



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

การศึกษาการให้บริการภาษาจีนของธุรกิจโทรคมนาคมด้านการตลาด
บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส (มหาชน) จำกัด (AIS)

A RESEARCH ON CHINESE SERVICE IN MARKETING OF THAI AIS
MOBILE COMMUNICATION COMPANY

泰国 AIS 移动通讯公司营销中的汉语服务调查研究

ปาณิสรา กองน้ำ
(林飒楠)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)
วิทยาลัยจีนศึกษา มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

พ.ศ. 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

การศึกษาการให้บริการภาษาจีนของธุรกิจโทรคมนาคมด้านการตลาด
บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส (มหาชน) จำกัด (AIS)

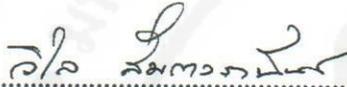
A RESEARCH ON CHINESE SERVICE IN MARKETING OF THAI AIS
MOBILE COMMUNICATION COMPANY

泰国 AIS 移动通讯公司营销中的汉语服务调查研究

ปาณิสรา กองน้ำ (林飒楠)

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2564



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไล ลิ้มถาวรรัตน์
ประธานกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ



Dr. Zhao Ping
อาจารย์ที่ปรึกษา



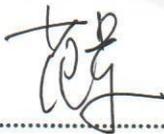
Prof. Dr. Liu Sen
กรรมการ



Prof. Dr. Li Yanfeng
กรรมการ



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นริศ วศินานนท์
กรรมการ



Assoc. Prof. Dr. Fan Jun
กรรมการ



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นริศ วศินานนท์
ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
(ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)



Dr. Zhao Ping
กรรมการ



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนเศ อิมสำราญ
คณบดีวิทยาลัยจีนศึกษา

การศึกษาการให้บริการภาษาจีนของธุรกิจโทรคมนาคมด้านการตลาด
บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส (มหาชน) จำกัด (AIS)

ปาณิสรา กองน้ำ 626035
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)
คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ZHAO PING, Ph.D.

บทคัดย่อ

บริษัท Advanced Info Service หรือ AIS ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรคมนาคมเคลื่อนที่เอกชน รายใหญ่และมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุดในประเทศไทย เนื่องจากปัจจุบันประเทศไทยมีคนจีน เดินทางเข้ามาทำงานและท่องเที่ยวจำนวนมาก บริษัทจึงเล็งเห็นถึงโอกาสนี้ในการขยายธุรกิจเปิด ตลาดจีนเพื่อดึงดูดส่วนแบ่งทางการตลาดและปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ใหม่ๆ ดังนั้นวัตถุประสงค์ ของการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้เพื่อศึกษาการให้บริการภาษาจีนแก่นักท่องเที่ยวชาวจีน ศึกษากลยุทธ์ การตลาด ตลอดจนการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจีนที่มีต่อการให้บริการภาษาจีนของ พนักงานบริการภาษาจีนของบริษัท AIS เพื่อให้ทราบถึงปัญหาในการบริการภาษาจีน พร้อมทั้ง นำเสนอข้อเสนอแนะเพื่อช่วยพัฒนาระดับคุณภาพการบริการภาษาจีนให้ดียิ่งขึ้น

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ห้วงวรรณกรรมและการตอบแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์การ จำหน่ายซิมการ์ดและการบริการภาษาจีนของพนักงานบริการภาษาจีน โดยประกอบด้วยเนื้อหาหลัก 3 บท บทแรกจะอธิบายพัฒนาการและภาพรวมการดำเนินงานของบริษัท บทที่สองคือการอธิบาย ความสามารถด้านภาษาจีนของพนักงานบริการภาษาจีนและสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวจีนที่มีต่อการบริการภาษาจีนของบริษัท บทที่สามเป็นการประเมินปัญหาที่เกิดขึ้น โดยทำการ วิเคราะห์ SWOT พร้อมทั้งนำเสนอข้อเสนอแนะและข้อควรปรับปรุงในการบริการ โดยผลจากการ สัมภาษณ์พบว่านักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่พึงพอใจต่อการให้บริการด้านโทรคมนาคมของบริษัทและการ บริการในด้านภาษาจีนอยู่ในระดับค่อนข้างดี และปัญหาที่พบได้แก่ จำนวนพนักงานบริการภาษาจีน (Call Center) น้อย และในส่วนของร้านค้า AIS Shop ยังไม่มีพนักงานบริการภาษาจีน แต่เน้นการ ให้บริการภาษาอังกฤษเป็นหลัก

ผลจากการศึกษาพบว่าโดยทั่วไปการจำหน่ายซิมการ์ดและการบริการภาษาจีนอยู่ในระดับดี และมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันหลายประการ แต่ก็ยังมีข้อเสียเปรียบในการแข่งขัน อาทิ ด้านทักษะ การสื่อสารของพนักงานบริการภาษาจีนและจำนวนพนักงานบริการภาษาจีนมีไม่เพียงพอ ตลอดจนยังไม่ มีการจัดให้มีการฝึกอบรมภาษาจีนแก่พนักงานบริการภาษาจีน นอกจากนี้บริษัทยังต้องเสริมสร้าง การโฆษณาและการพัฒนาเว็บไซต์ภาษาจีนเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนและ ยกกระตือรือร้นการบริการภาษาจีน

คำสำคัญ: บริษัท AIS นักท่องเที่ยวจีน กลยุทธ์การตลาด การบริการภาษาจีน

A RESEARCH ON CHINESE SERVICE IN MARKETING OF THAI AIS MOBILE COMMUNICATION COMPANY

PANISARA KONGNAM 626035

MASTER DEGREE OF LIBERAL ARTS (CHINESE BUSINESS COMMUNICATION)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: ZHAO PING, Ph.D.

ABSTRACT

Advanced Info Service Company or AIS is Thailand's largest private telecommunications company and has the largest market share. As there are currently many Chinese people coming to work and travel in Thailand. The company therefore sees this opportunity to expand its business, open up the Chinese market in order to gain Chinese market share and adapt to the new situation. So the purpose of this thesis is to investigate the Chinese service of AIS telecom company, analyze the marketing strategy and Chinese service of AIS to Chinese customers, point out the problems that AIS has in Chinese service, and put forward suggestions for improvement to improve The level of Chinese language service enhances AIS's competitiveness in the Thai telecommunications market.

The paper uses literature analysis and questionnaire survey methods to analyze and research the sales of AIS phone cards and Chinese services. The main content of the thesis includes three aspects: one is to explain the development and operating status of AIS company; the other is to explain the Chinese proficiency of AIS company's Chinese service personnel, Chinese service and the satisfaction of Chinese customers with AIS Chinese service through investigation; The survey results are analyzed and evaluated, and SWOT analysis is performed to discover the problems that AIS has in the phone card marketing, and propose solutions to the problems.

Research shows that AIS is generally good in phone card sales and Chinese language services, and has certain advantages, but it is still lacking in competition compared with other telecommunications companies. The communication skills of Chinese language service personnel are relatively weak, and the Chinese language service personnel are insufficient and lack of professionalism. Training and online Chinese services need to be strengthened. In addition, AIS also needs to strengthen advertising and develop Chinese websites to meet the needs of Chinese tourists and improve the level of Chinese services.

Keywords: AIS Chinese tourists Marketing strategy Chinese services

泰国 AIS 移动通讯公司营销中的汉语服务调查研究

林飒楠 626035
文学硕士学位（商业汉语）
指导教师：赵平博士

摘要

亿旺资讯有限公司（Advanced Info Service，简称 AIS 或 AIS 移动通讯）是泰国最大的私人电信公司，拥有最大的市场份额。由于中国游客来泰国旅行的人数逐渐增加，AIS 移动通讯为了发展中国市场，向中国游客推销 AIS 的电话卡，这需要在电信产品上满足客户的需要，提供良好的汉语服务。本论文研究的目的是通过对 AIS 电信公司中文服务的调查研究，分析 AIS 向中国客户推销电话卡的营销策略和汉语服务的情况，指出 AIS 在汉语服务方面出现的问题，提出改进的建议，以提高汉语服务的水平，增强 AIS 在泰国电信市场的竞争力。

论文采用文献分析和问卷调查方法，对 AIS 电话卡的销售和汉语服务情况进行分析研究。论文的主要内容包括三个方面：一是说明 AIS 公司的发展和经营状况；二是通过调查说明 AIS 公司汉语服务人员的汉语水平，汉语服务和中国客户对 AIS 汉语服务的满意情况；三是对调查结果进行分析评估，进行 SWOT 分析，发现 AIS 在电话卡营销方面出现的问题，提出解决问题的方法。

研究发现，AIS 在电话卡推销和汉语服务方面总体上是比较好的，具有一定的优势，但与其他电信公司相比还缺乏竞争性，汉语服务人员的沟通能力比较弱，汉语服务人员不足，缺乏专业培训，线上汉语服务有待加强。另外，AIS 公司还需要加强广告宣传和发展中文网站，以满足中国游客的需求，提高汉语服务水平。

关键词：AIS 移动通讯；中国游客；营销策略；汉语服务；

目 录

| | |
|---------------------------------|-----------|
| บทคัดย่อภาษาไทย | I |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | II |
| 摘要 | III |
| 目录 | IV |
| 图表目录 | VI |
| 表格目录 | VIII |
| 绪论 | 1 |
| 一、选题的背景和意义 | 1 |
| 二、与论文选题有关的国内外研究综述 | 3 |
| 三、研究的目的、方法、内容和创新性 | 7 |
| 四、所要解决的主要问题 | 8 |
| 第一章 泰国移动通信服务市场概况 | 9 |
| 第一节 泰国联通通信服务公司的合作经营 | 9 |
| 一、泰国三大私人电信公司的营销情况 | 9 |
| 二、AIS 移动公司的背景和发展 | 12 |
| 三、泰国 AIS 移动通信运营商与中国移动的合作 | 14 |
| 第二节 泰国 AIS 电信公司电话卡营销情况 | 14 |
| 第三节 开拓中国市场发展电信服务 | 17 |
| 一、分销渠道和充值渠道 | 17 |
| 二、促销活动 | 20 |
| 第二章 泰国 AIS 公司的汉语服务情况问卷调查 | 23 |
| 第一节 AIS 电信公司的汉语服务 | 23 |
| 一、汉语服务人员的基本情况调查 | 23 |
| 二、汉语水平情况 | 23 |
| 三、汉语服务人员工作情况调查 | 24 |
| 第二节 AIS 电信公司营销管理情况调查 | 25 |

| | |
|-----------------------------|----|
| 一、向中国游客推销电话卡 | 25 |
| 二、AIS 公司汉语服务服务人员培训情况 | 27 |
| 三、AIS 公司的网站服务 | 27 |
| 四、AIS 公司的中文广告宣传情况 | 27 |
| 第三节 中国旅客对 AIS 电话卡服务满意度调查 | 29 |
| 一、中国旅客的基本情况 | 29 |
| 二、中国旅客来泰国旅游情况 | 31 |
| 三、中国游客在泰国使用移动通信服务情况 | 33 |
| 四、中国游客购买电话卡的满意情况 | 34 |
| 五、中国游客对汉语服务的满意度 | 38 |
| 六、中国游客希望改善和增加的服务 | 39 |
| 第三章 调查结果的评估和改进的建议 | 41 |
| 第一节 对 AIS 的营销与汉语服务的 SWOT 分析 | 41 |
| 一、优势分析 | 41 |
| 二、劣势分析 | 42 |
| 三、机会分析 | 42 |
| 四、挑战分析 | 43 |
| 第二节 AIS 电信公司汉语服务中的问题 | 44 |
| 一、电话卡销售缺乏竞争性 | 44 |
| 二、汉语服务方面的问题 | 45 |
| 第三节 改进 AIS 电信公司服务的建议 | 47 |
| 一、改进电话卡的营销策略 | 47 |
| 二、改进汉语服务 | 48 |
| 结语 | 49 |
| 参考文献 | 50 |
| 附录 | 52 |
| 致谢 | 58 |
| ประวัติผู้เขียน | 59 |

图表目录

| | |
|---|----|
| 图 1-1 2019 年第一季度至 2020 年第一季度的手机数量数据 | 10 |
| 图 1-2 每个手机运营商的频谱持有百分比 | 11 |
| 图 1-3 在 2019 年第四季度的市场份额与在 2020 年第一季度的市场份额 | 12 |
| 图 1-4 AIS 公司集团宣布与中国主要移动运营商中国联通进行双边合作 | 14 |
| 图 1-5 IM 游客卡 49 泰铢 | 15 |
| 图 1-6 SIM 游客卡 160 泰 | 15 |
| 图 1-7 SIM 游客卡 299 泰铢 | 16 |
| 图 1-8 SIM 游客卡 599 泰铢 | 16 |
| 图 1-9 SIM 游客卡 88 泰铢 | 16 |
| 图 1-10 素万那普机场和廊曼机场的 AIS 商店 | 17 |
| 图 1-11 位于甲米机场普吉岛机场的 AIS 商店和苏梅岛机场 | 18 |
| 图 1-12 百货商店中 AIS 商店的示例 | 18 |
| 图 1-13 AISmPay Rabbit Shop 的图片 | 19 |
| 图 1-14 预付卡向旅行 SIM 卡添加资金的过程 | 19 |
| 图 1-15 微信应用程序向旅行 SIM 卡中添加资金的过程 | 20 |
| 图 1-16 参观 SEA LiFE Bangkok 的信息 | 20 |
| 图 1-17 参观杜莎夫人蜡像馆的信息 | 20 |
| 图 1-18 运送 Bellugg 行李的信息 | 21 |
| 图 1-19 使用 Let's Relax 按摩和和 Stretch me 按摩服务特权的信息 | 21 |
| 图 1-20 Beauty buffet 和 Beauty cottage 商店的信息 | 22 |
| 图 1-21 购买 Auntie Ann 商店和 Mister Donut 商店的信息 | 22 |
| 图 2-1 A 汉语服务人员遇到的问题和解决的办法 | 24 |
| 图 2-2 B 汉语服务人员遇到的问题和解决的办法 | 25 |
| 图 2-3 在微信上中国游客 SIM 注册的信息 | 26 |
| 图 2-4 在微博网站上的 AIS 官方页面 | 26 |
| 图 2-5 在泰国 AIS 移动通讯的网站 | 27 |
| 图 2-6 在微博中音乐广告的中文字幕 | 28 |
| 图 2-7 微博上的中文促销广告 | 28 |
| 图 2-8 中国游客的性别 | 29 |
| 图 2-9 中国游客的年龄 | 29 |
| 图 2-10 中国游客人数 | 30 |

| | |
|------------------------------|----|
| 图 2-11 中国游客的教育程度 | 30 |
| 图 2-12 中国游客的职业 | 31 |
| 图 2-13 中国游客来泰国目的 | 31 |
| 图 2-14 中国游客来泰国的次数 | 32 |
| 图 2-15 中国游客在泰国旅游的天数 | 32 |
| 图 2-16 中国游客说泰语的情况 | 33 |
| 图 2-17 中国游客在泰国使用语言的情况 | 33 |
| 图 2-18 中国游客在泰国使用移动网络的情况 | 33 |
| 图 2-19 中国游客使用泰国移动运营商的情况 | 34 |
| 图 2-20 中国游客渠道购买泰国的 AIS 移动电话卡 | 35 |
| 图 2-21 使用 Sim 卡服务的总体满意情况 | 36 |
| 图 2-22 中国游客对 AIS 汉语服务的总体满意情况 | 39 |
| 图 3-1 AIS 移动通讯公司的社交应用程序 | 44 |
| 图 3-2 TRUE 公司的社交应用程序 | 44 |
| 图 3-3 Dtac 微信小程序服务 | 45 |

表格目录

| | |
|-------------------------------|----|
| 表 1-1 移动电话运营商和移动虚拟网络运营商资料 | 9 |
| 表 1-2 每个移动运营商持有的频谱量 | 10 |
| 表 1-3 每个移动运营商的市场份额信息 | 11 |
| 表 2-1 AIS 移动通讯汉语服务人员的基本情况 | 23 |
| 表 2-2 AIS 汉语服务人员的中文水平情况 | 23 |
| 表 2-3 中国游客使用移动运营商 SIM 的原因 | 34 |
| 表 2-4 中国游客渠道认知泰国的 AIS 移动通讯 | 35 |
| 表 2-5 使用 SIM 卡网络服务担心的问题 | 36 |
| 表 2-6 中国游客对 AIS 移动电话卡总体满意度情况 | 37 |
| 表 2-7 中国游客对 AIS 移动通讯汉语服务总体满意度 | 38 |
| 表 2-8 中国游客希望 AIS 改善和增加的服务 | 39 |

绪论

一、选题的背景及研究意义：

亿旺资讯有限公司 (Advanced Info Service, 简称 AIS) 是 Intouch Holdings 有限公司旗下一家公司, AIS 由他信·西那瓦创建于 1986 年 4 月 24 日。当初是一家销售家用及办公室电脑的公司, 1989 年取得泰国通信管理局 (CAT) 许可证及模拟 (Analog) 900 MHz 频段为典型的工作, 成为泰国最早的移动通信私人服务商。公司的业务范围分为移动通信、高速互联网服务商和数字服务商。公司的业务范围分为移动通信、高速互联网服务商和数字服务商。AIS 是泰国排名第一的移动通信领导者, True 排名第二, Dtac 排名第三。AIS 的收入市场份额为 48%, 服务于超过 4,150 万客户, 并拥有覆盖泰国 98% 以上人口的 5G/4G / 3G / 2G 网络。

2006 年 1 月 26 日被一家新加坡大型电信运营商淡马锡控股公司 (Temasek Holdings) 收购, 此后 AIS 由淡马锡控股公司管理而成为泰国实力最强的移动运营商。AIS 是泰国排名第一的电信通讯企业, 其不仅拥有最多的用户数量而且资本金也最高。根据 2018 年 AIS 公司的年度报告显示, 其拥有约 4120 万移动用户数, 占泰国移动市场份额约 43.85%, 业务范围包括移动通信、光缆宽带网络以及数字技术方面。

AIS 公司创业初期将卫星电信通讯和电脑作为主要业务。在 1989 年开始进入移动通信市场业务, 但在 1990 年才正式宣布作为泰国首家移动服务商开始了移动后付费服务, 随后又在 1999 年才提供预付费服务称为 “One-2-Call”。近几年来, 在 2015 年开始引入全新宽带网络光纤品牌 (AIS Fiber) 并于当年 4 月份正式宣布提供固定光缆网络, 成为泰国家庭宽带服务商之一。^[1] 2019 年 AIS 开始和中国联通国际有限公司 (China Unicom) 合作。为了增加用户数量和加强双方的业务, AIS 瞄准中泰两国往来的游客和普通用户。AIS 和中国联通 (China Unicom) 合作, 提高了移动终端与设备质量。服务范围包括数据中心、云计算、物联网、旅游大数据、移动端游戏和支付网等相关领域。与中国联通合作, AIS 可以更好地发展移动网络和提高固定宽带的覆盖范围, 满足客户的需求。

由于泰国是旅游国家而且也是外资投资最多的一个国家, 随着信息数据时代移动网络终端覆盖了各个层次的人民大众, 运营商必需提供多种语言, 就是

[1] 亿旺资讯有限公司数据 (n.d.).AIS 发展过程的报告 Retrieved April 7,2019, From <http://advanc-th.listedcompany.com/milestone.html>.

为了方便在泰的外国用户。目前，AIS 提供 24 小时客户服务热线，在语言服务方面提供 6 种语言包括泰语、英语、汉语、日语、韩语和缅甸语等。顾客可以通过本运营商的热线电话或客户服务网站对移动网络通信和服务质量进行反馈并对业务提出意见、建议，询问业务服务和计费等问题。

为使中国游客在泰国期间尽享通信便利，泰国最大的电信运营商 AIS 近日在曼谷素万那普机场的专柜增设中文标识，方便中国游客按提示购买手机卡。AIS 有多种套餐满足游客在泰国期间的通讯需要，无论游客的使用计划是 7 天、10 天还是 30 天。AIS 旅行者手机卡还有针对中国游客的优惠，2017 年 12 月 31 日之前，呼叫中国大陆和中国香港的特价话费仅为 1 泰铢/分钟；用户还可以享受来自 AIS 合作商家的优惠。目前，泰国有五大移动通信提供商 (Mobile network Provider)，包括三大私营公司(AIS, TRUE, DTAC) 和两家国有企业 (State Enterprise)公司 TOT 和 CAT)。AIS 于 2015 年通过光纤技术开始了高速互联网业务 (AIS Fiber)。现如今 AIS 为 85 万客户提供服务，服务于超过 57 个省，覆盖 700 万户家庭。

泰国的电信业务受到监管广播委员会电视业务和国家电信委员会(NBTC)。泰中 经贸和旅游业的蓬勃发展，也促进了泰国电信服务市场的发展。泰国是中国游客喜爱的出境旅游目的地之一。2019 年 1 月到 9 月 入境泰国的中国旅游者全年达到 1100 万人次。中国旅游者大量来泰旅游的形势下，泰国三大私人电信运营商对中国旅游市场展开了激烈的竞争，用各种手机优惠吸引前来泰国旅游的大批中国旅游者。

中国游客普遍关心的问题是在泰国打电话和上网，为使中国游客在泰国期间通信便利，泰国三大私人电信运营商在曼谷素万那普机场和廊曼国际机场设立了专柜，增设了中文招牌，为了方便中国旅游者选购手机卡和吸引中国游客使用本运营商的手机卡，作为泰国三大电信运营商激烈竞争的一个重点。以 AIS 推出的是 One2Call 卡：6GB 快速 4G 流量；Dtac 推出的是 Happy 卡：2.5GB 高速 4G 流量；True 推出的是萨瓦迪卡：2.5GB 高速 4G 流量。

本论文研究的意义是通过对 AIS 电信公司的中文服务调查研究，说明 AIS 在中国市场的发展和与中国客户的商务来往情况，通过对 AIS 在进入中国市场与中国客户进行商务合作，为中国旅游者提供电话卡服务方面的分析，指出 AIS 在汉语服务方面的优势和出现的问题，提出 AIS 在汉语服务方面的改进建议和措施，说明在提高汉语服务方面对 AIS 发展业务，提高竞争力和获得营销优势等方面的重要性。

二、本选题研究领域国内外的研究动态及发展趋势：

（一）有关 AIS 业务方面的研究

1. 天津航标处的王树茂(2017)在《AIS 管理维护中心运行管理工作研究》本论文从数据管理入手,阐述了 AIS 管理的重要性和建章立制、推广应用、对外服务等 运行管理的主要内容,针对运行管理中的相关问题,有针对性的描述了 AIS 中心运行管理需要研究和探讨的相关问题。

2. 科学技术创新的康隽永(2019)在《浅析 AIS 对现代航海技术的影响研究》本论文研究的结果表明,随着国航海事业的不断发展和进步,国航海技术水平也得到了显著升,AIS 作为航海技术的重要组成部分,其不仅对于航海技术水平的提升有着重要的影响,同时其对于现代航海技术的长远发展也有着极为重要的影响。为此,文章将对 AIS 技术进行简单的概述,分析其对现代航海技术的影响,为相关领域的发展 提供推动作用。

3. 邵阳学院信息工程学院的杨明军和黄乘顺 (2019)在《现代无线通信技术的发展状况及未来前景展望》本论文研究的结果表明,互联网行业的繁荣,带动了无线通信技术的快速发展,大大方便了人们的日常生活。目前来说,4G 移动通信技术已经基本发展到了比较高的水平,前些时间,5G 技术取得了重大突破,并开始投入测试。这使人们看到了无线通信技术发展的新方向很显然,无线通信技术在未来的一段时间内,依然有着非常广阔的发展前景。不过就目前来说,想要让 5G 通信技术普及到人们的日常生活中去还需要相当长的一段时间。目前来说,我们现在更应该做的是研究当下的移动通信技术所存在的一些问题,并在这些问题上取得突破。

通过有关对 AIS 文献的研究发现,目前 AIS 业务的通信技术不断发展,如今通信技术已经发展到 5G 技术时代,以及这些技术已经应用于中国的通信相关业务。

（二）有关泰国电信业务方面的研究

1. 上海外国语大学的焦妹 (2014)在《泰国电信服务质量客户忠诚度和行为意图的研究》本论文研究的结果表明,提高服务质量会增加泰国电信顾客的良好行为意图,顾客想和遵守承诺的公司做生意,尤其是这种承诺和核心服务属性息息相关。如在电信服务中心中的客户服务和客户关怀,人口统计变量可能有助于泰国电信企业更好地了解服务质量的预期和看法。具体来说,泰国电信客户服务质量的感知似乎是被调查者的年龄发挥了作用,人口变量是最容易识别的形成一个完善细分策略的基本依据,服务质量对顾客行为意图的影响催生

了泰国的电信战略，服务质量对顾客行为意向的影响，并监测其在服务业绩上的敏感性变化，从而获得关于为什么以及如何致力于改善服务的宝贵见解。

2. 中国质量报（2007）在《泰国靠标准竞争电信通信业》泰国致力于电信、通信行业标准管理，争取东南亚电信、通信“霸主”地位信心十足。2007年5月10日，泰国国家电信委员会办公室同时发布《关于电信设备的用电安全技术标准草案》、《电信设备的电磁兼容性(EMC)技术标准草案》

通过对泰国电信业务的文献研究发现，提高电信业务的服务质量，如良好的售后服务，将提高客户的品牌忠诚度。泰国致力于管理电信行业的标准，以增加对泰国电信业务在东南亚被接受的信心，例如电信设备的安全技术标准和电信设备的电磁兼容性(EMC)技术标准。

（三）有关移动通信运营商与市场竞争力方面的研究

1. 重庆大学经济与工商管理学院的张旭梅，官子力和范乔凌（2016）在《移动互联网背景下电信运营商产业链延伸合作模式及策略研究》本论文研究的结果说明，移动互联网的快速发展和市场竞争的加剧促使电信运营商开始转型，加强产业链合作，服务提供商（SP）、内容提供商（CP）等互联网企业和终端制造商是电信运营商寻求合作的重要方向。文章分析了移动互联网背景下电信运营商开展产业链延伸合作的动因；提出了平台开放型、股权投资型、战略联盟型等三种电信运营商和 SP/CP 的合作模式，以及合约合作型、深入定制型、运营商自建型等三种电信运营商和终端制造商的合作模式；并进一步分析了电信运营商与 SP/CP 以及终端制造商合作的模式选择策略，以期为中国电信运营商开展产业链合作提供借鉴和参考。

2. 中南大学的刘璿（2010）在《郴州移动通信公司农村市场营销策略研究》本论文研究在细分了郴州农村移动通信市场基础上，运用了 SWOT 分析法，深入地分析了郴州移动通信公司当前在农村市场中的竞争态势，指出了其在农村市场发展中的优势、劣势、机会与威胁。同时在对郴州移动通信公司现有的农村市场营销策略的分析过程中，引入了 4P 理论，客观分析和评价了其产品策略、价格策略、渠道策略与促销策略，并指出了这些策略存在的问题及问题产生的原因，据此有针对性地提出了营销策略系统优化方案。本文认为郴州移动通信公司必须依据农村市场的特点，对农村市场进行细分，区别对待不同类型的目标客户与地理区域，以市场为导向不断开发新产品，采取灵活的定价策略和多样的宣传手段，运用科学合理的渠道激励机制，提升其市场开拓能力，借以抢占农村移动通信市场这一制高点。

3. 湖北工业大学的童欣 (2018) 在《中国移动营销渠道管理研究》本论文研究运用国内外对营销渠道理论及方法的研究成果,通过对中国移动各层渠道管理者和营销渠道经营者这两个群体设计调查问卷,并对调查结果结合 SWOT 进行分析,总结出中国移动营销渠道存在的问题并分析问题的成因,针对问题的性质,制定出解决问题的原则,提出了解决问题的一般对策与针对性策略,并从营销渠道模式的差异性、多样性角度对中国移动营销渠道的未来发展进行了思考与研究。以上研究都将为同行业的其他管理者、研究者提供思路、方法及理论方面的借鉴,具有现实指导意义。

4. 中国政法大学的麦米纳 (2019) 在《5G 移动通信发展普及困境与趋势研究》本论文研究的结果表明,随着时代的发展与进步,第五代移动通信系统也就是人们常说的 5G 时代到来了,但是该技术仍处于基础发展阶段,技术尚未成熟,但该技术会成为未来的主要通信网络系统,需要得到我们重视。本文对 5G 的概况进行阐述,针对其特征及发展中出现的困境,提出相应的对策,以便能为 5G 通信技术的发展提供建议。

5. 天津大学的吕景松 (2010) 在《3G 时代中国移动营销渠道管理研究》论文通过电信业的重组使得各大运营商全业务经营速度进一步加快,市场竞争日益激烈,大量的 3G 新业务产品和服务层出不穷,这些产品和服务都需要通过渠道到达消费者,对未来的渠道承载运营 3G 业务提出了更高的要求,也是对通信运营商的渠道管理方式提出的挑战。各大运营商之间激烈的竞争聚焦在营销渠道的争夺中,竞争环境在不断变化,竞争对手的意识也在不断转变,如何保持并提升渠道的核心竞争力并有效地管理和规范渠道合作伙伴,如何增加代理商对企业的认同和忠诚度、让渠道与运营商更加紧密地捆绑在一起,如何避免渠道之间的不规范竞争、发挥各种渠道的协同作用,这些都是运营商亟待解决的问题。本文通过对营销渠道理论、国内电信运营商发展的历程及营销渠道发展的趋势的分析,指出现有营销渠道存在的问题及不足,围绕如何提高营销渠道核心竞争力的主旨,将 SWOT 分析法、PEST 分析法等多种研究方法运用到对中国移动营销渠道综合全面的论述、分析中,从理论和实证相结合的角度,在全面分析通信企业的市场环境、竞争形势和业务发展的需要前提下,提出了在新形势下建立起一个层次清晰、管理规范、布局合理、运行高效、忠诚度高、竞争力强的营销渠道理论体系。

6. 策略和 PWC 网络的一部分 (2018) 在《电信公司的战略和运营问题》论文研究结果,目前电信行业主要面临两大挑战:一方面,作为近期受影响最大的行业之一,业界希望通过关注核心业务、削减资本支出、降低运营成本来重获利润增长;另一方面,运营商为了保持竞争力,需要对新的技术和服

公司必须应对造成这些挑战的大量的战略和运营问题。当前亟待解决的问题包括：市场进出方面的疑问、纵向的服务强化还是同一层面的服务强化、技术平台、有机增长还是寻求外部并购及合作，以及如何应对来自非传统领域(如有线网络)日益增加的竞争压力。

通过移动运营商与市场竞争力的文献研究发现，目前互联网络系统已经发生了快速的变化和发展，电信市场竞争十分激烈。每个电信运营商都开始改变和增加营销策略，以竞争和争夺市场份额，例如不断开发新产品以满足市场需求，实施灵活多样的定价策略以及创新的广告方式等。

(四) 有关商业汉语服务与应用方面的研究

1. 泰国华侨崇圣大学的符思敏 (2016) 在《泰国盘谷银行商业汉语应用情况研究》论文研究的对象是泰国盘谷银行华人事务部汉语使用情况。论文的目的在于通过分析泰国 盘谷银行商业汉语的应用，说明商业汉语在盘谷银行的业务发展中的重要作用，指出商业汉语的应用对银行的业务和开拓中国金融市场的重要性。论文通过对盘谷银行 汉语服务人员的调查，分析盘谷银行汉语服务人员的中文水平，工作情况和存在的不足，提出了改进的建议。研究表明提高盘谷银行汉语服务的质量，建立银行方面对汉语人才的培训与管理制，有利于盘谷银行与中国金融界的业务来往，开拓中国市场，吸引更多的华人顾客。

2. 泰国华侨崇圣大学的施美芳 (2016) 在《泰国 OPPO 公司泰籍职员汉语应用研究》本论文研究说明，OPPO 公司在泰国经营的市场机遇和方式，分析 OPPO 公司进入泰国市场所面对的竞争对手对 OPPO, Vivo 和 Samsung 并进行对比分析在优势劣势，机会和威胁方面进行比较。

3. 泰国华侨崇圣大学的苏妮莎 (2017) 在《玲珑国际轮胎(泰国)有限公司汉语应用研究》本文侧重于研究玲珑（泰国）公司翻译人员汉语使用方面的问题，通过对泰国玲珑公司汉语使用情况做了调查分析，对玲现公司翻译人员汉语水平的情况以及汉语翻译使用中遇见的问题提出对策和建议，致力于提高在东方工业工作中翻译人员的汉语 使用水平。

4. 泰国华侨崇圣大学的雅娅. 巴莫 (2017) 在《商务汉语应用对中国游客消费行为的影响研究——以暹罗百丽宫 (SIAM PARAGON) 商场为例》本研究中，笔者选择了暹罗百丽宫(Siam Paragon)商场中国游客喜爱消费的代表品牌商店，对在商铺里工作的经理，店员以及进店消费的中国游客进行了问卷调查，以了解他们的商务汉语交际能力，语言交际中的阻碍以及对对中国游客在商场消费行为产生的影响。

通过有关商业汉语服务与应用方面的文献研究，指出将汉语应用到商业中的重要性，对于与中国人合作的企业或提供汉语服务的企业，以及在当今时代提高汉语服务质量也是重要的。比如、为服务人员提供中文培训、中文服务问题分析、提高汉语服务人员的沟通能力和提出改进建议和措施等。

综上所述，有关对 AIS 的研究主要集中在营销方面，以及移动通信的服务上。有关商业汉语的服务的研究涉及银行、手机经销商和泰国 TRUE 通信移动公司等。在资料查询中还没有对泰国 AIS 通信移动公司汉语服务方面的研究本论文的还属首次。

三、本选题的研究目的、方法、技术路线、内容、要解决的关键问题：

1. 研究的目的

1) 通过对 AIS 营销中汉语服务的调查研究，说明提供良好的汉语服务对增加公司的收入，扩大市

场份额，吸引中国游客，提高公司的竞争力是非常重要的。

2) 通过分析研究说明 AIS 汉语服务的水平和质量，发现存在的问题，提出改进的建议。

2. 研究的方法：

1) 文献分析法：

查询和搜集与本课题研究相关的研究资料和论文，通过对这些研究资料的掌握 AIS 移动通讯公司的发展状态，经营方法，为本课题的研究提供分析资料。

2) 问卷调查法：

本次的问卷调查 AIS 汉语服务人员 2 人数；中国游客人数 70 人数。调查的内容包括以下两个方面：一是 AIS 移动通讯公司汉语服务人员的基本情况。二是 AIS 移动通讯公司汉语服务人员汉语水平情况。

3) 访谈法：

访谈对象包括： AIS 公司的相关管理人员，负责人和汉语服务人员。主要采访内容是：了解公司的汉语服务管理情况，在百货商店和机场提供汉语服务的热线中心人员和 AIS 店面员工商店的数量。

本论文通过以上调查，为论文的研究提供详实和准确的资料，做好定量分析和定性分析，说明 AIS 在营销中的汉语服务情况，达到本课题研究的目的是。

4. 研究的主要内容

论文研究的主要内容：

- 1) AIS 电信公司的营销策略。
- 2) AIS 电信公司的汉语服务与人员的汉语水平和工作情况。
- 3) 中国旅游市场对泰国电信市场的影响，而 AIS 电信公司的电话卡对中国旅游者的营销情况。
- 4) 中国旅游者对 AIS 电信公司电话卡服务的满意度情况。

5. 论文的研究的创新性

通过文献资料查询，目前还没研究者专门对 AIS 电信公司的汉语服务情况进行分析研究。本论文的研究是首次对泰国 AIS 公司的营销策略和汉语服务进行研究。论文将通过分析 AIS 的汉语服务情况，指出 AIS 在市场营销上的优势和劣势，汉语服务在存在的问题，提出改进措施。

四、所要解决的主要问题

本论文所要解决的关键问题是要做到能够收集详细的研究资料，做好问卷调查表和访谈表；对问卷调查和访谈资料做好分析工作，得到正确的分析数据；做好对问卷调查获得的数据的评估，发现问题，提出改进建议。

第一章 泰国移动通信服务市场概况

第一节 泰国联通通信服务公司的合作经营

一、泰国三大私人电信公司的营销情况

在泰国的电信业中，电话服务提供商分为两组：第一组是拥有网络或有权使用网络的移动电话运营商（移动网络运营商:MNOs）已被授予广播委员会的权利或许可 电视业务国家电信服务或 NBTC 能够使用频谱并拥有自己的基础设施或网络，能够提供独立的移动电话服务、包括（一）、AIS 公司集团：Advanced Wireless Network Company Limited（AWN），（二）、TRUE Mobile 公司集团：True Move H Universal Communication Company Limited（TUC），（三）、DTAC 公司集团：Dtac TriNet Company Limited（DTN）包括股东为财政部的国有企业服务提供商，即 CAT Telecom Public Company Limited（CAT）和 TOT Public Company Limited（TOT）。组 2 是在虚拟网络上提供移动电话服务或无权使用网络的运营商(移动虚拟网络运营商:MVNOs)，它可以提供手机系统服务，但没有泰国广播及电信委员会(NBTC)的频率许可证，而没有自己的网络。第 2 组中的运营商通过租用第 1 组中的移动电话运营商网络来运营其业务。

表 1-1 移动电话运营商资料和移动虚拟网络运营商资料

| 移动电话运营商 | 移动网络运营商(MNOs) | 移动虚拟网络运营商(MVNOs) |
|------------------|---|---|
| AIS 公司集团 | Advanced Wireless Network Company Limited (AWN) | |
| TRUE Mobile 公司集团 | True Move H Universal Communication Company Limited (TUC) | Real Move Company Limited |
| DTAC 公司集团 | <ul style="list-style-type: none"> Total Access Communication Public Company Limited (DTAC) Dtac TriNet Company Limited (DTN) | |
| CAT 公司 | CAT Telecom Public Company Limited (CAT) | <ul style="list-style-type: none"> 168 Communication Co., Ltd. Data CDMA Communication Company Limited (MyWorld 3G) Feel Telecom Corporation Company Limited (Feels K4) The White Space Company Limited (Penguin Sim) |
| TOT 公司 | TOT Public Company Limited | <ul style="list-style-type: none"> Loxley Public Company Limited (i-Kool 3G) Feel Telecom Corporation Company Limited (Feels K4) The White Space Company Limited (Penguin Sim) Mobile Eightelco (Thailand) Co., Ltd. |



图 1-1 2019 年第一季度至 2020 年第一季度的手机数量数据

在 2020 年第一季度，泰国的移动电话用户数量稳步增长。拥有多达 13 亿部手机号码，与在 2019 年第一季度相比，手机数量仅为 12 亿部，增长了 7.86%。服务用户数量的增加，这部分原因是泰国广播及电信委员会(NBTC)拍卖了不同频段的频谱，以提供不同频段的频谱导航，并开发技术并提高向用户提供服务网络的效率。无论是提供 3G 和 4G 网络服务或最新的是 5G，目前，在泰国广播及电信委员会(NBTC)于 2020 年 2 月启动 5G 频谱拍卖之后，移动运营商的总频率为 3400 MHz。

表 1-2 每个移动运营商持有的频谱量

| 移动运营商 | 带宽量 | 频 率 | | | | | | | |
|------------------|----------|---------|---------|---------|----------|----------|----------|----------|--------|
| | | 700 MHz | 850 MHz | 900 MHz | 1800 MHz | 2100 MHz | 2300 MHz | 2600 MHz | 26 GHz |
| AIS 公司集团 | 1450 MHz | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ |
| TRUE Mobile 公司集团 | 1020 MHz | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ |
| DTAC 公司集团 | 330 MHz | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| CAT 公司 | 110 MHz | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | | | |
| TOT 公司 | 490 MHz | | | | | ✓ | ✓ | | ✓ |
| 一共 | 3400 MHz | | | | | | | | |

AIS 公司集团拥有的最高频率为 1450 MHz 或 43%，其次是 TRUE 公司集团，其频率为 1020 MHz 或 30%，TOT 的频率为 490 MHz 或 14%。DTAC 公司集团的频率为 330 MHz 或 10%，而 CAT 的频率为 110 MHz 或 3%（如图 1.2 所示）显示每个移动运营商的频谱持有百分比。

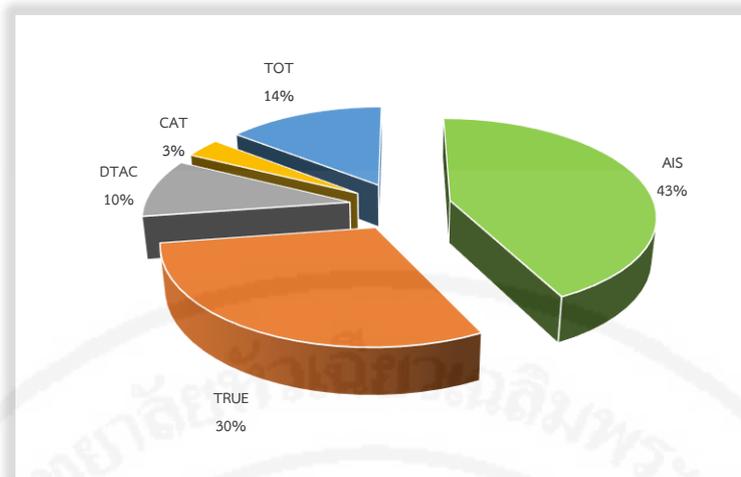


图 1-2 每个手机运营商的频谱持有百分比

如果有任何移动运营商已增加频谱宽度的数量，这样就可以建立服务用户的信心，由于移动运营商可以开发技术并提高服务网络的效率，从而使服务用户更高效，更全面。根据表 1.3 从泰国广播及电信委员会(NBTC)的 2020 年第一季度电信治理报告中可以看出，AIS 公司集团的市场份额最高，达到 44.01%，其次是 True Mobile 公司集团，市场份额为 32.40%，DTAC 公司集团市场份额为 20.99%，其次是 CAT 公司，市场份额为 2.41%，而 TOT 公司的市场份额为 0.19%。

表 1-3 每个移动运营商的市场份额信息

| | 1Q2562 | 2Q2562 | 3Q2562 | 4Q2562 | 1Q2563 | % 比率年比年 | % 比率四分之一 |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|----------|
| AIS 公司集团 | 44.18% | 43.99% | 43.97% | 43.86% | 44.01% | -0.38% | 0.33% |
| TRUE Mobile 公司集团 | 31.47% | 31.60% | 31.80% | 31.99% | 32.40% | 2.95% | 1.28% |
| DTAC 公司集团 | 22.07% | 21.89% | 21.60% | 21.55% | 20.99% | -4.91% | -2.62% |
| CAT 公司 | 2.14% | 2.37% | 2.44% | 2.40% | 2.41% | 12.41% | 0.51% |
| TOT 公司 | 0.14% | 0.14% | 0.18% | 0.19% | 0.19% | 42.02% | -1.16% |

根据移动运营商在 2020 年第一季度的市场份额概览，AIS 公司集团拥有最高和最高的市场份额，分别为 44.01%，其他移动运营商也有较高的市场份额。除 DTAC 公司集团外，其市场份额比上一季度的 21.55%下降了 20.99%。



图 1-3 在 2019 年第四季度的市场份额与在 2020 年第一季度的市场份额

二、AIS 移动公司的背景和发展

亿旺资讯有限公司（Advanced Info Service，简称 AIS）是 Intouch Holdings 有限公司旗下一家公司，AIS 由他信·西那瓦创建于 1986 年 4 月 24 日。当初是一家销售家用及办公室电脑的公司，1989 年取得泰国通信管理局（CAT）许可证及模拟（Analog）900 MHz 频段为典型的工作，成为泰国最早的移动通信私人服务商。公司的业务范围分为移动通信、高速互联网服务商和数字服务商。公司的业务范围分为移动通信、高速互联网服务商和数字服务商。AIS 是泰国排名第一的移动通信领导者。AIS 的收入市场份额为 48%，服务于超过 4,150 万客户，并拥有覆盖泰国 98% 以上人口的 5G/4G/3G/2G 网络。

2006 年 1 月 26 日被一家新加坡大型电信运营商淡马锡控股公司（Temasek Holdings）收购，此后 AIS 由淡马锡控股公司管理而成为泰国实力最强的移动运营商。AIS 是泰国排名第一的电信通讯企业，其不仅拥有最多的用户数量而且资本金也最高。根据 2018 年 AIS 公司的年度报告显示，其拥有约 4120 万移动用户数，占泰国移动市场份额约 44.01%，业务范围包括移动通信、光缆宽带网络以及数字技术方面。

AIS 公司创业初期将卫星电信通讯和电脑作为主要业务。在 1989 年开始进入移动通信市场业务，但在 1990 年才正式宣布作为泰国首家移动服务商开始了移动后付费服务，随后又在 1999 年才提供预付费服务称为“One-2-Call”。近几年来，在 2015 年开始引入全新宽带网络光纤品牌（AIS Fiber）

并于当年 4 月份宣布提供固定光缆网络，成为泰国家庭宽带服务商之一。^[1] 2019 年 AIS 开始和中国联通国际有限公司（China Unicom）合作。为了增加用户数量和加强双方的业务，AIS 瞄准中泰两国往来的游客和普通用户。AIS 和中国联通（China Unicom）合作，提高了移动终端与设备质量。服务范围包括数据中心、云计算、物联网、旅游大数据、移动端游戏和支付网等相关领域。与中国联通合作，AIS 可以更好地发展移动网络和提高固定宽带的覆盖范围，满足客户的需求。AIS 的主要业务可以分为以下三个部分：

（一）手机服务业务

AIS 通过手机提供呼叫和互联网使用服务，以每月服务和充值系统的形式。目前 AIS 在全国拥有 4200 万用户，910 万用户和 3290 万预付费系统的后付费客户。今年，AIS 的手机业务推出了 NEXT G FLEXI SPEED 月套餐，客户可以根据需要自行调整速度，满足想要以自己想要的速度，通过移动设备连续使用互联网的客户的需求，让客户节省更多的钱。而且 AIS 还提供 READY2FLY 服务，这是通过手机使用互联网的附加软件包。在外国时，无需更换 SIM 卡为专注于在国外使用互联网。例如在国外做生意或者出国旅行，让客户提供更多便利。

（二）、高速互联网业务

AIS 于 2015 年开始使用光纤技术以 AISFiber 品牌提供高速家庭互联网服务（Fiber Optic），从手机业务上可用的光纤扩展而来，使 AIS Fiber 可以迅速扩展网络，目前已覆盖全国 57 个府，拥有超过一百万的用户。今年，AIS 重视电竞客户，通过打开双带宽程序包（Dual Bandwidth）或双网络，就像安装 2 条线路一样，即用于家庭中的一般人联网或特别是玩游戏。导致更好的速度和稳定性，因此对电竞客户非常感兴趣。

（三）、数字服务业务

AIS 致力于不断发展数字服务。以新方式赚钱 AIS 的数字服务业务专注于 5 个领域：视频平台，云服务（Cloud Service），并致力于通过与专注于每种服务类型的合作伙伴建立伙伴关系，而成为一家完整的数字生活服务提供商。以及企业数据中心（Data Center），移动金融交易，物联网（Internet of Things），数字营销和中小企业（SME）。在 2020 年，AIS 与贸易伙伴合作推出了各种内容，

[1] 亿旺资讯有限公司数据（n.d.）.AIS 发展过程的报告 Retrieved April 7,2019, From <http://advanc-th.listedcompany.com/milestone.html>.

例如、电影、好莱坞系列(HOOQ)或 Netflix，电视剧，韩国节目(ViU)和篮球播出的电视剧。世界一流的足球，包括以直播和点播视频(Video On-Demand)形式提供的免费电视频道，数字和卫星 频道，客户可以根据需要选择观看。

三、泰国 AIS 移动通信运营商与中国移动的合作

2019年3月29日，AIS公司集团宣布与中国主要移动运营商中国联通进行双边合作，(如图1-4所示)以增强针对国内外用户的服务能力，通过共同扩大泰国和中国之间的网络服务范围它为来自两国的客户提供广泛的服务。包括标准的售后服务为希望连接到中国的网络的企业客户提供服务，并进入中国大市场，它另外还可以为希望连接到泰国网络的中国用户提供支持。这将提高 AIS公司集团的区域服务竞争力，从而更有效地为国内外客户提供服务。在 AIS公司集团与中国联通的合作下，包括国际连通性，数据中心，云，物联网，旅游大数据，移动游戏服务和支付网关等。



图 1-4 AIS 公司集团宣布与中国主要移动运营商中国联通进行双边合作

资料来源：AIS 与中国联通国际公司战略合作备忘录签约仪式

第二节 泰国 AIS 电信公司电话卡营销情况

目前，泰国有大量中国游客来泰国旅游，因此 AIS 已为中国游客发布了旅行者专用 SIM 卡产品，为使中国游客在泰国期间尽享通信便利。AIS 有多种套餐满足游客在泰国期间的通讯需要，还有针对中国游客的优惠，呼叫中国大陆和中国香港的特价话费仅为 1 泰铢/分钟，分为 5 种类型。如下：

1. 49 泰铢的游客 SIM 卡

这是一款中国游客的手机卡，价格为 49 泰铢，可无限速 384 kbps 的互联网访问速度，无限的微信应用程序免费使用 AIS Super Wifi，可以使用 7 天，而 SIM 卡将有余额。国内或国际通话 15 泰铢此金额将到期 30 天，免费拨打 AIS 呼叫中心电话和国际电话，起步价为 1 浴/分钟。（见图 1-5）



图 1-5 IM 游客卡 49 泰铢

资料来源：AIS 游客 SIM 卡的网站



图 1-6 SIM 游客卡 160 泰铢

资料来源：AIS 游客 SIM 卡的网站

2. 160 泰铢的游客 SIM 卡

这是一款中国游客的手机卡，价格为 160 泰铢，最高速度使用 5GB 的互联网。如果用尽了 5GB 的互联网，速度将降至 384 kbps，可以使用无限的社交媒体应用程序，免费使用 AIS Super Wifi，可以使用 5 天，而 SIM 卡将有余额。国内或国际通话 15 泰铢此金额将到期 30 天，免费拨打 AIS 呼叫中心电话和国际电话，起步价为 1 浴/分钟。（见图 1-6）

3. 299 泰铢的游客 SIM 卡

这是一款中国游客的手机卡，价格为 299 泰铢，最高速度使用 15GB 的互联网。如果用尽了 15GB 的互联网，速度将降至 384 kbps，可以使用无限的社交媒体应用程序，免费使用 AIS Super Wifi，可以使用 8 天，而 SIM 卡将有余额。国内或国际通话 15 泰铢此金额将到期 30 天，免费拨打 AIS 呼叫中心电话和国际电话，起步价为 1 浴/分钟。（见图 1-7）



图 1-7 SIM 游客卡 299 泰铢 图 1-8 SIM 游客卡 599 泰铢

资料来源：AIS 游客 SIM 卡的网站

4. 599 泰铢的游客 SIM 卡

这是一款中国游客的手机卡，价格为 599 泰铢，最高速度使用 30GB 的互联网。如果用尽了 30GB 的互联网，速度将降至 384 kbps，可以使用无限的社交媒体应用程序，免费使用 AIS Super Wifi，可以使用 15 天，而 SIM 卡将有余额。国内或国际通话 15 泰铢此金额将到期 30 天，免费拨打 AIS 呼叫中心电话和国际电话，起步价为 1 浴/分钟。（见图 1-8）

5. 联网 SIM 卡 88 泰铢

这是一款中国游客的手机卡，价格为 88 泰铢，可以 1 Mbps 的速度无限使用互联网，免费使用 AIS Super Wifi，可以使用 7 天，但需遵守条款和条件，国内通话 1.5 零钱/秒，如果使用其他服务，价格将不包括 7% 的增值税。（见图 1-9）



图 1-9 SIM 游客卡 88 泰铢

资料来源：AIS 游客 SIM 卡的网站

第三节 开拓中国市场发展的电信服务

由于泰国是旅游国家而且也是外国投资国之一，随着信息数据时代移动网络终端覆盖了各个层次的人民大众，运营商必需提供多种语言，就是为了方便在泰的外国用户。目前，AIS 提供 24 小时客户服务热线，在语言服务方面提供 6 种语言包括泰语、英语、汉语、日语、韩语和缅甸语等。顾客可以通过本运营商的热线电话或客户服务网站对移动网络通讯和服务质量进行反馈并对业务提出意见、建议，询问业务服务和计费等问题。

一、分销渠道和充值渠道

泰国最大的电信运营商 AIS 公司非常重视中国游客前往泰国的旅行手机卡分销渠道。为了方便中国旅游者选购手机卡和吸引中国游客使用本运营商的手机卡，而中国游客还可以享受来自 AIS 合作商家的优惠，出售地方如下：

（一）在机场的 AIS 商店

作为中国游客到达的第一个地方，AIS 设立了 AIS 商店，为旅行者分发 SIM 卡，以方便向中国游客介绍和服务。目前，在泰国主要的国际机场，即素万那普机场和廊曼国际机场都有 AIS 商店。在大多数中国人喜欢旅行的省份的机场中也有 AIS 商店，这是普吉岛机场，机场和苏梅岛机场。



图 1-10 素万那普机场和廊曼机场的 AIS 商店

资料来源：AIS 公司 SIM 卡分销渠道的网站



图 1-11 位于甲米机场普吉岛机场和苏梅岛机场的 AIS 商店

资料来源：AIS 公司 SIM 卡分销渠道的网站

（二）AIS 商店

AIS 公司以来在泰国各地的百货商店中建立了 AIS 商店，如果中国游客不方便在机场购买 SIM 卡或在使用 SIM 卡时遇到的问题可以使用离游客最近的 AIS 商店中的服务。例如、中国游客最喜欢的购物中心 AIS 商店中的服务，即 Siam Paragon, ICON Siam 和 Emquartier 等。



图 1-12 百货商店中 AIS 商店的示例

资料来源：AIS 公司 SIM 卡分销渠道的网站

（三）在全家的 SIM 卡分销和充值渠道（Family Mart）

全家是一家便利店。在泰国有很多分店而且是一家 24 小时营业的便利店，于是分发 SIM 卡以方便更多中国游客的另一种方式。

(四) AIS mPay Rabbit Shop

由于 AIS mPay Rabbit Shop 也就是 AIS 商店，位于天铁站的主要站点，即胜利纪念碑，Phaya Thai 站，Siam 站，Sala Daeng 站和 Chong Nonsi 站。这是另一个 SIM 卡分发渠道，为了方便乘坐 BTS 的中国游客。



图 1-13 AIS mPay Rabbit Shop 的图片

资料来源：AIS 公司 SIM 卡分销渠道的网站

AIS 还关注中国游客的 SIM 卡充值渠道。第一种方法是，中国游客可以在 AIS 商店或 AIS 合作伙伴商店中购买预付卡，第二种方法是扫描微信支付以充值 SIM 卡，因为中国游客通常使用微信。对于中国游客来说，这是最方便的充值方式。



图 1-14 预付卡向旅行 SIM 卡添加资金的过程

资料来源：AIS 公司 SIM 卡充值渠道的网站



图 1-15 微信应用程序向旅行 SIM 卡中添加资金的过程

资料来源：AIS 公司 SIM 卡充值渠道的网站

二、促销活动

AIS 举办促销活动，以促进针对中国游客的 SIM 卡销售，当以 160、299、599 的价格购买旅行 SIM 卡时，中国游客可以享受来自 AIS 合作商家的优惠，而且将有特权购买 AIS 与合作伙伴合作的产品或服务，如下：

（一）曼谷海洋生物馆

这是一个地下水族馆，在暹罗百丽宫百货公司。中国游客喜欢参观，通过可享受地下水族馆门票 35% 的折扣。（见图 1-16）



图 1-16 参观 SEA LiFE Bangkok 的信息 图 1-17 访问杜莎夫人蜡像馆特权信息

资料来源：AIS 特权信息的网站

（二）杜莎夫人蜡像馆

这是一家蜡像馆拥有众多知名人物的独家制作权, 如、中西名人、明星艺人、运动家、历史人物等, 中国游客可享受进入蜡像馆的门票 35% 的折扣。(见图 1-17)

（三）“Bellugg” 服务

这是一种服务从机场到游客酒店的行李运送服务, 使用贝勒格 (Bellugg) 运送 1 件行李时, 中国游客可免费从酒店到机场再增加一件行李。(见图 1-18)



图 1-18 运送 Bellugg 行李的信息

资料来源: AIS 特权信息的网站

（四）“Let's Relax 和 Stretch me” 服务

通过按摩服务有两种类型, 分别是水疗按摩和放松按摩服务, 中国游客非常喜欢泰国的按摩。中国游客通过可享受 15% 的折扣。(见图 1-19)



图 1-19 使用 Let's Relax 按摩和和 Stretch me 按摩服务的信息

资料来源: AIS 特权信息的网站

(五) Beauty buffet 和 Beauty cottage 商店

这是一家化妆品店，是中国人更喜欢回国购买的产品，中国游客在购买超过 600 泰铢的商品时将享受 10% 的折扣，而在购买超过 800 泰铢的商品时将获得 15% 的折扣。（见图 1-20）



图 1-20 Beauty buffet 和 Beauty cottage 商店特权的信息

资料来源：AIS 特权信息的网站

(六) Auntie Ann 和 Mister Donut 商店

这是一家饼店在机场和百货商店。在 Auntie Ann 商店中，中国游客将有特权以 99 泰铢的特价购买一套饼甜点，原价为 139-149 泰铢。在 Mister Donut 商店中，中国游客将有特权以 100 泰铢的特价从原价 133 泰铢购买 7 个甜甜圈。（见图 1-21）



图 1-21 购买 Auntie Ann 商店和 Mister Donut 商店的信息

资料来源：AIS 特权信息的网站

第二章 泰国 AIS 公司的汉语服务情况问卷调查

第一节 AIS 电信公司的汉语服务

一、汉语服务人员的基本情况调查

根据访谈跟营销主管秘书关于 AIS 的汉语服务人员发现，目前公司有两名汉语服务人员，她们俩都在汉语接线人员工作(Call Center)，而在国际机场或百货公司的 AIS 商店服务人员发现他们的服务主要是英语服务。通过接线人员的职位描述是中国游客的信息提供者、提供 AIS 产品信息、促销和套餐详情的服务，并通知游客将获得的特权，以及负责为帮助中国游客在泰国使用 SIM 卡时解决问题。所有这些都是提供汉语服务。例如、如果中国游客在使用 AIS 电话卡时遇到问题，可以免费联系 1175，包括如果中国游客在商场或机场的 AIS 商店沟通时遇到问题，AIS 商店将连接到这两个接线人员为服务中国游客等。除了汉语服务人员以外，调查的主题还包括 AIS 移动通讯的中文网站，推销和中文广告宣传服务。在调查中了解到 AIS 有两位汉语服务人员，基本情况如下：

表 2-1 AIS 移动通讯汉语服务人员的基本情况

| 汉语服务人员基本情况 | | | | | | | |
|------------|----|-------|----|----|--------|-----|-------|
| 人数 | 性别 | 年龄 | 国籍 | 学历 | 学习中文时间 | HSK | 工作年限 |
| 1 | 女 | 20-30 | 泰国 | 本科 | 4-6 年 | 5 级 | 3-5 年 |
| 2 | 女 | 20-30 | 泰国 | 本科 | 4-6 年 | 6 级 | 3-5 年 |

二、汉语水平情况

本次研究对 AIS 汉语服务人员的中文情况进行了调查，包括听说读写能力，学习汉语的时间，汉语水平考试（HSK），以及汉语能力的满意度情况。

表 2-2 AIS 汉语服务人员的中文水平情况

| 汉语服务人员的中文水平情况 | | | | | | |
|---------------|--------|-----|----|---|----|----|
| 人数 | 学习中文时间 | HSK | 听力 | 说 | 读 | 写 |
| 1 | 4-6 年 | 4 级 | 90 | - | 80 | 80 |
| 2 | 4-6 年 | 5 级 | 70 | - | 80 | 70 |

通过汉语服务人员的汉语水平问卷调查，一个汉语服务人员学习中文大约4-6年，曾通过汉语水平 HSK 五级考试。另一个汉语服务人员学习中文也有6年了，曾通过汉语水平 HSK 四级考试。

从根据 HSK4 成绩问卷调查，在听力方面得分为90分，非常好。在阅读和写作方面得分为80分，比较好。在说话方面她没有参考过。

从根据 HSK5 成绩问卷调查，在听力方面得分为70分，比较好。在阅读方面得分为80分，比较好。在写作方面得分为80分，比较好。而在说话方面她没有参考过。

三、汉语服务人员工作情况调查

根据对这2个人汉语服务人员的工作问卷调查，发现遇到的问题如下：从图2-1中可知，A汉语服务人员遇到的问题是游客讲得太快，听不清楚和难以理解而选择解决的办法是使用程序来帮助翻译交流中的语言。



图 2-1 A 汉语服务人员遇到的问题和解决的办法

从图2-2中可知，B汉语服务人员遇到的问题是不能讲长中文的句子必须说一个字一个字，另一个问题是她的口音不太清晰使游客沟通偏差，最后的问题是服务人员还没有足够的电信术语知识。她解决问题的办法是还在坚持使用中文交流，如果真的无法使用中文交流的话就将换使用英语交流或使用翻译程序来帮助沟通。



图 2-2 B 汉语服务人员遇到的问题和解决的办法

第二节 AIS 电信公司营销管理情况调查

一、向中国游客推销电话卡

根据 AIS 对中国游客 SIM 卡销售渠道和促销的调查。目前 AIS 电信公司已经通过中文网站电子商务和社交媒体为中国游客扩展了分销渠道和 SIM 卡促销。这将为中国游客带来极大的便利，因为中国游客可以轻松访问产品信息。网站开设了询问和回相关产品、付款和交付等问题的渠道。AIS 移动通讯公司扩大了对中国游客 SIM 卡的分销渠道，建立了中国电子商务网站和与中国游客沟通的中国社交媒体。AIS 的线上服务项目如下：

（一）淘宝

淘宝是中国人购买商品的热门网站，因此 AIS 移动通讯公司选择淘宝向中国游客推销 SIM 卡。图 2-3 显示了应用程序淘宝上的 AIS 官方商店页面，其中包含中国游客的 SIM 卡和套餐的信息，以及中国游客购买 SIM 卡时可获得的各种优惠等。

（二）微信

微信是另一种社交媒体，基本功能有支持发送语音短信、视频、图片和文字，是一种聊天软件，类似于 LINE 和 Facebook，可以共享和发布。微信是中国人最常使用的信息交流软件。根据《2019 微信数据报告》，微信使用人数达 11.5 亿，晚上 21:00（中国时间）用微信的人最多^[1]。为此 AIS 公司使用微信作为宣传 SIM 卡与中国游客互动。

[1] 中国产业信息：2019 年中国网民微信月活跃用户数，
<https://www.chyxx.com/industry/202002/836124.html>



图 2-3 在微信上中国游客 SIM 卡注册的信息

资料来源：在微信应用中的 AIS 商店

AIS 在微信上开通了充值话费或互联网费的其他渠道。如果游客已购买了 AIS 的套餐，电话费或互联网费完了，可以在应用程序的微信上充值，通过微信立即支付。AIS 还在微信中为中国游客注册 SIM 卡的信息，方便中国游客自己激活 SIM 卡。



图 2-4 在微博网站上的 AIS 官方页面

资料来源：在微博网站中的 AIS 商店

(三) 微博

使用微博是 AIS 的另一个营销策略。由于微博是一种社交媒体像微信一样，以中国人非常喜欢使用的。AIS 移动通讯公司也通过微博向中国游客推销 SIM 和发布广告。AIS 移动通讯公司在微博上有一个官方页面，以宣传有关泰国 AIS 网络的数字营销。

二、AIS 公司汉语服务服务人员培训情况

根据对 AIS 的汉语服务人员培训调查，公司并没有对汉语服务人员提供中文培训。在问卷调查中，AIS 汉语服务人员认为公司应该免费提供电信业务的汉语培训，如在专业词汇使用方面以提高汉语服务的质量。AIS 的汉语服务人员表示有兴趣参加汉语口语、听力、阅读和写作方面的培训课程，以及需要增强汉语业务沟通能力、增加商业术语词汇和中国文化方面的知识。

三、AIS 公司的网站服务

AIS 公司的中文网站上为中国游客提供了有关电话卡的信息，上网后可以选择英语，俄语和中文。如果选择中文，则所有信息都显示中文。在中文网站的内容中包含关于互联网速度的信息、套餐价格、优惠、SIM 卡注册方法和微信充值法等。



图 2-5 在泰国 AIS 移动通讯的网站

资料来源：AIS 公司的中文网站 <https://www.ais.co.th/travellersim/cn/>

在 AIS 网站上显示各种服务费。例如电话费、网上费、发短信和回国电话等，以及在网站页面上还显示泰国的紧急电话号码，以便在紧急情况时通知中国游客。网站上还有简短的泰语词汇，帮助来泰国中国游客使用。

四、AIS 公司的中文广告宣传情况

AIS 的中文网页在微博上有一个视频是 AIS 移动通讯公司的音乐广告。该广告说明 AIS 移动通讯公司已开通了 5G 服务。视频中显示中文字幕，方便中国客户了解广告的内容。



图 2-6 在微博中音乐广告的中文字幕

资料来源：在微博应用中的 AIS 商店

此外 AIS 移动通讯公司在微博上还刊登了一个简短的中文广告，以向中国游客宣传 SIM 卡类型。展示方法将通过强调泰国独特性或泰国旅游景点，例如、泰国的寺庙、泰国大海和泰国甜点等。



图 2-7 微博上的中文促销广告

资料来源：在微博应用中的 AIS 商店

第三节 中国旅客对 AIS 电话卡服务满意度调查

一、中国旅客的基本情况

1. 中国游客的性别

这次问卷调查用 70 人的中国游客代表性样本。从问卷调查的 70 人的代表性样本，中国游客男生 39 人，占 56%、女生 31 人，占 44%。

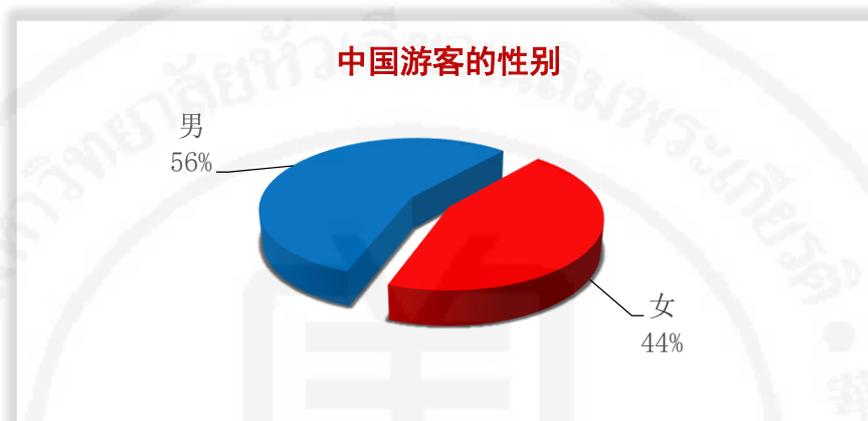


图 2-8 中国游客的性别

2. 中国游客的年龄

在年龄方面可以分析如下：年龄 20 岁以下共有 3 人，占总样本的 4%、年龄 20-29 岁共有 25 人，占总样本的 36%、年龄 30-39 岁有 33 人，占总样本的 47%、年龄 40-49 岁有 5 人占总样本的 7%，年龄 50 岁以上的有 4 人，占总样本的 6%。

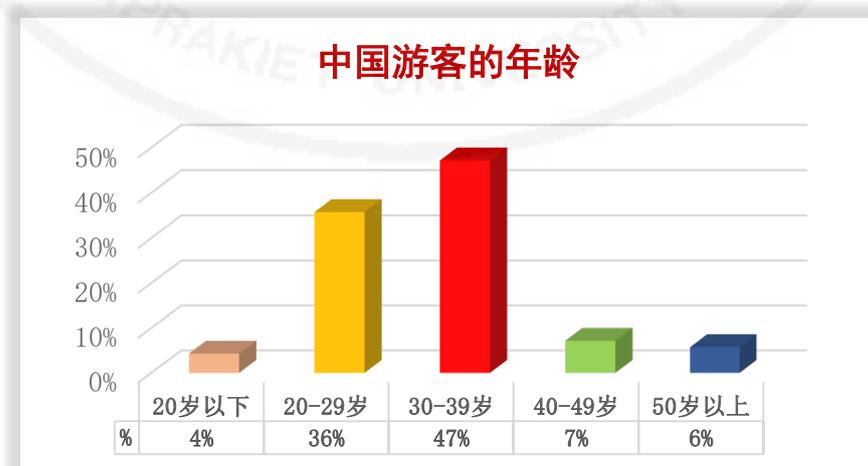


图 2-9 中国游客的年龄

3. 中国游客人数

本次样本调查中，大部分中国大陆游客有 30 人，占 43%，台湾地区 8 人，占 11%。香港和澳门 共 3 人，占 5%。其次是来自马来西亚和新加坡游客 29 人，占 41%。

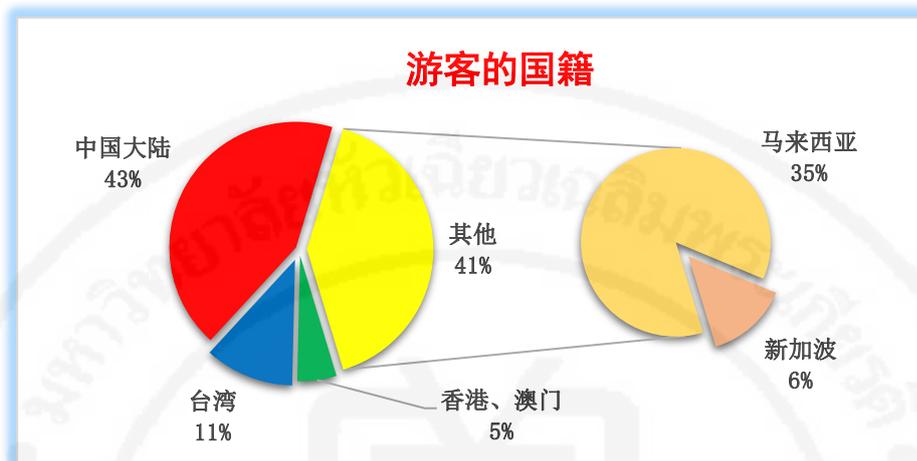


图 2-10 中国游客人数

4. 中国游客的教育程度

本调查大部分代表性样本的教育程度是本科 42 人，占 60%，其次硕士 20 人，占 29%、中学 4 人，占 6%、博士 3 人，占 4%、其他(大专) 1 人，占 1%。

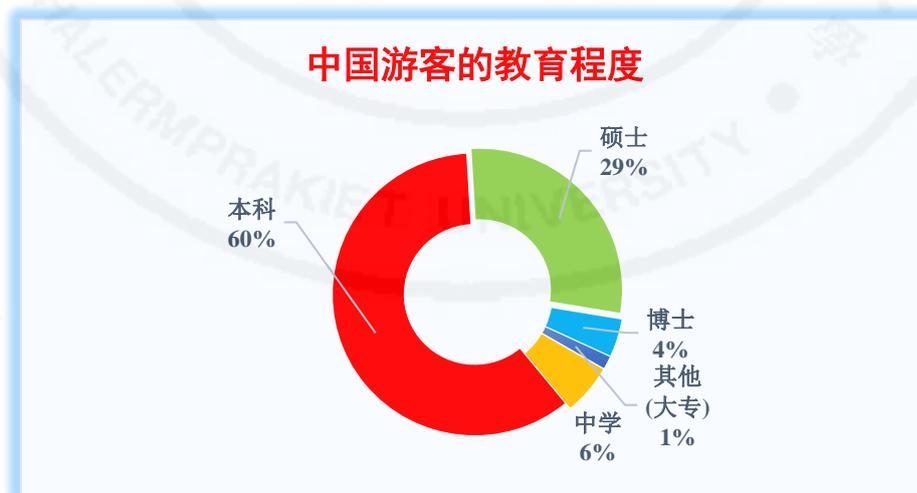


图 2-11 中国游客的教育程度

5. 中国游客的职业

在问卷调查中，公司职员 33 人，占 47%、商人和贸易 15 人，占 22%、学生 12 人，占 17%、其他(家庭主妇、地产经纪、保险代理员、采购者、教师)都 5 人，占 7%、公务员 4 人，占 6%、退休 1 人，占 1%。

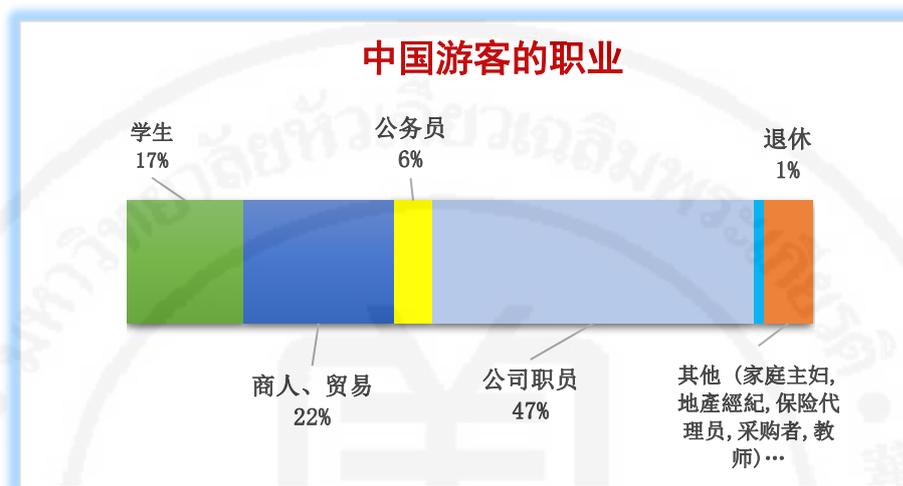


图 2-12 中国游客的职业

二、中国游客来泰国旅游情况

1. 来泰国目的

根据问卷调查，入境泰国的大多数游客以旅游目的为主，占 53%。其次是为了工作，占 32%、学习，占 14%和医疗，占 1%。

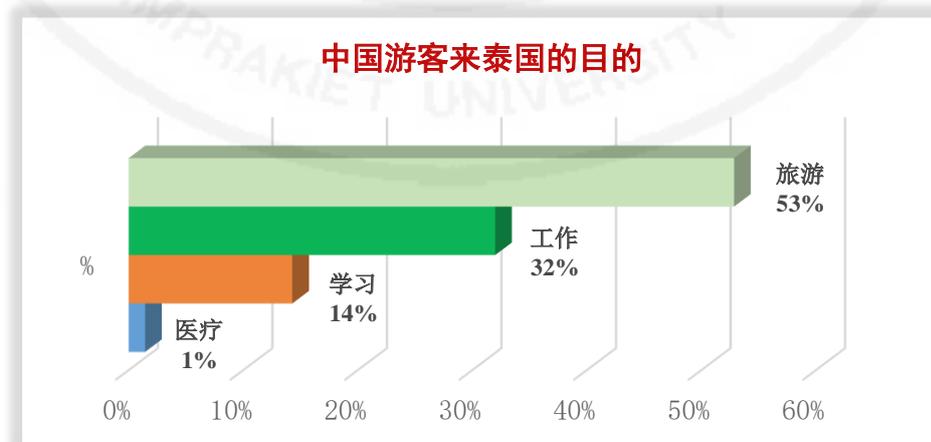


图 2-13 中国游客来泰国目的

2. 来泰国的次数和旅游天数

在来泰国次数中，多数中国游客来泰国 1-3 次，占 44%。来泰国 4-6 的占 16%，6 次以上和住在泰国的各占 20%（见图 2-14）。

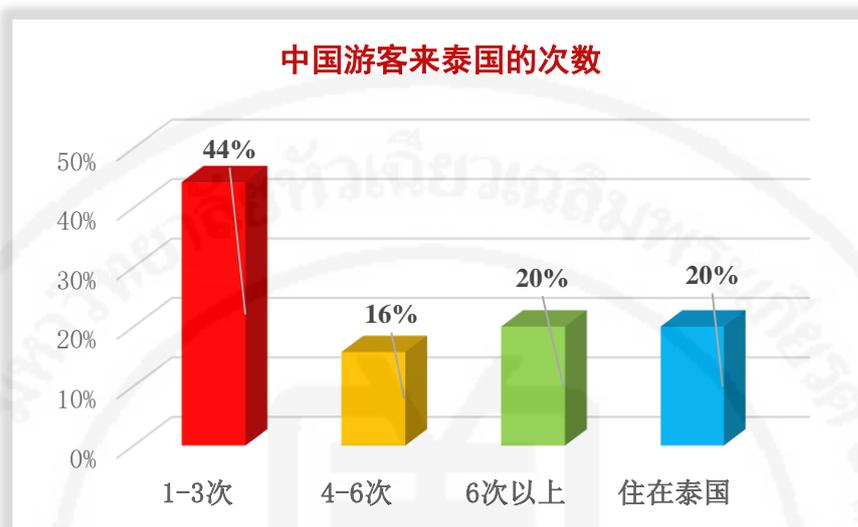


图 2-14 中国游客来泰国的次数

调查数据显示多数游客在泰国 1-7 天，占 44%，其次是住在长时间 1 年以上和住在泰国旅游 7-30 天（见图 2-15）。

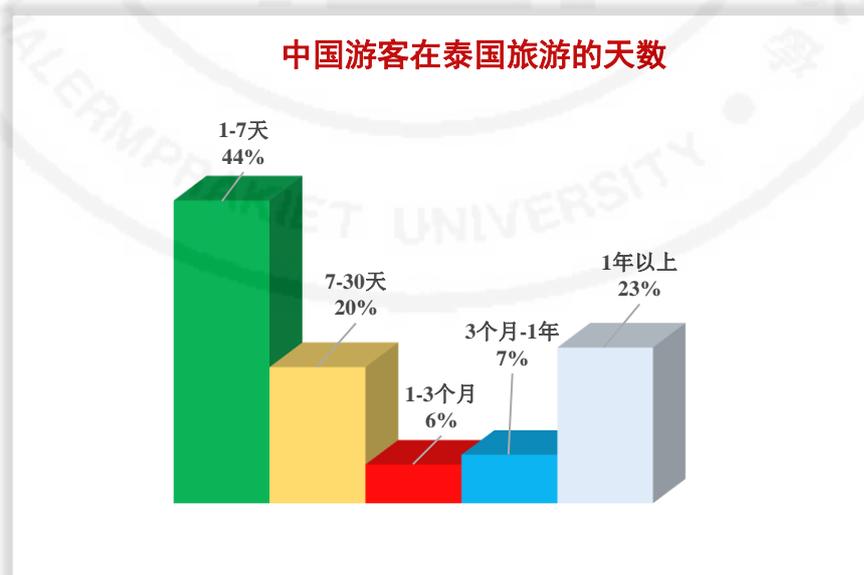


图 2-15 中国游客在泰国旅游的天数

3. 使用沟通的语言

在语言沟通方面，中国游客大多数以英语为主，占 66%。其次使用汉语和泰语。根据问卷调查的数据，大部分中国游客不会说泰语，有的会说一点泰语，少数人说得比较流利，因为他们是在泰国长住的工作人员和在泰国留学的中国学生。

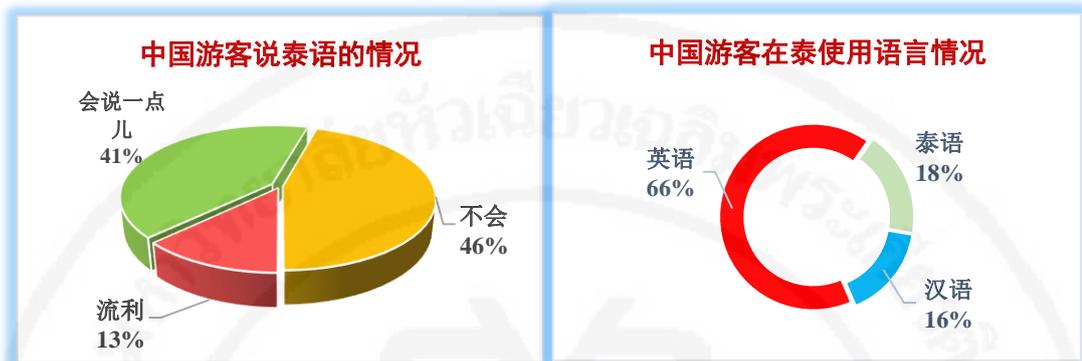


图 2-16 中国游客说泰语的情况 图 2-17 中国游客在泰使用语言的情况

三、中国游客在泰国使用移动通信服务情况

通过问卷调查，中国游客来泰国选择购买 Sim 卡的占 74%，使用泰国本地 Wifi 的占 22%，用中国移动通讯国际漫游的占 4%。

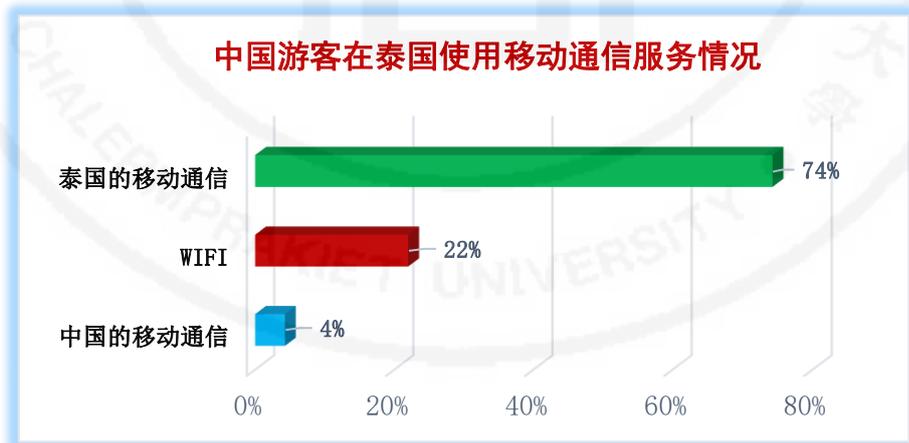


图 2-18 中国游客在泰国使用移动网络的情况

在泰国的三大电信运营商中，中国游客使用 AIS 的人最多。AIS 移动通讯公司在中国游客的份额排名第一，占 40%，DTAC 排名第二，占 26%，TRUE 排名第三，占 20%。没有用泰国电信的中国游客占 14%。从调查得知，中国游客选择

AIS 电话卡的主要原因是套餐价格合理，网路覆盖广，质量不错，再加上 AIS 的大力推销和朋友的介绍。

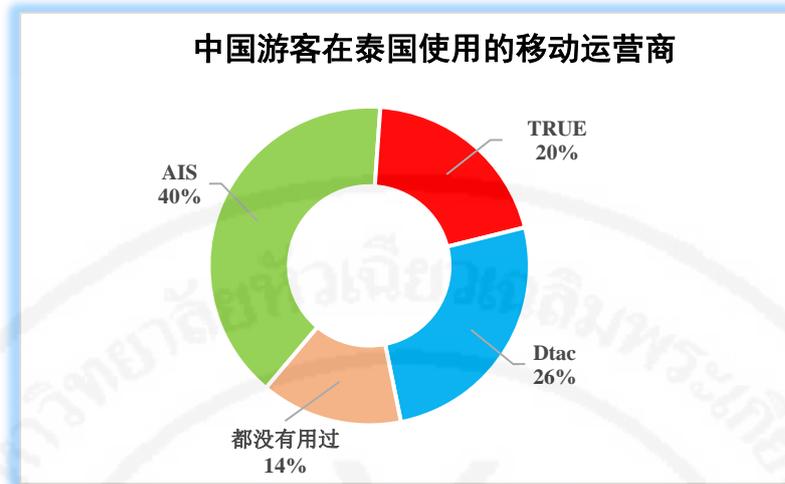


图 2-19 中国游客使用泰国移动运营商的情况

通过调查可知，中国游客之所以选择购买 AIS 的电话卡套餐，有 57% 的人认为 AIS 电话卡套餐的价格合理，30% 的人是由于朋友的介绍；34% 的人认为网络质量好覆盖广；33% 的人认为购买方便；19% 的人认为公司的品牌好；只有 3% 的中国游客没有选择购买 AIS 的电话卡（见表 2-3）。

表 2-3 中国游客使用移动运营商 SIM 卡的原因

| 中国游客使用移动运营商 SIM 卡的原因 | | | | | |
|----------------------|-------|-------|--------|------|-----|
| SIM 卡套餐价格合理 | 由朋友介绍 | 公司品牌好 | 网路覆盖质量 | 容易买到 | 没用过 |
| 57% | 30% | 19% | 34% | 33% | 3% |

四、中国旅客购买电话卡的满意情况

1. 中国游客获取 AIS 电话卡的渠道

本次研究调查了 28 名中国游客获取 AIS 电话卡信息和销售的渠道。从调查中得知，中国游客获取信息和销售渠道有五个方面：第一是朋友介绍，占 61%；第二是 AIS 商店，占 46%；第三是互联网，占 32%；第四是电视媒体，占 14%；第五是广告宣传单，占 7%。表 2-4 反映了中国游客获取 AIS 移动电话卡信息的促销服务的渠道情况。

表 2-4 中国游客渠道认知泰国的 AIS 移动通讯

| 中国游客渠道认知泰国的 AIS 移动通讯 | | | | |
|----------------------|------|-----|--------|------|
| 互联网 | 电视媒体 | 宣传单 | AIS 商店 | 朋友介绍 |
| 32% | 14% | 7% | 46% | 61% |

2. 中国游客购买电话卡的地点

中国游客购买 AIS 电话卡的主要地点是机场的销售点，占 50%。泰国国籍机场是泰国三大电信运营商主要竞争中国游客的地点，也是在第一时间向中国游客促销的地方。中国游客购买 AIS 电话卡的其它地点依次是 AIS 移动的实体店，占 25%；Family Mart 便利店，占 10%；Taobao、网上平台、朋友转卖和旅行社各占 15%。

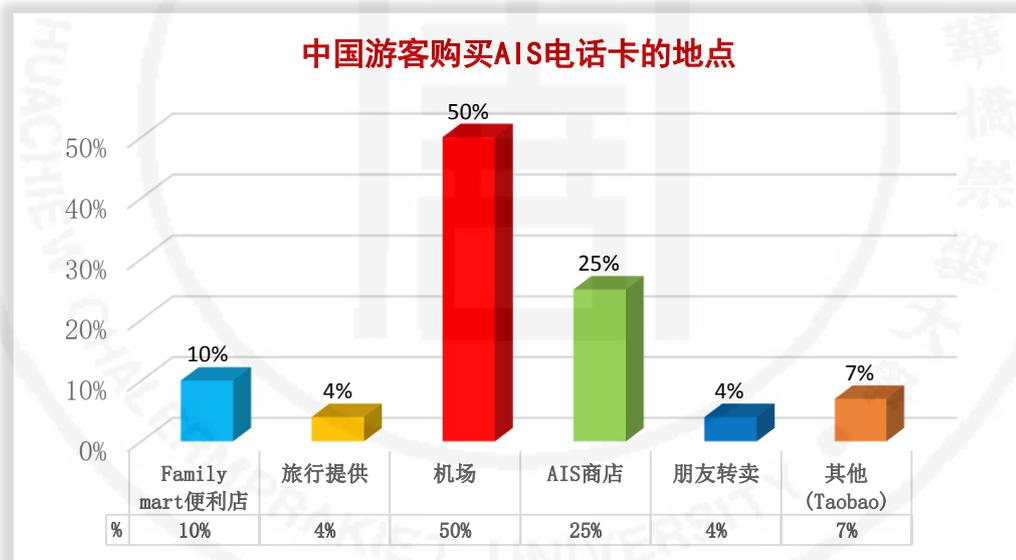


图 2-20 中国游客购买 AIS 电话卡的地点

3. 对购买电话卡的满意度情况

从调查结果可知，中国游客对泰国移动电话卡服务总体上是比较满意的，占 75%。以为服务很满意的占 21%，表示服务一般的占 4%。

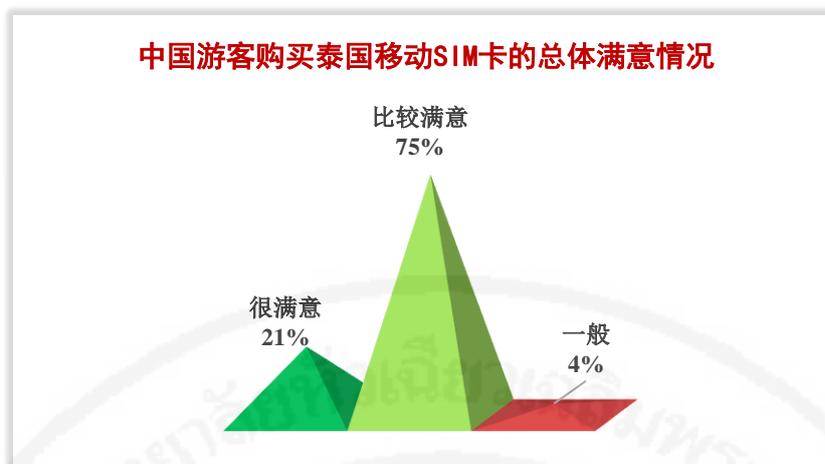


图 2-21 使用 Sim 卡服务的总体满意情况

在电话卡服务方面，大多数中国游客首先考虑的是移动套餐的价格资费，占受访者的 61%；其次是考虑移动套餐的内容与条件的占 50%；然后是考虑购买时语言沟通问题的占 43%。另外，不知道运营商服务渠道的占 36%；不知如何使用的占 11%，考虑信号强度方面的占 4%。

表 2-5 购买和使用 SIM 卡考虑的问题

| 购买和使用 SIM 卡考虑的问题 | | | | | |
|------------------|------------|----------|-------------|-----------|----------|
| 移动套餐的价格资费 | 移动套餐的内容与条件 | 担心语言沟通问题 | 不知道运营商服务的渠道 | 不知如何使用的方法 | 其他(信号强度) |
| 61% | 50% | 43% | 36% | 11% | 4% |

本次调查了 28 名使用 AIS 电话卡的中国游客。根据问卷调查,把中国游客对 AIS 移动通讯服务的总体满意情况进行统计分析，分五个等级，用平均值 mean (\bar{X}) 表示总体的一般水平。

本次对满意度评估的标准是：

- 1.00 - 1.49 = 很不满意
- 1.50 - 2.49 = 不太满意
- 2.50 - 3.49 = 一般
- 3.50 - 4.49 = 比较满意
- 4.50 - 5.00 = 很满意

表 2-6 中国游客对 AIS 移动电话卡总体满意度情况

| 中国游客对 AIS 移动电话卡总体满意度情况 | | | | | | | |
|------------------------|---------------|----------------|----------------|--------------|------|------|------|
| 内容 | 很满意 | 比较满意 | 一般 | 不太满意 | 很不满意 | 平均值 | 满意度 |
| 提供多样套餐，方便多种需求 | 4 (14.29%) | 19 (67.85%) | 5 (17.86%) | - | - | 3.96 | 比较满意 |
| 网路速度，网路稳定性(4G, 5G) | 3 (10.71%) | 21 (75%) | 4 (14.29%) | - | - | 3.96 | 比较满意 |
| 通信覆盖范围 | 5 (17.86%) | 20 (71.43%) | 3 (10.71%) | - | - | 4.07 | 比较满意 |
| 套餐价格合理 | 1 (3.57%) | 21 (75%) | 6 (21.43%) | - | - | 3.82 | 比较满意 |
| AIS 移动提供的服务便捷，方式多 | 7 (25%) | 17 (60.71%) | 4 (14.29%) | - | - | 4.11 | 比较满意 |
| 售后服务 | 3 (10.71%) | 14 (50%) | 11 (39.29%) | - | - | 3.71 | 比较满意 |
| 咨询服务 | 6 (21.43%) | 12 (42.86%) | 9 (32.14%) | 1 (3.57%) | - | 3.82 | 比较满意 |
| 对问题的解决 | 3 (10.71%) | 17 (60.71%) | 8 (28.58%) | - | - | 3.82 | 比较满意 |
| AIS 移动产品 推销 | 4 (14.29%) | 15 (53.57%) | 9 (32.14%) | - | - | 3.82 | 比较满意 |
| AIS 的汉语服务 | 3 (10.71%) | 12 (42.86%) | 11 (39.29%) | 2 (7.14%) | - | 3.57 | 比较满意 |

4. 对移动通信满意度情况

包括网路速度，网路稳定性(4G, 5G)、通信覆盖范围，总体满意度是：比较满意。

5. 对套餐价格和条件的满意度情况

包括提供多样套餐，方便多种需求、套餐价格合理，总体满意度是：比较满意。

6. 对推销产品与服务渠道的满意度情况

包括 AIS 移动提供的服务便捷，方式多、售后服务、咨询服务、对问题的解决、AIS 移动的产品推销和 AIS 的汉语服务，总体满意度是：比较满意。

五、中国游客对汉语服务的满意度

本次调查了 28 名使用 AIS 电话卡的中国游客。根据问卷调查,把中国游客对 AIS 移动通讯汉语服务的总体满意度的情况进行统计分析,分五个等级,用平均值 $\text{mean}(\bar{X})$ 表示总体的一般水平。

本次对满意度评估的标准是:

非常好: 4.50 - 5.00 比较好: 3.50 - 4.49 一般: 2.50 - 3.49
很不好: 1.00 - 1.49 不太好: 1.50 - 2.49

表 2-7 中国游客对 AIS 移动通讯汉语服务总体满意度情况

| 中国游客对 AIS 移动通讯汉语服务总体满意度情况 | | | | | | | |
|---------------------------|---------------|----------------|----------------|---------------|-----|------|-----|
| 内容 | 非常好 | 比较好 | 一般 | 不太好 | 很不好 | 平均值 | 满意度 |
| 1. 在提供产品的中文广告方面 | 3 (10.71%) | 12 (42.86%) | 10 (35.72%) | 3 (10.71%) | - | 3.54 | 比较好 |
| 2. 在电信产品的中文介绍方面 | 3 (10.71%) | 13 (46.43%) | 10 (35.72%) | 2 (7.14%) | - | 3.61 | 比较好 |
| 3. 在提供中文的准确性方面 | 4 (14.29%) | 11 (39.29%) | 11 (39.29%) | 2 (7.14%) | - | 3.61 | 比较好 |
| 4. 在提供的中文语言服务方面 | 3 (10.71%) | 14 (50%) | 8 (28.58%) | 3 (10.71%) | - | 3.61 | 比较好 |
| 5. 在提供的中文网站方面 | 4 (14.29%) | 13 (46.43%) | 9 (32.14%) | 2 (7.14%) | - | 3.68 | 比较好 |
| 6. 在中文咨询服务方面 | 5 (17.86%) | 11 (39.29%) | 9 (32.14%) | 3 (10.71%) | - | 3.64 | 比较好 |
| 7. 销售人员的汉语服务方面 | 4 (14.29%) | 11 (39.29%) | 10 (35.72%) | 3 (10.71%) | - | 3.57 | 比较好 |

1. 在提供产品的中文广告方面: 从调查结果显示, 以为比较好的占 43%, 一般的占 36%, 总体满意度是比较好。

2. 在电信产品的中文介绍方面: 从调查结果显示, 以为比较好的占 46%, 一般的占 36%, 总体满意度是比较好。

3. 在提供中文的准确性方面: 从调查结果显示, 以为比较好和一般的都占 39%, 总体满意度是比较好。

4. 在提供的中文语言服务方面: 从调查结果显示, 以为比较好的占 50%, 一般的占 29%, 总体满意度是比较好。

5. 在提供的中文网站方面: 从调查结果显示, 以为比较好的占 46%, 一般的占 32%, 总体满意度是比较好。

6. 在中文咨询服务方面：从调查结果显示，以为比较好的占 39%，一般的占 32%，总体满意度是比较好。

7. 销售人员的汉语服务方面：从调查结果显示，以为比较好的占 39%，一般的 36%，总体满意度是比较好。

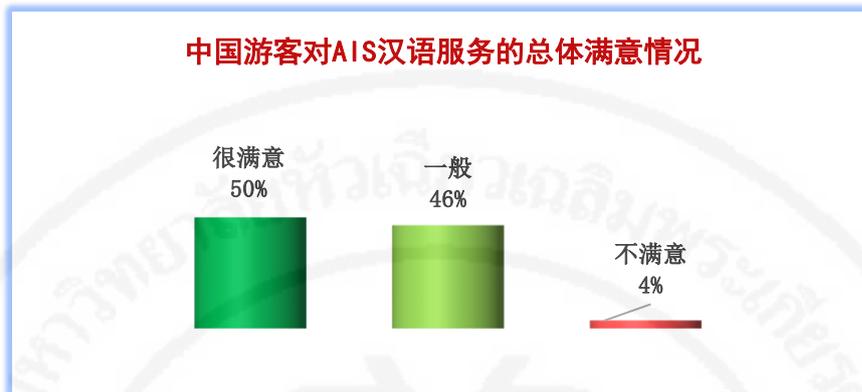


图 2-22 中国游客对 AIS 汉语服务的总体满意情况

从图 2-27 显示，中国游客对 AIS 汉语服务的总体满意度情况上是很满意的，占受访者的 50%。其次依次以为服务一般的占 46%，对服务不满意的占 4%。

六、中国游客希望改善和增加的服务

调查了 AIS 移动需要哪方面加强汉语服务和提供汉语服务渠道。调查结果显示（见表 2-8）：

表 2-8 中国游客希望 AIS 改善和增加的服务

| 中国游客希望 AIS 改善和增加的服务 | | 百分比 |
|---------------------|-------------|-----|
| 1 | 中文网站服务 | 79% |
| 2 | 汉语服务人员的沟通能力 | 75% |
| 3 | 套餐价格 | 61% |
| 4 | 汉语短信服务 | 57% |
| 5 | 网速 | 54% |
| 6 | 中文网站 | 54% |
| 7 | 扩大汉语服务信息和渠道 | 50% |
| 8 | 汉语服务 | 46% |
| 9 | 信号强度 | 36% |
| 10 | 增加销售地点 | 29% |
| 11 | APP | 29% |
| 12 | 中文广告 | 29% |
| 13 | 推销方式 | 18% |
| 14 | 电信覆盖 | 18% |

在被调查的 28 名游客中以为最需要改进的是中文网站服务，占受访者的 79%，以为需要提供汉语服务人员沟通能力的占 75%，认为要改进汉语短信服务的占 57%，需要扩大汉语服务信息和渠道的占 50% 。

调查还显示：占 61%的受访者认为 AIS 最需要的是改善套餐价格。有 54%的游客以为需要提高网速和改进中文网站，46%的游客以为需要增加汉语服务，36%的游客以为应该加强手机信号强度。有 29%的受访者认为 AIS 需要增加服务渠道、APP 和中文广告，有 18%的受访者认为在推销方式和电信覆盖方面需要改进。



第三章 对调查结果的评估和改进的建议

第一节 对 AIS 的营销与汉语服务的 SWOT 分析

一、优势分析 (STRENGTH)

1. 公司的信誉的优势

AIS 移动通讯公司是泰国排名第一的知名电信公司。2020 年第二季度市场份额最高，达到 44.46%，在泰国拥有最多的用户。目前 AIS 公司成功拍卖了支持 5G 技术的频谱。AIS 移动通讯公司拥有最多的频谱持有量，即 1450 MHz。而 True 公司 频谱拥有 1020MHz，Dtac 公司频谱拥有 330MHz。在频谱拍卖中，竞标频谱的公司拥有更高的持股比例。首先是公司财务状况良好。其次，频谱数量越多用户越可靠。竞标频谱的公司可在用户之间建立更多的信誉，增加信号强度和互联网速度。增加市场的竞争力。

2. 销售策略和推销渠道的优势

在销售和分销渠道方面，除了机场，购物中心和公司的主要网站外，AIS 移动通讯公司还拥有各种 SIM 卡发行渠道和对中国游客的服务。例如设置了 BTS 站上的服务店，家庭便利店 (Family) 和微信等。

在促销和特权方面，AIS 移动通讯公司的市场部计划制定战略，价格和 SIM 卡套餐内容，以满足中国游客的需求。AIS 移动通讯公司还向中国游客提供了一些促销和优惠，并向中国游客返利。例如对旅行地方门票的折扣，提供行李运送服务以及给以各种商品优惠等。

3. AIS 移动通讯公司和中国联通合作的优势

AIS 已与中国主要的电信运营商中国联通合作，扩大泰国与中国之间的网络服务，为中泰两国的客户提供相同的标准化服务，包括标准化的售后服务和多种类型的服务。AIS 移动通讯公司还为想要连接到泰国网络的中国用户提供支持。这将吸引两家公司的客户群选择共享服务。

二、劣势分析 (WEAKNESS)

1. 在销售和服务方面的限制

在分销渠道方面，AIS 移动通讯公司受到一些限制，即该公司无法在 7-11 便利店出售 SIM 卡，也无法提供其他相关的服务。比如充费、支付电话费和互联网账单等。在泰国 7-11 便利店的数量最多，如果能通过 7-11 营销电话卡，非常有利于 AIS 的营销和服务。

2. 汉语沟通能力差

目前，AIS 的汉语服务人员很少，她们主要是负责汉语服务接线工作。在 AIS 专卖店中，包括机场的零售销售店，都没有会说汉语的服务人员。销售店的人员使用一些英语与中国客户交流。如果遇到中国游客需要中文服务时，店员就会与接线人员联系，请接线员帮助。当遇中国游客多时，就会导致服务延迟，影响销售和服务质量。中国游客就会转向其他电信服务公司购买电话卡。

三、机会分析 (OPPORTUNITY)

1. 5G 拍卖的商机

泰国国家广播和通信委员会 (National Broadcasting and Telecommunications Commission (NBTC) 于 2020 年 2 月 16 日举行了 5G 服务频谱拍卖，AIS 移动通讯公司总共竞标到 23 个 5G 技术许可，这使 AIS 移动通讯公司成为拥有最多频谱的移动电讯公司，达到了国际标准。这使 AIS 可以在低频 700 MHz，中频 2600 MHz 和高频 26 GHz 向 5G 用户提供全面的服务，这对 AIS 来说是一个商机。因为 AIS 移动通讯公司的 5G 网络技术能够支持比以前多 30 倍的容量，包括能将速度提高到 24 倍，而且使用数据传输的时间却比以前减少了 10 倍。这样就使 AIS 移动通讯公司能够更有效地提供 5G 网络技术服务，增强了 AIS 竞争力，促进泰国进入数字时代，也有助于进一步提高 4G 的服务质量。

2. 新冠疫情促进网络服务的发展

目前全球发生了新冠病毒的疫情，泰国也受到疫情的威胁，泰国政府制定了鼓励人们在家工作的政策，使得很多人在家上网工作。这就要求移动通信公司提供高速畅通的互联网和网络视频服务。例如视频会议、电子商务、网上直销和网课 APP 等。这也为 AIS 移动通讯公司提供高速互联网的机会，由此可增加市场份额和扩大新客户。

四、挑战分析（THREAT）

1. 全球疫情导致对外 SIM 卡销售受挫

由于新冠病毒（COVID-19）爆发，泰国旅游业受到重大打击，作为泰国游客的主要客源中国游客数量大大减少，导致全球旅游业的停滞。外国人或游客暂时无法来泰经商和旅游，不仅严重打击了泰国的旅游业，也严重影响了 AIS 对外销售 SIM 卡的服务，使其在对外移动服务方面的利润受到严重打击，电话卡销售和使用费的数量大为减少。如何在疫情期间做好对外 SIM 卡的销售和服务，减少公司的损失是 AIS 所面对的新的挑战。

2. 消费者行为的变化

由于网络技术和各种服务软件的快速发展，改变了消费者的行为和爱好。电信公司必须适应形势的发展，调整服务的方式。例如客户以前须在商店购买充值卡才能充值，目前客户可以通过用手机上网，在线上充值。还有以前客户想看电影，不是去电影院，就是去商店租碟片来看。如今只要上互联网就可以通过“NetFlix”平台和其他软件就可以观看电影了。互联网技术增加了娱乐服务和便利性，为消费者提供了更多的选择。对于电信企业来说，需要提供新的线上娱乐服务，引进新的 APP，制定新的营销策略，以满足消费者不同的需求。

3. 高成本与政府的管控

在电信业务方面，投资成本很高。比如公司必须在频谱拍卖上投入大量资金，投资建造广播天线，需要设备维修费用和支付员工新技术的培训费等。目前技术发展迅速，如果业务调整缓慢，就无法适应激烈的市场竞争，有可能最终失去客户。与此同时，电信业务也受到政府严格的管控，不能收取超过政府设定的费率而收取服务费。

4. 5G 技术使用的局限性

使用 5G 上网收取的服务费较高。目前使用 5G 用户的数量仅限于特定人群和地区，并且一些用户目前还不需要使用 5G 服务，这就导致公司 5G 投资方面需要谨慎和全面考虑。

第二节 AIS 电信公司服务中的问题

一、电话卡销售缺乏竞争性

在 AIS 移动通讯公司销售 SIM 卡的定价和套餐方面，与竞争对手的 True 和 Dtac 相同缺乏优势。例如 AIS、TRUE 和 Dtac 这三家电信公司的 SIM 卡都推出了 299 泰铢的套餐，可以使用 8 天以及使用 15GB 的上网流量，以及推出了 599 泰铢的套餐，可以使用 15 天和 30GB 的上网流量。但是在使用社交应用方面，TRUE 和 Dtac 的 SIM 卡可以无限制使用应用程序，其中 True 可以无限使用多达 14 个社交应用程序。而 AIS 移动通讯公司的 SIM 卡却只能使用 7 个社交应用程序（见图 3-1 和图 3-2）。AIS 移动通讯公司的 SIM 卡对社交应用程序的限制，会降低中国游客对购买 AIS 电话卡的兴趣。由于 AIS 移动通讯公司与 True 公司套餐信息的互联网数量和 SIM 卡价格相同。但 True 能够免费使用社交应用程序，提供受中国游客很受欢迎的 QQChat 和微博的服务，这对不能支持免费使用社交应用程序的 AIS 移动公司来说，在促销方面就缺乏了竞争力。



图 3-1 AIS 社交应用程序



图 3-2 TRUE 公司的社交应用程序

资料来源：AIS 游客 SIM 卡的网站

另一外 AIS 移动通讯公司在向游客推销 SIM 卡方面不如其他电信公司积极。因为 AIS 认为大多数外国客户倾向于使用本国的漫游服务，而不是直接选择购买外国的 SIM 卡。与 AIS 不同，其他移动公司如 Dtac 就比较积极。Dtac 专注于服务外国团体，推出 1 dtac 微信小程序服务，以便利中国客户在泰国的线上交易，例如充值和套餐订购，并通过应用程序微信查看服务费等。



图 3-3 Dtac 微信小程序服务

资料来源：Dtac 游客 SIM 卡的网站

此外，与 Dtac 移动通信公司相比，AIS 提供的电话卡价格相同，但缺少优惠服务。比如 Dtac 为居住在泰国的中国游客或工作学习人员推出了新的 SIM 卡。这种 SIM 卡可以无限使用互联网，免费拨打中国电话 100 分钟，免费在泰国打电话 30 分钟，价格仅为 299 泰铢。它比 AIS 和 True 的 SIM 卡性价比高，更具吸引力和竞争力。在电话卡的营销策略方面，AIS 没有向中国游客提供比竞争对手更优惠的电话卡，缺乏多种服务项目。虽然在 2019 年 AIS 移动通信公司与中国联通签署了联盟协议合同，但 AIS 并没有推出更优惠的服务，以方便和吸引中国游客。

二、汉语服务方面的问题

通过问卷调查发现，目前在汉语服务方面 AIS 公司存在一些问题，主要表现在以下几个方面：

1. 汉语服务人员不足

由于目前在曼谷 AIS 移动通信公司只有 2 名汉语服务人员，当中国客户比较多的时候就不能满足客户的需要。当不同地点的中国游客需要购买 AIS 的电话卡时，汉语服务人员就会出现缺乏的问题。国际机场和百货商店是中国游客比较多的地方，但 AIS 在那里的专卖店中竟然没有一个可提供汉语服务的人员，都需要通过在公司上班的那两个汉语服务人员在线帮助。而商店的工作人员对中国游客只能提供英语服务。这样就可能会与向中国客户之间产生沟通障碍，造成中国客户在购买 AIS 的电话卡时出现理解问题，对相关服务的具体内容不太清楚。如对 SIM 卡套餐的信息，使用方法，折扣和优惠内容等情况不明。

在新冠病毒疫情全球暴发之前，根据 2019 年对中国游客赴泰国旅游人数的统计，有多达 1100 万人次。中国游客来泰旅游大多数选择使用泰国运营商提供的 SIM 卡，占 74%。尽管 AIS 公司提供了中国呼叫中心，为中国游客提供汉语服务，但只有两个专职汉语服务人员，显然不能满足中国游客购买泰国电话卡时的汉语服务的需要。

2. 汉语沟通能力较差

根据对 AIS 的汉语服务工作人员的问卷调查，AIS 的汉语服务人员人数不足，专职人员只有两人。其中一人通过了 HSK5 级考试。但她在听说方面能力不够，如在与中国游客沟通时跟不上中国游客的语速，有时会听不清楚或听不懂中国游客的咨询，也不能很好地给以解答。另一个汉语服务人员通过了 HSK4 级考试。她在与中国游客沟通时也存在听说方面的问题。不能与中国游客顺畅交流，只能说一些简短的词语和句子。另一个问题是她的中文发音不太准，意思表达不清，造成中国游客理解上的困难。这两名汉语服务人员还有一个共同的问题，这就是她们对电信产品的专业术语和词汇掌握的太少，缺乏移动通信方面的基本知识，当中国客户提出咨询时就不能回答了。她们解决的办法是使用翻译软件，通过泰中翻译软件与中国游客沟通，或使用简单的语言与中国游客进行交流。

3. 缺乏汉语服务人员的培训

根据问卷调查，AIS 公司没有为汉语服务人员提供中文培训。由于常常与中国游客接触，公司的汉语服务人员也发现她们在汉语服务方面的问题，表示公司应在电信业务上提供中文培训，增加她们的专业知识和加强汉语听说能力。例如增强沟通技巧，掌握基本的商务术语和电信词汇，加强员工对中国文化的了解，以提高她们汉语服务的质量，为中国游客提供良好的汉语服务。

4. 忽视汉语人才的招聘和待遇

为解决汉语服务人员短缺的问题，公司应该招聘一些中文好的汉语服务人员。公司也应该提高汉语服务人员的工资或报酬，以吸引汉语人才。因为在泰国存在着招聘汉语服务人员的薪资低于招聘英语和日语等语言的情况。如在一些泰国招聘网站上，如：www.careerjet.in.th，www.jobsdb.com 和 www.jobthai.com，一些招聘外语人才的广告中英语人才每月 25,000-50,000 泰铢，日语人才 25,000-70,000 泰铢，而汉语人才每月是 18,000-40,000 泰铢。显然招聘汉语人才的报酬在三种语言中最低。

5. 网站、短信和广告宣传不够

通过对 AIS 移动公司 SIM 卡销售的网站和中文广告的调查，AIS 缺乏在中国

流行的社交渠道如微博和微信上，提供与客户联系沟通的渠道和让客户咨询的渠道。客户有什么问题不能通过网站与 AIS 进行沟通，进行信息反馈。客户只能通过网站和广告了解 AIS 电话卡的套餐信息。 AIS 移动通讯公司应该在网站中增加客户咨询的渠道，及时了解客户的需要，解答客户的问题。另外在淘宝网站上，AIS 商店的页面缺乏吸引客户的促销广告，以吸引中国游客购买 AIS 的 SIM 卡。在这方面，True 和 Detac 做的就比较好，能提供一些优惠的措施，吸引客户购买他们的电话卡。

第三节 改进 AIS 电信公司服务的建议

一、改进电话卡的营销策略

为了解决 AIS 在 SIM 卡营销上出现的问题，AIS 在营销方面需要加强促销活动，提高公司经营管理的效率。具体方法是：

1. 提供多种销售信息，推出更多的优惠服务

加强和改进 SIM 卡套餐销售方面的信息和措施。为了提供竞争力，AIS 需要推出一些有吸引力的优惠项目，吸引中国游客选购 AIS 移动通讯公司的 SIM 卡。目前，AIS 移动通讯公司游客 SIM 卡套餐的价格分别为 299 泰铢和 599 泰铢。尽管客户可以无限使用互联网，但是只能使用 7 个免费社交应用程序，这比竞争对手少，没有优势。因为竞争对手 True 允许客户使用多达 14 种免费社交应用程序。因此 AIS 应该推出不输于与竞争对手的优惠项目，以获取中国游客的市场份额。另外，为了增加竞争力，AIS 应该提供更多的免费社交应用程序，或降低价格，争取销售方面的优势，吸引中国游客选购 AIS 的游客 SIM 卡。

2. 增加信息服务渠道

AIS 应该增加有关 SIM 卡信息服务的渠道。例如、AIS 应该提供额外的套餐，通过微信、微博和社交应用程序查询服务费用，为中国客户与销售商进行互动提供便利。

3. 加强与中国联通的合作，提供新的套餐

2019 年 AIS 移动通讯公司与中国联通合作，签署了联盟协议合同。作为合作伙伴合同，双方应该共同设计出针对在泰国工作的中国客户和来泰的中国游客的套餐，推出 1 张 SIM 卡中使用 2 个号码，即第一个号码是 AIS 网络号码，第二个号码是中国联通网络号码，让客户能够以较低的电话费使用中国联通的

电话号码联系。如果 AIS 销售的电话卡缺乏优惠和竞争力，AIS 在电话卡的销售上就会减少电话卡的市场份额。

二、改进汉语服务

1. 增加汉语服务人员

由于 AIS 移动公司目前只有两名汉语服务人员，不能满足来泰国旅游的中国游客的需要。因此 AIS 应该增加汉语服务人员，以适应电话卡市场发展的形势。由于 AIS 在国际机场和百货公司的 AIS 商店中没有汉语服务人员，AIS 应该在销售点增加至少 1 名汉语服务人员，以满足中国客户购买电话卡时的咨询需求，为中国游客提供 SIM 卡的详细信息。

2. 加强员工的汉语沟通能力

AIS 移动公司应该组织培训汉语服务人员，提高她们的中文沟通能力。例如、重点加强汉语服务人员的听说能力，加强电信业务专业词汇的学习和使用，增加对中国文化和习俗的了解。

3. 提供服务渠道

AIS 应该增加与客户相互沟通的渠道，例如、通过微博，微信或其它社交媒体与中国客户沟通，了解中国客户的需求和及时解答中国客户的问题与咨询，方便中国客户了解公司提供的电信产品和套餐的具体情况。另外，AIS 可以在淘宝网站上的 AIS 商店的页面上开展促销活动，打广告，推出优惠项目，降低产品的价格，吸引中国游客购买使用 AIS 的 SIM 卡。

结 语

论文对 AIS 在电话卡营销和汉语服务情况进行了问卷调查。研究调查结果显示，来泰国的目的主要是旅游和工作，而 70%以上的游客选择使用泰国移动通信 SIM 卡，其中 40%分为 AIS 移动通信的电话卡。游客选择 AIS 电话卡的原因是 SIM 卡套餐价格合理和朋友介绍等。通过中国游客对 AIS 移动电话卡总体满意度情况的调查可知，中国游客对 AIS 移动通信的电话卡和汉语服务总体上是满意的。但中国游客希望改善和增加的服务。大部分中国游客认为最需要改进的服务是中文网站服务，占受访者的 79%，并且需要改进提供汉语服务人员沟通能力的占 75%。

本次研究发现，AIS 移动通信公司的汉语服务还有一些存在的问题，主要是汉语服务人员不足，汉语沟通能力不强，汉语服务人员缺乏专业培训，以及 AIS 移动通信公司应该需要加强汉语网站的服务和中文广告宣传。通过对 AIS 移动通信营销策略和汉语服务的调查分析，公司的营销策略和汉语服务方面具有有一些优势，比如、公司的信誉、销售策略和多种推销渠道、公司与中国联通合作等。但也有一些存在劣势是 AIS 公司需要解决电话卡销售中存在的问题，如 AIS 公司无法在 7-1 便利店出售 SIM 卡和其他服务，汉语服务人员少。

在 AIS 电信公司服务中存在的问题，如在使用社交应用方面，TRUE 和 Dtac 的 SIM 卡可以无限制使用应用程序，其中 True 可以无限使用多达 14 个社交应用程序，而 AIS 移动通信公司的 SIM 卡却只能使用 7 个社交应用程序。在 QQ Chat 和微博的服务方面，竞争对手能够免费使用社交应用程序，可是 AIS 公司还没支持免费使用社交应用程序等。在汉语服务方面的问题，在网站无法与服务人员沟通，忽视汉语人才的招聘和待遇等。

论文对 AIS 电信公司存在的问题提出了改进建议，即 AIS 应该推出更多的优惠，增加信息服务渠道。在汉语服务方面，公司应该提高汉语服务水平，加强对汉语服务人员的汉语培训，尤其是较强汉语听说能力和沟通能力，提高市场的竞争力，这样才能满足中国游客的需求，提供良好的服务。

参考文献

一、中文资料

- [1]焦妹. 泰国电信服务质量客户忠诚度和行为意图的研究[D], 上海:上海外国语大学, 2014.
- [2]康隽永. 浅析 AIS 对现代航海技术的影响研究[D], 黑龙江:科学技术创新, 2019.
- [3]刘璎. 郴州移动通信公司农村市场营销策略研究[D], 湖南:中南大学, 2010.
- [4]吕景松. 3G 时代中国移动营销渠道管理研究[D], 天津:天津大学, 2010.
- [5]麦米纳. 5G 移动通信发展普及困境与趋势研究[D], 北京:中国政法大学, 2019.
- [6]泰国靠标准竞争电信通信业[J]. 中国质量报, 2007.
- [7]童欣. 中国移动营销渠道管理研究[D], 湖北:湖北工业大学, 2018.
- [8]王树茂. AIS 管理维护中心运行管理工作研究[D], 天津:天津航标处, 2017.
- [9]杨明军, 黄乘顺. 现代无线通信技术的发展状况及未来前景展望[D], 湖南:邵阳学院信息工程学院, 2019.
- [10]张旭梅, 官子力和范乔凌. 移动互联网背景下电信运营商产业链延伸合作模式及策略研究[J]. 重庆大学学报, 2016.

二、泰文资料

- [1]符思敏. 泰国盘谷银行商业汉语应用情况研究[D], 北榄:泰国华侨崇圣大学, 2016.
- [2]开泰研究中心. 泰国中国游客人数[R]. 泰国: 泰华农民银行, 2019.
- [3]施美芳. 泰国 OPPO 公司泰籍职员汉语应用研究[D], 北榄:泰国华侨崇圣大学, 2016.
- [4]苏妮莎. 玲珑国际轮胎(泰国)有限公司汉语应用研究[D], 北榄:泰国华侨崇圣大学, 2017.
- [5]雅娅. 巴莫. 商务汉语应用对中国游客消费行为的影响研究---以暹罗百丽宫(SIAM PARAGON) 商场为例[D], 北榄:泰国华侨崇圣大学, 2017.

三、泰文网站资料

- [1] AIS 业务的新闻和活动, “AIS 与中国联通国际公司战略合作备忘录签约仪式”, [online], <https://business.ais.co.th/news-activities/AIS-Chinaunicom.html>
- [2] AIS, “中国游客 SIM 卡”, [online]
<https://www.ais.co.th/travellersim/cn/>
- [3] Ameminew, “Dtac 推出微信小程序帮助中国游客在泰国进行网上交易”, [online], <https://www.mxphone.com/dtac-takes-to-wechat-to-support-chinese-residents-and-long-stay-visitors-amid-pandemic/>
- [4] 国家广播和电信委员会, “电信服务费率报告 2020”, [online], <http://www.nbt.c.go.th/getattachment/Business/commu/telecom/informatiton/research/document/.pdf.aspx>
- [5] Truecorp, “5G 泰国游客卡”, [online],
https://truemoveh.truecorp.co.th/international_service/visit_thailand/cn
- [6] 亿旺资讯有限公司数据, “AIS 发展过程的报告”, [online],
<http://advanc-th.listedcompany.com/milestone.html>.)

四、中文网站资料

- [1] Weibo, “泰国 AIS 电信的微博”, [online],
https://weibo.com/u/6604710865?refer_flag=1001030103_&is_all=1
- [2] 中国产业信息, “2019 年中国网民微信月活跃用户数”, [online],
<https://www.chyxx.com/industry/202002/836124.html>

附录一

汉语服务基本情况

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

[解释: 按照您的实际情况, 请在 填写“✓”]

第一部分: 汉语服务人员基本情况调查

1. เพศ [性别]

ชาย [男性] หญิง [女性]

2. สัญชาติ [国籍]

ไทย [泰籍] จีน [汉籍]

3. อายุ [年龄]

20-30 ปี [20-30 岁] 31-40 ปี [31-40 岁]

41-50 ปี [41-50 岁] 50 ปีขึ้นไป [50 岁以上]

4. วุฒิการศึกษา [学历]

ต่ำกว่าปริญญาตรี [本科以下] ปริญญาตรี [本科]

ปริญญาโทหรือสูงกว่า [硕士及以上]

5. ท่านทำงานที่บริษัท Advance Info Service มานานเท่าใด

[您在 Advance Info Service 公司工作了多少年?]

ต่ำกว่า1ปี [1 年以下] 1-3 ปี [1-3 年]

3-5 ปี [3-5 年] 5 ปีขึ้นไป [5 年以上]

第二部分: 汉语能力情况调查

6. ระยะเวลาที่ท่านเรียนภาษาจีน [您学习中文的时间?]

一年以上 1-3 年 4-6 年 6 年以上

7. ผลการสอบวัดระดับภาษาจีน(HSK)ของท่านอยู่ในระดับใด

[您的汉语水平考试参考 HSK 成绩?]

HSK1 HSK2 HSK3 HSK4

HSK5 HSK6 ไม่เคยสอบ [没有参考过]

8. คะแนนสอบHSKของท่าน [您 HSK 考试的成绩?]

听力 _____

阅读 _____

书写 _____

说话 _____

第三部分：汉语服务人员工作情况调查

9. ท่านพบปัญหาอะไรบ้างในการให้บริการภาษาจีน 您在使用汉语时，主要遇到哪方面的问题（可以多选）

- | | |
|----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 汉语沟通能力差 | <input type="checkbox"/> 中国游客讲得太快，听不清楚和难以理解 |
| <input type="checkbox"/> 口语能力差 | <input type="checkbox"/> 中国游客口音，听不懂 |
| <input type="checkbox"/> 专业词汇差 | <input type="checkbox"/> 其他，(请说明)_ |

10. ท่านมีวิธีแก้ไขปัญหากการใช้ภาษาจีนในการบริการอย่างไร [您在使用汉语时，您解决的办法]

- | | |
|--------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 用英语沟通 | <input type="checkbox"/> 使用翻译软件帮助 |
| <input type="checkbox"/> 尽量讲汉语 | <input type="checkbox"/> 其他，(请说明)_ |
| <input type="checkbox"/> _____ | |

第四部分：关于汉语服务人员中文培训的意见

11. บริษัทมีการจัดฝึกอบรมภาษาจีนเพิ่มเติมแก่พนักงานหรือไม่

[公司有没有汉语培训?]

- | | |
|----------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> 有 | <input type="checkbox"/> 没有 |
|----------------------------|-----------------------------|

12. หากไม่มี ท่านคิดว่าบริษัทควรมีการจัดการเรียนภาษาจีนในด้านธุรกิจโทรคมนาคมเพิ่มเติม เพื่อพัฒนาความสามารถในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวจีนหรือไม่

[如果没有培训，您是否认为应提供中文电信汉语培训，以提高对中国游客的服务能力?]

- | | |
|-----------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 应该 | <input type="checkbox"/> 不应该 (请说明)_____ |
|-----------------------------|---|

13. หากมีการจัดอบรม ท่านอยากเข้าร่วมหลักสูตรใดมากที่สุด 您希望在哪方面提高自己的汉语水平（可以多选）

- | | |
|--------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 听力 | <input type="checkbox"/> 书写 |
| <input type="checkbox"/> 阅读 | <input type="checkbox"/> 商务沟通能力 |
| <input type="checkbox"/> 说话 | <input type="checkbox"/> 专业词汇 |
| <input type="checkbox"/> 了解中国文化和风俗习惯 | <input type="checkbox"/> 其他，(请说明) |
| <input type="checkbox"/> _____ | |

ขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่งสำหรับความร่วมมือและการสนับสนุนในครั้งนี้
[非常感谢您这次的合作和支持，谢谢]

中国旅客对 AIS 电话卡服务满意度调查

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，目的是了解中国游客对泰国电信公司 AIS 的营销和汉语服务方面的情况，以及客户对汉语服务的满意度。本次调查仅用于学术研究，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：中国游客基本情况

1. 您的性别

男 女

2. 您的年龄

20 岁以下 20-29 岁 30-39 岁 40-49 岁 50 岁以上

3. 您来自

中国大陆 台湾 香港、澳门 其他_____

4. 您的教育程度

中学 本科 硕士 博士 其他_____

5. 您的职业

学生 商人、贸易 公务员 公司职员 退休
 其他_____

第二部分：中国游客来泰国旅游情况

6. 您来泰国的目的

旅游 工作 学习 医院治疗 其他

7. 您来过泰国的次数？

1-3 次 4-6 次 6 次以上 住在泰国

8. 您来过泰国旅游的天数

1-7 天 7-30 天 1-3 个月 3 个月-1 年 1 一年以上

9. 您会说泰语吗？

流利 会说一点儿 不会

10. 在泰国旅游时，您主要使用什么语言进行沟通

- 汉语 英语 泰语

第三部分：中国游客在泰国使用移动通信的情况

11. 您在泰国主要使用什么网络？

- 中国的移动通信 WIFI 泰国的移动通信

12. 您使用过哪家泰国的移动运营商？

- AIS True Dtac 都没有用过

13. 您使用移动运营商 SIM 卡的原因？（可多选）

- SIM 卡的套餐价格合理 由朋友介绍
 公司品牌好
 网路覆盖质量 推销渠道方面、容易买到
 其他_____

第四部分：中国游客购买电话卡的满意度情况调查

14. 您通过以下哪些渠道认知泰国 AIS 移动通讯公司？（可多选）

- 互联网 电视媒体 宣传单
 AIS 商店 朋友介绍 其他_____

15. 您通过以下哪些渠道购买泰国 AIS 移动电话卡？

- Family mart 便利店 旅行提供 机场
 AIS 商店 朋友转卖 其他_____

16. 您购买 AIS 移动通讯 SIM 卡的总体满意情况？

- 很满意 比较满意 一般 不太满意

17. 如果您要在泰国使用移动 SIM 卡网络服务，最担心哪个方面的问题？（可多选）

- 移动套餐的价格资费 移动套餐的内容与条件
 担心语言沟通问题 不知道运营商服务的渠道
 不知如何使用的方法 其他_____

| 内 容 | 很满 意 | 比较满 意 | 一般 | 不太满意 | 很不满意 |
|------------------------|---------|----------|----|------|------|
| 提供多样套餐，方便多种需求 | | | | | |
| 网路速度，网路稳定性 (4G, 5G) | | | | | |
| 通信覆盖范围 | | | | | |
| 套餐价格合理 | | | | | |
| AIS 移动提供的服务便捷，方 式多 | | | | | |
| 售后服务 | | | | | |
| 咨询服务 | | | | | |
| 对问题的解决 | | | | | |
| AIS 移动的产品推销， | | | | | |
| AIS 的汉语服务 | | | | | |

第五部分：中国游客对汉语服务的满意情况

| AIS 的汉语服务 | 非常 好 | 比较 好 | 一般 | 不太 好 | 非常不 好 |
|-----------------|---------|---------|----|---------|----------|
| 1. 在提供产品的中文广告方面 | | | | | |
| 2. 在电信产品的中文介绍方面 | | | | | |
| 3. 在提供中文的准确性方面 | | | | | |
| 4. 在提供的中文语言服务方面 | | | | | |
| 5. 在提供的中文网站方面 | | | | | |
| 6. 在中文咨询服务方面 | | | | | |
| 7. 销售人员的汉语服务方面 | | | | | |

18. 您对 AIS 汉语服务的总体满意情况？

很满意 一般 不满意

19. 您认为 AIS 移动需要在哪些方面提供汉语服务 （可多选）

汉语服务人员的沟通能力 中文网站服务 汉语短信服务
 扩大汉语服务信息和渠道 其他_____

20. 您认为 AIS 移动应该改善哪些服务？ （可多选）

信号强度 网速 汉语服务 套餐价格
 中文网站 推销方式 电信覆盖 增加服务渠道
 APP 中文广告
 其他_____

非常感谢您的合作

附录二

访谈内容

访谈者： K.Airinchayada Lerloy 负责营销主管秘书

采访时间：2020 年 11 月 24 日

访谈内容

1. 问：请问目前 AIS 公司有多少员工提供中文服务？

答：现在有 2 名人员，都在中文热线中心。

2. 问：请问现在在国际机场或百货商场的 AIS 商店有没有汉语服务人员提供中文服务？

答：现在全都没有。在国际机场或百货商场的 AIS 商店人员将主要使用英语交流。

3. 问：请问如果在国际机场或百货商场的 AIS 商店人员无法与中国游客沟通，公司将如何解决问题？

答：假使在 AIS 商店人员真的无法与中国游客沟通为解决问题，将通过中文热线中心帮助协调与中国游客的沟通。

致 谢

首先要感谢的是养育我的父母，他们给了我无私的爱和关怀，对此表示深深的感恩。在此我要感谢我的丈夫在学费上的大力支持，对我的学习提出了的建议、鼓励和支持。

本次论文经过两年多时间准备和写作，终于能够顺利完成了。我要感谢赵平博士对我的论文给与的指导，使我能够比较顺利地完成论文。对赵平博士在我论文写作中给予的许多指导和建议，以及士耐心的帮助和指导，谨在此表示衷心的感谢。

最后，我还要感谢同学和朋友们给予我的所有帮助。由于家人，老师、同学和朋友的支持和帮助，使我能够在学习上坚持努力，克服困难，最终完成了学业。这些帮助和支持让我无法忘怀！

ประวัติผู้เขียน

| | |
|----------------------|--|
| ชื่อ - สกุล | นางสาวปาณิสรา กองน้ำ (林飒楠) |
| วัน เดือน ปีเกิด | 11 พฤษภาคม 2538 |
| ที่อยู่ปัจจุบัน | 219 ถนนเทพรัตน (บางนาตราด) กม. 26 ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10570 |
| ประวัติการศึกษา | |
| พ.ศ. 2556 - 2559 | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ บริหารธุรกิจบัณฑิต (ธุรกิจจีน) |
| ประวัติการทำงาน | |
| พ.ศ. 2561 - 2562 | ตำแหน่ง Merchant Chinese Service ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) |
| พ.ศ. 2562 - ปัจจุบัน | ประกอบธุรกิจส่วนตัว |