



เอกสารประกอบการสอน
การแปลภาษาจีนเป็นภาษาไทย

泰汉翻译

ว่าที่ ร.ต. เกรียงไกร กองเส็ง

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ปีการศึกษา 2565



เอกสารประกอบการสอน
การแปลภาษาจีนเป็นภาษาไทย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ ร.ต.ดร. เกรียงไกร กองเส็ง
(Ph.D. Chinese Philology)

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ปีการศึกษา 2565

前言 คำนำ

เอกสารประกอบการสอน รายวิชาการแปลไทยเป็นภาษาจีน รหัส CHL3602 ใช้ในการเรียนการสอนในปี การศึกษา 2565 ได้แบ่งเนื้อหาการเรียนการสอนออกเป็น 15 บท แต่ละบทใช้เวลาสอน 1 สัปดาห์

รายวิชานี้มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความสามารถด้านทักษะการแปลไทยเป็นภาษาจีน โดยเน้นการฝึก ทักษะการแปลในชั้นเรียนที่อาจารย์ผู้สอนสาธิตการแปลและนักศึกษาที่ต้องฝึกแปลไปพร้อม ๆ กัน เนื้อหาที่นำมา ฝึกเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อน มีศัพท์เฉพาะทางในศาสตร์ต่าง ๆ ที่ควรศึกษา ภาษาที่เป็นทางการ ถ้อยคำสำนวนจีน ที่ใช้บ่อยในภาษาเขียน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้เรียนในการนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับ ภาษาจีน ซึ่งเนื้อหาเหมาะสำหรับผู้เรียนที่มีความรู้พื้นฐานภาษาจีนมาก่อนข้างดี

เอกสารประกอบการสอนนี้คงอำนวยความสะดวกต่อการเรียนการสอนในรายวิชาการแปลภาษาจีนเป็น ภาษาไทยตามสมควร ผู้สอนหวังว่าจะปรับปรุงพัฒนาเนื้อหาที่นำมาฝึกทักษะการแปลของนักศึกษาให้มีความ หลากหลายมากยิ่งขึ้นในโอกาสต่อ ๆ ไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ ร.ต.ดร.เกรียงไกร กองเส็ง

แบบฝึกทักษะการแปล ไทย-จีน

1. ศัพท์สำคัญทั่วไป / ศัพท์เฉพาะ
2. คำพังเพย สุภาษิต สำนวนไทยที่ใช้บ่อย
3. ประเทศไทย
4. อาหารไทย
5. พระพรหมสี่หน้าที่โรงแรมเอราวัณ
6. ธุรกิจอัญมณีของไทย
7. ธุรกิจโลจิสติกส์
8. ธุรกิจออนไลน์
9. ทิศทางใหม่ของความสัมพันธ์ไทย-จีน (1)
10. ทิศทางใหม่ของความสัมพันธ์ไทย-จีน (2)
11. การโฆษณาสินค้า
12. การสัมภาษณ์งาน
13. วัฒนธรรมทางธุรกิจจีน
14. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
15. ธุรกิจไทยในจีน

สัปดาห์ที่ 1

ศัพท์สำคัญทั่วไป / ศัพท์เฉพาะ

主要词汇/专有名词

ศัพท์สำคัญทั่วไป / ศัพท์เฉพาะ

ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมไทย

การบวชเณร	ละครหุ่นกระบอก
การบวชพระ	โขน
การบวชชี	หนังตะลุง
ทำบุญตักบาตร	หนังใหญ่
ถวายสังฆทาน	ชอสามสาย
พิธีวงศิลาจากฤกษ์	ชอด้วง
พิธีจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ	ชอऊ
ทอดกฐิน	จะเข้
ทอดผ้าป่า	ระนาด
เครื่องลายคราม	ระนาดเอก
เครื่องถม	ระนาดทุ้ม
เครื่องเขิน	ซ้องวง
เครื่องเงิน	กลองยาว
เครื่องเบญจรงค์	
เทศกาลต่างๆ	
วันขึ้นปีใหม่	วันมาฆบูชา
วันตรุษจีน	วันวิสาขบูชา
วันคริสต์มาส	วันอาสาฬหบูชา

วันออกพรรษา	เทศกาลกินเจ
วันฉัตรมงคล	วันพระ
วันจักรี	เทศกาลบุญบั้งไฟ
วันแรงงาน	วันพ้อ
วันปิยมหาราช	วันแม่
วันรัฐธรรมนูญ	
วันเฉลิมพระชนมพรรษาพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว	
วันเฉลิมพระชนมพรรษาพระบาทสมเด็จพระบรมราชินีนาถ	
การเมืองการปกครอง	
นักการเมืองอาชีพ	พรรคการเมือง
นักการเมือง	กรรมการบริหาร
นักการทูต	ศาลปกครองสูงสุด
นักปลุกระดม	ศาลรัฐธรรมนูญ
นักโทษการเมือง	ศาลแพ่ง
ประชากรศาสตร์	ศาลอาญา
ประชาทัศน์	ศาลชั้นต้น
ประชามติ	ศาลอุทธรณ์
ประชาสงเคราะห์	ศาลฎีกา
ประชาสัมพันธ์	ศาลโลก
คณะกรรมการเลือกตั้ง	ศาลเยาวชนและครอบครัว

ศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่าง	สิทธิขั้นพื้นฐาน
ประเทศ	สิทธิมนุษยชน
รัฐบาลกลาง	สิทธิบัตร
รัฐบาลชั่วคราว	สถานิติบัญญัติ
รัฐบาลผสม	สมาชิกวุฒิสภา
รัฐประหาร	องคมนตรี
รัฐวิสาหกิจ	ผู้แทนราษฎร
รัฐศาสตร์	
วัดสำคัญของไทย	
วัดจุฬามณี	วัดพนัญเชิง
วัดเจ็ดยอด	วัดเฉลิมพระเกียรติ
วัดเจ็ดยอดทอง	วัดชลประทานรังสฤษดิ์
วัดมหาธาตุ	วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ
วัดราชบูรณะ	วัดพระศรีสรรเพชญ์
วัดสุวรรณคูหา	วัดโพธิ์แมนคุณาราม
วัดถ้ำเขียงดาว	วัดพระปฐมเจดีย์
วัดเบญจมบพิตร	วัดพระพุทธบาทสระบุรี
วัดป่าเลไลย์	วัดพระพุทไธยาสน์
วัดไผ่โรงวัว	วัดสุทัศน์เทพวนาราม
วัดไผ่ล้อม	วัดหน้าพระเมรุ

วัดใหญ่ชัยมงคล

วัดพระธาตุคอกยสุเทพราชวรวิหาร

วัดปากน้ำ

วัดราชบพิธสถิตมหาสีมาราม

วัดอรุณราชวรารามราชวรวิหาร

ดอกไม้ที่นำรู้

ดอกมะลิ

ดอกกานพลู

ดอกกุหลาบ

ดอกรักเร่

ดอกคาร์เนชั่น

ดอกลิ้นทม

ดอกลิลลี่

ดอกซากุระ

ดอกราชพฤกษ์

ดอกทานตะวัน

ดอกเหมย

ดอกทิวลิป

ดอกโบตั๋น

ดอกกระดังงา

ดอกกล้วยไม้

ดอกฝิ่น

ดอกไม้ป่า

ดอกจำปี

ดอกบัว

ดอกจำปา

ดอกกฤษณา

ดอกเฟื่องฟ้า

ดอกชบา

ดอกบักชบาสวรรค์

ดอกหน้าวัว

ดอกชัยพฤกษ์

ดอกเบญจมาศ

ดอกไม้ประจำชาติ

ดอกเข็ม

หน่วยเงินตรา

เงินบาท (ไทย)	เงินดอลลาร์ (อเมริกา)
เงินหยวน (จีน)	เงินดอลลาร์ (ฮ่องกง)
เงินกีบ (ลาว)	เงินจัต (พม่า)
เงินริงกิต (มาเลเซีย)	เงินดอง (เวียดนาม)
เงินเปโซ (ฟิลิปปินส์)	เงินเยน (ญี่ปุ่น)
เงินรูปี (อินโดนีเซีย)	เงินวอน (เกาหลีใต้)
เงินรูปี (อินเดีย)	เงินปอนด์ (อังกฤษ)
เงินดอลลาร์ (สิงคโปร์)	เงินยูโร (สหภาพยุโรป)
เงินดอลลาร์ (บรูไน)	

ผลไม้

สับปะรด	มะเฟือง
น้อยหน่า	แก้วมังกร
ทับทิม	มะขาม
ฝรั่ง	ลองกอง
ขนุน	มะปราง
มะพร้าว	องุ่น
ลำไย	แอปเปิ้ล
มะละกอ	ลิ้นจี่
ส้มเขียว	สตอเบอรี่

ศาลี	ลูกท้อ
ลูกพลับ	แคนตาอูป
พุทรา	กระท้อน
ลูกก๊วย	แห้ว
กระทรวง และตำแหน่งทางการเมืองของไทย	
สำนักนายกรัฐมนตรี	กระทรวงยุติธรรม
กระทรวงกลาโหม	กระทรวงแรงงาน
กระทรวงการคลัง	กระทรวงวัฒนธรรม
กระทรวงการต่างประเทศ	กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา	กระทรวงศึกษาธิการ
กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคง	กระทรวงสาธารณสุข
ของมนุษย์	กระทรวงอุตสาหกรรม
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	คณะรัฐมนตรี
กระทรวงคมนาคม	นายกรัฐมนตรี
กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	รองนายกรัฐมนตรี
กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการ	รัฐมนตรีว่าการ
สื่อสาร	ผู้ช่วยรัฐมนตรี / รัฐมนตรีช่วยว่าการ
กระทรวงพลังงาน	ปลัดกระทรวง
กระทรวงพาณิชย์	อธิบดี
กระทรวงมหาดไทย	

ยานพาหนะ

รถพยาบาล	(ยี่ห้อ) พอร์ด
รถเปิดประทุน	(ยี่ห้อ) ฮอนด้า
รถเข็น	(ยี่ห้อ) ฮุนได
รถดับเพลิง	(ยี่ห้อ) อีซูซุ
เฮลิคอปเตอร์	(ยี่ห้อ) เล็กซ์ส
รถจี๊ป	(ยี่ห้อ) มาสด้า
รถลีมูซีน	(ยี่ห้อ) เบนซ์
รถตำรวจ	(ยี่ห้อ) มิตซูบิชิ
รถยก	(ยี่ห้อ) นิสสัน
รถแทรกเตอร์	(ยี่ห้อ) ไอบีล
รถบรรทุก	(ยี่ห้อ) เปอโยต์
เรือดำน้ำ	(ยี่ห้อ) ปอร์เช่
(ยี่ห้อ) ออดี	(ยี่ห้อ) โรลส์รอยล์
(ยี่ห้อ) บีเอ็มดับเบิลิว	(ยี่ห้อ) โตโยต้า
(ยี่ห้อ) แควว	(ยี่ห้อ) วอลโว่
(ยี่ห้อ) เฟอรารี	(ยี่ห้อ) โวลค์สวาเกน

สินค้าระดับสากล

กุชชี	ดิออร์
ชาแนล	ล้งโคม

ซีเซโด	โรเลกซ์
เฮสเต ลอเดอร์	ไอดับบลิวซี
คลินิก	สวอทช์
คาลวิน ไคลน์	โอดอะมาร์ส ปีเก็ต
จีวองซี	โอเมก้า
แอ็กเนอร์	ปาเต็ก พิลิป
เวอร์ซาเซ	เฟียเจต์
ลาคลอส	ซีตีเซ่น
รอล์ฟ เบ็นซ์	คาสิโอ
ปราด้า	ไซโก้
เฮอร์เมส	ซัมซุง
อามานี	แอล จี
หลุยส์ วิตตอง	โซนี่
คาเทียร์	ชันโย
ทิฟฟานี	พานาโซนิค
ไซพาร์ด	มิตซูบิชิ
เทค ฮอนเดอร์	ฮิตาชิ
ไบร์ทลิ่ง	โตชิบา
ราโต้	ชาร์ป
โมวาโต้	ฟิลิปส์

อิลคโทรลั๊กซ์	ปาร์คเกอร์
ซีเมนต์	โนเกีย
เวิร์ลพูล	โมโตโรล่า
เวสต์ดิ้งเฮาส์	โซนี่ อิริคซัน
จีอี	อัลซุส
โกดัก	เอเซอร์
ฟูจิ	เลนโนโว
ไฮเออร์	ฮิวเลตต์ แพคการ์ด
ไนกี้	แอบเบิล
อดิตาส	คอมแพค
รีบ็อค	ออปโป
ทิมเบอร์แลนด์	เสียวหมี่
มงต์เปลอง	

引用资料

ข้อมูลอ้างอิง

高彦德, 李志雄. (2009). 《实用汉泰翻译教程》, 北京: 北京语言大学出版社.

梁源灵. (2008). 《汉泰翻译理论与实践》, 2016 重印, 重庆: 重庆大学出版社.

สัปดาห์ที่ 2

สำนวน คำพังเพย
สุภาษิต ไทยที่ใช้บ่อย

泰语常用的
成语，俗语，谚语

คำพังเพย สุภาษิต สำนวนไทยที่ใช้บ่อย (1)

ตั้งหลักปักฐาน	วิวห้ายล้อมคอก
สร้างเนื้อสร้างตัว	กินปูนร้อนท้อง
เสื่อผืนหมอนใบ	ก๊ลิ้นไม่เข้าคายน้อออก
ไร้ญาติขาดมิตร	กำแพงมีหู ประต้อมีตา (ช่อง)
มะนะอดทน	ฝนทิ้งให้เป็นเข็ม
จากบ้านจากเมือง	น้ำลดตอผุด
ขยันหมั่นเพียร	ชี้ข้างจับตักแตน
โอบอ้อมอารี	เห็นด้นหน้าฝน
เจริญรุ่งเรือง	ยิงปืนนัดเดียว ได้นกสองตัว
หนามยอกเอาหนามบ่ง	ฆ่าข้างเอางา
หนามยอกอก	งมเข็มในมหาสมุทร
หน้าซื่อใจคด	ตบมือข้างเดียวไม่ดัง
เอามะพร้าวห้าวไปขายสวน	เอาไขกระทะทบทอน
เอาใจเขามาใส่ใจเรา	ง่ายเหมือนปอกกล้วย
เวลาเป็นเงินเป็นทอง	คาหนังคาเขา

คำพังเพย สุภาษิต สำนวนไทยที่ใช้บ่อย (2)¹²

รู้งูๆปลา (รู้ครึ่งๆ กลางๆ)	ร้องรำทำเพลง
ปล่อยเสื่อเข้าป่า, ปล่อยปลาลงน้ำ	ร่วมเรียงเคียงหมอน
บ้านแตกสาแหรกขาด	แกว่งเท้าหาเสี้ยน

เกลือจิ้มเกลือ	ปากปราศรัยใจเคียดคอ
ขวัญหนีดีฝ่อ	ปากว่าตาขยิบ
ข้าวยากหมากแพง	เป็นพินเป็นไฟ
ปากร้ายใจดี	พลัดที่นาคาที่อยู๋
ก่อร่างสร้างตัว	พูดเป็นน้ำไหลไฟดับ
กระต่ายหมายจันทร์	มีตาหามีแวไม่
เข้าหงส์เป็นหงส์ เข้ากาเป็นกา	ยุให้รำตำให้รั่ว
ชักน้ำเข้าลึก ชักศึกเข้าบ้าน	ลืมตาอ้าปาก
ปั้นน้ำเป็นตัว	วัวหายล้อมคอก
ปากหวานกันเปรี้ยว	สาวใส่ให้กากิน

ปลาใหญ่กินปลาเล็ก

สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

(1) มหาวิทยาลัยรัฐบาล

- | | |
|---------------------------------|-------------------------------|
| 1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย | 7. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า |
| 2. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ | เจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| 3. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ | 8. มหาวิทยาลัยมหิดล |
| 4. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ | 9. มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 5. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ | 10. มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 6. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า | 11. มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| พระนครเหนือ | 12. มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |

- | | |
|-----------------------------------|-------------------------------------|
| 13. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ | 23. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า |
| 14. มหาวิทยาลัยขอนแก่น | ธนบุรี |
| 15. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี | 24. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง |
| 16. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม | 25. มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย |
| 17. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ | 26. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ |
| 18. มหาวิทยาลัยทักษิณ | ราชวิทยาลัย |
| 19. มหาวิทยาลัยนเรศวรราชชนครินทร์ | 27. มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช |
| 20. มหาวิทยาลัยนครพนม | 28. มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 21. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี | 29. มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 22. มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ | 30. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช |

(2) มหาวิทยาลัยราชภัฏ

- | | |
|---------------------------------|----------------------------------|
| 1. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย | 9. มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย |
| 2. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ | 10. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร |
| 3. มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง | 11. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี |
| 4. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ | 12. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม |
| 5. มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร | 13. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา |
| 6. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ | 14. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ |
| 7. มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม | 15. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ |
| 8. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ | 16. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี |

- | | |
|--|--|
| 17. มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ | 28. มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง |
| 18. มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ | 29. มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต |
| 19. มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด | 30. มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา |
| 20. มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ | 31. มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา |
| 21. มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี | 32. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช |
| 22. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา | 33. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี |
| 23. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ | 34. มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม |
| 24. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี | 35. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี |
| 25. มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี | 36. มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จ
เจ้าพระยา |
| 26. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม | 37. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร |
| 27. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี | 38. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา |
| (3) มหาวิทยาลัยราชชมงคล | |
| 1. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี | 5. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย |
| 2. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
กรุงเทพ | 6. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา |
| 3. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ตะวันออก | 7. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุ
พรรณภูมิ |
| 4. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
พระนคร | 8. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
รัตนโกสินทร์ |
| | 9. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน |

10. สถาบันเทคโนโลยีปทุมวัน

ว่าที่ ร.ต.ดร.เกรียงไกร กองแสง

(4) มหาวิทยาลัยเอกชน

- | | |
|--|--|
| 1. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ | 21. มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น |
| 2. มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต | 22. มหาวิทยาลัยภาคกลาง |
| 3. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต | 23. มหาวิทยาลัยพายัพ |
| 4. มหาวิทยาลัยเกริก | 24. มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา |
| 5. มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น | 25. มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ |
| 6. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร | 26. มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ |
| 7. มหาวิทยาลัยศรีปทุม | 27. มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล |
| 8. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย | 28. มหาวิทยาลัยราชธานี |
| 9. มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ | 29. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ |
| 10. มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ | 30. มหาวิทยาลัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
แห่งเอเชีย |
| 11. มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต | 31. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี |
| 12. มหาวิทยาลัยสยาม | 32. มหาวิทยาลัยพิษณุโลก |
| 13. มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย | 33. วิทยาลัยดุสิตธานี |
| 14. มหาวิทยาลัยปทุมธานี | 34. วิทยาลัยทองสุข |
| 15. มหาวิทยาลัยชินวัตร | 35. วิทยาลัยเซนต์หลุยส์ |
| 16. มหาวิทยาลัยรังสิต | 36. วิทยาลัยมิชชั่น |
| 17. มหาวิทยาลัยเว็บสเตอร์ (ประเทศไทย) | 37. วิทยาลัยรัชต์ภาคย์ |
| 18. มหาวิทยาลัยนานาชาติ แสตมฟอร์ด | 38. วิทยาลัยราชพฤกษ์ |
| 19. มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ | 39. วิทยาลัยแสงธรรม |
| 20. มหาวิทยาลัยคริสเตียน | |

- | | |
|---|-------------------------------|
| 40. วิทยาลัยเทคโนโลยีธนบุรี | 51. วิทยาลัยเฉลิมกาญจนา |
| 41. วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก | 52. วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้ |
| 42. วิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ | 53. วิทยาลัยศรีโสภณ |
| 43. วิทยาลัยเซนต์เทเรซา – อินติ | 54. วิทยาลัยตาปี |
| 44. วิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี | 55. มหาวิทยาลัยอิสลามยะลา |
| 45. วิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี | 56. วิทยาลัยพุทธศาสนานานาชาติ |
| 46. วิทยาลัยสันตพล | 57. วิทยาลัยโยนก |
| 47. วิทยาลัยโปลีเทคนิคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | 58. วิทยาลัยสุนน้ำปิง |
| 48. วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย | 59. วิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น |
| 49. วิทยาลัยบัณฑิตบริหารธุรกิจ | 60. วิทยาลัยเชียงราย |
| 50. วิทยาลัยนครราชสีมา | 61. วิทยาลัยอินเตอร์เทค-ลำปาง |
| | 62. วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม |

引用资料

ข้อมูลอ้างอิง

- 高彦德, 李志雄. (2009). 《实用汉泰翻译教程》, 北京: 北京语言大学出版社.
- 梁源灵. (2008). 《汉泰翻译理论与实践》, 2016 重印, 重庆: 重庆大学出版社.

สัปดาห์ที่ 3

ประเทศไทย

泰国

ประเทศไทย

ชื่อเดิมของประเทศไทยคือ “สยาม” เป็นประเทศที่ได้รับการขนานนามว่า “สยามเมืองยิ้ม” โดยประเทศไทยตั้งอยู่ตอนกลางของแหลมอินโดจีน มีพรมแดนติดลาวทางตะวันออกเฉียงเหนือ กัมพูชาทางตะวันออกเฉียงใต้ และมาเลเซียทางใต้ ประเทศไทยมีพื้นที่ทั้งหมด 513,115 ตารางกิโลเมตร

ปัจจุบันประเทศไทยมีทั้งหมด 76 จังหวัด จังหวัดคือชื่อเรียกหน่วยการปกครองหลักของไทย คล้ายกับมณฑลของจีน เพียงแต่เนื้อที่แต่ละจังหวัดของประเทศไทยเล็กกว่าแต่ละมณฑลของจีนมาก กรุงเทพมหานครคือเมืองหลวงของไทย มีพื้นที่รวม 1,569 ตารางกิโลเมตร ตั้งอยู่ทางภาคใต้ของที่ราบภาคกลาง ห่างจากปากแม่น้ำเจ้าพระยาประมาณ 25 กิโลเมตร สูงกว่าระดับน้ำทะเลเพียง 3 เมตร เป็นที่ตั้งหน่วยงานบริหารของรัฐทุกประเภท และเป็นศูนย์กลางการปกครอง การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และการคมนาคม ทั้งยังเป็นเมืองธุรกิจที่คึกคักที่สุดของประเทศ เป็นเมืองที่มีประชากรมากที่สุดในประเทศไทยคือประมาณ 7 ล้านคน ซึ่งความหมายของคำว่า “กรุงเทพฯ” คือ “นครของเทพ” เป็นเมืองหลวงแห่งราชวงศ์จักรี เป็นเมืองหลวงแห่งที่สี่ตามประวัติศาสตร์ของไทย โดยเมืองหลวงแห่งแรกของไทยคือสุโขทัยในสมัยอาณาจักรสุโขทัย สุโขทัยหมายถึง “รุ่งอรุณแห่งความสุข” อยู่ที่บริเวณจังหวัดสุโขทัยในปัจจุบัน ต่อมาคืออาณาจักรอยุธยาซึ่งมีเมืองหลวงอยู่ตรงบริเวณที่แม่น้ำเจ้าพระยาและแม่น้ำป่าสักมาบรรจบกัน ซึ่งก็คือจังหวัดอยุธยาในปัจจุบัน ต่อมาคือกรุงธนบุรีซึ่งมีพระเจ้าตากสินหรือที่ชาวจีนรู้จักในนามเจิ้งชั้นเป็นผู้ก่อตั้งเมืองหลวงยุคนี้อยู่ที่กรุงธนบุรีซึ่งตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา แล้วก็มาถึงราชวงศ์จักรี ปฐมกษัตริย์แห่งราชวงศ์จักรีได้ย้ายเมืองหลวงมาอยู่ที่กรุงเทพฯ กรุงเทพฯจึงเป็นเมืองหลวงแห่งที่สี่ของประเทศไทย

ประเทศไทยมีภูมิอากาศร้อนชื้น ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตามฤดู ปีหนึ่งแบ่งออกเป็นสามฤดู คือ ฤดูร้อน ฤดูฝน และฤดูหนาว ฤดูร้อนเริ่มจากเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม ฤดูฝนจากเดือนมิถุนายนถึง

เดือนตุลาคม และฤดูหนาวจะอยู่ในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงกุมภาพันธ์ แต่โดยทั่วไปแล้วอุณหภูมิทั้งปีของไทยแตกต่างกันไม่มาก ส่วนใหญ่จะอยู่ที่ราว 28 องศาเซลเซียส

ปัจจุบันประเทศไทยมีประชากรประมาณ 70 ล้านคน มีชนกลุ่มน้อย 30 กว่ากลุ่ม นอกจากชาวไทยแล้วยังมีชนกลุ่มน้อยที่เป็นชาวเขาคือหลายกลุ่ม เช่น ม้ง กะเหรี่ยง เย้า และอาข่า เป็นต้น คนไทยส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ ศาสนาพุทธมีอิทธิพลอย่างลึกซึ้งต่อชีวิตประจำวันของคนไทย จะเห็นว่าในประเทศไทยมีวัดวาอารามอยู่ทั่วไปจนได้ชื่อว่าเป็น “เมืองพุทธ” นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีศาสนาอื่นๆ เช่น อิสลาม ฮินดู คริสต์ตัง และคริสเตียน เป็นต้น

ว่าที่ ร.ต.ดร. เกรียงไกร กองแสง

อาหารไทย

อาหารไทยมีลักษณะเด่นคือจะมีรสจัด หวานเปรี้ยว หวาน เผ็ด เค็ม มีเครื่องปรุงหลัก ๆ คือ พริก ขี้หนู ชিং ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด กระเทียม มะนาว และกะทิ เป็นต้น คนไทยทานข้าวเป็นอาหารหลัก เป็นที่รู้กันทั่วไปว่าข้าวหอมมะลิของไทยเป็นข้าวที่อร่อยที่สุดในโลก

ประเทศไทยมีอาหารขึ้นชื่อมากมาย เช่น ต้มยำกุ้ง แกงเผ็ด ทอดมันปลา หมูสะเต๊ะ ส้มตำ ขนมหุ้น น้ำยา เป็นต้น โดยเฉพาะต้มยำกุ้ง อาหารจานเด็ดของไทยที่โด่งดังไปทั่วโลก รสชาติทั้งเผ็ดทั้งเปรี้ยว ถึงขนาดที่คนกล่าวว่า ถ้าไม่ได้กินต้มยำกุ้งก็ยังไม่ถึงประเทศไทย

อาหารไทยในแต่ละภาคก็มีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ภูมิภาคต่างกัน รสชาติก็ต่างกันไปด้วย ทางภาคใต้ใกล้มาเลเซีย อาหารจะค่อนข้างเผ็ด ใช้ผงกะหรี่มาก อาหารทางเหนือค่อนข้างรสกลางๆ มีรสเค็มนำเล็กน้อย รสเปรี้ยวและหวานมีน้อย ชาวเหนือนิยมทานเนื้อหมูเพราะหาง่ายและราคาไม่แพง ส่วนไก่ย่าง ข้าวเหนียว ส้มตำ เป็นอาหารชื่อดัง ประกอบด้วยเส้นมะละกอดิบตำกับกุ้งแห้ง ปูดองหรือปลาร้า มะเขือเทศ พริกขี้หนู น้ำตาลปีบและน้ำมะนาว อาหารไทยยังมีจุดเด่นอีกหลายอย่างคือ มีน้ำจิ้มหลากหลาย เช่น ซอว์ น้ำปลา และพริกน้ำส้ม เป็นต้น

นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีอาหารทะเลมากมาย ทั้งนี้ที่ชายฝั่งที่ยาว มีการทำประมงเป็นอาชีพหลัก ดังนั้นจึงมีอาหารทะเลสดๆแทบทุกอย่าง ไม่ว่าจะ กุ้ง หอย ปู ปลา ราคาก็ไม่แพงมากนัก คนไทยยังชอบทานผลไม้หรือขนมหวานหลังอาหารอีกด้วย ซึ่งขนมไทยมีเอกลักษณ์ และมีหลากหลายกว่า 200 ชนิด

引用资料

ข้อมูลอ้างอิง

高彦德, 李志雄. (2009). 《实用汉泰翻译教程》, 北京: 北京语言大学出版社.

ว่าที่ ร.ต.ดร. เกรียงไกร กองแสง

สัปดาห์ที่ 4

อาหารไทย

泰国菜

อาหารไทย

อาหารไทยมีลักษณะเด่นคือจะมีรสจัด หวานเปรี้ยว หวาน เผ็ด เค็ม มีเครื่องปรุงหลัก ๆ คือ พริก ขี้หนู ชিং ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด กระเทียม มะนาว และกะทิ เป็นต้น คนไทยทานข้าวเป็นอาหารหลัก เป็นที่รู้กันทั่วไปว่าข้าวหอมมะลิของไทยเป็นข้าวที่อร่อยที่สุดในโลก

ประเทศไทยมีอาหารขึ้นชื่อมากมาย เช่น ต้มยำกุ้ง แกงเผ็ด ทอดมันปลา หมูสะเต๊ะ ส้มตำ ขนมหุ้น น้ำยา เป็นต้น โดยเฉพาะต้มยำกุ้ง อาหารจานเด็ดของไทยที่โด่งดังไปทั่วโลก รสชาติทั้งเผ็ดทั้งเปรี้ยว ถึงขนาดที่คนกล่าวว่า ถ้าไม่ได้กินต้มยำกุ้งก็ยังไม่ถึงประเทศไทย

อาหารไทยในแต่ละภาคก็มีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ภูมิภาคต่างกัน รสชาติก็ต่างกันไปด้วย ทางภาคใต้ใกล้มาเลเซีย อาหารจะค่อนข้างเผ็ด ใช้ผงกะหรี่มาก อาหารทางเหนือค่อนข้างรสกลางๆ มีรสเค็มนำเล็กน้อย รสเปรี้ยวและหวานมีน้อย ชาวเหนือนิยมทานเนื้อหมูเพราะหาง่ายและราคาไม่แพง ส่วนไก่ย่าง ข้าวเหนียว ส้มตำ เป็นอาหารชื่อดัง ประกอบด้วยเส้นมะละกอดิบตำกับกุ้งแห้ง ปูดองหรือปลาร้า มะเขือเทศ พริกขี้หนู น้ำตาลปีบและน้ำมะนาว อาหารไทยยังมีจุดเด่นอีกหลายอย่างคือ มีน้ำจิ้มหลากหลาย เช่น ซี่อู๋ น้ำปลา และพริกน้ำส้ม เป็นต้น

นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีอาหารทะเลมากมาย ทั้งนี้ที่ชายฝั่งที่ยาว มีการทำประมงเป็นอาชีพหลัก ดังนั้นจึงมีอาหารทะเลสดๆแทบทุกอย่าง ไม่ว่าจะ กุ้ง หอย ปู ปลา ราคาก็ไม่แพงมากนัก คนไทยยังชอบทานผลไม้หรือขนมหวานหลังอาหารอีกด้วย ซึ่งขนมไทยมีเอกลักษณ์ และมีหลากหลายกว่า 200 ชนิด

引用资料

ข้อมูลอ้างอิง

高彦德, 李志雄. (2009). 《实用汉泰翻译教程》, 北京: 北京语言大学出版社.

ว่าที่ ร.ต.ดร. เกรียงไกร กองแสง

พระพรหมสี่หน้า
ที่โรงแรมเอราวัณ

爱侣湾大酒店的
四面佛

พระพรหมสี่หน้าที่โรงแรมเอราวัณ

ในระยะ 30 ปีมานี้ เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยมีการพัฒนาในทุกๆ ด้าน ความเชื่อทางศาสนาบางอย่างของไทยก็ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ การนมัสการพระพรหมสี่หน้าได้กลายเป็นรายการสำคัญของนักท่องเที่ยวฮ่องกงและไต้หวันจำนวนมาก ยังมีนักท่องเที่ยวบางส่วนถึงกับเดินทางมาประเทศไทยเพื่อจะมานมัสการพระพรหมสี่หน้า

พระพรหมสี่หน้านั้น แท้จริงแล้วไม่ได้เป็นพระในศาสนาพุทธ แต่เป็นพระเจ้าผู้สร้างโลกของศาสนาพราหมณ์ จากการคำนวณของศาสตร์แห่งศาสนาพราหมณ์นั้น นับตั้งแต่ที่เทพเจ้าสร้างโลกเป็นต้นมา โลกนี้มีอายุทั้งหมดยาวนานถึง 1,555,286 ร้อยล้านปี

เทพเจ้าของศาสนาพราหมณ์เรียกว่าพระพรหม พระปรมาตมน์เป็นพระเจ้าสูงสุด ไม่มีรูปและไม่มีตัวตน ครั้นเมื่อพระปรมาตมน์มีความประสงค์จะสร้างโลก ก็ทรงแบ่งภาคเป็น 3 ภาคคือ พระพรหม พระวิษณุ และพระศิวะ เมื่อพระปรมาตมน์ได้ทรงแบ่งภาคออกเป็น 3 ภาคในเวลาเดียวกัน พระแม่อาหิศักดิ์ก็ทรงแบ่งภาคออกเป็น 3 องค์คือ มหาสุรัสวดี महाลักษมี และมหากาลีหรือพระแม่อุมาเทวี และได้เกี่ยวดองเป็นวงศ์เทวากับเทพเจ้า 3 องค์ดังกล่าว ทำให้เกิดบุรุษเพศและสตรีเพศ สรรพสิ่งจึงก่อเกิดขึ้นตามลำดับตลอดมา

สำหรับพระพรหมสี่หน้า เป็นองค์หนึ่งในเทพเจ้า 3 องค์ เป็นพระเจ้าผู้สร้างโลกของศาสนาพราหมณ์แท้ที่จริงแล้วควรเรียกว่า “ท้าวมหาพรหม” แต่คนจีนต่างนิยมเรียกว่าพระพรหมสี่หน้า ซึ่งจะว่าไปแล้วคงไม่มีใครได้เห็นพระพักตร์จริงของพระพรหม ดังนั้นภาพลักษณ์ของเทพเจ้าคงปรากฏขึ้นตามจินตนาการของมนุษย์หรือตามจินตนาการของศิลปินและผู้ปั้นรูปเทพเจ้า

การสร้างรูปพระพรหมออกเป็นสี่หน้านั้นก็เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของพรหมวิหาร 4 คือ เมตตา กรุณา มุทิตา และอุเบกขา อันเป็นคุณสมบัติที่มีในบรรดาพรหมทั้งหลาย ต่อมาศาสนาพุทธก็สรรเสริญบุญจาก

การบำเพ็ญพรต 4 เชื่อว่าผู้ที่บำเพ็ญพรต 4 ได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์แล้ว จะได้ไปเกิดในภพ
สวรรค์

引用资料
ข้อมูลอ้างอิง

ก่อกัดดี ธรรมเจริญกิจ. (2549). นำเที่ยวเมืองไทย-กรุงเทพฯ. กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
พรพวรรณ จันทโรนานนท์, รศ. (ไม่มีปีที่พิมพ์). ภาษาจีนสำหรับมัคคุเทศก์. คณะมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สัปดาห์ที่ 6

ธุรกิจอัญมณีของไทย

泰国宝石业

ธุรกิจอัญมณีของไทย

อุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในตลาดโลกมานาน และเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมส่งออกที่สามารถสร้างเม็ดเงินให้กับประเทศเป็นอันดับต้นๆเลยก็ว่าได้ และเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่ก่อให้เกิดการจ้างงานในอัตราสูงเนื่องจากในธุรกิจนี้จำเป็นต้องใช้แรงงานที่มีฝีมือและมีความละเอียดสูงในการผลิต

การออกแบบมีความสำคัญกับธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเรียนรู้และให้ความสำคัญ เนื่องจากการออกแบบและการเลือกวัตถุดิบให้เข้ากับรูปแบบที่ได้นั้นสามารถสร้างมูลค่าให้กับสินค้าประเภทนี้ได้อย่างประเสริฐค่ามิได้ การออกแบบที่ดีมีสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงคือ ความสวยงามทางศิลปะ ความเรียบง่ายของสินค้าที่ต้องมีความสมบูรณ์แบบในตัวเอง มีความคิด สร้างสรรค์ในการออกแบบ และการเลือกใช้วัตถุดิบให้เหมาะสมกับชิ้นงาน เทคนิคการผลิตที่มีเอกลักษณ์และไม่ผลิตชิ้นงานซ้ำกับของเดิมหรือของใคร และที่ขาดไม่ได้คือจะต้องคงลักษณะเด่นของวัตถุดิบนั้นๆ ไว้ให้ได้มากที่สุด เพราะแต่ละวัสดุที่ใช้จะมีความโดดเด่นในตัวเอง ในวงการธุรกิจนี้ การพัฒนาและการออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับจึงจำเป็นต้องมีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา

การสร้างเรื่องราวผ่านการออกแบบก็เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้สินค้ามีความน่าสนใจมากขึ้น เช่น การตั้งชื่อ collection ของชิ้นงานให้มีความหมายเพื่อบอกที่มาที่ไปของแรงบันดาลใจผ่านชิ้นงาน จะทำให้อัญมณีหรือเครื่องประดับนั้นๆ มีความน่าสนใจและดึงดูดใจผู้บริโภคได้ โดยเน้นไปที่การบอกเล่าเรื่องราวแรงบันดาลใจของผู้ออกแบบไปสู่ผู้ค้าและถ่ายทอดไปยังผู้บริโภคได้ เช่น ออกแบบอัญมณีหรือเครื่องประดับจากตำนานลึกลับ เป็นการผสมผสานความเชื่อผ่านการบอกเล่าที่มาของเครื่องประดับนั้นๆ ให้มีความโดดเด่นแตกต่างจากสินค้าชนิดอื่นๆ ที่มีอยู่ทั่วไปเพื่อยกระดับและเพิ่มมูลค่าของสินค้าด้วยวิธีง่ายๆ

แนวโน้มในการเติบโตของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับของไทยยังมีขีดความสามารถในการเติบโตได้ดีและต่อเนื่อง นอกจากตลาดการส่งออกแล้ว การขยายตลาดภายในประเทศก็ยังคงเป็นสิ่งจำเป็น

โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าคนรุ่นใหม่ ควรมีการส่งเสริมบุคลากรตลอดจนเทคโนโลยีในการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ให้มีมาตรฐานเทียบเท่าสากล พร้อมทั้งส่งเสริมให้มีการลงทุนทางด้านการวิจัยเพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคว่ามีแนวโน้มและความชอบเครื่องประดับแบบใด การพัฒนาความสามารถในการตลาดผ่านสื่อออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มให้มากขึ้น ตลอดจนการพัฒนาทักษะแรงงานฝีมือไทยในการออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการในตลาด

ดังนั้น การพัฒนาธุรกิจนี้จะต้องอาศัยความร่วมมือจากทั้งภาครัฐ เช่น การจัดงานแสดงสินค้าเพื่อเป็นจุดศูนย์กลางการพบเจอระหว่างผู้ค้าและลูกค้า ความร่วมมือจากทางภาคเอกชน เช่น การจัดประกวดออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับเป็นประจำปี เป็นการเตรียมตัวรับมือกับความเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจให้ทัน่วงที เพื่อให้ธุรกิจนี้ยังคงอยู่และมีศักยภาพในการแข่งขันในการเป็นผู้นำต่อไป

引用资料

ข้อมูลอ้างอิง

เกรียงไกร กองแสง, ว่าที่ ร.ต. (2560). ภาษาจีนธุรกิจ. กรุงเทพฯ : ก๊อบปี้แคทท์.

ว่าที่ ร.ต.ดร. เกรียงไกร กองแสง

สัปดาห์ที่ 7

ธุรกิจโลจิสติกส์

物流业

ธุรกิจโลจิสติกส์

โลจิสติกส์เป็นการจัดการเกี่ยวกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทุกๆ ด้านทั้งสินค้าและบริการ เพื่อให้การดำเนินงานกิจการต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด กระบวนการต่างๆ ของโลจิสติกส์จะเน้นที่การปฏิสัมพันธ์ในแบบที่เป็นองค์รวมหรือบูรณาการ หมายถึง กระบวนการในการจัดการให้วัตถุดิบ สินค้าและบริการเคลื่อนย้ายจากต้นทางไปยังผู้บริโภคปลายทางได้ทันเวลาและมีประสิทธิภาพ โดยที่โลจิสติกส์จะมีความหมายเน้นไปในกระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้า ซึ่งมีความหมายรวมไปถึงการขนส่งสินค้า การเก็บรักษาสินค้าและการกระจายสินค้า กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อและกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการคาดคะเนของตลาด

เป้าหมายที่สำคัญของโลจิสติกส์ คือความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า การไหลลื่นของสินค้า การไหลลื่นของข้อมูลข่าวสาร การสร้างมูลค่าเพิ่มในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของตลาด การลดต้นทุนในส่วนที่เกี่ยวกับการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าและการดูแลและขนส่งสินค้า การเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพของการแข่งขัน

กิจกรรมของโลจิสติกส์ประกอบด้วย การขนส่งและการเคลื่อนย้ายสินค้ารวมทั้งที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ ตัวแทนการบริหารการจัดส่งและขนส่งทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ กระบวนการ Clearing สินค้าและพิธีการทางศุลกากร การบริหารจัดการคลังสินค้าภายในและงานที่เกี่ยวข้องกับ Flow ของสินค้า แรงงานและให้บริการอุปกรณ์เครื่องมือที่จำเป็นในการเก็บรักษาสินค้า การบริการคลังสินค้าสาธารณะและการกระจายสินค้า การบริหารท่าเรือ การจัดการสถานที่บรรจุสินค้า การจัดการสถานีขนส่ง ICD การได้สัมปทานที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมูลค่าเพิ่มทางการตลาดให้กับลูกค้า ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด การเป็นตัวแทนในการจัดจำหน่าย การกำหนดความต้องการของตลาดและจัดการคำสั่งซื้อ การให้ข้อมูลเพื่อคาดคะเนและพยากรณ์การขาย การแบ่งบรรจุสินค้าและ Packaging การจัดเรียงสินค้าในห้างสรรพสินค้า ฯลฯ การประสานงานกับฝ่ายผลิตเพื่อประโยชน์ในการจัดการระบบโลจิสติกส์ของ

กระบวนการผลิตสินค้าหรืองานสนับสนุนการผลิตอื่นๆ เช่น การป้องกันอุบัติเหตุ การบริการงานเกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพสินค้าหรือ QC ฯลฯ การจัดการข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ

ทั้งๆ ที่ธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่น่าลงทุน แต่ในทางปฏิบัติจริงๆ แล้วเป็นธุรกิจที่เรียกว่าเกือบผูกขาดเหมือนกัน เนื่องจากกลุ่มเจ้าของธุรกิจเหล่านี้จะรวมตัวกัน และพยายามกีดกันนักลงทุนใหม่ๆ ไม่ให้เข้ามามีส่วนร่วม การตลาดจากส่วนนี้ แต่ถ้ามองระบบใหญ่แล้วก็เป็นไปได้ที่จะเกิดนักลงทุนหน้าใหม่ๆ เมื่อมีการเปิดพรมแดนกันแล้ว สำหรับประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ไทยเองก็มีข้อดีที่อีกหลายประเทศไม่สามารถจะเข้ามาเป็นคู่แข่งได้ก็คือในเรื่องระบบคมนาคมทางถนน เพราะด้วยภูมิรัฐศาสตร์ที่ตั้งของไทยอยู่ตรงกลางของภูมิภาคที่เป็นแผ่นดินใหญ่ของอาเซียนซึ่งประกอบด้วยพม่า ไทย ลาว เวียดนาม กัมพูชา มาเลเซีย และสิงคโปร์ โดยที่การขนส่งสินค้าทางถนนของภูมิภาคล้วนจะต้องผ่านประเทศไทยทั้งสิ้น จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ไทยเองควรตระหนักและพัฒนาศักยภาพในด้านของโลจิสติกส์อย่างจริงจัง

引用资料

ข้อมูลอ้างอิง

เกรียงไกร กองแสง, ว่าที่ ร.ต. (2560). ภาษาจีนธุรกิจ. กรุงเทพฯ : ก๊อบปี้แคทท์.

สัปดาห์ที่ 8

ธุรกิจออนไลน์

电子商务

ธุรกิจออนไลน์

ธุรกิจออนไลน์คือการขายสินบนเว็บไซต์โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นการผลิต การกระจายสินค้า การโฆษณา โปรโมท การบริการต่าง ๆ โดยใช้อินเทอร์เน็ต

การเริ่มต้นธุรกิจนี้ สิ่งสำคัญที่ผู้ต้องการทำธุรกิจออนไลน์ควรตระหนักคือ

1. จะขายอะไร ต้องตอบโจทย์ตัวเองให้ได้ก่อนว่าอยากขายสินค้าอะไร ควรแยกประเภทให้ชัดเจน เมื่อเราได้ประเภทสินค้าที่เราต้องการจะขายได้แล้ว อันดับต่อมาต้องหาแหล่งขายส่ง ผู้ผลิตหรือโรงงานผลิตว่าอยู่ที่ไหน เดินทางไกลไหม เมื่อต้องซื้อสินค้าจำนวนมากจะขนส่งสินค้ากลับมาอย่างไร มีรถเองหรือต้องใช้รถประจำทาง ทั้งนี้ เพื่อจะได้คำนวณเวลาในการเดินทางและปริมาณสินค้าที่ต้องซื้อ หากระยะทางไกลต้องคำนวณค่าเดินทางและระยะเวลาดี ๆ จะได้ไม่เสียเวลาในการเดินทางและคำนวณต้นทุนได้ง่ายมากขึ้น

2. เลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของเราคือใคร เช่น ผู้หญิง วัยรุ่น นักศึกษา ผู้หญิงวัยทำงาน ซึ่งเสื้อผ้าแฟชั่นก็จะแบ่งย่อยๆ ไปอีกตามกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในเรื่องของแบรนด์สินค้า ความประณีตการตัดเย็บ รวมถึงราคา เมื่อเรารู้แล้วว่ากลุ่มเป้าหมายของเราเป็นใคร จะช่วยให้เราวางแผนการตลาดเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายและชัดเจนมากขึ้น

3. เลือกวิธีจัดส่งสินค้า ปัจจุบันการขนส่งสินค้ามีช่องทางให้เลือกมากขึ้นทั้งของรัฐ เช่นไปรษณีย์ไทย มีทั้งแบบ EMS สำหรับส่งด่วน แบบลงทะเบียน และแบบธรรมดา นอกจากนี้ ยังมีบริการขนส่งของเอกชนที่มีทั้งบริการ door to door service ที่มีข้อดีคือบริการรับส่งถึงบ้าน นอกจากนี้ ยังมีบริการขนส่งผ่านรถตู้ประจำทาง รถทัวร์ วิธีนี้เหมาะสำหรับสินค้าที่มีน้ำหนักเยอะหรือมีขนาดใหญ่ เป็นต้น ซึ่งเราสามารถกำหนดเองได้ว่าสินค้าที่เราจะขายเหมาะสำหรับการขนส่งแบบไหน ราคาค่าขนส่งประมาณเท่าไร

4. วิธีชำระเงิน มีทั้งในแบบชำระโดยการโอนผ่านบัญชีธนาคาร ควรเปิดบัญชีธนาคารหลายธนาคารเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้าในการหลีกเลี่ยงค่าธรรมเนียมในการโอนข้ามธนาคาร และอีกวิธีหนึ่งคือการให้ลูกค้าชำระผ่านบัตรเครดิต เป็นต้น ทั้งนี้ทั้งนั้น ผู้ขายควรมีอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งสำหรับการเช็คยอดชำระค่าสินค้าเมื่อเวลาลูกค้าโอนเงินจะได้ทราบยอดและบริการจัดส่งสินค้าได้ทันตามเวลาที่กำหนด ซึ่งจะสามารถตรวจสอบยอดทันต่อเวลา เป็นการสร้างความไว้วางใจระหว่างลูกค้าและผู้ขายได้เป็นอย่างดี

5. การตลาดออนไลน์ การทำการตลาดออนไลน์นั้นก็ไม่ยาก ไม่ว่าจะเป็นการลงโฆษณาผ่านเว็บไซต์เสิร์ชเอนจิน ผ่านโซเชียลมีเดีย ซึ่งสามารถเลือกแพ็คเกจโฆษณาตามกลุ่มเป้าหมายและงบประมาณที่เราต้องการได้ หรือการทำการตลาดผ่านแฟนเพจในเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม หรือไลน์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าและสามารถโปรโมทสินค้าได้อีกด้วย ทั้งนี้ การทำธุรกิจออนไลน์สิ่งที่จำเป็นคือการโปรโมทเว็บไซต์ของเราให้เป็นที่รู้จักสนใจ ต้องมีการปรับปรุงเว็บไซต์ให้มีความหลากหลาย แปลกใหม่และน่าสนใจมากขึ้น ทั้งนี้ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับลูกค้า เป็นการพัฒนาจากสิ่งต่างๆรอบตัวไปจนสามารถพัฒนาเป็นธุรกิจที่มั่นคงได้ในอนาคต

引用资料

ข้อมูลอ้างอิง

เกรียงไกร กองแสง, ว่าที่ ร.ต. (2560). ภาษาจีนธุรกิจ. กรุงเทพฯ : ก๊อบปี้แคทท์.

ทิศทางใหม่ของ
ความสัมพันธ์ไทยจีน

(1)

泰中关系新方向 (1)

ทิศทางใหม่ของความสัมพันธ์ไทย-จีน (1)

ในช่วงระยะเวลาที่ยาวนานมานี้ กองทัพของประเทศไทยได้รักษาความสัมพันธ์อันดีและไปมาหาสู่กับประเทศจีนมาโดยตลอด แต่เมื่อรัฐบาลทหารขึ้นปกครองประเทศ ก็ได้ประกาศระงับสัญญาและข้อตกลงที่รัฐบาลไทยชุดที่แล้วลงนามไว้กับประเทศจีนและจะตรวจสอบใหม่อีกครั้ง ทั้งนี้เนื่องมาจากต้องการสะสางเรื่องราวที่เกิดขึ้นสมัยรัฐบาลนางสาว ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร เหตุการณ์นี้ทำให้รัฐบาลปักกิ่งแสดงท่าทีตอบกลับแบบไม่ธรรมดา กล่าวคือ รัฐบาลปักกิ่งได้เชิญนายทักษิณ ชินวัตรและนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตรเดินทางไปเยือนกรุงปักกิ่งโดยได้รับการต้อนรับในระดับสูง เพื่อส่งสัญญาณเตือนให้กับรัฐบาลทหารของไทย หลังจากนั้นรัฐบาลทหารของไทยดูเหมือนว่าจะรู้สึกถึงความผิดปกติของปัญหานี้ จึงรีบชี้แจงแก่รัฐบาลปักกิ่งโดยเร่งด่วน และเมื่อผู้นำระดับสูงของทั้งสองประเทศได้เดินทางไปเยือนและมีการเยือนตอบบ่อยครั้งขึ้น ทั้งสองฝ่ายจึงเกิดความเข้าใจและเข้าใจต่อกัน ปัจจุบันนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีนยังคงพัฒนาอย่างรวดเร็วต่อไป

ด้านความร่วมมือเชิงยุทธศาสตร์

ประเทศไทยได้แสดงบทบาทเชิงยุทธศาสตร์อันสำคัญยิ่งในกรอบของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศจีนกับอาเซียน ทั้งไทย คัมพูชา ยังคงแสดงจุดยืนที่เป็นประโยชน์ต่อจีนในกรณีปัญหาทะเลจีนใต้ แม้ว่าในด้านหนึ่งประเทศไทยจะยังรักษา “ความสัมพันธ์แบบพันธมิตรดั้งเดิม” กับสหรัฐฯ แต่อีกด้านหนึ่งประเทศไทยก็ยังมีความร่วมมือเชิงยุทธศาสตร์อย่างแนบแน่นกับประเทศจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังจากที่รัฐบาลทหารขึ้นปกครองประเทศ แนวโน้มความร่วมมือเชิงยุทธศาสตร์ระหว่างสองประเทศก็มีความชัดเจนยิ่งขึ้น ในเดือนกุมภาพันธ์ปีนี้ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหมของจีนได้เดินทางมาเยือนประเทศไทย ทั้งสองประเทศได้บรรลุข้อตกลงร่วมกันหลายด้าน ในด้านความร่วมมือการป้องกันประเทศ ประเทศจีนจะช่วยเหลือประเทศไทยด้านอุตสาหกรรมการป้องกันประเทศ โดยเฉพาะด้านเทคนิคการทหาร ประเทศจีนยังเต็มใจให้การสนับสนุนด้านอาวุธยุทโธปกรณ์แก่ประเทศไทยอีกด้วย เช่น รถถัง เรือดำน้ำ ประเทศไทยหวัง

ว่าประเทศจีนจะช่วยสนับสนุนโครงการวิจัยและพัฒนา รวมถึงการศึกษาด้านการทหาร นอกจากนี้ ทั้งไทยและจีนยังบรรลุข้อตกลงเรื่องการซ่อมรถร่วมกันของกองทัพทั้งสองประเทศอีกด้วย ในเดือนกุมภาพันธ์ปีนี้ กองทัพอากาศไทยได้ต้อนรับคำเชิญเข้าร่วมการซ่อมรถ “คอปรัวโกลด์” ซึ่งเป็นการซ่อมรถระหว่างไทยกับสหรัฐฯ ที่มีนายพันมิตรเหตุการณ์นี้ถือเป็นการลดความสำคัญของพันธมิตรไทยกับสหรัฐฯ เป็นนัยๆ

引用资料 ข้อมูลอ้างอิง

ศูนย์วิจัยจีนศึกษา. (2559). **จูลสารจีนศึกษา**. วิทยาลัยนานาชาติ ปรีดีพนมยงค์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ฉบับที่ 18 เดือนสิงหาคม.

ทิศทางใหม่ของ
ความสัมพันธ์ไทยจีน

(2)

泰中关系新方向 (2)

ทิศทางใหม่ของความสัมพันธ์ไทย-จีน (2)

ด้านความร่วมมือเชิงเศรษฐกิจ

ประเทศไทยกับประเทศจีนมีความสัมพันธ์แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น ปัจจุบันนี้ ประเทศจีนเป็นตลาดส่งออกที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทย และยังเป็นประเทศหลักๆ ที่ป้อนนักท่องเที่ยวให้ประเทศไทย ทั้งสองประเทศพยายามจะทำให้มูลค่าการค้าระหว่างกันสูงมากถึง 1 แสนล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2015 นี้

การปรับยุทธศาสตร์การต่างประเทศที่มีต่อประเทศเพื่อนบ้านครั้งใหญ่นี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดตั้งกองทุนเส้นทางสายไหมทางทะเลและธนาคารเพื่อการลงทุนสาธารณูปโภคพื้นฐานแห่งเอเชียสอดคล้องกับความต้องการของแผนพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐาน 8 ปีของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชาพอดี รัฐบาลไทยจึงรีบคว้าโอกาสนี้ไว้เพื่อพยายามหาวิธีเพิ่มความร่วมมือกับรัฐบาลจีน ประเทศไทยได้เข้าร่วมธนาคารเพื่อการลงทุนสาธารณูปโภคพื้นฐานแห่งเอเชียอย่างกระตือรือร้น และชื่นชมประเทศจีนที่ได้ก่อตั้งกองทุนเส้นทางสายไหมทางทะเลขึ้นมา พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชากล่าวว่า ประเทศไทยกำลังเสาะหาเส้นทางพัฒนาประชาธิปไตยที่เหมาะสมกับสภาพของประเทศตนเองอยู่ หวังว่าจะได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับจีนเพื่อนำไปปรับใช้ และจะเพิ่มความร่วมมือกับจีนให้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยจะใช้ประโยชน์จากแนวคิดเศรษฐกิจเส้นทางสายไหมและเส้นทางสายไหมทางทะเลคริสต์ศตวรรษที่ 21 มากระตุ้นความร่วมมือด้านเกษตรกรรมและทางรถไฟ กระชับการติดต่อเชื่อมโยงถึงกันในภูมิภาค เพิ่มการส่งออกสินค้าเกษตรของไทยไปยังจีน ส่งเสริมติดต่อไปมาหาสู่กันในระดับประชาชน และพัฒนาอบรมผู้มีความสามารถเฉพาะทาง ปัจจุบันนี้ รัฐบาลไทยได้ดำเนินการตามแผนของกระทรวงคมนาคมที่ว่า รัฐบาลจีนจะร่วมลงทุนสร้างทางรถไฟรางคู่มาตรฐานระยะทาง 867 กิโลเมตร ตามความร่วมมือของรัฐบาลไทยและรัฐบาลจีน ระหว่างที่ประชุมกับนายกรัฐมนตรีจีนหลี่เค่อเฉียง พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชากล่าวว่า ประเทศไทยจะยึดมั่นในการยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างสองประเทศ ทหารไทยยินดีร่วมมือกับทางการจีนในการปฏิบัติตามข้อตกลงความร่วมมือด้านทางรถไฟและการค้าสินค้าเกษตร เป็นต้น

นอกจากนั้น ยังจะกระชับความร่วมมือกับจีนด้านเศรษฐกิจการค้า การเงิน การลงทุน สังคมและวัฒนธรรม เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชนของทั้งสองประเทศ ประเทศไทยยินดีต้อนรับนักลงทุนจีนมาลงทุนและเปิดโรงงานในไทย

ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า ประเทศไทยจะขยายการก่อสร้างสาธารณูปโภคด้านการขนส่งทางบกและทางน้ำอีกจำนวนมาก ประเทศจีนก็มีศักยภาพสูงในการร่วมมือพัฒนากิจการด้านนี้กับประเทศไทย ประเทศจีนนอกจากจะสนับสนุนประเทศไทยโดยการให้ธนาคารเพื่อการลงทุนสาธารณูปโภคพื้นฐานแห่งเอเชียและกองทุนเส้นทางสายไหมทางทะเลซึ่งกล่าวไว้ข้างต้นแล้ว ประเทศจีนยังมีความพร้อมด้านประสบการณ์เทคนิค และความสามารถในการออกแบบ การรับเหมาก่อสร้าง และวัสดุอุปกรณ์อีกด้วย เช่น บริษัทจางเซอประเทศจีน (CRRC Corporation Limited) และ บริษัทวิศวกรรมเครื่องจักรกลสวี่โจว (XCMG) สามารถเป็นหุ้นส่วนความร่วมมือกับประเทศไทยได้ นายกรัฐมนตรีจีนหลี่ เค่อเฉียงได้เสนอแนวคิดการยกระดับเขตการค้าเสรีจีน-อาเซียนเพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดเส้นทางสายไหมทางทะเล แนวคิดนี้ได้รับการตอบรับจากฝ่ายไทยเป็นอย่างดี

引用资料

ข้อมูลอ้างอิง

ศูนย์วิจัยจีนศึกษา. (2559). **จูลสารจีนศึกษา**. วิทยาลัยนานาชาติ ปรีดีพนมยงค์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ฉบับที่ 18 เดือนสิงหาคม.

การโฆษณาสินค้า

商品广告

การโฆษณาสินค้า

การโฆษณาสินค้านั้นถึงแม้ว่าจะเป็นสิ่งที่ทุกคนรู้จักกันดี แต่ถ้าถามว่าการโฆษณาคืออะไรหลายๆคนคงให้ความหมายและคำตอบที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และความรู้ความเข้าใจของแต่ละคน อย่างไรก็ตามการโฆษณาก็มีความสำคัญต่อองค์กร สถาบัน ทั้งภาครัฐและธุรกิจทั้งหลาย ที่จะใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง

จากความหมายของการโฆษณาซึ่งหลากหลายตามความคิดก็สรุปความหมายและลักษณะของการโฆษณาได้คร่าวๆว่า การโฆษณาเป็นการสื่อสารโดยการจงใจที่ต้องอาศัยสื่อเป็นช่องทาง เพื่อให้กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายคล้อยตามและมีความต้องการสินค้านั้นๆ และในที่สุดก็ตัดสินใจซื้อสินค้า โดยในปัจจุบันลักษณะของการสื่อสารด้านการโฆษณานั้นไม่จำเป็นจะต้องเป็นการสื่อสารที่เป็นคนต่อคนปากต่อปากเท่านั้น แต่ยังสามารถครอบคลุมถึงการสื่อสารที่ใช้ช่องทางต่างๆ ที่สามารถส่งข่าวไปถึงผู้รับสารได้ ส่วนวิธีการต่างๆที่ใช้ในการโฆษณานั้นก็ใช้สื่อเป็นแหล่งในการนำข่าวสารต่างๆไปยังผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเพื่อหวังผลด้านยอดขาย และในการดำเนินงานนั้นก็ใช้การประชาสัมพันธ์ที่ต่ออาศัยวิธีการกระบวนการต่างๆเข้ามาเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ การดำเนินงานอาจจะไม่เป็นการใช้โดยตรงวิธีใดวิธีหนึ่งหรืออาจใช้วิธีการหลายๆอย่างรวมกัน ดังนั้นการโฆษณาก็คือการเผยแพร่สื่อสารเพื่อชักจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจซื้อสินค้าโดยง่ายนั่นเองและวัตถุประสงค์ของการโฆษณาส่งสำคัญเลยก็คือการกำหนดวัตถุประสงค์ของการโฆษณา ซึ่งก่อนที่จะกำหนดว่าวัตถุประสงค์ของการโฆษณาคืออะไรนั้นนักการโฆษณาต้องทำการศึกษาวัตถุประสงค์ทางการตลาด และวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสาร เพื่อให้วัตถุประสงค์ทั้งสามประเภทนี้มีความสอดคล้องกัน และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้เพราะการโฆษณาคือการเครื่องมือประเภทหนึ่งทางการตลาดที่ช่วยผลักดันให้เป้าหมายทางการตลาดประสบความสำเร็จ แต่โดนทั่วไปแล้ววัตถุประสงค์ทางการตลาดมักถูกกำหนดไว้ในแผนการตลาดอย่างชัดเจนแล้วทางบริษัทต้องการอะไรทั้งนี้วัตถุประสงค์ของการโฆษณาในแบบต่างๆก็ต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการตลาดด้วยเช่นกัน

ด้านองค์ประกอบของการโฆษณาจะเห็นได้ว่าการโฆษณานั้นประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ผู้โฆษณาซึ่งเป็นเจ้าของสินค้า บริการ เนื้อหาข่าวสารของงานโฆษณาที่มักจัดทำเป็นรูปแบบของชิ้นงานโฆษณา สื่อโฆษณา และสุดท้ายก็คือผู้บริโภคที่เป็นผู้รับสารนั่นเอง โดยองค์ประกอบต่างๆเหล่านี้ถ้าต้องการให้เห็นภาพที่ชัดเจนยิ่งขึ้น สามารถใช้องค์ประกอบการสื่อสารเป็นหลักในการสื่อสารเป็นหลักในการศึกษาถึงองค์ประกอบของการโฆษณา ซึ่งจะให้เห็นภาพรวมอย่างกว้างๆและมีความชัดเจน และองค์ประกอบของการโฆษณาจะเรียงตามลำดับดังนี้ ผู้โฆษณา(Advertiser) > ชิ้นงานโฆษณา(Advertisement) > สื่อโฆษณา(Media) > กลุ่มเป้าหมาย(Consumer) การโฆษณามีหลายประเภทและแต่ละประเภทก็มีหลายวิธี โฆษณาเป็นศิลปะอย่างหนึ่ง ที่ทำให้สินค้าบริการนั้นๆดูดีหรือดูแย่ น่าเชื่อถือหรือไม่น่าไว้วางใจ อยากจะลองหรือไม่อยากจะทำใจ ความรู้สึกนั้นเกิดขึ้นได้ทั้งที่ไม่ได้ลองใช้ของเลย

ด้วยซ้ำ เพราะฉะนั้นก่อนที่จะเลือกทำโฆษณาเราควรจะต้องไตร่ตรองให้ถ้วนถี่ ในการเลือกประเภทของการโฆษณาและสิ่งที่ต้องการจะสื่อออกไปเหมาะสมกับสินค้าบริการของเราแล้วหรือยัง

โฆษณานั้นมีประวัติความเป็นมาที่ยาวนานถึงแม้ว่าทั้งการโฆษณาจะเป็นลักษณะของการสื่อสาร แต่โดยลักษณะและเป้าหมายแล้วล้วนแตกต่างกันโดยในยุคแรกๆนั้น การโฆษณามีรูปแบบที่ง่ายๆไม่ซับซ้อนอะไรมากมาย ลักษณะของการมุ่งส่งข่าวสารเกี่ยวกับค้าไปยังผู้บริโภค ซึ่งเป็นการโฆษณาประกาศแจ้งความเท่านั้น ส่วนสื่อที่ใช้ในการโฆษณาในยุคเริ่มแรกนั้นได้แก่ การใช้ผู้คนป่าวประกาศ การใช้ป้ายสัญลักษณ์หรือการใช้ป้ายกลางแจ้งต่อมาเมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีขึ้นมาใหม่ๆการโฆษณาก็ได้เริ่มมีพัฒนาการที่ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น มีการประดิษฐ์แท่นพิมพ์ขึ้นจึงทำให้การติดต่อสื่อสารมีความรวดเร็วยิ่งขึ้น เป็นลักษณะของการสื่อสารที่สามารถติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคได้ครั้งละจำนวนมากขึ้นอีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

พงศ์กิตติ์ ชาญธีรวัชร (2554). การตลาดเข้าใจง่ายใน 3 นาที. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ภิเชก ชัยนรินทร์ (ไม่มีปีที่พิมพ์). การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ. กรุงเทพฯ: บริษัท ธิงค์ บีคอนด์ บুক จำกัด
วงหทัย ดันชีวะวงศ์ (2554). การโฆษณาข้ามวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สัปดาห์ที่ 12

การสัมภาษณ์งาน

求职面试

การสัมภาษณ์งาน

หากกล่าวถึงการทำงานแล้วนั้น งานทุกอย่างล้วนแล้วแต่มีทักษะที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะของงาน แต่ก่อนที่นายจ้างจะรับเราเข้าทำงานนั้น จะต้องผ่านการสัมภาษณ์งานมาก่อนทั้งสิ้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการสัมภาษณ์งานนั้นถือเป็นทักษะอีกทักษะหนึ่งที่ผู้ที่กำลังมองหางานนั้นควรจะต้องศึกษาและเตรียมตัวไว้เพื่อเป็นการแสดงให้นายจ้างเห็นถึงศักยภาพที่ตัวเรามีและยังเป็นการเสริมสร้างความมั่นใจในตัวเองและพร้อมที่จะเผชิญหน้ากับสถานการณ์ตรงหน้าได้อย่างเต็มที่

ในบริษัทขนาดใหญ่หรือแม้แต่องค์กรขนาดเล็กนั้นจะประกอบไปด้วยหลายแผนกหรือหลายฝ่าย แต่ฝ่ายที่สำคัญที่เป็นหน้าหลักในการเลือกรับคนเข้าทำงานนั้นคงหนีไม่พ้นฝ่ายทรัพยากรจัดการมนุษย์หรือ Human Resources หรือบางอาจจะมีชื่อเรียกแตกต่างกันไป ฝ่ายทรัพยากรจัดการมนุษย์นั้นมีหน้าที่ที่สำคัญคือการคัดเลือกบุคคลเข้าทำงานร่วมกับองค์กร ถือว่าเป็นหน้าที่สำคัญที่สุดของบริษัทที่ทำได้ หากฝ่ายทรัพยากรจัดการมนุษย์คัดเลือกบุคคลที่ไม่มีคุณสมบัติที่ดีพอ อาจจะทำให้องค์กรหรือบริษัทเหล่านั้นเสียภาพลักษณ์ได้ ทั้งนี้นอกเหนือจากฝ่ายทรัพยากรบุคคลที่เป็นส่วนสำคัญแล้ว ผู้สมัครเองก็เป็นส่วนสำคัญเช่นกัน

การสัมภาษณ์งานนั้น ผู้สัมภาษณ์เองควรจะต้องเตรียมตัวให้พร้อมรับกับคำถามที่ผู้คัดสรรพนักงานจะสอบถามเรา ยิ่งผู้สัมภาษณ์มีทักษะการตอบคำถามที่ดีเท่าไรก็ยิ่งเป็นประโยชน์ต่อตัวผู้สมัครเอง ตามหลักแล้วบุคคลที่มาสัมภาษณ์เรามักจะมาจากพนักงานในองค์กรหรือบริษัทเอง โดยผู้สัมภาษณ์จะวัดทักษะในด้านต่างๆของเรา ทั้งทัศนคติต่อการทำงาน ไหวพริบ หรือแม้แต่อุปนิสัยในการทำงาน คำถามที่เหล่าบรรดาผู้ที่มาสัมภาษณ์งานจะพบเจอนั้นจะเป็นการสอบถามทั่วไป ยกตัวอย่าง การศึกษาหรือครอบครัว นอกจากนั้นแล้วบุคลิกของผู้ที่มาสัมภาษณ์นั้นก็เป็นส่วนสำคัญอีกหนึ่งอย่าง หากบุคลิกภาพของเราเหล่าผู้มาสัมภาษณ์ไม่ดีพอ ก็อาจจะทำให้ไม่ได้รับคัดเลือกก็เป็นได้ ในอีกทางหนึ่ง การยกตัวอย่างสถานการณ์เชิงสมมุติฐานก็เป็นสิ่งที่จะวัดถึงทัศนคติและการตัดสินใจของผู้เข้ารับการสัมภาษณ์ ดังนั้นผู้สัมภาษณ์มีการเตรียมตัวที่ดี ไม่วิตกกังวลเกินไป ก็ยังเป็นประโยชน์ของตัวผู้สมัครเอง

การสัมภาษณ์งานที่มีการเตรียมตัวมาก่อนนั้น ถือว่าเป็นประโยชน์สำหรับทั้งสองฝ่ายอย่างยิ่ง ยิ่งในปัจจุบันแล้ว อัตราการว่างของเด็กจบใหม่สูงขึ้น ก็ยิ่งเห็นได้ถึงอัตราการแข่งขันของผู้สมัครงานที่เพิ่มสูงขึ้น รวมไปถึงการแข่งขันทางธุรกิจของเหล่าองค์กรหรือบริษัทด้วย สิ่งที่สำคัญคือพนักงานในบริษัทล้วนเป็นสิ่งที่กำหนดให้ภาพลักษณ์บริษัทดำเนินไปในทิศทางที่ดีหรือแย่ได้ แน่แน่นอนว่าองค์กรหรือบริษัทห้างร้านจึงให้ความสำคัญกับการคัดเลือกบุคคลเข้าทำงานอย่างยิ่ง ผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์งานเองก็เป็นส่วนสำคัญ หากเรามีศักยภาพที่ดี มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร เชื่อได้ว่า เหล่าคณะกรรมการหรือฝ่ายทรัพยากรจัดการมนุษย์จะต้องตอบรับใบสมัครอย่างแน่นอน

อ้างอิง

Sasiwathoysang B., (2558), บทความสัมภาษณ์อย่างไรให้ได้คน, วารสารเอชอาร์เซ็นเตอร์ (HR Center)

ไตรรัตน์ โภคพลากรณ์, (2559), กระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, วารสาร HR Intelligence,

สถาบันทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ัชชวาล อรวงศ์สุภทัต, (2557), เตรียมความพร้อมสำหรับการสัมภาษณ์งาน, วารสารสำนักงาน สมาคม

ส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น)

วัฒนธรรมทางธุรกิจจีน

中国商务文化

วัฒนธรรมทางธุรกิจจีน

หากกล่าวถึงประเทศที่มีบทบาทสำคัญทางด้านธุรกิจแล้วนั้น ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ว่าประเทศจีนนั้นเป็นประเทศหนึ่งที่สำคัญต่อวงการธุรกิจในประเทศเราก็ดำเนินได้ เนื่องด้วยประเทศจีนเป็นประเทศที่มีประชากรสูงสุดในโลก มีประชาชนมากกว่า 1.3 พันล้านคน ทำให้ประเทศมหาอำนาจแห่งนี้กลายเป็นเป้าหมายที่สำคัญต่อนักลงทุนทั้งในไทยและต่างชาติ หากเปรียบเทียบมูลค่าการเติบโตทางธุรกิจของจีนแล้วโดยอ้างอิงจากศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในจีนจะเห็นได้ว่า ประเทศจีนมีความเจริญก้าวหน้าทางธุรกิจอัตราเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อปี นอกจากนี้ยังเป็นประเทศที่มีเขตเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับสองของโลกรองมาจากสหรัฐอเมริกา ซึ่งนั่นทำให้ประเทศจีนกลายเป็นที่จับตามองของนักธุรกิจทั่วโลก

วัฒนธรรมในการดำเนินธุรกิจกับกลุ่มประเทศจีนนั้นถือเป็นเรื่องสำคัญที่นักลงทุนหรือผู้ที่กำลังสนใจจะลงทุนในประเทศมหาอำนาจแห่งนี้ เนื่องด้วยประเทศจีนเป็นประเทศที่มีความเป็นชาตินิยมสูง มีความภูมิใจในประเทศสูง นอกจากนี้ยังมีวัฒนธรรมในแต่ละมณฑลที่หลากหลายซึ่งเรื่องเหล่านี้เป็นเรื่องที่นักลงทุนควรรีให้ความสนใจอย่างยิ่ง เพื่อให้การติดต่อกับนักธุรกิจชาวจีนเป็นไปอย่างราบรื่นนั้น การศึกษาทางด้านวัฒนธรรม ประเพณีหรือทำเนียบปฏิบัติที่แตกต่างกันนั้นเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่ง หากกล่าวถึงหลักการกลยุทธ์ที่สำคัญในการติดต่อทางธุรกิจกับประเทศจีนนั้น กลยุทธ์สำคัญที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ก็คือหลักการ “Guanxi” แนวคิดหลักการ Guanxi ถือเป็นเครื่องมือทางธุรกิจที่สืบต่อกันมาอย่างยาวนาน กล่าวคือเป็นการสร้างความสัมพันธ์ของนักลงทุนและเจ้าของธุรกิจในจีน กล่าวคือเป็นการสร้างมิตรภาพและสร้างสัมพันธ์อันดีระหว่างคู่ค้า ซึ่งเป็นจะเป็นตัวช่วยให้ดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่นหรือหากกล่าวง่าย ๆ ก็คือการสร้างความไว้วางใจให้กับทั้งสองฝ่ายนั่นเอง หลักการ Guanxi นั้นเป็นหลักการที่ได้รับอิทธิพลจากแนวคิดหลักความสัมพันธ์ทั้ง 5 ในคติของขงจื้อนั่นเอง นอกเหนือจากการเรียนรู้หลักการ Guanxi แล้ว วัฒนธรรมทางการติดต่อทางธุรกิจอย่างอื่นก็สำคัญไม่แพ้กัน หากกล่าวรวมๆ ก็คือมารยาทพื้นฐานในการติดต่อทางธุรกิจนั่นเอง โดยคนจีนส่วนใหญ่แล้วนิยมให้ความสำคัญกับผู้หลักผู้ใหญ่ก่อนเสมอ อีกหนึ่งอย่างที่สำคัญไม่แพ้กันคือชาวจีนนิยมในการแลกนามบัตรเป็นอย่างมาก เพราะถือเป็นการบงบอกสถานะหรือเปรียบเสมือนกับการจับมือทักทายกันนั่นเอง

จากที่กล่าวมาข้างต้นนั้นจะเห็นได้ว่า วัฒนธรรมในการติดต่อทางธุรกิจของชาวจีนนั้นมีความสำคัญอย่างมากที่นักลงทุนต้องให้ความสำคัญ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปได้อย่างราบรื่นและไร้อุปสรรค จากหลักการ Guanxi นั้นทำให้เราได้เห็นถึงการสานความสัมพันธ์ที่เป็นไปอย่างมิตรภาพ เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับทั้งสองฝ่ายอีกทั้งยังเป็นการสานมิตรภาพไปในตัวอีกด้วย หากนักลงทุนทั้งหลายให้ความสำคัญกับจุดนี้มากขึ้น เส้นทางการลงทุนของเหล่านักลงทุนทั้งหลายคงจะประสบความสำเร็จไปอย่างมากมาขิ้นเอง ทั้งนี้นักลงทุนเองก็ไม่ควรที่จะมองข้ามวัฒนธรรมอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวมาในข้างต้นด้วย ผู้เขียน

เชื่อว่านอกจากเป็นประโยชน์ต่อการลงทุนแล้วยังเป็นการกระชับความสัมพันธ์ทางธุรกิจของทั้งสองประเทศให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้นไปอีกด้วย

อ้างอิง

ไกรสินธุ์ วงศ์สุรไกร, (2557), บทความกลยุทธ์ธุรกิจไทย...สู่ตลาดจีน, OKMD Fast Forward Talk 2014 ,

สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้

สุพลรัช เตชะบุรณะ, (2555), บทความหนังสือ Ethnic Chinese Business in Asia: History, Culture and

Business Enterprise, วารสารมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

เทาดู และ ปิยะนุช ปรีชานนท์, (มิถุนายน 2557), บทความเครือข่าย Guanxi, ค่านิยม, และจริยธรรมทาง

ธุรกิจ: มุมมองในเชิงเครือข่ายธุรกิจ, วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์,

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์,

แบบฝึกทักษะการแปล ไทย-จีน

การท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรม

文化旅游

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ปฏิเสธไม่ได้เลยว่า ประเทศไทย กลายเป็นหนึ่งในประเทศที่ติดอันดับที่นักท่องเที่ยวนิยมเข้ามาท่องเที่ยวในปี 2559 จากการจัดอันดับของ Mastercards บริษัทบัตรเครดิตชั้นนำของโลกหรือ 2016 Mastercard Global Destinations Cities Index ซึ่งเป็นการวัดจากอัตราการจ่ายผ่านบัตรเครดิต Mastercard ของนักท่องเที่ยวนั่นเอง สิ่งที่ทำให้ประเทศไทยกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ติดอันดับหนึ่งนั้นเนื่องมาจากเป็นประเทศที่มีค่าครองชีพที่ไม่สูงมาก มีแหล่งศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ รวมไปถึงอาหารตามท้องถนน ยิ่งเป็นตัวกระตุ้นให้ประเทศไทยนั้นได้รับความนิยมเป็นอย่างยิ่ง

ประเทศไทยนั้นมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย ซึ่งต่างเป็นจุดสนใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น นอกจากจะมีลักษณะภูมิประเทศที่ดีแล้ว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็กลายเป็นสิ่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวไม่ควรพลาดเมื่อมาเยือนประเทศไทย หากกล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแล้ว ก็คือการท่องเที่ยวในอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นการให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านในแหล่งท่องเที่ยว หรือในอีกทางหนึ่งคือการเป็นเครื่องมือในการรักษาและสืบทอดวัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไปด้วย ซึ่งในประเทศไทย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น หน่วยงานทางภาครัฐและเอกชนต่างกำลังให้ความสนใจ เนื่องจากเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจให้ประเทศแล้วยังเป็นการนำรายได้สู่ชุมชนเพื่อต่อยอดในการกระตุ้นการท่องเที่ยวให้น่าสนใจยิ่งขึ้น ตามที่ได้กล่าวไปก่อนหน้านี้ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความพิเศษแตกต่างจากการท่องเที่ยวทั่วไปตรงที่ การท่องเที่ยวแบบดังกล่าวนี้จะเน้นที่การศึกษาและให้ความรู้ในพื้นที่ดังกล่าว จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างออกไป พร้อมทั้งได้เรียนรู้วัฒนธรรมในท้องถิ่น ใกล้ชิดกับวิถีชีวิตของชาวบ้านไปพร้อมๆกัน หากยกตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมนั้น อัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามถือเป็นตัวอย่างที่เห็นภาพได้ชัดเจนที่สุด มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การเดินเล่นเยี่ยมชมตลาดน้ำ กิจกรรมชมหิ่งห้อย หรือล่องเรือชมวิถีชีวิตพื้นเมืองของชาวอัมพวา เป็นการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามาเยี่ยมชมมากยิ่งขึ้น

นอกเหนือจากอัมพวาที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมแล้ว ยังมีสถานที่อื่นๆอีกไม่ว่าจะเป็นหมู่บ้านกำปอง อำเภอมะริม จังหวัดเชียงใหม่ หรือ จังหวัดทางภาคอีสานที่มีแหล่งวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์อย่างเช่นหนองคาย เป็นต้น นั้นยังแสดงให้เห็นถึงความสำคัญที่ทั้งทางภาครัฐและเอกชนต่างให้ความสนใจ เพื่อเป็นการยกระดับให้ท่องเที่ยวไทยมีสีสันและดึงดูดเม็ดเงินของเหล่านักลงทุนที่สนใจ เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้ก้าวกระโดดไปได้อย่างรวดเร็ว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดังกล่าวจะขาดส่วนที่สำคัญอย่างอื่น ที่เป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดการกระตุ้นการท่องเที่ยวก็คือชาวบ้านนั่นเอง หากบรรดาเหล่าชาวบ้านยังคงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านไว้ให้ลูกหลานได้สืบทอด การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็จะยังคงอยู่สืบต่อไปให้นักท่องเที่ยวรุ่นหลังๆ ได้เข้ามาสัมผัสและซึมซับวัฒนธรรมต่างถิ่น เกิดเป็นกลายเป็นสถานวัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไปได้อย่างยั่งยืน

อ้างอิง

กาญจนา แสงลี้มสุวรรณ, ศรีนยา แสงลี้มสุวรรณ, (2555), การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน,

วารสารนักรบริหาร ฉบับที่ 4 (Exclusive Journal), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ,

ศรียา วิริโยสุทธิกุล, ชีระ กุลสวัสดิ์, สกฤติ อีสริยานนท์, (2558), นโยบายและกลยุทธ์การพัฒนา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดหนองคาย, วารสารการเมือง การบริหารและ

กฎหมาย ฉบับที่ 3 ปีที่ 7, มหาวิทยาลัยบูรพา, 4508-3743-1-SM

ศลิษา ชีรานนท์, ประภาสิต โสภณจรัสกุล, (กรกฎาคม – ธันวาคม 2558), การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์:

ทางเลือก-ทางรอดของการท่องเที่ยวไทย, วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยปทุมธานี ฉบับที่ 2 ปีที่ 8,

มหาวิทยาลัยปทุมธานี

กาญจนา เหล่าโชคชัยกุล, (2557), กระบวนการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในตลาดเก่าและตลาด

นาเพื่อการท่องเที่ยว, วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ ฉบับที่ 2 ปีที่ 10, คณะการจัดการ

ท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 31357-69331-1-SM

ธุรกิจไทยในจีน

在中国的泰国企业

ธุรกิจไทยในจีน

นับตั้งแต่ที่จีนเปิดประเทศในปลายทศวรรษที่ 1970 เป็นต้นมา เศรษฐกิจจีนก็ได้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว จึงทำให้เริ่มมีนักลงทุนเข้าประเทศมากขึ้นคนไทยเองก็เป็นหนึ่งในนั้นที่เข้ามาลงทุนการค้ากับจีน ประเทศจีนมีความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว มีพลวัตสูงและเป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ (Economic Powerhouse) ของภูมิภาคและของโลกด้วยอัตราเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อปี และการพัฒนาประเทศแบบก้าวกระโดดกำลังเป็นที่จับตามองของทุกฝ่ายว่าการเติบโตนี้จะมุ่งไปในทิศทางใด

ปัจจุบันถนนทุกสายวิ่งสู่ประเทศจีนซึ่งมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับ 2 ของโลก รองลงมาจากสหรัฐฯและมีเงินทุนสำรองที่มากที่สุดในโลกโดยความสำเร็จนี้นำมาซึ่งความหวังกังวลและโอกาส โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุน ซึ่งจีนมีประชากรมากที่สุดในโลก นับเป็นตลาดการค้าใหญ่ของโลก ที่หลายประเทศต้องการทำการค้าด้วย นับตั้งแต่ที่จีนเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก หรือ WTO จีนก็ผ่อนคลายนโยบายการลงทุนมากขึ้น ทูมณฑลของจีนได้รับการพัฒนาในทุกด้านต่อเนื่องและเปิดรับการลงทุนของต่างชาติมากขึ้น โดยเฉพาะ ธุรกิจเกษตรกรรม พลังงาน โทรคมนาคมและ สามารถร่วมทุนในธุรกิจ การท่องเที่ยว ประกันภัย และธนาคาร ได้อีกด้วย นอกจากนี้การที่รัฐบาลจีนได้ส่งเสริมให้นักธุรกิจของจีนเองออกไปทำการค้าขาย ลงทุน หรือแม้แต่เดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศ เท่ากับว่าเป็นการเพิ่มโอกาสให้กับไทยมากยิ่งขึ้น ดังนั้นนักธุรกิจของไทยที่จะเข้าไปลงทุนหรือทำการค้ากับจีน จะต้องใช้กลยุทธ์ที่สำคัญคือ รู้เขารู้เรา ปรบร้อยครั้งก็ไม่แพ้ หมายถึง นักลงทุนควรศึกษาเรื่องราวต่างๆของจีนในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นประวัติศาสตร์ สังคม ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ก่อนที่จะตัดสินใจเข้าสู่ตลาดจีน และการค้าขายที่เป็นการนำสินค้าจากประเทศไทยเข้ามาขายในประเทศจีนก็เป็นอีกรูปแบบหนึ่งในการทำธุรกิจกับประเทศจีนและเป็นที่ยอมรับของนักธุรกิจต่างชาติอื่นๆ

เนื่องจากว่าไม่ต้องลงแรงมากมายเช่นการลงทุนสร้างโรงงานผลิตสินค้าหรือสร้างสำนักงานในประเทศจีน และได้ผลเร็ว โดยเฉพาะหากสามารถทำตลาดและจับกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม และจากการที่ละครไทยเข้ามาในประเทศจีนมากขึ้นในรอบหลายปีที่ผ่านมานี้ บวกกับในแต่ละปีมีชาวจีนเข้าไปเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นนับล้านคน ปัจจุบันจึงมีกระแส ความนิยมไทย ในประเทศจีนและกำลังอยู่ในช่วงขาขึ้น ประเทศจีนกับประเทศไทยมีข้อตกลงลดภาษีศุลกากร(Customs) ภายใตกรอบ การค้าเสรีอาเซียน-จีน แต่หากจะนำสินค้ามาขายในประเทศจีน ก็ต้องทำความรู้จักกับ ผู้มีสิทธิ์นำเข้า เสียก่อน ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทหลักๆดังนี้คือ 1. รัฐวิสาหกิจจีน(State-owned Company) 2. บริษัทเอกชน(Private Company) ปัจจุบันความสัมพันธ์ไทย-จีนนับวันยิ่งแน่นแฟ้นยิ่งขึ้น เพราะตั้งแต่มีการเริ่มเปิดสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างกันเมื่อ 30 ปีก่อนก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าหลังจากนั้นไม่เพียงแต่ภาครัฐที่เป็นจุดเชื่อมโยงประสานความสัมพันธ์ ไทย-จีนให้มากขึ้น แต่หลายภาคส่วนก็ได้ร่วมมือบทบาทสำคัญในการประสานสัมพันธ์กับจีนทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และมิติด้านความเชื่อมต่อทางด้านเชื้อชาติ ปัจจุบันหลายๆคนนอกจากประสบความสำเร็จในด้านธุรกิจจีนอย่างมากแล้วนั้นหลายคนก็ได้รับความชื่นชมจากคนไทยด้วยกันอย่างมาก ขณะที่หลายคนเป็นที่รู้จักกันดีในจีน และคนจีนให้การยอมรับ

การรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และกรอบการตกลงทางการค้าของแต่ละภูมิภาค รวมถึงเข้าไปลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งประเทศอยู่ระหว่างการพัฒนาและมีการเติบโตทางเศรษฐกิจ ถือเป็นเรื่องที่น่าสนใจของนักลงทุนไทย นอกจากจะช่วยแก้ไขข้อจำกัดทางธุรกิจทั้งในด้านการแข่งขันหรือ การขาดแคลนปัจจัยการผลิตแล้ว ยังเป็นการเปิดตลาดใหม่เพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขัน โอกาสที่จะ ประสบความสำเร็จในการเข้าไปลงทุนก็มีไม่น้อย นักธุรกิจควรมีการศึกษาข้อมูลจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้องจากภายในประเทศ และประเทศที่จะไปลงทุน รวมทั้งมีการประเมินตนเองและสภาพแวดล้อมรอบ ด้านต่างๆก่อนตัดสินใจลงทุน สำหรับธุรกิจขนาดย่อมจำเป็นจะต้องรักษาคุณภาพ เอกสิทธิ์และภาพพจน์ ของสินค้าไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่เกี่ยวกับสินค้า บริการและอาหาร เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะ เกิดขึ้นในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

เท็ค ซี พีแมน,เจียน, วัฒนา มานะวิบูลย์,แปล (2550). **China**. กรุงเทพฯ: บริษัท ดับบลิวพีเอส จำกัด.

ปกป้อง จันวิทย์(2554). **เศรษฐกิจไทย เศรษฐกิจใคร**. กรุงเทพฯ: อมรินทร์.

สมภพ มานะรังสรรค์(2551). **ทุนโลกบุกจีน**. กรุงเทพฯ: มติชน.