



13

Communications

曼谷市内酒店前台部、餐饮部、管家部服务人员汉语使用需求研究
**STUDY ON THE DEMAND OF USING CHINESE LANGUAGE OF HOTEL
WORKERS IN FRONT OFFICE, FOOD AND BEVERAGE, AND
HOUSEKEEPING DEPARTMENTS IN BANGKOK**

黄翠娇¹, 苏兆伟², 陈明明³, 王安妮⁴
Khanitha Pimanmassuriya¹, Zhaowei Su², Supichaya Chaichotiranant³, Anni Wang⁴

1,2,3正大管理学院文学院

1, 2, 3 Faculty of Liberal Arts, Panyapiwat Institute of Management

4引知（中国北京）

4 InGenius Prep (Beijing, China)

*Corresponding author: 黄翠娇, E-mail: khanithapim@pim.ac.th

*Corresponding author: 苏兆伟, E-mail: zhaowei su@pim.ac.th

*Corresponding author: 陈明明, E-mail: supichayacha@pim.ac.th

*Corresponding author: 王安妮, E-mail: anniewang0803@hotmail.com

摘要

本研究以曼谷市内酒店3个部门共计150名服务人员为样本，对其进行问卷调查、收集数据，通过分析平均值、频率和标准偏差来研究酒店前台部、餐饮部、管家部服务人员使用汉语提供一般信息与服务的需求以及使用汉语提供专业信息与服务的需求。研究表明酒店前台部、餐饮部、管家部服务人员使用汉语提供一般信息与服务需求度较高的服务场景为“欢迎问候顾客以及与顾客的一般会话”、“回答顾客疑问并询问顾客需求”和“介绍酒店的各类信息与服务”。而提供专业信息与服务方面，前台部与管家部服务人员在“告知使用服务时的规定与禁止事项”服务场景的汉语使用需求度较高。而餐饮部服务人员使用汉语需求度较高的服务场景为“提供与各类数字、数量、时间、服务费相关的信息”。

关键词：汉语使用需求 酒店服务人员 前台部 餐饮部 管家部

ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate the demand of using Chinese language to communicate and provide services among hotel workers in front office, food and beverage, and housekeeping departments. There were 150 hotel workers from the three departments of hotels in Bangkok participating in this study. Data were analyzed by using average, frequency, and standard division (SD). The findings revealed that hotel workers from the three departments displayed the highest level of demand of Chinese language in greeting and general conversation with customers, in answering questions and enquiring information, and in introducing information about hotels. It was also found that both front office workers and housekeepers had the highest demand of using Chinese language to inform rules and regulations of hotel services. Food and beverage agents displayed the highest need to use Chinese language to give numerical information.

Keywords: the demand of using Chinese language, hotel workers, front office, food and beverage, housekeeping

一、引言

泰国国家旅游与体育部（2019）公布的2018年来泰游客数量及收入统计显示：中国游客数量为1053万5955人次，占外国游客总数的27.52%；为泰国创造旅游收入共计5806亿9923万泰铢，相当于泰国外国游客旅游总创收的四分之一。除此之外，万事达卡2017年度世界最佳旅游目的地调查结果显示曼谷成为中国游客选择出游的第一大目的地（Nation TV, 2017）。

《中国游客境外旅游调查报告》或Chinese International Travel Monitor (Hotel.com, 2017)对中国游客的行为调查显示高达67%的中国游客更倾向于线上预订住宿酒店并且倾向于预订3星级及以上的酒店。不仅如此，此调查报告还显示中国游客希望酒店住宿业认识到可以使用汉语进行交际沟通的酒店员工的重要性。以上数据和调查反映出中国游客热衷于来泰，特别是曼谷旅游，而且有使用汉语与酒店员工进行沟通的需求。这同样也反映出目前在泰国的酒店住宿业仍缺乏可以使用汉语进行交际的酒店服务人员的现状。

酒店员工因素对中国游客来说是其决定选择某酒店住宿服务的重要影响因素。包括员工礼貌友善的服务、细心周到的服务以及为顾客提供所需信息与建议非常重要（Kaewta, 2014）。服务提供者与服务使用者之间的交际沟通开始于酒店住宿的预订，经过入住，直到退房离开。如果服务提供者与服务使用者之间的交际沟通出现问题将不可避免地影响到服务使用者对该服务的印象体验。因此，酒店住宿业缺乏使用汉语进行有效交际沟通服务人员的问题现状亟需解决。

上述问题激发了我们从事酒店服务人员，特别是酒店前台部、餐饮部以及管家部服务人员汉语使用需求研究的兴趣。因为这些部门的服务人员直接面对服务使用者并与之交际沟通，是为服务使用者创造良好印象体验的前线。我们希望本文的研究结果能够为发展与提高酒店住宿服务人员工作潜力，提高其效率提供指导。另一方面也更好地发展泰国酒店住宿业，使其具备良好的潜力。以为中国游客创造良好的印象体验，进而增加使用该服务的人数。

二、研究目标

1. 研究酒店住宿业前台部、餐饮部以及管家部服务人员使用汉语提供一般信息与服务的需求。
2. 研究酒店住宿业前台部、餐饮部以及管家部服务人员使用汉语提供专业信息与服务的需求。

三、文献综述

泰国《2004年酒店法》（2004）将“酒店”定义为由民营机构或个人建立，为旅行者或其他人员提供临时住宿服务，以收取日租金为目的的场所。Thareethip Taki（2006）以及Chantima Rakmuncharoen（2015）对该含义进行了扩展，认为“酒店”是以休息为目的，由各类服务入住者的便利设施组成的，让服务使用者感到舒适、入住者感到满意的场所。

酒店按其功能可划分为2大系统。首先是前台客房与餐饮系统，即：前台部、管家部以及餐饮部。第二为后台系统，如人力资源部、厨房部、会计部等。这两大系统互相支持，同等重要。但即便如此，直接面对顾客的是前台系统（Kitpanpanich, 2005）。其职责、特征以及重要性如下：

前台部、餐饮部以及管家部是直接面对顾客的部门。其中前台部是为入住顾客或酒店

其他各类服务使用者提供服务的首要部门。负责为顾客提供服务，自销售客房、接待、入住登记直到顾客退房离店以及整个入住期间为顾客提供各类信息服务 (Nantapaiboon, 2012)。此外，前台部还是酒店重要的促销单位，通过推销房间为酒店创造收入以及促进其他部门发展。因此服务人员应礼貌、热情地提供各类便利服务，以使顾客最大程度的满意 (Ketsomboon, 2006)。

餐饮部是另一个为酒店创造收入的重要部门。负责餐饮食物的烹饪、摆放等工作，为酒店入住顾客以及外部顾客服务。此工作范围的接待人员负责餐桌预订、引导顾客至餐桌。餐饮服务人员负责提供餐饮信息，接受顾客点餐，上菜，布置餐具乃至注意提供服务时的礼仪，包括清洁桌面、收拾餐具等 (Sinthipsomboon, 2005)。

管家部负责管理客房的清洁卫生、做床等工作。例如：经常保持床单整洁，以及负责保持客房内以及酒店公共区域的整洁，以使入住顾客能及时使用该服务 (Ketsomboon, 2006)。

从对相关研究的分析可以发现使用外语进行交际沟通的能力对酒店住宿业来说非常重要。Leslie and Russell (2006)研究认为使用游客能够交际的语言进行交际沟通将让游客产生舒适感。如果酒店中有使用游客自身交际语言进行交际沟通的服务人员，该游客就希望入住该酒店或使用其服务。同时，Surangkana Kaewta (2014)的研究结果发现员工因素是影响中国游客选择使用相关住宿服务的重要因素，不管是员工礼貌友善的服务、细心周到的服务还是员工为顾客提供所需信息与建议。因此，可以说虽然使用汉语进行交际沟通在酒店住宿业还存在问题，但拥有会使用汉语进行交际沟通服务人员的酒店将具有优势。Pitchaya Wattanarungson (2015)研究发现由于曼谷市中心区多家酒店的主要顾客为中国人，并且在满足顾客需要时遇到过交际沟通问题，酒店住宿业服务人员外语交际能力问题，特别是汉语交际能力问题已成为导致其工作障碍的问题之一。如果酒店服务人员能够使用汉语进行交际沟通，将有助于促进业务发展，增加酒店收入；同时为中国顾客创造良好的印象体验。

四、研究方法

研究对象：我们根据国际房地产咨询公司世邦魏理仕 (CBRE) 的定义，选取了曼谷中央商务区 (CBD) 即：是隆路-沙吞路一带、无线路-奔集路一带、素坤逸路前段一带的5家为中国游客提供服务的3星级以上星级酒店，以这些酒店中直接与服务使用者接触的前台部、餐饮部及管家部服务人员为研究对象，共计240名。

样本选择：我们使用Krejcie & Morgan的抽样调查样本理论模型，选取样本数量共计150人。将此样本平均分配给5家酒店，每家30人，每个部门10人。对具有1年以上工作服务经验并曾经为中国游客提供过服务的服务人员进行立意抽样 (purposive sampling)。

研究工具：我们以评价量表 (rating scale) 为研究工具对酒店前台部、餐饮部及管家部服务人员的汉语使用需求进行研究。由从事汉语和酒店交际汉语教学的3位专家使用评价量表 (rating scale) 问题对问题内容以及目标适合度进行检查。IOC值为0.910。

数据收集：2018年9月至10月期间对各相关部门的样本组发放调查问卷以收集数据。

数据分析：利用数据统计分析软件SPSS对百分比、平均值、频率和标准偏差 (S. D.) 进行分析。



五、研究结果

1. 第一部分：样本组一般信息

我们对共计150名服务人员的信息进行了调查分析。人员组成包括前台部服务人员50名，餐饮部服务人员50名以及管家部服务人员50名。分析研究发现，样本组服务人员中女性占比为62.7%，男性占比为37.3%。

由于样本酒店中73.3%的入住顾客为中国游客，且中国游客的66%为喜欢个人或家庭自由行的游客。而样本组服务人员中的70.7%缺乏汉语基础知识，这可能会造成交际沟通问题。

在与中国顾客交际沟通时，样本组中有85.3%的服务人员曾遇到过问题，14.7%的服务人员未遇到过相关问题。样本组中有92.7%的服务人员认为有必要而且需要使用汉语与中国顾客沟通，而认为不必要也不需要汉语与中国顾客沟通的服务人员占比仅为7.3%。

就语言能力而言，样本组中有66.7%的服务人员希望提高自身的口语能力，其次有27.3%的服务人员希望提高自身的听力能力，4.0%的服务人员希望提高自身的书写能力，最后有2%的服务人员希望提高自身的阅读能力。就学习目的而言，样本组中有54.0%的服务人员希望提高自身的汉语能力，以与中国顾客交际沟通、满足其服务需要；有31.1%的服务人员希望提高自身的汉语能力，以能够提高工作效率；而有30.7%的服务人员希望提高自身的汉语能力以进行自我提高。

2. 第二部分：酒店住宿业前台部、餐饮部以及管家部服务人员使用汉语提供一般信息与服务的需求

表1: 各类服务场景下酒店住宿业服务人员使用汉语提供一般信息与服务的需求平均值、标准偏差以及等级

服务场景	需求等级			
	平均值	标准偏差	需求程度	排序
1. 欢迎问候顾客以及与顾客的一般会话	3.37	1.56	中	1
2. 回答顾客疑问并询问顾客需求	3.24	1.46	中	2
3. 当顾客遗忘或丢失物品时提供信息	3.11	1.41	中	4
4. 表示理解与同情顾客的用语	3.07	1.35	中	6
5. 当顾客投诉时，接受并提出解决问题的方案	3.05	1.43	中	7
6. 电话交际沟通	2.93	1.46	中	8
7. 介绍酒店的各类信息与服务	3.16	1.44	中	3
8. 酒店内部设施的位置与路线以及酒店周围场所设施	3.09	1.31	中	5

通过表1，我们可以发现各类服务场景下酒店住宿业服务人员使用汉语提供一般信息与服务的需求等级排序，从高到低排在首位的为“欢迎问候顾客以及与顾客的一般会话”服务场景；其次为“回答顾客疑问并询问顾客需求”服务场景；第三为“介绍酒店的各类信息与服务”服务场景。之后依次为“当顾客遗忘或丢失物品时提供信息”服务场景；“酒店内部设施的位置与路线以及酒店周围场所设施”服务场景；“表示理解与同情顾客的用语”服务场景；“当顾客投诉时，接受并提出解决问题的方案”服务场景；需求最少的是“电话交际沟通”服务场景。



3.第三部分:酒店住宿业前台部、餐饮部以及管家部服务人员使用汉语提供专业信息与服务的需求

表2: 各类服务场景下酒店住宿业服务人员使用汉语提供专业信息与服务的需求平均值、标准偏差以及等级

服务场景	前台部 (n=50)			餐饮部 (n=50)			管家部 (n=50)		
	平均值	标准偏差	需求程度	平均值	标准偏差	需求程度	平均值	标准偏差	需求程度
1. 告知并说明客房预订流程	3.44	1.37	高	2.56	1.42	低	2.32	1.39	低
2. 介绍从入住登记直到退房离店以及罚款等信息	3.54	1.43	高	2.62	1.34	中	2.40	1.48	低
3. 介绍在线支付或现金支付步骤	3.48	1.34	高	2.70	1.37	中	2.32	1.30	低
4. 介绍各类便利设施	3.34	1.38	中	2.66	1.47	中	2.56	1.33	低
5. 推荐所负责部门的促销活动	3.30	1.33	中	2.68	1.35	中	2.36	1.21	低
6. 推荐所负责部门的产品与服务	3.24	1.35	中	2.70	1.30	中	2.48	1.27	低
7. 提供与各类数字、数量、时间、服务费相关的信息	3.54	1.46	高	2.74	1.32	中	2.68	1.32	中
8. 告知使用服务时的规定与禁止事项	3.78	1.30	高	2.70	1.30	中	2.76	1.38	中

从表2我们可以看出各类服务场景下酒店住宿业服务人员使用汉语提供专业信息与服务的需求具体如下:

对前台部服务人员而言,其使用汉语在各类服务场景中提供专业信息与服务的需求由高到低排序,首先是重要程度为高的“告知使用服务时的规定与禁止事项”服务场景;其次是重要程度为高的“介绍从入住登记直到退房离店以及罚款等信息”服务场景。之后依次为重要程度为高的“提供与各类数字、数量、时间、服务费相关的信息”服务场景;重要程度为高的“介绍在线支付或现金支付步骤”服务场景;重要程度为高的“告知并说明客房预订流程”服务场景;重要程度为中的“介绍各类便利设施”服务场景;重要程度为中的“推荐所负责部门的促销活动”以及重要程度为中的“推荐所负责部门的产品与服务”。

对餐饮部服务人员而言,其使用汉语在各类服务场景中提供专业信息与服务的需求由高到低排序,首先是重要程度为中的“提供与各类数字、数量、时间、服务费相关的信息”服务场景;其次是重要程度为中的“推荐所负责部门的产品与服务”服务场景、“告知使用服务时的规定与禁止事项”服务场景以及“介绍在线支付或现金支付步骤”服务场景。之后依次为重要程度为中的“告知并说明客房预订流程”服务场景;重要程度为中的“推荐所负责部门的促销活动”服务场景;重要程度为中的“介绍各类便利设施”服务场景以及重要程度为低的“介绍从入住登记直到退房离店以及罚款等信息”服务场景。

至于管家部服务人员,其使用汉语在各类服务场景中提供专业信息与服务的需求由高到低排序,首先是重要程度为中的“告知使用服务时的规定与禁止事项”服务场景;其次为重要程度为中的“提供与各类数字、数量、时间、服务费相关的信息”服务场景。其他的依次为重要程度为低的“介绍各类便利设施”服务场景;重要程度为低的“推荐所负责部门的产品与服务”服务场景;重要程度为低的“推荐所负责部门的促销活动”服务场景;重要程度为低的“介绍从入住登记直到退房离店以及罚款等信息”服务场景;重要程度为低的“介绍在线支付或现金支付步骤”服务场景和“告知并说明客房预订流程”服务场景。

六、讨论与结论

1. 酒店住宿业前台部、餐饮部以及管家部服务人员使用汉语提供一般信息与服务的需 求

研究表明与中国顾客直接接触的酒店住宿业前台部、餐饮部以及管家部服务人员大部分没有汉语知识基础，但却有使用汉语以为酒店主要客源的中国顾客提供服务的需求。该需求的主要目的在于与中国顾客交际沟通、满足其服务需要。以及希望能够提高工作效率和自我提高。除此之外，研究还发现需求度最高的服务场景为“欢迎问候顾客以及与顾客的一般会话”服务场景；其次为“回答顾客疑问并询问顾客需求”服务场景；第三为“介绍酒店的各类信息与服务”服务场景。之后依次为“当顾客遗忘或丢失物品时提供信息”服务场景；“酒店内部设施的位置与路线以及酒店周围场所设施”服务场景；“表示理解与同情顾客的用语”服务场景；“当顾客投诉时，接受并提出解决问题的方案”服务场景；需求度最低的为“电话交际沟通”服务场景。该研究结果与Sanee Dechawongse和Somporn Gomaratur (2014) 题为《曼谷佛教寺庙的外语需求》一文的研究结果一致。其认为酒店住宿业、航空业的从业者非常有必要掌握使用外语以提升销售额或提供各类服务。除英语以外，汉语也是一种有必要掌握使用的语言。Jariya Koment的《东盟旅游从业者共同职业素养要求下清迈酒店住宿业的战略调整与管理研究》(2014)也得出相应的结论。该研究指出随着近年来中国游客数量的不断上升，酒店住宿业服务人员使用汉语交际沟通的必要性也不断提高。因此清迈酒店住宿业的劳动力现已开始意识到汉语的重要性。并且有录用除英语外具备汉语交际沟通能力服务人员的需求，以能够为中国顾客服务、满足其需求。

除此之外，酒店住宿业3个部门的服务人员还有学习中国文化的需求，以避免因文化差异而产生的问题，使汉语交际沟通能够有效进行。例如中国人的数字偏好。当中国顾客预订客房时，服务人员应避免为其预订房间号码被视为不吉利的房间。Harrirak Chantima (2018) 题为《泰国东北地区酒店管家服务人员的自我提高需求》的研究结果也体现了此点。其研究发现酒店管家部服务人员有培训的需求，以提高有关文化差异性和多样性的相关知识。Surangkana Kaewta (2014) 的研究也得出了相同的结论。其研究发现在普吉府员工因素是影响中国游客选择使用相关住宿服务的重要因素，不管是员工礼貌友善的服务、细心周到的服务还是员工为顾客提供所需信息与建议。

2. 酒店住宿业前台部、餐饮部以及管家部服务人员使用汉语提供专业信息与服务的需 求

研究表明，前台部服务人员在各类服务场景中对使用汉语需求度最高的是“告知使用服务时的规定与禁止事项”服务场景；其次是“介绍从入住登记直到退房离店以及罚款等信息”服务场景。由于服务人员经常发现中国顾客违反酒店的相关规定吸烟，导致酒店经常向中国顾客收取罚款，进而使得服务人员产生了使用汉语与中国顾客交际与解释的需求。之后为“提供与各类数字、数量、时间、服务费相关的信息”服务场景。例如告知中国顾客房间号、房间所在楼层以及各种时间规定等。以上研究结果与Vanchalerm Poengtrummarong (2018) 的研究结果相一致。其《素攀武里府市区酒店前台部服务人员使用汉语与游客交际沟通的需求研究》一文发现服务人员依次有使以下用汉语的需求：解释告知酒店相关规定和条例；问候、询问需求以及各类交谈和询问时间。由于在线支付方式目前正成为中国顾客主流的支付方式，使用汉语解释在线或现金支付步骤也是一个需求度很高的场景。

而对餐饮部服务人员而言，其使用汉语需求最高的服务场景为“提供与各类数字、数量、时间、服务费相关的信息”服务场景。因为其所提供的服务以询问使用服务的客人数量、告知客人价格以及服务时间开始。同时，“推荐所负责部门的产品与服务”也是餐饮部服务人员的主要职责。此工作需直接与顾客接触，所以服务人员应能够使用汉语介绍菜品、食品味道以及提供相关信息。除此之外，“推荐所负责部门的促销活动”也是一个需要汉语提供信息与服务的场景。这将给酒店的收入带来影响，因为除顾客的入住收入外，餐厅也是一个为酒店创造收

入的重要部门。使用汉语“告知使用服务时的规定与禁止事项”将有助于方便顾客，同时有助于减少服务使用者与服务提供者之间的冲突。

至于管家部门，研究发现服务人员实用汉语需求最大的服务场景为“告知使用服务时的规定与禁止事项”。因为管家部负责管理客房，如有发现顾客违法酒店相关规定，如在房间内吸烟等，服务人员必须使用汉语告知顾客相关规定。其次是“提供与各类数字、数量、时间、服务费相关的信息”服务场景。例如当服务人员进入房间进行清洁整理时却发现顾客仍在房间内的场景。此场景下服务人员需告知顾客前来清洁整理房间的时间点和所需时间等。顾客询问迷你吧中小吃价格的服务场景也类似。需求度位于第三位的是“介绍各类便利设施”服务场景。以应对顾客希望增加相关设施物品或服务人员需对顾客进行额外询问以避免对寝具毛发过敏的场景。

通过以上分析我们可以看出，“告知使用服务时的规定与禁止事项”不仅仅是前台部服务人员和餐饮部服务人员需要使用汉语应对的服务场景，管家部服务人员也同样具有此需求。因为“使用服务时的规定与禁止事项”是所有服务人员应该掌握的，并能与使用该服务的顾客进行沟通的基本信息。例如告知顾客不能在房间内外以及各个服务场所吸烟的事宜，告知退房离店时间以及告知顾客其可能会打扰其他顾客的不适当行为等。

此外，“介绍在线支付或现金支付步骤”也是服务人员希望使用汉语交际沟通的一个服务场景。在线支付因其方便服务使用者和服务提供者而成为中国人普遍接受的一种支付方式。张子悦的《影响中国游客选择曼谷地区3星级酒店服务的营销因素研究》（2017）发现中国游客十分看重支付系统的便利性。《中国游客境外旅游调查报告》或 Chinese International Travel Monitor (Hotel.com, 2017)显示中国游客希望泰国酒店能够改善支付系统，以能够接受使用支付宝、微信支付等在线支付方式。所以酒店应该看重对服务人员中文支付系统知识的培训。由于服务提供者与服务使用者能够使用同一种语言进行交际沟通，这种能力使得服务使用者感到轻松自在、印象体验良好，进而再次使用该服务。

七、建议

1. 酒店场所，特别是有中国顾客前来使用服务的酒店，应支持酒店员工接受培训，以提高其在酒店服务中使用汉语的能力。同时提高其中国文化方面的知识，以超出预期地满足顾客的需要。以上均体现出酒店细心周到的服务，给顾客留下良好印象体验进而再次使用该服务。
2. 酒店住宿业及相关机构应根据各部门的不同内容需求编制酒店住宿业专用汉语使用手册，以使各部门服务人员获得与工作职责相关的汉语知识和专业技能。
3. 相关教育机构可以利用本研究结果来完善课程设置，以培养具备相关汉语知识并能实际运用的满足酒店住宿业需求的人才。

参考文献

- CBRE. (2018). *The information of office space, office for rent near BTS in Bangkok*. Retrieved February 11, 2018, from <https://www.cbre.co.th/th/guides/bangkokofficerentlease> [in Thai]
- Chantima, H. (2018). A study of self-development needs of hotel housekeeper in the Northeastern Region of Thailand. *WMS Journal of Management*, 7(3), 89-98. [in Thai]
- Dechawongse, S. and Gomaratut, S. (2014). *The requirement of foreign languages of Buddhist temples in Bangkok* (Research Report). Retrieved February 11, 2018, from <http://libdoc.dpu.ac.th/research/154732.pdf> [in Thai]



- Hotel Act, B.E. 2547.* (2004). Retrieved February 11, 2018, from <http://web.krisdika.go.th/data/law/law2/%C349/%C349-20-2547-a0001.pdf> [in Thai]
- Hotel.com. (2017). *Chinese International Travel Monitor 2017*. Retrieved January 10, 2018, from <http://www.citmhotels.com/>
- Kaewta, S. (2014). *Factors relating to the decision making of Chinese Tourists on selecting the accommodation in Phuket*. Master's thesis, Prince of Songkla University. [in Thai]
- Ketsomboon, N. (2006). *Hotel principles*. Phranakhon Si Ayutthaya: Faculty of Management Science, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. [in Thai]
- Kitpanpanich, A. (2005). *The Hotel*. Bangkok: Human Heritage. [in Thai]
- Koment, J. (2014). *Adaptation and strategic management of hotels and accommodation service in Chiang Mai Province to ASEAN mutual recognition arrangement on tourism professionals*. Master's thesis, Maejo University. [in Thai]
- Leslie, D and Russell, H. (2006). The important of foreign language skills in the tourism sector: A comparatives study of student perceptions in the UK and Continental Europe. *Tourism Management*, 27(6), 1397-1407. Retrieved February 11, 2018, from <https://isiarticles.com/bundles/Article/pre/pdf/21038.pdf>
- Ministry of Tourism and Sports. (2019). *Press release: Thailand Tourism Statistic 2018*. Retrieved August 20, 2019, from https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=11273 [in Thai]
- Nantapaiboon, J. (2012). *Art of service*. Bangkok: Se-education. [in Thai]
- Nation TV. (2017). *Bangkok was the most visited city in the world*. Retrieved February 11, 2018, from <http://www.nationtv.tv/main/content/378572020/> [in Thai]
- Poengtrummarong, V. (2018). Chinese language needs to communicate with the tourist staff of hotel front office in Muang District, Kanchaburi Province. *Journal of Administration and Management*, 6(2), 74-79. [in Thai]
- Rakmuncharoen, C. (2015). *Factors which influencing the hotel and resort accommodation decision of Thai tourists in the area of Economic Zone, Mae Sai, Chiangrai*. Master's thesis, Thammasat University. [in Thai]
- Sinthipsomboon, N. (2005). *Food and beverage service in western style*. Bangkok: Rajamangala University of Technology Krungthep. [in Thai]
- Taki, T. (2006). *Hotel front office operations*. Bangkok: Se-education. [in Thai]
- Wattananarungson, P. (2015). *Increasing performance efficiency of employees in 4-star hotels in Siam Square*. Master's thesis, Bangkok University. [in Thai]
- Zhang, Z. (2017). *The marketing factors affecting the Chinese tourists' decision to select the 3-star hotel service in Bangkok area*. Master's thesis, Bangkok University. [in Thai]