



对中国游客的汉语服务和旅游管理措施的研究 ——以泰国金泰顺旅运股份有限公司为例

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

林天梦 *

李严锋 博士 教授**

摘 要

金泰顺旅运股份有限公司是一家著名的泰国旅游公司。游客多来自汉语母语地区，如中国、台湾等。这家公司从事旅游行业已经十多年，并在发展各阶段密切关注客户的需求，该公司的宗旨是为旅客提供更好的语言服务，提高服务质量，发展泰国旅游业。

论文研究了金泰顺旅运公司为中国游客提供中文服务的情况，并针对出现的问题进行了分析，提出了改进建议和改善措施。论文通过定性和定量分析，对公司的汉语服务和管理情况进行了具体分析研究，指出该公司的汉语服务水平的满意度一般，公司人员的中文水平不高，需要加强管理和语言培训。

这项研究结果表明，提高公司人员的中文水平和改进管理方式，是改善公司的汉语服务，提高中国旅客满意度，促进泰国旅游业发展的重要措施。

关键词：旅游公司 中国游客 汉语服务 旅游管理

ABSTRACT

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

*CHUTIMA PHOORATANA 泰国华桥崇圣大学中国语言文化学院 2013 年 文学硕士学位（商业汉语）论文

**LI YAN FENG; Prof.Dr. 指导老师：中国云南财经大学物流学院院长



aftertime. Thus the main factor of management system in organization and their service is “The Language.”

The results of the importance and the necessity in using Chinese language in the management system of Leading Thai Star Tour Ltd. are submitted by the interview and the satisfaction questionnaire in guide's language skills in the medium range. Especially male Chinese tourist comments are the improvement of guide language skill.

The result of this research shows the model of the company management and the satisfaction in Chinese language using in the company's management and the service from guide to Chinese tourists. This result could be the guidelines to be the improvement of the tourism company management and the guidelines to other future research.

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

บทคัดย่อ

บริษัท ลีดดิ้งไทยสตาร์ทัวร์ จำกัด เป็นหนึ่งในบริษัทนำเที่ยวไทยที่มีฐานลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีน ชาวไต้หวัน และนักท่องเที่ยวที่ใช้ภาษาจีนในการสื่อสารทุกประเทศที่มีการดำเนินงานมากกว่า 10 ปี และถึงแม้จะเป็นเพียงบริษัทนำเที่ยวนขนาดกลาง แต่ก็ประสบความสำเร็จเป็นที่น่าพึงพอใจ อีกทั้งบริษัทยังคงทำหน้าที่บริษัทนำเที่ยวไทยได้อย่างดีเยี่ยมเสมอมา มีมุมมองที่กว้างไกล มีการวางแผนเผื่อขยายและปรับเปลี่ยนไปตามความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่กำลังจะมีการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งในการบริหารจัดการภายในองค์กรและการให้บริการของบริษัท คือ “ภาษา”

งานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาถึงปัญหาและแนวทางแก้ไขของการใช้ภาษาจีนในการบริหาร และการจัดการการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีนของบริษัทนำเที่ยวในเมืองไทย รวมถึงการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาบริษัทที่เป็นกรณีศึกษาและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยต่อไป โดยใช้หลักวิเคราะห์ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษายิ่งขึ้น



ผลจากการวิจัยถึงความสำคัญและความจำเป็นของการใช้ภาษาจีนในการบริหารจัดการของ บริษัทนำเที่ยวไทยบริษัทลี้ดดิ้งไทยสตาร์ทัวร์ จำกัด โดยดูผลจากการสัมภาษณ์ และจากแบบสำรวจความพึงพอใจทางด้านภาษาของมัคคุเทศก์ จะพบว่าอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนเพศชาย มีความเห็นว่ามัคคุเทศก์ควรปรับปรุง ในเรื่องของภาษาที่ใช้ผลจากการศึกษาครั้งนี้ชี้ให้เห็นถึงรูปแบบของการบริหารจัดการของบริษัท และความพึงพอใจในการใช้ภาษาจีนในการบริหารจัดการของบริษัท และการบริการของ มัคคุเทศก์ต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน สามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขในการ บริหารจัดการของบริษัทนำเที่ยว และเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยต่อไป

คำสำคัญ: บริษัทนำเที่ยว การบริหารจัดการบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวจีน ภาษาจีน

绪论

一、选题的背景和意义

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

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

佛历 2545 年，中国游客出国旅游的数量增加 36.8%，共计 16,600,000 人次。佛历 2553-2555 年中国出国游客数量的平均值为 20.4%，佛历 2556 年中国游客出国旅游的数量增加 17.0%，计为 97,300,000 人次。佛历 2556 年中国大陆游客出国旅游的最佳目的地（不包括澳门和台湾地区的游客）就是泰国，其次是韩国和新加坡。此外，中国游客进入泰国旅游的数量在佛历 2556 年达到峰值，增加 66.4%，计为 4,600,000 人次。佛历 2556 年全球经济形势开始复苏，使得来泰国旅游的各国游客数量增加，与去年相比较增加 18.8%，计为 26,500,000 人次。其中增长率最高是中国和俄罗斯游客，尤其是中国游客在佛历 2556 年的增长率占全部游客数量的 17.5%。(ธนาคารแห่งประเทศไทย, [Online], 2015)



表 1-1 外国游客来泰国旅游数量

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

* 数据来源：泰国旅游和体育部 (สมาคมการตลาดท่องเที่ยวไทย, [Online], 2015)

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

笔者调查研究了具备中国游客基础的泰国旅行公司在服务管理中使用汉语的重要性并且对金泰顺旅运股份有限公司进行研究。本论文拟提出能够用于泰国旅行公司的管理改善并且能够满足中国游客消费需求的改进建议，这将会帮助企业取得成功并且有益于国家宏观经济。(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, [Online], 2013)



二、研究的主要内容

（一）研究目的

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

（二）研究重要性

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

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

（三）研究范围

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

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

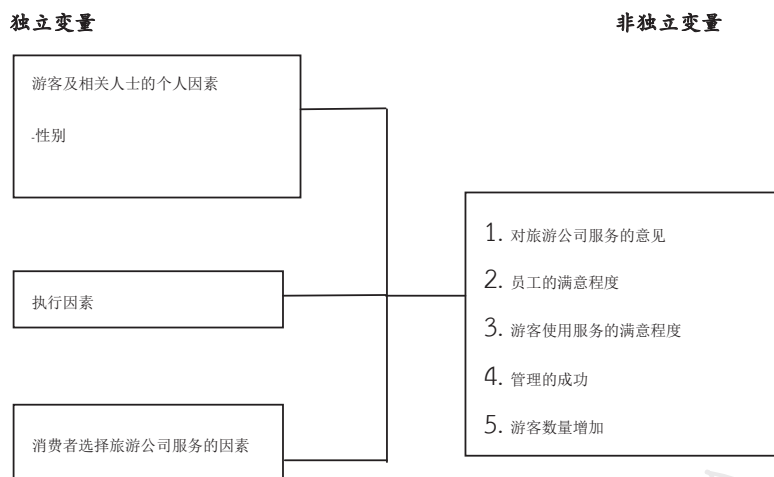


图 1-2 研究框架

泰国旅游业

一、泰国旅游的现状

泰国一直被称为黄袍佛国和微笑之国，它一直是东南亚旅游业发展较为快速的国家，也是世界上十大旅游城市之一。这主要归功于本国得天独厚的旅游资源、特色的民族文化以及政府政策的大力扶持。随着泰国旅游活动的大规模展开，在给泰国经济带来丰富的经济效益的同时，也对泰国的经济、社会、文化和环境等方面产生了不良的影响。分析泰国旅游业的发展现状及其对泰国经济带来的一系列有利影响，不仅有利于进一步完善泰国旅游业的发展，提高泰国经济发展水平，同时也有利于其他国家借鉴其优势的旅游业发展模式。(百度文库, [Online], 2015)

二、泰国旅游业发展概况

1. 主要旅游资源

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

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

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

2. 泰国的主要旅游景区

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



3. 主要旅游客源

泰国旅游的客源国主要是中国、日本、韩国、新加坡、中国香港和台湾以及欧美国家。据泰国官方统计数字显示，2006 年外国游客共计 1380 万人次，其中东亚游客占 55.2%，欧洲和美国分别占 25.3%和 6.7%。2009 年，美国赴泰旅游 62.7 万人次，德国 57.3 万人次，加拿大 17 万人次，澳大利亚 64.7 万人次，新西兰 8.8 万人次，日本 100 万人次，中国内地及港澳台 145 万人次。2012 年仅中国赴泰旅游的游客就达到了 270 万人次，比 2011 年增加了百万人次，占全泰入境外国游客总数的 14%，中国游客为泰国带来的旅游收入可达到 1,230 亿泰铢。

4. 旅游业基础设施状况

泰国的交通十分发达，尤其是在航空运输方面，无论是国际航空还是国内航空。因为泰国地形复杂，山地多，因此，公路和铁路要稍微逊色。泰国的亚航、NOK 等航空公司的机票十分廉价。铁路方面，泰国的火车可从曼谷抵达泰国各主要城市。曼谷全国火车总站发出往泰国北部、东北部和南部的特快列车，国际列车（如往新、马）、长途车（如往清迈）及每周六、日举办的旅游专线火车都可以查询和订位。泰国各地长途客运也很发达，比如，曼谷市有东行、南行和北行 3 个长途汽车总站，通过发达的长途汽车路线网，可抵达国内各个城市。

在住宿方面，整个泰国遍布了从五星级酒店到简易帐篷和小屋等多种多样的住宿。价格与酒店的地理位置相关，但大多数都不太贵。曼谷和主要的旅游城市拥有一些世界顶级的酒店，而偏远地区则以较低档次的住房为主。泰国的所有住所都以其干净、经济、待客友好和世界级的服务而闻名。(中国社会科学网, [Online], 2013)

旅游业

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

1. 旅游系统 (Tourism function system)

旅游是一种虽然不能自行执行业务但其内部混合着其它服务的商业服务。旅游是一种被称为“旅游业 (Tourist industry)”的服务业 (Service industry)，它被归类为混合工业 (Mixed industry) 不是单一产业 (Single industry)。因为旅游业结合了各种服务和活动。例如住宿、餐饮服务、各种购物服务。此外，还有各种服务。例如娱乐、体育、教

育、观光城市和当地旅游结合在一起，各种组件组成的系统称为旅游系统 (Tourism function system) 由如下7个元素组成。

- (1) 游客：定义游客目标组和数量
- (2) 旅游景点：确定游客旅游的目的地或旅游景点
- (3) 交通运输：规定游客旅行模式交通路线
- (4) 信息：制备信息激励引导提供知识给游客和其他支持
- (5) 服务：制备必要的服务和各种设施给游客
- (6) 基础设施：必须考虑伴随着必要的基础设施。例如，电力、水利、通信等等。
- (7) 支持：提供支持因素。例如，监管制度、法律、经融机构等等。

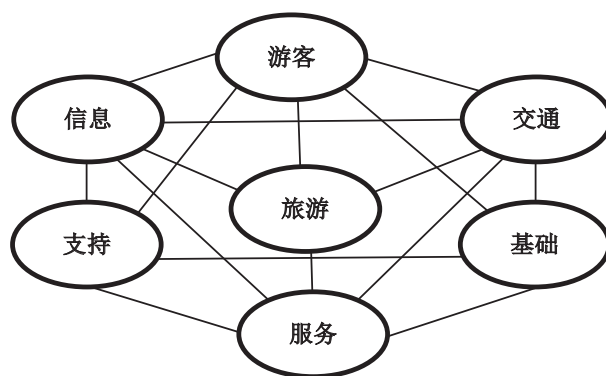


图 1-3 旅游系统

2. 旅行社的作用

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

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

金泰顺旅运股份有限公司简介

金泰顺旅运股份有限公司主营国内旅游业务，目标消费者是来自中国大陆和台湾地区的中国游客，从 2003 年开始至今提供与交通运输、住宿、饮食。



景点旅游以及其他相关服务，可直接向游客出售旅游服务或在中国大陆、台湾通过代理进行销售，属于旅游经营者：

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

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

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

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

金泰顺旅运股份有限公司汉语使用情况分析

一、公司的业务发展与商务汉语

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

采访利益相关者和对公司内部员工问卷调查采集数据中，能够分析公司的概况如下：



表 2-1 金泰顺旅运股份有限公司的人员样本人群基本信息统计 (N=34)

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

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

学习的有 7 名，占 20.6%；没学过的有 1 名，占 2.9%；全部 34 个人没考过汉语水平，占 100.0%。

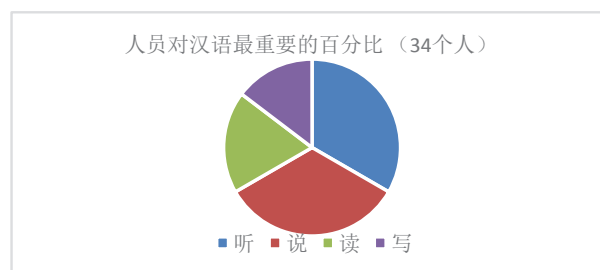


图 2-2 金泰顺旅运股份有限公司人员对汉语最重要的百分比图

金泰顺旅运股份有限公司汉语服务的 SWOT 分析

一、优势 (Strengths)

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

二、劣势 (Weakness)

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

三、机遇 (Opportunities)

由于泰国进入东盟经济共同体 (ASEAN Economic Community: AEC) 佛历 2558 年年底旅游方面服务自由化，使得许多东南亚国家警觉和调整加速策略，支持东盟成员聚集在市场或同一生产基地。泰国仍是许多中国人的一个旅游目的地，使得扩大业务，增加市场和交易。

四、挑战 (Threats)

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

泰国旅游业的问题及对策

一、泰国旅游业的问题

- (一) 零团费的问题：“零币旅游团”和“后卫旅游”
- (二) 非法外国导游的问题



(三) 精通外语的本土导游稀缺

(四) 政治问题

金泰顺旅运股份有限公司成功的企业策略

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

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

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

为了企业获得成功，公司采取各种策略应用如下：

- 发展策略统一模式 (Integration Growth Strategy)
- 稳定策略 (Stability Strategy)
- 抑制策略或谨慎实施 (Pause or Proceed with Caution Strategy)
- 不变化策略 (No Change Strategy)
- 利润策略 (Profit Strategy)
- 截断策略 (Retrenchment Strategy)
- 恢复策略 (Turnaround Strategy)
- 低成本领先策略 (Cost Leadership Strategy)
- 差异化策略 (Differentiation Strategy)

游客管理的重要性

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



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

金泰顺旅运股份有限公司的机遇与挑战

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

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



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

表 4-2 金泰顺旅运股份有限公司的中国游客服务问卷信息统计

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



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

表 4-3 金泰顺旅运股份有限公司导游语言的中国游客满意的信息统计 (性别)

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

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



表 4-4 金泰顺旅运股份有限公司导游语言的中国游客满意的信息统计（年龄）

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

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

表 4-5 金泰顺旅运股份有限公司导游语言的中国游客满意的信息统计（职业）

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

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

相应对策

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

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

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

- (1) 制定各类备选旅游项目，必须要有明确的报价单和费用明细。
- (2) 每一个旅游项目的负责导游必须具有导游资格证和经过专业培训。



(3) 每一个旅游项目的负责导游必须对景点和历史有一定的了解和具备良好的中文沟通能力。

结论

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

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

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

策略 (Strategy) 是指“目前使用目标相关重要模式和计划，以及资源分配。公司和市场竞争之间的相互反应和目前的环境因素” 为了企业获得成功。旅游业包括国际旅游和国



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

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

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

参考文献

- 中国社会科学网, [online], (http://www.cssn.cn/jjx/xk/jjx_yyjjx/csqyhjjx/201312/t20131219_915725.shtml), 2016/05/30
- 百度文库, [online], (<http://wenku.baidu.com/view/fffdc8922cc58bd63186bde9.html?re=view>), 2015/07/12
- “การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย”.(2013) [ออนไลน์] แหล่งที่มา: <http://etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-web-etatjournal/menu-2013/menu-2013-jul-sep/129-32556-situation-travel>, 2015/07/15
- “ธนาคารแห่งประเทศไทย”.(ม.ป.ป.) [ออนไลน์] แหล่งที่มา : https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/ArticleAndResearch/FAQ/FAQ_89.pdf, 2015/06/19
- “สมาคมการค้าการท่องเที่ยวไทย”.(ม.ป.ป.) [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.attm.biz/news/326785/สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าไทย> 2547-2554.html, 2015/07/18