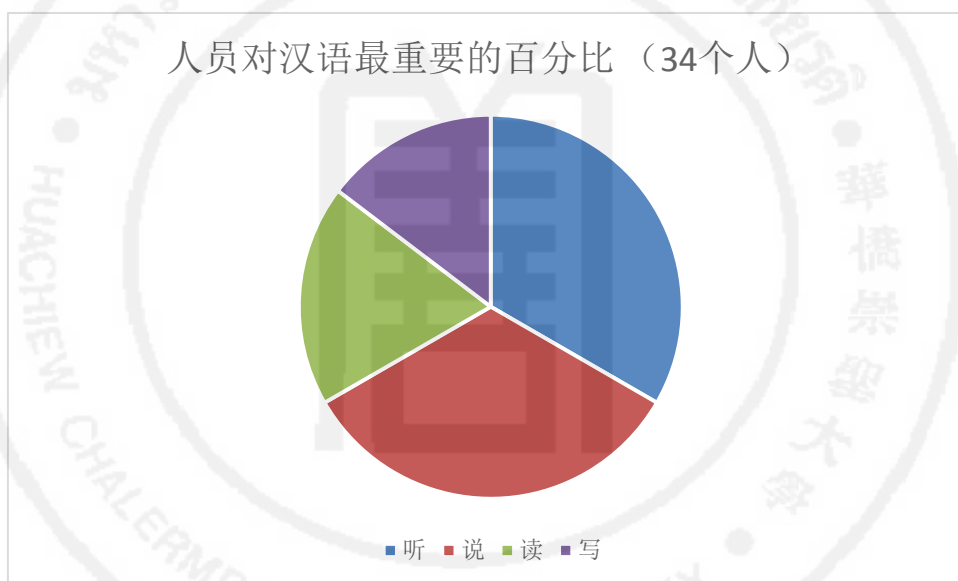
采访利益相关者和对公司内部员工问卷调查采集数据中，能够分析公司的概况如下：

表 2-1 金泰順旅运股份有限公司的人员样本人群基本信息统计 (N=34)

人员基本情况	数量	百分比
1. 性别		
男	17	50.0
女	17	50.0
2. 年龄		
21 -30 岁	7	20.6
31 -40 岁	10	29.4
41 -50 岁	8	23.5
51 -60 岁	9	26.5
61 岁以上	-	-
3. 文化程度		
初中高中	-	-
中专	7	20.6
大专	11	32.4
本科	16	47.5
硕士	-	-
博士	-	-
4. 部门		
经理	3	8.8
财务部	4	11.8
Operation	5	14.7
导游	22	64.7
5. 有学过汉语		
没有	1	2.9
自学	11	32.4
跟亲戚朋友学习	7	20.6
在学校学习过	15	44.1
6. 有参加汉语水平考试		
没有	34	100.0
有（几级？）	-	-
共计	34	100.0

统计分析可得受访中国游客共 34 人，其中 17 名男性，占 50.0%；17 名女性，占 50.0%。大部分年龄为 31-40 岁，共 10 名，占 29.4%；年龄在 51-60 岁之间 9 名，占 26.5%；年龄在 41-50 岁之间 8 名，占 23.5%；年龄在 21-30 之间 7 名，占 20.6%。从本科毕业 16 名，占 47.5%；大专 11 名，占 32.4%；中专 7 名，占 20.6%；当经理 3 名，占 8.8%；财务部 4 名，占 11.8%。• Operation 5 名，占 14.7%；导游 22 名，占 64.7%。大部分在学校学习过了汉语，共 15 名，占 44.1%；自学的有 11 名，占 32.4%，跟亲戚朋友学习的有 7 名，占 20.6%；没学过的有 1 名，占 2.9%；全部 34 个人没考过汉语水平，占 100.0%。

图 2-2 金泰顺旅运股份有限公司人员对汉语最重要的百分比图



二、金泰顺旅运股份有限公司汉语服务的 SWOT 分析

优势 (Strengths)

公司成功管理中国游客客户和企业内部客户，使得中国游客数量不断增加，原因是公司 90%以上的工作人员听、说、读和写汉字良好。

劣势 (Weakness)

由于公司是以中型公司为例，正式员工不多，公司大部分的导游是临时员工，临时就业，使得有时导游不足，尤其是长假连续期间或 Hi Season 期间。

机遇 (Opportunities)

由于泰国进入东盟经济共同体 (ASEAN Economic Community: AEC) 佛历 2558 年年底旅游方面服务自由化，使得许多东南亚国家警觉和调整加速策略，支

持东盟成员聚集在市场或同一生产基地。泰国仍是许多中国人的一个旅游目的地，使得扩大业务，增加市场和交易。

挑战（Threats）

全球经济减缓，目前的经济问题对旅游业产生负面影响，由于经济产生问题，使得消费者消费更少，包括减少一些不必要的开支，使得对旅行社有影响，改变了中国游客旅游新模式和竞争对手增加。

第三节 金泰顺旅运股份有限公司对中国游客的管理

一、泰国旅游业的问题及对策

一、零团费的问题

“零币旅游团”和“后卫旅游”

当提到中国游客的不良行为如：喜欢大声尖叫、无秩序、把脚放置洗漱盆中洗、呕吐、站着小便、大便等，这些新闻曾出现在泰国各种新闻媒体上。当然，有一段时间泰国人觉得“讨厌”听到这些东西，有些人甚至反对、不欢迎这群游客。

但是考虑到该游客群体的潜力，我们必须承认这些游客带来了大量收入，投入国家数量巨大是正在随着政府增长的新游客群，尤其是泰国旅游局包括运营商解决旅游合作，印刷小册子分发宣传给游客以及通过媒体宣传至这些游客，当来泰国旅游什么应该做，什么不应该做，什么是“禁忌”行为。有效减少了游客的不当行为，这反映了游客的行为不难解决。若各方以正确形式宣传了解了，但是“旅游经营者”的行为扭曲结构模型和有建立错误的“模型”，这些方法必然带来损失和可能会带来旅游业长远发展和旅游运营者行为的“灾难”。

泰国旅游团队中超过70%和30%是自己来旅游的游客，“后面组的游客是曾来过泰国的，才选择自己来旅游，把该群游客收入全模式投入国家，政府必须管理好安全问题”。但是需要特别观测团是源于旅行社的旅游团超过80%。这时是“旅游中心奖”和认为是“负面之旅”，有的人称为“KB旅游团”或Kick back销售价格无理由低于成本。泰国人“大规模或小规模旅游公司”承接中国游客时所有的落在该周期，不需要问那个人为什么这样做这个人为什么这样做每个人都样做，因为中国旅游团业务结构是这样，但是Kick back旅游团对中国人的公司过于友好或不就使用中国导游的公司容易沟通，敢于强制他们的同类增加购买选项。

什么是“零币旅游团”和“Kick back旅游团”？

最容易理解的是旅游经营者告诉我们是免费吃免费旅游，该种恶心循环的开始来自中国，甚至中国的旅游团自己带中国人来这样旅游各个县。“该旅游团的方法”开始来自于销售旅游亏损价格低于实际价格。例如，旅游优惠包。

5天5夜路线从中国到曼谷去芭提雅价格紧15,000泰铢。该价格包括飞机票、住宿、带旅游整个行程，价格很便宜。若深入到这些企业发现旅游公司起源从中国销售包上述旅游价，只计算飞机票加一点利润。例如往返机票13,000泰铢加每个人头的利润，每人2,000泰铢，要这点利润。但是当计算旅游团的数量200人/架，这样就消减利润400,000泰铢，至于机票可以降低到很便宜，愿意承包使用飞机架“包机”，广泛传播旅游团来自没有主要航班或没有进入泰国固定航班的县和都是第一次来旅游泰国的游客“当租飞机来了，就必须让飞机满座”。因此，后面来的人价格更便宜，因为便宜销售要回资本比放空位置好些。当来到泰国就送游客给泰国这边的旅游公司不支付人头费或费用再说一遍游客不付任何费用，才称为“零币旅游团”，至于“Kick back旅游团”情况相似，但是不同的是带中国游客给泰国这边的旅游公司时间。除了不给钱之外，泰国旅游公司还必须把钱花在游客“购买人头”上，每个人头价格5,000泰铢使得泰国企业负担重。因此，中国人认为泰国是“便宜的目的地”（Cheap Destination）相反努力建立泰国旅游局的形象使得泰国成为“优质旅游的目的地”（Quality Destination）。

二、“零币旅游团”和“后卫旅游”分析

1. 零币旅游团产生的问题

泰国旅游部分损失泰国旅游的形象。当陷入“零币旅游团”和“Kick back旅游团”恶性循环，必须承担一切的费用包括住宿费、餐费、交通运输费、导游带旅游费，必须向该组“旅游团”寻找利润，同时中国游客自己也喜欢带各个城市购物，才变成该恶性循环旅游团提供容易收回成本的机会。

若解剖人均费用，泰国公司必须承包购买该旅游团住宿费包含早餐每晚1,200泰铢，共4夜6,000泰铢，游客住宿2人/间，该部分人均费用每人3,000泰铢；餐费5天共10餐，每餐150泰铢共1,500泰铢；承包巴士费每天5,000-6,000泰铢/20位或平均每人1,000-1,200泰铢；泰国旅游团人均总费用必须承担5,500-5,700泰铢。若购买游客人头每人5,000泰铢，人均花费10,500-10,700泰铢，还有从租旅游巴士调整人均成本下来。当有两个珠宝公司从这些旅游团中找利润，投资购买千辆旅游巴士，在一定的条件下出租价格仅1,000泰铢/天。带游客到租巴士业主公司规定的店内吃饭和购物，有4-5家店，有珠宝店礼品店、燕窝、皮包、中药或兴奋药剂，所有的店都是珠宝店业主的店。当泰国旅游公司承接中国游客和旅游公司租珠宝店业务供应的巴士有必要的开支。因此，必须寻找任何方式从这些旅游者消费中“收回成本”，因为中药或推荐购买回国给亲戚的珠宝价格，这些人没有机会知道“贵或便宜”，因为带去购买店内的价格被规定和限制。每次客户从商店购买商品，旅游公司享有的比例为30%，导游的比例为3%。当总计旅游团购买额达到目标，提供出

租巴士的公司给带游客费 1,000-2,000 泰铢/人，至于旅游公司的“Kick back 旅游团”人头费比较高。除了零币旅游团模式路线之外，还促销旅游价格比实际高。例如，旅游北碧府 1 天价格 9,000 泰铢或观看色情表演“悍然”模式，承包价格 1,500-2,000 泰铢/人。有些旅游团由于旅游公司和网络无法收回成本，就安排旅游计划迫使游客一晚观看 3 次 3 个地方，旅游公司安排的销售中药店、礼品店和兴奋剂店直至从该组旅游团中收回成本。有数据显示：色情表演的地方中国游客在芭提雅共有 5 处和还有 2 处在普吉，形象被媒体曝光不可否认使得泰国的形象损坏，甚至有些旅游团来过了，不能接受被迫只看色情表演，直至中国官方抱怨和有指令封闭几个旅行社。然而，那些“零币旅游团”和“Kick back 旅游团”仍像蘑菇般不断出现并在泰国不断涌现出来。

2. 零团费

针对中国游客赴泰游过程中经常出现的“零团费”问题，中国驻泰国大使宁赋魁曾表示，中国驻泰使馆已经开始把中国游客多次投诉的旅行社名单，转交给了泰国旅游管理部门，希望通过惩处一两个旅行社，对零团费做法起到警示作用，促进赴泰游更健康可持续发展。

一段时间以来，“零团费”一直困扰赴泰中国旅游团。所谓“零团费”是指一些旅行社在组团时向中国游客声称，参团不需提前付团费。实际上，游客在游览过程中往往被强制要求购买昂贵的珠宝、皮革制品等旅游商品，或支付特殊餐费等所谓“自费项目”，游客得到的服务及居住的酒店条件也很差。宁赋魁强调，“零团费”问题对中国游客赴泰游的健康发展有很大负面影响，会导致中国游客的投诉增加，在安全方面也存在隐患。尽管两国对零团费问题采取了一些措施，也取得一定成效，但仍有一定反弹。宁赋魁表示，中国使馆一直在与中泰双方的旅游主管部门积极沟通，及时反映中国游客由于零团费而遭遇的种种问题。中泰两国有关部门将对被游客多次投诉、仍未及时改正的旅行社，加大惩处力度，包括考虑将其列入黑名单的惩罚措施。今年第一季度，中国赴泰游客已达 200 多万人次。宁赋魁表示：“预计今年全年中国赴泰游客将突破 500 万人次。中国游客赴泰出现猛增趋势，中国游客赴泰游的新时代已经开启。”

宁赋魁强调，为了迎接中国游客赴泰游新时代，中泰两国应该从政策、设施和人员三方面加强准备工作。首先要政策先行。中泰双方有关部门均应该进一步完善提高服务水平的政策、严格管理的政策和保障游客合法权益的政策。完善的、先行的政策对保证中泰旅游稳定健康、可持续发展至关重要。其次是设施保障。针对中国赴泰游客大幅增加的状况，泰方有关方面需考虑相应增加饭店、餐厅、旅游大巴及其他游乐设施。与此同时，食品安全、游乐设施的安全、乘车安全等问题也希望得到有关部门和旅游业界人士的高度重视。

第三是人员服务保障。宁赋魁指出，由于中国游客数量上升，泰国现有的能够掌握熟练汉语的导游严重不足，希望能涌现更多中文水平好、高素质的导游。他表示，一些导游在运用中文将泰国历史和文化介绍给中国游客方面还有进一步提高的空间，这对帮助中国游客了解泰国景点的实质内涵和文化意义具有十分重要的作用。所以也希望有关方面能加大对中文导游的培训，将此作为旅游业界一个紧迫的任务。面对赴泰中国游客大幅增加的整体趋势，为确保能给中国游客供良好服务和合法权利，两国应进行更完善的准备和更好的合作。泰国人民热情好客，泰国是个历史人文景观都十分丰富优美的旅游国度。这些都吸引着中国游客。若在旅游管理方面能够更加规范，相信会吸引更多的游客前来。

二、非法外国导游的问题

泰国媒体报曾报道警方在曼谷逮捕中国籍非法导游的新闻。非法导游最高可能面临 1 年的有期徒刑。泰国 2008 年立法规定，外国人在泰国境内当导游违法。泰国警方称：“来到泰国的旅行社必须聘请泰国导游，但是这些嫌疑人们伪装成拥有从业执照的导游，带着中国游客游览泰国的著名景点。有时候他们做的景点讲解并不准确。有时候他们带着游客购买过于昂贵的商品。这破坏了我们国家的声誉。”警方还表示将继续打击在泰国非法从业的外国导游。

芭提雅警方的调查员 Piyapong Ensan 表示，自 2015 年 1 月以来，他们已经逮捕了 7 名非法外国导游，其中大多是中国人。泰国春武里府的“泰国联合导游”团体近日向芭提雅警方和市长请愿，要求严格执法，打击外国导游。

三、精通外语的本土导游稀缺

据泰国官方 2014 年的统计数据显示，中国是泰国第一大游客来源国。中国为泰国提供了大约 450 万名游客，带去了 1900 多亿泰铢（约合 348 亿元人民币）的经济收入。但是由于会将汉语的导游稀缺，令曼谷等多个旅游城市经常出现中国人从事非法导游的问题，甚至抢走当地导游的工作。

“泰国联合导游”成员拜讷·苏塔努旺(Paisal Seuthanuwong)表示，非法外国导游之中，数目可观的不止中国导游，近年来越南和俄罗斯导游也越来越多。他还说，中国导游和旅行社已经连接成了生意网络，剥削泰国的旅游资源来赚钱。在他看来，只要泰国官方认真打击外国导游，这个问题肯定能迎刃而解。值得注意的是，呼吁打击外国导游的同时，苏塔努旺还呼吁官方多搞培训，提高泰国导游的外语水平。

新华国际记者曾报道过泰国“黑导游”乱象：为当导游跟泰国人“假结婚”的新闻。泰国警方在曼谷“阿南达皇家博物馆”执行公务时，发现 6 名中国籍导游无法出示当地导游证，警方判定他们是在泰非法导游，也就是所谓的“黑导游”。泰媒报道称，这 6 人将面临每人 20 万铢罚款（约合 4 万元人民币）和不超过一年监禁的处罚。

据新华国际客户端了解，事实上，包括旅游业在内，泰国有 39 个保护行业是不允许外国人从事的。泰国《旅游业及旅游从业者法》明确规定，在泰国做导游必须为泰籍人员，而且必须持有导游证，违法者将被处以高额罚款或有期徒刑。另外，泰国《外籍人士劳动法》规定，在泰国工作必须持有工作许可，而且从事的工作要与工作许可上注明的一致，违法者将罚款 2000 到 10 万泰铢，并判不超过 5 年的有期徒刑。

实际上，被抓的这 6 名中国导游只是泰国非法导游中的“冰山一角”。泰国专业导游工会理事派讪·苏塔努翁表示，泰国目前至少有数千名非法导游。泰媒称，有越来越多的在泰越南人、俄罗斯人和韩国人由于利益驱使加入到非法导游的行列。泰国本地导游认为，一些外国导游由于可以说更加流利的外国语言，冲击了泰国本地的导游行业，同时，他们认为外国导游缺少关于泰国文化的专业知识，从而给很多游客传递了错误信息，还存在强制游客购物和购买自费行程的问题，损害了泰国旅游业的形象。

派讪·苏塔努翁对新华国际记者表示，在泰国的非法导游中，有的人持“旅游签证”或者“探亲签证”短时间内入泰进行导游工作，也有人持“学生签证”长期在泰，更有甚者，跟泰国人办理“假结婚”以获取在泰长期居留权，从而从事非法导游工作。令人震惊的是，除了很多知法犯法的“黑导游”之外，还有部分中国导游到泰国带团是被骗来的。派讪·苏塔努翁给新华国际记者看了一条朋友截图给他的微信内容，上面赫然写道“泰国地接社面向深圳招聘 20 名地接导游：有广深珠领队经验优先，承诺泰国公司会签订合同，包住宿，保证一年收入 20 万元人民币”。派讪·苏塔努翁说，一些不明情况的中国导游看了信息后被骗到泰国，被部分公司扣押护照等重要证件，不得已从事非法导游工作，并且收入远没有当初承诺的那么高，“而如果这些非法导游被警方抓获，他们所在的旅行社基本不会出面解决”。

新华国际记者在调查中发现，产生非法导游的根源还是中国的低价团甚至“零价团”——一部分不正规的国内组团社利用低于成本的超低价格吸引游客参团，并将游客按人头“卖”给部分当地地接社，地接社再以“人头费”的形式，将游客卖给导游。有的地接社将游客以 5000 铢/人（约合 1000 元人民币）的价格将游客卖给导游，一个团通常为 20 人左右，那么导游从接团开始就背负 2 万元人民币的压力，此外导游还要付过路费等各种形式的其它费用，前期付出巨大，后期必然希望通过引导游客购物或参加自费行程等各种手段收回“成本”。而泰国本地导游不愿接受这么贵的“人头费”，那么这些“超低价”吸引来的游客无人带团怎么办？非法外籍导游便“应运而生”。

当然，对于“黑导游”问题，泰国当地的一些正规旅游机构也有自己的无奈。据泰国旅游局今年初公布的数据显示，泰国国内目前正规中文导游约 8000 人左右，那么这些人要服务于多少中国游客呢？去年大约有 460 万人次的中国游客来泰国，今年这一数字预计将达到 700 万人次。虽然泰国旅游局认为目前在泰中文导游数量足够，并且还在不断增加，但是在泰国拥有 240 多家会员单

位的泰中旅游同业商会秘书长吴明煬表示，泰国旅游分淡季和旺季，中国游客入泰数量在一年中并不是平均分布的，在中国的一些小长假和春节等假期，游客集中入泰，中文导游在短时间内不够的现象常常出现，于是一些旅行社不得已只能起用对带团流程熟悉、有一定工作能力的“黑导游”。

新华国际客户端了解到，尽管出现了“黑导游”等不愉快的事件，但是泰国仍然是很多中国游客喜爱的旅游目的地。那么如何做到愉快出行呢？关键是要“擦亮双眼”。派讪·苏塔努翁提醒，在泰跟团旅游最重要是要“擦亮双眼”，注意看导游的导游证。因为如果不是正规导游，除了强制参加自费项目等问题，在泰国旅游发生事故时，“黑导游”由于自知非法也不敢出面处理，游客权益往往得不到保障。派讪·苏塔努翁说，在泰国，必须是读旅游专业的大学毕业生或者经过导游培训的泰国人才能申请导游证，获取导游证后也必须遵守泰国旅游行业相关规定。而游客要想验证导游证件真伪也很简单，证件右下角有一串数字，可以登录泰国旅游部网站 <http://www.tourism.go.th/home> 查询。吴明煬也提醒，游客要从源头减少遇到“黑导游”的几率，关键是拒绝参加低价团和“零价团”。“羊毛出在羊身上”，吴明煬说，千万不要贪便宜。泰国一般为 5 晚 6 天的团，由于机票价格差异，中国北方城市来到泰国正常的价格在 4000-5000 元人民币，中国南方城市大约在 3000-4000 元人民币，而有些旅行社报价才 1000 多元人民币，此外旅行社还要承担签证费、酒店费和餐费，那么后期肯定会利用导游将钱赚回来，“可以确定的是，旅行社不会做赔本买卖，这是常识”。

(四)政治问题

佛历 2553 年 3 月期间发生的政治集会，发布严重安全级别，尽管政府采取相关措施控制局面，从佛历 2553 年 3 月 12 日开始对曼谷及周边地区进行安全管制，从佛历 2553 年 4 月 3 日开始集会者却在曼谷经济中心拉差帕宋增加集会地点，在佛历 2553 年 4 月 7 日政府宣布进入紧急状态并且在佛历 2553 年 4 月 10 日发生严重的暴力冲突，对泰国旅游形象造成重创，使得来泰国旅游的国外游客急速减少，特别是 3 月份至 4 月份。需要等待局势恢复正常并且提高安全性，在此之前大量的游客目标前往其他不同的国家。

首先受到影响企业的是企业，旅游业受到直接影响，拉差帕宋受影响的酒店不少于 10 家，大部分都是 5 星级酒店并且主要消费者都是国外游客及商务人士，还包括造成多家餐厅停止营业，还有一些会议都宣布停止。此外各服务地点，包括娱乐场所、水疗中心、纪念品商店等等也因此收到影响。大部分企业的收入都受到了影响：30%是住宿方面的收入，接下来就是 23%的产品销售和 16%的饮食消费收入。此外还有 31%是交通费用和娱乐费用等等。

因为此次政治集会直接受到影响的区域，除了曼谷之外，还包括清迈和其他东北部城市，如果政治集会再次升级，游客将避免前往以上城市，因为这些地方非常的危险。南部和东部的海滩城市因此受益，部分泰国游客也会选择离开曼谷来到这些海滩城市旅行，但是旅游经营者希望此次集会快点结束，不愿意再次扩大，这可能会在全国范围大面积的受影响。

如果这种情况能在佛历 2553 年上半年解决，国外游客市场就能在佛历 2553 年的第 3 季度末获得恢复。泰华研究中心评估在政治集会发生之后进入泰国旅行的国外游客下降至 14,930,000 人次，与集会前相比减少 630,000 人次（集会发生前 15,560,000 人次）但是集会在下半年愈演愈烈或者冲突加剧、导致国家动荡，就很难恢复泰国在国际社会的安全信心，回到佛历 2553 年最后一个季度会造成泰国在旅游旺季失去与同一区域国家的竞争力。评估到佛历 2553 年来泰旅游的国外游客只剩下 14,000,000 人次，与政治集会前相比下降 1,560,000 人次（集会发生前 15,560,000 人次）以上情况没有造成更大的影响扩展、影响到其他省市或者造成机场关闭。

旅游企业在本次事件中受到相当严重的影响，导致国外游客缺乏信心，所以政府必须与私营企业共同合作制定补救措施以最快的速度恢复到原来状态，包括推动国际市场中不同贸易模式的预算，还包括共同合作保证集会区域的企业尽快恢复集会前状态。从此次事件中我们的出以下改进措施：

1. 经济和政治局势密切，为了审时度势并且必须立即调整经营策略以适用当时局面，如根据目前曼谷的政治动荡，这可能为避免曼谷政治动荡的消费者生活方式提供产品销售和提供旅游服务的渠道并且提供各种上门服务，为了激发消费者的兴趣或者是在冰岛火山爆发的情况下，必须关闭管理欧洲航空区域并且大量乘客滞留在素万那普机场，需要悉心照顾以上滞留乘客将一切转危为安，提供更多便利设施和食物、面包、茶、咖啡和免费网络服务，为旅游签证到期的国外游客延长签证等等，这些为滞留游客留下了深刻印象并且希望再次回到泰国旅游。

2. 扩大其他地区的旅游以代替曼谷，这需要被着重关注，尤其是宋干节的来临让很多地方的旅游气氛持续保持，有很多的国外游客参与宋干节的庆祝仪式，特别是在南部苏梅岛、安达曼地区、哈亚和东部海滨城市。政府机构和私营企业应共同合作促进政治动荡之后平稳安全的旅游业，增加泰国旅游的入境收入并且弥补曼谷已下降的旅游收入。

3. 扩大泰国人旅游市场以弥补国外游客市场的缺失，在国外游客市场产生负面影响并且造成游客数量减缓的情况，旅游业经营者必须以国内游客旅游作为重点，因为这是最接近自身的大型市场并且消费水平日益提高，配合让旅游作为均衡生活一部分的策略。

4. 提高可持续旅游意识和创业精神，每一年旅游业产生显著收入，很可能会随着时间而增加，但是与此同时也会造成旅游业的负面影响，如环境、社会和文化威胁等等，寻求途径和适当的措施来管理旅游业，为了防止负面影响并支持必要的可持续发展。

5. 呈现新的旅游形式，目前大部分的游客有意选择社会友好型的旅游模式，所以提供这样的旅游模式以适应相应的旅游行为，这不应该被忽视。

6. 注重提高服务质量，为了增加游客的印象并且增加原有游客的忠诚度继续来到泰国旅游，或者在亲朋戚友前口耳相传。

7. 组织管理，想方设法尽量减少企业损失，减少不必要的成本和控制支出。

8. 寻找商业伙伴，减少工作执行费用，尤其是市场营销方面的费用。可以寻求上下游的合作伙伴或者同一业务的企业经营者，或者内外部旅游业，如信用卡、酒店、机场和旅行社等等，共同合作刺激泰国国内和国外的旅游业。

9. 根据游客行为习惯的改变调整营销渠道，尤其是网络媒体技术和新一代年轻人以计算机网络作为日常生活的生活方式的作用，将其应用于适当的业务以适应消费者快、准、狠的服务需求，还需要侧重自我规划。

政治动荡是造成佛历 2553 年旅游业影响的主要危险因素，如果泰国的政治动荡持续发生并且政治抗议新闻持续发生、政府当局颁发严格措施进行控制，这将进一步加强游客和旅游业经营者密切关注泰国，犹豫是否继续来带泰国旅游，可想而知曼谷的旅游业将受到很大的影响。泰华研究中心对今年的旅游业进行评估发现，如果政治动荡在佛历 2553 年上半年能够被解决并且运营商有更多的时间进行协商或者进行市场营销在 2553 年第三季度可以恢复国外游客的人数，游客人数能够增加 5.5%，低于年初所希望的 10%，但是如果政治动荡愈演愈烈，那就很难恢复泰国在国际社会的安全信心，2553 年的国外游客数量可能从 2552 年负 1.0% 的速度连续两年亏损（假设机场被迫关闭）此外，政治动荡愈演愈烈，今年国外游客的数量都与各部门机构恢复泰国旅游业形象的活动业务相关。如果动荡慢慢的停止，有机会在今年年底吸引扩大国外游客市场，增加国外游客人士并且不低于 2553 年所设定的目标。

二、金泰顺旅运股份有限公司成功的企业策略

不可否认的事实，所有有泰国旅游公司的基本客户是中国游客，陷入或曾陷入“零币旅游团”和“Kick back 旅游团”，然而自己的公司处理得仅仅有条和改变商业旅游周期，使得泰国称为“优质旅游目的地” (Quality Destination)，不仅仅是“便宜旅游目的地” (Cheap Destination)。有些中国游客到现在理解如下：

- 调整产品价格合理符合实际
- 检查工作人员或参加工作导游记录
- 测试新工作人员的语言能力
- 坚持自己的立场不陷入“零币旅游团”和“Kick back 旅游团”，使得合作伙伴双方清楚了解。

策略 (Strategy) 是指“目前使用目标相关重要模式和计划，以及资源分配。公司和市场竞争之间的相互反应和目前的环境因素”

为了企业获得成功，公司采取各种策略应用如下：

- 发展策略统一模式 (Integration Growth Strategy) 是扩大竞争对手业务增长策略或业务生产因素

- 稳定策略(Stability Strategy)企业增长组织水平处于工业发展中等水平的行业中，吸引中等工业和环境变化小，稳定策略可以分为 3 个策略如下
- 抑制策略或谨慎实施(Pause or Proceed with Caution Strategy)企业使用增长策略增长业务之后，可能使得企业缺乏资源或环境发生变化影响企业运营。因此，企业才应该谨慎运营或抑制生长。
- 不变化策略(No Change Strategy)是根据原策略实施没有变化。例如，由于环境影响全球商业企业，使得管理者决定使用该策略。
- 利润策略(Profit Strategy)是企业努力降低成本的企业策略
- 截断策略(Retrenchment Strategy)是企业解决方案不成功或企业进入衰落时期。截断策略可以分为以下 4 个策略。
- 恢复策略(Turnaround Strategy)是努力降低费用和重组企业结构(Reengineering)的解决方案，长期运行有效率。
- 低成本领先策略(Cost Leadership Strategy)是企业市场目标广的竞争策略，凭借公司的能力，使得产品和服务成本比竞争对手的低，能够生存在激烈的竞争环境中有效运行。此外，还可以抑制进入行业新市场进入者。
- 差异化策略(Differentiation Strategy)是具有广泛目标市场的企业竞争策略，通过创造价值创造新的产品或在顾客眼中比竞争对手独特的服务，目的满足客户的需求。例如，质量、品牌产品、服务等等。有着显著的差异，建立客户对产品的忠诚。

第二章 旅行社管理及游客管理的相关理论

第一节 旅行社管理的内容及原则

一、旅行社管理

旅行社管理是旅行社内部的工作过程中进行计划、组织、控制和协调等等的工作。旅行社管理的作用主要体现在两方面：一方面，是降低成本，减少损耗，巩固企业发展成果；另一方面，是树立从严治企，管理科学，机制先进的形象，去换取属于自己的发展机会，增强企业自身的经营实力，使企业在市场竞争中居于有利地位。

要树立管理是一门科学的思想。中国传统的作坊经济强调经验管理，随着生产力的发展，管理已逐渐成为一门科学，从科学的发生、发展看，科学是对事物一般过程的抽象和概括，特别对事物发展的预先见性，追求精确，有理性、规律性和系统性的特点，经济管理与科学管理联系在一起。随着社会经济的发展，管理愈表现出其科学性，科学管理也成为必然。要树立管理是一门艺术的思想。科学不能穷尽对事物的认识，对事物的把握还要依靠艺术，这是管理的更高层次。只有二者结合的管理，才可能既有理性，又有激情和美感。使用科学来管理为基础，有艺术管理的境界，这是管理者应该向往的目标。

二、旅行社管理的特点

由于旅行社行业的特殊性，带来了企业管理上的特殊要求和不同于其他企业管理的难度，旅行社的管理具有以下特点。

(1) 分散性、流动性

旅行社工作人员分散性、流动性大，这是它管理上一个明显的特点。旅行社上岗操作的大部分员工是专职或兼职的导游，他们的工作是分散在外，流动在外，离管理者百里、千里之远，这将带给企业管理者的难度。他们有许多方面的情况和问题，管理者往往难以及时了解、掌握，有的问题甚至难以发现。这是旅行社企业管理与其他企业管理上的一个突出差异。

针对这一特点，旅行社管理首要的是通过建立和完善各项规章制度，把员工的行为和工作按统一要求规范起来，同时通过有关机制，加强对规范、制度、计划、目标等执行情况进行检查、监督。

(2) 大生产、大协作

旅行社可以说是大生产的行业。因为旅游活动的全过程涉及食、住、行、游、购、娱六大要素，要做好各方面的协调工作难度是很大的。旅行社的横向

协作的运作比一部机器的运作复杂得多，某一方面服务欠缺，就会损害消费者利益，达不到优质服务的要求，所以旅行社一定要以“大生产”观念、方式进行操作管理。

旅行社管理特点，首先要有旅行社行政管理部門的正确思想的领导，有力支持，使各系统的迈向部門齐心合作，有同一的服务志向。同时旅行社本身要把公关管理放在重要位置上，用真诚、热情、主动地搞好各单位的协作关系，让旅游服务这部大机器的各个零件成功优化组合，正常运转。当然这也关系到管理者的魄力、智能、领导意识，其中包括尊重、理解各个单位，注重与横向单位的利益互补等。

(3) 知识广博、水平高

旅行社业务的知识含量很高。一方面，它是旅游咨询机构，为旅游者提供旅游决策以及各种旅游信息。同时，导游也是旅游目的地文化的传播使，他们必须具备不凡的知识，才能满足旅游者好知的愿望。因此，旅行社要在管理上重视人员的栽培、引进和选拔，这是针对旅行社多知识、高水平的特点所采取的一项必要措施。

(4) 严要求、严自律

旅行社对员工的严格要求、严以自律这是必须执行的行为。由于旅行社直接接触消费者，导游人员与旅游者相处时间长，社会上各种不良现象、歪风邪气比较容易侵蚀本行业。因此不严格要求员工，不严格自律，就容易发生各种问题。这不仅给企业形象带来坏的影响，还会给消费者造成损害。所以，旅行社应该对员工的行为规范进行严格要求，在员工综合素质中特别要强调道德品质的提高。要在思想教育、组织监督、管理手段上坚持不懈地全力加强管理。

三、旅行社管理的内容

为了实现旅行社管理的任务，企业管理内容主要包括四个方面，即生产经营管理、人事行政管理、思想政治工作和组织领导。

1. 生产经营管理

它是指旅行社从进行市场调查和预测开始，到进行经营决策、产品的设计、销售和服务等生产经营全过程的管理。这些是最主要企业管理组成的部分。具体如下：

1.1 经营计划管理；

企业将各项经营活动都统一纳入计划进行管理。企业计划管理的内容包括：根据有关指令和信息组织以及人员编制的各种计划；协助和促进执行单位计划的任务，组织实施，且保计划的完成；利用各种生产统计结果和其他方法（例如：经济活动所分析信息、专题调查等资料）检查计划的执行情况，并对计划情况进行考核，根据此评定生产经营的成果；如在计划运行过程中情况发生变化时，将及时对原来的计划进行调整，使计划仍然具有指导以及组织生产经营活动的

作用。企业通过对计划的拟订、运用、检查、调整的全过程，便能使已有的资源发挥最大的效率，有效地协调企业内外以及各方面的生产经营活动，提高企业经济效益。

1.2 生产管理；

生产管理是有计划、组织、控制、监督调节的生产活动。以最少的资源，获得最大的成果。这是在企业生产系统的设置和运作的各项管理工作的总称。还可以称生产控制。必须学习管理和掌握一些基本的技术和方法，才能灵活的运用这些方法和技术来达到管理的目的。现在我们所缺的，是管理的基本方法和技术，包括如何去接受上级的指令，如何像上司提出建议，如何给下属分配任务，如何与其它部门进行有效的沟通，如何授权，如何了解员工的心态，并有效地引发他们，如何通过自己的行为去影响下属，如何有效利用时间来摆脱工作中的繁忙状态等等。很多事情不是因为我们不明白，而是因为我们不知道该如何去做？原因是一习惯，二是能力，其实企业的管理员，知道的太多了，什么新概念新理论他们都知道，但他们就是做不到。

管理中最核心的问题是对人的激励问题，激励不是操控，不是牵制，而是对人的需要的满足，是通过满足需要对人的行为的引导和对人的积极性的调动。人的需要就是人的本性，了解和适应人性的特点，是有效性激励的保证。人的心理和行为具有共同点。想赢得员工的真心，必须设身处地，将心比心，人是千差万别又不断的变化的，对刘二适用的激励方法，不见得对李四就有效，所以，必须有区别有借鉴的意义和作用，又因为人的差异性，照搬理论和模仿别人不可有效激励员工的。

2. 销售管理；

什么是销售管理？在想了解销售管理前我们必须知道什么是营销管理，并将其与销售管理作出明晰的区分。

在科特勒的《营销管理》一书中对营销管理定义如下：营销管理是为了实现各种组织的目标，创造、建立和保持与目标市场之间的有效益交换和接洽而设计的方案的分析、计划、执行和控制。根据以上的营销管理的定义，我们能看出营销管理是企业管理中非常重要的工作环节。市场营销工作必须与企业的产品开发、生产、销售、财务等工作环节互相协调。如此一来，企业的整体经营目标才能够得以达成，企业的总体经营策略才能够得以有效的彻底落实。而且营销管理工作是在企业的经营目标，经营计划的总体战略之下，根据对经营环境的分析结果，对市场进行细分，选定希望进入的目标市场，然后根据此而制定市场营销计划和营销组合，并且推动计划的落实实行和对执行计划的过程进行监控、评估、检讨和修订。

而什么是销售管理呢？销售管理在市场营销管理中又处于什么位置呢？对于销售管理，美国印第安纳大学的达林普教授定义如下：销售管理是计划、执行及控制企业的销售活动，来达到各企业的销售目标。如此可知道，销售管理是由市场营销计划的制定开始，销售管理工作是市场营销战略计划中的一个组

成部分，他的目的是执行企业的市场营销战略计划，其工作的重点是制定和执行企业的销售策略，对销售活动进行管理。

3. 质量管理；

关于“质量管理(Quality Management, QM)”这一术语的含义有着不尽一致的表述:ISO9000“质量管理和质量保证”标准规定：“质量管理是指全部管理职能的一个方面。该管理职能负责质量方针的制订与实施。”ISO8402“质量管理和质量保证术语”标准中，将质量管理的含义进行了扩展，规定：“质量管理是指确定质量方针、目标和职责，并通过质量体系中的质量策划、质量控制、质量保证和质量改进来使其实现的所有管理职能的全部活动。”并说明质量管理是各级管理者的职责，但必须由最高领导者来推动，实施中涉及到单位的所有成员。在质量管理活动中，必须考虑经济因素。

由此，我们可以通俗地理解为：质量管理是指为了实现质量目标，而进行的所有管理性质的活动。

4. 技术管理；

技术通常是指根据生产实施潜能的经验和自然科学原理总结发展起来的各种工艺操作方法与技能。现代企业技术管理就是依据科学技术工作规律，对企业的科学研究和全部技术活动进行的计划、协调、控制和激励等方面的管理工作。

企业技术管理是整个企业管理系统的一个子系统之一，是对企业的技术开发、产品开发、技术改造、技术合作以及技术转让等进行计划、组织、指挥、协调和控制等一系列管理活动的总名称。企业技术管理的目的，是按照科学技术的规律性，来建立科学的工作程序，是具有计划地、合理地利用企业技术力量和资源，把新的科技成果用最快速度地转化为现实的生产力，来实现企业技术进步和经济效益。

企业技术管理系统的建立，是根据技术管理的基本理论，以推动发展企业技术进步为目的，对企业的技术开发、产品开发、技术改造、技术合作和技术转让等工作进行分析和评价，提出改善方案并指导实施的一种智力服务活动。通过技术管理系统的建立，能够对技术管理的成效进行评价，帮助企业分析技术管理不够完善的原因，制定改进措施，提高企业技术管理水平，促进企业进步，增强企业的竞争能力。

5. 设备管理；

企业设备管理的基本任务是:通过经济、技术、组织措施，一步一步做到对企业主要生产设备的设计、制造、购置、安装、使用、维修、改造，一直到报废、更新全过程来进行管理，以获得设备寿命周期费用最经济、设备综合生产能力最高的理想目标。

6. 劳动工资管理；

工资是企业按劳动制度的规定支付给职工的劳动报酬，包括基本工资、奖金及各种津贴。工资核算与管理正确与否关系到企业每一个职工的利益，对于调动每一个职工的工作积极性、正确处理企业与公司职员之间的经济关系具

有重要意义。此外，工资是企业生产过程中活性劳动的耗损费，是组成产品成本的重要的要素，非常正确核算和管理工资是有效控制成本中的人工费用，降低产品成本的前提。

工资管理系统的主要任务是经过工资费用的计算和分配，为成本考核计算与账务处理提供依据，并且根据工资制度和职工劳动数量与质量，计算并发放应该支付给职工的工资。工资考核计算是工资管理的重要内容。工资考核计算包括工资结算与工资分配两个方面。工资结算是指应付工资、代扣款项和实发工资的计算；工资分配是指按部门、类别进行工资汇总，并且按工资的用途对工资进行分配。

7. 财务管理(Financial Management)；

在整体的目标下,关于资产的购买来投资,资本的融通(筹资)和经营中现金流量(营运资金),以及利润分配的管理。西方财务学主要由三大领域构成,即公司财务(Corporation Finance)、投资学(Investments)和宏观财务(Macro finance)。其中,公司财务在我国常被译为“公司理财学”或“企业财务管理”。主要内容包括:人事行政管理,旅行社的人事行政管理主要包括:录取新员工考核、领导及干部人员的选拔配备、人事档案、员工的技术培训活动、保卫工作以及员工全体福利事业的管理等。思想政治工作,旅行社工作人员思想政治工作是调动职工积极性和创造性,全面完成各项任务的重要保证。其主要内容包括系统的社会主义思想体系教育和日常生活的思想政治教育两方面。组织领导,重要内容有:正确彻底实现执行企业的领导制度;建立科学的企业组织机构体系;领导班子建设;企业规章制度建设等。正确的组织领导是调动员工积极性,全面实现企业经营目标的组织保证。

旅行社管理是一项系统工程,它既有各项专业管理,又有综合性的管理。通过综合性管理把各项管理工作协调起来,组织起来,充分调动企业各部门、各单位、全体员工的积极性。属于综合性管理的内容包括:

(1)全面计划管理通过计划把旅行社各部门、各项工作协调起来。

(2)全面质量管理旅游服务质量是旅行社竞争力的核心。保证和提高旅游服务质量涉及企业的所有部门和全体员工。实行全面质量管理要求以优良的工作质量来保证服务质量。

(3)全面经济核算旅行社的生产过程,既是旅游产品的制造过程,同时又是人、财、物消耗的过程,为了保证旅行社生产经营过程的经济效益,客观上要求对企业的全部生产经营领域和过程、全部管理部门和生产经营环节由全体员工进行严格的经济核算,以保证企业经营目标的实现。

四、旅游管理的原则

旅行社作为旅游主体和旅游客体之间的媒介,怎样保证消费者旅游价值的全面实现,关键是管理功能的发挥、管理原则的贯彻,这些都集中寄托在管理者身上。

1. 以同等劳动取得最大经济效益和社会效益的原则

旅行社作为自负盈亏的经济实体，必须在招徕、接待过程中以最少的劳动消耗实现最好的经济、社会效益。要用科学的计算方法，使成本最低，相对于旅游所选定的档次标准，达到服务质量最优、消耗最低的原则。

2. 服从国家宏观调控下市场导向的原则

国家对旅游业的宏观调控主要表现在全国旅游发展规划上。旅行社制定自己的计划时，要不违背客观变化，按市场的需要开展相应的业务。业务开展的广度和深度取决于市场变化的趋势和变化的幅度，以及市场竞争的强度。

3. 总经理负责制和民主管理相结合的原则

经理负责制即厂长负责制。就旅行社企业的特点来说，需要实行一长负责制的管理原则，同时应和企业民主管理结合起来，体现社会主义企业职工是企业主人翁的地位。

此外，诸如国家政策指导下的企业自主经营原则、统一指挥与分级管理相结合原则、重视服务质量与讲究经济效益相结合原则、管理现代化观念与设施现代化相结合原则等，都是旅行社企业管理中所应坚持的原则。

第二节 旅行社管理职能

管理职能是指管理系统所具有的功能和职责。人们对管理职能的认识经历了漫长的历史过程。目前，人们对管理职能的认识已经基本一致，认为管理具有四个基本职能，即计划、组织、领导、控制。下面我们从上述四大职能方面，对旅行社管理职能进行分析。

一、计划职能

计划职能是指管理者对将要实现的目标和应采取的行动方案作出选择及具体安排的活动过程，简言之，就是预测未来并制定行动方案。其主要内容涉及到：

分析内外环境确定组织目标、制定组织发展战略、提出实现既定目标和战略的策略与作业计划、规定组织的决策程序等。任何组织的管理活动都是从计划职能开始，因此，计划职能是管理的首要职能。

旅行社的计划管理职能，从横向来说是制定和管理各种业务性的计划，诸如生产销售计划、财务预算计划、人员培训计划、接待服务计划、对外招徕计划、质量监督计划，以及其他各种专题、专项计划等等。从纵向来看，计划管理的职能有两个方面，一是组织结构上的纵向计划管理，本社既有总体计划，又有各部、各科、乃至分解到小组、岗位的计划，都是管理者职能；二是时间阶段性的纵向计划管理，从年度、季度到月度的计划管理，直到运筹谋划的长远战略性目标规划等。横向、纵向的计划管理在内容上是有所交叉的。这一切计划都是旅行社计划管理的总体职能范围。

二、组织职能

组织职能是指管理者根据既定目标，对组织中的各种要素及人们之间的相互关系进行合理安排的过程，简言之，就是建立组织的物质结构和社会结构。其主要内容包括：设计组织结构、建立管理体制、分配权利、明确责任、配置资源、构建有效的信息沟通网络等。

旅行社的组织职能是为实现企业目标，合理配置和使用企业资源，对企业经营、服务活动做好合理的分工、协调，处理员工在劳动中的相互关系而进行的各种管理活动。旅行社把交通、住宿、餐饮、景点等单项服务组合成为一项整体旅游产品的组合设计过程、销售过程、售后服务等。

三、领导职能

领导职能是指管理者为了实现组织目标而对被管理者施加影响的过程。管理者在执行领导职能时，一方面要调动组织成员的潜能，使之在实现组织目标中发挥应有作用；另一方面要促进组织成员之间的团结协作，使组织中的所有活动和努力统一和谐。其具体途径包括：激励下属、对他们的活动进行指导、选择最有效的沟通渠道，解决组织成员之间以及与其它组织之间的冲突等。

旅行社经理通过会议、现场、文件、合同、任务书、口头布置等各种形式，发布指示、命令和提出各项工作要求等进行有效管理。领导职能是完成计划目标各项任务的根本手段，可以说包含企业的一切，从决策、计划、用人、分配、授权，以及改革、创新等，这些都应该体现出主要管理者的意图，亦即领导意图。

四、控制职能

在执行计划的过程中，由于环境的变化及其影响，可能导致人们的活动或行为与组织的要求或期望不一致，出现偏差。为了保证组织工作能够按照既定的计划进行，管理者必须对组织绩效进行监控，并将实际工作绩效与预先设定的标准进行比较。如果出现了超出一定限度的偏差，则需及时采取纠正措施，以保证组织工作在正确的轨道上运行，确保组织目标的实现。管理者运用实现确定的标准，衡量实际工作绩效，寻找偏差及其产生的原因，并采取措施予以纠正的过程，就是执行管理的控制职能的过程。简言之，控制就是保证组织的一切活动符合预先制定的计划。

旅行社销售自己的产品后，要保证旅游者顺利完成旅游计划，就一定要发挥组织协调的作用，保证各个部门协调一致地为游客服务，为实现旅行社的预定目标而努力。协调工作有一定的难度，特别是各部门都要从自己的经济责任、经济利益出发，协调工作显得更为重要。管理者在协调中既要发扬民主的精神，更要发挥权威的作用，把协调工作做好，保证整体利益。

第三节 旅行社管理的对象——游客管理

一、旅行社管理的对象

管理的客体也可称为管理工作的对象，在旅行社管理中最主要的是人、财、物、时间、信息。

1. 人财

人是企业管理的基本元素，企业管理要以人为本，人是企业管理的核心，是管理中最重要因素，人决定着企业的成功与失败。因此，企业管理中能否用好人、管好人，如何用好人、管好人，是企业管理者首先必须解决的头等大事。

财是旅行社企业的财，包括多方面，但主要的是指资金，包括固定资金、流动资金。管理人员必须以最有效的方式对本企业、本部门的预算资金加以利用。

2. 物

旅行社物的管理与工、商等企业有所不同，旅行社是非生产性的服务企业，但是它也有建筑、车辆、电脑等企业设施、设备以及各种低值易耗品等物的管理。这些物品的管理对保证旅行社的正常运转是不可缺少的。

3. 时间

它是重要的管理资源。旅行社对时间这个要素的管理，不仅指服务、操作过程中的效率，如：游客的愿望、需求应该不失时机地及时了解掌握，在旅游产品上及时适应消费者的需求，还包括决策、机遇等方面要关注时间这个因素。

4. 信息

旅行社信息是指经过收集、整理、运用或储存，可供经营、决策参考的材料。在当今信息时代，大量最新、最准确及时的信息能为企业决策的准确、市场营销的成功发挥巨大作用。对信息的及时掌握和利用，就可取得先机。

二、游客管理

游客管理是指旅游管理部门或机构通过运用科技、教育、经济、行政、法律等各种手段组织和管理游客的行为过程。通过对游客容量、行为、体验、安全等的调控和管理来强化旅游资源和环境的吸引力，提高游客体验质量，实现旅游资源的永续利用和旅游目的地经济效益的最大化。

第四节 游客管理的重要性

旅游业包括国际旅游和国内旅游两个部分。两者由于接待对象不同而有所区别，但其性质和作用基本是一致的。经济发达国家的旅游业，一般是从国内旅游业开始，逐步向国际旅游业发展。一些发展中国家，由于经济落后，经济建设需要外汇，大多是从国际旅游业开始发展的。国内旅游业和国际旅游业是密切相联的统一体，统筹规划、合理安排，能够互相促进、互相补充、共同发展。

旅游业能够满足人们日益增长的物质和文化的需要。通过旅游使人们在体力上和精神上得到休息，改善健康情况，开阔眼界，增长知识，推动社会生产的发展。旅游业的发展以整个国民经济发展水平为基础并受其制约，同时又直接、间接地促进国民经济有关部门的发展，如推动商业、饮食服务业、旅馆业、民航、铁路、公路、邮电、日用轻工业、工艺美术业、园林等的发展，并促使这些部门不断改进和完善各种设施、增加服务项目，提高服务质量。随着社会的发展，旅游业日益显示它在国民经济中的重要地位。

第三章 改善金泰順旅运股份有限公司中国游客管理的措施

第一节 金泰順旅运股份有限公司的机遇与挑战

表 4-1 金泰順旅运股份有限公司的中国游客样本人群基本信息统计
(N=88)

游客基本情况	数量	百分比
7. 性别		
男	48	54.5
女	40	45.5
8. 年龄		
20 岁以下	-	-
21 - 35 岁	22	25.0
36 - 45 岁	18	20.5
46 - 55 岁	19	21.6
56 岁以上	29	33.0
9. 职业		
学生	14	15.9
公务员	2	2.3
工人	33	37.5
商人	10	11.4
退休人员	29	33.0
其他	-	-
10. 以前有没有来过泰国		
没有	63	71.6
有	25	28.4
11. 您什么时候出国旅游		
周末	9	10.2
寒暑假	16	18.2
年节	28	31.8
不确定要看有没有各个节日	11	12.5
	24	27.3
共计	88	100.0

统计分析可得共 88 名受访中国游客，其中男性 48 名，占 54.5%；女性 40 名，占 45.5%。大部分年龄为 56 岁以上，共 29 名，占 33%；年龄在 21-35 岁之间 22 名，占 25%；年龄在 46-55 岁之间 19 名，占 21.6%；年龄在 36-45 岁之间 18 名，占 20.5%。从事的职业中公司员工/雇员 33 名，占 37.5%；退休人员 29 名，占 33%；学生/大学生 14 名，占 15.9%；买卖/自营生意 10 名，占 11.4%；公务员 2 名，占 2.3%。没来过泰国的 63 名，占 71.6%；来过泰国的 25 名，占 28.4%。大部分受访者都选择在节假日赴泰国旅游，共 28 名，占 31.8%；休年假来泰国旅游的有 24 名，占 27.3%，寒暑假来旅游的有 16 名，占 18.2%；选择在方便时出游的有 11 名，占 12.5%；而选择在周末出游的有 9 人，占 10.2%。

表 4-2 金泰顺旅运股份有限公司的中国游客服务问卷信息统计

您的满意程度	很好	比较好	还可以	差	很差	平均 (S. D.)
1. 导游的语言						
1.1 各个旅游景点的简介专有名词	-	24 (9.1)	56 (63.6)	8 (9.1)	-	3.18 (.578)
1.2 于旅客对话的技巧	-	57 (64.8)	23 (26.1)	8 (9.1)	-	3.56 (.658)
1.3 讲解与对话的稳法制技巧	-	42 (47.7)	46 (52.3)	-	-	3.48 (.502)
1.4 标准发音	-	18 (20.5)	53 (60.2)	17 (19.3)	-	3.01 (.634)
1.5 对话后解说的间隔句号	-	42 (47.7)	30 (34.1)	16 (18.2)	-	3.30 (.761)
2. 导游的服务态度						
2.1 很有礼貌	-	44 (50.0)	44 (50.0)	-	-	3.50 (.503)
2.2 用心服务	-	40 (45.5)	48 (54.5)	-	-	3.45 (.501)
3. 司机及车辆状况						
3.1 司机的礼貌	26 (29.5)	18 (20.5)	44 (50.0)	-	-	3.80 (.873)
3.2 司机有无遵守交通规则	18 (20.5)	52 (59.1)	9 (10.2)	9 (10.2)	-	3.90 (.845)
4. 食物						
4.1 食物口味(好吃)	-	44	44	-	-	3.50

		(50.0)	(50.0)			(.503)
4.2 清洁与卫生方面	-	40 (45.5)	48 (54.5)	-	-	3.45 (.501)
5. 旅游行程模式						
5.1 有兴趣的旅游行程	-	42 (47.7)	30 (34.1)	16 (18.2)	-	3.30 (.761)
5.2 多样化的旅游行程	-	44 (50.0)	44 (50.0)	-	-	3.50 (.503)
5.3 酒店的舒适及安全	-	40 (45.5)	48 (54.5)	-	-	3.45 (.501)
5.4 酒店的整洁	26 (29.5)	18 (20.5)	44 (50.0)	-	-	3.80 (.873)
6. 价格方面						
6.1 品质及价格合理	-	44 (50.0)	44 (50.0)	-	-	3.50 (.503)
6.2 与自助旅行的价格相比	-	40 (45.5)	48 (54.5)	-	-	3.45 (.501)

表 4-3 金泰顺旅运股份有限公司导游语言的中国游客满意的信息统计（性别）

导游的语言	性别		t-Value	Sig.	分析结果
	男	女			
1.1 各个旅游景点的简介专有名词	3.17 .559	3.20 .608	.653	.421	同样
1.2 于旅客对话的技巧	3.65 .526	3.45 .783	11.963	.001	不同
1.3 讲解与对话的稳法制技巧	3.60 .494	3.33 .474	1.866	.176	同样
1.4 标准发音	3.13 .640	2.88 .607	.164	.686	同样
1.5 对话后解说的间隔句号	3.44 .681	3.17 .822	1.432	.235	同样

从调查结果中发现男性受访者最注重的是导游的语言表达和对话能力。从 T-value 值和 Sig. 值的比较得出显著性为 0.05，表明男性受访者和女性受访者对导游的语言表达和对话能力的注重程度有差异，其中男性受访者对上述方面的注重程度高于女性受访者。

表 4-4 金泰順旅运股份有限公司导游语言的中国游客满意的信息统计（年龄）

导游的语言	F-Value	Sig.	分析结果
1.1 各个旅游景点的简介专有名词	.100	.960	不同
1.2 于旅客对话的技巧	.270	.847	不同
1.3 讲解与对话的稳法制技巧	1.142	.337	不同
1.4 标准发音	1.386	.253	不同
1.5 对话后解说的间隔句号	.263	.852	不同

从 F-value 值和 Sig. 值的比较得出显著性为 0.05，表明受访者对导游的语言表达和对话能力的注重程度和年龄差异无关。

表 4-5 金泰順旅运股份有限公司导游语言的中国游客满意的信息统计（职业）

导游的语言	F-Value	Sig.	分析结果
1.1 各个旅游景点的简介专有名词	.365	.833	不同
1.2 于旅客对话的技巧	.429	.787	不同
1.3 讲解与对话的稳法制技巧	.607	.659	不同
1.4 标准发音	.809	.523	不同
1.5 对话后解说的间隔句号	.407	.803	不同

从 F-value 值和 Sig. 值的比较得出显著性为 0.05，表明受访者对导游的语言表达和对话能力的注重程度和年龄差异无关。

第二节 相应对策

根据调查数据研究发现，中国游客比较注重语言能力水平，而作为个案研究公司本身也意识到这一点，同时不断地向员工灌输中文的重要性，使公司的内部管理和运作顺畅，游客对公司的服务极为满意并且愿意继续使用我们的服务，同时客户数量也不断增加。

但旅行社良好的管理制度也无法解决由于外部因素造成的其他问题，例如全球经济问题、国内政局问题和其他问题，这些问题有时必须借助政府的力量才能解决。

针对遇到的各种问题，不论是零团费问题，还是导游威胁外国游客问题，公司出台了如下政策解决问题。

1. 制定各类备选旅游项目，必须要有明确的报价单和费用明细。
2. 每一个旅游项目的负责导游必须具有导游资格证和经过专业培训。
3. 每一个旅游项目的负责导游必须对景点和历史有一定的了解和具备良好的中文沟通能力。

结 论

从调查结果中发现男性受访者最注重的是导游的语言表达和对话能力，表明男性受访者和女性受访者对导游的语言表达和对话能力的注重程度有差异，其中男性受访者对上述方面的注重程度高于女性受访者。

根据调查数据研究发现，中国游客比较注重语言能力水平，而作为个案研究公司本身也意识到这一点，同时不断地向员工灌输中文的重要性，使公司的内部管理和运作顺畅，游客对公司的服务极为满意并且愿意继续使用我们的服务，同时客户数量也不断增加。但旅行社良好的管理制度也无法解决由于外部因素造成的其他问题，例如全球经济问题、国内政局问题和其他问题，这些问题有时必须借助政府的力量才能解决。针对遇到的各种问题，不论是零团费问题，还是导游威胁外国游客问题，公司出台了如下政策解决问题。金泰顺旅运股份有限公司汉语服务的 SWOT 分析，公司成功管理中国游客客户和企业内部客户，使得中国游客数量不断增加，原因是公司 90%以上的工作人员听、说、读和写汉字良好。由于公司是以中型公司为例，正式员工不多，公司大部分的导游是临时员工，临时就业，使得有时导游不足，尤其是长假连续期间或 Hi Season 期间。由于泰国进入东盟经济共同体（ASEAN Economic Community: AEC）佛历 2558 年年底旅游方面服务自由化，使得许多东南亚国家警觉和调整加速策略，支持东盟成员聚集在市场或同一生产基底。泰国仍是许多中国人的一个旅游目的地，使得扩大业务，增加市场和交易。

全球经济减缓，目前的经济问题对旅游业产生负面影响，由于经济产生问题，使得消费者消费更少，包括减少一些不必要的开支，使得对旅行社有影响，改变了中国游客旅游新模式和竞争对手增加。不可否认的事实，所有有泰国旅游公司的基本客户是中国游客，陷入或曾陷入“零币旅游团”和“Kick back 旅游团”，然而自己的公司处理得仅仅有条和改变商业旅游周期，使得泰国称为“优质旅游目的地”（Quality Destination），不仅仅是“便宜旅游目的地”（Cheap Destination）。有些中国游客到现在理解如下：调整产品价格合理符合实际，检查工作人员或参加工作导游记录，测试新工作人员的语言能力，坚持自己的立场不陷入“零币旅游团”和“Kick back 旅游团”，使得合作伙伴双方清楚了解。

策略（Strategy）是指“目前使用目标相关重要模式和计划，以及资源分配。公司和市场竞争之间的相互反应和目前的环境因素”为了企业获得成功。旅游业包括国际旅游和国内旅游两个部分。两者由于接待对象不同而有所区别，但其性质和作用和基本一致的。经济发达国家的旅游业，一般是从国内旅游业开始，逐步向国际旅游业发展。一些发展中国家，由于经济落后，经济建设需要外汇，大多是从国际旅游业开始发展的。国内旅游业和国际旅游业是密切相联

的统一体，统筹规划、合理安排，能够互相促进、互相补充、共同发展。

旅游业能够满足人们日益增长的物质和文化的需要。通过旅游使人们在体力上和精神上得到休息,改善健康情况,开阔眼界,增长知识,推动社会生产的发展。旅游业的发展以整个国民经济发展水平为基础并受其制约,同时又直接、间接地促进国民经济有关部门的发展,如推动商业、饮食服务业、旅馆业、民航、铁路、公路、邮电、日用轻工业、工艺美术业、园林等的发展,并促使这些部门不断改进和完善各种设施、增加服务项目,提高服务质量。随着社会的发展,旅游业日益显示它在国民经济中的重要地位。

根据调查数据研究发现,中国游客比较注重语言能力水平,而作为个案研究公司本身也意识到这一点,同时不断地向员工灌输中文的重要性,使公司的内部管理和运作顺畅,游客对公司的服务极为满意并且愿意继续使用我们的服务,同时客户数量也不断增加。但旅行社良好的管理制度也无法解决由于外部因素造成的其他问题,例如全球经济问题、国内政局问题和其他问题,这些问题有时必须借助政府的力量才能解决。

参考文献

中文资料

- [1]王永强.旅行社经营管理.对外经济贸易大学出版社,2008.4
- [2]李萌等.游客不文明旅游行为初探[J].北京第二外国语学院学报,2002(1)
马勇,李玺.旅游景区管理[M].中国旅游出版社,2006
- [3]刘亚峰,焦黎.旅游景区游客管理探讨[J].新疆师范大学学报
(自然科学版),2006,25(3)
- [4]刘晓杰.旅行社经营与管理.化学工业出版社,2007.7
- [5]何方永.城市游客管理研究.四川大学硕士学位论文,2005
- [6]吴必虎.区域旅游规划原理[M].中国旅游出版社,2001 李毅.自然保护区生态旅游的管理对策[J].生态经济,2002(12)
- [7]张建萍.生态旅游理论与实践[M].中国旅游出版社,2003
- [8]姜玉霞.旅行社经营与管理.对外经济贸易大学出版社,2006年7月
- [9]袁南果,杨锐.国家公园现行游客管理模式的比较研究[J].中国园林,2005(7)
- [10]曹霞,吴承照.国外旅游目的地游客管理研究进展[J].北京第二外国语学院学报,2006(1)
- [11]程遂营,刘荣.旅行社经营管理.郑州大学出版社,2002年08月第1版
- [12]潘宝明.旅行社管理概论.华中师范大学出版社,2006.4

英文资料

- [1]Compton L,1979 "Motivations of pleasure vacation". Annals of Tourism Research, 6: 408-424
- [2]Klenosky D.,2002. "The pull of Tourism destinations : a means-end investigation" . Journal of Travel Research, 40:385-395
- [3]Uysal , M and Hgan , LA.R.(1993) "Motivation of pleasure travel and tourism".In Kham , MA ., Olsen , MD . and Turgut , V .(eds) Encyclopedia of Hospitality and Tourism. Van Nostrand Reinhold, New York, pp.798-821

泰文资料

- [1] กรุณา บุญมาเรือง. (2546) ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [2] กัลยกร ศุภธราธาร. (2548) การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- [3] พิศมัย จัตุรัตน์. (2546) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

网络资料

- [1] https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/ArticleAndResearch/FAQ/FAQ_89.pdf, 2014-06-19
- [2] http://www.cssn.cn/jjx/xk/jjx_yyjxx/csqyhjjx/201312/t20131219_915725.shtml, 2016-05-30
- [3] http://www.cssn.cn/jjx/xk/jjx_yyjxx/csqyhjjx/201312/t20131219_915725.shtml, 2016-05-30
- [4] <http://www.chinadaily.com.cn/interface/toutiao/1138561/2015-07-12> , 2015-07-12
- [5] http://finance.ifeng.com/9/20150718/13848277_0.shtml , 2015-07-18

附录

一、金泰顺旅运股份有限公司服务满意度问卷调查

亲爱的游客：

本问卷调查用于《泰国旅行社的中国游客管理研究：以金泰顺旅运股份有限公司为案例》的硕士论文课题，目的是为了分析研究泰国旅行社的中国游客管理的情况，感谢您的合作！

第一部分：游客基本情况调查

1. 您的性别
男 女
2. 您的年龄
20岁以下 21-35岁 36-45岁
46-55岁 55岁以上
3. 您的职业
学生 公务员 工人
商人 退休人员 其他.....
4. 您以前有没有来过泰国
没有
有
1次 2次
3次 3次以上
5. 为什么您选来泰国旅游（您可以选择多个项目）
价格合理
旅途平安
有吸引力的旅游行程
朋友或家庭
看广告 或咨询柜台
6. 您什么时候出国旅游
周末 寒暑假 不确定要看有没有
年节 各个节日

第二部分：对金泰顺旅运股份有限公司服务的满意度问卷调查

您的满意程度	很好	比较好	还可以	差	很差
导游					
导游的语言					
各个旅游景点的简介专有名词					
于旅客对话的技巧					
讲解与对话的稳法制技巧					
标准发音					
对话后解说的间隔句号					
导游的服务态度					
很有礼貌					
用心服务					
司机及车辆状况					
司机的礼貌					
司机有无遵守交通规则					
食物					
食物口味(好吃)					
清洁与卫生方面					
旅游行程模式					
有兴趣的旅游行程					
多样化的旅游行程					
酒店的舒适及安全					
酒店的整洁					
价格方面					
品质及价格合理					
与自助旅行的价格相比					

您对加强公司服务的建议

.....

.....

.....

二、金泰順旅运股份有限公司人员情况调查

1.您的性别:

男

女

2.您的年龄:

21 – 30 岁

31 – 40 岁

41 – 50 岁

51 – 60 岁

61 岁以上

3.您的文化程度:

初中高中

中专

大专

本科

硕士

博士

4.您做什么部门 :

经理

财务部

Operation

导游

5.您有没有学过汉语:

没有

自学

跟亲戚朋友学习

在学校学习过

6.您有没有参加汉语水平考试:

没有

有 (几级?)级

7.您的汉语水平

	很好	好	还可以	差	很差
口语					
听力					
阅读					
写					

8.您觉得在本公司汉语应用是否重要?

不重要

一般

比较重要

非常重要

9.您认为在本公司汉语最重要的是:

听

说

读

写

10.您对提高汉语水平有什么建议?

.....

.....

.....

致谢

本论文是在李严锋老师的悉心指导之下完成的。导师渊博的专业知识在写作过程中，导师给予我各种有用的指导和建议，并帮助我解决写作中的各种问题，严谨的治学态度，精益求精的工作作风，诲人不倦的高尚师德，朴实无华、平易近人的人格魅力对我影响深远。导师不仅教我学会看书，而且教我做人，虽历时三载，却赋予我终生受益无穷之道。

同时感谢金泰顺旅运有限公司总经理韦松波先生给予我论文写作上的指导和帮助，此外感谢金泰顺旅运有限公司和畜牧厅的同事好友给予我的鼓励和帮助。

最后，在此感谢父母和家人给我学习的机会，并帮助和鼓励我完成学业。

林天梦

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล นางสาวชุตินา พุรัตนะ (林天梦)
วัน เดือน ปีเกิด 17 กันยายน 2525
ที่อยู่ปัจจุบัน 82/174 หมู่ที่ 8 ตำบลท่าโพธิ์ อำเภอเมือง
จังหวัดพิษณุโลก 65000

ประวัติการศึกษา
พ.ศ. 2547 - 2551 คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
ศิลปศาสตร (ภาษาจีน)

ประวัติการทำงาน
พ.ศ. 2551 - 2552 ล่ามภาษาจีน แผนกซ่อมบำรุง
บริษัท Maxxis International(Thailand) Co., Ltd.
พ.ศ. 2553 - 2555 Tour Operation (China)
บริษัท Golden Live Travel Co., Ltd.
พ.ศ. 2555 - 2556 Tour Operation (Taiwan)
บริษัท Paramount Intertransport Co., Ltd
พ.ศ. 2556 - 2557 Tour Operation (Inbound)
บริษัท Leading Thai Star Tour Co., Ltd
พ.ศ. 2557 - ปัจจุบัน มัคคุเทศก์อิสระ

学位论文独创性声明

本人声明兹呈交的学位论文是本人在导师指导下完成的研究成果。论文写作中不包含其他人已经发表或撰写过的研究内容，如参考他人或集体的科研成果，均在论文中以明确的方式说明。本人依法享有和承担由此论文所产生的权利和责任。

论文作者签名： 签名日期：

学位论文版权使用授权声明

本人同意授权华侨大学有权保留并向国家机关或机构送交学位论文的复印件和电子版，允许学位论文被查阅和借阅。本人授权华侨大学可以将本学位论文的全部内容或部分内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存和汇编本学位论文。

论文作者签名： 指导教师签名：

签名日期： 签名日期：