



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

การศึกษาและวิเคราะห์การให้บริการทางด้านภาษาจีน
ของบริษัทบัญชี เอ (ประเทศไทย)

A RESEARCH ON THE CHINESE SERVICES OF
A ACCOUNTING FIRM (THAILAND)

A 会计事务所（泰国）的汉语服务调查研究

ชามา จุฑาชวกุล (江灵)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)
คณะภาษาและวัฒนธรรมจีน มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
พ.ศ. 2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

การศึกษาและวิเคราะห์การให้บริการทางด้านภาษาจีนของบริษัทบัญชี เอ (ประเทศไทย)

A REARCH ON THE CHINESE SERVICES OF

A ACCOUNTING FIRM (THAILAND)

A 会计事务所 (泰国) 的汉语服务调查研究

ชามา จูทาชวกุล (江灵)

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

เมื่อวันที่ 24 พฤษภาคม พ.ศ. 2563

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไล ลิ้มถาวรานันต์

ประธานกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

Dr. Zhao Ping

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

Prof. Dr. Li Yanfeng

กรรมการ

รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์

กรรมการ

Assoc. Prof. Dr. Fan Jun

กรรมการ

รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์

ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

(ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

Dr. Zhao Ping

กรรมการ

รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์

คณบดีคณะภาษาและวัฒนธรรมจีน

การศึกษาและวิเคราะห์การให้บริการทางด้านภาษาจีนของบริษัทบัญชี เอ (ประเทศไทย)

ชามา จุฑาชวกุล 616048

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: รองศาสตราจารย์ ดร. พรพรรณ จันทโรนานนท์, ZHAO PING, Ph. D.

บทคัดย่อ

บริษัทบัญชี เอ (ประเทศไทย) (“บริษัท”) เป็นหนึ่งในกลุ่มบริษัทบัญชี บิ๊กโพร์ กลุ่มบิ๊กโพร์ หมายถึง ไฟร์วอลล์เฮาส์คูเปอร์ส (พีดีบีบลิวซี) เคพีเอ็มจี ดีลรอยท์ และเอ็นเอสที แอนด์ ยัง (อีวาย) ซึ่งแต่ละบริษัทมีขอบข่ายการให้บริการของบริษัทดังนี้ การตรวจสอบบัญชี การทำบัญชี การให้คำปรึกษาทางด้านภาษี กฎหมาย และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพโดยเฉพาะ โดยมีกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้คือกลุ่มลูกค้าสัญชาติจีน เนื่องจากตลาดลูกค้าจีนในประเทศไทยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องในระยะเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมา

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการบริการของลูกค้าสัญชาติจีนของบริษัท โดยมีการประเมินคุณภาพบริการทางด้านภาษาจีน พนักงาน เว็บไซต์ งานสัมมนา และเอกสารภาษาจีนโดยเฉพาะ โดยข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์คุณภาพและจุดบกพร่องของการให้บริการเป็นการนำข้อมูลทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ ซึ่งมาจากแบบสอบถามพนักงานที่ให้บริการทางด้านภาษาจีนของบริษัท จำนวน 5 ท่านซึ่งในจำนวนนี้มีพนักงานอาวุโสจำนวน 2 ท่าน ลูกค้าสัญชาติจีนของบริษัท จำนวน 102 ท่าน และเอกสารทางวิชาการต่าง ๆ โดยผู้เขียนได้วิเคราะห์และประเมินระดับความพึงพอใจของลูกค้าสัญชาติจีนที่มีต่อการบริการทางด้านภาษาจีนของบริษัท โดยประยุกต์ทฤษฎี SWOT เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของบริษัท ตลอดจนตรวจสอบปัญหาและนำเสนอแนวทางมาตรการการแก้ไข เพื่อให้บริการทางด้านภาษาจีนของบริษัทมีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าลูกค้าสัญชาติจีนมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของบริษัทด้านภาษาจีนในระดับดีมาก อย่างไรก็ตาม บริษัทสามารถพัฒนาการบริการได้หลายแนวทาง เช่น การจัดการฝึกอบรมให้พนักงานเรื่องการเขียนอีเมล ภาษาจีนธุรกิจ และความแตกต่างระหว่างการใช้คำศัพท์ของลูกค้าได้ห้วนและลูกค้าจีนแผ่นดินใหญ่ ผลจากการวิเคราะห์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะช่วยให้บริษัทสามารถรู้ข้อเด่นและข้อด้อยของตนเอง อีกทั้งยังสามารถนำไปเป็นข้อมูลเพื่อวางแผนพัฒนาคุณภาพการให้บริการทางด้านภาษาจีนของบริษัท และยกระดับความพึงพอใจของลูกค้าสัญชาติจีนให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

คำสำคัญ : บริการภาษาจีน สำนักงานตรวจสอบบัญชี ความพึงพอใจของลูกค้า บิ๊กโพร์ บริษัทบัญชี

A RESEARCH ON THE CHINESE SERVICES OF A ACCOUNTING FIRM (THAILAND)

CHAMA JUTACHAVAKUL 616048

MASTER OF ARTS (CHINESE FOR BUSINESS COMMUNICATION)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: PORNPAN JANTARONANON, Assoc. Prof. Dr., ZHAO PING, Ph.D.

ABSTRACT

A accounting firm (Thailand) (the “Firm”) is one of the Big four accounting firms, who are the world largest professional services providers. Big four are PricewaterhouseCoopers (PwC), KPMG, Deloitte, and Ernst & Young (EY). They are comparable in size, market shares and service offering. The Firm’s professional services include auditing, accounting, taxation, legal services and other professional services. It serves English, Thai, Japanese, and Chinese speaking clients. Chinese speaking clients are the target group of this research because Chinese market in Thailand grows rapidly during the past few years. Hence, Chinese clients’ satisfaction is the key to gain higher market shares in Chinese market in Thailand and to vigorously boost Firm’s growth rate up.

This research aims to study factors that influence Chinese clients’ satisfaction to Firm’s Chinese services by researching on the quality of Chinese services, provided Chinese services employees, Chinese website, seminar, and materials. The research is divided into three chapters, which are the background of the Firms and service provision, research findings and Chinese service evaluation and suggestions. The research method was done by using quantitative and qualitative approaches. The result of five questionnaires completed by Firm’s employees, 102 questionnaires completed by Firm’s Chinese clients, an interview of two senior employees and academic research were analysed the current performance and areas of needed improvement. The thesis writer used SWOT analysis to identify strength, weaknesses, opportunities, and threats of the Firm’s Chinese services, to assess problems and to recommend solutions.

The result of the research demonstrated that Chinese clients highly satisfy with employees’ attitudes and working performance, simple and user-friendly interface of the Chinese website, and free Chinese seminar, Chinese registration service and Chinese materials. Nonetheless, the Firm needed to reconsider of recruiting more employees, providing Chinese language training importantly relevant to email writing, Chinese business language, the different using words of Taiwan and Mainland China clients, reducing service fee or providing special offer for a bundle buying package, adding FAQs, Op-In offer, and clients’ positive comments into the Chinese website and finally, promoting Chinese services in the social media more frequently. These findings would help the Firm recognise its efficiency and inefficiency to plan the viability of Chinese services business.

Keywords: Chinese language service, auditing firm, customer satisfaction, Big four accounting firms

A 会计事务所（泰国）的汉语服务调查研究

江灵：616048

文学硕士学位（商业汉语）

指导教师：刘丽芳博士副教授，赵平博士

摘要

A 会计事务所（泰国）（以下简称“事务所”）是世界四大会计事务所之一，它是世界上最大的专业服务提供者。四大是普华永道（PwC）、毕马威（KPMG）、德勤（Deloitte）和安永（EY）。他们在规模、市场份额和提供的服务相上下。本所提供的专业服务包括审计、会计、税务、转让定价、管理咨询、精算、风险担保、企业融资、法律服务等专业服务。该事务所的服务对象包括英语、泰语、日语和中文客户。由于泰国的中国市场在过去几年增长迅速，因此中国客户是本次研究的目标群体。所以中国客户的满意度是提高中国市场在泰国市场占有率的关键，有力地推动了事务所的增长速度。

论文研究再通过汉语服务质量、提供汉语服务人员、中文网站、中文研讨会、中文资料等方面的研究，研究影响中国客户对本事务所中文服务满意度的因素。论文共分为三章，分别是事务所与服务提供的背景、研究结论和汉语服务评价及建议。另外，研究方法采用了定量和定性的方法。通过 5 份汉语服务人员填写的问卷、102 份中国客户填写的问卷、两名高级汉语服务人员的访谈和学术研究，分析了事务所目前的业绩和需要改进的地方。本论文作者运用 SWOT 分析法，找出本事务所中国服务的优势、劣势、机会和威胁，评估存在的问题并提供出解决方案。

研究结果表明，中国客户对汉语服务人员的工作态度和工作业绩、中文网站的简单容易的界面、免费的中文研讨会、事务所中文研讨会的登记报名的中文服务和中文资料方面的满意度高。然而，事务所需要重新考虑招聘更多的汉语服务人员，提供中文培训，主要培训是针对邮件写作、中文商务语言、台湾和大陆客户的不同用词方面的培训，降低服务费或提供捆绑购买套餐的优惠，在中文网站增加常见问题解答、报价解答和客户正面评价解答，在社交媒体上更频繁地推广事务所中文服务。这些结论将有助于事务所认识到自己的效率和效率底下，从而规划中国服务业务的可行性。

关键词：汉语服务；A 会计事务所；客户满意度；四大会计事务所

目录

บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
摘要	III
目录	IV
图表目录	VI
表格目录	VII
绪论	1
一、选题的背景及研究的意义	1
二、本选题研究领域国内外的研究动态及发展趋势	4
三、本选题的研究目的、方法、创新性和主要解决的关键问题	9
第一章 A 会计事务所（泰国）的经营发展	10
第一节 泰国会计师事务所发展概况	10
一、会计与会计事务所	10
二、外国四大会计师事务所在泰国的经营情况	11
三、泰国本土会计师事务所的经营情况	16
第二节 A 会计事务所的经营服务	18
第三节 A 会计事务所提供的多种语言服务	20
一、A 会计事务所提供的英、日等语言服务概况	20
二、A 会计事务所提供的汉语服务概况	21
第二章 A 会计事务所（泰国）的汉语服务调查	24
第一节 A 会计事务所（泰国）汉语服务人员基本情况	24
一、性别	24
二、年龄	25
三、学历和专业	25
四、工作情况	26
五、访谈调查情况	28
第二节 汉语服务情况的客户问卷调查	30
一、客户的性别、年龄	31
二、客户来泰投资年限	31
三、客户选择会计服务的原因	31
四、客户接受的专业服务	32

五、客户需要汉语服务的原因	32
六、汉语服务需要改进的方面	33
第三节 A 会计事务所（泰国）网站汉语服务调查	33
一、网页栏目的设计情况	34
二、网站信息提供的内容情况	34
三、网站信息查询快捷情况	35
四、中国客户对中文网站的反映	35
第四节 中国客户对汉语服务满意度调查	36
一、调查问卷内容	37
二、汉语服务满意度调查情况	39
三、会计事务所汉语网站调查	42
四、会计事务所中文研讨会与中文资料满意度调查	44
第三章 A 会计事务所（泰国）调查问卷评估	46
第一节 汉语服务的 SWOT 分析	46
第二节 汉语服务调查分析与存在的问题	50
一、汉语服务调查评估	50
二、汉语服务中存在的问题	51
三、对问题的分析	53
第三节 解决问题的建议和改进措施	54
一、提高汉语服务水平的建议和措施	54
二、改善中文网站的建议和措施	55
三、加强汉语服务管理的建议	55
结语	56
致谢	58
参考文献	59
附录	64
ประวัติผู้เขียน	75

图表目录

图 1-1	2018 年中国在泰国项目投资分类	19
图 2-2	A 会计事务所人员学习汉语年限	24
图 2-3	会计事务所汉语服务人员满意度总体评价	34
图 2-4	会计事务所汉语服务满意度总体评价	36
图 2-5	会计事务所中国网站满意度总体评价	38
图 2-6	会计事务所中文研讨会与中文资料满意度总体评价	39



表格目录

表 1-1 “四大”会计师事务所 2018 财年报告	11
表 1-2 2018 财年毕马威（KPMG）收入情况	11
表 1-3 2019 年度报告四大会计事务所全球的收入情况（缺 KPMG）	12
表 1-4 2019 年度四大会计事务所全球员工职务人数情况（缺 KPMG）	12
表 1-5 2019 年度四大会计事务所全球员工人数情况	12
表 1-6 2018 年四大会计事务所在泰的审计收入情况	14
表 1-7 2018 年中国在泰国投资	19
表 2-1 A 会计事务所工作人员的年龄段	22
表 2-2 A 会计事务所工作人员的学历	22
表 2-3 A 会计事务所工作人员的专业	22
表 2-4 A 会计事务所工作人员的语言	22
表 2-5 A 会计事务所工作人员的工作年限	23
表 2-6 A 会计事务所工作人员负责的主要客户(1)	23
表 2-7 A 会计事务所工作人员负责的主要客户(2)	23
表 2-8 A 会计事务所工作人员参加 HSK 考试情况	24
表 2-9 A 会计事务所客户的经营的项目与合作时间	26
表 2-10 A 会计事务所客户的基本信息	27
表 2-11 A 会计事务所（泰国）汉语服务客户调查	28
表 2-12 客户需要汉语服务的原因和汉语服务的改进	29
表 2-13 A 会计事务所税收及法律洞察的网页	30
表 3-1 SWOT 分析的内容	40
表 3-2 中国大陆与台湾使用的词汇	47

绪论

一、选题的背景及研究的意义

在古代时期，中国、巴比伦、埃及、印度和希腊都有对会计活动的记载。在中国《周礼》中就设有会计官职“司会”，掌管国家和地方的财产物质。巴比伦设置了“专门记录官”。在印度和希腊出现了铸币，并记录在账簿中。到了15世纪1494年，近代会计之父卢卡·帕乔利(Luca Pacioli)所著的《数学大全》，有一部分篇章是介绍复式簿记的，这一部分篇章，成为了最早出版的论述15世纪复式簿记发展的总结性文献，集中反映了到15世纪末期为止威尼斯的先进簿记方法，有力地推动了西式簿记的传播和发展。这是会计发展史上第一个里程碑。复式簿记首先在意大利出现后，随后传播至荷兰、西班牙、葡萄牙、又传入德国、英国、法国等国。工业化革命后，会计理论和方法出现了新的发展，完成了又簿记到会计的转化。

中世纪意大利的复式记账法经历了三个发展阶段：佛罗伦萨式，热那亚式和威尼斯式。从开始的佛罗伦萨式发展到威尼斯式，即记账对象从债权债务，扩展到商品、现金、损益和资本。记账形式从冗长的叙述发展到采用简洁而又规范化的账户式。记录方法从债权、债务之间进行简单的转账发展到对于任何交易都通过相互联系的两个账户记录方法。

1854年在苏格兰成立第一个爱丁堡会计师协会。爱丁堡会计师协会的成立，会计服务对象扩大，会计内容发展，成为了一个新的服务行业。这是会计发展史的第二个里程碑。20世纪50年代后，电子信息技术进入会计领域，会计的性质、职能和作用发生了很大变化。由于“标准成本”、“预算控制”理论的应用和“泰罗管理”理论的推广，传统会计逐渐形成了相对独立的两个分支：财务会计和管理会计。管理会计是主要帮助企业内部当局进行经营决策。管理会计的诞生，是会计发展史的第三个里程碑。随着国际性经济交往的广泛开展，是会计超越了国家界限，成为“国际通行的商业语言”，现代会计出现了大的发展。20世纪初期，借贷记账法先后传入了中国，随后又进入了英美的会计制度^[1]。

1941年，美国注册会计师协会(AICPA)将会计定义为记录，对实体的交易进行分类和总结并解释结果。^[2]目前，有许多本地和国际公司提供会计和审

[1] Michael Chatfield, Richard Vangermeersch. The History of Accounting (RLE Accounting): An International Encyclopedia[M], 2014, 193.

[2] 在线文库:《会计发展史论》<http://www.lddoc.cn/p-4126089.html>

计服务。这个行业有很大的市场和不断发展的能力。原因在于，世界各地的所有小型公司都需要簿记员或审计员，或两者都要，用来证明其财务报表的合规性和正确性，保证公司的合法经营。

在会计行业中，目前有四家全球性的大型会计师事务所，即英国的普华永道(PricewaterhouseCoopers, PwC)、荷兰的毕马威(Peat Marwick, KPMG)、瑞士的德勤(Deloitte & Touche, DTT)和美国的安永(Ernst & Young, EY)。普华永道是全球最具规模的专业服务机构，在全球 142 个国家拥有超过十二万五千名专业人士。普华永道融合他们所具备的渊博知识与丰富经验，以最高的职业操守为客户提供高质量的服务。毕马威是网络遍布全球的专业服务机构，设有由优秀专业人员组成的行业专责团队，致力提供审计、税务和咨询等专业服务。毕马威的成员机构遍及全球超过 140 个国家 717 个地区，拥有近 94,000 名员工。德勤全球在其国际化的战略指引下，在近 150 个国家和地区内拥有下属企业，汇集了 12 万多的专家，并致力于为客户提供卓越的专家服务和咨询，其主要业务集中在四个领域：审计、税务规划、咨询和财务顾问。安永会计师事务所为世界上最大的专业服务公司之一，它的前身是 1903 年成立於美国克利夫兰的恩斯特 恩斯特会计师事务所和 1906 年成立於美国纽约的阿瑟·杨会计师事务所。这四大会计事务所提供的服务没有很大的差异，它们专业服务包括审计服务、咨询服务、税务咨询服务、税务争议服务、战略咨询服务、数据与分析服务、管理咨询服务、财务咨询服务、精算服务和法律咨询服务。这些服务都提供给客户从各种各样的国家，所以它们使用很多语言，例如英语、日语、汉语、韩语和泰语等。

泰国的会计发展是由英国模式到美国模式，具有英、美会计的特点。1997 年金融危机爆发后，泰国会计学者发现原来的会计准则已经不能充分反映企业的财务状况，于是开始了与国际会计准相同的会计改革。逐渐与国际会计惯例接轨。在 20 世纪 70 年代中期泰国开始制定企业会计准则，泰国会计准则委员会广泛借鉴了国际会计准则，比如 2011 年生效的《会计准则第 28 号—在恶性通货膨胀经济中的财务报告》直接援引国际会计准则以适应复杂的国家经济环境。^[3]

泰国政府合法注册会计师于 1937 年成为合法职业，并于次年在泰国国立法政大学和朱拉隆功大学设立会计学位。直到 1953 年，有许多学生取得了会计学

[3] (广西财经学院刘卫、黄波：《中国与泰国会计确认比较研究》，会计之友[J]2015 (4)：广西财苑博览：135，
<https://max.book118.com/html/2015/0611/18830025.shtm>) Federation of Accounting

位。泰国政府制定了有关会计师开展业务的法规。法律规定了会计师的职责、考试、证书、资质、会计标准、福利和社会地位。^[4]会计业务属于服务贸易，提供无形的“服务”。许多大型和国际会计公司通过提供税务、市场、风险、财务、法医咨询和管理咨询等服务来扩展其市场。

本篇论文研究的对象是一家在泰国营业的国际四大会计事务所。为了避免相关分析研究可能涉及到这四大会计事务所之间的竞争与信息，本文对研究的这家会计事务所采用匿名的方式，用A会计事务所（泰国）的名称来代替这家会计事务所。A会计事务所（泰国）在曼谷注册了五十多年前，组织部门按提供专业的类型划分多个服务项目：包含保险、审计、会计、咨询，海关、贸易，业务合同咨询，有关侨民员工，日本企业，审计风险咨询服务，可持续性发展，气候变化，税收和法律咨询等。A会计事务所（泰国）的客户众多，涉及多个行业。包括汽车、银行、资本市场，能源、采矿、娱乐、媒体、医疗保健、保险、石油和天然气、零售和消费者，技术、电信和运输。

A会计事务所（泰国）共有1,962名员工，包括52个合作伙伴，1,757提供客户服务人员和153个提供内部服务的人员。A会计事务所（泰国）的客户既有泰国实体，也有外国实体。A会计事务所（泰国）的员工来自不同的国家，他们在一起工作，为在泰国的各国客户服务。作为一家国际公司，主要工作用语是英文。公司内部报告，同事间的交流，与客户沟通，电子邮件发送等主要是用英语。公司的第二交流用语是泰语。第三是日语。

依照泰国投资促进委员会（BOI）公布统计数据，2019年1至6月来自海外的直接投资额（按申请金额计算）达1,471亿泰铢，较上年同期成长2.1倍，其中来自日本投资增加约2倍，中国投资大幅增长约5倍，台湾投资增加约3倍，主要系因受美中贸易争端持续延烧影响，外国企业纷纷将在中国厂房迁移至东南亚地区生产，而泰国成为转移目标之一。以外人投资国家及地区别来看，2019年1至6月日本对泰国投资金额达424亿泰铢，较上年同期增加2.1倍，蝉联外资最大来源国家。^[5]目前在泰国的日资企业大致可分为以下四种状态：（1）日本国有银行、投资公司在泰国经济援助或无息贷款等方面投资。

（2）日本的制造业公司、商业公司、航空与运输公司、土木建筑公司、广告公

[4] Federation of Accounting Professions Under The Royal Patronage of His Majesty The King. History of Federation of Accounting[Z], 2017

[5] (<https://maxrealtytaiwan.com/2019> 上半年日本投资泰国倍数成长)

司、金融与保险公司等在泰国设立的日资投资企业。(3)日本公司设在国外的海外办事处,开展一些日本公司为发展海外营业活动所需要的情报收集业务和联络业务的日资投资企业。(4)由居住在泰国日侨投资的日资企业,但是这些企业和日本本国的公司没什么特别的关系。由于日本在泰国市场的长期增长,所以日本人员的数量是最多。但最近中国市场在全球迅速扩张,越来越多大小中国公司来泰国投资,所以 A 会计事务所(泰国)认真开始提供了汉语服务。但是在汉语服务方面缺少人员,汉语服务还不能满足市场要求。

本论文研究的意义是通过通过对 A 会计事务所(泰国)的汉语服务调查研究,说明中国投资者在泰国经营公司和企业的发展情况,分析这家会计事务所在为中国公司服务中使用汉语的情况,以及中国客户对这家事务所汉语服务质量和满意度的情况,指出 A 会计事务所(泰国)对汉语服务方面出现的问题,提出改进汉语服务的建议。

二、本选题研究领域国内外的研究动态及发展趋势

根据目前所查询的资料,有关国际四大会计师事务所经营服务的研究和有关商业汉语服务方面的论文涉及以下几个方面:

(一)有关会计师事务所的多元发展,员工管理和品牌建设方面的研究

1. 张宇航(2013)在《浅析会计师事务所业务多元化发展——以四大会计师事务所为例》(重庆工商大学)的论文中树立了近年来,会计师事务所在业务方面呈现多元化发展,分析了国际四大会计师事务所(以下简称“四大”)的业务重心从传统的审计业务偏向咨询业务。论文认为这样的变化趋势给“四大”带来了新的发展空间和更多的利润。。文章以“美国四大”为案例对“四大”会计师事务所的核心业务发展方向进行了具体分析。“四大会计师事务所”在上百年的发展历史中,其业务从单一的审计服务扩宽成多元化的业务。多元化服务包含了审计、税务、风险管理及内部控制和咨询业务。(技术与市场[J]2013, 20-1: 122-124)

2. 马晓双(2015)在《安永华明会计师事务所再本土化战略研究》(北京工业大学硕士论文)的论文中认为美国安永(Ernst & Young, EY)会计服务业在世界首屈一指,安永作为国际四大会计师事务所之一,在海外的经营战略对中国会计服务行业走国际化路线有很大的借鉴意义。在市场竞争日益激烈以及政策环境等不利因素下,安永对在中国的发展战略进行了调整。论文以安永华明会计师事务所为研究对象,首先介绍了安永在华投资的战略演进情况和发展现状,并从业务收入、分所分布、业务结构三个方面将安永与本土会计师事务所做比较,进

一步通过市场集中度的计算对行业现状进行研究;再针对其在华发展的动因分别从本土化动因和再本土化动因两个方面进行研究。论文通过行业分析中“五力模型”的定性分析,从五个方面分别选取代表变量进行回归模型的定量研究,论文重点从人力资源、产品、营销方式三个方面进行再本土化战略概念与实施相结合的分析。

3. Sarote Phornprapha (2015) 在《人员激情计划:通过专业发展实施创新的工作场所学习文化 - 毕马威泰国》(Chulalongkorn University, International Review of Education, 2015, Vol.61 (6), P795-814) 的论文中指出,毕马威泰国内部的员工激情(People Passion)计划是KPMG全球网络的一部分提供审计,税务和咨询服务的专业公司。论文采用案例研究方法描述文化,过程和活动,例如创建共同的文化,使用“优势发现工具”并鼓励个人成长。为了发展案例研究,在四年的时间内通过深入的访谈,观察和文档分析从员工那里收集了数据。该研究结果表明,People Passion可有效减少指挥链中,员工与高层管理人员之间的沟通障碍,并鼓励员工树立团队身份并转变自我。People Passion还可以用作差异化工具,尽管会计师稀缺且来自其他审计公司的竞争激烈,但毕马威泰国分公司仍可以吸引新员工。本文最后讨论了该计划的可转移性和领导力问题。

4. 魏琪(2017)在《论会计师事务所品牌建设——以德勤华永会计师事务所为例》一文中指出21世纪经济全球化进程加速发展,企业间强大的竞争压力日益增加。作为智慧密集型服务行业,注册会计师行业跟随经济趋势大潮在业务量方面获得了较大规模增长,但是由于会计师事务所成本控制效果不明显且服务逐渐同质化,事务所之间的差异越来越小,要使事务所展现出其竞争优势,品牌建设与发展是关键,其重要性不言而喻。近期,为了深入实施会计师事务所做大做强战略,指导推动会计师事务所加强品牌建设,中国注册会计师协会制定了《会计师事务所品牌建设指南》,为会计师事务所的健康发展提供了良好的发展机遇。(广东经济[J]2017(2))

5. 王彤彤、郭新、汪硕蕾(2013)《会计师事务所的企业社会责任探讨——以普华永道为例》(《财务与会计》2013年01期)的文章中按照中注协《2011年会计师事务所综合评价前百家信息》做出的统计,披露企业社会责任报告的会计师事务所仅有普华永道中天、毕马威华振、德勤华永三家,报告企业社会责任活动的会计师事务所不足十家。论文以普华永道为例,分析其企业社会责任的目标、内容与管理,以供其他会计师事务所借鉴。一、普华永道的企业社会责任分析普华永道在全球官网与中国官网上均列示了“企业责任”。

(二) 有关会计师事务所审计方面的研究

1. Korntip Wanichwisedkul(2006)在发表了《分析和评估审计业务的风险，案例研究：牛皮纸业研究(Analysis and Evaluation the Risk of Auditing Business, Case Study: Kraft Paper Business)》(泰国国立法政大学)。论文研究的目的是帮助审计师和审计师助理理解新审计方法、商业价值和商业风险的重要性。研究方法包括访谈一家牛皮纸公司几位管理人员和收集有关政府资料，为了分析全部风险。作者发现通过新的审计方法后，审计员会分析客户的所有潜在风险，也会提高客户财务报告效率。

2. Piyada Limratcharoen (2010) 发表了《影响非四大审计与会计公司成功的因素(The Influenced Factors of Non-Big 4 Auditing and Accounting Companies in Bangkok District)》(泰国国立法政大学)。论文分析了成功影响非四大审计与会计公司成功的因素，与提出解决方式为了公司管理发展。作者检查了曼谷 1, 719 非四大会计师事务所的公司，收集资料从 2010 年 2 月到 4 月份，发现员工绩效评估体系，评估员工的流程和价值是影响公司的成功因素。

3. Jakraphong Ratana (2005) 《曼谷审计办公室的实践中存在的问题(Problems in the practices of audit office in Bangkok)》一文中分析了 225 曼谷审计公司的运营中存在的问题和障碍，作者发现注重的四个问题和障碍，第一是审计费高，第二是审计评估标准低，第三是客户人员缺乏知识和经验，最后第四是审计人员的培训少。曼谷审计公司必要注意审计业绩的质量，提供制定公司行为准则，为了提高公司审计服务和客户财务报告。

4. Wannee Tangkitsahuan (2006) 在 Srinakharinwirot 大学图书馆发表了《在曼谷大都会区 Pravet 区审核服务业务的可行性》(The Feasibility of Auditing Service Business at Pravet District in Bangkok Metropolitan Area)。论文分析了 Pravet 区分析审计市场的营销和财政，研究了影响所选审计公司决策的因素，以及未来的利润的审计商业。论文收集了 160, 073 曼谷审计公司与 399 商业类型的信息，发现不同的管理模式选择不同的审计方法，客户更注重整体市场表现，和对客户在 Pravet 区提供的审计费不高，所以在 Pravet 区做审计服务会成功。

5. Yibing Shen (2018) 在《战略审计:德勤(Strategic Audit: Deloitte)》(University of Nebraska - Lincoln)一文中对德勤会计师事务所的现状和问题进行了分析研究。论文对出现的问题提出了建议，解决方法和合适的实施计划与应急计划。论文根据收集的信息做出假设，与四大会计师事务

所进行对比分析。德勤是一家具有竞争力的公司。但面对消极品牌形象的问题与声誉传染，它的发展和公司并购太快，所以公司的所有合作伙伴都没有很好地合作。因此，作者的建议是进行人员培训，并购措施不应过快，德勤的能力将成为一种强大的企业文化，并拥有强大的业务。

6. Matthew Adam Notbohm (2010) 在《审计员的办公室级别和审计员声誉 (Auditor's office level size and auditor reputation)》(佛罗里达州立大学) 一文中通过对审计办公室规模的检验，评估审计师声誉和控制保险价值影响的因素，发现来自四大会计事务所审计的大公司的客户具有更高的盈利响应系数和更低的股权成本。论文认为四大会计师事务所审计的小公司客户的利润响应系数较低，股权成本较高。总结，投资者价值会计师事务所的保证服务、办公室的规模和声誉。

(三) 有关泰国四大会计业务方面的研究

1. Nongnooch Kuasirikun (2004) 在 Emerald Journal 的 Accounting, Auditing & Accountability 期刊上发表了《泰国企业社会会计披露 (Emerald, Corporate social accounting disclosure in Thailand)》。论文描述并评估泰国企业社会和环境会计年度报告的披露。收集了超过一百万份泰国年度报告，在通信和信息披露方面研究了年度报告的页数以及报告内容的质量。泰国公司的年度报告几乎都是用双语制作的，这些报告是泰语和英语，并没有在数字和叙述方面插入足够的社会和环境信息。笔者认为，影响企业披露其社会和环境信息的因素应进一步调查，以制定会计报告。因为它是公司的工具，代表公司责任并与公众沟通。

2. Pitchaya Sonsa-ardjit 和 Ramon Vejaratpimol (2010) 在瑞典 Karlstad Business School 的网站发表了《客户对泰国四大审计服务质量的想法》(Clients' perspectives Toward Audit Service Quality of the Big 4 in Thailand) 的论文。论文首先是调查客户对四大会计师事务所的财务审计服务质量的想法。其次，客户的感觉和客户之间的差距对四大会计师事务所提供的审计服务质量的期望。最后分析影响客户的因素对审计服务质量的期望。论文通过对 25 位对泰国的四大审计公司有直接经验的客户进行了问卷调查。作者发现对客户不满意的地方包括对这些审计公司的保证、责任和响应能力。论文认为这些审计公司大需要注意服务质量，与其他当地会计公司一起发展和提高泰国财务审计服务。

3. 瑞典大学 (Linnaeus University) 硕士生的 Sanna Hsiung (2013) 在 Linnaeus 大学论文网站发表了《四大会计师事务所的职业与利润之间的组织与平衡》。(The organizing and the balance between profession and profit in the Big Four accounting firms)。本研究的目的是理解四大会计师事务所的管理职业与利润之间的平衡和方法。在公司财务报告和网站收集了有关四大会计师事务所的管理如何职业与利润的信息。结果表明, 四大会计师事务所采用类似的方法来平衡管理职业和利润, 还有一些存在因素公司的管理, 例如, 目标、环境、战略和结构、后者在组织中划分、结构、伙伴关系、知识、奖励制度、非正式和正式管理、流程和责任分配, 以及职业和利润之间的平衡, 所以四大会计师事务所在组织市场生存和成功时考虑职业与利润之间的平衡。

(四) 有关商业汉语服务与应用方面的研究

1. Chaichana Teerasukittima (2019) 在《泰国机场转型改造与商务汉语应用分析: 以乌达抛机场为例》(Analysis of Business Chinese Using in Airport in Thailand: Case Study of U-Tapao International Airport) (华侨崇圣大学) 一文中分析了乌达抛机场人员对中文理解的情况。作者用研究的方法是定量方法, 收集了 100 调查问卷的中国旅游客户, 也调查乌达抛机场人员的汉语服务质量。发现中国旅游客户对乌达抛机场汉语服务的满意度低, 所以乌达抛机场还必须要提供汉语培训, 为了乌达抛机场商业与汉语服务发展。

2. Wichita Chotchaipattarapong (2018) 在《泰国零售业汉语服务研究—以 Terminal 21 购物中心为例》(The Study of Chinese Language Service: A Case Study of TERMINAL 21 Shopping Mall) 的论文中调查了泰国购物中心的汉语服务问题, 售货员汉语服务的质量。论文对问卷调查数据进行了分析, 发现 80% 售货员不会应用汉语沟通, 20% 售货员会用汉语沟通但不流利。购物中心汉语标识牌少, 没有中文语言提示, 和一些购物的中文说明。对这些问题, 购物中心应该对售货员进行汉语培训, 提高他们的汉语知识和汉语服务, 为中国客户提供良好的服务, 提高公司的利润。

3. Pacharida Patyanothai (2016) 在《泰国曼谷主要旅游商业区汉语服务调查研究》(Analysis of Chinese Usage in Services of Thailand's Tourism Industry in Bangkok, Thailand) (华侨崇圣大学) 一文中分析了中央世界商业区, 曼谷河边夜市和拉差达商业区调查汉语服务情况。收集了中国旅游客户的资料和汉语服务人员情况。通过研究后发现中央世界商业区和拉差达商业区汉语服务的满意度高, 但曼谷河边夜市汉语服务满意度比较低。问题

包括汉语服务人员没有机会正确学习中文，所以管理人员应该提供汉语培训为了提高汉语服务和中国市场发展。

4. Jinjuthada Thanaratpitinan (2015) 在《泰国电视剧文化服务贸易的汉语应用》(Chinese Language Usage in Thai Drama Business Culture) (华侨崇圣大学) 的论文中分析了泰国电视剧文化服务贸易的状况，泰国电视剧在中国市场的发展，字幕翻译存在的问题。通过研究后发现，中文字幕还没有准确翻译，所以泰国汉语翻译人员必须了解中国文化，才会泰国电视剧传播质量。

三、本选题的研究目的、方法、创新性和主要解决的关键问题

1. 研究的目的：

通过对 A 会计事务所（泰国）在汉语服务方面的调查研究，分析 A 会计事务所（泰国）在汉语服务方面汉语服务人员的汉语水平，听说读写能力，中国客户对其汉语服务的满意度情况，从中发现存在的问题，并提供改进建议。同时分析说明会计事务所提供良好的汉语服务，对促进中国在泰投资，经营管理具有积极的作用，并能提高 A 会计事务所（泰国）在泰国吸引中国公司客户的竞争力。

2. 研究的方法：

本论文研究的方法使用三种方法：文献分析法、问卷调查和访谈法。本研究定用定量分析和定性分析的方法，通过问卷调查掌握的资料，说明 A 会计事务所（泰国）汉语服务的情况，指出 A 会计事务所（泰国）提供汉语服务对公司发展客户服务，加强与客户的合作方面的优势，以及发现汉语服务方面目前存在的问题，提出改进的建议。

3. 论文的研究的创新性

通过文献资料调查，目前不少对国际四大会计事务审计和咨询方面的研究文章和论文，但没有对会计事务所语言服务方面的研究。本论文是首次对 A 会计事务所（泰国）汉语服务、中国客户满意度调查和经营方面的研究，具有创新性。

4. 所要解决的关键问题

本次调查分析中主要解决的关键问题，一是做好相关资料的收集，制定详细的问卷调查表，做好问卷调查和访谈。二是在掌握资料的基础上，对 A 会计事务所（泰国）的经营管理进行梳理和分析。三是通过对问卷调查的分析，说

明 A 会计事务所（泰国）在汉语服务方面的情况。四是对 A 会计事务所（泰国）的经营和汉语服务进行评估，发现存在的问题，提出改进措施。



第一章 A 会计师事务所（泰国）的经营发展

第一节 泰国会计师事务所发展概况

一、会计与会计事务所

会计是以货币为主要计量单位，运用专门的方法，核算和监督一个单位经济活动的一种经济管理工作。会计运用专门的方法，对企业、机关单位或其他经济组织的经济活动进行连续、系统、全面地反映和监督的一项经济管理活动。会计是对一定主体的经济活动进行的核算和监督，并向有关方面提供会计信息。对每个国家和工商企业来说，会计业务是经济管理工作的重要基础，就企业来说，会计业务涉及财务管理、财务报告、内部审计、成本会计、税务规划、预算分析等。它可以帮助投资者和业务合作伙伴建立信任，并使用会计和审计中的信息来计划和改善自己的管理，帮助公司验证自我运营和欺诈行为等。

会计师事务所（Accounting Firms）是指依法独立承担注册会计师业务的中介服务机构，是由有一定会计专业水平、经考核取得证书的会计师（如中国的注册会计师、美国的执业会计师、英国的特许会计师、日本的公认会计师等）组成的、受当事人委托承办有关审计、会计、咨询、税务等方面业务的组织。中国对从事证券相关业务的会计师事务所和注册会计师实行许可证管理制度。

会计师事务所可以由注册会计师合伙设立。合伙设立的会计师事务所的债务，由合伙人按照出资比例或者协议的约定，以各自的财产承担责任。合伙人对会计师事务所的债务承担连带责任。会计师事务所根据行业资质会衍生出非会计、审计、税务的服务。比如资深会计师事务所可为上市公司进行 IPO 融资。通过对某些行业的常年服务，还可进行行业性质的资产评估。典型的有房地产资产评估、无形资产评估等。会计事务所的经营范围包括审查企业会计报表，出具审计报告，验证企业资本，出具验资报告，办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告，基本建设年度财务决算审计，代理记账、会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训、法律和法规规定的其他业务（企业经营涉及行政许可的，凭许可证经营）。

在组织形式上，会计师事务所是指依法设立并承办注册会计师业务的社会中介机构。事务所必须加入注册会计师协会，接受后者的指导、监督和管理。事务所的组织形式主要有两种：合伙事务所和由注册会计师或单位发起设立的有限责任事务所。合伙事务所是由符合规定条件的注册会计师，为共同执业签订书面合伙协议，

共同出资设立。注册会计师或单位发起设立的有限责任事务所是由具备条件的注册会计师或单位发起、经过有关部门批准而成立的事务所。发起注册会计师或单位以其出资额对事务所的债务承担民事责任，事务所以其全部资产对其债务承担民事责任。^[6]

在泰国，会计业务也在不断增长。根据泰国业务发展部的数据，泰国有 3,317 家会计公司，曼谷有 1,665 家公司。^[7]这些会计公司是本地和国际公司。大多数中小型会计公司将主要提供会计服务。另一方面，国际会计师事务所提供各种服务，涵盖会计，审计，咨询，税务和法律咨询服务等多个领域。

二、外国四大会计师事务所在泰国的经营情况

许多国际会计师事务所进入泰国会计市场已有数十年的历史，并在该市场中发挥着重要作用。在泰国有许多会计事务所和审计公司，但少数外国大会计事务所占据了很大的会计服务的市场份额。很多机构、企业、公司都是这些外国的会计事务所的客户。泰国会计和审计市场属于寡头垄断类型，市场集中度很高。这些公司就是国际四大会计事务所：普华永道（PwC），总部位于英国伦敦。毕马威（KPMG），总部位于荷兰阿姆斯特丹。德勤（DTT），总部位于美国纽约。安永（EY），总部位于英国伦敦。与泰国本地会计事务所相比，它们拥有更多的人力资源和经验，并且了解许多类型行业的运作，可以为几乎每个行业提供高水平的服务^[8]。在泰国很多客户都希望得到这四大国际会计师事务所的服务，虽然泰国会计准则与国际会计准则相似^[9]。



[6] 百度：会计事务所，<https://baike.baidu.com/item/会计师事务所/2431317>

[7] DBD. 2018:Online

[8] อัจฉรา ชนากกลาง, อุษณา แจ่มศรีชัย. 2018:24

[9] Jere R. Francis, Paul N. Michas, Scott E. Seavey. Spring 2013:335

PricewaterhouseCoopers

Deloitte Touche Tohmatsu



KPMG 毕马威

Ernst & Young

根据国际“四大”会计师事务所 2018 财年业绩可知（表 1-1）：

- 第一位是德勤（DTT） 432 亿美元
- 第二位是普华永道（PwC） 413 亿美元
- 第三位是安永（EY） 348 亿美元
- 第四位是毕马威（KPMG） 29 亿美元^[10]

表 1-1 “四大”会计师事务所 2018 财年报告

2018 财年国际四大会计事务所收入摘要					
会计事务所	收入(美元)			增长率	
	FY2018	FY2017	FY2016	% in USD	% in LC
PWC	41.3	37.7	35.9	9.6%	6.9%
DTT	43.2	38.8	36.8	11.3%	N/A
EY	34.8	31.4	29.6	10.8%	7.4%
KPMG	29.0	26.4	25.4	9.7%	7.1%

安永（EY）、德勤（Deloitte）、普华永道（PWC），分别于 9 月的 5 日、10 日、30 日发布各自的 2019 年度报告，而毕马威（KPMG）由于财政年度刚刚结束、没有公布其 2019 年度报告。四大会计事务所按收入按业务分类（表 1-2），从鉴证审计业务来看，普华永道的占比最高、占总收入的 40.9%，德勤的占比最低、占总收入的 22.0%；普华永道的鉴证收入最高，是德勤的 1.70 倍、安永的 1.37 倍；从咨询业务来看，德勤的占比最高，占总收入的 60.0%，普华永道的占比最

[10] 搜狐网：四大公布 2018 年财报，http://www.sohu.com/a/283678477_675909

低、占总收入的 33.9%;德勤的咨询收入最高,是普华永道的 1.93 倍、安永的 1.95 倍。毕马威 (KPMG) 由于财政年度刚刚结束、没有公布其 2019 年度报告。^[11] 从 2018 年度的财年报告中,我们可以看到毕马威的收入情况。

表 1-2 2018 财年毕马威 (KPMG) 收入情况

地 区	收 入
美洲地区	增长 6.2%, 高于 2017 财年的 4.4%。
亚太地区	增长 8.7%, 超过 2017 财年的增长率 8.1%。
欧洲, 中东和非洲 (EMA, 包括印度)	增长 7.3%, 高于 2017 财年的 4.0%

总体上看, KPMG2018 财年的业务是全面增长的, 这也得益于毕马威在过去的一年所做的努力。毕马威在全球有超过 55,000 名新员工, 其中包括 39,000 名新毕业生和其他初级专业人员, 创造了近 10,000 个新职位。

表 1-3 2019 年度报告四大会计事务所全球的收入情况 (缺 KPMG)

2019 年						
内 容	德勤		普华永道		安永	
	亿美元	占比	亿美元	占比	亿美元	占比
收入按业务分类						
签证 (审计) 业务	102.00	22.0%	173.82	40.9%	126.46	34.7%
咨询业务	278.00	60.0%	143.69	33.9%	142.88	39.3%
税务与法律	83.00	17.9%	106.97	25.2%	94.60	26.0%
合 计	463.00	100.0%	424.48	100.0%	363.94	100.0%

从税务和法律业务来看 (表 1-3), 安永的占比最高、占总收入的 26.0%, 德勤的占比最低、占总收入的 17.9%;普华永道的税务和法律收入最高,是德勤的 1.29 倍、安永的 1.13 倍。从人数来看, 截止到 2019 年末, 德勤、普华永道、安永的员工人数分别为 312,000 名、276,005 名和 284,018 名。^[12]

[11] ChinaIPO 资本邦: 四大审计师的收入和业务,
<http://www.chinaipo.com/ipo/96153.html>

[12] ChinaIPO 资本邦: 四大审计师的收入和业务,
<http://www.chinaipo.com/ipo/96153.html>

表 1-4 2019 年度四大会计事务所全球员工具体职务人数情况（缺 KPMG）

2019 年						
内 容	德 勤		普华永道		安 永	
	人	占比	人	占比	人	占比
员工按业务分类						
签证（审计）业务			115, 438	41.8%	94, 220	33.2%
咨询业务			68, 194	24.7%	84, 938	29.9%
税务与法律			55, 261	20.0%	59, 577	21.0%
支持部门			37, 112	13.4%	45, 283	15.9%
合 计	312 , 000		276, 005	100.0%	284, 018	100.0%

表 1-5 显示，四大的法律业务发展很好，截止到目前（2019 年 9 月），德勤、普华永道、安永、毕马威，所提供法律服务覆盖的国家&地区分别为 80+、95+个、80+个、76 个，拥有的律师分别为 2,400 名、3,500 名、2,200 名、2,300 名。从表 1-3 中可知，普华永道拥有最多的律师团队，业务范围最大，涵盖 95 个以上的国家和地区。^[13]

表 1-5 2019 年度四大会计事务所全球员工人数情况

截止 2019 年 9 月	德勤	普华永道	安永	毕马威
律师人员	2400	3500+	2200	2300
覆盖国家和地区	80+	95+	80+	76

综合对比来看，在审计业务方面四大的业务整体非常相似，一般包括两个部分——审计鉴证业务和非审计鉴证业务。普华永道的审计业务既是最为知名的，也是四大中最强的。安永与德勤，则在审计业务上稍逊一筹，不过近年来这两家审计业务市场份额也在持续增长，2017 年度还拓展了一批新的客户。毕马威，其审计业务在整体营收中占比很高，主要集中在金融领域。

非审计业务方面，德勤领跑四大。整体业务上，德勤偏重于咨询领域，在咨询方面的业务做得更多也更好，收入占比已经超过了 50%。在客户类型上，

[13] ChinaIPO 资本邦：四大审计师的收入和业务，
<http://www.chinaipo.com/ipo/96153.html>

多是中小客户，数量占优；在风险咨询和税务方面，普华永道紧随其后，客户资源优势明显；安永则是各条业务线都相对均衡，咨询业务增长迅速。毕马威，虽然在非审计业务上实力不及其他三家，但其税务和咨询业务的增长率均超审计业务，达到6%。

在客户资源方面，不同领域均有高质量客户。普华永道的客户资源十分强大，作为四大中客户最多的一家，其业务量很大，每年收益可观。在全球和中国市场都拥有强势的品牌效应，国有四大行中有两家是它的客户；德勤则是在中国区成长最快的一家，由于咨询业务线突出，客户量逐年增长（中小型客户偏多），客户每年都有很大变化；毕马威，在金融行业优势明显，行业客户市场占有率为四大第一。此外，客户质量很高也是毕马威特色之一，超过75%客户是世界500强企业，随着资本市场持续繁荣，毕马威在这方面仍旧保有优势；安永一直以专业的服务吸引客户，很多市场表现强势的国企都慢慢成为安永的客户。^[14]

根据相关资料，2013年四大会计事务所占据了泰国审计市场份额的百分之四十。在泰国会计市场，这四家会计事务所之间相互竞争，在竞争中它们不断提高自己的服务质量，以得到更多的客户。四大会计事务所（以下简称“四大”）在泰国的注册会计师其他会计事务所的注册会计师更加专业。企业的信誉与审计质量之间存在着关系^[15]。四大会计事务所的客户来自泰国本地公司和在泰的国际公司，包括许多行业中，例如汽车、银行、资本市场、能源、采矿、娱乐、媒体，医疗保健、保险、石油天然气，零售、技术、电信和运输等。它们的大多数客户是外国法人所有的大型公司。四大会计事务对内对外是以英语作为主要工作用语。除非客户要求使用自己的语言进行沟通，否则英语将用于组织内部的沟通，并使用客户首选的语言与客户进行沟通。在泰国的客户群中大部分来自西方和亚洲，如泰国、日本、中国，还有一些其他地区的客户。

由于市场份额高，四大（泰国）的收入与本地公司相比非常高。表1-6展示了泰国商务发展局网站2018财年四大会计事务所（泰国）审计收入情况。

表 1-6 2018 年四大会计事务所在泰的审计收入情况

数量	四大（泰国）	2018 财年的审计收入情况（泰铢）
1	普华永道	2, 441, 003, 427

[14] Yanin Tangpinyoputtikhun, Naratthawun Musik. 2017:47

[15] 搜狐网：四大会计事务所业务鄙视链，http://www.sohu.com/a/214804889_99952532

数量	四大（泰国）	2018 财年的审计收入情况（泰铢）
2	安永	2, 088, 969, 239
3	毕马威	1, 845, 499, 293
4	德勤	1, 091, 237, 083

资料来源：泰国商务发展局的数据仓库，2019

四大在泰国提供各种类型的服务，主要业务是审计服务的收益。表 1-4 中的数字表明四大是审计市场的主要参与者。泰国的客户选择在泰国的四大会计事务所是相信它们的服务水平和质量。泰国大公司的审计委员会会议经常选择四大作为监督，对管理委员会的表现进行审查^[16]。四大在泰国的业务广泛，但也会面对一些律师事务所的竞争。例如在泰国的 Tilleke&Gibbins 国际有限公司和贝克莱肯齐有限公司，虽然这些公司的客户没有四大的多。但这些公司也要在泰国扩大自己的客户市场。

三、泰国本土会计师事务所的经营情况

泰国商务发展局的统计表示，在泰国全部的审计公司包括四大会计事务所（泰国）拥有 8,312 家，但许多审计公司设在以下 5 个地方。第一是在曼谷地区，审计公司数量最多。第二是春武里，第三是在暖武里，第四是在沙没巴干，最后是巴吞他尼，审计公司最少。^[17]泰国会计和审计市场的分布反映了市场份额，客户情况和竞争程度。

泰国中小型会计事务所的市场份额低于四大会计事务所的市场份额，其原因是没有提供多种会计业务的能力，缺乏会计专业人才。大多数本地公司通常只向客户提供会计或审计服务。为了取得会计业务市场份额，泰国本地的会计事务所需要为客户提供会计、审计、税务和法律咨询等专业意见。如果会计事务所可以为客户提供一站式服务，将极大地方便客户管理他们的预算和操作。但是由于能力所限，在泰的非四大会计事务所不能提供客户所需的多种一站式服务。

除了四大，泰国这些会计事务所的员工人数一般不超百人，不能给更多的客户提供服务。此外，员工的资格和专业领域也是重要的因素。由于客户有限，非四大会计事务所的员工通常对少数特定行业非常熟悉。例如，有些当地事务所的员工只有为物流行业的客户提供审计服务的经验。当本地公司希望将服务扩展到其他行业，

[16] Wonlop Buachoom, Ittidej Seangpuang. 2015:114

[17] DBD. 2019: Online

比如汽车或保险，有些事务所可能无能力提供高质量的服务，因为在汽车或保险方面没有足够的知识和经验，本地会计事务所在为特定行业进行审计服务时可能会发生错误，造成该事务所失去信誉和客户^[18]。中小型审计客户有类似的特点，他们重视注册会计师，并同意以高价支付费用。客户认为，溢价价格可以保证高质量的服务。在曼谷的客户支付审计服务的价格也比在其他省的高^[19]。非四大（泰国）公司可以向客户收取溢价，但收费价格却低于四大（泰国）的服务费。与四大（泰国）相比，本地会计事务所的竞争很低，但与当地事务所之间的竞争却比较激烈。总之，当地会计和审计公司的市场份额较少，业务服务的项目不多，缺少专业人才，在总体上当地会计事务所的实力比四大要弱不少，主要面向中小客户。泰国本地的会计事务所不能与四大进行竞争，但是当地事务所之间的竞争比较激烈。

目前在网上查询，有提供中文服务的泰国会计事务所主要有四家：

1. **泰国泰度会计有限公司** (<http://www.visa-tai.com/tw/>)，成立于 2003 年，是泰国本土实体会计公司为多家中国、韩国、日本企业成立分公司，提供会计报税、工商注册、投资移民等领域一站式专业顾问服务。泰度会计事务所建立于诚信，高效率和专业经验的原则。我们商务人员和会计师能掌握多种语言，包含英文，泰文、中文、日语及韩文。

2. **泰国文华会计律师事务所** (<http://www.mdr-lawyer.com/a/guanyuwomen/>)，是泰国本土专业的实体机构，12 年来致力于为客户提供泰国综合法律、注册公司、会计、和不动产过户服务。公司秉承为华人提供一站式解决方案的宗旨，帮助更多中国的企业走进泰国，创造出前所未有的机遇，开拓出崭新的市场。文华团队掌握泰、中、英和其它多种语言，可与全球精英人士进行高效的沟通。该事务所为多家中国、韩国、日本企业设立的分公司，提供法律服务、会计、审计、长期签证、公司注册、不动产过户和投资移民等一站式专业顾问服务。

3. **泰国 AHHA 环球 (AHHA GLOBAL CORPORATION LTD.) 会计事务所** (<http://www.ahha.co.th>) 设立于 2010 年，包括泰国共感会计师事务所有限公司，及泰国信诚会计师事务所有限公司。该事务所致力于为在泰华人提供财务税务法律类服务，于 2013 年与北京京懋会计师事务所有限公司合作，服务于中资企业客户，共同制定会计服务标准，审计标准，以及共同设立雅哈（北京）国际贸易咨询有限公司。该事务所将专业的服务发展到了中国大陆，旨在发展和最大化服务效

[18] Joshua L. Gunn, Brett S. Kawada, Paul N. Michas. September 20, 2019

[19] Mahbub Zaman, Jaravee Chayasombat. 2014:251

率。此外泰国共感会计师事务所荣获商务厅可信赖会计事务所的评估认证，为准备前来泰国投资的中国投资者担负起中泰纽带的作用。泰国 AHHA 环球（AHHA GLOBAL CORPORATION LTD.）的业务范围包括账簿设立，公司注册，税务登记，社保登记，月末年终结账，公司注册变更，年度审计，中文报表/审计报告，清理乱账，商标注册，土地买卖，房产过户，工作许可，诉讼辩护，公司注销，公司上市前辅导等专业服务。

4. **大拓律师事务所**（<http://www.dtlasean.com/?p=716&lang=zh>）是在多年中泰投资与贸易法律实践中，顺应用户需求而筹建，是为了减少跨国语言、文化的沟通成本，向中国企业、个人提供高效、精准的泰国本土一站式落地法律服务。大拓律师由中国执业超十年的中国律师和泰国本土优秀律师组成，他们知悉中国客户的需求，熟悉泰国本土法律，融合中泰法律文化，根据用户不同的法律需求，量身定制贴心法律服务方案，达到用户目标。

第二节 A 会计事务所的经营服务

A 会计事务所（泰国）在泰经营业务超过 60 年，它也是一家国际性公司，在世界各地拥有 157 个国家的网络。客户是自然人和法人，来自本地和国际网络。他提交十种服务，包括精算服务、审计与鉴证服务、咨询服务、海关与国际贸易管理服务、交易服务、全球雇员服务、日本企业服务、中国企业服务、风控审计服务、可持续发展和气候变化服务和税务与法律服务^[20]。

1. 精算服务包括保险公司和养老基金的风险计算。公司和基金使用结果计划和保证，他们有足够的金钱支付某人有权接受。A 会计事务所（泰国）为人寿及一般保险行业提供精算保证、财务报告建议、交易协助、策略及市场进入、产品策略、开发及定价以及财务风险管理。大多数客户来自泰国人寿保险行业和国内外公司。

2. 审计与服务是主要服务：包括资本市场交易、财务报表审计、合规性和报告、系统和流程保证、财务会计、IFRS 报告和风险保证的协助。资本市场交易的服务包括项目管理、协助解决股市监管机构的问题、公司治理和制度审查等。公司每年都有义务做财务报表审计，以遵守泰国法律，并重新检查前一年的运作。A 会计事务所（泰国）有许多注册会计师来帮助公司审查其财务报表。

[20] <https://www.pwc.com/th/en/services.html>

3. 咨询服务包括以下服务：加速数字化和技术影响，增长和竞争优势，转变人力资本，将成本与业务战略结合，控制风险和监管复杂性，Workday 技术。

由于数字化的影响，技术成为业务增长的主要部分。几乎每个企业都必须意识到网络安全，数据分析，公司的技术系统和技术运营。除了数字化破坏，风险和取证应该被消除或限制在业务增长的最小百分比。风险可能是网络威胁，如黑客，数据泄露，或违反个人数据保护法或会计，税收和法律依从性或欺诈的变化。A 会计事务所（泰国）的 Workday 技术会帮助公司规划业务结构和战略。

4. 海关与国际贸易管理服务：包括创造价值、管理风险和确保合规性。关务团队的协助项目包括海关调查支持服务、进口货品分类、关税估值、关税优惠方案、保税区咨询、关税合规检查、关税流程改善、自由贸易协助、进口许可申请、保税仓库等。

5. 交易服务：帮助客户通过制定正确的战略和谈判，确定问题，在合并，收购，出售和重组之前提供有效的实施做更好的交易。交易服务包括：尽职调查（财务尽职调查），交易战略与市场评估（包括前期市场调研，可行性分析等），企业融资与并购咨询（包括财务顾问，财务模型搭建等），估值与建模，并购整合和价值创造和重组与破产。

6. 全球雇员服务：包括全球雇员服务，权益筹划，入境许可服务，人力资源服务和缅甸个人的税服务窗口。

7. 日本企业服务：部为在泰国的日本企业提交完整服务。

8. 中国企业服务部，为在泰国的中国企业提交完整服务。

9. 风险控制审计服务包括合规服务：企业风险管理、内部控制、企业风险管理、内部控制、绩效保证、公司治理、内部审计服务、资讯科技治理、风险及合规和 SmartClose。SmartClose 是检查和分析工具。该系统有助于提高质量和竞争力，提高市场和组织内部的可信度，增加透明度和可靠性，创造更及时和准确的决策，控制和过程调整和改进，提高员工的技能意识和满意度。

10. 可持续发展和气候变化服务，帮助客户有可持续的业务，对碳管理的积极影响高效的供应链运作等。客户将有更好地了解他们的业务生命周期和当前业务，然后他们将采取适合他们的业务的最佳策略。

11. 税务与法律等服务：

a. 税务服务：包含合并与收购，税务架构咨询，公司税申报与战略，间接税服务，企业外包服务，转让定价服务，税务纠纷决定方案和金额业税务服务。

b. 法律服务：包括企业商业服务，资本市场及企业秘书服务，并购服务，员工法律议题，财产与知识产权，诉讼支持及纷争解决。

c. BOI 服务：包括税务合规性筹划以最大化税务优惠，会计分析及财务模型，法律合规及筹划。

d. 个人数据保护合规服务。

总结 A 会计事务所（泰国）拥有十一部门，提供十一种服务（精算服务、审计与鉴证服务、咨询服务、海关与国际贸易管理服务、交易服务、全球雇员服务、日本企业服务、中国企业服务、风险控制审计服务、可持续发展和气候变化服务和税务与法律服务）。

第三节 A 会计事务所提供的多种语言服务

由于本地客户和外国客户，A 会计事务所提供四种主要语言服务，分别为英语、泰语、日语和中文。

一、A 会计事务所提供的英、日等语言服务概况

英语是主要工作语言，通常用于电子邮件、订约书、翻译正式文件，以及在会议包括电话会议上使用。另外，在研讨会、培训材料，公司官方网站、内部广播、通知、以及各种报表和咨询方面，英语都是作为主要的语言。英语作为一种国际语言，事务所要求所有员工必须能够使用英语，尤其是专业人员，因为他们直接与客户联系。

A 会计事务所的第二工作语言是泰语。因为在事务所泰国员工和泰国客户占大多数，所以面对泰国客户使用泰语更方便，容易沟通。事务所在只有泰国人参加的会议或电话会议，与泰国客户和官方进行邮件联系，向政府发出的正式文件的情况下，事务所也都是使用泰语。外籍员工参加泰语会议也可以学习一些泰语，可以与泰国客户进行一些沟通。

A 会计事务所设立日语服务是因为有大量的日本投资者和商人来泰国成立公司，把制造业务转移到泰国，以扩大他们的电子市场。为此，A 会计事务所建立了日本企业服务部协助日本客户。该服务部拥有 16 名专业人员，可以满足日本客户的要求和提供建议。但是，这些专业人员必须能够用英语沟通，才能担任泰国专业人员的翻译。该公司还鼓励他们学习泰语，以减少人力成本。事务所为日本员工提供学习泰语的培训经费。日语的使用主要用于与日本客户之间的电子邮件通信，日本人参加的会议、研讨会资料、公司官网、宣传册、网上新闻和咨询和文献等。

二、A 会计事务所提供的汉语服务概况

1. 中国在泰投资和开设公司的发展

2017 年，由于中国的高科技产业，亚洲成为世界最高投资大陆的第一名。然而，由于中国商业部门和国有企业的内债重组以及中美贸易战的影响，预计 2019 年和 2020 年中国经济将平均增长约 6.2%。尽管债务和贸易战争的问题影响到中国经济，但它们为包括泰国在内的其他亚洲国家创造了商机，因为中国将把部分业务和投资转移到其他亚洲国家，以降低内地的风险。中国是泰国政府密切关注的重要国家之一，因为中国人口庞大，这意味着中国有很大的市场和大量的需求和供应。

随着“一带一路”项目，许多中国投资者走出中国，寻找新的机遇，扩大业务。泰中铁路联合项目也来自“一带一路”项目的鼓励。这个铁路项目可以改善泰国的物流系统，改变泰国成为东盟国家制造和分配货物和服务的枢纽。这将会有更多的中国投资者投资泰国房地产，国际贸易，旅游，农业，技术和数字市场等。因此，泰国投资委员会（‘BOI’）进行了深入的研究，并推出了对外国投资的激励措施，如一段时间的免税，外籍人士的智能签证，以及做国际贸易的津贴。

根据 BOI 2018 报告，可以促进泰国经济的中国目标行业是电子，农业和生物学，自动机械和机器人，数字和综合医疗。此外，中国是 2018 年泰国投资额最高的第三位，表 3-1 中的数字表明 131 个应用项目，占总应用项目的 12.6%，相当于 554.75 亿泰铢。然而，只有 97 个中国项目获得批准，这是 10.61% 中国投资者带来了 32811.20 百万泰铢。

表 1-7 2018 年中国在泰国投资

	申请项目数量	百万泰铢
中国	131 (12.6%)	55,475.06 (9.52%)
所有国家	1,040	582,558.03
	审定项目数量	百万泰铢
中国	97 (10.61%)	32,811.20 (12.84%)
所有国家	914	255,604.94

项目投资分类

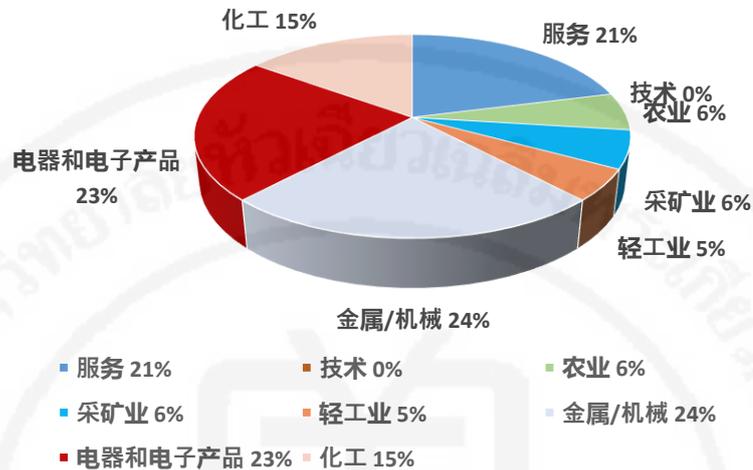


图 1-1 2018 年中国在泰国项目投资分类

从图表 3-2 中，中国投资者申请 BOI 证书最高的工业是 1. 金属/机械：32 项目（24%）2. 电器和电子产品：30 项目（23%）3. 服务：28 项目（21%）4. 化工、塑料和纸：19 项目（15%）5. 农业、矿物和陶瓷：8 项目（6%）6. 轻工：6 项目（5%）^[21]。从统计数据来看，中国在泰国的投资在许多行业都有所增加，这增加了中国在泰国成立公司的数量。因此，中国的专业服务成为当前市场的关键。

2. 提供汉语服务，满足中国客户的需要

不能否认的是，中国在泰国的市场变得越来越重要，因此许多公司设立中国服务部门来吸引中国客户并保持市场份额。中国客户满意度包括员工、财务和服务三大因素的影响。

员工是最重要的因素，因为他/她直接与客户进行交互。他/她应该能够说中文，有良好的个性，高知识和经验，并了解中国文化。员工的个性对客户的购买决策有影响。友好，礼貌，乐于助人可以创建第一印象。然而，不仅个性影响客户的购买决策，而且知识和员工的经验。即使他们是非常友好和乐于助人，客户不会购买他们的服务，如果没有足够的知识和经验，以满足客户的需求。此外，员工

[21] BOI 2018 年（1 月-12 月）报告

应该深刻理解中国文化，以避免不良行为，在会议期间，员工应该关注中国商务礼仪，如交换名片，坐在位置，正式介绍会议开幕，尊重他们的面孔等。因此，具有中国语言技能、良好的个性、丰富的知识和丰富的经验，熟悉中国文化的员工有更高的机会满足中国客户的需求。

财务包括价格和计费程序。为了与竞争对手竞争，吸引客户，价格应该是合理和有价值的。与市场相比，建议费用不应该太高或太低。如果费用太高，客户可能会认为它不是合理的价，但是，如果它太低，他们可能会认为服务质量低，不能信任。完成服务后，计费流程也是中国客户满意的一个因素。如放置发票和金融交易的计费过程应尽可能简单和准确，以方便客户。复杂的计费程序可以使客户重新考虑有关使用相同的服务提供商。因此，合理和有价值的价格和简单和准确的计费程序对客户的满意度有影响，复杂的计费程序可以使客户重新考虑使用未来服务。因此，合理和有价值的价格和简单和准确的计费程序对客户的满意度有影响。

第二章 A 会计事务所（泰国）的汉语服务调查

A 会计事务所（泰国）的中国企业服务部是为了中国客户服务，因为中国企业和说汉语国家的企业速度发展，他们来泰国投资比以前多。本次调查时间是 2020 年 1 月到 2020 年 4 月，设计两部分包括：第一部分是汉语服务人员部分、第二部分是客户部分。汉语服务人员调查包括两部分：第一部分是概要信息关于汉语服务人员一般信息和工作情况，第二部分是汉语服务人员访谈。客户对汉语服务调查包括两部分调查问卷：第一部分是客户一般信息，第二部分是客户对汉语服务的满意度调查。

A 会计事务所（泰国）的汉语服务调查分为四个研究方面：第一方面是 A 会计事务所（泰国）汉语服务人员基本情况、第二方面是汉语服务人员水平与工作人员问卷调查、第三方面是 A 会计事务所（泰国）网站汉语服务调查、第四方面是中国客户对汉语服务满意度调查。

第一节 A 会计事务所（泰国）汉语服务人员基本情况

中国企业服务部现在有 5 位工作人员，包括 1 位高级经理、1 位经理、1 位高级咨询顾问、2 位咨询顾问。为了了解 A 会计事务所（泰国）的汉语服务人员基本情况，本研究在中国企业服务部的汉语服务人员中进行了调查问卷和访谈两位汉语服务人员。调查问卷包括：汉语服务人员性别、年龄、学历和专业和工作情况。

一、性别

会计事务所（泰国）全部汉语服务人员有 5 位人员（占员工总数的 0.25%）分为 2 男(40%)3 女(60%)。

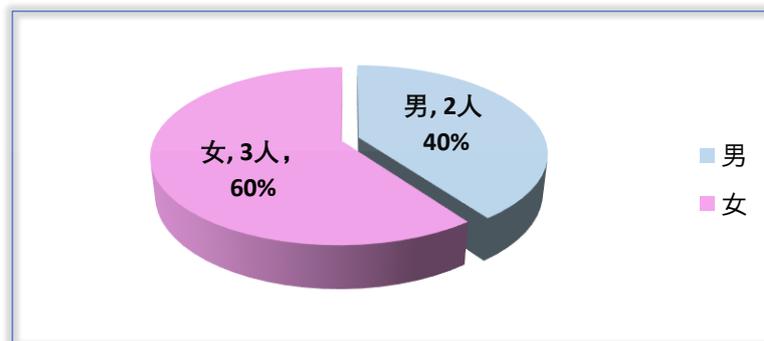


图 2-1 A 会计事务所男女比例

二、年龄

年龄方面，5 个人年龄分为 3 位年龄约 31-40 岁 (60%)；2 位年龄约 20-30 岁 (40%)

表 2-1 A 会计事务所工作人员的年龄段

性别	年龄段	百分比
男	20-30 岁	40%
女	31-40 岁	60%

三、学历和专业

学历方面，5 个人学历分为 1 个人在本科生毕业 (20%)；4 个人在硕士毕业 (80%)。见表 2-2。

表 2-2 A 会计事务所工作人员的学历

性别	本科	百分比
男	1	20%
女	4	80%

专业方面，5 个人分为 2 个人有金融专业 (40%)；2 个人有管理专业 (40%)；1 个人有金融专业、管理专业和理科专业。见表 2-3。

表 2-3 A 会计事务所工作人员的专业

专业	人数	百分比
金融	2	40%
管理	2	40%
多学科	1	20%

外语专业方面，5 个人分为 4 个人有英语和汉语专业 (80%)；1 个人有泰语和汉语专业 (20%)。见表 2-3。

表 2-4 A 会计事务所工作人员的语言

语言	人数	百分比
英语/汉语	4	80%
泰语/汉语	1	20%

四. 工作情况

全部工作人员提交审计与鉴证服务、税务服务、法律服务、管理咨询、交易服务和中国企业服务。

工作时间: 5 个人分为 1 个人工作 1 年以下 (20%) ; 1 个人工作约 1-2 年 (20%) ; 1 个人工作约 3-4 年 (20%) ; 1 个人工作约 5-6 年 (20%) ; 1 个人工作约 7-8 年 (20%) 。

表 2-5 A 会计事务所工作人员的工作年限

工作年限	人 数	百分比
1 年以上	1	20%
1-2 年	1	20%
3-4 年	1	20%
5-6 年	1	20%
7-8 年	1	20%

主要客户: 5 个人分为 3 个人提供服务给中国客户 (包括台湾、香港、澳门地区) (60%) ; 1 个人提供服务给中国、日本、美国和欧洲客户 (20%) , 并 1 个人提供服务给中国客户、美国客户、欧洲客户和亚洲国家 (20%) 。

表 2-6 A 会计事务所工作人员负责的主要客户(1)

主要负责人数	负责的主要客户	百分比
3 人负责	中国的台湾、香港、澳门地区	60%
1 人负责	中国大陆、日本、美国、欧洲	20%
1 人负责	中国大陆、美国、欧洲和亚洲	20%

工作语言：5个人分为2个人使用泰语、英语和汉语工作（40%）；2个人使用英语和汉语工作（40%）；1个人使用泰语和英语工作（20%）。所有人员会说最少两种外语和学过中文。

表 2-7 A 会计事务所工作人员负责的主要客户 (2)

主要负责人数	负责的主要客户	百分比
3 人负责	中国的台湾、香港、澳门地区	60%
1 人负责	中国大陆、日本、美国、欧洲	20%
1 人负责	中国大陆、美国、欧洲和亚洲	20%

学习中文情况：5人中有4人学汉语4年以上（80%）；1人学2年(20%)。

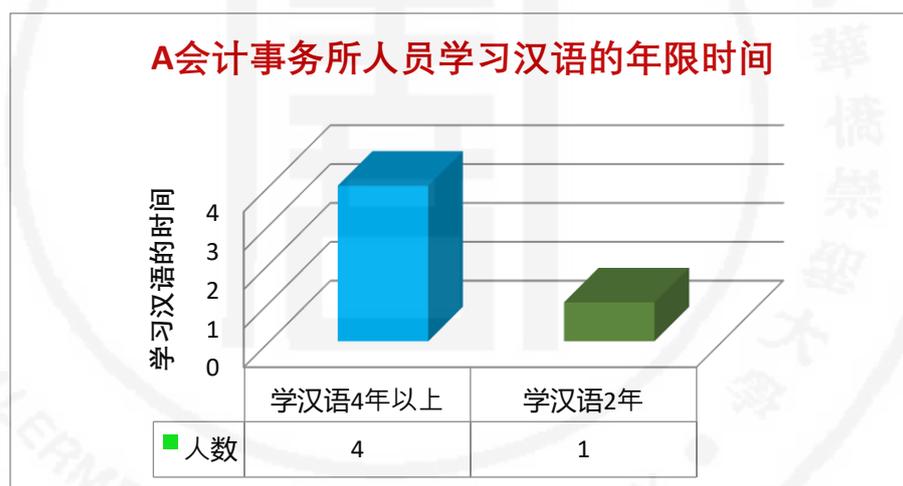


图 2-2 A 会计事务所人员学习汉语年限

参加 HSK 考试情况：1 考到 6 级 (20%)；1 人考到 4 级 (20%)，另外 3 个人没考过 HSK (60%)。

表 2-8 A 会计事务所工作人员参加 HSK 考试情况

HSK 考试情况	参加人数	百分比
HSK6 级	1	20%
HSK4 级	1	20%
没有参加考试	3	60%

五、访谈调查情况

为了了解 A 会计事务所（泰国）汉语服务情况，本次研究访谈了两名汉语服务人员，一位是高级经理，另外是经理。访谈内容包括提供外语服务、使用主要语言、汉语服务人员数量满足中国业务的需要、汉语培训，招聘汉语的职员、招聘的标准、中国客户数量、中国经济对会计事务所的企业有什么影响和会计事务所遇到哪些问题。

根据访谈掌握的资料：会计事务所的主要客户第一是欧洲和美国，第二是日本，第三是泰国，第四是中国（台湾，香港和澳门）。对外服务用语第一是英语，第二是日语，第三是汉语。事务所内部的主要工作用语是英文和泰文。事务所通过邮件、会计事务所网站和在线通讯中与客户联系，都是使用英语。会计事务所的工作人员是外国人，英文是主要的沟通语言，有时也会用泰文在邮件中沟通。

会计事务所从 2016 年开始提供汉语服务。2019 年成立了中国企业服务部，为中国客户提供汉语服务。目前会计事务所的中国企业服务部人员有五位，可以满足业务的要求，因为中国客户的人数比较少。目前事务所还没有提供汉语培训。但是公司规定如果中文企业服务部的人员英文水平超过中级，会计事务所会让其人员在事务所批准的学校里提高汉语，学费由会计事务所支付。

目前，中国企业服务部的汉语服务人员工作能够满足现有的工作。如果将来中国客户增多，事务所会考虑招聘更多的汉语服务人员。招聘的标准第一具有中级以上的中文水平，HSK 考试最低必须要考到 4 级。第二是英语水平；英文的读写比听说更重要，但英文的听说读写也要到中级水平。因为在会计事务所主要的沟通语言是英语。第三是能积极与客户沟通，建立良好关系。另外，被招聘者要具有解决问题的能力，有团队精神和抗压能力。

目前，会计事务所的中国客户（包括大陆、台湾、香港和澳门）大概有 30 到 50 家，中国客户约占总客户的 7-8%。会计事务所大部分的客户是欧美国际公司和日本国际公司，这些公司有在世界地设有分支机构。所以不仅中国经济，世界经济也影响着会计事务所的企业。中国对泰国的投资逐年增长，增加了会计事务所为中国服务的机会。

会计事务所存在的问题是在泰国能提供汉语服务人员不足，汉语服务人员的中文商务语言水平比较低，另外会计事务所的价格比较高，一般客户望而却步。对会计事务所来说，汉语服务包括要与中国客户联系，准备文件，与其他专业团队协调。会计事务所招聘的标准是泰语和中文水平高，一些税务和法律

方面的基本知识。因为税务和法律服务有政府认证的文件多，比如，营业执照、境外营业执照、境外营业证书、投资委员会批准函、公司章程、企业所得税表等等。

目前，会计事务所还没提供中文翻译服务。只有英文翻译服务。大多数中国客户需要把政府认证的文件翻译成中文。如果会计事务所能够提供中文翻译服务，该会计事务所反过来会增加中国客户的数量，并会增加服务的价值。

会计事务所认为汉语服务人员需要提高翻译水平，掌握业务术语，以便与客户沟通。一般来说事务所汉语服务人员的口语没有问题，但书写水平需要提高，因为一些汉语服务人员在电子邮件中没有使用正式书面语。一般情况是汉语服务人员首先将电子邮件的草稿发送给经理，经理审查后才可以发送给客户。所以会计事务所需要对汉语服务人员进行汉语书面汉语和商务汉语的培训。

第二节 汉语服务情况的客户问卷调查

本次的问卷调查收到了 102 份问卷。调查内容包括：客户的性别、年龄、投资时间、公司所在行业、合作时间、选择会计事务所的原因、接受专业服务和事务所的汉语服务情况，以及对事务所汉语服务质量的评估。

被调查的客户经营范围比较广，合作的时间 1 年到 10 年不等。

表 2-9 A 会计事务所客户的经营的项目与合作时间

项 目		数量	%
公司所在行业 (Company business)	生产制造(Contracting)	23	22.55
	产品加工(Product processing)	13	12.75
	贸易(Trading)	38	37.25
	建筑(Construction)	16	15.69
	运输(Transportation)	23	22.55
	电子商务(E-commerce)	12	11.76
	零售(Retail trading)	12	11.76
	承包(Contracting)	8	7.84
	餐饮服务(Catering services)	7	6.86
	旅游(Tourism)	6	5.88
	环保(Sustainability)	7	6.86
	银行(Bank)	2	1.96

项 目		数量	%
	酒店(Hotel)	6	5.88
	海运(Sea transportation)	6	5.88
	其他（交易平台与广告代理） (Other, trading platform and advertising agency)	7	6.86
与事务所合作的时间 (Period of receiving business)	1 年以下	25	24.51
	1-2 年	33	32.35
	3-4 年	16	15.69
	5-6 年	14	13.73
	7-8 年	7	6.86
	9-10 年	5	4.9
	10 年以上	2	1.96

一、客户的性别、年龄

客户性别分为男 40 位（39.22%）女 62 位（60.78%）。最多的客户年龄群体是 36-40 岁（27.45%）之间，最少的客户年龄群体是 18-24 岁（4.9%）和 50 岁以上（4.9%）之间。

二、客户来泰国投资年限

最长时间是 7-10 年（25.49%）之间，并最短时间是 19 年以上（1.96%）之间。大数量客户业务是贸易（38 位，37.25%），小数量客户业务是银行业（2 位，1.96%）。大多数客户（33 位）使用事务所的服务 1-2 年（32.35%），只有 2 客户使用事务所服务超过 10 年以上（2 位，1.96%）。

表 2-10 A 会计事务所客户的基本信息

项 目		数量	%
1. 性别	男	40	39.22
	女	62	60.78
2. 年龄	18-24 岁	5	4.9
	25-30 岁	13	12.75
	31-35 岁	27	26.47
	36-40 岁	28	27.45
	41-45 岁	16	15.69
	46-50 岁	8	7.84
	50 岁以上	5	4.9
	1-3 年	32	31.37
	4-6 年	23	22.55

项 目		数量	%
3. 投资时间	7-10 年	26	25.49
	10-13 年	12	11.76
	13-16 年	3	2.94
	16-19 年	4	3.92
	19 年以上	2	1.96

三、客户选择会计服务的原因

1) 专业能力强 (58 位, 56.86%) ; 2) 有汉语服务 (47 位, 46.08%) ; 3) 有信誉与认真责任 (35 位, 34.31%) ; 4) 能提供综合服务 (33 位, 32.35%) ; 5) 善于沟通 (20 位, 19.61%) ; 6) 有中文网站与能提供全面的信息 (19 位, 18.63%) ; 7) 其他原因 (1 位, 0.98%) 。

四、客户接受的专业服务

第一是税务服务 (47 位, 46.08%) ; 第二是法律服务 (46 位, 45.1%) ; 第三是管理咨询服务 (26 位, 25.49%) ; 第四是会计服务 (23.53%) ; 第五是审计服务 (20 位, 19.61%) ; 第六是财务顾问服务 (16 位, 15.69%) ; 第七是资产评估服务 (10 位, 9.8%) ; 第八是其他服务 (7 位, 6.86%) 第九是人力资源服务 (6 位, 5.88%) 。

表 2-11 A 会计事务所 (泰国) 汉语服务客户调查

项 目		数量	%
1. 选择会计服务的原因 (Reasons of choosing A auditing company)	有信誉(Reputation)	35	34.31
	专业能力强(High professional)	58	56.86
	认真责任(High responsibility)	35	34.31
	有汉语服务(Provision of Chinese service)	47	46.08
	能提供综合服务(Multiple services)	33	32.35
	善于沟通(Effective communication)	20	19.61
	有中文网站(Chinese website)	19	18.63
	能提供全面的信息(Comprehensive information)	19	18.63
	其他(Other)	1	0.98
	会计(Accounting)	24	23.53

项 目		数量	%
2. 客户接受的专业服务 (Type of services)	审计(Auditing)	20	19.61
	税务(Tax service)	47	46.08
	法律(Legal service)	46	45.1
	管理咨询(Management advice)	26	25.49
	财务顾问(Financial advice)	16	15.69
	资产评估(Property assessment)	10	9.8
	人力资源咨询(Human resources advice)	6	5.88
	其他(Other)	7	6.86

五、客户需要汉语服务的原因

1) 避免信息传递误解 (44 位, 43.14%) ; 2) 提高工作效率 (43 位, 42.16%) ; 3) 沟通方便与有亲切感 (36 位, 35.29%) ; 4) 节约公司成本 (17 位, 16.67%) ; 5) 其他原因 (6 位, 5.88%) 。

六、汉语服务需要改进的方面

客户愿意使用会计事务所的服务, 但他们认为该事务所仍然需要改进自己的服务质量, 如下所示, 1) 联系沟通 (43 位, 42.16%) ; 2) 文件翻译 (40 位, 39.22%) ; 3) 写 (33 位, 32.35%) ; 4) 工作效率 (22 位, 21.57%) ; 5) 说和信息提供 (19 位, 18.63%) ; 6) 读 (19 位, 18.63%) ; 7) 听 (12 位, 11.76%) 。

表 2-12 客户需要汉语服务的原因和汉语服务的改进

项 目		数量	%
3. 客户需要汉语服务的原因 (Advantages of using Chinese services)	沟通方便(Easy to communicate)	36	35.29
	提高工作效率(Increasing work efficiency)	43	42.16
	避免信息传递误解(Avoiding misunderstanding of transferred information)	44	43.14
	有亲切感(Familiar with the brand)	36	35.29
	节约公司成本(Saving company cost)	17	16.67
	其他(Other)	6	5.88

项 目		数量	%
4. 汉语服务需要改进的方面 (Areas of required improvement of Chinese service)	听(Listening)	12	11.76
	说(Speaking)	19	18.63
	读(Reading)	16	15.69
	写(Writing)	33	32.35
	联系沟通(Communication)	43	42.16
	工作效率(Work efficiency)	22	21.57
	文件翻译(Translation of document)	40	39.22
	信息提供(Provided information)	19	18.63

第三节 A 会计事务所（泰国）网站汉语服务调查

会计事务所（泰国）网站还提供中文网页，中文页面使用简单中文字符。该中文网站已经取得了大概三年，并事务所不断发展这中文网页，因为还有一些客户不认识这个网站。该 A 会计事务所（泰国）网站汉语服务调查将分析网页栏目的设计情况、网站信息提供的内容情况、网站信息快捷查询的情况和中国客户对中文网站的反映。

一、网页栏目的设计情况

会计事务所网页风格简洁，以红色为王色调因为红色很好的代表中国。网站中使用的图像是肖像风格，叙述内容较少而是使用项目符号。该网站界面也是用户友好的，因为客户很容易找到需要的信息，而且每一个部分是在明确的单独的部分。

二、网站信息提供的内容情况

会计事务所（泰国）网站包含会计事务所及中国企业服务部的背景、该事务所全部服务、领导团队、中文服务团队、税收及法律洞察、税务新知、泰国税收手册-中文版、税收及法律宣传册、转让定价宣传册和联络人。泰国税收手册-中文版的内容包括个人所得税、增值税、特别营业税、印花税、关税、消费税、石油税、地方税、遗产税和税务优惠，比如投资促进委员会的奖励措施及优惠待遇。更多新的法规和政府公告可以在税收及法律洞察上找到，在事务所税收及法律洞察的网页从 2018 年发表中文信息了。在事务所税收及法律洞察的

2017 年网页能找到英文和日文信息，从 2018 年和 2019 年网页能找到英文、日文和中文信息，2020 年网页能找到英文和日文信息。在税务新知的 2017 年网页能找到英文和日文信息，从 2018 年和 2019 年网页能找到英文、日文和中文信息，2020 年网页只能找到英文信息。请检查下表 3-1 在税收及法律洞察的网页与在税务新知的网页提供三种语言。

表 2-13 A 会计事务所税收及法律洞察的网页

税收及法律洞察的网页提供三种语言信息			
年	英文信息	日文信息	中文信息
2020	√	√	-
2019	√	√	√
2018	√	√	√
2017	√	√	-
税务新知的网页			
2020	√	-	-
2019	√	√	√
2018	√	√	√
2017	√	√	-

如果会计事务所在《税收及法律洞察》页面和《税务新知》页面发布 2020 信息或实时信息，无疑会提高客户的满意度得分。

三、网站信息查询快捷情况

如果客户访问网站并希望与服务人员联系，他们可以直接与服务人员很容易地联系，因为网页上有联系人姓名、电话号码和每个员工的电子邮件。如果他们通过电话联系服务人员，他们会立即得到响应。如果他们通过电子邮件与服务人员联系，他们将在一天内或不迟于两天内得到回复。客户也可以通过关注或订阅网页上提供的 Facebook、Instagram、Twitter 和 LinkedIn 的链接图标来接受事务所的最新信息，他们也可以通过这些社交网络应用程序联系事务所服务人员。如果会计事务所希望所有客户都能满足事务所的服务，汉语服务人员必须立即响应客户的查询或要求，因为中国商人喜欢立即反应。因此，汉语服务人员的工作方式应该是积极主动地，而不是被动的。事务所还能改善其服务，如果他们考虑提供实时聊天服务，当客户端打开会计事务所中文网站时

试试聊天服务会弹出屏幕，这方式服务人员将回复客户很快，并提高客户满意度与增加找到新客户的机会。

四、中国客户对中文网站的反映

本研究学中国客户浏览过事务所的中国网站的意见，关于中文表达清楚和准确的方面、网站内容满意情况和建议需要改进的地方。

1. 中文表达的清楚和准确方面

问卷调查的结果中，客户没有评论说网站上的中文版不正确或不清晰，因为在内容发布之前，都是由中文水平较高的高级人员进行检查的。高级中文人员对汉语内容进行审核为了这些重点方面，中文语法的准确性、适当的词汇、正确句子的结构和正确的含义。因此，网站中的中文内容没有错误的语法、错字错误和混淆句子。

2. 对网站内容满意情况

中国客户对事务所的中文网站挺满意，原因是因为内容没有错误的单词、精确、易于理解。内容也是直接的关键点，并使用更多的短语比长句，所以内容将很容易为客户查看。问卷调查的结果为汉语网站内容满意度的平均分是 3.8 满分 5 分，32 名客户（31.37%）一般满意；58 名客户（56.86%）满意和 12 位（11.76%）很满意；没有不满意的客户。但满意度得分没有达到满分，可能是因为在中国网站发表的最新中文信息还比英文信息慢多，而且汉语服务人员使用回复时间太长。

3. 需要改进的地方

问卷调查的结果表示有的客户觉得该会计事务所的网站已经挺好的，但有的客户希望事务所加多一些信息和新信息。有一位台湾客户希望事务所改进这一些方面，1) 做跨国交流，例如泰国和台湾的相同事务所之间互相了解对方国内事务，所以台商想到泰国投资，2) 提供一整条的服务，所以台商会知道泰国相关的资讯、进而加快投资季度、减少沟通成本。事实上，在台湾的会计事务所的关联事务所已经有专门的东南亚组；其中，还有人员专门负责泰国业务的，所以泰国事务所必须要跟台湾关联事务所讨论和解决这件事。

第四节 中国客户对汉语服务满意度调查

一、调查问卷内容

问卷调查为汉语服务人员包括：服务态度、提供的信息质量、专业服务能力、沟通效率和工作态度。

1. 服务态度

服务态度的好坏是非常重要的。客户有两种要求，一个是物质需求，另一个是精神需求。服务态度的作用是能满足被客户的精神需求或称心理需求，使其不但拿到合格满意的“服务”，而且好要心情舒畅，满意。服务态度的内容包括：热情、诚恳、礼貌、尊重、亲切、友好、谅解和安慰。^[1]中国客户对事务所汉语服务人员的服务态度挺满意，可以说事务所的汉语服务人员很真诚合作、有态度诚恳与礼貌、热情提供服务、倍感亲切和安慰的感觉，并尊重客户的意见。所以服务态度客户满意度调查比较好，客户对服务态度水平的平均满意度为 4.39 分，8 名客户（7.84%）一般满意；46 名客户（45.1%）满意；48 名客户（47.06%）很满意和没有客户不满意。

2. 提供的信息质量

提供的信息是否准确、及时更新、相关、阅读简单、工作步骤清晰和提供建议是非常重要的。这些信息对于识别和解决客户问题是必要的。会计事务所的汉语服务人员提供的信息例子包括：政府的官方证书、法律法规、申请或登记程序、清算程序、税务法规和政府惯例和根据客户要求提供建议等。提供信息从客户满意度调查中，客户对事务所提供的信息质量水平的平均满意度为 4.26 分，9 名客户（8.82%）一般满意；57 名客户（55.88%）满意和 36 名客户（35.29%）很满意。事务所员工所提供的信息很有成效，也很有价值，所以客户挺满意的。

3. 专业服务能力

专业服务能力是指汉语服务人员提供专业服务质量。客户将使用这些标准来评价汉语服务人员的绩效，标准评价的内容包含：人员是否理解中国客户问题和要求，能够提供高质量的建议，能为客户提供超乎预期的服务，能够为服务增值和具备足够的知识和经验，能够完成任务。客户需要的最高层次的服务是税务和法律服

[1] 百度文库精选. (2020) 服务态度, 意思, <https://zhidao.baidu.com/question/1888996642218672148.html>.

务，因此工作人员必须对税务、转让定价、法律法规、外商投资等方面有足够的知识和经验。汉语服务人员在这一领域取得了显著的成绩，因为客户选择事务所的服务的最高级别的原因是专业度高，调查结果显示，有 58 位（56.86%）的客户因此而选择了该事务所。客户对专业服务水平的平均满意度为 4.2 分，14 名客户（13.73%）一般满意；54 名客户（52.94%）满意；34 名客户（33.33%）很满意和没有不满意的客户。

4. 沟通效率

有效的沟通很重要，因为它可以提高服务质量，减少误解，节省时间和成本，并建立忠诚度。从内部沟通和客户服务，高效沟通的七大要素：1) 题外话不谈因为浪费时间，也没有把需要谈的事情总结出来；2) 工作人员必须对将要讨论的主题有基本的想法或背景，如果客户与工作人员之间在知识和思路上有很大的差异，无法理解对方的目的和要求；3) 最好是记录通信的日期和时间，因为员工会知道回复客户的大概截止日期和时间，此外，日期和时间可作为下次会议的参考；4) 发送清楚信息、切中要害和内容与主题相同；5) 使用图形、图标、图解或线图来呈现复杂的信息；6) 每次沟通结束后都要进行信息总结，让客户和员工都知道下一步的操作步骤，了解相同的故事；7) 用好沟通工具，比如电子邮件，如果信息量大，可以使用电子邮件；如果需要快速响应，可以使用电话或手机短信 APP；如果需要当面会面或首次见面，可以使用面对面会议或视频会议。从调查结果，客户对沟通效率水平的平均满意度为 4 分，28 名客户（27.45%）一般满意；46 名客户（45.1%）满意；28 名客户（27.45%）很满意和没有不满意的客户。汉语服务人员在这一领域获得高分，因为他们的沟通方式与高效沟通的七大素相似，而且为了让客户感觉到方便快捷的沟通，他们也会用 Line 短信 APP 与台湾客户沟通，用微信跟中国大陆客户沟通，因此，他们的沟通方式也是高分。

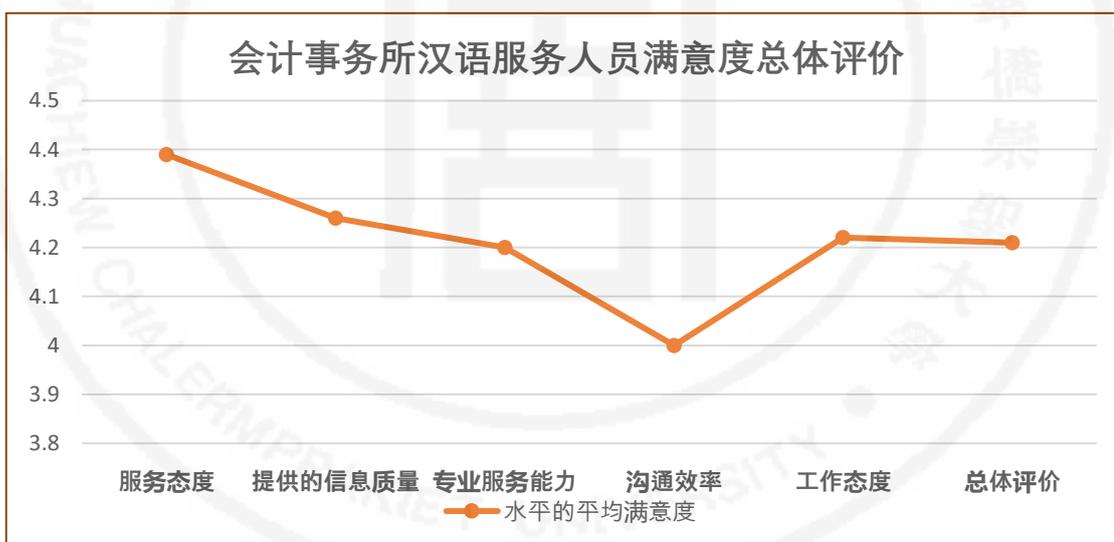
5. 工作态度

良好的工作态度是让客户满意的重要因素之一。所有员工应具备的五个工作态度包括：1) “能做”的态度，因为这将使员工全力以赴地去发现和解决问题，对客户和公司都有好处；2) “正向思维”态度可以引导情境或沟通走向成功，因为当员工积极思考时，他们会看到所有困难的情况下的可能性；3) 有“团队合作”的态度，所以员工更喜欢以团队的方式来工作，互相帮助和支持，使客户得到最好的结果；4) 有“高度责任心”的态度，让员工绝对不会错过截止日期，按时或在截止日期前将工作送达；5) 有“虚心”的态度，这种态度，让员工听从和接受别

人的意见，它还可以减少与团队或与客户之间的冲突。所有五个工作态度，会计事务汉语服务人员都有，因为他们把客户的利益放在首位，帮助客户节约成本，响应客户的要求，解决客户的问题，提供最佳的解决方案，缩短工作和时间流程，使事情尽可能的简单化。从调查结果，客户对工作态度水平的平均满意度为 4.22 分，13 名客户（12.75%）一般满意；54 名客户（52.94%）满意；35 名客户（34.31%）很满意和没有不满意的客户。

6. 总体评价

客户对服务人员水平的平均满意度为 4.21 分，15 名客户（14.71%）一般满意；51 名客户（50%）满意；36 名客户（35.29%）很满意和没有不满意的客户。总的来说，客户对员工的表现和性格都很满意，结果显示他们与客户建立了良好的关系。请看下面图 2-3 会计事务所汉语服务人员满意度总体评价。



二、汉语服务满意度调查情况

问卷调查为汉语服务包括：汉语口语水平、汉语书面沟通能力和汉语翻译。

1. 汉语口语水平

客户对汉语口语的满意度评价四个能力包括：1) “口语流利”的能力，说一口流利的中文，是指员工能够轻松、自然、合理、快速的说出中文，不需要多次停顿；2) “语意清晰”的能力，清新的意思是说，客户可以马上明白员工说的话，不用怀疑混淆员工说是什么，也不用误解员工的话；3) “用词正确和简洁”的能力，在于客户交谈时，最好的方法是使用通俗的语言，因为这样更

容易理解。如果员工用 Line、微信等短信 APP 应用，在发送前应选阅读，因为有时会因为类似的拼音和手机自动拼写系统而发错字，所以员工要先阅读在发送；4) “发音标准”的能力，发音是指声流经口腔，由发音器官所做的一系列复杂的动作构成语音。语音流是由元音承载的。辅音赋予元音以定义和形状，构成语音的音节。说话是一个精力充沛的过程，说话的清晰度取决于人们对精力的运用程度^[22]。发音不一定要想本地人一样，弹药能听得懂。从调查结果，客户对汉语口语水平的平均满意度为 3.87 分，32 名客户（31.37%）一般满意；51 名客户（50%）满意；19 名客户（18.63%）很满意和没有不满意的客户。汉语的平均口语水平不太高，可能是由于部分汉语服务人员水平还不太流利，用错了字或句子，发音不正确的原因。

2. 汉语书面沟通能力

客户对汉语书面语沟通的满意度评价五个因素包括：1) “句子清晰明了”的因素，使用准确的名词和生动的动词，会使句子的力度强，避免有词性太多；2) “直奔主题”的因素，内容的细节直奔主题，并把员工需要客户做的事放在邮件的开头，这样客户就会知道他们要提供给员工的文件或资料。如果工作人员在索取文件或资料前需要解释说明情况，必须在邮件的末尾另外一个地方清楚地写，并在邮件的末尾署名要求；3) “主题符合内容”的因素，主题和内容必须相同，以免混淆，因为客户可能每天都会收到大量的邮件，所以如果主题和内容相同，再来找到需要的内容更容易；4) “符号格式”的因素，使用黑体、下划线、斜体、不同颜色、缩进、让客户容易阅读。这些格式可以帮助客户知道哪一部分是重要的。或者人员希望客户有什么特别的通知。他们也可以把相同的内容组合在一起，把不同的或者不太相关的内容分到另一个部分，让客户清新的阅读；5) “书写结构”的因素，邮件内容应包括主体、介绍或背景、摘要、要求、截止日期和联系方式等。

从调查结果，客户对汉语书面沟通水平的平均满意度为 3.67 分，8 名客户（7.84%）不满意；36 名客户（35.29%）一般满意；40 名客户（39.22%）满意；18 名客户（17.65%）很满意和没有很不满意的客户。调查结果表明会计事务所汉语服务人员还需要提高书面语能力，客户。他们可能认为人员的邮件可能写得不够清晰、格式使用较少、不直截了当、主题和内容不太相关，或者其

[22] Raja, Thila. (2020). THREE STEPS TO SPEAK MORE CLEARLY AND ENUNCIATE!
<https://perfectpronunciationacademy.com/how-to-enunciate-clearly/>

他原因。如果事务所能够提供中文写作培训，并对员工进行常规联系，这书面语沟通能力是可以快速提高的。

3. 汉语翻译

一个好翻译应该是准确、自然、清晰、适应语境、符合文化的^[23]。该事务所提供政府正式文件的英文和泰文翻译，但仍然没有中文服务的文件翻译。因此，最新的新闻，最新的法律法规和泰国税收手册将被翻译成中文，并在公司中国网站上公布。网站上发布的文件没有任何问题，但汉语服务人员在邮件沟通时，并在翻译特殊术语时，可能会使用一些意思不明确的词语。比如，公司章程的意义和含义可以是 Memorandum of Association (“MOA”) 或者 Articles of Association (“AOA”)。如果员工向客户提供这些公司文件发送给他们，他们写需要的文件清楚。公司章程的 MOA，是指公司组织大纲，它规定了公司的基本信息，经营范围等公司注册所必需的信息。公司章程的 AOA，它是指主要规定了公司日常管理规则，除此之外，这些条款还包含公司成员和董事的权利和义务，权力和责任，公司内部纠纷的解决途径等。因此，汉语服务人员在与客户沟通时，要多加小心，使用特殊的词汇。在两个英文单词使用相同的中文单词的情况下，他们必须解释清楚自己想表达的意思。从调查结果，客户对汉语翻译水平的平均满意度为 3.73 分，31 名客户 (30.39%) 一般满意；53 名客户 (51.96%) 满意；13 名客户 (12.75%) 很满意和没有不满意的客户。该事务所的中文翻译服务仍不能满足客户的期望，因为汉语服务人员还没提供政府文件的中文翻译服务，而且特殊字词的使用有时也不能完全准确、清晰地表达出来。

4. 总体评价

客户对会计事务所汉语服务水平的平均满意度为 3.94 分，23 名客户 (22.55%) 一般满意；62 名客户 (60.78%) 满意；17 名客户 (16.67%) 很满意和没有不满意的客户。总的来说，客户对会计事务所的汉语服务一般满意 (3 分)，但不是满意 (4 分)，汉语服务人员的口语能力最好，书面语言沟通能力最差，但对汉语服务的总结得分几乎达到 4 分的。请看下面图 2-4 会计事务所汉语服务满意度总体评价。

[23] Gugalia, Shivangini (2018). What are the main characteristics of a good translation? <https://www.quora.com/What-are-the-main-characteristics-of-a-good-translation>



图 2-4 会计事务所汉语服务满意度总体评价

三、会计事务所汉语网站调查

问卷调查为汉语网站包括：汉语网站设计和汉语网站内容。评价网站好坏的十大要素是用户友好型网站导航、网页设计和布局、响应式设计、内容撰写、行动号召、推荐信、选择加入、故事讲述、常见问题和联系信息^[24]。

1. 汉语网站设计

客户对汉语网站设计的满意度评价三个要素包括：1) “友好型网站导航”的要素，网站必须简单而有条理，所有主要页面的连接都要放在导航标签的顶部，这样客户可以很容易地查看和点击他们想看的。会计事务所的中国网站的主要页面也放在导航标签的顶部；2) “网页设计和布局”的要素，好的网站布局是客户在访问网站的那一刻就能了解公司和公司价值观的设计。在事务所中国网站客户可以通过点击每项服务的红色标签，就可以看到事务所的服务，详情会显示在旁边；3) “响应式设计”的要素，由于数字化的趋势，网站的设计应该能够在手机、平板电脑、笔记本、电脑等各种设备上浏览。会计事务所汉语网站的大小和功能对各种设备都有响应，设计简单而有好条理。从调查结果，客户对会计事务所汉语网站设计水平的平均满意度为 3.9 分，26 名客户（25.49%）一般满意；60 名客户（58.82%）满意；16 名客户（15.69%）很满意和没有不满意的客户。

[24] Velocity consultancy (2018) 10 Elements Every Website Should Have.
<https://www.velocityconsultancy.com/elements-every-website-should-have/>

2. 汉语网站内容

客户对汉语网站内容的满意度评价七个要素包括：1) “内容撰写”的要素：内容应包括公司和服务的故事，并应符合事务所品牌战略，是网站与众不同，从竞争对受众中脱颖而出；2) “行动号召”的要素：行动号召是指告诉客户需要做是什么的声明或图标，如点击员工的联系邮箱，就会弹出邮箱发送，或者点击社交网络账户。会计事务所社交网站包括 Facebook、Instagram、LinkedIn、Youtube 和 Twitter；



3) “推荐信”的要素：推荐信将显示所有与事务所良好经验的客户，这个功能会让网站更有效，可信度更高，当非客户访问网站时，这些评论可以说服他们信任事务所的服务并做出购买决定，但是会计事务所中国网站上没有这部分内容；

4) “选择加入”的要素：选择加入是指事务所的网站向来访的客户发送的要求，让他们注册参加事务所的优惠活动或促销邮件或研讨会通知或新信息^[25]。这有助于收集访问者的联系信息，即使他们没有跟事务所一起合作，但该事务所的网站没有此功能；5) “故事讲述”的要素：事务所的故事可以让网页浏览者对事务所的成功和经验有基本的了解，也可以让他们对品牌更有信心，并产生品牌成都。在“关于我们”栏目中，浏览者可以看到事务所的获奖情况、亚太网络、行为准则、人权声明等，从而了解事务所的成就、国际联系、员工行为准则、人权观点等；6)

“常见问题”的要素：常见问题解答会有客户以前问过的常见问题，可以帮助客户了解更多关于事务所服务的信息。这对于一些不想直接联系事务所，但又想先做研究，获取公司信息的客户来说，也是非常有帮助的，但在会计事务所网站上还没有常见问题的部分；7) “联系信息”的要素：联系信息是网站上的“必备”信息，因为他是帮助事务所拓展市场和增加客户的另一个工具。如果在网页事务所没有发布联系信息，即使对事务所的服务感兴趣，也无法联系到它。

在该会计师事务所的中国网站，客户会容易找到所有领导与汉语服务人员的联系信息，例如，姓名、电话号码和电子邮件。从调查结果，客户对汉语网站内容水

在该会计师事务所的中国网站，客户会容易找到所有领导与汉语服务人员的联系信息，例如，姓名、电话号码和电子邮件。从调查结果，客户对汉语网站内容水

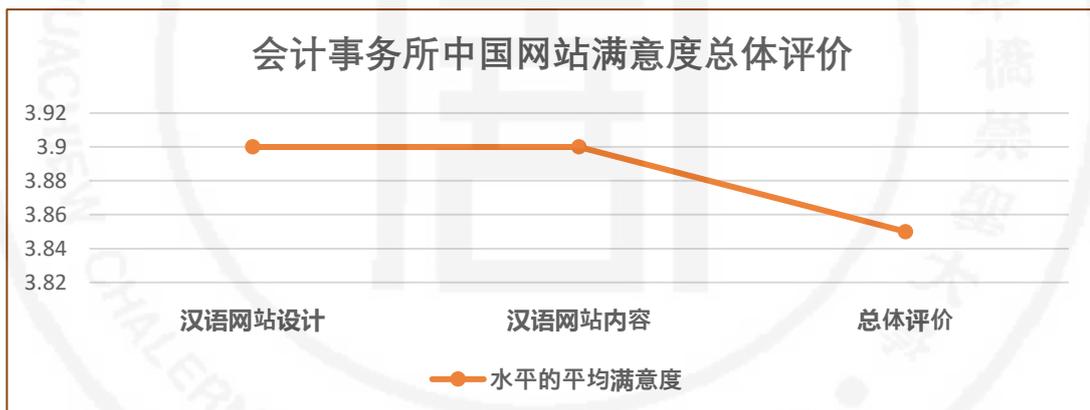
[25] Velocity consultancy (2018) 10 Elements Every Website Should Have.

<https://www.velocityconsultancy.com/elements-every-website-should-have/>

平的平均满意度为 3.9 分，23 名客户（22.55%）一般满意；66 名客户（64.71%）满意；13 名客户（12.75%）很满意和没有不满意的客户。

3. 总体评价

客户对事务所中国网站的认可和体验表明 56 名客户（54.9%）满意、1 名客户（0.98%）不满意、26 名客户（25.49%）没有浏览过和 19 名客户（18.63%）无意见。客户对事务所中国网站水平的平均满意度为 3.85 分，28 名客户（27.45%）一般满意；61 名客户（59.8%）满意；13 名客户（12.75%）很满意和没有不满意的客户。从统计结果来看，公司不得不多做一些关于其中文网站的广告，因为有些客户不承认该事务所自 2016 年以来已经有了中文网站。因此，事务所需要在社交网站和短信应用上更多发布新闻或更新信息。请看下面图 2-5 会计事务所中国网站满意度总体评价。



图标 2-5 会计事务所中国网站满意度总体评价

四、会计事务所中文研讨会与中文资料满意度调查

问卷调查为会计事务所中文研讨会与中文资料，包括中文研讨会、中文研讨会的登记报名的中文服务和中文资料。

1. 中文研讨会满意度调查

会计事务所自 2016 年开始举办免费中文研讨会，这些研讨会的主题大多是关于投资促进、BOI 优惠条件、个人数据保护法与公司合规、海关法、新出现的劳动力挑战、转让定价、泰国税制介绍等。然而，对问卷调查的结果 46 名客

户（45.1%）从未听说过该事务所的中文研讨会，30名客户（29.41%）听说过但未参加，26名客户（25.49%）听说与参加过。

2. 中文研讨会的登记报名的中文服务满意度调查

该会计事务所研讨会的登记报名程序有中文服务，但客户35位（34.31%）不知道该事务所有这项服务，15位（14.71%）知道这项服务与非常满意，28位（27.45%）知道这项服务与满意，24位（23.53%）知道这项服务与一般满意，没有客户不知道该事务所研讨会的中文服务登记报名程序，也没有谁不满意这项服务。

3. 中文资料满意度调查

除了研讨会的中文登记报名程序服务，该会计事务所还提供中文资料，比如，税收及法律洞察、税务新知和泰国税收手册。这些中文资料在事务所的中国网站可以查到。调查结果显示：在满意方面，有32位客户（31.37%）不知道事务所提供中文资料，表示不满意。有21位（20.59%）知道事务所提供中文资料，表示非常满意。有31位（30.39%）知道事务所提供中文资料，表示满意。有18位知道事务所提供中文资料，表示一般。

4. 总体分析

事务所参加研讨会的客户人数不到50个人，35名客户不知道事务所提供中文研讨会的登记报名，23名客户不知道该事务所提供中文资料，与客户总数相比相当低的。所以事务所应该修改其营销策略，将社交网络作为研讨会的工具。请看下面图2-6 会计事务所中国网站满意度总体评价。

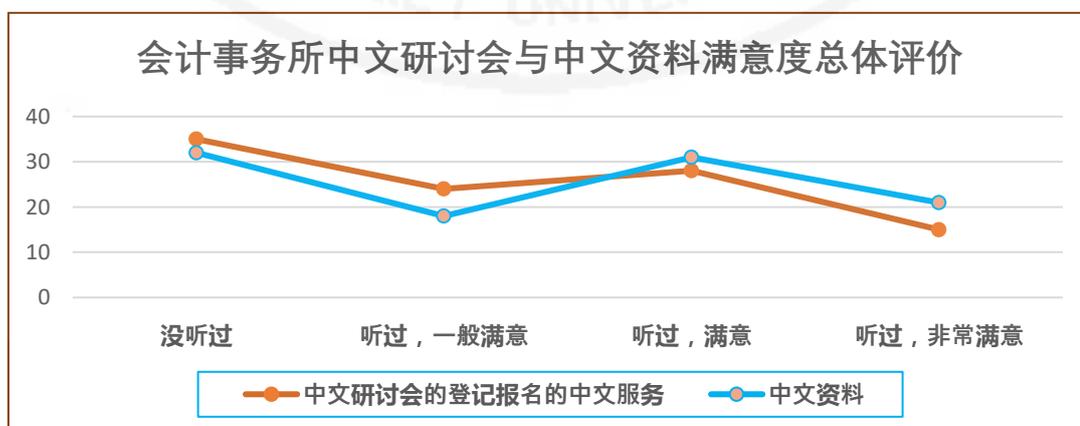


图 2-6 会计事务所中文研讨会与中文资料满意度总体评价

第三章 对 A 会计事务所（泰国）调查问卷评估

第一节 汉语服务的 SWOT 分析

SWOT 分析是一种理论，用来寻找公司的优势、劣势、机会和威胁的理论。它将帮助事务所找到自己的能力，例如，是否比竞争对手做得更好或更差的、找到潜在的机会、威胁和预防方法。SWOT 分析内容包括以下四个方面：

表 3-1 SWOT 分析的内容

<p>优势分析 (Strength)</p> <ul style="list-style-type: none">• 会计事务所的方面<ul style="list-style-type: none">——强烈的品牌形象——全球性的联系——提供中文服务——有高效的技术支持工作• 汉语服务人员的方面<ul style="list-style-type: none">——服务态度强——工作态度强——提供的信息质量高——高专业服务能力	<p>劣势分析 (Weakness)</p> <ul style="list-style-type: none">• 会计事务所的方面<ul style="list-style-type: none">——营销策略问题——高价格——社会化营销互动较少• 汉语服务人员的方面<ul style="list-style-type: none">——书面语沟通能力低——没有商业汉语培训——汉语服务人员缺乏
<p>机会分析 (Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none">• 会事务所的方面<ul style="list-style-type: none">——从联营公司拥有新客户的优势• 汉语服务人员的方面<ul style="list-style-type: none">——客户的口碑相传帮助拓展市场	<p>威胁分析 (Threats)</p> <ul style="list-style-type: none">• 会计事务所的方面<ul style="list-style-type: none">——竞价失客• 汉语服务人员的方面<ul style="list-style-type: none">——人员不足导致工作质量下降——书写能力低，专业词汇知识不足，会造成损失——人员不足，无法拓展市场

一、优势分析

1. 具有很好的品牌

国际化组织的好处是品牌在市场上的幽明度高。客户觉得国际品牌有安全感和信任感，也会有好感和信心去使用服务，因为国际事务所绝对不会铤而走险，或提供低质量的服务，可能破坏自己的声誉。从调查中发现，35名客户选择该事务所的原因是由于事务所的声誉。

公司在中国大陆、香港、台湾、澳门、马来西亚、新加坡和别的讲中文的国家都有分支机构。因此，当这些国家的客户想在泰国做生意时，他们会把客户介绍给该事务所，所以事务所将比本地公司可有更大的市场。

从调查中发现，47名客户选择该事务所是因为它提供中文服务。这意味着中国客户更愿意与能用他们的语言沟通的公司合作。中文服务不只限于税务、法律等一类专业服务，还包括事务所的所有专业服务。汉语服务人员将作为协调人，为客户提供各种服务或者客户需要的服务。

事务所采用最高、最有效的技术来之全球所有的分支结构，所以客户可以确保他们的信息得到安全的维护。此外，在因冠状病毒导致的停工等困难情况下，事务所也有搞笑的技术，为了帮助和支持员工在家工作，与海外和泰国的客户进行电话会议，使工作过程不许停顿就能顺利进行。

2. 提供良好的汉语服务

该会计事务所的主要产品是专业服务，所以员工是事务所的价值资产，因为他们提供的是服务，他们的表现直接影响到客户和事务所。服务意识是销售服务企业的员工最重要的素质。客户满意度调查的结果证明了会计事务所的汉语服务人员具有较高的服务意识。当员工与客户分享困难的时候，表明他们愿意帮助客户，知道客户能够解决问题。客户感觉到自己是可以接触到的，沟通时也很舒服，谈话时少了一些正式会谈，多了些非正式会谈。

事务所的汉语服务人员都有类似的工作准则，即尊重客户的要求和意见，在客户规定的期限内提供文件，并给出富有成效的建议。客户选择事务所的一个原因是，汉语服务人员可以在短时间内提供文件，而其他事务所无法做到或可以做到但质量不满意客户的要求。

服务人员始终提供涵盖的各方面的信息，例如，背景、问题、选择、可能的结果、建议、风险和缓解措施。所提供的信息以客户的案例为导向，条理清晰，主题和内容相关，清新、正确，最重要的是要明确回答客户的问题。在所有102名客户中，有57名客户同意汉语服务人员符合他们的要求标准。

汉语服务人员提供的信息大多是与在泰国有业务的公司的经营状况有关的建议如并购、人力资源管理、风险保障和可持续性，或投资于特定行业如时装，食品和饮料、汽车、航空、卫星，或政府公告，或在台国有业务的公司的合规性等。不管是什么行业，事务所都有专业的员工为客户提供资讯和服务，汉语服务人员将担任协调和翻译，为客户提供便利。因此，该事务所可以为所有行业提供服务，比其他只专注于少数行业的本地公司来说，它的市场更大。

二、劣势分析

1. 事务所的价格高，削减竞争力

价格是营销策略之一，价格不能太高，因为有限的客户才会买单。很高的价格只适用于小众的产品或服务，因为需求大于供给。另一方面，价格也不能太低，低价让人觉得服务质量不高，降低了客户对品牌和服务的信念和信心。与曼谷的市场价格相比，事务所的服务费是比较高的。在曼谷注册公司的服务费用约为 8 万至 15 万泰铢，该事务所的服务费是当地律师公司的 1.88 倍，几乎是当地律师公司的两倍。因此，有些客户更愿意选择本地律师公司，因为他们提供同样的服务，但价格更便宜。事务所的客户一般都是大国际企业，他们对价格的承受能力和品牌的信任度都比较高。

另一个事务所的弱点是广告策略不力。从调查中 18.23% 的客户不承认该会计事务所有中文网站，45.1% 的客户听说过 A 会计师事务所中文研讨会，但从未参加，29.41% 的客户完全不知道该事务所中文研讨会。这意味着有 74.51% 的客户从未参加过税务与法律研讨会，即使客户也可以免费参加，研讨会还提供茶点和中文资料。

2. 汉语服务人员书写能力较差

该事务所汉语服务人员与客户的主要沟通方式是电子邮件，因此写作能力是非常重要的，为了明确表达和解决，而且客户需要送哪种文件给服务人员，这些因素都有客户满意度的影响。汉语服务人员的写作能力好有待提高，存在的问题是对特殊业务部门和政府部门的特殊用词认识不足，台湾和大陆对同一主题的称呼用词不同，没有明确的中文词汇来解释政府使用的文件，在电子邮件中使用口语化的语言。

如上所述，汉语服务人员应该培养自己的写作能力，商务邮件的写作、减少台语和中文的混淆、增加更多的技术性词汇。但是事务所没有为这些汉语服务人员提供任何特殊的中文培训，员工每年都会得到一笔预算，用于学习英

语、汉语或日语。如果他们想提高自己的中文水平，他们的英语水平要到中级水平和托业、托福、雅思考试，成绩达到事务所要求，就可以学习中文，而且中文学校必须在事务所的名单中。中文课程的内容是关于一般的事情，与邮件写作和业务无关，该事务所的福利不包括中文业务课程，所以不能直接帮助员工改善自己的弱点，也无助于提高服务质量。

即使是中国客户，与事务所的整体客户相比，也是最小的一部分，但是有几百个以上的客户。汉语服务人员的数量也不够多，五名员工的能力有限，无法为大量客户提供服务。

三、机会分析

1. 华人市场庞大，潜在客户多

A 会计事务所在华语国家有很多分支机构，所以关系和联系都很好。他们会把客户介绍给他们的附属事务所，有了他们的介绍，客户会比其他泰国的事务所更信任和愿意选择这家事务所。

2. 与中国客户沟通，促进提高中文水平

员工有机会在会说中文的附属国工作，回国后，这些员工的中文水平会有所提高，可能会把在海外借调的客户介绍给该事务所。人员借调方案也有利于中国员工与泰国员工之间、中国客户与泰国员工之间的沟通和国际关系，当他们一起工作的时候就很轻松。因此，良好的员工关系可以帮助事务所在泰国境内外拓展市场，创造和加强品牌忠诚度。他们的中文水平也会提高到很高的水平，所以他们可以给在泰国的员工提供中文培训课程，如邮件写作、商务汉语、中文工作文化等。所以在泰国的汉语服务人员水平会提高，服务质量也会提高。

四、威胁分析

1. 高服务费，影响客户资源

事务所服务费可以成为威胁，因为每个客户都喜欢更便宜的价格，以节省他们的预算，增加更多的利润。因此，事务所会有新的客户流失到当地的律师事务所以，因为它们的价格比事务所更多便宜，服务也跟事务所相同的。

2. 服务人员不足，书写能力差，难于保证工作质量

所有会计事务所的汉语服务人员有 5 位，。他们的工作包括沟通客户、准备文件、为网站翻译新闻或洞察力文章、翻译新的法规或法律、准备研讨会的材料、协调其他专业团队的客户工作等。所以目前的情况是员工的数量与工作量不相符。员工量少，工作量大，也会对服务质量产生负面影响，导致客户满意度低。

写作水平低，缺乏专业词汇，将来可能会造成由小到大的问题。比如，汉语服务人员对税收优惠政策或纳税评估的解释不清楚，客户误解、误做，造成客户被罚款或经济损失。

事务所由于员工人数的限制，无法扩大中国市场的规模。如果是这样的情况，他们将失去中国市场，被其他四大会计事务所或本地的律师事务所取代。客户通常会使用和一个服务提供者，除非该事务所提供者不能满足他们的要求。这意味事务所失去了获得新的中国客户，建立品牌忠诚度，并签订长期合同的机会。

第二节 汉语服务调查分析与服务中存在的问题

一、汉语服务调查评估

1. 听说读写方面

问卷调查结果表明，汉语服务人员需要提高水平的第一个地方是写作技能（32.35%），因为在跟客户联系沟通中电子邮件是最主要通信方式。虽然中级汉语服务人员需要经理在发送客户之间检查消息的语言和内容，但客户也觉得汉语服务人员首先改进的方面是写作。研究结果表示，经理首先检查电子邮件的方式不是提供高效服务的最佳方法，一些汉语服务人员也应该掌握写作技能水平。

汉语服务人员需要提高水平的第二个地方是口语技能（18.63%）。事务所所有服务都是专业服务，因此汉语服务人员必须专注特定的技术词汇，比如税收词汇、法律词汇、会计词汇和审计词汇等。如果汉语服务人员口语水平不高，或者对具体的基石词汇知识不足，他们可能无法向客户清楚地解释当前情况，也可能产生误解。

汉语服务人员需要提高水平的第三个地方是阅读技能（15.69%）。阅读技能和写作技能是相互关联，如前所述，电子邮件是与客户的主要沟通，所以为了有效地为中国客户服务，汉语服务人员需要掌握写作和阅读技能。阅读能力水平低可能导致错解、误解、工作流程方向错误等。

汉语服务人员需要提高水平的第四个地方是听力技能（11.76%）。研究结果表明，有一些客户认为事务所汉语服务人员也需要提高听力技能，研究者认为这是因为工作人员不明白客户说的话、客户必须跟工作人员反复说话或用简单的中文解释。

然而，写作技能、口语技能、阅读技能和听力技能的比例甚至没有达到33%，这意味着汉语服务人员的整体表现超出了中等水平。如果汉语服务人员能够提高所有技能，提供汉语服务的表现可能达到100%，也可以提高汉语服务质量，创造良好事务所的品牌形象。

2. 与客户交流沟通方面

通常情况下，汉语服务人员在跟客户使用中文时会遇到三种情况，第一种情况是当汉语服务人员打电话给客户、第二种情况是当汉语服务人员通过电子邮件发送给客户、第三种情况是与客户会面时。

第一种情况当汉语服务人员打电话给客户。与客户打电话时，他们需要使用他们的口语和听力技能。他们必须说话清晰和重点事，他们必须要能够了解客户当前情况与要求，并能够回答客户的问题。

第二种情况是当汉语服务人员通过电子邮件发送给客户。他们需要快速回复客户的电子邮件，不要忽略客户的电子邮件，病邪清晰简明地回答。

第三种情况是与客户会面时。与客户开会时，听说读写技能都是重要的，人员需要仔细倾听并了解客户的需求，能够回答和解释客户问题，提供解决的最好方法。除了听说读写技能以外，软技能也非常重要。软技能，如建立客户联系、提高品牌忠诚度、创造良好的第一印象、解决问题、澄清客户期望和需求、澄清客户的事实和现状，并建议后续步骤等。

对于高水平的中国语言如，高级经理和经理，他们没有在这些种情况下的问题，但对于中级汉语水平的人员来说，他们的表现并不是很有效。因此，每次中等中国水平的员工与客户联系，他们需要高级经理或经理再发送给客户之前审查电子邮件，或者一起陪他们与客户的通话或会议期间。

二、汉语服务中主要存在的问题

在问卷调查中，发现 A 会计事务所在汉语服务方面存在着一些问题，这些问题主要表现在以下几个方面：

（一）A 会计事务所汉语服务人员存在的问题

中国服务的员工只有 5 个人，相对于整个事务所两千多人的员工来说，是非常少的，工作量多于员工数量。高级员工要审阅下级工作，寻找新客户，照顾现有客户，做研讨会的主讲人，并在网站上发布文章前要进行校对。初级员工要准备文件，做工作调研，与客户沟通，准备研讨会的中文资料，翻译英文文章成中文，经前辈校对后修改后再发到网站上。因此，由于员工人数有限，所有的作品都不能快速产出。

汉语服务人员的中文水平低或者不流利，会给客户和自己带来困难，不能及时回复客户，也难以理解客户的问题或要求，遇到邮件写作问题，比平时工作时间长，比如，翻译新闻或文章，阅读和回复客户的邮件，为研讨会准备 PPT 演示文稿等。

因为有些员工的中文不够好，所以需要专门的培训来提高他们的能力，但是事务所并没有为他们提供培训计划。原因可能是事务所的管理团队看到中国客户数量还比较少，所以投资价值不够值的。

（二）A 会计事务所中国网站存在的问题

为网站发布文章的速度比较慢，网站中的新闻或信息不多，这就使得网站没有活动，不利于营销。会计事务所的汉语服务人员的中文网站也没有常见问题部分，这部分应该有和容易找到，因为它可以给客户提供关于事务所的服务、一般问题和有效的解决方案。没有常见问题部分，客户和员工必须要花多时间联系，客户需要再打电话或发邮件询问，然后等待员工回复。员工也在花时间写邮件或接电话解释其他客户问的相同问题。

对访问会计事务所中文网站的客户不提供任何报价部分，如果没有报价部分，事务所将错过几个机会，拥有潜在客户信息、销售服务、邀请客户参加免费研讨会、建立关系等的机会。事务所中文网站上没有客户的正面评价，可以减少获得新的潜在的客户的的机会。客户会因为对服务质量不确定而不决，所以其他客户的正面评价可以影响新的潜在客户的购买决策。

(三) A 会计事务所存在的问题

有些客户没浏览过和不知道 A 会计事务所有中文网站，也不知道事务所提供中文研讨会登记报名的中文服务和中文资料，并没参加过中文研讨会，这是一个非常大的营销问题。这意味着该事务所在泰国的中国客户中并不知名，增长速度将非常缓慢，而且增长速度很差。事务所在推广中文服务方面做得不够，事务所使用的社交网络较少，在微信时间线上有销量的帖子，在事务所的社交网络账号如 Facebook、Instagram、LinkedIn、Youtube 和 Twitter 上没有提供中文文章或中文信息。它没有与投资委或外国业务部等政府部门协调，为中国投资者推广它的汉语服务。

难以置信的高额服务费是中国重型客户的重要因素之一。这些中国客户选择当地事务所，虽然工作质量比事务所的第一点，同样的服务，但价格几乎是双倍的便宜。有些客户如果想要类似于事务所的质量，他们会选择其他四大会计事务所，因为服务质量差不多，但价格更便宜一点。

三、对问题的分析

通常遇到问题下，汉语服务人员在使用中文时会遇到三种问题，第一种问题是能听懂但不能回答、第二种问题是中国大陆和台湾使用的中文、第三种问题是翻译的问题。

1. 能听懂但不能回答

泰国汉语服务人员打电话给客户时，在听的方面一般没有什么问题，可以了解他们的要求，但遇到一些复杂的问题就无法解答了。汉语服务人员虽然知道客户的问题，却不能用中文进行解释。

2. 中国大陆和台湾地区的中文用词不同

因为会计事务所客户来自中国大陆和台湾，而且中国大陆使用简体中文，而台湾使用繁体中文，他们使用有的词汇也不一样，请在下表 3-2 中国大陆与台湾使用的词汇中找到示例。

表 3-2 中国大陆与台湾使用的词汇

大陆名词	台湾名词	意思
知识产权	智慧财产	Intellectual property
软件	软体	Software
硬件	硬体	Hardware
信息	资讯	Information
水平	水准	Level

会计事务所的汉语服务人员学习的是简体字，因此有些工作人员不认得繁体字，也不明白台湾使用的一些词汇。出于这个原因，他们必须熟悉台湾地区的用词，了解中国大陆和台湾地区使用的一些不同的词汇。

3. 翻译的问题

当汉语服务人员必须翻译一些官方文件时，他们会遇到用哪些合适的词语的问题。他们容易使用错误的词语，句子结构顺序也会出问题。泰国政府文件总是使用非常正式的文字，文件中的细节还包括官员的职级、政府部门的名称和其他特殊术语，但汉语服务人员不知道应该使用哪个词比较恰当，可以准确表达泰语的含义，很难说出错误的词。比如，汉语服务人员需要客户发送银行贷记通知书(Bank credit advice)。这是一张银行开具的证明有资金往来的证明，但是如果从英语直译，有可能翻译成“银行信用建议”或“银行信用咨询”，造成词语上翻译的不准确。

另外是使用错误的句子结构顺序问题。例如，中国人一般说法是“现在方便打电话吗？”，但英国人一般说法是“May I call you now?”，这两个句子有不同的语言结构和说法，“现在”一词在汉语中是放在句子前面，但在英语中是放在最后面。如果从英语翻译完全一字一句，这句话将是“我可以打电话给你现在吗”。对中国客户来说，听起来就很别扭。所以汉语服务人员需要努力提高自己中文水平和翻译水平。

第三节 解决问题的建议和改进措施

一、提高汉语服务水平的建议和措施

为了提高汉语服务质量，A 会计事务所应该对汉语服务人员进行培训。培训班的内容应包括：邮件写作、商务写作、商务会话、中国商务文化、中国大陆与台湾不同的用词、与银行、政府文件、税务、法规、法律、海关相关的专业技术词汇等。事务所该安排一个角色扮演课程，让员工能够在真实的环境中练习。角色扮演可以帮助他们在打电话和面对面的会议中提高与客户的互动。在电话或面对面会议的真实对话过程中，他们会更快活立即对客户做出反应。

培训结束后，事务所应制定评估方案，经理是可以决定员工是否通过培训课程的决定者。考试应该包括：纸质考试、写几封邮件发送给经理，内容以不同情况的客户。对于角色扮演测试，经理要充当客户的角色，客户有不同的条件和要求，汉语服务人员需要了解他们的要求，并能有效地相应。

现在员工和新的候选人必须通过 HSK 考试至少 4 级或 5 级以上。如果考生从未参加过 HSK 考试，事务所可以自行创建汉语考试，而且考生必须通过中等分。

如果事务所提供中文培训、角色扮演、并要求员工和新入职者能通过 HSK 五级以上，那么事务所的中文服务质量会有很大的提高。

二、改善 A 会计事务所中文网站的建议和措施

事务所应在中文网站上常常发布更多的信息和新信息，以使网站更加活跃。不仅要增加网站中的信息量，而且信息的质量也要提高。信息应该是最新的，使馆客户和事务所的服务，内容吸引人、分析的好、推荐得合理，作者或联系方式很容易找到等。

事务所应在网站上增加三个部分，包括常见问题部分、报价部分和客户正面评价的部分。常见问题解答将有助于减少沟通时间，客户通过阅读本部分立即知道他们的问题的答案，并且员工节省回复电子邮件或回答客户电话的时间。

当潜在客户访问网站时，事务所创建的链接显示“欲了解更多信息”，客户点击连接后，会出现一个弹出框，询问他们的联系方式，然后事务所可以发送于他们感兴趣的服务相关的报价。

其他人的经验和意见对另一个人的购买决定产生影响，尤其是购买服务，因为它是一种无形的产品，人们必须在知道质量之前付出，所以销售服务有形产品更难。如果事务所网站有客户的正面评论部分，这将对新的潜在客户购买事务所服务产生很大的影响。

三、加强汉语服务管理的建议

A 会计实务所的管理团队应该重心考虑服务费用，因为目前的费用无法与市场竞争对手竞争。他们可以降低服务费用或给予一个特殊的价格购买服务包。

他们还应该考虑雇佣更多的员工和提高员工的能力。首先，他们应该增加人数和招募更多人加入中国服务团队。其次，每个员工都应该有明确的责任，并直接专注于他们的任务范围。责任应分为中文翻译、中文研讨会、中国网站和专业工作。如果员工的责任是明确和简洁，他们就会知道他们必须做什么，工作质量将得到改善，因为他们专注于自己的任务。最后，会计事务所管理团队应该考虑中文培训课程的预算。员工可以每季度或更多的培训。

如果会计事务所管理团队能够修改服务费用，招聘更多的中国服务人员，修改职位描述的员工管理制度，并提供与中国语言、中国文化和中国业务相关的培训，就可以迅速扩大泰国的中国市场。

结 语

每家公司都需要会计和申请服务，因为它可以帮助公司审查其年度利润和亏损。所以有很多公司提供这些服务，包括泰国的会计和审计公司。四大是指四家最大的会计事务所，他们在世界各地都有分支机构，A 会计事务所也是他们的分支机构之一。本所提供会计服务、审计服务、转让定价服务、税务与法律资讯、人力资源管理等各类专业服务。事务所的客户来自许多国家，包括美国、欧洲国家和亚洲国家，所以它的客户是英文说话的公司，泰国公司，日本公司和中国公司。它平时提供英文、泰文和日文服务，但自 2016 年事务所开始提供汉语服务，因为过去几年中国市场在泰国迅速增长。

论文研究的目的是通过分析和研究 A 会计事务所汉语服务人员的满意度调查，A 会计事务所中国网站，中文研讨会，以及中文资料，调查和分析客户对会计事务所中。本研究方法为问卷调查、采访汉语服务人员、文献资料，分析所有的定量和定性的数据。本研究从中文语言能力、服务态度、工作态度、提供信息质量、专业表现、沟通效率和翻译质量等方面分析了客户对汉语服务人员的满意度。该研究还从设计和内容方面分析了客户对中文网站的满意度，并分析了中文资料和中文研讨会的登记报名的中文服务的满意度。掌握了会计事务所汉语服务人员工作情况，中文网站的高校和低效的地方，而且客户对中文资料和中文研讨会登记的中文服务的想法。对会计事务所汉语服务进行了评估。论文提出了会计事务所汉语服务方面存在的问题，提出了改进的建议与措施。

A 会计事务所的问题分为三个方面，员工的汉语服务水平方面，网站信息和功能方面，管理方面。研究表明，汉语服务人员的书面语能力不够高，所以他们在写电子邮件时会遇到问题，技术词汇和翻译政府文件方面存在的问题。他们需要接受中文培训提高自己的弱点，但会计事务所仍然没有为这些员工提供商务中文培训。汉语服务人员的数量也不足以满足大量的工作。会计事务所的中文网站没有及时更新信息，解答客户常见的问题，比如报价的问题。事务所应该在社交媒体上加强汉语服务和改进中文网站的服务质量。另外，A 会计事务所的服务费比相同的市场服务费要高很多，不利于吸引客户和市场竞争。

根据本课题的调查分析研究，客户对 A 会计事务所的汉语服务人员的表现很满意，对中文网站、中文资料、中文研讨会的中文服务，在满意程度上表示一般。为了提高汉语服务质量，A 会计事务所应该招聘更多的汉语服务人员，

提供中文和商务汉语培训。A 会计事务所在加强汉语服务的基础上要增加网站的中文内容，及时更新信息。另外，A 会计事务所可以适当考虑降低一些服务费，提供特价服务，以吸引更多的中国客户，扩大中国市场，提高 A 会计事务所的竞争力。



致谢

如果没有指导老师赵平博士的帮助，我的论文《中国客户对 A 会计事务所汉语服务满意度的研究》不可能顺利完成。通过赵平老师的指导，使我能够对课题进行比较深入的研究。赵老师不仅指导我如何做研究，还帮我重新组织论文研究的框架，我非常感谢他的帮助，热心帮助我完成课题研究。

在研究生课程的学习阶段，我也非常感谢泰国华侨崇圣大学，商业汉语专业的各位老师的教导。我非常感谢刘丽芳博士副教授给了我一个在这里学习的机会，虽然我的中文水平和写作能力不好，一开始很难适应学习环境。我也要非常感谢谢业辉老师，他帮助我写作，给我提供参考资料，大学的法规和大学在线系统。没有他，我的论文和期刊出版物将不会像现在那样顺利完成。

我想说是，我要感谢资深的同事与经理，他们帮助和指导我进行问卷调查，提供中国客户名单和免费的问卷链接，为采访客户节省了时间。他们提出了有用的建议和提供了具体的实例。我也要感谢中国客户，他们牺牲了自己的时间，回答了真实的想法。他们的建议将帮助汉语服务人员提高中文水平，提升服务质量。

我还要感谢与我一起学习的同学们，特别是李佳美和王伟通同学。我们在一起努力学习，互相帮助，当我在理解汉语单词或语法方面遇到问题时，他们总是会帮助我。

最后，我想对我妈妈和姐姐深深的说声感谢。她们一直支持、理解我，相信我的能力，使我能够顺利完成这项研究。

我希望这项研究能够对其他研究者有所帮助。如果这项研究有任何错误，我想提前道歉。

江灵

2020 年 4 月

参考文献

一、国内相关研究

- [1] Nongnooch Kuasirikun. (2007) 泰国企业社会会计披露 “Corporate social accounting disclosure in Thailand” [J]. Emerald Accounting, Auditing & Accountability Journal, 17(4):629-660
- [2] 客户对泰国四大审计服务质量的看法(Clients’perspectives Toward Audit Service Quality of the Big 4 in Thailand) [D].Pitchaya Sonsa-ardjit, Ramon Vejaratpimol. Karlstad Business School, Karlstad 大学, 瑞典 2010
- [3] An examination of the emergence and development of the Accountancy profession in developing countries: The case of the Kingdom of Thailand 1948 – 2010 [D]. Chaimongkon Pholkeo. RMIT 大学, 澳大利亚 2013
- [4] 分析和评估审计业务的风险, 案例研究: 牛皮纸业研究(Analysis and Evaluation the Risk of Auditing Business, Case Study: Kraft Paper Business)[D]. Korntip Wanichwisedkul. 泰国国立法政大学 2006
- [5] 影响非四大审计与会计公司成功的因素 (The Influenced Factors of Non-Big 4 Auditing and Accounting Companies in Bangkok District) [D]. Piyada Limratcharoen 泰国国立法政大学 2010
- [6] 曼谷审计办公室的实践中存在的问题 (Problems in the practices of audit office in Bangkok)[D]. Jakraphong Ratana. Burapha 大学 2005
- [7] 在曼谷大都会区 Pravet 区审核服务业务的可行性 (The Feasibility of Auditing Service Business at Pravet District in Bangkok Metropolitan Area)[D]. Wannee Tangkitsahuan. Srinakharinwirot 大学 2006
- [8] 泰国机场转型改造与商务汉语应用分析: 以乌达抛机场为例 (Analysis of Business Chinese Using in Airport in Thailand: Case Study of U-Tapao International Airport)[D]. Chaichana Teerasukittima. 泰国华侨崇圣大学 2019
- [9] 泰国零售业汉语服务研究—以 Terminal 21 购物中心为例(The Study of Chinese Language Service: A Case Study of TERMINAL 21 Shopping Mall)[J]. Wichita Chotchaipattarapong. 泰国华侨崇圣大学 2018,2(2):107-123
- [10] 泰国曼谷主要旅游商业区汉语服务调查研究(Analysis of Chinese Usage in Services of Thailand’s Tourism Industry in Bangkok, Thailand) [D].Pacharida Patyanothai. 华侨崇圣大学 2016

- [11] 泰国电视剧文化服务贸易的汉语应用(Chinese Language Usage in Thai Drama Business Culture)[D]. Jinjuthada Thanaratpitinan. 泰国华侨崇圣大学 2015
- [12] Sarote Phornprapha. (2015) “人员激情计划：通过专业发展实施创新的工作场所学习文化 - 毕马威泰国” [J] Chulalongkorn University, International Review of Education. Vol.61 (6):795-814
- [13] อัจฉรา ชนากลาง, อุษณา แจ็งคล้อย. 泰国审计与保证服务市场集中度 “Market Concentration of Audit and Assurance Services in Thailand”[J].KKBS Journal of Business Administration and Accounting 2018, Vol.2 No.3:12-27
- [14] Jere R. Francis, Paul N. Michas, Scott E. Seavey. (Spring 2013) “Does Audit Market Concentration Harm the Quality of Audited Earnings? Evidence from Audit Markets in 42 Countries*” [J] Contemporary Accounting Research. Vol.30 No.1:325-355
- [15] Yanin Tangpinyoputtikhun, Naratthawun Musik. (July-December 2017) “How do audit professionals influence constant reputation through audit quality of Thai certified public accountants?” [J] Journal of Global Business Review. Vol.19 No.2:37-49
- [16] Wanlop Buachoom, Itidej Seangpuang. (2015) “Big Audit Firm: Do Thai Firms With Good Board And Audit Committee Structures Use It As A Monitoring Tool?” [J] ASEAN Journal of Management & Innovation. Vol.4 No. 2:114-126
- [17] Mahbub Zaman, Jaravee Chayasombat. (2014) “Audit pricing and product differentiation in small private firms: evidence from Thailand” [J] Journal of Accounting in Emerging Economies. Vol.4 No.2:240-256

二、国外相关研究

- [1] 战略审计:德勤。(Strategic Audit: Deloitte) [D]. Yibing Shen. Honors Theses, University of Nebraska-Lincoln, 美国 2018
- [2] 四大会计师事务所的职业与利润之间的组织与平衡。(The organizing and the balance between profession and profit in the Big Four accounting firms) [D].Sanna Hsiung. Linnaeus 大学论文网站, 瑞典 2013
- [3] 审计员的办公室级别和审计员声誉 (Auditor's office level size and auditor reputation) [D]. Matthew Adam Notbohm, 佛罗里达州立大学图书馆论文网站, 美国 2010
- [4] 浅析会计师事务所业务多元化发展——以四大会计师事务所为例[J].张宇航, 技术与市场 2013, 20-1: 122-124
- [5] 安永华明会计师事务所再本土化战略研究 [D]. 马晓双, 北京工业大学 2015
- [6] 论会计师事务所品牌建设——以德勤华永会计师事务所为例[J]. 魏琪, 广东经济 2017 (2)
- [7] 会计师事务所的企业社会责任探讨——以普华永道为例[J]. 王彤彤、郭新、汪硕蕾, 财务与会计. 2013(01)
- [8] The History of Accounting (RLE Accounting): An International Encyclopaedia [M]. Michael Chatfield, Richard Vangermeersch. 2014,193.

三、网络资料

- [1] Federation of Accounting Professions Under The Royal Patronage of His Majesty The King. History of Federation of Accounting.2017.
<http://www.tfac.or.th/Article/Detail/66271>.
- [2] Wikipedia. 会计历史. 2019年5月7号
https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_accounting.
- [3] Statista. 毕马威的 2019 年快速事实. 2019 年 1 月 3 号
<https://www.statista.com/topics/2612/kpmg/>.
- [4] Wikipedia. 毕马威服务, 毕马威的 2018 年全球报告. 2018
<https://en.wikipedia.org/wiki/KPMG>.
- [5] 安永的 2018 财政年度报告事实和数字. 2018
https://www.ey.com/en_gl/global-review/2018/facts-and-figures.
- [6] 德勤的 2018 财政年度报告事实. 2018
<https://www2.deloitte.com/ku/en/pages/about-deloitte/articles/about-deloitte.html>.
- [7] 普华永道的 2018 财政年度报告. 2018
<https://www.pwc.com/gx/en/about/global-annual-review-2018.html>.
- [8] Department of Business Development 各省会计公司一览 2019/11/03.
https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=469403169.
- [9] Department of Business Development 泰国商务发展局数据仓库. 2019
<https://datawarehouse.dbd.go.th/company/profile/5/0105535032483>.
<https://datawarehouse.dbd.go.th/company/profile/5/0105545103634>.
<https://datawarehouse.dbd.go.th/company/profile/5/0105549032171>.
<https://datawarehouse.dbd.go.th/company/profile/5/0105541040328>.
- [10] Department of Business Development 泰国商务发展局数据仓库. 2019
<https://datawarehouse.dbd.go.th/area/overview#>.
- [11] Joshua L. Gunn, Brett S. Kawada, Paul N. Michas. (September 20, 2019).
“Audit Market Concentration, Audit Fees, and Audit Quality: A Cross- Country
Analysis of Complex Audit Clients” Available at SSRN:
<https://ssrn.com/abstract=3457551>
- [12] 服务态度, 意思. 2020 年 3 月 13 号.
<https://zhidao.baidu.com/question/1888996642218672148.html>.

- [13] F 是 T 的受 c 剂.请问浅谈如何写好信息，做好信息工作. 2017 年 10 月 14 号
<https://zhidao.baidu.com/question/1702107340520417900.html?fr=iks&word=%BA%C3%D0%C5%CF%A2%D6%CA%C1%BF+%CA%C7%CA%B2%C3%B4&ie=gbk>.
- [14] Raja, Thila. (2020). “THREE STEPS TO SPEAK MORE CLEARLY AND ENUNCIATE!” <https://perfectpronunciationacademy.com/how-to-enunciate-clearly/>.
- [15] Gugalia, Shivangini (April,27 2018). “What are the main characteristics of a good translation?”. <https://www.quora.com/What-are-the-main-characteristics-of-a-good-translation>. Retrieved on 21/04/2020
- [16] Velocity consultancy (April,25 2018) “10 Elements Every Website Should Have” <https://www.velocityconsultancy.com/elements-every-website-should-have/>. Retrieved on 21/04/2020

附录一

A 会计事务所（泰国）汉语服务人员概要信息

项 目		数量（位）	%
1. 性别（GENDER）	男(Male)	2	40
	女(Female)	3	60
2. 年龄（AGE）	31-40 岁	3	60
	20-30 岁	2	40
3. 学历（EDUCATION）	本科生毕业(Undergraduate)	1	20
	硕士毕业(Graduate)	4	80
4. 专业（PROFESSIONAL）	金融(Finance)	2	40
	管理(Management)	2	40
	金融、管理和理科 (Finance, Management, Science)	1	20
5. 工作情况 (WORKING CIRCUMSTANCES)	审计与鉴证服务、税务服务、法律服务、管理咨询、交易服务和中国企业服务 (Audit and assurance service, tax service, legal service, management consulting, trading service and Chinese business service)	5	100
6. 提交服务 (PROVIDED SERVICES) 在会计事务所工作时间 (WORKING PERIOD WITH THE ACCOUNTING FIRM)	1 年以下(less than one year)	1	20
	1-2 年	1	20
	3-4 年	1	20
	5-6 年	1	20
	7-8 年	1	20
7. 工作人员客户主要来自 (CLIENT' S NATIONALITY)	中国客户（包括台湾、香港、澳门地区） (Chinese client including Taiwan, Hong Kong, Macao)	3	60
	中国、日本、美国和欧洲客户 (Chinese, Japanese, American and Europe client)	1	20
	中国、美国、欧洲客户和亚洲国家 (Chinese, American, Europe and Southeast Asia clients)	1	20
8. 使用的工作语言 (WORKING LANGUAGES)	泰语、英语和汉语 (Thai, English and Chinese languages)	2	40
	英语和汉语 (English and Chinese languages)	2	40
	泰语和汉语 (Thai and Chinese languages)	1	20
9. 中文学习时间 (PERIOD OF STUDYING CHINESE LANGUAGE)	4 年以上 (more than 4 years)	4	80
	2 年 (2 years)	1	20

项 目		数量 (位)	%
HSK 级 (HSK LEVEL)	没考过 HSK (never do HSK test)	3	60
	4 级 (level 4)	1	20
	6 级 (level 6)	1	20

会计事务所（泰国）汉语服务客户概要信息

项 目		数量	%
1. 性别 (GENDER)	男(Male)	40	39.22
	女(Female)	62	60.78
2. 年龄 (AGE)	18-24 岁	5	4.9
	25-30 岁	13	12.75
	31-35 岁	27	26.47
	36-40 岁	28	27.45
	41-45 岁	16	15.69
	46-50 岁	8	7.84
	50 岁以上	5	4.9
3. 投资时间 (INVESTMENT PERIOD)	1-3 年	32	31.37
	4-6 年	23	22.55
	7-10 年	26	25.49
	10-13 年	12	11.76
	13-16 年	3	2.94
	16-19 年	4	3.92
4. 公司所在行业 (COMPANY BUSINESS)	19 年以上	2	1.96
	生产制造(Contracting)	23	22.55
	产品加工(Product processing)	13	12.75
	贸易(Trading)	38	37.25
	建筑(Construction)	16	15.69
	运输(Transportation)	23	22.55
	电子商务(E-commerce)	12	11.76
	零售(Retail trading)	12	11.76
	承包(Contracting)	8	7.84
	餐饮服务(Catering services)	7	6.86
	旅游(Tourism)	6	5.88
	环保(Sustainability)	7	6.86
	银行(Bank)	2	1.96
	酒店(Hotel)	6	5.88
海运(Sea transportation)	6	5.88	

项 目		数量	%
	其他（交易平台与广告代理） (Other, trading platform and advertising agency)	7	6.86
5. 合作时间 (PERIOD OF RECEIVING SERVICE)	1 年以下	25	24.51
	1-2 年	33	32.35
	3-4 年	16	15.69
	5-6 年	14	13.73
	7-8 年	7	6.86
	9-10 年	5	4.9
	10 年以上	2	1.96
6. 选择会计事务所的原因 (REASONS FOR CHOOSING A AUDITING COMPANY)	有信誉 (Reputation)	35	34.31
	专业能力强 (High professional)	58	56.86
	认真责任 (High responsibility)	35	34.31
	有汉语服务 (Provision of Chinese service)	47	46.08
	能提供综合服务 (Multiple services)	33	32.35
	善于沟通 (Effective communication)	20	19.61
	有中文网站 (Chinese website)	19	18.63
	能提供全面的信息 (Comprehensive information)	19	18.63
其他 (Other)	1	0.98	
7. 接受专业服务 (TYPES OF SERVICES)	会计 (Accounting)	24	23.53
	审计 (Auditing)	20	19.61
	税务 (Tax service)	47	46.08
	法律 (Legal service)	46	45.1
	管理咨询 (Management advice)	26	25.49
	财务顾问 (Financial advice)	16	15.69
	资产评估 (Property assessment)	10	9.8
	人力资源咨询 (Human resources advice)	6	5.88
	其他 (Other)	7	6.86
8. 事务所的汉语服务帮助的方面 (ADVANTAGES OF USING CHINESE SERVICE)	沟通方便 (Easy to communicate)	36	35.29
	提高工作效率 (Increasing work efficiency)	43	42.16
	避免信息传递误解 (Avoiding misunderstanding of transferred information)	44	43.14
	有亲切感 (Familiar with the brand)	36	35.29
	节约公司成本 (Saving company cost)	17	16.67
	其他 (Other)	6	5.88
9. 事务所的汉语服务需要改变的地方 (AREAS OF NEEDED IMPROVEMENT OF CHINESE SERVICE)	听 (Listening)	12	11.76
	说 (Speaking)	19	18.63
	读 (Reading)	16	15.69
	写 (Writing)	33	32.35
	联系沟通 (Communication)	43	42.16
	工作效率 (Work efficiency)	22	21.57
	文件翻译 (Translation of document)	40	39.22

项 目		数量	%
	信息提供(Provided information)	19	18.63



附录二 会计事务所汉语服务问卷调查 (汉语服务人员部分)

尊敬的受访者：

您好！感谢您抽出时间参与本次的问卷调查。本问卷的目的是研究会计事务所汉语服务和汉语水平情况。本次调查是为华侨崇圣大学商业汉语专业的硕士论文提供分析研究的数据。本问卷不涉及商业机密，个人隐私，问卷采取无记名方式。对您提供的资料我们将予以保密。请您根据实际情况如实填写。非常感谢您的合作和支持。

一、基本信息

1. 性别 男 女
2. 年龄 20岁以下 20-30岁 31-40岁 41-50岁
51岁以上
3. 学历 小学 中学 高中 本科 硕士 博士
博士后
4. 专业 文科 商科 管理 金融 理科 法律
具体专业或其他专业，请说明 _____
外语专业：汉语 英语 日语 韩语
其他外语，请说明 _____

5. 您从事的主要工作

- 精算服务 审计与鉴证服务 税务服务 法律服务
- 管理咨询 交易服务 全球雇员服务 日本企业服务
- 中国企业服务 风控审计服务 可持续发展和气候变化服务
- 其它，请说明 _____

6. 您在会计事务所工作多长时间？

- 1年以下 1-2年 3-4年 5-6年 7-8年 9-10年
 10年以上

7. 您服务的客户主要来自

- 中国（包括台湾、香港、澳门地区） 日本 韩国 美国
 欧盟 其它国家，请说明_____

二、汉语水平和使用情况

1. 您主要使用的工作语言（可多选）

- 泰语 英语 汉语 日语 韩语
 其他，请说明_____

2. 您会说几种外语？

- 一种 两种 三种 四种

3. 您以前是否学过中文？

- 有 没有

4. 如果学过，学习了多长时间？

- 1-6个月 7-12个月 1年 2年 3年 4年
 4年以上

5. 是否参加过汉语水平考试（HSK）

- 有 没有

6. 如果参加过汉语水平考试（HSK），考到几级？

- 1级 2级 3级 4级 5级 6级

7. 您认为在听说读写方面，您哪些方面比较好？（可多选）

- 听 说 读 写

8. 您在汉语服务中遇到哪些问题？

- 口语不太好 专业词汇不够 听力理解有些问题
 完整阅读有些困难 正确书写有问题 不能与客户良好沟通

9. 您认为在听说读写和翻译方面，在哪些方面需要提高？（可多选）

听 说 读 写 翻译

10. 会计事务所有没有为汉语服务人员提供汉语培训？

有 没有

11. 如果会计事务所提供汉语培训，一般是什么形式？

定期培训 不定期培训

为职员支付进修或去语言机构学习的费用



附录三 会计事务所汉语服务问卷调查

(客户部分)

尊敬的受访者：

您好！

本次问卷调查是泰国华侨崇圣大学商业汉语专业硕士研究的课题，目的是了解会计事务所在汉语服务方面的情况，以及客户对汉语服务的满意度。研究的资料仅用于学术研究，不涉及商业机密和个人隐私。问卷采取无记名方式。请您根据实际情况如实填写，为本课题研究提供可靠的数据。对您提供的资料我们将予以保密。非常感谢您的合作和支持。

第一部分 客户一般信息

请您根据以下具体内容上打“√”。

1. 性别 男 女
2. 年龄 18-24年 25-30年 31-35年 36-40年 41-45年
 46-50年 50年以上
3. 公司名称 _____
4. 本人职务 _____
5. 贵公司来泰国投资的时间
 1-3年 4-6年 7-10年 10-13年 13-16年 16-19年
 19年以上
6. 贵公司所在行业
 生产制造 产品加工 贸易 建筑 运输 电子商务
 商品销售

- 承包 餐饮服务 旅游 环保 银行 酒店
 海运
 其它，请具体说明 _____

7. 贵公司与该事务所合作多长时间？

- 1 年以下 1-2 年 3-4 年 5-6 年 7-8 年 9-10 年
 10 年以上

8. 贵公司为什么选择该事务所？（可多选）

- 有信誉 专业能力强 认真负责 能提供汉语服务
 能提供综合服务
 善于沟通 有中文网站 能提供全面的信息
 其它，请说明 _____

9. 贵公司接受了哪方面的专业服务？

- 会计服务 审计服务 税务服务 法律服务
 管理咨询 财务顾问 资产评估 人力资源
 其它，请说明 _____

10. 您认为会计事务所的汉语服务有哪些帮助（可多选）

- 沟通方便 提高工作效率 避免信息传递误解
 有亲切感
 节约公司成本 其他，请说明 _____

11. 您认为会计事务所在汉语服务上需要哪些改进？（可多选）

- 听 说 读 写 联系沟通 工作效率 文件翻译
 信息提供

12. 您对会计事务所的中文网站提供的资讯是否满意？

- 满意 不满意 没有浏览过 无意间

13. 您希望会计事务所的中文网站在哪些方面做出改进？

14. 会计事务所有无提供中文研讨会?

无 有, 参加过 有, 未参加

15. 会计事务所研讨会的等级报名程序是否有中文服务, 以及您的满意度?

无 有, 非常满意 有, 满意 有, 一般满意
有, 不满意 有, 非常不满意

16. 会计事务所研讨会是否有提供中文资料, 以及您的满意度?

无 有, 非常满意 有, 满意 有, 一般满意
有, 不满意 有, 非常不满意



第二部分 客户对汉语服务的满意度

汉语服务满意度调查表

(请在表中打“√”)

调查内容	很满意 5	满意 4	一般 3	不满意 2	很不满意 1	满意度
一、汉语服务人员的工作情况						
1. 对客户的服务态度						
2. 为客户提供的信息质量						
3. 为客户提供专业服务能力						
4. 与客户沟通效率						
5. 对客户的工作态度						
6. 对服务人员的总体评价						
二、汉语服务人员的汉语水平情况						
1. 汉语口语水平						
2. 汉语书面沟通能力						
3. 汉语翻译						
4. 对汉语服务的总体评估						
三、中文网站服务方面						
1. 中文网站设计						
2. 中文网站内容						
3. 中文网站资讯的及时性						
4. 中文网站资讯的全面性						
5. 中文网站作为沟通渠道的有效性 (如: 有无提供联系方式, 是否接受留言, 回复是否及时等)						
6. 中文网站的总体评价						

满意度标准: 很满意 (A) = 5, 满意 (B) = 4, 一般 (C) = 3, 不满意 (D) = 2, 很不满意 (E) = 1

满意度指数: $M = (Ax5) + (Bx4) + (Cx3) + (Dx2) + (Ex1) / (\text{根据样本总数})$

附录四 会计事务所汉语服务访谈表

(访谈对象：会计事务所有关管理人员)

访谈内容

1. 目前会计事务所为多少个国家提供外语服务，哪个国家的客户最多？
2. 除了泰语外，会计事务所提供了几种外语服务？哪种外语是主要的工作用语？
3. 会计事务所什么时候开始提供汉语服务的？
4. 目前，能提供汉语服务的职员有多少？是否可以满足业务的需要？
5. 会计事务所对汉语服务人员提供汉语培训吗？为提高汉语服务人员的中文水平，采取了哪些措施
6. 会计事务所是否考虑要招聘一些会说汉语的职员？招聘的标准是什么？
7. 会计师事务所服务的中国客户大概有多少家，占外国客户中的比例是多少？
8. 中国经济的发展对事务所的业务有哪些影响？是否促进了事务所的发展？
9. 会计事务所在汉语服务上主要遇到哪些问题？人员不够，提高泰国汉语服务人员 是怎样解决这些问题的？在哪些方面需要改进？

ประวัติผู้เขียน
Author Biography

ชื่อ - สกุล	นางสาวชามา จุฑาชวกุล (江灵)
Name surname	Ms. Chama Jutachavakul
วัน เดือน ปีเกิด	12 ตุลาคม 2527
Date of birth	12 October 1984
ที่อยู่ปัจจุบัน	เลขที่ 99/170 คอนโดแอสไพร์ สาทร-ราชพฤกษ์ ชั้น 9 ถนนเทอดไท แขวงปากคลองภาษีเจริญ เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร
Address	No. 99/170, Condo Aspire Sathorn – Ratchapruek, 9 th Floor, Terdthai Road, Pak Klong Phasicharoen Sub-district, Phasicharoen District, Bangkok Metropolis, Thailand
ประวัติการศึกษา	
Education	
2010	上海外国语大学, 中级汉语水平
2006 - 2008	Business School, University of Hertfordshire: Undergraduate Degree of Tourism Management; Second Class Honours (First Division), the United Kingdom.
ประวัติการทำงาน	
Occupation	
2018-present	Associates at PricewaterhouseCoopers Legal & Tax Consultants Ltd.
2015 – 2018	Senior receptionist and administrator at PricewaterhouseCoopers ABAS Ltd.
2014 - 2015	General Manager at Threejuta 1994 Construction Company
2008 - 2009	Service operation at Wall Street English