



泰国商务中文目标情景分析

Thai Business Chinese Target Situation Analysis

许源海¹

NATTANON TEERAPANYAWATT

北京语言大学、国际中文教育研究院，中国

Research Institute of International Chinese Language Education, Beijing Language and Culture University, P.R. China

E-mail: 202319500004@stu.blcu.edu.cn

王诗兰²

THIDARAT KAEWPLUK

北京语言大学、国际中文学院，中国

College of International Chinese Studies, Beijing Language and Culture University, P.R. China

E-mail: thidakaewpluk@hotmail.com

Received: 30 May 2024 / Revised: 11 November 2024 / Accepted: 04 December 2024

摘要

本研究对泰国中文人才的五个岗位分别是中文翻译员、销售员、采购员、人力资源管理员和经理助理进行目标情景分析。通过访谈 15 名在岗的商务中文专业或者中文专业毕业生，找出他们的使用中文目标情境。发现五个岗位有共同职责是会议翻译、现场翻译和文件翻译。在物理空间最常使用中文的空间是 1. 办公室、2. 会议室、3. 饭馆。中文使用时间通过分析可以发现如果是会议翻译和文件翻译的工作中中文使用时间会比较长，如果是现场翻译或者销售产品中文使用时间会短，除了房地产销售会用中文时间比较长。使用中文最多的对象，第一是中国部门经理和中国同事，其次是中企高层领导和中国顾客。在工具性方面通过统计可以发现五个岗位的中文媒介、语式和渠道的情况差异不大，只有“销售 2”负责零售商品因此中文使用渠道只有线下面对面交流。通过分析目标情景发现在工作中翻译技能的重要性，泰国汉语教学者应该要重视培养学生的反应能力。

关键词： 泰国企业；商务中文；工作岗位；目标情景分析



ABSTRACT

This study conducted a target situation analysis on five positions for Chinese-speaking talents in Thailand: Chinese interpreters, salespersons, purchasers, human resource managers, and assistants to managers. By interviewing 15 working graduates of business Chinese or Chinese majors, we identified their target situations for using Chinese. It was found that the five positions share common responsibilities, including conference interpreting, on-site interpreting, and document translation. The most frequent physical spaces for using Chinese are 1) offices, 2) conference rooms, and 3) restaurants. Analysis of Chinese usage time revealed that tasks such as conference interpreting and document translation require longer periods of using Chinese, whereas on-site interpreting or product sales typically involve shorter durations, except for real estate sales where Chinese is used for a relatively longer time. The primary targets of Chinese usage are, firstly, Chinese department managers and colleagues, followed by senior leaders of Chinese enterprises and Chinese customers. In terms of instrumental aspects, statistics show little variation in Chinese media, modes, and channels among the five positions, except for "Sales 2," which involves retailing and thus limits Chinese usage to offline face-to-face communication. Analysis of the target situations highlighted the importance of translation skills in the workplace, suggesting that Thai Chinese language educators should prioritize cultivating students' responsive abilities.

Keywords: Thai Enterprises, Business Chinese, Job Positions, Target Situation Analysis

一、引言

中泰两国的贸易历史悠久，随着中国的经济不断地提高，来泰国旅游或投资的人也不断地增加，根据泰国商务部统计发现 2024 年中国大陆投资者在泰国企业投资 7,425.58 亿人民币（商务部外贸发展事务局, [online], 2024）。使泰国人才市场对商务中文专业或者中文专业的人才需求不断地增加。Piyant (2021:41) 通过研究泰国人才市场发现泰国每个行业都需要具有中文能力的人才，服务行业需要有中文能力的人才最多、第二是工业、第三是消费品业、第四是房地产和建筑业、第五是农业和食品工业。

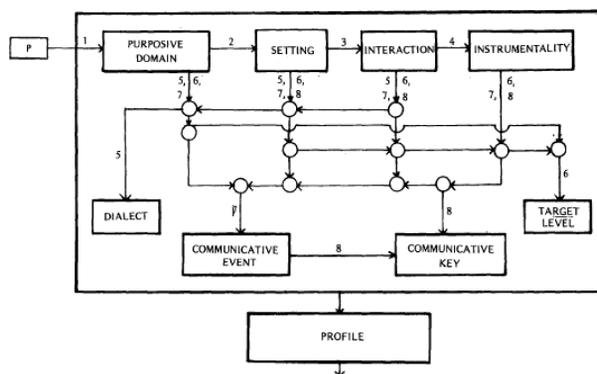
二、研究目的

本研究的研究目标是通过访谈泰国前五中文人才需求最多的岗位（包括：中文翻译员、销售员、采购员、人力资源管理员和经理助理）来了解泰国中文专业在就业使用中文的目标情景。

三、文献综述

在 20 世纪 80 年代对外中文世界受到专门用途英语 (English for Specific Purposes) 简称 ESP 理论的启发开设经贸中文版。ESP 理论一种基于学习者需要来设计教学内容。商务中文是用 ESP 理论基础上, 在教学之前需要进行需求分析, 为了了解学习者的需求。专门用途中文的需求分析 (need analysis) 分为两个方面: 第一是目标情景分析 (Target situation analysis) 和学习需求分析 (pedagogic needs analysis)。目标情景分析是了解学习者在学习商务中文之后将从事哪些工作, 工作的内容有哪些需要掌握哪些知识和应该达到的中文水平。学习需求分析是分析学习者从起点到学习目标的学习过程和方式 (张黎, 2006:56) (陈芳, 郭鹏, 2008:164)。

目标情景分析可以通过 Mundy (1978:32) 提出交际需求处理器 (communication needs processor) 九个方面分析。交际需求处理器可以分为三个层级 (如图 1) 1. 基本参数包括学习者的基本信息例如年龄、性别、国籍、居住地方、母语和中文水平。2. 目标领域是学习者学习语言的职业目标或学习目标 3. 环境是学习者使用中文的环境、使用时间和心理环境。4. 关系是交际对象和学习者和交际对象的关系。5. 工具性是交际的方式、手段和方法。6. 方言是在交际过程中是否有地域变体、社会变体的差异。7. 目标水平是学习者需要达到的水平。8. 交际事件是在目的语要做的的时间。9. 交际基调是学习者如何应对或者参与交际事件。



图表 1 交际需求处理器 (John Munby, 1978:33)

张黎 (2006:57) 在研究商务中文需求提出商务中文目标情景分析中国的交际活动可以分为两种是交易性活动和管理性活动, 商务中文目标情景中所需的交际技能可以分成中文语言交际技能、商务专业交际技能和在中外经济交流与合作背景下的跨文化交际能力。另外张黎 (2012:30) 在研究中文在商务领域的使用情况发现 1. 中文在工作中使用比较多。2. 使用中文交际对象是中国同事和顾客。3. 在商业领域听说技能使用得比较多。莫旖 (2020) 在研究外国商务人士需求也发现在工作场合使用中文的频率比较高, 另外听说技能使用频率高于读写技能。Chotikan (2022:67) 在研究泰国中文专业毕业生中文使用情况发现毕业生在工作过程中使用面对面的沟通渠道最多, 其次是通过聊天软件沟通。在工作的过程中使用中文频率较高, 说技能使用最多。在交际内容方面



发现听说技能在日常交流使用最多，其次是讲解、介绍、听顾客需求或者问题。Piyanart (2021:41) 通过统计在泰国的中文有关的招聘信息发现需求最大的三个岗位是翻译、经理助理和销售，另外总结出每个岗位需要的技能，翻译需要有良好的翻译、读写技能和具备说技能，经理助理需要良好的听说技能和具备阅读和翻译技能，销售需要具备听说和阅读技能。郑崧和尹建玉 (2023:14) 也通过收集在泰国招聘网站的中文有关招聘信息，发现泰国中文人才需求排名前五位有中文翻译员、销售员、采购员、人力资源管理员和经理助理。在技能方面要求口语能力最多、其次是听说读写能力。在中文熟练度方面发现要求能流利使用中文的最多，其次是要求懂中文，要求精通中文最少。

四、 研究方法

本研究使用访谈法进行研究，研究泰国商务中文专业或者商务中文专业毕业生在工作当中使用中文的情况。本研究采用目的性抽样和半结构式访谈。

(一) 研究对象

本研究考虑到中文有关的岗位较多，因此本研究采用郑崧和尹建玉 (2023:14) 的泰国前五中文人才需求最多的岗位（包括：中文翻译员、销售员、采购员、人力资源管理员和经理助理）作为研究对象筛选要求。研究对象来自中文翻译员两人、销售员两人、采购员两人、人力资源管理员两人和经理助理两人一共 15 人，公司所在地在泰国为主。

(二) 研究工具

本研究的访谈提纲采用 Munby (1978:32) 提出交际需求处理器的前 5 个方面（1. 基本参数 2. 目标领域 3. 环境 4. 关系 5. 工具性），另外为了更贴近商务中文目标情景分析本研究结合廖陈林 (2007:10) 的问卷。本研究的访谈提纲可以分为 5 段：1. 个人信息、2. 目标领域、3. 环境、4. 服务对象、5. 工具性。

五、 研究结果

(一) 个人信息

本研究的受访者基本信息如下：性别分别是，男性 2 名女性 13 名。受访者的国籍和母语是泰国国籍母语为泰语。中文水平 HSK 4 级 1 名、HSK 5 级 8 名、HSK 6 级 6 名。平均年龄在 26 至 34 岁之间

化名	性别	籍	母语	年龄	中文水平
翻译 1	女	泰	泰语	28	5 级
翻译 2	女	泰	泰语	26	6 级



化名	性别	籍	母语	年龄	中文水平
翻译 3	女	泰	泰语	28	5 级
销售 1	女	泰	泰语	28	5 级
销售 2	女	泰	泰语	27	5 级
销售 3	女	泰	泰语	28	6 级
采购 1	女	泰	泰语	28	5 级
采购 2	女	泰	泰语	27	5 级
采购 3	女	泰	泰语	32	5 级
人力 1	男	泰	泰语	28	6 级
人力 2	男	泰	泰语	29	4 级
人力 3	女	泰	泰语	27	6 级
经理助理 1	女	泰	泰语	34	6 级
经理助理 2	女	泰	泰语	28	5 级
经理助理 3	女	泰	泰语	28	5 级

表格 1 受访者的基本信息

(二) 目标领域

通过访谈泰国中文翻译员、销售员、采购员、人事管理员和经理助理的职责发现：

翻译主要职责是文件翻译、会议翻译、现场翻译、联系政府部门、招待客人，其他职责是出纳、联系供应商；

销售员主要职责是销售、现场翻译、促销产品、协助中国中介销售，其他职责是撰写销售报告、竞争性询价和文件翻译；

采购员主要职责是询价、联系供应商、进口产品或者联系进口代理、跨境付款、现场翻译、会议翻译，其他职责是文件翻译；

人力资源管理员主要职责是制作工资单，工资单审批、试用期评估、员工档案管理、面试、招聘、撰写公告（节假日公告、处罚公告）、员工咨询（社保、个人所得税、加班费、员工福利）、组织培训，其他职责是文件翻译、会议翻译；

经理助理主要职责是会议翻译、现场翻译、会议秘书、写工作报告、接待客人，安排出差行程、联系合作伙伴，其他职责是组织培训、出纳。

序号	职责	翻译 1	翻译 2	翻译 3	销售 1	销售 2	销售 3	采购 1	采购 2	采购 3	人力 1	人力 2	人力 3	经理助理 1	经理助理 2	经理助理 3	合计
1	会议翻译	√	√	√			√	√	√	√	√	√		√	√	√	12
2	现场翻译	√	√	√		√	√	√	√	√	√			√	√	√	12
3	文件翻译	√	√	√	√	√			√	√	√				√	√	10



序号	职责	翻译 1	翻译 2	翻译 3	销售 1	销售 2	销售 3	采购 1	采购 2	采购 3	人力 1	人力 2	人力 3	经理助理 1	经理助理 2	经理助理 3	合计
4	招待客人	✓						✓						✓	✓	✓	5
5	写工作报告				✓		✓							✓	✓	✓	5
6	联系供应商	✓						✓	✓	✓							4
7	询价					✓		✓	✓	✓							4
8	销售（中国客户）				✓	✓	✓										3
9	跨境付款							✓	✓	✓							3
10	进口产品							✓	✓	✓							3
11	薪资计算和审批										✓	✓	✓				3
12	试用期评估										✓	✓	✓				3
13	招聘										✓	✓	✓				3
14	组织培训										✓	✓					2
15	联系政府部门	✓									✓						2
16	写公告										✓	✓					2
17	档案管理										✓	✓					2
18	员工咨询										✓	✓					2
19	出纳		✓	✓												✓	2
20	面试										✓		✓				2
21	会议秘书													✓			1
22	协助中国中介销售				✓												1
23	促销产品				✓												1
24	联系合作伙伴														✓		1
25	安排领导出差行程														✓		1

表格 2 中文翻译员、销售员、采购员、人力资源管理员和经理助理的职责

根据统计五个岗位的工作范围，发现同一个工作岗位在不同的公司工作范围有一定的区别。例如，“中文翻译员 1”和“中文翻译员 2 和 3”的翻译相关工作没有太多的差异，但是“中文翻译员 1”除了翻译工作以外还需要负责供应商和政府部门的联系工作，“中文翻译员 2”也同样需要负责翻译相关工作以外还需要负责收纳工作。根据本研究的统计文件翻译、会议翻译和现场翻译是中文相关工作最常见的职责。从本次研究 15 名受访谈者会有 12 名受访谈者有翻译相关的工作。除了翻译工作以外有 5 名受访谈者工作内容需要招待客人。通过分析可以发现招聘时要求有中文能力的工作岗位一般会有翻译的相关工作。另外中文相关岗位有时候公司会安排超出岗位职责的工作例如出纳、联系供货商和政府部门。

(三) 环境

环境分为物理环境和使用时间，通过访谈可以发现中文翻译员的中文使用空间有办公室、会议室、工厂（泰国）、政府部门、工地等；销售员的中文使用空间有办公室、饭馆、销售中心或者销售点、银行等；采购员的中文使用空间有办公室、会议室、饭馆、工厂（中国）、仓库（中国）、批发市场（中国）等；人力资源管理员的中文使用空间有办公室、会议室、政府部门、饭馆、工地等；经理助理的中文使用空间有办公室、会议室、饭馆、工厂等。

序号	物理环境	翻译 1	翻译 2	翻译 3	销售 1	销售 2	销售 3	采购 1	采购 2	采购 3	人力 1	人力 2	人力 3	经理助理 1	经理助理 2	经理助理 3	合计
1	办公室	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	15
2	会议室	√	√	√				√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
3	饭馆				√			√	√	√				√	√		7
4	工厂	√						√	√	√				√			5
5	厂库 (中)							√	√	√							3
6	政府部门	√									√						2
7	商店/销售 中心				√	√											2
8	工地			√							√						2
9	批发市场 (中)							√	√								2



序号	物理环境	翻译			销售			采购			人力			经理助理			合计	
		翻译 1	翻译 2	翻译 3	销售 1	销售 2	销售 3	采购 1	采购 2	采购 3	人力 1	人力 2	人力 3	经理助理 1	经理助理 2	经理助理 3		
10	银行				√													1

(中*) 代表在中国境内使用汉语和 (泰*) 代表在泰国境内使用汉语

表格 3 中文使用空间

通过统计五个岗位中文使用最多的空间是办公室和会议室，其次是饭馆和工厂。分析中文使用空间可以发现除了采购员以外其他岗位的中文使用空间都在泰国境内，采购员的中文使用空间比较特殊，采购员中文使用空间一部分空间在泰国使用中文，另一部分空间在中国使用中文，由于采购员的工作要求需要到中国进行采购，另外采购员大部分中文使用空间在中国境内。

在中文的使用时间发现中文翻译员的文件翻译工作需要每天翻译，每次翻译文件需要翻译五页左右的文件。公司内部会议翻译工作每周大概需要翻译两次，每次会议时长在一个小时左右。现场翻译工作翻译时间不长大概十到十五分钟，一天需要现场翻译四到五次左右；销售员的中文使用情况跟销售的产品有关，日用品销售员跟每一位顾客沟通时间比较短大概两到十五分钟一位，但服务的顾客数量比较多一天大概需要服务二十到五十位顾客，销售房地产的销售时间比较长大概在三十到四十五分钟一团，高峰时间一天有三到四团。文件翻译工作三到四个月需要翻译一次，每次翻译的文件数量在七到十页，竞争性询价工作大概一个季度一次做需要一到两个小时；采购员在询价联系供应商工作每次使用中文时间在半个小时到一个小时，一天需要联系供应商七到八次左右，出差到中国采购或者考察中国工厂工作一年需要来中国 2 到 3 次，在中国采购和考察工厂时每天需要用中文五到八个小时；人力资源管理员的翻译和处理中文文件工作每天大概 1 到两小时，中文面试需要用中文大概两到三个小时，员工咨询关于工资和福利大概十到十五分钟一次，一天一到两次；经理助理的会议记录工作（工作报告和生产报告）每天大概一到两个小时，合作会议翻译工作一年大概会有三次，会议时长在一到两个小时左右，工作报告写作每天需要一个小时来完成，现场翻译工作一次需要翻译十五分钟，一天需要现场翻译三到四次。

通过分析可以发现如果是会议翻译和文件翻译的工作，中文使用时间会比较长大概在一到两个小时。如果是现场翻译或者销售产品中文使用时间会短大概五到十五分钟，除了房地产销售会用中文时间比较长大概三十到四十五分钟。

(四) 服务对象

根据访谈发现，中文翻译员的中文服务对象有中企高层领导、中国部门经理、供应商和中国同事；销售员中文服务对象有中企高层领导、中国顾客、中国部门经理、中国同事和中国中介；采购员中文服务对象是中国供应商、中国批发店老板、中国仓库负责人和中国货运公司；人力资



源管理员中文服务对象是中企高层领导、中国部门经理和中国同事；经理助理中文服务对象是中企高层领导、中国部门经理、中国同事和顾客。

序号	中文服务对象	1 翻译	2 翻译	3 翻译	1 销售	2 销售	3 销售	1 采购	2 采购	3 采购	1 人力	2 人力	3 人力	1 经理助理	2 经理助理	3 经理助理	综合
1	同事		>	>		>	>				>	>	>	>	>	>	10
2	部门经理	√				√	√				√	√	√	√	√	√	9
3	中企领导	√	√	√			√				√		√	√	√	√	8
4	顾客				√	√	√							√	√		5
5	供应商	√						√	√	√							4
6	批发店老板							√	√	√							3
7	中介					√											1
8	仓库负责人							√									1
9	货运公司							√									1

表格 4 中文服务对象

通过统计发现 5 个岗位所服务的对象是：第一是中国同事和中国部门经理，其次是中企高层领导和中国顾客，最后是中国供应商、中国批发商老板、中国中介、厂库负责人和货运公司。可以发现大部分岗位的中文服务对象是公司内部人员，但是采购员中文服务对象是公司外的人员。

(五) 工具性

工具性包括三个方面：媒介、语式和渠道。媒介可以分为听说读写，语式可以分为对白和独白，渠道可以分为面对面、电子邮件、电话、聊天软件、公告。

通过访谈发现中文翻译员、销售员、采购员、人力资源管理员和经理助理的四个媒介，即听说读写技能都在工作中使用，但是销售员和采购员使用读和写的技能，使用频率会少于听和说技能。在语式方面每个岗位都有两种语式，但独白的语式销售员、采购员、人力资源管理员会使用得少一些。中文翻译员使用渠道有面对面、电子邮件、电话、聊天软件；销售员使用渠道有面对面、电子邮件、电话、聊天软件和公告（微信促销广告推文）；采购员使用渠道有面对面、电子



邮件、电话、聊天软件；人力资源管理员使用渠道有面对面、电子邮件、电话、聊天软件和公告（放假安排、处罚通知等）；经理助理使用渠道有面对面、电子邮件、电话、聊天软件。

序号	工具性	翻译1	翻译2	翻译3	销售1	销售2	销售3	采购1	采购2	采购3	人力1	人力2	人力3	经理助理1	经理助理2	经理助理3	综合	
1	媒介	听	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	15
2		说	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	15
3		读	√	√	√	√*	√*	√*	√*	√*	√	√	√	√	√	√	√	15
4		写	√	√	√*	√*	√*	√*	√*	√*	√	√	√	√	√	√	√	15
5	语式	对白	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	15
6		独白	√	√	√*	√*	√*	√*	√*	√	√*	√*	√*	√	√	√	√	5
7	渠道	面对面	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	15
8		电子邮件	√	√	√	√	√	√	√	√	√*	√*	√*	√	√	√	√	14
9		电话	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	13
10		聊天软件	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	12
11		公告	√	√	√	√*	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	3
*代表使用率比较少																		

表格 5 工具性

通过统计可以发五个岗位，其人员使用的媒介、语式和渠道差别不大。只有“销售2”的中文使用渠道比较特别，由于“销售2”只负责零售商品因此中文使用渠道只有面对面交流。

六、结语

通过分析泰国商务中文目标情景发现泰国前五中文人才需求最多的岗位的职责有 25 个 1. 会议翻译、2. 现场翻译、3. 文件翻译、4. 招待客人、5. 写工作报告、6. 联系供应商、7. 询价、8. 销售（中国客户）、9. 跨境付款、10. 进口产品、11. 薪资计算和审批、12. 试用期评估、13. 招聘、14. 组织培训、15. 联系政府部门、16. 写公告、17. 档案管理、18. 员工咨询、19. 出纳、20. 面试、21. 会议秘书、22. 协助中国中介销售、23. 促销产品、24. 联系合作伙伴、25. 安排领导出差行程。根



据统计会议翻译、现场翻译和文件翻译是五个岗位的共同职责，Piyasatit (2021:42)也发现从事翻译、经理助理、销售、采购和人力资源岗位的工作都有翻译文件等相关的工作。

通过统计使用中文的物理空间发现，这五个岗位的中文使用空间有：1. 办公室、2. 会议室、3. 饭馆、4. 工厂（中国/泰国）、5. 政府部门、6. 商店/销售中心、7. 厂库（中国）、8. 工地、9. 批发市场（中国）、10. 银行。最常使用中文的空间是 1. 办公室、2. 会议室、3. 饭馆。

通过统计可以发现会议翻译和文件翻译的相关工作中文使用时间会比较长大概在一到两个小时。房地产销售员在介绍房地产时用中文的时间也比较长大概三十到四十五分钟，采购员在考察或参观工厂使用中文的时间会更长大概五到八个小时。现场翻译或销售产品中文使用时间比较短大部分不会超过十五分钟。

通过统计五个岗位的中文服务对象发现，这五个岗位的中文服务对象主要有：1. 同事、2. 部门经理、3. 中企领导、4. 顾客、5. 供应商、6. 批发店老板、7. 中介、8. 仓库负责人、9. 货运公司，根据统计使用中文最多的对象，第一是中国部门经理和中国同事，其次是中企高层领导和中国顾客。根据张黎（2006）提出商务中文交际活动可以按照交际对象来划分，可以分为两种是交际对象是企业外部交际定义为交易性活动，交际对象是企业内部的交际定义为管理性活动，简单来说交易性活动的交际对象是客户和潜在客户，管理性活动的交际对象是同一个企业合作有合作关系的企业有共同利益关系。按照交际对象来划分交际活动可以发现泰国五个岗位的交际活动主要集中在管理性活动。管理性活动的交际对象有 1. 部门经理、2. 同事、3. 中企领导 4. 供应商、5. 批发店老板 6. 仓库负责人、7. 货运公司。交易性活动的交际对象有 1. 顾客、2. 中介。但本次研究不能证明泰国商务中文在工作当中以管理性活动为主，因为每个岗位的中文服务对象不一样。中文翻译员、采购员、人力资源管理员和经理助理员，这四个岗位的交际活动以管理性活动为主，销售的交际活动以交易性活动为主。另外通过访谈发现中文翻译员、采购员、人力资源管理员和经理助理员四个岗位的交际对象比较多，但是销售的交际对象比较单一只有顾客、中介和上级领导，很少使用中文跟企业内部的其他部门沟通。通过进一步的分析发现交际活动性质不同一部分原因是企业的性质不一样，如果是中资企业或者跟中资企业合作的泰国企业里的岗位如翻译员、采购员、人力资源管理员和经理助理，企业内部使用中文来交流会使用管理性活动会多于交易性活动，相反泰国企业的岗位如销售员，企业内部基本使用泰语为主，使用中文时基本是跟企业外部人员交流，因此销售员的交易性活动会比管理性活动多。

通过统计可以发现五个岗位的中文媒介、语式和渠道的调查结果差异不大，只有“销售 2”的中文使用渠道比较特别。由于“销售 2”只负责零售商品工作，中文使用渠道只有线下的面对面交流，其他岗位的使用中文的渠道有面对面、电子邮件、电话、聊天软件为主。发现销售员和采购员使用中文媒介以听和说技能为主，其他岗位均需要使用中文听说读写四项技能。另外通过访谈发现由于销售和采购两个岗位基本在泰国企业工作，在企业内部交流以泰语为主，阅读和写作大部分都用泰语完成。其他岗位基本在中资企业公司工作，中资企业内部的文件需要用中文作为媒介。



七、讨论

本研究通过分析泰国中文人才需求最多的前五个岗位，发现泰国中文翻译员、销售员、采购员、人力资源管理员和经理助理的职责会有翻译相关工作。翻译工作不仅是会议翻译、现场翻译和文件翻译，其他工作也包含翻译工作在内，例如采购员在询价和考察工厂时也包括翻译工作在内，在询价需要翻译产品相关信息给有关领导也是一种书面翻译，考察工厂时也需要给中方领导和泰方领导口头翻译。因此，研究者认为泰国中文教育的有关部门应该注重培养泰国学生的中文翻译能力。在培养学生的翻译能力时不仅要注重培养书面翻译能力还要注重培养学生的口头翻译能力。中国教育部国家语言文字工作委员会（2021:1）也在国际中文教育中文水平等级标准的中等和高等（四级到九级）增加翻译能力的要求。以后中文学习者到中等（四级）以上都要具备听、说、读、写和译五项语言技能。

另外，通过访谈发现在工作过程中中文使用渠道有一些变化，从使用电子邮件和电话变成使用聊天软件，由于近些年来智能手机越来越普遍传统的沟通方式慢慢会被取代。在工作中大部分被访谈者表示在工作过程中用智能手机里的聊天软件的频率越来越多，聊天软件不仅可以使用文字聊天、语音和视频聊天还可以通过聊天软件发送工作相关的文件，聊天软件的这些功能可以取代电话、电子邮件和邮件的大部分功能。研究者认为未来在工作过程中使用通讯应用的频率越来越多。研究者建议泰国中文教育应该要进一步研究中国人和泰国人在工作过程中使用通讯应用的语言、习惯和社交礼仪。找出中泰在通讯应用的文化差异和注意事项。

参考文献

陈芳，郭鹏. (2008). 商务汉语教学需求分析的内涵和框架. [J]. 沈阳师范大学学报(社会科学版), 4(32), 163-166.

廖陈林. (2007). 在华商务人士汉语使用情况的个案调查——目标情景需求分析理论和方法在汉语中的应用(硕士学位论文). [D]. 北京语言大学.

莫旖. (2020). 在穗外国商务人士汉语需求调查分析. [J]. 知识经济, 16, 67, 78. <https://doi.org/10.15880/j.cnki.zsjj.2020.16.040>.

商务部外贸发展事务局. (2024年1月31日). 泰国企业外国投资概况. [Online]. <https://datawarehouse.dbd.go.th/investment/overview>

张黎. (2006). 商务汉语教学需求分析. [J]. 语言教学与研究, 3, 55-60.

张黎. (2012). 汉语在国际商务领域使用状况调查与分析. [J]. 语言教学与研究, 1, 30-36.

郑崧，尹建玉. (2023). 东盟三国劳动力市场中文人才需求研究——基于越南、泰国和印尼招聘网站数据的分析. [J]. 云南师范大学学报(对外汉语教学与研究版), 21(6), 12-20.

中华人民共和国教育部 国家语言文字工作委员会. (2021). 国家中文教育中文水平等级标准. [M]. 北京语言大学出版社.

JaiboonChotikan, WanichviriyaJariya . (2022). A Study of Graduates' Encountering Situations when Working in a Career Position. [J]. Sikkha Journal of Education, 9(1), 47-58.

MunbyJohn. (1978). Communicative Syllabus Design. [M]. Cambridge University Press.

PiyasatitPiyantart. (2021). An Analysis Of The Needs Of Persons With Chinese Proficiency In Thai Labor Market Through Online Information. [J]. Journal of Library and Information Science Srinakharinwirot University, 14(2), 35-47.

Author (1) Information (第一作者信息)

	Name and Surname (姓名) : NATTANON TEERAPANYAWATT
	Highest Education (最高学历) : Doctorial students
	University or Agency (任职院校或单位) : Research Institute of International Chinese Language Education, Beijing Language and Culture University, P.R. China
	Field of Expertise (专业领域) : Teaching Chinese as a Second Language
	Address (地址) : 15 Xueyuan Road, Haidian District, Beijing 100083

Author (2) Information (第二作者信息)

	Name and Surname (姓名) : THIDARAT KAEWPLUK
	Highest Education (最高学历) : Master's degree student
	University or Agency (任职院校或单位) : College of International Chinese Studies, Beijing Language and Culture University
	Field of Expertise (专业领域) : Teaching Chinese as a Second Language
	Address (地址) : 15 Xueyuan Road, Haidian District, Beijing 100083

