



**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**
**RESEARCH ON MANDARIN SERVICE OF WELLNESS
TOURISM IN THAILAND: A CASE STUDY ON
ANANTARA RIVERSIDE BANGKOK
RESORT & SPA**

吴小深 *

范军 博士 副教授 **

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。问卷调查的结果标出如下：

42% 的人员能使用中文拥有汉语技能，却所但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。，而并觉得听力和口语对汉语学习比阅读和写作重要，而且他们相当同意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，提高企业自己的竞争力。

关键词：汉语服务 养生旅游 水疗度假村 旅游业

ABSTRACT

Nowadays, the market of tourism industry in Thailand has been growing steadily as evidenced by the increasing number of foreign visitors. Among them, Chinese hold the highest number. Therefore it is a very interesting subject to study.

* SPANROONG PATTARAKITTIJAROEN 泰国华侨崇圣大学中国语言文化学院 2016 年 文学硕士学位（商业汉语）论文

** FAN JUN; Assoc.Prof.Dr. 指导老师：泰国华侨崇圣大学中国语言文化学院 M.A. (CBC) 教师



Chinese visitors are a particularly attractive target group. Currently, wellness tourism is one of the most popular creative tourism. that has been very popular is wellness tourism. This researcher is focused on the service of Anantara Riverside Bangkok Resort and Spa, they which provides Mandarin for Chinese visitors

In this study, the researcher interviewed training manager about the importance of providing Mandarin service: training Mandarin to their employees its policy and the usage of using marketing tools to reach Chinese customers. In addition, the researcher used questionnaires to collect data from a sample of 50 Anantara's employees. The results are as follows:

From the data gathering, it is shown that 42% Forty-two percent of the employees despondences can speak Mandarin, but with only low proficiency, while However, about 90% ninety percent of those them having problem difficulty in using Mandarin. Hence, it is They feel that it is necessary to have a Mandarin training class as in employees' opinions. Particularly, they think that listening and speaking skill is more important that reading and writing skill. They are highly willing to attend the training.

The researcher has proposed guidelines for Chinese language and culture training as well as the recommendation to the wellness tourism organization, and pointed out the . By using the advantages of Mandarin service as a mean to increase competitive advantage., the wellness organization will increase their ability in making their organization a success.

Keywords: Mandarin Service, Wellness Tourism, Resort and Spa, Tourism

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันตลาดธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้น มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทย โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนมากที่สุด ซึ่งนับว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง และปัจจุบันธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก คือ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ โดยผู้วิจัยได้นำโรงแรมอนันตรา ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ รีสอร์ทแอนด์สปามาเป็นกรณีศึกษา ด้านการให้บริการภาษาจีนของพนักงาน ซึ่งได้สัมภาษณ์ผู้จัดการฝ่ายฝึกอบรมเกี่ยวกับที่มาของการให้ความสำคัญด้านบริการภาษาจีนการจัดอบรมภาษาจีน และการใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าชาวจีน นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างพนักงานอนันตราจำนวน 50 คน ซึ่งผลสำรวจที่ได้ มีดังนี้

ผลสำรวจพบว่าพนักงาน 42% ที่มีทักษะในการใช้ภาษาจีนแต่ระดับความสามารถของทักษะในแต่ละด้านอยู่ในระดับต่ำที่สุด ซึ่ง 90% ของพนักงานนั้นพบปัญหาด้านการสื่อสารกับลูกค้าที่ใช้ภาษาจีนและด้านทัศนคติต่อภาษาจีน พบว่า พนักงานมองว่า การฟัง



และการพูดมีความสำคัญกับการเรียนในระดับที่สูงกว่าการเขียนและการอ่าน หากมีการอบรมภาษาจีนพนักงานส่วนใหญ่ต้องการที่จะเข้าร่วม และพนักงานมีความเห็นว่าหากเขาสามารถสื่อสารภาษาจีนได้ลูกค้าชาวจีนจะมีความพึงพอใจในการให้บริการเพิ่มขึ้น ไม่มีในจีน/อังกฤษ

เมื่อได้ผลสำรวจจากแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางในการจัดอบรมด้าน ภาษาและวัฒนธรรมจีน รวมไปถึงข้อเสนอแนะในการพัฒนาองค์กรสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ โดยใช้ประโยชน์จากการเรียนรู้ภาษาจีน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

คำสำคัญ: การบริการด้านภาษาจีน การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รีสอร์ทแอนด์สปา การท่องเที่ยว

绪论

一、研究背景和意义

目前，来泰国旅游的游客逐年递增，根据泰国国家旅游局旅游与体育部（2015）统计，2015 年来泰国旅游的外国游客人数为 29,881,091 人，游客来自不同的国家，有着不同的文化背景。由此可以看出，在与外国人沟通时，语言是主要的障碍之一。语言作为沟通的桥梁，可以让人们交流更加便捷，相互理解。在到泰国旅游的外国人中，中国人占大部分，人数为 7,934,791 人，占总游客量的 26.55%。随着中国游客涌入，不管是食宿还是购物方面，汉语服务的需求日渐增加。因此，泰国很多企业都专门配套了汉语服务，以满足游客的需求。

随着经济的发展，现代人生活节奏快，工作压力大，养生旅游这一概念开始广泛普及。养生旅游是指通过物理手段或疗法，促进健康，并获得心理和精神上的幸福为目的的出行方式，如今已成为了一种非常流行的创意旅游。养生旅游在泰国是一个具有巨大商机的朝阳产业，泰国自然资源的得天独厚，旅游产业发展成熟，所以，许多外国游客愿意选择到泰国养生旅游。在调查中发现，选择水疗及保健服务的外国游客，消费总额超过了 300 亿泰铢，增长率为 15%。其中，中国游客是一个巨大的市场，中国人注重养生保健，为了缓解压力，养生旅游成为了他们最好的选择。并且研究者对养生旅游也有极大地兴趣。（สมาคมสปาไทย, [Online], 2015）

本研究侧重于水疗产业，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进行研究。曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村（Anantara Riverside Bangkok Resort & Spa）旗下开设有养生旅游。目前，安纳塔拉（Anantara）拥有 400 多间客房，提供独特的水疗按摩和餐饮服务。拥有超过 500 名的服务人员。中国游客占游客总量的 20%，较之 2015 年增长约 10%。基于以上，安纳塔拉（Anantara）开始重视汉语服务。研究者本身对养生旅游这一课题具有极大的兴趣，所以就曼谷安纳塔拉河畔水疗度假村的项目来调查汉语服务的状，分析研究汉语服务对安纳塔拉（Anantara）的影响，提出对安纳塔拉（Anantara）服务人员汉语培训的建议，让泰国养生旅游市场意识到汉语服务的重要性，凭借汉语服务这一媒介，打开发展中国市场。



二、研究范围与对象

本论文旨在研究泰国曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的汉语服务。度假村位于曼谷市吞武里区 Charoennakorn 路 257/1-3 号

根据公司限制仅允许调查 50 位服务人员，所以在本研究就针对 50 位服务人员进行问卷调查，并采访 1 位训练经理。

三、研究目的

本论文研究的目的是通过分析泰国养生旅游中汉语服务的运用，发现市场存在的机遇和挑战：

1. 研究在泰国养生旅游的发展前景以及汉语对发展所产生的影响。
2. 以泰国曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的样本组应用汉语服务的现状为例，寻找所遇到的问题和挑战。
3. 探讨泰国养生旅游贸易应对机遇和挑战的措施。

四、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，并且以安纳塔拉的汉语服务和服务人员对汉语培训的需求进行分析。调查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。

五、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. 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。
2. 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。

六、研究创新性

通过对文献的查阅，发现有关养生旅游的研究和论述已有不少。不过，针对泰国养生旅游汉语服务的研究仍然不多。于此基础上，研究者着手于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。

养生旅游的概念

(一) 养生旅游服务的概况

1. 养生旅游的含义

养生旅游这一概念开始广泛普及。养生旅游是指通过物理手段或疗法，促进健康，并获得心理和精神上的幸福为目的的出行方式，养生旅游往往与医疗旅游相提并论，因为两者提倡的都是健康旅游，用健康的理念促进旅客消费。但是两者也有区别，养生游客寻求的是主动或保持健康的生活质量，其功能侧重于预防，而医疗游客出行通常是被动接受治疗，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（姜若愚，[Online]，2015）

2. 国际养生旅游的市场

斯坦福研究机构（2013）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 4 千 4 百亿美元而占全球旅游支出的 14% 左右。它直接创造了世界约 12 百万个就业机会，并拥有 1.3 万亿美元总经济影响时。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（SRI International，[Online]，2013）

3. 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：

(1) 水疗（理疗）养生

水疗度假村是养生旅游方式流行之一，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。（周玲强，2010：38）

(2) 健康中心

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。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。（周玲强，2010：38）

(3) 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。（周玲强，2010：38）

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。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，但在泰国养生旅游的大量企业主要还是以水疗中心为主，为了更清楚地了解这个市场，所以作者意在这项研究主要集中于水疗养生服务，这将在下一章中讨论。

(二) 泰国养生旅游发展情况

1. 泰国养生旅游开发

如果回到 10 年前会发现，泰国的养生旅游并不广泛，也不为人所知。但现在，泰国社会老龄化现象严重。这些人通常事业成功，生活上追求品质。包括城市的扩张，人们为了逃离喧嚣，都在寻找平和的地方治疗身体和心灵。以前的人总是发现疾病以后才开始治疗，养生旅游则注重预防和保健。因为养生旅游被认为是有创造力的一种形式，带来经济效益的同时，也能使旅客身体健康，渐渐地养生旅游变得非常流行。

2. 泰国组合式养生疗程

泰国组合式养生疗程是根据很多世纪前的养生疗法而来的，泰国人使用古式疗法保持身体健康，然后把这些知识整合成为现在的养生疗法，成为一个独特的泰国组合式养生疗程。例如，泰式按摩、全身草药按摩药裹、脸部足底按摩等。除了提供泰国组合式养生疗程服务，还运用自然疗法和全身理疗。不仅通过好感官的体验，更要重于心灵部分。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灵等。此外，泰国是一个具有悠久历史的国家，有许多著名的旅游胜地、独特的艺术文化，泰国人温和而有礼貌。因此，泰国的养生旅游是有非常大吸引力的。

3. 泰国水疗养生的市场

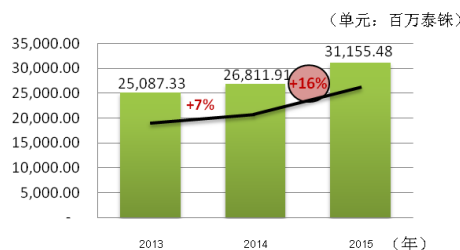


图 1: 外国游客在泰国水疗养生的市场价值

资料来源: 泰国水疗协会, 2015

目前, 泰国具有卫生部证书的水疗养生企业超过 1600 家。2015 年, 水疗养生市场价值超过 3.1 亿泰铢。相较于 2014 年同比增长 16%, 这比 2013 - 2014 年的增长率多了一倍 (图 1)。消费的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有吸引力的市场。此外, 泰国还有很多美丽的自然景点和新鲜的空气, 如森林、瀑布、河流、海滨、山脉等。而泰国人的特征是友好、大方、温柔和客气。这样更大大增强了泰国的养生旅游市场受欢迎的程度, 从而吸引大量的游客前来 (สมาคมสปาไทย., [Online], 2015)

现在泰国著名的水疗养生企业有很多, 比如, Anantara、Chiva-Som、Kamalaya Koh Samui、The Oasis Spa、Six Senses、Sheraton、Amatara 和 Banburee 等。这些泰国养生度假村大部分提供综合体服务, 但他们的亮点是健康养生, 包括保健疗法, 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, 但还顾及到游客的心灵健康。

(三) 中国游客激增对泰国养生旅游贸易的影响

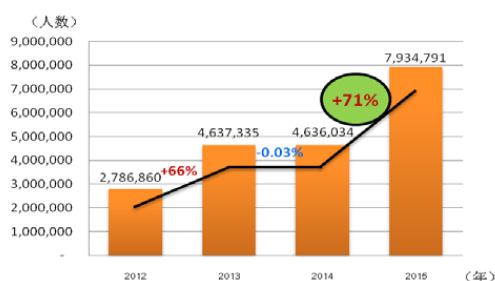


图 2: 2012 - 2015 年在泰国的中国游客人数

资料来源: 旅游厅旅游与体育部, 2015 年的旅游情况报告

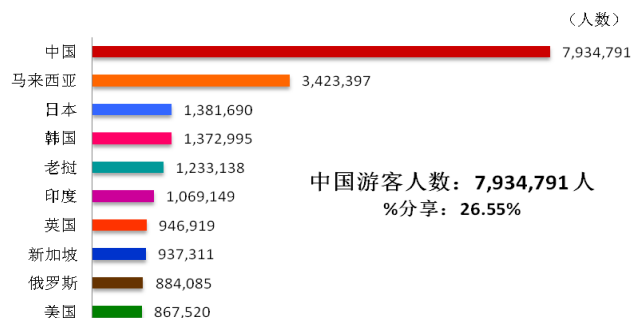


图 3:2015 年进入泰国的外国游客排名

资料来源: 旅游厅旅游与体育部, 2015 年的旅游情况报告

根据数据发现, 近年来中国游客不断增加。2015 年中国游客的人数为 7,934,791 人, 比 2014 年增加了 71%, 中国游客位列游客总人数的第一 (图 2)。2015 年, 中国游客到泰国 旅游人数将近 800 万人, 占总游客的 26.55% (图 3)。此外, 在泰国拍摄的电影“泰囧”和“唐人街探案”, 在影片中展示了泰国的传统文化, 如泼水节, 泰国拳击等, 让更多地人了解 泰国。这是另一个吸引中国游客到泰国旅游的因素之一 (泰国旅游局、旅游业和体育部, 2015: 10)

不同国家有不同的风俗、文化, 在跨文化交流当中, 最重要的就是语言, 它能帮助我们更加便捷的沟通和互相理解。随着来泰国的中国游客不断增加, 不论在吃、住、行哪个方面, 都产生了巨大的汉语服务需求, 因此, 企业要发展中国市场, 必须提供更加便捷的汉语服务。

基于此, 泰国很多旅游服务都快速提高自己的能力, 更加重视汉语服务, 使这些企业能面对更激烈的市场竞争。为了吸引中国游客, 把握住市场机会, 在本文中, 作者将曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村作为案例研究, 在下一章中有讨论。

曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的汉语服务调查

(一) 曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的现状

1. 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 (Anantara, [Online], 2016)

2. 曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的服务

(1) 客房

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, 泰式风格设计, 建立在城市宁静的氛围中。目前, 曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村总共提供了 500 多间客房。

(2) 餐厅或酒吧

安纳塔拉拥有餐厅和酒吧, 提供多达 10 种不同的风格, 为客户以供选择的选项。



(3) 水疗中心

安纳塔拉水疗中心在世界范围内颇负盛名。度假村水疗中心的亮点是葱郁的、曲径通幽的景观花园。而且还提供传统泰式按摩的独特理疗，融合各种古老疗法和现代技巧，为舒缓压力，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，由专业人员提供服务，客户可以预定治疗时间。专家们会向客户提供咨询，使客户得到身体和精神的放松，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。

(4) 休闲活动

度假村不仅周围环境安宁静逸，而且安纳塔拉还提供休闲活动场所，比如，游泳池，按摩池，泰式烹饪班，健身房，网球场，儿童俱乐部，商务中心等。

此外，安纳塔拉可以根据客人的需求在酒店附近安排游览。度假村外有许多景点，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。

(二) 曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的汉语服务调查的结果

本次调查分为两部分，研究者划分了调查分为两部分：一、采访 1 位安纳塔拉训练经理；二、对 50 位安纳塔拉的人员进行问卷调查。

1. 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汉语服务培训经理发现，目前在安纳塔拉的中国游客占有所有客户的 20%，并有稳步上升的趋势。原因之一是来自老客户的口碑，还有代理的支持。另一个主要原因是受到中国电影的影响。虽然在 2015 年间有政治风波、爆炸等负面的影响，但是平静过后，游客开始回升，甚至更多。中国游客选择安纳塔拉，一般是代理推荐，其次是蜜月或者朋友相约。十月份到次年的二月份是中国人的旅游高峰期。

因为中国的消费市场是显着的，所以去年，安纳塔拉和职业研究 Saowapa 学院合作，寻找志愿者教师教短期汉语，学习基本服务用语。约有 30 人先参加培训课程，然后将所学知识传授给下一个组。除了训练泰国工人以外，安纳塔拉还安排有两名中国学生实习生进行汉语沟通，分别是客户公关部和水疗经理助理。虽然进行了汉语短期培训，但是仍然存在文化差异的问题。

在市场营销方面，安纳塔拉本身已是知名品牌，门面网站由营销部设计。同时，该店在中国也有分支，网站信息支持中文。此外，曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村还设有一个销售团队，参加了世博会等活动。并且接触代理商，扩大中国市场。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。

2. 从安纳塔拉的人员问卷调查结果

根据对安纳塔拉 50 位人员的调查，70% 为男性，30% 为女性。大多数人员的年龄在 20-30 岁之间（64%），本科学位（80%）。中国游客排名第一（32.5%），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% 有汉语技能。他们



听力和口语能力比阅读和写作能力强。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直接进行沟通（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程度高（平均值=3.88）。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高（平均值=3.80）。此外，他们认为如果他们有汉语技能，就能使中国客户有更多的满意度的同意程度是最高（平均值=4.24）。

关于汉语培训课程，较多的人（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%）。

存在的问题与解决措施

（一）曼谷安纳塔拉河畔水疗度假村样本组的汉语服务存在问题

从上述来看，虽然50位安纳塔拉人员具有汉语技能高达 42%但当遇到问题时，他们不选择使用 汉语解决问题，通常使用英语，肢体语言或者寻求同事的帮助解决问题。此外，虽然很多人员有汉语技能，但是在所有技能中，汉语技能水平是最低的。尽管安纳塔拉有较多的中国客户，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。所以从这个案例中发现，服务人员对于中国文化不了解局限了汉语技能。

（二）解决问题的措施

安纳塔拉应该提供汉语技能培训。由于招聘教师的限制，为满足安纳塔拉的需求，应分配时间进行培训。有效的汉语培训设计，必须适合组织和学习者，运用于实际工作。因此，作者根据安纳塔拉的抽样调查数据，设计了训练的指导方针，如下：

表 5: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的教师，能偶激励自主学习。并且为了节省培训时间，学习内容应因地制宜。此外，加强人员的学习信心也是非常重要，工作有信心，勇于解决问题。此外应该意关于人员对中国文化不了解的问题，因为文化是一个国家民族特定的观念和体系，这些观念构成人们生活、工作中的行为。所以在汉语培训中安纳塔拉应该加上学习中国文化的课程，为了更好地了解中国人生活的行为习惯，并给中国消费者 提供更多服务的好印象。

（二）泰国养生企业应用汉语服务的问题的应对策略

中国游客在泰国旅游人数中显著上升，这是一个巨大的市场机遇。语言是任何国家、任何地区、任何民族之间进行沟通的桥梁。所以汉语服务将是吸引游客的关键。

要注意的另一点是，养生旅游被认为是服务产业之一，服务业的关键是良好的服务，因为 旅游服务具有无形性，消费者得到的不是具体的物品，而是一种旅游经验和感受，只有消费者才能感受得到，可见，每次服务的质量都很重要。培训服务人员决定了服务的质量，无论是礼貌，甚至小细节都会给客户留下深刻的印象。另一方面，如果我们忽略客户，甚至几秒钟，都有可能对公司产生负面影响。如果养生旅游企业对中国文化和语言有深入了解，对于中国市场将更有 优势。

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。并且除了选有效的渠道，广告内容也是很重要的方面。因为旅游服务是看不见，摸不着的，所以广告的内容能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。描述的内容可选择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，做中文广告，也是一种可以在中国游客市场促进销售的方式。

自从 2016 年东盟经济共同体（AEC）的成立，泰国旅游局出台推动泰国旅游政策，游客数量呈增长趋势。这是一个企业开拓市场，有更广泛的客户群的，这也是使企业家能发展自己潜力的推动力。

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经营）。但是，为了促进泰国的竞争力，提高泰国养生旅游企业的标准，使其形象与国际竞争对手相当，养生企业应该通过其他国际标准。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，以及最新的水疗东盟标准（ASEAN Spa Standard）等。

结论

目前社会老龄化 现象严重，人们的生活方式进入数字化时代，并且工作与生活的节奏逐步加快，人们的压力逐渐增加。于是人们开始注意健康保健，无论是生活、食物、甚至旅游方面，因此，养生旅游的出现受到了极大的欢迎。

泰国养生旅游的企业是一个大有商机的朝阳产业，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。中国是一个巨大的市场，每个人都在关注。由于经济发展，中国消费者纷纷转向追求幸福。目前，养生旅游正在成为中国游客中越来越流行的一种选择。



泰国的旅游业市场发展得越来越快，而且中国游客进入到泰国越来越多，而泰国人与中国人沟通的主要障碍就是语言问题，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。

从研究者对在曼谷河畔安纳塔拉水疗度假村的研究中发现，由于度假村的中国游客有稳步上升的趋势，使安纳塔拉公司开始注重汉语技能的，但现在还处于初级阶段。500 多名服务人员，只有 10% 不到的人员可以用汉语交流。为了研究服务人员的汉语情况，作者采访了 1 位安纳塔拉的训练经理，关于重视汉语服务的原因、人员的汉语培训办法等其他方面。研究者对 50 位安纳塔拉的人员进行问卷调查。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只有极少数，相比于该服务的需求比例。所以研究者提出了，解决问题的措施。问题的解决方法是在汉语和中国文化方面提供培训，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

周玲强.《养生旅游》[Z]. 2010

姜若愚. “从国际案例看中国养生旅游开发式” [online]. (www.pinchain.com/article/55947).

2015/11/13

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

Anantara. “Anantara Riverside Bangkok Resort & Spa” [online]. (www.anantara.co.th). 2016

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

สมาคมสปาไทย. “คนยิ่งเครียด ธุรกิจสปายังสบาย” [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://marketeer.co.th/2015/09/spa-market-sep2015>

7 กันยายน 2558