

เขียนอีเมล ภาษาอังกฤษ แบบมืออาชีพ

Professional
E-mail Writing

พร้อมตัวอย่าง
ประโยคภาษาอังกฤษ
ใช้งานได้ทันที!

BEST
SELLER

อีเมลภาษาอังกฤษ

เรียนรู้ได้ ง่ายนิดเดียว! สุรรัตน์ ทองอินทร์ : ผู้เขียน

เขียนอีเมล ภาษาอังกฤษ แบบมือโปร

พร้อมตัวอย่าง
ประโยคภาษาอังกฤษ
ใช้งานได้ทันที!



อีเมลภาษาอังกฤษ
เรียนรู้ได้ ง่ายนิดเดียว!

Professional
E-mail Writing

เขียนอีเมลภาษาอังกฤษแบบมือโปร

ผู้เขียน : สุรรัตน์ ทองอินทร์

ราคา 139 บาท

พิมพ์ครั้งที่ 1 : พฤษภาคม 2556

สงวนลิขสิทธิ์โดย : บริษัท เอ็กซ์เปอร์เน็ต จำกัด

จัดพิมพ์โดย : **บริษัท เอ็กซ์เปอร์เน็ต จำกัด** (สำนักพิมพ์บิสคิด)
ผลิตหนังสือที่มีคุณค่า ลิขสิทธิ์ถูกต้องจากต่างประเทศ
2387 อาคารรวมทุนพัฒนา ถนนเพชรบุรีตัดใหม่
แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
โทร. 0-2718-1821 (10 คู่สาย)
แฟกซ์ : 0-2718-1831, 0-2318-4809
<http://www.expnetbooks.com>
e-mail: public@expnetbooks.com

จัดจำหน่ายโดย : **บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด** (มหาชน)
อาคารทีซีไอเอฟ ทาวเวอร์ ชั้นที่ 19 เลขที่ 1858/87-90
ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260
โทรศัพท์ 0-2739-8222, 0-2739-8000
โทรสาร 0-2739-8356-9
<http://www.se-ed.com>

พิมพ์ที่ : บริษัท แอคทีฟ พรินท์ จำกัด
โทร. 0-2216-9122

ข้อมูลทางบรรณานุกรมทอสมุดแห่งชาติ

สุรรัตน์ ทองอินทร์.

เขียนอีเมลภาษาอังกฤษแบบมือโปร.--กรุงเทพฯ : บิสคิด, 2556.

144 หน้า.

1. ภาษาอังกฤษ--การเขียน. I. ชื่อเรื่อง.

421.1

ISBN 978-974-414-272-6

หากมีข้อผิดพลาดเนื่องจากการพิมพ์ สามารถนำมาเปลี่ยนได้ที่สำนักพิมพ์เอ็กซ์เปอร์เน็ต
ในกรณีที่ต้องการซื้อเป็นจำนวนมาก เพื่อใช้ในการสอน การฝึกอบรม การส่งเสริมการขาย
หรือเป็นของขวัญพิเศษ กรุณาติดต่อสอบถามราคาพิเศษได้ที่ โทร. 0-2718-1821 (10 คู่สาย)

คำนำผู้เขียน

อีเมล (e-mail) หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ได้กลายเป็นรูปแบบการสื่อสารที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย ทั้งในระดับธุรกิจและระหว่างบุคคลธรรมดา เพราะรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ สามารถตัดปัญหาเรื่องเขตเวลาของโลก (time zone) ลงได้ ในปัจจุบันมีบริษัทต่างชาติที่เข้ามาก่อตั้งมากมายในประเทศไทย และใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลในการติดต่อสื่อสาร อีเมลจึงนับเป็นการติดต่อสื่อสารที่จะขาดไม่ได้ในแวดวงธุรกิจ การสื่อสารทางธุรกิจผ่านทางอีเมลยังช่วยให้เราลดการเผชิญหน้ากับคู่สนทนา และมีเวลาในการตรวจทานเนื้อหาก่อนที่จะส่งอีเมลถึงผู้รับ อย่างไรก็ตามการเขียนอีเมลก็มีความสำคัญเท่ากับการเขียนเอกสารทางธุรกิจอื่นๆ เช่นกัน

หนังสือเล่มนี้เน้นการเขียนอีเมลในภาคปฏิบัติที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงสำหรับการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจและระหว่างบุคคล หนังสือเล่มนี้แม้จะไม่ใช่นักเรียน (text book) แต่ก็สามารถเสริมสร้างองค์ความรู้ให้แก่ผู้อ่านได้ โดยคุณจะได้เรียนรู้ขั้นตอนง่ายๆ ในการเขียนอีเมล เทคนิคการเขียนอีเมลให้จับใจคนอ่าน ตลอดจนการใช้อีเมลในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทได้แก่ การเขียนและตอบอีเมลประจำวันที่ใช้กันทั่วไป การเขียนอีเมลในเชิงลบหรือแจ้งข่าวร้าย การเขียนอีเมลเพื่อการโน้มน้าวใจ เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจของคุณต่อไปในภายภาคหน้า

ผู้เขียนได้รวบรวมเนื้อหาของหนังสือเล่มนี้ จากประสบการณ์ตรงของผู้เขียนที่เคยทำงานกับบริษัทต่างชาติ (สหรัฐอเมริกา) ซึ่งได้พบว่าการสื่อสารถือเป็นเรื่องสำคัญ หากมีวิธีถ่ายทอดที่ไม่สามารถตอบสนอง

วัตถุประสงค์ได้ ก็จะทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่าย รวมถึงความน่าเชื่อถือของผู้สื่อความเองด้วย ซึ่งในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศเช่นนี้ มีหลายบริษัทที่ใช้วิธีการติดต่อสื่อสารทางอีเมลเป็นหลัก หากเรายังหยุดอยู่กับที่ หรือเขียนอีเมลแบบล้าหลังก็อาจแสดงถึงความไม่เป็นมืออาชีพไปโดยไม่ได้ตั้งใจ

ทั้งนี้ผู้เขียนได้ค้นคว้าจากตำราและแหล่งอ้างอิงอื่น ๆ ที่น่าเชื่อถือได้ ซึ่งถือว่าเป็นเทคนิคการเขียนอีเมลที่ทันสมัยที่สุดในยุคนี้ ในบางตัวอย่างที่ยกมานั้น ได้ประยุกต์จากตำราการเขียนจดหมายภาษาอังกฤษเชิงธุรกิจเล่มอื่น ๆ โดยผู้เขียนได้คัดกรองตัวอย่างที่เหมาะสมและน่าจะนำมาใช้ในการเขียนอีเมลในยุคนี้ เพื่อให้การเขียนอีเมลของทุกท่านมีประสิทธิภาพผลมากที่สุด และยังประโยชน์มาสู่แวดวงการสื่อสารต่อไป ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การสื่อสารทางอีเมลในสังคมไทยจะเป็นการสื่อสารที่ทันสมัยและเป็นมืออาชีพ ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้ธุรกิจเกิดประสิทธิผล เกิดความประหยัด และเจริญก้าวหน้าได้อย่างรวดเร็วและมั่นคงอีกด้วย










สุดท้ายนี้ขอขอบคุณสำนักพิมพ์เอ็กซ์เปอร์เนทที่ได้ให้โอกาสผู้เขียนได้เผยแพร่ความรู้ สิ่งดี ๆ ไปสู่สังคมไทยมา ณ ที่นี้ด้วย

สุรรัตน์ ทองอินทร์

ศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (หลักสูตรภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สารบัญ

หน้า

คำนำผู้เขียน	3
บทที่  1 ขั้นตอนในการเขียนอีเมล	7
บทที่  2 การวางแผนในการเขียนอีเมล	11
บทที่  3 การลงมือเขียนอีเมล	17
บทที่  4 การตรวจทานเสร็จสมบูรณ์	55
บทที่  5 การเขียนอีเมลและตอบอีเมลประจำวัน ที่ใช้กันทั่วไป	63
บทที่  6 การตอบอีเมลในเชิงบวก	81
บทที่  7 “เราเลิกกันเถอะ” กับ “คุณดีเกินไป” การเขียนอีเมลในเชิงลบหรือการแจ้งข่าวร้าย	99
บทที่  8 การเขียนอีเมลเพื่อการให้กำลังใจ	121
บทที่  9 ข้อแนะนำ 10 ประการสำหรับการเขียนอีเมล	135
บรรณานุกรม	144



1

ขั้นตอนในการเขียนอีเมล

การโต้ตอบอีเมลในแต่ละฉบับ เพื่อให้อีเมลของท่านสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นควรคำนึงถึงขั้นตอนการเขียนจดหมายธุรกิจทั้ง 3 ขั้นตอนต่อไปนี้ :

ขั้นตอนการเขียนอีเมล

ขั้นตอนที่



การวางแผนในการเขียนอีเมล

ไม่ว่าคุณจะเขียนอีเมลด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตาม คุณจะต้องวิเคราะห์สถานการณ์ก่อนว่า คุณกำลังเขียนไปให้ใครอ่าน มียศถาบรรดาศักดิ์ระดับไหน และวัตถุประสงค์ในการส่งอีเมลนั้นคืออะไร เพื่อที่คุณ

จะได้รวบรวมข้อมูลให้ตรงตามความต้องการของผู้อ่าน เช่น หากคุณกำลังจะตอบข้อสงสัยเรื่อง **“ทำไมสินค้าจึงขึ้นราคา”** คุณก็ต้องรวบรวมเหตุผลและข้อมูลมาให้พอเพียงเสียก่อน และเรียบเรียงข้อมูลว่าส่วนไหนเกี่ยวข้อง หรือส่วนไหนไม่ควรนำมาตอบ จากนั้นคุณก็หาใจความหลักของเรื่องที่จะสื่อสารออกไป

ขั้นตอนที่



การลงมือเขียนอีเมล

หลังจากที่คุณรู้จักตัวตนของผู้อ่านแล้ว ขั้นตอนต่อไปก็คือการเลือกรูปแบบของการสื่อสารว่าควรใช้ภาษาระดับใด ทั้งนี้การติดต่อสื่อสารทางธุรกิจควรเน้นที่ประโยชน์ของผู้อ่านเป็นหลัก ซึ่งคุณจะได้ศึกษาจากบทต่อไป นอกจากนี้คุณยังต้องใช้ภาษาที่สุภาพ เน้นข้อความเชิงบวก ใช้ภาษาที่ปราศจากอคติ พร้อมทั้งรักษามาตรฐานขององค์กร เพื่อสานสัมพันธ์อันดีทางธุรกิจต่อไปด้วย ในขณะที่ข้อความโดยรวมของอีเมลจะต้องใช้ภาษาที่อ่านแล้วเข้าใจง่าย ไม่ต้องใช้ภาษาที่อลังการหรือใช้ศัพท์ยากๆ เพื่อแสดงว่าตัวมีภูมิความรู้ดี แต่ผู้อ่านต้องไปนั่งเปิดดิกชันนารีมาสืบเล่มเพื่อที่จะแปลความหมาย จากนั้นคุณก็ลงมือเขียนร่างครั้งที่หนึ่งดูก่อน โดยการเลือกใช้คำที่มีประสิทธิภาพ ไม่เยิ่นเย้อ เนื้อเรื่องจะต้องมีความสอดคล้อง อ่านแล้วสิ้นไหล ไม่ติดขัด จากการเลือกใช้คำเชื่อมประโยคที่เหมาะสม

ขั้นตอนที่



การตรวจทานเสร็จจลุมบูรณ์

เมื่อคุณร่างอีเมลครั้งที่หนึ่งเสร็จเรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการตรวจทานเนื้อหาของอีเมล โดยตรวจสอบความอ่านเข้าใจของเนื้อหา

ว่าสิ่งที่คุณเขียนนั้น คุณเข้าใจอยู่คนเดียวหรือไม่ ลองสมมติว่าตัวคุณเองเป็นคนอ่าน แล้วดูว่าเขาจะรู้สึกอย่างไรเมื่ออ่านอีเมลของคุณ ข้อมูลครบถ้วนหรือไม่ หากยังมีข้อขาดตกบกพร่องส่วนไหน คุณจะ得以เรียบเรียงหรือเขียนขึ้นใหม่ จนกระทั่งข้อความของคุณชัดเจน แจ่มแจ้ง ตัวสะกดและไวยากรณ์ถูกต้องดี เครื่องหมายวรรคตอนถูกต้อง และรูปแบบ เช่น ตัวอักษร ย่อหน้า เว้นวรรคระยะห่างระหว่างบรรทัดสวยงามดีแล้ว คุณก็พร้อมที่จะส่งอีเมลไปยังผู้รับได้แล้ว อย่างไรก็ตามคุณต้องตรวจสอบความรอบคอบก่อนจะส่งว่า มีไฟล์แนบ (attachment) หรือไม่ บางครั้งเมื่อเราเขียนอีเมลเสร็จก็มักจะดีใจจนหลงลืมแนบไฟล์ไปด้วย รวมถึงผู้รับอีเมลที่เราต้องระบุว่าส่งถึงใคร หรือ CC ถึงใคร BCC ถึงใคร ซึ่งรายละเอียดจะมีในบทต่อไป

2



การวางแผนในการเขียนอีเมล


ขั้นตอนการวางแผนในการเขียนอีเมล





การวิเคราะห์สถานการณ์

โดยการตรวจสอบวัตถุประสงค์ในการเขียนอีเมลของคุณ เช่น อีเมลเพื่อปฏิเสธการรับเคลมประกันสินค้า (claim warranty refusal) อีเมลเพื่อเสนอราคาขาย (quotation) เป็นต้น ให้ตรวจสอบดูว่าผู้รับอีเมลของคุณคือใคร รวมทั้งปฏิกิริยาตอบสนองเมื่อได้อ่านอีเมลจบ พวกเขาจะรู้สึกประหลาดใจ โกรธ และผิดหวังหรือไม่ เพื่อที่เราจะได้เลือกวิธีการและน้ำหนักรในการเขียนได้ถูกต้อง

โดยวัตถุประสงค์ในการเขียนอีเมลนั้น มี 3 ประเภท คือ

 **แจ้งเพื่อทราบ (to inform)** เพื่อแจ้งความเคลื่อนไหวภายในองค์กร เช่น การต้อนรับพนักงานใหม่ แสดงความยินดีในการเลื่อนตำแหน่ง ประกาศกฎระเบียบ ประกาศข่าวสาร ฯลฯ


 **เพื่อโน้มน้าวใจ (to persuade)** เช่น ชักชวนให้บริจาคเงิน ชักชวนให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรม ฯลฯ

 **เพื่อขอความร่วมมือ (to collaborate)** เช่น ขอความร่วมมือให้ปิดไฟ ปิดแอร์ในเวลาพักกลางวัน ขอความร่วมมือให้จัดเตรียมเอกสารประกอบการประชุม ฯลฯ




วิเคราะห์ผู้รับ

การส่งอีเมลในบางครั้งมิได้ส่งถึงคนเพียงคนเดียว อาจจะมีหลาย ๆ คนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในวง (loop) เดียวกัน แต่ทั้งนี้เราต้องให้ความสำคัญแก่ผู้รับปฐมภูมิ (primary audience) เป็นหลัก ซึ่งก็คือชื่อของผู้รับคนแรกที่เราระบุลงในช่อง ส่งถึง (To:)

 **วิเคราะห์จำนวนผู้รับ** เราสามารถสำเนาถึง (CC), (BCC) ผู้รับได้มากตามที่เราต้องการ ซึ่งแต่ละคนก็ย่อมมีพื้นฐานที่แตกต่างกันในการเข้าใจข้อมูลในอีเมล เช่น การส่งอีเมลถึงผู้จัดการฝ่ายการตลาด และผู้จัดการฝ่ายบัญชีและ

การเงิน อาจจะต้องการทราบข้อมูลในด้านที่แตกต่างกัน ผู้จัดการฝ่ายการตลาดอาจต้องการทราบว่า เมื่อไรสินค้าใหม่จะออกวางจำหน่ายได้ ในขณะที่ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงินต้องการทราบยอดขายของไตรมาสที่แล้ว เป็นต้น


 **วิเคราะห์อารมณ์ ความรู้สึกของผู้รับ** หลังจากอ่านอีเมลของคุณจบแล้ว ถ้าคุณตรวจสอบแล้วพบว่า อาจจะมีข้อมูลบางอย่างที่ยังคลุมเครือ หรือน่าสงสัย ก็ควรสรุปเนื้อเรื่องหรือค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อเป็นแหล่งอ้างอิง



3 การรวบรวมและจัดเตรียมข้อมูล

คุณอาจจะมีข้อมูลในมือแล้ว แต่บางครั้งในเรื่องที่ซับซ้อนมาก คุณอาจจะต้องการค้นคว้าและวิเคราะห์มากขึ้น โดยเทคนิคในการจัดเตรียมข้อมูลมีดังนี้

 **พิจารณามุมมองของผู้อื่น** ลองนึกถึงคนอื่นว่าเขาต้องการอะไรจากอีเมลฉบับนี้ ซึ่งจะช่วยให้คุณเข้าใจว่าคนอื่นคิดอะไร รู้สึกอย่างไร เพื่อความครบถ้วนของข้อมูล

 **ศึกษาจากรายงานและเอกสารอื่นๆ ขององค์กร** เอกสารที่เกี่ยวข้องกับข้อความที่คุณกำลังจะเขียนในอีเมล ซึ่งอาจค้นคว้าจากฐานข้อมูล รายงานประจำปีของบริษัท ข่าวแจกและบันทึกข้อความ

๒ **ปรึกษาหารือกับหัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน หรือลูกค้า** ถ้าหากข้อมูลบางอย่างยังคงคลุมเครือ คุณก็ควรปรึกษากับผู้รู้ให้แน่ใจก่อนที่จะลงมือเขียน เพื่อความชัดเจน

๓ **ถามผู้รับของคุณโดยตรง** ก่อนจะลงมือเขียนอีเมลธุรกิจอย่างเป็นทางการ คุณสามารถสอบถามข้อมูลและรายละเอียดที่คุณไม่แน่ใจจากผู้รับให้แน่ใจก่อน ดีกว่าการคาดเดาและเข้าใจผิด ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความผิดพลาดทางธุรกิจได้ โดยเฉพาะถ้าหากคุณติดต่อสื่อสารกับชาวตะวันตก การถามจะนับว่าเป็นวัฒนธรรมที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นสิ่งที่ควรกระทำ และการถามก็ไม่ได้แสดงว่าคุณไม่ฉลาด เช่น ตัวสะกดของชื่อบริษัทสายการบินเรือที่คุณไม่แน่ใจ ไฟล์ต์ของเครื่องบินที่ใช้ส่งสินค้า เป็นต้น



4 การเรียบเรียงข้อมูล

ตรวจสอบอีกครั้งว่าข้อความที่คุณกำลังจะเขียนจัดอยู่ในประเภทใด เป็นการแจ้งข่าวดี บอกข่าวร้าย โน้มน้าวใจ เพื่อที่จะเลือกใช้เทคนิคการขึ้นต้นได้อย่างเหมาะสม ซึ่งได้แก่ การเขียนบอกอย่างตรงไปตรงมา (direct approach) สำหรับข้อความเชิงบวก หรือข่าวดี หรือการเขียนบอกโดยอ้อม (indirect approach) สำหรับข่าวร้าย หรือข้อความเชิงลบที่ผู้รับอาจเกิดความสงสัย หรือต่อต้านได้

E-mail

การเขียนบอกอย่างตรงไปตรงมา (Direct Approach)

เป็นการเริ่มต้นข้อความด้วยใจความสำคัญหลัก (Main Idea) และตามด้วยรายละเอียดย่อย หรือหลักฐานประกอบ เหมาะสำหรับข้อความที่ใช้ส่งเป็นกิจวัตรหรือข้อความเชิงบวก

การเขียนบอกโดยอ้อม หรือการเขียนเชิงอุปนัย (Indirect Approach)

เป็นการเริ่มต้นด้วยรายละเอียดปลีกย่อยก่อนที่จะเข้าเรื่องหรือประเด็นหลัก ใช้กับข้อความเชิงลบหรือข้อความที่มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการโน้มน้าวใจผู้อ่าน



การสื่อสารด้วย **E-mail** ภาษาอังกฤษ

มีความสำคัญและจำเป็นต่อกองกร

นอกจากจะก่อให้เกิดประสิทธิผลของงานธุรกรรมต่างๆ แล้ว
ยังนำมาซึ่งความประหยัด รวมทั้งความสามารถในการแข่งขัน

และความเจริญก้าวหน้าต่อไปได้อย่างมั่นคง

การเขียน **E-mail** ภาษาอังกฤษ อย่างมืออาชีพ

ถือเป็นความสามารถหลักอีกอย่างหนึ่งของคนทำงาน

ในองค์กรยุคใหม่ อย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้

หนังสือเล่มนี้เป็นคู่มือที่เน้นภาคปฏิบัติ

ที่ท่านสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตจริงได้เป็นอย่างดี

BizKit
Publishing

ISBN 978-974-414-272-6



9 789744 142726

หมวดทั่วไป

ราคา 139 บาท