



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

การเพิ่มการบริการด้านภาษาจีนเพื่อผลักดันชาวจีนมาเที่ยวไทย
: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

INCREASING CHINESE SERVICES FOR ENCOURAGING CHINESE
TOURISTS TO VISIT THAILAND : A CASE STUDY OF
THE TOURISM AUTHORITY OF THAILAND
促进中国游客来泰旅游加强汉语服务
—以泰国国家旅游局为例

กัญญา ภูริพัฒน์
(王秀娟)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ


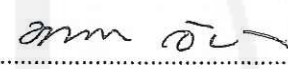
การเพิ่มการบริการด้านภาษาจีนเพื่อผลักดันชาวจีนมาเที่ยวไทย
: กรณีศึกษา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

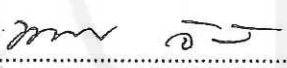
INCREASING CHINESE SERVICES FOR ENCOURAGING CHINESE TOURISTS TO VISIT
THAILAND : A CASE STUDY OF THE TOURISM AUTHORITY OF THAILAND

促进中国游客来泰旅游加强汉语服务
——以泰国国家旅游局为例


กัญญา ภูริพัฒน์ (王秀娟)

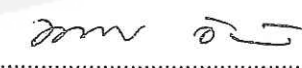
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ตรวจสอบและอนุมัติให้
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)
เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2560

 
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลสิรินทร์ อภรัตน์วรเดช รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
ประธานกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ อาจารย์ที่ปรึกษา


รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
กรรมการ


Asst. Prof. Dr. Fu Feiliang
กรรมการ


Dr. Zhao Ping
กรรมการ


รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
(ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)


รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
คณบดีคณะภาษาและวัฒนธรรมจีน


รองศาสตราจารย์ อธิสยา จันทรวินิต
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

การเพิ่มการบริการด้านภาษาจีนเพื่อผลักดันชาวจีนมาเที่ยวไทย
: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กัญญา ภูริพัฒน์ 586014

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: พรพรรณ จันทโรนานนท์, Ph.D.

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวของไทยมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยมาโดยตลอด นักท่องเที่ยวจากประเทศจีนถือว่าเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของประเทศไทย ดังนั้นการบริการภาษาจีนให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนจึงเป็นส่วนช่วยให้แก่นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเที่ยวประเทศไทยได้รับความสะดวกสบายยิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้ การส่งเสริมนักท่องเที่ยวชาวจีนให้มาเที่ยวประเทศไทยและการบริการภาษาจีนให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนจึงเป็นเรื่องที่สำคัญเป็นอย่างยิ่ง

วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อศึกษานโยบายการส่งเสริมนักท่องเที่ยวชาวจีนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้มาเที่ยวประเทศไทย เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยผ่านการสำรวจจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเที่ยวประเทศไทย จำนวน 100 คน และพนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 7 คน นอกจากนี้ยังสัมภาษณ์ตัวแทนกองตลาดเอเชียตะวันออก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 1 คน โดยการศึกษาครั้งนี้จะใช้วิธีการสัมภาษณ์และแจกแบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล หลังจากรวบรวมข้อมูลเสร็จสิ้น ผู้วิจัยจะนำผลการศึกษาในครั้งนี้มาวิเคราะห์เพื่อหาปัญหาและหาแนวทางการแก้ปัญหา

ผลจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนพึงพอใจต่อกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว การบริการ และสื่อภาษาจีนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นักท่องเที่ยวชาวจีนเห็นว่าการใช้ภาษาจีนภายในสื่อของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีความถูกต้อง โดยปัญหาที่พบคือ ถึงแม้ว่าสื่อภาษาจีนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปัจจุบันจะมีจำนวนมาก แต่พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้บริการยังมีจำนวนไม่มาก ด้วยเหตุนี้จึงทำให้นักท่องเที่ยวบางส่วนไม่สามารถทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวได้ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรจะมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสื่อและบริการที่มีอยู่ให้นักท่องเที่ยวทราบมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่า พนักงานที่มีความรู้ภาษาจีนภายในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานใหญ่มีจำนวนไม่เพียงพอต่อความต้องการ จึงควรมีการจัดฝึกอบรมภาษาจีนให้แก่พนักงานเพื่อพัฒนาทักษะภาษาจีนของพนักงานในองค์กรต่อไป

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นักท่องเที่ยวชาวจีน กิจกรรมส่งเสริม การใช้ภาษาจีน

INCREASING CHINESE SERVICES FOR ENCOURAGING CHINESE TOURISTS TO VISIT
THAILAND : A CASE STUDY OF THE TOURISM AUTHORITY OF THAILAND

KANYA PURIPAT 586014

MASTER OF ARTS (CHINESE FOR BUSINESS COMMUNICATION)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: PORNPAN JUNTAROMANONT, Ph.D.

ABSTRACT

The Tourism Authority of Thailand is always indispensable for development of Thailand economy. The Chinese tourists were assumed to be the significant sources of income. Consequently, the Chinese tourist advocacy to visit Thailand, and the service provided Chinese language is the critical issues.

The purposes of this research are studying the policy of Tourism Authority of Thailand for supporting the Chinese tourists in Thailand. The definition of tourism support activities were included Chinese language used by Tourism Authority of Thailand, and the satisfaction of Chinese tourist in tourism support activities. The survey has been responded by 100 Chinese tourists visiting Thailand, and 7 staffs working for Tourism Authority of Thailand. Besides, an East Asian marketing agent has been interviewed. The research strategy is interview, and questionnaires. After gathering information, utilize the results to analyze for finding the trouble and problem-solving guidance.

The research results revealed that the Tourism Authority of Thailand has developed many type of services to encourage and support Chinese Tourists to visit Thailand. First, even if the developed ads or media were made correctly and easy to understand and sufficient. The other thing is the Tourism Authority of Thailand have to arrange more Chinese training course for their staff to solve this issue as soon as possible.

Keywords: Tourism Authority of Thailand, Chinese tourists, support activities, Using Chinese

促进中国游客来泰旅游加强汉语服务 ——以泰国国家旅游局为例

王秀娟 586014

文学硕士学位(商业汉语)

指导教师：刘丽芳 博士副教授

摘要

泰国旅游业对国家经济发展有影响。中国游客是泰国最大的外汇收入来源。汉语是中国游客使用的语言，提供汉语服务还是有助于游客来泰旅游的方便。因此，推广中国游客来泰旅游与提供游客的汉语服务是需要的事情。

本论文研究目的是为了研究泰国国家旅游局对中国游客推广来泰旅游的策略，以及研究中国游客对泰国国家旅游局推广活动的实现及满意度。本论文研究对象是 100 位来泰旅游的中国游客与 7 位泰国国家旅游局的职员。此外，访谈 1 位泰国国家旅游局发展与促销东亚市场组的代表职员。本研究通过访谈与问卷调查的研究方法。收集资料后，将研究结果来分析，寻找存在的问题，并提出解决问题的措施建议。

根据研究的结果，中国游客对泰国国家旅游局推广活动、服务和汉语大众媒体表示满意。中国游客认为泰国国家旅游局大众媒体的汉语应用是正确。主要问题是虽然泰国国家旅游局已经提供了很多汉语大众媒体，但是使用泰国国家旅游局大众媒体的中国游客数量比较少。因此，有些中国游客才无法知道泰国国家旅游局的信息与服务。所以泰国国家旅游局需要更多努力宣传自己的服务。除此之外，还发现泰国国家旅游局总部有汉语能力的职员数量不足够。所以应该向职员提供汉语培训，为了提高职员的汉语水平。

关键词：泰国国家旅游局 中国游客 推广活动 汉语应用

目 录

บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
摘要	III
目录	IV
表格目录	VI
图表目录	VII
插图目录	VIII
绪 论	1
第一章 泰国旅游业与泰国国家旅游局的发展现状	9
第一节 泰国旅游业的发展现状	9
第二节 泰国国家旅游局的发展情况	14
一、泰国旅游业的发展情况	14
二、来泰旅游的外国游客人数的情况	15
第二章 泰国国家旅游局促进中国游客来泰旅游的策略	17
第一节 泰国旅游业发展概况	17
一、游泰旅游中国游客的现状	17
二、中国游客市场的形式	20
三、泰国国家旅游局促进中国游客来泰旅游的策略	21
四、泰国国家旅游局未来推广趋势	30
第二节 泰国国家旅游局总部有汉语能力职员的情况与发展措施	32
一、泰国国家旅游局有汉语能力职员的情况	34
二、泰国国家旅游局职员在工作中使用汉语的情况	36
三、泰国国家旅游局职员对有汉语能力职员的情况	38
第三节 泰国国家旅游局中国办事处的汉语服务	39
一、泰国国家旅游局中国办事处的情况	39
二、泰国国家旅游局中国办事处的汉语服务	40
三、泰国国家旅游局在中国举行旅游展览会的情况	42
四、中国游客对泰国国家旅游局中国办事处的反应现状	43
第四节 泰国国家旅游局的汉语服务	43
一、泰国国家旅游局促进中国游客来泰国旅游提供的汉语 大众媒体	43

	二、泰国国家旅游局所提供大众媒体的汉语应用	46
第三章	促进中国游客来泰旅游的问题和改进措施	48
第一节	泰国国家旅游局促进中国游客来泰旅游策略的评估	48
	一、游泰的中国游客资料	48
	二、游泰中国游客对泰国国家旅游局策略的满意度	49
	三、泰国国家旅游局汉语大众媒体的情况	53
第二节	泰国国家旅游局所存在的问题	57
	一、泰国国家旅游局职员在工作中遇到的问题	57
	二、泰国国家旅游局促进中国游客来泰旅游的活动与汉语服务的问题	58
第三节	提出泰国国家旅游局汉语服务的改进措施	59
	一、提高泰国国家旅游局职员的汉语水平	59
	二、提高泰国国家旅游局的活动与汉语服务质量	59
	三、提升发展泰国国家旅游局的汉语大众媒体	60
结 语		62
参考文献		64
附 录		67
致 谢		85
ประวัติผู้เขียน		86

表格目录

表格 2.2.1 泰国国家旅游局职员的汉语水平的数量	35
表格 2.2.2 泰国国家旅游局职员在工作中使用汉语的频率数量	36
表格 2.2.3 泰国国家旅游局职员在工作中经常使用的汉语水平	36
表格 2.2.4 泰国国家旅游局职员在工作中使用汉语的数量	37
表格 2.2.5 提高职员的汉语能力需求的数量	39
表格 3.1.1 游泰中国游客对泰国国家旅游局推广活动感兴趣情况的数量	49
表格 3.1.2 中国游客对泰国国家旅游局在大众媒体的汉语应用总体评价	55
表格 3.1.3 中国游客对泰国国家旅游局在大众媒体的汉语应用的总平均数 与评价程度	55
表格 3.1.4 中国游客对泰国国家旅游局在汉语大众媒体所提供内容的 总平均数与评价程度	56
表格 3.2.1 泰国国家旅游局职员在工作中遇到的问题情况	57

图表目录

图表 1.1.1 外国游客决定来泰旅游的主要因素	11
图表 1.1.2 外国游客在泰国最受欢迎的活动	13
图表 2.1.1 游泰中国游客的统计	17
图表 2.2.1 泰国国家旅游局职员的学历统计	34
图表 2.2.2 泰国国家旅游局职员学习汉语的时间	35
图表 2.2.3 有汉语能力的泰国国家旅游局职员的足够	38
图表 2.2.4 泰国国家旅游局向职员提供汉语培训的需求	38
图表 3.1.1 游泰的中国游客资料的数量	48
图表 3.1.2 中国游客在泰国使用什么语言	48
图表 3.1.3 中国游客在泰国旅游遇到的问题	49
图表 3.1.4 中国游客对泰国国家旅游局的推广活动做出评价	51
图表 3.1.5 游泰中国游客使用泰国国家旅游局服务的情况	52
图表 3.1.6 游泰中国游客选择使用泰国国家旅游局大众媒体的情况	52
图表 3.1.7 中国游客对泰国国家旅游局的服务评价	53
图表 3.1.8 中国游客知道泰国国家旅游局的推广活动和信息的渠道	53
图表 3.1.9 泰国国家旅游局汉语大众媒体的足够情况	54
图表 3.1.10 中国游客对泰国国家旅游局的汉语大众媒体评价	54

插图目录

图 1.1.1 外国游客的整体满意度, 按 10 个主要区域市场	12
图 1.1.2 2016 年泰国旅游业的趋势	13
图 1.2.1 泰国国家旅游局的标志	14
图 1.2.2 神奇泰国的标志	16
图 2.3.1 相约马里奥不走寻常泰	41
图 2.3.2 马里奥与粉丝拍照片	42
图 2.4.1 泰国国家旅游局给游客的中文版本旅游信息小册	43
图 2.4.2 享受泰国之旅的小贴士	44
图 2.4.3 www.amazingthailand.org.cn 网站	44
图 2.4.4 https://cn.tourismthailand.org 网站	44

绪 论

一、选题的背景及研究意义

旅游业是泰国的主要行业。旅游业的发展为国家创造了大量的外汇，提高了经济效益。2015 年泰国旅游业还是泰国创汇最多的行业，泰国旅游经济的快速发展也增加了 26%，所以，旅游业收入让泰国 2015 年的 GDP 增加了 3%。因此，旅游业会成为泰国经济的重要支柱之一。旅游业带动了泰国加工产业、食品产业以及餐饮业的发展，提高了泰国的经济发展水平，促进了外商在泰国的投资，同时也对泰国社会也带来了很大的益处，不仅增加了泰国的就业率，还加强了泰国与世界的交流交往。本文选题的主要来源是泰国国家旅游局在推广游客方面情况，尤其是针对促进中国游客来泰旅游的策略。

中国是世界上人口最多的国家。2016 年中国人口有 13 万亿人，约占全球人口五分之一。也就意味着这是一个 13 万亿的市场。中国是一个多民族、多语言、多方言、多文种的国家。但是汉语是中国使用人数最多的语言。世界银行数据显示，2014 年中国人均国民总收入 7380 美元，排名第 60 位。2015 年居民人均可支配收入仅为 21966 元，换算成美元为 3600 美元左右。2015 中国人均 GDP 为 5.2 万元（按 13 亿人口计）。^[1] 2016 年泰国作为中国游客最受欢迎的旅游目的地。中国游客喜欢来泰国旅游的主要原因就是泰国有丰富多彩的旅游景点和自然资源，而且泰国也有美味食品。除此，泰国与中国距离不远，旅游消费也不多，可以在泰国度假。

泰国国家旅游局（Tourism Authority of Thailand，简称 TAT）成立于 1960 年 3 月 18 日，是第一个在泰国专门负责促进旅游业的机构。泰国国家旅游局向公众提供旅游区的信息和数据，通过宣传来鼓励泰国和国际游客在泰国旅行。除此之外，还有进行制定旅游发展规划，在旅游领域不断合作，维系经营并发展人员。泰国国家旅游局的三种主要作用：第一是促进泰国旅游业和旅游产业；第二是向国内外游客提供各种旅游资讯和数据；第三是维护景点与住宿。目前，泰国国家旅游局有许多服务，就是服务台(Counter Service)、1672 呼叫中心、移动运用部分(Mobile application)、网站、社交媒体(Social Network)，为了游客的方便，以及让来泰国旅游的国内外游客留下好印象。此外，泰国国家旅游局也

[1] 枕头财经网《中国人均收入和美日差距有多大》[Z]，来源
<http://finance.qq.com/cross/20160119/xP46Z82D.html>，(2016 年 9 月 27 日)

在海外设立了分局的办事处，有欧洲、亚洲、北美洲以及澳洲。泰国国家旅游局在中国已经有了 5 个办事处分别设立于北京、上海、广州、成都及昆明。

泰国旅游客源国主要是中国、日本、韩国、新加坡、以及欧美国家。根据泰国官方统计数字显示，2015 年外国游客共计 2988.1 万人次，其中占全泰入境外国游客总数最多的国家就是中国 793.47 万人次。中国游客给泰国的旅游收入可达到 3700 亿泰铢。在沟通方面，虽然世界上以英语为主要语言，可是按照中国的经济发展及有越来越多来泰国旅游的中国游客，汉语成为广泛使用的语言。由此可见，为了让中国游客方便、快乐、轻松地游泰国，汉语旅游资料与汉语服务是不可缺少的，让游客了解各种各样的旅游资料，无论是泰国旅游景点、交通方法、泰国饮食、还有泰国各种服务等。于是旅游业必须提供汉语服务。此外，汉语也让中国游客完整地了解泰国的文化。所以，为了能发展泰国旅游业以及满足中国游客的需求，汉语是一个最好跟中国游客沟通的工具。目前，旅游业的竞争比较强烈，提高自己国家的旅游服务水平是必须做好的。

本论文选题的意义在于通过分析泰国国家旅游局为中国游客市场在泰国的迅速发展，设计好如何促进中国游客来泰旅游，将怎样采用何种方法在大众媒体的汉语。此外，为了能够不断发展符合游客需求的活动与旅游信息服务，本论文还研究到中国游客对泰国国家旅游局推广活动与旅游信息服务的实现与秩序。

二、研究的范围、研究目的、研究方法和研究的创新性

（一）研究的范围

本论文研究的范围只限于泰国国家旅游局 2015-2017 年促进中国游客来泰旅游的策略与汉语言文化应用以及泰国国家旅游局的汉语大众媒体的实践与广告。本论文的研究数据从 100 位来泰旅游的中国游客与 7 位泰国国家旅游局的调查问卷，以及访谈 1 位泰国国家旅游局发展与促销东亚市场组的代表职员。研究者都在泰国曼谷进行调查研究。研究时间是 2016 年 9 月至 2017 年 4 月。

（二）研究目的

1. 为了了解泰国国家旅游局促进中国游客来泰旅游的策略。
2. 为了研究泰国国家旅游局的汉语服务与活动。
3. 为了研究泰国国家旅游局的汉语大众媒体宣传与实践。
4. 为了知道中国游客对泰国国家旅游局推广活动的满意度。

(三) 研究方法

1. 本论文采用的定性和定量综合法。
2. 本论文的调查对象是 100 位来泰旅游的中国游客，还有 7 位泰国国家旅游局有汉语能力的职员发问卷。此外，访谈 1 位泰国国家旅游局发展与促销东亚市场组的代表职员。
3. 研究者会在曼谷素万那普国际机场发问卷。
4. 资料收集完成之后，从所掌握的资料来按定性和定量方法来分析。

(四) 研究的创新性

1. 没有人研究过关于泰国国家旅游局促进中国游客来泰旅游的策略与大众媒体的汉语服务。
2. 给泰国国家旅游局提出发展旅游业的新策略。
3. 知道泰国国家旅游局大众媒体的汉语言文化应用现状。
4. 认知泰国国家旅游局的那项大众媒体是最受中国游客欢迎。

三、与本论文有关的国内外研究综述

有关分析泰国旅游业的论文和论述已有不少，并有多方面的研究。各种的研究和论文都从不同的角度来分析研究。根据目前所掌握的资料，有许多有关泰国旅游业与泰国旅游局的论文，它们都对泰国国家旅游局促进中国游客来泰旅游的活动有关系，涉及到以下几个方面：

(一) 有关泰国旅游业发展的研究

1. 爱丽（2014）在《论泰国旅游业发展及其对泰国经济的影响》中指出，近年来，经过政府的大力扶持与社会各界的积极配合，泰国旅游业得到了迅猛的发展，成为东南亚地区最热的旅游目的地，稳居世界十大旅游市场之列。然而，随着泰国旅游活动的大规模展开，在给泰国经济带来丰富的经济效益的同时，也对泰国社会环境和自然环境带来了许多不良的影响。这不仅有利于进一步完善泰国旅游业的发展，提高泰国经济发展水平，同时，也有利于其他国家借鉴其优势的旅游业发展模式。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。分析泰国旅游业给泰国经济带来的影响，不仅有利于泰国旅游业发展的完善，同时，也利于泰国经济发展水平的进一步提高。该论文基于对泰国旅游业发展现状的分析，研究了泰国旅游业对泰国经济

发展带来的有利影响与不利影响，并根据泰国旅游业的发展得出了启示。分析了泰国旅游业的发展历史及发展现状。（爱丽;2014）

2 周家欣（2015）在《泰国旅游服务贸易对泰国经济发展的效应分析》中指出，泰国旅游业起步于 20 世纪 60 年代初，至今已有 60 年的历史，业态发展较为成熟。泰国旅游资源丰富，自然风光旖旎，人文底蕴深厚，吸引了大批游客前来观光。随着全球经济的发展，人们越来越重视休闲娱乐，旅游已变成人们的主要度假方式之一。近年来，泰国旅游服务贸易的收入增长迅速，已经成为泰国经济增长的主要贡献来源之一。该论文研究了泰国旅游服务贸易促进经济增长的路径，在物质资本积累、人力资本、就业等方面对促进泰国经济增长的效应，而且分析了泰国旅游服务贸易对泰国经济增长推动作用的内在原因。此外，对泰国旅游服务贸易与经济增长的定量分析结果，证明了旅游业对经济增长贡献作用的大小。在此基础上，分析了泰国旅游服务贸易对泰国经济发展的影响。（周家欣;2015）

3. 饶华清（2008）在《现代商业》杂志上发表了〈泰国旅游市场发展与借鉴〉的文章，文章指出，泰国旅游业是一个构建在海滩、寺庙、大象和微笑等形象上的产业。长期以来，旅游业在泰国经济中占有非常重要的地位，可以称得上是泰国国民经济的支柱产业。该文章通过分析泰国旅游业发达的原因，指出中国发展旅游业可以借鉴泰国经验。（饶华清;2008）

4. 刘华源（1995）在《国际贸易》杂志上发表了〈泰国发展旅游业的态势〉的文章，文章指出泰国旅游业状况自 1987 年的“游览泰国年”以来，泰国旅游业发展很快。外国游客人数从 1986 年的 282 万人次增加至 1989 年的 481 万人次，平均每年曾加 18.59%，同期旅游收入也自 73.2 亿铢增至 963.7 亿铢，平均每年增长 38%。（刘华源;1995）

（二）有关促进泰国旅游业发展政策的研究

1. 李文标（2009）在《泰国旅游可持续发展对策研究》中指出，对泰国旅游可持续发展对策提出的背景进行分析，国际背景主要讲国际上可持续发展概念的提出和对相关问题的日益重视以及生态旅游兴起的影响。国内背景主要分析泰国旅游业在取得辉煌成就的同时，产生了不可忽视的负面影响，首先是旅游开发中存在短视行为，其次是色情产业泛滥导致吸毒和艾滋病的肆虐等，对泰国可持续旅游对策的内容和措施进行研究分析。主要是对泰国可持续旅游发展取得的成绩和不足的研究。泰国可持续旅游发展对策的借鉴与启示。（李文标;2009）

2. KOMSIT KIEANWATANA (2014) 在《曼谷旅游业的发展要素及政策研究——基于大湄公河次区域铁路网计划》中指出, 根据泰国现行的《2012-2016 年第 11 期间国家经济和社会发展规划》和《2012-2017 年国家旅游业发展规划》中都指出将促进旅游产业的经济增长, 以针对提高运输系统为了促进泰国发展成东南亚地区的旅游业和服务业的中心地, 与此同时, 泰国还实施了《2013 - 2020 年运输体系发展规划》以 7 年长期计划投资在基础设施建设, 正符合泰国政府在国会议院推出了拟投 2.2 万亿泰铢 (约合 700 亿美元) 贷款计划法案, 为了支持未来与大湄公河次区域铁路网的连接, 该计划将投资在修建全国运输系统, 针对发展铁路运输系统为主。基于上述背景, 让作者意识到其重要性而进行了研究。本次研究的目的是为了基于大湄公河次区域铁路网计划, 提出曼谷旅游业的发展要素及政策建议。(KOMSIT KIEANWATANA ; 2014)

(三) 有关中国游客来泰国旅游的研究

1. 龙如海 (2014) 在《中国游客赴泰国旅游满意度研究》中指出, 泰国作为国际旅游国家, 近几年来, 无论是游客的入境数量, 还是旅游机构等, 其发展速度都保持了双倍的增长。泰国的旅游业的快速发展, 不仅可以促进泰国的经济增长, 也还能够帮助旅游相关产业和其他服务业的相应发展。然而在旅游业快速发展的同时, 也给各旅游同业之间带来了较大的竞争, 如: 价格、服务质量、旅游产品都成了旅游企业间的竞争手段, 因此, 顾客的满意度也成了企业关注的重点, 以努力提高顾客满意度为经营目标。在面对各种各样的竞争中, 泰国旅游业如何做到在竞争中生存和盈利, 也成为了研究学者们较为关注的课题之一。(龙如海; 2014)

2. 邱伟胜 (2015) 在《中国游客赴泰国旅游满意度分析》中指出, 近年来, 中国公民出境旅游需求日益旺盛, 出境旅游已经成为新的消费领域和新的时尚。泰国是最早获得中国政府支持和批准中国公民出游的海外国家之一, 中国游客前往泰国旅游的人数逐年增长, 巨大的消费能力极大的促进了泰国的外汇增收。基于中国出境旅游市场繁荣发展和泰国入境旅游市场高度依赖中国旅游推动的事实, 面向中国游客开展泰国旅游满意度调研, 收集泰国旅游期间的以“食、住、行、游、购、娱”六大旅游要素方面的收获与体验反馈, 分析存在问题, 提出相应解决对策, 推动泰国旅游业持续健康地向前发展。该论文在国内外游客满意度的相关理论基础上, 把泰国的旅游现状和中国游客赴泰国旅游的现状相结合, 设计中国游客赴泰国旅游满意度的调查问卷, 然后通过满意度水平影

响因子的回归分析对中国游客赴泰国旅游的满意度调查结果进行研究，最后得出，泰国旅游市场需改进问题主要。（邱伟胜;2015）

3. 卢培培 (LAKKANA KAMOLTHAMWONG) (2015) 在《以泰国为目的地的中国旅游市场开发研究——基于影视剧的视角》中指出，近年来，泰国出境旅游产业发展迅速，出境旅游人数逐年递增。中国人前往泰国旅游的原因有很多：美丽的自然风光、独特的民族文化以及其他方面。但是其中有一个重要的影响因素就是泰国影视剧。随着泰国影视剧传到中国并在中国取得很好的收视率，激发了中国观众追随影视剧拍摄地而到泰国旅游。论文即是以研究泰国影视剧对中国客源市场的影响为目的，并在此基础上研究了中国游客到泰国影视旅游的现状以及存在的问题，并根据现状和问题的分析提出利用扩大泰国影视剧对中国旅游市场影响的建议。（卢培培;2015）

4. 叶雨婷 (MANAPORN KOMOLYINGCHAROEN) (2015) 在《赴曼谷的中国游客行为研究》中指出，赴泰国旅游的中国游客人数也在不断增加。2012 年到泰国旅游的中国游客人数超过马来西亚，中国成为泰国外籍游客的最大来源国，而曼谷作为泰国的首都是中国游客赴泰国旅游的首选目的地。论文从泰国旅游业的发展现状入手，通过资料分析的形式，选取赴曼谷的中国游客为研究对象，对他们在旅游过程中的行为进行研究。通过中国游客在曼谷旅游的满意度分析。中国游客对于曼谷的旅游环境满意度较高，而对于旅游消费环境满意度相对较低。同时为了促进中国游客赴曼谷旅游的快速、健康发展，作者对泰国政府、中泰双方旅行社以及曼谷在中国旅游市场的营销宣传提出了相应的政策建议，对今后泰国入境游的发展也有一定的借鉴意义。（叶雨婷;2015）

5. 苏逸涛 (2014) 在《中国旅游者在曼谷 King Power (Rangnum Rd.) 免税店购物行为研究》中指出，泰国旅游业与中国游客有着长期的接触和了解，并一直为中国游客提供着较为周到和全面的服务，中国旅游者在旅途中的购物也为泰国旅游业贡献了极大的利润。同时，其他东南亚国家旅游市场兴起，泰国很可能被周边国家抢走中国游客的购物市场而失去很多的商业机会，这将对当前的泰国旅游购物产生极大的影响。中国旅游者如何选购买商品：中国旅游者在 King Power (Rangnum Rd.) 免税店选购买商品基本是凭借自己的经验和喜好而购买商品。将中国旅游者在曼谷 King Power (Rangnum Rd.) 免税店的购物行为作为分析目标，该论文应用市场营销的理论和方法，结合中国旅游者的消费行为特征以及对泰国旅游购物市场的现状分析，运用市场调研的方法来分析中国旅游者在曼谷市区免税店购物行为。（苏逸涛;2014）

(四) 有关泰国国家旅游局的研究

1. PONGSAN VEERAWAITAYA (2007) 在《用户对泰国国家旅游局的信息服务的意见——以泰国国家旅游局的信息服务中心 1672 为例》(ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพของการให้บริการข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : กรณีศึกษาศูนย์บริการข่าวสารการท่องเที่ยว ททท. 1672) 中指出, 以 350 名的游客为调查对象, 结果表明, 游客对泰国国家旅游局的信息服务中心 1672 的质量是满意的。游客最满意的服务是服务中的沟通, 其次是服务提供者的礼貌。质量最低的是用户接受服务的方便。该论文表现, 不同年龄、学历、职业和收入的游客有相似的意见。论文中建议应该提高信息服务中心的工作系统, 以及调查服务方面的质量。(PONGSAN VEERAWAITAYA; 2007)

2. NAON SUWANTEERAKIT (2010) 在《泰国国家旅游局在暹罗广场建立信息服务中心的项目》(โครงการจัดตั้งศูนย์บริการข่าวสารท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในย่านสยามสแควร์) 中指出, 泰国国家旅游局在暹罗广场的信息服务中心项目都根据泰国国家旅游局的政策与销售计划而进行建立。论文中表示, 第一, 如果这个项目已经完成会将泰国的平均收入一年不少于 1 千亿泰铢。第二是会减低寻找信息的成本。第三是增加旅游企业家和暹罗广场社区的收入。(NAON SUWANTEERAKIT; 2010)

3. SIRIMA WIANGCHAI (1998) 在《泰国国家旅游局的广告中提供泰国特色文化公关给外国》(การสื่อสารความเป็นไทยในภาพยนตร์โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับต่างประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) 中指出, 以泰国国家旅游局 2536 至 2542 年的电影广告为调查对象。此外, 还研究到沟通方式与电影广告内容的策略, 以及沟通策略。结果表明, 广告中都提供具体和抽象的泰国特色文化。泰国国家旅游局最常采用的具体事物是泰国玉佛寺、佛像、泰国传统舞蹈和泰国皇家船队。最常采用的抽象事物是泰国传统生活, 如: 泰国人的生活与水河有很接近关系。泰国人的性格, 如: 泰国人是有礼貌、恭顺、宽宏大量、开朗活泼的人。电影广告目标是让观众认识泰国, 吸引观众来泰国旅游。对于沟通策略的来源, 该论文发现各部电影广告都根据泰国国家旅游局的年度营销计划。(SIRIMA WIANGCHAI; 1998)

4. PORNTIPA SRIKAJONWUTTISAK (2002) 在《泰国国家旅游局在外国的公关管理》(การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในต่างประเทศ) 中指出, 以 16 名问卷对象。结果表明, 泰国国家旅游局公关部有 5 个主要任务: 国内新闻、国外新闻、大众传媒、旅游产业、商务旅游刊物。此外, 外国办事处都完成进行管理公关, 根据 7 个管理阶段: 计划、企业管理、招聘管理、联系管理、

报告和企业资金。外国办事处的公关主要是符合旅游市场营销计划的营销公关。无论如何，有的外国办事处所存在的问题是缺少职员与资金。（PORNTIPA SRIKAJONWUTTISAK;2002）

5. 张恒钊（2013）在《云南画报》（2013 年 02 期）杂志上发表了（泰国国家旅游局昆明办事处发布 2013 年度战略目标）的文章，文章指出泰国国家旅游局昆明办事处于 2012 年 11 月 20 日在昆明翠湖宾馆举行了新闻发布会。会上泰旅局昆明办事处新处长查秉娜女士向大家介绍了 2013 年泰国国家旅游局的战略目标：一、创造神奇泰国品牌形象；二、拓展品质游市场；三、扩大旅游主流市场；四、促进网络市场；五、泰国与东盟的链接政策。（张恒钊;2013）

四、论文主要研究的内容和所要解决的主要问题

1. 泰国国家旅游局促进中国游客来泰旅游的策略。
2. 泰国国家旅游局所提供大众媒体的汉语服务。
3. 中国游客对泰国国家旅游局推广活动与汉语服务的满意度。

第一章 泰国旅游业与泰国国家旅游局的发展现状

第一节 泰国旅游业的发展现状

一、泰国旅游业的发展情况

泰国的旅游业早在 60 年代就有所发展，但当时外国游客数量比较少，每年只有 10 万人次左右。70 年代才开始发展，而到 80 年代，尤其是 1987 年开展“泰国旅游年”以后，旅游业得到了迅速的发展。1980 年，外国游客达到 185.9 万人次，旅游宾馆客房达到 4.6 万间；旅游收入达 4.3 亿美元，占国内生产总值（GDP）的 1.3%，占出口额的 6.6%。1982 年，外国游客又增加到 221.8 万人次，游客房增加到 7.4 万间，旅游收入达到 9.7 亿美元。到 1983 年，泰国国际旅游收入成为仅次于大米和橡胶出口的第三大外汇来源。1990 年，外国游客猛增到 536 万人次，旅游收入高达 41.7 亿美元，占国内生产总值（GDP）的 4.9%，占出口额的 17.4%。1991 年外国游客人数有所降低，为 508 万人次，低于 1990 年，没有达到预期的 600 万人次的目标。据分析有如下三个主要原因。一，世界上总的来说经济不景气。二，受海湾战争的影响。三，国内发生了一些重大事件。尽管如此，国际旅游业仍然是该国外汇主要收入来源之一。为了使旅游业持续发展，泰国提出了三条措施。一是新建若干饭店和度假村，进一步做到“服务至上，客人第一”，尽可能降低价格。二是开辟新的景点和旅游项目，如开辟北方探险旅游。三是大力宣传促销，在促销和公关上增加投入。泰国旅游局将推出“1996 重访泰国”的口号。^[1]

近年来，泰国进行大力推广旅游业，为了吸引众多外国游客来泰旅游，特别是中国游客，来泰旅游外国游客人数不断增加，大大推动了泰国旅游市场的发展。2014 年，因为泰国政局动荡问题的影响，来泰游客数量出现下降，比 2013 年减少了 6.6%。为此，泰国国家旅游局创造各种使游客对泰国信心的措施为了吸引游客回来泰国旅游。到 2015 年，泰国旅游业逐渐复苏。基于稳健的发展形势，泰国就制定 2015 年目标，就是全年来泰游客总数 2880 万、旅游总收入大概 2.2 万亿泰铢。

[1] 博雅旅游分享网《泰国旅游业》[Z]，来源：<http://as.bytravel.cn/art/tgl/tglyy/>，
(2016 年 10 月 15 日)

泰国旅游资源无比丰富，作为“白象王国”。泰国各地庙宇、佛塔高耸、佛尊、石雕精致美观，无处不充满着浓郁的宗教氛围。泰国属热带季风气候，拥有 3200 多千米的海岸线和 8000 个热带岛屿，明媚的阳光、白色的沙滩、湛蓝的大海，一派热带风光，使人轻松快乐。还有有特色的泰国美食，放松身心的泰式按摩，充满当地风土的各种节日庆典，都让所在泰国的游客快快乐乐地旅游。^[1]此外，泰国的日消费额并不是很高，所以游客能随便旅游、品尝美食、逛街等旅游活动。因此，泰国才是全球游客旅游目的地选择之一。综合泰国媒体 2017 年 3 月 21 日消息，世界旅游协会称 2016 年泰国旅游业收入增长 11%，增长速度算是排名全球第 10 的国家。2016 年全球旅游业平均增长速度约 6.5%。

2016 年泰国旅游业为国内生产总值（GDP）贡献 2.9 万亿泰铢，占国内生产总值（GDP）的 20.6%，旅游业的就业占全国就业数量的 15%，共有创造 570 万就业的岗位。外国游客支出 1.9 万亿泰铢，同比增长率 13%，占泰国游客总支出的 19.2%。

2016 年泰国在旅游业投资 2455 亿泰铢，占泰国所有行业投资总额的 7.1%，这不仅是吸引游客入境游市场，同时也促进出境游市场，2016 年泰国出境游增长 10.7%。统计表明，泰国不断地进行吸引国内外游客的措施，同时，我们也不能否认泰国人喜欢出境旅游。^[2]

二、来泰旅游的外国游客人数的情况

根据盘谷银行研究部统计，2015 年全年共计有 2,990 万人次外国游客来泰国旅游，增长了 20.7%，就是过去 10 年最高的纪录。

按区域分，来自东亚、美洲、和南亚的游客人数持续增长，欧洲游客人数下降，中东、大洋洲和非洲的游客人数则不稳定。2015 年全年东亚地区、东盟地区和欧洲的游客，分别占外国游客总人数的 40.1%、26.4% 和 18.8%。东亚游客总计 1,198.56 万人次，比上年同期增长 50.9%，而且创下 2005 年至 2014 年最高纪录；东盟游客总计 790.64 万人次，同比增长 19.4%；来自欧洲的游客总人数为 562.91 万人次，同比减少 8.6%。

[1] 中国论文网《泰国旅游业发展现状与优化策略研究》[Z]，来源：<http://www.xzbu.com/7/view-7118164.htm>，（2016 年 11 月 2 日）

[2] 驻清迈总领馆经商室网《泰国旅游业发展速度世界名列第 10》[Z]，

来源：<http://chiangmai.mofcom.gov.cn/article/jmxw/201703/20170302538130.shtml>，（2017 年 3 月 29 日）

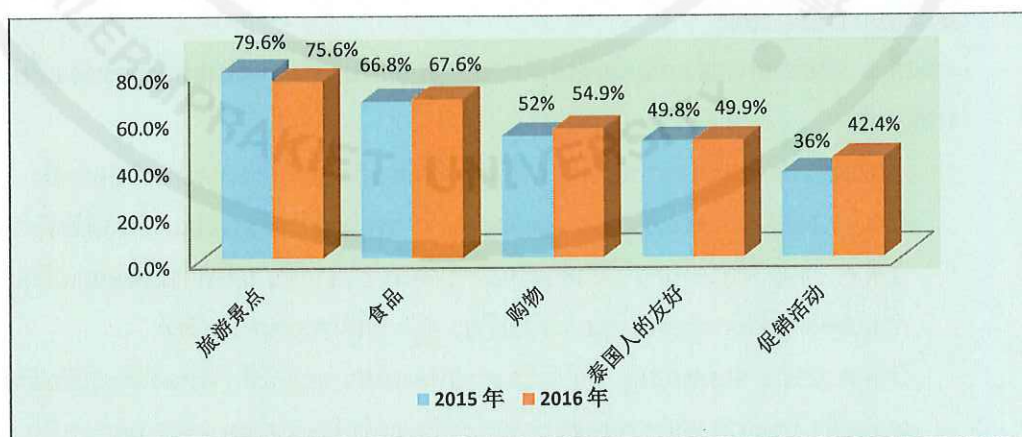
以国家来说，来泰外国游客的 5 个源国拥有中国、马来西亚、日本、南韩和老挝，分别占外国游客总人数的 26.5%、11.5%、4.6%、4.6%和 4.1%。按照 2016 年初官方初步统计数据显示，2015 年全年赴泰旅游的外国游客让泰国获得收入高到 1.44 万亿泰铢，同比速度增长 23.53%，

2015 年外国游客的日消费额约为 5000 泰铢，比 2014 年提高约六个百分点，同时外国游客人数迅速上升超过五分之一，均有助于推动泰国旅游业收入的迅速上升。其中泰国旅游业收入贡献最大的中国游客带来的旅游收入更是高达 0.37 万亿泰铢，占外国游客旅游总收入比率超过四分之一。排名其后的国家依次为马来西亚、俄国、英国和澳大利亚。

根据国家促进经济以及社会发展办公室的预测，2016 年泰国将吸引外国游客 3,250 万人次，预计泰国经济可以带来 1.5 万亿泰铢的收入，如果加上国内游客创造的 0.8 万亿泰铢收入，全年旅游总收入有望上看 2.3 万亿泰铢。泰国旅游工业协会的预测更为乐观，全年外国游客人数在 3,254 万至 3,402 万人次之间，增加达到 7.96%至 13.04%，外国游客创收约在 1.56 万亿至 1.64 万亿泰铢之间，如果包括国内游客的旅游收入，总计或可达 2.36 万亿至 2.44 万亿泰铢。^[1]

(一) 外国游客决定来泰旅游的主要因素

图表 1.1.1 外国游客决定来泰旅游的主要因素



来源：《2016 年游泰外国游客的态度与满意度研究项目》

[1] 中华人民共和国驻泰国大使馆经济商务参赞处网《2016 年泰国旅游业有所增长》[Z]，

来源：<http://th.mofcom.gov.cn/article/jmxw/201604/20160401308731.shtml>，
(2016 年 10 月 23 日)

从上面的图标可以看出，大部分的外国游客选择泰国旅游景点为决定来泰旅游的主要因素。因为泰国有许多美丽的景点，所以才被选择为外国游客决定来泰旅游的原因。其次是泰国食品，泰国食品有充满独特魅力的美味，因此全球游客才想来泰国品尝美味的泰国食品。此外，外国游客决定来泰旅游的主要因素还有购物、泰国人的友好和促销活动。这些因素跟 2558 年的差不多。根据这个统计可以发现，外国游客喜欢来泰旅游的因素。因此，每一年都有全球游客来泰国旅游。

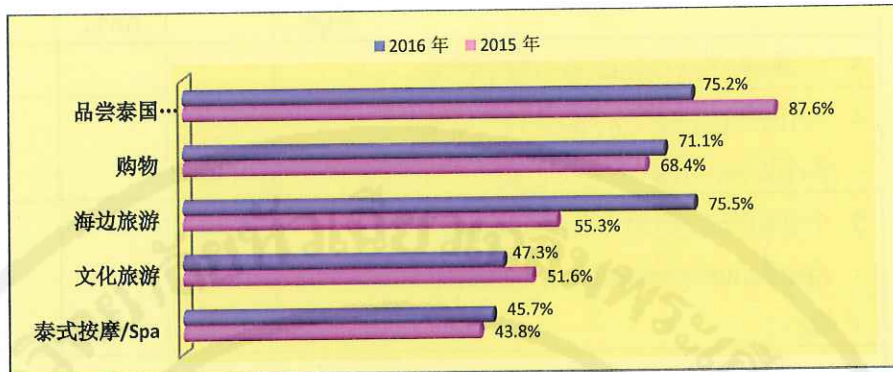


图 1.1.1 外国游客的整体满意度，按 10 个主要区域市场
来源：《2016 年游泰外国游客的态度与满意度研究项目》

泰国旅游与体育部的报告指出，2015 年和 2016 年外国游客的整体满意度的相比。可以看出，2015 年外国游客满意度为 82.8%。2016 年的外国游客满意度为 86.6%。由此可见，2016 年的满意度比 2015 年增长 3.8%。如果以每个国家的游客来划分，2015 年满意度最高的外国游客是俄国，达到 91.6%。但是 2016 年满意度最高的外国游客是中国，达到 89.8%。

(二) 外国游客在泰国最受欢迎的活动

图表 1.1.2 外国游客在泰国最受欢迎的活动



来源：《2016 年游泰外国游客的态度与满意度研究项目》

按泰国旅游与体育部报道，2016 年外国游客在泰国最受欢迎的五个活动有：品尝泰国食品、购物、海边旅游、文化旅游和泰式按摩或 Spa。最多的外国游客选择品尝泰国食品为在泰国最受欢迎的活动；第二是购物；第三是海边旅游；第四是文化旅游；第五是泰式按摩或者 Spa。按上面的统计就能发现，2015 年和 2016 年的各种活动统计数差不多，除了品尝泰国食品与海边旅游活动以外，2015 年和 2016 年的统计数据有所不同。2016 年品尝泰国食品的统计数降低 12.4%。相反，2016 年海边旅游的统计数却增长 20.2%。

由此可见，现在在泰国的海边旅游越来越受外国游客的欢迎。这些统计能让我们知道外国游客喜欢在泰国的旅游活动，所以我们能按照这些统计来对游客提供推广的措施，而创造有趣的活动。为了能吸引国内外游客来泰国旅游。

(三) 2016 年泰国旅游业的趋势



图 1.1.2 2016 年泰国旅游业的趋势

来源：<http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=595888&page=85>

根据泰国国家旅游局的预计，2016 年泰国旅游业的收入有增加的趋势。全国旅游业会获得 2.7 万亿泰铢的收入，比 2015 年增加 8.17%。这些收入对泰国很有好处，无论是国内生产总值(GDP)和人们就业的机会，都是对泰国有好的影响。如果将在泰国旅游的外国游客和泰国游客来看，2016 年从外国游客的收入达到 1.78 万亿泰铢，比 2015 年增加 8.54%。另外是从泰国游客的收入，达到 9.34 千亿泰铢，比 2015 年增加 7.48%。从预计来看，从外国游客的收入比从泰国游客的收入多得很。

所以泰国旅游业是对泰国经济非常有影响，旅游业可以赚到很多的外汇收入。不管是从外国游客或泰国游客的收入都对国家很重要。特别是从外国游客的收入每年都能赚到几万亿。所以促进外国游客来泰旅游是必须重视的。如果缺少了外国游客，一定影响到国家经济收入。

第二节 泰国国家旅游局的发展情况

一、泰国国家旅游局的发展情况



图 1.2.1 泰国国家旅游局的标志

来源：<http://www.tatnewsthailand.org/detail.php?newsID=1873>

在 1924 年，泰国火车站广告安排了火车人员来公关泰国旅游信息，为了让外国游客了解泰国的情况。虽然泰国是农业国家，农业产品是国家主要的出口产品，这些农业产品是泰国主要外汇收入来源。但是现在泰国旅游业也被作为国家另一个主要收入来源。近年来，泰国旅游业的外汇收入持续增长。泰国政府在 1950 年成立了‘旅游办事处’。

泰国国家旅游局（以下简称 TAT）成立于 1960 年 3 月 18 日，以前被称为泰国旅游组织。到 1979 年，泰国旅游组织改名为泰国国家旅游局（Tourism

Authority of Thailand) 。泰国国家旅游局是第一个在泰国专门负责促进旅游业的机构。泰国国家旅游局主要负责旅游业的发展、保护旅游资源和推动宣传旅游业等。^[1] 目前，泰国国家旅游局也有海外的办事处，有欧洲、亚洲、北美洲以及澳洲。泰国国家旅游局的主要责任如下：

第一、促进泰国旅游业和旅游产业。通过宣传来鼓励泰国和国际游客在泰国旅行。宣传泰国的自然之美、考古遗址、古物、历史、艺术文化、运动、技术演进和各种各样可为泰国吸引游客来泰国旅游的活动。

第二、向国内外游客提供各种旅游资讯和数据。目前，有许多宣传渠道，如：网站 (<https://www.tourismthailand.org>)、脸书、微信、Instagram、旅游小册子、服务总台等。

第三、维护景点与住宿。为旅游目的地制定发展计划而进行研究，在旅游领域不断合作、维系经营并发展人员。

二、泰国国家旅游局的办事处

(一) 泰国国家旅游局在泰国每部共有 40 办事处，可以分为 5 部：

- 泰国北部：在 10 个府有 Chiang Mai、Chiang Rai、Lampang、Phitsanulok、Mae Hong Son、Phrae、Nakhon Sawan、Tak、Sukhothai、Uthai Thani。
- 泰国东北部：在 7 个府有 Nakhon Ratchasima、Ubon Ratchathani、Surin、Nakhon Phanom、Khon Kaen、Loei、Udon Thani。
- 泰国西部：在 4 个府有 Pattaya、Rayong、Trat、Nakhon Nayok。
- 泰国中部：在 9 个府有 Bangkok、Lopburi、Suphanburi、Phra Nakhon Si Ayutthaya、Kanchanaburi、Phetchaburi、Samut Songkhram、Chachoengsao、Prachuap Khiri Khan。
- 泰国南部：在 10 个府有 Hat Yai、Chumphon、Nakhon Si Thammarat、Narathiwat、Phuket、Krabi、Trang、Surat Thani、Koh Samui、Phangnga。

[1] 泰国国家旅游局网《关于我们》[Z]，来源：

<http://www.amazingthailand.org.cn/Content/Index/shows/catid/77/id/9.html>，(2016 年 12 月 3 日)

(二) 泰国国家旅游局还有国外的办事处，全地球分为 4 个洲：

- 欧洲的办事处：共有 7 个大城市是 London, Frankfurt, Paris, Rome, Stockholm, Moscow, Prague。
- 亚洲的办事处：共有 17 个大城市就是 Kuala Lumpur, Singapore, Jakarta, Hong Kong, Beijing, Chengdu, Shanghai, Guangzhou, Kunming, Taipei, Tokyo, Osaka, Seoul, New Delhi, Mumbai, Ho Chi Minh, Dubai。
- 北美洲的办事处：共有 2 个大城市是 New York, Los Angeles。
- 澳洲的办事处：共有 1 个大城市是 Sydney。

三、泰国国家旅游局的形象符号

泰国国家旅游局 (TAT) 在 2015 年 11 月 2-4 日在伦敦举行的世界旅游交易会 (World Travel Market) 上，发布了新版的泰国旅游形象标识 “Amazing Thailand (神奇泰国)”，作为泰国国家旅游局推广泰国旅游业的最新形象符号。新版的泰国旅游宣传标识称为 “Amazing Smile”，以微笑作为设计主题，呼应了泰国的 “微笑之国” 美称，其中 “Thailand” 中的两个大写 “A” 字母特别设计成两只微笑的眼睛，从而整个 Logo 构成了一张充满快乐的笑脸。



图 1.2.2 神奇泰国的标志

来源：<http://www.logo11.cn/a/shejizixun/20151127/19166.html>

第二章 泰国国家旅游局促进中国游客 来泰旅游的策略

第一节 泰国旅游业发展概况

一、游泰旅游中国游客的现状

众人周知，中国是泰国最大的旅游客源地。中国全国有 13 万亿人口。每年中国游客来泰旅游的人数越来越多，有速度增长率。因此，泰国能获得巨大的外汇收入，以及能促进泰国的经济发展。虽然有的年来泰旅游的中国游客人数降低，可是泰国政府也重视这些问题，紧急建立解决问题的措施，创造各种各样的推广计划。如：2014 年来泰旅游的中国游客数量大幅下降。为了挽回中国游客对泰国的信心，以及复苏泰国的旅游业，泰国政府才采取了一系列措施稳定局势，整顿旅游市场，2014 年 6 月 13 日起正式解除“宵禁令”，从 2014 年 8 月 9 日至 2014 年 11 月 8 日为期 3 个月减免中国大陆和台湾游客的签证费。泰国旅游局与有关方面合作推出“泰国购物天堂”等系列活动，刺激游客前往泰国。泰国国家旅游局还将 2015 年定为“探享泰风情”主题年。^[1]

为了更清楚地看到古至今来泰旅游中国游客的人数，下面图表是 2006 年至今 10 年泰国旅游部所记录的游泰中国游客数据。

图表 2.1.1 游泰中国游客的统计



来源：泰国旅游部

[1] 南博网《泰国旅游业发展形势向好》[Z]，

来源：<http://www.caexpo.com/news/info/original/2015/05/21/3645445.html>，(2016 年 12 月 28 日)

在图表中显示，从 2006 年至 2016 年游泰中国游客人数不断增加。除了 2014 年，当时泰国发生了政府抗议活动，因此，国内政局的动荡持续打击游客的信心。有些游客就取消来泰旅游的计划或决定去另外国家旅游，为了保持自己安全。这个事情不只是影响到国家旅游业，还影响到进出口市场、外汇投资，以及国内生产总值(GDP)。

无论如何，泰国旅游业不是永远遇到问题。2015 年泰国旅游业的问题已经被解决了。游泰中国游客数量有速度增加，同比 2014 年增长达到 70%左右。由于泰国和中国的合作，让中国人对泰国有信心，再次打算来泰旅游，最终泰国旅游业能复苏了。2015 年，中国来泰游客数量达到人次达 793 万人，同比增长了 71.14%，与 2010 年 112 万人次相比，5 年间增长率为 603 %；与 2014 年相比，增幅亦高达 71.6%。泰国旅游收入达到 3760.01 亿泰铢的收入，同比增长了 87%。2015 年 1 月至 6 月期间，中国到泰国自由行的中国游客占了 55.78%，同比增长了 81.20%，而参加旅行团的游客占了 44.27%。^[1] 到 2016 年，游泰中国游客数量达到 875 万人，是在这 10 年间最多的数量。中国游客在泰国旅游费用平均每人每次 46,363 泰铢。最受欢迎的旅游目的地是曼谷、芭提雅、普吉岛、清迈和甲米。

泰国是中国游客喜欢来旅游的国家。主要原因是泰国有丰富的自然资源，有美味食品，有新鲜的多种水果，有特色的旅游景点，以及著名的名胜古迹等。因此，2015 年据数据显示，泰国作为最受中国游客欢迎的旅游目的地，全泰入境中国游客总数 793 万人次。中国游客给泰国的旅游收入可达到 3700 亿泰铢。平均每人每次行程中消费已达到 47,000 泰铢，其中海滨和购物环节是特别受到中国游客的欢迎。

泰国拥有直接负责旅游业方面的部门，无论是创造推广旅游业措施，还是解决国家旅游业方面所存在的问题，就是泰国国家旅游局。泰国促进创造各种适合每个市场的措施，促进游客来泰旅游多种活动，以及对游客提供旅游服务，为了吸引国际游客来泰旅游。此外，提高泰国旅游业的程度。

[1] 人民网《泰国“2016 最受中国游客欢迎奖”评选启动》[Z]，来源：
<http://world.people.com.cn/n1/2016/0608/c1002-28422765.html>，（2017 年 1 月 3 日）

Top 10 Destinations Where Chinese Tourists Spent the Most Money in 2016	
1.	Thailand
2.	Japan
3.	South Korea
4.	U.S.
5.	Maldives
6.	Indonesia
7.	Singapore
8.	Australia
9.	Italy
10.	Malaysia

图 2.1.1 中国游客支出排名前的 10 个城市

来源: http://news.travel168.net/focus_on/20170203/43145.html

按上面的数据表示, 2016 年泰国是中国游客支出排名前的 10 个城市之一, 泰国是第一名。泰国是中国游客喜欢来旅游的国家。主要因素是泰国有丰富的自然资源, 有美味食品, 有新鲜的多种水果, 有特色的旅游景点, 以及著名的名胜古迹等。此外, 泰国日常消费并不是很高, 所以来泰旅游不必须花很多钱。

对于国外城市, 随着中国游客的大部分支出排名前的 10 个城市是汉城、曼谷、东京、大阪、新加坡、清迈、伦敦、莫斯科、纽约、罗马和悉尼。10 大行程的人均消费是 Argentina、Chile、Madagascar、Ethiopia、La Polynésie française、Tahiti、Mexico、Brazil、Kenya、l'île de la Reunion。

中国游客是影响东亚地区游客人数和旅游、消费方向的重要因素。2017 年中, 尽管上半年中国游客数量出现较大幅降低, 但是泰国仍然作为中国跟团游客首选出游国, 并且在总体游客出游目的国榜上排名第 5 位, 所以下半年中国游客人数迅速回升。

中国人有一个思想是生命中要有一次出国旅游的机会。除此, 年轻人与工作年龄从 30 年就可能成为百万富翁了。这组游客需要出国旅游及收集资料。因此, 泰国才是中国游客选择来旅游的目的地。泰国受中国游客欢迎的关键因素如下:

1. 对中国游客而言, 泰国的吸引力尤其是中国距离较近。从中国坐飞机到泰国只需要 3-5 小时。最远的是北京到曼谷需要 5 小时; 最近的是昆明到曼谷只需要 2 小时。因此, 在中国游客眼中泰国成为顶级旅游目的地。
2. 对于来泰旅游价值的方面, 泰国游多样性自然景观和有特色的景点, 如美丽海边、寺庙、名胜古迹、传统旅游地等。另外, 泰国人的热情大方以及华人较多。在旅游方面, 泰国算是比其他国家有利的。中国游客消

费水平较低。中国游客也对泰国贡献，由于中国游客市场的费用比较高。一个来泰旅游游客的费用平均 5000-6000 泰铢，在泰国呆上 7-8 天。

按 2015 年开泰银行的数据显示，来泰中国游客的旅游目的地与平时相同，包括曼谷、芭堤亚、清迈、普吉和甲米等。为吸引更多中国游客来弥补俄罗斯游客数量减少，东部地区旅游业经营商大力开展推广促销活动，推出连续性更强的旅游线路，如曼谷、芭堤亚、沙美岛等。除此，2016 年泰国也受到了中国游客最喜爱的海外旅行目的地之一。在中国旅行者大会上，泰国多个旅行目的地分别荣获了“CTF 中国旅行口碑奖”的不同奖项，泰国也成为获得奖项最多的海外目的地。^[1]

二、中国游客市场的形式

中国是一个巨大的市场。中国经济持续高速发展。人口大约 1400 百万人。中国人拥有护照的人数量只有全国的 10%，意味着能出国的人数只有 10%，中国人民不是每个人都有护照。其中到泰国旅游只有 8%。因此，中国市场有跨越式增长的趋势，如果泰国没有在国内的危机。以前中国游客的人数继续增加，2014 年中国游客达 463 万人。2015 年达 793 万人。2016 年达 875 万人，同比增长 6%。2016 年中国游客较慢增加的主要原因是：一，解决“零元旅游” (zero-dollar tours) 的目标，当然对来泰国旅游中国游客数量有影响；二，2017 年春节在一月，让有些中国游客决定 2016 年 12 月不来泰国过年，等到春节再来泰国。所以 2016 年底的中国游客数量并不同于以前的预测。泰国国家旅游局以中国游客分为 2 组如下：

第一组，团队旅游(Group Inclusive Tour: GIT)。泰国一直欢迎这一组来到泰国旅游，因为数量较多。团队旅游占来泰旅游中国游客的 60%。但是，目前泰国强调更有质量的团队游客，而不是买价格低于成本的团队，也被称为零元旅游。然后，总出现中国游客在泰国被占便宜的问题，这个问题在泰国旅游业发生了很长时间。现在泰国国家旅游局正在进行解决这个问题。

不管发生什么事旅行团是第一批到达敏感。由于旅游公司不敢买旅游服务。虽然游客有钱和这么想来泰国旅游，但是旅游公司也不愿意买服务。因为旅游公司需要符合当地政府警告，因为如果去当地政府所禁止去的国家，就不能受

[1] 泰国国家旅游局网《2017CTF 泰国成为获得奖项最多的海外目的地》[Z]，来源：

<http://www.amazingthailand.org.cn/Content/Index/shows/catid/92/id/168.html>，(2017 年 3 月 1 日)

到政府的保险。因此，旅游公司不会带游客团队来那个国家旅游。如果发生危机事件旅游团队是第一组被取消的。

第二组，自由行(Foreign Individual Tourism: FIT)。这组有迅速发展，尤其是年轻人很喜欢这样旅行。自由行占来泰旅游中国游客的 40%。虽然不如团队旅游的，但是每年数量依然继续上升。这样旅游越来越受中国年轻人的欢迎，因为，目前有许多技术能用来寻找旅游资料。这方法是很方便和很容易的方法，以及适合世界技术的发展。另外是这种旅游有较低的旅游成本。当泰国遇到危机时，这个组算是受不大的影响。他们属于做决定比较快和有勇敢精神的。因此，泰国国家旅游局也加强推广自由行的游客。自由行被受欢迎和数量不断增加的关键因素有 4 个：

1. 大部分采取自由行的人是有中高收入的年轻人和工作年龄。他们没有金融化的问题，可以随心所欲地花钱。
2. 他们比以前有高学历。有些人曾经在外国留学，所以他们较少遇到语言的问题。
3. 他们有英语能力，不用靠导游旅游可以自己去旅游。
4. 目前有许多数字媒体技术，如：移动应用、社交媒体或网上等等。这些媒体有助于他们旅游过程。

三、泰国国家旅游局促进中国旅游来泰旅游的策略

(一) 泰国国家旅游局促进中国游客来泰旅游的部门

泰国国家旅游局促进中国游客来泰旅游策略与活动的部门是发展与促销东亚市场组。泰国国家旅游局的发展与促销东亚市场组有 3 个任务：

1. 有促进东亚游客市场来泰旅游，其中是中国游客。

2. 促进泰国的旅游经营者有机会在这些国家进行销售。通常情况下，泰国的经营者为代表把包价旅行在目标国家销售。其实这些经营者平常是在国外销售包价旅行。最有效的方法是带有有潜力的经营者到目标国家，为了遇见泰国国家旅游局所选择的当地经营者。因此，两国家的经营者会遇到当地有信任的经营者。从这个方法来看，被得到好效果的是游客。

3. 与国内外的政府机构和私营部门联络。

- 国内部门：泰国旅游与体育部、外交部、商业部等互相合作的部门。
- 国外部门：领事馆、大使馆、中华人民共和国国家旅游局(CNTA)中国负责旅游业部门等中国有关于旅游业的部门。
- 国内外媒体：向目标受众宣传是必不可少的。

1) 国内的媒体

对于泰国国家旅游局举行国内外的营销活动，泰国国家旅游局要带泰国大众传媒来参加此次的活动，为了让他们将信息回来发布。泰国的大众传媒分为2种类，一是当地媒体，如报纸、广播、电视、报纸、新闻等。二是外国新闻机构泰国的办事处也被申请参加此次活动。

2) 国外的媒体

泰国国家旅游局也有出国参加外国办事处的活动，如：在2016年12月泰国国家旅游局、泰国观光协会以及泰中旅游同业商会共同举办的泰国旅游产品推介活动在重庆举办。活动旨在介绍泰国政府持续推进品质旅游的相关政策，为中泰旅游业者搭建洽谈平台，以保证泰国品质游的可持续发展及旅游收入得到持续稳定的增长。此次活动创造两方旅游经营者相见的企业机会。在活动中，泰国国家旅游局也邀请记者来参加，为了会将在这个开幕式向公众发布新闻信息。

4. 泰国有危机情况下，对游客提出管理政策，以及再次建立游客的信任。特别是东亚市场，由于东南亚市场是容易敏感的市场。据以前统计显示，不管在泰国发生任何事东南亚市场是最有影响的。中国和日本很重视安全的事情，他们就决定取消来泰国旅游。旅游公司也不敢销售旅游服务。由于他们国家有登出来泰国的警告，为了注意来泰旅游的安全。

5. 与国外办事处联系。当泰国国家旅居曼谷总部有任何有关外国办事处的策略时，发展与促销东亚市场组有对所负责地区的办事处联络的任务。

6. 向游客提供旅游信息与服务。为了让游客更加了解泰国，而方便的在泰国旅游。

泰国国家旅游局的其他市场组都有相同的任务，但是分为各个地区，如：东南亚、东盟、欧洲、美洲等。无论如何，泰国国家旅游局除了促进外国游客来泰旅游，另一个主要任务是促进国内游客在泰国旅游。如果国内发生了任何危机令外国游客不敢来泰旅游，泰国依然有国内的游客市场。国内游客市场是不能忽略的，从国内游客费用的收入也对国家经济有利。所以泰国国家旅游局需要重视及促进国内外的两个市场。有些人总误会泰国国家旅游局还有销售包价旅游的任务，其实泰国国家旅游局是国家处理旅游业的代表。主要是向游客做公共关系，促进游客来泰旅游，向游客提供旅游信息与服务，以及提供任何旅游促进活动。

（二）泰国国家旅游局在发生危机中的管理政策

在国内发生危机情况中，泰国国家旅游局必须向国外宣传国家良好的信息，为了保持国家形象。国内危机事件，如：民众反政府抗议事件、大水灾等。在实际上，当泰国发生危机时，发生危机的地方是有范围，而不是在全国发生的。泰国国家旅游局安排了处理这些问题的政策，为了给国家旅游业复苏如下：

1. 向游客传播信息。如，视频信息手册、电视广播等传播方式。为了让游客知道不是全国发生危机，只有的地区。除此，到没受危机影响的景点跟游客面试，然后将这个视频放在传播渠道。为了让在外国游客知道泰国旅游景点的情况是平常安全的，一点也没有受危机的影响。

2. 提供能够去旅游的旅游景点信息。为了令游客更加了解泰国的情况，不要担心。如：曼谷发生了危机，不意味着对清迈、普吉岛、芭提亚会有影响。

3. 对国内外的旅游经营者建立信任。泰国仍然是安全的。虽然发生严格事件，泰国政府也有照顾游客的措施。

在如此情况下，泰国国家旅游局有责任通过泰国国家旅游局任何宣传渠道向目标市场的旅游客宣传有关的信息，包括泰国国家旅游局总部和国外办事处的大众媒体，如：网站、报纸、电视新闻、社交媒体等。此外，泰国国家旅游局也与旅游经营者或新闻社举行会议，建立外国部门真正了解泰国情况，以及合作进行处理正在发生的危机。

（三）泰国国家旅游局促进中国游客策略的现状

近年来，泰国旅游局在游客眼中成为顶级旅游目的地的国家。中国游客来泰旅游持续升温。泰国是中国游客出境游最热门的十大目的地之一。按 2015 年开泰银行的数据显示，来泰中国游客的旅游目的地，包括曼谷、芭提亚、清迈、普吉和甲米等。^[1] 中国游客觉得来泰旅游是很值得的，一次旅游可以去许多旅游景点旅游，品尝繁多的泰国美食，以及购买多种多样有特色的产品。可以说来泰国时可以参加很多有活动，不能否认泰国是完美的国家。从古至今，入境外国游客的数量有速度的发展。

2016 年底，泰国旅游与体育部和中国国家旅游局已签订发展优质旅游业的谅解备忘录。“泰国希望能看到中国游客的稳定增长。两国将成立共同委员会

[1] 开泰研究中心网《春节因素拉动 2015 年第一季度来泰中国游客数量增长 30.2%》[Z]，来源：
<https://www.kasikornresearch.com/zh/K-EconAnalysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=33704>，
(2017 年 1 月 10 日)

来促进旅游质量的提升，保证为中国游客在合理的价格下带来美好的旅行体验。”科甘说。^[1]

（四）泰国国家旅游局 2015 年至 2016 年促进中国游客策略

2015 年至 2016 年泰国国家旅游局开始对优质游客市场更加重视。泰国国家旅游局以市场类型为提供推广策略方式，分为 3 个符合游客市场的推广策略，包括大众旅游游客市场策略、自由行旅游游客市场策略和利基旅游游客市场策略。

第一，大众旅游(Mass Tourism) 泰国旅游局对这组游客市场提供了推广策略。首先，大众旅游指满足大众去特定的区域享受特殊的体验，以及在住宿交通和服务等方面需求而产生的一种当代发展的趋势。大众旅游是指大量的旅游者去旅游目的地度假，这种稳定的游客流动现象。来泰国旅游情况下，这组属于与旅游团来泰旅游，而不是自己旅行。旅游公司全部安排旅游计划，而且提供各种服务，如：导游、饮食、门票等。旅游团队拥有清楚的旅游计划。这组游客喜欢去泰国著名的主要旅游景点。目前，泰国国家旅游局促进这组游客市场的策略是重视优质的游客旅游团。为了解决国内以前出现的零元旅游团。另外，解决被剥削中国游客的问题。泰国国家旅游局提供涉及非法经营旅行社业务之事情的政策，以及支持合法的经营旅行社。除此之外，为了吸引中国游客决定来泰旅游，泰国国家旅游局继续向中国游客发布正确有关的旅游信息。

第二，自由行旅游(Foreign Individual Tourism) 简称 FIT。自由行旅游是一种新的旅游方式，由旅行社安排住宿与交通，但是自由行没有导游随行，饮食也由旅客自己安排。自由行非常自由与方便。游客的时间安排可以随意调整，行程上的游览也随着游客改变主意。游客可以自由地安排时间到每个心里想的景点玩儿。到泰国旅游时候，这组游客也喜欢去参观泰国旅游景点，包括泰国著名的旅游景点，旅游社没有带去的旅游景点，新的旅游景点等。这组游客的风格是爱自由性，有勇敢性，还拥有喜爱旅游的理想。大部分的游客是年轻人与工作年龄。这组游客的旅游方式是采用网络工具为主。泰国国家旅游局对这个市场也是重视的。泰国国家旅游局促进自由行游客来泰旅游的策略是支持鼓励这组游客来泰旅游，提供采用每个渠道提供旅游信息、泰国文化知识、泰国交

[1] 中华人民共和国国家旅游局网《泰国旅游业看好中国市场》[Z]，来源：

http://www.cnta.gov.cn/ztwz/xssjzjdf/xgpl/201612/t20161212_809094.shtml，(2017 年 2 月 15 日)

通方式等。目前，泰国国家旅游局向游客发布旅游信息的渠道有许多，如：杂志、报纸、网站等。除此，还有社会媒体，如：微信、微博、脸书、Twitter等宣传渠道。主要目的是为了使游客知道泰国有关的旅游信息，有助于准备旅游的过程；方便地来泰旅游，能够自由去旅游景点及享受泰国的美丽。如果来到泰旅游的游客对泰国有印象了，以后，当他们回国时，就会更朋友们或家人说来泰的美好经验。未来，他们的朋友们或家人就对泰国感兴趣了，于是能决定来泰旅游。因此，影响到未来来泰旅游的游客数量及从游客消费收入的进一步发展及数量增加。

第三，利基旅游 (niche tourism) 利基旅游市场可说是小众旅游市场，指针对企业的优势细分出来的旅游市场，这个市场比其他市场小。这个旅游市场以盈利为主。利基旅游市场是一个小市场，但是他们的主要需要比较高。这组游客拥有自己满足的特殊兴趣和爱好活动。提供利基旅游市场活动往往需要用更加专业化的经营来处理。利基旅游市场虽然规模不太大，但是泰国国家旅游局逐渐对这组市场重视。主要原因是为了吸引有支付能力的中国游客来泰旅游。利基旅游市场，如：高尔夫、跨国车队活动、举行婚礼仪式与蜜月旅行、公司出国举行会议等特殊旅游活动。他们一次来泰旅游的时间较长是 7 天以上，当然旅游费用比较高。目前，泰国国家旅游局对利基旅游市场游客添加兴趣，而且不断进行促进。促进这组游客的策略是继续创建符合游客感兴趣的各种活动。另外，常常向利基旅游市场游客宣传旅游活动的资料，为了让游客知道当时有任何兴趣的活动，最终能够吸引他们来泰旅游及在泰国消费。

(五) 泰国国家旅游局对中国游客了解泰国文化的策略

近年来，来泰旅游的中国游客数量日增月益。所以引起了许多关于中国游客对泰国文化不习惯的问题，由于语言和文化差异给整个旅程带来些许影响。泰国有关部门才采取积极措施为了处理中国游客在泰国旅游所遇见的问题，以及泰国旅游经营欺诈中国游客导致泰国旅游形象受损的问题。这些必须赶紧处理，要不就影响到泰国的形式及中国游客的感觉。泰国国家旅游局也关心这件事情，已经向游客介绍泰国文化与风格。通过编印和发放游客须知手册等宣传渠道，为了让中国游客快乐地度过假期及更加了解泰国的风俗习惯和行为规范。

泰国国家旅游局出版了一本中文版名为《享受泰国之旅的小贴士》，在泰国国家旅游局也有在线版本放在网站 (<http://www.amazingthailand.org.cn>)、微信等。目的是让中国游客了解泰国的旅游信息、泰国的文化和传统习俗。这些资料有助于中国游客来泰旅游的理解，并确保中国游客在泰国快快乐乐地旅游。



图 2.1.2 享受泰国之旅的小贴士

来源: <http://www.amazingthailand.org.cn/Content/Index/shows/catid/121/id/7.html>

1. SOCIAL 社交规范
2. CULTURE 文化风俗
3. COURTESY 礼仪礼节
4. LAWS 法律法规
5. OTHER TIPS 其他贴士^[1]

(六) 泰国国家旅游局推广策略与活动的来源

在实际上, 每年泰国国家旅游局都有举行各个市场的负责部门的会议, 此次会议是每个部门来相见。主要目的是报告今年的目标及来讨论和交换意见, 为了寻找给予各个目标游客市场创未来计划。如, 发展与促销东亚市场组今年强调质量游客等。其实每个部门需要先准备资料, 然后在此次会议提出来让大家考虑。各个部门推广策略与活动来自如下过程:

1. 来自全球游客的方向。目前, 全球的游客有任何行为与趋势。大部分资源来自世界旅游组织 (World Tourism Organization: UNWTO)。世界旅游组织是联合国系统内负责促进负责任的, 可持续的和人人可享受的旅游业的部门, 作为旅游方面的主要国际组织。泰国国家旅游局根据世界旅游组织的关于全球游客方向的研究成果来考虑, 然后进行制定合适的策略。如: 目前自由行旅游方向非常受欢迎, 我们就创造推广自由行的外国游客的活动等。

比如说, 目前自由行旅游方向非常受欢迎, 我们就创造推广自由行的外国游客的活动。进行强调提供各种旅游服务与旅游资料的计划等。

2. 根据国内外的研究与调查来提出符合市场的策略与活动。首先, 每个部门来收集资料。其次将所收集的资料来讨论及寻找策略。最后在总部大会议提出策略及收到管理人员和有关旅游经营者的意见, 如果大家都同意此策略就会

[1] 泰国国家旅游局网《享受泰国之旅的小贴士》[Z], 来源:

<http://www.amazingthailand.org.cn/Content/Index/shows/catid/121/id/7.html>,
(2016年12月26日)

合格。泰国国家旅游局的每个国内市场都同样使用如此过程来创造每年的推广策略与活动，为了符合每个市场的情况。

（七）泰国国家旅游局促进中国游客来泰旅游的活动

泰国国家旅游局的推广活动分为 2 种类如下：

1. 节日活动

每年全年泰国有许多重要的传统节日。泰国国家旅游局就按照这些传统节日来举行过节日的精彩旅游活动。每个外国办事处也符合这个传统节日而举行当地的旅游活动。

如：每年 11 月泰国有水灯节的传统活动。泰国水灯节是泰国最重视的传统节日之一，放水灯也是备受世界各地游客关注和喜爱的旅游节目，其浪漫又神秘的色彩吸引了无数的游客在每年的 11 月共来泰国。而泰国的水灯节也一年比一年热闹，活动也更加丰富多彩。泰国国家旅游局国内外办公室都举办在当地的水灯节活动，如：2015 年泰国水灯节在线放水灯、2015 年北京水灯节活动、2016 年清迈万人天灯节活动等。另外，当时旅游经营者也提出了各种特别优惠，比如：住宿优惠、航空特惠、购物价格优惠等。泰国国家旅游局需要与这些国内外旅游企业联系与合作。

泰国全年重要的传统节日：

1 月 1 日：新年

2 月-3 月：万佛节（三大佛日之一，泰历 3 月 15 日）

4 月 6 日：查克里王朝纪念日（纪念 1782 年拉玛一世国王登基）

4 月 13-15 日：泼水节（或称宋干节，泰历新年）

5 月：御耕节（庆祝农耕时节，日期由皇家占星师决定）

5 月：维莎迦普差节（三大佛日之一，泰历 6 月 15 日）

5 月 1 日：国际劳动节 5 月 5 日：加冕日（纪念现任泰国国王加冕）

7 月：阿莎加哈普差节（三大佛日之一，泰历 8 月 15 日）

守夏节：（泰历 8 月 16 日，僧人不能外出，须留在寺庙安居修行 3 个月）

8 月 12 日：母亲节（王后生日）

10 月 23 日：朱拉隆功纪念日（朱拉隆功是泰国前任国王）

12 月 5 日：父亲节（国王生日）

12 月 10 日：宪法日（纪念泰国首部宪法）

12 月 31 日：除夕 其他重要节日

1 月-2 月：中国春节 11 月：水灯节（泰历 12 月 15 日）

2. 特殊活动

为了扩大泰国旅游业的发展及增长游客的数量，而且扩大活动影响力。除了泰国传统节日活动以外，泰国国家旅游局还举办特殊活动，邀请游客乐乐参加特殊活动，创建游客很新奇。

如：针对中国游客举办了《神奇泰国，分享快乐》活动，为了能让中国游客更加深层次的了解泰国加深对泰国的印象，我们特别邀请中国游客到微笑的国度—泰国，来参与我们举办的旅游活动并与泰国当红明星——马里奥·毛瑞尔共享晚餐。



图 2.1.3 Experience Thailand with Mario

来源：www.tourismthailand.org/Mario

活动参与条件与规则

1. 对活动感兴趣的朋友可以直接进入到我们的活动官方网站进行报名，报名需正确填写您个人的真实信息，以便工作人员更好地与您联系。报名时间：2015年2月20日00:01—2015年3月15日23:59（以泰国时间为标准）。活动网站：www.tourismthailand.org/Mario

2. 想参与我们活动的朋友，需在一张A4白纸上写下或打出“@泰国豪华游”以及“我想去……（泰国旅游景区名称）”然后将这张纸与自己合照，并上传到我们的活动官方网站。活动网站：www.tourismthailand.org/Mario

3. 关于活动参与者在我们的活动网站上所发信息，所上传图片的规定：

- 严禁发表、上传或评论关于宗教、迷信、皇室和（各国）国家政治（无论为中国，泰国或其它国家）等信息或照片。

- 严禁发表、上传或评论有违背文化道德、风土人情等不良信息或照片。

- 严禁发表、上传或评论侵犯他人版权、知识产权等信息或照片。

4. 如果活动参与者违反以上活动网站上所发信息，所上传图片的规定，我们活动组有权利立即删除，撤回此类图片并取消活动参与者的参与资格。

5. 活动参与者需分享转发自己的图片到自己的社交网站上并邀请朋友来到官方网站投票。上传时需加上井号标签，如：#ThailandSuperQuality# 或者 #泰国豪华游# 投票时间为 2015 年 2 月 20 日—2015 年 3 月 15 日，每个会员帐号每天只能投一票。

6. 活动主办方将选出 3 名幸运者前来泰旅游、参与我们的活动并与马里奥·毛瑞尔共享晚餐。^[1]

参与资格

1. 具有中国国籍公民、性别不限、年龄满 20 周岁至 55 周岁（时间以活动开始之日为准，即 2015 年 2 月 20 日开始）。
2. 身体状况良好、无先天性疾病、无疾病缠身。
3. 无犯罪记录、从事国内外合法职业（无论是在中国，泰国或者是别的国家）。
4. 持有 6 个月以上有效期护照（从 2015 年 3 月 1 日起算）能停留在泰国参加我们的活动至少 15 天以上。如若需要办签证，选手需自付签证费。
5. 成为我们活动网站的会员。活动报名网站：
www.tourismthailand.org/Mario

《神奇泰国，分享快乐》活动的主要目标是希望来泰旅游的中国游客对泰国有好印象，后来向朋友们、家人或其他人分享快乐的经验。，能够吸引其他游客对泰国感兴趣。

另外，公所周知每年 8 月 12 日是泰国的母亲节。泰国国家旅游局于 2016 年 8 月 1 日在曼谷举行泰国女性旅游之月的盛大开启晚宴，包括泰国副总理塔那撒将军 (Mr.Tanasak Patimapragorn) 和泰国旅游与体育部长郭干(Ms.Kobkarn Wattanavrangkul)女士、泰国国家旅游局董事会主席卡林先生 (Mr.Kalin Sarasin) 以及泰国国家旅游局高管和来自泰国旅游业领导者的代表们共同出席。来自全球的 150 多名明星、博主和摄影师受邀请来参加这次晚宴。出席当晚宴会的特殊嘉宾包括中国香港著名影视明星米雪小姐、2015 年环球小姐中国赛区冠军薛韵芳小姐以及来自泰国、澳大利亚、迪拜的环球小姐代表等。^[2]

[1] 神奇泰国享受快乐网《活动参与条件与规则》[Z]，来源：

<http://thailandsuperquality.tourismthailand.org/mario/index.php?mode=rules>，（2017 年 1 月 10 日）

[2] Travel Weekly China 旅讯网《泰国盛大开启 2016 年 8 月女性旅游之月》[Z]，来源：

<http://www.travelweekly-china.com/48605>，（2017 年 2 月 5 日）

活动的内容是将八月份成为女性的特殊的月份，这里将为女性朋友们准备众多的购物优惠折扣，并为女性游客出行提供更多特别权利。



图 2.1.4 2016 年 8 月泰国女性之旅

来源: <http://www.amazingthailand.org.cn>

实际上，泰国国家旅游局每年都举办来繁多活动。感兴趣的游客可以在泰国国家旅游局各个媒体寻找这些有趣的活动，如：网站、微信、微博、脸书、杂志等。泰国国家旅游局还是继续给游客创造新的旅游活动，提高发展泰国旅游业的活动及全新全意准备接待来泰旅游的游客。

(八) 泰国国家创造推广策略与活动中所遇到的问题

因为游客的数量不断增加，导致了创造每年推广策略的问题。所遇到的问题如下：

1. 游客喜欢去游客集中区域。游客总常去有的旅游景点旅游，所以只有较少著名旅游景点受游客的欢迎。

2. 旅游服务水平的问题。其实在旅游服务方面泰国是世界上有名之国。目前，游客数量速度增长引起了缺少服务员与控制服务水平的问题。这些问题成为影响到旅游服务水平问题的原因之一。

3. 泰国交通的问题。目前，游客喜欢采取自由行旅游方法来泰国旅游。泰国交通方法还是不太方便成为游客的困难。另外，照顾游客的安全也是制定推广策略的障碍之一。

四、泰国国家旅游局未来推广趋势

泰国国家旅游局于 2017 年 1 月 11 日发布全新品牌形象全力提升品质旅游。针对中国游客市场推出全新品牌形象“有品有质游泰国”——在“有品有质”这一主题之下进一步阐释泰国“有文化”、“有风光”、“有美食”、“有快

乐”、“有时尚”和“有甜蜜”等多个方面的品质游内容，为了进一步推广品质旅游。

由于泰国游产品的多样性，很多游客会以价格为主要选择导向，而无法真正体验泰国游的价值所在。为提高泰国旅游的整体质量，提升游客对泰国旅游的信心，自 2016 年下半年以来，泰国政府下大力气治理不合理低价旅游，从源头上整治旅游市场，规范市场秩序，提升旅游品质，优化旅游环境，最大限度地保证游客的利益，从而保证旅游业的持续繁荣和发展。泰国旅游与体育部及中国国家旅游局此前也共同签署备忘录，加强中泰双方旅游合作，携手发展泰国品质游。此次全新品牌形象的推出也正是全面展现泰国作为综合旅游目的地的好机会，泰国国家旅游局欢迎每一位中国游客深入体验泰国、享受泰国。

泰国国家旅游局副局长林萍女士 (Ms.Srisuda Wanapinyosak) 表示：“经过多方酝酿，我们非常高兴地在中国市场推出‘有品有质游泰国’这一全新的品牌口号及系列全新品牌形象。我们希望能够通过新品牌推广，给所有中国游客一个令人耳目一新的泰国，让他们了解从前不曾了解过的有品有质的泰国，深入体会泰国的精髓”。

据悉，本次的全新品牌形象将突破传统目的地形象画面，将最具表现力的泰国元素通过艺术形式投射到全新画面中，呈现更具冲击感和吸引力的超现实神奇泰国之旅。全新的品牌形象将在中国市场由泰国国家旅游局驻上海、北京、广州、成都、昆明各地办事处负责执行推广，并将在中国各区域市场通过媒体、旅行社等各种渠道推出。

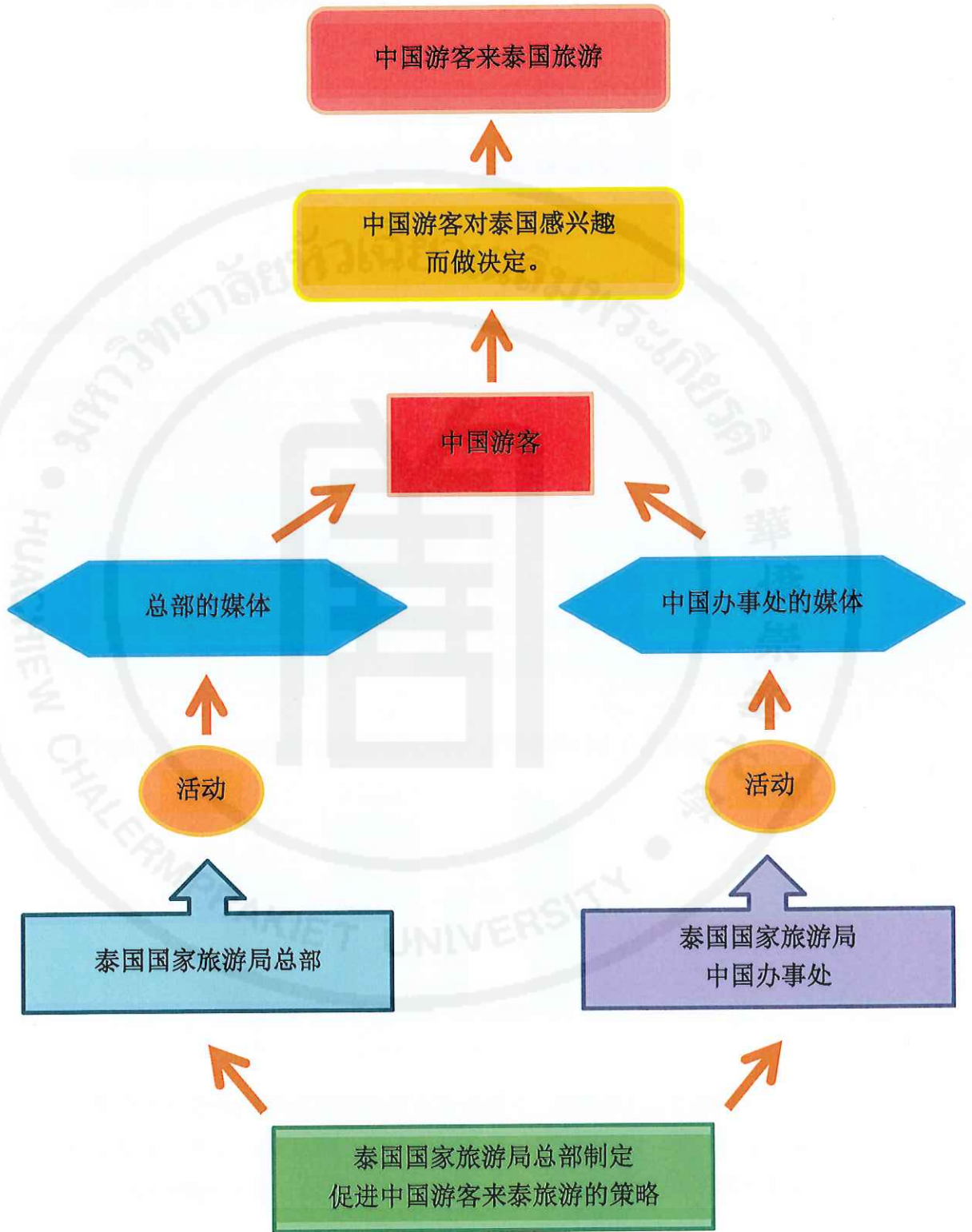




图 2.1.5 有品有质游泰国

来源: <http://www.amazingthailand.org.cn/index.php?a=shows&catid=92&id=165>

泰国国家旅游局的工作程序图

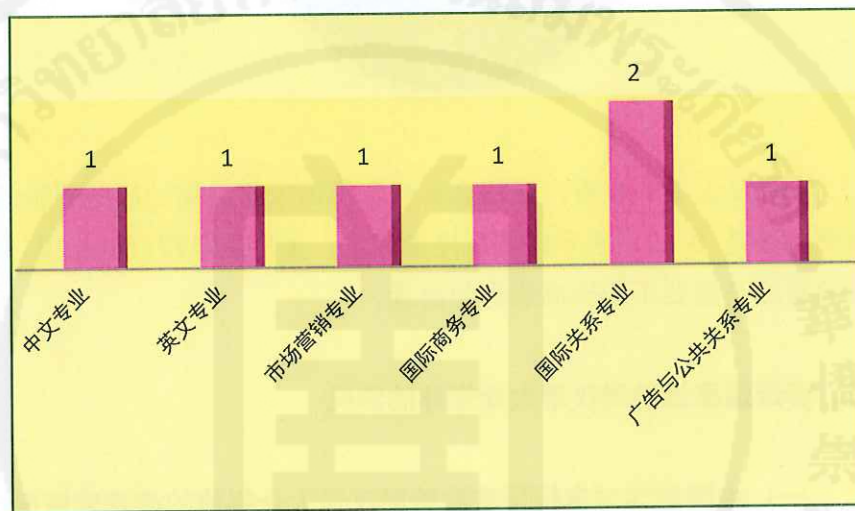


第二节 泰国国家旅游局总部有汉语能力职员现状 与发展措施

一、泰国国家旅游局有汉语能力职员的情况

(一) 泰国国家旅游局职员的基本资料

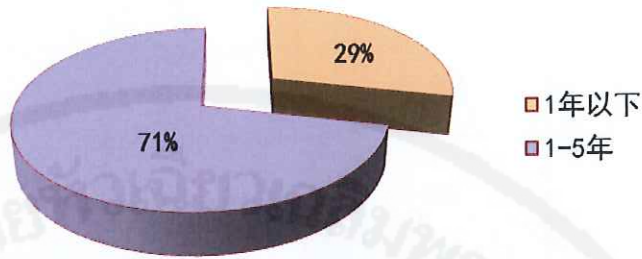
图表 2.2.1 泰国国家旅游局职员的学历统计



在本次研究中将 7 位泰国国家旅游局曼谷总部有汉语能力的职员为研究对象。最多是女性有 5 位 (71.4%)，另外是男性有 2 位 (28.6%)；大部分被研究的职员年龄是 20-29 岁有 3 位 (43%)，年龄是 30-39 岁和 40 岁以上的职员数量是相似的，就是 2 位 (28.5%)；有 4 位的被研究职员获得本科学位 (57.1%)，其他 3 位职员获得硕士学位 (42.9%)。从图表 2.2.1 来看，有 2 位职员毕业于国际关系专业 (28.5%)，其他各位职员毕业于不相同的专业，只有 1 位职员毕业于中文专业 (14.3%)。被研究者的职位大部分是当市场营销员有 4 位 (57.1%)，当公关员有 2 位 (28.6%)，最少是当发展部主管有 1 位 (14.3%)；被研究职员所工作的部门可以分为 2 个部门，一个是东亚市场营销部门有 5 位 (71.4%)，另外是广告与公共关系部门有 2 位 (28.6%)；最多的工作经验是 1-5 年有 4 位 (57.1%)，其次的工作经验是 10 年以上有 2 位 (28.6%)，最少的工作经验是 6-10 年有 1 位 (14.3%)。

(二) 泰国国家旅游局职员的汉语水平

图表 2.2.2 泰国国家旅游局职员学习汉语的时间



读本科学位和工作时间开始学习汉语的职员数量是相似的，有 2 位（28.5%）；有 5 位职员曾经在中国留学过（71.4%），其他 2 位没有在中国留学过（28.6%）；曾经在中国留学国的职员中，在中国留学的时间是 1 年以下有 2 位（40%），1-5 年内有 2 位（40%）。从图表 2.2.2 可以发现，大部分的被研究职员学习汉语了 1-5 年（71%），其他 2 位学习汉语了一年以下（29%），但是没有学习汉语 6-10 年的职员。关于考试汉语水平考试（HSK）只有 2 位职员考试过（28.6%），这 2 位职员都考试通过汉语水平考试（HSK）6 级。（100%）

表格 2.2.1 泰国国家旅游局职员的汉语水平的数量

项目	平均数	水平程度
1. 听力	2.85	一般
2. 口语	2.85	一般
3. 阅读	2.28	差
4. 写作	2	差

从表格 2.2.1 来看，泰国国家旅游局职员的汉语水平可以分为 4 个水平包括：听力、口语、阅读和写作。各个水平分为 5 个程度。被研究职员的听力水平总平均数是 2.85，表示水平程度是一般；口语水平的总平均数是 2.85，表示水平程度是一般；阅读水平总平均数是 2.28，表示水平程度是差；写作水平总平均数是 2，表示水平程度是差。由此可见，职员的汉语水平需要提高。

二、泰国国家旅游局职员在工作中使用汉语的情况

(一) 泰国国家旅游局职员在工作中使用汉语的频率情况

表格 2.2.2 泰国国家旅游局职员在工作中使用汉语的频率数量

项目	数量	百分比 (%)
您是否经常在工作中使用汉语:		
每天	0	0
2-4 天/次	1	14.3
5-7 天/次	2	28.6
很少用	4	57.1
总和	7	100

从表格 2.2.2 来看, 被研究的职员在工作中使用汉语的频率数量是很少用有 4 位 (57.1%), 5-7 天使用汉语一次有 2 位 (28.6%), 2-4 天使用一次只有 1 位 (14.3), 但是没有职员每天都在工作中使用汉语 (0%)。由此可见, 被研究者在工作中很少用汉语。所以, 可能影响到他们的汉语水平。

表格 2.2.3 泰国国家旅游局职员在工作中经常使用的汉语水平

项目	平均数	频繁程度
您经常在工作中使用的汉语能力:		
听力	3.14	比较多
口语	2.71	比较多
阅读	2.28	比较少
写作	1.85	少

从表格 2.2.3 来看, 在工作中使用的汉语能力分为 4 个能力包括听力、口语、阅读和写作。还有各个水平分为 5 个程度。被研究者经常在工作中使用的听力能力总平均数是 3.14, 表示频繁程度是比较多; 口语能力的总平均数是 2.71, 表示频繁程度是比较多; 阅读能力的总平均数是 2.28, 表示频繁程度是

比较多；写作能力的总平均数是 1.85，表示频繁程度是少。所以，应该不断的提高职员汉语水平，为了能达到工作的目标。

(二) 泰国国家旅游局职员在工作中使用汉语的情况

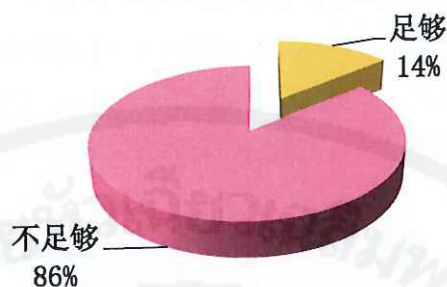
表格 2.2.4 泰国国家旅游局职员在工作中使用汉语的数量

调查内容	平均数	水平
1. 中泰文件翻译。	1.6	比较少
2. 泰中文件翻译。	1.0	少
3. 创建泰国国家旅游局的网站。	0.6	少
4. 创建泰国国家旅游局的印刷媒体。	0.9	少
5. 向中国游客提供旅游信息。	2.3	比较少
6. 跟旅游公司沟通。	0.9	少
7. 跟中国办事处职员联系。	2.4	比较少
8. 向中国新闻社沟通。	1.1	少

泰国国家旅游局曼谷总部的职员最多使用汉语跟中国游客交流有 4 位，其他是跟中国办事处的职员交流有 2 位，除此，还有其他的选择：比如，跟中国新闻社会或旅游公司交流等。从表格 2.2.4 来看，研究者将泰国国家旅游局的职员在工作中所使用汉语分为 8 项工作：一，中泰文件翻译的总平均数是 1.6，表示工作频率程度比较少；二，泰中文件翻译的总平均数是 1.0，表示工作频率程度少；三、创建泰国国家旅游局的网站的总平均数是 0.6，表示工作频率程度少；四，创建泰国国家旅游局的印刷媒体的总平均数是 0.9，表示工作频率程度少；五，向中国游客提供旅游信息的总平均数是 2.3，表示工作频率程度比较少；六，跟旅游公司沟通的总平均数是 0.9，表示工作频率程度少；七，跟中国办事处职员联系的总平均数是 2.4，表示工作频率程度比较少；八，向中国新闻社沟通的总平均数是 1.1，表示工作频率程度少。

三、泰国国家旅游局职员对有汉语能力职员的情况

图表 2.2.3 有汉语能力的泰国国家旅游局职员的足够



从图表 2.2.3 来看，大部分的被研究的职员认为目前有汉语能力的泰国国家旅游局职员是不足够，有 6 位（85.7%）。因此，应该增加有汉语能力的职员的数量。

图表 2.2.4 泰国国家旅游局向职员提供汉语培训的需求



从图表 2.2.4 来看，被研究者都认为泰国国家旅游局需要向职员提供汉语培训（100%）。这表示泰国国家旅游局需要向职员提供汉语培训，为了提高职员的汉语水平，以及有利于泰国国家旅游局的发展。

表格 2.2.5 提高职员的汉语能力需求的数量

需要培训的方面	数量
1. 语法	3
2. 写作	4
3. 商务汉语词汇	4
4. 对话	5
5. 旅游词汇	5
6. 服务词汇	4

表格 2.2.5 来看，研究者将泰国国家旅游局需要向职员培训分为 6 个方面，大部分的职员认为需要提高对话方面与旅游词汇方面的数量是相似的，有 5 位；其次职员认为需要提高写作、商务汉语词汇和服务词汇方面的数量都是相似的，各方面有 4 位；最少认为需要提高语法方面有 3 位。每位被研究者都需要培训汉语的每个方面，无论是语法、写作、商务汉语词汇、对话、旅游词汇和服务词汇。

总之，泰国国家旅游局有汉语能力的数量还是不足够，应该增加职员的数量。在工作的工作下，被研究者比较少使用汉语工作，这也影响到提高自己汉语水平的机会。被研究者都认为应该向有关职员提供汉语培训。主要目的是能提高自己的汉语水平，能够达到工作的目标。

第三节 泰国国家旅游局中国办事处的汉语服务

一、泰国国家旅游局中国办事处的情况

(一) 泰国国家旅游局中国办事处的发展情况

以前，泰国国家旅游局成立了香港办事处控制与处理中国地区的促进泰国旅游业事件。后来，泰国国家旅游局意识到中国是巨大的国家，中国陆地面积约 960 万平方公里。如果只有香港办事处负责是不可能的。泰国国家旅游局才在中国大陆成立了第一个办事处是北京办事处。

目前，泰国国家旅游局在中国大陆有达 5 个办事处：北京办事处、上海办事处、昆明办事处、成都办事处和广州办事处。泰国能在中国成立了 5 个办事处的原因是泰中两国友好交往历史悠久，而且泰中两国之间还一直有友好关系和合作更加巩固和蓬勃发展。与泰国国家旅游局中国办事处可以如下联系。

1. 泰国国家旅游局北京办事处 (86 10) 8518 3526-29
2. 泰国国家旅游局上海办事处 (86 21) 33 66 3409
3. 泰国国家旅游局昆明办事处 (86 87) 1317 8840
4. 泰国国家旅游局成都办事处 (86 28) 6465 6299
5. 泰国国家旅游局广州办事处 (86 20) 8333 8999 分机 1252-1254

(二) 泰国国家旅游局中国办事处的主要责任

1. 进行向当地的中国游客推广与传播各种旅游信息及旅游活动。其实各个办事处不只是负责一个城市地区的游客，如北京办事处不只是负责北京市，还需要管理其他附近的城市。因此，泰国国家旅游局的 5 个中国办事处就能控制与处理到中国全国了。

- 泰国国家旅游局北京办事处的管辖范围：北京市、天津市、河南省、河北省、山西省、黑龙江省、吉林省、辽宁省、内蒙古自治区、外蒙。
- 泰国国家旅游局上海办事处的管辖范围：上海市、浙江省、江苏省、安徽省、湖北省、山东省。
- 泰国国家旅游局广州办事处的管辖范围：广东省、江西省、湖南省、海南省、福建省。
- 泰国国家旅游局昆明办事处的管辖范围：云南省、贵州省、广西壮族自治区。
- 泰国国家旅游局成都办事处的管辖范围：四川省、重庆市、陕西省、甘肃省、宁夏回族自治区、青海省、新疆维吾尔自治区、西藏自治区。

2. 与中国政府和私人业建立友好交流关系。特别是在当地里的旅游经营者，因为这些经营者是直接向中国游客出售包价旅游产品及提供旅游服务。

3. 与当地大众传媒联络，以及增加友好的交往联系。

4. 向当地游客提供泰国国家旅游局的促销活动与推广活动。最后，能够吸引中国游客来泰旅游。

二、泰国国家旅游局中国办事处的汉语服务

泰国国家旅游局中国办事处的推广策略以泰国国家旅游局曼谷总部的发展与促销东亚市场组为主，一共的主要推广策略都是相同的。创建旅游推广策略是泰国国家旅游局曼谷总部的负责，外国办事处不会创建推广活动。只能创造当地的有关旅游活动，但是必须符合泰国国家旅游局总部的主要推广策略。所

以外国办事处可以在总部主要推广策略下自由地创造各种有趣的旅游活动，为了全部都有相同标准的策略。

如：“相约马里奥，不走寻常泰” (Meet Mario Meet Different Thailand) 的活动。



图 2.3.1 相约马里奥不走寻常泰

来源：<http://travel.sohu.com/20160801/n462096737.shtml>

这次是马里奥再次作为泰国旅游形象大使首次到访中国北京。泰国国家旅游局再次邀请泰国当红影星马里奥作为泰国旅游形象大使，正是看中泰国当红影星马里奥年轻而有活力的内在，不仅对东南亚国家的马里奥粉丝有很强的影响力及吸引力，更希望借此次中国之行让广大中国大众对泰国有更深层的认知。

在此次“相约马里奥 不走寻常泰”的活动现场，泰旅局北京办为粉丝们精心准备了与泰国当红影星马里奥零距离互动环节，众多精彩纷呈的游戏环节；现场凡是参与游戏的粉丝均获得精美小礼物及马里奥亲笔签名照等。为了让现场来宾也能参与其中，泰旅局北京办还准备了3项大奖，部分奖项将由马里奥亲自抽取。这个活动的主要目的是为吸引更多中国游客来泰旅游。此外，本次作为泰国旅游形象大使的马里奥来北京除与粉丝见面外，还带来了他参与拍摄的精彩泰国旅游宣传片。本片通过展示泰国美丽自然风光和丰富的人文景观来邀请中国游客到泰国城市进行“深度体验游”，寻找独特体验，了解全新的泰国文化。最终能吸引更多的中国游客前来泰国旅游，从而使泰国成为中国游客海外出行的首选地。^[1]

[1] 旅游刊网《“相约马里奥，不走寻常泰”泰国旅游大使马里奥 Mario 空降帝都》[Z]，来源：<http://www.lvyoukan.com/145291.html>，(2017年2月25日)



图 2.3.2 马里奥与粉丝拍照片

来源：<http://www.lvyoukan.com/145291.html>

三、泰国国家旅游局在中国举行旅游展览会的情况

大部分在中国举行的旅游展览会都是泰国国家旅游局总部与中国办事处合作的。中国办事处安排当地活动地点。因为中国办事处有中国当地的职员，所以就能寻找合适的举行地点。除此，关于在旅游展览会的服务职员都是中国人。所以向中国游客提供的中文服务都不是中国办事处的问题。

展览会里的大众媒体情况，在旅游展览会中给中国观众的大众媒体分为两部分：一是由泰国国家旅游局总部准备的；二是由中国办事处准备的。使用由泰国国家旅游局总部准备的媒体是为了符合总部的主要推广策略，以及有泰国各个方面的旅游信息。另外，使用中国办事处准备的媒体是因为中国办事处有当地职员，所以产生了当地语言版本的媒体以及符合当地风俗与文化的旅游媒体。

泰国国家旅游局总部发出的媒体，如旅游景点小册子、总部的网站、享受泰国之旅的小贴士实用信息等。泰国国家旅游局的旅游景点小册子还放在泰国驻华大使馆、泰国国家旅游局中国办事处、泰国曼谷的素万那普机场、旅游团队。

中国办事处发出的媒体为了向当地游客推广旅游业有几个：旅游小册子、网站、微信、微博、脸书等。各个中国办事处都有自己的网络媒体和社会媒体。中国办事处比较熟悉当地游客的市场，了解当地游客的要求及向游客有效的媒体。除此，中国办事处还将这些旅游媒体与曼谷总部的媒体给旅游社为了发给他们的游客；还在给来泰国的航空向乘客打开介绍泰国的视频。主要目的是让游客了解泰国的概况与文化，符合泰国文化风俗习惯的行为，使得游客在泰国超级顺利地旅游。

从过去到现在，泰国国家旅游局总部与中国办事处之间的工作都是一直顺利，全年都有互相合作活动。中国办事处对总部办事处提出当地游客的情况，总部办事处会将这些数据来考虑而进行提出符合各个地区的游客要求。

四、中国游客对泰国国家旅游局中国办事处的反应现状

(一) 今年来，来访泰国国家旅游局中国办事处办公室服务的中国游客数量有降低的趋势。主要原因是现在有许多旅游宣传渠道，特别是在线工具。由于如此情况，中国游客自己来访泰国国家旅游局办公室寻找旅游资料没有以前那么多。但是有些人还是喜欢来访办公室，因为想要收到职员的服务，希望让职员直接介绍有关来泰旅游的旅游资料。因此，泰国国家旅游局拥有两样的宣传旅游资料的渠道：印刷媒体与网络媒体。办公室里还是安排印刷媒体，同时也继续发展许多网络媒体。

(二) 目前，各个泰国国家旅游局中国办事处逐渐提高发展传播旅游信息的网络媒体。目的是提高游客寻找旅游资料与信息中过程的方便，并且处理游客不收到旅游信息的问题。

(三) 中国游客对泰国国家旅游局中国办事处的服务很满意。因为中国办事处所提供的服务都有助于打算来泰旅游中国游客的准备资料过程。除此，让中国游客认知全年泰国举办任何新的推广活动。所以可以算是引起中国游客来对泰国兴趣的一个方法。

第四节 泰国国家旅游局的汉语服务

一、泰国国家旅游局促进中国游客来泰国旅游提供的汉语大众媒体

泰国国家旅游局汉语大众媒体以来源源可以分为 2 个部分：

(一) 泰国国家旅游局曼谷总部的大众媒体

目前，泰国国家旅游局所拥有汉语印刷媒体、网络媒体和社会媒体有如下：

1. 泰国国家旅游局总部提供的旅游印刷媒体：

- 旅游小册子



图 2.4.1 泰国国家旅游局给游客的中文版本旅游信息小册

- 旅游布告



图 2. 4. 2 享受泰国之旅的小贴士

来源: <http://travel.sina.com.cn/news/2014-04-01/1745255802.shtml>

2. 泰国国家旅游局总部提供的网络媒体:

- <http://www.amazingthailand.org.cn/>



图 2. 4. 3 www.amazingthailand.org.cn 网站

- <https://cn.tourismthailand.org/home>



图 2. 4. 4 <https://cn.tourismthailand.org> 网站

(二) 泰国国家旅游局中国办事处的公众媒体

1. 泰国国家旅游局北京办事处的社会媒体

- 微信、微博



2. 泰国国家旅游局上海办事处的社会媒体

- 微信、微博



3. 泰国国家旅游局广州办事处的社会媒体

- 微信、微博



4. 泰国国家旅游局昆明办事处的社会媒体

- 微信、微博



5. 泰国国家旅游局成都办事处的社会媒体

- 微信、微博



二、泰国国家旅游局所提供大众媒体的汉语应用

（一）泰国国家旅游局中文版的来源

第一部分：由泰国国家旅游局中国办事处负责中泰翻译的文件。

泰国国家旅游局中国办事处的职员大部分都是中国人，所以汉语水平当然标准，而且每位都有泰语能力。平常中国办事处的中国职员有翻译泰国国家旅游局的泰中翻译或中泰翻译文件的任务。包括在泰国国家旅游局总部网站（www.tourismthailand.org）的中文版也是由泰国国家旅游局中国办事处的职员负责翻译及当网站管理者。除此，泰国国家旅游局中文版的www.amazingthailand.org.cn是由泰国国家旅游局上海办事处负责的。为了特别给中国游客提供的网站。

各个中国办事处都有自己的媒体，如：网站、微信、微博等。有些旅游信息是各个市场的信息，所以不能放在总部的宣传渠道。各个市场有不同的文化、喜爱及风格习惯，提供自己市场的宣传渠道是最合适的推广渠道。

对于泰国国家旅游局发展与促销东亚市场组的翻译方面，发展与促销东亚市场组也有有汉语能力的职员。所以有的事情也让他们翻译文件。但是比较正式或专业的事情就让中国办事处的中国职员进行翻译文件。

第二部分：让专业翻译公司给泰国国家旅游局翻译的。

除了让泰国国家旅游局中国办事处的中国职员翻译文件以外，泰国国家旅游局还有另一个办法是让翻译公司来翻译文件，如：在曼谷素万那普国际机场发给中国游客的旅游小册子。泰国国家旅游局总部会准备泰文版的旅游资料，然后将这些资料让翻译公司翻译成中文。翻译完成后，就将中文版的资料让检查评委进行再次检查文件的正确。

（二）泰国国家旅游局汉语大众媒体的发展趋势

1. 需要常常提供最新的资料。时间变了有些信息也改变，所以必须总是根据当时情况而发布资料。有些资料以前是很有利，但现在可能无效了，如：规则、法律和有些说明等。

2. 印刷媒体的形式。媒体形式也是不应该忽视的事情之一。有些印刷媒体的旧版形式比较大的，所以就发生了许多问题，不管是携带、物流、生产成本等问题。因此，责任者必须来考虑应该如何解决问题。决绝这个问题的方法就是重新生产较小的新版，使得收到这个印刷媒体更加方便地携带，而且能处理物流的问题。

3. 提出更多的网络媒体。目前，网络媒体是一种最受人众的欢迎。游客比以前喜欢使用网络媒体因为很方便及有比较新的资料。虽然中国全国的人不是每个人使用网络，但是网络媒体也是有快速发布信息的工具，所以需要持续发展。无论如何，虽然有了网络媒体，还是不能取消印刷媒体。因为有些人还是喜欢使用印刷媒体寻找资料。



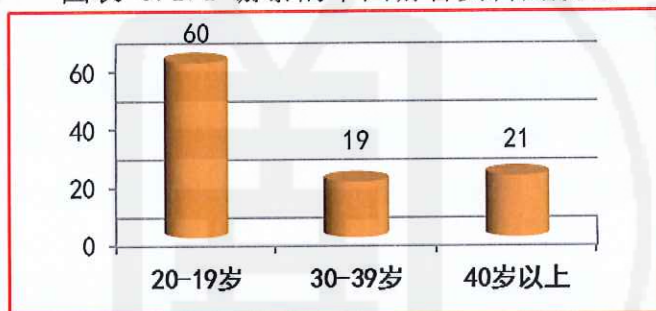
第三章 促进中国游客来泰旅游的问题和改进措施

第一节 泰国国家旅游局促进中国游客来泰旅游策略的评估

这次研究研究者以 100 位游泰中国游客为研究对象。调查问卷的内容分为 3 个部分包括:游泰的中国游客资料、游泰中国游客对泰国国家旅游局策略的满意度、泰国国家旅游局汉语大众媒体的情况。此次问卷调查的结果公布如下:

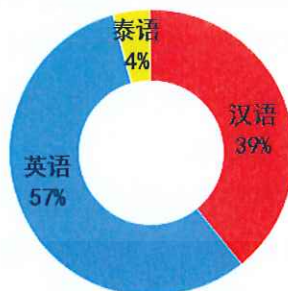
一、游泰的中国游客资料

图表 3.1.1 游泰的中国游客资料的数量



从图表 3.1.1 来看,这次研究以 100 位游泰的中国游客为对象。大部分的年龄是 20-29 岁有 60 位 (60%), 年龄 40 岁以上有 21 位 (21%)。大部分的被研究者是女性有 57 位 (57%), 另外男性有 43 位 (43%); 获得本科学位有 60 位 (60%), 高中毕业和研究生以上的数量是相似的有 18 位 (18%); 被研究者来自港澳有 17 位 (17%), 上海 15 位 (15%), 北京 14 位 (14%)。由此可见,目前大部分来泰国旅游的游客都是年轻人。所以所有符合年轻人需求的服务才越来越受欢迎。

图表 3.1.2 中国游客在泰国使用什么语言

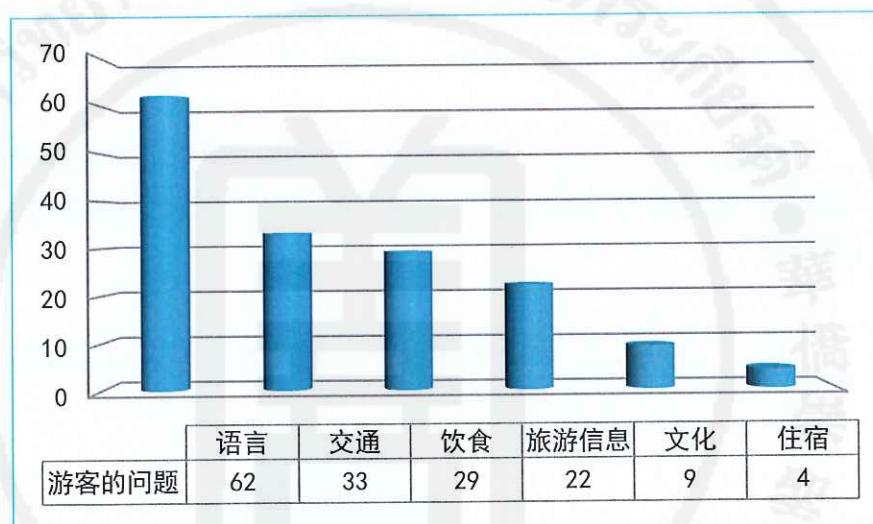


从图表 3.1.2 来看,全部 100 位 (100%) 都使用普通话, 其次是使用英语有 39 位 (39%); 在泰国旅游时使用英语来交流有 82 位 (82%), 其次是使用

汉语来交流有 56 位 (57%)，使用泰语交流只有 4 位 (4%)。所以，提供汉语服务是非常重要的。汉语服务可以让中国游客在泰国旅游时更加方便。

此外，最多的被研究者来泰国旅游的时间是 6 天以上有 55 位 (55%)，其次是 4-5 天的旅游时间有 38 位 (38%)；这次来泰旅游的目的地最多的选择是曼谷有 88 位 (88%)；芭提亚有 45 位 (45%)，清迈有 12 位 (12%)；这次来泰旅游的主要目的是休闲放松有 82 位 (82%)，其次是没事旅游有 43 位 (43%)。

图表 3.1.3 中国游客在泰国旅游遇到的问题



从图表 3.1.3 来看，大部分的被研究者在泰国旅时间遇到语言的问题有 62 位 (62%)，其次是交通的问题有 33 位 (33%)。这明显语言是中国游客来泰国旅游的大问题。提供汉语服务会让游客方便地在泰国旅游。处理语言问题完成之后，中国游客的数量一定不断增长，直接影响到泰国旅游业的发展。

二、游泰中国游客对泰国国家旅游局策略的满意度

(一) 游泰中国游客对泰国国家旅游局推广活动感兴趣情况

表格 3.1.1 游泰中国游客对泰国国家旅游局推广活动感兴趣情况的数量

项目	数量
1. 您知道泰国国家旅游局有哪些方面的推广活动：（可多选）	
旅游优惠	55
运动活动	5
得奖活动	4

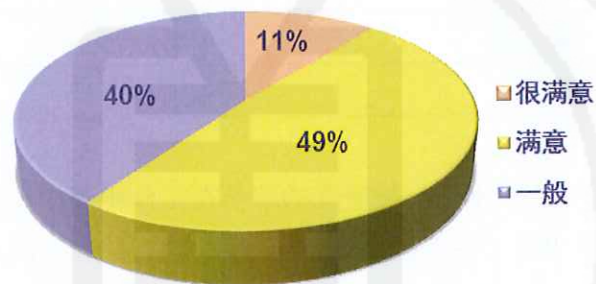
项目	数量
泰国本地经验活动	7
节庆活动	48
休闲活动	18
旅游博览会	8
2. 您对泰国国家旅游局的哪些推广活动感兴趣：（可多选）	
泰国节庆活动	66
泰国本地经验活动	27
8月泰国女性之月	5
神奇泰国“大特卖”	12
泰国航空优惠	38
神奇泰国高尔夫锦标赛	2
泰国马拉松	3
爱在泰国活动，举办婚礼和度蜜月活动	18
中泰文化旅游友好行车队	6
第十三届“上海世界旅游博览会”	6
马里奥带你来泰国	9
泰拳拜师大会	5
3. 您认为泰国国家旅游局应该提高哪些方面的推广活动，为了吸引中国游客来泰旅游：（可多选）	
旅游信息	42
住宿	18
泰国美食	48
旅游景点、地图	37
泰国节庆	25
泰国文化	45
语言	33

从表格 3.1.1 来看，100 位游泰中国游客中，大部分的被研究者知道泰国国家旅游局关于旅游优惠的推广活动有 55 位，知道关于节庆的推广活动有 48

位，关于休闲活动有 18 位；被研究者对泰国国家旅游局推广活动感兴趣是节庆活动有 66 位，泰国航空优惠活动有 38 位，泰国本地经验活动有 27 位；中国游客认为泰国国家旅游局应该提高的推广活动方面，为了吸引中国游客来泰旅游是泰国美食有 48 位，泰国文化有 45 位，旅游信息 41 位。这明显的是大部分的中国游客非常喜欢有关泰国传统文化的活动。泰国有许多独特的传统文化，可以将泰国文化为促进游客来泰旅游的象征。

（二）游泰中国游客对泰国国家旅游局推广活动的评价情况

表 3.1.4 中国游客对泰国国家旅游局的推广活动做出评价

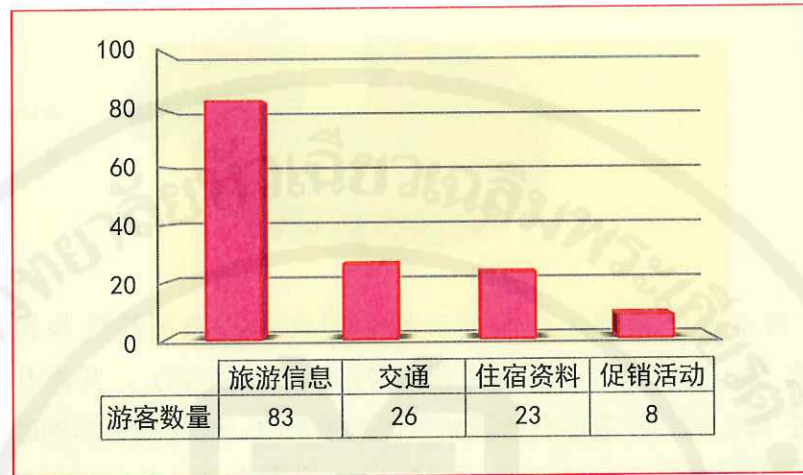


从图表 3.1.4 来看，中国游客对泰国国家旅游局的推广活动做出评价是满意有 49 位，总平均数是 3.71，表示评价程度是满意。这表明的是大部分的中国游客对泰国国家旅游局的活动表示满意。无论如何，未来泰国国家旅游局还需要继续创造新的活动，为了能吸引游客来泰国旅游。

除此，根据研究结果还显示，泰国国家旅游局推广活动对中国游客决定来泰国旅游有影响有 37 位，总平均数是 3.16，表示影响程度是一般。

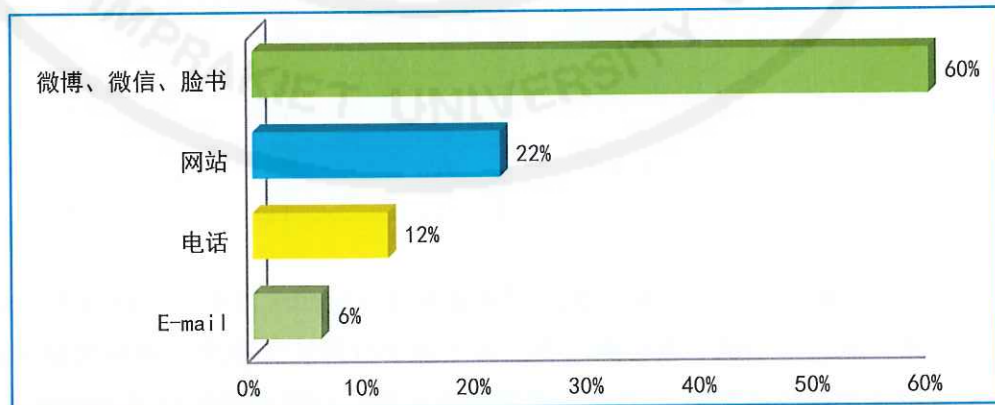
(三) 游泰中国游客使用泰国国家旅游局服务的情况

图表 3.1.5 游泰中国游客使用泰国国家旅游局服务的情况



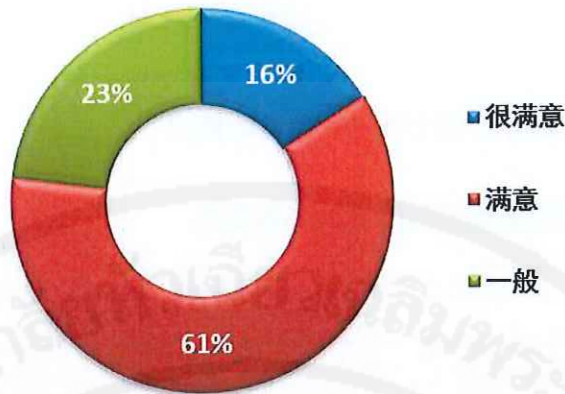
从图表 3.1.5 来看，大部分的被研究者应用过泰国国家旅游局的旅游信息服务有 83 位，关于交通服务有 26 位，关于住宿资料的服务有 23 位，关于促销活动只有 8 位。旅游信息是游客必须寻找的旅游资料。所以应该重视资料的质量。应该放最新的资料，要不会让游客知道不正确的资料，引起游客在泰国旅游的问题。

图表 3.1.6 游泰中国游客选择使用泰国国家旅游局大众媒体的情况



中国游客透过泰国国家旅游局的微博、微信、脸书与泰国国家旅游局交流有 60 位，网站有 22 位，电话 12 位，E-mail 有 6 位。所以，在新媒体提供旅游信息是最能直接送到游客的渠道。

图表 3.1.7 中国游客对泰国国家旅游局的服务评价

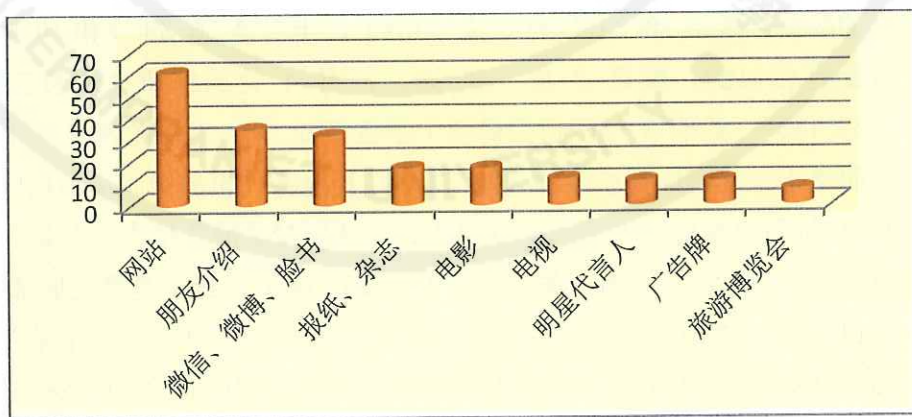


从图表 3.1.7 来看，被研究者对泰国国家旅游局的服务评价是满意有 61 位，总平均数是 3.93，表示评价程度是满意。虽然这是很好的结果，但是泰国国家旅游局还是需要不断提高服务的质量。

三、泰国国家旅游局汉语大众媒体的情况

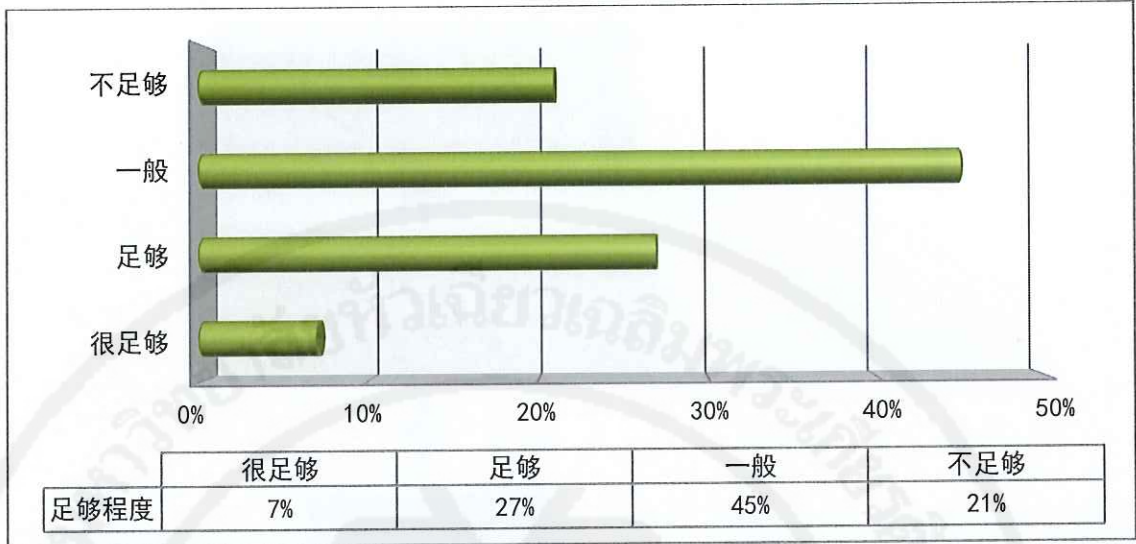
(一) 中国游客对泰国国家旅游局汉语大众媒体的满意度情况

表 3.1.8 中国游客知道泰国国家旅游局的推广活动和信息的渠道



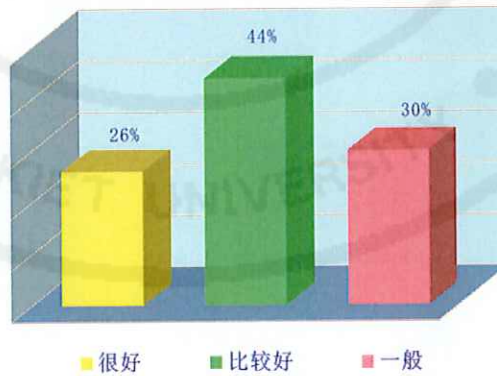
从图表 3.1.8 来看，中国游客通过网站知道泰国国家旅游局的推广活动和信息有 61 位，透过朋友介绍有 35 位，透过微信、微博、脸书有 32 位。目前，新媒体是最受中国游客的欢迎，因为不但很方便使用，也是免费服务。

图表 3.1.9 泰国国家旅游局汉语大众媒体的足够情况



从图表 3.1.9 来看，中国游客认为泰国国家旅游局汉语大众媒体的足够是一般有 45 位，总平均数是 3.2，表示足够程度是一般。所以，还是应该更加提供汉语大众媒体的服务。主要目的是符合中国游客的需求。除此之外，中国游客认为泰国国家旅游局的汉语大众媒体有助于吸引您来泰国旅游有 54 位，总平均数是 3.97，表示帮助程度是有帮助。

图表 3.1.10 中国游客对泰国国家旅游局的汉语大众媒体评价



从图表 3.1.10 来看，中国游客对泰国国家旅游局的汉语大众媒体评价是比较好有 44 位，总平均数是 3.96，表示评价程度是比较好。无论如何，汉语大众媒体的服务还是对中国游客很重要，有助于吸引游客来泰旅游。

(二) 中国游客对泰国国家旅游局的汉语大众媒体总体评价

表格 3.1.2 中国游客对泰国国家旅游局在大众媒体的汉语应用总体评价

项目	数量
您认为泰国国家旅游局大众媒体的汉语应用是否正确：	
很正确	11
正确	67
一般	21
不正确	1
很不正确	0
平均数	3.88
正确程度	正确

从表格 3.1.2 来看，被研究者认为泰国国家旅游局大众媒体的汉语应用是正确有 67 位，总平均数是 3.88，表示正确程度是正确。这表示泰国国家旅游局在大众媒体中的汉语应用没有大问题。所以，泰国国家旅游局在汉语大众媒体中的旅游资料的翻译方法是很合适。

表格 3.1.3 中国游客对泰国国家旅游局在大众媒体的汉语应用总平均数与评价程度

调查内容	平均数	评价程度
词汇：	3.92	正确
语法：	3.87	正确

从表格 3.1.3 来看，泰国国家旅游局在大众媒体的汉语应用可以分为词汇和语法两个方面。被研究者对泰国国家旅游局在大众媒体的汉语词汇应用的总平均数是 3.92，表示正确程度是正确；对泰国国家旅游局在大众媒体的汉语语法应用的总平均数是 3.87，表示正确程度是正确。由此可见，被研究者对泰国国家旅游局在大众媒体的汉语应用是没有问题。

(三) 中国游客对泰国国家旅游局在汉语大众媒体所提供内容的总体评价

表格 3.1.4 中国游客对泰国国家旅游局在汉语大众媒体所提供内容的总平均数与评价程度

调查内容	平均数	评价程度
旅游景点:	4.27	比较好
住宿:	4.07	比较好
交通:	3.88	比较好
泰国文化:	4.24	比较好
旅游活动:	3.98	比较好
促销活动:	3.86	比较好
实用信息:	3.89	比较好

从表格 3.1.4 来看,被研究者对泰国国家旅游局在汉语大众媒体所提供旅游景点内容的总平均数是 4.27,表示评价程度是比较好;住宿内容的总平均数是 4.07,表示评价程度是比较好;交通内容是 3.88,表示评价程度是比较好;泰国文化内容的总平均数是 4.24,表示评价程度是比较好;旅游活动内容的总平均数是 3.98,表示评价程度是比较好;促销活动内容的总平均数是 3.86,表示评价程度是比较好;实用信息的总平均数是 3.89,表示评价程度是比较好。由此可见,被研究者对泰国国家旅游局在汉语大众媒体所提供内容的评价都是比较好。

(四) 被研究者发表的其他建议

除了调查问卷中的内容,有些被研究者还提出了对泰国国家旅游局的推广活动、大众媒体和服务,以及关于泰国旅游业的其他建议。第一是关于推广渠道方面的建议。中国游客认为应该多采用新媒体方式进行传播,特别是网站宣传,更利于年轻人接收信息。在大众媒体上应该多有泰国本土文化的广告、促销信息、文化风俗讲解加深,活动内容详细介绍。除此,要加大在中国进行推广泰国国家旅游局的服务。第二是关于汉语服务方面的建议。中国游客认为语言是来泰旅游的大问题。虽然现在懂英语的中国人数量比以前多了,但是大部分的人还是不会英语。所以,语言问题使他们的旅行有困难了。因此,应该增

加中文的介绍，包括旅游产品中文的宣传写介绍、旅游景点介绍等等。可以普及中文，中国游客可以自主旅游，商业化可以变成自主消费化。服务员应该加强汉语能力，他们希望以后能听到更多人讲汉语。除了对泰国国家旅游局的建议，中国游客还提出了其他的建议。如，应该提高交通服务质量，出租车司机需要学习简单的英语，应该解决非法出租车的问题。医院使用很不方便，医院应配备中文服务。

第二节 泰国国家旅游局所存在的问题

一、泰国国家旅游局职员在工作中遇到的问题

表格 3.2.1 泰国国家旅游局职员在工作中遇到的问题情况

遇见的问题	平均数	问题程度
1. 中泰文件翻译得正确。	4.1	多
2. 泰中文件翻译得正确。	4.0	多
3. 跟中国游客交流。	3.0	一般
4. 向旅游公司提供各种资料。	2.9	一般
5. 跟中国办事处联系。	2.1	比较少
6. 向中国新闻社沟通。	2.7	一般

从表格 3.2.1 来看，研究者把泰国国家旅游局职员在工作中遇到关于汉语的问题分为 6 个问题：一，中泰文件翻译得正确，被研究职员的总平均数是 4.1，表示问题程度是多；二，泰中文件翻译得正确，被研究职员的总平均数是 4.0，表示问题程度是多；三，跟中国游客交流，被研究职员的总平均数是 3.0，表示问题程度是一般；四，向旅游公司提供各种资料，被研究职员的总平均数是 2.9，表示问题程度是一般；五，跟中国办事处联系，被研究职员的总平均数是 2.1，表示问题程度是比较少；六，向中国新闻社沟通，被研究职员的总平均数是 2.7，表示问题程度是一般。由此可见，泰国国家旅游局的职员在工作中还是常常遇到汉语应用的问题。

二、泰国国家旅游局促进中国游客来泰旅游的活动与汉语服务的问题

在问卷调查的结果中，从 100 位游泰中国游客的问卷可以发现关于泰国国家旅游局对中国游客的各个方面所有的问题。包括推广活动、汉语大众媒体及汉语应用。

（一）泰国国家旅游局活动方面的问题

1. 大部分的游客有相同的感兴趣。他们喜欢差不多的活动。因此，其他活动就不能一起游客的兴趣。

2. 在泰国本地经验活动的方面，本地经验活动的推广还是比较少，有些游客还不认识有这样的旅游活动。

3. 关于住宿资料和节庆的推广活动对中国游客做决定的资料算是较少。

4. 在问卷结果中可以发现，虽然古至今泰国国家旅游局的推广活动都有助于吸引游客决定来泰旅游，但是不是完全的被研究者到这样想。还有许多游客认为泰国国家旅游局的推广活动是一般的，以及有些人认为泰国国家旅游局的推广活动对他们没有影响。

（二）泰国国家旅游局汉语服务方面的问题

1. 按照问卷结果中可以看出中国游客使用泰国国家旅游局的推广活动信息的服务比较少。比其他方面少的，如：旅游信息、交通方法、住宿资料等方面。因此，大多游客才不知道泰国国家旅游局推过活动的信息，使他们没有机会参加各个旅游活动。

2. 中国游客使用泰国国家旅游局中国办事处服务的数量最少，其次是使用泰国国家旅游局总部的服务。但是大多的游客都使用在网络上的服务。因为通过网络渠道很方便，而且有满足的旅游资料，还是提供中文版本。所以，大部分的游客才选择上网查旅游资料，能节省时间与交通费用。

3. 有些泰国旅游景点还没有提供汉语服务，这是中国游客在泰国旅游所遇到的问题。

4. 大部分的中国游客不太选择看泰国国家旅游局在大众媒体中英文版本，需求选择看中文版本的资料。这是为何我们必须加强向中国游客提供汉语服务，为了符合中国游客的需求。

5. 中国游客通过报纸、杂志 电影渠道的数量越来越少，由于现在有很多的网络媒体来代替印媒体。游客喜欢使用网络媒体的趋势有迅速发展。

6. 在问卷调查中可以发现，泰国国家旅游局向中国游客发布旅游信息还是不广泛。

第三节 提出泰国国家旅游局汉语服务的改进措施

一、提高泰国国家旅游局职员的汉语水平

据研究结果显示，泰国国家旅游局总部的职员跟中国办事处职员不相似的。总部的职员完全是中国人，中国办事处的职员大多是中国人。所以中国办事处的职员当然没有汉语应用的问题，但是总部的职员还拥有关于汉语水平的问题。从问卷结果中，只有一位毕业于中文专业的职员。所以意味着有汉语能力职员数量还是较少，还不符合工作中的需求。职员的使用汉语频率较少使用，所以使职员的汉语水平可能越来越降低。发现最多的问题是泰中文件翻译。目前，就让专业翻译公司来负责。

涉及泰国国家旅游局总部职员的汉语水平的方式，是应该加强培养职员汉语能力。向职员举办汉语培训。如果邀请中国老师来培训就是比较好的，因为不只是学会汉语还可以学到中国文化，并可以将所学到的东西在工作中使用。职员的汉语培训不只是职员会有自己的汉语能力，在工作方面也是有好处的，职员可以直接用汉语跟中国游客沟通，减少雇请人来帮忙的数量，可以节省成本而提高企业的工作质量。泰国国家旅游局应该支持职员参加汉语的培训，为了能够提高自己的汉语水平。除此，应该鼓励在办公室使用汉语，为了让职员的水平不断发展而不忘记汉语的应用。这些都是对两方有利的。

二、提高泰国国家旅游局的活动与汉语服务质量

1. 由于泰国国家旅游局向中国游客传播的旅游信息还是不广泛，应该加强向游客发布有关的旅游信息，要不然游客就会不能认知有利的旅游信息，以及错过参加这些有趣活动的机会。

2. 加强促进中国游客知道更多的泰国全国的旅游景点和泰国国家旅游局的其他活动，未来他们可能对这些活动感兴趣，能够扩大市场的机会。

3. 在泰国本地经验活动的方面，泰国本地经验活动有发展的趋势，中国游客越来越喜欢这样的旅游活动。所以我们可以使用这个机会来推广泰国旅游业，更加努力推广本地经验活动。如果未来可以引起中国游客对这种旅游活动感兴趣了，就可以吸引更多的中国游客来访泰国。可能发展到泰国节庆活动的程度。

4. 利基旅游 (niche tourism) 市场的活动，如：运动活动、车队活动、得奖活动等。目前，还不是大市场，还受有些组游客感兴趣。但是其实可以继续发展这种旅游，因为这组旅游市场的消费比其他组市场高，可以从这组游客获

得很多外汇收入。在实际上，这组市场活动的问题是关于传播资料的方面，因为有些人不知道活动的信息就错过了参加活动的机会。

5. 加强提供关于住宿和节庆活动的资料，为了让游客很容易做决定预定房间或预定机票来泰旅游。这些有助于有的做决定的过程。

6. 在中国游客的满意度方面，大部分的中国游客对泰国国家旅游局所提供的推广活动满意。无人认为不满意的。无论如何，泰国国家旅游局还需要持续发展有兴趣的旅游活动，保持好的活动。为了进一步发展泰国旅游业，吸引游客来泰国旅游而完成泰国国家旅游局的主要任务。

7. 虽然被研究者对泰国国家旅游局所提供的服务的总评价是比较满意的，没有汉语服务的大问题，但是泰国国家旅游局还必须保持这样的标准，同时应该不断提高水平。为了前途可以向游客提供更好的汉语服务，导致了游客来泰旅游的方便。

8. 在泰国每个旅游景点应该加强提供汉语服务，主要目的是符合中国游客的需求，有助于中国游客去泰国旅游景点旅游的。

三、提升发展泰国国家旅游局的汉语大众媒体

1. 目前，大多中国游客通过网站寻找旅游资料与泰国国家旅游局的推广活动。其次是通过朋友介绍的方法。中国人喜欢听朋友们或家人的介绍，分享经验。看出来，朋友介绍的方法对中国游客用影响。那如何让一人介绍一个人，就让他们对泰国生产印象，为了对其他人分享很好的旅游经验。这个方法是以引起其他对泰国感兴趣的。除此，还不用花很多传播费用，可以节省成本而有非常好的效果。

2. 虽然中国游客通过报纸、杂志 电影渠道的数量越来越少，但是不能停止生产印刷媒体。因为印刷媒体还是重要的，有些人还是喜欢通过印刷媒体收集资料与扩大自己知识。

3. 在问卷调查中可以发现，中国游客对泰国国家旅游局汉语大众媒体的平均总评价是一般的。这表示还不足够中国游客的需求。使得发生向中国游客发布旅游信息不广泛的问题。应该对中国游客增加提供汉语大众媒体，并进一步发展泰国国家旅游局的汉语大众媒体，为了更扩大市场的要求。

4. 除了描述活动以外，在泰国国家旅游大众媒体中放活动的照片也是很重要的方法。所以，这样的宣传渠道才越来越受人众的欢迎，有助于吸引游客想来泰国旅游的重要渠道之一。除此，在大众媒体中必须发布最新的汉语旅游信息与有关的资料。

5. 从问卷调查结果来看，中国游客对泰国国家旅游局完全情况的总评价是比较好的。这是很好的结果。无论如何，泰国国家旅游局还需要继续进行发展每个方面，常放最新的旅游信息，以及设计漂亮与有兴趣形式的媒体。



结 语

泰国国家旅游局(Tourism Authority of Thailand, 简称 TAT) 是第一个在泰国专门负责促进旅游的机构。泰国国家旅游局向公众提供旅游区的信息和数据, 通过宣传来鼓励泰国和国际游客在泰国旅行。除此, 还有进行制定旅游发展规划, 在旅游领域不断合作, 维系经营并发展人员。泰国国家旅游局的三种主要责任: 第一是促进泰国旅游业和旅游产业; 第二是向国内外游客提供各种旅游资讯和数据; 第三是维护景点与住宿。目前, 泰国国家旅游局在中国已经有了 5 个办事处分别设立于北京、上海、广州、成都及昆明。

根据泰国旅游部 2006 年至 2016 年游泰中国游客数据表示有速度增长, 还有继续发展趋势。由于泰国和中国的合作, 让中国游客对泰国有信心, 最终泰国旅游业能复苏了。2015 年, 中国来泰游客数量达到人次达 793 万人, 同比增长了 71.14%。到 2016 年, 游泰中国游客数量达到 875 万人, 是在这 10 年间最多的数量。中国游客在泰国旅游费用平均每人每次 46,363 泰铢。泰国是中国游客喜欢来旅游的国家。主要原因是泰国有丰富的自然资源, 有美味食品, 最受欢迎的旅游目的地是曼谷、芭提雅、普吉岛、清迈和甲米。

中国是一个巨大的市场。中国经济持续高速发展。中国游客分为 2 组旅游形式: 第一组, 团队旅游(Group Inclusive Tour: GIT)。这组游客数量较多。团队旅游占来泰旅游中国游客的 60%。; 第二组, 自由行(Foreign Individual Tourism: FIT)。这组有快速发展, 尤其是年轻人很喜欢这样旅行。

泰国国家旅游局促进游客来泰旅游的策略方面, 泰国国家旅游局安排发展与促销东亚市场组来负责。近年来, 泰国旅游局在游客眼中成为顶级旅游目的地的国家。中国游客来泰旅游持续升温。2015 年至 2016 年的策略, 泰国国家旅游局更加重视优质游客市场。泰国国家旅游局以市场类型为提供推广策略方式, 分为 3 个符合游客市场的推广策略, 第一, 大众旅游(Mass Tourism); 第二, 自由行旅游(Foreign Individual Tourism); 第三, 利基旅游 (niche tourism)。

泰国国家旅游局的推广活动分为 2 种是节日活动和节日活动。对于未来的策略, 2017 年泰国国家旅游局发布全新品牌形象全力提升品质旅游。针对中国游客市场推出全新品牌形象“有品有质游泰国”。泰国国家旅游局中国办事处的推广策略以泰国国家旅游局曼谷总部的发展与促销东亚市场组为主。

泰国国家旅游局汉语大众媒体来自 2 个部分: 泰国国家旅游局曼谷总部的大众媒体和泰国国家旅游局中国办事处的的大众媒体。大众媒体中的汉语翻译是由泰国国家旅游局中国办事处负责与由专业翻译公司负责。

根据研究结果发现，一，对于泰国国家旅游局职员的汉语应用，中国办事处的职员大多都是中国人，没有汉语应用的问题。但是总部的职员全部都是泰国人，所以才发现汉语应用的问题。100%的职员应该向跟中国游客市场有关的位置举办汉语培训。为了提高各位的汉语水平，加强改进职员的工作质量；二，中国游客对泰国国家旅游局推广活动表示很满意有 11%，满意有 49%；三，中国游客对泰国国家旅游局的服务表示很满意有 16%，满意有 61%。虽然中国游客对泰国国家旅游局汉语服务满意，但是还需要提高泰国国家旅游局的活动与汉语服务质量。在汉语服务方面，泰国国家旅游局需要更加努力向游客宣传旅游信息。除此，还应该在每个旅游景点应该加强提供汉语服务，为了符合中国游客的需求；四，中国游客对泰国国家旅游局汉语大众媒体认为很好有 26%，比较好有 44%。目前，大部分中国游客经常通过网站寻找旅游资料与推广活动信息，通过报纸、杂志、电影渠道的数量越来越少，但是也不能停止生产印刷媒体；五，中国游客对泰国国家旅游局在大众媒体的汉语应用的总评分分为词汇 3.92 分和语法 3.87 分，表示正确。

总之，泰国国家旅游局应该向职员举办汉语培训，为了提高职员的汉语水平。在促进中国游客来泰旅游的方面，泰国国家旅游局应该继续创建促进中国游客来泰旅游的策略，创造有兴趣的活动。提升发展泰国国家旅游局的汉语服务，更加努力提供汉语大众媒体。主要目的是为了吸引游客来泰旅游，以及让游客在泰国旅游时感到更加方便。

参考文献

一、中文资料

- [1] 爱丽. 《论泰国旅游业发展及其对泰国经济的影响》吉林大学博士论文, 2014 年
- [2] KOMSIT KIEANWATANA. 《曼谷旅游业的发展要素及政策研究 ——基于大湄公河次区域铁路网计划》重庆大学博士论文, 2014 年
- [3] 刘华源. 《国际贸易》, 《泰国发展旅游业的态势》, 1995 年 S1 期
- [4] 卢培培 (LAKKANA KOMOLTHAMWONG). 《以泰国为目的地的中国旅游市场开发研究 ——基于影视剧的视角》北京交通大学硕士论文, 2015 年
- [5] 龙如海. 《中国游客赴泰国旅游满意度研究》广西大学硕士论文, 2014 年
- [6] 李文标. 《泰国旅游可持续发展对策研究》云南师范大学硕士论文, 2009 年
- [7] 邱伟胜 (CHAYAKORN WATTANASIN). 《中国游客赴泰国旅游满意度分析》2015 年
- [8] 饶华清. 《现代商业》, 《泰国旅游市场发展与借鉴》, 2008 年 36 期
- [9] 苏逸涛. 《中国旅游者在曼谷 King Power (Rangnum Rd.) 免税店购物行为研究》昆明理工大学硕士论文, 2014 年
- [10] 叶雨婷 (MANAPORN KOMOLYINGCHAROEN). 《赴曼谷的中国游客行为研究》云南大学硕士论文, 2015 年
- [11] 张恒钊. 《云南画报》, 《泰国国家旅游局昆明办事处发布 2013 年度战略目标》, 2013 年 02 期
- [12] 周家欣. 《泰国旅游服务贸易对泰国经济发展的效应分析》北京邮电大学硕士论文, 2015 年

二、泰文资料

- [1] ณอร สุวรรณธีระกิจ. (2553). โครงการจัดตั้งศูนย์บริการข่าวสารท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในย่านสยามสแควร์. โครงการทางวัฒนธรรมศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารงานวัฒนธรรม วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- [2] พงษ์บุญ วีระไวทยะ. (2550). ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพของการให้บริการข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : กรณีศึกษาศูนย์บริการข่าวสารการท่องเที่ยว ททท. 1672. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.

- [3] พรทิพา ศรีขจรวุฒิศักดิ์. (2545). การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร
- [4] ศิริมา อยู่เวียงชัย. (2541). การสื่อสารความเป็นไทยในภาพยนตร์โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับต่างประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

三、网络资料

- [1] 人民网《泰国“2016 最受中国游客欢迎奖”评选启动》[Z], 来源:
<http://world.people.com.cn/n1/2016/0608/c1002-28422765.html>, 2017 年 1 月 3 日
- [2] 开泰研究中心网《春节因素拉动 2015 年第一季度来泰中国游客数量增长 30.2%》[Z], 来源: <https://www.kasikomresearch.com/zh/K-EconAnalysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=33704>, 2017 年 1 月 10 日
- [3] 中华人民共和国国家旅游局网《泰国旅游业看好中国市场》[Z], 来源:
http://www.cnta.gov.cn/ztwz/xssjzjdf/xgpl/201612/t20161212_809094.shtml, 2017 年 2 月 15 日
- [4] 中华人民共和国驻泰国大使馆经济商务参赞处网《2016 年泰国旅游业有所增长》[Z], 来源:
<http://th.mofcom.gov.cn/article/jmxw/201604/20160401308731.shtml>, 2016 年 10 月 23 日
- [5] 中国论文网《泰国旅游业发展现状与优化策略研究》[z], 来源:
<http://www.xzbu.com/7/view-7118164.htm>, 2016 年 11 月 2 日
- [6] 中国社会科学网《泰国旅游业对泰国经济发展的影响》[Z], 来源:
<http://econ.cssn.cn/>, 2015 年 12 月 2 日
- [7] 神奇泰国享受快乐网《活动参与条件与规则》[Z], 来源:
<http://thailandsuperquality.tourismthailand.org/mario/index.php?mode=rules>, 2017 年 1 月 10 日
- [8] 泰国国家旅游局网站: <http://thai.tourismthailand.org/home> [Z], 2015 年 11 月 20 日

- [9] 泰国国家旅游局呼叫中心网站：
<http://www.tatcontactcenter.com/contact.php> [Z]，2015 年 11 月 21 日
- [10] 驻清迈总领馆经商室网《泰国旅游业发展速度世界名列第 10》[Z]，来源：
<http://chiangmai.mofcom.gov.cn/article/jmxw/201703/20170302538130.shtml>，
2017 年 3 月 29 日
- [11] 南博网《泰国旅游业发展形势向好》[Z]，来源：
<http://www.caexpo.com/news/info/original/2015/05/21/3645445.html>，
2016 年 12 月 28 日
- [12] 泰国旅游局网《关于我们》[Z]，来源：
<http://www.amazingthailand.org.cn/>，2016 年 12 月 3 日
- [13] 泰国国家旅游局网《2017CTF 泰国成为获得奖项最多的海外目的地》
[Z]，来源：
<http://www.amazingthailand.org.cn/Content/Index/shows/catid/92/id/168.html>，
2017 年 3 月 1 日
- [14] 泰国国家旅游局网《享受泰国之旅的小贴士》[Z]，来源：
<http://www.amazingthailand.org.cn/Content/Index/shows/catid/121/id/7.html>
，2016 年 12 月 26 日
- [15] 旅游刊网《相约马里奥，不走寻常泰” 泰国旅游大使马里奥 Mario 空降
帝都》[Z]，来源：<http://www.lvyoukan.com/145291.html>，2017 年 2 月
25 日
- [16] 博雅旅游分享网《泰国旅游业》[Z]，来源：
<http://as.bytravel.cn/art/tgl/tglyy/>，2016 年 10 月 15 日
- [17] LOGO11 设计网《泰国发布国家旅游 LOGO 设计》[Z]，来源：
<http://www.logo11.cn/a/shejizixun/20151127/19166.html>，2016 年 12 月 29
日
- [18] Travel Weekly China 旅讯网《泰国盛大开启 2016 年 8 月女性旅游之月》
[Z]，来源：<http://www.travelweekly-china.com/48605>，2017 年 2 月 5 日

附录一：游泰中国游客的调查问卷

调查问卷 促进中国游客来泰旅游加强汉语服务 ——以泰国国家旅游局为例

尊敬的女士/先生：您好！

本问卷用于泰国华侨崇圣大学《促进中国游客来泰旅游加强汉语服务——以泰国国家旅游局为例》的硕士论文研究。研究目的是为了了解中国游客对泰国国家旅游局推广策略与汉语大众媒体的认知和满意度现状。您的回答对调查信息非常重要，有助于泰国国家旅游局推广策略的发展前景，提高汉语大众媒体的水平。笔者会将调查结果来分析，并通过研究结果向泰国国家旅游局提出解决措施和建议。

请协助填写这份调查问卷，留下宝贵意见。本问卷不用填写姓名，此次调查仅用于教育研究，绝对保密。衷心感谢您的支持与合作。

解释：请您仔细阅读问题后，再答题（请在 里打 ，或者在空格的地方填写）

本问卷有三个部分：

第一部分：游泰的中国游客资料

第二部分：游泰中国游客对泰国国家旅游局策略的满意度

第三部分：泰国国家旅游局汉语大众媒体的情况

第一部分：游泰的中国游客资料

1. 性别： 男 女
2. 年龄： 20-29 岁 30-39 岁 40 岁以上
3. 您的学历： 高中以下 高中
 本科 研究生及以上
4. 您来自哪儿： 北京 西安 上海 港澳
 重庆 昆明 成都 其他.....

5. 您使用的语言：（可多选）

- 普通话 粤语 闽语
 英语 其他.....

6. 您在泰国旅游使用什么语言来交流：（可多选）

- 汉语 英语 泰语 其他.....

7. 这次来泰国旅游的时间：

- 1-3 天 4-5 天 6 天以上

8. 您这次来泰旅游的目的地：（可多选）

- 曼谷 清迈 芭提亚 大城
 苏梅岛 普吉岛 甲米 华欣

9. 您来泰旅游的主要目的：（可多选）

- 购物 休闲放松 养生旅游
 增长见识 美食旅游 其他.....

10. 您在泰国旅游的问题：（可多选）

- 旅游信息 语言 交通 住宿
 饮食 文化 其他.....

第二部分：游泰中国游客对泰国国家旅游局策略的满意度

1. 您知道泰国国家旅游局有哪些方面的推广活动：（可多选）

- 旅游优惠 运动活动 得奖活动 泰国本地经验活动
 节庆活动 休闲活动 旅游博览会 其他.....

2. 您对泰国国家旅游局的哪些推广活动感兴趣：（可多选）

- 泰国节庆活动 爱在泰国活动，举办婚礼和度蜜月活动
 泰国本地经验活动 中泰文化旅游友好行车队
 8 月泰国女性之月 第十三届“上海世界旅游博览会”
 神奇泰国“大特卖” 马里奥带你来泰国
 泰国航空优惠 泰拳拜师大会
 神奇泰国高尔夫锦标赛 泰国马拉松

3. 泰国国家旅游局推广活动是否对您决定来泰国旅游有影响：

- 影响很大 有影响 一般
 没有影响 影响不很大

4. 您认为泰国国家旅游局应该提高哪些方面的推广活动，为了吸引中国游客来泰旅游：（可多选）

- 旅游信息 住宿 泰国美食 旅游景点、地图
 泰国节庆 泰国文化 语言 其他.....

5. 请您对泰国国家旅游局的推广活动做出评价：

- 很满意 满意 一般 不满意 很不满意

6. 您应用过泰国国家旅游局的哪些服务：（可多选）

- 旅游信息 住宿资料 交通
 促销活动 其他.....

7. 您应用过泰国国家旅游局的哪个办事处的服务：（可多选）

- 曼谷总部 北京办事处 上海办事处
 昆明办事处 成都办事处 广州办事处

8. 您透过哪些社交媒体与泰国国家旅游局交流：（可多选）

- 电话 微博、微信、脸书 网站
 E-mail 其他.....

9. 请您对泰国国家旅游局的服务评价是：

- 很满意 满意 一般 不满意 很不满意

第三部分：泰国国家旅游局汉语大众媒体的情况

1. 您一般选择看泰国国家旅游局大众媒体的哪种语言版本：（可多选）

- 简体中文版 繁体中文版 英文版

2. 您通过哪些渠道知道泰国国家旅游局的推广活动和信息：（可多选）

- 网站 报纸、杂志 明星代言人
 电视 电影 广告牌
 朋友介绍 旅游博览会 微信、微博、脸书

3. 您认为泰国国家旅游局的汉语大众媒体是否足够：

- 很足够 足够 一般
 不足 很不足

4. 泰国国家旅游局的汉语大众媒体是否有助于吸引您来泰国旅游:

- 很有帮助 有帮助 一般
 没有帮助 很没有帮助

5. 您认为泰国国家旅游局大众媒体的汉语应用是否正确:

- 很正确 正确 一般
 不正确 很不正确

6. 请您对泰国国家旅游局在大众媒体的汉语应用总体评价 (用 5 分制表示, 5 分表示很正确, 4 分表示正确, 3 分表示一般, 2 分表示不正确, 1 分表示很不正确):

调查内容	评分				
词汇:	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
语法:	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1

7. 请您对泰国国家旅游局在大众媒体所提供内容的总体评价 (用 5 分制表示, 5 分表示最好, 4 分表示很好, 3 分表示一般, 2 分表示不好, 1 分表示最差):

调查内容	评分				
旅游景点:	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
住宿:	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
交通:	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
泰国文化:	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
旅游活动:	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
促销活动:	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1
实用信息:	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1

8. 请您对泰国国家旅游局的汉语大众媒体评价是:

- 很好 比较好 一般 比较差 很差

9. 您的建议:

.....
.....
.....

感谢您的友好合作

附录二：泰国国家旅游局职员调查问卷

แบบสอบถาม

เรื่อง “การใช้ภาษาจีนของพนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย”

เรียน ผู้กรอกแบบสอบถามทุกท่าน

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาการใช้ภาษาจีนในการทำงานของพนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คำตอบของท่านจึงมีส่วนช่วยในการพัฒนาพนักงานที่มีความรู้ภาษาจีนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและทราบถึงปัญหาการใช้ภาษาจีนในการทำงาน ผู้วิจัยจะนำผลการสำรวจในครั้งนี้มาวิเคราะห์และเสนอมาตรการการแก้ปัญหาให้กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต่อไป

ขอความกรุณากรอกข้อมูลในแบบสอบถามนี้ให้ครบถ้วนตามความเป็นจริง แบบสอบถามฉบับนี้ใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะไม่มีผลกระทบต่อท่าน ขอขอบคุณทุกท่านสำหรับการให้ความร่วมมือในครั้งนี้

คำชี้แจง: กรุณาใส่เครื่องหมาย ลงใน หรือกรอกข้อความลงในช่องว่าง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ปี
ตำแหน่ง
หน่วยงาน
3. ประสบการณ์การทำงาน ปี
4. การศึกษา ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก
คณะ
สาขาวิชา
5. ท่านศึกษาภาษาจีนตั้งแต่เมื่อใด
 ประถม ม.ต้น ม.ปลาย
 ปริญญาตรี ทำงาน อื่นๆ
6. ท่านเคยศึกษาที่ประเทศจีนหรือไม่
 เคย ระยะเวลา ไม่เคย
7. ระยะเวลาที่ท่านศึกษาภาษาจีน ปี
8. ท่านเคยผ่านการสอบ HSK หรือไม่
 เคย สอบผ่านระดับ ไม่เคย

9. ทักษะภาษาจีนของท่าน

ทักษะ	5 ดีมาก	4 ดี	3 ปาน กลาง	2 พอใช้	1 ต้อง ปรับปรุง
1. การฟัง					
2. การพูด					
3. การอ่าน					
4. การเขียน					

ส่วนที่ 2 การใช้ภาษาจีนในการทำงานของพนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1. ท่านใช้ภาษาจีนในการทำงานเป็นประจำหรือไม่

ทุกวัน

2-4 วัน / ครั้ง

5-7 วัน / ครั้ง

2. ทักษะภาษาจีนที่ท่านใช้มากที่สุดในการทำงาน (5 หมายถึง มากที่สุด, 4 หมายถึง มาก, 3 หมายถึง ปานกลาง, 2 หมายถึง น้อย, 1 หมายถึง น้อยที่สุด)

..... การฟัง

..... การพูด

..... การอ่าน

..... การเขียน

3. โดยปกติท่านใช้ภาษาจีนติดต่อกับผู้ใด (เลือกได้หลายข้อ)

นักท่องเที่ยวชาวจีน

พนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำประเทศจีน

บริษัททัวร์

อื่นๆ

4. การใช้ภาษาจีนในการทำงานของท่าน

รายการการใช้ภาษาจีน	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด	0 ไม่ เคย
1. แปลเอกสารภาษาจีนเป็นภาษาไทย						
2. แปลเอกสารภาษาไทยเป็นภาษาจีน						
3. จัดทำ Website ภาษาจีนของการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย						

รายการการใช้ภาษาจีน	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด	0 ไม่ เคย
4. จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ภาษาจีนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย						
5. ให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวจีน						
6. ติดต่อสื่อสารกับบริษัททัวร์ที่ประเทศจีน						
7. ติดต่อประสานงานกับพนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำประเทศจีน						
8. ให้ข้อมูลข่าวสารกับสำนักข่าวของประเทศจีน						

การใช้ภาษาจีนในการทำงานด้านอื่นๆของท่าน (ถ้ามี)

.....

.....

5. ท่านเคยไปดูงานที่ประเทศจีนกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือไม่
- เคย (ข้ามไปส่วนที่ 3) ไม่เคย

6. ท่านมีความสนใจไปดูงานที่ประเทศจีนกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือไม่
- สนใจ เพราะ
- ไม่สนใจ เพราะ

ส่วนที่ 3 ปัญหาการใช้ภาษาจีนที่พบในการทำงานของพนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

รายการปัญหาที่พบ	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
1. การแปลเอกสารจากภาษาจีนเป็นภาษาไทยให้ถูกต้องเหมาะสม					
2. การแปลเอกสารจากภาษาไทยเป็นภาษาจีนให้ถูกต้องเหมาะสม					

รายการปัญหาที่พบ	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
3. การติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวจีน					
4. การให้ข้อมูลและทำความเข้าใจกับบริษัท ทัวร์ที่ประเทศจีน					
5. การติดต่อประสานงานกับสำนักงานการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำประเทศ จีน					
6. การติดต่อประสานงานกับสำนักข่าวของ ประเทศจีน					

ส่วนที่ 4 การพัฒนาความรู้ภาษาจีนของพนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1. ท่านคิดว่าจำนวนพนักงานที่มีความรู้ภาษาจีนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปัจจุบันเพียงพอต่อความต้องการหรือไม่

- เพียงพอ เพราะ
- ไม่เพียงพอ เพราะ

2. ท่านต้องการให้มีการอบรมภาษาจีนแก่พนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือไม่

- ต้องการ เพราะ
- ไม่ต้องการ (ข้ามไปข้อ 5) เพราะ

ท่านคิดว่าควรมีการอบรมภาษาจีนเพิ่มเติมในด้านใด (เลือกได้หลายข้อ)

- ไวยากรณ์ บทสนทนา
- การเขียน คำศัพท์ด้านการท่องเที่ยว
- คำศัพท์ธุรกิจ คำศัพท์ด้านการให้บริการ
- อื่นๆ

3. ท่านคิดว่าควรมีการอบรมภาษาจีนให้กับพนักงานตำแหน่งใดบ้าง เพราะเหตุใด

.....

.....

4. ท่านคิดว่าควรมีการแก้ไข้ปัญหาและพัฒนาการใช้ภาษาจีนของพนักงานในปัจจุบันอย่างไรบ้าง

.....
.....

5. ข้อเสนอแนะ (ถ้ามี)

.....
.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ



附录三：泰国国家旅游局职员的访谈内容

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง การเพิ่มการบริการด้านภาษาจีนเพื่อผลักดันชาวจีนมาเที่ยวไทย
: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การเพิ่มการบริการด้านภาษาจีนเพื่อผลักดันชาวจีนมาเที่ยวไทย : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” ของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลในงานวิจัยจึงขอความกรุณาจากผู้ให้สัมภาษณ์ให้ข้อมูลตามความเป็นความจริง ผู้วิจัยจึงขอขอบคุณท่านที่ให้ข้อมูลมา ณ ที่นี้

สัมภาษณ์วันที่	28 พฤศจิกายน 2559	ตั้งแต่เวลา	10.00 ถึง 12.00 น.
ชื่อ-สกุลผู้สัมภาษณ์	นางสาวกัญญา ฤทธิพัฒน์		
สถานที่สัมภาษณ์	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่		
<u>ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์</u>			
ชื่อ-สกุล	คุณตุลพาท เจริญจิตต์	เพศ ชาย	
ตำแหน่งงาน	พนักงานการตลาด		
ฝ่าย	กองตลาดเอเชียตะวันออก		

ประเด็นการสัมภาษณ์

ตอนที่ 1 นโยบายการส่งเสริมนักท่องเที่ยวชาวจีนมาเที่ยวประเทศไทยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1.1 ประวัติความเป็นมาและบทบาทหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นอย่างไร

ปี พ.ศ. 2467 กรมพระเจ้าบรมวงศ์เธอพระเจ้า การรถไฟฯ ตั้งแผนกโฆษณาขึ้น ได้จัดตั้งกรมโฆษณา
ปี พ.ศ. 2492 กรมเห็นความสำคัญเรื่องการท่องเที่ยวมากขึ้น มติให้กรมโฆษณาปรับเปลี่ยนจาก
กรมโฆษณา สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว อยู่ภายใต้กระทรวงพาณิชย์

ปี พ.ศ. 2501 จอมพลสฤษดิ์ สนใจเรื่องการท่องเที่ยว อยากให้การท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อน
เศรษฐกิจ ประกาศ องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2502 แยกมาเป็น อสท.

ปี พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติ จัดตั้งเป็นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ตอนแรกมี
เฉพาะการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นหลักส่วนใหญ่ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และให้การ
คุ้มครองความปลอดภัยให้ท่องเที่ยว

ปี พ.ศ. 2545 เป็นต้นมา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจอยู่ภายใต้สังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

1.2 บทบาทหน้าที่ของกองตลาดเอเชียตะวันออก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แก่อะไรบ้าง

ในปัจจุบัน กองตลาดเอเชียตะวันออก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีหน้าที่ส่งเสริมประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการตลาดของกลุ่มประเทศที่อยู่ในเอเชีย ประเทศที่เป็นพรมแดน ซึ่งประเทศหลักๆ ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวันฮ่องกง ซึ่งในประเทศจีน เรามีสำนักงาน ททท. ทั้งหมด 5 แห่ง ได้แก่ ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ คุนหมิง เฉิงตู และกวางโจว

บทบาทหน้าที่ของกองตลาดเอเชียตะวันออก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1.2.1 มีหน้าที่ส่งเสริมนักท่องเที่ยวประเทศในเอเชียมาเที่ยวประเทศไทย

1.2.2 ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้มีโอกาสไปทำการขายในกลุ่มประเทศเหล่านั้นอย่างมีประสิทธิภาพ โดยปกติผู้ประกอบการของไทยจะเป็นตัวกลางนำแพ็คเกจไปขายกลุ่มเป้าหมายในประเทศเหล่านั้น ปกติผู้ประกอบการจะขายแพ็คเกจอยู่แล้วกับคู่ค้าที่ต่างประเทศ วิธีการที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดคือ นำผู้ประกอบการของไทยที่มีศักยภาพของไทยพาไปประเทศจุดหมายปลายทาง เพื่อไปพบผู้ประกอบการที่สำนักงานททท.ในพื้นที่คัดสรรมาแล้ว

1.2.3 ประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

1) หน่วยงานในประเทศ เช่น กรมการท่องเที่ยว, กระทรวงต่างประเทศ, กระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น

2) หน่วยงานต่างประเทศ เช่น CNTA ของจีน, สถานกงสุล, สถานทูต เป็นต้น

นอกจากนี้ยังรวมถึง สื่อมวลชนทั้งไทยและต่างประเทศ เนื่องจากการส่งเสริมประชาสัมพันธ์สิ่งที่ขาดไม่ได้คือการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย

ส่วนที่ 1 สื่อมวลชนในประเทศไทย ในกรณีไปจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดไม่ว่าจะจัดในประเทศไทยหรือในต่างประเทศ ททท. ก็จะนำสื่อมวลชนในประเทศไทยเดินทางไปด้วย เพื่อจะได้นำข่าวและข้อมูลต่างๆกลับมาเผยแพร่ โดยสื่อมวลชนในไทยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) สื่อมวลชนท้องถิ่น เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์; 2) สำนักข่าวต่างประเทศที่อยู่ในประเทศไทย ก็ต้องพาไปเหมือนกัน

ส่วนที่ 2 สื่อมวลชนในประเทศกลุ่มเป้าหมาย สำนักงาน ททท. ในต่างประเทศจะเป็นผู้เชี่ยวชาญมาร่วมงาน เพื่อนำข้อมูลข่าวสารกิจกรรมต่างๆมาเผยแพร่ต่อไป

1.2.4 บริหารจัดการภาวะวิกฤต ถือเป็นหน้าที่ของ ททท. เช่นกัน โดยเฉพาะกองตลาดเอเชียตะวันออก เมื่อเกิดเหตุการณ์ภาวะวิกฤต เนื่องจากตลาดเอเชียตะวันออกเป็นตลาดที่ค่อนข้างอ่อนไหวง่าย ไม่ว่าจะเกิดเหตุการณ์อะไรขึ้นในประเทศไทย กลุ่มที่มีผลกระทบมากที่สุดคือ ตลาดเอเชียตะวันออก เช่น จีน ญี่ปุ่น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะคำนึงถึงเรื่องความ

ปลอดภัย อย่างไรก็ตาม ถึงแม้นักท่องเที่ยวมีความประสงค์จะมาเที่ยวแต่บริษัททัวร์ก็ไม่ใช่ เนื่องจากทางรัฐบาลประเทศเหล่านี้ได้มีประกาศเตือนเพื่อให้ประชากรของเขาระมัดระวังการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย เนื่องจากทางรัฐบาลเขาคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดย ททท. ก็ได้มีการจัดการปัญหานี้เช่นกัน โดยการเผยแพร่ข้อมูลด้านที่ดีของประเทศไทยในขณะนั้น ให้กับนักท่องเที่ยวทราบในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

- 1) ทำสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น ป้ายโฆษณา วิดีโอเผยแพร่ การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว
- 2) ให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่ยังเดินทางท่องเที่ยวได้ในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเห็นว่าพื้นที่ที่เกิดเหตุเป็นเพียงส่วนหนึ่งของประเทศไทยเท่านั้น ดังนั้นจึงไม่ต้องกังวล นักท่องเที่ยวยังสามารถเดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทยได้ปกติ
- 3) สร้างความเข้าใจให้กับผู้ประกอบการที่อยู่ในต่างประเทศว่าประเทศไทยไม่ได้เกิดเหตุการณ์ร้ายแรง หรือกรณีเกิดเหตุการณ์ร้ายแรง ทางรัฐบาลไทยก็มีมาตรการต่างๆ เพื่อดูแลนักท่องเที่ยว ซึ่ง ททท. จะมีหน้าที่ในการนำข้อมูลข่าวสารเหล่านี้ไปเผยแพร่ให้กับนักท่องเที่ยว ผ่านช่องทางต่างๆ ของ ททท. ไม่ว่าจะเป็นช่องทางของ ททท. ที่อยู่ในส่วนกลาง เช่น Website หนังสือพิมพ์ เป็นต้น และที่ช่องทางของ ททท. ในต่างประเทศในพื้นที่เป้าหมาย เช่น ในประเทศจีนก็จะมีหนังสือแจ้งไปที่สำนักงานททท. ที่จีนให้เผยแพร่ข้อมูลที่เราจัดทำไว้ผ่านช่องทางของสำนักงาน ททท. ไม่ว่าจะเป็น Website สื่อมวลชน หรือการพบปะเจอเจ็นซี หรือส่งเอกสารไปตามสำนักข่าวต่างๆ เพื่อสร้างความเข้าใจกับนักท่องเที่ยว

1.2.5 ประสานงานกับสำนักงาน ททท. ในต่างประเทศ นโยบายต่างๆ ของ ททท. สำนักงานใหญ่ ที่ต้องเกี่ยวข้องกับสำนักงานต่างประเทศ ทางกงสุลตาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะเป็นผู้ประสานงาน

1.3 สถานการณ์นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเที่ยวประเทศไทยในปัจจุบันและอนาคตเป็นอย่างไร

ตลาดจีนเป็นตลาดที่ค่อนข้างใหญ่มาก มีประชากรเดินทางออกนอกประเทศประมาณ 10% ได้แก่ กลุ่มที่มี passport ประชากรจีนไม่ได้มี passport ทุกคน ในส่วน 10% ที่เดินทางออกนอกประเทศ มีแค่ 8% ที่เดินทางมาประเทศไทย ดังนั้นกลุ่มตลาดจีนมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดด หากไม่เกิดภาวะวิกฤตในประเทศไทย โดยที่ผ่านมามีตัวเลขของนักท่องเที่ยวจีนมีปริมาณเพิ่มขึ้นตลอด แนวโน้มของสิ้นปี 2559 คาดการณ์ว่าจะมีประมาณ 8.5 ล้านคน ซึ่งบวกขึ้นมาประมาณ 6% เหตุผลที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นน้อย ได้แก่ 1) ปัญหาจากรื่องการแก้ไขปัญหาคอร์รัปชันเหรียญเหรียญ 2) วันตรุษจีน ปี 2560 อยู่เดือนมกราคม ทำให้นักท่องเที่ยวจีนบางคนจะยังไม่เที่ยวช่วงสิ้นปี 2559 แต่จะรอมานเที่ยวตรุษจีนปี 2560 ที่เดียว ดังนั้นตัวเลขของปลายปีนี้อาจจะไม่ได้ก้าวกระโดดอย่างที่เคยคาดการณ์เอาไว้ตั้งแต่ที่แรก

ททท. ก็ยังมุ่งหวังที่จะให้ปริมาณนักท่องเที่ยวจีนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีการกระตุ้นนักท่องเที่ยวกลุ่ม FIT ซึ่งกลุ่มเหล่านี้มีการตัดสินใจเดินทางที่ค่อนข้างจะรวดเร็วและได้รับผลกระทบน้อย ซึ่งจะแตกต่างจากกลุ่มทัวร์ที่ค่อนข้างอ่อนไหวง่าย ดังนั้น ททท. จึงมุ่งเน้นกลุ่ม FIT ด้วยเช่นกัน กลุ่ม FIT สัดส่วนประมาณ 60:40 ปัจจัยที่ทำให้กลุ่ม FIT ก็มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นทุกปี ได้แก่

- 1) เป็นกลุ่มวัยรุ่นหรือคนทำงานที่มีรายได้
- 2) มีการศึกษาสูงขึ้นกว่าสมัยก่อน บางคนก็เคยเรียนต่างประเทศมา
- 3) สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดี ไม่ต้องพึ่งพาไกด์
- 4) ใช้เทคโนโลยีต่างๆเป็นเครื่องมือช่วยในการท่องเที่ยว

1.4 นโยบายการส่งเสริมนักท่องเที่ยวชาวจีนมาเที่ยวประเทศไทยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2558-2559 ได้แก่อะไรบ้าง

ที่ผ่านมาประเทศไทยในเป็นประเทศจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจีนนิยมมาท่องเที่ยว ในสายตานักท่องเที่ยวชาวจีนมาเที่ยวประเทศไทยค่อนข้างคุ้มค่าในการเดินทาง เพราะสามารถ มาเที่ยว ชิม shopping ได้อย่างครบถ้วน ที่ผ่านมาททท.มีนโยบายในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวจีน โดยการทำให้ประเทศไทยอยู่ใน Top Destination ของนักท่องเที่ยวจีน นโยบายปี 2558-2559 ของ ททท.จะคล้ายกัน คือ จะมุ่งเน้นเรื่องของกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพมากขึ้น โดยแบ่งนโยบายตามกลุ่มนักท่องเที่ยว ดังนี้

- 1) กลุ่มนักท่องเที่ยวปกติ คือ กลุ่มบริษัททัวร์ที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย ททท. มีนโยบายจะส่งเสริมกลุ่มทัวร์คุณภาพมากขึ้น
- 2) กลุ่ม FIT คือ กลุ่มที่เดินทางมาเที่ยวเอง ททท. มีนโยบายในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวกลุ่ม FIT ให้เดินทางมาประเทศไทยมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่กล้าที่จะเดินทางสามารถเดินทางท่องเที่ยวเองได้ และที่สำคัญได้รับผลกระทบจากข่าวภาวะวิกฤตต่างๆ ททท. ได้มีการสนับสนุนนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ด้วยการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในการท่องเที่ยว เช่น Website, App, ข้อมูลการท่องเที่ยว ให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น
- 3) กลุ่ม Niche คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ เช่น กลุ่มแต่งงาน, กลุ่มจัดงานประชุม, กลุ่มนักกอล์ฟ, กลุ่มมาราธอน และกลุ่มรถคาราวาน เป็นต้น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างที่จะมีความสำคัญ เพราะว่าเป็นกลุ่มที่มีทุนทรัพย์และมาเที่ยวประเทศไทยเป็นเวลานาน ดังนั้น ททท. จึงมีนโยบายในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มาเที่ยวประเทศไทย โดยมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่น่าสนใจตลอด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มาเที่ยวประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

1.5 นโยบายต่างๆ ในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวชาวจีนมาเที่ยวประเทศไทยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีที่มาอย่างไร

ททท.จะมีการประชุมแต่ละปีเพื่อที่จะกำหนดแผนงานขึ้นมาว่าในปีนี้อยู่ในกลุ่มเป้าหมายของในแต่ละภูมิภาคจะเน้นกลุ่มตลาดกลุ่มไหน อย่างเช่น ตลาดเอเชียตะวันออกเราก็จะเน้นกลุ่มที่เป็นคุณภาพซึ่งที่มาของข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการพิจารณา ได้แก่

- 1) นำมาจากเรื่องของทิศทางของนักท่องเที่ยวโลก ว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวโลกมีพฤติกรรมและแนวโน้มในการท่องเที่ยวอย่างไร ข้อมูลจะมาจากวิจัยของ WTO (World Tourism Organization) แล้วนำมากำหนดนโยบายต่อไป เพื่อนโยบายต่างๆที่กำหนดขึ้นจะได้ตรงตามความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยว
- 2) นำมาจากงานวิจัยจากหลายๆ แห่ง ทั้งวิจัยจากต่างประเทศและสำนักงานททท. ในต่างประเทศ เพื่อจะได้ทราบทิศทางของนักท่องเที่ยวและนำมากำหนดนโยบาย ซึ่งแต่ละหน่วยงานก็จะเอาข้อมูลต่างๆเหล่านี้มาประชุมร่วมกัน และนำเสนอต่อที่ประชุมใหญ่เพื่อพิจารณานโยบายที่เหมาะสมที่สุด ทุกตลาดก็จะเป็นขั้นตอนการกำหนดนโยบายเหมือนกัน

1.6 กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้นโยบายส่งเสริมนักท่องเที่ยวชาวจีนมาเที่ยวประเทศไทยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2558-2560 มีอะไรบ้าง

กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. แบ่งออกเป็น 2 ประเภท

- 1) กิจกรรมตามเทศกาล ซึ่งประเทศไทยมีเทศกาลที่สำคัญตลอดทั้งปี โดยในแต่ละเทศกาล ททท. สำนักงานต่างประเทศก็จะกำหนดกิจกรรมที่แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ขึ้น นอกจากนี้ยังมีการร่วมมือกับโรงแรมและสายการบิน เพื่อจัดโปรโมชั่นพิเศษในช่วงเทศกาลต่างๆ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในเทศกาลต่างๆของประเทศไทย รวมไปถึงการตลาดสินค้ามาเที่ยวประเทศไทย นอกจากนี้ ททท. สำนักงานใหญ่ก็มีการได้จัดกิจกรรมแต่ละเทศกาลเช่นกัน โดยกิจกรรมต่างๆที่จัดขึ้นจะต้องสอดคล้องกับเทศกาล เช่น เดือนสิงหาคมเป็นวันแม่แห่งชาติ ททท. ก็มีการจัดกิจกรรมเดือนแห่งการท่องเที่ยวของผู้หญิง จะมีการเสนอข้อพิเศษต่างๆในการเดินทางมาเที่ยวไทย และจัดกิจกรรมที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวผู้หญิงมาเที่ยวไทย เป็นต้น
- 2) กิจกรรมพิเศษ เช่น กิจกรรมมาราธอน, กิจกรรมรถคาราวาน, กิจกรรมกอล์ฟ และการจัดงานแต่งงาน เป็นต้น

1.7 ปัญหาที่พบในการดำเนินงานและแนวทางการแก้ปัญหา

ปัญหาในการกำหนดนโยบายคือ ทิศทางของการท่องเที่ยวโลกมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อีกทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามากยิ่งขึ้น จึงทำให้เกิดปัญหาดังต่อไปนี้

- 1) การกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

- 2) ปัญหาเรื่องของคุณภาพการให้บริการผู้ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น จึงเกิดปัญหาการขาดบุคลากรการให้บริการ
- 3) ปัญหาการจราจร เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีการกระจุกตัวมากขึ้นจึงก่อให้เกิดปัญหาอุบัติเหตุ นักท่องเที่ยวเกิดความไม่ปลอดภัย จึงเป็นสิ่งที่เราจะต้องกำหนดนโยบายเพื่อจะส่งเสริมในเรื่องพวกนี้ให้เข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

ตอนที่ 2 สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำประเทศจีน

2.1 ประวัติความเป็นมาและบทบาทหน้าที่ของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำประเทศจีนเป็นอย่างไร

เริ่มแรก ททท. จัดตั้งสำนักงานที่ประเทศจีนที่แรกคือ สำนักงานฮ่องกง ซึ่งจะดูแลพื้นที่ประเทศจีนทั้งหมด แต่ตอนหลังมาททท. ได้เล็งเห็นว่าประเทศจีนกว้างใหญ่ไพศาล จึงได้มีการจัดตั้งสำนักงาน ททท. ปักกิ่ง, สำนักงานเซี่ยงไฮ้, สำนักงานคุนหมิง, สำนักงานเฉิงตู และสำนักงานกวางโจว ขึ้นตามลำดับ ซึ่งประเทศไทยถือว่าเป็นประเทศที่โชคดีมากที่สุดที่ทางการของจีนอนุญาตให้ตั้งสำนักงานได้ถึง 5 สำนักงาน ถือว่ามีจำนวนมากที่สุดหากเทียบกับประเทศอื่น เนื่องจากประเทศไทยและประเทศจีนมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกันมาเป็นระยะเวลาานาน

บทบาทหน้าที่ของสำนักงานประเทศไทย ได้แก่

- 1) มีหน้าที่ในการส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเทศไทยในตลาดจีนในพื้นที่ อย่างเช่น สำนักงานปักกิ่งก็ไม่ได้ดูแลพื้นที่แค่ปักกิ่งเพียงเมืองเดียว ก็จะดูแลพื้นที่รอบๆปักกิ่งด้วย ซึ่ง 5 สำนักงานนี้จะครอบคลุมพื้นที่เกือบทั้งประเทศจีน สำนักงานเหล่านี้ก็จะมีหน้าที่ส่งเสริมประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในพื้นที่ที่รับผิดชอบ
- 2) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่ ผู้ประกอบการเหล่านี้เป็นผู้ประกอบการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย และที่สำคัญที่ขาดไม่ได้เลยก็คือสื่อมวลชนที่อยู่ในพื้นที่ สำนักงานต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนกลุ่มเหล่านี้
- 3) ดำเนินการเรื่องของกิจกรรมด้านการตลาด เพื่อจะประชาสัมพันธ์และนำเสนอประเทศไทย โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

2.2 การจัดการบุคลากรภายในสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำประเทศจีนเป็นอย่างไร

การบริหารงานของ ททท. สำนักงานจีนจะอยู่ภายใต้การดูแลของ ผู้อำนวยการภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งจะดูแลสำนักงานเอเชียทั้งหมด โดยสำนักงานจีนทั้งหมด 5 สำนักงานก็อยู่ภายใต้การดูแลของท่าน การประชุมต่างๆที่เกิดขึ้นจะมีการประชุมได้ทั้งในประเทศไทยและในประเทศจีน หรือบางครั้งอาจจะมีการใช้วิธีประชุมผ่านระบบ Tele conference

สำหรับบุคลากรภายใน ททท. สำนักงานจีน จะมีทั้งพนักงาน ททท. ที่เป็นคนไทย และพนักงานที่เป็นคนจีนในพื้นที่ ซึ่งจะทำงานร่วมกัน

2.3 สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำประเทศจีนมีนโยบายส่งเสริมนักท่องเที่ยวชาวจีนมาเที่ยวประเทศไทยอย่างไรบ้าง

นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ททท. สำนักงานจีนจะใช้นโยบายเดียวกับนโยบายของกองตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จากสำนักงานใหญ่ คือทางสำนักงานใหญ่จะกำหนดนโยบายที่เป็นนโยบายหลัก หลังจากนั้นสำนักงานแต่ละพื้นที่ก็จะนำไปคิดเป็นกิจกรรมของตนเอง สำนักงานแต่ละพื้นที่ไม่สามารถกำหนดนโยบายเป็นของตนเองได้ เนื่องจากว่าต้องเป็นนโยบายของส่วนกลาง และในพื้นที่ก็นำไปกำหนดเป็นกิจกรรม ซึ่งจะสอดคล้องกับนโยบายหลัก เพื่อให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน เพราะไม่เช่นนั้นจะไม่สามารถวัดผลได้และจะไม่ตอบโจทย์นโยบายรวม

2.4 หากมีงานนิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ประเทศจีน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการจัดการบูธส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างไร อาทิเช่น ผู้ดูแลงาน, บุคลากรภายในบูธ, สื่อสิ่งพิมพ์, สื่อวีดิทัศน์ เป็นต้น

นิทรรศการท่องเที่ยวที่จัดที่ประเทศจีน จะจัดโดย ททท. สำนักงานใหญ่หรือสำนักงานที่จีนก็ขึ้นอยู่กับพื้นที่การจัดงาน สำหรับสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อวีดิทัศน์ที่ใช้ในการจัดงานจะมาจาก 2 ส่วน คือ ททท. สำนักงานจีนเป็นผู้จัดทำเองและสำนักงานใหญ่ ในแต่ละพื้นที่ก็จะมีการประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ของตัวเอง เช่น จัดทำโบว์ชัวร์ หรือ Website ของตนเอง เนื่องจากสำนักงานในแต่ละพื้นที่จะเข้าใจลักษณะตลาดในพื้นที่นั้นๆ นั้นๆ จึงทราบว่าควรจะประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อไหนจึงจะทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มตลาดได้มากที่สุด สำหรับบางส่วนที่นำมาจากสำนักงานใหญ่ก็มีเช่นกัน เช่น สมุดแจกเรื่องข้อปฏิบัติในการมาเที่ยวเมืองไทย เป็นเรื่องสร้างความเข้าใจอันดีกับนักท่องเที่ยวจีนในการเดินทางมาประเทศไทย มีทั้งแบบสิ่งพิมพ์, Digital, บน Website, Poster เป็นต้น

2.5 ผลตอบรับจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ประเทศจีนเป็นอย่างไร

สำหรับนักท่องเที่ยวเข้าไปใช้บริการสำนักงาน ททท. ที่ต่างประเทศ ต้องยอมรับว่าปัจจุบันสื่อดิจิทัลมีผลกระทบต่อคนข้างเยอะ ดังนั้นจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเข้าไปหาข้อมูลที่สำนัก ททท. อาจจะไม่มากเท่าสมัยก่อน เนื่องจากมีช่องทางหาข้อมูลหลากหลายช่องทาง แต่ก็จะมีนักท่องเที่ยวบางส่วนอยากจะมาขอข้อมูลและคำแนะนำที่สำนักงาน เพราะฉะนั้นสื่อสิ่งพิมพ์ภายในสำนักงานจึงยังต้องมีอยู่ แต่ก็จะเพิ่ม Website, Social Network และ Application เพิ่มเติมขึ้นมา เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการหาข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยว ไม่จำเป็นต้องเดินทางมาถึงสำนักงานก็สามารถหาข้อมูลท่องเที่ยวได้เช่นกัน

ตอนที่ 3 สื่อภาษาจีนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

3.1 ปัจจุบันการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เป็นภาษาจีนอะไรบ้าง

ส่วนที่ 1 สื่อของส่วนกลาง

- 1) เอกสาร Useful tip for happy holiday in Thailand
- 2) CD เรื่อง Do and Don't ที่เกี่ยวกับแก้ปัญหาพฤติกรรมไม่พึงประสงค์ของนักท่องเที่ยวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องจากนักท่องเที่ยวจีนบางส่วนไม่รู้ถึงวัฒนธรรมและข้อปฏิบัติในการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยจะมีการนำ CD นี้ไปฉายให้กับนักท่องเที่ยวได้ดู
- 3) Poster เรื่อง Do and Don't
- 4) <https://tourismthailand.org/home>
- 5) Social Network ของส่วนกลางจะมี Weibo จะเป็นข้อมูลจากสำนักงานใหญ่ ซึ่ง ททท. สำนักงานจีนสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ได้
- 6) คู่มือสถานที่ท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 สื่อของสำนักงานจีน

- 1) <https://cn.tourismthailand.org/home> โดยจะมี ททท. สำนักงานเชียงใหม่เป็นผู้ดูแลภาษาจีน
- 2) สำนักงาน ททท. ในพื้นที่ทั้ง 5 จะมี Website ของตนเองเช่นกัน เพราะกลุ่มเป้าหมายแต่ละพื้นที่จะมีพฤติกรรมและความชื่นชอบแตกต่างกัน
- 3) Social Network ของแต่ละสำนักงาน เช่น Weibo, Wechat เป็นต้น เพื่อเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์กลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น
- 4) สื่อประชาสัมพันธ์ด้านอื่นๆ เช่น Poster และโบว์ชัวร์ต่างๆ เป็นต้น สำนักงานในพื้นที่จะเป็นผู้ดำเนินการเอง เพราะว่าแต่ละพื้นที่ความสนใจของนักท่องเที่ยวก็各不相同 วิธีการนำเสนอจึงแตกต่างกัน
- 5) คู่มือสถานที่ท่องเที่ยวที่แต่ละสำนักงานจัดทำขึ้น

3.2 สื่อฉบับภาษาจีนของ ททท. มอบหมายให้หน่วยงานใดรับผิดชอบเรื่องการแปลภาษาจีน

การแปลสื่อของ ททท. เป็นฉบับภาษาจีนมีที่มาจาก 2 ส่วน ได้แก่

- 1) มอบหมายให้สำนักงานจีนแปล
- 2) มอบหมายให้สถาบันที่น่าเชื่อถือแปล

3.3 ปัญหาที่พบเกี่ยวกับสื่อภาษาจีนของ ททท. ในปัจจุบันได้แก่อะไรบ้าง

ปัจจุบันยังไม่พบปัญหาในการจัดทำสื่อภาษาจีนของ ททท. เนื่องจากเป็นหน้าที่หลักของททท. อยู่แล้ว นอกจากนี้ ททท. ยังมีบุคลากรที่เชี่ยวชาญทั้งด้านการท่องเที่ยวและภาษา จึงไม่มีปัญหาในการจัดทำสื่อต่างๆ

อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่แท้จริง คือ ปัญหาการนำไปใช้ โดย ททท. ได้ดำเนินการจัดทำอย่างเต็มความสามารถ แต่บางครั้งอาจไม่ถึงกลุ่มตลาดมากเท่าที่ควร ททท. จึงต้องดำเนินการสร้างสื่อหลากหลายรูปแบบเพื่อที่จะสามารถประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆ ไปถึงกลุ่มเป้าหมายได้แพร่หลายมากยิ่งขึ้น

3.4 ทิศทางการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์ภาษาจีนและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ภาษาจีนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในอนาคตจะเป็นอย่างไรต่อไป

จะต้องมีการอัปเดตข้อมูลต่างๆ ให้ทันสมัยตลอดเวลา เนื่องจากเมื่อเวลาผ่านไปข้อมูลบางอย่างอาจล้าสมัยไปแล้ว การอัปเดตข้อมูลให้ทันสมัยจึงเป็นสิ่งสำคัญในการจัดทำสื่อ นอกจากนี้จะมีเรื่องการปรับรูปแบบของสื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เช่น การปรับขนาดสื่อให้เล็กลง, การทำสื่อออนไลน์มากยิ่งขึ้น เป็นต้น เพื่อจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ถึงแม้เราจะพัฒนาสื่อออนไลน์มากขึ้น แต่สื่อสิ่งพิมพ์ก็ยังคงมีความจำเป็นจะต้องมีอยู่ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายบางกลุ่มไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต ดังนั้นถึงแม้เราจะพัฒนาสื่อออนไลน์มากขึ้น แต่ก็ไม่ควรที่จะยกเลิกสื่อสิ่งพิมพ์เช่นกัน

ขอขอบคุณที่กรุณาให้ความร่วมมือ

致 谢

本论文是在导师刘丽芳博士教授的细细指导下完成的。首先，我要感谢我的导师，感谢导师的耐心指教，让我硕士论文能顺利完成。这一年来，我在选论文题目及研究过程中都得到了导师的悉心指导。导师付出了很多时间和精力来指导这本论文。导师不仅给我几次修改论文中的内容，而且常常提供了许多宝贵的建议。由于导师的关心及帮助，使我能够顺利的完成这本硕士论文。在您的指导下，不只是我的汉语写作水平有进一步发展，而我在各方面的能力都得到了相应的提高。诚心感谢导师一直对我关心和帮助。

其次，这两年来，感谢李耀武老师、赵平老师和每位老师给我许多珍贵知识。特别是李耀武老师，从开始选论文题目过程中，老师一直给我介绍，提出很多建议及提出解决问题方法，并给我很多有关论文的资料。此外，老师还教了我论文写作，让我能顺利完成开题报告。

感谢父母和叔叔的支持、鼓励和关心。有时候我觉得很灰心，父母总是鼓励我和相信我能完成目标。因此，我才坚持写完这本硕士论文。诚心感谢您们对我的理解与支持，让我学会克服困难，以及变得更有耐心。

感谢每位同学们的支持和帮助。从一年级，我们就一起学习。到了二年级的时候，我们还是一直互相帮组，互相给予建议和支持。

最后，感谢每位泰国国家旅游局职员的合作。特别是 Mr.Dullapah Jaroenjitt，感谢您付出宝贵时间与给予珍贵的资料。如果没有您们的资料，本论文就缺少重要有关的资料。此外，感谢 100 名中国游客的合作，帮助我完成问卷调查。衷心感谢各位的支持。

王秀娟

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล นางสาวกัญญา ภูริพัฒน์ (王秀娟)
วัน เดือน ปีเกิด 3 เมษายน 2535
ที่อยู่ปัจจุบัน 4 ซอยทรายทอง 2 (ซอยสวนกุหลาบ) ถนนติวานนท์ ตำบลท่าทราย
 อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000

ประวัติการศึกษา
พ.ศ. 2556 คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
 ศิลปศาสตรบัณฑิต (ภาษาจีน)

ประวัติการทำงาน
พ.ศ. 2557 – ปัจจุบัน ครูสอนพิเศษภาษาจีน
พ.ศ. 2558 – ปัจจุบัน เลขานุการผู้บริหาร
 บริษัท คอมมิวนิเคชั่น แอนด์ ซิสเต็มส์ โซลูชั่น จำกัด(มหาชน)