



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

วิจัยการใช้ภาษาจีนในการบริการของธุรกิจค้าปลีกไทย กรณีศึกษา

ร้านสะดวกซื้อ 7-ELEVEN ในเครือบริษัท CP ALL

THE RESEARCH OF CHINESE USAGE IN THE SERVICE OF THAI

RETAIL BUSINESS IN THE CASE OF 7-ELEVEN

CONVENIENT STORES OF CP ALL

泰国零售业汉语服务研究以泰国正大集团便利店为例

นพาวรรณ ใจสุข

(梅格云)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

พ.ศ. 2558

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

วิจัยการใช้ภาษาจีนในการบริการของธุรกิจค้าปลีกไทย กรณีศึกษา

ร้านสะดวกซื้อ 7-ELEVEN ในเครือบริษัท CP ALL

THE RESEARCH OF CHINESE USAGE IN THE SERVICE OF THAI RETAIL BUSINESS IN

THE CASE OF 7-ELEVEN CONVENIENT STORES OF CP ALL

泰国零售业汉语服务研究以泰国正大集团便利店为例

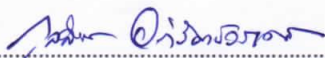
นพาวรรณ ใจสุข (梅格云)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ตรวจสอบและอนุมัติให้

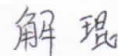
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม พ.ศ. 2558



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลสิรินทร์ อภิรัตน์วรเดช
ประธานกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ



Assoc. Prof. Dr. Xie Kun
อาจารย์ที่ปรึกษา

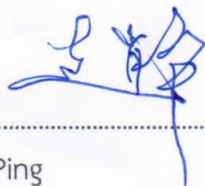


รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
กรรมการ



Prof. Dr. Li Yan Feng

กรรมการ



Dr. Zhao Ping

กรรมการ



รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
(ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)



รองศาสตราจารย์ออิสยา จันทรวิธานุชิต
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
คณบดีคณะภาษาและวัฒนธรรมจีน

วิจัยการใช้ภาษาจีนในการบริการของธุรกิจค้าปลีกไทย กรณีศึกษา
ร้านสะดวกซื้อ 7-ELEVEN ในเครือบริษัท CP ALL

นพาวรรณ ใจสุข 566049

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: XIE KUN, Ph.D.

บทคัดย่อ

ปัจจุบันจีนและไทยมีความสัมพันธ์ทางด้านธุรกิจที่แน่นแฟ้นมากขึ้น โดยเฉพาะความร่วมมือทางด้านการท่องเที่ยวที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว คนจีนจึงกลายเป็นนักท่องเที่ยวที่สำคัญของไทย บริษัทซีพีออลล์ซึ่งได้รับสิทธิในการบริหารร้านสะดวกซื้อ 7-11 สิบบปีภายหน้าร้านสะดวกซื้อ 7-11 จะเจริญเติบโตและจะมีร้านสาขาทั่วทุกแห่งในไทย ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวจีนก็จะกลายเป็นลูกค้าคนสำคัญกลุ่มหนึ่งของร้านสะดวกซื้อ 7-11 ด้วยเหตุนี้ภาษาจีนจึงกลายเป็นภาษาสำคัญในธุรกิจค้าปลีก

การวิจัยครั้งนี้มีเนื้อหาสำคัญอยู่ 4 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 อธิบายถึงสถานการณ์การพัฒนาและความได้เปรียบของธุรกิจค้าปลีกของไทยรวมถึงสถานการณ์และการบริหารบุคลากรของร้านสะดวกซื้อ 7-11 ส่วนที่ 2 อธิบายถึงการใช้ภาษาจีนในการบริการของร้านสะดวกซื้อ 7-11 โดยบรรยายถึงความสำคัญ ของการใช้ภาษาจีน รวมถึงการฝึกอบรมพนักงานทางด้านภาษาจีน ส่วนที่ 3 อธิบายการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามในเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการ และความพึงพอใจของพนักงานร้านในการบริการโดยใช้ภาษาจีน ส่วนที่ 4 ชี้แจงให้เห็นถึงปัญหาในการใช้ภาษาจีนในการบริการของร้านสะดวกซื้อ 7-11 รวมถึงการแก้ไขปัญหาและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าชาวจีนมีความพึงพอใจในบริการโดยทั่วไปของร้านสะดวกซื้อ 7-11 แต่กลับไม่พึงพอใจการใช้ภาษาจีนในการบริการของพนักงาน เพราะพนักงานไม่สามารถใช้ภาษาจีนติดต่อกับลูกค้าได้และพนักงานที่ใช้ภาษาจีนได้มีน้อย พนักงานไม่ค่อยพึงพอใจในการใช้ภาษาจีนของตนและเห็นถึงความสำคัญในการบริการด้วยภาษาจีน แสดงให้เห็นว่าพนักงานของร้านฯ มีความสามารถในการใช้ภาษาจีนได้น้อยอีกทั้งจำนวนคนที่ใช้ภาษาจีนได้มีจำนวนน้อย ทางบริษัทซีพีออลล์ควรตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ภาษาจีน ควรมีการปรับปรุงการให้บริการโดยใช้ภาษาจีน และทำความเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับการให้บริการ โดยควรรับสมัครพนักงานที่มีความรู้ด้านภาษาจีนและควรมีการวางแผนจัดการฝึกอบรมพนักงานในด้านการใช้ภาษาจีนที่มีประสิทธิภาพ และปรับปรุงแก้ไขปัญหาคารในใช้ภาษาจีนในการบริการ เช่นนี้จะเป็นการเพิ่มความแข็งแกร่งในธุรกิจ และเพิ่มความเข้มแข็งในการแข่งขันของร้านสะดวกซื้อ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวจีนมีความประทับใจในการบริการและทำให้ธุรกิจค้าปลีกไทยมีการพัฒนาที่เจริญยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: ร้านสะดวกซื้อ 7-11 การบริการโดยใช้ภาษาจีน ความพึงพอใจ

**THE RESEARCH OF CHINESE USAGE IN THE SERVICE OF THAI RETAIL BUSINESS
IN THE CASE OF 7-ELEVEN CONVENIENT STORES OF CP ALL**

NAPAWAN JAISOOK 566049

MASTER OF ARTS (CHINESE FOR BUSINESS COMMUNICATION)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: XIE KUN, Ph.D.

ABSTRACT

China-Thailand Relations are more and more close tight. In particular, co-operation in tourism is developing rapidly. China has become Thailand's major tourist groups. The company CP ALL won the right to manage the convenience store 7 Eleven Ten years later convenience store 7Eleven will grow everywhere in Thailand. Meanwhile, Chinese tourists will come to a key client of this shop. For this reason, the Chinese language has become so important in retailing.

This research has important material in four parts one explains the development and advantages of the retail business in Thailand. Including situations and administrative staff of the convenience store 7-Eleven. Part two explains the use of Chinese in the service of a convenience store 7-Eleven by portraying the importance usage including staff training in the Chinese language. Part three explains a survey by questionnaire about customer satisfaction in receiving and the satisfaction of employees in service in Chinese. Part four explains to clarify the issue of the use of Chinese in convenience stores 7-Eleven the problems and suggestions.

The research found that Chinese customers are generally satisfied with the services but not satisfied with the use of Chinese in the service because employees can't use Chinese dealings with their customers and the Chinese have less employees. The company CP ALL should recognize the importance of the Chinese language should be improved by providing Chinese language and understanding the relationship between businesses the flap should recruit a knowledge of Chinese and planning should include training staff in the use of Chinese-effective. And rectify problems in the use of Chinese in the service. This will significantly strengthens the business and strengthen the competitiveness of the convenience store. This will allow Chinese travelers are impressed with the service and retail business development Thailand has grown even more.

Keywords: 7-Eleven convenient store, The Chinese use the service, Satisfaction

泰国零售业汉语服务研究以泰国正大集团便利店为例

梅格云 566049

文学硕士学位（商业汉语）

指导教师：解琨博士

摘 要

近年来中国和泰国的联系越来越密切，中国与泰国在旅游合作上有了很大的发展迅速，中国成为泰国重要的入境旅游客源地。泰国正大集团或（者称为 CP ALL 公司）拥有 7-11 便利店在泰国的特许经营权，过去 10 年来泰国 7-11 便利店业务稳固增长，包括客户、分店、总销售量，增长率居世界首位。并以强大的扩张遍布了泰国的所有地区，中国游客也来 7-11 便利店购物日益增多，尤其 7-11 便利店在泰国每旅游地区经营取得很好的业绩。因此商业汉语成为一个重要的商务语言，已起到越来越重要的作用，汉语服务在零售业中的作用更显重要。

本论文主要研究内容有分为四部分，一描述了泰国零售业发展情况，概述了泰国零售业的发展现状和优势，泰国正大集团便利店的经营概况和服务人员管理。二描述了汉语服务在泰国正大集团便利店的应用；主要概述了汉语服务对零售业的重要性的应用以及概述正大集团便利店汉语服务人才情况。三对正大集团便利店汉语服务问卷调查；这章阐明顾客对正大集团便利店服务的满意度和便利店员工中文服务的满意度具体进行分析，阐明汉语服务使用所反映的商业现象和文化现象，指出汉语服务使用的重要性。四说明了零售业汉语服务存在的问题与对策，这章阐明了零售业汉语服务的改进措施，提出建议。

研究结果显出顾客方面对服务员的基本服务总体较满意，但顾客则对服务员的中文服务不满意，因为服务员不能够用中文跟顾客沟通，甚至本店有中文人才较少。员工也对自己能用中文跟顾客沟通的满意度是一般以及员工认为中文对便利店服务很重要。这表示正大集团便利店汉语人才的水平还差或者汉语人才的人数较少。针对这个问题的解决行业内部应该充分重视汉语人才的培养。正大集团便利店出现汉语人才缺乏的问题，在具体改进措施上，正大集团便利店首先要提供汉语服务与掌握商机关系有一个正确的认识。在招聘、培训汉语人才要有具体的计划和有效的培训体制，把培训汉语人才作为战略措施对待。正大集团有关部门需要加强对汉语人才的培训和管理，改进汉语服务中存在的问题，才能加加强了正大集团便利店的经济成就，也加强服务贸易的竞争力，对更多的中国游客有好的印象，使泰国零售业服务发展形势良好。

关键词： 7-11 便利店；汉语服务；满意度

目 录

บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
摘 要	III
目 录	IV
表格目录	VI
图表目录	VII
绪 论	1
第一章 泰国零售业发展概况	
第一节 泰国零售业的发展现状和趋势	6
一、泰国零售业的概况	6
二、泰国零售业发展的原因	8
三、泰国零售业发展趋势	9
第二节 泰国正大集团便利店的经营概况	11
一、泰国正大集团便利店的企业理念	11
二、泰国正大集团便利店企的业概况	11
第三节 泰国正大集团便利店服务人员管理	12
一、员工的招聘	12
二、员工培训与升迁	13
第二章 泰国正大集团便利店商业汉语的应用	
第一节 汉语服务对零售业的重要性	16
一、中国赴泰国旅游发展现状	16
二、汉语服务对零售业的重要性	19
第二节 汉语服务在泰国正大集团便利店的应用	20
一、用汉语招呼顾客	20
二、用汉语商品介绍引导参观商品	21
三、用汉语进行商品评价和价格评价	21
四、用汉语提供现场补助服务	21
第三节 正大集团便利店汉语服务人才的情况	22
一、管理部门的中文人才	22
二、汉语服务人员的培训和管理	22

第三章 正大集团便利店汉语服务问卷调查	
第一节 问卷设计简介	23
第二节 汉语服务满意度调查	23
一、中国顾客对 7-11 便利店服务的满意度调查	23
二、员工对中文服务情况的满意度调查	30
第三节 问卷调查结果分析	38
一、调查人群分析	38
二、顾客满意度调查结果	39
三、员工对中文服务情况的满意度调查结果	39
第四章 正大集团便利店汉语服务存在的问题与对策	
第一节 汉语服务存在的问题	41
一、教材水平低	41
二、教学方法单一，学生积极性不高，汉语教学课堂乏味	41
三、教师水平不高 与教师队伍不稳定 流动性高	41
四、服务员的本身问题	42
第二节 汉语服务的改进措施和建议	42
一、提高汉语交际教材水平	42
二、营造良好的课堂气氛	43
三、加强教师队伍建设	43
四、提高汉语服务人员的中文水平与激励	43
结 语	44
参考文献	46
附 录	49
致 谢	53
ประวัติผู้เขียน	54

图表目录

图 1-1: 泰国正大集团便利店的四大准则	11
图 1-2: 泰国正大集团便利店工员工培训体系	14
图 1-3: 泰国正大集团便利店工作发展	15
图 2-1: 泰国正大集团便利店工作发展	16
图 1-4: 2010 年-2014 年中国赴泰国旅游人数变化	16
图 3-1: 顾客每周光顾 7-11 便利店的次数	27
图 3-2: 员工的性别	31
图 3-3: 员工的	32
图 3-4: 员工的文化程度年龄	32
图 3-5: 工作经验	33
图 3-6: 员工类别	33
图 3-7: 每个月的工资	34
图 3-8: 员工学习中文情况	34
图 3-9: 员工的中文学习时间	35

表格目录

表 2-1: 2010 年-2014 年中国赴泰国旅游人数变化的百分比	17
表 2-2: 2015 年和 2014 年 1-5 月外国游客的数据与费用	18
表 3-1: 中国顾客满意度调查的基本情况	26
表 3-2: 顾客对 7-11 便利店服务的满意度	28
表 3-3: 员工对中文服务情况的满意度	37



绪 论

一、选题的背景和意义

随着中国经济的快速发展和中国经济对全球的影响，中国已经成为泰国市场中的一个重要贸易成员。泰国零售业与中国企业进行商业贸易时，商业汉语成为一个重要的商务语言，已起到越来越重要的作用，尤其是泰国与中国的旅游贸易服务关系非常密切，商业汉语在经贸领域中的作用更显重要。

近年来，泰国零售业却出现了新的发展势头，主要表现是：现代零售业的代表大型超市发展迅速，特别是大的跨国公司扩大投资；而当地传统零售业市场则逐步缩小并不得不调整经营战略。零售业的新发展显示在外国零售业增加对泰国的投资随着现代零售业的迅速发展，泰国零售业也面临着非常激烈的竞争。

7-11 是泰国最大零售便利店，目前已遍及全球至 2014 年 3 月末的统计，7-Eleven 的全球分店总数为 54,623 家：美国 8,576 (8,163+413) 家、夏威夷 56 家、加拿大 489 家、日本 16,764 家、泰国 7,651 家、台湾 5,000 家、韩国 7,000 家、中国 2,010 家、香港 912 家、澳门 42 家、马来西亚 1,581 家墨西哥 1,699 家、新加坡 528 家、菲律宾 1,049 家、澳大利亚 596 家、丹麦 195 家、瑞典 193 家、挪威 158 家、印尼 158 家。其经营市场分别由下列地区所组成，来自不同种族、不同肤色、不同生活习惯的顾客，接受 7-Eleven 提供的 24 小时全天候便利服务。^[1]

泰国正大集团或者简称为 CP ALL 公司买断了在泰国的经营权，并以强大的扩张遍布了泰国的所有地区，几乎每条街都有 7-11 便利店。泰国人基本就离不开 7-11，有调查显示，泰国人人均每天进入 7-11 超过 2 次。

本论文选题的意义在于通过分析泰国正大集团便利店在泰国零售业市场上发展现状与因素，以及在市场上遇到的机遇和挑战，分析说明商务汉语在经济领域中的重要作用和培养汉语人才的重要性以及汉语服务中遇到的问题与对策，使人们看到泰国正大集团便利店在泰国零售业市场上的重要性。泰国正大集团便利店在泰国零售业市场上的发展不仅促进泰国经济的发展，而还通过与提供商业汉

[1] 维基网，“7-Eleven 全球分佈及店數”[online], (<https://zh.wikipedia.org/wiki/7-Eleven>), 2014/3

语可以提升泰国零售业的竞争力，也加强泰国正大集团便利店的经济经营绩较。

二、主要研究的内容方法和创新性

（一）主要内容

1、泰国零售业和泰国正大集团便利店的发展状况及商业汉语服务的运用情况。

2、商务汉语服务活动在泰国零售业中遇到的问题、机遇、挑战和对策以泰国正大集团便利店为例。

3、泰国正大集团便利店在泰国市场上的优势与劣势及发展趋势

（二）研究方法

研究方法主要是根据所掌握的有关泰国零售业的发展情况的资料和商业汉语的作用以泰国正大集团便利店为例,对相关资料进行理论分析,泰国正大集团便利店的发展对泰国零售业市场的影响通过分析发现问题,进而探求解决问题的措施.研究方法使用如下

1、文献研究法是根据一定的研究目的或课题通过调查文献来获得资料,从而全面地、正确地了解掌握所要研究问题。首先确定原来,然后再分析信息。

2、系统分析法

(1) 调查法使用问卷调查法,请研究对象填写答案,然后回收整理、统计和研究调查对象有两种是中国顾客和 7-11 便利店的员工。研究者使用 SPSS 系统分析问卷,提出调查结果。

(2) 观察法指研究者根据一定的研究目的、研究提纲或观察表用自己的感官和辅助工具直接去 7-11 便利店观察中国顾客和员工,从而获得资料。

(3) 访问法通过以询问与面谈访问的方式向被调查者了解市场情况,被调查者是中国顾客和 7-11 便利店的员工。

（三）创新性

目前有关零售业在泰国市场上的经营和发展方面的研究和论述已有不少。通过目前所收集的资料有关专门分析研究泰国正大集团便利店在泰国零售业市场发展的论文还没有深入的进行,尤其在商业汉语服务方面。

本论文的创新性主要体现在通过分析商务汉语服务对泰国正大集团便利

店在泰国零售业市场上的发展和重要性的研究,包括分析泰国正大集团便利店在泰国零售业市场上发展情况,运作方法,以及应对挑战的方法。分析泰国正大集团便利店在泰国零售业市场上面对的机遇和挑战,提出应对措施,从而加强泰国正大集团便利店在泰国零售业市场上的竞争力。

三、与本论文有关文献综述

有关分析研究泰国零售业的论文和论著,对泰国正大集团便利店在国内外已有不少。不同研究者和各种论文已从不同的视角展开了多方面、多方位的研究。根据目前所掌握的资料,有关商务汉语在经济领域中的作用的论文,对泰国零售市场经营情况的研究涉及到以下几个方面:

(一) 有关商业汉语在经济领域运用的研究

1、崔妙莹(2008)研究了商务汉语理论,探讨商务汉语的特点,商务汉语的发展及汉语在经济上的作用。专门为测试第一语言非汉语者,从事商务活动的汉语水平而设立的国家级标准考试。这项考查是针对与商务有关的广泛职业场合、日常生活、社会交往所用汉语交际的能力评估。在用人单位方面,人才招聘,在选拔的过程中用来决策应聘者的水平,在教学单位方面用来分班和招生使用,最后是学习者用来测试自己达到那个水平。^[1]

2、张黎(2007) 赵淑焕从现场促销这个比较活跃、比较有代表性的商业交际领域入手,对现场促销人员的口头促销语言进行调查与分析,在此基础上揭示出现场促销语言的基本结构以及交际功能等特征,从而为认识与研究商业汉语口语提供一个真实的例证。^[2]

(二) 有关国内外零售业的发展研究

1、函子,东盟经济时报(2013),泰国零售业将持续现增长态势,可望实现年同比增长约6-8%,与2012年估计为7.2%的增幅相近。开泰研究中心同时预期,两年后当东盟经济共同体形成后泰国零售业将得到泰国和外国投资者的更多关注。因此,泰国零售业经营商将更多地采取积极进取的战略以进一步扩张门店网络,尤其是“小型现代零售业”(Mini Modern Trade)因能满足现代消费

[1]崔妙莹,“基于商务汉语改革的商务汉语需求调查分析”[online],
(<http://211.151.247.228/cmd/10269-1011131293.html>), 2011

[2]张黎,“研究对象及相关概念”[M]商业汉语口语研究—现场促销语言调查与分析,2007, 5: 1-4

者力求快捷方便的消费行为而成为值得关注的零售业经营模式。^[1]

2、公务员之家网(2007)阐述了零售业市场营销战略包括确定目标市场和设计营销策略两大步骤. 企业应在研究市场需求发展潜力和竞争者实力的基础上确定自己的特定市场, 并根据市场定位, 合理定确定一系列市场营销手段。^[2]

3、李瑞霞, 云南省社会科学院东南亚研究所(2011)发表一篇论文, 阐述了零售商业的经济活动对人民生活、社会生产有着重要影响, 要保持国民经济活力和国内市场的繁荣, 就必须重视零售商业的发展, 并充分发挥其应有的作用。但近年来, 泰国零售业却出现了新的发展势头, 主要表现是: 现代零售业的代表——大型超市发展迅速, 特别是大的跨国公司扩大投资; 而当地传统零售业市场则逐步缩小并不得不调整经营战略。零售业的新发展: 外国零售业增加对泰国的投资随着现代零售业的迅速发展, 泰国零售业也面临着非常激烈的竞争。^[3]

4、赵淑焕(2011)指出“中国行业发展研究报告系列丛书”主要基于第二次全国经济普查所取得的数据, 由国务院第二次全国经济普查领导小组办公室组织有关行业(产业)的专家学者对国民经济各行业(产业)进行研究, 对其发展现状、发展前景、行业集中度等方面分别论述, 对我国经济发展方式的转变、产业结构的调整和优化具有相当的参考价值。^[4]

(三) 有关泰国正大集团的发展情况研究及趋势

1、陈玮(2013)指出泰国正大集团便利店发展情况与趋势这便给我们引出了今年世界上规模最大的零售业并购交易——而且也是泰国有史以来规模最大的收购交易: 泰国 7-11 便利店运营商 CP A11。这项主要通过债务融资进行的收购交易看起来很愚蠢。本文打算对这宗交易进行一番解剖, 然后分析一下该交易本应该怎样去实施。此外, 我们将从这位泰国亿万富翁犯下的错误中向大家提供一些可能存在的经验教训。^[5]

2、巫郁榭(2007) 阐述了 7-11 是全球最成功的服务业之一, 也是所有连售

[1] 函子, “2013 年泰国小型现代零售业将快速发展, 但面临激烈竞争的挑战” [online],

<http://www.aseanecon.com/?action-viewnews-itemid-111903>, 2013/1/16

[2] 公务员之家网, “零售业市场营销管理研究论文” [online],

<http://www.gwyoo.com/lunwen/guanlilunwen/shchyxgllw/201009/395142.html>, 2007

[3] 李瑞霞, “泰国零售业的新发展” [online],

http://yunnan.stis.cn/xnjw/dmkjjj/200410/t20041030_232546.htm, 2011/2/18

[4] 赵淑焕, 国务院第二次全国经济普查领导小组办公室中国商业联合会, [M], 中国零售业发展研究报告, 2011/12

[5] 陈玮, “泰国最大零售商并购” [online],

(<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2013/250497.shtml>), 2013/5/1

便利商店中商品最多多样化的，亲切的服务态度、完善的商品、便利性真多。隨著時代的进步，便利商店也跟著生活化、便利化，服务项目也越來越多。这次对 7-11 的探討，使更了解 7-11 成功的因素。^[1]

3、王博（2007），指出想理解清楚中国农资、畜牧企业的发展思路，需要放眼世界，寻找优秀企业分析。纵观整个亚洲，发展环境与中国类似，而又在农业产业化方面取得巨大成功的当属泰国正大集团。七十多年的发展中，正大集团围绕农业产业链做深度文章，打通了种植、养殖、加工、销售整条产业价值链，对正大的分析将对中国农资、畜牧企业很多裨益。内容还阐述了泰国正大的背景、正大发展轨正大产业发展策略、正大发展的成功商业基因。^[2]

4、李嘉诚（2013）阐述了泰国正大如何经营 7-11 加盟店，通过与正大集团内部人士交流，了解到泰国 7-11 加盟店的操作模式。正大集团在 1988 年开始在泰国经营第一家 7-11 便利店，如今在泰国已经有 5600 余店门店，每个门店约 50~150 平方米，成为泰国最大的零售集团之一，也是正大集团最赚钱的 SBU，预计 2010 年销售额达到 40 亿美元。目前正在争取四川省市场和越南市场的 7-11 授权。要想加盟泰国 7-11 门店，需要严格的审核过程，对于加盟店的管理模式，补充说明。^[3]

四、所要解决的主要问题和研究途径

- 1、泰国正大集团便利店在泰国零售业市场发展商务汉语起到了哪些作用，以及遇到的主要问题问题的因素和问题的解决。
- 2、指出泰国正大集团便利店在泰国零售业市场上有哪些机遇及抓住机遇。
- 3、泰国正大集团便利店在泰国零售业市场上的发展对国家有什么意义。

[1] 巫郁榘，“探讨 7-11 成功之因素” [online ·，

(<http://www.shs.edu.tw/works/essay/2007/10/2007102319575958.pdf>)，2007/9

[2] 王博，“正大集团的农业航母发展之道 坚持主业主动寻求价值链” ·online ·，
(<http://www.chaoren.com/news/chaoqi/dao/2014-12-03/98907.html>)，2014/12/3

[3] 李嘉诚，“泰国正大如何经营 7-11 加盟店” ·online ·，(<http://u.cyzone.cn/blog/531623>)，2013/1/25

第一章 泰国零售业发展概况

第一节 泰国零售业的发展现状和趋势

一、泰国零售业的概况

泰国首都曼谷是亚洲的商业枢纽，也是该国人口最多的城市，零售市场兴旺，成为国内民众及海外旅客的购物胜地。因此，泰国获不少跨国零售商垂青，当地品牌亦百花齐放。随着消费者生活方式改变，互联网的影响力越来越大，泰国的零售市场亦与时俱进，加快转型。除了大都会曼谷，泰国的内陆地区也出现一些消费力较强的市场。有意拓展泰国业务的香港公司，包括消费品出口商及零售商。近年来，泰国零售业却出现了新的发展势头，主要表现在现代零售业的代表——大型超市发展迅速，特别是大的跨国公司扩大投资；而当地传统零售业市场则逐步缩小并不得不调整经营战略。

（一）外国零售业增加对泰国的投资

2010年泰国零售业或投资放缓，泰国零售商协会主席他纳蓬·当卡纳南指出，今年零售业的投资总体上趋向增长20%，投资额从去年的300亿泰铢增加到400亿泰铢，因为在经济发展放缓期间投资设立分公司或分店是扩大业务的良机，而建材成本下降促使经营者选择在今年扩大投资。预计明年扩大业务的投资可能比今年下降10-20%，因为更难找到合适的地点，加上还受到《楼房和土地管理条例》和《城建规划条例》的控制。根据调查发现，零售产业总值达1.77万亿泰铢，占国内生产总值的20%。鉴于零售产业流入体制内的资金流量数额巨大，零售商协会希望政府部门重新考虑有关零售产业的措施，无论是《楼房和土地管理条例》，还是《城建规划条例》、部门法规或《零售法》。^[1]

国外投资者预期泰国经济将复苏和购买力将不断恢复与提高，纷纷加大向泰国零售业的投入。他们的经营战略相似，都是千方百计降低商品价格和扩大商品经营项目。发展最快的是国外零售商人在泰国开设的折价商店与超市，如“家乐福”（Carrefour）、Big C（Casino Group）和“万客隆”（Makro），这些超市发展规

[1]开泰研究中心，“2010年泰国零售业或投资放缓”[online]，（<http://www.thailand-china.com/>），2009/10/13

模不断扩大。它们的经营网络以较低的价格出售商品,并将泰国生产的商品通过网络销往欧洲等地。一些大的零售企业还不断通过开设分店扩大自己的网络。

(二) 国内零售业的调整

面临外国零售业在泰国投资的压力、泰国零售业改变经营战略,在大型商场发展中寻找新的生存空间,努力从转变经营方向,提高经营效益方面进行改革,将其经营的重点集中于主要的、具有一定优势的经营项目上,而适当地减少非主要的经营项目。如中央集团(Central Retail Corp)卖掉了它的超市而集中精力扩大发展另外两家 Power Buy 和 Super Sport 有发展潜能的商店,并筹备在它的商店网中开设四个专卖店。摩尔集团(The Mall Group)则采取用娱乐表演进入商业中心的方式扩大和稳定其发展,并计划建立高质量的商场,出售品牌商品,以对抗国外超市和折价商店,弥补他们经营上的不足。罗宾逊(Robinson)集团花费了 25 亿泰铢改革现有的商店,并在 2002 年又开设了两个新店。正大集团果断地取消了部分零售业经营项目,集中力量经营现代和传统兼备的、有 12 年发展历史的“7-11 方便店”。如今这种方便店已成为泰国零售业的重要组成部分,遍布全国各府、县。^[1]

(三) 泰国零售业竞争将更加激烈

泰国正大集团(CP A11)副总裁比亚瓦表示,旗下 7-11 便利店计划今年在全国新开设 600 各分店。他表示,2015 年中小型零售超市的增长幅度将更高,行业内各机头都有着扩张计划。他说,每个地区都有机会,7-11 也将加紧店面扩张计划,争取在 2018 年全国店面达到 1 万个。

乃纳表示,Family Mart 也计划在去年新增 200 家店面的基础上,2015 年内再新加 300 个,并计划到 2018 年增加到 3000 个店面。

另一家便利店企业“108 店”的董事总经理也表示,108 便利店今年也将增加 100 到 150 个新店面,并计划未来 5 年内将店面扩张到 1000 个。

大型超市持续增加投资 多个大商场将上马在中小型便利超市大事扩张的同事,大型超市也准备继续加大投资。The Mall 集团副董事长昌喃此前透露,该集团将投资 20 多亿铢,继续深度拓展市场。The Mall 今年将更加重视超市会

[1] 李瑞霞,“泰国零售业的新发展”[online],
(http://yunnan.stis.cn/xnjw/dmkjjj/200410/t20041030_232546.htm), 2011

会员卡“M卡”的价值开发,如增加折扣活动频率等。他表示,如果今年政局稳定,总体经济形势恢复正常,商场及购物中心的竞争将会更加激烈,特别是在分店扩张方面。同时还将出现各类新型商场,如社区商城等。尚泰集团市场部助理总经理比亚婉表示,现在各大商城都必须在吸引顾客方面下更多功夫,尚泰将协同集团内及合作伙伴,侧重开拓新的客户群体。她说,今年零售业的发展非常值得关注,寻多新的商业形态将会出现,市场营销方面,如活动营销、数字营销战将会更加热络。

另外,2015年也将是大型商场加大扩张的一年。The Mall集团的商城版图中,The EmQuartier将于2015年3月份正式开业。另外,位于素坤逸路的3各商城也即将上马,届时新增的商场面积将达到65万平方米。另外The Emsphere也预计在明年开业。此外该集团还准备投资200亿铢,在挽纳BITE国际会展中心对面打造占地面积100莱的The Bangkok商城,该商城预计使用面积将达到100万平方米,该商城预计在2017年开业,将成为亚洲地区最大的商城。^[1]

二、泰国零售业发展的原因

一方面外国零售业为了追求利润,不断在泰国发展扩大,而泰国政府对于这些国外零售业的不断扩张控制无力;另一方面金融危机也造就了一批精明而苛刻的消费者,他们适应并要求现代零售业注入他们的生活,这就促进了泰国零售业的发展。

(一) 符合消费者的消费需求

外国零售业进入泰国带来了现代化的供给方式,创造了消费者的消费理念与购物方式,改变了传统的消费与购买习惯。消费者在现代零售企业与传统的家庭式经营方式的比较中更清楚地认识到现代零售企业为他们带来的方便与实惠,他们更愿意在便利的现代商店购买日常用品,这些商场有较好的购物环境,宽敞的停车场及便利的辅助设施,商品价格更便宜,甚至低于直接从厂家进货的价格,而且质量更有保证。以致一些小商店也不得到这些超市批发一些商品进行再出售。商业上的竞争与发展不仅使消费者改变了购物方式,也使他们学会了从竞争中获利,习惯于企业提供较低的价格与较好的服务,因为国外零售业的经营方式正是符合了消费者的消费需求。

[1]中华人民共和国驻泰国大使馆经济商务参赞处,“2015年泰国零售业竞争将更加激烈”[online],(<http://th.mofcom.gov.cn/article/jmxw/201501/20150100856537.shtml>),2015

（二）政府支持对零售业的发展

针对外国零售业的不断扩大对泰国本地中小型零售业的冲击,泰国政府加强了对零售业的调控,积极支持本国零售业的发展,如政府正在起草关于零售业分区制管理的规定和禁止低于成本价格出售商品的规定,政府还提议建立一个非盈利的组织,帮助国内的零售业降低商品价格,代表小零售商及购买者的利益,从厂方获得更低价格的商品,缩小与国外大型超市商品价格的差距等。为了保护本国零售企业的发展,泰国最近成立了一个委员会,该委员会负责管理所有国外和泰国的零售企业。政府通过建立各种规章制度管理批发商和零售企业,为零售企业的建立创造条件。目前政府部门正起草一个零售业法案。一旦新的零售法案通过,包括需要经营零售商店的投资者,特别是高级百货商店,都需要通过委员会的批准,而且委员会还有权对零售商店的开业时间、地点、规模和零售企业在本地区的数量作出规定。

三、泰国零售业发展趋势

目前泰国零售业发展的情况看,泰国零售业的发展将呈现多样化与现代化并存的趋势。综合泰国媒体1月4日消息,随着泰国城市化进程的进一步加大以及新型购物渠道的扩展,泰国零售业作为泰国商贸领域的“新星”,在2015年竞争将更加激烈,零售业渠道建设的投资也将激增,同时新型网络渠道销售也将获得更多重视,预计新的一年零售业将获得更大的成长空间。在过去十年里,泰国批发零售行业以平均7%-8%的速度保持高速增长,引起国外投资者的高度关注,其中以大型超市能吸引泰国本地居民以及国外游客特点尤为突出。^[1]

（一）多样化

西方零售业经过几次流通革命,基本上形成了以百货公司和超市这两种形式为骨干的多层次、多形式、多功能的适合不同消费群体需求的零售经营体系,但这两种主导形态并没有取代其它形态。一是以配送中心为基础的大型连锁超市,主要是通过配送中心辐射一批超市形成的区域化经营网络。二是以大型超市为核心,在城乡结合部或高速公路边、连接众多专卖店的规模化购物中心。三是以大型百货商店为主,包括餐饮、娱乐、住宿等为一体的综合性商场,这是大中城市主

[1]中华人民共和国驻泰国大使馆经济商务参赞处,“2015年泰国零售业竞争将更加激烈”[online],
(<http://th.mofcom.gov.cn/article/jmxw/201501/20150100856537.shtml>), 2015

要的一种零售业态。四是以中小型零售店、便民店、折扣店、专卖店等形成的零售经营网络。据统计,全球零售行业百强企业中大多实行两到三种业态,有的企业甚至在五种业态中同时开展业务。随着经济发展和收入水平的提高,人们对商业服务形式有了多样化的需求,这必然要求商业形态的多样化与之相适应。只有商品齐全、档次拉开、特色各异的商品供应方式,才能满足不同层次消费者的需要。

因此,在大型零售企业迅速发展的同时,各类便民店、专卖店、小型零售店同样有发展的机会。这些小型商店之所以能够生存,是因为他们适应了人们个性化、购物方便、快捷的需要,大型超市有商品齐全、环境宽松的特点,利于人们在闲暇时间进行购物,小型零售企业则通过小而舒适,购物时间短等优势赢得顾客。如美国目前在全国各地建起了不少小型零售店,沃尔玛开设了只有原来面积四分之一的小规模的超级市场,沃尔格林公司店区面积一般都是 1300 平方米,可以使顾客在几分钟内买到想要的商品,为顾客节约了时间和精力,更适合老年人和社区市场。泰国零售业也具有同样的发展趋势,即在大型超市迅速发展的同时,各类中小型零售业仍有生机,并获得发展。

(二) 现代化

转变经营方向,开发新的发展模式等为泰国国内零售业发展提供了一定的发展空间,但要与国外零售企业竞争,关键还在于企业管理与经营的现代化。目前泰国国内零售企业已认识到这一问题的重要性,许多家庭式的零售企业已逐步将家庭式管理模式转变为信息化管理。今后泰国国内零售业也将会向着加强管理与经营现代化的发展方向迈进。零售企业在经营管理上采用高技术化,在商业经营管理中大量应用现代科技,是企业的竞争优势,也是流通产业现代化的必然之路。发达国家的商业是新技术产品化应用最广阔的市场,不仅提高了商业企业的管理水平,而且适应激烈竞争的快节奏,加快了资金、商品库存周转,也是组织大生产、大流通、低成本高效益的需要。泰国零售业要生存与发展,也不会背离这一趋势,只有这样,才能在不断开辟新的发展领域的同时,增强其竞争力与发展力。^[1]

[1] 朱振明,“泰国零售业的新发展”[online],
(http://yunnan.stis.cn/xnjw/dmkjjj/200410/t20041030_232546.htm), 2011/2/18

第二节 泰国正大集团便利店的经营概况

一个便利店能否生存的第一条件就是方便性，可以说这是一个便利店充满生命力的原因所在。每日 24 小时通宵营业即为便利店的主打。随着人们生活的不断需要，便利店的服务范围也在不断扩大，现在的 7-11 便利店集日杂百货、代收水电费、邮递等业务于一体。甚至不久的将来 7-11 便利店正在不断改变自己的经营方式并告诉消费者什么是方便的真正含义。

一、泰国正大集团便利店的企业理念

以“中小型零售业现代化与活性化”“共同生存与发展”为创业理念，革新制造、流通、销售等各项环节，不断给消费者提供独具特色的高品质的商品及便利的服务。努力建造与地区发展紧密结合、深受广大消费者喜爱的便利店。

经营方针



图 1-1 泰国正大集团便利店的四大准则

二、泰国正大集团便利店的企业概况

谢国民在 7-11 便利连锁店业务经营满 25 周年庆祝会上表示，对 7-11 便利店在泰国经营满 25 年和取得的业绩感到高兴，正大决心在今后 5 年中将 7-11 便利店在全国扩张至满 1 万家，而现时已经达到 7000 多家，成为世界上 7-11 分店最多国家中列第三位，还屈居日本、美国，但与美国的 7000 多分店数量已经较为接近。^[1]

[1] 中国网，“泰国 7-11 数量 5 年内上看万家” [online]，
(<http://finance.china.com.cn/roll/20130806/1700655.shtml>), 2013

便利店的营业时间早已由 SEVEN-ELVEN 的时代（从早 7 点到晚 11 点），发展到了 24 小时营业，根据店铺地点不同，每家店铺的黄金营业时间也不同。靠近公司周边的 7-11 便利店，每日早晨及中午，为一天的黄金时段。大量的消费者到便利店买便当以及饮料。另外，靠近居民区的 7-11 店铺，夜间往往是营业的黄金时间段，很多人的夜宵几乎都在回家途中的便利店购买，这一点充分体现了便利店的特性。

在零售业态中，便利店是最接近居民的一种小型商店。由于经营面积小，注定了便利店采取的竞争战略是目标聚集战略。7-11 连锁便利店把自己定位于为居民提供方便的便民店；它的商品都是一些畅销的名牌日常用品，价格也高于一般的平价商店，但它最大的服务特色就是 24 小时营业，它的服务对象是那些早出晚归、图方便、收入较高的职业人士。7-11 便利店通过在这一细分目标市场创立自己的服务差异化，以取得与其他零售业态显著不同的竞争优势。

7-11 便利店的成功是多方面因素的共同作用，规模经营是其中重要因素之一。7-11 便利店开展特许经营的一个重要策略是集中开店。集中开店是指在某个重点区域内以密集开店的方式，迅速达到规模效益的目的。零售业是一种以规模出效益的行业，小型便利店要取得一定的规模，必须走连锁经营的道路。便利店由于所需投资相对较小、经营相对简单、市场竞争激烈，因而更适合采取特许经营方式开拓市场。

7-11 便利店主要销售的商品有食品和日常用品，受营业面积限制，商品陈列有限，不能满足消费者挑选的需要，因而在商品品种方面要输给其他零售业态。但 7-11 便利店在服务方面却略胜一筹，除了 24 小时昼夜不休地营业外，其他服务还有送货上门、冲洗相片、代收水电费、代售邮票、代售音乐会票、代售飞机票、代办旅筹。

第三节 泰国正大集团便利店服务人员管理

顾客是本，员工是根。没有好员工的便利店又怎么能向顾客提供好的服务呢？因此，真正的优秀员工服务是从优秀的人力资源开始的。只有招到素质好的员工，并进行有效的顺练与之道，才能使门店热闹，充满生机与活力。

一、员工的招聘

（一）通过媒体进行公开招聘

有好的员工才能有好的执行力与服务，门店也才有好的发展。7-11 深谙此道。因此，其一大方式就是广撒英雄贴，吸引人才上门。现在，随着互联网的深入人心，7-11 往往喜欢把详细的征人项目与工作地点等在网络上进行公布，由求着自己填写质料，再用电子邮件发至 7-11 处。这样，既可以节省不少的广告费，也可以大大提高招聘工作的效率。

（二）面向校园

7-11 乐于每年在校园中进行企业的征才活动，7-11 认为应届毕业生有冲劲，且较少接触到社会上形形色色或好或坏的思想，这有利于将其统一在 7-11 的旗帜下，进行有效的管理和激发最大的创新性。7-11 把初出校园的毕业生视为 " 社会新鲜人 " ，认为他们可以在工作中很快体会和接受企业历久传承的文化与向心力。

二、员工培训与升迁

在校园和 7-11 培训中心中，从学生或者新员工进入后，相关的培训总是充满了其特有的理念。对于学生或者新员工而言，不再是企业的外人，但也并没有完全被企业接纳，此时他们会有一种很大的心理压力。为了减少这种压力感，交流史非常重要的途径。

（一）培训内容

正大管理学院（PANYAPIWAT INSTITUTE OF MANAGEMENT）与正大职业学院是由正大 CP All Plc. 投资创办的，经泰国教育部批准的正规大学与职业。学校位于曼谷北郊。正大管理学院，自建院以来，始终坚持“实践(Practicality)、创新(Innovation)、道德(Morality)”的办学理念，力图把学生培养成知识全面、敢于创新的高素质、应用型人才。培养目标是培养具备实际管理经验的高级领导人才。从世界先进管理的视野出发，培养新型的、勇于创新的多元领导人才。

1、企业文化学习或者培训。主要是让学生或者员工认识企业的理念。通过了解发展史，了解企业宗旨、企业哲学、企业精神和企业性风。学生或者新员工应清楚地指导：企业提倡什么、反对什么；应以什么样的精神风貌投入工作；应以什么样的态度进行人际交往；怎么样看待荣辱得失；怎么样作一名优秀的员工。还有企业文化制度层次的培训。主要组织新员工认真学习企业一系列的规章制度，如考勤、奖励、财务、福利、普升制度等；以及与企业经营活动有关的业务制度和行为规范，如站姿、礼貌用语、怎么样接待顾客、怎么样接电话、服务禁

忌等，这就是企业文化物质层次的培训。在学习中他们会了解商场的内外环境、各部门和单位的地点和性质、本商场的经营规范以及各种视觉识物及其含义，形成一种与企业文化一致的心理定势。

2、业务学习或者培训。包括熟参观门店运营的全过程，培训中心会请熟练的工作人员讲解主要的工作流程和请专门人员给新员工和兼员上课，另外学校也会安排关于零售业的课程给学生上课，课程内容是讲解企业中最基本的理论知识，并根据个人的不同岗位，分类学习本部门的有关的业务知识、工作流程、工作要求及操作要领。除此之外会给他们很多表格练习填写，如库存登记、现金查帐、送货检查等，培训还会涉及关于遇上紧急情况的处理。

新员工和兼职员工上课完成以后，就在便利店实习三个月。另外学生上第一学期的课习完成就到便利店里实习，这样轮流从第一年级至第三年级。^[1]

在这里，可以得到系统的培训，商品的订货、陈列、销售、盘点、品质管理、人员管理等，学到专业的连锁经营管理知识。

(二) 升迁的途径

培训：如图 1-2 及 1-3 所示



图 1-2 泰国正大集团便利店工员工培训体系

[1] 余璟, 李明. 员工管理是根本[M], 7-11 教你开便利店, 2014/7, 175-177



图 1-3 泰国正大集团便利店工作发展

在 7-11 便利店，员工有广阔的发展空间，可以成为公司的一名管理者，也可以成为一家便利店的老板，只要不断进取，就可以成就自己的辉煌事业^[1]

[1] 7-Eleven 便利店网，“招聘信息及员工活动”，[online]，
(http://www.7-11bj.com/?recruit_px.html)，2015

第二章 泰国正大集团便利店商业汉语的应用

第一节 汉语对零售业服务的重要性

一、中国赴泰国旅游发展现状

近年来随着中国和泰国的联系越来越密切，两国间的政治、经济、文化尤其是旅游领域的交流进入到高速增长时期，中国与泰国在旅游合作上有了很大的发展，人员交流互动频繁。在该国入境旅游市场占重要地位，中国赴泰国旅游市场的发展对泰国入境旅游业的发展起着重要的意义。

由此中国赴泰国旅游市场发展态势良好，总体趋于稳定上升的趋势。商业汉语成为一个重要的商务语言，已起到越来越重要的作用，尤其是泰国与中国的旅游贸易服务关系非常密切，商业汉语在经贸领域中的作用更显重要。如果 CP ALL 重视汉语人才，而管理以及培训工作较好，会使得 7-11 便利店营业日益发展，甚至对对手优势。中国赴泰国旅游市场的总体情况如下

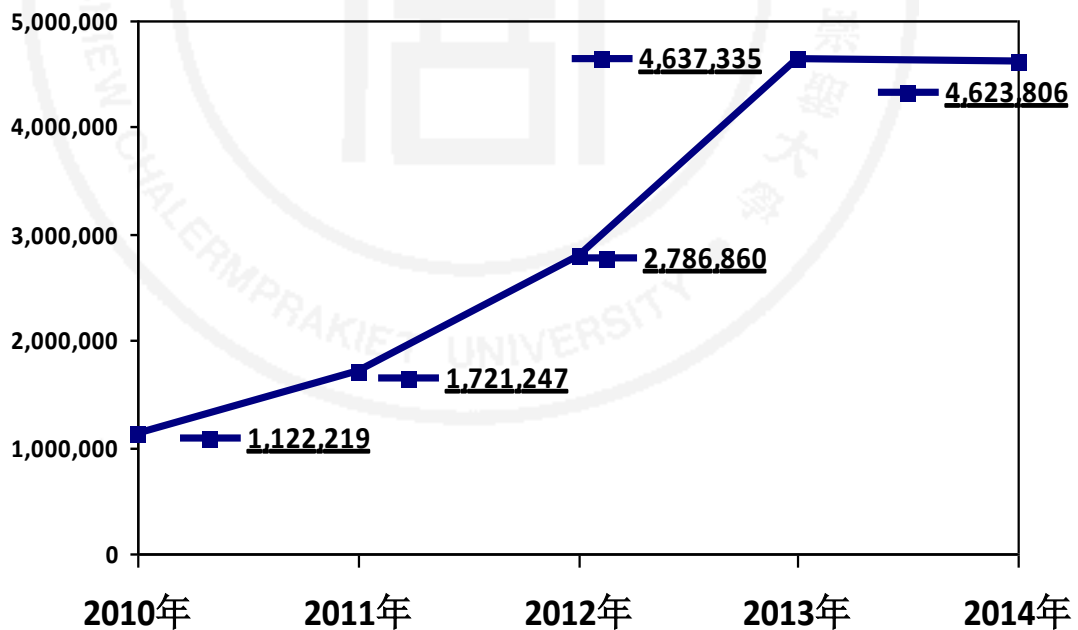


图 2-1 2010 年-2014 年中国赴泰国旅游人数变化

从上图可以看出，从 2010 年到 2014 年中国赴泰国旅游市场发展态势良好，总体趋于稳定上升的趋势。从 2010 年到 2013 年中国游客人数增长速度加快，从 2013 年到 2014 年变化不大。其中 2013 年中国游客人数增速最高，达到 463 多

万人。2010 年中国游客人数刚超过 100 多万人，2013 年则达到了 400 多万人，在五年之内增加了 4 倍多。^[1]

表 2-1 2010 年-2014 年中国赴泰国旅游人数变化的百分比

年	2010	2011	2012	2013	2014
%	-	+153 %	+161 %	+166 %	- 99 %

从以上图的数据表示，从图 2-1 2010 年至 2013 年中国赴泰国旅游人数变化的百分比增加，在 2010 年至 2011 年增长率为 153 %，在 2011 年至 2012 年增长率为 161 %，在 2012 年至 2013 年增长率为 166 %，但在 2013 年至 2014 年增长率则降低 99 %。

[1] 泰国旅游局网，“泰国旅游统计年鉴（2010-2014）” [online]，
(<http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/620>)，2014/5/13

表 2-2 2015 年和 2014 年 1-5 月外国游客的数据与费用^[1]

国籍	游客数量			游客费用 (Mil.Baht)		
	2015P	2014	%Δ	2015P	2014	%Δ
文莱	5,693	3,458	+64.63	201.92	117.03	+72.54
柬埔寨	221,361	211,315	+4.75	7,567.06	6,942.58	+8.99
印尼	187,867	216,760	-13.33	5,269.74	5,919.69	-10.98
老挝	459,225	391,716	+17.23	10,134.83	8,146.40	+24.41
马来西亚	1,397,241	906,617	+54.12	33,092.12	20,544.47	+61.08
缅甸	101,810	75,736	+34.43	3,863.00	2,747.96	+40.58
菲律宾	126,760	118,422	+7.04	5,274.42	4,781.02	+10.32
新加坡	360,464	263,645	+36.72	10,713.34	7,463.21	+43.55
越南	291,764	238,999	+22.08	9,049.19	7,167.34	+26.26
东南亚	3,152,185	2,426,668	+29.90	85,165.62	63,829.70	+33.43
中国	3,273,695	1,672,580	+95.73	156,839.54	70,895.59	+121.23
香港	265,652	136,952	+93.97	9,775.77	4,748.82	+105.86
日本	575,186	500,283	+14.97	23,563.54	18,710.86	+25.94
韩国	546,520	467,660	+16.86	22,988.42	18,222.80	+26.15
台湾	247,477	145,939	+69.58	9,266.49	5,217.82	+77.59
其他	28,814	18,190	+58.41	1,061.50	637.19	+66.59
亚洲	8,089,529	5,368,272	+50.69	308,660.88	182,262.78	+69.35

[1] 泰国旅游部网, “2015 年 5 月泰国游客情

况” [online], (<http://www.tourism.go.th/home/details/11/222/24481>), 2015/5

从表 2-1 可以看出, 2015 年和 2014 年 1-5 月使用汉语的外国游客的数据与费用排列的是中国、新加坡、台湾和香港, 同比增长, 最高数据是中国游客。中国游客比去年数量增长 95.73%, 费用增长 121.23%。

据《曼谷邮报》报道, 今年的前三个月里, 来泰旅游的外国游客人数急剧增长, 其中中国游客是在泰国旅游的头号外国群体。泰国旅游部门发言人 Chamwit Phalajivin 日前宣布, 根据旅游部门的统计, 从今年的 1 月到 3 月, 外国来泰游客的人数为 780 万, 相比于去年同时期的人数——630 万, 增长了 23%。今年来泰的中国游客人数位居榜首, 接下来是韩国、马来西亚、俄国和日本。最新公布的数据显示, 大约有 56 万的中国游客入境泰国, 同比增长了 21%。泰国旅游部门预计, 在 4 月 13 日到 15 日的泼水节期间, 泰国将迎来大约 50 万游客。该发言人还称, 今年外国游客来泰旅游人数的预期额——2800 万将保持不变。而去年统计的外来游客的人数为 2480 万, 其中, 大约有 460 万的中国游客。^[1]

二、汉语服务对零售业的重要性

随着泰国城市化进程的进一步加大以及新型购物渠道的扩展, 泰国零售业作为泰国商贸领域的“新星”, 在过去十年里, 泰国批发零售行业以平均 7%-8% 的速度保持高速增长, 引起国外投资者的高度关注, 其中以大型超市能吸引泰国本地居民以及国外游客特点尤为突出。泰国政府经济工作初见成效, 政府投资方面, 随着外国游客来泰国旅游日益增加, 尤其是中国游客。旅游产业将成为推动当前泰国经济持续增长的主要动力。目前, 中国游客来泰国旅游数量最高。中泰旅游关系密切、两国在贸易和投资领域的全面合作发展迅速, 人员交流互动频繁。商业汉语成为一个重要的商务语言, 已起到越来越重要的作用, 尤其是泰国与中国的旅游贸易服务关系非常密切, 商业汉语在经贸领域中的作用更显重要。

因此, 大型泰国零售业; 正大集团 (CP A11), 旗下 7-11 便利店计划今年在全国新开设 600 各分店。2015 年中小型零售超市的增长幅度将更高, 行业内各机头都有着扩张计划。每个地区都有机会, 7-11 也将加紧店面扩张计划, 争取在 2018 年全国店面达到 1 万个。^[2]

[1] 臧颖, 李宗泽, 中国日报网, “今年前 3 月 56 万中国游客去泰国旅游同比增长 21%” [online], (http://www.chinadaily.com.cn/hqpl/zggc/2015-04-16/content_13553776.html), 2015

[2] 驻泰国经商参处, “2015 年泰国零售业竞争将更加激烈” [online], (<http://th.mofcom.gov.cn/article/jmxw/201501/20150100856537.shtml>), 2015/1/4

第二节 汉语服务在泰国正大集团便利店的应用

语言是使泰国能更深入和正确的理解该语言属地国的文化、生活习俗和观念的工具，是进军目标市场的关键。中泰相互沟通的主要语言是中文，已经是一个种重要的语言。也是泰国正大集团便利店快速发展的一个重要因素，通过对泰国正大集团便利店汉语使用情况的分析，我们可以看到，中泰日益加强的经贸关系，泰国正大集团便利店不仅要在经贸方面进行调整，而且也要在汉语服务方面进行调整。

近年来中国游客已经成为泰国游客的第一多人口，中国游客的购物能力和消费能力已经算是十分高量，因此良好的汉语服务能为中国游客与泰国正大集团便利店带来了更多的利益。若泰国正大集团便利店提供汉语服务与中国文化时，能够使中国顾客更好的了解不同的商品特色和质量，能够使中国顾客感到有好得亲切、愉快，能够满足顾客的要求，最后能使顾客留下美好的印象。这不仅是泰国正大集团便利店的业务利益与发展，甚至也是该店的市场优势与竞争。

国际之间的人员往来日益频繁，大型综合性零售商场中文标识是否规范，对商场的管理和经营有着非常重要的作用。近年来，中国对泰国旅游持续增长，大批中国游客涌向泰国。中国游客则将成为便利店最主要的客人。但在泰国旅游的中国游客面临的问题之一是语言障碍，无论是业务接洽还是文件资料，中文的使用仍不普遍，可是目前泰国很多大型综合性零售商场中语标识都存在不规范甚至错误的现象。为此，泰国正大集团便利店（泰国 7-11）特别推出面向华人客户特别是中国游客的全方位购物服务，包括以下三个方面：（1）本店在华人集中的地区设立中文表示，如：唐人街、各地旅游地区、国内—国际机场、购物中心等；（2）配备可用中文沟通的柜台服务人员。便利店现场促销各主要交际环节的语言如下：

一、用汉语招呼顾客

当顾客来到便利店里，销售员主动用汉语，问候和招呼顾客。从交际内容和功能上看，招呼顾客可以分为两类；一是招呼语，有两种欢迎语和叫卖性质的招呼语，即顾客进店时，向顾客问候比如：欢迎光临、您好、你好这些话语已经成为一个使用非常普遍的商业招呼用语。另外，叫卖性质的招呼语，招呼顾客进店时，吸引顾客注意自己的产品。二是邀请参观选购或询问顾客需求，顾客进来后直接询问顾客的购买意向，比如：您想看什么？先生要哪一方面等。

二、用汉语商品介绍引导参观产品

商品介绍专指对商品本身的结构、功能、性能、品牌、供货信息等进行介绍。这是现场促售交际中最主要的服务之一，但促售员主动进行商品介绍较少，而更多的是在回答顾客提问中进行，被动介绍较多。在现场促售的交际行为中，促售员的交际角色之一就是信息的提供者。顾客是信息的要求者，介绍商品信息是提供信息行为对于商品个方面情况的介绍。

引导参观商品，展示商品就是邀请顾客看现场的商品，或者指示商品所在位置。现场服务言语行为可以分为邀请和指示两种情况。邀请是指让顾客参观商品，指示就是告诉顾客某商品所在位置。

三、用汉语进行商品评价和价格评价

商品评价指促售员对商品的好坏发表自己的看法，多数是作积极的评价。这是对顾客施加影响的一种重要方式。促售员对商品评价的内容和角度是多重多样的，涉及到品质、服务、性能、功能、品牌、档次等多个方面。价格是所有买卖交际行为中重点讨论的内容。促售员对商品价格高低的解释和对商品价格所作的进一步表述，包括对所推销商品高低的评价，在交际功能上都是为了推销产品。

四、用汉语提供现场辅助服务

现场促销过程中有些行为是促售员现场提供某种附属性，或与商品不相关的服务，主要有三种情况：(1)对顾客进行礼节性招待。比如请顾客进来。(2)给顾客提供某种资料和信息。包括各种各样的促售材料，包括广告产品说明书等。(3)给顾客提供其他有关商品的现场服务。包括取商品、装袋子、查询、加热等。

从本章的分析可以看出，因为现场促售各个环节的交际功能不同，具体的语言行为成分以及结构形式的分布也不同，由此反映出各种语言行为形式的具体交际功能，这有助于我们对汉语言单位的实用功能的认识。

此外，未来本店还设立中文热线服务与中文网站也提供有关金融产品与服务信息资料。精通汉语的分行客服专员和客户经理协助您办理各种金融交易，并提供有关信贷、现金管理和国际贸易金融服务的咨询。易于使用的中文表单。提供易于华人客户使用的中文表单、凭条，如开户/借记卡/信用卡/人寿保险申请表、存取款凭条、存折以及各种产品服务资料等，从而减少客户使用这些具有法律效力的重要文件所面临的障碍和麻烦。

第三节 正大集团便利店汉语服务人才的情况

一、管理部门的中文人才

正大管理学院与正大职业学院负责管理部门的人员中文教育,在世界范围内,正大管理学院为首家开设工商管理零售方向 MBA 硕士课程,正大管理学院颁发工商管理零售方向 MBA 硕士学位和硕士毕业证,为市场提供高级工商管理及零售管理的精英人才。培养目标为:(1)是培养具备实际管理经验的工商管理以及零售业管理的高级领导人才;(2)是从世界先进管理的视野出发,培养新型的、勇于创新的多元领导人才;(3)是促进泰国与中国及世界的经济交流和管理经验的互通。学生在正大管理学院研究生院与正大职业学院获得硕士学位以后,学位不仅得到泰国各界的认可,中国教育部和泰国教育部签署的中泰双方教育全面备忘录中明确列名正大管理学院在内的泰国教育部承认之大学为中国教育部认可的高等教育机构。正大管理学院与正大职业学院本身是世界五百强企业泰国正大集团自己的大学。除了在正大集团工作和实习有着得天独厚的优势外,该校培养的人才也受到东南亚各大企业的广泛欢迎。学生在泰国正大集团的就业率高达 90%以上。正大管理学院开学为本科、硕士、博士,正大职业学院学制开学为职业第一至 3 年级。本文研究的是正大职业学院的对象,以后需要分析的大多是正大职业学院的学习内容。

二、汉语服务人员的培训和管理

正大管理学院与正大职业学院负责汉语服务人员的培训,该两所学院的教育制度是双侧教育,该学院采用学期制度,一学年为 2 个学期,每个学习约 6 个月,在一个学习中分为在学校上课 3 个月,在便利店实习 3 个月。每学期约 11-12 周时间,包括期末考试在内。可以说是学生一边学习一边工作。学院把学生分为两组是组 A 和组 B,首先组 A 先在学校上课,同时组 B 就在便利店实习,时间至三个月学生轮流上课与实习,从第一学习至最后学习。大部分的学生占有 90%获得 CP A11 公司的奖学金(免费学习),另外 5%的学生是自费的。学生在便利店实习每个月都能取得 8,000-9,000 泰铢的工资,甚至,每个学生都能拿到 10,000 泰铢的事故保险。学生每个学期的课程量是根据学校规定的上课安排而定的,学生每学期的课程量为 5-6 个科目(10-12 个学分)。为保证学生有资格参加期末考试,要求学生必须达到 80%以上的出勤率。如有其他特殊情况,必须得到有关讲师或者系主任的批准。

第三章 正大集团便利店汉语服务问卷调查

第一节 问卷设计简介

此次本论文调查对象分为两组是 7-11 便利店的中國顧客與員工，為了深入了解目前中國顧客對便利店服務的滿意度情況，尤其是中文服務方面。主要調查地區是在泰國曼谷陸游地區、素萬那普機場與 Don Muang 機場、曼谷購物中心、一所有中國學生的大學。此次發放問卷有效共 100 份。調查時間是 2015 年 2 月，本調查為期一個月；調查方式為問卷式訪問調查。層次分析法使用 SPSS (Statistical Product and Service Solutions) 軟件統計分析法，該軟件是用來數據管理、統計分析、報表製作、圖形繪制為一體。用平均值 $\text{mean}(\bar{x})$ 表示總體的一般水平。標準差 Standard deviation (SD) 是具有量綱的，與變量值的計量單位相同單因素方差。本次對滿意度評估的判斷是：平均值在 1.00 - 1.49 = 滿意度很低，用 1 表示很不滿意。1.50 - 2.49 = 滿意度低，用 2 表示不太滿意。2.50 - 3.49 = 滿意度中，用 3 表示一般滿意。3.50 - 4.49 = 滿意度高，用 4 表示很滿意。4.50 - 5.00 = 滿意度非常高，用 5 表示非常滿意。

第二节 汉语服务满意度调查

一、中国顾客对 7-11 便利店服务的满意度调查

随着各行各业的竞争开始日益加剧，各领域也开始纷纷关注起顾客对于自身产品的评价，以及对自身服务的评价了。越来越多的专业调研表明，顾客的满意度跟企业的发展是息息相关的，因此很多企业都开始重视起顾客满意度调查案例的分析，希望通过各种调查的案例中能够掌握到客户的真正需求，从而为企业谋得更好的发展。

(一) 调查范围及分析方法

1、调查范围

为了深入了解目前中国顾客对便利店服务的满意度情况，尤其是中文服务方面。特进行此次调查，调查由中国顾客在素万那普机场与 Don Muang 机场、唐人街、Sayam Paragon 购物中心、博仁大学 (Dhurakij Pundit University) 承担；

调查时间是 2015 年 2 月，本调查为期一个月；调查方式为问卷式访问调查。本次调查选取的样本总数为 100 个人。各项调查工作结束后，调查报告如下。

2、调查分析方法

此次调研共发放问卷 120 份，收回 120 份，回收率为 100%；有效问卷 100 份，有效率为 83.3%。调查问卷的设计，本次员工对中文服务情况的满意度调查表共设计了 15 个题目，保证了问卷设计的科学性。

层次分析法使用 SPSS (Statistical Product and Service Solutions) 软件统计分析法，该软件是用来数据管理、统计分析、报表制作、图形绘制为一体。用平均值 mean (\bar{x}) 表示总体的一般水平。标准差 Standard deviation (SD) 是具有量纲的，与变量值的计量单位相同单因素方差。本次对满意度评估的判断是：平均值为：

- | | | |
|-------------|-----------|----------------------------|
| 1.00 - 1.49 | = 满意度很低， | 用 1 表示很不满意。 |
| 1.50 - 2.49 | = 满意度低， | 用 2 表示不太满意。 |
| 2.50 - 3.49 | = 满意度中， | 用 3 表示一般满意。 |
| 3.50 - 4.49 | = 满意度高， | 用 4 表示很满意。 |
| 4.50 - 5.00 | = 满意度 非常高 | 用 5 表示非常满意。 ^[1] |

(二) 调查对象的基本情况

1. 样品情况

从此调查问卷的第一部分，共调中国顾客 100 人样本中，性别：男性 51 人，占总数比例 51%；女性 49 人，占总数比例 49%，总计 100 人。调查对象较集中的国籍是男性，如：表 3-1 所示

[1] 百度文库网，“怎么使用 SPSS 软件” [online],
(http://zhidao.baidu.com/link?url=VEADDMhUHbjQ0uaTfkSm_1nA8FCFEPLRHa-S8BvN7D6uCaKjrjXcJ-6-0C4Wy-tvV5_ci_Shv3QIIwXBCgkfva), 2011

国籍结构：大陆 41 人，占总数比例 41%；香港 30 人，占总数比例 30%；台湾 2 人，占总数比例 2%；澳门 7 人，占总数比例 7%；马来西亚 18 人，占总数比例 18%；新加坡 2 人，占总数比例 2%；印尼无。调查对象较集中的国籍是大陆人群。

年龄结构：青壮年是主要调查对象：19 岁以下 15 人，占总数比例 15%；年龄 20-29 岁 49 人，占总数比例 49%；年龄 30-39 岁 19 人，占总数比例 19%；年龄 40-49 岁 11 人，占总数比例 11%；年龄 50-59 岁 5 人，占总数比例 5%；年龄 60 岁以上 1 人，占总数比例 1%，调查对象较集中的年龄段是青壮年人群。

文化程度结构：侧重受过基本教育的人群，中专 8 人，占总数比例 8%；大专 12 人，占总数比例 12%；本科 53 人，占总数比例 53%；硕士 23 人，占总数比例 23%；博士 4 人，占总数比例 4%；高中及一下无。本次调查采样，在各种知识层面的市民中均有涉及，但按照在阅读风尚中知识人士更具有导向作用的原则，本次调查采样时较多地侧重了受过基本教育的人群。

职业结构：各类人群尽量涉及，商人 8 人，占总数比例 8%；学生 55 人，占总数比例 55%；退休 1 人，占总数比例 1%；公务员 20 人，占总数比例 20%；职员 12 人，占总数比例 12%；主妇 2 人，占总数比例 2%；员工和其他职业无。评估如下

表 3-1 中国顾客对 7-11 便利店服务的满意度调查报告——调查对象的基本情况

选项		小计 (人)	比例 (%)
性	男	51	51
	女	49	49
国籍	大陆	41	41
	香港	30	30
	台湾	2	2
	澳门	7	7
	马来西亚	18	18
	新加坡	2	2
	印尼	0	0
年龄 (岁)	19 岁以下	15	15
	20-29 岁	49	49
	30-39 岁	19	19
	40-49 岁	11	11
	50-59 岁	5	5
	60 岁以上	1	1
文化程度	中专	8	8
	大专	12	12
	本科	53	53
	硕士	23	23
	博士	4	4
职业	商人	8	8
	学生	55	55
	退休	1	1
	公务员	20	20
	职员	12	12
	主妇	4	4

（二）顾客每周光顾 7-11 的次数

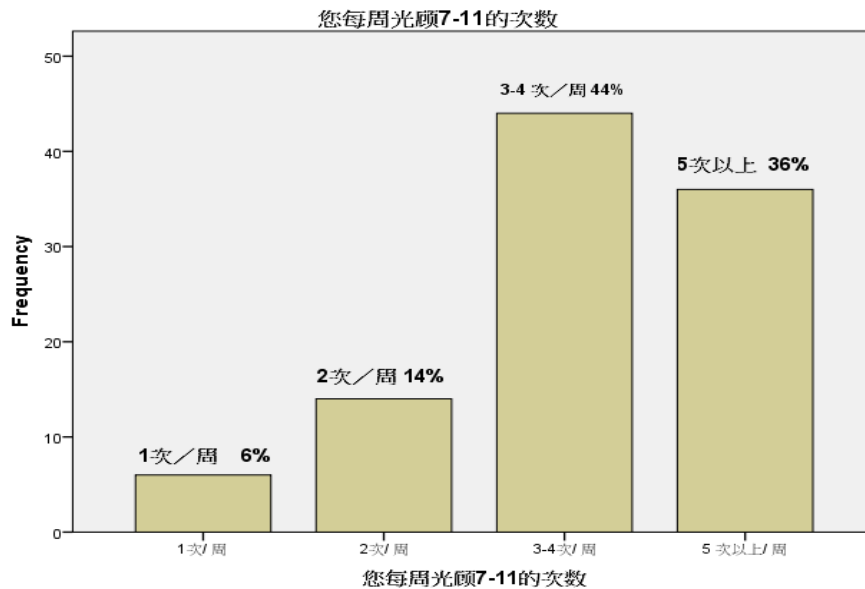


图 3-1 顾客每周光顾 7-11 便利店的次数

本次调查结果显示，顾客每周光顾 7-11 的次数，44%的顾客每周光顾 7-11 次数为 3-4 次；36%的顾客每周光顾 7-11 次数为 5 次以上，两种次数加起来共有 80%，这说明顾客每周光顾 7-11 的次数在 3 次以上较高。此外，14%的顾客每周光顾 7-11 次数为 2 次，6%的顾客每周光顾 7-11 次数为 1 次，该次率较低。由此看来，目前大部分的顾客每周常在 7-11 购物。

（三）顾客对 7-11 便利店服务的满意度

近年来各行各业都在进行顾客满意度调查，尤其是产品销售，以及服务行业来说，更是跟顾客密切相关，因此需要了解顾客的消费心理，了解购物中存在的消费缺陷，顾客会再次购买的原因等等，都需要专项的顾客满意度调查来综合分析。

顾客的要求似乎是永远没有止境的，而企业想要不断的发展，就是需要不断的满足顾客群体的各种需要，因为顾客的需求就是市场需求，因此很多企业都非常重视顾客满意度调查，可以通过顾客的信息反馈中，他们满意的地方以及不满意的地方可以分析出他们的喜好，以及自身存在的优劣势等，如：满意度调查表 3-2 所示

表3-2顾客对7-11便利店服务的满意度

项目	顾客的满意度(比例 %)					平均值(\bar{x})	标准差S. D.	意义
	很满意	轻满意	一般	不太满意	很不满意			
服务员的基本服务								
1. 您对7-11便利店人员工作能力的评估	25	28	22	18	7	3.46	1.243	一般
2. 您对人员为顾客提供的服务资讯、服务资料和态度的评估	45	38	5	9	3	4.13	1.060	高
3. 您对7-11人员有着很好的礼仪、礼貌和亲和力的评估	46	30	14	5	5	4.07	1.121	高
4. 您认为当顾客遇到问题时,7-11服务方面与提供服务保证的评估	41	38	9	11	1	4.07	1.018	高
5. 7-11便利店职员对您的需要十分关心	37	36	25	0	2	4.06	0.897	高
6. 你认为7-11便利店的服务人员的数量能满足您的需要	30	38	29	1	2	3.93	0.920	高
总数	37	35	17	7	3	3.953	1.043	高
服务员的中文服务								
7. 您认为7-11便利店人员能够用中文跟顾客沟通	2	10	29	51	8	2.47	0.858	低
8. 请您评价一下您对7-11便利店中文服务的满意程度	0	17	29	46	8	2.45	0.869	低
9. 您希望7-11便利店应该有中文人才	30	49	15	5	1	4.02	0.864	高
总数	11	25	24	34	6	2.98	0.864	低
其他服务与环境								
10. 您对7-11便利店在办理业务等候时间方面服务的评估	37	37	20	6	0	4.05	0.930	高
11. 您对7-11便利店的营业时间便利	48	40	11	0	1	4.34	0.755	高

项目	顾客的满意度(比例 %)					平均值 (\bar{x})	标准差S. D.	意义
	很满意	轻满意	一般	不太满意	很不满意			
12. 你认为7-11便利店的服务产品齐全	21	44	30	2	3	3.78	0.950	高
13. 您对7-11便利店环境舒适	49	33	15	3	0	4.28	0.830	高
14. 您是否喜欢在7-11便利店购物	35	42	16	3	4	4.01	1.00	高
15. 下次您是否还会选择7-11便利店购物。	38	46	14	2	0	4.20	0.752	高
总数	38	45	22	3	2	4.11	0.869	高

1. 顾客对服务员的基本服务

本次调查显示，从以上数据看出顾客对服务员的基本服务总体满意，大部分顾客的满意度较高，占有3.953的平均值mean (\bar{x}) ；1.043的标准差(Standard deviation: SD)。，按照标准数据来详细得看，顾客对7-11便利店人员工作能力的评估约有3.46的平均值，1.243的标准差，这表明顾客对7-11便利店人员工作能力的满意度一般，顾客对服务员为顾客提供的服务资讯、服务资料和态度的评估约有4.13的平均值，1.060的标准差；顾客对7-11人员有着很好的礼仪、礼貌和亲和力的评估约有4.07的平均值，1.121的标准差；顾客认为当他们遇到问题时，7-11服务方面与提供服务保证的评估约有4.07的平均值，1.018的标准差；顾客认为7-11便利店职员对您的需要十分关心的评估约有4.06的平均值，0.897的标准差；顾客认为7-11便利店的服务人员的数量能满足自己的需要约有3.93的平均值，0.920的标准差。根据以上的标准平均值数据3.50 - 4.49 高；4.50 - 5.00 很高，可以说顾客对服务员的基本服务较满意。从以上数据看出大部分顾客的满意度较高，可以说明服务人员的态度较好，解决顾客退换货问题比较迅速。退换货并非超市销售的失败，而是另一次交易的开始，通过退换货重新赢得顾客信任。另外，顾客对7-11便利店人员工作能力的评估约有3.46的平均值，1.243的标准差，所以顾客对员工工作能力满意度是一般，比别的商店差不多。

2. 顾客对服务员的中文服务

通过调查分析，顾客对服务员的中文服务总体不满意，大部分顾客的满意度较低，约有2.98的平均值mean (\bar{x}) ；0.864的标准差(Standard deviation: SD)。

从表上的数据来看，顾客认为7-11便利店人员不能够用中文跟顾客沟通，顾客对7-11便利店中文服务的满意度，约有2.45的平均值 (\bar{x})；0.869的标准差(SD)，这表示顾客对7-11便利店中文服务的满意度较低，根据以上的标准平均值数据1.50 - 2.49 较低；3.50 - 4.49较高，这表明，由此7-11便利店人员不能够用中文跟顾客沟通，因此顾客对7-11便利店中文服务的满意度较低。另外，顾客希望7-11便利店应该有中文人才，约有4.02的平均值 (\bar{x})；0.864的标准差(SD)。显示，顾客需要中文服务，顾客认为7-11便利店应该有中文人才，为方便选购物品与满足顾客的不同需要。

3. 顾客对其他服务与环境

从表上数据看，顾客对其他服务与环境中每道题都满意，这表明顾客对7-11便利店的其他服务与环境的满意度全高，总数约有4.11的平均值mean (\bar{x})；0.869的标准差(Standard deviation: SD)。调查资料显示，顾客对7-11便利店在办理业务等候时间方面服务的评估约有4.05的平均值 (\bar{x})；0.930的标准差(SD)；顾客对7-11便利店的营业时间便利约有4.34的平均值 (\bar{x})；0.755的标准差(SD)，顾客认为7-11便利店的服务产品齐全约有3.78的平均值 (\bar{x})；0.950的标准差(SD)；顾客对7-11便利店环境舒适约有2.28的平均值 (\bar{x})；0.830的标准差(SD)，顾客喜欢在7-11便利店购物约有4.01的平均值 (\bar{x})；1.00的标准差(SD)，下次顾客还会选择7-11便利店约有4.20的平均值 (\bar{x})；0.752的标准差(SD)，根据以上的标准平均值数据3.50 - 4.49 高；4.50 - 5.00 很高，可以说顾客对7-11便利店的其他服务与环境的满意度高。说明7-11便利店在整体的服务水平上还是比较好的，便利店的购物环境直接影响顾客的购物心情。

二、员工对中文服务情况的满意度调查

(一) 调查范围及分析方法

1、调查范围

为了解员工对中文服务情况的满意度，利于管理者发现公司管理漏洞，体现了企业对员工的人性化关怀。同时，充分调动员工积极性，激烈员工努力工作。行政人事部在2015年2月进行了一次公司员工对中文服务情况的满意度调查，特进行此次调查，主要调查对象的7-11便利店的实习生为主，该实习生是从正大职业学院曼谷总部来7-11便利店实习。本次调查选取的样本总数为100个人。

调查问卷的设计，本次员工对中文服务情况的满意度调查表共设计了10个题目，保证了问卷设计的科学性。

问卷的发放和回收，本次员工对中文服务情况的满意度调查，共发放调查问卷120张，实际回收问卷120张。问卷全部回收，可以作为研究结论的依据有100张。

2、调查分析方法

层次分析法使用SPSS (Statistical Product and Service Solutions) 软件统计分析法，该软件是用来数据管理、统计分析、报表制作、图形绘制为一体。用平均值 $\text{mean}(\bar{x})$ 表示总体的一般水平，数据等分成两半。标准差Standard deviation (SD) 是具有量纲的，与变量值的计量单位相同单因素方差。本次对满意度评估的判断是：平均值为：

1.00 - 1.49	=	满意度很低，	用1表示很不满意。
1.50 - 2.49	=	满意度低，	用2表示不太满意。
2.50 - 3.49	=	满意度中，	用3表示一般满意。
3.50 - 4.49	=	满意度高，	用4表示很满意。
4.50 - 5.00	=	满意度非常高	用5表示非常满意。

(二) 调查对象的基本情况

1、样品情况

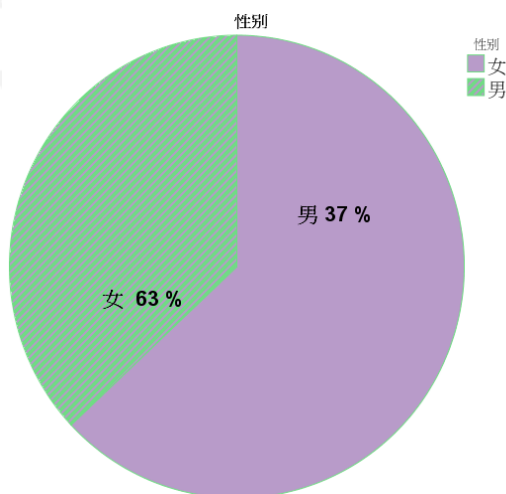


图3-2员工的性别

从此调查问卷的第一部分，共调中国顾客100人样本中，性别：男性37人，占总数比例37%；女性63人，占总数比例63%，总计100人。调查对象较集中的国籍是女性，如图3-2所示。

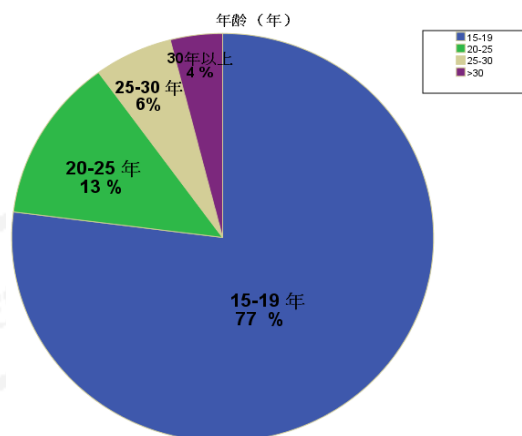


图3-3员工的年龄

年龄结构：青壮年是主要调查对象：年龄15-19岁77人，占总数比例77%；年龄20-25岁13人，占总数比例13%；年龄25-30岁6人，占总数比例6%；年龄30岁以上4人，占总数比例4%；调查对象较集中的年龄段是青壮年人群，如图3-3所示。

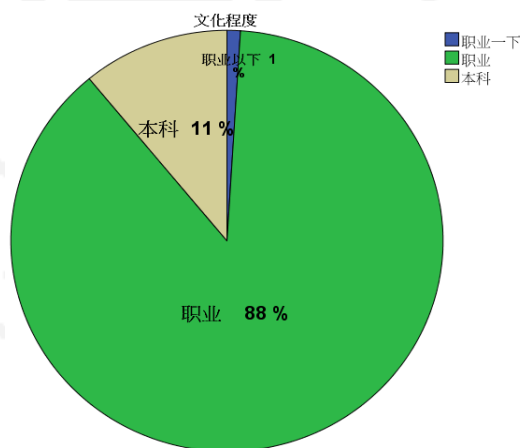


图3-4员工的文化程度

文化程度结构：侧重受过基本教育的人群，高中 / 职业一下1人，占总数比例1%；职业88人，占总数比例88%；本科11人，占总数比例11%。本次调查采样，在各种知识层面的市民中均有涉及，但按照在阅读风尚中知识人士更具有导向作用的原则，本次调查采样时较多地侧重了受过基本教育的人群，如图3-4所示。

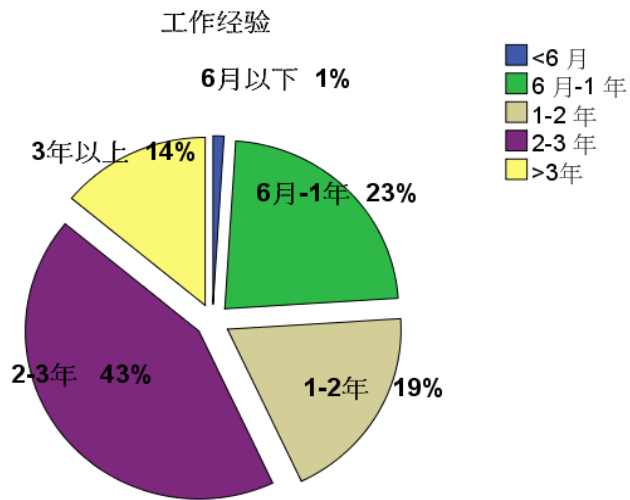


图3-5工作经验

工作经验结构：7-11便利店的实习生是主要调查对象，工作经验6月以下1人，占总数比例1%；工作经验6月—1年23人，占总数比例23%；工作经验1—2年19人，占总数比例19%；工作经验2-3年43人，占总数比例43%；工作经验3年以上14人，占总数比例14%；这表明，大部分员工的工作经验占2-3年的人群，如图3-5所示。

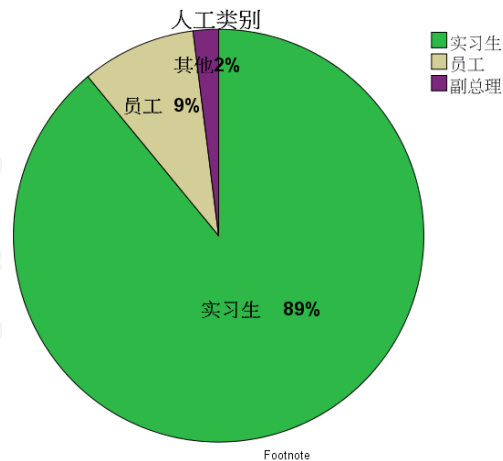


图3-6员工类别

员工类别结构：7-11便利店的员工是主要调查对象，实习生89人，占总数比例89%；员工9人，占总数比例9%；其他2人，占总数比例2%（其他包括兼职，副经理，经理在内）；可以看出，大部分的员工，7-11便利店实际使用是实习生，如图3-6所示。

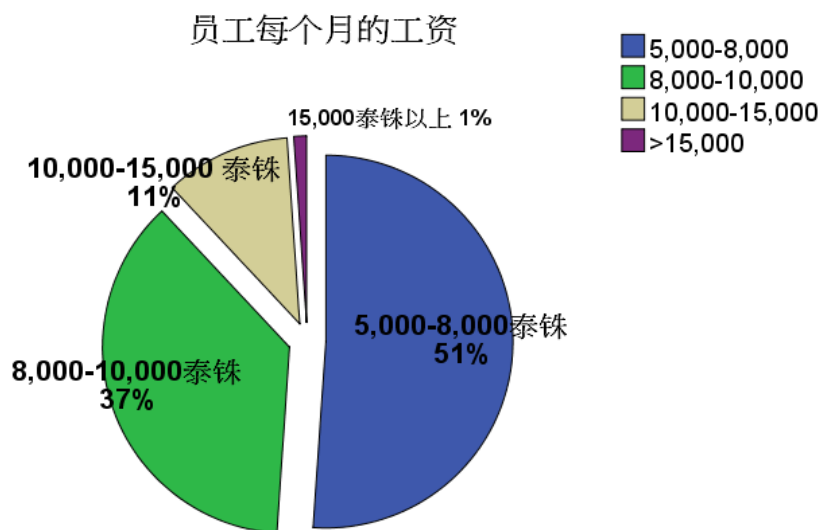


图3-7员工每个月的工资

工资结构：此次调查按照7-11便利店全国每个月工资标准。工资5,000-8,000泰铢51人，占总数比例51%；工资8,000-10,000泰铢37人，占总数比例37%；工资10,000-15,000泰铢11人，占总数比例11%；工资15,000泰铢以上1人，占总数比例1%；工资5,000泰铢一下无。本次调查表示，7-11便利店的员工每个月的工资占有5,000-8,000泰铢，下属是8,000-10,000泰铢，如图3-7所示。

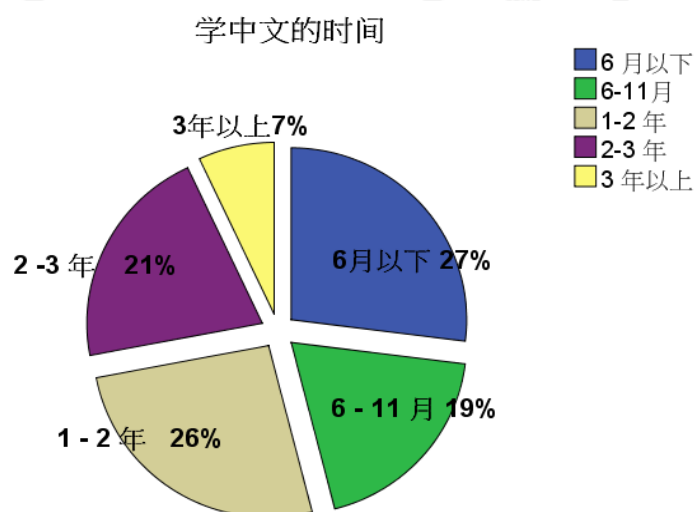


图3-8学习中文的时间

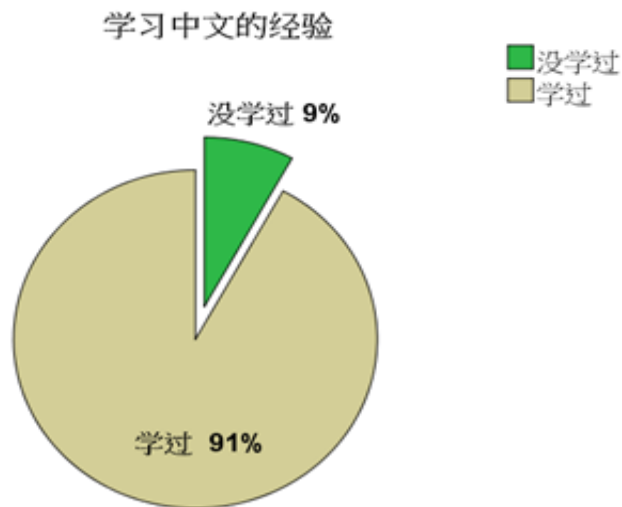


图3-9员工中文学习的经验

员工学习中文与年度的情况：本次调查主要选择曼谷在内，学习中文过的员工91人，占总数比例91%；没学习中文过的员工9人，占总数比例9%。学习年度6月一下27人，占总数比例27%；学习年度6-11月19人，占总数比例19%；学习年度1-2年26人，占总数比例26%；学习年度2-3年21人，占总数比例21%；学习年度3年以上7人，占总数比例7%。调查表明，大部分7-11便利店的员工曾经学习过中文，学习时间在6月至2年。总的来说这些员工已经有了中文基础知识，如图3-8与 3-9所示。

（三）员工对中文服务情况的满意度调查

本问卷设计10个问题如下

1、你觉得课堂中文的内容是否针对便利店实际使用？

员工觉得课堂中文的内容能针对便利店实际使用约有2.52的平均值mean (\bar{x})；0.822的标准差(Standard deviation: SD)，调查表明员工觉得课堂中文内容能在7-11便利店实际使用他们的满意度是一般的，这指示他们能把一些学习过的中文来本店使用，但有一些还不适合便利店使用。

2、你能不能把学过的中文使用在便利店？

调查 表示，员工觉得能把学过的中文使用在便利店约有2.43的平均值mean (\bar{x})；0.590的标准差(Standard deviation: SD)，按照标准数据来看，员工们能把学过的中文在7-11便利店使用比较少，所以他们对这道题的满意度低。

3、你觉得课堂中文学习与教师的教法能够在店里实际使用吗？

调查表示，员工觉得课堂中文学习与教师的教法能够在店里实际使用约有2.6的平均值mean (\bar{x})；0.849的标准差(Standard deviation: SD)，按照标准数据来看，员工对课堂中文学习与教师的教法能够在店里实际使用是一般的。这表示，实习生们能把一些中文在店里使用，另外教师的教法他们还可以接受，但是不是那么好，如果教师改变更好的教法，就对学习更有效。

4、你觉得学习中文难吗？

调查表示，员工对学习中文的难度约有3.74的平均值mean (\bar{x})；1.151的标准差(Standard deviation: SD)，按照标准数据来看，员工对学习中文难度的满意度较高，这表示员工觉得学习中文比较难。

5、如果售货员懂中国文化，如：打招呼，抱歉，谢谢 会对中国顾客有好的印象吗？

调查表明，员工觉得如果他们懂得中国文化，会使中国顾客有好的印象约有3.96的平均值mean (\bar{x})；0.898的标准差(Standard deviation: SD)。按照标准数据来看，员工对懂中国文化的人会使中国顾客有好的印象的满意度高，这表明员工重视中国文化。如果想让中国顾客第二次还会选本店购物，他们应该学会一些中国文化。

6、你能不能用中文跟顾客沟通？

调查资料表示，员工觉得自己能用中文跟顾客沟通约有2.61的平均值mean (\bar{x})；0.815的标准差(Standard deviation: SD)。按照标准数据来看，员工对自己能用中文的满意度是一般的，可以看出，员工有了中文基础一般能用简单的中文跟顾客沟通。

7、你本店有没有人会用中文？

本调查资料表明，本店有会说中文的人约有2.36的平均值mean (\bar{x})；0.894的标准差(Standard deviation: SD)。按照标准数据来看，服务员对本店有会说中文的人满意度较低，表示本店有会说中文的人少。

8、你觉得如果售货员会说中文，可以增加销售率吗？

员工认为会说中文的售货员，可以增加销售率约有4.13的平均值mean (\bar{x})；1.022的标准差(Standard deviation: SD)，按照标准数据来看，员工对会说中

文的人能增加销售率的满意度是高，表示员工觉得中文很重要，如果想销售好应该学会说中文。

9、你本店有没有中国顾客？

调查表示，员工的本店有中国顾客约有3.26的平均值mean (\bar{x})；1.481的标准差(Standard deviation: SD)。按照标准数据来看，中国顾客来本店的数据是一般，这表明在一般情况下来本店的中国顾客数量还可以。

10、你觉得中文对便利店服务重要吗？

员工觉得中文对便利店服务重要约有4.11的平均值mean (\bar{x})；0.909的标准差(Standard deviation: SD)。按照标准数据来看，可以看出员工对中文服务的重要性满意度高，总的来说员工认为中文对便利店服务重要。

表3-3员工对中文服务情况的满意度调查

项目	服务员的满意度 比例 %					平均值(\bar{x})	标准差S.D	意义
	很高	高	一般	低	没有			
1. 你觉得课堂中文的内容是否针对便利店实际使用？	1	12	31	50	6	2.52	0.822	一般
2. 你能不能把学过的中文使用在便利店？	0	2	42	5	3	2.43	0.590	低
3. 你觉得课堂中文学习与教师的教法能够在店里实际使用吗？	2	13	36	44	5	2.63	0.849	一般
4. 你觉得学习中文难吗？	29	35	25	3	8	3.74	1.151	高
5. 如果售货员懂中国文化，如：打招呼，抱歉，谢谢 会对中国顾客有好的印象吗？	28	47	21	1	3	3.96	0.898	高
6. 你能不能用中文跟顾客沟通？	0	13	43	36	8	2.61	0.815	一般
7. 你本店有没有人会用中文？	1	9	31	43	16	2.36	0.894	低
8. 你觉得如果售货员会说中文可以增加销售率吗？	49	22	25	1	3	4.13	1.022	高

项目	服务员的满意度 比例 %					平均值(\bar{x})	标准 准S. D	意义
	很高	高	一般	低	没有			
9. 你本店有没有中国顾客?	26	28	11	16	19	3.26	1.481	一般
10. 你觉得中文对便利店服务重要吗?	41	34	21	3	1	4.11	0.909	高

第三节 问卷调查结果分析

一、调查人群分析

本次调查的目的为商务汉语服务活动在泰国零售业中遇到的问题挑战和对策以泰国正大集团便利店为例。调查对象分为两组以下

(一) 中国顾客来 7-11 便利店购物

为了深入了解目前中国顾客对 7-11 便利店服务的满意度情况，尤其是中文服务方面。特进行此次调查，调查由中国顾客在素万那普机场、唐人街、Siam Paragon 购物中心、博仁大学 (Dhurakij Pundit University) 承担；调查时间是 2015 年 2 月，本调查为期一个月；调查方式为问卷式访问调查。本次调查选取的样本总数为 100 个人男性为 51%，女性为 49%。各项调查工作结束后，此次调研共发放问卷 120 份，收回 120 份，回收率为 100%；有效问卷 100 份，有效率为 83.3%。调查问卷的设计，本次员工对中文服务情况的满意度调查表共设计了 15 个题目。层次分析法使用 SPSS (Statistical Product and Service Solutions) 软件统计分析法，该软件是用来数据管理、统计分析、报表制作、图形绘制为一体。

(二) 7-11 便利店的员工

为了解员工对中文服务情况的满意度，利于管理者发现公司管理漏洞，体现了企业对员工的人性化关怀。同时，充分调动员工积极性，激烈员工努力工作。行政人事部在 2015 年 2 月进行了一次公司员工对中文服务情况的满意度调查，特进行此次调查，主要调查对象的 7-11 便利店的实习生为主，该实习生是从正大职业学院曼谷总部来 7-11 便利店实习。本次调查选取的样本总数为 100 个人男性为 37%，女性为 63%。调查问卷的设计，本次员工对中文服务情况的满意

度调查表共设计了 10 个题目，保证了问卷设计的科学性。问卷的发放和回收，本次员工对中文服务情况的满意度调查，共发放调查问卷 110 张，实际回收问卷 110 张。问卷全部回收，可以作为研究结论的依据有 100 张。各项调查工作结束后。层次分析法使用 SPSS (Statistical Product and Service Solutions) 软件统计分析法，该软件是用来数据管理、统计分析、报表制作、图形绘制为一体，调查报告如下。

二、顾客满意度调查结果

(一) 顾客对服务员的基本服务的满意度

本次调查显示，从以上数据可以看出顾客对服务员的基本服务总体较满意，大部分顾客的满意度较高，无论顾客对员工为您服务对人员为顾客提供的服务资讯、服务资料和态度；员工有着很好的礼仪，礼貌和亲和力的评估；当顾客遇到问题时，7-11 服务方面与提供服务保证；7-11 便利店员工对顾客的需要十分关心；7-11 便利店的服務人員的數量能滿足您的需要。這些服務態度都使顧客的滿意度較高，另外，顧客對 7-11 便利店人員工作能力的滿意度是一般。

(二) 顾客对服务员的中文服务的满意度

通过调查分析，顾客对服务员的中文服务总体不满意，大部分顾客的满意度较低，由此 7-11 便利店人员不能够用中文跟顾客沟通和本店有会说中文的人少，因此顾客对 7-11 便利店中文服务的满意度较低。另外，顾客需要中文服务，顾客认为 7-11 便利店应该有中文人才，为方便选购物品与满足顾客的不同需要。

(三) 其他服务与环境

调查资料表明，顾客对明顾客对 7-11 便利店的其他服务与环境的满意度高顾客对其他服务与环境比较满意。顾客对这些 7-11 便利店在办理业务等候时间方面服务、营业时间便利、服务产品齐全、环境舒适都满意，说明 7-11 便利店在整体的服务水平上还是比较好的，便利店的购物环境直接影响顾客的购物心情。所以大部分顾客顾客喜欢在 7-11 便利店购物与下次顾客还会选择 7-11 便利店再购物。

三、员工对中文服务情况的满意度调查结果

本次调查资料可以初步得出结论，不同 7-11 便利店实际使用他们的满意度

是一般的，这指示他们能把一些学习过的中文在本店使用，但有一些还不适合便利店使用。可见他们能把学过的中文在 7-11 便利店使用比较少，所以他们对这道题的满意度低。除此之外，员工对课堂中文学习与教师的教法能够在店里实际使用是一般的。这表示，员工们对课堂中文学习不太感兴趣，教师的教法他们还可以接受，但是不是那么好，如果教师改变更好的教法，就使他们对中文学习兴趣和对学习更有效。员工觉得学习中文比较难，所以这也是一种原因使他们学习中文不太好，而且对学习中文不感兴趣。员工认为懂中国文化的人会使中国顾客有好的印象，这表明员工重视中国文化。如果想让中国顾客第二次还会选本店购物与有好的印象，他们应该学会一些中国文化。

员工对自己能用中文跟顾客沟通的满意度是一般的，可以看出，员工有了中文基础一般能用简单的中文跟顾客沟通。员工对本店有会说中文的人满意度较低，表示本店有会说中文的人少。员工对会说中文的人能增加销售率的满意度是高，表示员工觉得中文很重要，如果想销售好应该学会说中文。中国顾客来本店的数据是一般，这表明在一般情况下来本店的中国顾客数量还可以。可以看出员工对中文服务的重要性满意度高，总的来说员工认为中文对便利店服务很重要。

总之，从以上的顾客满意度调查结果与员工对中文服务情况的满意度调查结果来看，可以得出结论，顾客对服务员的基本服务以及其他服务与环境总体较满意，大部分顾客的满意度较高，顾客觉得 7-11 便利店因该有中文人才。无论是员工的工作能力；人员提供的服务资讯、服务资料 and 态度；员工有着很好的礼仪、礼貌和亲和力；提供服务保证；关心顾客；服务员的数量以及开业时间；办理业务等候时间；产品齐全；环境舒适他们都满意。但是，顾客则对服务员的中文服务不满意，因为服务员不能够用中文跟顾客沟通，甚至本店有会说中文的人少。原因是课堂内容不针对店里得使用，课堂中文学习与教师的教法对学生们不感兴趣，而且学生们自己也觉得学习中文难，导致学生们学习没有好效果。调查还表示，目前 7-11 便利店的的中国顾客日益增加，要是服务员能用中文跟顾客沟通，甚至还会了解中国文化，这些会对中国顾客有好的印象或者能增加销售数量。服务员也承认中文的重要性。

第四章 正大集团便利店汉语服务存在的问题与对策

第一节 正大集团便利店汉语服务存在的问题

一、教材水平低

目前，汉语交际教材已有几十多种，但针对便利店中文服务使用还不多，基本上还不能够满足汉语交际教学的需要。但只是对一些经典教材进行低水平的重复，缺乏对教材思想和体例的改进；有些学校所编教材随意性还比较大，缺乏科学性，而又没有统一规范来加以检查；缺乏综合性和弹性，不能满足短期教学和自学的需要；职业中文教材也十分缺乏；教材的质量和品种都不能很好地满足教学和便利店的需要，教学法的大胆探索不够，教材缺乏多样化，利用现代化教学技术手段不够。

此外，对于文化市场而言，诸如短期培训、自学教材编写、光盘制作、软件开发等将大有所为。有些学校的领导重视汉语教学至今还是出于经济的考虑，对于汉语教学文化方面的重要意义缺乏足够的认识。

二、教学方法单一，学生积极性不高，汉语教学课堂乏味

课堂教学大多以教师讲授为主，学生课堂练习机会较少。另外在实际教学中，一些教师出于课堂秩序和教学效果的考虑，往往侧重汉字书写练习，偏废了听说能力的训练，使得泰国学生普遍存在听说能力弱的问题。从而导致部分学生逐渐对汉语学习感到没兴趣。

首先，课堂缺乏兴趣性。目前，在汉语教学中，课堂缺乏兴趣性，教师的教学技巧面临挑战。低层次的话题和幽默不能引起学生的共鸣，高层次的话题和幽默有违汉语教学的实践。课堂上缺乏笑料，缺乏师生间的互动，使对外汉语，教学变得枯燥无味；其次，学生缺乏能动性。汉语教学中学生动力不足，缺乏对目的语学习的天然动力和追求，在汉语教学中，只是合教师温习旧知识，对固有知识点的简单重复，缺乏探索性和能动性。

三、教师水平不高 与教师队伍不稳定 流动性高

正大职业学院汉语教师的数量与质量在对外语教育事业发展中有着重要的制

约作用，相对于便利店需要汉语人才人数的急剧增加。师资缺口仍然大，汉语教师缺乏教学技术，汉语教学经验缺少，使得对汉语教学水平参差不齐。社会上汉语培训机构更是良莠不齐，许多培训机构完全把经济利益放在第一位，对教师的把关不是很严格，使得汉语教学呈现一定程度上的混乱。

此外，正大职业学院汉语教师队伍不稳定，流动性大。许多教师倾向于选择任教没几个月就离开本校，而本土教师也往往由于工作量大、待遇低而转谋他职，因而汉语教师队伍很不稳定。

四、服务员的本身问题

服务员的汉语水平低和不敢跟中国顾客沟通是主要的问题，从调查结果与教师的角度来看，服务员自己觉得学习中文比较难，中文课堂活动与教师的教法对他们感不到兴趣，导致学习成绩差和说中文不流利以及对中文服务不重视，因此服务员不能用中文跟中国顾客沟通，而且服务员的本身也觉得中国文化的知识不强。这些会影响顾客的印象，而不能满足顾客的要求。

第二节 汉语服务的改进措施和建议

一、提高汉语交际教材水平

提高汉语交际教材的水平，首先，要加强汉语交际教学与教材发展史的研究，对现有的教材进行评估，使其优势和劣势；其次，针对构成教材的各种要素进行严密的科学试验，教材编写要贯彻“科学性、实用性、趣味性”相结合的原则包括中国文化，突出重点，补缺配套如：便利店用语、销售对话等，正大集团职业学院应该改进教学的方法，关于中文课堂内容不针对便利店的使用，学院应该修改中文学习与教学的内容，使它可以针对便利店的要求如：接待顾客、推销产品、介绍产品、问路、产品特价与优惠等，尤其应该使学生们认知到中国文化的一些关于经营业务；再次，根据大纲下可以编写各种有针对性的教材，照顾到不同的群体，为学生和教师提供更大的选择空间；最后，除了编写出适合学生学习汉语使用的教材外，还要有相应的教辅材料，如工具书、音像制品、便利店汉语服务的手册等。

二、营造良好的课堂气氛

汉语交际教学注重学生的活动，教师尽可能营造出轻松愉快的气氛，激发学生的学习兴趣，减少学生对学习第二语言的紧张和恐惧心理。课堂气氛的营造需要运用课堂教学技巧，以及教师的教法与课堂活动应该使用多元化的方法，使得学生们感到兴趣和喜爱，与学生聊一些轻松的话题，穿插一些风趣幽默的话语，以缓解学生的紧张和恐惧心理；学生应该充分利用课堂上的有利条件跟教师多交流，及时纠正偏差和错误，反复练习，并全身心地投入到课堂教学中，使师生得到有效沟通。

三、加强教师队伍建设

要搞好汉语教学，必须先抓好教师，建立一支素质高的汉语教师队伍。在知识结构方面，要求教师具有教学理论和教学方法、技巧与技术、语言学和文化等方面的扎实知识。在能力结构方面。同时还特别强调教师要能说比较标准的普通话。可以通过加强对汉语教师的培养和培训，使汉语教师队伍逐渐壮大，从而满足公司对汉语教师的需求；增加更多的量化研究，同时又切实可行的培训方案；努力提高汉语教师的学历层次，保证他们在教学实践的基础上还能从事高水平的学科理论研究。

四、提高汉语服务人员的中文水平与激励

如今泰国零售业快速发展、为迎接中国顾客来泰国旅游大量增加，对泰国正大集团而言提高汉语人才的水平是十分重要，而且也是一种市场竞争的优势。调查结果显示，根据上文的问题，服务员的汉语水平低不能用中文跟中国顾客沟通，而且服务员的本身也对中国文化的知识不强，而有些中国顾客也不会说英语，这些会存在语言的障碍。以上的问题都表示，如果泰国需要发展零售业，必须加强汉语服务的质量，培训有关人员的汉语听说读写能力以及中国文化的知识，招聘合格的汉语人才，安排中文人才去有中国顾客的本店的工作，服务员需要掌握店中商品的中文名称、介绍有特色或者促销的产品，特别是基本的销售会话包括中国的一些文化，使得满足顾客的要求与业务的目的。此外，为了增加汉语人才的数量和水平，应该鼓励员工学习好汉语或者有好的汉语能力的人能获得公司的奖励。

结语

随着中国和泰国的联系越来越密切，中国与泰国仍在旅游合作上有了很大的发展迅速，中国成为泰国重要的入境旅游客源地。因此商业汉语成为一个重要的商务语言，已到越来越重要的作用。同时泰国零售业也迅速发展，导致零售业面对竞争激烈，泰国零售业之间不得不调整经营战略。泰国正大集团便利店扩张遍布了泰国的所有地区，几乎每条街都有 7-11 便利店，尤其在旅游地区。根据资料调查结果与前句的情况，泰国正大集团便利店的经营战略，应该重视汉语服务，而改进管理及培训汉语人才的方法，从而加强泰国正大集团便利店在泰国零售业市场上的竞争力。

本文针对泰国零售业与泰国正大集团便利店在泰国零售业市场上发展现状与优势，以及在市场上遇到的机遇和挑战，分析说明商务汉语在经济领域中的重要作用和培养汉语人才，汉语服务中存在的问题和对策。运用收集资料的方法来分析研究泰国零售业与正大集团便利店发展现状与优势及市场面对机遇和挑战。另外还运用调查分析法来分析研究泰国正大集团便利店汉语服务遇到问题，提出汉语服务改进措施和建议。

本论文研究的课题是分析正大集团便利店汉语服务应用。论文使用文献资料分析和实地调查方式，用定性和定量分析正大集团便利店发展情况。本研究通过实地调查和问卷调查，掌握了正大集团便利店在接待中国顾客方面提供汉语服务的情况与汉语人才情况。本论文通过对问卷调查显出，正大集团便利店顾客满意度与员工对中文服务情况的满意度。调查结果显出顾客方面对服务员的基本服务与环境总体较满意，无论是员工的工作能力；人员提供的服务资讯、服务资料 and 态度；员工有着很好的礼仪、礼貌和亲和力；提供服务保证；关心顾客；服务员的数量以及开业时间；办理业务等候时间；产品齐全，顾客觉得便利店应有中文服务，但顾客则对服务员的中文服务不满意，因为服务员不能够用中文跟顾客沟通，甚至本店有会说中文的人少。员工方面对自己能用中文跟顾客沟通的满意度是一般以及员工认为中文对便利店服务很重要。本论文通过调查与文献分析可以发现正大集团便利店汉语服务遇到一些问题，从而可以提出一些汉语服务的改进措施和建议，一是提高汉语交际教材水平，二是营造良好的课堂气氛，三是加强教师队伍建设，四是提高汉语服务人员的中文水平。目前 7-11 便利店的中國顾客日益增加，要是服务员能用中文跟顾客沟通，甚至还会了解中国文化，这些会对中国顾客有好的印象或者能增加销售数量。服务员也承认中文的重要性。

目前，正大集团便利店的分店能提供良好汉语服务还不多，这表示正大集团便利店汉语人才的水平还不高或者汉语人才的人数较少。针对这个问题的解决行业内部应该充分重视汉语人才的培养。正大集团便利店出现汉语人才缺乏的问题，在具体改进措施上，正大集团便利店首先要提供汉语服务与掌握商机关系有一个正确的认识。在招聘、培训汉语人才要有具体的计划和有效的培训体制，把培训汉语人才作为战略措施对待。正大集团有关部门需要加强对汉语人才的培训和管理，改进汉语服务中存在的问题，才能加强泰国零售业服务贸易的竞争力，使泰国零售业服务发展形势良好，对更多的中国游客有好的印象。

本论文研究还存在着不足，由于笔者理论知识，分析能力和写作水平不高，对泰国正大集团便利店情还不够了解。在资料收集与调查分析上也做得不良，所以只能提出一些建设性的意见提供企业作为参考。另外由于此次的研究人数较少和研究对象填写问卷还不完整，笔者的展望是将来能够扩大研究范围，调查在曼谷城市和全国旅游地点中的更多人力资源，使该研究内容更加丰富。笔者也希望自己所做的研究能够对人力资源部门在业务上有所帮助，加强与发展到另一个层次。

参考文献

一、中文文献

- [1] 中华人民共和国驻泰国大使馆经济商务参赞处, “2015 年泰国零售业竞争将更加激烈” [online], (<http://th.mofcom.gov.cn/article/jmxw/201501/20150100856537.shtml>), 2015.
- [2] 中华人民共和国驻泰国大使馆经济商务参赞处, “2015 年泰国零售业竞争将更加激烈” [online], (<http://th.mofcom.gov.cn/article/jmxw/201501/20150100856537.shtml>), 2015.
- [3] 中国网, “泰国 7-11 数量 5 年内上看万家” [online], (<http://finance.china.com.cn/roll/20130806/1700655.shtml>), 2013.
- [4] 公务员之家网, “零售业市场营销管理研究论文” [online], (<http://www.gwyoo.com/lunwen/guanlilunwen/shchyxgllw/201009/395142.html>), 2007.
- [5] 王博, “正大集团的农业航母发展之道 坚持主业主动寻求价值链” [online] (<http://www.chaoren.com/news/chaoqi/dao/2014-12-03/98907.html>), 2014/12/3.
- [6] 开泰研究中心, “2010 年泰国零售业或投资放缓” [online], (<http://www.thailand-china.com/%E9%A6%96%E9%A1%B5>), 2009/10/13.
- [7] 正大集团便利店网, “招聘信息及员工活动”, [online], (http://www.7-11bj.com/?recruit_px.html), 2015.
- [8] 百度文库网, “怎么使用 SPSS 软件” [online], (http://zhidao.baidu.com/link?url=VEADDMhUHbjQ0uaTfkSm_1nA8FCFEPLRHa-S8BvN7D6uCaKjrjXcJ-6-0C4Wy-tvV5_ci_Shv3QIIwXBCgkfva), 2011.
- [9] 朱振明, “泰国零售业的新发展” [online], (http://yunnan.stis.cn/xnjw/dmkjjj/200410/t20041030_232546.htm), 2011/2/18.
- [10] 巫郁榭, “探讨 7-11 成功之因素” [online], (<http://www.shs.edu.tw/works/essay/2007/10/2007102319575958.pdf>), 2007/9.
- [11] 李嘉诚, “泰国正大如何经营 7-11 加盟店” [online], (<http://u.cyzone.cn/blog/531623>), 2013/1/25.
- [12] 李瑞霞, “泰国零售业的新发展” [online], (http://yunnan.stis.cn/xnjw/dmkjjj/200410/t20041030_232546.htm), 2011.

- [13]李瑞霞,“泰国零售业的新发展”[online],
(http://yunnan.stis.cn/xnjw/dmkjjj/200410/t20041030_232546.htm),
2011/2/18.
- [14]陈玮,“泰国最大零售商并购”[online],
(<http://www.linkshop.com.cn/web/archives/2013/250497.shtml>),
2013/5/1.
- [15]张黎,“研究对象及相关概念”[M]商业汉语口语研究—现场促销语言调查与分析,2007/5: 1-4.
- [16]余璟,李明. 员工管理是根本[M],7-11 教你开便利店,2014/7, 175-177.
- [17]驻泰国经商参处,“2015年泰国零售业竞争将更加激烈”[online]
(<http://th.mofcom.gov.cn/article/jmxw/>),2015/1/4.
- [18]维基网,“7-Eleven 全球分佈及店數”[online],
(<https://zh.wikipedia.org/wiki/7-Eleven>),2014/3.
- [19]泰国旅游局网,“泰国旅游统计年鉴(2010-2014)”[online],
(<http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/620>),2014/5/13.
- [20]泰国旅游部网,“2015年5月泰国游客情况”[online]
(<http://www.tourism.go.th/home/details/11/222/24481>),2015/5.
- [21]函子,“2013年泰国小型现代零售业将快速发展,但面临激烈竞争的
挑战”[online],
<http://www.aseancon.com/?action-viewnews-itemid-111903>,2013/1/16
- [22]崔妙莹,“基于商务汉语改革的商务汉语需求调查分析”[online],
(<http://211.151.247.228/cdmd/10269-1011131293.html>),2011.
- [23]臧颖,李宗泽,中国日报网,“今年前3月56万中国游客去泰国旅游同比增长21%”[online],
(http://www.chinadaily.com.cn/hqpl/zggc/2015-04-16/content_13553776.html),2015.
- [24]赵淑焕,国务院第二次全国经济普查领导小组办公室中国商业联合会[M],
中国零售业发展研究报告,2011/12.
- [24]碓井诚,员工满意孕育的顾客满意[M],制造型零售业7-ELEVEN的服务
升级,2013,253-256.
- [25]赵亚平,跨国零售在华竞争优势[M],跨国零售在华滥用市场优势地位及
其规制问题研究,2009/4,44-50.
- [26]茹莉等著,服务营销留住客户的利器,[M],中国零售业发展战略研究
2007/9,133-140.
- [27]边见敏江著.姜珊译,华堂和7-11便利店之间的相互学习[M],华堂经营力
—日本零售业巨头如何应对变革,颠覆全球201329,187-192.

二、泰文文献

- [1] กรมการท่องเที่ยว, “สถิตินักท่องเที่ยว2014”[online],
<http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/23044>, 27 พ.ค.2558
- [2] เซเว่นอีเลฟเว่น, “ประวัติและสาขาร้านเซเว่นอีเลฟเว่น”
[online], <https://th.wikipedia.org/wiki>, 2558
- [3] บริษัทซีพี ออลล์, “การศึกษาและอบรม”
[online], <http://job.cpall.co.th/v2/Default.aspx> 2558
- [4] ณรงค์ โพธิ์พุกพานันท์”ขั้นตอนการทำวิจัย, [M]ระเบียบวิธีวิจัย,2556/2,241-261
- [5] ร้านสะดวกซื้อ7Eleven, “งานบริการ”
[online], <http://www.7eleven.co.th/contact.php>, 2558
- [6] วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์, “หลักสูตรการเรียนการสอนการอบรม”
[online], <http://www.panyapiwat.ac.th/>, 2558
- [7] ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยจีน, “ชาวฉงชิ่งฮิตไป “ไทย” มากสุดช่วงหยุดตรุษจีน”
[online], http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/china-economic-business/result.php?SECTION_ID=464&ID=15330, 2558/4/2
- [8] ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, “ค้าปลีก 57”
[online], <https://www.kasikornresearch.com/th/K-EconAnalysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=32479>
- [9] สถาบันจัดการปัญญาภิวัฒน์, “หลักสูตรการเรียนการสอน”
[online], <http://www.pim.ac.th/th/pages/bachelor-degree>, 2558
- [10] สมาคมพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกไทย, “ทิศทางการค้าปลีกไทยปี 2556 กุมหัวใจ
ลูกค้า ยึดครองตลาด”
[online], <http://www.retailthai.org/index>, 2556

附录一

问卷调查一

7-11 便利店汉语服务满意度问卷调查表

尊敬的女士/先生：您好！

本问卷调查用于《汉语服务应用泰国正大集团便利店汉语服务研究》的硕士论文课题，目的是为了分析研究泰国正大集团便利店（7-11 便利店）汉语服务的情况，以提高汉语服务水平，为完善泰国正大集团便利店的中文服务和设施，提供研究报告和数据。希望您提出自己的建议和意见，衷心感谢您对泰国正大集团便利店汉语服务的协助和支持。

第一部分：客户基本情况调查

1. 您的性别：男 女
 2. 您的国籍：中国地区：大陆 香港 台湾 澳门
马来西亚 新加坡 印尼 其它国家_____
 3. 您的年龄：19 岁 20-29 岁 30-39 岁
40-49 岁 50-59 岁 60 岁以上
 4. 您的文化程度：初中高中 中专 大专 本科 硕士 博士
 5. 您的职业：商人 学生 退休人员 公务员 职员
工人 主妇 其他，请注明：_____
 6. 您一般去的次数是 7-11 便利店：1 次/周 2 次/周
3-4 次/周 5 次以上/周
 7. 汉语服务方面，除了中文人才服务，您还希望_____
-

第二部分：对 7-11 便利店提供的汉语服务满意度问卷调查

(选单选题)

程序	题目	很满意	轻满意	一般	不太满意	很不满意
1	您对 7-11 便利店人员中文能力的评估					
2	您对人员为顾客提供的服务资讯、服务资料和态度的评估					
3	您对 7-11 人员有着很好的礼仪、礼貌和亲和力的评估					
4	您认为当顾客遇到问题时，7-11 服务方面与提供服务保证的评估					
5	您对 7-11 便利店在办理业务等候时间方面服务的评估					
6	您对 7-11 便利店的营业时间便利					
7	你认为 7-11 便利店职员对您的需要十分关心					
8	你认为 7-11 便利店的服务产品齐全					
9	请您评价一下您对 7-11 便利店中文服务的满意程度					
10	您需要新的 7-11 便利店服务时，您是否还会选择该便利店					
11	您希望 7-11 便利店应该有中文人才					
12	您是否喜欢在 7-11 便利店购物					
13	你认为 7-11 便利店的服务人员的数量能满足您的需要					
14	您认为 7-11 便利店人员能够用中文跟顾客沟通					
15	您对 7-11 便利店环境舒适					

附录二

问卷调查二

员工对汉语服务的满意度调查表

尊敬的女士/先生：您好！

本问卷调查用于《汉语服务应用泰国正大集团便利店汉语服务研究》的硕士论文课题，目的是为了分析研究泰国正大集团便利店（7-11 便利店）汉语服务的情况，以提高汉语服务水平，为完善泰国正大集团便利店的中文服务和设施，提供研究报告和数据。希望您提出自己的建议和意见，衷心感谢您对泰国正大集团便利店汉语服务的协助和支持。

第一部分：客户基本情况调查

1. 性别：男 女
2. 年龄：15-19 岁 20-25 岁 25-30 岁 30 岁以上
3. 您的文化程度：高中 / 职业以下 职业 本科
4. 7-11 便利店的工作经验：6 月以下 6 月-1 年 1-2 年
2-3 年 3 年以上
5. 员工类别：双边学习 兼职 本职
副总理 总理
6. 工资 / 月：5,000 泰铢以下 5,000-8,000 泰铢 8,000-10,000 泰铢
10,000-15,000 泰铢 15,000 泰铢以上
7. 学习中文的时间 没学过
学过年 ____ 年 / ____ 月
8. 每周有中国顾客来本店购物 ____ 次 / 周

第二部分：对 7-11 便利店提供的汉语服务满意度问卷调查

(选单选题)

题目	服务员的满意度 比例 %				
	很高	高	一般	低	没有
1. 你觉得课堂中文的内容是否针对便利店实际使用?					
2. 你能不能把学过的中文使用在便利店?					
3. 你觉得课堂中文学习与教师的教法能够在店里实际使用吗?					
4. 你觉得学习中文难吗?					
5. 如果售货员懂中国文化,如:打招呼,抱歉,谢谢 会对中国顾客有好的印象吗?					
6. 你能不能用中文跟顾客沟通?					
7. 你本店有没有人会用中文?					
8. 你觉得如果售货员会说中文,可以增加销售率吗?					
9. 你本店有没有中国顾客?					
10. 你觉得中文对便利店服务重要吗?					

致 谢

在本次论文设计过程中，感谢我的学校，给了我学习的机会，在学习中，解琨导师与赵平老师从选题指导、论文框架到细节修改，都给予了细致的指导，提出了很多宝贵的意见与建议，老师以其严谨求实的治学态度、高度的敬业精神、兢兢业业、孜孜以求的工作作风和大胆创新的进取精神对我产生重要影响。他渊博的知识、开阔的视野和敏锐的思维给了我深深的启迪。这篇论文是在老师的精心指导和大力支持下才完成的。

感谢所有授我以业的老师，没有这些年知识的积淀，我没有这么大的动力和信心完成这篇论文。感恩之余，诚恳地请各位老师对我的论文多加批评指正，使我及时完善论文的不足之处。

谨以此致谢最后，我要向百忙之中抽时间对本文进行审阅的各位老师表示衷心的感谢。

梅格云

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นางสาวนพวรรณ ใจสุข (梅格云)
วัน เดือน ปีเกิด	6 กุมภาพันธ์ 2513
ที่อยู่ปัจจุบัน	286/381 ถนนรัตนธิเบศร์ เดอะไฮเทล คอนโดมิเนียม ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 10100
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2534 - 2537	คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ศิลปศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)
พ.ศ. 2552 - 2555	คณะภาษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ศิลปศาสตรบัณฑิต (การสอนภาษาจีน)
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2556 - ปัจจุบัน	อาจารย์สอนภาษาจีน วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์