



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

วิเคราะห์การใช้ภาษาจีนของพนักงานไทยใน บริษัท ไทย ออปโป้ จำกัด

ANALYSIS OF USAGE CHINESE WORKING IN THAI OPPO

泰国 OPPO 公司泰籍职员汉语应用研究

ปณิตา สมารวงษ์
(施美芳)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

วิเคราะห์การใช้ภาษาจีนของพนักงานไทยใน บริษัท ไทย ออปโป้ จำกัด
ANALYSIS OF USAGE CHINESE WORKING IN THAI OPPO
泰国 OPPO 公司泰籍职员汉语应用研究

ปณิตา สมาวงษ์ (施美芳)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ตรวจสอบและอนุมัติให้
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)
เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน พ.ศ. 2559



รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
ประธานกรรมการ

解琨

Assoc.Prof.Dr. Xie Kun
อาจารย์ที่ปรึกษา



Assoc.Prof.Dr. Shang Hong Yan
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

解琨

Assoc.Prof.Dr. Xie Kun
กรรมการ



Assoc.Prof.Dr. Fan Jun
กรรมการ



รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
ประธานหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
(ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

อึ้ง อึ้งอึ้ง

รองศาสตราจารย์อึ้งอึ้งอึ้ง จันทร์วิทยานุชิต
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์
คณบดีคณะภาษาและวัฒนธรรมจีน

วิเคราะห์การใช้ภาษาจีนของพนักงานไทยใน บริษัท ไทย ออปโป้ จำกัด

ปณิธา สมาวษ์ 576064

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: XIE KUN, Ph.D.

บทคัดย่อ

บริษัท กวางตุ้ง ออปโป้ โอบาย เทเลคอม มิวนิเคชั่น คอร์ป เป็นบริษัทจีน ผู้ผลิตสมาร์ตโฟน ระดับสูงและผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตบนมือถือระดับโลก มีความมุ่งมั่นที่จะให้บริการลูกค้าด้วยสมาร์ตโฟน ที่ทันสมัยและสวยงาม ออปโป้ เปิดดำเนินการธุรกิจในต่างประเทศครั้งแรกที่ประเทศไทย เป็นบริษัท ผู้ประกอบการจีน มีพนักงานไทยและพนักงานจีนทำงานร่วมกัน ดังนั้นภาษาจีนเป็นหนึ่งในวิธีที่สำคัญ ของการสื่อสาร

งานวิจัยฉบับนี้ แสดงให้เห็นถึงวิธีการดำเนินงาน และ โอกาสทางการตลาดในประเทศไทย ของ บริษัท ออปโป้ วิเคราะห์การเข้าสู่ตลาดในประเทศไทยและเผชิญกับคู่แข่งของ ออปโป้ คือ ซัมซุง วิโว โดยการวิเคราะห์เปรียบเทียบ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคาม เนื่องจากบริษัท เป็นผู้ประกอบการจีน ภาษาจีนจึงเป็นภาษาที่สำคัญและมีบทบาทมากขึ้น ดังนั้น สำรวจวิเคราะห์ ข้อมูล พนักงานของ บริษัท ไทย ออปโป้ จำกัด ภายในสำนักงานใหญ่กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย พนักงานทั่วไปและพนักงานทำงานเกี่ยวกับการใช้ภาษาจีน การสำรวจสถานการณ์การใช้ภาษาจีน ของพนักงานไทยในหน้าที่ความรับผิดชอบแต่ละแผนก หากยังสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับแบบประเมินผล การทดสอบความรู้ภาษาจีน วิเคราะห์ความสามารถด้านภาษาจีนของพนักงานว่าเป็นอย่างไร อยู่ใน ระดับไหน วิเคราะห์ปัญหาที่พบในการใช้ภาษาจีนธุรกิจ ของบริษัท ไทย ออปโป้ พร้อมเสนอนโยบาย และข้อเสนอแนะเนื่องจาก พนักงานไทยและพนักงานจีนมีพฤติกรรมและวิธีการคิดภาษาและ ประเพณีที่แตกต่างกัน อาจจะสร้างความแตกต่างทางภาษาและวัฒนธรรมได้ ดังนั้นวิธีการจัดการ วัฒนธรรมข้ามชาติ ขจัดความเข้าใจผิด หลีกเลี่ยงความขัดแย้ง การประนีประนอมและความเข้าใจ ซึ่งกันและกัน เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบต่อการพัฒนาของบริษัท ฯ ในขณะเดียวกันสำรวจช่องทาง ในการสื่อสารของพนักงานไทย และปัญหาในการสื่อสาร เสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาและ การปรับปรุง สำรวจพนักงานและวิเคราะห์ข้อมูลในบริษัท ไทย ออปโป้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการวิจัย ทำให้พนักงานทั้งสองฝ่ายสามารถสื่อสารได้ดีมากขึ้น และเอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจให้บรรลุผลลัพธ์ที่ดีขึ้น

คำสำคัญ: บริษัท ออปโป้ โทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน ความแตกต่างทางวัฒนธรรมข้ามชาติ การสื่อสาร

ANALYSIS OF USAGE CHINESE WORKING IN THAI OPPO

PANITA SAMAWONG 576064

MASTER OF ARTS (CHINESE FOR BUSINESS COMMUNICATION)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: XIE KUN, Ph.D.

ABSTRACT

Guang Dong OPPO Mobile Telecommunications Corp.,Ltd. is a Chinese corporate, A global manufacturer of high-end Smartphone and mobile Internet service, is committed to providing customers with advanced and Exquisite Smartphone. OPPO to enter Thailand to open up the first overseas market, Thailand OPPO Company is a Chinese enterprise, Thailand employees work with Chinese employees, Therefore, Chinese is one of the important means of communication.

This research, OPPO Company Market opportunities and ways to operate in Thailand, Analysis of the OPPO company to enter Thailand market competitors to OPPO, Vivo and Samsung and a comparative analysis of the strengths, weaknesses, opportunities and threats to compare because the company is a Chinese enterprise, The Chinese language has become an important language, played an increasingly important role. Therefore; to investigate Thai OPPO company employees in Bangkok headquarters Including the general employees and Thai employees work- related Chinese. And survey data, relate to Evaluation of Chinese proficiency test, the investigation of Thailand employees use the Business Chinese for working. Therefore; present the policy including the suggestion of problem from using the Chinese in Thailand OPPO. Because of Chinese employees and Thailand employees are different of languages, traditional and Concept, It may be produce the different, therefore; Cross-cultural Differences in Management, Eliminate misunderstandings, avoid conflict and mutual understanding, to avoid an impact on the company's development. Nvestigation employees in Thailand OPPO data for analysis, in order to achieve the purpose of research. Both of employees can more exchanges and communication to be conducive to the development of the business, to Achieve Better results.

Keyword: OPPO Company, Smartphone, Cross- cultural differences, Communication

泰国 OPPO 公司泰籍职员汉语应用研究

施美芳 576064

文学硕士学位（商业汉语）

指导老师：解琨 副教授

摘要

广东欧珀移动通信有限公司，是中国一家全球性的智能终端制造商和移动互联网服务提供商，致力于为客户提供先进和精致的智能手机。OPPO 进入泰国开拓了第一个海外市场，泰国 OPPO 公司是中国企业，泰国员工与中国员工一起工作。

本论文研究，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。由于公司是中国企业，使汉语成为一个重要的语言，发挥了越来越重要的作用。因此，调查泰国 OPPO 公司员工在曼谷总部内，包括一般泰籍员工和泰籍员工工作有关汉语分析资料。研究泰籍职汉语应用研究状况，在部门内负责的工作、承担职位，而且调查的资料，有关汉语能力的测试评估，分析职员在汉语能力方面怎么样，是什么水平，研究商业汉语在泰国 OPPO 公司使用中所遇到问题提出对策和建议。中国员工和泰国的员工，由于中泰两国语言、传统习惯和思维方式等不同，会产生文化与语言差异，如何管理跨文化差异，消除误解，从避免冲突、达成谅解、相互理解，从而避免影响到公司的发展。同时，调查泰籍职员沟通的渠道，在沟通时存在的问题，解决问题的方法和改进措施。调查员工在泰国 OPPO 公司进行分析资料，以达到研究的目的。使双方员工能更对地交流沟通，有利于业务的开展，取得更好的效果。

关键词：OPPO 公司 智能手机 跨文化差异 沟通

目录

บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
摘要	III
目录	IV
表格目录	VI
图表目录	VII
第一章 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	2
三、选题主要研究内容和目的	5
一、研究目的	5
二、研究方法	5
三、研究主要内容	6
四、研究范围	6
五、所要解决的关键问题	6
六、研究创新性	6
第二章 OPPO 公司在海外发展的概况及竞争对手	7
第一节 OPPO 公司在海外发展的概况	7
第二节 OPPO 开拓泰国市场	9
第三节 OPPO 公司进入泰国市场的机遇和方式	10
第四节 OPPO 公司在泰国遇到的竞争对手	11
第三章 泰国 OPPO 公司面临跨文化差异及管理	16
第一节 中泰企业工作的文化	16
一、中国企业工作的文化	16
二、泰国企业工作的文化	17
三、中泰企业工作的文化差异	18
第二节 泰国 OPPO 公司面临跨文化差异	18
第三节 泰国 OPPO 公司跨文化差异对企业的影响	20
第四节 泰国 OPPO 公司跨文化差异的管理	22

第四章 泰国 OPPO 公司汉语使用状况分析	23
第一节 汉语在泰国使用及发展趋势	23
一、经济方面	23
二、社会方面	23
第二节 泰国 OPPO 公司汉语使用状况	24
一、泰国 OPPO 公司泰籍职员汉语使用情况	24
二、泰国 OPPO 公司泰籍职员汉语能力水平	26
第三节 泰国 OPPO 公司语言沟通	30
第五章 泰国 OPPO 公司存在的问题和改进措施	32
第一节 汉语管理中存在的问题	32
一、泰国 OPPO 公司语言沟通的问题	32
二、泰国 OPPO 公司泰籍职员汉语使用方面的问题	33
三、商业汉语使用的问题	33
四、泰国 OPPO 公司汉语培训的问题	34
五、泰国 OPPO 公司汉语职员需求的问题	34
第二节 解决问题的方法和改进措施	36
一、泰国 OPPO 公司语言沟通方面的改进措施	35
二、泰国 OPPO 公司泰籍职员汉语使用方面的改进措施	35
三、商业汉语使用问题的改进措施	35
四、泰国 OPPO 公司汉语培训的改进措施	36
五、泰国 OPPO 公司汉语职员需求的改进措施	36
结语	37
参考文献	38
附录(一)	41
附录(二)	48
致谢	52
ประวัติผู้เขียน	53

表格目录

表 1-1 OPPO 公司在海外发展过程	7
表 1-2 在泰国 OPPO 旗下智能手机目前有 Find、N、R、A 四个系列	10
表 1-3 OPPO、Vivo 和 Samsung 在优势、劣势、机会和威胁方面的比较	13
表 3-1 泰国 OPPO 公司泰籍职员工作有关汉语使用的工作内部	25
表 3-2 在工作汉语使用的次数	26
表 3-3 在掌握汉语技能上的情况	27
表 3-4 汉语能力的测试评估	28



图表目录

图 1-1 OPPO 在全球的业务发展迅速	9
图 2-1 泰国 OPPO 公司面临跨文化差异	19
图 2-2 泰国 OPPO 公司跨文化差异是否对企业的影响	21
图 2-3 泰国 OPPO 公司跨文化差异对企业具体方面影响	21
图 2-4 泰国 OPPO 公司跨文化差异的管理	22
图 3-1 泰籍职员加强汉语技能	30
图 3-2 泰国 OPPO 公司职员沟通的渠道	31
图 4-1 与外国员工沟通对企业的影响	32
图 4-2 泰国 OPPO 工作汉语使用存在的问题	33
图 4-3 商业汉语对企业的工作的影响	34

第一章 绪论

一、选题的背景及研究意义

广东欧珀移动通信有限公司（Guang Dong OPPO Mobile Telecommunications corp., ltd）于 2004 年注册成立，其企业类型为有限责任公司，经营模式为生产加工型，所在地区为广东省东莞市，品牌名称为 OPPO，主营产品有手机、MP3、MP4、DVD，主营行业为数码、电脑数码产品。OPPO 的目标是成为首屈一指的全球数码品牌。至今，OPPO 产品的销售覆盖全球，公司多元化、国际化经营已初具规模。OPPO 致力于向消费者提供高端品质数码产品，OPPO 品牌全球注册，公司凭借雄厚的自主研发能力，在品质表现上力求完美。

OPPO 努力不懈地追求最新的科技、最高的品质标准，以及提供最好的使用体验。我们具备独立研发的能力，自行设计、开发、制造、行销与贩售，朝着最满足消费者设计的高品质产品迈进。OPPO 自 2004 年创立以来，始终坚持着以此信念服务全球的客户。自 2008 年进入手机市场以来，OPPO 即着手准备迈入国际市场，并于 2010 年 4 月在泰国创立了第一个国外事业体。现在，OPPO 在全球拥有 21 个事业体。

OPPO 手机从 2008 年开始进入海外市场。截止 2014 年 6 月，已经开拓泰国、越南、印尼、印度、马来西亚、新加坡、墨西哥、菲律宾、台湾、缅甸等 10 个市场。2014 年后半年，OPPO 集中力量在中东、非洲等地开拓新兴市场。

泰国 OPPO 公司（THAI OPPO Co.,Ltd.）成立于 2010 年 4 月，总公司在曼谷，OPPO 是泰国第二大智能手机生产公司。

IDC 关于全球手机市场的报告说明，今年一季度全球手机市场排名前五的手机商分别是：三星、苹果、华为、OPPO、vivo。在中国国内市场，今年一季度中国手机市场排名前五分别是：华为、OPPO、小米、vivo、苹果。

中国与泰国自 1975 年建交以来，在政治、经济文化等方面发展良好。尤其是中国—东盟自贸区投入建设以来，中泰双边贸易不断增长。两国人民也一直保持着友好往来，语言变成了两国人民交流的桥梁。泰国人学习中文，中国人学习泰语，已成为中泰两国一大热门话题，这预示着双边交往的美好背景。

OPPO 公司是中国企业有泰籍职员和中国职员一起工作会有跨文化差异尤其是，语言文化不同方面，存在差异，如何在工作中协调一段，消除误解是必解决的问题。

二、与论文选题有关的国内外研究综述

有关调查泰籍职员汉语使用的论文和论著，泰国人国内外已有不少。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，有关汉语在经济领域中的作用的论文，对在泰国汉语使用情况的调查涉及到以下几个方面；

（一）有关汉语语言态度与汉语使用

刘聪聪^[1]，（2011年）。通过调查在广州留学的泰国大学生的汉语语言态度以及汉语语言能力，研究不同个体对于汉语的态度是否存在差异，有何差异，造成差异的影响因素有哪些，哪些因素对汉语语言态度起主要影响，汉语语言态度与汉语语言能力是否相关以及存在怎样的相关等问题。非华裔学生的汉语语言态度与汉语能力的相关性高于华裔学生。从是否有说汉语的家庭环境来看，无汉语家庭环境的汉语学习者的汉语语言态度与汉语能力的相关性明显高于来自有汉语家庭环境的同学。

肖美丽^[2]，（2011年）。以社会语言学语言态度研究为指导，采用问卷调查法对来华外国留学生的汉语语言态度及其汉语使用情况进行了考察。调查对象来自于湖南四所高校的留学生。汉语学习中，留学生普遍反映汉字和发音是最困难的。语速和方言等问题是他们最大的交流障碍。面对这些困难，半数以上留学生仍然保持着积极的态度，决心通过各种途径多听，多读，多说来克服困难，从而提高汉语水平。研究留学生汉语语言态度及汉语使用情况将有利于留学生汉语学习效率的提高，同时对汉语的教学及汉语的推广也有十分重要的意义。

苏宇炫 李素琼^[3]，（2010年）。研究了汉语学习在泰国出现了热潮，越来越多的汉语教师志愿者被派往泰国各个中学从事汉语教学工作，提高泰国学生汉语学习的认识已成为必要。调查研究表明，年龄和性别、地域，客家话和潮州话，汉语学习时间和汉语教师的语言态度等因素对泰国中学生的语言态度有一定的影响，而学生对汉语语言的态度会直接影响到他们的学习和使用情况。

[1] 刘聪聪. 泰国留学生汉语语言态度、语言能力及其相关性研究暨南大学：[硕士学位论文]. [D]. 暨大 2011 年

[2] 肖美丽. 来华留学生的汉语语言态度及汉语使用情况调查：[硕士学位论文]. [D]. 湘潭大学，2012 年

[3] 苏宇炫、李素琼. 泰国中学生的语言态度对其汉语学习和使用的影响：[硕士学位论文]. [D]. 湘潭大学外国语学院，2010 年

陈创荣^[4]，(2011 年)。进行了大量的实地调研，试从三个方面来展开论述：第一部分主要从宏观上概述汉语在泰国的整体使用情况。先具体分析了汉语在泰国使用的政治、历史、教育等方面的背景，接着以 2,000 年为时间界限，分别论述了 2,000 年以前的汉语使用情况及近十年来的变化情况。第二部分主要从微观的语言为角度，针对泰国中文报纸上的具体语言现象，对汉语的词汇、语法、汉字在泰国特定文化背景下产生的变化情况进行了具体的分析。第三部分主要结合当前中泰两国的经济合作、政治来往、文化交流等方面的形势，对汉语在泰国地区使用的未来发展趋势进行了一下预测分析，并提出了笔者相关建议。

何山燕^[5]，(2014 年)。本文在众位学者前贤的研究基础之上，结合汉泰语言对比，以实地追踪调查方式收集语料，根据调查结果进行定量统计分析，对泰国学生学习汉语常用否定结构过程中所表现出来的习得顺序、偏误类型、产生原因进行了描写分析，并提出了相应的教学对策。在对外汉语教学研究实践中采用语言对比分析，偏误分析的方法较为普遍，但采用调查统计定量分析的方法还是一个较新的尝试，在研究理论与分析方法上尚待进一步探讨改进。

(二) 有关泰国汉语能力

汪翔^[6]，(2004 年)。本文对中、外学生汉语能力要求和中、泰学生实际汉语水平分别进行比较研究。首先，选取《汉语水平等级标准与语法等级大纲》和《汉语水平词汇与汉字等级大纲》，涉及中国语文教学的《全日制义务教育语文课程标准（实验稿）》进行系统比较，先确定中、外学生在汉字、词汇、语法、阅读、写作、听力、说话各方面的能力要求，然后根据这些能力要求确定中、外学生汉语能力大致相当的学习阶段。得出结论：泰国汉语专业二年级上学期大学生的汉语水平不及中国四年级上学期小学生。同时我们归纳了中、泰学生在汉字、词汇、语法、阅读等方面存在的问题。最后从汉语在中、泰学生语言学习中的性质、学生学习态度、汉语自身难度、教材编写、教师讲解、课时安排等几方面分析了中、泰学生汉语水平存在差异的原因，并对中、外汉语教学提出了我们的建议。

[4] 陈创荣. 泰国汉语使用及发展状况调查:[硕士学位论文]. [D]. 黑龙江大学, 2011 年

[5] 何山燕. 泰国学生汉语常用否定结构使用情况调查及研究:[硕士学位论文]. [D]. 云南师范大学, 2004 年

[6] 汪翔. 黑龙江大学. 年中外学生汉语能力要求与实际水平对比研究:[硕士学位论文]. [D]. 广西民族大学, 2011 年

MISS HATHAIKARN MANGKORNPABOON (龙伟华)^[7], (2012 年)。本研究首先了解泰国汉语教学实际情况存在影响学习者汉语能力的问题。由于没有汉语能力标准为指导依据制约, 因此应该把“泰国汉语能力标准”作为泰国汉语教学中最重要的标准来研究制定。在上述研究的基础上, 本研究对七个相关语言能力标准和汉语教学大纲进行了分析。通过对语言教学和汉语教学有显著影响的泰国国内外相关标准和教学大纲进行比较。我们对语言能力标准的基本框架和主要内容有了一个全面清晰的认识, 分析了制定能力标准的各种原则和理论假设, 并以最初级和最高级为例, 比较了各能力标准的主要内容, 从中吸收各标准和教学大纲的共同优点, 为进一步拟定完整的“泰国汉语能力标准”做好准备。最后明确本研究对“泰国汉语能力标准”框架结构及能力目标范围的确定, 并拟定了“泰国汉语能力标准”。

周芸张婧^[8], (2010 年)。研究了谈话语体能力是语用主体在正确识别谈话语体语境类型的基础上, 恰当地选择和运用谈话语体标记来理解和表达谈话语体话语的能力。泰国学生的汉语谈话语体能力主要由谈话语体语境的认知能力、谈话语体标记的掌握能力、谈话语体的理解能力和表达能力、谈话语体与其他语体的协调能力等构成。影响泰国学生汉语谈话语体能力习得特点、习得偏误的因素, 不仅涉及到汉语谈话语体本身的问题, 而且还与很多非语体因素有关。

(三) 有关泰国商务汉语教学研究

韩凤明^[9], (2012 年)。对泰国大学商务汉语的教学进行更深入地研究与了解, 笔者选择了曼谷五所开设商务汉语课程的大学作为研究对象, 并对该地区商务汉语教学的师生进行了问卷调查。目前泰国在商务汉语的教材、师资和教学等方面均不能完全满足学生的要求, 乃至造成专业人才紧缺、培养效果不达标等, 无法满足社会及市场的需求。因此, 笔者在本文研究的基础上对如何激发学生的学习兴趣, 如何改善泰国大学商务汉语教学的质量等问题提出了建议。

董有辉^[10], (2013 年)。针对泰国商务汉语教学的需求分析的研究欠缺, 需求分析的研究又是提高教学效率的有效途径。鉴于此, 本文研究的对象是泰国皇太后大学商务汉语专业本科生; 主要研究的内容是学习者的学习需求。本文研究主要采用问卷调查法和统计分析法。首先, 介绍了泰国皇太后大学商务汉语

[7] MISS HATHAIKARN MANGKORNPABOON (龙伟华). 泰国“汉语能力标准”研究:[硕士学位论文]. [D]. 中央民族大学, 2012 年

[8] 周芸 张婧. 泰国学生汉语谈话语体能力习得调查:[硕士学位论文]. [D]. 云南师范大学, 2010 年

[9] 韩凤明. 泰国商务汉语教学研究:[硕士学位论文]. [D]. 浙江大学, 2012 年

[10] 董有辉. 泰国皇太后大学商务汉语学习者学习需求:[硕士学位论文]. [D]. 中央民族大学, 2013 年

专业的教学概况,内容包括:课程设置、师资队伍、教材使用情况和学生情况。其次,把问卷发放给泰国皇太后大学商务汉语专业学生,调查他们对商务汉语专业的学习需求。有效的调查问卷有 256 份,并把调查结果统计和分析后得到该学生们对学习的需求。最后,根据得出的结果对泰国商务汉语专业的教学提出了建议,建议内容包括课程教学、商务汉语本土教材和测评的方式等三个方面。

(四) 有关泰国人汉语培训

龙伟华^[11], (2010 年)。本研究以“泰国南邦毒贩特殊劳管所汉语培训”为研究个案,实地调查了参加培训者汉语学习情况及教学情况,了解培训者的学习心理动机和学习态度及语言环境的作用。研究发现培训者的缺陷在于缺乏汉语语言环境,只能通过课后学习及上课时跟教师交流的方法来学习汉语,没有机会用汉语和其他母语者交流,他们习得的机会就比一般学习者少了几倍。本研究最后提出了关于提高教学质量的相关意见,以期对类似培训工作有所启示。

陈俊羽^[12], (2011 年)。研究了在清迈大学孔子学院在调查了解教育局官员学习需求的基础上,采用了“语”和“文”分开的教学路子,并根据这些学员的特点,为其设计了相应的汉语及文化培训课程,这些课程受到了学员们的欢迎。本文介绍了“教育局官员汉语培训项目”的课程情况和实践过程,并将实践经验加以总结,以供同行借鉴参考。

三、选题主要研究内容和目的

(一) 研究目的

本论文研究的目的是通过,对泰国 OPPO 公司泰籍职员汉语使用情况和汉语能力水平相关研究,发现汉语应用存在的问题,提出解决办法,提高效率。与调查在泰国 OPPO 公司面临跨文化差异,是否对企业的影响,用什么方法才能管理跨文化差异。

(二) 研究方法

通过资料收集,问卷调查,分析泰国 OPPO 公司泰籍职员汉语使用情况,以及泰籍职员汉语能力水平研究,找出文化与语言差异对企业的影响,通过分析

[11] 龙伟华. 泰国南邦毒贩特殊劳管所汉语培训个案研究:[硕士学位论文]. [D]. 云南师范大学, 2010 年

[12] 陈俊羽. 泰国政府职员及社会人士汉语培训课程探索——以清迈大学孔子学院教:[硕士学位论文]. [D]. 云南师范大学, 2011 年

发现问题，进而探求解决问题和改进措施。研究数据主要通过问卷调查获得，运用统计软件对调查结果进行统计分析，同时结合访谈观察的方法。

（三）研究主要的内容

1. 泰国OPPO公司泰籍职员汉语使用情况调查
2. 泰国OPPO公司泰籍职员汉语能力水平
3. 泰籍职员与中国员工沟通方面，及沟通存在的问题
4. 泰国OPPO公司面临跨文化差异
5. 提出解决办法，提高效率

（四）研究范围

本论文调查泰国 OPPO 公司 员工在曼谷（Rama9）总部内，包括调查一般员工 50 名、与调查泰籍职员工作有关汉语 20 名，全都有 70 名员工被调查。

（五）所要解决的关键问题

泰国OPPO公司泰籍职员汉语使用情况调查，和泰籍职员汉语能力水平，在语言上的出现什么问题，怎么解决和需要哪些改进。职员在沟通的渠道和在沟通碰到哪些问题，提出在公司的文化与语言差异，而找出应对的影响和解决问题。

（六）研究创新性

目前缺乏有关泰国 OPPO 公司在泰国的经营和泰籍职员汉语使用方面调查研究。通过目前所收集的资料，专门调查在泰国 OPPO 公司泰籍职员汉语使用状况和汉语能力水平。本论文的调查是在这些研究的基础上，进一步调查研究职员在沟通的渠道，和在沟通中碰到那些问题，在公司的文化与语言差异出现的问题。

第二章 OPPO 公司在海外发展的概况及竞争对手

第一节 OPPO 公司在海外发展的概况

广东欧珀移动通信有限公司 (GuangDong OPPO Mobile Telecommunications corp., ltd) 公司简称“广东欧珀” 创建于 2004 年, 位于广东省东莞市长安镇, 是一家全球性的智能终端制造商和移动互联网服务提供商, 致力于为客户提供先进和精致的智能手机、高端影音设备和移动互联网产品与服务, 业务覆盖中国、美国、俄罗斯、欧洲、东南亚等广大市场。OPPO 先后进入 MP3、MP4、蓝光高清影音、手机和移动互联网等领域。于 2008 年 5 月, 正式推出手机产品, 志在打造手机行业的一流品牌。OPPO 的目标是成为首屈一指的全球数码品牌。至今, OPPO 产品的销售覆盖全球, 公司多元化、国际化经营已初具规模。OPPO 致力于向消费者提供高端品质数码产品, 公司凭借雄厚的自主研发能力, 在品质表现上力求完美。在产品造型设计上力求时尚精美, 在功能操作上力求简洁易用。^[1]

今年一季度中国手机市场中表现最“黑”的“马”是 OPPO 和 Vivo。OPPO 智能手机今年一季度出货量达到 1,320 万部, 占市场份额 13%, 比去年同期的 790 万台增长 67%。Vivo 暂时排名第四, 市场份额从去年同期的 7% 升至 12%。手机中国联盟秘书长王艳辉分析称, 在处于上升通道的几家手机公司中, OPPO 和 vivo 的市场份额增速最猛, 主要还是受益于线下渠道的爆发。

OPPO 于 2010 年 4 月在泰国创立了第一个国外事业体。以开拓、越南、印尼、印度、马来西亚、新加坡、墨西哥、菲律宾、台湾、缅甸等 10 个市场现在 OPPO 在全球拥有 21 个事业体。OPPO 公司在海外发展过程如表 1-1。

表 1-1: OPPO 公司在海外发展过程

地方	时间	全球业务
东南亚	2010 年 04 月	OPPO 正式进入泰国市场。 OPPO 召开第一国际海外新闻发布会
	2013 年 03 月	OPPO 正式进入越南市场。
	2013 年 10 月 2014 年 06 月	OPPO N1 推出在越南最大的新闻发布会。 OPPO Find 7 在越南发布会与 Transformers 4 合作

[1] 关于 OPPO, [online], (<http://www.oppo.com/cn/blogs/about>)

地方	时间	全球业务
东南亚	2013 年 04 月	OPPO 正式进入 印度尼西亚市场。
	2013 年 10 月	OPPO Find 5 推出, 超过 1200 名媒体。
	2014 年 04 月	OPPO Find 7 在印度尼西亚发布会。
	2014 年 12 月	OPPO 在印度尼西亚工厂建成。
	2014 年 02 月	OPPO 正式进入马来西亚市场, OPPO N1 在马来西亚发布会。
东南亚	2014 年 05 月	OPPO Find 7 在马来西亚发布会。
	2014 年 04 月	OPPO 正式进入菲律宾市场, OPPO Find 7 在菲律宾发布会。
	2014 年 05 月	OPPO 正式进入 缅甸市场。
	2014 年 08 月 2014 年 10 月	OPPO 推出 Singapore Telecom Operator “SingTel” 合作 OPPO N3 & R5 在新加坡, Marina Bay Sands 发布会, 来自 15 个海外市场, 超过 1,500 超过 1,200 名媒体。
东亚	2014 年 06 月	OPPO 正式进入台湾市场, OPPO 推出 Find 7, 在台湾发布会, 令人印象深刻的数码产品。
	2014 年 12 月	OPPO N3 & R5 在台湾发布会。
南亚	2014 年 01 月	OPPO 正式进入印度市场. OPPO 邀请 明星 Hrithik Roshan 与 Sonam Kapoor 的正式代言人。
	2014 年 06 月	OPPO Find 7 在印度发布会。
	2014 年 07 月 2014 年 09 月 2014 年 10 月	OPPO 正式进入巴基斯坦市场。 OPPO 在巴基斯坦, 媒体见面式举行。 OPPO 在巴基斯坦, 第一经销商峰会举行。
	2014 年 09 月 2014 年 10 月	OPPO 正式进入孟加拉国市场。 Bangladesh Particiates N3 & R5 在新加坡发布会, OPPO 邀请当地媒体 Channeli, ATN Bangla, Prothomalo and Bangla News 24 来参加活动。
拉丁美洲	2014 年 03 月	OPPO 正式进入墨西哥市场。
	2014 年 06 月	OPPO 与 Mexico Telecom Operator “TelCel” 合作。
	2014 年 10 月	OPPO Find 7 在墨西哥发布会。
澳大利亚	2014 年 09 月	OPPO 正式进入澳大利亚市场, OPPO 体验在西方市场的第一步。
中东	2014 年 09 月	OPPO 正式进入阿拉伯联合酋长 (UAE) 市场, OPPO 第一次举行了盛大的消费电子展, 超过 210,000 人参加。
	2015 年 02 月	OPPO N3 & R5 在阿拉伯联合酋长发布会。
非洲	2013 年 03 月	OPPO 正式进入摩洛哥市场。 OPPO N3 & R5 在摩洛哥发布会, 摩洛哥作为 OPPO 进入非洲市场的第一步。

资料来源: <http://www.oppo.com/th/>.

OPPO 在全球已经有接近 14 万家销售网点，如图 1-1 所示。

图 1-1: OPPO 在全球的业务发展迅速



资料来源：<http://tech.huanqiu.com/digi/2015-01/5386856.html>

近年来，随着中国企业走出去的步伐加快，OPPO 在国际市场的成绩也引人瞩目。OPPO 的蓝光播放机在美国市场多年都处于垄断地位。OPPO 已经成为了泰国的第二大智能手机生产公司。如今在东南亚市场随处可见 OPPO 的广告就足以说明 OPPO 对海外市场的重视程度。尽管走的是精品路线，但 OPPO 的产品在国外依旧有着极高的吸引力。如今 OPPO 正在国外新建更多的体验店和专卖店，为国外顾客提供了一个接触和了解 OPPO 手机的机会。相信假以时日，OPPO 必将在国外拥有一片属于自己的天地。^[1]

第二节 OPPO 开拓泰国市场

从 2004 年在中国注册成立以来，2010 年进入泰国开拓了第一个海外市场，注册资本 126,791,900 泰铢，“泰国 OPPO 公司”（THAI OPPO Co., Ltd.），成立于 2010 年 4 月，总公司设在曼谷。

2013 年年底，泰国 OPPO 拥有员工 800 余名，未来将增加至 1,000 余人。在全泰国销售员大约 2,800 人，2015 还将增加到 3,500 人。在泰国已经开设 250 售后服务点，计划增加开设 750 售后服务点，在泰国市场已有 4,000 家专卖点，还有计划增加到 6,000 家专卖点为了支持快速扩张。

[1] “MWC2015 策划:国产厂商全球化布局之 OPPO” [online], (<http://g.pconline.com.cn/x/616/6167857.html>), 2015-03-02

2013 年 1 月 30 日，在曼谷暹罗典范商场 (Siam Paragon)，举行了 OPPO Find 5 发布会。OPPO Find 5 的海外上市也正式开启。在 2014 年 6 月 OPPO 举行了 OPPO Find 7 的发布会。2015 年 1 月推出新品发布会完整版 N3 和 R5 高清。OPPO 手机产品在泰国的销售情况如表 1-2 所示。

表 1-2: 在泰国 OPPO 旗下智能手机目前有 Find、N、R、A 四个系列

手机类型	手机型号
Find 系列	OPPO Find 7、OPPO Find 5、OPPO Find 3
N 系列	OPPO N3、OPPO N1 mini
R 系列	OPPO R7 Plus、OPPO R7S、OPPO R7、OPPO R5、OPPO R1C
A 系列	OPPO A53、OPPO A33、OPPO A31

第三节 OPPO 公司进入泰国市场的机遇和方式

近几年，中国产手机厂商纷纷转战海外市场，并取得了不俗的成绩。中国智能手机品牌的制造商，智能手机市场份额逐渐上升，2014 年年底，中国智能手机品牌 OPPO、华为 (Huawei)、联想 (Lenovo)、小米 (Xiaomi)、酷派 (Coolpad)、中兴 (ZTE)、TCL、步步高 (Vivo) 和金立 (Gionee) 在泰国的智能手机市场占有率已达 33.3%，韩国品牌包括 Samsung 和 LG，市场占有率 30.1%，这表明中国智能手机品牌已经在市场上领先韩国份额。

目前，中国手机品牌进入泰国推动智能手机市场，通过“多品牌的组合体” (House of Brands)^[1]，为提升中国的“国际品牌” (interbrand)，同时也继续研究发展和调整市场策略，提升品牌形象，不再是赚价智能手机的经销商了。从趋势看来，中国手机品牌在泰国的机遇比较广泛，为更多的消费者所接受，因此，中国智能手机品牌进入市场的机遇很顺利。另外通过改进新市场的模型，通过 OPPO 和 Huawei 专注于高端市场，推出创新的产品，应用的方法是在市场创造差异产品，建立品牌形象，让中国品牌展示高能手机的形象。

[1] 多品牌的组合体 (House of Brands): 是公司中每个产品线都是一个独立的品牌，在每个独立的细分市场有自己独特的定位。这些品牌与厂商之间都没有明显的关联。

2015 年，中国智能手机品牌市场增长 150%，比去年增长大约 30% 以上，（2014 年在市场占有率已达 10-15%）。对于泰国 OPPO 的发展，注重拓展高端的智能手机市场，超过 10,000 泰铢的价格。同时，加强拓展售价为 8,000-10,000 泰铢，（在智能手机市场占有率 20%）。在之前 OPPO 还没有上述产品的市场覆盖。此外，在 2015 年公司位于五百多亿泰铢的营销预算，通过专注电视广告约 70%，其余是在网络媒体和其他广告。OPPO 手机产品在省级市场占有率已达 70%，在曼谷市场 30%，还计划在曼谷将增加 30 售后服务点，从之前有 16 售后服务点。同时，推动市场策略 通过与泰国“移动运营商”（Mobile Operator）合作，虽然销售额不高分，可是让公司有更多的销售渠道而市场覆盖，还加强销售的渠道通过 Jaymart 在泰国的每一家分店购买，让消费者更方便和收到满意。

OPPO 品牌优势是智能手机强大的拍照功能，今年公司计划推出的产品包括 8 款手机，没有算到（N3）和（R5）系列，是已经在去年年底推出，可是在今年进入泰国的销售，这两新款智能手机产品，是在泰国今年第一季度推动的市场。第一批的货物进入泰国市场销售大概 20,000 台手机，今年，OPPO 新款旗舰^[2]智能手机就是 OPPO Find 9 型号，进入泰国市场销量大概 6 月。今年 2015 年 OPPO 目标手机销售量为 200 万台智能手机市场占有率已达 10%，从去年销售量为 90 万台手机市场占有率 6%，从预设销售量的 200 万台智能手机，使得 OPPO 份额的上升占有率第 3 代智能手机市场，仅次于三星和苹果。

第四节 OPPO 公司在泰国遇到的竞争对手

近年来，智能手机市场的竞争日趋激烈。很多国产手机品牌在国内手机市场竞争已入白热化的情况下，纷纷将目光投向国外，并不断加快海外市场的布局。OPPO 作为音乐手机同时也是广大音乐手机市场中的一员，有市场就会有竞争，因此，在此对其竞争对手来进行一下比较分析，OPPO 手机在市场上主要有两竞争对手，分别是三星和 VIVO。

[2] 旗舰：是领袖、高端、领头的意思，是该款手机各个型号中最强悍的一个型号，通常这个旗舰只是在一个时间段内他是旗舰。

一、VIVO 手机

广东步步高电子工业有限公司 (Guangdong BBK Electronic Industrial Co., Ltd.) 1995 年在东莞市长安成立。Vivo 是步步高旗下年轻而有活力、科技、亲和力的智能手机品牌。Vivo 专为时尚、年轻群体打造拥有卓越外观、专业级音质享受、极致影像、愉悦体验的智能产品和服务；并将敢于追求极致、创造惊喜作为 Vivo 的持续追求。

Vivo Service (Thailand) Co., Ltd, 在 2014 年成立，泰国是 Vivo 国际化战略的首站，不但标志着 Vivo 国际化战略的开启，更是 Vivo 进军国际市场最成功的市场之一，早在 2014 年 Vivo 就已经与 400 多家泰国伙伴进行了合作，并筹建了自己的品牌旗舰店和全泰国售后网络，可见泰国在 Vivo 国际化战略中的重要性。

经过 1 年多的发展，Vivo 品牌在泰国已经初具规模，目前已经拥有 2,000 多家合作客户和 1,000 多名优秀的销售人员，并在泰国全境建设了 20 家专卖店，构成了可以为全泰国范围内的客户提供专业销售服务的网络，同时还建设了 15 个售后服务中心，以便为全泰国的消费者提供优秀的售后服务，超额完成了去年发布会上姚总对泰国消费者的承诺。Vivo 已经在泰国电视台、音乐电台、Major Cineplex 院线、大型高档商场、线下音乐会、高校校园等地大规模投放广告，并在泰国官网、Facebook、Line 等自媒体和手机类的垂直网站进行了宣传与合作，其中，泰国主流社交平台 Line 的粉丝已超过 1,000 多万。对于 Vivo 泰国在 2015 年发展的目标，姚总称将达到单月销售突破 10 万台，合作客户超过 4000 家，团队人数 2,000 人以上的规模，并将把 vivo 打造成最受泰国年轻人喜爱的手机品牌之一。

二、三星手机

三星电子是韩国最大的电子工业企业，在世界上最有名的 100 个商标的列表中，三星电子是唯一的一个韩国商标，是韩国民族工业的象征。1996 年，三星集团跻身全球第五大集团，包括多个下属公司及若干其他法人机构，在近 70 个国家和地区创建了近 300 个法人及办事处，员工总数 19.6 万人，共有至少 62 家子公司，总资产高达 1,070 亿美元。

泰国三星电子产品公司 (THAI SAMSUNG ELECTRONICS CO., LTD.) 成立于 1988 年，总公司设在曼谷，由 8 个厂房组成，生产三星旗舰的产品，是该公司在东南亚的最大厂。目前泰国三星全部有 4,800 工人，生产 80% 的目标为了出口。

三、三家公司在 SWOT 分析比较

表 1-3: OPPO、Vivo 和 Samsung 在优势、劣势、机会和威胁方面的比较

	OPPO 手机	Samsung 手机	Vivo 手机
优势 Strengths	1. 品牌优势		
	产品外观时尚潮流；强大的娱乐功能、音质完美, 高清拍照、随身的数码相机。	产品种类丰富，外观时尚；独特可爱的系统界面；完善强大的娱乐功能。	产品用了反应快，游戏支持也挺高，质量好，音质效果好完，善的售后服务。
	2. 技术优势		
	精工时尚、独具慧眼。优秀的做工让许多消费者感到惊喜。因为在OPPO产品上找不到毛刺，找不到板材要合部位的不和谐接缝。同时也是手机行业里首家获得 Real Networks 授权的公司。	在国际市场上彰显出雄厚实力以三星 电子为例, 该公司在美国工业设计协会年度工业设计奖的评选中获得诸多奖项，连续数年成为获奖最多的公司这些证明三星的设计能力已经达到了世界级水平。	可以成为安卓音乐手机的门槛。加上已经拥有的 SRS BBE 音效技术，以及 yamaha 功放和 non-clip 防破音技术，vivo 俨然成为安卓产品中音乐手机的标杆品牌。
	3. 研发优势		
自主的研发团队，产品设计上时尚精美。在功能上力求音质的完美和功能的多样化。功能操作上力求简洁容用，在品质表现上力求完美。	具有雄厚的产品研发能力的三星未来可以尝试从速度入手，实行速度经营的策略，率率先发布新品、抢占市场。	软件全部是自主研发设计，确保了产品性能的稳定，即使出现了故障也能及时准备的修。	
劣势 Weaknesses	1. 起步比较晚		
	2004 年成立，2008 年 5 月才正式推出手机产品。要从其它大品牌手机市场中抢夺市场。	起步较晚 三星电子虽然在近几年得到了飞速发展，但来自于老牌电子运营商如索尼等的压力依然十分巨大。	vivo 手机与其他手机之间有差距，特别是与国外企业相比。因此，步步高手机应加快发展速度，抓住市场机遇以弥补自身不足。
	2. 价格偏高、性价比低		
OPPO 有价格偏高的产品，功能上的大同小异会让消费者倾向于价格低廉的手机，其他产品有价格实惠，功能齐全，会吸引更多中下层消费者。	三星今后发展战略是巩固三星电子的高端品牌定位，所以尽管三星在不同消费级别都有产品，但为维持高端品牌的形象其产品价格并不会十分亲民。	vivo 手机多为中低档，高端产品较少。步步高手机的中低档的价格使其不能进入高端市场，限制了它的发展。	

	OPPO 手机	Samsung 手机	Vivo 手机
机会 Opportunities	1. 市场容量大		
	中国是最大的市场，随着我国移动通信的快速发展，手机的普及率得到明显提高，为手机业提供了更大的发展空间。	大学生和白领崛起市场成为新的高端手机争夺点。最重要的是，价格能够承受，价格相对于其他品牌中端手机具有很强的竞争力，这也是为什么学生群体成为三星主力消费人群的原因。	潮流是人群为较的成功提供了有力保证。新潮的广告宣传，得到媒体和消费者的关注，从而营造出旺盛的人气，是步步高发展的契机。
	2. 宽带的显著提升		
	目前 3G 市场普及，正在走向 4G 时代，对高音质的在线音乐平台及一些扩展服务来说是个好的切入点。	良好的 3G 市场环境 中国 3G 市场环境日趋稳步，运营商持有手机数量不断加大。三星手机有良好的发展空间。	随着 3G 网络的不断部署，流媒体的应用会越来越多，在这样的趋势下 vivo 有在体制、观念、业务模式等方面做出全面变革。
	3. 中高端收入人群不断增多		
随着经济的发达，中高端收入人群不断增多，居民收入明显提高。提升了消费者的购买能力。多数消费者同时拥有几台手机。高清拍照是人们的必选品，而高清拍照又是OPPO的强项。	中高端收入人群的增多 高端人群收入的增多，使得人们越来越注重手机的质量，品牌和功能，而三星如今在高端市场占有重要的位置。	随着社会的发展，消费者的购买能力得到了显著提升。步步高手机企业应打造出自己的特色品牌，来吸引消费者，满足消费者需求，适应市场发展。	
1. 国内国外竞争者多，竞争比较大			
威胁 Threats	在手机市场中，国际著名品牌也都一直致力于研究品牌手机且占有一定的市场份额。同时，vivo 是将 MP3 作为手机设计战略之一。另外，国内的一些手机企业也在快速的成长。	高端市场竞争者的强大威胁 苹果，HTC，索爱等手机生产企业时刻研发新产品投入市场，三星没有技术专利，很容易被强势竞争者击垮。	在市场趋势方面，随着竞争的激烈，行业集中度不断提高，各档次手机应有尽有，进一步推进对其他市场的渗透，阻击对手，壮大自身力量。
	2. 核心技术掌握不够		
	动通讯市场核心技术都掌握在一些国际知名的大厂商手中，一量推出全新的技术的升级，收益最大的是国际品牌。因为拥有最选进的技术，可以在最短的时间里推出新新的手机并点有一定的市场份额。	创新能力不足 三星智能手机，尤其是 Android 产品所占比例偏低，Bada 系统产品用户关注贡献率 不足。三星没有紧紧把握自己的主创系统。	步步高，虽然都在不断发展核心技术，但由于国产手机起步较晚，始终和国外技术存在着一定的差距。因此国外手机的高新技术对国产手机是一巨大威胁。

表 1-3: 分析了 OPPO、Vivo 和 Samsung ，三个品牌的 SWOT 分析，说明了 OPPO 在泰国还是具备一定的优势 和 竞争力，只要加强企业管理，企业就能很好地发展、获得竞争优势。从表上可以 OPPO、Vivo 和 Samsung 的优点和缺点，和他们自己的思维方式，可是产品有差不多的功能、技术、目标群体与质量，尤其 OPPO 和 Vivo 因为是中国产品，OPPO 和 Vivo 不只在泰国是竞争对手，在中国也是最大的竞争对手，而拥有这么强大的品牌实力和企业背景，使得三个产品在市场上竞争很激烈。



第三章 泰国OPPO公司面临跨文化差异及管理

“跨文化差异”是指不同国家、民族间文化的差别。不同的民族文化都有独特性、延续性、非物质性的特点，各个民族间的语言、传统、性格和生活方式不尽相同，造成各个国家、民族在文化方面的千姿百态。从跨文化的角度来看国家(或民族)的文化背景差异，不仅是跨文化差异的来源之一，而且，每个公司的“企业文化”和“组织文化”的风格差异以及员工个体文化素质的差异，也是跨文化差异的重要来源。^[1]

中泰两国具有不同的历史文化背景和自然资源储备，这些方面的差异性也导致了两个国家在企业文化的主导方向上的巨大差异。下面详细的分析研究泰国和中国企业工作的文化差异。

第一节 中泰企业工作的文化

工作文化在社会中指人类有工作路线，指企业依据本身目标，将工作任务设计与特定的工作模式，并且需要雇佣适合的员工来完成依据特定的工作任务以达到企业的目标。因此企业必须先根据确定合适文化，在利用工作文化的特殊和工作模式进一步来实现企业的目标。

一、中国企业工作的文化

从童年，中国人被教导需要把家庭放在首位，亲属关系是中国的一个基本关系，而家庭关系对中国人是非常重要的，把它放在上面，所以说禁止做任何破坏家庭关于的事情。

中国文化具有四个主要特点：尊重年龄与层级，群体取向，碍于面子，关系的重要性。第一，在中国比较尊重年龄和层级地位，与其他文化比较时，增加了上下属关系距离大。群体内的重要关系跟个人取向是相反的关系，比如：在中国“成功”更多意味着群体或组织并不是自我。“面子”代表他自己，在中国社会对丢面子的事情很看重。

[1] ELEkale, “跨国公司跨文化差异的影响及应对措施” [online], (http://wenku.baidu.com/link?url=iLh5UUW1cSxileqsF_V1JmJaw8SR-9wo3-zADQsgMPR1RAXjKr34Zvn_9e9FfMx-32JmBKYiXXqvj0RVoz4ZPpfkKHx1i84W-RUyeIAwug7), 2011年06月11日

另外一个明显的是同事之间的关系比较融洽，良好人际关系的建立，有利于一种企业文化的形成，培养共同的价值观。创造积极向上的企业文化是协调好组织内部各利益群体关系，发挥组织协同效应和增加企业凝聚力最有效的途径。但是在上下级之间、部门之间以及个人与个人之间沟通时，往往却又缺乏足够的沟通和信任，从而导致整体协作意识不强，为个人的、部门的较小的利益而不顾及企业整体的利益，这要求中国企业在管理模式、激励机制和沟通保障等方面都要进一步加强。

二、泰国企业工作的文化

泰国人工作观念就是喜欢寻找乐趣，因为他们都觉得乐趣就是生活，所以泰国人往往寻找对自己有乐趣的工作与职业。其次泰国人具有懒惰、平稳，不太积极的行为，工作时缺乏认真的行动。泰国人都相信罪和功绩的事情，相信善恶报应法则，这样的信仰，泰国人可以用于解释富裕与贫穷，工作的成功和失败。

（一）泰国人工作的价值观

价值观是可以指导人的行为、可以告诉生活的方向，价值观是人们知道自己的需要而什么是最好的东西，当人们面对必选的情况，价值观是一个标准，他对人的决定与判断有大的影响，即价值观能表达人的需要和社会的目标。泰国文化就是心理文化基于佛教的影响，不管做什么事情他们都会以心理价值为主。泰国人比较重视个人价值，使社会上产生了个人主义性，因而泰国人在社会目标的事情上几乎都没有什么约束，他们都觉得做事是为自己、助人为乐必须要自觉自愿地去做，而不是被勉强去做。有时，泰国人更接受上级的命令比亲自建立创意的多，就是如果没有人去说或给他们命令他们也不会去卖行与执行。是因为泰国社会具有舒适方便价值，在选择工作时他们会比较挑选不希望去遥远的地方（农村）或者离家较远的地方去工作，大部分的泰国人想有高的工作职位、不想当老板、但较喜欢当公司或组织的员工、不喜欢冒风险。

（二）泰国人工作的特征行为

泰国人具有个人主义行为、缺少平坦，缺少纪律，他们不太喜欢跟别人合作。一般，他们做事时以自己的想法与观念为主，所以他们都觉得自己单干比合作会做的更好，只专注于响应自己的需要，不遵循规定。而且许多泰国人工作的行为不太有纪律、不会设计或做计划，只能单独工作而缺乏工作合作情况。

三、中泰企业工作的文化差异

(一) 相同点：中泰两国相同点是必须尊敬上级或年龄大的同事，无论是做什么职位，在工作场所上都需要互相尊重、互相理解、互相帮助，还有亲属关系是第一个重要。“面子”这一点泰国和中国有一样的看法就是面子能代表自己。为了让卖方更有信任，泰国人也觉得面子和信任是相同的意思，在社会没有面子就没有人相信你，中泰也用样的觉得先给别人面子为自己也受到别人的尊重。

(二) 不同点：在工作文化方面，泰国人多有个人主义而中国人多有集体主义。泰国人工作节奏慢、为事拖拉，并中国人工作节奏快、为事较平高。虽然中泰两个国家都属东方国家，但是两国文化、风俗习惯、标准、个人的价值观、信仰以及家庭的背景都是有差别，所以说两个国家也有一些观念相同，而且有一些观念是相反的。

第二节 泰国 OPPO 公司面临跨文化差异

每个国家、每个民族在漫长的发展历史过程中，都积累了一套自己独特的文化。在跨国公司中由于内部成员来自不同国家，所以存在社会、政治、经济、文化背景、风俗习惯等的差异，而这些差异往往会导致在跨国公司经营中目标、确定市场，管理方式等基本问题上存在不同程度的矛盾和冲突。

根据对泰国 OPPO 公司员工，在曼谷 (Rama9) 总部内的统计分析资料，调查一般员工总部内，具有发出问卷全部 50 份，实际收回问卷 33 份，回收率在 66%，还调查泰籍员工工作有关汉语，具有发出问卷全部 20 份，实际收回问卷 13 份，全都有 46 名泰籍员工被调查，具有 11 名男性，35 名女性，在调查者中有 20-30 岁 30 人、30-40 岁 16 人，是高中及大专 2 人、本科毕业 34 人，工作年限 1-3 年 23 人、工作年限 4-6 年 9 人、工作年限 7-9 年 8 人、10 年以上 6 人。由于有泰国与中国员工在一起工作，两国有不同的语言和传统习惯，思维方式等不同，会面临跨文化差异。

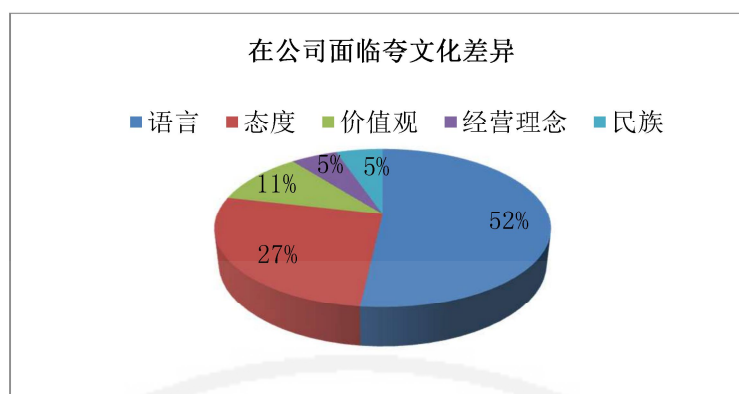


图 2-1: 泰国 OPPO 公司面临跨文化差异

泰国 OPPO 公司面临跨文化差异如图 1-1 所示。有 52 % 的人认为语言最有差异、有 27% 认为态度有差异、有 11% 认为价值观有差异、有 5% 认为民族和经营理念有差异相等。从被调查在泰国 OPPO 公司面临跨文化差异，表现在以下几个方面：

一、语言差异

语言是传递信息和思想最基本的工具。人们进行交流时，需要借助某种方式来传达自己的想法，语言是交流的主要媒介。在公司内部泰国员工有很少会说汉语，熟悉应用的员工也不多，这样他们需要用翻译或者用英语来沟通。中国员工在泰国工作大部分是来自母公司（中国），来自母公司的人员不熟悉当地语言文化，因此，他们在沟通与交流时有语言差异，在沟通时会有问题，而导致工作困难。

二、态度差异

不同的人处于不同的文化背景下，会产生不同的态度。态度是人在后天的社会生活中形成的，一旦形成就很难改变。稳定的态度是不会轻易的随着环境的变化而变化的。泰国员工工作的态度是对工作坚持自己的方式和传统习惯，他们本来习惯什么就作什么，没有想改变，当别人有新的方法与思维，让泰国人员做出或者让他们做一些不同的通常，他们觉得是一个干扰，会没有得到充分合作或者有反对。反过来，中国人，他们迎接内了新改变和新思想方式、接受了新观念，应以为会产生新的知识，而有更多的经历，这样会让公司迅速的发展。

三、价值观差异

价值观是指个人对客观事物（包括人、物、事）及对自己的行为结果的意义。可以决定什么好与坏，美与丑，善与恶等。泰国员工工作的价值观，比较看重工作的目标和后果，有时候也不一定要随着组织的规定而做，不喜欢创新的工作方法，不喜欢严格的工作规则。而中国员工则在工作比较遵守程序，比较看重工作的过程，谨慎地不要犯错误，主要按照公司的规定解决问题。

四、经营理念差异

经营理念是管理者追求企业绩效的根据，是顾客、竞争者以及职工价值观与正确经营行为的确认。泰国 OPPO 公司的经营理念是“没有文化和语言可以障碍我们与客户之间的交流、你会发现来自世界的各个角落的人们在 OPPO 工作。我们尽量减少官僚作风、我们没有着装规定或做事情的强制方式，我们会判断你的结果创建”。公司看重文化差异和规定，这样情况下，公司的经营理念与泰国员工的理念有一点差异。

五、民族差异

民族差异是指不同民族群体在长期的发展过程中，形成了各自的语言、风俗和爱好、习惯。他们在食物、服饰、居住、节日、礼仪等物质和文化生活方面各有其特点。中国和泰国都有自己独特性格特征，泰国民族性格有着温厚善良、容易满足，团结友爱、崇拜权威、慈悲为怀、忍耐等特征。中国人的性格是非常勤劳！有宽广的胸怀，很善良、很乐观、顽强不屈，中国人有顽强的毅力，在任何极度恶劣的情况下能够团结一致，对外抗敌。

第三节 泰国 OPPO 公司跨文化差异对企业的影响

随着经济全球化不断发展，中国已经成为世界上最具有发展潜力的经济体之一。当泰国员工与中国员工一起工作时，由于文化差异，他们很容易在交际过程中发生分歧，不能很好的合作，导致中泰员工之间不能完成任务，影响公司目标的实现。因此，了解泰国员工在中国公司交流中，有不同的观点而去适应，分析文化差异对泰国员工的影响十分重要。

从图 2-2 中，认为跨文化差异对在企业有一般影响的占 46%，有较大影响的占 26%，有较少影响的占 16%，有很大影响的占 4%，有很少影响的占 4%，没有影响的占 4%。

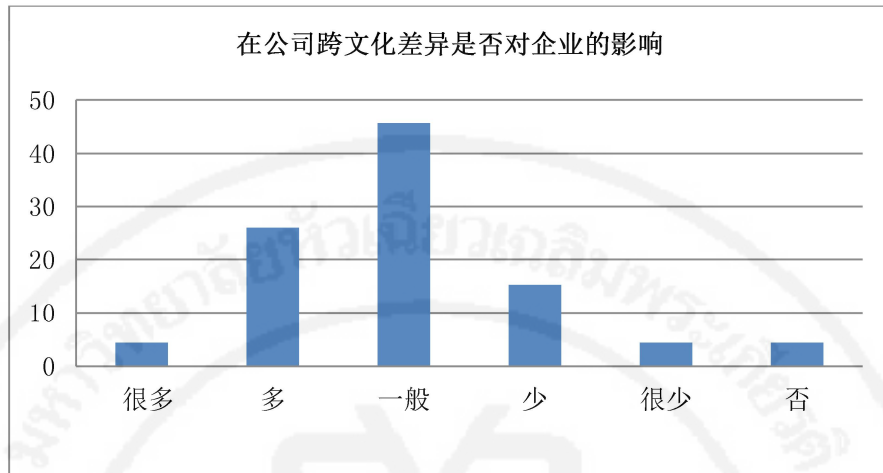


图 2-2: 泰国 OPPO 公司跨文化差异是否对企业的影响

从被调查在泰国 OPPO 公司在曼谷 (Rama9) 总部内的泰籍员工 46 名, 在泰国 OPPO 公司跨文化差异对企业的影响: 见图 2-3。具有 45% 认为在跨文化差异会有不同的思维使得许多的结论、有 33% 认为在跨文化差异会用很长时间沟通、有 20% 认为在跨文化差异会容易导致误解与冲突、有 2% 有其他的看法、没有人认为跨国文化差异会对障碍公司的发展。

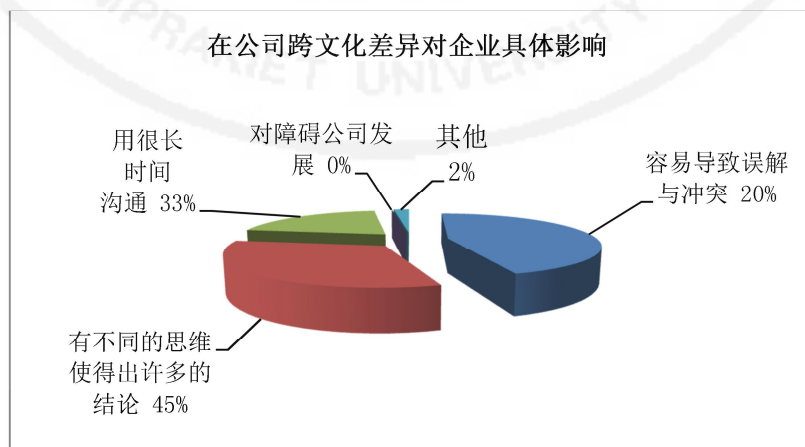


图 2-3: 泰国 OPPO 公司跨文化差异对企业具体方面影响

第四节 泰国 OPPO 公司跨文化差异的管理

跨文化管理是指涉及不同文化背景的人、物、事的管理。跨国公司进行跨文化管理有利于解决文化差异、文化冲突所带来的问题。由于不同的国家、有不同的文化、语言文字、宗教信仰、社会结构、政治、风俗习惯等等。所以跨文化管理会有重要性，是为了消除误解、避免冲突、达成谅解、相互理解、而避免影响到公司的发展。文化差异对于跨国企业的发展具有消极的影响，但是如果处理得好，其积极作用会大于消极作用。解决方法如图 2-4 所示。

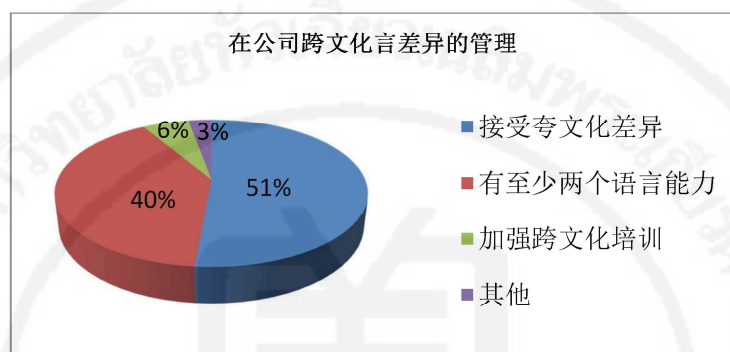


图 2-4：泰国 OPPO 公司跨文化差异的管理

一、接受跨文化差异

在跨国公司有多种的人员一起工作，具有思维方式不同以及各种情感态度，这种情况下会有文化差异，因此，接受跨文化差异是基本的管理方式。接受跨文化差异员工应建立相互尊重合作原则，目的是消除误解、避免冲突、达成谅解、相互理解。这样员工在一起工作时会减少了文化差异。

二、有至少两个语言能力

为了加强沟通与交流，应该有至少两个语言能力，因为外语能力比较强，在沟通时会有互相理解，因为用相同的语言而更多的理解，翻译者也没有必要了，这样的情况下，会避免冲突，使得组织就减少了文化差异。

三、加强跨文化培训

跨文化培训也是发展有效跨文化沟通的一项基本手段。跨国企业应该要帮助企业员工正确识别文化差异，加强文化认同感，发展有效跨文化沟通的一项基本手段，跨文化培训有助于减少驻海外经理可能遇到的文化冲突，促进当地员工对公司经营理念及习惯做法的理解。不要以强制性的手段来迫使员工认同，而是要以一种人性化的方式来潜移默化地对员工进行文化与语言的培训，增强他们的文化认同感和团队精神。

第四章 泰国OPPO公司汉语使用状况分析

第一节 汉语在泰国使用及发展趋势

针对近十年来在泰国汉语使用情况与 2,000 年前的不同,我们从经济、社会生活方面来谈谈泰国汉语使用的优势与不足,从而探讨汉语在泰国使用未来发展趋势。

一、经济方面

近年来中泰两国经济贸易合作继续保持增长。据资料显示 2015 年中泰双边贸易额 726.7 亿美元,同比增长 2.6% 其中中国向泰国出口 342.9 亿美元,同比增长 4.8%,中国从泰国进口 382.1 亿美元,同比下降 0.3%。中方贸易逆差 39.2 亿美元。中国成为泰国第一大贸易伙伴,泰国是中国在东盟国家中第三大贸易伙伴。

另外,中泰两国双向投资情况良好,2015 年当年中国对泰国直接投资流量 3.65 亿美元。截至 2015 年末,中国对泰国直接投资存量 19.94 亿美元。2014 年,泰国企业对中国投资流量 6,052 万美元,同比下降 87.47%;截至 2015 年末,泰国企业累计对华直接投资 40.13 亿美元。

从中国经济发展动态和中泰两国的趋向来看。中国经济的高速发展和中泰两国经贸合作的持续增长为汉语在泰国的使用开辟了更广阔的市场。不仅促动了泰国人对汉语需求,而且为泰国人使用汉语更便利的条件。

二、社会方面

在社会生活方面,与汉语相关的一些工作行业的兴起,华人社团的影响力不断扩大,中国对泰国的灾情的援助以及泰国社会各界对中国的关注等等,这些都为汉语在泰国的使用提供了更为挂广阔的空间,也进一步推动了汉语在泰国的影响力,吸引更多人来关注中国,关注汉语。

近年来,中泰两国的贸易发展迅速,两国之间的相互投资逐年提高,在中国的泰资企业和在泰国的中资企业都需要大量的汉语人才;另外,近年来中国去泰国旅游的人也越来越多。根据泰国旅部估计,中国每年到泰国旅游的人数有将近百万人,每年对汉语导游的需求量至少要五千人。而泰国每年能提共的

具有本科以上学历的汉语人才只有几百人，为此，对汉语人才的大力需求又促动的汉语教育的发展。

随着中泰贸易合作的深入，泰国各界也加大了对中国的关注度。如：2011年1月12日，泰国农民银行正式出版发行中文版的《泰国投资经营指南和泰国舒适生活指南》，内容涉及泰国的自然地理、政治经济、文化习惯及企业投资经营的法律法规、财务规章、优惠政策等等，旨在为中国企业和公民赴泰投资、旅游提供参考。再如：最近泰国电视剧开始进入中国市场，泰国的一些明星为走进中国市场也开始学习汉语。从这些可以看出，泰国社会各界对中国关注度的提高在一定程度上推动了汉语走向泰国各个领域。

随着中国经济的迅速发展，中国许多企业在泰国开通市场，而泰国企业也迎来了走向世界的机遇。对于目前在泰国的外语教育，汉语普通话有趋势一直在稳步越来越流行，由于汉语普通话在泰国各级劳动力市场中起作用的重要，无论是在旅游业，贸易，医疗，以及文化，或者与中国大陆台湾，香港和新加坡开展业务在稳步增加。使得在泰国市场的汉语能力的需求不断增加。

第二节 泰国OPPO公司汉语使用状况

目前在泰国，汉语已成为一门重要的语言。中国已经是泰国的第一大出口目的地和第二大进口来源国，泰国是中国在东南亚的第二大贸易伙伴。中国与泰国双边投资，贸易目前正在迅速的发展，汉语在泰国就越来越重要的作用，而对人才汉语能力的需求逐渐增长。

一、泰国OPPO公司泰籍职员汉语使用情况

泰国OPPO公司每个部门内都有泰国员工与中国员工一起工作，必须有泰籍职员懂中文，处理同事与同事沟通或者老板与员工沟通，职员汉语使用比较广泛。由于董事长、首席执行官、经理、销售员、职员等，全部都是来自中国母公司，不懂泰语，而且大部分的泰国员工也不懂汉语，这样的情况下，必须有泰籍秘书或者助理为了帮他们翻译和协调。泰籍职员每天日常工作都用汉语，来自中国母公司的员工经常来泰国调查市场与看客户，因此，在公司内汉语作为重要的语言，必不可少，被用广泛使用，掌握汉语知识非常重要。

OPPO公司是手机企业，在商业汉语使用情况时会有有关手机的词汇，金融、公关、管理、经营等方面、例如，会计部门也用商业汉语办业务，采购部用商业汉语与中国沟通采购的产品等等。即使与同事沟通或者还有许多的机会与中国母公司人员联络和协调。因此泰籍职员必须看重的商业汉语使用，而且必须深刻的了解为了对工作有好处与有质量工作成果。

根据对泰国OPPO公司 员工在 曼谷（Rama9）总部内的统计分析资料，调查泰籍员工作有关汉语使用 13名，包括 4 男性，和9 女性，全部13人都有20-30岁，是本科及以上毕业13人、包括文科12人、理科1人，工作年限1-3 年12人、工作年限4-6年1人。

表3-1：泰国OPPO公司泰籍职员工作有关汉语使用的工作内部

公司职位	工作负责
QT officer	检查和测试产品：检查手机的系统缺陷以出去销售市场, 以及与工厂报告出现的问题
行政助理	办业务根据领导传达的命令
首席财务官	汇款银行对账单、开支票、会计记录
总经理秘书	调度程序、协调各部门、会议纪要
执行秘书	国际采购、办业务根据领导传达的命令、在国内与国际协调
大堂副理	与中国协调、在部门内文件管理
销售总监助理	当翻译者、准备文件、安排约会时间、翻译文件
业务	负责大客户的业务、找方法事物商量
产品官员	与中国协调有关产品方面
大堂副理	办业务根据领导传达的命令、翻译文件
人事经理助理	在求职面试当翻译者、办业务根据领导传达的命令
总裁秘书	当翻译者、翻译文件、办业务根据领导传达的命令
人力资源部经理助	当翻译者、翻译文件、当训练助理有关产品顾问培训

从被调查13名泰籍员工,在工作汉语使用的次数,见表3-2所示;汉语听说、读、写、翻译方面,使用很多和比较多的情况;

表 3-2: 在工作汉语使用的次数

การใช้ภาษาจีน 汉语使用	มากที่สุด 很多	มาก 多	ปานกลาง 一般	น้อย 少	น้อยมาก 很少
ฟัง 听	4	8	1	-	-
พูด 说	3	10	-	-	-
อ่าน 读	-	5	7	1	-
เขียน 写	-	2	7	4	-
แปล 翻译	3	7	3	-	-

在听汉语方面: 有12名, 占 92%

在说汉语方面: 有13名, 占 100%

在读汉语方面: 有5名, 占 38%

在写汉语方面: 有2名, 占 15%

在翻译汉语方面: 有10名, 占 77%

从表上可以看到,泰籍职员在工作中汉语的使用,有13名100%认为“说汉语方面”使用的最多,由于在日常生活的在工作中必须用语言与其他同事或者领导沟通,因此在说汉语方面有重要的作用。有2名为15%认为“写汉语方面”使用的最少,由于在工作中电脑有多功能,因此他们就用电脑打汉字比写方便,而很少有机会写汉字。

二、泰国 OPPO 公司泰籍职员汉语能力水平

随着社会和经济的快速发展,对汉语人才的知识结构和素质提出了更高的要求,在泰国新形势下,只拥有外语知识远远不够,还必须拥有相当宽广的知识面,一定深度的专业知识,较强的管理交际能力和较好的综合素质,才能适应加入全球经济一体化对汉语人才的需要。

从调查泰国 OPPO 公司在曼谷 (Rama9) 总部内的 13 名泰籍职员, 学习汉语 3-4 年 7 人、学习汉语 5 年以上 6 人, 其中参加过新汉语水平考试 (HSK) 12 人、只有 1 人没有参加过汉语水平考试, 包括取得考试成绩四级 (HSK 4) 3 人、考试成绩五级 (HSK 5) 9 人。从表 3-3; 泰籍职员在掌握汉语技能上的情况;

表 3-3: 在掌握汉语技能上的情况

ความสามารถด้านภาษาจีน 汉语技能	ดีมาก 很好	ดี 好	ปานกลาง 一般	พอใช้ 较差
ฟัง (听)	-	10	2	1
พูด (说)	-	9	3	1
อ่าน (读)	-	9	4	-
เขียน (写)	-	4	8	1
แปล (翻译)	-	6	7	-

在听汉语方面: 有10名, 占 77%

在说汉语方面: 有9 名, 占 69%

在读汉语方面: 有9 名, 占 69%

在写汉语方面: 有4 名, 占 31%

在翻译汉语方面: 有6 名, 占 46%

从表上可以看到, 有10名 为 77% 具有最好“听方面”的汉语能力是每天工作中口语和听力使用的最多, 有许多的渠道练习汉语听力, 例如, 看电视、看电影、听音乐, 经常用能提高汉语水平。职员有4名 31% , 认为在汉语的“写方面”能力比较低。

(一) 汉语能力的测试评估

从被调查的资料, 有关汉语能力的测试评估, 根据平均数制定= 1.00-1.80, 1.81-2.60, 2.61-3.40, 3.41-4.20, 4.21-5.00 含义等效 5 级= 1, 2, 3, 4, 5 在 每个问题能写出 称为“Can-do statements” (简称“Cds”) 表示, 平均值 4.21-5.00 = 能完成的任务和最满意自己的汉语能力在使用情况中、平均值

3. 41-4. 20= 能完成的任务和满意自己的汉语能力在使用情况中、平均值 2. 61-3. 40= 能完成的任务可是不太满意自己的汉语能力在使用情况中、最后平均值 2. 60 以下= 不能完成的任务和不喜欢自己的汉语能力在使用情况中。汉语能力的测试评估如表 3-4 所示。

表 3-4: 汉语能力的测试评估

汉语使用 (สถานการณ์การใช้ภาษาจีน)	能力水平 (ระดับความสามารถ)					平均 ค่าเฉลี่ย
	5	4	3	2	1	
1.สามารถใช้คำทักทายภาษาจีนในชีวิตประจำวันได้ 可能用汉语在日常生活的问候语	6	7	-	-	-	4.47
2. สามารถพูดแนะนำตนเองหรือแนะนำผู้อื่นเป็นภาษาจีนได้ 可能用汉语推荐自己或者推荐别人	5	8	-	-	-	4.39
3.สามารถพูดแนะนำสถานที่หรือแผนกต่างๆในสถานที่ทำงานเป็นภาษาจีนได้ 可能用汉语推荐工作的地方或者各部门	2	6	4	1	-	3.70
4.เวลาฟังภาษาจีนไม่เข้าใจสามารถถามกลับเพื่อตรวจสอบความเข้าใจได้ 当听不懂汉语可能反问道为了检查清楚	1	10	2	-	-	3.93
5. ฟังและเข้าใจคำสั่งหรือการบัญชางานจากเจ้านายเป็นภาษาจีนได้ 可能听懂和了解领导的汉语命令	1	10	2	-	-	3.93
6.สามารถพูดโต้ตอบทางโทรศัพท์เป็นภาษาจีนได้ 可能用汉语打电话对话	1	6	4	1	-	3.31
7.สามารถอธิบายรายละเอียดงานที่ตนรับผิดชอบเป็นภาษาจีนได้ 可能用汉语描述自己工作的责任	1	4	7	1	-	3.39
8.สามารถเป็นล่ามจำเป็นในการสื่อสารระหว่างคนไทยกับคนจีนได้ 可能暂时做翻译者当泰国与中国沟通	-	7	4	2	-	3.39
9. ฟังและเข้าใจเนื้อหาของการนำเสนอหรือการบรรยายที่ใช้ภาษาจีนได้ 可能听懂与了解汉语的描述和汇报	-	4	8	1	-	3.23
10.สามารถพูดนำเสนอผลงานหรือบรรยายเป็นภาษาจีนได้ 可能用汉语汇报工作的成果	-	3	9	1	-	3.16
11.สามารถอ่านหนังสือพิมพ์จีนได้ 可能读中文报纸	-	-	9	4	-	2.70

汉语使用 (สถานการณ์การใช้ภาษาจีน)	能力水平 (ระดับความสามารถ)					平均 ค่าเฉลี่ย
	5	4	3	2	1	
12.สามารถเขียนจดหมายภาษาจีนได้ 可能写中文信	-	3	6	4	-	2.93
13.สามารถแปลเอกสารภาษาจีนได้ 可能翻译中文的文件	-	5	6	2	-	3.23
14.เข้าใจคำศัพท์เฉพาะของหน้าที่ที่รับผิดชอบได้ 了解自己工作责任的汉语术语	-	5	8	-	-	3.39
15.สามารถอธิบายเกี่ยวกับการใช้โทรศัพท์มือถือเป็นภาษาจีนได้ 可能用汉语描述有关手机的使用	1	5	5	2	-	3.39

从表可以看到 表示 Cds 第 1、2，在日常生活可能用汉语的问候语和可能用汉语推荐自己或者推荐别人，这情况是使用汉语基础的水平，不复杂、是语言固定的格式、没有变形，在这种情况下，员工能完成任务和最满意自己的汉语能力。

Cds 第 3、4、5，就是当听不懂的汉语可能反问，为了检查清楚和用相近的词语或者修改病句，转达自己的意思能做的很好。能用汉语推荐工作的地方或者各部门与可能听懂和了解领导的汉语命令，这是员工在每天的工作都会遇见这种情况，会比较熟悉，让职员能完成任务和满意自己的汉语能力。

Cds 第 9，有关听力方面，在听讲座时，内容比较长，有很多难了解的地方。Cds 第 7、10，有关口语力方面、能用汉语汇报与描述工作，在描述有丰富的内容与词汇。Cds 第 13，写中文信，这情况使用多词汇和翻译的文件必须细心，让职员觉得这情况比较难，可是职员能完成任务可是不太满意自己的汉语能力在使用情况中。职员还认为除了短短的内容，要练习长的内容和复杂对工作有好处。

Cds 第 14、15，就是了解自己工作所责任的汉语术语，能描述有关手机的使用方法，有关手机的术语比较难，而在日常生活很少运用，但是在工作经常用，让员工能完成任务，但是不太满意自己汉语的使用。

Cds 第 6、8，能用汉语打电话，对话，与可能暂时做翻译者，当泰国员工与中国员工沟通时，必须同时用两个技能，听力和口语技能，用听力和口语技能，是为了转达信息和思维。在电话里应该用很少的时间沟通，可是中国人说的快，会听不清楚，不能抓住重点，会压力大。员工能完成任务，但是不太满意自己的汉语。

Cds 第 11、12，能读中文报纸，这情况必须认识许多词汇和深刻的了解、有较高的汉语能力水平。Cds 第 12，能写中文信，在日常生活，很少有机会写汉字和写信。在这个情况中，让员工觉得难和复杂的事情，职员能完成任务，但是不太满意自己的汉语能力。

（二）泰籍职员加强汉语技能

被调查的 13 名泰籍职员，具有 100% 认为自己的汉语能力水平是 一般，为了提高汉语他们需要加强汉语技能。11 名 85% 认为不需要加强汉语技能、2 名 15% 认为能力需要加强汉语技能。见图 3-1，有 35% 需要加强“翻译方面”的汉语技能、有 30% 需要加强“说方面”的汉语技能、有 35% 需要加强“听方面”的汉语技能、仅有 5% 相同需要加强“写方面与读方面”的汉语技能。

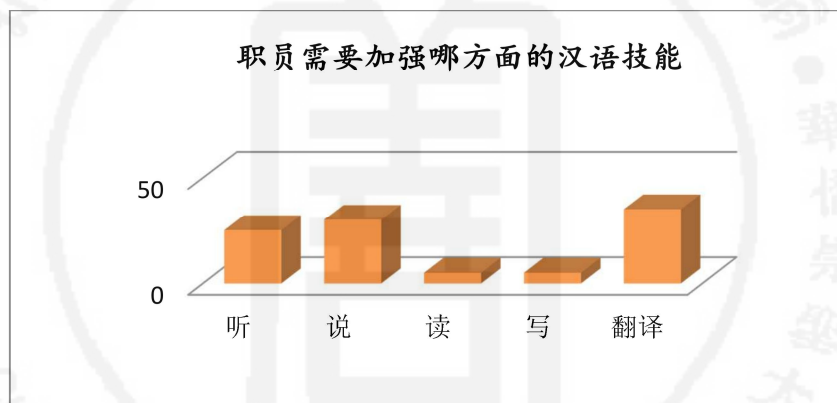


图3-1: 泰籍职员加强汉语技能

第三节 泰国 OPPO 公司语言沟通

沟通是指人与人之间传达意思、交流情报和信息的过程。它不仅仅是意义上的传达，更重要的意义必须被理解。在一个组织中，各组织成员之间、各部之间在分工协作实现组织目标的行动。沟通的主要目标是协调组织的各种行动，但要实现这一目标，在组织内部必须共享信息好表达感情，因为共享信息和表达感情的协调行动起着支持作用。共享信息只要是为了让组织成员和各部门了解组织的目标、工作任务、工作结果和组织决策等各方面的信息。

泰国 OPPO 公司是中国企业，在公司内部不能只由中国人或者只由泰国人来进行业务交流应该由中泰两国一起工作。来自母公司的中国人员不懂泰语与泰国文化，因此在企业中经常用泰籍翻译者来处理同事与同事之间，或者领导与同事之间的沟通，除了用汉语沟通，还有英语沟通，因为大部分的员工都是泰国人，那些不懂汉语员工与中国员工沟通会用英语。在工作当中发生问题的时候应该有人会第三语言以过来翻译，减少同事之间的冲突，缩短解决问题的时间，使工作时间更加有价值。公司还有需要员工有流利的汉语同时也能说一点儿的英语。在泰国 OPPO 公司泰籍职员沟通的渠道，如图 3-2 所示。

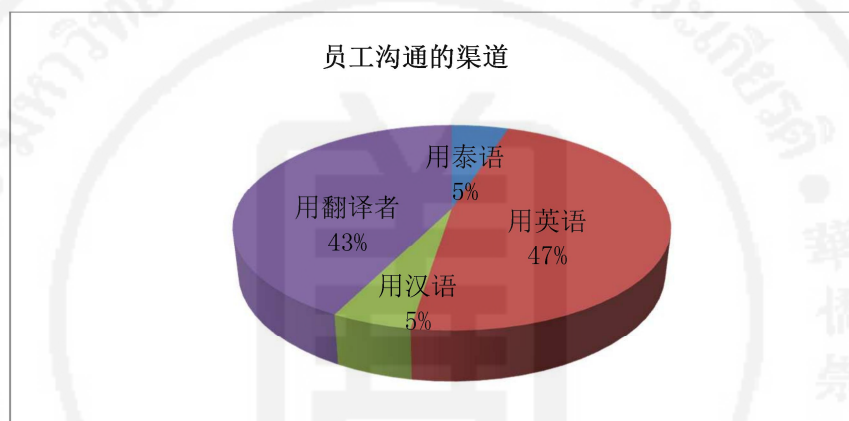


图 3-2: 泰国 OPPO 公司职员沟通的渠道

从表可以得知，在泰国 OPPO 公司泰籍职员沟通的渠道方面，在沟通最多方面“用英语”为 47%，由于英语在世界上最广泛使用的语言，而泰籍职员如果工作没有涉及到汉语，中国员工没有学习过泰语，当中国员工与泰国员工沟通时用英语比用翻译方便，能表达自己的思维并减少误解。“用翻译者”为 43%，与用英语沟通的人员差不多，因为在泰国 OPPO 公司有不少的翻译者，公司他们看重语言文化的差异，为了减少同事之间的沟通的冲突，有翻译者帮同事之间交流或者帮老板与员工的沟通。仅用泰语和汉语为 5% 相同，由于有一些中国人员会说泰语或者泰国人员会说汉语，自己交流比较好

第五章 泰国OPPO公司存在的问题和改进措施

第一节 汉语管理中存在的问题

一、泰国OPPO公司语言沟通的问题

随着经济全球化，全球出现了越来越多的跨国公司，由于跨国公司面对不同的国际、不同的语言和文化，跨国公司内部更容易产生沟通障碍，因此跨国公司的运作更依赖内部沟通。在泰国OPPO公司有中国员工来自中国母公司，不熟悉泰国语言文字，工作很不方便。仅有少数中国人懂泰语，对企业的管理产生不少问题，中泰两国职员有很大的沟通障碍甚至沟通中断，职工的经验与社会距离加大，会影响彼此间的沟通。结果是经历人员无法了解真实的下情，企业的管理将变得更加困难，双方的误会也会越来越深，最终将给企业带来一定的损失。

泰国OPPO公司泰籍职员与中国职员沟通对企业的影响:如图4-1所示。有16名员工占59% 认为与外国员工沟通对企业影响较大、有10名占37% 认为与外国员工沟通对企业影响一般、有3名占11% 认为与外国员工沟通对企业影响很少、有2名占7% 认为与外国员工沟通对企业少的影响、有2名占7% 认为与外国员工沟通对企业影响很大。

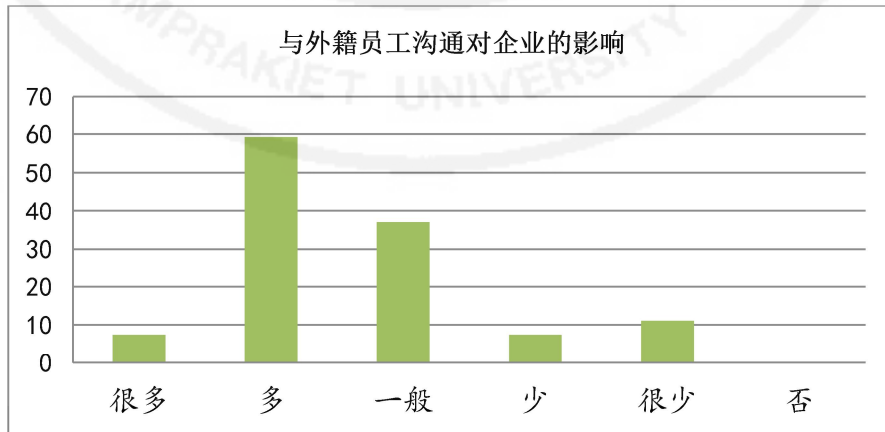


图4-1:与外国员工沟通对企业的影响

二、泰国OPPO公司泰籍职员汉语使用方面的问题

泰国OPPO公司员工间的交流有语言差异，当泰籍职员与中国职员用汉语沟通交流时，存在的问题是，汉语是中国员工的母语说得比较快，让泰籍职员很难听懂，造成相反的结果，而且泰籍职员有一些词汇不认识、没有听过，沟通有困难。除了交流时，因为汉语不流利、不专业，抓不住重点，在翻译使用时也有问题，翻译的涵盖范围内容比较广、负责这个任务应该有很好的语言技能，否则在工作时会有困难。

泰国OPPO公司跨文化差异对企业的影响：如图4-2所示。有36%的员工认为“翻译方面”有问题、29%认为“说方面”有问题、有14%认为“听与读方面”有问题、仅有7%认为“写方面”有问题。

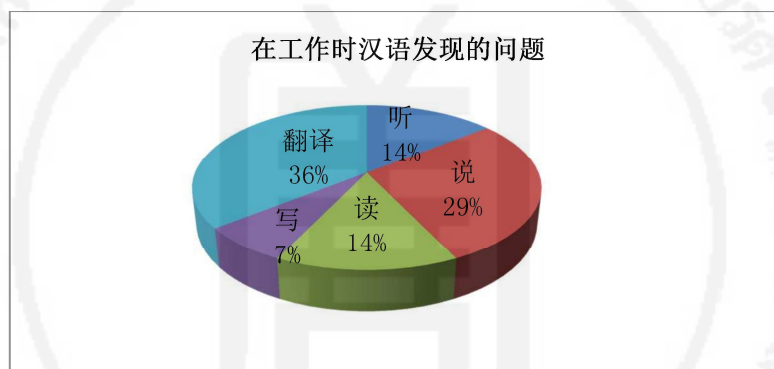


图4-2：泰国OPPO工作汉语使用存在的问题

三、商业汉语使用的问题

由于员工商业汉语词汇量有限无法快速、准确和全面地理解商业汉语词汇。员工对商业汉语交际过程中的知识没有更深入的了解，在利用商业汉语沟通时，职员常常想着一些词汇和表达方式而忘记了业务上的重点，对商业汉语的用词不准确，让沟通难度。

泰国OPPO公司商业汉语对企业的影响：如图4-3所示。有36%认为“翻译”使用存在问题、有29%认为“说”使用存在问题、有14%相同认为“听与读”使用存在问题、仅有7%认为“写”使用存在问题。

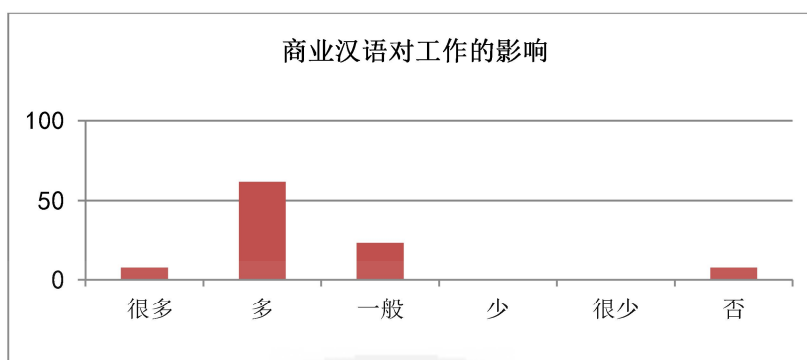


图4-3：商业汉语对企业的的工作的影响

四、泰国OPPO公司汉语培训的问题

泰国OPPO公司存在的问题是，公司没有举办汉语培训。因为公司认为OPPO公司既然是中国企业，那么在公司内部中国职员与泰国职员一起工作，汉语就是公司内部重要的语言。但是公司认为全部的泰籍职员没有必要得到汉语培训，公司的大部分员工都是泰国人员，来自中国母公司的员工都有自己的泰籍职员助理。在泰籍职员工作中，汉语使用够多没有必要参加汉语培训、因为他们汉语一定有基础，与中国人员一起工作时，能提高自己的汉语水平。如果公司举办汉语培训，要花很多时间，当大部分的泰籍职员没有汉语基础时，如果让他参加汉语培训，会影响工作时间，在下班后没有人愿意参加汉语培训，这种情况下，公司认为没有必要培训。公司也在还考虑未来汉语培训的可能性因为培训对公司有好处，职员还是希望能得到汉语培训。

五、泰国 OPPO 公司汉语职员需求的问题

智能手机制造商进入泰国市场，对销售人员 (Product Consultant)有需求的增长，消费者购买手机之前必须了解有关产品的职能，经历的销售人员在手机市场上对有工作需求更大。泰国OPPO公司也需要经历与销售技能的销售人员，因为公司计划提升销售额，而OPPO手机有多种型号的产品，可是现在有工作经历与销售技能的销售人员不多，个公司都需要，让公司人员技能有很大问题，必须与其他公司竞争，支付更高的工资。

另一方面，需要有汉语使用才能的人员问题，尤其是销售经理助理的职位，由于销售经理是中国人，不懂泰语，必须有泰籍助理，当这职位每天都会很忙，自己开车带着经理拜访客户、看市场、当经理与客户翻译沟通的，这职位会需要吃苦、要加班，没有时间放假，时常会与经理在一起工作，职员做销售经理助理很多能做很长时间，工作只有三天就辞职也有，公司在人才需求上有很大的困难。

第二节 解决问题的方法和改进措施

一、泰国 OPPO 公司语言沟通方面的改进措施

泰国 OPPO 公司是中国企业，中泰职员一起工作会有语言沟通的问题，为了更加流利汉语沟通，改进汉语沟通中的问题。必须努力训练自己加强汉语知识尤其是口语方面的培训，应该掌握大量的词汇、经常与中国员工交流。除此以外，还要加强对泰国 OPPO 公司内容现有员工的汉语和专业知识方面培训。

二、泰国 OPPO 公司泰籍职员汉语使用方面的改进措施

从泰国OPPO泰籍职员汉语使用情况的问题看，汉语是中国员工的母语沟通时他们说得很慢，让泰籍职员听不清楚，解决办法是让他们重新说一遍，对不懂的词汇就问别的同事或者问懂泰语的中国员工，如果现场没有别的员工，就用在线翻译。除此之外，还需要加强汉语口语与听力表达能力的培养，首先，加强汉语口语与听力的基本训练。学习口语的目的是为了与别人进行交流，平时地找机会、时间练习。在学习时掌握各种商业场合所必须的汉语表达方法，例如，电子邮件的收发撰写、与中国员工经常交流、而且还尽量进行原声听力练习促进。用汉语思维和考虑问题，让外国人更好地理解说话或者要表达的意思。最后，增加汉语词汇正确的使用方法，加强汉语阅读量。为了加强汉语阅读，员工必须经常读中国报纸，因为报纸范围内容涵盖比较广有多种的词汇，除此以外，学会剖析和阅读长句、不断丰富汉语词汇。

三、商业汉语使用问题的改进措施

商业汉语是一门应用性较强的语言技巧，在使用时必须要有高的技能，与客户或同事进行交流。泰国OPPO公司内部，泰籍职员的商业汉语缺乏实际运用能力与深刻的了解，为了改进商业汉语使用的问题，要加强商业汉语培训，要有针对性的培训，以提高专业知识的学习，加强专业商业汉语口语交流、掌握的词汇、语法、语言形式、以及阅读与翻译的深刻了解。通过培训，使参训员工商业汉语水平得到了进一步的提高，顺利沟通对工作有好处。

四、泰国 OPPO 公司汉语培训的改进措施

目前，泰国 OPPO 公司汉语培训存在的问题就是，公司没有举办汉语培训，举办汉语培训，为了提高泰籍职员的汉语水平和加强汉语方面，避免汉语使用的问题。

调查显示在泰国 OPPO 公司的泰籍职员希望得到有关汉语的培训，有 61% 希望得到，汉语（听、说、读、写）方面培训，有 39% 希望得到商业汉语培训、没有职员希望得到语法方面培训。

五、泰国OPPO公司汉语职员需求的改进措施

手机市场竞争激励，每个公司都需要提升销售额，因此，有经历销售技能的销售人员、能提高销售额。企业对销售人员的竞争力今年比较激烈，因为有售验的销售人员有人数少。泰国 OPPO 公司为了获得最好的销售人员，提供高的固定薪水，如果能销售一台手机就能获得一百泰铢的奖金比其他公司条件好。

泰国 OPPO 公司还需要销售经理助理，由于在这职位工作的人员率高辞职，会一直寻找销售经理助理的职位，为了解决这个问题是，本来公司只需要男的员工，现在却女与男的职员需要，还提供高固定薪水工资 20,000 株 + KPI 10,000 泰铢，而且还有丰富的奖金 例如，汉语培训、英语培训，手机费、年度奖金、年度薪资调整，为了吸引人员工作销售经理助理的职位。

结语

随着中国经济的迅速发展，中国许多企业在泰国开通市场，而泰国企业也迎来了走向世界的机遇。中国是泰国的第一大出口目的地和第二大进口来源国，泰国是中国在东南亚是第二大贸易伙伴。中国双边投资，贸易目前正在迅速发展，对泰国的外语教育，汉语普通话有趋势一直在稳步越来越流行，由于汉语普通话在泰国各级劳动力市场中起到作用的重要。

OPPO公司是中国企业，两国有不同的语言、和传统习惯，思维方式等不同。在公司内部面临跨文化差异，表明最明确的是语言差异、态度差异、价值观差异、经营理念差异、而民族差异、为了消除误解、避免冲突、达成谅解、相互理解、而避免影响到公司的发展，所以跨文化管理会有重要性，在泰国OPPO公司用三个方面来管理跨文化差异，具有接受跨文化差异、至少有两个语言能力与加强跨文化培训。在公司每个部门有泰国与中国员工一起工作，在每个部门必须有泰籍职员懂中文，为了处理同事与同事沟通或者老板与员工沟通。在泰国OPPO公司职员汉语使用比较广泛，由于董事长、首席执行官、经理、销售员、职员等等，全部都是来自中国母公司没有懂泰语。而且大部分的泰国员工也不懂汉语，这样的情况下必须有自己泰籍的秘书或者助理帮他们翻译和协调。因为OPPO公司是中国企业在工作任务一定有关汉语，因此在公司内汉语作为重要的语言中必不可少，被用广泛的作用，掌握汉语知识非常重要。对于泰籍职员在沟通的渠道方面，用英语、用翻译者、用泰语和汉语沟通。并且中国对泰国投资增长势头迅猛。使得商业汉语在泰国OPPO公司有增长的作用和重要性。

通过对泰国OPPO公司在泰国的发展概况研究，可以看到泰籍职员的汉语能力水平全部都是—般、可是他们还需求加强汉语技能 例如，经常与中国员工沟通、多听、多说、多读与写。另外的方面就是在泰国OPPO公司真正的厉害的销售人员与需要汉语销售经理助理没有足够，为了改进两种的问题，就给高固定薪水与丰富的奖金为了吸引职员来工作，健康发展而不断的增长。

参考文献

一、汉语资料

- [1] 刘聪聪. 泰国留学生汉语语言态度、语言能力及其相关性研究暨南大学: [硕士学位论文]. [D]. 暨南大学, 2011 年
- [2] 肖美丽. 来华留学生的汉语语言态度及汉语使用情况调查: [硕士学位论文]. [D]. 湘潭大学, 2012 年
- [3] 苏宇炫、李素琼. 泰国中学生的语言态度对其汉语学习和使用的影响: [硕士学位论文]. [D]. 湘潭大学外国语学院, 2010 年
- [4] 陈创荣. 泰国汉语使用及发展状况调查: [硕士学位论文]. [D]. 黑龙江大学, 2011 年
- [5] 何山燕. 泰国学生汉语常用否定结构使用情况调查及研究: [硕士学位论文]. [D]. 云南师范大学, 2004 年
- [6] 汪翔. 年中外学生汉语能力要求与实际水平对比研究: [硕士学位论文]. [D]. 广西民族大学, 2011 年
- [7] MISS HATHAIKARN MANGKORNPAIBOON (龙伟华). 泰国“汉语能力标准”研究: [硕士学位论文]. [D]. 中央民族大学, 2012 年
- [8] 周芸 张婧. 泰国学生汉语谈话语体能力习得调查: [硕士学位论文]. [D]. 云南师范大学, 2010 年
- [9] 韩凤明. 泰国商务汉语教学研究: [硕士学位论文]. [D]. 浙江大学, 2012 年
- [10] 董有辉. 泰国皇太后大学商务汉语学习者学习需求: [硕士学位论文]. [D]. 中央民族大学, 2013 年
- [11] 龙伟华. 泰国南邦毒贩特殊劳管所汉语培训个案研究: [硕士学位论文]. [D]. 云南师范大学, 2010 年
- [12] 陈俊羽. 泰国政府职员及社会人士汉语培训课程探索——以清迈大学孔子学院: [硕士学位论文]. [D]. 云南师范大学, 2011 年
- [13] 手机中国 孟滨, “1080p 屏四核旗舰 OPPO Find 5 海外上市” [online], (<http://www.cnmo.com/news/225619.html>), 2013 年 02 月 05 日
- [14] 白白的 3399, “OPPO 手机” [online], (http://baike.baidu.com/link?url=7dto80kvdWND_ABiQTnV4SPcBtSS7A-SfLc6_UVQLhu8RJuHgZ0zmlYLJ_2P9NtPTi3Exo_d2W6pXNBqS4DTVJK), 2015-08-19,

- [15] 离人心中秋, “OPPO 手机登录非洲:黑人兄弟也能至美一拍” [online], (<http://mobile.pconline.com.cn/628/6285757.html?ad=37>), 2015-04-01
- [16] “步步高” [online], (<http://www.gdbbk.com/about.asp>), 2008
- [17] 达拉斯. 步步高手机 SWOT 分析报告[R]. 2012 年 03 月 12 日
- [18] 小允子 0925, “三星的 SWOT 分析” [online], (<http://wenku.baidu.com/view/558972e50975f46527d3e123.html>), 2013-01-11
- [19] djwuadda0, “三星 SWOT 分析终稿” [online], (<http://www.docin.com/p-673633908.html>), 2013-07-04
- [20] zizonon, “OPPO 手机 SWOT 分析” [online], (<http://wenku.baidu.com/view/5d70ffaf8bd63186bdebbc25.html?fro m=search>), 2014-11-28
- [21] 延佑天嘉 “广东欧珀电子工业有限公司” [online], (<http://baike.baidu.com/view/4656825.htm>), 2015-06-25
- [22] Miss Phasit Homnun(林安安). 泰国员工在中国公司的夸文化适应研究: [硕士学位论文]. [D]. 哈尔滨工业大学, 2014 年 6 月
- [23] 甘盖尔 (泰国留学生). 中国企业进入泰国市场的跨国文化管理: [硕士学位论文]. [D]. 云南财经大学, 2011 年-05 月- 2012 年 5 月
- [24] 陈光海. 中泰员工之间价值观的比较研究—基于泰国在沪跨国公司的调查研究: [硕士学位论文]. [D]. 上海财经大学, 20070501
- [25] 罗文标- 华南理工大学工商管理学院. 基于沟通平台的企业跨文化管理研究. [J]. Maeket Modernization 期刊《商场现代化》2006 年 5 月 (上旬刊) 总第 466 期 134
- [26] 陈创荣. 泰国汉语使用及发展状况调查: [硕士学位论文]. [D]. 黑龙江大学, 20111115。

二、泰语资料

- [1] “เกี่ยวกับ OPPO” [online] , (<http://www.oppo.com/th/about-us/globalization/#map>) ,2013
- [2] ฐานเศรษฐกิจ, แบนด์จีนยึดตลาดสมาร์ทโฟน[N]. หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ปีที่ 35 ฉบับที่ 3,017, 2015-01-15
- [3] สุกรี แมนชัยนิมิต Positioning Magazine, “3 ปี 200 ล้าน เจ็บ...[online] , (<http://www.thailandonlineexpo.com/news/detail/20>)
- [4] ASTVผู้จัดการออนไลน์, “แบนด์จีน” ถล่มตลาดสมาร์ทโฟน” [online] , (<http://www.manager.co.th/Cyberbiz/ViewNews.aspx?NewsID=9580000008588>), 2015-01-23
- [5] ASTVผู้จัดการออนไลน์,“ออปโป้ส่ง “Find 7” วัดรอยเท้าซัมซุง”[online] , (<http://www.manager.co.th/Cyberbiz/ViewNews.aspx?NewsID=9570000034620>), 2014-03-28
- [6] ASTVผู้จัดการออนไลน์, “ไทยซัมซุง อิเลคโทรนิคส์” เปิด รง ใหญ่ที่ศรีราชา.ให้สื่อเยี่ยมชม เป็นครั้งแรก [online] ,(<http://www.manager.co.th/Local/ViewNews.aspx?NewsID=9570000093424>), 2014-08-16

附录(一)

แบบสอบถาม (สำหรับพนักงานทำงานเกี่ยวกับการใช้ภาษาจีน) 问卷调查 (对于工作汉语使用)

“วิเคราะห์ การใช้ภาษาจีนของพนักงานไทย ใน บริษัท ไทย ออปโป้ จำกัด”
“泰国 OPPO 公司泰籍职员汉语应用研究”

尊敬的受访者:

您好!首先感谢您在百忙之中抽出时间参与本次的问卷调查。本问卷的目的是研究 在泰国 OPPO 公司泰籍职员的汉语能力水平和汉语使用情况。本调查提供华侨崇圣大学商业汉语专业的硕士论文分析研究所需的数据资料。本问卷不涉及商业机密,采取无记名方式,对您提供的资料我们将予以保密。请根据您的实际情况逐项填写。非常感谢您这次的合作和支持。

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

สวัสดีค่ะก่อนอื่นต้องขอขอบคุณท่านเป็นอย่างยิ่งที่ให้ความร่วมมือ และสละเวลาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ วัตถุประสงค์ของการทำแบบสำรวจสอบถามคือ การศึกษาระดับความสามารถทางภาษาจีนและการใช้ภาษาจีนกลางของพนักงานใน บริษัท ไทย ออปโป้ จำกัด เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ สาขาภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ แบบสอบถามนี้ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยทางการค้า ข้อมูลที่ท่านให้จะถูกเก็บเป็นความลับ โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงขอขอบคุณท่านเป็นอย่างยิ่งที่ให้ความร่วมมือและให้การสนับสนุนในครั้งนี้ค่ะ.

คำแนะนำ: ✓ ในช่อง ตามความเป็นจริง 解译: 按照您的实现, 请在填写

ตอนที่ 1 ** ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูล 第一部分: 个人基本资料

1. เพศ * 您的性别: ชาย (男) หญิง (女)

2. อายุ * 您的年龄

อายุต่ำกว่า 20 ปี (20 岁以下) อายุ 20-30 ปี (20-30 岁)

อายุ 30-40 ปี (30-40 岁) อายุ 40-60 ปี (40-60 岁)

3. ท่านจบการศึกษา * 您的教育程度

ประถมศึกษา (小学) มัธยมศึกษาตอนต้น (中学)

มัธยมศึกษาตอนปลายหรืออนุปริญญา (高中及大专) ปริญญาตรีหรือสูงกว่า (本科及以上)

4. สาขาที่ศึกษา * 您的专业是

แผนกภาษา 文科 **โปรดระบุ (请具体说明)

แผนกวิทยาศาสตร์ 理科 **โปรดระบุ (请具体说明)

อื่นๆ 其他 **โปรดระบุ (请具体说明)

5. ประสบการณ์ในการทำงานของท่าน * 您的工作年限

1-3 ปี (1-3 年) 4-6 ปี (4-6 年)

7-9 ปี (7-9 年) 10 ปีขึ้นไป (10 年以上)

6. ตำแหน่งงานที่ท่านทำในบริษัทนี้คือ * 您在公司职位

**โปรดระบุ (请具体明)

7. บอกรายละเอียดเกี่ยวกับงานที่ท่านรับผิดชอบ * 您的工作负责任

**โปรดระบุ (请具体明)

8. ความถี่ของการใช้ภาษาจีนในการทำงาน * 您在工作汉语使用的次数

การใช้ภาษาจีน 汉语使用	มากที่สุด 很多	มาก 多	ปานกลาง 一般	น้อย 少	น้อยมาก 很少
ฟัง 听					
พูด 说					
อ่าน 读					
เขียน 写					
แปล 翻译					

9. อุปสรรคของภาษาจีนที่พบเจอในการทำงานมากที่สุด * 您在工作时汉语发现的问题

ฟัง 听 พูด 说 อ่าน 读 เขียน 写 แปล 翻译

**วิธีแก้ปัญหาคือ *汉语使用存在的问题

** โปรดระบุ (请具体明)

10. ภาษาจีนธุรกิจ ส่งผลกระทบต่อการทำงานมากน้อยแค่ไหน *商业汉语对工作的影响

มากที่สุด 很多 มาก 多 ปานกลาง 般

น้อย 少 น้อยมาก 很少 ไม่เลย 否

** ตัวอย่างอุปสรรคที่พบเจอคือ **โปรดระบุ (请具明)

** วิธีแก้ปัญหาคือ *解决商业汉语对工作的影响

**โปรดระบุ (请具体明)

ตอนที่ 2 **ความรู้ความเข้าใจภาษาจีนขั้นพื้นฐาน

第二部分：汉语基础知识的掌握

1. ท่านเคยเรียนภาษาจีนกลางหรือไม่ * 您学过汉语吗

- เคย (学过) ไม่เคย (没学过)

2. ท่านเคยเรียนภาษาจีนมานานเท่าไร * 您学习汉语的时间

- ต่ำกว่า 1 ปี (1年以下) 1-2 ปี (1-2年)
 3-4 ปี (3-4年) 5 ปีขึ้นไป (5年以上)

3. ท่านเคยสอบวัดระดับความรู้ด้านภาษาจีนหรือไม่ * 您是否参加过 HSK (汉语水平考试)

- เคย (参加过) ไม่เคย (没有参加过)

4. ถ้าหากว่าเคยสอบ, ระดับที่สอบได้คือ * 如果参加过, 您 HSK 考试成绩是

- ระดับ 1 (HSK1) ระดับ 2 (HSK2) ระดับ 3 (HSK3)
 ระดับ 4 (HSK4) ระดับ 5 (HSK5) ระดับ 6 (HSK6)

5. คุณพอใจในระดับความรู้ภาษาจีนของตนเองหรือไม่ * 您对自己的汉语水平是否满意

- พอใจมาก (很满意) ปานกลาง (一般) ไม่พอใจ (不满意)

6. คุณต้องการที่จะเรียนภาษาจีนเพื่อเพิ่มทักษะและความสามารถหรือไม่ * 您认为您是否需要加强汉语技能方面的学习

- ต้องการ (需要) ไม่ต้องการ (不需要)

7. ต้องการเพิ่มทักษะภาษาจีนด้านใดเป็นพิเศษ * 您认为需要加强哪方面的汉语技能

- ฟัง (听) พูด (说) อ่าน (读) เขียน (写) แปล (翻译)

8. ความสามารถด้านภาษาจีน *您在掌握汉语技能上的情况

ความสามารถด้านภาษาจีน 汉语技能	ดีมาก 很好	ดี 好	ปานกลาง 一般	พอใช้ 较差
ฟัง 听				
พูด 说				
อ่าน 读				
เขียน 写				
แปล 翻译				

9. แบบประเมินการทดสอบความสามารถด้านภาษาจีน *汉语能力的测试评估

รายการ	ระดับความสามารถ				
	5	4	3	2	1
1.สามารถใช้คำทักทายภาษาจีนในชีวิตประจำวันได้					
2.สามารถพูดแนะนำตนเองหรือนำผู้อื่นเป็นภาษาจีนได้					
3.สามารถพูดแนะนำสถานที่หรือแผนกต่างๆในสถานที่ทำงานเป็นภาษาจีนได้					
4.เวลาฟังภาษาจีนไม่เข้าใจสามารถถามกลับเพื่อตรวจสอบความเข้าใจได้					
5.ฟังและเข้าใจคำสั่งหรือการบัญชางานจากเจ้านายเป็นภาษาจีนได้					
6.สามารถพูดโต้ตอบทางโทรศัพท์เป็นภาษาจีนได้					
7.สามารถอธิบายรายละเอียดงานที่ตนรับผิดชอบเป็นภาษาจีนได้					
8.สามารถเป็นล่ามจำเป็นในการสื่อสารระหว่างคนไทยกับคนจีนได้					
9.ฟังและเข้าใจเนื้อหาของกรนำเสนอหรือการบรรยายที่ใช้ภาษาจีนได้					
10.สามารถพูดนำเสนอผลงานหรือบรรยายเป็นภาษาจีนได้					
11.สามารถอ่านหนังสือพิมพ์จีนได้					
12.สามารถเขียนจดหมายภาษาจีนได้					
13.สามารถแปลเอกสารภาษาจีนได้					
14.เข้าใจคำศัพท์เฉพาะของหน้าที่ที่รับผิดชอบได้					
15.สามารถอธิบายเกี่ยวกับการใช้โทรศัพท์มือถือเป็นภาษาจีนได้					

ตอนที่ 3 **การจัดการและการฝึกอบรมภาษาจีนของพนักงานในบริษัท

第三部分：公司对汉语方面的管理和职员培训

1. ทางบริษัทจัดให้มีการฝึกอบรมด้านภาษาจีนหรือไม่ *公司是否有对职员提供过中文方面的培训

- มีการฝึกอบรม (有培训) ไม่มีการฝึกอบรม (无培训)

2. ท่านเคยเข้าร่วมการฝึกอบรมด้านภาษาจีนกับทางบริษัทหรือไม่ *您是否参加过公司对职员提供的中文方面的培训

- ไม่เคย (没有) เคยเข้าร่วม (参加过)
 1 ครั้ง (一次) 2-3 ครั้ง (两次) 3 ครั้งขึ้นไป (三次以上)

หัวข้อที่เข้าร่วมอบรม **โปรดระบุ (请具体说明)

3. ความรู้ที่ได้จากการอบรมมีประโยชน์มากแค่ไหน * 汉语培训的知识

- มากที่สุด 很多 มาก 多 ปานกลาง 一般
 น้อย 少 น้อยมาก 很少 ไม่เลย

4. สามารถนำความรู้ที่ได้จากการอบรมมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ *在日常生活使用汉语培训的知识

- มากที่สุด 很多 มาก 多 ปานกลาง 一般
 น้อย 少 น้อยมาก 很少 ไม่เลย 否

5. ท่านต้องการพัฒนาอบรมภาษาจีนด้านไหนเป็นพิเศษ *您希望得到哪方面的培训

- เรื่องภาษาจีน (ฟัง พูด อ่าน เขียน) 汉语 (听, 说, 读, 写)
 เรื่องไวยากรณ์ (语法) เรื่องภาษาจีนธุรกิจ (商业汉语)
 อื่นๆ *** โปรดระบุ 其他 (请说明)

ตอนที่ 4 ** การทำงานภายใต้วัฒนธรรมที่หลากหลาย

第四部分：在企业中面临跨文化差异

1. ความแตกต่างด้านวัฒนธรรมในองค์กรที่ท่านเห็นว่าเด่นชัดที่สุด *在公司面临跨文化差异表现的最明确

- เชื้อชาติ (民族差异) ภาษา (语言差异)
 ทักษะและความเชื่อ (态度差异) ปรัชญาการดำเนินธุรกิจ (经营理念差异)
 ค่านิยม (价值观差异) อื่นๆ *** โปรดระบุ 其他 (请说明)

2. ความแตกต่างด้านวัฒนธรรมส่งผลกระทบต่อการทำงานมากแค่ไหน *跨文化与语言差异是否对企业的影响

- มากที่สุด 很多 มาก 多 ปานกลาง 一般
 น้อย 少 น้อยมาก 很少 ไม่เลย 否

3. ความแตกต่างด้านวัฒนธรรมส่งผลกระทบต่อการทำงานอย่างไร *夸文化差异给企业带来什么样的影响

- เกิดความเข้าใจผิดและความขัดแย้งอย่างง่ายตาย (文化差异容易导致误解与冲突)
 มีความคิดแตกต่างจึงมีข้อสรุปที่หลากหลาย (有不同的思维就得出许多的结论)
 ต้องใช้เวลาในการสื่อสารมาก (用很长时间沟通)
 ทำให้องค์กรไม่ก้าวหน้า (让公司缓慢的发展)
 อื่นๆ*** โปรดระบุ. 其他 (请说明)

4. วิธีการจัดการความแตกต่างของวัฒนธรรมในองค์กร *夸文化差异在企业管理中的影响

- มีความสามารถ อย่างน้อย 2 ภาษา (至少有两个语言能力)
 ยอมรับความแตกต่างของวัฒนธรรม (接受跨文化差异)
 การฝึกอบรมข้ามวัฒนธรรม (加强跨文化培训)
 อื่นๆ*** โปรดระบุ 其他 (请说明)

附录(二)

แบบสอบถาม (สำหรับพนักงานทั่วไป) 问卷调查 (对于一般员工)

วิเคราะห์ การใช้ภาษาจีนของพนักงานไทย ใน บริษัท ไทย ออปโป้ จำกัด”
“泰国 OPPO 公司泰籍职员汉语应用研究”

尊敬的受访者:

您好!首先感谢您百忙之中抽出时间参与本次的问卷调查。本问卷的目的是研究 在泰国 OPPO 公司泰籍职员的汉语能力水平和汉语使用情况。本调查提供 华侨崇圣大学商业汉语专业的硕士论文分析研究所需的数据资料。本问卷不涉及商业机密,采取无记名方式,对您提供的资料我们将予以保密。请根据您的实际情况逐项填写。非常感谢您这次的合作和支持。

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

สวัสดีค่ะก่อนอื่นต้องขอขอบคุณท่านเป็นอย่างยิ่งที่ให้ความร่วมมือ และสละเวลาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ วัตถุประสงค์ของการทำแบบสำรวจสอบถามคือ การศึกษาระดับความสามารถทางภาษาจีนและการใช้ภาษาจีนกลางของพนักงานใน บริษัท ไทย ออปโป้ จำกัด เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ สาขาภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ แบบสอบถามนี้ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับค่าความลับทางการค้า ข้อมูลที่ท่านให้จะถูกเก็บเป็นความลับ โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงขอขอบคุณท่านเป็นอย่างยิ่งที่ให้ความร่วมมือและให้การสนับสนุนในครั้งนี้ค่ะ

คำแนะนำ: ✓ ในช่อง ตามความเป็นจริง 解译:按照您的实现,请在填写

ตอนที่ 1 ** ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูล 第一部分: 个人基本资料

1. เพศ * 您的性别: ชาย (男) หญิง (女)

2. คุณเป็นคนประเทศไหน: *您是哪国人 ไทย (泰国) จีน (中国)

3. อายุ * 您的年龄

อายุต่ำกว่า 20 ปี (20 岁以下) อายุ 20-30 ปี (20-30 岁)

อายุ 30-40 ปี (30-40 岁) อายุ 40-60 ปี (40-60 岁)

4. ท่านจบการศึกษา * 您的教育程度

ประถมศึกษา (小学) มัธยมตอนต้น (中学)

มัธยมตอนปลายหรืออนุปริญญา (高中及大专) ปริญญาตรีหรือสูงกว่า (本科及以上)

5. สาขาที่ศึกษา * 您的专业是

แผนกภาษา 文科 **โปรดระบุ (请具体说明)

แผนกวิทยาศาสตร์ 理科 **โปรดระบุ (请具体说明)

อื่นๆ ***โปรดระบุ 其他 (请具体说明)

6. ประสบการณ์ในการทำงานของท่าน * 您的工作年限

1-3 ปี (1-3 年) 4-6 ปี (4-6 年)

7-9 ปี (7-9 年) 10 ปีขึ้นไป (10 年以上)

7. ตำแหน่งงานที่ท่านทำในบริษัทนี้คือ * 您在公司职位

**โปรดระบุ (请具体明)

ตอนที่ 2 ** การสื่อสารกับบุคลากรต่างชาติในองค์กร

第二部分：在公司外籍员工沟通方面

1. ท่านเคยเรียนภาษาจีนกลางหรือไม่ * 您学过汉语吗

เคย (学过) ไม่เคย (没学过)

2. คุณต้องการที่จะเรียนภาษาจีนเพิ่มทักษะหรือไม่ * 您需要加强汉语技能方面的学习

ต้องการ (需要) ไม่ต้องการ (不需要)

3. ช่องทางการสื่อสารกับบุคลากรต่างชาติใช้วิธีใด * 与外籍员工沟通的渠道

ใช้ภาษาไทย (用泰语) ใช้ภาษาอังกฤษ (用英语) ใช้ภาษาจีน (用汉语)

ใช้ล่าม (用翻译者) อื่นๆ ***โปรดระบุ 其他 (请具体说明)

4. ปัญหาการสื่อสารกับบุคลากรต่างชาติส่งผลกระทบต่อการทำงานมากน้อยแค่ไหน * 与外籍员工沟通是否对工作的影响

มากที่สุด 很多 มาก 多 ปานกลาง 一般

น้อย 少 น้อยมาก 很少 ไม่เลย 否

*** ตัวอย่างปัญหาที่พบคือ ***โปรดระบุ *发现的问题 (请说明):

*** วิธีแก้ปัญหที่พบเจอ ***โปรดระบุ *解决问题的方法 (请说明):

5. คุณคิดว่าภาษาที่สองสำคัญมากแค่ไหนในองค์กร *在公司第二语言是否重要

มากที่สุด 很多 มาก 多 ปานกลาง 一般

น้อย 少 น้อยมาก 很少 ไม่เลย 否

ตอนที่ 3 ** การทำงานภายใต้วัฒนธรรมที่หลากหลาย

第三部分：在企业中面临跨文化差异

1. ความแตกต่างด้านวัฒนธรรมในองค์กรที่ท่านเห็นว่าเด่นชัดที่สุด *在公司面临跨文化差异表现的最明确

- เชื้อชาติ (民族差异) ภาษา (语言差异)
- ทักษะและความเชื่อ (态度差异) ปรัชญาการดำเนินธุรกิจ (经营理念差异)
- ค่านิยม (价值观差异) อื่นๆ *** โปรดระบุ 其他 (请说明)

2. ความแตกต่างด้านวัฒนธรรมส่งผลกระทบต่อการทำงานมากแค่ไหน *跨文化与语言差异是否对企业的影响

- มากที่สุด 很多 มาก 多 ปานกลาง 一般
- น้อย 少 น้อยมาก 很少 ไม่เลย 否

3. ความแตกต่างด้านวัฒนธรรมส่งผลกระทบต่อการทำงานอย่างไร *夸文化差异给企业带来什么样的影响

- เกิดความเข้าใจผิดและความขัดแย้งอย่างง่ายตาย (文化差异容易导致误解与冲突)
- มีความคิดแตกต่างจึงมีข้อสรุปที่หลากหลาย (有不同的思维就得出许多的结论)
- ต้องใช้เวลาในการสื่อสารมาก (用很长时间沟通)
- ทำให้องค์กรไม่ก้าวหน้า (让公司缓慢的发展)
- อื่นๆ*** โปรดระบุ 其他 (请说明)

4. วิธีการจัดการความแตกต่างของวัฒนธรรมในองค์กร *夸文化差异在企业管理中的影响

- มีความสามารถ อย่างน้อย 2 ภาษา (至少有两个语言能力)
- ยอมรับความแตกต่างของวัฒนธรรม (接受跨文化差异)
- การฝึกอบรมข้ามวัฒนธรรม (加强跨文化培训)
- อื่นๆ*** โปรดระบุ 其他 (请说明)

致谢

这次毕业论文能够得以顺利完成，是所有指导过我的老师，帮助过我的同学和一直关心支持着我的家人对我的教诲、帮助和鼓励的结果。我要在这里对他们表示深深的谢意！

感谢我的指导老师——解琨 副教授，没有您的悉心指导与帮助，就没有这篇论文的顺利完成，真的特别感谢！

感谢所有教导过我的老师，你们增加了我的知识储备，丰富了我的视野，加深了我的研究能力，在论文写作过程中受到很大启发，在此表示深深的感谢！

感谢我的父母，没有你们，就没有我的今天，你们的支持与鼓励，永远是支撑我前进的最大动力。

感谢一直支持和关心我的 2014 级、商业汉语专业全班同学，感谢你们！

感谢——潘安雅 OPPO 公司的职员，如果没有你的支持就没有这篇论文的资料，很感谢。

施美芳

