

A SURVEY OF THAI BUSINESS PEOPLE'S NEEDS AND CHALLENGES IN
USING ENGLISH FOR INTERCULTURAL COMMUNICATION IN ASEAN

RUNGKAEW PHUMPHO 5638209 LCCD/M

M.A. (LANGUAGE AND CULTURE FOR COMMUNICATION AND
DEVELOPMENT)

THEMATIC PAPER ADVISORY COMMITTEE: SINGHANAT NOMNIAN, Ed.D.,
SUMITTRA SURARATDECHA, Ph.D.

ABSTRACT

This survey study examined 1) Thai business people's perceived English proficiency levels that are relevant to their international business tasks, 2) their needs of English use for ASEAN intercultural business communication, and 3) challenges in using English in ASEAN. To complete the research objectives, the study employed Hutchinson and Waters' (1987) needs analysis and was based on literature reviews on challenges in intercultural communication. Drawing upon 100 questionnaires and 12 semi-structured interviews, the data was analyzed by using descriptive statistics and content analysis, respectively. The findings indicated that Thai business people have a limited ability to use English. They need to develop English skills, chiefly speaking and listening, through independent learning, and become more aware of the cultural influences on the varieties of ASEAN Englishes. Furthermore, language differences among ASEAN English users, context, communicative style, and indirectness are the challenging factors requiring ASEAN cultural knowledge to understand their ASEAN counterparts and to achieve their goals in ASEAN business communication.

KEY WORDS: ASEAN / BUSINESS PEOPLE / INTERCULTURAL
COMMUNICATION / INTERNATIONAL BUSINESS / NEEDS
ANALYSIS

118 pages

การสำรวจความต้องการจำเป็นและความท้าทายในการใช้ภาษาอังกฤษของนักธุรกิจไทย
เพื่อการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในอาเซียน

A SURVEY OF THAI BUSINESS PEOPLE'S NEEDS AND CHALLENGES IN
USING ENGLISH FOR INTERCULTURAL COMMUNICATION IN ASEAN

รุ่งแก้ว พุ่มโพธิ์ 5638209 LCDD/M

ศศ.ม. (ภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการสื่อสารและการพัฒนา)

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: สิงหนาท น้อมเนียน, Ed.D., สุมิตรา สุวรรรัตน์เดชา, Ph.D.

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษา 1) ระดับสมรรถนะทางภาษาอังกฤษของนักธุรกิจไทยที่เกี่ยวข้องกับงานระหว่างประเทศ 2) ความต้องการจำเป็นของนักธุรกิจไทยในการใช้ภาษาอังกฤษสำหรับสื่อสารธุรกิจระหว่างวัฒนธรรม และ 3) ความท้าทายในการใช้ภาษาอังกฤษในอาเซียน โดยนำแนวคิดเรื่อง Needs Analysis ของ Hutchinson and Waters' (1987) มาประยุกต์ใช้และนำข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องความท้าทายในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมมาเป็นหลักในการวิจัยครั้งนี้ ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามจำนวน 100 ชุดถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (แบบกึ่งโครงสร้าง) กับนักธุรกิจไทยจำนวน 12 ท่าน ถูกวิเคราะห์ผ่านการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิจัยระบุว่านักธุรกิจไทยมีข้อจำกัดในการใช้ภาษาอังกฤษ จึงมีความต้องการจำเป็นที่จะพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ โดยเฉพาะทักษะการพูดและการฟัง ซึ่งส่วนใหญ่เรียนรู้ด้วยตนเอง ทั้งนี้ นักธุรกิจไทยตระหนักถึงอิทธิพลทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อความหลากหลายของภาษาอังกฤษในอาเซียนมากขึ้น อนึ่งความแตกต่างทางภาษา บริบทรูปแบบการสื่อสาร และการสื่อสารทางอ้อม เป็นความท้าทายในการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษที่ก่อให้เกิดความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมอาเซียน เพื่อเข้าใจผู้ร่วมธุรกิจอาเซียนและบรรลุเป้าหมายในการสื่อสารธุรกิจในอนาคต