



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

การศึกษาการใช้ภาษาจีนในธุรกิจสปาไทย : กรณีศึกษา  
เฮลท์แลนด์ สปาแอนด์มาสซาจ

THE STUDY OF CHINESE LANGUAGE USING IN SPA BUSINESS  
IN THAILAND : A CASE STUDY OF HEALTH LAND  
SPA AND MASSAGE

泰国水疗企业汉语应用研究—  
以 Health Land 水疗与按摩为例

ไพลิน จรัสวัฒนาวรรณ  
(吴淑安)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

พ.ศ. 2560

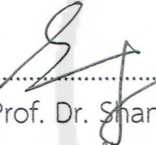
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

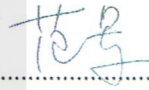
การศึกษาการใช้ภาษาจีนในธุรกิจสปาไทย กรณีศึกษา เฮลท์แลนด์ สปาแอนด์มาสซาซ  
A STUDY OF CHINESE LANGUAGE USAGE IN SPA BUSINESS IN THAILAND  
: A CASE STUDY OF HEALTH LAND SPA AND MASSAGE

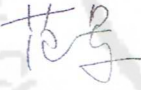
泰国水疗企业汉语应用研究—  
以 Health Land 水疗与按摩为例


ไพลิน จรัสวัฒนาวรรณ (吴淑安)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ตรวจสอบและอนุมัติให้  
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)  
เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2560


  
.....  
Assoc. Prof. Dr. Shang Hongyan  
ประธานกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

  
.....  
Assoc. Prof. Dr. Fan Jun  
อาจารย์ที่ปรึกษา


  
.....  
Assoc. Prof. Dr. Fan Jun  
กรรมการ

  
.....  
Assoc. Prof. Dr. Xie Kun  
กรรมการ

  
.....  
Prof. Dr. Li Yan Feng  
กรรมการ

  
.....  
รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์  
ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
(ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

  
.....  
รองศาสตราจารย์อิสยา จันทรวิธานุชิต  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

  
.....  
รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์  
คณบดีคณะภาษาและวัฒนธรรมจีน

## การศึกษาการใช้ภาษาจีนในธุรกิจสปาไทย : กรณีศึกษา เฮลท์แลนด์สปาแอนด์มาสซาซ

ไพลิน จรัสวัฒนาวรรณ 586021

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: FAN JUN, Ph.D.

### บทคัดย่อ

หลายปีที่ผ่านมาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยเฉพาะธุรกิจสปาในประเทศไทยได้รับความนิยมอย่างมากจากนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ หลายปีที่ผ่านมาเมื่อนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากเป็นอันดับหนึ่งและธุรกิจสปาไทยก็เป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากนักท่องเที่ยวชาวจีน ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นการทำวิจัยไปที่ธุรกิจสปาไทยเป็นหลัก โดยเลือก เฮลท์แลนด์ สปาแอนด์มาสซาซ ในการทำวิจัยในครั้งนี้

วัตถุประสงค์ในการทำวิจัย เพื่อศึกษาถึงระดับการใช้ภาษาจีนในการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน ความพึงพอใจในการให้บริการ ปัญหาที่เกิดขึ้นในการให้บริการรวมถึงแนวทางการแก้ไขปัญหาเพื่อนำไปปรับปรุงการให้บริการให้ดีขึ้นต่อไป การวิจัยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์พนักงานและการทำแบบสอบถาม

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การใช้ภาษาจีนในการให้บริการผู้บริโภคนักท่องเที่ยวชาวจีนของพนักงานอยู่ในระดับต่ำในทุก ๆ ด้าน ได้แก่ การฟัง การพูด คำศัพท์เฉพาะทางสปา ความถูกต้องของไวยากรณ์ ผลการประเมินของผู้บริโภคต่อการให้บริการภาษาจีนของพนักงานอยู่ในระดับต่ำ จึงส่งผลให้ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการภาษาจีนอยู่ในระดับปานกลาง สิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุดคือ มารยาทในการให้บริการและส่งผลต่อความพึงพอใจน้อยสุด คือ ไม่มีการให้บริการข้อมูลภาษาจีนในเว็บไซต์

ปัญหาหลัก ๆ ที่เห็นได้ชัดจากการวิจัยในครั้งนี้ คือความรู้ในการใช้ภาษาจีนในการให้บริการของพนักงานไม่เพียงพอ ดังนั้น ผู้วิจัยได้นำเสนอการแก้ไขปัญหาด้วยการจัดอบรมการใช้ภาษาจีนให้แก่พนักงานเพื่อการพัฒนาและตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น

**คำสำคัญ:** ธุรกิจสปาไทย การใช้ภาษาจีนในการให้บริการ ผู้บริโภคที่ใช้ภาษาจีน

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

THE STUDY OF CHINESE LANGUAGE USING IN SPA BUSINESS IN THAILAND  
: A CASE STUDY OF HEALTH LAND SPA AND MASSAGE

PAILIN CHARATWATANAWAN 586021

MASTER OF ARTS (CHINESE BUSINESS IN COMMUNICATION)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: FAN JUN, Ph.D.

ABSTRACT

This research was carried out to study the level of Chinese language used to service the Chinese tourist in spa business in Thailand, in which Health Land Spa and Massage was chosen to be the studied spa.

This research study the level of Chinese language used to service the Chinese tourists, customer satisfaction with service, the problems arise when access to the service as well as the improvement for better service. This research was conducted through the use of secondary data, staff interviewing and questionnaire.

The analysis shows that the level of Chinese language used by the spa's staffs is very low in every skill including listening and speaking, especially the spa vocabulary and grammar which leads to middle satisfaction from the tourist to the spa in term of communication. The most satisfying point is the manner of the staffs while the least satisfying point assessed by the Chinese tourist is the unavailable of Chinese information on the website.

The main problem found from this study is an inadequate Chinese language skill of the staffs. Therefore, it is recommended to provide Chinese language training to the staffs and emphasises more on the vocabularies related to spa and Chinese culture.

**Keywords:** Thai Spa Industry , Chinese service , Chinese Consumer , Tourism Industry

# 泰国水疗企业汉语应用研究

## —以 Health Land 按摩与水疗为例

吴淑安 586021

文学硕士学位 (商业汉语)

指导老师: 范军. 博士. 副教授

### 摘要

近年来, 全球养生旅游的趋势飞速增长, 尤其是泰国水疗产业。目前吸引了许多国内外的游客到泰国接受服务, 从而产生了许多水疗经营场所, 以便满足游客的需求。其中来到泰国旅游的数量最多是中国。况且泰国水疗备受中国游客的很大欢迎, 是来到泰国不可错过的一种活动。目前, 在水疗产业中汉语服务就已成为提供服务的重要性了。因此, 本次研究研究者针对泰国水疗产业为目的, 以 Health Land 水疗与按摩为例。

本次研究的目的是为了研究服务人员汉语应用的水平、顾客对汉语服务的满意度、提供汉语服务的问题以及提供改善与发展存在问题的策略。研究方法, 分别为文献研究、采访服务人员和消费者调查问卷。

调查问卷得出按摩水疗服务人员的汉语听力、口语、词汇和语法的水平低的结果。此外, 汉语消费者对汉语服务的评估也是低等级, 因而消费者的满意度为“一般”。其中服务人员的服务态度是消费者最满意的因素, 满意度最少是缺乏汉语版网站, 不便于消费者取得信息还包括汉语纸质、指示牌的不足够。

本次研究的主要问题是服务人员缺乏汉语能力或能力不足以与消费者沟通。因此研究者在此研究提出进行汉语培训的策略, 以汉语听力、口语、水疗专用词汇和中国文化并鼓励服务人员应用汉语的积极性以满足顾客的需求, 增加消费者的满意度。

**关键词:** 泰国水疗产业 汉语服务 汉语消费者 旅游产业

# 目录

บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
摘要	III
目录	IV
表格目录	VI
图表目录	VII
插画目录	VIII
<b>绪论</b>	1
一、选题的背景据研究意义	1
二、研究范围、目的、主要内容、方法和创新性	2
(一) 研究范围与对象	2
(二) 研究目的	2
(三) 研究主要内容	2
(四) 研究方法	3
(五) 研究创新性	3
三、与论文选题有关的国内研究综述	3
(一) 中国研究综述	3
(二) 泰国研究综述	5
四、所要解决的主要问题和研究途径	6
<b>第一章 水疗产业发展的现状</b>	7
第一节 水疗的定义与历史	7
第二节 水疗的种类	8
第三节 国际水疗产业发展的概况	10
第四节 泰国水疗产业发展的概况	12
一、泰国旅游业与水疗服务业的关联	12
二、泰国健康养生的发展阶段	14
三、泰国水疗市场价值	15
四、泰国水疗产业的竞争潜力	16
五、泰国水疗业与汉语应用的发展历史	18

<b>第二章 Health Land 水疗与按摩</b>	22
第一节 Health Land 水疗与按摩的背景现状	22
第二节 Health Land 水疗与按摩的服务项目	23
第三节 Health Land 水疗与按摩的产品项目	28
<b>第三章 Health Land Spa 汉语服务调查及存在的问题与改善策略</b>	30
第一节 Health Land 水疗与按摩的汉语服务调查的结果	30
第二节 Health Land 水疗与按摩汉语服务存在问题	46
第三节改善汉语服务问题的策略	47
<b>结论</b>	50
<b>参考文献</b>	52
<b>附录</b>	55
附录一：泰文问卷调查	55
附录二：中文问卷调查（服务人员部分）	60
附录三：中文问卷调查（顾客部分）	64
<b>致谢</b>	68
ประวัติผู้เขียน	69

## 表格目录

表 1.2.1 : 国际水疗协会 (ISPA) 的水疗种类	9
表 1.2.2 : 泰国卫生部的的水疗种类	9
表 1.2.3 : 泰国劳动部的的水疗种类	10
表 1.3.4 : 国家的水疗市场价值的排名	12
表 1.4.5 : 泰国水疗产业的优劣势	18
表 1.5.6 : 水疗业最常用的汉语词汇	19
表 1.5.7 : 水疗业最常用的汉语例句	20
表 2.2.1 : 泰式草药求的组成部分	27
表 3.1.1 : Health Land 水疗与按摩服务人员基本资料	31
表 3.1.2 : Health Land 水疗与按摩服务人员的汉语能力	32
表 3.1.3 : Health Land 水疗与按摩服务人员对自己的汉语能力评估	33
表 3.1.4 : Health Land 水疗与按摩服务人员的汉语应用	34
表 3.1.5 : Health Land 水疗与按摩服务人员提供汉语服务中遇到的问题	36
表 3.1.6 : 解决问题的方法	36
表 3.1.7 : 服务人员参加汉语培训的意见	37
表 3.1.8 : 服务人员需要参加汉语培训的课程	37
表 3.1.9 : Health Land 水疗与按摩汉语消费者基本资料	38
表 3.1.10: 汉语消费者来泰的目的	39
表 3.1.11: 接受 Health Land 服务的汉语消费者的情况	40
表 3.1.12: 接受 Health Land 服务的汉语消费者的情况	41
表 3.1.13: Health Land 水疗与按摩柜台的服务人员的汉语水平	42
表 3.1.14: Health Land 水疗与按摩的水疗和按摩师的汉语水平	42
表 3.1.15: Health Land 服务人员汉语水平的平均率	43
表 3.1.16: 汉语消费者对 Health Land 的汉语服务的满意度	44
表 3.1.17: 汉语消费者对服务人员需要汉语培训的意见	45
表 3.1.18: 汉语消费者对服务人员需要培训的方面	45



## 图表目录

图 1.3.1: 全球三大水疗市场	10
图 1.4.2: 外国游客到泰国旅游的人数	12
图 1.4.3: 1980 至 2050 年的全球健康问题	13
图 1.4.4: 泰国健康养生的发展阶段	15
图 1.4.5: 泰国水疗产业的市场价	15
图 1.4.6: 2011-2015 年通过卫生部标准认证的水疗与按摩店的数量	15
图 1.4.7: 东南亚水疗产业的竞争潜力	17
图 1.5.8: 世界顶尖语言	19

## 插图目录

插图 2.2.1 : 四手按摩法	23
插图 2.2.2 : Abhyanga 按摩法	24
插图 2.2.3 : Shirodhara 按摩法	25
插图 2.2.4 : Shiroyanga 按摩法	25
插图 2.2.5 : 蒸气浴法	26
插图 2.3.6 : 方向扩散器	28
插图 2.3.7 : 方向蜡烛	28
插图 2.3.8 : 润肤露	28
插图 2.3.9 : 洗发液	28
插图 2.3.10: 护发素	28
插图 2.3.11: 沐浴露	28
插图 2.3.12: 身体滋润霜	28
插图 2.3.13: 身体磨砂膏	28
插图 2.3.14: 护手霜	29
插图 2.3.15: 香皂	29

# 绪论

## 一、选题的背景及研究意义

近年来，泰国旅游业的收入逐渐增加，目前，已经成为泰国经济增长主要的支柱。每年有许多来自五大洲的外国游客来泰旅游并带来了大量的收入。因此旅游业对泰国非常重要。

根据旅游与体育部统计，2014-2016年来泰国旅游的外国游客的人数每年增加。在2014年有24,809,683人次，2015年有29,923,185人次，2016年有32,588,303人次。对于2017年旅体部预计外国游客的人数将达到35,000,000人次。其中中国游客数量最多。东盟与中国自由市场建立之后，泰中两国的经济合作得以加强。因此，近年中国游客进入泰国的数量不断增加。

据统计2014-2016年中国游客每年增加量为4,632,629人次，7,936,795人次，8,757,466人次。在2017年预计中国游客将达到9百万人次，收入将达2.77千亿泰铢。

从上面统计可见，中国游客对泰国的经济非常重要。因此，在旅游业当中提供汉语服务是不可忽略的需要。

对于水疗产业，泰国水疗产业是旅游产业的延伸。该业国内外的增长率迅速增长。水疗产业是一种符合现代化的生活。如今人类的生活趋势变成了健康时代，因此旅游产业的健康旅游变成了现代化的新趋势。这种旅游方式的兴起主要原因是人们的生活方式改变、工作压力增大、各种各样的病情增多、全球污染等。这些原因会使人们对健康的重视增多，现在不仅已经逐渐演变成一种社会时尚，而且也是现代旅游发展所追求的核心价值。同时泰国水疗的独特与服务意识也是一个推动泰国的水疗业发展的因素。因此泰国水疗对泰国服务业和经济的发展引起巨大作用。

由旅游与体育部统计报告在2015年泰国水疗产业总额已超过了300亿泰铢，比2014年增长了16.20%。

对于中国游客，来泰旅游外，水疗与按摩是一种不可错过的活动。主要原因是特色的按摩方法、泰国纯天然的材料、质量好、价格合理和服务周到等因素。泰国水疗对中国人来讲是很受欢迎的。因此，为泰国水疗业的提供汉语服务是迎接中国游客大幅度增加的重要措施。

本课题研究，研究者将进行 Health Land 按摩与水疗店的汉语服务的个案研究。Health Land 在泰国曼谷和帕提亚一共有九家分店，八家集中在曼谷的 Asok, Sathorn, Eakamai, Pradimanutham, CheangWattana, Pinklao, Srinakarin 和 Rama2 等地方，另外一家在帕提亚。中国游客对这家水疗店的好评度很高，所以来到曼谷旅游的时候在 Health Land Spa 按摩便成为必不可少的活动。由此可见，中国游客的增多，为 Health Land Spa 提出了必须提供良好的汉语服务的要求。

本论文选题的意义是调查研究 Health Land 水疗与按摩的汉语服务以及研究汉语消费者对本店的满意度,通过调查分析后发现存在问题，为 Health Land 水疗与按摩提出改善的建议与措施。

## **二、研究范围、目的、主要内容、方法和创新性**

### **(一) 研究范围与对象**

1. 本文研究 Health Land Spa 的汉语应用以及消费者对 Health Land Spa 汉语服务的满意度。
2. 本文以 Health Land Spa 为中心进行汉语服务的个案研究
3. 本研究总体样本的数量为 100 份，分别为 Health Land Spa and Massage, 亚索 (Asok) 分店服务人员 50 份,汉语消费者 50 份，此外还有对 Health land 的服务人员的采访。

### **(二) 研究目的**

本论文研究的目的是通过分析商务汉语在 Health Land 的作用，研究消费者对 Health Land 汉语服务的满意度。

1. 调查研究 Health Land Spa 的服务汉语的应用情况。
2. 调查研究汉语消费者对 Health Land Spa 汉语服务的满意度。
3. 调查研究汉语消费者对 Health Land Spa 的汉语服务的不同需求与意见。

### **(三) 研究主要内容**

本论文研究的主要内容是国内外水疗产业的概况与发展，并且调查消费者对 Healthland 的汉语服务之满意度。个案分析 Asok 分店的汉语应用以及分析总结 Healthland 汉语服务存在问题与改善策略。

#### **(四) 研究方法**

研究方法是根据所掌握的有关水疗的资料：

1. 文献研究法：梳理分析有关 Spa 的研究资料 例如 Spa 有关的书籍、杂志、学位论文、期刊等其他资料来研究。
2. 定量分析法：通过问卷调查分析汉语消费者对 Health Land Spa 的汉语服务的满意度以及分析服务人员的汉语应用。关于总体抽样 (Population Sampling)，由于不知道总体的数量，因而采取非概率抽样 (Non probability) 法和判断法 (Judgmental Sampling) 就是专门抽样调查在 Health Land Spa 消费的汉语消费者和服务人员。
3. 定性分析法：本研究的访谈法是针对汉语服务工作人员的访谈，目的是为了收集更多 Health Land Spa 的汉语应用的资料。

#### **(五) 研究创新性**

目前有关泰国水疗汉语服务的论文并不多，目前所收集的资料大多数都是研究在泰国商业以及商务汉语方面的课题。本选题研究的泰国 Health Land Spa 的汉语应用方面，还未见到有论文进行深入地研究与分析。因此这也是本选题的创新处所在。论文的主要创新性还体现在分析研究汉语服务在 Health Land Spa 亚索 (Asok) 分店的应用，汉语消费者在 Health Land Spa 的满意度，以及提出 Health Land Spa 汉语服务存在问题与改善策略。

### **三、与论文选题有关的国内外研究综述**

#### **(一) 中国研究综述**

飒兰(2003)<sup>[1]</sup>，该论文的结论是：

1. 中医学与泰医学的发展历史悠久。
2. 中国推拿与泰式按摩是很有特色的医学疗法。在历程上，中国和泰国古代医学的发展不同。
3. 人体解剖知识对中国推拿和泰式按摩的影响不相同，对中国推拿影响比较大，而对泰国的影响比较少。
4. 古代中国和印度医学对泰国医学产生重要影响。这表示了泰式按摩的理论、手法上与中国推拿有许多相同的地方。

---

[1] 飒兰. 中国推拿与泰式按摩的源流与发展的比较研究[D]. 首都体育学院, 2003.

丘姗芳(2015)<sup>[1]</sup>论文主要研究了中国游客在泰国做水疗的服务行为以及中国游客决定在泰国做水疗服务的因素进行的研究。本论文的结论是泰国水疗服务业的目标是中国的游客,大部分的受访者是 21-30 岁的本科学历、是职员的女性。水疗服务的种类,大部分的中国游客喜欢泰式按摩因此,消费者行为研究关注的是消费者的决策过程。影响消费者的决策过程主要分为内部因素和外部因素两种:其中外部因素包括文化、社会、团体、家庭;内部因素包括刺激、动机、知觉、学习、个性和态度几个方面。对于服务营销组合 '7p' s 的讨论:产品因素对中国游客来说是重要的, 泰国 spa 有最多的按摩种类。对于提高泰国 Spa 业务的建议如下:给消费者提供多种选择方案,满足每个人对服务的需要;进行多种促销活动,这将帮助激发消费者购买欲望和决定;寻找一种简单,方便的快速搜索方式,帮助消费者更容易做出选择;促进新产品和服务的创新;应关注消费者的价值需求,创造与价值相等的质量;应该在服务的详细清单使用中文或其他语言;服务价格要清晰、透明、合理;应该有其他语言如中国,俄罗斯,日本,应加强沟通方式;目标市场应该宣传跟泰国 Spa 有关的新闻,并为医疗旅游开设热线电话,尤其是有关 Spa 服务的可 24 小时拨打的热线;员工与客户之间会用多种语言沟通,但在工作中员工应该避免说废话或批评客户等让客户不满意的信息。所以员工要收集客户信息,并且及时更新;开发能够记录和报告消费者数据反馈信息的集成系统;提高 Spa 服务人员素质,加强持续学习。

邓文志,文武刚(2011)<sup>[2]</sup>。文章指出医疗旅游业的发展不但是旅游经济的隆盛,而且也是人们健康幸福与休闲娱乐的客观要求。本文以泰国医疗旅游业为例,调查了泰国医疗旅游业发展的竞争优势。

梁金凤(2012)<sup>[3]</sup>论文指出 5 所广西南宁市的南宁职业技术学院的汉语应用。使用数据为基础多层次、多角度进行分析,探索了高职院校学生素质定位对学生汉语应用能力的影响、高职院校学生汉语应用能力状况调查存在的问题及原因,对提高广西南宁高职院校学生汉语应用能力提出了对策和思考,对今后高职院校推普和汉语教学改革具有一定的参考价值。

---

[1] 丘姗芳. 中国游客在泰国做 SPA 服务选择的影响因素研究[D]. 哈尔滨工业大学, 2015.

[2] 邓文志,文武刚. 旅游业中的奇葩:泰国医疗旅游的经验与启示[J]. 广西壮族自治区宁, 2011, (9):9-11.

[3] 梁金凤. 广西南宁市高职院校学生汉语应用能力状况调查研究[D]. 广西大学, 2012.

## (二) 泰国研究综述

สิปปคดี บาเรย์ (2015) [1] 论文主要研究了中国游客使用泰国水疗的行为以及市场营销组合对中国游客在泰国水疗选择的因素。

ณัฐฐา สุขภักตร์, [2] 本论文的结论是消费者最喜欢的服务是泰式按摩。2. 消费者对营销组合影响的因素。(1) 产品, 最注重按摩房, 其次纯天然产品和本店的名誉。(2) 价格, 最注重质量和价格相比是合理的, 其次有标, 准价格和能使用信用卡付款。(3) 地点, 最注重卫生, 安全和在商场提供服务。(4) 促销, 最注重打折, 其次项目套餐和免送试品。(5) 员工, 最注重员工的卫生, 员工的礼貌和平等地提供服务。(6) 过程管理, 最注重的是能对消费者的需要提供服务, 其次管理的系统和服务的迅速。(7) 有形展示, 最重点的气氛和卫生, 其次有按摩私房, 和装饰豪华。

วรรณิญา เชื้ออินทร์, ปัญญาวัฒน์ ปินตาทอง, ณัฐฐารุณี ฐิติปราโมทย์ (2009) [3] 论文主要研究两组游客分为泰国和外国游客, 对于泰国游客, 他们注重泰式水疗和自然化, 多半是 26-40 岁之间的女人。对于外国游客, 他们注重水疗卫生, 男女洗手间的分隔, 具有特色的泰式按摩, 多半是 41-50 岁之间的女人。

สุธาวิ ปฏิการ, ดร.ณกมล จันทร์สม (2015) [4] 论文结果发现个人基本信息(性别、年龄、学历、收入、职位和身份)和市场营销组合都对中老年人使用水疗服务的愿望与行为有影响。

张玉华 (2014) [5] 论文结果发现多半服务人员的汉语水平还不能满足顾客的需求, 服务人员汉语能力的程度比较低, 在提供服务当中, 遇到最多的问题是不能听懂顾客的需求、不能介绍酒店的信息以及不能与顾客使用汉语沟通。

[1] สิปปคดี บาเรย์. (2557) ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจีน กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต, วิทยานิพนธ์ (บธ.บ.). ภูเก็ต: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

[2] ณัฐฐา สุขภักตร์. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์ (บธ.บ.). กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก

[3] วรรณิญา เชื้ออินทร์, ปัญญาวัฒน์ ปินตาทองและณัฐฐารุณี ฐิติปราโมทย์. (2552) การศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (บธ.บ.). เชียงราย: มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

[4] สุธาวิ ปฏิการและดร.ณกมล จันทร์สม. (2557) การตัดสินใจใช้บริการธุรกิจสปาของบุคคลที่อยู่ในวัยกลางคนขึ้นไป เขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรังสิต

[5] 张玉华. 普吉府四星级酒店工作人员的汉语水平情况分析[D]. 泰国华侨崇圣大学中国语言文化学院, 2014

林凤(2015)<sup>[1]</sup> 论文结果发现汉语服务存在的问题是缺乏汉语服务的人才和医疗专业词汇不足。医院有翻译家为提供汉语服务的主要渠道。汉语沟通通过其他渠道还有限。医院提供汉语服务是中国患者选择医院的主要原因。

王碧珠(2015)<sup>[2]</sup> 论文结果发现在泰国旅游业各方面都起了非常重要的作用,特别是泰国机场的汉语应用。而是,泰国旅游业各方面的汉语应用方式并不齐全,并且泰国旅游业工作人员的汉语对话还不足。

林金彤(2015)<sup>[3]</sup> 论文结果是目目前泰国物流行业中,使用主要的语言是泰语和英语,而偶尔使用汉语。随着泰中两国贸易交流不断增加,一些物流公司的工作人员开始能够使用汉语提供服务并逐渐增多了。

#### 四、所要解决的主要问题和研究途径

(一) 调查分析 Health Land 水疗与按摩店的汉语服务起到了哪些作用,存在哪些问题。

(二) 汉语消费者对 Health Land 水疗与按摩汉语服务的满意度到那个程度,对那些满意或者不满意。

(三) 调查分析 Health Land 水疗与按摩、亚锁(Asok)分店汉语服务的问题,以便改善和发展为一个能满足顾客需求的企业。

---

[1] 林凤. 分析泰国医疗旅游业汉语服务的应用-以泰国私立医院医疗服务为例[D]. 泰国华侨崇圣大学中国语言文化学院, 2015.

[2] 王碧珠. 商务汉语在发展泰国旅游业的应用研究[D]. 泰国华侨崇圣大学中国语言文化学院硕, 2015.

[3] 林金彤. 在泰经商人员对商务汉语需求的调查与研究-以进出口贸易方面的商务汉语为例[D]. 泰国华侨崇圣大学中国语言文化学院, 2015.



# 第一章 水疗产业发展的现状

## 第一节 水疗的定义与历史

SPA 一词源于拉丁文“Salus Per Aquam”（Health by water）的字首，Salus（健康），Per（在），Aquam（水中），意思是用水来达到健康。SPA 是指利用水资源结合沐浴、按摩、涂抹保养品和香熏来促进新陈代谢，满足人体视觉、味觉、触觉、嗅觉和思考达到一种身心畅快的享受。SPA 是由专业美疗师、水、光线、芳香精油、音乐等多个元素组合而成的舒缓减压方式，能帮助人达到身、心、灵的健美效果。

关于 SPA 的来源, SPA 就是“水疗”，它反映了水在古时的治疗领域和早期欧洲 SPA 文化中的重要作用。多数人认为 SPA 一词是一些拉丁短语的首字母组合，如“sanitas per aquam”，“solus per aquam”，“sanus per aquam”。这些短语都有“用水治疗”的意思。另一种说法是 SPA 源于在罗马浴室中发现的涂鸦“salut per aquam”。SPA 也可能源于瓦龙语的“espa”，意思是喷泉，或源于拉丁语“spagere”，意思是泼水。有些专家认为该词源于比利时一个以温泉著称的叫 SPA 的小镇。后来，SPA 一词就被用于温泉和提供水疗的疗养胜地。在 19、20 世纪，饮用矿泉水或在矿泉中洗浴成为时尚的休闲方式。

在欧洲的许多地区，SPA 一词仍保持着其强烈的历史联系，并严格地被用于与水疗有关的机构。在欧洲的英语地区 and 世界上一些其他地区，SPA 一词的意义变得更加广泛，包括身心的健康和放松。

水是 SPA 疗法中的关键因素，除此之外，还因侧重自然健康疗法、运动、健身、饮食营养和保持身心的协调。

早在公元前 1500 年，印度人就以这种“神水”疗伤镇痛，古希腊人也将其作为一剂治病强身的灵丹妙药，而在奢华的古罗马，人们更是利用水温的天然不同，将公共浴室分为很热、微热、冷池。这里成为勇士们洗净身体污垢的公共交流场所。<sup>[1]</sup>

---

[1] 水疗(美容与养生方法)[OL]. www <http://baike.baidu.com/item/5370671>, 2016-5-12.

## 第二节 水疗的种类

水疗有各种各样的种类，依照国际水疗协会（ISPA）的区分可分为七大种类包括：

### 1. 都会型水疗（Day Spa）

都会型水疗经常在进入方便的地方或有名的饭店、飞机场、购物中心等。提供服务项目多样。疗程的期间短，一般是 1-3 小时，不像在度假村的水疗那么长。都会型水疗在市场上具有最多的水疗类型。

### 2. 功能式水疗（Destination Spa）

这类水疗以养生为主要，里面提供客房、健康食品、健康活动等。大多数的消费者使用长期度过，以便有平衡地生活。这类经常位于自然地区，如山区、海区、温泉区等。

### 3. 俱乐部型水疗（Club Spa）

这类水疗是以会员制为主，主要目的为健身、运动，并提供各类水疗的基本使用方式。发展成为结合按摩、美容、水疗的复合式休闲中心，健身房也纳入其中。

### 4. 饭店/度假村型水疗（Hotel / Resort Spa）

这类水疗在饭店及度假村里面，服务项目包括各种按摩法、食品和客房。一般比都会型水疗规模大。

### 5. 温泉型水疗（Mineral Spring Spa）

设置于有温泉或冷泉处，服务项目关注使用热水治疗。<sup>[1]</sup>

### 6. 巡航型水疗（ship Spa）

在船上的旅行之间提供水疗和健康食品服务为了放松身心。

### 7. 医疗水疗（Medical Spa）

这类水疗的目的是以医疗和美容为主，将医具来使用，有医疗专家、大夫或护士提供服务。服务项目包括治疗营养、锻炼身体、健康活动、各种按摩法，而且还有提供中医、泰医和现代医疗法。治疗方法包括推拿法、草药治疗法、针灸法等。经常在医院或诊所里面。

---

[1] 水疗(美容与养生方法)[OL]. www. <http://baike.baidu.com/item/5370671>, 2016-5-12.

表 1.2.1 国际水疗协会（ISPA）的水疗种类

水疗种类	特点
1. 都会型水疗（Day Spa）	位于进入方便的地方或有名的饭店、飞机场、购物中心。疗程的时间短。
2. 功能式水疗（Destination Spa）	经常位于自然地区，如山区、海区、温泉。使用长期度过。以养生为主要
3. 俱乐部型水疗（Club Spa）	这类是以会员制为主，主要目的为健身、运动，并提供各类水疗的基本使用方式
4. 饭店/度假村型水疗（Hotel / Resort Spa）	这类水疗在饭店及度假村里面，服务项目包括各种按摩法、食品和客房。一般比都会型水疗规模大。
5. 温泉型水疗（Mineral Spring Spa）	设置于有温泉或冷泉处，服务项目关注使用热水治疗
6. 巡航型水疗（ship Spa）	在船上的旅行之间提供水疗和健康食品服务为了放松身心
7. 医疗水疗（Medical Spa）	这类水疗是以医疗和美容为主，将医具来使用，有医疗专家、大夫或护士提供服务。经常在医院或诊所里面。

随着各种水疗的服务和定义有些相近，从而对水疗的种类有些分不出。因此，在 2008 年国际水疗协会（ISPA）改变水疗类型分别为两大种类包括 1. 具有客房的水疗和 2. 没有客房的水疗种类。

表 1.2.2 泰国卫生部的水疗种类

水疗种类	特点
1. 健康水疗	这类以健康养生为主，主要服务包括按摩，瑜伽锻炼身心等。
2. 健康按摩	这类以按摩减压，轻松肌肉为主。
3. 美容按摩	这类在美容或美发店提供按摩服务，以美容为主的按摩类。

表 1.2.3 泰国劳动部的水疗种类

水疗种类	特点
1. 西方水疗 (Western Spa)	这类是以使用水为主要方法提供服务的水疗场所。
2. 泰国水疗 (Thai Spa)	这类与西方水疗式同样使用水为主，而与东式和泰式水疗法混合。
3. 传统泰式水疗 (Thai Spaya)	这类是以传统泰式水疗法为主要方式，主要是使用泰国草药、按摩球和泰式传统按摩法提供服务。

### 第三节 国际水疗产业的概况

(单元：亿美元)

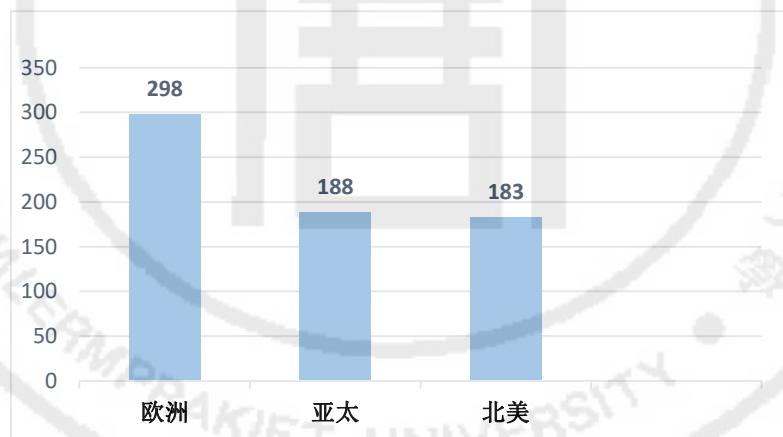


图 1.3.1 全球三大水疗市场

资料来源:Chinafit 网站, 全球水疗及健康产业 2014 调研报告

目前全球旅游业不断成长, 预计在 2020 年全球游客将高达 14 亿人次并在 2050 年将达到 18 亿人次。这使养生旅游, 尤其是水疗服务业也快速地兴起。

对于全球水疗行业从 2007 年至 2015 年已经增长 58%, 这个产业现在价值 940 亿美元。全球范围内的水疗经营场所数量增长 47%, 从 71,762 家增长为 105,591 家。这份数据来自全球健康经济观察, 这是由全球水疗和健康峰会独立发起由 SRI International 公司完成的调研。在水疗产业中欧洲现在是世界最大的市场, 产生 298 亿美元的收入。目前, 亚太地区已经取代北美成为全球

第二大市场，可是这两个市场的收入差距并不大，亚太区 188 亿美元，北美区 183 亿美元。亚太区另外一个优势是 spa 场所数量最多 32,400 家。<sup>[1]</sup>

在欧洲，每年有超过 2000 万人次使用水疗。水疗行业的主要收入大多数是由水疗中心来的，占 50%，其次是饭店/度假村型水疗（Hotel / Resort Spa），占 25%和医疗水疗，占 10%，另外 15%的收入都是其他类似的水疗种类。

在亚洲，泰国是水疗行业发展的最早的国家，泰国水疗的特色是泰式按摩并使用泰国草药结合在一起。目前泰国水疗行业已经达到世界知名的水平，在 2015 年收入达到 310 亿泰铢，全国水疗经营场所增加为 1,605 家，其中分为健康水疗 511 家，占 31.84%，健康按摩 1,075 家，占 66.98%和美容按摩 19 家，占 1.18%，80%的顾客为外国人。

在美国，水疗是一种休闲产业之一，每年总收入比主题乐园和电影票还多。据国际水疗协会的数据显示，美国水疗业的市场价值为 18 亿美元，有 24,421 家的水疗经营场所主要有金门峡谷牧场连锁 SPA、Envy SPA 以及伍德豪斯 SPA。<sup>[2]</sup>

从 2007 年开始，美国水疗行业经历了为期 2 年的爆炸式增长。而 2009 和 2010 年全球经济的衰退却让该市场增长比率备受打击，整体收入下降了 15%，甚至导致从业人员和水疗设备裁减，成本的上升失去控制。最初，美国水疗的经营者并未对此做出反应，直到 2010 年初才开始重新审视行业的发展变化，并以降低价格作为挽救的手段。

在 2013-2015 年之间美国的水疗经营场所快速增加了 1,569 家共有 24,421 家的水疗经营场所。每年水疗业收入增长 7.2%占全球水疗产业的 24%，是全球水疗收入的四分之一。<sup>[3]</sup>

从下面表来看，要是按国家的收入与增长率来划分，在 2015 年前三排名的国家第一名是美国，收入 18.7 十亿美元，其次是中国，收入 7 十亿美元，第三名是德国，收入 5.95 十亿美元。具有水疗经营场所的排列为 24,421 家，12,595 家和 6,488 家。

---

[1] 潘睿. 全球水疗及健康产业 2014 调研报告[OL]. [http://www.chinafit.com/news\\_view\\_36671.html](http://www.chinafit.com/news_view_36671.html), 2017-04-15.

[2] 世界 SPA 市场格局分析[OL]. <http://www.xzbu.com/6/view-2870110.htm>, 2016-04-15.

[3] Global Wellness Institute (2016). **Global Wellness Economy Monitor Packed with regional national data on wellness markets**[online]. [WWW.GLOBALWELLNESSINSTITUTE.ORG](http://WWW.GLOBALWELLNESSINSTITUTE.ORG)

表 1.3.4 国家的水疗市场价值的排名

国家	水疗市场价值 (亿美元)	全国水疗经营场所 (家)
1. 美国	18.7	24,421
2. 中国	7	12,595
3. 德国	5.95	6,488

资料来源: Global Wellness Institute,

Global wellness economy monitor packed with regional national data on wellness markets

## 第四节 泰国水疗产业的概况

### 一、泰国旅游与水疗服务产业的关联

水疗产业是泰国旅游的一部分之一, 该产业每年有巨大的增长趋势。由于泰国的自然资源多样, 如海区、山区、林区, 还包括泰国食品、购物中心和娱乐场所, 这些使泰国成为了有名的旅游目的地之一, 吸引了许多全球的外国游客来到泰国而产生了巨大的收入。

(单元: 万人次)

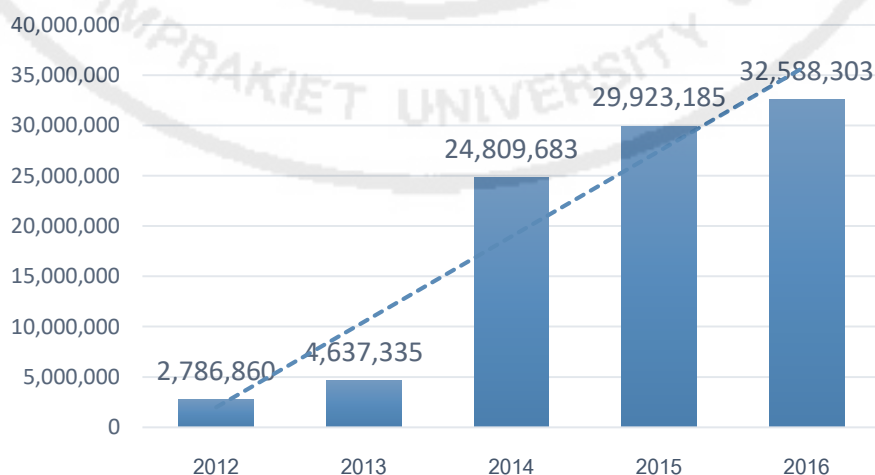


图 1.4.2 外国游客到泰国旅游的人数

资料来源: 旅游部, 2012-2016 年的旅游情况报告

从图 1-2 来看，2012-2016 年每年来泰国的外国游客巨大增长，从 2012 年有 2,786,860 人次到 2016 年人数高达 32,588,303 人，在五年之内外国游客增加了 29,801,443 人，占 90% 的增加。

在 2016 年，泰国旅游产业的总收入达到 124 亿泰铢。其中 81.9 亿和 42.1 亿泰铢分别为外国与泰国游客的收入。其中中国游客数量排第一名，在 2016 年达到了 8,757,466 人数比 2015 年增加了 10.34%。其次是马来西亚 3,533,826 人数和韩国 1,439,629 人数。

据统计可见，泰国的旅游产业有巨大的发展与潜力，而成为目前最吸引游客的目的地之一。

随着社会的改变，工作压力增大，环境污染，亚健康，各种病情发生以及进入老龄社会等，这些全球问题迫使消费者寻求更健康的生活方式，并通过积极的药物治疗、营养补给、减重、水疗、健身、身心活动、美容等等活动来保持健康。



图 1.4.3 1980 至 2050 年的全球健康问题

资料来源：Pinchain 网站，世界养生旅游白皮书

从上面图 1-3 可见，约 30 多年以来，全球的健康问题逐渐增多以及发出严重。从 1980 年肥胖问题开始增加并具有近 10% 的人患有糖尿病，此外还有 60% 的人得各种各样的慢性病如高血压、糖尿病、心脏病等。由 2002 年以来，经济合作与发展组织（Organisation for Economic Co-operation and Development - OECD）发现到了全球健康问题的重要性，因此该组织的成员在健康方面花费的金额高达原来的三倍，约为 10 万亿美金。最后在 2000 年至 2050 年全球要进入老年年龄，60 岁以上的人口将翻一倍。在这样的背景下，许多人将旅游当成是一次减压或重返年轻的机会。随着越来越多的人渴望在旅行的时候能够保持健康的

习惯，甚至特意选择一些保持或是改善个人健康和养生的旅游设施。这一现象带动养生旅游的发展。<sup>[1]</sup>

泰国的养生旅游业，全球排第十三名。对于泰国水疗服务业是跟着旅游产业增长的。由于泰国具有自然地区、泰国草药、独特的泰式按摩、服务周到的潜力与优势，使泰国水疗受全球游客欢迎。

此外，自从泰国政府在 2005 年宣布该国第一份的经济和社会发展计划到今年已经第十二份，一直都支持泰国成为“健康之地”并鼓励为“亚洲的水疗中心”，推动泰国水疗标准发展为国际标准而在目标国家做积极的市场营销。本次活动促进和支持业务扩展到海外市场造成泰国水疗与按摩服务成为国际知名而受国际标准的认可。作为另一种服务贸易能够加强泰国的经济发展具有重要作用。

由此可见，泰国水疗业与按摩是旅游产业的供应链之一。因此，泰国政府对旅游业的支持有利于泰国水疗服务业发展。

## 二、泰国健康养生的发展阶段

泰国健康养生趋势分为三个阶段

### 早在 2000 年-由按摩 (Massage) 到水疗 (SPA)

在 2000 前，泰国人开始认识“按摩”这个词，那时在曼谷和各地旅游区有许多泰式按摩业务开发。截止到 2000 年水疗 (SPA) 这一词开始进入泰国的社会，将味觉、嗅觉、听觉和触觉这五种感官与泰式按摩结合。使泰国水疗备受国内外的游客欢迎，产生于泰国水疗在全球各地被普遍接受。

### 第二代 2010 年-由水疗 (SPA) 到疗养 (Wellness)

在 2010 年，泰国水疗达到饱和点。许多水疗场所满在泰国各地，因此这段时间产生了泰国疗养趋势的开始。疗养 (Wellness) 这一词是指将医疗的知识比如泰式疗法，传统疗法等来保健与解决疾病问题。因此该趋势能达到消费者的需要而受到国内外游客的喜爱与欢迎。

### 第三代 2016 年起-长寿代 (Longevity)

这个阶段是指人们能治疗任何疾病问题，能保持自己的健康后需要寻找长寿的生活与幸福。这原因产生了长寿化 (Longevity) 的趋势<sup>[2]</sup>

[1] 品橙旅游. 世界养生旅游白皮书[OL]. www.pinchain.com/article/39096, 2017-02-01

[2] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2017). จัปเทรนด์เป็นจุดขาย พลิกโอกาสท่องเที่ยวไทย. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://www.tatreviewmagazine.com/web/menu-read-tat/menu-2016/menu-22016/711-22016-trend-sell> (25 เมษายน 2560)



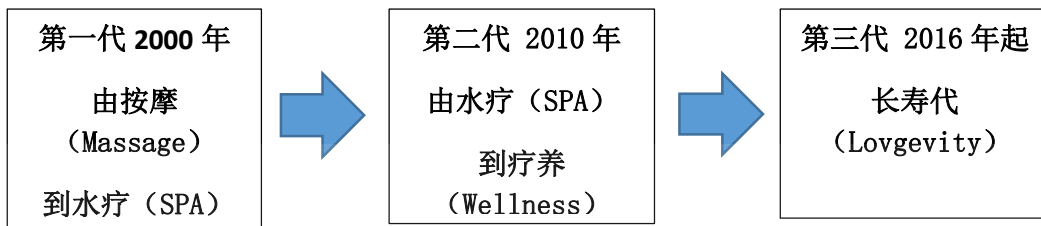


图 1.4.4 泰国健康养生的发展阶段

资料来源：旅游与体育部

### 三、泰国水疗市场价值

(单元：百万泰铢)

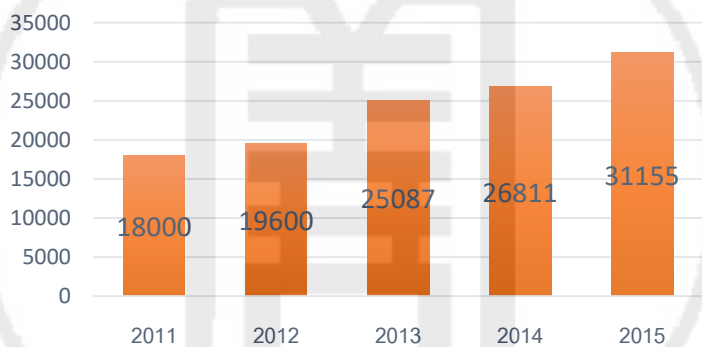


图 1.4.5 泰国水疗产业的市场价值

资料来源：旅游与体育部, 10 年的旅游发展方向

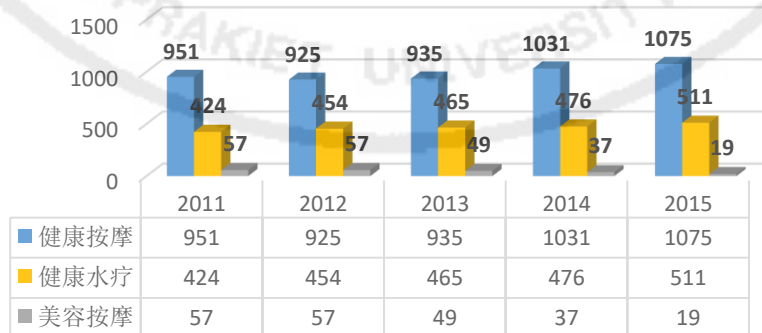


图 1.4.6 2011-2015 年通过卫生部标准认证的水疗与按摩店的数量

资料来源：泰国卫生部，泰国水疗经营场所的数量

目前，泰国水疗与按摩产业扩大发展，每年收入迅速增长，增长比例每年高达约 15%。根据图 4-3 可见，在 2011 年到 2015 年泰国水疗的市场价值连续增

长。在 2015 年收入达到 310 亿泰铢。从 2014 年同比占 16.20% 的增长率。从 2011 年到 2015 年增长率高达约 43%。对于水疗与按摩店，据统计显示在 2005 年通过卫生部认证标准仅有 496 家占 8%，在 2011 年增加到 1,432 家以及在 2015 年增加为 1,605 家，其中分为健康水疗 511 家，占 31.84%，健康按摩 1,075 家，占 66.98% 和美容按摩 19 家，占 1.18%。

#### 四、泰国水疗产业的竞争潜力

至于赴国际市场投资，由于资金问题、国际投资的信息有限，各国的投资要求多，办签证与水疗工作人员的许可证问题等。这些使泰国水疗经营者具有齐全的国际市场投资资格的还不多。

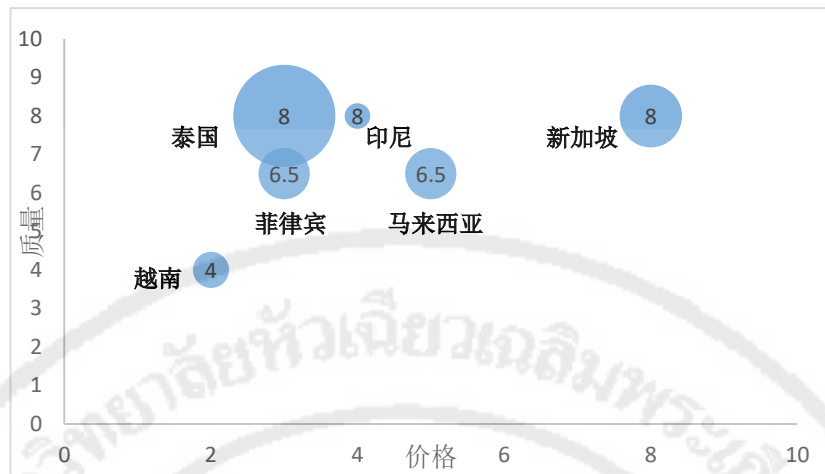
目前泰国水疗经营者在国际进行水疗业拓荒大部分是合资而不是独立投资的，这对泰国经营者进行水疗经营场所的过程有利。如 Thai privilege spa 与上海和纽约合资，Thann sanctuary spa 与澳大利亚、新加坡和巴黎合资等。除此之外，泰国经营者还到国际作为咨询员提供商业咨询服务。

对于与亚太 7 大国家（新加坡、印度尼西亚、马来西亚、香港、澳大利亚、新西兰）的竞争相比泰国水疗是最受欢迎的国家，以外国游客来泰旅游的数量增加为主要原因。如今泰国的主要市场是亚洲、欧洲和中东，尤其是东南亚国家 +6（如越南、中国、印度、老挝和柬埔寨）都是对泰国具有潜力的市场。关于亚洲市场，这些国家都对泰式水疗比较熟，距离泰国近。欧洲，该市场购买力高，对东方治疗的兴趣逐渐增长。中东，这些国家的劳动力有限，进口水疗产品也不多，因此吸引了许多商人来到泰国投资。

泰国的主要竞争对手大多数都集中在亚太国家包括新加坡（如 Banyan Tree, Apsara 等）、马来西亚、印度尼西亚（Mandara）和香港。<sup>[1]</sup>

---

[1] กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2017). **สปาและนวดไทย**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา :<http://www.dtn.go.th/index.php/-2.html> (22 พฤษภาคม 2560)



● = 市场规模

图 1.4.7 东南亚水疗产业的竞争潜力

资料来源: Global Wellness Summit, Euromonitor and Effinity Analysis

从上面表可以看出，在东南亚国家泰国的竞争潜力排第一名。若将质量来对比，泰国、印度尼西亚和新加坡质量同等属于质量高的等级。其次是菲律宾和马来西亚质量同等，质量最低属于越南。若将价格来对比，排列为越南、泰国、菲律宾、印度尼西亚、马来西亚和新加坡。若将质量与价格因素同时对比，明显看出泰国的竞争潜力最高并具有最大的市场规模，尽管市场上越南的价格最低，而质量低不能够与其他国家竞争的。对于印度尼西亚和新加坡，尽管质量属于高等级，而价格还不能够与泰国竞争。尤其是新加坡在东南亚市场当中水疗服务价格是最高的，这一点是新加坡还属于第二名的一个因素之一。

尽管泰国水疗在市场上具有竞争潜力和优势，可许多方面还需要加强与改善以便能够保持东南亚地区的市场份额排第一名并在国际市场上具有更多的市场价值。若不及时解决，泰国水疗的市场份额也许被东南亚国家同等质量的新加坡和印度尼西亚取代，成为东南亚水疗产业的新领导者。泰国水疗产业优势与劣势如下：

表 1.4.5 泰国水疗产业的优劣势

优势	劣势
1. 水疗价格合理，具有竞争潜力	1. 缺乏足够的水疗与按摩服务人员的劳动力
2. 泰国水疗具有泰国特色的服务	2. 服务人员缺乏外语知识 如 英文、中文等
3. 使用泰国草药和纯天然的水疗产品	3. 泰国具有负面形象问题，有些水疗经营场所隐蔽卖淫企业
4. 泰国是全球游客的目的地，吸引许多游客来泰旅游	4. 缺乏水疗与按摩教师，造成劳动力的需求不足
5. 泰国水疗产业在国际具有高知名度，符合国际的标准	5. 投资者对国际投资资质不齐全，造成扩展企业的机会减少。
6. 规模大，泰国具有齐全性的场地、服务人员和自然条件	

从上面几个劣势，语言和服务人员是服务产业的主要因素。尤其是语言，在泰国水疗市场上语言还是泰国服务人员的重要问题，语言是消费者与经营者之间的交谈工具。若能够提高与发展外语知识能力和技能尤其是英文和中文，就能够将泰国水疗产业服务人员的潜力提高并增加服务的效能。

## 第五节 泰国水疗业与汉语应用的发展历史

人类的日常生活中都有语言作为最重要的沟通工具。世上的人群都使用自己的语言进行沟通。而与国际交流时，英语是主要的语言，是经济超级大国的主要语言。

对于泰国，旅游业是主要的收入。每年都有许多外国游客来到泰国旅游。因此，酒店、饭店、机场、水疗店等各种有关旅游经营场所都离不开提供英语服务。

近年来，中国经济一直快速增长，目前成为全球经济强大的第二名仅次于美国。因此，使汉语在国际上产生很大的作用以及成为更普遍的语言。据统计

来看，目前汉语是全球第一名有人使用为母语最多的语言，约 8.73 亿人左右，占 28%。而球上有 13 亿左右能够使用汉语沟通。

由上面的原因，中国人的总收入增加，许多人出国旅游，其中泰国是备受中国人欢迎的国家之一。况且接受水疗服务也是中国人来泰国旅游不可错过的活动之一。因此，目前汉语对泰国水疗业非常重要，产生很大的作用。许多水疗经营场所开始提供汉语服务并增加网站的汉语信息为满足当今水疗业最主要的市场就是“中国游客”

(单元：亿人次)

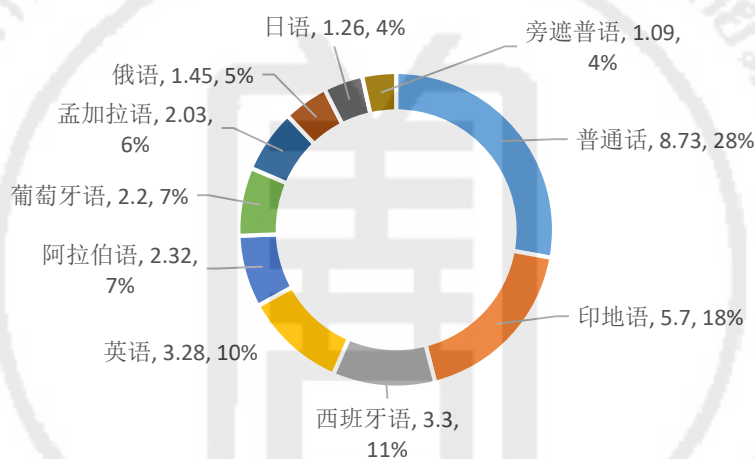


图 1.5.8 世界顶尖语言

资料来源：Inter Scholarship 网站, World's Top Languages

水疗产业日常中常用的汉语词汇与例句如下：

表 1.5.6 水疗业最常用的汉语词汇

程序	词汇	泰语意思
1.	按摩	นวด
2.	泰式按摩	นวดแผนไทย
3.	精油按摩	นวดน้ำมัน
4.	全身按摩	นวดตัว
5.	脚底按摩，足底按摩	นวดฝ่าเท้า
6.	背部按摩	นวดหลัง

程序	词汇	泰语意思
7.	香薰水疗	นวดอโรมา
8.	水疗	นวดสปา
9.	桑拿浴, 蒸气浴	อบไอน้ำ
10.	泰式草药按摩	นวดลูกประคบ
11.	身体磨砂	ขัดผิว
12.	啊育吠陀	การนวดแบบอายุรเวท
13.	指压	นวดกดจุด
14.	躺	นอนหงาย
15.	趴	นอนคว่ำ
16.	疼	เจ็บ
17.	轻	เบา
18.	重	หนัก
19.	舒服	สบาย
20.	水疗项目	เมนูสปา
21.	部位	บริเวณหรือตำแหน่ง
22.	面部	บริเวณใบหน้า
23.	头部	บริเวณหัว
24.	背部	บริเวณหลัง
25.	腰部	บริเวณเอว
26.	脚部	บริเวณเท้า

表 1.5.7 水疗业最常用的汉语例句

程序	例句	泰语意思
1.	您需要什么项目的服务?	คุณต้องการใช้บริการนวดประเภทไหน
2.	您需要单人房还是双人房?	ต้องการห้องเดี่ยวหรือห้องคู่
3.	请换衣服	กรุณาเปลี่ยนเสื้อผ้า
4.	请躺在床上	กรุณานอนบนเตียง
5.	请趴在床上。	กรุณานอนคว่ำ
6.	请翻身, 仰卧	กรุณาพลิกตัวนอนหงาย
7.	请左侧/右侧卧。	กรุณานอนตะแคงด้านซ้าย/ขวา

程序	例句	泰语意思
8.	请弯腰	กรุณาก้มลง
9.	要重点一点还是轻一点?	ต้องการนวดแบบเบาหรือนวดแบบแรง
10.	太重吗?	นวดแรงเกินไป
11.	太轻吗?	นวดเบาเกินไป
12.	疼吗?	เจ็บไหม
13.	有特别酸的部位吗?	มีตำแหน่งหรือบริเวณไหนที่เมื่อยเป็นพิเศษหรือไม่
14.	请闭上眼睛，尽量放松	กรุณาหลับตาและผ่อนคลายร่างกายให้สบาย

## 第二章 Health Land 水疗与按摩

### 第一节 Health Land 水疗与按摩的背景

Health Land 成立于 1999 年 12 月 9 日,诗娜卡琳 (Srinakarin) 是 Health Land 的第一分店。原来 Health Land 的名称是一家健康中心而不是水疗与按摩店。那时 Health Land 提供多样, 服务分为健康品店 (Health Mart)、专卖健康食品的饭馆、药店、医疗按摩、专卖有机蔬菜和种菜工具, 因此卖有机蔬菜成了 Health Land 标志的源头。

后来, 本店按摩服务逐渐开始受欢迎, 因此增加了水疗服务, 同时也逐渐减少其他服务, 终于 Health Land 就以水疗与按摩为主了。变成了目前“Health Land 水疗与按摩店”。

对于按摩服务的标准, Health Land 建筑了一所按摩学院为了提供标准的按摩师送给各地分店, 造成了消费者的信心。

布置方面, Health land 每分店的设计都使用殖民地风格, 豪华, 与众不同, 能够吸引消费者来使用。该风格最早出现于 1876 年, 是美国最流行的建筑风格之一, 这类房子一般有两层或者三层, 有壁炉, 砖或木头的门面, 一般厨房和客厅在一楼, 睡房在二楼。

Health Land 的服务人员每分店约 300-400 人包括柜台、收银台、按摩师。为了提供快速服务, Health Land 提供了 200-300 的按摩师来满足顾客的数量与需求。

目前 Health Land 共有 10 家分店, 位于泰国曼谷和巴塔亚。八家集中在曼谷, 另外两家在芭提雅。分为 1. 诗娜卡琳 (Srinakarin) 分店就是 Health Land 的第一家分店、2. 是隆 (Sathorn) 分店、3. 宾高 (Pinklao) 分店、4. 伊卡迈 (Ekamai) 分店、5. 成瓦塔纳 (Chaeng Wattana) 分店、6. 亚索 索坤逸 (Asok) 分店、7. 拉玛 二 (Rama 2) 分店、8. 巴利 马努坛 (Pradit Manutham) 分店 9. 巴提雅 (Pattaya) 分店、10. 芭提亚北 (Pattaya Nua)。此外, 本店的特点是每分店都有顾客专用的停车场, 造成了顾客的方便与满意。



## 第二节 Health Land 水疗与按摩的服务项目

Health Land 的服务项目分为“两大种类”

### (一) 阿育吠陀 (Ayurvedic)

阿育吠陀 (ayurveda) 为梵语, Ayur 意指生命, Veda 为科学, 阿育吠陀的意思则为有关“生命”的科学。它的起源可追溯到公元前 5000 年, 是世界上最古老的医学体系之一, 也是印度医学体系的主要组成部分。阿育吠陀除了跟医学相关以外, 还代指一种养生的理念, 通过阿育吠陀推崇的生活方式, 可以达到修生养性, 维持身心健康之目的。<sup>[1]</sup>

阿育吠陀的功能也即改变人们对生活与生活的态度, 以改正身体不平衡的状态。

阿育吠陀医学认为, 自然界和人体由乙醚、空气、火、水、土五种元素构成。人体内的三大能量也是由这五种元素构成: 乙醚和空气结合形成瓦塔 (Vata), 火和水结合形成皮塔 (Pitta), 水和土结合形成卡法 (Kapha); 一旦这三大生命能量太多或是不足够都会使到人们生病。<sup>[2]</sup>

### Health Land 水疗与按摩的阿育吠陀服务包括

#### 1. 四手按摩 (Four-Hand Massage)

四手按摩是印度阿育吠陀的传统按摩法。由两名按摩师以和谐的手法为顾客敲打每一寸肌肤, 其关键不在于手法轻重, 而在于配合, 面积与身体接触。该疗法方式有利于快速地减压, 快速地使顾客放松身心, 轻松舒适。价格是 120 分钟 / 4000 泰铢。

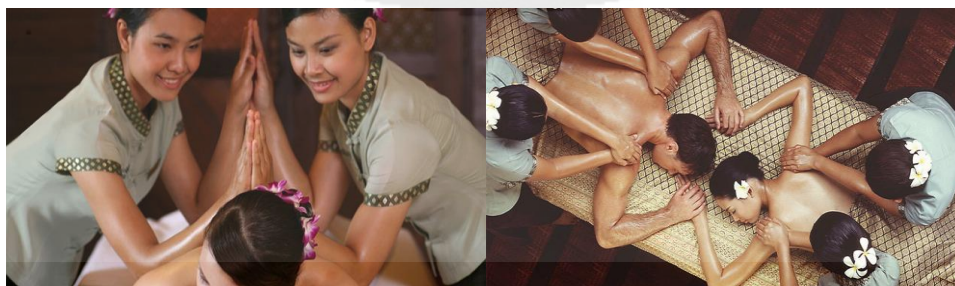


插图 2.2.1 四手按摩法

[1] 互动百科. 简介/阿育吠陀[OL]. <http://www.baik.com/wiki>, 2017-02-01.

[2] 百度百科. 医疗概念[OL]. <http://baike.baidu.com/item>, 2017-02-01.

## 2. Abhyanga

“Abhyanga”，意思是涂油按摩，这种按摩可以由一位或多位按摩师，以协调的模式，同时为一位顾客服务。在传统的印度按摩中，有五种基本技术是相同的，这就是扫、拍、捏、搓和挤。

扫，有点像轻抚，是以轻快直行的手法从肚脐向外，向身体的远端轻扫过去。这个手法可以用来“打开”或“关闭”身上的某一区域，而且这个动作可以在一个区域重复 25 次之多。再说“拍”，这个动作和轻叩一样，用来唤醒身体，让神经末梢活跃起来并增强循环功能。之后就是“捏”了，捏法刺激身体较深的部位，当然是在顾客可以忍受的范围内。当身体的某一区域由按摩师彻底捏过之后，就可以使用第四种按摩技术，这就是“搓”。搓和摩擦一样，可以在干皮肤上直接干搓（除了韦塔原质的人），也可以使用按摩油。可以是深度的、用力的（大拇指或指关节用力），也可以是较轻的、较浅的（利用手指尖），动作可快可慢。<sup>[1]</sup>

Abhyanga 是指从头到脚按摩全身，按摩师使用双手缓慢地在身上的穴位用力按摩。这种按摩适合那些生活压力大、性情焦急、而且马马虎虎的人群。按摩的时候使用温热的芝麻油。Health Land 价格是 90 分钟/1500 泰铢。

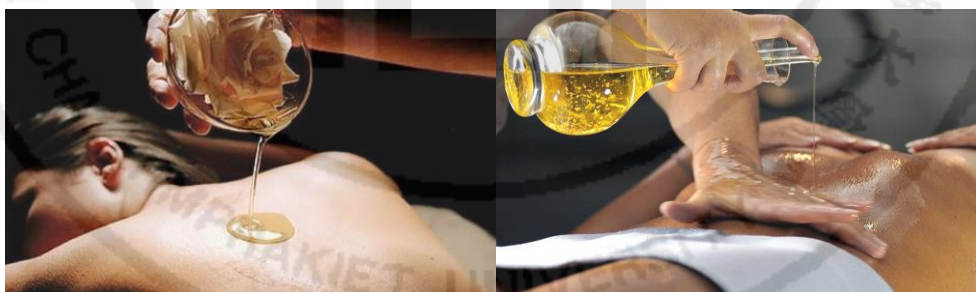


插图 2.2.2 Abhyanga 按摩法

## 3. Shirodhara

Shirodhara 被称作滴油疗法、印度滴油。这个词中，shiro 的意思是头，dhara 的意思是细得像线一样的细流。这种疗法在许多水疗馆被广泛接受，尤其是在泰国、印度的水疗馆中。一般是先进行牛奶浴及阿育吠陀温油按摩，深层舒缓全身肌理及回复精力，再进行滴油疗程修补能量，以特制器皿盛载印度油，再缓缓滴下额头，打开第 3 眼，并接着展开头皮及发丝修护理。

[1] 豆瓣. 印度阿育吠陀 Ayurveda 疗法（印度按摩、滴油[OL].

<https://site.douban.com/113576/widget/notes/1767743/note/141777390>, 2017-03-15

印度滴油有助于消除压力、鼻子敏感和长期失眠。它是用烫得温温的精油，盛在尖嘴壶里，悬在平躺在床上的人的额头上端。壶里的精油慢慢地滴在额头，让人感觉头皮暖暖油油的，原本沉重的头部就会奇妙的变得轻松多了，慢慢会进入睡眠状态。这种传统疗法的原理是，人的额头有一个“盛装”压力的穴位，通过温油，让紧绷的头皮放松，累积的毒素和污垢排出，压力自然随着解放了出来。价格 60 分钟/ 2000 泰铢。<sup>[1]</sup>



插图 2.2.3 Shirodhara 按摩法

#### 4. Shirobyanga

Shirobyanga 是流传于印度的一种古老的头部按摩法，使用最上等的精油，使身体得到深深的放松。

该按摩法对治疗失眠、改善视力、增进循环以及提高注意力非常有效。按摩的部位主要集中在身体的“能量中心”，也就是头部、额头、眼睛、耳朵、颈部及肩膀等部位。价格 60 分钟/ 1200 泰铢

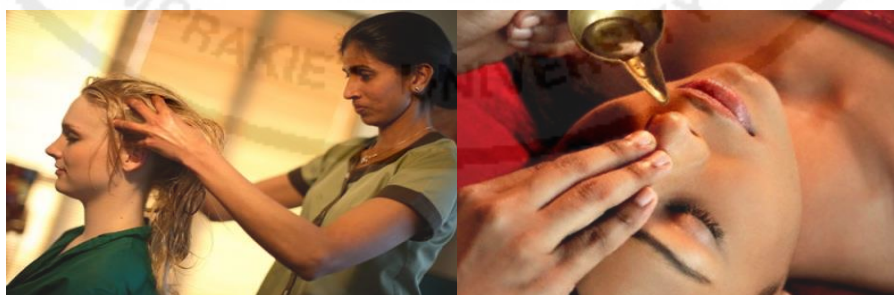


插图 2.2.4 Shirobyanga 按摩法

5. 蒸气浴 (Steam Bath) 或沐浴方式。蒸气浴是指舒缓肌肉的方式并有助于打开毛孔，促进身体的血液循环，促进神经功能。价格 30 分钟/750 泰铢。

[1] 豆瓣. 印度阿育吠陀 Ayurveda 疗法 (印度按摩、滴油). [OL], <https://site.douban.com/113576/widget/notes/1767743/note/141777390/>, 2017-03-15



插图 2.2.5 蒸气浴法

## (二) 水疗与按摩方式

### 1. 香芬身体按摩 (Aromatherapy Body Massage)

香芬身体按摩总含了气味的特殊能量，结合上按压、敲打紧张、酸痛肌肉，让人迅速放松。您身体疲.. 血液和淋巴系统都能得到有益刺激，从而帮助身体新陈代谢，排出身体内的毒素、废物。同时，随着紧张就肉得到放松，僵硬关节边灵活，您的神经也将同时放松。香芬按摩能帮助您从心灵到身体都能得到全面的放松。价格 90 分钟/950 泰铢 [1]

### 2. 泰式按摩 (Traditional Thai Massage)

传统泰式依靠它在帮助身体放松、重获能量、保持健康和帮助治疗众多常见小病方面的神奇效果享有声誉通过有节奏的按压身体能量线、点，同时配合深度按灵，他能够帮助身体获得并保持能量的平衡。个身体循环系统都会得到按摩。虽然最初只是按摩，但最后您身体将变得更加柔软，循环和器官得到改变，精神保持更佳状态。价格 120 分钟 /550 泰铢。[2]

3. 足底按摩 (Foot Massage) 在每个人的身体内，能量流都在源源不断的循环中，这些循环都可以在足部找到相应的反射点。基于这种反射理念，这种专门化的足部按摩有利于减压和紧张，改善身体内循环，使人如重获新生般轻松自然。价格 60 分钟 /300 泰铢。

[1] 百度百科. 芳香疗法[online]. <http://baike.baidu.com>, 2016-09-15.

[2] 百度百科. 泰式按摩[online]. <http://baike.baidu.com>, 2016-09-15.

4. **身体磨砂 (Body Polish)** 身体磨砂是指用一些小颗粒状的美容物质轻轻按摩, 能够消除皮肤的死细胞, 缓和皮肤并促进皮肤新陈代谢。价格 60 分钟/850 泰铢。

#### 5. 泰式草药按摩 (Thai Massage with herbal Compress)

泰国传统配置草药球(泰语称” Lukprakob”)源于印度, 很早以前就被用于泰国传统的按摩术中。有一些泰国妇女在生完小孩的时候将受热后的草药球放在小腹或者腰背上以缓解胀痛; 泰国配置的草药按摩包能够显著缓解肩、颈、腰疼痛, 肌肉酸痛, 痛风和关节炎, 放松紧张情绪, 缓解偏头痛, 促进血液循环, 帮助排除体外毒素, 调节神经与淋巴循环, 松筋舒骨, 平衡能量, 使身体精神达到均衡, 减除亚健康状态, 直至美容、保健、和养生的作用, 所有草药球均在泰国农场新鲜制造<sup>[1]</sup>

表 2. 2. 1 泰式草药球的组成部分 <sup>[2]</sup>

泰式草药球的组成部分	草药的功效
1. 高良姜	减轻身体疲惫、治疗伤口发炎、瘀伤
2. 姜黄	治疗皮肤瘙痒等皮肤疾病
3. 柠檬草	香味持久、预防心脏疾病
4. 白叶藤	舒筋活络、消肿止痛、解毒用于腰痛、腹痛、跌打损伤
5. 苦橙叶	味道清新、具有很好的放松疗效、可以使心境平缓、改善神经痛、头疼、头晕等
6. 罗望子叶	具有杀菌止痒的效果
7. 金合欢叶	热敷可放松肌腱和韧带
8. 石菖蒲	缓解关节、肌肉酸痛
9. 樟脑树晶	通窍醒神、辟秽力气、消肿止痛、杀虫止痒

[1] 中医养生. 泰式按摩的功效有什么[online]. <http://www.cndzys.com/zhongyi/changshi/1049475.html>, 2017-05-30.

[2] 泰国通. 泰式草药球: 传承泰式古人大智慧[online]. <http://taiguotong.cn>, 2017-05-30.

### 第三节 Health Land 水疗与按摩的产品项目

目前 Health Land 不仅提供水疗与按摩服务，而扩展到健康园的护理系列，产品由天然的本地草药和植物成分配制。每种产品都含有天然维生素、植物浸出液、纯精油。Health Land 的产品包括如下：



插图 2.3.6 方向扩散器



插图 2.3.7 方向蜡烛



插图 2.3.8 润肤露



插图 2.3.9 洗发液



插图 2.3.10: 护发素



插图 2.3.11 沐浴露



插图 2.3.12 身体滋润霜



插图 2.3.13 身体磨砂膏



插图 2.3.14 护手霜



插图 2.3.15 香皂<sup>[1]</sup>



---

[1] Health Land. **Body and hair care** [online]. <http://healthlandspa.com/body-hair-Care>, 2017

### 第三章 Health Land Spa 汉语服务调查及存在的问题与改善策略

#### 第一节 Health Land 水疗与按摩的汉语服务调查结果

本次研究，研究者划分了调查为两部分分为：一、服务人员的汉语应用的水平，二、汉语消费者对本店的汉语服务的满意度。本次在 Health Land 亚索 索坤逸 (Asok) 分店进行调查，总体样本的数量为 100 份，分为服务人员 50 份，汉语消费者 50 份。

问卷的问题可分为三大种类 1. 可选一个的问题、2. 可多选的问题和 3. 李克特量表 (Likert Scale) 的问题。

对于李克特量表 (Likert Scale)，这部分共有五级分为 5 = 非常好、4 = 好、3 = 一般、2 = 不好、1 = 非常不好。使用的统计法为统计频率、百分率和平均值。回答程度的间隔如下。

$$\begin{aligned} \text{间隔} &= \frac{\text{最高程度} - \text{最低程度}}{\text{总等级}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

因此平均值的数据将被分为：

- 1.00 - 1.80 = 最低等级的水平
- 1.81 - 2.60 = 低等级的水平
- 2.61 - 3.40 = 中等级的水平
- 3.41 - 4.20 = 高等级的水平
- 4.21 - 5.00 = 最高等级的水平

#### 一、Health Land 服务人员的问卷调查收集的数据

服务人员部分的调查结果将分为四大部分如下：

- (一) 服务人员的基本资料
- (二) 服务人员对自己的汉语能力评估
- (三) Health Land 服务人员的汉语应用
- (四) 服务人员参加汉语培训的意见



第一部分调查结果主要是 Health Land 水疗与按摩的服务人员的基本信息分为性别、年龄、学历、职位和工作经验。使用的统计法为统计频率和百分率。调查的结果如下：

表 3.1.1 Health Land 水疗与按摩服务人员基本资料

服务人员的基本资料		数量 (人)	百分率 (%)
性别	男性	6	12
	女性	44	88
	<b>总和</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
年龄	20 岁以下	2	4
	20-29 岁	23	46
	30-39 岁	20	40
	40 岁以上	5	10
	<b>总和</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
学历	初中以下	5	10
	初中	12	24
	高中	18	36
	本科	15	30
	本科以上	-	-
	<b>总和</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
职位	柜台	11	22
	水疗与按摩师	35	70
	收款台	2	4
	其他	2	4
	<b>总和</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

服务人员的基本资料	数量 (人)	百分率 (%)
<b>您在 Healthland Spa and Massage 的工作经验?</b>		
1 年以下	14	28
1-5 年	28	56
6-10 年	7	14
10 年以上	1	2
<b>总和</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

从 3-1 表来看, 50 位 Health Land 水疗与按摩的服务人员有 6 位是男人性, 占 12%, 有 44 位是女人性, 占 88%。在年龄方面, 大多数的服务人员是 20-29 岁, 有 25 人, 占 50%, 其次是 30-39 岁, 有 20 人, 占 40%, 另外 20 岁以下和 40 岁以上只有 2 和 4 人。在职位方面, 本店最多的职位是水疗与按摩师有 35 人占 70%, 其次是柜台 11 人占 22%, 收款台和其他职位最少只有 2 人, 占 4%。在学历方面, 大多数的服务人员是高中毕业有 18 人, 占 36%, 其次是本科有 15 人, 占 30%, 第三名是初中有 12 人, 占 24%。Health Land 的服务人员的工作经验分为 1-5 年有 28 人, 占 56%, 1 年以下有 14 人, 占 28%, 6-10 年有 7 人占 14% 和 10 年以上有 1 人, 占 2%。

从上面数据可以总结, Health Land 的服务人员大多数是女性的, 年龄在 20-39 岁之间。学历大多数是高中。结果如此显示是因为大多数的服务人员是水疗与按摩师, 该职位工作要求条件不高, 没有本科毕业也录取。因此大多数的学历就集中在高中和初中。对于本科毕业, 他们都是柜台, 收款台和其他职位, 在这些职位工作要求条件比水疗与按摩师更高。

第二部分调查结果主要是 Health Land 水疗与按摩的服务人员对自我的汉语能力评估。使用的统计法分为统计频率, 百分率和平均值。调查的结果如下:

表 3.1.2 Health Land 水疗与按摩服务人员的汉语能力

服务人员的汉语能力	数量 (人)	百分率 (%)
<b>您能够使用汉语提供服务吗?</b>		
能	29	58
不能	21	42
<b>总和</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

服务人员的汉语能力	数量 (人)	百分率 (%)
您参加过汉语水平考试 (HSK) 吗?		
参加过	5	10
没有参加过	45	90
<b>总和</b>	50	100
您的汉语水平考试如此?		
HSK 1	-	-
HSK 2	-	-
HSK 3	2	40
HSK 4	2	40
HSK 5	1	20
HSK 6	-	-
<b>总和</b>	50	100

表 3.1.3 Health Land 水疗与按摩服务人员对自己的汉语能力评估

汉语技能	非常好	好	一般	不好	非常不好	平均值	技能水平
1. 听力	-	5 (17%)	8 (28%)	9 (31%)	7 (24%)	2.37	低
2. 口语	1 (3%)	4 (14%)	8 (28%)	13 (45%)	3 (10%)	2.55	低
3. 阅读	-	3 (10%)	9 (31%)	5 (17%)	12 (41%)	2.10	低
4. 写作	-	1 (4%)	7 (24%)	7 (24%)	14 (48%)	1.82	低
<b>总和</b>						<b>2.21</b>	<b>低</b>

从上面表 3-2 和 3-3 来看,从 50 份的问卷,有 29 个人,占 58%的服务人员能使用汉语提供服务,其中只有 10%参加过汉语水平考试,分为 HSK3 2 个人,占 40%,HSK4 2 个人,占 40%和 HSK5 1 个人,占 20%。这 29 个人对自我听力、口语、阅读和写作技能的评估平均值都在 1.81-2.60 之间等于低等水平。

由于多半的样本是水疗与按摩师，他们的汉语水平几乎所有都向汉语顾客学习的，没有参加过汉语培训，因此汉语能力评估结果显示为低等水平。

第三部分调查结果主要是 Health Land 水疗与按摩服务人员的汉语应用、提供汉语服务中遇到的问题（可多选）和解决问题的方法（可多选）。使用的统计法分为统计频率，百分率和平均值。调查的结果如下：

表 3.1.4 Health Land 水疗与按摩服务人员的汉语应用

项目	非常好	好	一般	不好	非常不好	平均值	汉语应用程度
1. 能使用正确的汉语发音	1 (4%)	7 (24%)	5 (17%)	9 (31%)	7 (24%)	2.51	低
2. 能使用基本汉语词汇跟汉语消费者交流 如 打招呼、问姓名、服务价格、服务时间、本店电话号码等。	-	6 (21%)	6 (21%)	11 (38%)	6 (21%)	2.41	低
3. 能使用水疗专用汉语词汇跟汉语消费者交流 如水疗产品种类、按摩种类、各种按摩类的能力等。	-	2 (7%)	9 (31%)	15 (52%)	3 (10%)	2.34	低
4. 能使用汉语提供水疗产品，推销，升级销售。	-	1 (3%)	10 (34%)	11 (38%)	7 (24%)	2.03	低

项目	非常好	好	一般	不好	非常不好	平均值	汉语应用程度
5. 能使用正确的汉语语法	-	2 (7%)	11 (38%)	7 (24%)	9 (31%)	2.20	低
6. 能听懂汉语消费者各国各地的口音和发音。	-	-	14 (48%)	12 (41%)	3 (10%)	2.37	低
7. 能听懂汉语消费者所说基本汉语的词汇。	1 (3%)	6 (21%)	6 (21%)	14 (48%)	2 (7%)	2.65	中
8. 能听懂汉语消费者所说水疗专用汉语的词汇。	-	4 (14%)	8 (28%)	15 (52%)	2 (6%)	2.48	低
					总和	2.37	低

上面表 3-4 是 Health Land 服务人员的汉语应用，结果显示他们汉语应用的总和平均率是 2.37 属于低等水平。前三名的平均值有“能听懂汉语消费者所说基本汉语词汇”平均值为 2.65 属于中等水平。其次是“能使用正确的汉语发音”平均值为 2.51 属于低等水平。第三名是“能听懂汉语消费者所说水疗专用汉语的词汇”平均值为 2.48 属于低等水平而平均值最少是“能使用汉语提供水疗产品，推销，升级销售”平均值为 2.03 属于低水平。总的来说，能够使用汉语提供服务的 29 个人多半是水疗与按摩师，虽然他们的答案是会使用汉语提供服务，而他们的水平只是一个字一个字的交流，或会两三句有关他们的任务。因此调查结果是“低等水平”。对于“好”，“一般”都是柜台的答案的。

表 3.1.5 Health Land 水疗与按摩服务人员提供汉语服务中遇到的问题

项目(可多选)	数量(人)	百分率(%)
<b>您提供汉语服务中遇到哪些问题?</b>		
1. 使用汉语语法不正确, 不能造句, 只能说一个一个的词	23	79.31
2. 提供汉语服务人员不够	6	20.68
3. 提供汉语服务人员发音不准, 不能跟汉语消费者交流	6	20.68
4. 没听懂汉语消费者的口音	10	34.48
5. 汉语消费者所说的速度快, 没听懂消费者的需求	20	68.96
6. 其他	-	-

表 3.1.6 解决问题的方法

项目(可多选)	数量(人)	百分率(%)
1. 使用英语解决问题	20	68.96
2. 尽量使用汉语交流	10	34.48
3. 使用翻译软件与消费者互相交流	2	6.89
4. 寻求其他会讲汉语的服务人员的帮助	6	20.68
5. 使用肢体语言进行沟通	23	79.31
6. 其他	2	6.89

表 3-5 和 3-6 显示使用汉语提供服务时遇到的最多问题是使用汉语语法不正确, 不能造句, 只能说一个一个的词, 占 79.31%, 其次是汉语消费者所说的速度快, 没听懂消费者的需求, 占 68.96%。使用解决问题的方法最多是使用肢体语言进行沟通, 占 79.31%和使用英语解决问题为第二名有 68.96%, 而最少使用的方法是使用翻译软件与消费者互相交流和其他(请求顾客说清楚, 慢讲)有 6.89%

第四部分调查结果主要是 Health Land 水疗与按摩服务人员参加韩语培训的意见。使用的统计法分为统计频率和百分率。调查的结果如下：

表 3.1.7 服务人员参加汉语培训的意见

服务人员参加语汉培训的意见	数量 (人)	百分率 (%)
要是单位举行一个汉语培训您需要参加吗?		
参加	50	100
不参加	-	-
<b>总和</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
您最需要学的内容?		
基础汉语	8	16
关于服务企业与水疗的专用词	15	30
上面两题都需要	27	54
<b>总和</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
您认为参加汉语培训的期间如何?		
1 个月	5	10
4 个月	17	34
6 个月	20	40
1 年	8	16
<b>总和</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

表 3.1.8 服务人员需要参加汉语培训的课程

项目(可多选)	数量 (人)	百分率 (%)
您需要参加任何课程?		
听力	50	100
口语	50	100
阅读	11	22
写作	5	10

关于参加汉语培训的意见，50个人的样本都需要参加汉语培训，他们的理由相同都关注汉语的重要性。最想学的内容是基础汉语和关于服务企业与水疗的专用词两方面的，占54%。需要学的时间多半要学6个月和4个月，占40%和30%。需要参加的课程最多为听力和口语，占100%。

## 二、Health Land 汉语消费者的问卷调查收集的数据

消费者部分的调查结果将分为三大部分如下：

- (一) 汉语消费者的基本资料
- (二) 接受 Health Land 水疗与按摩服务的汉语消费者情况
- (三) 汉语消费者对 Health Land 水疗与按摩店汉语服务的反应

第一部分调查结果主要是 Health Land 水疗与按摩汉语消费者的基本信息分为性别、年龄、学历、收入、来自哪儿和来台的目的。使用的统计法为统计频率和百分率。调查的结果如下：

表 3.1.9 Health Land 水疗与按摩汉语消费者基本资料

汉语消费者的基本资料	数量 (人)	百分率 (%)
<b>性别</b>		
男性	22	44
女性	28	56
<b>总和</b>	50	100
<b>年龄</b>		
20 岁以下	4	8
20-29 岁	12	24
30-39 岁	14	28
40-49 岁	13	26
50-59 岁	5	10
60 岁以上	2	4
<b>总和</b>	50	100



汉语消费者的基本资料	数量 (人)	百分率 (%)
<b>学历</b>		
初中以下	2	4
初中	4	8
高中	10	20
本科	24	48
硕士	7	14
博士	2	4
<b>总和</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>收入</b>		
5000 元以下	0	0
5001-10000 元	12	24
10001-20000 元	18	36
20001-40000 元	15	30
40000 元以上	5	10
<b>总和</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>您来自哪儿?</b>		
中国大陆 (包括台湾、香港、澳门)	44	88
马来西亚	2	4
新加坡	4	8
其他	0	0
<b>总和</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

表 3.1.10 汉语消费者来泰的目的

项目(可多选)	数量 (人)	百分率 (%)
<b>您来泰国的目的?</b>		
旅游	44	88
工作	6	12
拜访亲朋好友	0	0
接受水疗与按摩服务	30	60
其他	0	0

Health Land 水疗与按摩的汉语消费者，由 50 份问卷的调查本店的汉语消费者有 56%是女性，44%是男性。年龄最多在 30-39 之间，其次是 40-49 岁和 20-29 岁。他们的学历大部分是本科有 48%，收入多半是 10001-20000 元占 36%，其次是 20001-40000 元占 30%和 5001-10000 元有 24%。

大部分接受本店的汉语消费者都来自于中国大陆，占 88%，他们来泰国的目的是以旅游为主，同时也需要接受泰式水疗与按摩服务因此选择到泰国游。

第二部分调查结果主要是接受 Health Land 水疗与按摩服务的汉语消费者的情况。使用的统计法为统计频率和百分率。调查的结果如下：

表 3.1.11 接受 Health Land 服务的汉语消费者的情况

项目(可多选)	数量(人)	百分率(%)
<b>您为何到泰国接受水疗与按摩服务?</b>		
离我国不远	10	20
喜欢泰国的水疗与传统按摩式	42	84
泰国水疗与按摩的声誉	30	60
质量高，价格合理	35	70
其他	0	0
<b>您如何认识 Health land Spa and Massage?</b>		
本店的声誉	23	40
居住的地方在本店附近	12	50
网友的留言	25	84
泰国旅游杂志、书的广告	10	20
朋友带来	0	0
其他	0	0
<b>您接受 Health land Spa and Massage 服务的主要原因?</b>		
乘车方便，离地铁不远	30	60
服务周到，水疗项目多	20	40
离居住的地方不远	10	20
提供服务的人员会说汉语	5	10
质量好，价格合理	40	80
营业时间长	10	20

表 3.1.12 接受 Health Land 服务的汉语消费者的情况

接受 Health Land 服务的汉语消费者的情况	数量 (人)	百分率 (%)
您第几次到本店使用服务?		
1 次	37	74
2 次	8	16
3 次	3	6
3 次以上	2	4
<b>总和</b>	50	100

关于汉语消费者来到泰国接受服务，主要原因是“喜欢传统泰式水疗与按摩”、“质量好，价格合理”。除此之外，“泰国水疗与按摩的声誉”还是另外一个使汉语消费者来到泰国享受水疗与按摩的原因。

关于汉语消费者对本店的认知，大多数由网站看到网友的留言，发现许多汉语消费者对本店点赞，给很好的留言，就跟着他们到本店享受了。此外是因为本店的声誉才认识的。

对于为何来到 Health Land 接受服务的主要原因是本店的“服务质量好、价格合理”，此外“乘车方便，离地铁不远”和“服务周到，水疗项目多”也是另外一个因素使他们来到本店接受服务。

大部分的汉语消费者是第一次到本店接受服务服务，占 74%，其次是第二次和第三次，占 16%和 6%。有一些样本说他们第一次到本店，可很喜欢按摩，因此在三天之内来了三次了。

第三部分调查结果主要是汉语消费者对 Health Land 水疗与按摩汉语服务的反应。使用的统计法为统计频率，百分率和平均率。调查的结果如下：

表 3.1.13 Health Land 水疗与按摩柜台的服务人员的汉语水平

项目	非常好	好	一般	不好	非常不好	平均值	汉语水平程度
1. 汉语发音方面	1 (2%)	14 (28%)	29 (58%)	6 (12%)	-	3.2	中
2. 汉语语法方面	-	4 (8%)	42 (84%)	4 (8%)	-	3	中
3. 普通词汇方面	-	15 (30%)	34 (68%)	3 (6%)	-	3.28	中
4. 水疗与按摩的汉语词汇方面	-	3 (6%)	39 (78%)	8 (16%)	-	2.9	中
5. 听力方面	3 (3%)	16 (32%)	30 (60%)	1 (2%)	-	3.42	高
					总和	3.16	中

表 3.1.14 Health Land 水疗与按摩的水疗和按摩师的汉语水平

项目	非常好	好	一般	不好	非常不好	平均值	汉语水平程度
1. 汉语发音方面	-	-	5 (10%)	28 (56%)	17 (34%)	1.76	最低
2. 汉语语法方面	-	-	-	13 (26%)	37 (34%)	1.26	最低
3. 普通词汇方面	-	-	-	29 (58%)	21 (42%)	1.58	最低
4. 水疗与按摩的汉语词汇方面	-	-	7 (14%)	34 (68%)	9 (18%)	1.96	低

项目	非常好	好	一般	不好	非常不好	平均值	汉语水平程度
5. 听力方面	-	-	1 (2%)	26 (52%)	23 (46%)	1.56	最低
					总和	1.62	最低

表 3.1.15 Health Land 服务人员汉语水平的平均率

项目	柜台区 (平均值)	水疗与按摩师 (平均值)	总平均	汉语水平程度
1. 汉语发音方面	3.2	1.76	2.5	低
2. 汉语语法方面	3	1.26	2.1	低
3. 普通词汇方面	3.28	1.58	2.4	低
4. 水疗与按摩的 汉语词汇方面	2.9	1.96	2.4	低
5. 听力方面	3.42	1.56	2.5	低

从表 3-13 至 3-15 显示，汉语消费者对 Health Land 服务人员汉语水平的评估为“低”等级。柜台和按摩师的每个方面水平的总平均只有 2.1-2.5 分之间，最多是“汉语发音方面”和“听力方面”的。

在汉语消费者来看，他们对柜台部们的汉语水平的评估为“中”等级，结果如此显示因为柜台部分的主要任务是以接待顾客、介绍服务和产品为主，因此他们的汉语水平每个方面都体现在“中”等，总平均为 3.16 分。

对于水疗与按摩师，这部门是数量最多的，从 50 份问卷有 35 个人是按摩师。汉语消费者对他们的评估为“最低”等级，他们几乎所有没参加过汉语培训，只会听和说一个字一个字的词汇，比如“重一点”、“轻一点”、“请抬头”等。因此他们的水平的评估体现为“最低”等。

表 3.1.16 汉语消费者对 Health Land 的汉语服务的满意度

项目	非常 满意	满意	一般	不满 意	非常 不满 意	平均 值	满意度
1. 汉语服务人员的服务态度	23 (46%)	23 (46%)	4 (8%)	-	-	4.83	非常 满意
2. 汉语服务人员能使用汉语介绍服务与产品	6 (12%)	16 (32%)	23 (46%)	5 (10%)	-	3.46	满意
3. 汉语服务人员的汉语听力	-	24 (48%)	17 (34%)	9 (18%)	-	3.3	一般
4. 汉语服务人员的口语交流	-	29 (58%)	15 (30%)	6 (12%)	-	3.46	满意
5. 本店汉语纸质、标识和指示牌的足够	-	5 (10%)	33 (66%)	12 (24%)	-	2.86	一般
6. 本店服务人员的汉语符合消费者要求	3 (6%)	20 (40%)	20 (40%)	7 (14%)	-	3.38	一般
7. 本店的纸质汉语介绍	-	33 (66%)	13 (13%)	4 (8%)	-	3.58	满意
8. 本店的电子汉语介绍	-	4 (8%)	24 (48%)	22 (44%)	-	2.64	一般
9. 纸质，指示牌，标识的汉语文字与语法正确	-	33 (66%)	17 (34%)	-	-	3.64	满意
10. 汉语服务人员的足够	-	8 (16%)	28 (56%)	4 (8%)	-	2.88	一般
					总和	3.35	一般

对于汉语服务的满意度，汉语消费者对本店总体的满意度为“一般”等级，意味着他们对本店汉语服务的反映是还不错的。前三名满意度的平均值体现为 1. 汉语服务人员的服务态度平均值为 4.83 分属于“非常满意”，从这一点来看，服务态度好能够使顾客达到最高的满意度。2. 纸质，指示牌，标识的汉语文字与语法正确平均值为 3.64 分。3. 本店纸质的汉语介绍平均值为 3.58 分。本店有汉语版纸质，指示牌介绍产品与服务，有繁体字和简体字，方便于各国汉语消费者的。其中“本店的电子汉语介绍”得最少分数仅有 2.64 分。结果如此显示因为 Health Land 的网站都没有汉语版不方便于汉语消费者寻找本店的信息，所有信息都是英语版，连泰语版也没有。使消费者对这方面的满意度为“一般”。

表 3.1.17 汉语消费者对服务人员需要汉语培训的意见

汉语消费者对服务人员需要语汉培训的意见	数量 (人)	百分率 (%)
您是否认为服务人员需要汉语培训?		
需要	50	100
不需要	-	-
总和	50	100

表 3.1.18 汉语消费者对服务人员需要培训的方面

项目(可多选)	数量 (人)	百分率 (%)
哪些方面需要培训?		
听力方面	10	20
口语方面	50	100
词汇方面	27	54
其他	1	2

对于汉语培训的意见，从表 3-17 至 3-18 显示汉语消费者需要本店的服务人员参加汉语培训以便提高汉语技能与能力，尤其是口语和词汇方面，如此才能够与汉语消费者更好的提供服务与交流。

对于汉语消费者对本店的意见与改进，在此次调查问卷中有些汉语消费者建议：

1. 提供汉语服务人员不足够。
2. 服务人员态度好，希望继续发扬。
3. 网站没有中文版。
4. 希望按摩服务人员汉语能力更提高。

## 第二节 Health Land 水疗与按摩汉语服务存在问题

本次研究主要的目标是研究 Health land 服务人员的汉语水平，尽管调查中发现，29 个样本会使用汉语提供服务，而结果显示他们的汉语技能还属于低等级的。并发现其他问题对 Health Land 的服务有影响的。因此本次的调查中存在的主要问题可分为：

### 一、服务人员的汉语应用与技能水平低于

由调查研究发现，Health Land 水疗与按摩最主要的问题是服务人员的汉语水平低于。所有四项技能听、说、读、写包括词汇方面的水平都属于“低”等的。这不仅是语言方面的问题，而且引起到消费者对本店的满意度。

要是只调查在柜台部门，结果发现他们的汉语技能还可以与消费者沟通，四项技能的听、说、读、写差不多是属于“中”等。而在其他部门，尤其是水疗与按摩师部分。她们是本店具有最多的工作人员，并与汉语消费者相处得最多的。尽管她们的主要责任是提供按摩服务为主，而在按摩当中也需要交流的。调查结果却发现，他们几乎所有都没有参加过汉语培训，能够与汉语消费者沟通只有一些有关水疗的词汇。比如轻、重、请弯腰、洗手、按摩、抬头等。除了听和说这些词汇以外，他们就不能使用其他词汇或造句了。

将柜台和按摩师服务人员的总平均来看，他们的汉语水平属于低等级，还没有够好的功效与汉语消费者提供服务。

### 二、网站缺乏汉语信息

由调查消费者对本店汉语服务的满意度当中，“本店的电子汉语介绍”得到最少的平均为 2.64。本店的网站只有英语版没有汉语版，所有的信息比如水疗与按摩项目，水疗产品，包括本店的分店地址都是英语版的，连泰语版也没



有。这使不能够使用英语的汉语消费者很难得到本店的信息。只有直接到店里才得到汉语信息。

### 三、本店汉语纸质、标识和指示牌不足够

由调查消费者对本店汉语服务的满意度，发现“本店汉语纸质、标识和指示牌的足够”排最少平均的第二名为 2.86。Health Land 的汉语纸质、标识和指示牌还很少的。只有介绍本店一些水疗项目的汉语版。除此之外都是英语版的。因此，汉语消费者需要其他信息时，只有询问方式才得到需要的信息。这虽然对汉语消费者的满意度为“一般”，而是能够改善就能达到顾客更好的满意度。

## 第三节 改善汉语服务问题的策略

改善服务人员汉语应用水平的措施如下：

### （一）提供汉语培训

Health Land, 亚索(Asok)分店的主要顾客都以外国游客为主，中国游客也是本店的主要市场。因此使用有效汉语与汉语消费者沟通是巨大的需要和重要的。增加有效汉语服务人员的最好方式就是进行汉语培训的活动，提高他们汉语四大技能听、说、读、写的的能力，此外要给予他们了解中国文化，了解中国人的行为、普通词汇和水疗的词汇，以便能够提供有效的汉语服务。除此之外，进行汉语考试活动也必不可少的方式。同时还需要树立他们使用汉语的信心和勇敢，不怕说错。在提供汉语服务当中，听力、口语和水疗词汇最需要加强的。下面是提高汉语两大技能听力与阅读和记生词的技巧意见：

#### 1. 提高汉语听力技能的途径

- 充分利用课堂的语言环境，认真听老师用汉语讲课和提问；学生用汉语对话；课堂的汉语录音，以及课后的各项汉语活动等。
- 经常有效地利用汉语的电视、广播、录音等电教手段训练听力。学习者可根据自己的汉语程度，选择难易适度的汉语电视、广播节目和录音带，多次反复地进行训练。进行听力训练，必须制定一个严格的经常性的训练计划，坚持常听常练，切不可“三天打鱼，两天晒网”，

否则好不容易培养和提高起来的听力很快就减退，一切将前功尽弃。在训练时，没听清听懂的地方，要反复放，反复听，直到听清听懂为止。实在不懂的问题，必须及时记下，彻底解决后再继续往下进行。

- 充分利用涉外场合和机会，听外事外贸会谈，听外国人，中国人讲话，听汉语报告和讲座，听别人的汉语对话。

## 2. 提高汉语口语技能的途径

- 切勿腼腆胆怯于说汉语，学汉语，练口语也要有“不耻不问”的精神，不愿张口，说话脸红，永远也学不好汉语。因此必须大胆说，不怕错，不怕人家笑话。只有这样才使情绪保持镇定，保证发音器官正常工作，口语流畅，从而收到良好的训练效果。
- 语言环境对提高口语技能十分重要，人为地创造汉语环境就显得尤为必要，因此，若碰到和自己语种相同的同学和同事，要主动上前用汉语搭话，尽量避免说泰语，养成用汉语谈话的口语习惯，久而久之，口语会话能力会明显提高。
- 随时随地常说，学习汉语或外语必须勤说多练，养成用外语思维和表达一切的学习习惯，在日常学习和生活中，对所见所闻的一切人，事，物都力争用韩语或外语表达。<sup>[1]</sup>

## 3. 记词汇的技巧

- 反复练习写汉字，下课后要及时复习生词和课文。这方法能使学习者的阅读、写作和词汇数量更加强。
- 将学过的词汇多练、多造句，将造过的句子实际在工作场所使用。实际使用能加强词汇能力。

总的来说，解决改善 Health Land 的主要问题的方法就是培养服务人员的中国文化与汉语知识，进行汉语培训活动，提高他们的汉语能力加强，刺激他们将上面的学习技巧多训练，树立他们对汉语使用产生勇气感，最后在实际工作场所使用。调查结果里面，已有汉语培训、学习内容和学习时间的需求结果了，本店的管理者能将进行做合适的培训活动表。

---

[1] 博民杰. 外语学习者成功秘诀[M]. 青苹果数据中心, 2015: 50-65 页

## **(二) 增加网站信息的汉语版**

Health Land 的汉语信息很少，上网查只有网友留一些信息，到网站查只查到英语版的信息，不方便于不会汉语的消费者。因此，最好将所有本店的服务信息译成汉语版，以便他们更容易得到信息，又能将本店汉语消费者的满意度增加。

## **(三) 增加汉语纸质、标识、指示牌**

由本人自己下场考察和汉语消费者满意度的结果，发现 Health Land 的汉语纸质还很少，其实本店介绍服务和产品的纸质繁多，而汉语版的只有两份，一是介绍泰式按摩的一些项目，二是介绍酸痛软膏产品的成分，其他的服务和产品介绍都是英语版的。此外，店内外都没有任何汉语标识和指示牌了。因此，应该增加这些信息是必须的，尽管这不是本店的大问题，而能够满足消费者的需求和满意度。

## 参考文献

### 中文资料

- [1] 飒兰. 中国推拿与泰式按摩的源流与发展的比较研究[D]. 首都体育学院, 2003.
- [2] 丘姗芳. 中国游客在泰国做 SPA 服务选择的影响因素研究[D]. 哈尔滨工业大学, 2015.
- [3] 邓文志, 文武刚. 旅游业中的奇葩: 泰国医疗旅游的经验与启示[J]. 广西壮族自治区南宁, 2011, (9): 9-11.
- [4] 梁金凤. 广西南宁市高职院校学生汉语应用能力状况调查研究[D]. 广西大学, 2012.
- [5] 张玉华. 普吉府四星级酒店工作人员的汉语水平情况分析[D]. 泰国华侨崇圣大学中国语言文化学院, 2014.
- [6] 林凤. 分析泰国医疗旅游业汉语服务的应用-以泰国私立医院医疗服务为例[D]. 泰国华侨崇圣大学中国语言文化学院, 2015.
- [7] 王碧珠. 商务汉语在发展泰国旅游业的应用研究[D]. 泰国华侨崇圣大学中国语言文化学院, 2015.
- [8] 林金彤. 在泰经商人员对商务汉语需求的调查与研究-以进出口贸易方面的商务汉语为例[D]. 泰国华侨崇圣大学中国语言文化学院, 2015.
- [9] 水疗(美容与养生方法)[OL]. [www.http://baike.baidu.com/item/5370671](http://baike.baidu.com/item/5370671), 2016-5-12.
- [10] 潘睿. 全球水疗及健康产业 2014 调研报告[OL]. [http://www.chinafit.com/news\\_view\\_36671.html](http://www.chinafit.com/news_view_36671.html), 2017-04-15.
- [11] 世界 SPA 市场格局分析[OL]. <http://www.xzbu.com/6/view-2870110.htm>, 2016-04-15.
- [12] 品橙旅游. 世界养生旅游白皮书[OL]. [www.pinchain.com/Article/39096](http://www.pinchain.com/Article/39096), 2017-02-01.
- [13] 互动百科. 简介/啊育吠陀[OL]. <http://www.baik.com/Wiki>, 2017-02-01.
- [14] 百度百科. 医疗概念[OL]. <http://baike.baidu.com/item>, 2017-02-01.

- [15] 豆瓣. 印度阿育吠陀 Ayurveda 疗法 (印度按摩、滴油) [OL].  
<https://site.douban.com/113576/widget/notes/1767743/note/141777390>, 2017-03-15.
- [16] 百度百科. 芳香疗法[OL]. <http://baike.baidu.com>, 2016-09-15.
- [17] 百度百科. 泰式按摩[OL]. <http://baike.baidu.com>, 2016-09-15.
- [18] 中医养生. 泰式按摩的功效有什么. [OL]. <http://www.cndzys.com/Zhongyi/changshi/1049475.html>, 2017-05-30.
- [19] 泰国通. 泰式草药球: 传承泰式古人大智慧[OL]. <http://taiguotong.cn>, 2017-05-30.
- [20] 博民杰. 外语学习者成功秘诀[M]. 青苹果数据中心, 2015:50-65

### 英文资料

- [1] Global Wellness Institute (2016). **Global Wellness Economy Monitor Packed with regional national data on wellness markets**. [online].  
 (WWW.GLOBALWELLNESSINSTITUTE.ORG)
- [2] Health Land. **Body and hair care** [online]. (<http://healthlandspa.com/body-hair-Care>), 2017

### 泰文资料

- [1] กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. **สปาและนวดไทย**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา :  
<http://www.dtn.go.th/index.php/-2.html> (22 พฤษภาคม 2560)
- [2] กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. **จับเทรนด์เป็นจุดขาย พลิกโอกาสท่องเที่ยวไทย**. [ออนไลน์].  
 แหล่งที่มา: <http://www.tatreviewmagazine.com/menu-read-tat/menu-2016/menu-22016/711-22016-trend-sell> (25 เมษายน 2560)
- [3] ณีฎฐิรา อ่ำพลพรรณ. **แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม (Spa and Wellness)**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.tatreviewmagazine.com/web/menu-read-web-etatjournal/menu-2013/menu-2013-oct-dec/546-42556-spa-wellness> (4 พฤษภาคม 2559)

- [4] ณัฐฐา สุขภักตร์. **ปัจจัยส่วนประสบการณ์ตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสปาของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร.**วิทยานิพนธ์(บธ.บ) กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตย วิทยาลัยมหาวิทยาลัยเกริก[PDF เอกสารออนไลน์] แหล่งที่มา : [http://mis.krirk.ac.th/librarytext/MBA/2554/Nattha\\_Sukapak.pdf](http://mis.krirk.ac.th/librarytext/MBA/2554/Nattha_Sukapak.pdf)(15 เมษายน 2559)
- [5] วรณิศา เชื้ออินทร์,ปัญญวัฒน์ ปินตาทองและณัฐราวุฒิ รุติปราโมทย์. (2552) **การศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์** (บธ.บ.). เชียงราย: มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง[PDF เอกสารออนไลน์] แหล่งที่มา :<http://www.mfu.ac.th/school/cosmeticsscience/research2.php> (15 เมษายน 2559)
- [6] สุธาวิ ปฏิภาณและดร.ณกมล จันทร์สม. (2557) **การตัดสินใจใช้บริการธุรกิจสปาของบุคคลที่อยู่ในวัยกลางคนขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร.**กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรังสิต [PDFเอกสารออนไลน์] แหล่งที่มา :<http://www.thaiejournal.com/?p=92> (20 พฤษภาคม 2559)
- [7] สิปปศิณี บาเรย์. (2557) **ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจีน กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต.** วิทยานิพนธ์ (บธ.บ.). ภูเก็ต: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต [PDFเอกสารออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://graduate.pkru.ac.th/Abstract/mba/sibpasinee.pdf>(15 เมษายน 2559)

## แบบสอบถามงานวิจัย

### เรื่อง “การศึกษาการใช้ภาษาจีนในธุรกิจสปาไทย กรณีศึกษา เฮลท์แลนด์สปาแอนด์มาสซาจ”

เรียน ผู้กรอกแบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาการใช้ภาษาจีนของพนักงานในร้านเฮลท์แลนด์สปาแอนด์มาสซาจ คำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการสะท้อนถึงความสำคัญของปัญหาการใช้ภาษาจีนที่เกิดขึ้นในการให้บริการผู้บริโภคดีที่ใช้ภาษาจีนและข้อมูลที่ได้รับสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและฝึกอบรมการใช้ภาษาจีนของพนักงานเฮลท์แลนด์สปาแอนด์มาสซาจเพื่อให้สอดคล้องกับความจำเป็นในการใช้ภาษาจีนในการปฏิบัติงานต่อไป

#### ส่วนที่ 1

#### คำชี้แจง

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย  หน้าข้อที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียวในแต่ละคำถาม

- |                  |   |   |
|------------------|---|---|
| 1. เพศ           | 1. <input type="checkbox"/> ชาย                       | 2. <input type="checkbox"/> หญิง        |
| 2. อายุ          | 1. <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 20 ปี             | 2. <input type="checkbox"/> 20-39 ปี    |
|                  | 3. <input type="checkbox"/> 30-39 ปี                  | 4. <input type="checkbox"/> 41 ปีขึ้นไป |
| 3. ระดับการศึกษา | 1. <input type="checkbox"/> ต่ำกว่ามัธยมต้น           | 2. <input type="checkbox"/> มัธยมต้น    |
|                  | 3. <input type="checkbox"/> มัธยมปลาย                 | 4. <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี   |
|                  | 5. <input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี          |   |
| 4. ตำแหน่งงาน    | 1. <input type="checkbox"/> พนักงานต้อนรับ(Reception) |   |
|                  | 2. <input type="checkbox"/> พนักงานนวดสปา             |   |
|                  | 3. <input type="checkbox"/> พนักงานคิดเงิน (Cashier)  |   |
|                  | 4. <input type="checkbox"/> อื่นๆ..... (โปรดระบุ)     |   |

5. ประสบการณ์การทำงานที่เฮลท์แลนด์ สปาแอนด์มาชชาซ

1.  น้อยกว่า1ปี      2.  1-5 ปี  
3.  6-10 ปี      4.  10ปีขึ้นไป

6. ท่านคิดว่าลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการเป็นชาติใด (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

1.  ไทย      2.  จีน (ฮ่องกง ไต้หวัน มาเก๊า)  
3.  เกาหลี      4.  ญี่ปุ่น  
5.  อังกฤษ      6.  อเมริกา  
7.  อื่นๆ..... (โปรดระบุ)

## ส่วนที่2 ความสามารถด้านภาษาจีน

7. ท่านสามารถใช้ภาษาจีนในการให้บริการลูกค้าชาวจีนได้หรือไม่

1.  ได้      2.  ไม่ได้ (ข้ามไปตอบข้อ12)

8. ท่านคิดว่าภาษาจีนของท่านอยู่ในระดับใด

ทักษะ	ระดับความสามารถ				
	ดีมาก	ดี	ปานกลาง	ไม่ดี	ไม่ดีที่สุด
1.การฟัง					
2.การพูด					
3.การอ่าน					
4.การเขียน					

9. ท่านเคยเข้าร่วมการสอบวัดระดับภาษาจีน (HSK)หรือไม่

1.  เคย      2.  ไม่เคย(ข้ามไปตอบส่วนที่2)

10. ระดับภาษาจีน (HSK) ของท่านคือ

1.  HSK1      2.  HSK2  
3.  HSK3      4.  HSK4  
5.  HSK5      6.  HSK6



**ส่วนที่3**      การใช้ภาษาจีนในการให้บริการลูกค้าที่ใช้ภาษาจีนของพนักงาน Health Land Spa and Massage

**คำชี้แจง**      กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

รายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ความสามารถในการใช้ภาษาจีนในการให้บริการ</b>					
1. สามารถออกเสียงภาษาจีนได้อย่างถูกต้องและชัดเจน					
2. สามารถใช้ศัพท์ภาษาจีนพื้นฐานทั่วไปในการสื่อสารได้เช่น กล่าวคำทักทาย ถามชื่อนามสกุล บอกราคาในการให้บริการ เวลาในการให้บริการ วัน เวลา เบอร์โทรศัพท์ เป็นต้น					
3. สามารถใช้ศัพท์ภาษาจีนเฉพาะทางในการให้ข้อมูลสินค้า บริการ ที่เกี่ยวกับสปาได้ เช่น ชื่อการนวดหรือการทำสปาประเภทต่างๆ ประเภทผลิตภัณฑ์สปาต่างๆ ประโยชน์การนวดประเภทต่างๆ เป็นต้น					
4. สามารถใช้ภาษาจีนเสนอขายสินค้า แนะนำโปรโมชั่นหรือเพิ่มมูลค่าการขายได้(Up Selling)					
5. สามารถสื่อสารภาษาจีนได้ถูกหลักไวยากรณ์					
6.สามารถฟังการออกเสียงของลูกค้าชาวจีนในสำเนียงที่แตกต่างกันได้					

รายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7.สามารถฟังเข้าใจประโยค ภาษาจีนพื้นฐานได้					
8.สามารถฟังเข้าใจประโยค ภาษาจีนเฉพาะทางที่เกี่ยวกับ สปาได้					

12. ท่านพบปัญหาใดบ้างในการใช้ภาษาจีนในการให้บริการ (ตอบได้มากกว่า1)

1.  พูดภาษาจีนไม่ถูกหลักไวยากรณ์ เรียบเรียงเป็นประโยคไม่ได้ เน้นพูดเป็นคำๆ
2.  พนักงานที่สื่อสารภาษาจีนได้ไม่เพียงพอต่อการให้บริการ
3.  การออกเสียงของพนักงานไม่ชัดเจนทำให้สื่อสารกับผู้บริโภคชาวจีนไม่รู้เรื่อง
4.  ฟังสำเนียงเจ้าของภาษาไม่เข้าใจ
5.  ลูกค้ำพูดเร็วจับใจความไม่ทัน
6.  อื่นๆ.....(โปรดระบุ)

13. ท่านมีวิธีแก้ไขปัญหาการใช้ภาษาจีนในการให้บริการอย่างไร (ตอบได้มากกว่า1)

1.  ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารแทน
2.  พยายามใช้ภาษาจีนในการสื่อสารให้ได้มากที่สุด
3.  ใช้โปรแกรมช่วยแปลในการสื่อสาร
4.  ขอความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงานที่พูดภาษาจีนได้เหมือนกัน
6.  ใช้ภาษาท่าทาง ภาษากายในการสื่อสาร
5.  อื่นๆ.....(โปรดระบุ)

**ส่วนที่4**

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดอบรมการเรียนรู้ภาษาจีน

**คำชี้แจง**

กรุณาทำเครื่องหมาย  หน้าข้อที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียวในแต่ละคำถาม

14. ถ้ามีการจัดอบรมการเรียนรู้ภาษาจีนเพื่อพัฒนาความสามารถในการให้บริการลูกค้าชาวจีนท่านยินดีเข้าอบรมหรือไม่

1.  ยินดีเข้าอบรม 2.  ไม่เข้าอบรม

15. ท่านอยากเข้าอบรมหลักสูตรใดต่อไปนี่ (เลือกได้มากกว่า1)

1.  การฟัง 2.  การพูด  
3.  การอ่าน 4.  การเขียน

16. เนื้อหาที่ท่านต้องการเรียนมากที่สุดคือ

1.  ภาษาจีนพื้นฐานทั่วไป  
2.  ภาษาจีนเฉพาะทางเกี่ยวกับธุรกิจบริการและสปา  
3.  ต้องการเรียนทั้งสองอย่าง

17. ระยะเวลาที่ท่านคิดว่าเหมาะสมในการอบรมการใช้ภาษาจีน

1.  1เดือน 2.  4เดือน  
3.  6เดือน 4.  1ปี

ขอขอบคุณทุกท่านในความร่วมมือ

## 问卷调查（服务人员部分）

### 题目“泰国水疗企业汉语应用研究 —以 Health Land 按摩与水疗为例

尊敬的女士/先生：您好！

研究者创建了问卷为了研究 Health Land Spa and Massage 的服务汉语的应用。您的答案能有助于提供汉语消费者的服务以及能提高服务人员的汉语。另外这些资料也许会作为服务人员培训建立的方法。

请您按照现实来填写问卷调查，留下宝贵意见。本问卷不用填写姓名，此次调查金用于教育研究，绝对保密心感谢您的治愈合作

**解释:** 请您仔细阅读问题后，再答题（请在  里打✓，或在空格的地方填写）

#### 第一部分：服务人员的基本资料

1. 性别                      1.  男                      2.  女
  
2. 年龄                      1.  20 岁以下              2.  20-29 岁  
                                 3.  30-39 岁              4.  40 岁以上
  
3. 学历                      1.  初中以下              2.  初中              3.  高中  
                                 4.  本科                      5.  本科以上
  
4. 职位                      1.  柜台                      2.  水疗与按摩人员  
                                 3.  收款台                      4.  其他.....（填写）
  
5. 您在 Health Land Spa and Massage 的工作经验？  
  
                                 1.  1 年以下              2.  1-5 年  
                                 3.  6-10 年                  4.  10 年以上

6. 您认为 Health Land Spa and Massage 大多数是任何国籍的顾客(可多选)

- 1.  泰国
- 2.  中国 (香港, 台湾, 澳门)
- 3.  韩国
- 4.  日本
- 5.  英国
- 6.  美国
- 7.  其他.....(请注明)

## 第二部分：汉语能力

7. 您能够使用汉语提供服务吗?

- 1.  能
- 2.  不能(跳到第十四题)

8. 您汉语能力的程度

项目	汉语应用程度				
	非常好	好	一般	不好	非常不好
1. 听力					
2. 口语					
3. 阅读					
4. 写作					

9. 您参加过汉语水平考试 (HSK) 吗?

- 1.  参加过
- 2.  没有参加过(挑到第二部分)

10. 您的汉语水平考试是?

- 1.  HSK1
- 2.  HSK2
- 3.  HSK3
- 4.  HSK4
- 5.  HSK5
- 6.  HSK6

### 第三部分: Health Land Spa and Massage 服务人员的汉语应用

解释: 按照您的意见, 请您在表格里填写✓

	汉语应用程度				
	非常好	很好	一般	不好	很不好
<b>服务人员的汉语应用</b>					
1. 能使用正确的汉语发音					
2. 能使用基本汉语词汇跟汉语消费者交流 如打招呼、问姓名、服务价格、服务时间本店电话号码等。					
3. 能使用水疗专用汉语词汇跟汉语消费者交流 如 水疗产品种类、按摩种类、各种按摩类的能力等。					
4. 能使用汉语提供水疗产品, 推销, 升级销售。					
5. 能使用正确的汉语语法。					
6. 能听懂汉语消费者各国各地的口音和发音。					
7. 能听懂汉语消费者所说基本汉语的词汇。					
8. 能听懂汉语消费者所说水疗专用汉语的词汇。					

12. 您提供汉语服务中遇到哪些问题? (可多选)

1.  使用汉语语法不正确, 不能造句, 只能说一个一个的词
2.  提供汉语服务人员不够
3.  提供汉语服务人员发音不准, 不能跟汉语消费者交流
4.  没听懂汉语消费者的口音
5.  汉语消费者所说的速度快, 没听懂消费者的需求
6.  其他.....(请注明)

13. 您如何解决问题? (可多选)

- 1.  使用英语解决问题
- 2.  尽量使用汉语交流
- 3.  使用翻译软件与消费者互相交流
- 4.  寻求其他会讲汉语的服务人员的帮助
- 5.  使用肢体语言进行沟通
- 6.  其他.....(请注明)

#### 第四部分: 服务人员参加汉语培训的意见

**解释:** 请您仔细阅读问题后, 再答题 (请在  里打✓, 或在空格的地方写)

14. 要是单位举行一个汉语培训您需要参加吗?

- 1.  参加
- 2.  不参加

15. 您需要参加任何课程? (可多选)

- 1.  听力
- 2.  口语
- 3.  阅读
- 4.  写作

16. 您最需要学的内容?

- 1.  基础汉语
- 2.  关于服务企业与水疗的专用词
- 3.  上面两题都需要

17. 您认为参加汉语培训的期间如何?

- 1.  1 个月
- 2.  4 个月
- 3.  6 个月
- 4.  1 年

---

**非常感谢您的合作**

## 问卷调查（顾客部分）

### 题目 泰国水疗企业汉语应用研究 -以 Health Land 水疗与按摩为例

尊敬的女士/先生： 您好！

研究者创建了问卷为了研究 Health Land 的服务汉语的应用与研究汉语消费者对 Health Land 汉语服务的满意度。您的答案能有助于提供汉语消费者的服务以及能提高服务人员的汉语水平。另外这些资料也许会作为服务人员培训建立的方法。

请您按照现实来填写问卷调查，留下宝贵意见。本问卷不用填写姓名，此次调查用于在教育研究，绝对保密心感谢您的治愈合作

**解释:** 请您仔细阅读问题后，再答题（请在  里打✓,或在空格的地方填写）

#### 第一部分：汉语消费者的基本资料

1. 性别                      1.  男                      2.  女
  
2. 年龄                      1.  20 岁以下                      2.  20-29 岁                      3.  30-39 岁  
                                    4.  40-49 岁                      5.  50-59 岁                      6.  60 岁以上
  
3. 学历                      1.  初中以下                      2.  初中                      3.  高中  
                                    4.  本科                      5.  硕士                      6.  博士
  
4. 收入                      1.  5000 元以下                      2.  5,001-10,000 元  
                                    3.  10,001-20,000 元                      4.  20,001-40,000 元  
                                    5.  40,000 元以上
  
5. 您来自哪儿                      1.  中国大陆(包括台湾、香港、澳门)  
                                    2.  马来西亚                      3.  新加坡  
                                    4.  其他..... (请注明)



6. 您来泰国的目的 (可多选)

- 1.  旅游
- 2.  工作
- 3.  拜访亲朋好友
- 4.  接受水疗与按摩服务
- 5.  其他..... (请注明)

**第二部分：接受 Health Land Spa and Massage 服务的汉语消费者情况**

7. 您为何到泰国接受水疗与按摩服务? (可多选)

- 1.  离我国不远
- 2.  喜欢泰国的水疗与传统按摩式
- 3.  泰国水疗与按摩的声誉
- 4.  质量高, 价格合理
- 5.  其他..... (请注明)

8. 您如何认识 Health land Spa and Massage? (可多选)

- 1.  本店的声誉
- 2.  居住的地方在本店附近
- 3.  网友的留言
- 4.  泰国旅游杂志、书的广告
- 5.  朋友带来
- 6.  其他..... (请注明)

9. 您第几次到本店使用服务?

- 1.  1 次
- 2.  2 次
- 3.  3 次
- 4.  3 次以上

10. 您接受 Health land Spa and Massage 服务的主要原因? (可多选)

- 1.  乘车方便, 离地铁不远
- 2.  服务周到, 水疗项目多
- 3.  离居住的地方不远
- 4.  提供服务的人员会说汉语
- 5.  质量好, 价格合理
- 6.  营业时间长 (早上 9.00 点-晚上 23.00 点)

### 第三部分： 汉语消费者对 Health land Spa and Massage 汉语服务的反映

11. 您认为 Health land Spa and Massage 柜台的服务人员的汉语水平如何?

项目	很好	好	中	差	很差
1. 汉语发音方面					
2. 汉语语法方面					
3. 普通词汇方面					
4. 水疗与按摩的汉语词汇方面					
5. 听力方面					

12. 您认为 Health land Spa and Massage 水疗与按摩师的汉语水平如何?

项目	很好	好	中	差	很差
1. 汉语发音方面					
2. 汉语语法方面					
3. 普通词汇方面					
4. 水疗与按摩的汉语词汇方面					
5. 听力方面					

13. 您对 Health Land 的汉语服务的满意度

项目	非常满意	满意	一般	不满意	非常不满意
1. 汉语服务人员的服务态度					
2. 汉语服务人员能使用汉语介绍服务与产品					
3. 汉语服务人员的汉语听力					
4. 汉语服务人员的口语交流					
5. 本店汉语标识和指示牌的足够					
6. 本店服务人员的汉语服务符合消费者要求					
7. 本店的纸质汉语介绍					
8. 本店的电子汉语介绍					
9. 纸质，指示牌，标识的汉语文字与语法正确					

14. 您是否认为服务人员需要汉语培训?

1.  需要

2.  不需要(跳到 16 题)

15. 哪些方面需要培训?(可多选)

1.  听力方面

2.  口语方面

3.  词汇方面

4.  其他.....(请注明)

16. 您对 Health Land 的汉语服务有何意见与改进?

.....

.....

.....

非常感谢您的合作

## 致谢

首先，我要深深感谢我的导师范军. 博士. 副教授悉心指导和耐心鼓励我。在论文的选题、收集资料和写作阶段，范老师都给了我极大的帮助。每当我有所疑问，范老师总会给我意见与建议；在我初稿完成之后，范老师又在百忙之中抽出时间对我的论文认真的批改，使我在研究和写作过程中不迷方向。在此机会，我谨向老师致以深深地感谢和最深切的敬意。

同时也要向赵平老师、李耀武老师、刘丽芳老师、李严锋老师、解琨老师和 Pornsiri Wiriyakrai 老师非常感谢。他们虽然不是我的指导老师，可是他们都给予我学习知识，使我掌握所有搞论文的过程、对我关系与帮助。在此再次向他们表示深深地感谢。

感谢父母对我的鼓励与支持。感谢我亲爱的妹妹帮我批改英文摘要并给我做论文的意见。

感谢所有同学的热情帮助，尤其是苏尼沙同学，在我繁忙当中非常帮助我。

最后，感谢所有在这次毕业设计中给予过我帮助的人。

吴淑安

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล นางสาวไพลิน จรัสวัฒนาวรรณ (吴淑安)

วัน เดือน ปีเกิด 15 ตุลาคม 2528

ที่อยู่ปัจจุบัน 98/22 หมู่ 3 ถนนบางกรวย-ไทรน้อย อำเภอบางบัวทอง ตำบลบางบัวทอง  
จังหวัดนนทบุรี 11110

ประวัติการศึกษา  
พ.ศ. 2550 คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
ศิลปศาสตรบัณฑิต (การโรงแรม)

ประวัติการทำงาน  
พ.ศ. 2550 - ปัจจุบัน พนักงานฝ่ายขายและการตลาด  
บริษัท ริเวอร์วูด จำกัด