

泰国汇商银行(SCB)商业汉语使用情况分析

ANALYSIS OF OPERATION IN CHINESE LANGUAGE SERVICES IN SIAM COMMERCIAL BANK (SCB)

邓麟凤*

解琨 博士 副教授**

摘 要

目前拥有的金融交易，银行越来越有许多外国人选择在泰国的银行接受服务。该银行曾用中国的语言沟通方便。近年来，有相当数量的外国人来泰国。泰国央行在治疗主要通俗易懂的语言（国外）。由于相对大量中国游客的。它表明，在服务利用中国是必不可少的。

本研究旨在分析利用泰国中国商人在泰国第一家银行首次设立国内外资银行的分支机构。泰国汇商银行始终秉承愈百年传统为客户提供卓越的典型金融服务。迄今，泰国汇商银行是泰国领先的一家全能银行经营模式的商业银行，提供全方位金融产品和服务，以满足客户的各种需求。最重要是银行要提供满意的客户服务。因为语言是交流使用的主要工具。对银行部门和客户之间。因此，本论文将重点研究银行提供的汉语服务，使用普通话的提供银行服务，将增加相关银行在泰国贸易市场的商业机会，研究语言服务中国人商务的关系。分析银行的员工情况，泰国汇商银行服务，通过调查发现，员工在这些方面的问题仍然是语言沟通问题，企业内部员工问题、员工的培训问题，汉语水平服务的问题。银行该发现的问题提出改进建议。用这些经验，对银行的经营、服务服务提供参考。

关键词：泰国汇商银行；商业汉语；中文服务

ABSTRACT

Currently there are increasingly financial transactions with banks from chinese people which many of them choose to receive services from banks in Thailand. The banks have used Chinese language to facilitate communication. In recent years, a considerable amount of chinese travelers come to Thailand. Thus, most of banks in Thailand give more communication in chinese language to provide services. Due to large number of Chinese tourists, It shows that the use of Chinese in the service is essential.

* TUNYARAT BUNYASUPASAWAT 泰国华侨崇圣大学中国语言文化学院 2016 年文学硕士学位（商业汉语）论文

** XIE KUN; Assoc. Prof. Dr. 指导老师：云南财经大学物流学院物流管理系主任



This study aimed to analyze the use of Chinese business communication of Siam Commercial Bank which was the first bank in Thailand. Siam Commercial Bank has always been adhering to heal its century-old tradition of excellence to provide customers with a typical financial services. So far, Siam Commercial Bank is Thailand's leading universal bank business model of a commercial bank offering a full range of financial products and services to meet the various needs of customers. The most important factor is the bank's service requires customer satisfaction. Because the language of communication is a major factor. Between the various departments of the bank and the customer. Therefore, this study will focus on the banking, Mandarin Chinese people use business relationship banking trade market business opportunities in Thailand, then study the relationship between the Chinese language services business of bank.

Keywords: Siam Commercial Bank, Chinese Business, business services Chinese , operations in Thailand.

绪论

一、选题的背景及研究意义

SIAM COMMERCIAL BANK (SCB) 是依据皇家宪章于 1906 年成立的泰国的第一家本土商业银行，并具有独立法人资格的商业银行。泰国汇商银行始终秉承百年传统，为客户提供卓越的金融服务。迄今，泰国汇商银行是泰国领先的一家提供全面金融服务的商业银行，提供全方位金融产品和服务，以满足客户的各种需求。我们在泰国金融机构行业中拥有覆盖面最多和最广泛的分行网点，是泰国市值最高的上市公司。

泰国汇商银行目前在全泰国范围内通过其分支机构、兑换处、ATM 网络、业务关系中心（BRC）提供金融产品和服务。

1998 年 到 1999 年“泡沫经济”的结果继续影响该国的经济和银行业务的连运行受到严重影响。从经济停滞硬和执行框架内采取限制措施。国际货币基金组织（IMF），商务部泰国受经济危机的银行是必然如此。今天算是危机的时代非执行银行贷款增加银行的体积的目的是解决问题。通过努力维持充足的资本改善。重组在支出的银行和削减的重组。这已经合作通过银行的员工工作得很好。通过提高银行的资本金的长期解决方案与股份发行的现有股东进行了重组。外商投资而发行新股，这构成了最大。泰国已经提到年度亚洲股权交易从多家金融期刊。

它还旨在“中国最佳银行”，由重组系统的应用。业务清晰，透明的管理战略。而据透露，银行业危机已经过去。并准备进入成长。稳定在未来的日子里发挥到淋漓尽致。

截止 2011 年 12 月底，泰国汇商银行的市值达到 3960 亿铢，为泰国金融机构最高，总资产达到 18780 亿泰铢，在泰国拥有分支行 1100 个、外币兑换处 114 个和 7678 个 ATM，位居泰国银行业之首。

目前，中国是东盟的第一大贸易伙伴，东盟是中国的第三大贸易伙伴；东盟是中国的重要投资来源地，也是中国企业在海外投资的第一大市场。

2013 年是中国—东盟合作关系重要的一年，这一年是中国与东盟建立战略伙伴关系十周年，双方总结了过去十年合作所取得的丰硕成果：政治互信不断深入，经济合作进展迅速，人文交往日益密切。另一方面，双方将合作推进快车道，提出了合作的新目标、新思路，开启了深化互利合作的新篇章。2014 年是双方建立战略伙伴关系第二个十年的开局之年，是共同打造升级版自贸区的重要一年。

随着中国经济的高速发展，中国企业到泰国投资及贸易数款越来越大，需要泰国银行业提供相应的汉语服务就显得非常重要。因此，本文正是在种情况下，选择研究泰国开泰银行提供的汉语服务为研究内容。以希望给银行提供一些经验及建议。

二、本选题的研究目的、方法、内容、要解决的关键问题

（一）研究的目的和意义

本论文研究的目的是通过分析泰国汇商银行职员的汉语使用情况研究，以及提高银行职员的汉语服务水平方面还需要做些什么改进，存在哪些问题，并提出解决问题的建议和改进措施。探讨商业汉语的使用对汇商银行的发展带来哪些积极作用和影响。由于银行提供懂中泰双语服务的员工，他们对中泰文化开展金融服务了解深刻并的使用中文与泰文的能力很强，他们能助于中泰投资者与企业家。为了提高泰国汇商银行（SCB）人员对中国客户服务质量。

在泰国的关于银行职员汉语使用的论文太少，所以未来的研究者可以用本论文作为参考文献。

（二）研究的方法

研究方法主要是根据所掌握的有关汇商银行商业汉语服务应用的资料和商业汉语的作用，通过理论分析，分析研究汇商银行商业汉语服务的情况。

1. 文献分析法

通过对员工相关的学术论文、研究文章，以及与本论文有关的各种资料，对泰国汇商银行职员和客户的情况进行分析研究。

2. 问卷调查法

问卷法，问卷法是通过由一系列问题构成的调查表收集资料以测量人的行为和态度的心理学基本研究方法之一。“问卷”译自法文 questionnaire 一词，其原意是“一种为统计或调查用的问题单”。

3. 访谈法

本论文使用较深泰国汇商银行的资料所以研究者访谈泰国汇商银行职员。



(三) 研究的主要内容

论文研究的主要是泰国汇商银行商业汉语的应用，分析汇商银行通过提供汉语服务在开展业务和开拓金融市场方面，特别是发展中国市场方面所起作用。研究的主要内容包括银行的发展状况，银行汉语人才的情况，银行对汉语人才的培训和管理，银行在发展业务上和商务活动中遇到最提问的满足、神挑战，以及提出解决问题的建议和改进措施。

(四) 要解决的关键问题

1. 提高汇商银行职员汉语服务有哪些方法。
2. 职员的汉语服务怎样成为银行业务的主要优势。
3. 分析从这些资料中发现问题和解决问题。

(五) 研究范围

针对泰国汇商银行以做为泰国汇商银行职员对汉语应用情况调查依据。发出问卷 20 份，回收问卷 20 份。分析在泰国汇商银行职员使用汉语的情况。

三、与本论文有关的国内外研究综述

有关分析研究泰国汇商银行商业汉语服务应用的论文和论著，

(一) 有关汉语服务方面的研究

张凯慕（2014），研究了泰国素万那普机场的汉语服务情况，例如标识牌、服务员等方面，并通过实地考察和问卷调查探索素万那普机场的汉语服务存在问题，最后为官方提出改进的方法。

巫蕊（2015），分析了中国工商银行在泰国市场上的发展现状、营销策略、管理方式及其进入泰国市场后所面对的问题与挑战，探讨了中国工商银行的泰英服务情况，并对在语言应用中存在问题，进而提出对策和建议。

(二) 有关银行服务方面的研究

胡赤颖（2013），分析了随着互联网技术的发展，网上银行在中国的发展也越来越快，无论是从行业内网上银行的普及度还是网上银行发展的规模来看，中国的网上银行目前都属于朝阳产业。对于传统银行而言，网上银行具有降低经营成本、降低交易成本、更好的客户服务模式、更好的客户服务内容等

优势，而且网上银行打破了时间、地域、交易方式的限制，大大方便了广大客户。目前，中国银行的网上银行发展势头迅猛，然而随着技术和服务同质化，国内银行的网银竞争也日趋激烈，中国银行若想保持行业的领先地位，保持网上银行的健康持续发展，就必须提高网上银行的服务质量，从而保证中国银行未来的核心竞争力。

张建华（2004），研究了全球经济的一体化进程加速，给我国商业银行业带来了巨大的机遇和挑战。中外资商业银行竞争同趋激烈，竞争的焦点，更多地集中在服务理念、服务方式和服务手段上。商业银行服务管理的重要性已经凸现。本文从我国商业银行服务现状出发，运用服务管理理论对商业银行服务管理的特点、服务要素、作用进行分析，提出对服务质量的管理目标和实施服务管理的措施。对等候服务这一商业银行普遍存在的问题，采用随机排队模型，进行分析研究，确定影响服务质量的关键因素。

李红云（2004），研究了经济的不断发展，银行作为服务业的特质越来越显著，然而现有的源自一般工商企业营销理论的银行市场营销却无法突出这一特质。银行市场营销理论以及新兴的服务营销理论，进而系统阐述了银行服务营销的概念，并以银行服务的基本特征为依据，构建了银行服务营销策略体系。为使银行服务营销理论成为一个完整的与实践相结合的体系，本文以花旗银行为例，分析了银行服务营销策略在实践中的应用。与西方发达国家商业银行相比，我国商业银行在营销领域的发展程度还很低。本文分析了国内银行营销中普遍存在的一些问题，提出了我国银行营销的发展思路。即以调整组织结构、开展内部营销、培育企业文化、深入开展客户关系营销、有效实施差异化营销以及大力拓展客户经理制为依托，构建以服务营销为中心的银行营销新体系。

（三）有关外资银行本土化方面的研究

刘钢（2013），这篇期刊综述了本土化是外资银行在中国金融市场生存和发展的唯一出路。提出外资银行本土化问题，并对此提出相应对策，尽快适应中国的金融监管环境，顺势而为，合规经营，充分发挥中、外资银行各自的比较优势，取得合作共赢效果，细分市场本土化，雇用人才本土化，公共关系本土化以及保持特色经营，规避邯郸学步。

李莉（2005），研究了中小企业发展问题是一个世界性的课题，也是一个长久性的课题。不论是发达国家，还是发展中国家，都存在着大量的中小企业。据多种渠道的统计资料表明，一个国家或地区的财富 50%以上是由中小企业创造的，世界财富至少有一半是由中小企业创造的。中小企业在世界经济中占有十分重要的地位。在经济全球化不断深化的过程中，中小企业正面临着前所未有的国际竞争压力。中小企业要想在新的形势下获得持续发展，所采取的对策之一就是企业生产经营活动的国际化，即通过对外产业和资本转移，把竞争压力转化为竞争实力。对转入区来说，产业转移将会通过一系列的传递扩散机制，提高整个地区的产业竞争力，带来地区经济的繁荣。同时，国际中小企业出于各种各样的原因，如降低综合性生产成本，适应企业市场环境的需要，消费者需求的压力等等，采取了本土化



经营的战略。这一战略在给企业和东道国带来利益的同时，也不可避免的出现了一些问题。因此，本文尝试从国际中小企业本土化过程中的问题出发，以在山东的韩国中小企业为例，分析国际中小企业本土化方面的特点及出现的问题，并就这些问题的产生提出了解决的办法和思路。

郑淳淳（2010），研究了无论是哪个行业的境外公司，一旦决定进入到他国市场，最常提到的战略前提便是“本土化”，因为他们深知“本土化”对于了解当地市场和开展业务的重要性。银行业同样如此，尤其对于为客户提供理财投资规划的财富管理部门而言，了解客户的心理与需求更是十分必要。然而，真正的做到“本土化”，并非像只是喊喊口号、拉拉大旗那般容易，而是要在充分的调研、科学的分析、合理的归类基础上，深入到当地市场中去，清楚地认识到自身和竞争对手的优劣势，尽量做到扬长避短。本文的创作即在中国金融市场与国际日益接轨、外资银行与中资银行竞争日趋激烈的大背景之下，系统的分析理财业务在国内外不同的发展现状，并在水资银行在国内经营 3 余年之际，根据这一阶段实际取得的成绩和发现的问题，对比中外资银行理财业务的特点，剖析外资银行本土化进程中所遇到的阻碍因素，有针对性的提出改进建议，使传统的本土化理论更具有现实性和可行性。

（四）有关银行影响因素方面的研究

吴晓云和焦勇兵（2008），网络银行已经成为银行业保留老顾客和获取新顾客的一种新兴的服务渠道，而有关顾客采用网络银行影响因素的研究也越来越激发兴趣，引起关注。感知风险和信任是网络银行顾客最为担心的因素，但这似乎并没有引起学者们的足够重视。大多数研究都将顾客方面的建构作为认知建构的前置因素，而将银行方面的建构作为认知建构的前置因素的研究还几乎无人问津。本研究的重要意义在于：在具体的网络银行环境下，以科技接受模型为基础，在认知建构中增加感知风险和信任等变量，同时将顾客方面的自我效能和银行方面的便利条件两个建构分别作为认知构建的前置因素，从而对网络银行的采用意图进行理论探讨和实证检验。

刘娅（2012），研究了银行的金融产品、服务环境、服务人员和品牌传播都会对顾客体验产生显著性影响，其中，服务员工的影响程度最大，其次为服务产品、服务环境和品牌传播。银行四因素之间又相互依赖，相互影响，构成银行服务的整体。本文的创新之处在于，基于大多数学者对顾客体验的共识，从顾客体验互动双方的角度对影响因素进行系统梳理，并以银行零售业务为例，进行理论模型的验证分析，探讨影响因素之间的相互关系，不仅充实了学术界对银行顾客体验的研究，而且为提升银行业服务水平提供了新的思路 and 方向。

董霓琴（2009），研究了网上银行是 Internet 上的虚拟银行柜台。网上银行以传统银行经营方式无可比拟的优势——成本低，业务容量大，处理速度快，不受时间和空间的限制等蓬勃发展起来，它可以降低银行的运营成本、实现与客户的有效互动并使其有能力为客户提供更多增值服务，让客户突破时空限制随时随地获得银行服务。网上银行市场空间广阔，然而竞争也十分激烈。在此背景下了解影响银行客户网上银行持续使用意向的因素，制定有针对性的营销策略已经成为必然，本研究将对此进行理论

与实证研究。本文在回顾以往研究的基础上，就目前中国网上银行发展中遇到的主要问题，在期望确定理论的框架下，以有网上银行使用经历的大学生为样本，研究了影响顾客持续使用网上银行的因素。

四、论文研究的创新性

目前有关对泰国汇商银行职员的外语使用情况研究不多。通过目前所收集的资料，有关专门分析泰国汇商银行职员汉语使用情况的研究论文比较少，研究不深入。本论文的研究是在这些研究的基础上，进一步分析泰国汇商银行职员的汉语使用情况，发现问题，提出对策。论文的主要创新性体现在：

1. 首次对泰国汇商银行在商业汉语服务使用上的情况进行研究。
2. 研究中文客户的要求对泰国汇商银行职员的汉语使用。
3. 通过分析研究指出商业汉语对泰国汇商银行发展的有利因素，搞好汉语服务对银行发展的影响。

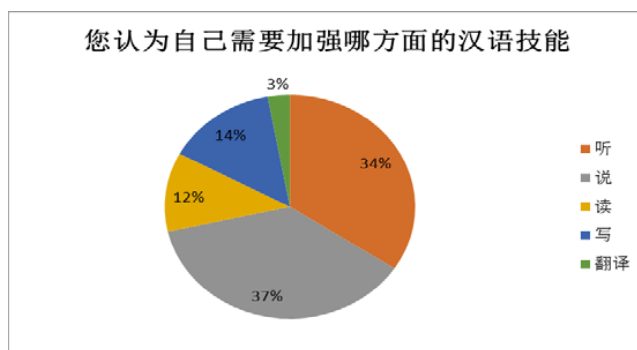
五、本选题预期达到的目标与研究成果

本论文所要达到的预期目标就是在论文写作过程中，做到资料翔实，论据充分，论证具有逻辑性，论点富有创新性，使论文具有一定的学术价值，达到解决问题，完成研究的目的，同时，提高自己用商业汉语分析问题，研究问题和解决问题的能力。

六、汇商银行的汉语服务调查分析

根据我调查的泰国汇商银行的泰国人事务部的职员员工在拉差达披色路分行部门的统计分析的资料，泰国汇商银行总部 20 名泰国人员被调查者中。

工作部门与工作经验



从被调查者泰国汇商银行总部内的泰籍职员20名，具有 34%(听)、37% 个人 (说)、12% 个人 (读)、14% 个人 (写)、3% 个人 (翻译)。员工需要加强汉语技能方面说和听，因为每天都需要联系沟通基本的技能。也有需要加强写和读但是不太用多。有人太少选择翻译。



表 2-1 人员在工作中汉语使用的次数

人员在工作中汉语使用的次数	平均值	汉语使用的程度
听	3.3	中
说	3.25	中
读	2.95	中
写	2.5	少
翻译	2.5	少

从表 2.1 来看，泰国汇商银行的大部分的职员中 20 个人在工作中汉语使用的次数，汉语使用的程度听力（平均值=3.3）、说话（平均值=3.25）、阅读方面（平均值=2.95），这三个方面是在中极程度。并写作（平均值=2.5）与翻译方面（平均值=2.5）属于少级程度。

从以上的统计来看，总体来看，职员在汉语使用最常用的是听力方面，最少用的是在写和翻译方面。在两者中间的是说和读方面。这些方面的汉语服务是以听说为主，反映了这些方面的工作特点。而银行方面的工作不同，需要找客户工作等，所以在汉语听力，即工作联系会比较多。有一些的问题是写和翻译因为职员很少用的。

表 2-2 人员在掌握汉语技能上的情况

人员在掌握汉语技能上的情况	平均值	掌握汉语技能的程度
听	3.45	比较好
说	3.5	比较好
读	3.05	还可以
写	2.6	还可以
翻译	2.35	有些困难

根据表 2.2 来看，泰国汇商银行的大部分的职员中 20 个人，人员在掌握汉语技能上的情况，听力（平均值=3.45）和 说话（平均值=3.5）、是在比较好的程度。而阅读方面（平均值=3.05）和写作（平均值=2.5）是在还可以的程度。不过在翻译方面（平均值=2.5）是较差的程度。

1. 在听力、说的方面：问卷结果显示大体是好的。
2. 在读、写的方面：认为还可以、这些职员的技能要差一些。
3. 在中-泰翻译方面：这查显示在中泰翻译方面都要查，这个方面职员还不能完全胜任工作的需要。



表 2-3 人员认为银行需要在哪些方面提高有关人员的汉语水平

人员认为银行需要在哪些方面提高有高管人员的汉语水平	人数
听	6
说	7
读	7
写	8
翻译	1
中国文化	2
金融	13
经济方面	14
商业管理	4
总和	62

从表 2.3 来看，泰国汇商银行的大部分的职员中 20 个人，发现大部分的职员想学习在经济方面 14 个人 就是 23%，因为现在每个行业都扩大所以经济方面的中文就是非常重要的。与金融方面 13 个人 就是 21%，现在金融是最重要的，是换币，例如有中国人来汇商银行换币。因为有些中国客户不会说英文和泰文所以需要有人会说很流利的中文。

七、解决这些问题的对策

（一）招聘员工时要求汉语的水平测试

调查资料显示，仅有两名职员曾经参加HSK考试（占10%），其余八名职员从未参加 HSK 考试，这表明本公司不要求职员必须有 HSK 成绩证明书。尽管人事部没有任何人掌握汉语知识，但是在工作求职过程中会使用考试的方法来测量应聘者的汉语水平，只不过考试内容并不难，就以“汉语基础”为主。由于本公司招来的职员的汉语水平参差不齐，导致一些汉语水平较低的职员为汉语顾客提供服务时，顾客会经常遇到语言不通的问题。因此，本顾客公司应该制作一个测试或试卷，来测量应聘者的汉语水平，并制定出一个统一的标准，例如在招聘人才时工作描述的编写过程，清楚注明需要哪一级 HSK 考试成绩证明书，若没有所要求的 HSK 考试成绩证明书，就必须受公司的测试。此方法至少能筛选出汉语能力较好的职员。



(二) 制定员工汉语培训规划

从研究结果可以看出，大部分银行职员需要提高汉语水平，特别是写作技能的提高。研究者建议制定短期银行人员汉语培训计划。一个星期使用十个小时学习，学习内容分为五个方面，听力、口语、读力、写作和翻译。特别是写作方面，为了在银行工作，会用流利的写作中文作品，为了提高中文写作水平，虽然调查工作人员很少需要学习翻译中文，但按顺序工作的翻译能力还差。所以学习汉语课的主要内容是翻译班。除了在教室学习汉语，教师还必须让他们多练习写汉字，而且联系写银行文件。

(三) 制定日常业务的规范标准

现代，语言的使用正在有变化相互交流多。今天的公司，需要熟练的人在公司工作。它必须选择有才华的，熟练的人加入公司。

结论

泰国汇商银行作为中国最大的融资企业，中泰两国文化交流的日益增进和目前中国在国际关系中保持着良好的状态，所以汉语语言是重要沟通工具。

论文研究的对象是泰国汇商银行的 20 个职员在工作中汉语使用情况。论文的目的是通过分析泰国汇商银行商业汉语的应用，说明商业汉语在泰国汇商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，开拓中国金融市场的重要性。论文通过对泰国汇商银行汉语服务人员的调查，分析泰国汇商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。研究表明泰国汇商银行，建立银行方面对汉语人才的培训与管理制度，有利于泰国汇商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。

本论文的研究方法主要通过问卷调查和实地调查掌握泰国汇商银行商业汉语服务的资料，并对相关资料进行定量分析和定性分析，通过理论分析和对比分析研究，说明泰国汇商银行华人职员汉语服务的情况。

本次对泰国汇商银行华人职员汉语服务情况的调查，指出了目前汉语服务人员汉语水平的状况和存在的问题，取得了一定的研究成果。另外，问卷调查中缺乏对管理部门在汉语培训方面的调查资料，这些都影响了对本次研究的深度。

由于有中国很多公司来泰国投资，为了提高公司的服务质量，加强公司的汉语服务方面，增加财政税收，并维护社会确定等方面发挥更大的作用，使他们的公司都需要泰国本地人员会汉语胜任工作。但是一部分的员工还得不到汉语的使用，总体水平还不高，所以泰国汇商银行本地该给员工培训，如员工与工作有关的知识、技能、动机和态度的方面，其实，最重要需要就是汉语方面的听、说、读、写，和翻译的基本方面。其他，为了工作过程中比较流利及成功，银行应该加上员工在泰国了解中泰工作情况、两国文化，经营管理，培育员工健康的心态，既是管理的竞争就包括产品的竞争

和更是人才的竞争，但总体是培育企业文化的竞争。对银行的客户来看，泰国汇商银行属于中国工商银行的子公司，中国人或者中国公司来到泰国投资时看见自己国家的银行就有亲密感了，如在银行柜台面前、中国商务部、或者其他跟汉语有关的部门具有泰籍员工会用汉语，将有利于银行业务发展，增加银行的业务量，客户有满意度，让交易沟通更方便等多好处，这就会推动业务发展。并且泰国汇商银行该加强与泰国本地银行或者其他本地的公司的合作，因为银行的客户较少，可以与泰国本地的银行、商务公司或者其他本地的公司的经营管理结合客户基础好的优点，利用好的机会促进发展。

至今，泰国汇商银行还具有存在的问题和提供服务对泰国汇商银行的影响，可管理内部将慢慢改进。银行将应该努力进一步的发展业务，加大产品创新力度，也密切关注产品的质量，保护高端的客户及新客户，提高产品的可用性和可靠性，并加强银行在本土化的宣传观念和营销思路。同时，除了银行外边改进发展业务外，银行内部的人力资源也应该提高员工的全面能力，无论是汉语服务、业务知识、人力管理、经营管理、上下司的关系，并保护员工工作时的态度都培育提高。这就提高客户满意度和业务发展的情况能得到更好的效果。

许多人开始注重学习更多语言，因为语言是一个楼梯，将引领我们走向成功和连接到国外的一扇门。特别是英语已经成为东盟共同体常用的语言。每个国家包括泰国要提前准备2015年东盟经济共同体的到来。

许多人只用英语，英语其实是年轻一代常用的语言。但是，如果一个人除了能说英语外还能说第三种语言。这是一个优势，并增加力量。中文是世界各地的人都在使用，但工作语言为英语。为什么中国想了解更多信息。答案是不是因为中国不仅经济增长的人口，但由于中国经济的快速增长也预计将超过美国，成为世界上像中国这样的经济巨人取代美国。2016 年中国宣布计划开发一个五年经济计划，来主宰世界经济的投资方面。值中国即将影响贸易与投资的未来。

对于目前学习外语，在泰国可以看到，中文一直在稳步发展日益普及。几年前，由于语言。普通话在各级泰国的劳动力市场上的作用巨大，无论是在旅游行业的业务方面。联系商贸或者与来自大陆，台湾，香港和新加坡，与外商做生意的中国商人的合资企业正在稳步增加，为更加紧密的结合，中国语言知识人才的需求越来越大。

在泰国教普通话，尤其是在国家的教育体系，私立学校中它不能被作为成功。然而，由于多种因素，包括缺乏拥有专业知识教师的，缺乏计划和策略来管理教学的普通话清晰，不够好和因素与学习者本身等因素的影响，普通话学习下过不佳。

在银行，这个工作都是帮客户翻译一些文件、发电子邮件、跟别的相关部门联系等。对于汇商银行的这个负责有员工公关系的部门，需要联系中国方面的机构，所以用中文显得非常重要。如果员工有较强的汉语能力，能与中国用户正常沟通，对银行业务的发展将会起到很大的作用，因为有很多中国人来泰国投资，所以我们要懂基本的汉语知识，特别是有关银行的词汇 和银行的服务、账户的知识 和金融方面，为了银行的发展和维护银行的合法权益。我们的全体同仁通晓中文且了解中国事务，为客户衷心效劳，协助客户与银行各部门联系，取得相关资料，了解银行包括信贷融资等方面的服务，尽快满足客



户业务上的需求。这次研究中，研究了汇商银行的泰国人事务部门的 20 位职员，作为研究对象问卷调查的内容分别 3 部分包括职员的基本上、有关汉语基础知识的掌握、银行对汉语服务方面的管理和职员培训。因为泰国汇商银行的建立的人是泰国人不是中国大陆所以有了汉字的问题和语言的问题。

目前，对于泰国人很少用汉语是汉语很新鲜的一门重要语言。如果去工作的话，有外语的能力、就比别人有优势。现代的中文越来越重要。由于现在的许多中国人的商人来泰国越来越多了，现在的每个银行大部分都提供中文服务，但是也有语言使用的问题存在。

本银行汉语人才在工作当中遇到的问题有：由于大部分的外国客人是中国人，银行人才的汉语技能不足，因此沟通就会不顺畅。

尽管本公司的汉语职员在语言方面不是有突出的优点，但是经过非正式的访谈，SCB 汉语职员的特点就在于服务方面。可以说，其服务工作及质量也不比其他同行的差。这些职员的职责服务优势是为客户提供“一站式服务”的，从客户一踏进银行直到客户出门，职员要“以客户为先”，为顾客提供身心的便利的同时，如办理各种手续、处理各种问题等与银行食物有关。

变量包括个人因素，包括性别，年龄，学历，职业和服务行为在很大程度上是银行的任何问题，为什么选择这家银行，影响使用银行服务，影响的因素。日期和时间以及美国联信银行金融变量，如服务，银行的物理外观质量。可靠性应变能力礼节礼貌或信仰或它的一致性安全或者方便获取通信服务或公共关系和理解而同情的。

参考文献

- 刘钢. 外资银行的本土化问题与对策 [D], 黑龙江生态工程职业学院, 2013
- 刘娅. 银行零售业务顾客体验的影响因素研究 [D], 山东大学, 2012
- 李红云. 银行服务营销, 中国海洋大学, 2004
- 李莉. 国际中小企业本土化问题研究 [D], 中国海洋大学, 2005
- 张建华. 商业银行服务分析与管理 [D], 西南交通大学, 2004
- 张凯慕. 素万那普国际机场商业汉语服务调查分析 [D], 华侨崇圣大学, 2014
- 吴晓云和焦勇兵. 顾客采用网络银行的影响因素研究 [D], 南开大学商学院, 2008
- 巫蕊. 中国工商银行在泰国的业务发展——分析工商银行的本土化经营和汉语服务情况 [D], 华侨崇圣大学, 2015
- 郑淳淳. 外资银行理财业务本土化的战略分析 [D], 首都经济贸易大学, 2010
- 胡赤颖. 中国银行网上银行服务质量研究 [D], 中南大学, 2013
- 董霓琴. 网上银行持续使用意愿影响因素的实证研究 [D], 武汉科技大学, 2009