



泰国佛寺旅游景点汉语服务研究——以曼谷金佛寺为例

A STUDY OF CHINESE APPLICATION FOR THAI TEMPLE TOURISM: CASE STUDY AS TRIMITR WITTAYARAM TEMPLE

许金城

KRITSAPAT AMORNKOSIT

华侨崇圣大学、中国语言文化学院

Faculty of Chinese Language and Culture, Huachiew Chalermprakiet University

E-mail: kritsapata@gmail.com

Received: 2 August 2019 / Revised: 30 October 2019 / Accepted: 15 November 2019

摘要

随着世界旅游业的发展，以佛寺参观为主体的旅游服务成为东南亚国家旅游业中的一个新兴发展项目，泰国佛寺众多，寺庙建筑精美绝伦，承载着独特的佛教文化，因此泰国成为全球游客最喜爱的旅游目的地之一。近几年来，来泰中国游客不断增加，中国游客逐渐成为泰国旅游业的主要客源。但是经由实际走访发现，目前泰国佛寺旅游不管是景点的汉语服务，还是导游的汉语服务，都不能有效地满足中国游客的需求。泰国旅游业还比较缺少有关佛寺旅游的汉语人才，佛寺旅游的汉语服务需要改进，有关方面需要改善汉语服务设施，加强当地导游和旅游景点工作人员的汉语培训，从而提高泰国佛寺旅游的汉语服务质量。

由于曼谷金佛寺在泰国寺庙中具有独特地位，因而吸引了众多中国游客前来参观。尽管金佛寺管理部门不断发展和完善其服务规模和服务方式，如兴建金佛寺历史博物馆、耀华力华人历史博物馆、三语导游培训计划等，但是金佛寺在接待大量中国游客时仍然在很多方面需要改善。

本文的研究以曼谷金佛寺为例，采用文献分析、问卷调查和实践调查的方法，旨在分析得出曼谷金佛寺对中国游客的汉语服务情况。通过调查结果对金佛寺景点和导游人员的服务情况进行评估，从而指出存在的问题，同时对存在问题提出改进的措施和建议。

关键词：佛寺旅游 金佛寺 汉语服务 中国游客



ABSTRACT

At the present, tourism is globally growing; Buddhist temple tourism has been included in tourism development plans of many Southeast Asian countries. Thailand has abundant of unique Buddhist temple culture. As a result, this country becomes one of the favorite destinations for tourists, especially Chinese travelers. In recent years, a number of Chinese travelers are increasing and become more crucial for Thai tourism. Because Trimitr Wittayaram temple Bangkok is one of the most favorite travel destination among Chinese travelers, this temple has established two historical museum, which are Golden Buddha historical museum and Bangkok China town historical museum. Moreover, this temple established volunteered foreign language tour guide project to facilitate foreign travelers.

Wat Trimitr Wittayaram temple is selected as a case study of this thesis. The content analysis, survey and participation are applied to analyze reasons and factors making this temple become a one of the famous destination for Thailand tourism, as well as deeply focus on Chinese language services in the temple including tourist attraction and in-house tour guide services, evaluate Chinese language usage in services, summarize problems and propose solutions.

The findings indicated that, Chinese language services in in this Thai temple are unable to respond Chinese tourists' need. Thai temple tourism still lacks of personnel who have knowledge of Chinese language in Buddhist temple tourism services. Chinese language services of Thai temple need to be improved continuously. Moreover, related authorities should improve Chinese language services of facilities and develop Chinese language training course for tour guides and personnel, in order to enhance quality of Thai temple tourism service in the long run.

Keywords: Chinese tourists, Thailand Trimitr Wittayaram temple, Chinese for tourism, Buddhist temple tourism

绪论

大部分中国游客来泰观光旅游时,有些游客一定会到泰国的佛寺进行参拜,体验泰国的佛寺文化。许多中国旅游网站也介绍了泰国各处有名的佛寺,在中国旅游 APP 的介绍中,位于泰国首都曼谷的一些佛寺尤为出众,例如:曼谷吞武区湄南河边的黎明寺(郑王庙),曼谷大王宫附近的菩提寺(卧佛寺)以及耀华力华人聚居处的岱密寺(金佛寺)。这些佛寺是华人游客来泰旅游必去的旅游景点。虽然每年中国游客人数不断井喷式地增长,然而上述佛寺的汉语服务并没有达到中国旅客的要求。例如寺内的汉语导引牌不足、网络媒体宣传不够等。另外缺乏会说汉语的佛寺工作人员,超过一半的工作人员往往以英语为主要沟通语言。因此泰国佛寺的汉语服务不能完全满足以中文为母语的游客的需求。这也是本论文以佛寺的汉语服务研究作为选题研究方向的主要原因。

本论文的选题意义在于通过对泰国金佛寺汉语应用服务人员的技能分析,包括服务人员的汉语水平,旅游景点的文化内涵,中国游客对泰国佛寺的汉语服务人员及泰-中各种媒介(例如广告、网站、微信公众号等)的评价,探究中泰语言文化差异以及解决方法,为提高金佛寺的汉语服务水平提供参考。

本论文研究的对象是泰国曼谷金佛寺的旅游服务人员和来金佛寺参观的中国游客。论文研究的意义是从中国游客对金佛寺的服务方面的评价和建议,指出旅游汉语的使用对促进金佛寺旅游服务与导游服务的重要性,从而更好地服务中国游客,最终有利于中泰旅游服务业的健康积极发展和中泰两国的文化交流。

一、选题的目的和意义

本课题的研究以曼谷金佛寺为例,旨在了解金佛寺的汉语服务情况,即通过问卷调查和实地走访了解在金佛寺景点区域的各种媒介的汉语服务状况,以及佛寺景点的服务人员的汉语服务情况。从而进一步,论证泰国佛寺旅游的汉语服务的质量,指出泰国佛寺旅游所存在的问题,从而提出改进措施和建议,为改善泰国佛寺旅游业提供科学的依据。

二、研究的范围与对象

本论文通过实地观察和调查,调查时间为2017年10月25日至2018年1月2日,研究范围主要以金佛寺为观察地点,研究曼谷金佛寺范围内的汉语服务质量,即标示牌服务和金佛寺博物馆工作人员的服务水平。调查中国游客人数定为100名游客,访谈金佛寺工作人员人数为10名。

三、研究主要内容

本论文首先梳理泰国佛教旅游的发展状况,指出佛寺旅游对旅游业做出的贡献,说明佛教文化与旅游业的相互关系。然后,通过实地考察和问卷调查获得的资料,对佛寺标示牌和导游员的汉语服务情况进行分析。最后,对金佛寺的汉语应用和汉语服务进行评估,进而指出佛寺标示牌、佛寺导游和佛寺在服务中的汉语应用情况存在的不足和问题,对这些问题提出相应的解决办法和改进措施。

四、研究的方法

● **文献分析法:**通过研究泰国佛寺、导游和佛寺旅游相关的学术论文、研究文章,以及与本文有关的各种资料,包括对佛寺旅游的发展情况进行分析。如在聂爱华(2013)在《泰国佛教旅游发展研究》中,论文首先探讨佛教旅游的概念及其发展现状,包括定义、类型、特点和效应,分析了佛寺旅游产生的因素,以及分析研究泰国佛教的旅游资源。其次,深入研究泰国佛教历史文化,包括佛教文化在泰国的传入与发展、泰国佛教特征、佛教对泰国社会文化的影响,从这几个方面系统地描述了泰国佛教旅游的产生与发展。论文最终得出结论,泰国佛教旅游应该结合当地文化资源创造出有效的产品开发策略,以提高佛教旅游的知名度和吸引力。

陈维娜《泰国旅游业发展研究》(2011),论文通过对泰国旅游业发展现状的研究,结合泰国旅游业发展影响因素分析,运用SWOT分析法对泰国旅游业的发展存在的优势、劣势、机遇、挑战等方面进行分析,研究影响泰国旅游业的各种主客观因素以及就如何提高泰国旅游业发展提出建议和对策。论文的研究对其他国家旅游业的发展也具有较重要的借鉴意义。

王莹菲《泰国旅游业的国际合作研究》(2015),论文首先探讨了泰国旅游的概念及泰国旅游业的国际合作,理论基础包括:比较优势理论、国家竞争优势理论、要素禀赋理论、区域旅游空间合作理论。其次,论文深入研究了泰国、亚洲乃至全球旅游业的发展,系统地描述了泰国与东盟国家旅游业合作战略等。最后,在这个基础上分析泰国旅游业在国际合作方面存在的问题。

龙如海《中国游客赴泰国旅游满意度研究》(2014),论文以中国游客赴泰国旅游的满意度为研究对象进行分析,对泰国旅游业发展具有重要意义。首先论文通过对国内外游客满意度研究现状和相关理论进行整理和归纳,在进行国内外研究述评后,形成论文的研究理论基础;然后对目前泰国游客的现状以及中国游客赴泰国旅游现状进行分析研究;在此基础上,通过对样本的选取,调查问卷的设计,从游客背景、游客行为特征等对中国游客赴泰国旅游满意度进行了调查分析研究;分析得出中国赴泰国旅游的整体满意度情况,最后针对满意度情况提出针对性的对策和建议。

冯文君《宗教节庆旅游居民感知研究》(2014),论文的主要研究内容将宗教节庆和居民感知理论研究进行系统的梳理;比如对泰国宗教节日、宗教仪式、宗教旅游情况进行简单的介绍,达到承上启下的作用;最后以泰国吃斋节为例,对其起源、发展历程、活动、仪式等旅游化的资源进行详述。从居民感知角度提炼问题与对策,对宗教节日、活动、仪式与旅游活动的相互影响机制进行提升。对论文的研究内容、数据分析结果、案例研究提升进行总结,提出论文的不足之处和对未来研究的展望。

● **访谈法:**本研究被采访者预计 10 位,通过对金佛寺管理部门人员与汉语服务人员进行访谈。

● **实地观察法:**通过观察直接获得曼谷金佛寺的资料,观察佛寺服务人员与中国游客沟通时的语言使用情况。观察金佛寺网站,标识牌、指路牌、广告牌、旅游产品说明等语言文字的情况以及观察金佛寺的管理情况。

● **定量调查法:**问卷调查法:本研究样本预计 100 份问卷,在曼谷金佛寺以及附近发放问卷。对中国游客的基本资料(例如年龄、性别、学历),对服务人员的汉语服务的满意度和与泰佛寺服务人员进行沟通时汉语的使用情况进行问卷调查。



五、研究的创新性

根据目前掌握的资料，本论文的创新性体现在研究的对象和目的与以往的论文不同，本论文试图通过对金佛寺旅游汉语的使用情况和泰佛寺内的汉语信息导引情况进行分析研究。

(一) 中国游客满意度调查

本论文的问卷是关于中国游客对金佛寺汉语媒介服务状况和工作人员的汉语水平的满意度调查。调查对象是金佛寺里的中国游客。本次调查在金佛寺发放 100 份调查问卷，收回 100 份问卷。

调查数据显示，在 100 名中国游客当中，有 40 位男性中国游客，60 位女性中国游客。大部分的中国游客年龄在 21-30 岁，占 53%。其次，年龄在 31-40 岁，占 34%。接下来的年龄在 41-50 岁，占 6%。另外 81% 是自由行游客，只有 19% 是旅游团的旅游方式。大部分的游客来自中国大陆，占 58%。

1. 曼谷金佛寺的汉语媒介使用状况调查

服务方面评价项目	满意度（100 位）				
	非常满意	满意	一般	不太满意	不满意
	5	4	3	2	1
1. 金佛寺的汉语媒介服务（总体服务质量）	2	51	41	4	2
平均分	3.47（一般）				
2. 金佛寺的汉语网站的服务评价	1	25	22	21	31
平均分	2.44（不太满意）				
3. 金佛寺的汉语标志牌的服务评价	7	37	39	14	3
平均分	3.31（一般）				
4. 金佛寺的汉语宣传单的服务评价	7	38	44	10	1
平均分	3.4（一般）				
服务方面评价项目	满意度（100 位）				
	非常满意	满意	一般	不太满意	不满意
	5	4	3	2	1



5. 金佛寺的汉语广播服务评价	0	20	30	31	19
平均分	2.51 (不太满意)				
6. 金佛寺的汉语指路牌服务评价	4	42	40	12	2
平均分	3.34 (一般)				

表 1: 金佛寺汉语媒介服务情况

通过表 1 可以看出, 金佛寺汉语媒介服务情况分为 6 方面。其中中国游客最满意的汉语媒介服务是金佛寺的汉语标志牌, 平均分为 3.4 (一般)。其次是金佛寺的汉语指路牌, 平均分为 3.34 (一般)。第三是宣传单服务项, 平均分为 3.31 (一般)。金佛寺的广播与汉语网站宣传两项得分较低, 平均分为 2.51 与 2.44。(不太满意)。汉语语言媒介服务的整体平均分为 3.34 (一般)。

纵观表 1 可以看出, 中国游客对金佛寺媒介汉语服务质量总体评价不错, 然而游客对六个项目非常满意的比例较低, 尤其是金佛寺汉语网站和汉语广播提示这两项服务。与此同时汉语网站和广播提示这两项不满意度很高, 分别是 31%和 19%。不太满意度分别为 21%和 31%。满意度评价在满意和一般的百分比中, 对金佛寺的汉语宣传单和汉语指路牌的评比较高, 都是 82%。其次评分分数较高的是金佛寺的汉语标志牌服务, 占 76%, 而汉语网站服务质量和汉语广播提示这两项服务占比最低, 分别是 47%和 50%。

从表 1 可以发现一个很明显的问题, 即中国游客对金佛寺的汉语网站介绍服务和寺内广播提示服务相比于其他 4 项满意度极低, 不满意度较高。中国游客对金佛寺汉语宣传单和汉语指路牌这两项的满意度较好。对汉语标志牌的评价相对不太高。

2. 中国游客对金佛寺的服务人员汉语水平的满意度调查

服务方面评价项目	满意度 (100 位)				
	非常满意	满意	一般	不太满意	不满意
金佛寺的汉语服务人员沟通能力	5	4	3	2	1
平均分	1.57 (不太满意)				
金佛寺的汉语服务人员的汉语水平	0	7	16	24	8
平均分	1.32 (不太满意)				

服务方面评价项目	满意度 (100 位)				
	非常满意	满意	一般	不太满意	不满意
	5	4	3	2	1



汉语服务人员对金佛寺背景的汉语介绍	0	5	29	10	11
平均分	1.38 (不满意)				
汉语服务人员对金佛寺文化历史的汉语介绍	13	15	24	3	0
平均分	2.03 (不太满意)				
汉语服务人员对金佛寺各建筑的汉语介绍	0	3	12	29	11
平均分	1.17 (不满意)				
服务人员对汉语在佛教旅游词汇上的应用	0	1	12	19	23
平均分	1.01 (不满意)				
总体平均分	1.50 (不满意)				

表 2: 中国游客对金佛寺工作人员的汉语服务满意度调查

表 2 将金佛寺服务人员的汉语能力分为 6 个方面，分别是汉语沟通能力、汉语水平、旅游景点背景的汉语介绍、当地文化历史的汉语解释、旅游景点建筑的汉语介绍、关于佛教旅游的汉语词汇。

汉语沟通能力和汉语水平是指金佛寺工作人员具有使用汉语和中国游客沟通的能力，向中国游客介绍或者引导中国游客参观。

对金佛寺的背景的汉语介绍技能是指金佛寺的服务人员能够运用汉语来解释曼谷金佛寺的主要资料，例如曼谷金佛寺的来历、大金佛的历史、曼谷唐人街的历史、曼谷金佛寺内两座博物馆的来源等。

对金佛寺文化和历史的汉语解释技能是指金佛寺的汉语工作人员能运用汉语来解释与金佛寺有关的泰国当地文化、泰国当地节日、泰国华人节日以及泰国历史等。

金佛寺各大建筑的汉语解释技能是指服务人员能运用汉语来解释泰国佛寺的建筑，例如：素可泰朝代的建筑模型、大城皇朝的建筑模型、小乘与大乘佛教建筑的差异等。

最后，汉语在佛教旅游词汇上的应用是指与佛教旅游有关的汉语名词。例如化缘 บิณฑบาต、佛殿 พระอุโบสถ、因果 เหตุต้นผลกรรม、轮回 วัฏสงสาร 等。55% 抽样中国游客参加曼谷金佛寺的两座博物馆：曼谷大金佛历史博物馆及曼谷唐人街历史博物馆。

通过表 2 可以看出，金佛寺服务人员的服务质量包括六个方面，满意度调查满分是 5 分，服务人员的沟通能力、汉语水平、旅游景点的汉语解释、当地文化历史的汉语解释、旅游景点建筑汉语解释、佛教旅游汉语词汇的满意度分别是 1.57 分、1.32 分、1.38 分、2.03 分、1.17 分、1.01 分。服务人员在六个方面的总体平均分为 1.50 分（不满意）。中国游客满意度分数最高的项目是当地文化历史的汉语解释，平均分为 2.03（不太满意）。其次是汉语服务人员沟通能力，平均分为 1.57（不满意）。第三是汉语服务人员的旅游景点背景的汉语解释，平均分为 1.38（不满意）。剩下是金佛寺的服务人员的汉语水平，旅游景点建筑解释以及佛教旅游汉语词汇，平均分为 1.32, 1.17, 与 1.01。（不满意）



总体而言，中国游客对金佛寺工作人员的汉语服务满意度总体表现是不满意，分别是 0%、0%、0%、13%、0%、0%的中国游客评价为非常满意；分别为 12%、7%、5%、15%、3%、1%的中国游客评价为满意；分别是 25%、16%、29%、24%、12%、12%的中国游客评价为一般；分别是 16%、24%、10%、3%、29%、19%的中国游客评价为不太满意，分别为 2%、8%、11%、0%、11%、23%的中国游客评价为不满意。

分析发现游客对金佛寺工作人员关于金佛寺的文化历史介绍满意度最高，非常满意占比 13%，其他 5 项非常满意度都是 0%；没有不满意的游客，虽然对金佛寺工作与人员的沟通能力评价较高，但是对金佛寺工作人员的汉语水平满意度并不高；而对金佛寺工作人员关于金佛寺建筑的介绍和对佛教旅游词汇的解释这两个项目评价最低，平均分分别是 1.17 和 1.01。这两项在非常满意和满意占比之和最低，4%和 1%，而不太满意和满意占比之和最高，分别是 40%和 42%。

根据上述分析，中国游客对金佛寺汉语服务人员的汉语水平总体上不满意，金佛寺汉语服务人员在金佛寺建筑物的介绍和汉语佛教词汇方面有很大的提高空间。中国游客对汉语服务人员金佛寺的历史文化介绍满意度较高。

综合表 1 和表 2，汉语媒介平均质量是 3.34 分（一般）。反而服务人员的汉语服务质量是 1.50 分（不满意）。可以得出泰佛寺在汉语媒介上的服务表现要好于汉语服务人员上的表现，但是总体来说，汉语媒介服务和汉语服务人员服务评价均没有达到令人满意的程度。

（二）金佛寺工作人员访谈

依照对 Sippapha Tulayapat 女士和金佛寺的唐人街历史博物馆服务人员的采访，每天前来参观金佛寺历史博物馆以及唐人街历史博物馆的中国游客数量平均是 200 多位。而在问卷调查中 55% 抽样中国游客会选择参观金佛寺的两座博物馆：曼谷大金佛历史博物馆及曼谷唐人街历史博物馆。工作人员介绍说中国游客分为三种类型，有贵宾，旅游团以及背包自由行游客。贵宾游客，是指泰国政府的客人。例如：中国或者港澳台地区的领导人、部长以及大使馆工作人员等。这种游客不必通过售票窗口买票，可以直接进入两座博物馆参观，同时金佛寺还会请与金佛寺合作的岱密孔子课堂的人员前来协助翻译与提供导游服务。第二种是旅游团游客，团队平均游客人数有 30 位左右。问卷调查显示，40% 的中国团体游客往往会去大金佛宝殿参观，大部分中国游客会在金佛宝殿祈祷；26% 的中国团体游客，会参观唐人街历史博物馆和大金佛历史博物馆。另外台湾地区的旅游团队往往是每两个月会有一个旅游团来参观曼谷金佛寺。第三种是背包客，背包客一般选择自由行，一个人或者两三人一起来参观泰佛寺，相比于前两种中国游客，这类游客没有随身导游，他们一般在网上看到其他自由行游客分享的旅游攻略或者通过中国旅游网站“马蜂窝”等其他社交媒体发现的曼谷金佛寺旅游景点的资料、交通方式、附近饭店等。中国游客一般会用半个小时参观完两座博物馆。

Nittaya Pollasipta 女士还介绍，博物馆服务人员从 2013 年金佛寺启动三种语言青年义工导游项目。大约有 60 名泰国高中生参加这个项目，自从三所有名的高中学校，这三所高中分别是岱

密寺学校, Sai Panya 学校, Satee Maha Phrutharam 学校。另外曼谷金佛寺跟朱拉隆功大学合作, 提供考试来选拔金佛寺义工导游人才。考试选拔之前, 为了让这些高中生进一步了解金佛寺, 金佛寺会邀请朱拉隆功大学的讲师对参加小导游的高中生进行三天培训, 培训分为泰文与英文。两座博物馆管理人员来组织泰文培训, 朱拉隆功大学讲师进行英文培训。通过培训之后, 参观的学生能运用其他语言例如: 中文, 日语, 德语等来为外国游客提供导游服务。参观义工导游的人员必须坚持至少 60 天博物馆馆内的义工导游服务。同时泰佛寺也会提供相应的酬劳以及证书给这些义工导游。Sophita Rarerngjai 女士说该项目受到外国游客的喜爱, 能满足外国游客的沟通需求, 同时也可以提高参观高中生的外语技能。至今有许多该项目的人员被邀请服务中国贵宾游客。但是由于金佛寺的财务要遵循委员会的年会决定, 导致这两座博物馆的财务预算受到限制, 最终三语导游培训计划没有继续下去。根据访谈结果, 在三语导游计划被终止后, 目前在 10 位博物馆人员中, 只有三名博物馆职员参加汉语导游培训。

(三) 影响中国游客旅游决策的依据

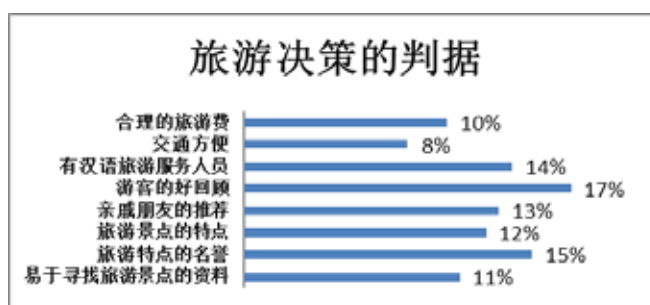


图 1 中国游客的旅游决策依据

分析中国游客旅游决策依据可以看出, 游客做出旅游决策的前提是游客收集充足的旅游景点的信息。根据曼谷金佛寺的现场调查情况分析得出, 影响中国游客做出旅游目的地决策的前 5 个因素有: 其他游客的好评率占 17%; 旅游景点的受欢迎度占 15%; 旅游景点汉语服务人员质量占 14%; 旅游景点的特点占 12%; 旅游景点资料宣传度占 11%。

分析图 1 可以看出, 影响中国游客做出旅游决策的重要依据是该旅游景点的好评率、受欢迎度和汉语服务人员的质量。

(四) 金佛寺汉语服务的 SWOT 分析

SWOT 分析是指根据企业内外部条件各方面内容的综合和概括, 分析得出该企业的优劣势、面临的机会和挑战的一种方法, 通过问卷调查法, 现场观察法, 面对面访谈法以及将收集的有关文章列出, 根据矩阵形式排列, 然后再经过系统的分析和思考, 对各种因素综合进行分析, 形成一系列相应的结论, 最终提供具有决策性的结论。本论文利用此种方法, 对研究对象所处的情景进行全面、系统、准确的研究, 从而依照研究结果制定相应的开展战略、计划以及决策等。对曼谷金佛寺佛教旅游



服务的 SWOT 分析如下:

优势 (Strengths)	劣势 (Weaknesses)
1. 有世界最大的金佛像，在泰国佛教建筑中享有独特名誉。 2. 该佛寺与孔子课堂合作。 3. 有培训导游人员的经验。 4. 位于曼谷唐人街，地理位置交通方便。 5. 博物馆里具有中文的展示牌，标示牌，指路牌等。	1. 金佛寺的委员会认为中国游客不是金佛寺的主要游客。 2. 管理部门遇到财务限制的问题。 3. 汉语服务人员供小于求。 4. 缺少网络中文媒体的掌管人员 5. 服务人员的汉语沟通技能不足。 6. 大部分的传统媒体没有中文版。 7. 网络媒体与社会媒体设置不科学 如：没有中文资料，链接故障，缺少更新等。 8. 许多博物馆内的电子科技媒体出现故障。
机会 (Opportunities)	挑战 (Threats)
1. 泰国曼谷是中国游客受欢迎的城市之一。中国游客的人数不断增长。 2. 泰国具有著名的佛教旅游文化资源，吸引大量外国游客。 3. 政府和企业对旅游业的高度重视。政府开发旅游资源与建设旅游基础设施， 4. 政府加大国外宣传力度。 5. 政府简化入境手续，放宽对游客在泰国旅游时间的限制。 6. 现代科技发达，很多中国游客利用网站媒体寻找旅游景点资料。	1. 零团费旅行团以及黑导游的问题。 2. 现在泰国缺乏当地的汉语导游人才。 3. 泰国人民使用泰语英语为主，缺少汉语沟通的技能，无法与中国游客正常交流。 4. 外国导游对金佛寺旅游景点的介绍不准确。 5. 由于中国与泰国存在文化差异，中国游客进入佛教旅游景点需要了解泰国佛寺内的规矩。

(五) 金佛寺服务站存在的问题

1. 金佛寺缺乏对中国游客的广告宣传

大部分泰国佛寺的管理部门紧缺市场竞争意识。有很多的泰国佛寺的旅游景点不易被游客发掘，以金佛寺为例，金佛寺还没有自己专门的品牌管理部门。无论是网站还是自媒体都没有关于金佛寺的中文宣传内容。金佛寺在中国游客的印象中出名度不是很高。

2. 金佛寺的汉语服务人才不够

根据售票窗口人员介绍，虽然金佛寺每一天有大约 1,500 位外国游客来观光，可是金佛寺的服务

人员明显不够。按照服务人员在访谈中的说法，在售票窗口只有两三位服务人员来负责。博物馆工作人员只有十位来轮流值日。因而金佛寺的工作人员数量明显不足，而与此同时，金佛寺会说汉语的人才更少之又少，因为金佛寺取消了义工导游项目，因此仅在博物馆内就缺少大概 50 位义工导游来服务中国游客。此外售票口还没有会说汉语的人员来向中国游客宣传介绍金佛寺内的旅游景点。所以 45% 的抽样游客指出他们不知道金佛寺内还有两座博物馆。实际上按照博物馆人员的在访谈中的说法，现在博物馆工作人员会说汉语的只有三位而已。而在大雄宝殿内没有一位工作人员会使用汉语。

3. 金佛寺的汉语服务人员缺乏汉语技能

金佛寺游客的满意度调查显示，服务人员缺少佛寺旅游汉语技能六个方面，如汉语沟通能力、汉语水平、旅游景点背景的汉语解释、当地文化历史的汉语解释、旅游景点建筑的汉语解释、佛教旅游汉语词汇。博物馆人员在访谈中提到，金佛寺博物馆以前依靠义工导游人员来服务中国游客，可是现在义工导游项目被取消。所以近几年来，管理部门才面向泰佛寺工作人员启动汉语培训项目。目前只有两位工作人员参加这个项目，学习进度是目前在学初级汉语。

4. 金佛寺网络媒体没有中文版面

曼谷金佛寺的网络媒体无法伸展到大陆的中国游客。因为推特、脸书、line、YouTube 这些网络媒体在中国大陆无法使用，另外这些网路媒体并没有中英文的版面介绍，而且金佛寺正在使用的网络媒体缺乏更新，经常会出现故障。

中国现在自媒体比较发达，很多中国游客通过像 Wechat 的自媒体了解泰国的旅游信息，而泰国金佛寺在自媒体领域没有任何涉足。

(六) 对改进金佛寺汉语服务的建议

1. 金佛寺汉语媒体的改善措施

(1) 利用网络媒体来提高曼谷金佛寺的品牌宣传度

由于中国游客对曼谷金佛寺的认识度不高，因为泰国华人一直称金佛寺为三友寺，所以曼谷金佛寺管理部门应该利用三友寺的名称来宣传金佛寺。同时金佛寺的管理部门应该从方便中国游客的角度开发利用网络媒介，采取措施让中国游客更便利地获得曼谷金佛寺的信息与资料。

(2) 利用流动应用程序 (Moble application) 技能的沟通能力

按照金佛寺游客的问卷调查，79% 的抽样中国游客指出他们运用智能手机为旅游工具。19% 的抽样游客常常用照相机为旅游工具。剩下 2 % 的抽样游客则使用其他的旅游工具，如平板电脑等。因此，曼谷金佛寺为了建立新的沟通方式，应该利用流动应用程序 (Moble application)，如金佛寺的管理部门应该建立微信 (Wechat) 群或者公众号、在蚂蜂窝、穷游软件上介绍金佛寺，以此来跟中国游客沟通联络以及提供金佛寺的正确信息。

(3) 采用扫描自助语音导览系统

为了补充金佛寺大金佛历史博物馆以及曼谷唐人街博物馆里的故障媒体设备, 金佛寺的管理部门应该利用二维码 (QR Code) 科技, 因为两个因素. 首先, 二维码 (QR Code) 是符合中国游客的旅游行为的网络工具, 72% 抽样调查的中国游客使用智能手机来扫描展示牌上的二维码从而获得中文播音解释的服务. 第二个因素是二维码 (QR Code) 的科技费用比较便宜, 金佛寺的服务人员易于安装并运用. 总而言之, 金佛寺能运用二维码 (QR Code) 的技术代替金佛寺博物馆的故障媒介。

(4) 改善金佛寺的网站媒体

虽然金佛寺管理部门建立了多样的社会媒体, 如推特、Youtube、脸书粉丝网页等, 可是这些媒体没有中文与英文版, 导致中国游客难以读懂这些社会媒体上的资料. 因此管理部门要提供中英泰三语版的资料, 从而方便中国游客乃至其他国家的游客寻找曼谷金佛寺的信息与活动. 不过管理部门应用更广泛的信息推广媒介, 因为根据泰佛寺现场问卷调查, 有些抽样中国游客指出中国大陆目前无法使用一些软件, 如推特 (Twitter)、脸书 (Facebook)、Instagram、Line、Youtube 以及 Google. 因为中国游客平常用中国自主的软件, 如以微博 (Weibo) 代替 facebook; 以微信 (Wechat) 代替 Line; 以优酷 (Youku) 代替 Youtube; 以百度 (Baidu) 代替谷歌 (Google) 等等. 所以, 金佛寺管理部门需要运用这些中国软件发布更新泰佛寺的信息和活动, 以让中国游客更方便快捷的获得这些信息。

(5) 改善金佛寺的指路牌、标志牌、宣传单以及波音提示服务

问卷调查显示, 游客指出虽然泰佛寺寺内有汉语指路牌、标志牌以及宣传单, 可是这些标志信息放置的位置不明显, 放置的数量不充足. 外国游客进入佛寺需要遵循许多规矩, 然而很多中国游客到了金佛寺区域内才知道一些泰国寺庙习俗. 因此导致中国游客对这个旅游景点不太满意. 比如说汉语指路牌、标志牌只设在两座博物馆内而已. 而其他区域只有泰文与英文的展示牌。

为了解决这个问题金佛寺的管理部门要采取如下措施, 首先在泰佛寺进口处设立关于泰佛寺的英汉双语介绍牌以及入寺服装行为要求, 其次设置充足的英汉语言的标志牌、指示牌, 尤其是指路牌, 并将这些指示牌放置在显眼的位置; 最后在寺内各区域做好两大博物馆以及其他重要建筑的路线指示标志。

最后需要为外国游客提供多语言的广播播音提示服务, 以引导外国游客有序、文明、健康旅游. 防止外国游客因不了解泰国文化习俗和佛寺寺庙规矩而做出一些不文明的行为。

2. 汉语服务人员的改善

(1) 金佛寺的服务人员要加强自身的汉语学习



根据问卷调查结果, 抽样调查游客对金佛寺服务人员的服务质量在五个方面表现不满意: 服务人员的沟通能力、汉语水平、旅游景点的汉语解说、当地文化历史的汉语介绍、旅游景点建筑汉语解说、佛教旅游汉语词汇, 都不太满意。因此金佛寺的管理部门与服务人员应该对上述六个方面更加重视, 将来可以满足更多的中国游客的需求。

身为曼谷金佛寺的服务人员, 更应该主动加强自己的汉语水平。依据金佛寺现场访谈中出现的问题, 目前金佛寺缺少会说汉语的服务人员, 只有两位博物馆服务人员参加过汉语培训。金佛寺的汉语服务人员需要: 1) 提高汉语沟通能力; 参加旅游汉语培训; 2) 加强汉语水平; 3) 加强当地文化与历史的汉语解释技能; 4) 多练习旅游景点建筑的汉语解说; 5) 多掌握佛教旅游汉语词汇与泰国艺术专用词。因为上述五个方面都是问卷调查与访谈调查中发现的主要问题。

根据调查结果, 旅游服务人员而言, 要提高汉语水平就要加强对佛教旅游汉语词汇的掌握和寺内建筑的介绍, 除了一般的常用旅游业用语之外, 还要加强与金佛寺的专用名词如: ทอง 7 น้ำสองขา 等, 因为掌握这些词汇对提高旅游服务汉语水平是十分有益的。附录二是金佛寺常用的汉语词汇与对话。

3. 管理部门的改善

(1) 金佛寺的管理部门应举办汉语旅游服务人员的常规培训

曼谷金佛寺的服务人员在给游客提供服务时经常会遇到语言沟通的障碍, 这不能仅仅归咎于金佛寺工作人员, 金佛寺委员会与管理部门也要承担相应的责任。金佛寺委员会与管理部门要提高意识, 把对工作人员的旅游汉语培训提升到工作日程之中, 因为对工作人员的汉语培训, 能增加金佛寺的旅游服务价值。若做好金佛寺汉语服务人员的汉语培训, 该佛寺可以从以下几个局面来考虑: 金佛寺委员会与管理部门需要将汉语服务人员的培训计划, 列入金佛寺委员会的管理制度中, 同时保证旅游汉语培训的长期性, 而不是一时的安排, 短期的应急措施。其次, 金佛寺可以利用与孔子课堂的合作, 邀请孔子课堂的汉语教学人员来做金佛寺的汉语培训指导老师, 同时制定一个切实可行, 行之有效的, 有针对性的汉语培训计划和时间安排, 才可以从制度上保证长期的汉语培训质量。第三金佛寺管理部门需要重新恢复三语青年义工导游项目, 以解决汉语服务人员不足的问题。

(2) 改善金佛寺的旅游服务管理组织与机制

管理部门的管理机制乃是旅游景点与旅游服务的核心, 为了提高佛教旅游服务的效率, 旅游部门的管理机制至关重要, 因而曼谷金佛寺在配合泰国佛教旅游相关政策的前提下, 需要调整自己的旅游服务, 建立健全管理标准, 提升服务质量, 适应时代的发展需要, 不断满足中国游客的需求, 提高中国游客的满意度。以此吸引更多更广泛的中国客源, 同时也能提高中国游客的二次回头消费。

(3) 加强孔子课堂的合作，恢复金佛寺义工导游项目

与孔子课堂的合作是金佛寺的优势之一，岱密孔子课堂是在金佛寺管理部门的监督之下。目前，如果有贵宾游客或者是大量的中国旅游团队来访，金佛寺的博物馆可以请孔子课堂提供有经验的人员来接待中国游客。同时金佛寺管理部门需要利用孔子课堂的合作关系，邀请孔子课堂的人员来培训金佛寺的工作人员，使工作人员提高他们的中文水平，从而提高中国游客的服务质量。从长远目标而言，金佛寺管理部门需要招聘孔子课堂的学生来参加义工导游项目，同时邀请孔子课堂的汉语人员来培养金佛寺义工导游项目的人员，从而让汉语服务人员的数量和汉语人员水平的质量能在长久计划内维持金佛寺的汉语服务水平。

泰国佛寺旅游大同小异，佛寺文化始于同源，对金佛寺汉语服务的研究同样适用于泰国乃至东南亚其他佛寺的研究，因而以泰国金佛寺为例作为泰国佛寺汉语服务研究发现的问题和针对问题提出的建议和策略可以运用到泰国其他佛寺中，从而可以进一步促进泰国佛寺旅游的发展，为泰国旅游业做出一定的贡献。

参考文献

- 王莹菲. 泰国旅游业的国际合作研究[D]. 黑龙江大学上海. 2015
- 冯文君. 宗教节庆旅游居民感知研究[D]. 山东大学, 2014
- 国家统计局办公室网. 泰国在 2009 至 2015 的泰国曼谷境内的游客的现况 [EB/OL]. 来源于 <http://www.nso.go.th>, 2017 年 12 月 4 日
- 龙如海. 中国游客赴泰国旅游满意度研究[D]. 广西大学, 2014
- 聂爱华. 泰国佛教旅游发展研究[D]. 黑龙江大学上海. 2013
- 泰国证券交易委员会网. 在 2013-2017 年的进入泰国的外国游客占比情况 [EB/OL]. 来源于 <https://www.sec.or.th/>, 2017 年 12 月 4 日

	Name and Surname (姓名): KRITSAPAT AMORNKOSIT
	Highest Education (最高学历): Master Degree
	University or Agency (任职院校或单位): Huachiew Chalermprakiet University
	Field of Expertise (专业领域): Chinese Language
	Address (地址): 567/1 Petchkasem road Bangkae district Bangkok 10160