

การศึกษารูปแบบภาษาจีนที่ใช้บ่อยในการสื่อสารเชิงธุรกิจ

สมเกียรติ เกียรติกำจายจร^{1,*}

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา สังเคราะห์ และนำเสนอรูปแบบภาษาจีนที่ปรากฏบ่อยครั้งในการสื่อสารเชิงธุรกิจ ทั้งในรูปแบบลายลักษณ์อักษรและมุขปาฐะ ในยุคที่เศรษฐกิจโลกมีพลวัตสูงและสาธารณรัฐประชาชนจีนมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง ความสามารถในการสื่อสารภาษาจีนเชิงธุรกิจได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมตามบริบททางวัฒนธรรมจึงกลายเป็นทักษะที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับบุคลากร ในแวดวงธุรกิจระหว่างประเทศ บทความนี้ได้ทำการรวบรวมและวิเคราะห์รูปแบบประโยค คำศัพท์และสำนวนที่ใช้เป็นมาตรฐานจากตำราเรียนภาษาจีนเพื่อธุรกิจ เอกสารทางธุรกิจตัวอย่าง และงานศึกษาที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็นสถานการณ์สำคัญต่าง ๆ เช่น การทักทายเบื้องต้น การแนะนำบริษัท การสื่อสารผ่านอีเมล การประชุม การเจรจาต่อรอง และการแสดงความยินดี นอกจากนี้ บทความยังได้อภิปรายถึงข้อควรพิจารณาทางวัฒนธรรมที่สำคัญ เช่น แนวคิดเรื่อง หน้าตา และความสัมพันธ์ ซึ่งมีอิทธิพลอย่างสูงต่อการเลือกใช้ภาษา ผลการศึกษาสังเคราะห์ชี้ให้เห็นว่าภาษาจีนเชิงธุรกิจมีลักษณะเฉพาะตัวที่เน้นความสุภาพอย่างเป็นทางการ ความชัดเจน และการรักษาความสัมพันธ์อันดี ซึ่งผู้เรียนและผู้ปฏิบัติงานจำเป็นต้องทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเพื่อนำไปสู่การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ

คำสำคัญ: ภาษาจีนเพื่อธุรกิจ รูปแบบภาษา การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม การเจรจาต่อรอง

^{1,*} สาขาวิชาภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
อีเมล: somkiat.k@dru.ac.th

A Study of Frequently Used Chinese Language Patterns in Business Communication

Somkiat Kiatkamjaikajohn^{1,*}

Abstract

This academic article aims to study, synthesize, and present the frequently used Chinese language patterns in business communication, encompassing both written and spoken forms. In an era of high economic dynamism where the People's Republic of China plays a crucial role, the ability to communicate in Business Chinese accurately and with cultural appropriateness has become an essential skill for professionals in the international business arena. This article compiles and analyzes standard sentence patterns, vocabulary, and expressions from Business Chinese textbooks, sample business documents, and related academic works. The presentation is divided into key business situations such as initial greetings, company introductions, email correspondence, meetings, negotiations, and expressing congratulations. Furthermore, the article discusses critical cultural considerations, such as the concepts of "Face" and "Connections," which significantly influence language use. The synthesis indicates that Business Chinese possesses unique characteristics that emphasize formal politeness, clarity, and the maintenance of good relationships, which learners and practitioners must deeply understand to achieve effective and successful communication.

Keywords: Business Chinese , Language Patterns, Cross-Cultural Communication, Negotiation

^{1,*} Program Chinese Communication Faculty of Humanities and Social Sciences, Dhonburi Rajabhat University.
e-mail: somkiat.k@dru.ac.th

บทนำ

ในยุคโลกาภิวัตน์ปัจจุบันที่เศรษฐกิจโลกเชื่อมโยงกันอย่างไร้พรมแดน การติดต่อทางธุรกิจระหว่างประเทศทวีความสำคัญมากขึ้นอย่างไม่เคยมีมาก่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งก้าวขึ้นมาเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจระดับโลก ด้วยขนาดตลาดที่ใหญ่ กำลังซื้อที่มหาศาล และอิทธิพลทางเศรษฐกิจที่แผ่ขยายไปทั่วโลก การทำความเข้าใจและเข้าถึงตลาดจีนจึงเป็นกุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จทางธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการและองค์กรจากทั่วทุกมุมโลก (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2566) มิได้เป็นเพียงภาษาสำหรับสื่อสารในชีวิตประจำวันเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างโอกาส และความได้เปรียบทางการแข่งขันในเชิงธุรกิจ (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2565) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแวดวงธุรกิจที่มีลักษณะเฉพาะในด้านภาษา มารยาท และวัฒนธรรม ซึ่งมีความละเอียดอ่อนและซับซ้อนมากกว่าการสื่อสารทั่วไป ภาษาจีนเชิงธุรกิจไม่ใช่เพียงแค่การใช้คำศัพท์เฉพาะทาง แต่จำเป็นต้องเข้าใจความหมายแฝงบริบท และวัฒนธรรมจีนที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการสื่อสาร รวมถึงความซับซ้อนของโครงสร้างประโยคและสำนวนที่ใช้ในสถานการณ์จริง ซึ่งในบริบทนี้ภาษาจีนไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือในการสื่อสาร แต่ยังเป็นทุนทางภาษาวัฒนธรรม ที่ช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของบุคลากรในยุคเศรษฐกิจฐานความรู้การสื่อสารภาษาจีนเชิงธุรกิจที่ถูกต้องและเหมาะสมกับบริบททางวัฒนธรรมจึงกลายเป็นทักษะที่สำคัญของผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับจีนไม่ว่าจะเป็นจะเป็นด้านการค้าการท่องเที่ยวยหรือการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศไทยซึ่งมีความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและการศึกษากับจีนอย่างแน่นแฟ้นจำเป็นต้องส่งเสริมให้บุคลากรเข้าใจรูปแบบการสื่อสารที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมธุรกิจของจีนเพื่อเสริมสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างสองประเทศอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตามความสำคัญของบทความนี้จึงอยู่ที่การนำเสนอองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบภาษาจีนที่ใช้ในบริบทธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่ต้องการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาจีนให้มีประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินงานกับชาวจีน การศึกษาลักษณะเฉพาะของภาษาธุรกิจจีนจะช่วยลดความเข้าใจผิดทางวัฒนธรรม สร้างความน่าเชื่อถือและเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืน บทความนี้จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการช่วยให้ผู้ประกอบการ นักเรียนนักศึกษา หรือผู้ที่สนใจสามารถทำความเข้าใจและนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจกับชาวจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด บทความนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อ 1) เพื่อศึกษารูปแบบและลักษณะเฉพาะของภาษาจีนที่ใช้บ่อยในการสื่อสารเชิงธุรกิจทั้งในรูปแบบการพูดและการเขียน โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์จากเอกสาร ตำราวิชาการ บทความวิจัย และแหล่งข้อมูลออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง 2) วิเคราะห์และอธิบายถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมจีนต่อรูปแบบการใช้ภาษาในการสื่อสารเชิงธุรกิจ เพื่อให้เห็นภาพรวมของความเชื่อมโยงระหว่างภาษาและบริบททางวัฒนธรรม และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการประยุกต์ใช้ความรู้ด้านภาษาจีนเชิงธุรกิจในการพัฒนาทักษะการสื่อสารของบุคลากรในประเทศไทยเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการจัดการเรียนการสอนและการฝึกอบรม

เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันในบทความนี้ จึงกำหนดคำจำกัดความที่ใช้ในการศึกษาดังนี้ภาษาจีนเชิงธุรกิจคือรูปแบบการใช้ภาษาจีนที่เน้นความเป็นทางการ มีแบบแผน และใช้คำศัพท์ สำนวนเฉพาะทาง รวมถึงโครงสร้างประโยคที่เหมาะสมกับการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจต่างๆ เช่น การเจรจา การนำเสนอ การทำสัญญา และการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจ ซึ่งแตกต่างจากภาษาจีนที่ใช้ในชีวิตประจำวัน การสื่อสารเชิงธุรกิจเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น ข้อเสนอ และข้อตกลงต่างๆ ในบริบทของการดำเนินงานทางธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบรรลุเป้าหมายทางเศรษฐกิจ หรือสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างคู่ค้าและองค์กรส่วนในด้านของวัฒนธรรมจีน จะเป็นในเรื่องของระบบค่านิยม ความเชื่อ ธรรมเนียมปฏิบัติ พฤติกรรม และประเพณีที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษชาวจีน ซึ่งส่งอิทธิพลต่อแนวคิดและพฤติกรรม การสื่อสารในสังคมและธุรกิจของจีนที่มีความสัมพันธ์ในลักษณะที่เครือข่ายความสัมพันธ์ส่วนตัวและทางสังคมที่มีความไว้วางใจและความผูกพันกัน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมการดำเนินธุรกิจในสังคมจีนในการดำเนินงานธุรกิจร่วมกันให้ประสบความสำเร็จ

การเปรียบเทียบระหว่างภาษาจีนทั่วไปกับภาษาจีนธุรกิจ

ภาษาจีนเชิงธุรกิจ หมายถึง ภาษาจีนที่ใช้ในบริบทของการดำเนินธุรกิจ เช่น การเจรจา การนำเสนอสินค้า การจัดประชุม การทำสัญญา การตลาด การซื้อขาย และการเขียนจดหมายธุรกิจ ลักษณะของภาษานี้มีความเป็นทางการมากกว่าภาษาจีนทั่วไป มักใช้สำนวนสุภาพ มีแบบแผนคงที่ และสะท้อนแนวคิดทางวัฒนธรรมของชาวจีน เช่น การให้เกียรติ ความสัมพันธ์ระยะยาว และความกลมเกลียว (อ้างใน วรรณภา ทองประเสริฐ, 2562) นอกจากนี้ ภาษาจีนเชิงธุรกิจยังเน้นความถูกต้อง แม่นยำ และชัดเจน เพื่อหลีกเลี่ยงความเข้าใจผิดที่อาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ คำศัพท์ที่ซ้ำมักเป็นคำเฉพาะทางที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม การค้า การเงิน และการลงทุน ซึ่งแตกต่างจากภาษาจีนที่ใช้ในชีวิตประจำวันอย่างเห็นได้ชัด การเข้าใจความแตกต่างนี้เป็นสิ่งสำคัญในการสื่อสารเชิงธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ การใช้ภาษาที่เหมาะสมไม่เพียงช่วยให้การสื่อสารราบรื่น แต่ยังสร้างความน่าเชื่อถือและความประทับใจที่ดีให้กับคู่ค้า ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืน

การทำความเข้าใจความแตกต่างระหว่างภาษาจีนทั่วไปและภาษาจีนธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ที่ต้องการสื่อสารในบริบททางเศรษฐกิจอย่างมีประสิทธิภาพ แม้จะมีรากฐานมาจากภาษาเดียวกัน แต่ลักษณะการใช้งานและบริบทที่ต่างกันทำให้ทั้งสองมีรูปแบบที่โดดเด่นของตนเอง

ภาษาจีนทั่วไป

วัตถุประสงค์ เพื่อใช้สำหรับการสื่อสารในชีวิตประจำวัน การสนทนาทั่วไป การติดต่อกับเพื่อนฝูง ครอบครัว หรือในสถานการณ์ที่ไม่เป็นทางการ

ความเป็นทางการ มีความเป็นทางการน้อยกว่า สามารถใช้คำสแลง คำย่อ หรือภาษาพูดได้อย่างอิสระ

โครงสร้างประโยค โครงสร้างเรียบง่าย ตรงไปตรงมา ไม่ซับซ้อน เน้นความเข้าใจง่ายและรวดเร็ว

คำศัพท์ ใช้คำศัพท์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันเป็นหลัก ไม่ค่อยมีคำศัพท์เฉพาะทาง

สำนวน มีสำนวนที่หลากหลาย ครอบคลุมเรื่องราวในชีวิตประจำวัน อาจมีการใช้สำนวนเชิงเสียดสีหรือตลกขบขันได้

น้ำเสียง มีความยืดหยุ่นสูง สามารถปรับเปลี่ยนน้ำเสียงตามสถานการณ์และความสัมพันธ์ของผู้พูดกับผู้ฟัง

การเน้น เน้นการสื่อสารให้เข้าใจในระดับบุคคลและความสัมพันธ์ส่วนตัว

ภาษาจีนธุรกิจ

วัตถุประสงค์ เพื่อใช้สำหรับการดำเนินธุรกิจ การเจรจา การทำสัญญา การนำเสนอการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กร และสถานการณ์ที่เป็นทางการอื่น ๆ

ความเป็นทางการ มีความเป็นทางการสูงมาก เน้นความสุภาพ ความเป็นมืออาชีพ และการรักษาระดับความสัมพันธ์

โครงสร้างประโยค โครงสร้างซับซ้อนและมีแบบแผนมากกว่า มักใช้ประโยคที่สมบูรณ์และเป็นทางการ เน้นความชัดเจนและแม่นยำเพื่อหลีกเลี่ยงความเข้าใจผิด

คำศัพท์ ใช้ศัพท์เฉพาะทางธุรกิจและอุตสาหกรรมจำนวนมาก เช่น คำศัพท์ทางการเงิน การตลาด กฎหมาย การนำเข้า-ส่งออก รวมถึงศัพท์เทคนิคที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ

สำนวน เน้นสำนวนที่เป็นทางการ สุภาพ และสะท้อนค่านิยมทางธุรกิจและวัฒนธรรมจีน เช่น สำนวนที่เน้นความร่วมมือ ความซื่อสัตย์ การให้เกียรติ และการรักษาหน้า

น้ำเสียง ต้องใช้น้ำเสียงที่มั่นคง สุภาพ และให้เกียรติคู่สนทนา หลีกเลี่ยงการใช้อารมณ์หรือคำพูดที่รุนแรง

การเน้น สะท้อนถึงความใส่ใจในบริบทและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (ปรีชา แสงวงษ์, 2563) เน้นการสร้าง ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ และการดำเนินธุรกิจในระยะยาว

บริบทของการสื่อสารเชิงธุรกิจที่ใช้ภาษาจีนบ่อย

การสื่อสารในบริบทธุรกิจมีหลายรูปแบบ ซึ่งแต่ละรูปแบบก็มีความต้องการทางภาษาที่เฉพาะเจาะจง การเข้าใจบริบทเหล่านี้จะช่วยให้สามารถเลือกใช้ภาษาได้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพ บริบทที่สำคัญและใช้ภาษาจีนบ่อยมีดังนี้

1) การเริ่มต้นความสัมพันธ์และการต้อนรับ

สถานการณ์ : การทักทายและการแนะนำตัวอย่างเป็นทางการ

ภาษาจีน : 很高兴能有机会与您合作。

คำแปล : ยินดีเป็นอย่างยิ่งที่ได้รับโอกาสในการร่วมมือกับท่าน

สถานการณ์ : การตอบรับการติดต่อครั้งแรก

ภาษาจีน : 感谢您对我们公司项目的关注。

คำแปล : ขอขอบคุณที่ท่านให้ความสนใจในโครงการของบริษัทเรา

(Liu & Chen, 2562)

2) การเจรจาต่อรองและการเสนอแนะ

สถานการณ์ : การสอบถามรายละเอียดราคาอย่างสุภาพ

ภาษาจีน : 关于价格方面，我们是否可以进一步的探讨。

คำแปล : เกี่ยวกับเรื่องราคา เราสามารถทำการอภิปรายเพิ่มเติมได้หรือไม่

อ้างอิง: (Wang, 2563)

สถานการณ์ : การเสนอข้อเสนอแนะหรือทางออก

ภาษาจีน : 我们建议，是否可以采取折中的方案？

คำแปล : พวกเราขอเสนอว่า เราสามารถนำแผนการที่ประนีประนอมมาใช้ได้หรือไม่?

(Wang, 2563)

3) การเขียนอีเมล/จดหมายที่เป็นทางการ

สถานการณ์ : คำขึ้นต้นที่เป็นทางการ

ภาษาจีน : 尊敬的 [นามสกุล/ตำแหน่ง] 您好！

คำแปล : เรียน ท่าน [นามสกุล/ตำแหน่ง] ที่เคารพ

อ้างอิง: (Li, 2564)

4) การรักษาความสัมพันธ์และการสร้างความน่าเชื่อถือ

สถานการณ์ : การกล่าวขอบคุณหลังเสร็จสิ้นการประชุม

ภาษาจีน : 非常感谢您今日抽出宝贵时间来访。

คำแปล : ขอขอบคุณท่านเป็นอย่างสูงที่สละเวลาอันมีค่ามาเยี่ยมเยียนในวันนี้

(Wang, 2563)

สถานการณ์ : การแสดงความหวังในความสัมพันธ์ระยะยาว

ภาษาจีน : 希望我们能保持长久而友好的合作关系。

คำแปล : หวังว่าเราจะสามารถรักษาความสัมพันธ์ความร่วมมือที่ยาวนานและเป็นมิตรไว้ได้

(Liu & Chen, 2562)

ลักษณะของคำศัพท์และสำนวนเฉพาะทางธุรกิจ

ภาษาจีนธุรกิจมีลักษณะเฉพาะที่สำคัญคือการใช้คำศัพท์และสำนวนที่แตกต่างจากภาษาจีนทั่วไปอย่างชัดเจน ซึ่งสะท้อนถึงความละเอียดอ่อนและความเป็นมืออาชีพในการดำเนินธุรกิจ การทำความเข้าใจคำศัพท์เหล่านี้จึงเป็นหัวใจสำคัญในการสื่อสารเชิงธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งมีคำศัพท์เฉพาะทางธุรกิจที่ใช้อยู่ ได้แก่

1) ความร่วมมือ (合作) เป็นคำที่ใช้อยู่ในการกล่าวถึงการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทหรือบุคคล ข้อตกลง ใช้ในการอ้างอิงเอกสารหรือข้อตกลงที่เป็นทางการ

2) สัญญา (合同) คือ ข้อผูกพันทางกฎหมายระหว่างสองฝ่ายหรือมากกว่า

3) กำไร (利润) คือ ผลตอบแทนทางการเงินจากการดำเนินธุรกิจ

4) ลูกค้า (客户) คือ ผู้ที่ซื้อสินค้าหรือบริการ

5) ตลาด (市场) คือ สถานที่หรือสภาวะที่มีการซื้อขาย

6) การลงทุน (投资) คือ การใช้จ่ายเงินเพื่อหวังผลตอบแทนในอนาคต

7) การพัฒนา (发展) คือ การก้าวหน้าหรือเติบโต

8) โอกาส (机会) คือ สถานการณ์ที่เอื้ออำนวย

9) นวัตกรรม (创新) คือ การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ

10) อุปสงค์ (需求) คือ ความต้องการสินค้าหรือบริการ

11) อุปทาน (供应) คือ การจัดหาสินค้าหรือบริการ

12) ต้นทุน (成本) คือ ค่าใช้จ่ายในการผลิตหรือดำเนินงาน

13) ผลประกอบการ (业绩) คือ ผลลัพธ์ทางการเงินหรือการดำเนินงาน

14) คู่แข่ง (竞争对手) คือ ผู้ที่ดำเนินธุรกิจประเภทเดียวกัน

(Liu & Chen, 2562; Wang, 2563)

สำนวนที่ใช้อยู่ในบริบทธุรกิจ มีลักษณะเฉพาะที่เน้นการสร้างความสัมพันธ์ การแสดงความเคารพ และการสร้างความน่าเชื่อถือ ซึ่งมักมีความหมายแฝงที่ต้องตีความให้เข้าใจถึงเจตนาที่แท้จริง สำนวนเหล่านี้มีบทบาทในการแสดงความเคารพและความเป็นมืออาชีพ (ณัฐวุฒิ สืบสงค์, 2564) ตัวอย่าง เช่น

1) ผลประโยชน์ร่วมกัน หรือ ได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่าย เป็นสำนวนที่ใช้อยู่ในการเจรจาเพื่อเน้นย้ำถึงข้อตกลงที่เป็นธรรมและเป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่าย

2) การสร้างความร่วมมือระยะยาว สะท้อนถึงความปรารถนาในการสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนและมั่นคง ไม่ใช่เพียงแค่การทำธุรกิจครั้งเดียวแล้วจบไป

3) ขอแสดงความปรารถนาอย่างจริงใจแก่บริษัทของท่าน คือ เป็นสำนวนที่แสดงความเคารพและให้เกียรติบริษัทคู่ค้า มักใช้ในการขึ้นต้นจดหมายหรือการกล่าวทักทายอย่างเป็นทางการ

4) เป็นเกียรติอย่างยิ่ง คือ ใช้แสดงความรู้สึกเป็นเกียรติที่ได้มีโอกาสทำบางสิ่งบางอย่าง เช่น ได้พบปะ หรือได้ร่วมงาน

5) ขอขอบคุณสำหรับการอุปถัมภ์/การสนับสนุน คือ เป็นสำนวนที่ใช้แสดงความขอบคุณอย่างสุภาพต่อลูกค้าหรือผู้สนับสนุน

6) ความร่วมมืออย่างจริงใจและเต็มที่ คือ เน้นย้ำถึงความร่วมมือที่มีความมุ่งมั่นและจริงใจต่อกัน

7) สถานการณ์ที่ทุกฝ่ายชนะ หรือ win-win situation เป็นแนวคิดสำคัญในการเจรจาธุรกิจของจีน ที่มุ่งเน้นการหาทางออกที่ทุกฝ่ายได้รับประโยชน์

8) ขอขอบคุณอย่างสุดซึ้ง คือ ใช้แสดงความขอบคุณอย่างเป็นทางการและจริงใจ

ในการใช้คำศัพท์และสำนวนเหล่านี้ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมไม่เพียงแต่ช่วยให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ยังแสดงถึงความเข้าใจในธรรมเนียมปฏิบัติและวัฒนธรรมทางธุรกิจของจีน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาวและการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จร่วมกัน

การใช้ถ้อยคำสุภาพและให้เกียรติในภาษาจีนธุรกิจ

ภาษาจีนเชิงธุรกิจให้ความสำคัญกับการใช้ถ้อยคำที่สุภาพและให้เกียรติคู่สนทนาเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืน ความสุภาพนี้ไม่ได้เป็นเพียงแค่การเลือกใช้คำที่เหมาะสม แต่ยังรวมถึงการใช้โครงสร้างประโยคและสำนวนที่สะท้อนถึงการให้เกียรติอีกฝ่ายหนึ่ง (วรรณ ท้องประเสริฐ, 2562) เช่น

- 1) การใช้คำเรียกขานที่ยกย่อง เช่น ในภาษาจีนธุรกิจ มักจะใช้คำเรียกขานที่แสดงความเคารพและยกย่องอย่างสูง เช่น
- 2) เรียนท่านผู้มีเกียรติ/เคารพ เช่น มักใช้นำหน้าชื่อบุคคล ตำแหน่ง หรือชื่อบริษัทในจดหมายและอีเมลที่เป็นทางการ เช่น เรียนท่านผู้จัดการหวัง หรือ เรียนบริษัทที่เคารพ
- 3) อันสูงค่า/อันทรงเกียรติ เช่น ใช้เติมหน้าคำนามเพื่อแสดงความยกย่องอีกฝ่าย เช่น บริษัทอันทรงเกียรติของท่าน ฝ่ายของท่าน หรือ แซ่ของท่าน
- 4) ท่าน/ใต้เท้า เช่น เป็นคำสรรพนามบุรุษที่สองที่แสดงความเคารพอย่างสูง มักใช้ในเอกสารทางการหรือการติดต่อกับบุคคลสำคัญ
- 5) การใช้วลีแบบอ้อมเพื่อหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง เช่น ชาวจีนมักหลีกเลี่ยงการปฏิเสธโดยตรงหรือการแสดงความคิดเห็นที่ขัดแย้งอย่างชัดเจน เพื่อรักษา หน้าที่ของทั้งสองฝ่าย ดังนั้นจึงมีการใช้วลีแบบอ้อมเพื่อสื่อสารสิ่งที่ต้องการอย่างนุ่มนวล
- 6) เกรงว่า คือ ใช้แสดงการปฏิเสธอย่างสุภาพ เช่น เกรงว่าเราจะไม่สามารถยอมรับเงื่อนไขนี้ได้ แทนที่จะพูดว่า เราไม่สามารถยอมรับได้
- 7) อาจจะ/เป็นไปได้ คือ ใช้เพื่อลดทอนความรุนแรงของข้อเสนอแนะหรือการปฏิเสธ เช่น อาจจะต้องมีการหารือเพิ่มเติม
- 8) ไม่ค่อยสะดวก คือ ใช้ในการปฏิเสธคำเชิญหรือคำขออย่างสุภาพ
- 9) ยังต้องมีการพิจารณา/หารือ คือ ใช้เมื่อต้องการแสดงความไม่เห็นด้วยโดยตรงแต่ยังเปิดโอกาสให้พูดคุยกันต่อ
- 10) การหลีกเลี่ยงถ้อยคำรุนแรงและตรงเกินไป คือ การใช้คำพูดที่ตรงไปตรงมาหรือรุนแรงอาจถูกมองว่าไม่สุภาพหรือไม่ให้เกียรติ โดยเฉพาะในบริบทธุรกิจ การใช้คำที่เป็นกลางและอ้อมค้อมจึงเป็นที่นิยมมากกว่าแทนที่จะพูดว่า ผิด อาจจะใช่ มีบางส่วนที่ต้องพิจารณา แทนที่จะพูดว่า ไม่เห็นด้วย อาจจะใช่ ผมมีมุมมองที่แตกต่างออกไป
- 11) การให้เกียรติคู่สนทนาเสมอ คือ การแสดงความเคารพต่อสถานะ ตำแหน่ง และอายุของคู่สนทนาเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในวัฒนธรรมจีน การใช้สรรพนามและคำนามที่เหมาะสม เช่น การใช้คำว่า ท่าน แทน คุณ ในการสื่อสารกับผู้ที่มีอายุสูงกว่า หรือผู้ที่มีตำแหน่งสูงกว่า แสดงถึงความนอบน้อมและเคารพ
- 12) ในการฝึกฝนการใช้ถ้อยคำสุภาพและให้เกียรติในภาษาจีนธุรกิจอย่างถูกต้อง จะช่วยให้ผู้เรียนสามารถสร้างความประทับใจที่ดี และดำเนินความสัมพันธ์ทางธุรกิจกับชาวจีนได้อย่างราบรื่นและประสบความสำเร็จ

การสะท้อนวัฒนธรรมจีนผ่านการใช้ภาษาในธุรกิจ

การสื่อสารเชิงธุรกิจภาษาจีนยังรวมถึงการสร้างและรักษาสายสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าและเครือข่ายทางธุรกิจ หรือที่เรียกว่า กวานซี ซึ่งมักเกิดขึ้นในการพบปะสังสรรค์ การรับประทานอาหาร หรือกิจกรรมทางสังคมอื่น ๆ การใช้ภาษาที่แสดงถึงความห่วงใย ความเอาใจใส่ และความปรารถนาดีต่อความสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญ ตัวอย่างเช่น การถามไถ่สารทุกข์

สุขดิบ การอวยพรในโอกาสพิเศษ หรือการแสดงความขอบคุณสำหรับการสนับสนุนการเข้าใจและเลือกใช้ภาษาให้เหมาะสมกับแต่ละบริบทของการสื่อสารเชิงธุรกิจจะช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่นและประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดจีน

วัฒนธรรมจีนมีอิทธิพลต่อการใช้ภาษาในเชิงธุรกิจอย่างลึกซึ้งและเป็นรากฐานสำคัญที่ทำให้ภาษาจีนธุรกิจมีลักษณะเฉพาะตัวการทำความเข้าใจความเชื่อมโยงระหว่างภาษาและวัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ที่ต้องการประสบความสำเร็จในการสื่อสารกับคู่ค้าชาวจีน (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2561)

1) การให้ความสำคัญกับ ภาพลักษณ์และเกียรติยศ เป็นหนึ่งในเสาหลักของวัฒนธรรมจีน ซึ่งหมายถึง ภาพลักษณ์ เกียรติยศ และศักดิ์ศรีของบุคคลหรือองค์กร การสื่อสารในธุรกิจจึงต้องระมัดระวังเป็นพิเศษเพื่อไม่ให้ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเสียหาย หรือ มีหน้า การให้ หน้า แก่คู่ค้า เช่น การกล่าวชื่นชมอย่างจริงใจ การหลีกเลี่ยงการวิพากษ์วิจารณ์โดยตรงในที่สาธารณะ หรือการปฏิเสธคำขออย่างนุ่มนวล เป็นสิ่งที่ยังคงสำคัญอย่างยิ่งในการรักษาความสัมพันธ์ทางธุรกิจ ภาษาที่ใช้จึงมักมีความอ่อนน้อมและสุภาพ เพื่อให้ทุกฝ่ายรักษาสถานะและภาพลักษณ์ที่ดีไว้ได้

2) การแสดงความเคารพต่อผู้อาวุโสและผู้มีอำนาจ ในสังคมจีน การเคารพต่อผู้อาวุโสและผู้มีตำแหน่งสูงเป็นค่านิยมที่ฝังลึก การใช้ภาษาจึงสะท้อนสิ่งนี้ เช่น การใช้คำเรียกขานที่สุภาพและเป็นทางการ การขอให้ผู้อาวุโสหรือผู้มีตำแหน่งสูงกว่าเป็นผู้เริ่มต้นบทสนทนา หรือการให้เกียรติในการแสดงความคิดเห็นก่อน นอกจากนี้ การใช้ภาษาที่แสดงถึงความถ่อมตนของผู้พูดก็เป็นสิ่งสำคัญ

3) การใช้สำนวนที่สะท้อนค่านิยมของความสัมพันธ์ ความสัมพันธ์ หรือ กวานซี เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจจีน การสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับคู่ค้าเป็นสิ่งสำคัญกว่าการมุ่งเน้นผลกำไรในระยะสั้นเพียงอย่างเดียว ภาษาที่ใช้จึงมักสอดแทรกสำนวนที่เน้นความสัมพันธ์และความไว้วางใจ เช่น

4) เพื่อนเก่า หรือ มิตรเก่า คือ มักใช้เรียกคู่ค้าที่เคยติดต่อกันมานาน เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นและไว้วางใจ

5) ใจถึงใจ หรือ ประสานใจเป็นหนึ่งในเดียว คือ ใช้เพื่อบ่งชี้ถึงความผูกพันและความเข้าใจซึ่งกันและกัน

6) ร่วมทุกข์ร่วมสุข คือ แสดงถึงการยืนเคียงข้างกันในยามยากลำบาก ซึ่งสร้างความประทับใจและความภักดีอย่างมาก

7) การเน้นความกลมเกลียวปรองดอง คือ วัฒนธรรมจีนให้ความสำคัญกับความกลมเกลียวและการหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง การสื่อสารทางธุรกิจจึงมักหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้าโดยตรงและพยายามหาจุดร่วมหรือข้อตกลงที่ทุกฝ่ายพึงพอใจ ภาษาที่ใช้จึงมักเป็นไปในเชิงประนีประนอมและสร้างสรรค์

8) การใช้สุภาพและคำคม คือ การสอดแทรกสุภาพหรือคำคมของจีนในการสื่อสารสามารถเพิ่มความลึกซึ้งและแสดงถึงความรู้ทางวัฒนธรรมของผู้พูดได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะช่วยสร้างความประทับใจให้กับคู่ค้าชาวจีน อย่างไรก็ตาม การใช้ต้องเป็นไปอย่างเหมาะสมและเข้าใจความหมายอย่างถ่องแท้

9) ความสำคัญของบริบทและนัยยะแฝง คือ ภาษาจีนมักมีความหมายที่ต้องตีความจากบริบทและนัยยะแฝง ผู้ที่เรียนภาษาจีนธุรกิจจึงต้องไม่เพียงแค่แปลคำศัพท์ตรงตัว แต่ต้องเข้าใจว่าคำพูดนั้นมีเจตนาหรือความหมายแฝงอะไร ซึ่งมักเชื่อมโยงกับค่านิยมทางวัฒนธรรม

10) ลักษณะเหล่านี้ส่งผลให้ผู้เรียนภาษาจีนธุรกิจจำเป็นต้องเข้าใจทั้งภาษาและวัฒนธรรมควบคู่กัน (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2561) การมองข้ามความสำคัญของวัฒนธรรมในการสื่อสารเชิงธุรกิจอาจนำไปสู่ความเข้าใจผิดหรือความสัมพันธ์ที่ไม่ราบรื่นได้ ดังนั้น การเรียนรู้ภาษาจีนธุรกิจจึงเป็นมากกว่าการท่องจำคำศัพท์และไวยากรณ์ แต่เป็นการเรียนรู้ที่จะเข้าใจและประยุกต์ใช้ภาษาในบริบททางวัฒนธรรมที่ซับซ้อน

บทสรุป

ภาษาจีนธุรกิจมีลักษณะเฉพาะในด้านการใช้คำ การเลือกสำนวน และโครงสร้างประโยค ซึ่งสะท้อนทั้งภาษาศาสตร์ และวัฒนธรรมของชาวจีน การเข้าใจรูปแบบภาษาเหล่านี้จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ที่ต้องการสื่อสารทางธุรกิจกับประเทศจีน อย่างมืออาชีพและประสบความสำเร็จ บทความนี้ได้ทำการศึกษาถึงความหมายของภาษาจีนเชิงธุรกิจ บริบทการสื่อสาร ที่ใช้บ่อย ลักษณะของคำศัพท์และสำนวนเฉพาะทาง การใช้ถ้อยคำสุภาพและให้เกียรติ การสะท้อนวัฒนธรรมจีนผ่าน การใช้ภาษา การเปรียบเทียบกับภาษาจีนทั่วไป ประโยชน์ของการเข้าใจภาษาจีนธุรกิจในการเรียนการสอน แนวทางใน การส่งเสริมการเรียนรู้ รวมถึงอุปสรรคและความท้าทาย และบทบาทของเทคโนโลยีในการเรียนรู้

ผลการศึกษาสังเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า ภาษาจีนเชิงธุรกิจมิได้เป็นเพียงแค่การเรียนรู้คำศัพท์หรือไวยากรณ์เท่านั้น แต่เป็นการเรียนรู้เชิงบูรณาการเพื่อทำความเข้าใจและประยุกต์ใช้ภาษาในบริบททางวัฒนธรรมที่ซับซ้อน การให้ความสำคัญ กับเกียรติยศ ชื่อเสียง ความสัมพันธ์ และการสื่อสารแบบอ้อมอย่างสุภาพ ถือเป็นหัวใจสำคัญ ที่ผู้เรียนต้องทำความเข้าใจ และนำไปปรับใช้ในการสื่อสาร เพื่อสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์อันดีกับคู่ค้าชาวจีนได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ การฝึกฝนทักษะการใช้ถ้อยคำที่สุภาพและเป็นทางการ การเลือกใช้คำศัพท์เฉพาะทางอย่างแม่นยำ และการฝึกปฏิบัติ ในสถานการณ์จำลองที่หลากหลายจะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจและเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารเชิงธุรกิจได้จริง บทความนี้จึงสร้างพื้นฐานองค์ความรู้ที่เป็นระบบ ในเรื่องดังกล่าว ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเนื้อหา และรูปแบบการเรียนการสอนวิชาภาษาจีนเชิงธุรกิจในประเทศไทย เพื่อให้ผู้เรียนมีความพร้อมสูงสุดในการเข้าสู่โลกธุรกิจ และเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีนให้ เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2566). *ทำไมจีนถึงยังน่าสนใจสำหรับนักลงทุน*. ค้นเมื่อวันที่ 18 ธันวาคม 2563, จาก https://www.ditp.go.th/ditp_web61/article_view.php?cid=2324&sid=39203&mode=
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). *จีนก้าวขึ้นมาเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจระดับโลก*. ค้นเมื่อวันที่ 18 เมษายน 2568, จาก <https://www.bot.or.th/th/researchpublications/articles/Article-21Jul2021.html>.
- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2565). *บทบาทของภาษาจีนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจ*. ค้นเมื่อวันที่ 18 เมษายน 2568, จาก <https://www.vec.go.th/th/news/detail/2952>
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2561). *การสื่อสารข้ามวัฒนธรรมในบริบทธุรกิจจีน*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐวุฒิ สืบสงค์. (2564). *ภาษาจีนธุรกิจเบื้องต้น*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปรีชา แสงวณิช. (2563). การใช้ภาษาจีนในสถานการณ์ธุรกิจ. *วารสารวิชาการภาษาตะวันออก*, 12 (2), น. 45-62.
- วรรณาทองประเสริฐ. (2562). มารยาททางธุรกิจของชาวจีนกับการใช้ภาษา. *วารสารภาษาศาสตร์และวัฒนธรรม*, 8(1), น. 20-34.
- สุวิมล ทองอินทร์. (2560). การวิเคราะห์บทสนทนาเชิงธุรกิจในภาษาจีน. *วารสารอักษรศาสตร์*, 49 (3), น. 112-130.
- Li, X. (2564). *商务汉语实用教程 (บทเรียนภาคปฏิบัติภาษาจีนเชิงธุรกิจ)*. China: Beijing University Press.
- Liu, Y., & Chen, F. (2562). *商务情景会话与写作 (การสนทนาและการเขียนภาษาจีนเชิงธุรกิจตามสถานการณ์)*. Commercial Press.
- Wang, H. (2563). *跨文化商务沟通中的语言策略 (กลยุทธ์ทางภาษาในการสื่อสารเชิงธุรกิจข้ามวัฒนธรรม)*. China: Peking University Press.