

泰国水上市场旅游汉语应用研究—以杜拉拉水上市场为例

A STUDY OF CHINESE LANGUAGE USAGE RELATING TO FLOATING MARKET TOURS IN THAILAND: A CASE STUDY OF PATTAYA FLOATING MARKET

周妙珠

Ananya Weerajit

泰国华侨崇圣大学中国语言文化学院

Faculty of Chinese Language and Culture, Huachiew Chalermprakiet University, Thailand

Received: June 12, 2018 / Revised: March 30, 2020 / Accepted: April 1, 2020

摘要

本论文研究的课题是杜拉拉水上市场旅游汉语应用研究。论文使用文献资料分析、访谈分析和问卷调查分析。通过研究杜拉拉水上市场旅游汉语应用情况,包括汉语服务人员应用的基本情况、杜拉拉水上市场的汉语服务情况与中国游客沟通、市场汉语广告牌和标识牌、市场汉语服务的管理情况。从多方面指出杜拉拉水上市场汉语应用情况的评估,并相应地给出了建议和改进。

从汉语应用研究得出结论,汉语服务人员的汉语水平不仅要在听和说方面提高,读和写方面更需要加强。商店职员应该重视汉语普通话的学习,市场和商店应该提供读和写汉语方面的培训课程。如果服务人员的汉语服务水平提高,中国游客的满意度增加,更多高端消费就会增多。不仅旅游人数增加,而且在泰国的消费金额也会增长。

关键词: 泰国水上市场 杜拉拉水上市场 水上市场旅游 旅游汉语应用

Abstract

The subject of this paper was to research the usage of the Chinese language when traveling to Pattaya floating market. The paper used literature analysis, interview analysis, and a questionnaire

survey. The paper evaluated the application of Chinese in the Pattaya Floating Market and gave resultant suggestions and improvements.

From the study on the application of Chinese tourism in the Pattaya Floating market was that store, Chinese service personnel must not only improve their Chinese proficiency in listening and speaking but also need to strengthen their reading and writing skills. Store staff should pay attention to learning Mandarin Chinese, markets and stores should also provide training courses in reading and writing Chinese. If the service level of the Chinese service personnel improves, the satisfaction of Chinese tourists will be increased, and high-end consumption will also be increased. Not only will the number of tourists be increased, but the amount of consumption in Thailand will also increase.

Keywords: Thailand Floating Market, Pattaya Floating Market, Travel in Thailand Floating Market, Usage of the Chinese Language When Traveling

绪论

选题的背景及研究意义

泰国是多河川国家，水运业发达，居民沿河而居，许多商贩都依靠河流为生，也因此逐渐发展出庞大的水上市场。泰国曼谷有许多水上市场，大部分离曼谷市中心比较远。泰国的著名水上市场有很多，比如：

1. 达城水上市场（阿育陀耶水上市场）
2. 丹嫩莎朵水上市场（丹嫩沙多水上市场）
3. 安帕瓦水上市场
4. 曼谷大林江水上市场
5. 宽里安水上市场
6. 空叻玛荣水上市场
7. 高桥水上市场
8. 杜拉拉水上市场（四方水上市场）

近年来，有很多游客来泰国旅游，其中绝大部分游客是中国人。泰国有很多旅游胜地，比如：曼谷，清迈，普吉岛，芭提雅等等。对中国游客来说，芭提雅是最主要的旅游胜地。芭提雅还有很多旅游景点，比如：芭提雅海滩，中天海滩，格兰岛，东芭乐园，是拉差老虎园，芭提雅公园塔，芭提雅步行街，富贵黄金屋和杜拉拉水上市场等等。杜拉拉水上市场原名“四方水上市场”，由于中国电视剧《杜拉拉升职记》在这里拍摄，这让中国人越来越多地认识四方水上市场，四方水上市场也因此获得了新名字“杜拉拉水上市场”。由于有大量中国游客来杜拉拉水上市场旅游，所以杜拉拉水上市场使用汉语交流成为必然的趋势。

杜拉拉水上市场的水面覆盖面积超过 10 万平方米, 经过不断的开发与改良, 受到了来自泰国本土以及其他国家的游客欢迎。让更多人能够欣赏到汇集泰国四个不同区域文化特色的水上风情。

位于春里武府芭提雅的杜拉拉水上市场, 集合了泰国的北部、东北部、中部及南部文化及美食特色的大型水上市场, 因而得名。因为观光客很多, 所以有很多土产、手工艺品商店。

除此之外, 在杜拉拉水上市场还提供多种娱乐项目。对于喜欢冒险的游客, 旅游局提供有滑索探险等新鲜刺激的活动项目。喜欢轻松休闲的游客, 则可以选择泛舟湖上, 享受水上游览以及水上购物的乐趣。当然, 游客也可以带着他们的孩子一起体验水上汽艇活动项目, 让他们的欢声笑语随着水上汽艇一起荡漾在水上市场。

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。虽然泰国旅游业的快速发展带动了泰国经济的快速增长, 但同时也为泰国带来了一些不良影响。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。本文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, 并根据泰国旅游业的发展得出的启示。

目前中国已经是赴泰国游客的最大客源国, 每年数以百万计的中国游客进入泰国, 在泰国芭提雅, 每天都有大量中国人来杜拉拉水上市场旅游, 汉语就成为必不可少的沟通语言。但是在实际应用中, 芭提雅杜拉拉水上市场的汉语服务并不是十分理想, 在很多重要的地方均没有汉语提示牌。除此之外, 杜拉拉水上市场客服人员的汉语水平也仍然有待提高。因此, 研究如何提高杜拉拉水上市场旅游汉语应用的质量具有重要的意义。

文献综述

水上市场是泰国游客和外国游客的热门旅游胜地。 泰国有许多水上市场, 无论在曼谷还是其他省份, 都深受游客欢迎。 与水上市场有关的研究, Chantadit (2009) 泰国游客研究行为与满意度研究。青蛙行为对泰国旅游者对安帕瓦水市场旅游行为的满意度夜功府这个研究是由一群 300 人进行的。游客对安帕瓦水市场总体很满意。从各个方面考虑, 发现旅游景点当地人和商店, 饭店和饮料处于较高水平。至于政府机构提供的服务中级。研究游客对安帕瓦水市场的行为和满意度, 以研究游客在前往安帕瓦水市场的行为方式或使他们满意的因素。让游客再次前往安帕瓦水上市场。并研究游客应该改善或发展哪些因素, 以便利用研究结果来发展安帕瓦水上市场的旅游模式, 从而变得更受欢迎包括使旅游业在未来继续发展。Hirunthet (2010) 指出, 本论文研究旨在调查影响决策因素制造在暖武里省河内水上市场旅行的泰国游客。建议营造非洲浮东市场可持续发展。决定在河内浮动市场旅行的泰国游客的行为是: 美味的食物, 美丽的地方, 还有重要的是尊重佛教。但是, 由于游客仍可能知道水上市场导致游客减少。因

此,水上市场应该能够为水上市场推广市场,应该进行更多的宣传,吸引更多的游客前来。通过在电视,报纸和广播上刊登广告为了让水上市场闻名,更多的游客有兴趣参观。Chantadit (2009) 和 Hirunthet (2010) 都分别通过研究得出证明,发现泰国和外国游客对泰国水上市场的访问感到满意和满意影响。水上市场旅游业的因素,可能是由于水上市场的地理位置,水上市场的身份,水上市场活动,食品和饮料所致。这应该是游客决定参观水上市场的重要因素。通过对 Chantadit (2009) 的研究,使了解游客的行为和满意度。Hirunthet (2010) 以及营销因素和游客的决策前往水上市场旅行,可以将他们俩的结果用作营销计划的指南,以改善和发展泰国水上市场的旅游业,从而最大程度地提高游客的满意度。目前,有许多中国游客来泰国旅游。泰国除了拥有水上市场或者旅游胜地以外。Wattanasin (2015) 进行了研究中国游客赴泰国旅游满意度分析,这将对泰国的旅游业发展很有用。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,也是作为一名泰国留学生为中泰两国文化交流和旅游业发展作贡献的心愿。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的问题主要是:旅游资源文化内涵有待深入挖掘;旅游购物市场和价格机制可进一步完善;加强基础设施建设,改善城市交通;改善餐饮质量,提供更加健康美味的特色饮食。为此,本文提出:继续保持高质量的服务水平;加强对中国旅游客源市场的研究,开发符合中国游客的需求,不断开发创新具有泰国特色的旅游产品。对中国游客赴泰国旅游满意度分析,可以了解满意度和缺点,以及关于泰国旅游业需要改善的各种问题,为了促进和发展泰国的旅游业。

Saeheng (2015) 从泰国旅游业商务汉语的思路来研究,通过对泰国旅游业的汉语应用满意度调查。了解和提高泰国旅游业服务质量。以及指出汉语在泰国旅游业各个方面都起到了非常重要的作用。另外,英语在泰国旅游业的应用程度比汉语好。这些问题就是泰国旅游管理部门的管理人员对商务汉语的应用还不够,还未能很好地使用商务汉语来促进泰国的旅游业发展。

因此,为了促进泰国旅游业提高效率良性发展的需要。正如 Kamolyingcharoen (2015) 在赴曼谷的中国游客行为研究中指出,泰国作为亚洲一个非常重要的旅游国家,拥有丰富的自然、人文景观。同时旅游业是泰国经济的支柱产业,每年为泰国创造巨额的外汇收入。近年

来, 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。赴曼谷的中国游客中男女比例较为均衡, 并且主要以收入和文化水平较高的中青年为主。购物、观光、度假等是中国游客赴曼谷旅游的主要动机, 偏好星级酒店, 也有部分游客会选择特色酒店, 大部分中国游客在曼谷都会购买服装、化妆品等物品。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。为了促进中国游客赴泰国旅游的快速、健康发展。特别是使用汉语在与中国游客交流中变得更为重要。因此, 政府应在各种旅游景点中推广汉语使用, 为了提高泰国旅游业的效率与发展。基于开发更多旅游市场的目的及重要意义进行本课题的研究。

研究的范围

1. 只限在芭提雅的杜拉拉水上市场进行调查研究。
2. 研究对象为 100 位旅客和 50 位服务员。
3. 提高汉语交流水平和提供多方位汉语服务的重要性, 对增加中国游客满意度, 以及发展泰国旅游业的影响作用。

研究目的

1. 研究杜拉拉水上市场的汉语应用现状。
2. 研究及解决杜拉拉水上市场汉语应用存在的问题。

研究方法

本论文研究方法是定性和定量的综合法。定性法为书籍文献收集, 硕博士论文, 报纸, 报刊和网站以及深入访谈 20 位商店里的服务人员。

杜拉拉水上市场汉语应用的情况

以杜拉拉水上市场的中国游客为研究对象, 对杜拉拉水上市场的汉语服务进行调查, 根据相关的旅游调查结果分析其中存在的问题, 并提出相应的解决对策, 有助于中泰两国的旅游管理部门和旅游企业更好地定位旅游目标市场, 进行有针对性的旅游宣传与推广, 对于促进泰国旅游业的持续发展具有重要意义。

中国游客赴泰国旅游的人数逐渐增加, 对泰国旅游市场影响甚大。

拉水上市场有四个部门, 北部, 中部, 东北部和南部。杜拉拉水上市场也有 114 个商店。2008 年杜拉拉水上市场刚刚开张的时候, 全部的商业服务是泰国人, 他们只用泰语和英

语跟游客沟通。2010 年以来, 杜拉拉水上市场有越来越多的中国游客来旅游, 因此也很需要商业汉语服务。由于杜拉拉水上市场缺乏会说汉语的服务, 于是原来的服务员开始学习汉语。不过也有一些服务员就会说汉语, 因为每天有很多中国游客来杜拉拉水上市场旅游, 所以他们就有更多的机会跟中国游客交流。他们的工作经验, 使他们有基本汉语会话的能力。

汉语服务人员应用的基本情况

在这次研究中, 研究者将杜拉拉水上市场的 50 位汉语服务人员作为对象。另外问卷调查的内容分为四个部分包括汉语能力、学历、汉语水平和工作的情况。按照问卷调查的四个部分, 如下的内容是 50 位杜拉拉水上市场服务员问卷调查的结果。

汉语能力

服务人员喜欢说汉语

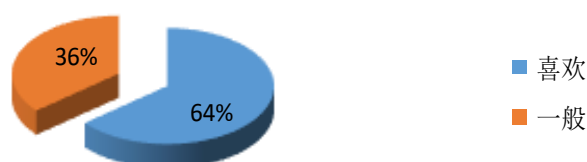


图 1 服务人员喜欢说汉语的数量与百分比

服务人员能说几种汉语

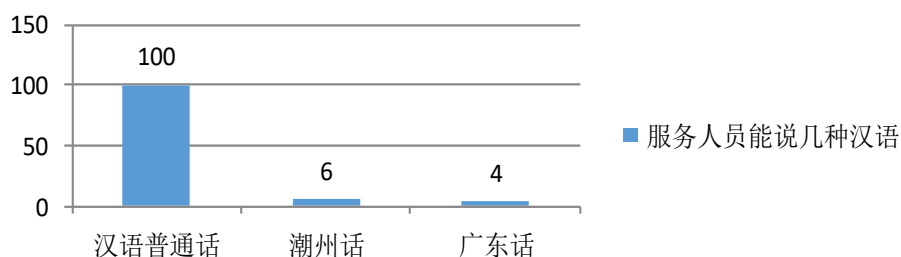


图 2 服务人员能说几种汉语的数量与百分比

从图 1 到 2 来看, 大部分的服务员喜欢说汉语 (64%), 另外服务员对汉语一般 (36%)。从表 3-3 来看, 全部的服务员都会说汉语普通话 (100%), 有少部分的服务员会说潮州话和广东话 (5%)。还发现大部分的服务员对汉语很有兴趣, 他们全部都会说汉语普通话, 但是也有一些服务员还会说福州话和广东话。在杜拉拉水上市场, 大部分的中国游客是从中国大陆来的, 所以汉语普通话是杜拉拉水上市场的最主要的语言沟通。

学历

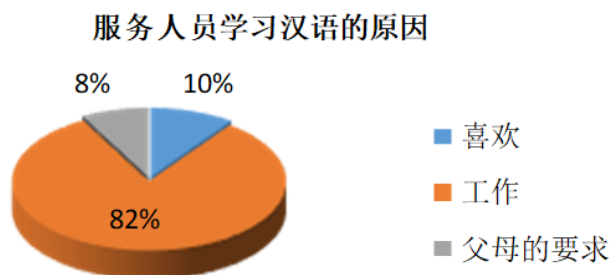


图 3 服务人员学习汉语的原因的数量与百分比

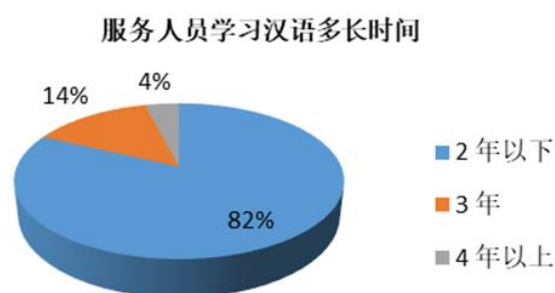


图 4 服务人员学习汉语的时间数量与百分比

从图 3 到 4 来看, 服务员学习汉语的原因 82%是因为工作原因, 10%是喜欢, 其他原因 8%是华人家庭, 从小父母都要求学习汉语。他们已经学过汉语, 占 82%有 41 位服务员用 2 年的时间学习汉语, 另外占 14%有 9 位服务员用 3 年的时间学习汉语, 占 4%用 4 年以上学习汉语。可以发现, 大部分的服务员教育程度还不那么高, 因为他们觉得只有学习到初中或高中就够了, 也可以找工作。他们学习汉语的原因是为了工作原因, 只是学习汉语 2 年, 就可以用汉语进行一般的会话。

汉语水平的情况

在这次研究中, 研究者将杜拉拉水上市场的 50 服务员作为对象。另外问卷调查的内容分为两个部分人群。一部分是对杜拉拉水上市场服务人员的汉语水平实际调查情况。又通过问卷调查, 如下的内容是杜拉拉水上市场 50 位服务人员的汉语水平问卷调查的结果。

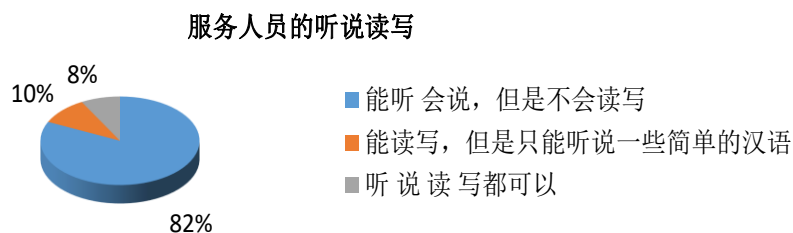


图 5 服务人员的听说读写的数量与百分比

从图 5 来看，服务人员的汉语听说读写如何，41 位的服务员能听会说，但是不会读写 (82%)，5 位服务员能读写，但是只能听说一些简单的汉语 (10%)，其他 4 位服务员听、说、读、写都可以 (8%)。从图 5 来看，可以发现大部分服务员学习汉语的时间还不长，所以他们的汉语水平只能听会说，但是不会读写。因为工作需要会说汉语，但是读写汉字还不太好。工作需要听说汉语，所以他们觉得应该学习汉语听力和口语，就可以跟中国游客沟通了。



图 6 服务人员应该提高学习汉语的数量与百分比

从图 6 来看，在工作之中，杜拉拉水上市场的服务员需要进一步学习提高，44 位的服务员觉得应该提高汉语读和写方面 (88%)，4 位服务员觉得应该提高汉语听与说方面 (8%) 和 2 位服务员觉得应该提高汉语思维习惯与中国文化方面 (4%)。

工作情况

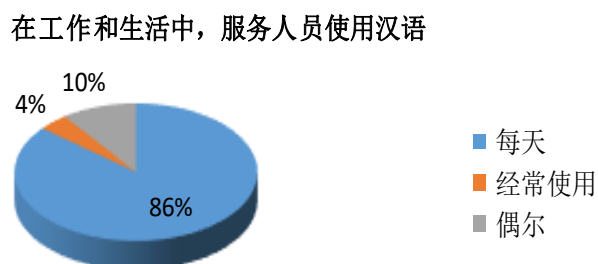


图 7 在工作和生活中, 服务人员使用汉语的数量与百分比

服务人员觉得汉语在工作生活中有用处



图 8 服务人员觉得汉语在工作生活中有用处的数量与百分比

从图 7 到 8 来看, 在平时的工作和生活中, 服务员每天使用汉语 (86%), 偶尔使用汉语 (10%)。他们觉得汉语在工作生活中用处很大 (60%), 有用处 (40%)。可以发现服务员每天经常使用汉语跟顾客交流, 所以汉语对服务员的工作生活用处很大。

杜拉拉水上市场汉语服务情况

与中国游客沟通

研究者赴杜拉拉水上市场的以 100 位中国游客做为对象。问卷调查的内容分为两个部分: 包括中国游客的基本资料和中国游客对杜拉拉水上市场汉语服务的满意度调查。按照问卷调查的两个部分, 如下是 100 位杜拉拉水上市场对游客的汉语应用调查的结果。

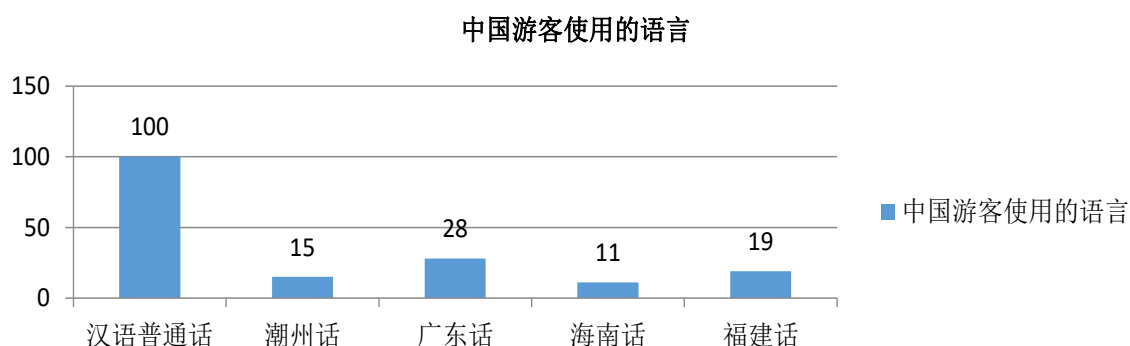


图 9 中国游客使用语言的数量与百分比

从图 9 来看, 在杜拉拉水上市场, 中国游客使用的语言是汉语普通话 (100%), 使用广东话 (28%), 福建话 (19%), 潮州话 (15%), 海南话 (11%)。到泰国的汉语游客年龄分布较全

面,但是主要以中年人为主,即年龄 30-39 岁的,因为这部分群体一般都有比较固定的工作,收入很好,有的已经成为公司或者单位的领导,收入比较多,他们的消费能力也比较高且有着较多的出游经验。大部分的中国游客都是跟旅行社一起来泰国旅行的,但是也有一些游客是自己来泰国旅行。全部的中国游客都是从中国大陆来的,所以他们都会说汉语普通话(100%),有小部分的游客还会说广东话和福建话。所以对中国游客来说,汉语普通话是他们最主要的沟通语言。

杜拉拉水上市场的广告和标识牌

本文的样本集中在杜拉拉水上市场的商店。杜拉拉水上市场是芭提雅的旅游地点,到芭提雅和春武里市游览的话,也经常去杜拉拉水上市场。因此,在杜拉拉水上市场有很多商店,如:饭店,服装店,纪念品店,美容店,药店和按摩店等等。从 2010 年以后,杜拉拉水上市场的广告和标识牌就开始用汉字描述了。

根据对中国游客的调查,杜拉拉水上市场有很多商店标识牌都有三种语言:泰语、英语和汉语,有些商店服务员还能讲几句简单的英语和汉语。可是有些地方还没有汉语标识牌,也缺乏汉语服务。比如去演艺娱乐区或者洗手间的话,有些用汉语标识牌,还有小部分没用汉语标识导引牌,或者写得不太清楚,致使游客不知道怎么走,影响游客的旅游体验。因此,杜拉拉水上市场管理部门应该增加一些汉语指路牌和招牌,并且要写得更清楚明白。此外,杜拉拉水上市场管理部门应该给游客送旅游宣传册,宣传册里面要包含汉语地图,方便帮助中国游客识别旅游和购物线路。

在餐饮或者商店服务区,虽然有关菜单牌或标价牌大部分已经用汉语描述,但是还有很多商店服务人员不会说汉语。对于中国游客而言,点菜或者购物时增添不少麻烦。在泰国餐厅,即使会说汉语的服务人员大部分也只会讲几句简单的汉语,比如商品名称和价格之类,甚至不能进行一般的汉语会话,发音也不标准,给中国游客带来不少不便。为了改进这种情况,杜拉拉水上市场的餐厅饭馆和商店应该提供多种语言的菜单牌和标价牌,除了泰语和英语以外,还应该增加汉语的菜单牌和标价牌。杜拉拉水上市场的管理部门还应该提供景区的汉语介绍服务,不仅方便游客,也能更好地介绍与宣传杜拉拉水上市场的特点,吸引更多的游客来这里旅游,品尝泰餐的美味佳肴。

市场汉语服务的管理情况

通过杜拉拉水上市场汉语服务的管理情况,杜拉拉水上市场只能用汉语服务地方、服务人员的汉语应用、广告和标识牌的汉语应用及问询处等。杜拉拉水上市场管理部门还没有那么多汉语服务,大部分的管理服务人员不会说汉语,他们只会说英语和泰语,在那边只有一位

汉语翻译人员。所以如果想跟中国旅行社或中国游客交流的话,他们就让那位汉语翻译人员帮忙翻译。可是有很多事情需要汉语翻译,只有一位汉语翻译人员是不够的。

杜拉拉水上市场汉语服务存在的问题

杜拉拉水上市场使用汉语的问题

近年来,中国游客赴泰国旅游的人数逐渐增加,对泰国旅游市场影响甚大。泰国水上市场,是中国游客喜爱的旅游地点之一。杜拉拉水上市场也是芭提雅的旅游地点。在 2008 年杜拉拉水上市场刚刚开张,大部分的游客是泰国人,后来慢慢就有更多的外国游客来杜拉拉水上市场旅游,最主要的是中国游客。因此,杜拉拉水上市场的汉语应用显得十分重要,无论是商业汉语服务的培养,对游客的汉语服务还是商店广告的汉语应用都很必要和重要。

杜拉拉水上市场汉语服务人员的问题

杜拉拉水上市场是中国游客比较集中的水上市场,能提供商业汉语服务的商家在总体上属于多数,但是他们说汉语的时候还存在明显的问题。他们只能听说汉语,还不会读写汉字,而且说得也不够流利,发音还不太标准。如果服务人员说得不太流利或者发音不太标准了的话,对中国游客要明白服务人员的意思还是一定有困难的。

在杜拉拉水上市场,有 15 个汉语服务人员是泰国人,但是还有 3 个汉语服务人员是缅甸人、1 个是老挝人和 1 个是柬埔寨人。他们全部都会说汉语,但是不会写汉字,有 5 个人不会说泰语和写泰字。因为汉语服务人员的调查都是用汉字和泰字的,如果想让他们自己做问卷调查了的话,他们都不会做的,所以研究者是跟他们边翻译边做得调查。

杜拉拉水上市场汉语服务情况与中国游客沟通的问题

中国现在已经成为世界第一大出境游的客源地,带动了许多国家旅游经济的发展,在促进文化交流学习过程中,更带动了经济的交流与发展。

自 2010 年以来,越来越多的中国游客来杜拉拉水上市场旅游。由于汉语是中国游客主要的沟通语言,很多情况下无法用英语替代。所以大部分的中国游客觉得杜拉拉水上市场的汉语应用十分必要。他们来杜拉拉水上市场的时候,只能用汉语跟服务员交流,很少中国游客会用英语或者用泰语跟服务员交流。如果杜拉拉水上市场的服务员,还不会说汉语了的话,他们很难跟中国游客交流,提供好的服务。

杜拉拉水上市场汉语广告和标识牌的问题

杜拉拉水上市场有很多标识牌已经都标有三种语言:泰语、英语和汉语。但是大部分的地方只用几句简单的汉语,甚至写得不太清楚或不准确,致使游客不能领会意思从而给游客带来不便。杜拉拉水上市场管理部门应该增加一些汉语广告和汉语标识牌,而且应该写得更清楚和准确。

改进杜拉拉水上市场汉语服务的建议

杜拉拉水上市场使用汉语的建议和改进情况

2010 年以来, 赴杜拉拉水上市场的外国游客逐渐增加, 最主要的是中国游客。因此, 杜拉拉水上市场的汉语应用显得十分重要, 无论是商业汉语服务的培养, 对游客的汉语服务还是商店广告的汉语应用都很必要。然而, 杜拉拉水上市场的汉语应用存在着诸多问题, 例如: 商业汉语服务不够、一般汉语服务也不够、广告和标识牌的汉语应用更不够且不准确等。杜拉拉水上市场管理部门应该从多方面采取措施改进汉语应用的情况。

杜拉拉水上市场汉语服务人员的建议和改进

根据杜拉拉水上市场汉语服务人员说汉语还存在明显的问题。不仅汉语服务人员说汉语不太流利, 他们的发音也不太标准, 这样也给中国游客带来交流的困难。所以杜拉拉水上市场应该加强服务员的汉语培训, 为了提高服务人员的汉语水平, 杜拉拉水上市场应该举办一些服务人员的汉语培训或者举办汉语座谈会。

问卷调查的分析后, 研究者提出了杜拉拉水上市场服务人员汉语培训的计划。在培训计划中, 考虑到服务人员的需要比如学习汉语的时间, 内容以及理想的老师等, 然后再按他们的需求来安排汉语培训。为了提高杜拉拉水上市场服务人员的汉语技能, 多举办活动与使用灵活媒体。活动让学生在多种情况下使用汉语特别是口语与听力, 这是沟通交流的核心, 这种活动包括汉语发音练习、语言游戏与角色扮演等。为了更容易地学习与了解知识, 媒体可以给学生。教师用歌曲、电影与电视台的节目, 以及互联网的在线课程作为汉语教学媒体。

杜拉拉水上市场汉语服务情况与中国游客沟通的建议和改进

由杜拉拉水上市场汉语服务情况与中国游客沟通还存在问题。从 2010 年以来, 赴杜拉拉水上市场的中国游客逐渐增加。由于普通话是中国游客主要的沟通语言, 很多情况下无法用英语替代。所以大部分的中国游客觉得杜拉拉水上市场的汉语应用很需要。为了满足中国游客的需求, 杜拉拉水上市场应该增加商业汉语服务和汉语应用, 比如: 旅游部门的汉语应用、管理部门的汉语应用、问询处的汉语应用、商店的汉语应用、活动的汉语应用和表演的汉语应用。这样就可以帮助中国游客沟通了解, 吸引更多的中国游客来旅游, 促进当地的旅游业发展。

杜拉拉水上市场汉语广告和标识牌的建议

杜拉拉水上市场有很多标识牌, 大部分的地方只用几句简单的汉语, 甚至写得不太清楚或不准确, 致使游客不能领会意思从而给游客带来不便。杜拉拉水上市场管理部门应该增加一些汉语广告和汉语标识牌, 而且应该写得更清楚和准确。因此, 杜拉拉水上市场管理部门再多增加一些汉语指路牌和招牌, 重要的是要写得更清楚准确容易明白。此外, 杜拉拉水上市场管理部门旅游宣传册并送给游客, 宣传册里面应该包含汉语地图, 帮助中国游客识别路线。

结语

泰国旅游业是泰国经济发展的一个重要支柱。泰国是多河川国家，水运业发达，居民沿河而居，许多商贩都依靠河流为生，水上市场的规模也因此逐渐发展壮大。泰国旅游景点繁多，吸引了大量外国游客赴泰国旅游，其中泰国水上市场是重点发展的旅游项目之一。最近几年，赴泰国水上市场旅游的中国游客数量连续增高，因此改进水上市场的汉语应用和服务成为了亟需解决的问题。

2010 年以来，赴杜拉拉水上市场的外国游客逐渐增加，最主要的是中国游客。因此，杜拉拉水上市场的汉语应用显得十分重要，无论是商业汉语服务的培养，对游客的汉语服务还是商店广告的汉语应用都是很必要的。

本论文研究杜拉拉水上市场旅游汉语应用。论文使用文献资料分析、访谈分析和问卷调查分析。通过研究杜拉拉水上市场旅游汉语应用情况，包括汉语服务人员应用的基本情况、杜拉拉水上市场的汉语服务情况与中国游客沟通、市场汉语广告牌和标识牌、市场汉语服务的管理情况。从多方面指出杜拉拉水上市场汉语应用情况的评估，并相应地给出了建议。

从杜拉拉水上市场旅游汉语应用研究得出结论，汉语服务人员的汉语水平不仅要在听和说方面提高，读和写方面更需要加强。商店职员应该重视汉语普通话的学习，市场和商店应该提供读和写汉语方面的培训课程。杜拉拉水上市场有很多标识牌已经都标汉语了，但是大部分的地方还是几句简单的汉字标注，甚至写得不太清楚或不准确，市场管理部门应该增加更多的汉语指示路牌和招牌，一定要写得更清楚和准确。如果服务人员的汉语服务水平提高，中国游客的满意度增加，更多高端消费就会增多。不仅旅游人数增加，而且在泰国的消费金额也会增长。

本研究还存在着以下两点不足：一是在泰国缺少了汉语资料论文，研究者需要在中国的网站寻找资料，寻找不方便还需要付费才能得到所需资料。有时下载了但是还打不开文件，无法得到有用的资料；二是由于时间有限，研究者只能研究到杜拉拉水上市场旅游汉语应用，无法把其他泰国水上市场旅游汉语应用研究用来相比。最后作为指导改进与建议提高杜拉拉水上市场旅游汉语应用技能，遇上中国游客就用汉语沟通，职员的工作会更顺利，中国游客也会不断增加，更喜欢来这里旅游与消费。

References

- Bo, Z. (2015). *Research and Design of Floating Market in Tourist Resorts*. Master's Thesis, Kunming University of Science and Technology. [in Chinese]
- Chantadit, W. (2009). *Behavior and satisfaction of Thai tourists in Amphawa Floating Market*. Bachelor's Thesis, Bangkok University.
- Hirunthet, W. (2010). *Marketing factors and decision of Thai tourists in Sainoi Floating Market*. Bachelor's Thesis, Rajapruk University.
- Kamolyingcharoen, M. (2015). *The Study on Chinese Tourist's Behavior in Bangkok*. Master's Thesis, Yunnan University. [in Chinese]
- Mei, N. C. (2015). *Research on Chinese Tourists' Travel Behavior in Thailand a Case Study of Pattaya*. Master's Thesis, Guangxi University. [in Chinese]
- Pattayafloatingmarket.com. (2016). *History of Pattaya Floating Market*. Retrieved January 25, 2017, from <http://www.pattayafloatingmarket.com/> [in Chinese]
- Ru, H. L. (2014). *Chinese tourists' travel satisfaction study in Thailand*. Master's Thesis, East China University of Science and Technology. [in Chinese]
- Saeheng, S. (2015). *Applied Research on Business Chinese in Developing Thai Tourism*. Master's Thesis, Huachiew Chalermprakiet University. [in Chinese]
- Taiiwan.com. (2016). *Bangkok Attractions have to visit Amphawa Floating Market*. Retrieved October 15, 2017, from <http://taiiwan.com.tw/7249/bangkok-amphawa-floating-market> [in Chinese]
- Tha.lotour.com. (2016). *Travel to Pattaya Floating Market*. Retrieved October 15, 2016, from <http://tha.lotour.com/badiya1/zhengwen/lg-820.shtml> [in Chinese]
- Tian, T. (2011). *Development Status and Countermeasures of Coastal Tourism in Pattaya, Thailand*. Master's Thesis, Guangxi University. [in Chinese]
- Wattanasin, C. (2015). *Analysis on the Satisfaction of Chinese Tourists to Thailand*. Master's Thesis, East China University of Science and Technology. [in Chinese]



Name and Surname: Ananya Weerajit

Highest Education: Master's Degree

University or Agency: Huachiew Chalermprakiet University

Field of Expertise: Chinese Language