



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

ศึกษาการให้บริการด้านภาษาจีนของการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ

ในประเทศไทย : กรณีศึกษาโรงแรมอนันตรา ริเวอร์ไซด์

กรุงเทพมหานคร รีสอร์ทแอนด์สปา

RESEARCH OF MANDARIN SERVICES OF WELLNESS TOURISM

IN THAILAND : A CASE STUDY OF ANANTARA

RIVERSIDE BANGKOK RESORT&SPA

泰国养生旅游的汉语服务研究——以曼谷河畔  
安纳塔拉水疗度假村为例

สปันธุ์รุ่ง ภัทรกิตติเจริญ

(吴小深)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ศึกษาการให้บริการด้านภาษาจีนของการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพในประเทศไทย : กรณีศึกษา

โรงแรมอนันตรา ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพมหานคร รีสอร์ทแอนด์สปา

RESEARCH OF MANDARIN SERVICES OF WELLNESS TOURISM IN THAILAND

: A CASE STUDY OF ANANTARA RIVERSIDE BANGKOK RESORT&SPA

泰国养生旅游的汉语服务研究——以曼谷河畔  
安纳塔拉水疗度假村为例

สปันธุ์รุ่ง ภัทรกิตติเจริญ (吴小深)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ตรวจสอบและอนุมัติให้

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน พ.ศ. 2559

รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์  
ประธานกรรมการ

Assoc. Prof. Dr. Fan Jun  
อาจารย์ที่ปรึกษา

Assoc. Prof. Dr. Shang Hongyan  
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

Assoc. Prof. Dr. Fan Jun  
กรรมการ

Assoc. Prof. Dr. Xie Kun  
กรรมการ

รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์  
ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
(ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

รองศาสตราจารย์อิชยา จันทรวินยานุชิต  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์  
คณบดีคณะภาษาและวัฒนธรรมจีน

**ศึกษาการให้บริการด้านภาษาจีนของการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพในประเทศไทย**  
**: กรณีศึกษาโรงแรมอนันตรา ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ รีสอร์ทแอนด์สปา**

สปีณัฐรัง ภัทรกิตติเจริญ 576104

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: Fan Jun, Ph.D.

**บทคัดย่อ**

ในปัจจุบันตลาดธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้น มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทย โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนมากที่สุด ซึ่งนับว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง และปัจจุบัน ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก คือ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ โดยผู้วิจัยได้นำโรงแรมอนันตรา ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ รีสอร์ทแอนด์สปา มาเป็นกรณีศึกษาด้านการให้บริการภาษาจีนของพนักงาน ซึ่งได้สัมภาษณ์ผู้จัดการฝ่ายฝึกอบรมเกี่ยวกับที่มาของการให้ความสำคัญด้านบริการภาษาจีน การจัดอบรมภาษาจีน และการใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าชาวจีน นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างพนักงานอนันตราจำนวน 50 คน โดยเนื้อหาแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2. ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการลูกค้าต่างชาติ 3. ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการด้านภาษาจีน 4. ทักษะคติของพนักงานต่อภาษาจีน 5. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดอบรมการเรียนรู้ภาษาจีน ซึ่งผลสำรวจที่ได้ มีดังนี้

ผลสำรวจพบว่าพนักงาน 42% ที่มีทักษะในการใช้ภาษาจีนแต่ระดับความสามารถของทักษะในแต่ละด้านอยู่ในระดับต่ำที่สุด ซึ่ง 90% ของพนักงานนั้นพบปัญหาด้านการสื่อสารกับลูกค้าที่ใช้ภาษาจีนและด้านทัศนคติต่อภาษาจีน พบว่า พนักงานมองว่าการฟังและการพูดมีความสำคัญกับการเรียนในระดับที่สูงกว่าการเขียนและการอ่าน หากมีการอบรมภาษาจีนพนักงาน ส่วนใหญ่ต้องการที่จะเข้าร่วม และ พนักงาน มีความเห็นว่า หากเขาสามารถสื่อสารภาษาจีนได้ลูกค้าชาวจีนจะมีความพึงพอใจในการให้บริการเพิ่มขึ้น

เมื่อได้ผลสำรวจจากแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยได้เสนอแนะทางในการจัดอบรมด้านภาษาและวัฒนธรรมจีน รวมไปถึงข้อเสนอแนะในการพัฒนาองค์กรสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ โดยใช้ประโยชน์จากการเรียนรู้ภาษาจีน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

**คำสำคัญ:** การบริการด้านภาษาจีน การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รีสอร์ทแอนด์สปา การท่องเที่ยว

**RESEARCH OF MANDARIN SERVICES OF WELLNESS TOURISM IN THAILAND  
: A CASE STUDY OF ANATARA RIVERSIDE BANGKOK RESORT&SPA**

SPANROONG PATTARAKITTIJAROEN 576104

MASTER OF ARTS (CHINESE FOR BUSINESS COMMUNICATION)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: Fan Jun, Ph.D.

**ABSTRACT**

Nowadays market in the tourism industry of Thailand has been growing steadily. Which is evident from the number of tourists comes into Thailand. The highest number of tourists is Chinese. This is a particularly attractive target group. Currently, one of the creative tourism that has been very popular is wellness tourism. The researcher of this study will focus on the spa industry. By Anantara Riverside Bangkok Resort & Spa as a case study of Mandarin services from Anantara's employees.

In this study, the researchers interviewed manager training on the importance of providing Mandarin services, training Mandarin and how to use marketing tools to reach Chinese customers. In addition, the researchers used questionnaires to collect data from a sample of 50 Anantara's employees. The content is divided into five parts. 1. Overview of the respondents. 2. Information on serving international clients. 3. Information about the Mandarin service. 4. Anantara's employee attitudes towards Mandarin. 5. Comment on training Mandarin. The Results are as follows:

The survey of 50 Anantara's employees, found that 42% of employees have Mandarin skills. But the level of each skill is in the lowest level. 90% of employees have problems of Mandarin communication. And employees thought that listening and speaking skills are more important to learning Mandarin on higher levels of reading and writing skills. And if there is training Mandarin class employees are required to attend.

The researcher has proposed guidelines for the training of Chinese language and culture. As well as recommended for wellness tourism organization on the advantages of Mandarin services, to improve their competitiveness for wellness tourism.

**Keywords:** Mandarin Services, Wellness Tourism, Resort and Spa, Tourism

# 泰国养生旅游的汉语服务研究——以曼谷河畔 安纳塔拉水疗度假村为例

吴小深 576104

文学硕士学位（商业汉语）

指导老师：范军教授

## 摘 要

目前市场在泰国的旅游业一直在稳步增长。从游客人数进入泰国。游客人数最多的是中国人。这是一个特别有吸引力的研究课题。目前，养生旅游已是一种非常流行的创意旅游。这次研究将专注于水疗产业。研究者以曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村提供汉语服务的案例研究。

在这项研究中，研究者就采访 1 位安纳塔拉训练经理，关于重视汉语服务的原因、人员的汉语培训政策和向中国客户利用营销工具的资料。此外，研究者使用问卷调查，从 50 安纳塔拉员工的样本收集数据。问卷的内容分为五个部分：一、安纳塔拉人员个人基本的资料；二、关于安纳塔拉人员对外国客户的沟通和服务的信息；三、关于安纳塔拉人员对中国客户的沟通和服务的信息；四、安纳塔拉人员对汉语的意见；五、安纳塔拉人员的意见关于培训汉语。问卷调查的结果标出如下：

42% 的人员拥有汉语技能，却所有技能水平是最低的。90% 的受访者对中国客户进行沟通时遇到问题。以及关于受访者对汉语的态度，他们觉得汉语对旅游业特别重要的同意程度是在高级。而觉得听力和口语对汉语学习比阅读和写作重要，而且他们要参加培训学习汉语课的同意程度是在高级。

根据填写的调查问卷的结果，研究者提出了汉语和中国文化提供培训。而且研究者提供养生旅游企业的建议。令他们注重汉语服务的优势，提高自己的竞争力。

**关键词：**汉语服务 养生旅游 水疗度假村 旅游业

# 目录

บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
摘要	III
目录	IV
表格目录	VI
图表目录	VII
图画目录	VIII
<b>绪论</b>	1
一、选题背景和意义	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	2
(五) 研究创新型	2
三、与论文选题有关的国内外研究综述	3
(一) 国外研究综述	3
(二) 国内研究综述	5
四、所要解决的主要问题和研究途径	5
<b>第一章 养生旅游的概念</b>	6
第一节 养生旅游服务的概况	6
一、养生旅游的含义	6
二、国际养生旅游的市场	6
三、养生旅游的开发模式	7
第二节 泰国养生旅游发展情况	8
一、泰国养生旅游开发	8
二、泰国组合式养生疗程	9
三、泰国水疗养生的市场	9
第三节 中国游客激增对泰国养生旅游贸易的影响	10
<b>第二章 曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的汉语服务调查</b>	12
第一节 曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的现状	12

一、曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村背景介绍	12
二、曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的服务	12
第二节 曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的汉语服务调查的结果	16
一、从采访安纳塔拉训练经理的资料	16
二、从安纳塔拉的人员问卷调查收集的数据	17
<b>第三章 曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的汉语服务存在的问题</b>	
<b>与解决问题的措施</b>	26
第一节 曼谷安纳塔拉河畔水疗度假村的汉语服务存在问题	26
一、总结调查结果	26
二、曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的汉语服务存在问题	26
三、解决问题的措施	27
第二节 泰国养生企业应用汉语服务的问题的应对策略	28
结 论	30
参考文献	32
附 录	34
附录 一：泰语问卷调查	34
附录 二：中文问卷调查	37
致 谢	40
ประวัติผู้เขียน	41

## 表格目录

表 2-1: 曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村人员个人基本的人数与百分比	17
表 2-2: 曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村人员的汉语技能水平	21
表 2-3: 曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村人员对汉语的态度	23
表 2-4: 曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村人员的意见关于培训汉语	24
表 3-1: 设计训练的指导方针	28



## 图表目录

图 1-1: 养生旅游与健康旅游、医疗旅游的关系	6
图 1-2: 外国游客在泰国水疗养生的市场价值	9
图 1-3: 2012-2015 年在泰国的中国游客人数	10
图 1-4: 2015 年进入泰国的外国游客排名	10
图 2-1: 大多数安纳塔拉的客户资料	19
图 2-2: 安纳塔拉人员可以与外国客户进行沟通的语言	19
图 2-3: 安纳塔拉人员对外国客户进行沟通遇到的问题	20
图 2-4: 安纳塔拉人员有汉语技能与没有汉语技能的百分比	21
图 2-5: 安纳塔拉人员对中国客户进行沟通遇到问题的百分比	22
图 2-6: 当与用汉语的客户面临沟通的问题, 安纳塔拉人员解决问题的方法	22

# 绪论

## 一、选题的背景和意义

目前来泰国旅游的游客越来越多，根据统计，2014年来泰国旅游的外国游客人数为 24,779,768 人。游客们来自不同的国家，有着不同的文化背景。由此可以看出，泰国与外国人沟通的主要障碍就是语言的问题。因为语言作为桥梁连接，使人们可以沟通和互相理解。大多数的游客是中国人，据调查，2014年来泰国旅游的中国游客的人数为 4,636,034 人，占有所有游客的 18.71%。随着中国游客涌入的数量很多，不管是食宿还是购物，都带来了汉语服务的需求。因此，在泰国很多旅游企业都需要有汉语服务，以满足这些游客。

当今养生旅游已是一种非常流行的创意旅游。而且研究者对养生旅游比较感兴趣，因为对企业来说泰国的养生旅游是一个很大商机的朝阳产业。以及可吸引许多国外游客来泰国旅游休闲。

中国游客是一个巨大的市场，每个人都在关注。由于市场增长，中国消费者纷纷转向追求幸福。为了缓解每天的工作压力。目前，养生旅游是正在成为中国游客中越来越流行另一种选择。在养生旅游中研究者对水疗及保健服务特别感兴趣。由于当今水疗及保健服务的外国游客，总额超过 300 亿泰铢，而更有可能成长为 15%。

这次研究将专注于水疗产业。研究者以曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村提供汉语服务的案例研究。曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村 (Anantara Riverside Bangkok Resort & Spa) 是属于养生旅游的业务之一。当前，安纳塔拉 (Anantara) 拥有 400 多间客房，提供独特的水疗按摩及很多餐馆可供选择。当今安纳塔拉 (Anantara) 拥有超过 500 人的服务人员。而且拥有中国客户多达所有客户的 20%，比去年增长约 10%。因为上面的理由，安纳塔拉 (Anantara) 就开始关注 汉语服务。因而研究者就选择曼谷安纳塔拉河畔水疗度假村 (Anantara Riverside Bangkok Resort & Spa) 来调查分析研究他们的汉语服务的现状，分析研究汉语 服务对安纳塔拉的影响，以及调查安纳塔拉的服务人员对汉语培训的需求，是为了使泰国养生旅游意识到汉语服务的重要性，而运用汉语服务作为一种凭借，来抓住大好中国市场的机遇。

## 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

本论文在研究泰国曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的汉语服务。这家度假村坐落在 257/ 1-3. Charoennakorn 路, Thonburi, 曼谷。

在本次调查的内容, 研究者运用问卷调查 50 位服务人员, 以及采访 1 位训练经理。

### (二) 研究目的

本论文研究的目的是通过分析泰国养生旅游的汉语服务的机遇和挑战:

1. 研究在泰国养生旅游的发展前景以及汉语对这些发展的影响。
2. 研究在泰国曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村 (Anantara Riverside Bangkok Resort&Spa) 应用汉语服务的现状, 提出他们遇到的问题和挑战。
3. 探讨泰国养生旅游贸易应对机遇和挑战的措施。

### (三) 研究主要内容

本论文研究的主要内容是泰国养生旅游的发展, 并且调查安纳塔拉的汉语服务和安纳塔拉的服务人员对汉语培训的需求。分析汉语服务对泰国养生旅游贸易的影响, 以及提出泰国养生旅游贸易遇到的问题, 探讨解决问题的措施。为了使泰国养生旅游意识到汉语服务的重要性。

### (四) 研究方法

研究方法主要是根据所掌握的有关泰国养生旅游现状的资料:

1. 文献研究法: 通过有关养生旅游收集第二手资料。
2. 定性分析法: 通过深度访问曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的训练经理获得原始资料, 了解泰国养生旅游贸易的现状。
3. 定量分析法: 运用问卷调查 50 位曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的人员。

对相关资料进行理论分析, 分析研究汉语服务对泰国养生旅游的影响, 通过分析发现问题, 进而探求解决问题的措施。

### (五) 研究创新性

从许多资料。研究者者发现有关养生旅游的研究和论述已经不少。不过, 通过目前所收集的资料有关专门泰国养生旅游的汉语服务的论文还没有。所以, 本文的研究是在这些研究的基础上, 我提供语言服务方面的调查数据, 进一步分析和研究泰国养生旅游的汉语服务遇到的机遇和挑战。本文的创新性主要体现在通过分析汉语服务对泰国养生旅游的影响, 包括分析泰国养生旅游的汉语服务面对的机遇和挑战, 提出应对措施, 从而加强泰国养生旅游的竞争力。

### 三、与论文选题有关的国内外研究综述

#### (一) 国外研究综述

朱生东, 章锦河《齐云山道教休闲养生旅游市场培育研究》<sup>[1]</sup>该文以齐云山景区为实例对齐云山发展道教休闲养生旅游进行了分析, 指出齐云山休闲养生旅游市场培育应采取综合开发、全面合作、突出特色、强化管理等战略对策, 对其他景区发展休闲养生游具有一定的借鉴意义。

王燕《国内外养生旅游基础理论的比较》<sup>[2]</sup>该文主要综合国内外养生旅游研究文献, 对养生旅游的定义、性质等做了基础探索性研究。因为目前, 养生旅游的微观运行主体对养生旅游的本质和运行机制还缺乏全面、深入的认知, 而理论研究方面则存在养生旅游与健康旅游概念的混淆。

吴利, 陈路, 易丹《论养生旅游的概念内涵》<sup>[3]</sup>该文主要内容是养生旅游在世界范围内蓬勃发展, 而养生旅游的内涵如何理解存在不同观点。养生旅游的内涵应包括: 发展背景、相关概念界定、养生旅游的资源基础、产品种类、产品开发模式及相关项目设计等。

周波《广西巴马养生旅游研究》<sup>[4]</sup>该文基于对养生旅游的内涵、特征等分析和探讨的基础上, 选取世界长寿之乡——广西巴马 为例, 对巴马养生旅游的资源条件进行深入分析和评价, 从养生旅游居住设施、养生旅游产品、养生旅游市场等分析了巴马养生旅游的现状与问题。

张金霞《基于伯特五力模型的养生旅游市场分析》<sup>[5]</sup>该文主要内容是从养生旅游市场的概念出发, 运用波特的五力模型, 对养生旅游市场进行了较深入地分析, 认为养生旅游市场发展空间广阔, 应引起旅游业界的高度关注。

朱婷《养生旅游度假区规划策略研究》<sup>[6]</sup>该文即试图通过对养生旅游度假区的特征分析, 探讨养生旅游度假区规划的对策。此类旅游度假区由于具有特殊的功能价值, 深入研究它的规划策略, 指导此类旅游度假区的开发建设。综上所述, 论文构建了养生旅游度假区规划的策略框架。选取具有“世界第五大长寿之乡”称号的广西巴马瑶族自治县的百魔洞养生旅游度假区为例。

---

[1] 朱生, 章锦河. 齐云山道教休闲养生旅游市场培育研究 [D]. 黄山学院学报硕士论文. 2006

[2] 王燕. 国内外养生旅游基础理论的比较 [D]. 北京第二外国语学院硕士论文. 2008

[3] 吴利, 陈路, 易丹. 论养生旅游的概念内涵[D]. 重庆师范大学硕士论文. 2010

[4] 周波. 广西巴马养生旅游研究 [D]. 广西大学硕士学位论文. 2011

[5] 张金霞. 基于伯特五力模型的养生旅游市场分析 [D]. 江汉大学硕士论文. 2011

[6] 朱婷. 养生旅游度假区规划策略研究 [D]. 华中科技大学硕士论文. 2011

赵东方《养生旅游研究》<sup>[1]</sup>该文对养生旅游的基本含义特征和现状进行了深入剖析，并对养生旅游出现的问题和解决对策提出了相关的建议，以让人们更清楚地认识养生旅游。

赵恒《道教养生旅游开发研究》<sup>[2]</sup>这篇论文以青城山为例，旨在通过对青城山道教养生文化以及养生旅游开发现状的研究，提出意见和建议，希望对全国的道教养生旅游发展提供借鉴。该文分为五个部分：绪论部分介绍了研究背景、研究意义，总结归纳当前国内外学者对养生旅游、道教文化两方面的研究概况，引出本文研究的对象、内容、方法以及研究路径。

刘甜甜，马建章，张博《森林公园养生旅游产品开发策略研究》<sup>[3]</sup>该文主要综合目前国内森林公园养生旅游产品开发的理论实践研究和产品类型分析，从森林公园的养生旅游品牌和产品类型创新、养生旅游市场营销策略创新、完善养生旅游基础设施建设、开发养生旅游产品的生态保护措施等方面提出建议。

陈培《养生旅游度假区自然养生环境的景观设计研究》<sup>[4]</sup>该文主要围绕养生与自然环境景观设计的关系，从自然环境景观与健康的互动关系出发，结合国内外自然养生景观发展现状，通过综合研究、举例分析、实地调查、项目设计等方法，探索创造健康的养生环境景观的理论及设计方法，寻求一种适合中国养生环境景观设计的模式。

张胜《养生旅游度假区规划设计创新研究》<sup>[5]</sup>这篇论文基于对国内外相关研究的理论综述，分析了养生旅游产业链的构成及其开发模式，解析了目前养生旅游度假区的规划设计现状，其中包括养生旅游度假区兴起的成因、特点、类型和存在的问题，阐释了养生旅游度假区的规划设计思路，该文的研究成果，对养生旅游度假区的规划设计工作和养生旅游度假事业的良性发展，有一定的参考价值和指导意义。

---

[1] 赵东方. 养生旅游研究 [D]. 渤海大学本科论文. 2013

[2] 赵恒. 道教养生旅游开发研究 [D]. 四川师范大学硕士论文. 2013

[3] 刘甜甜, 马建章, 张博. 森林公园养生旅游产品开发策略研究 [D]. 东北林业大学硕士论文. 2013

[4] 陈培. 养生旅游度假区自然养生环境的景观设计研究 [D]. 中国林业科学研究院硕士论文. 2013

[5] 张胜. 养生旅游度假区规划设计创新研究 [D]. 天津大学硕士论文. 2014

## (二) 国内研究综述

ชีวลีป สิริจินดาวิโรจน์ 《曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的工作人员持续》<sup>[1]</sup>这项研究的目的是访问的厨房处，曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村工作人员的业绩感到满意的因素。在研究中发现，由酒店管理人员需要考虑的留住员工的工作满意度和工作人员需求分析。此外，工作满意度和动机，应考虑以下几个方面：合理的福利和附加福利，工资，奖金，岗位特点，工作卫生和周边，工作隶属关系，携手进步。

กนกอร แซ่ลิ้ม 《研究负责温泉标准的发展：以锡高安纳塔拉度假村为例》<sup>[2]</sup>本研究是调查的观念和水疗服务的对企业社会责任的关键利益相关者的期望，以发展温泉责任标准。泰国锡高安纳塔拉度假村被选为案例研究。研究结果表明，利益相关者有企业社会责任的知识。他们认为和预期温泉企业应该在哪些考虑到环境和社会责任标准运行。从观念和期望覆盖约；增加客户满意度的水疗服务、关心法律和伦理在服务过程中的每一步、照顾环境和当地社区、当地社区的支持。这些发现导致了负责任的温泉标准模型的发展。

## 四、 所要解决的主要问题和研究途径

- (一) 指出泰国养生旅游的汉语服务存在哪些问题。
- (二) 影响泰国养生旅游的汉语服务遇到的主要问题。
- (三) 泰国养生旅游贸易应该怎样解决存在的问题并抓住发展新的机遇。

---

[1] ชีวลีป สิริจินดาวิโรจน์. (2556) แนวทางการอนุรักษ์รักษาพนักงานโรงแรมนันทรากรุงเทพริเวอร์ไซด์รีสอร์ท แอนด์สปา. วิทยานิพนธ์ (บธ.ม.). : กรุงเทพมหานคร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

[2] กนกอร แซ่ลิ้ม. (2557) แนวทางการสร้างมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อ : กรณีศึกษาโรงแรมนันทรา ลีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา. วิทยานิพนธ์ (บธ.บ.). : กรุงเทพมหานคร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

# 第一章 养生旅游的概念

## 第一节 养生旅游服务的概况

### 一、 养生旅游的含义

随着人口结构的老龄化与亚健康现象的日渐普遍，以及全球整体健康理念的革命性影响，人们对健康养生的需求成为继温饱需求之后的又一市场主流趋势和时代发展热点。养生旅游策划集养生资源与旅游活动交叉渗透，实现融合，以一种新型业态形式的出现，满足了人们对身心健康的全方位需求，开始受到全球性关注。

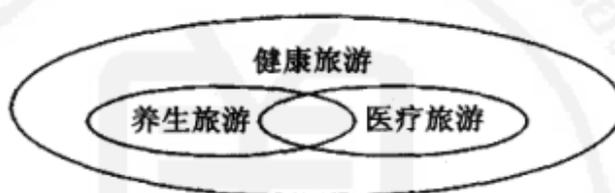


图 1-1： 养生旅游与健康旅游、医疗旅游的关系

资料来源：《胥兴安, 李柏文等. 养生旅游理论探析》

从图 1 来看，养生旅游是促进健康和福祉通过物理，心理或精神活动的目的出行。虽然养生旅游往往是与医疗旅游有关，因为两者都是健康旅游之一，而且健康的利益促动旅客。但是两者也有区别的。养生的游客都在寻求改善主动或保持健康和生活质量，其功能侧重于防病，而医疗游客出行通常被动接受治疗的确诊疾病或症状。

如今的国际养生旅游业已初具规模，在很多国家都形成了具有核心竞争力和独特卖点的产品，可谓异彩纷呈，各有特色。如中国文化养生、日本温泉养生、泰国美体养生、法国庄园养生、瑞士抗老养生、美国养老养生、韩国美容养生、阿尔卑斯高山养生等，同时也发展出不同的养生旅游策划开发模式。<sup>[1]</sup>

### 二、 国际养生旅游的市场

斯坦福研究机构能按国家和汇总的支出来估算养生游客的人数。总共他们估计，全球养生旅游经济价值近 440 十亿美元而占全球旅游支出的 14% 左右。

[1] 姜若愚. “从国际案例 看中国养生旅游开发模式” [online]. (www.pinchain.com/article/55947), 2015/11/13

它直接创造了世界约 12 万个就业机会，并拥有 1.3 万亿美元总经济影响时，包括乘的经济影响。养生旅游显然是旅游业不断增长的市场。业内主管将明智的提供服务，而且能够满足健康旅客的需求选择。目前，一些酒店品牌正在做的只是与健康室，更好的饭菜，设备齐全的健身中心，甚至瑜伽课程。这是值得关注的一个趋势。

### 三、养生旅游的开发模式

目前养生旅游规划，需要具备专业的养生团队、优美的自然环境、完善的硬件设施等支持。目前国外的养生旅游开发模式主要为：

#### （一）水疗（理疗）养生

水疗度假村是养生旅游方式非常流行之一，也是全球养生旅游计划的热点趋势。水疗养生的要求是该有独特的养生资源，如温泉或矿物质的水体。并提供综合性服务，从按摩疗法的阿育吠陀的瑜伽到全方位的户外娱乐设施。这些的旅游景点的目标是使他们的游客感到更愉快、更健康、更轻松。各个专业水疗地都有自己特定的健康疗法。

例如矿物沐浴，保加利亚和新西兰等国家利用这些天然地进行泥巴浴和其他天然保健疗法并且通常伴随着完善的养生服务目录。度假村会提供全面的治疗方法如针制、结肠清洁、催眠术治疗和冥想。例如保加利亚的中部旅游胜地，旧札哥拉矿物浴中心，依靠丰富的温泉和旁边风景优美的哥拉山，以古罗马浴池的尊贵享受为口号，提供温泉矿物浴和各种水疗养生，吸引大量的游客。还有以色列的养生旅游，依托沙漠风光和矿物水体，提供例如印度瑜伽、中国太极、水中按摩、泰式按摩、反射疗法养生等多种养生手段。<sup>[1]</sup>

#### （二）健康中心

另外一种养生旅游开发模式就是治疗健康中心和建立专业健康指导，这种健康中心是为了解决客户的健康问题，通过提供指导。例如减肥的方式，强调减肥和改进的饮食习惯。游客通常需要遵循一个持续数天或者数星期的饮食运动计划。并且饭菜是专门为促进客人健康和参加类似于学习班的机构，就能学到更多关于保持健康、良好的饮食和保持体重的科学方法。另一个常见的专业健康养生是针对上瘾的人，大部分是酒精成瘾。这些客户喜欢的度假中心往往建立了包罗万象的服务，除了加强检查客人的成瘾行为，还为他们制定严格科学的程序戒除成瘾，给游客树立保持健康的观念，打破他们的不良的成瘾行为。第三种养生旅游为健康中心的建立，其以具有完善的医疗服务和

---

[1] Sunny. "International health tourism development model" [online]. (www.lpb.gov.cn/bbs/showtopic214.aspx). 2015/5/17

先进的医疗技术的专业医疗机构为依托，为客人提供专业的医疗服务，甚至包括心脏手术在内的多种大中型手术。此外，还能提供全套的吃住行观光服务。例如土耳其的 MD 养生旅游中心，具有符合欧美医疗标准的专业的医疗团队。提供的服务项目包括医疗保健、手术、具有土耳其特色的四星级度假酒店、SPA 养生、VIP 的住宿旅游出行专项服务，同时建立完善的客户个人病例，与客户的主治医院实现信息的传输共享，同时还有专门为国外客户提供的同声传译服务。其提出口号是：MD 医疗中心，您可信赖的健康助手。这种模式要求必须具有水平较高的医疗团队。

### （三）运动养生度假项目

运动养生度假项目是最广泛类别的养生旅游，建立诸如滑雪、山地自行车、高尔夫球、水上项目等类别的专业的比赛场地，并提供专业的教练团队对客户进行一对一的教授，使客户感兴趣的运动项目经过辅导后能够达到竞技水平，从而满足客户的成就感。这种运动养生度假项目是依托山地、湖泊、森林等风景。

具有特色健身项目和特色度假村的旅游目的地都成为十分受游客欢迎的户外旅游目的地。例如捷克的 Harmony Club Hotel 四星级旅游度假酒店，其实质上是以旅游度假村的形式出现，依托捷克的东欧山地景色资源，开展多种养生度假项目。这种模式对于旅游目的地的开发要求较少，标准较低，但是适合的目标客户最多，因而，是养生旅游发展的一大热点趋势。<sup>[1]</sup>

综合国际养生旅游的热点，其发展表现出综合化和专业化的特点。综合的养生服务项目开发和专业的养生团队，是所有国家养生旅游发展的共通之处。

从上述可以看出，养生旅游的含义很广，是为了更清楚的研究，所以作者意在这项研究主要集中于水疗养生服务的市场，这将在下一章中讨论。

## 第二节 泰国养生旅游发展情况

### 一、泰国养生旅游开发

如果回到 10 年前发现在泰国的养生旅游业务还没有广为人知。但现在，泰国具有许多老年人口的。“中年人”的婴儿潮时代和八零后时代，这组是生活在成功，消费上升而转向更多的卫生保健。包括巨型城市的扩张，当人们都在寻找和平的地方治疗身体和心灵，是为了从喧嚣逃跑。所以当前人们注重

---

[1] Sunny. "International health tourism development model" [online]. (www.lpb.gov.cn/bbs/showtopic214.aspx). 2015/5/17

保健更为严重。从来人们是专注于发病后才治疗，后来变成病前保健。因此引起一个流行的旅游业新形式叫养生旅游。因为养生旅游被认为是创造力的一种形式，并带来效益旅客的健康。如此后来养生旅游已经变得非常流行了。

## 二、 泰国组合式养生疗程

泰国组合式养生疗程是根据许多世纪以前来源，泰国人使用泰国古代医学维护健康。然后把这些知识整合现有的当地知识。成一个独特的泰国组合式养生疗程。例如，泰式按摩、全身药裹、脸部足底按摩等。除了提供泰国组合式养生疗程服务，泰国还用自然疗法和整体健康。通过好感官的体验，而不仅仅是五种感官，更要侧重于六种感官是心灵部分。包括思想、身体和灵魂三方面的健康，泰国人认为这三者的整体健康是个人成就的关键。通过结合佛教的原则，比如冥想，是为了开发强大的心理等。此外，泰国是一个具有悠久历史的国家、旅游胜地、艺术文化和泰国的温和，而有礼貌的人都是独一无二的。因此，在泰国养生旅游是有吸引力的。创造一个引人注目的和独特的经验。

## 三、 泰国水疗养生的市场



图 1-2: 外国游客在泰国水疗养生的市场价值

资料来源：旅游厅旅游与体育部，2015 年的旅游情况报告。

目前，泰国有水疗养生企业超过 1600 家来自卫生部的证书。由于市场很可能稳步增长。根据图 1-2，在 2015 年，水疗养生市场价值高达超过 31 十亿泰铢。从 2014 年同比增长高达 16%，这比 2013 - 2014 年的增长率多了一倍。产生收入的业务主要市场是中东地区，俄罗斯，中国和印度。从以上可以看出，水疗养生企业是一个非常具有吸引力的市场。此外，泰国还有很多美丽的自然景点与新鲜的空气，如森林、瀑布、河流、海滨、山脉等。而泰国人的特征是友好、大方、温柔和可气。这样就大大增强在泰国的养生旅游市场已经更受欢迎，而吸引许多游客来泰国旅行。

如今在泰国著名的水疗养生企业有许多，比如，Anantara、Chiva-Som、Kamalaya Koh Samui、The Oasis Spa、Six Senses、Sheraton、Amatara 和 Banburee 等。该泰国养生度假村大部分是综合体服务，但他们的亮点是健康的。无论是保健程序，锻炼身体，冥想，包括保健食物的计划。他们的目标不是只为了身体健康，还考虑到客户心灵的发展。

### 第三节 中国游客激增对泰国养生旅游贸易的影响

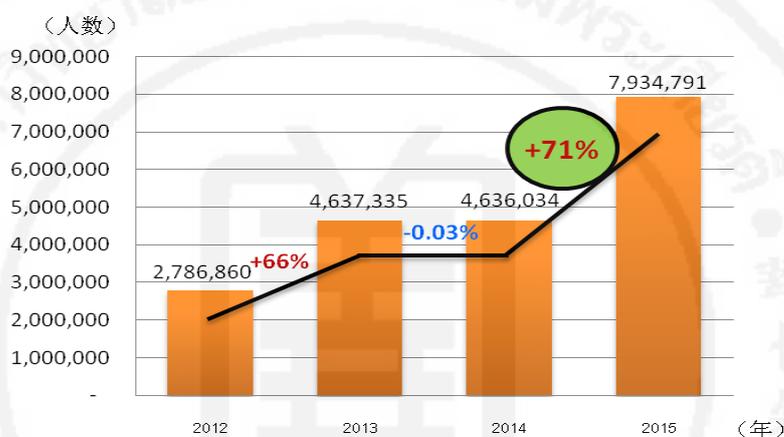


图 1-3: 2012-2015 年在泰国的中国游客人数

资料来源：旅游厅旅游与体育部，2015 年的旅游情况报告。

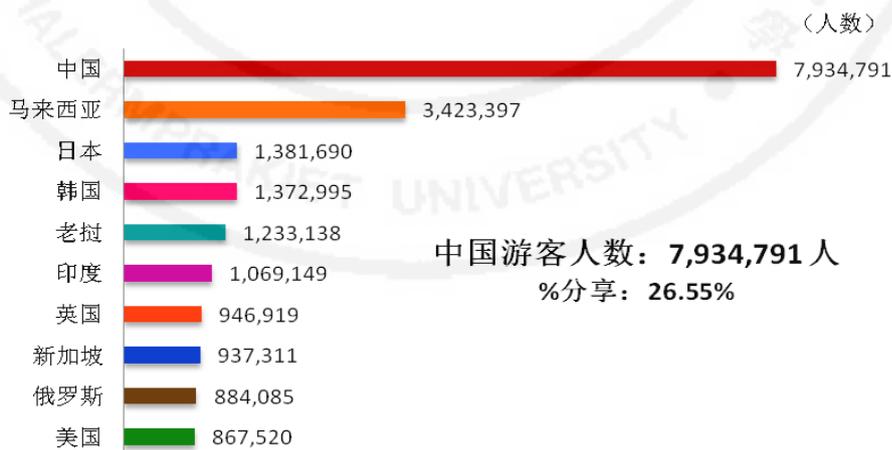


图 1-4: 2015 年进入泰国的外国游客排名

资料来源：旅游厅旅游与体育部，2015 年的旅游情况报告。

当今在泰国的中国游客增加了不少，由中国游客统计已明显增加。从图 1-3 可以看出，在 2015 年中国游客的人数为 7,934,791 人，比 2014 年增加了 71%。而且从图 1-4 可以看出，游客总数中国游客是排第一名的。在 2015 年，

中国游客在泰国旅游将近 800 万人，占全部游客的 26.55%。此外，在泰国拍摄的电影是“泰囧”和“唐人街探案”，在这部影片中展示泰国的文化传统，如泼水节，泰国拳击等。并且这部电影还放映人们已经看到在泰国许多美丽可以参观的地方。这是另一个原因吸引中国游客涌向泰国显著上升。

当今每个国家都有不同的国籍，不同的文化。由此可以看出，泰国与外国人沟通的主要障碍就是语言的问题。因为语言作为桥梁连接，使人们可以沟通和互相理解。随着中国游客涌入的数量很多，不管是住的，吃的或者购物的，都带来了汉语服务的需求。因此，在泰国很多企业都应该有汉语服务，以满足这些游客。

由于这个原因，在泰国很多旅游业务都快速提高自己的能力，更多重点汉语服务。使这些企业面对了旅游市场竞争激烈。所以中国市场在泰国加大旅游，这是使养生旅游企业需要加快自身发展的挑战。对于吸引中国游客，而从这个巨大的市场价值把握机会。在这本书中，作者把论文为曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村作为案例研究。这将在下一章中讨论。

## 第二章 曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的汉语服务调查

### 第一节 曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的现状

#### 一、曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村背景介绍

安纳塔拉。梵语意为“无穷无尽”，象征着自由、运动与和谐，正是“安纳塔拉体验”的核心所在。每一座安纳塔拉都是五星级度假村，从所在地丰富的文化传统、历史古迹与自然美景中汲取精华。因此，每种体验都是一场独特的探索与灵感之旅，并且是安纳塔拉所独有的。<sup>[1]</sup>

#### 二、曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的服务

##### (一) 客房

在安纳塔拉的客房结合亚洲一体化的简洁和优雅。每个房间都宽敞，而且它的设计是泰式风格的。建立在城市宁静的氛围。每间客房都可以从私人阳台欣赏不同的大自然景色，无论是城市风景，花园或湄南河。目前，曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村总共提供了 500 多客房。此外，安纳塔拉还有许多现代化的设施，在整个住宿提供最大的舒适给客户。客房详述如下：<sup>[2]</sup>



图画 2-1: 尊贵豪华单间



图画 2-2: 尊贵豪华河景单间

[1] 曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村. “曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的背景介绍” [online]. (<http://bangkok-riverside.anantara.com.cn>). 2015/12

[2] 曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村. “曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的住宿” [online]. (<http://bangkok-riverside.anantara.com.cn/rooms.aspx>). 2015/12



图画 2-3: 尊贵豪华河畔单间



图画 2-4: 高级小套房



图画 2-5: 安纳塔拉高级套房



图画 2-6: 安纳塔拉河畔套房



图画 2-7: 两卧室湄南河套房



图画 2-8: Cruise Stateroom

## (二) 餐厅或酒吧

安纳塔拉拥有餐厅和酒吧，提供多达 10 种不同的商店，为客户以供选择的选项。餐厅或酒吧详情如下：

- Benihana

著名的日本铁板烧牛排餐厅 Benihana。私人大厨就在客户的桌前为他们烤制的海鲜、肉类和蔬菜。而有寿司、生鱼片和生鲜海味，同时可以品尝各种清酒和独特的日式鸡尾酒。

- Brio

在优雅的 Tuscan 别墅风格中品尝新鲜手工意大利面、炭烤披萨、美味意式开胃菜。Brio 的赤陶与砂岩装饰采用意大利乡村风格。

- Trader Vic's

Trader Vic's 品牌享誉全球超过 75 年，在这里具有太平洋沿岸地区最好的美食，包括采用泰国唯一的中式炭火烤制的独特味道。而有现场音乐以及周围波利尼西亚风格饭厅和热带滨江花园更是锦上添花。

- Riverside Terrace

Riverside Terrace 居高临下俯瞰湄南河，这里的菜是传统泰式风味与世界各国美食。并有泰式烧烤或现卷寿司。用餐时段还有泰国传统舞蹈表演。

- The Market

The Market 餐厅提供早餐，具有各种国际的菜供客户选择。

- Loy Nam Bar

Loy Nam Bar 提供酒吧美食，从泳池中或步行而至，皆可服务。以及在热带泳池畔提供怡神清爽的鸡尾酒与泰式及各国风味的小吃。

- Longtail Bar

从我们的亲水平台上欣赏湄南河上的壮丽日落美景。无论是浪漫的烛光晚餐还是休闲小酌，我们的美味鸡尾酒与烧烤菜单都能满足您的需要。

- Numero Uno

Numero Uno 拥有超过 100 种的巧克力、令人垂涎的蛋糕与味美可口的酥皮糕点，还有多种香浓咖啡与热巧克力。此外，具有欧美熟食店风格的三明治以及各种亚洲与西方美食。

- Manohra 航游

Manohra 游艇均为经过整修的木质运米船，是复古风情的完美演绎。有多道为时三小时的航线可供选择。

- 私人定制用餐

私人定制用餐是在茂密的大榕树下共享二人亲密用餐，安纳塔拉的服务员必能为客户精心打造由他们独属的菜谱和用餐氛围。<sup>[1]</sup>

---

[1] 曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村。“曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的用餐” [online]. (<http://bangkok-riverside.anantara.com.cn/dining.aspx>). 2015/12

### **(三) 水疗中心**

通常情况下，在世界范围内，安纳塔拉是在水疗中心颇有盛名了。度假村水疗中心的亮点是葱郁的景观花园中曲径通幽，引您前往九间私人理疗室。两间安纳塔拉套房理疗室内有超大浴缸，户外私人庭院配备雨淋式花洒，并有传统凉亭让您享受精美的水疗料理。四间单人和双人豪华理疗室可尽览花园美景，另有三间豪华理疗室提供专门配合传统泰式按摩的独特理疗空间。理疗师触感敏锐的双手融合各种古老疗法和现代技巧，为您舒缓压力，恢复身心健康，令身体、心境和精神达到完美和谐，焕发自然魅力。

并且安纳塔拉还有平衡健康中心计划，是为了整体保健，客户可以预定治疗时间由专业人员。专家们会向客户提供咨询，是为了使客户了解身体和精神，感到鼓舞与激励。此外，专家还建议各种治疗方法，为客户可以选择适合自己的，以促进长期健康。

### **(四) 休闲活动**

尽管度假村周围环境安宁静逸，但是安纳塔拉还提供休闲活动和很多的乐趣，如下：

- **卡萨拉行政楼层**

卡萨拉行政楼层对所有入住客人开放，只需付小额费用即可成为会员：会员福利包括免费早餐、下午茶、鸡尾酒、小吃，并全天提供咖啡和茶饮。此外，会员还获得免费商务服务和水疗服务优惠。

- **游泳池和按摩池**

隐没于热带花园之中，特有的按摩池和游泳池。在泳池甲板休憩，在热水缸中浸浴，彻底放松。

- **泰式烹饪班**

安纳塔拉提供两种独特的泰式料理探索之旅。在 Manohra 航游上或在俯瞰河流的 The Market 餐厅中专门设立的泰式烹饪学校学习烹饪课程。

- **健身房**

健身中心提供多样化的心血管和肌肉训练设施。每日课程内容包括专门设计的瑜伽、活力踏板和心肺运动课程，以帮助客户改善身体状况。

- **网球场**

度假村最近修葺一新的室外网球场向入住客人免费开放。

- **儿童俱乐部**

Chang Noi 儿童俱乐部设有丰富多样的儿童娱乐活动。在父母们享用度假村设施时，孩子们可以学习手镯制作和泰国舞蹈，踢踢足球，打打乒乓球。

- 商务中心

商务中心提供多种现代化设施，包括互联网接入、打印、传真和电话服务、复印以及留言服务、会议设施以及秘书和翻译服务。<sup>[1]</sup>

此外，安纳塔拉可以安排在酒店的客人附近活动。随着客人的要求不管是什么地方，任何时间安纳塔拉都可以安排。度假村外拥有许多景点，例如，大皇宫和皇家寺庙，卧佛寺，郑王庙（黎明寺），Asiatique The Riverfront，国家博物馆，国家艺术馆，Jim Thompson 宅邸，菩提南微曼梅宫和杜喜宫，乍都乍周末市场等等。

## 第二节 曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的汉语服务调查的结果

在本次调查的内容，研究者划分了调查分为两部分：一、从采访 1 位安纳塔拉训练经理的资料；二、从 50 位安纳塔拉的人员问卷调查收集的数据。

### 一、从采访安纳塔拉训练经理的资料

按照采访曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的培训经理在为汉语服务。发现，目前在曼谷河畔安纳塔拉的中国游客具有多达所有客户的 20%。哪些中国游客有稳步上升的趋势。一个原因来自老客户的口碑，此外，还有支持安纳塔拉的代理。另一个主要原因，在泰国市场的一批中国游客显著上升。来自中国电影叫泰囧，这部电影在泰国拍摄。反映泰国文化及传统的魅力，使中国人注重在泰国旅行更多。虽然在过去的一年里已经引起了国家的危机。无论是政治或者爆炸的消息，使游客已显著下降。泰国经济的广泛影响，不过当一切平静下来后，中国游客在开始逐渐回归到泰国旅行更多的。中国游客使用安纳塔拉的服务，他们大部分是由代理聚集在一起。其次是度蜜月的夫妇和跟朋友来。在十月份到二月份的中国人会来一个非常特殊的。

因为中国的消费市场是显着。安纳塔拉已作出努力，开发出更多的汉语服务。于去年，安纳塔拉被政府与职业研究 Saowapa 学院合作提供了支持，通过寻找志愿者教师教汉语，该课程是短暂的。阶级内容将学习基本术语在初始通信中使用。

---

[1] 曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村. “曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的度假村活动” [online]. (<http://bangkok-riverside.anantara.com.cn/Resort-Activities>).2015/12

安纳塔拉配头脑冷静的人员约 30 人参加培训课程，然后使他们在把知识传授给他们的下一个组中的同行。除了训练泰国工人以外，安纳塔拉还有中国学生实习两个人可以跟中国客户使用汉语进行沟通。这两个人已在客户关系部门和助理水疗经理担任。

但是在泰国人员对中国游客提供服务时，还有一些文化差异的问题，因此有时候安纳塔拉的泰国人员不能够满足中国客户的需求，使他们不太满意。

在市场营销方面，该安纳塔拉的品牌本身是已知的声誉。因为在中国安纳塔拉拥有几个分支。该网站提供了中文将是全球安纳塔拉的媒体中心。但在别的网站的曼谷河畔安娜塔拉水疗度假村的广告，就是曼谷河畔安娜塔拉水疗度假村的市场营销部自己做的。曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村还设有一个销售团队，参加了世博会在提供指导曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的信息。而且安纳塔拉销售部门，他曾与代理商接触。使安纳塔拉的中国客户越来越广泛。在度假村里还为中国客户提供中文广告促销，例如广告促销装的水疗中心或者餐馆等。

## 二、从安纳塔拉的人员问卷调查收集的数据

从 50 本系列问卷安纳塔拉工作人员收集的数据将被分为五个部分：

（一）安纳塔拉人员个人基本的资料；（二）关于安纳塔拉人员对外国客户的沟通和服务的信息；（三）关于安纳塔拉人员对中国客户的沟通和服务的信息；（四）安纳塔拉人员对汉语的意见；（五）安纳塔拉人员的意见关于培训汉语。从每个部分中的调查数据详述如下。

### （一）安纳塔拉人员个人基本的资料

这部分主要是安纳塔拉人员个人的基本情况，由被调查者自由选择一项，那自己尽可能的现实相符的答案。调查的结果是如下：

表 2-1：曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村人员个人基本的人数与百分比

个人基本情况	人数	百分比(%)
<b>性别</b>		
男性	15	30
女性	35	70
<b>总和</b>	50	100

个人基本情况		人数	百分比(%)
年龄	20 岁以下	4	8
	20-30 岁	32	64
	31-40 岁	6	12
	41-50 岁	7	14
	51 岁以上	1	2
	<b>总和</b>	50	100
学位	初中以下	2	4
	初中	2	4
	高中	5	10
	本科	40	80
	本科以上	1	2
	<b>总和</b>	50	100

从表 2-1 来看，从 50 位受访者最多的性别是女性，有 35 人（70%），另外男性有 15 人（30%）。大部分曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村人员的年龄是在 20-30 岁内（64%），其次是 41-50 岁内（14%）与 31-40 岁内（12%）分别列出。40 位安纳塔拉人员是本科学位（80%），但是获得本科以上学位只有 1 位（2%）。

## (二) 关于安纳塔拉人员对外国客户的沟通和服务的信息

这部分是关于安纳塔拉人员对外国客户的沟通和服务的信息，由可选择多项的回答。调查的结果是如下：

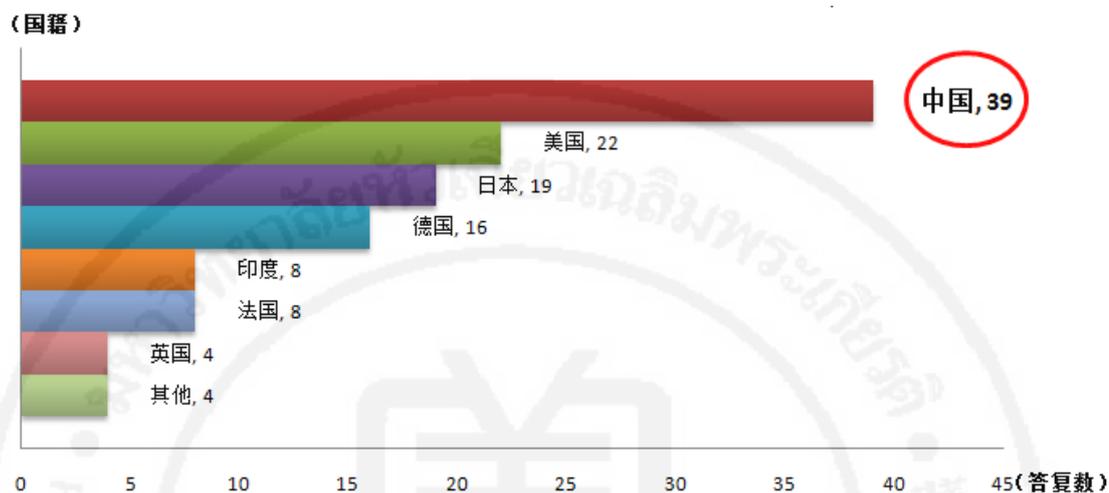


图 2-1: 大多数安纳塔拉的外国客户资料

从图 2-1 来看，从安纳塔拉人员 50 位的看法，中国游客（39）是安纳塔拉的外国客户最多的。其次是美国游客（22）和日本游客（19），分别列出。

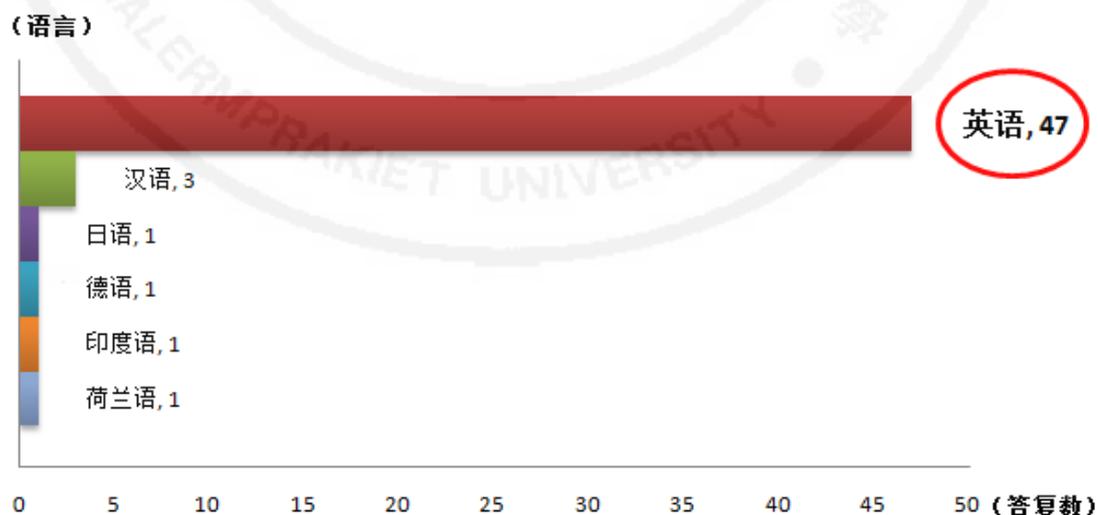


图 2-2:安纳塔拉人员可以与外国客户进行沟通的语言

根据图 2-2 来看，从安纳塔拉人员 50 位发现多达 47 位可以与外国客户使用英语进行沟通。但是可以使用汉语的人只有 3 位。

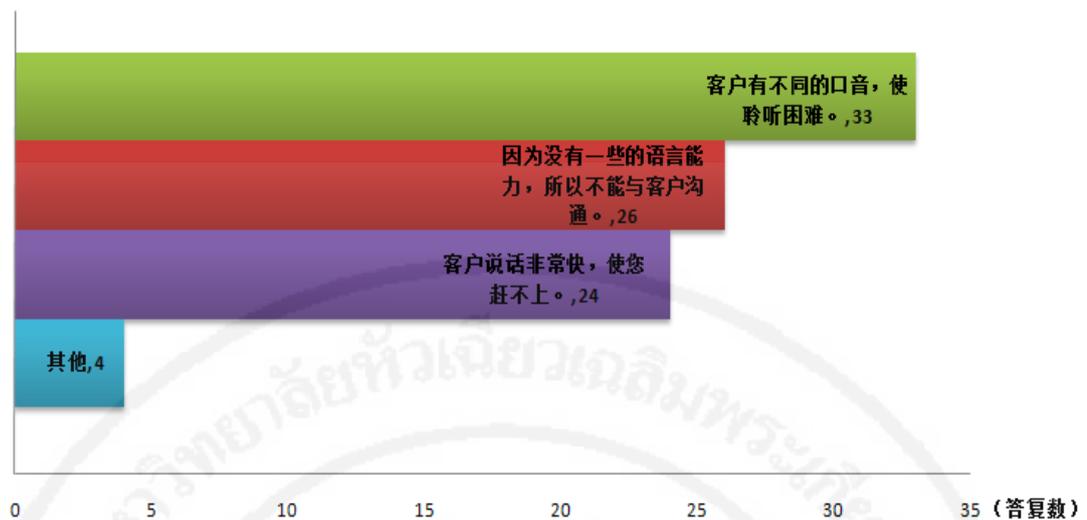


图 2-3: 安纳塔拉人员对外国客户进行沟通遇到的问题

在图 2-3 可以看出, 最多安纳塔拉人员对外国客户进行沟通遇到的问题是因为客户有不同的口音, 所以使他们聆听困难。另外的问题就是因为没有一些的语言能力, 所以不能与客户沟通。并且还有客户说话非常快, 使人员赶不上的问题。以及其他的问题就是客户说话很轻声。

### (三) 关于安纳塔拉人员对中国客户的沟通和服务的信息

这部分一些问题是选择一项, 一些问题是可以选这多项。而且也有汉语技能水平的问题, 由被调查者根据自己现在的汉语水平选择回答, 答案将分为五个等级。每则的技能的答案就是:

- 1 = 最低的汉语技能水平是指只是有听力技能
- 2 = 低的汉语技能水平是指有听力与口语技能
- 3 = 一般的汉语技能水平是指有听力、口语与阅读技能
- 4 = 高的汉语技能水平是指有听力、口语、阅读与写作技能
- 5 = 最高的汉语技能水平是指可运用所有的汉语技能进行沟通象母语一样

为了便于数据分析, 平均得分将被分为:

- 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

调查的结果是如下:

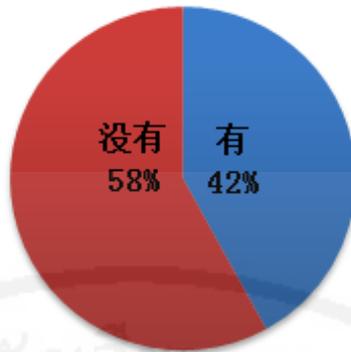


图 2-4:安纳塔拉人员有汉语技能与没有汉语技能的百分比

按图 2-4 来看，从 50 位安纳塔拉人员，发现 29 位安纳塔拉人员（58%）没有汉语技能。而且有汉语技能的受访者只有 21 位（42%）。

表 2-2: 曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村人员的汉语技能水平

您的汉语水平是多高？	平均值	技能水平
听力	1.48	最低
口语	1.38	最低
阅读	1.24	最低
写作	1.19	最低

从表 2-2 来看，安纳塔拉人员的汉语技能都是最低的水平。按降序以下内容：听力（平均值=1.48），口语（平均值=1.38），阅读（平均值=1.24），写作（平均值=1.19）。

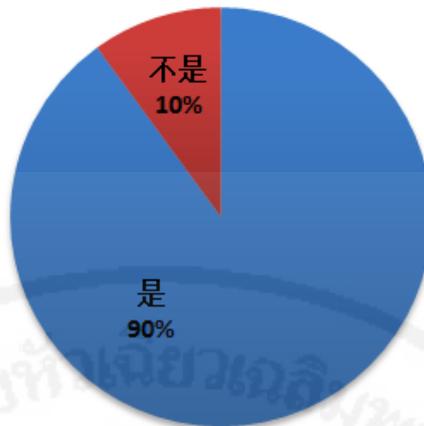


图 2-5: 安纳塔拉人员对中国客户进行沟通遇到问题的百分比

根据图 2-5 来看，在安纳塔拉人员在做工时，发现 45 位（90%）人员对中国客户进行沟通时遇到问题，大部分的问题来自他们没有汉语能力或者汉语技能不够，使他们不会跟说中文的客户进行沟通。不过另外 5 位（10%）在工作中他们不遇到问题，是因为这些人员只是在办公室里工作，不常与客户直接联系。

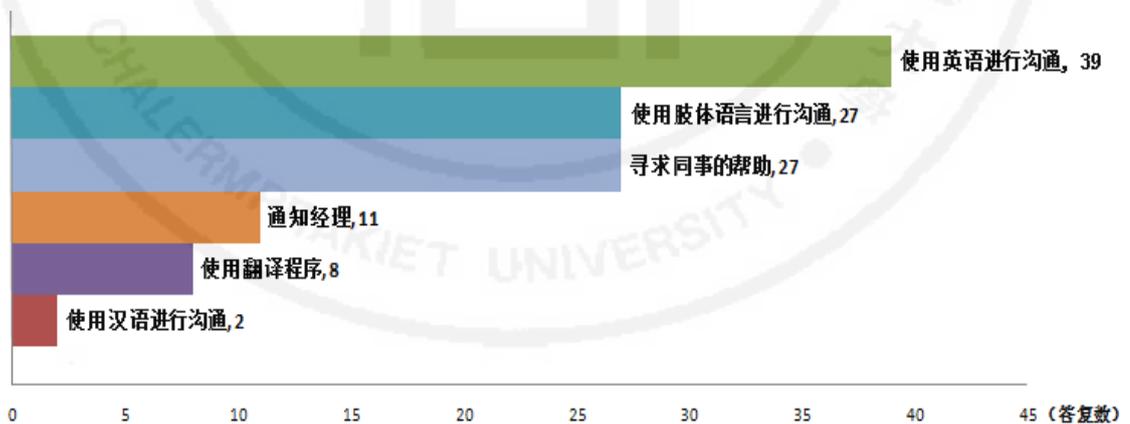


图 2-6: 当与用汉语的客户面临沟通的问题，安纳塔拉人员解决问题的方法

从图 2-6 来看，当安纳塔拉人员与用汉语的客户面临沟通的问题，他们常用英语代替汉语进行沟通(39)，其次是尽量使用肢体语言和寻求同事的帮助(27)。而最少解决问题的方法就是使用汉语进行沟通(2)。

#### （四）安纳塔拉人员对汉语的意见

这部分是关于安纳塔拉人员对汉语的态度，在这里指定选择同意程度分为五个等级：

- 1 = 非常同意
- 2 = 同意
- 3 = 中立
- 4 = 不同意
- 5 = 非常不同意

为了便于数据分析，平均得分将被分为：

- 1.00 - 1.80 = 最低等级的同意程度
- 1.81 - 2.60 = 低等级的同意程度
- 2.61 - 3.40 = 中等级的同意程度
- 3.41 - 4.20 = 高等级的同意程度
- 4.21 - 5.00 = 最高等级的同意程度

调查的结果是如下：

表 2-3：曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村人员对汉语的态度

题目	平均值	同意程度
汉语对旅游业特别重要。	3.88	高
听力技能对学习汉语很重要。	3.90	高
口语技能对学习汉语很重要。	3.94	高
阅读技能对学习汉语很重要。	2.98	中
写作技能对学习汉语很重要。	3.28	中
如果有培训学习汉语课，您需要参加。	3.80	高
如果您有汉语技能，中国客户将有更多满意度。	4.24	最高

从表 2-3 来看，根据安纳塔拉人员的看法，他们觉得汉语对旅游业特别重要的同意程度是在高级（平均值=3.88）。关于汉语技能他们认为听力（平均值=3.90）与口语（平均值=3.94）对学习汉语很重要的同意程度是在高级。并且他们认为阅读（平均值=2.98）和写作（平均值=3.28）对学习汉语很重要的同意程度是在中级。而且他们要参加培训学习汉语课的同意程度是在高级（平均值=3.80）。此外他们认为如果他们有汉语技能，就使中国客户将有更多的满意度的同意程度是最高级（平均值=4.24）。

(五) 安纳塔拉人员的意见关于培训汉语

这部分是安纳塔拉人员的意见关于培训汉语的资料，一些问题是选择一项，一些问题是可选这多项。调查的结果是如下：

表 2-4: 曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村人员的意见关于培训汉语

题目	答复数	百分比(%)
<b>您认为每门课程应该有多长时间？</b>		
少于 3 天	1	2
3-5 天	4	8
6-10 天	14	28
10 天以上	31	62
<b>总和</b>	50	100
<b>您认为一门课学习汉语应该学多长时间？</b>		
30 分钟	3	6
60 分钟	27	54
90 分钟	12	24
120 分钟	8	16
<b>总和</b>	50	100
<b>您希望教师使用什么教学方法？</b>		
真实模拟方法	34	30.63
教学中使用电子媒体	31	27.93
按教科书教	21	18.92
小组活动	18	16.21
讲座方法	7	6.31
<b>总和</b>	111	100.00

题目	答复数	百分比(%)
<b>您想学习如何氛围?</b>		
热闹有趣, 友好。	45	48.39
教课悠闲循序渐进。	31	33.33
教学快速简洁的。	11	11.83
根据课程内容认真学习。	6	6.45
<b>总和</b>	93	100
<b>你认为学习以后应该有任何方法的评价?</b>		
集团模拟角色扮演	35	35
口语考试	26	26
写文章	20	20
参加考试	13	13
课堂演示	6	6
<b>总和</b>	100	100

根据表 2-4 来看, 最多的人员 (62%) 认为每门课程培训汉语应该有 10 天以上。在一门课学习汉语, 大部分的人员 (54%) 觉得应该学 60 分钟。而且他们希望教师使用真实模拟方法 (30.63%), 教学中使用电子媒体 (27.93%), 按教科书教 (18.92%), 小组活动 (16.21), 讲座方法 (6.31)。此外, 大多数的人员想在热闹有趣, 友好的学习氛围 (48.39%)。其次是教课悠闲循序渐进的氛围 (33.33%)。在关于评价的方法, 他们大多数认为应该用集团模拟角色扮演的方法 (35%), 另外是口语考试 (26%), 写文章 (20%), 参加考试 (13%), 课堂演示 (6%)。

### 第三章 曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的汉语服务存在的问题与解决问题的措施

#### 第一节 曼谷安纳塔拉河畔水疗度假村的汉语服务存在问题

##### 一、总结调查结果

根据调查安纳塔拉 50 位人员，70% 为男性，30% 为女性。大多数人员的年龄是在 20-30 岁内（64%），并获得本科学位（80%）。而且中国游客（32.5%）是安纳塔拉的外国客户最多的。其次是美国游客（18.34%）和日本游客（15.83%），分别列出。在汉语服务方面发现 42% 的人员有汉语技能，却所有技能水平是最低的。并在平均值技能水平相比，他们在听力和口语能力比阅读和写作能力好。90%的受访者对中国客户进行沟通时遇到问题，他们常用英语代替汉语进行沟通（34.21%），其次是尽量使用肢体语言和寻求同事的帮助（23.68%）。而最少解决问题的方法就是使用汉语进行沟通（4%）。

关于受访者对汉语的态度，他们觉得汉语对旅游业特别重要的同意程度是在高级（平均值=3.88）。而觉得听力和口语对汉语学习比阅读和写作重要，而且他们要参加培训学习汉语课的同意程度是在高级（平均值=3.80）。此外，他们认为如果他们有汉语技能，就使中国客户将有更多的满意度的同意程度是最高级（平均值=4.24）。

关于汉语培训课程，最多的人员（62%）认为每门课程培训汉语应该有 10 天以上。在一门课学习汉语，大部分的人员（54%）觉得应该学 60 分钟。而且他们希望教师使用真实模拟方法（30.63%），教学中使用电子媒体（27.93%）。此外，大多数的人员想在热闹有趣，友好的学习氛围（48.39%）。其次是教课悠闲循序渐进的氛围（33.33%）。在关于评价的方法，他们大多数认为应该用集团模拟角色扮演的的方法（35%），其次是口语考试（26%）。

##### 二、曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的汉语服务存在问题

从上述来看，虽然安纳塔拉人员具有汉语技能高达 42%。当遇到问题时，他们不选择使用汉语解决问题，但是使用另一种解决问题的方法。此外，虽然很多人员有汉语技能，不过所有汉语技能水平是最低的。尽管安纳塔拉有中国客户高达 20%，但是由于他们的汉语水平还不够，使他们没有自信，而不敢用汉语技能解决问题。所以从这个案例研究中，主要的问题是如下：

- (一) 对中国文化不太了解
- (二) 人员的汉语技能还不够

### 三、解决问题的措施

#### (一) 提供中国文化培训

文化是一个国家民族特定的观念和价值体系，这些观念构成人们生活、工作中的行为。为了了解中国人的生活习惯的原因，所以研究者要给您们介绍一下关于文化差异的来源。文化差异的主要来源有以下几个方面：

- 地域差异

地域差异是指不同地理区域由于地理环境、经济发展水平和传统习惯等的差异，人们往往有着不同的语言、生活方式和爱好。而这些会影响到他们的行为习惯。

- 民族差异

民族差异是指不同的民族群体在长期的发展过程中，形成了各自的语言、风俗和爱好、习惯。他们在饮食、服饰、居住、节目、礼仪等物质和文化生活方面各有其特点。

- 政治差异

政治差异是由于各国的政治制度及政策法规对人们的行为具有统一规范的作用，从而使得各国人民在政治观念的方面存在着差异。

- 经济差异

经济差异是由于经济因素造成的文化差异的一种体现。

- 宗教差异

宗教是人类社会发展到一定阶段的历史现象。世界上有三大宗教：基督教、佛教和伊斯兰教。不同的宗教有着不同的文化倾向和戒律，从而影响到人们认识事物的方式、行为准则和价值观念。

- 观念差异

价值观念是指人们对客观事物的评价标准。它包括时间观念、财富观念、对待生活的态度、对待风险的态度等。

从以上可以看出，地域差异、民族差异、政治差异、经济差异、宗教差异和观念差异等对人们的影响渗透在饮食、服饰、居住、节日、礼仪等物质和文化生活的各个方面。从而影响了人们的行为习惯、价值观念、宗教信仰和思维方式的诸多差异，最终形成了各国各地区的文化差异。<sup>[1]</sup>

---

[1] 泰国华侨崇圣大学. 商业汉语谈判和应用 [Z]. 泰国华侨崇圣大学. 2015.68-69 页

由于上述的文化差异，使安纳塔拉需要学习和了解中国人的文化。为了了解他们生活的行为习惯，并给中国消费者提供更多服务的印象。

## （二）提供汉语技能培训

该安纳塔拉人员的汉语服务调查，由于质量招聘教师的限制，以满足安纳塔拉的需求，而分配时间进行培训的限制。有效的汉语培训设计，必须适合组织和学习者，可以实际工作。因此，作者结论安纳塔拉的抽样调查数据，是为了在设计训练的指导方针，如下：

表 3-1: 设计训练的指导方针

题目	结果
每门课程培训汉语的时间	10 天以上
在一门课学习汉语的时间	60 分钟
教学方法	真实模拟方法/教学中使用电子媒体
培训的气氛	热闹/有趣/友好/教课悠闲循序渐进的氛围
训练结束后的评价方法	集团模拟角色扮演的的方法/口语考试

设计出有效培训的关键是应该寻找适合组织的需求的教师，是为了激励人员自己需要学习。并且为了省培训时间，学习内容应被设计以适合工作的性质。此外，在加强人员提供服务的信心政策也是非常重要。使人员在自己的工作有信心，并随着培训中获得的知识勇于解决问题。能够面对各种各样的问题，使客户留下深刻的印象。

## 第二节 泰国养生企业应用汉语服务的问题的应对策略

由于中国游客在泰国旅游显著上升。这是一个巨大的市场是产生收入为旅游业的重大机遇。语言是任何国家、任何地区、任何民族之间进行沟通的桥梁。所以，当今如果哪儿家公司有汉语服务，这将是吸引这些游客。

要注意的另一点是。养生旅游被认为是服务的企业之一。服务业的关键是良好的服务。因为旅游服务是无形性的，只有在消费者才能感受到旅游供给者提供的服务。此外，消费者得到的不是具体的物品，而是一种旅游经验和感受。可见，服务将不会有第二次机会当服务结束后。如果服务不好，就不会还那些不满的感觉回来了。因此，良好的提供者是非常重要的。导致良好的服务，就必须培训服务人员。因为这些人会跟客户留下了深刻的印象。无论是他们的礼貌或者关注客户的小细节。另一方面，如果我们忽略客户，甚至

几秒钟。它可能会导致对公司产生负面影响。如果养生旅游企业有中国的语言和文化的深入了解。它可以是优势，以满足那些中国游客的市场。

除了提供良好的服务，有效的沟通也很重要。养生旅游贸易应该选与目标客户沟通的有效渠道。目标客户是显而易见的，从公司的策略计划。并且除了选有效的渠道，广告内容也是很重要的不容忽视。因为旅游服务是看不见，摸不着的，所以广告的内容应该使观众感受到那些无形的服务。比如，使用图片，音乐，甚至描述等。这描述内容，语言看起来是一个障碍无法跟外国客户进行沟通。但如果广告的内容可翻译成目标受众的语言，企业就可以拓展他们的客户群。因此，如果您们在做中文广告，也是可以在中国游客市场促进销售的另一种方式。

而自从 2016 年出现了东盟经济共同体（AEC）。与泰国旅游厅具有政策推动在泰国的旅游业，有游客数量预计大约 25% 增长。这是一个重大机遇为泰国养生企业开拓市场与更广泛的客户群。这种情况也是一种推动力，使企业家发展自己的潜力，是为了能够在东盟市场进行战斗。由于每个国家将有其自己独特的优势。因此，泰国应该用他们的创造力，使当地的身份。结合自己的业务优势。为了创建自己卖点的风格。

虽然健康服务促进厅的标准是泰国卫生部强制的要求（每家养生企业一定通过这个标准才能打开企业）。但是，以促进泰国的竞争力，养生企业应该已通过其他国际标准。如卫生部的温泉世界级标准、SGS 公司和泰国水疗协会的泰国水疗品质卓越的国际标准，以及最新的是水疗东盟标准（ASEAN Spa Standard）等。为了提高泰国养生旅游企业的标准，而使他们的形象相当于国际竞争对手。

## 结论

目前的老年人口结构是越来越多。并在当今世界开始进入数字化时代，造成了人们生活的行为发生改变。而且由于工作与生活的节奏逐步加快，使人们有更多的压力。于是人们开始注意健康护理了，无论是生活，食物，甚至旅游。因此，其是当今养生旅游的来源很受欢迎。

泰国养生旅游的企业是一个大有商机的朝阳产业，而且可吸引许多国外游客来泰国旅游休闲。养生包括心理养生、生理养生两大方面。中国游客是一个巨大的市场，每个人都在关注。由于市场增长，中国消费者纷纷转向追求幸福。为了缓解每天的工作压力。目前，养生旅游是正在成为中国游客中越来越流行另一种选择。

当今在泰国的旅游业的市场越来越发展，而且中国游客进入到泰国越来越多，他们是泰国最大的入境旅游市场。可见泰国与中国人沟通的主要障碍就是语言的问题，因为语言作为桥梁连接，使人们可以沟通和互相理解。因此，在泰国很多旅游企业都需要有汉语服务，以满足这些游客。

从上述的重要性，研究者要以曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村 (Anantara Riverside Bangkok Resort & Spa) 为例。由于度假村的中国游客有稳步上升的趋势，使安纳塔拉注重汉语培训的政策，但还在开始阶段。所有的人员 500 多人的比例，可以用汉语交流有不到 10% 的人员。为了研究他们人员的汉语服务情况，作者就采访 1 位安纳塔拉训练经理，关于重视汉语服务的原因、人员的汉语培训政策和 向中国客户利用营销工具的资料。此外，研究者在使用问卷调查 50 位安纳塔拉的人员收集的数据。问卷调查的结果是如下：

### (一) 安纳塔拉人员个人基本的资料

在所有的对象样本中最多的性别是女性，有 35 位 (70%)，另外男性有 15 位 (30%)。大多数人员的年龄是在 20-30 岁内 (64%)，并获得本科学位 (80%)。

### (二) 关于安纳塔拉人员对外国客户的沟通和服务的信息

而且中国游客 (32.5%) 是安纳塔拉的外国客户最多的。其次是美国游客 (18.34%) 和日本游客 (15.83%)，分别列出。并发现多达 47 位可以与外国客户使用英语进行沟通。但是可以使用汉语的人只有 3 位。最多人员对外国客户进行沟通遇到的问题是因为客户有不同的口音，所以使他们聆听困难。

### （三）关于安纳塔拉人员对中国客户的沟通和服务的信息

在汉语服务方面发现 42% 的人员有汉语技能，却所有技能水平是最低的。并在平均值技能水平相比，他们在听力和口语能力比阅读和写作能力好。90% 的受访者对中国客户进行沟通时遇到问题，他们常用英语代替汉语进行沟通 (34.21%)，其次是尽量使用肢体语言和寻求同事的帮助 (23.68%)。而最少解决问题的方法就是使用汉语进行沟通 (4%)。

### （四）安纳塔拉人员对汉语的意见

他们觉得汉语对旅游业特别重要的同意程度是在高级 (平均值 = 3.88)。而觉得听力和口语对汉语学习比阅读和写作重要，而且他们要参加培训学习汉语课的同意程度是在高级 (平均值 = 3.80)。此外他们认为如果他们有汉语技能，就使中国客户将有更多的满意度的同意程度是最高级 (平均值 = 4.24)。

### （五）安纳塔拉人员的意见关于培训汉语

最多的人员 (62%) 认为每门课程培训汉语应该有 10 天以上。在一门课学习汉语，大部分的人员 (54%) 觉得应该学 60 分钟。而且他们希望教师使用真实模拟方法 (30.63%)，教学中使用电子媒体 (27.93%)。此外，大多数的人员想在热闹有趣，友好的学习氛围 (48.39%)。其次是教课悠闲循序渐进的氛围 (33.33%)。在关于评价的方法，他们大多数认为应该用集团模拟角色扮演的的方法 (35%)，其次是口语考试 (26%)。

按照调查问卷的结果，发现安纳塔拉人员的汉语服务的主要问题是人员的汉语技能还不够，而可以用汉语进行沟通的人员有极少数，相比于该服务的需求的比例。所以研究者提出了，解决问题的措施。该问题的解决方法是在汉语和中国文化提供培训。按人员的需求设计培训计划。学习环境和内容必须适合学习者。使学习有效果，并可以实际应用。

在最后一节中，研究者提供养生旅游企业的建议。令他们注重汉语服务的优势，提高自己的竞争力。由学习汉语与中国文化，用这些知识，达到良好的服务，而可在中国客户用作营销传播等。

## 参考文献

### 中文文献

- [1] 王燕. 国内外养生旅游基础理论比较 [D]. 北京第二外国语学院硕士学位论文. 2008
- [2] 朱生, 章锦河. 齐云山道教休闲养生旅游市场培育研究 [D]. 黄山学院学报硕士学位论文. 2006. 8 卷, 6 期
- [3] 朱婷. 养生旅游度假区规划策略研究 [D]. 华中科技大学硕士学位论文. 2011
- [4] 刘甜甜, 马建章, 张博. 森林公园养生旅游产品开发策略研究 [D]. 东北林业大学硕士学位论文. 2013. 9 期
- [5] 吴利, 陈路, 易丹. 论养生旅游的概念内涵 [D]. 重庆师范大学硕士学位论文. 2010. 3 期
- [6] 陈培. 养生旅游度假区自然养生环境的景观设计研究 [D]. 中国林业科学研究院硕士学位论文. 2013
- [7] 周波. 广西巴马养生旅游研究 [D]. 广西大学硕士学位论文. 2011. 1-56 页
- [8] 张金霞. 基于伯特五力模型的养生旅游市场分析 [D]. 江汉大学硕士学位论文. 2011. 10 期
- [9] 张胜. 养生旅游度假区规划设计创新研究 [D]. 天津大学硕士学位论文. 2014
- [10] 赵东方. 养生旅游研究 [D]. 渤海大学本科论文. 2013. 355-356 页
- [11] 胥兴安, 李柏文等. 养生旅游理论探析 [A]. 旅游研究. 2011
- [12] 姜若愚. “从国际案例看中国养生旅游开发式” [online]. ([www.pinchain.com/article/55947](http://www.pinchain.com/article/55947)). 2015/11/13
- [13] 赵恒. 道教养生旅游开发研究 [D]. 四川师范大学硕士学位论文. 2013
- [14] 泰国华侨崇圣大学. 高级服务业汉语与应用 [Z]. 泰国华侨崇圣大学. 2015. 225-230 页
- [15] 泰国华侨崇圣大学. 商业汉语谈判和应用 [Z]. 泰国华侨崇圣大学. 2015. 68-69 页.
- [16] 泰国旅游局, 旅游业和体育部. 在 2015 年的泰国旅游情况报告 [R]. 泰国旅游局, 旅游业和体育部. 2015

## 英文文献

- [17] Anantara. “Anantara Riverside Bangkok Resort&Spa” [online]. (www.anantara.co.th). 2016
- [18] Nattira Umponpan. “Trends in health&beauty tourism” [online]. (www.tatreviewmagazine.com/mobile/index.php/menu-read-tat/menu-2013/menu-2013-oct-dec/141-42556-spa-wellness). 2013
- [19] SRI International. “Wellness Tourism is a Growth Opportunity Worldwide” [online]. (www.sri.com/blog/wellness-tourism-growth-opportunity-worldwide#sthash.c3C9L00l.dpuf). 2013/11/20
- [20] Sunny. “International health tourism development model” [online]. (www.lpb.gov.cn/bbs/showtopic-214.aspx). 2015/5/17
- [21] TAT Intelligence Center. “Final Report Spa and Wellness Tourism”[R]. Tourism Authority of Thailand. 2013
- [22] “Thailand Spa Association in conjunction with the Department of Trade and IMPACT organized World Spa & Well-being Covention 2015” [online]. (www.worldspawellbeing.com). 2014
- [23] Tourism Authority of Thailand Newsroom. “Wellness spa tourism in Thailand” [online]. (www.tatnews.org/wellness-spa-tourism-in-thailand). 2016

## 泰文文献

- [24] กนกอร แซ่ลิ้ม. (2557) **แนวทางการสร้างมาตรฐานสปาอย่างมีความรับผิดชอบต่อ : กรณีศึกษาโรงแรมอนันตรา ลีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา. วิทยานิพนธ์ (บธ.บ.). :** กรุงเทพมหานคร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- [25] ชิวศิลป์ สิริจินดาวิโรจน์. (2556) **แนวทางการธำรงรักษาพนักงานโรงแรมอนันตรากรุงเทพ ริเวอร์ไซด์ รีสอร์ท แอนด์ สปา. วิทยานิพนธ์ (บธ.ม.). :** กรุงเทพมหานคร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- [26] ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. “โอกาสทองของ “สปาไทย” ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.tcdc.or.th/articles/business-industrial/15028> (10 ธันวาคม 2558)
- [27] สมาคมสปาไทย. “คนยิ่งเครียด ธุรกิจสปายิ่งสบาย” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://marketeer.co.th/2015/09/spa-market-sep2015> (7 กันยายน 2558)

## 附录一：泰语问卷调查

### แบบสอบถามบุคลากรที่ให้บริการภายในโรงแรมอนันตรา ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ รีสอร์ทแอนด์สปา

วัตถุประสงค์ แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการและสำรวจความต้องการด้านการอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการให้บริการด้านภาษาจีนของบุคลากรภายในโรงแรมอนันตรา ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ รีสอร์ทแอนด์สปา

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

##### 1.1 เพศ

- ชาย  หญิง

##### 1.2 ช่วงอายุ

- ต่ำกว่า 20 ปี  20-30 ปี  31-40 ปี  
 41-50 ปี  50 ปีขึ้นไป

##### 1.3 ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่ามัธยมศึกษา  มัธยมศึกษาตอนต้น  มัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช.  
 ปริญญาตรี, ปวส.  สูงกว่าปริญญาตรี

#### ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการลูกค้าต่างชาติของท่าน

##### 2.1 ปัจจุบันลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการเป็นคนชนชาติใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- อเมริกา  เยอรมัน  ฝรั่งเศส  จีน  ญี่ปุ่น  
 อินเดีย  อื่นๆ..... (โปรดระบุ)

##### 2.2 ปัจจุบันท่านสามารถใช้ภาษาใดในการสื่อสารกับลูกค้าได้บ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- อังกฤษ  เยอรมัน  ฝรั่งเศส  จีน  ญี่ปุ่น  
 อินเดีย  อื่นๆ..... (โปรดระบุ)

##### 2.3 ท่านพบปัญหาใดบ้างในการสื่อสารด้านภาษากับลูกค้าชาวต่างชาติ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ไม่มีทักษะในบางภาษาทำให้ไม่เข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าสื่อสารมา  
 สำเนียงของลูกค้ามีความแตกต่างกันทำให้ฟังยากหรือเกิดการไม่เข้าใจ  
 ลูกค้าพูดเร็วทำให้ฟังไม่ทัน  
 อื่นๆ..... (โปรดระบุ)

**ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการด้านภาษาจีนของท่าน**

3.1 ท่านมีทักษะในการใช้ภาษาจีนหรือไม่

[ ] มี [ ] ไม่มี (ข้ามไปข้อ 3.3)

3.2 ทักษะการใช้ภาษาจีนแต่ละด้านในระดับใด

รายการ	ระดับทักษะการใช้ภาษาจีน				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
3.3.1 การฟัง					
3.3.2 การพูด					
3.3.3 การอ่าน					
3.3.4 การเขียน					

3.3 ปัจจุบันท่านพบปัญหาด้านการสื่อสารกับลูกค้าที่ใช้ภาษาจีนหรือไม่

[ ] พบ [ ] ไม่พบ

3.4 เมื่อท่านพบปัญหาด้านการสื่อสารกับลูกค้าที่ใช้ภาษาจีนท่านมีวิธีการแก้ไขปัญหายังไร

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- [ ] สื่อสารด้วยภาษาจีน [ ] สื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ  
 [ ] ใช้โปรแกรมการแปลภาษาช่วย [ ] ใช้ภาษากายในการสื่อสารเพื่อให้เข้าใจ  
 [ ] แจ้งผู้จัดการ [ ] ขอความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงาน  
 [ ] อื่นๆ..... (โปรดระบุ)

**ส่วนที่ 4 ทศนคติของท่านต่อภาษาจีน**

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
4.1 ภาษาจีนมีความสำคัญกับธุรกิจการท่องเที่ยว					
4.2 ทักษะดังต่อไปนี้มีความสำคัญต่อการเรียนภาษาจีน					
4.3.1 การฟัง					
4.3.2 การพูด					
4.3.3 การอ่าน					
4.3.4 การเขียน					

4.3 หากมีการจัดอบรมภาษาจีนท่านต้องการที่จะเข้าร่วม					
4.4 หากท่านสามารถสื่อสารภาษาจีนได้ ลูกค้ำชาวจีนจะมี ความพึงพอใจในการให้บริการเพิ่มขึ้น					

### ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดอบรมการเรียนภาษาจีน

- 5.1 ท่านคิดว่าการเรียนภาษาจีนต่อหนึ่งหลักสูตรควรมีระยะเวลาสั้นเท่าใด  
 น้อยกว่า 3 วัน     3-5 วัน     6-10 วัน     มากกว่า 10 วัน
- 5.2 หากมีการจัดอบรมการเรียนภาษาจีนท่านคิดว่าในแต่ละวันควรมีระยะเวลาการเรียนเท่าใด  
 30 นาที     60 นาที     90 นาที     120 นาที
- 5.3 ท่านต้องการให้วิทยากรใช้วิธีใดในการสอน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 สอนตามตำราเรียน     ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ประกอบการสอน  
 จำลองสถานการณ์จริง     บรรยายปากเปล่า  
 มอบหมายให้ทำกิจกรรมกลุ่ม     อื่นๆ..... (โปรดระบุ)
- 5.4 ท่านต้องให้บรรยากาศในการอบรมเป็นอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 เฮฮา สนุกสนาน เป็นกันเอง     ตั้งใจเรียน ตีวเข้มเนื้อหาตามหลักสูตร  
 กระชับ รวดเร็ว     ไม่รีบเร่ง ค่อยเป็นค่อยไป  
 อื่นๆ..... (โปรดระบุ)
- 5.5 ท่านคิดว่าหลังการอบรมควรมีการประเมินผลการเรียนในรูปแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 ทำแบบฝึกหัด/ทำรายงาน     สอบข้อเขียน  
 ตอบปากเปล่า     ทำกิจกรรมกลุ่มจำลองบทบาทสมมุติ  
 นำเสนอหน้าห้องเรียน     อื่นๆ..... (โปรดระบุ)

ขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้

## 附录二：中文问卷调查

### 曼谷河畔安纳塔拉谁料度假村人员的问卷调查

**研究的目的** 本次调查的目的是为了研究关于安纳塔拉人员的汉语服务,而安纳塔拉人员的培训需求调查,以提高安纳塔拉人员的汉语服务技能。

#### 第一部：安纳塔拉人员个人基本的资料

##### 1.1 性别

男性  女性

##### 1.2 年龄

20 岁以下  20-30 岁  31-40 岁  
 41-50 岁  50 岁以上

##### 1.3 学位

初中以下  初中  高中  
 本科  本科以上

#### 第二部：关于安纳塔拉人员对外国客户的沟通和服务的信息

##### 2.1 安纳塔拉的客户大多数是任何国籍的人？(可以选多项)

美国  德国  法国  
 中国  日本  印度  
 其他..... (请注明)

##### 2.2 您可以使用任何语言与外国客户进行沟通？(可以选多项)

英语  德语  法语  
 汉语  日语  印度语  
 其他..... (请注明)

##### 2.3 关于语言方面您对外国客户进行沟通时遇到任何问题？(可以选多项)

因为没有一些的语言能力，所以不能与客户沟通。  
 客户有不同的口音，使聆听困难。  
 客户说话非常快，使您赶不上。  
 其他..... (请注明)

### 第三部：关于安纳塔拉人员对中国客户的沟通和服务的信息

3.1 您有没有汉语技能？

有                       没有 (跳转到第 3.3)

3.2 您的汉语水平是多高？

题目	汉语技能水平				
	最低	低	一般	高	最高
3.2.1 听力					
3.2.2 口语					
3.2.3 阅读					
3.2.4 写作					

3.3 您对中国客户沟通是否遇到问题？

是                       不是

3.4 当与用汉语的客户面临沟通的问题，您如何解决问题？(可以选多项)

- 使用汉语进行沟通               使用英语进行沟通  
 使用翻译程序                       使用肢体语言进行沟通  
 通知经理                               寻求同事的帮助  
 其他..... (请注明)

### 第四部：安纳塔拉人员对汉语的态度

题目	同意程度				
	非常不同意	不同意	中立	同意	非常同意
4.1 汉语对旅游业特别重要。					
4.2 如下技能对学习汉语很重要。					
4.3.1 听力					
4.3.2 口语					
4.3.3 阅读					
4.3.4 写作					



## 致谢

首先,我非常感谢曼谷和怕难纳塔拉水疗度假村,对于给我这次收集资料的机会。而特别感谢 Radklao Chalernsuk 培训经理,于对我非常好的接待,50 位人员,为对我这次学习的支持。

我真感谢我的导师范军老师,是在给我许多写这篇论文的建议。无论是收集资料的过程,内容排序,正确写作论文的各式等。每次跟范军老师见面,我非常感谢您的微笑和您的鼓励,使我有鼓励最佳写这篇论文。

我深深感谢所有的老师,在教我很多知识。为指导,以写论文更引人注目的内容。谢谢你教我认识的责任,把事情做好。我感谢你们所有的教诲和每一位教师的善意。让我把这篇论文写作弥补了成功。

终于,我真诚的感谢每位同学的热情帮助。感谢我家庭的鼓励,并所有的人是在这次毕业中给予过我帮助。

吴小深

## ประวัติผู้เขียน

**ชื่อ - สกุล** นางสาวสปีณัฐรุ่ง ภัทรกิตติเจริญ (吴小深)

**วัน เดือน ปีเกิด** 9 มีนาคม 2532

**ที่อยู่ปัจจุบัน** 82/132 ซอยเอกชัย ถนนเอกชัย แขวงบางขุนเทียน  
เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร 10150

**ประวัติการศึกษา**  
พ.ศ. 2554 คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)

**ประวัติการทำงาน**  
พ.ศ. 2556 – ปัจจุบัน ผู้จัดการทั่วไป บริษัท รวยถาวรเท็กซ์ไทล์ จำกัด