



การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจผลไม้ไทยกับการส่งเสริมการเรียนรู้
ภาษาไทยธุรกิจของผู้เรียนชาวจีน

The Study of the Factors which have an Influence on Thai Fruit Business and
the Promotion of the Study of Business Thai of Chinese Students

Dong Lu* และนิธอร พรอำไพสกุล

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

114 ซอยสุขุมวิท 23 เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110

Dong Lu and Nition Pornumpaisakul

Faculty of Humanities, Srinakharinwirot University

114 Sukhumvit 23, Wattana, Bangkok, 10110

Email : pasatai123@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจผลไม้ไทยที่ส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาไทยธุรกิจของผู้เรียนชาวจีน ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจผลไม้ไทยที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศของผู้เรียนชาวจีนมี 3 ด้าน ได้แก่ 1) การเติบโตทางธุรกิจระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน การเปิดประเทศและการปฏิรูปประเทศจีน การสร้างความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน การตั้งเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน การส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศจีน นโยบายสำคัญหนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง 2) บุคคลสำคัญเข้ามาลงทุนธุรกิจผลไม้ในประเทศไทยทั้งนักธุรกิจชาวจีนรายใหญ่และนักธุรกิจชาวจีนรายย่อย 3) ความต้องการผู้เรียนชาวจีนที่รู้และเข้าใจภาษาไทยธุรกิจ ปัจจัยทั้งหมดนี้ทำให้ประเทศไทยกับประเทศจีนมีความร่วมมืออย่างใกล้ชิด ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าผลไม้ช่วยดึงดูดนักธุรกิจชาวจีนมาทำธุรกิจผลไม้ในประเทศไทย ทำให้ตลาดแรงงานต้องการคนจีนที่รู้ภาษาไทยธุรกิจมากขึ้น ส่งผลให้ผู้เรียนชาวจีนมีความต้องการเรียนรู้ภาษาไทย

คำสำคัญ : การเรียนการสอน ภาษาไทยธุรกิจ ผู้เรียนชาวจีน



Abstract

This article's objectives is to study about the factors which have an influence on Thai fruit business that promote the study of Business Thai of Chinese students. The research shows that there are three factors which influence Thai fruit business that promote the study of Thai as a foreign language of Chinese students. Firstly, the business growth between Thailand and China: the opening and the revolution of China, the diplomatic relationship between Thailand and China, the setting of free trade area between Thailand and China, the exportation of Thai fruits to China, and One Belt-One Road policy. Secondly, important fruit investors in Thailand: both major and minor business people. Thirdly, Chinese students' desire to understand Business Thai language. All of these factors lead to the intimate coordination between Thailand and China. They help promote the development of trade and economics between the two countries, especially the fruit business. They attract the Chinese investors to invest in fruit industry in Thailand, resulting in the greater demand of labor market which needs more Chinese people who understand Business Thai language about fruits. Therefore, Chinese students want to study Thai as their foreign language.

Keywords : Teaching, Business Thai, Chinese students

บทนำ

“จีนไทยใช้ชนโลกลี้น้องกัน” ประโยคนี้แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยกับประเทศจีนมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด การไปมาหาสู่กันระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีนแสดงให้เห็นหลายด้าน ได้แก่ การศึกษา การท่องเที่ยว การเมือง เศรษฐกิจการค้า วัฒนธรรม เป็นต้น ทั้งหมดเป็นสิ่งที่เร่งส่งเสริมการพัฒนความสัมพันธ์ของสองประเทศ โดยเฉพาะเศรษฐกิจการค้า ทำให้ประชาชนชาวไทยและชาวจีนใกล้ชิดกัน (เจีย แยนจง และเชียน ชีระวิทย์, 2543: 156) ประเทศจีนกับประเทศไทยเริ่มไปมาหาสู่กันตั้งแต่สมัยโบราณ เริ่มการค้ากันอย่างเป็นทางการเมื่อศตวรรษที่ 13 เหตุการณ์ที่ทำให้การค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีนพัฒนาอย่างรวดเร็วคือ การสร้างความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างสองประเทศ ทำให้การค้าของทั้งสองประเทศเปิดอย่างเป็นทางการ การเปิดประเทศและปฏิรูปของประเทศจีนช่วยส่งเสริมความร่วมมือทางการค้าระหว่างประเทศจีนกับประเทศไทย “นโยบายหนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง” หรือ “เส้นทางสายไหม” ของประเทศจีนส่งผลต่อการขยายธุรกิจการค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีนอย่างกว้างขวาง การสร้างเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน ทำให้การค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีนพัฒนาอย่างยิ่ง ในขณะที่ธุรกิจการค้าเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วก็ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ของทั้งสองประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ



เนื่องจากประเทศไทยอุดมสมบูรณ์ มีปัจจัยในการลงทุนที่ดีหลายประการ ทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์โดยเฉพาะสินค้าทางการเกษตร ทั้งประเทศไทยยังมีนโยบายพิเศษสำหรับชาวต่างชาติที่มาลงทุนในประเทศไทย ซึ่งดึงดูดนักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนในประเทศไทยเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะนักลงทุนชาวจีน Jack Ma (แจ็คหม่า) ประธานกรรมการของบริษัทอาลีบาบาของประเทศจีน เป็นนักลงทุนชาวจีนที่มีชื่อเสียงเข้ามาลงทุนในประเทศไทย ช่วยจำหน่ายสินค้าเกษตรของประเทศไทยผ่านเว็บไซต์ (Tmall.com) โดยเฉพาะผลไม้ไทย สร้างชื่อเสียงให้ผลไม้ไทยไปทั่วโลก

ปัจจัยต่าง ๆ หลายด้านส่งผลต่อการเจริญเติบโตด้านธุรกิจผลไม้ไทย ดึงดูดให้ชาวจีนเข้ามาลงทุนด้านธุรกิจผลไม้ไทย - จีน และเน้นให้มีความต้องการผู้ที่มีความรู้ภาษาไทยเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะภาษาไทยเฉพาะทาง เช่น ภาษาไทยธุรกิจด้านผลไม้ แต่หนังสือเรียนเกี่ยวกับภาษาไทยทางธุรกิจด้านผลไม้น้อย ทำให้ผู้เรียนไม่สามารถเพิ่มความรู้ ประสบการณ์การใช้ภาษาไทยทางธุรกิจด้านผลไม้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจผลไม้ไทยที่ส่งผลต่อความต้องการชาวจีนที่มีความรู้ภาษาไทยธุรกิจ ซึ่งจะช่วยสนับสนุนความต้องการเรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ

วัตถุประสงค์

ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจผลไม้ไทยกับการส่งเสริมการเรียนภาษาไทยธุรกิจของผู้เรียนชาวจีน

บททวนวรรณกรรม

เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

1) ความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน

การพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน เป็นปัจจัยที่ดีสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าของสองประเทศ เพราะความสัมพันธ์ระหว่างประเทศส่งผลต่อความร่วมมือด้านเศรษฐกิจการค้าของสองประเทศโดยตรง ดังจะเห็นได้ว่าตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีนมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว (หยาง เป่าอวีน, 2559: 143-144) ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1975 มูลค่าทางการค้าของสองประเทศเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ต่อเนื่องมาจนถึงปี ค.ศ. 1986 ประเทศจีนจึงกลายเป็น 1 ใน 10 ประเทศคู่ค้าขนาดใหญ่ของประเทศไทย หลังการเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 ความร่วมมือทางการค้าระหว่างสองประเทศเพิ่มมากยิ่งขึ้น มูลค่าในการส่งออกและนำเข้าของทั้งสองฝ่ายเพิ่มสูงขึ้น จนถึงปี ค.ศ. 2013 ประเทศจีนกลายเป็นตลาดส่งออกที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทยและเป็นแหล่งการนำเข้าลำดับที่สองของประเทศไทย แสดงว่าประเทศจีนเป็นตลาดสำคัญของการนำเข้าและส่งออกสินค้าของประเทศไทย ขณะเดียวกันแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีนที่แน่นแฟ้นมากขึ้น

การยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน จึงส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน และมีประโยชน์ต่อการส่งเสริมความร่วมมือทางการค้าระหว่างประเทศจีนกับประเทศสมาชิกอาเซียน (หยาง เป่าอวีน, 2559: 150) เมื่อปี ค.ศ. 2003 ประเทศจีนและประเทศไทยเริ่ม



ดำเนินการยกเลิกภาษีสินค้าประเภทพืชและผลไม้ระหว่างกันภายใต้กรอบเขตการค้าเสรีจีน-อาเซียน ช่วยส่งเสริมความร่วมมือทางการค้าระหว่างประเทศสมาชิกในอาเซียนมากขึ้น ทำให้ประเทศไทยและประเทศจีนมีความเชื่อมโยงกันอย่างใกล้ชิด

2) พัฒนาการของตลาดผลไม้ในประเทศจีน

ปัจจุบันผลไม้เป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่สำคัญชนิดหนึ่งของประเทศไทย ปริมาณการส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศจีนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง หมายความว่าความนิยมของผลไม้ไทยในตลาดและผู้บริโภคชาวจีนเริ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้, 2555) สรุพบว่าประเทศจีนเป็นตลาดสำคัญของผลไม้สดจากประเทศไทย เป็นอันดับหนึ่งการนำเข้าผลไม้สดจากประเทศไทย และผลไม้ไทยยังเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ของประเทศจีน ทำให้ผลไม้ไทยมีชื่อเสียงมากยิ่งขึ้น และได้รับความนิยมจากผู้บริโภคชาวจีน

ความสัมพันธ์ของประเทศไทยและประเทศจีนส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจการค้า ปริมาณการส่งออกผลไม้ไทยเข้าสู่ตลาดประเทศจีน ทำให้นักธุรกิจชาวจีนมองเห็นโอกาสในการลงทุนทำธุรกิจผลไม้ของประเทศไทย (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศกรมกระทรวงพาณิชย์, 2558) นักธุรกิจชาวจีนจึงสนใจเข้ามาลงทุนธุรกิจผลไม้ในประเทศไทย เพราะความต้องการผลไม้ของผู้บริโภคชาวจีนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รสชาติอร่อยและคุณภาพดีของผลไม้ไทยจึงทำให้ผลไม้ไทยได้รับความนิยมจากคนจีน และช่วยส่งเสริมการส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศจีน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เหยาหลิง เหลียง (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างหนังสือเรียนภาษาไทยธุรกิจสำหรับนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ จุดมุ่งหมายในการวิจัยคือ เพื่อสร้างหนังสือเรียนภาษาไทยธุรกิจสำหรับนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ ช่วยเพิ่มความรู้ด้านภาษาไทยธุรกิจของนักศึกษาชาวจีน เพื่อหาประสบการณ์ในการใช้ภาษาไทยทางธุรกิจ

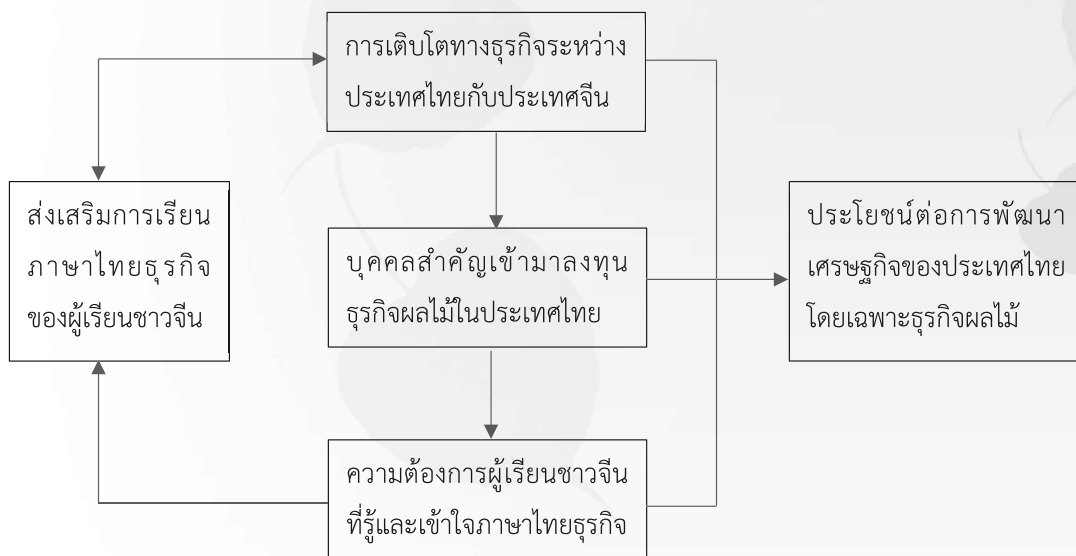
อิมจิรา อ่อนคา (2553) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แบบเรียนสนทนาภาษาไทยธุรกิจสำหรับชาวต่างประเทศ จุดมุ่งหมายในการวิจัยครั้งนี้คือ เพื่อสร้างแบบเรียนสนทนาภาษาไทยธุรกิจสำหรับผู้เรียนชาวต่างประเทศ เพื่อหาประสิทธิภาพของแบบเรียนสนทนาภาษาไทยธุรกิจสำหรับชาวต่างประเทศ ช่วยพัฒนาทักษะการพูดภาษาไทยธุรกิจ เพิ่มประสบการณ์การใช้ภาษาไทยธุรกิจของผู้เรียน และให้ประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพเกี่ยวกับธุรกิจ

จากการทบทวนวรรณกรรมสรุปได้ว่า ธุรกิจผลไม้ระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีนพัฒนาเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ผลไม้ไทยรสชาติอร่อยและมีคุณภาพดี ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคชาวจีนอย่างยิ่ง นักธุรกิจชาวจีนมองเห็นโอกาสและเข้ามาลงทุนธุรกิจผลไม้ไทย ทำให้เศรษฐกิจของประเทศไทยเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ดังนั้นเพื่อให้การค้าในไทยราบรื่น ตลาดแรงงานจึงต้องการคนจีนที่เรียนรู้และเข้าใจภาษาไทยธุรกิจเพิ่มมากขึ้น



กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งได้มาจาก (Kiser & Cantrell, 2549) ผู้วิจัยสรุปแนวคิดของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจผลไม้ไทยกับการส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาไทยธุรกิจของผู้เรียนชาวจีนสำหรับการวิจัยครั้งนี้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจผลไม้ ได้แก่ 1) การเติบโตทางธุรกิจระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน 2) บุคคลสำคัญเข้ามาลงทุนธุรกิจผลไม้ในประเทศไทย 3) ความต้องการผู้เรียนชาวจีนที่รู้และเข้าใจภาษาไทยธุรกิจ ปัจจัยดังกล่าวสามารถช่วยพัฒนาเศรษฐกิจระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน ทำให้ตลาดแรงงานต้องการคนจีนที่เรียนรู้และเข้าใจภาษาไทย โดยเฉพาะภาษาไทยทางธุรกิจ ดังนั้นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจผลไม้จะช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาไทยธุรกิจของผู้เรียนชาวจีน

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยดังนี้

1) ศึกษาเอกสารและงานวิจัย (Review Literature) ที่เกี่ยวข้องกับภาษาไทยธุรกิจ พบว่าหนังสือเรียนที่ใช้ในห้องเรียนและหนังสือที่จำหน่ายในบ้านหนังสือ มีเนื้อหาที่เกี่ยวกับภาษาไทยธุรกิจน้อย ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนเพื่อค้นหาความรู้เกี่ยวกับภาษาไทยทางธุรกิจด้วยตนเอง



2) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจผลไม้ไทยและการสัมภาษณ์ไม่เป็นวิธีการ (Informal interview) สัมภาษณ์นักธุรกิจชาวจีนที่กำลังทำธุรกิจผลไม้ในประเทศไทย และผู้เรียนชาวจีนที่กำลังเรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศสรุปได้ว่ามีความสนใจในการเรียนภาษาไทยธุรกิจหรือต้องการความช่วยเหลือจากผู้ที่ใช้ภาษาไทยทางธุรกิจ เพราะการดำเนินธุรกิจผลไม้ในประเทศไทยต้องประสานงานกับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอก ถ้าเข้าใจภาษาไทยธุรกิจเป็นอย่างดีจะทำให้ประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจผลไม้ไทยกับการส่งเสริมการเรียนภาษาไทยธุรกิจของผู้เรียนชาวจีน ได้แก่ การเติบโตทางธุรกิจระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน บุคคลสำคัญเข้ามาลงทุนธุรกิจผลไม้ในประเทศไทย ความต้องการผู้เรียนชาวจีนที่รู้และเข้าใจภาษาไทยธุรกิจ

1) การเติบโตทางธุรกิจระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน

ความร่วมมือระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน ทำให้ธุรกิจการค้าระหว่างสองประเทศพัฒนาอย่างรวดเร็ว เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนี้มีความสัมพันธ์กับนโยบายต่าง ๆ ซึ่งเป็นนโยบายพิเศษของสองประเทศ เพื่อส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีนให้เจริญเติบโต

1.1) การเปิดประเทศและปฏิรูปประเทศจีน

เมื่อปี ค.ศ. 1978 ตรงกับรัฐบาล เต็ง เสี่ยวผิง การเปิดประเทศและการปฏิรูปของประเทศจีนอย่างเป็นทางการ เน้นการปฏิรูปภายใน การเปิดสู่โลกภายนอก ซึ่งการปฏิรูปหมายถึงการปรับนโยบายหรือข้อกำหนดต่าง ๆ ที่ไม่เหมาะสมกับสมัยเพื่อให้ประชาชนดำเนินงานได้สะดวก การเปิดสู่โลกภายนอกคือ การสนับสนุนให้นักธุรกิจเดินทางออกไปทำธุรกิจต่างประเทศและการยินดีต้อนรับนักธุรกิจต่างชาติเข้ามาลงทุนในประเทศจีน เพราะฉะนั้นในช่วงแรกที่ประเทศจีนเริ่มเปิดประเทศ ประเทศไทยเป็นประเทศสำคัญในการลงทุนในประเทศจีน (สุนิสสา สุขชี, 2545: 25) นโยบายการส่งเสริมการลงทุนของไทยในจีนเป็นปฏิริยาที่ไทยมีต่อความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีนมีการเปลี่ยนแปลงจากเดิม นักธุรกิจชาวไทยเข้าไปลงทุนในประเทศจีนทำให้ความสัมพันธ์ทางด้านการลงทุนเป็นส่วนหนึ่งของความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน เพราะจากเดิมมีเพียงการค้าเท่านั้น เมื่อเศรษฐกิจของประเทศจีนพัฒนาเติบโตขึ้นจึงเพิ่มการลงทุนในประเทศไทย แสดงให้เห็นว่าการเปิดประเทศและการปฏิรูปของประเทศจีนช่วยส่งเสริมธุรกิจระหว่างประเทศไทยกับจีน

1.2) การสร้างความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน

ความสัมพันธ์ทางการทูตเป็นสัญลักษณ์ของความร่วมมือระหว่างสองประเทศ ซึ่งประเทศไทยกับประเทศจีนสร้างความสัมพันธ์ทางการทูตอย่างเป็นทางการเมื่อ ค.ศ. 1975 ซึ่งตรงกับรัฐบาล เต็ง เสี่ยวผิง ของประเทศจีน และรัฐบาลหม่อมราชวงศ์คึกฤทธิ์ ปราโมช ของประเทศไทย หมายความว่าประเทศไทยกับประเทศจีนเริ่มมีความร่วมมืออย่างเป็นทางการ (นฤมิตร สอดสุข, 2524: 92) วัตถุประสงค์สำคัญประการหนึ่ง



ของการสร้างความสัมพันธ์ทางการทูตคือ เพื่อเป็นการเพิ่มผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับชาติ เพราะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของชาติเพื่อความอยู่ดีกินดีของประชาชนด้วย ทำให้ประเทศไทยต้องสร้างความสัมพันธ์ทางการทูตกับประเทศจีน การสร้างความสัมพันธ์ทางการทูตจึงมีประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจการค้า

ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีนพัฒนาอย่างราบรื่น ทำให้นั้ราระดับสูงของสองประเทศมีการเยือนกันอย่างสม่ำเสมอ (中华人民共和国驻泰国大使馆, 2561) เมื่อปี ค.ศ. 1999 เจียง เจ๋อหมิน ปี ค.ศ. 2000 หู จิ่นเทา ปี ค.ศ. 2014 สี จิ้นผิง ประธานาธิบดีของจีนหลายท่านเข้ามาเยือนประเทศไทย ปี ค.ศ. 2000 สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถเสด็จเยือนจีนในนามของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช และพระบรมวงศานุวงศ์หลายพระองค์เสด็จเยือนประเทศจีนหลายครั้ง (中国-东盟博览会泰国官方媒体, 2562) โดยเฉพาะอย่างยิ่งสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงเป็นชาวต่างชาติ 1 ใน 6 ที่ได้รับการประกาศเกียรติยศด้วยรางวัลเหรียญมิตรภาพในวาระครบ 70 ปี การสถาปนาสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบให้ชาวต่างชาติที่สนับสนุน แลกเปลี่ยน แลร่วมมือกับจีน ความสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสองประเทศ โดยเฉพาะด้านการค้า (กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2545: 29) ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีนไม่ได้พัฒนาเฉพาะในระดับทวิภาคี ทั้งสองฝ่ายมีความเห็นที่จะร่วมมือในระดับภูมิภาคและพหุภาคีให้มากขึ้น ซึ่งจะเป็นโยบายต่อสันติภาพ ความมั่นคงและการพัฒนาทางเศรษฐกิจของภูมิภาคและโลก ความสัมพันธ์ทางการทูตอย่างราบรื่นของสองประเทศ จึงมีประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติของ

1.3) การตั้งเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน

วัตถุประสงค์ของการตั้งเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีนคือ เพื่อลดความซับซ้อนของขั้นตอนการค้าระหว่างสองประเทศ เหตุการณ์ที่การตั้งเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีนคือ ประเทศไทยกับอาเซียนได้ลงนามความตกลงความร่วมมือทางเศรษฐกิจ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2552: 7) ผู้นำอาเซียนและจีนได้ลงนามในกรอบความร่วมมือดังกล่าวด้วยความร่วมมือทางเศรษฐกิจอาเซียน - จีน (Framework Agreement On Asean – China Comprehensive Economic Cooperation) เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน พ.ศ. 2545 ในระหว่างการประชุมสุดยอดอาเซียน – จีน ณ กรุงพนมเปญ ประเทศกัมพูชา ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งของอาเซียน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยกับประเทศจีน จึงตกลงจะตั้งเขตการค้าเสรีขึ้น นโยบายสำคัญคือการยกเว้นภาษีหรือลดภาษีการส่งออก ผู้นำของสองประเทศจะประชุมและตกลงกันว่าสินค้าชนิดใดสามารถยกเว้นภาษีหรือลดภาษีการส่งออก

การตั้งเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีนช่วงแรกเร่งส่งเสริมพัฒนาธุรกิจ ผู้นำของไทยจึงเสนอให้มีการยกเว้นภาษีการส่งออกเริ่มต้นจากผักและผลไม้ จึงทำให้การส่งออกผลไม้ของประเทศไทยไปประเทศจีนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ข้อตกลงของสองประเทศที่กำหนดไว้ว่า ผลไม้ที่ได้รับอนุญาตส่งออกไปประเทศจีน (กระทรวงพาณิชย์, 2561) แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ผลไม้สด ผลไม้แช่แข็งและผลไม้อบแห้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลไม้สด ข้อตกลงระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน กำหนดให้ผลไม้ไทยที่ส่งออกไปประเทศจีนได้ทั้งหมด 23 ชนิด (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, ม.ป.ป.) ได้แก่ พุเรียน

มังคุด ลำไย กัลยไช้ ลิ้นจี่ มะพร้าว มะละกอ มะเฟือง มะม่วง ฝรั่ง ชมพู เงาะ สับปะรด ทุเรียน มังคุดและลำไย มูลค่าการส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศจีนตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2551 ถึงปี พ.ศ. 2560 ดังนี้



ภาพที่ 2 มูลค่าการส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศจีน

ที่มา : กระทรวงพาณิชย์. (2561). สินค้าส่งออกสำคัญของไทยตามโครงสร้างสินค้าส่งออกจีน. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2562, จากกระทรวงพาณิชย์ เว็บไซต์: <http://tradereport.moc.go.th/Report/Default.aspx?Report=MenucomRecode&ImExType=1&Lang=Th>

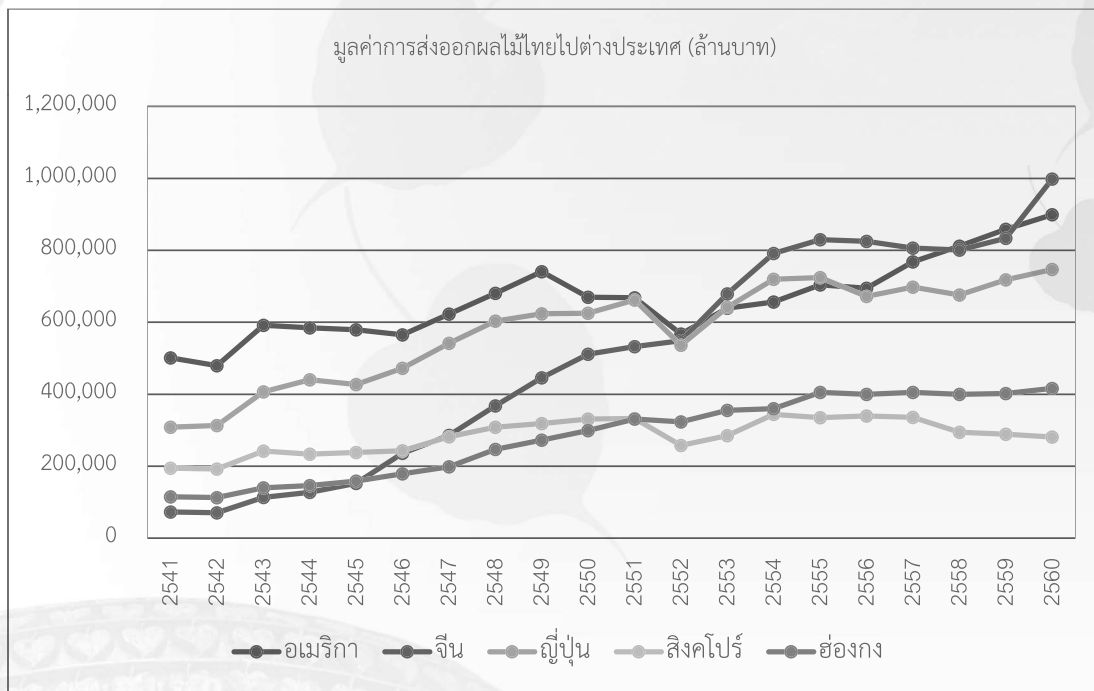
จากภาพข้างต้นจะเห็นได้ว่าทุเรียน มังคุด และลำไยเป็นผลไม้ทางเศรษฐกิจที่สำคัญของไทย มูลค่าการส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศจีนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะช่วงหลังการตั้งเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน

1.4) การส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศจีน

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม สินค้าการเกษตรมีความอุดมสมบูรณ์และหลากหลาย ผลไม้เป็นสินค้าทางการเกษตรที่สำคัญชนิดหนึ่งของประเทศไทย เนื่องจากภูมิอากาศของประเทศไทยเหมาะกับการปลูกผลไม้ ไม่ว่าจะเป็นฤดูใดหรือเดือนใดก็ตาม จึงทำให้ผลไม้ไทยมีจำนวนมากมายหลายชนิด และผลไม้บางชนิดยังออกผลสองครั้งต่อปีหรือสามครั้งต่อปี ผลไม้บางชนิดออกผลตลอดทั้งปี ผลไม้ไทยมีรสชาติอร่อยและรับประทานได้ตลอดทั้งปี จึงได้รับความนิยมจากชาวต่างประเทศ



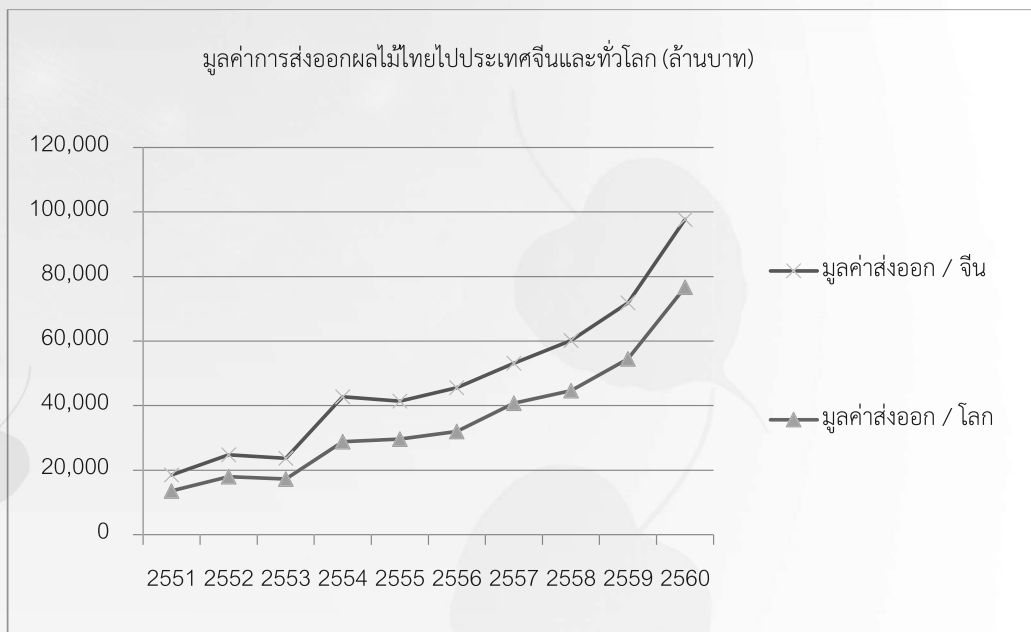
ผลไม้เป็นสินค้าส่งออกสำคัญชนิดหนึ่งของประเทศไทย ทุก ๆ ปีปริมาณการส่งออกผลไม้ไปต่างประเทศมากมาย แต่ประเทศไทยส่งออกผลไม้มากที่สุดคือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น จีน สิงคโปร์ ฮองกง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 ถึงปี พ.ศ. 2560 ประเทศที่ผลไม้ไทยส่งออกมากที่สุดดังนี้



ภาพที่ 3 มูลค่าการส่งออกผลไม้ไทยไปต่างประเทศ

ที่มา : กระทรวงพาณิชย์. (2561). สินค้าส่งออกสำคัญของไทยตามโครงสร้างสินค้าส่งออกจีน. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2562, จากกระทรวงพาณิชย์ เว็บไซต์: <http://tradereport.moc.go.th/Report/Default.aspx?Report=MenucomRecode&ImExType=1&Lang=Th>

การส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศจีนพัฒนาอย่างรวดเร็วหลังการตั้งเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน ผลไม้ไทยที่ส่งออกไปประเทศจีนมากกว่ามูลค่ารวมของผลไม้ไทยที่ส่งออกไปทั่วโลก เพราะตามข้อตกลงระหว่างประเทศกับประเทศจีน การยกเว้นภาษีส่งออกสินค้าหรือการลดภาษีส่งออกสินค้าเริ่มจากผลไม้ เหตุผลนี้จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลช่วยส่งเสริมธุรกิจผลไม้กับประเทศจีนได้พัฒนาอย่างรวดเร็ว มูลค่าการส่งออกผลไม้ก็ได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การศึกษาข้อมูลจาก (กระทรวงพาณิชย์, 2561) ทำให้เห็นมูลค่าการส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศจีนและทั่วโลกอย่างชัดเจนดังนี้



ภาพที่ 4 มูลค่าการส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศจีนและทั่วโลก

ที่มา : กระทรวงพาณิชย์. (2561). สินค้าส่งออกสำคัญของไทยตามโครงสร้างสินค้าส่งออกจีน. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2562, จากกระทรวงพาณิชย์ เว็บไซต์: <http://tradereport.moc.go.th/Report/Default.aspx?Report=MenucomRecode&ImExType=1&Lang=Th>

ขั้นตอนการขนส่งผลไม้เป็นขั้นตอนที่สำคัญระหว่างการส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศจีน เพราะต้องเลือกวิธีการขนส่งที่เหมาะสมและช่วยรักษาคุณภาพของผลไม้ การขนส่งต้องเลือกวิธีที่ดีที่สุด เพื่อให้ทันเวลา และรักษาคุณภาพของผลไม้

โดยปกติแล้ววิธีการขนส่งผลไม้ไปประเทศจีนมี 4 วิธีดังนี้ การส่งออกทางถนน การส่งออกทางเรือ การส่งออกทางอากาศ และการส่งออกทางรถไฟ วิธีการขนส่งสินค้าไปต่างประเทศมีข้อดีและข้อเสียต่างกัน (สันติชัย คชรินทร์, 2560: 48) สรุปข้อดีและข้อเสียการขนส่งผลไม้ไทยไปประเทศจีนมีดังนี้

1. การขนส่งทางถนน

เหมาะกับการขนส่งระยะทางไม่ไกล ระยะเวลาขนส่งสั้น สามารถดำเนินงานได้ทันที การขนส่งสินค้าน้อย

2. การขนส่งทางเรือ

จำนวนสินค้ามาก ค่าขนส่งถูก ต้องมีการขนส่งอย่างอื่นช่วยด้วย การใช้เวลานานจึงไม่เหมาะกับการขนส่งสินค้าด่วน

3. การขนส่งทางอากาศ

ใช้เวลาการขนส่งสั้นสุด เหมาะสมกับการขนส่งสินค้าด่วน แต่จำนวนสินค้าขนส่งน้อย ค่าขนส่งแพง

4. การขนส่งทางรถไฟ

มีความเร็วเฉลี่ยในการเดินทางสูง การขนส่งตรงเวลา ค่าขนส่งถูกกว่าการขนส่งทางบก จำนวนสินค้าขนส่งมาก ไม่เหมาะสมกับการขนส่งระยะทางสั้น ต้องมีสถานีด้วย

1.5) นโยบายสำคัญ “หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง”

หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทางหรือเส้นทางสายไหม เป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศจีน ซึ่งจะแบ่งเป็นหลายสาย ประเทศไทยเข้าร่วมหนึ่งแถบหนึ่งเส้นทางของประเทศจีน ซึ่งเป็นสาย ประเทศจีน – คาบสมุทรมินโดจีน ประเทศจีนมีความประสงค์ให้ประเทศสมาชิกเชื่อมโยงกัน ช่วยส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจซึ่งกันและกัน



ภาพที่ 5 เส้นทางสายไหมทางทะเลของประเทศจีน

ที่มา : กลุ่มศึกษาข้อตกลงเขตการค้าเสรีภาคประชาชน (FTA WATCH), สืบค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2563, จาก
กลุ่มศึกษาข้อตกลงเขตการค้าเสรีภาคประชาชน เว็บไซต์: <http://www.silkroutes.net>

2) บุคคลสำคัญเข้ามาลงทุนธุรกิจผลไม้ในประเทศไทย

2.1) นักธุรกิจชาวจีนรายใหญ่

การส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศจีนได้พัฒนาอย่างรวดเร็ว มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้ให้นักธุรกิจชาวจีนมองเห็นความสำคัญของผลไม้ไทย จึงพากันเข้ามาลงทุนและทำธุรกิจผลไม้ในประเทศไทย เช่น แจ็คหม่า (Jack Ma) ประธานกรรมการของบริษัทอาลีบาบากรุ๊ป (Alibaba Group) เป็นนักธุรกิจรายใหญ่ที่มีชื่อเสียง จึงทำให้ผลไม้ไทยมีชื่อเสียง คนที่รู้จักผลไม้ไทยมากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันช่วยเร่งส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจผลไม้ประเทศไทยด้วย

การจำหน่ายผลไม้ไทยอยู่ที่ตลาดผลไม้และซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น Walmart (沃尔玛) Carrefour (家乐福) RT-MART (大润发) CR Vanguard (华润万家) เป็นต้น แต่ปัจจุบันมีวิธีการซื้อสินค้าแบบใหม่คือการซื้อแบบออนไลน์ แจ็คหม่า (Jack Ma) เป็นนักธุรกิจที่มีชื่อเสียงของประเทศจีนช่วยประเทศไทยขายผลไม้ผ่านเว็บไซต์ทีมอลล์ (Tmall.com) ช่วยส่งเสริมการส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศจีน

การที่นักธุรกิจชาวจีนเข้ามาลงทุนในประเทศไทยมีประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ช่วยสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่อส่งออกสินค้าของประเทศไทยได้สะดวก ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยให้เจริญเติบโตขึ้น รายงานข่าว (联合早报, 2561) สรุปได้ดังนี้

บริษัทอาลีบาบากรุ๊ปจะลงทุนในประเทศไทย 1,100 ล้านบาท ระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) ของประเทศไทยจะเป็นเป้าหมายสำคัญ ช่วยประเทศไทยในการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจดิจิทัลนำเข้าข้าวหอมและทุเรียน และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอย่างอื่นสู่ประเทศจีน บริษัทอาลีบาบาร่วมมือกับรัฐบาลประเทศไทยและลงนามบันทึกข้อตกลงร่วมมือกับรัฐบาลไทย ลงทุนในการสร้างศูนย์ดิจิทัลอัจฉริยะ เพื่อยกระดับเศรษฐกิจดิจิทัลของบริษัทไทย และสร้างโครงสร้างพื้นฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ไทยเพื่อส่งออกไปทั่วโลก*



ภาพที่ 6 แจ็คหม่า (Jack Ma) พลเอกประยุทธ์จันทร์โอชานายกรัฐมนตรีของไทย

ที่มา : 联合早报. (2561). 马云投资泰国助泰国经济转型. สืบค้นเมื่อ 14 กันยายน 2563. จาก 联合早报 เว็บไซต์: <https://beltandroad.zaobao.com/beltandroad/news/story20180421-852629>



นักธุรกิจชาวจีนเข้ามาลงทุนในประเทศไทยนอกจากช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยแล้ว ยังมีประโยชน์ต่อการพัฒนาความสัมพันธ์ความร่วมมือระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน มีประโยชน์ต่อการพัฒนาการค้าระหว่างประเทศ แจ็คหม่า (Jack Ma) เป็นนักธุรกิจที่มีชื่อเสียง เข้ามาทำธุรกิจเกี่ยวกับผลไม้ในประเทศไทย ทำให้ผลไม้ไทยมีชื่อเสียงมากขึ้น ช่วยส่งเสริมการส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศจีน ดึงดูดชาวต่างชาติเข้ามาลงทุน

2.2) นักธุรกิจชาวจีนรายย่อย

นักธุรกิจชาวจีนเข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทย ส่งผลให้มีการลงทุนด้านการส่งออกผลไม้ไทย จึงมีชาวจีนดำเนินธุรกิจนี้มากขึ้น จำเป็นต้องติดต่อสื่อสารกับคนไทย ภาษาไทยทางธุรกิจจึงจำเป็นและสำคัญต่อการใช้ภาษาไทยในการทำธุรกิจของนักธุรกิจชาวจีน จากการสัมภาษณ์ เฉินไห่ (陈海) ผู้จัดการจัดซื้อของบริษัท ยี่หยิงไถ่ (易赢泰) ซึ่งเป็นบริษัทส่งออกผลไม้ของประเทศไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีนสรุปว่า

ปัจจุบันบริษัทของเรารับสมัครคนจีนที่ได้เรียนภาษาไทยเข้ามาช่วยงาน เพราะต้องการติดต่อสื่อสารกับคนไทย จึงต้องการรับสมัครผู้มีความรู้ความสามารถในทางทักษะฟัง พูด อ่าน เขียนภาษาไทย แล้วบางครั้งช่วยแปลจดหมายหรือเอกสารต่าง ๆ ที่มาจากบริษัทอื่น ๆ ผู้สมัครจึงต้องอ่านภาษาไทยได้ มากที่สุดคือช่วยการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ บางครั้งการอ่านที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจก็มีความจำเป็นด้วย^{*1}

ภาษาไทยธุรกิจเป็นภาษาไทยเฉพาะทาง เน้นการประกอบอาชีพธุรกิจ การติดต่อสื่อสารทางธุรกิจและติดต่อค้าขาย จึงต้องใช้ให้ถูกต้องและเหมาะสมกับสถานการณ์ทางธุรกิจ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ

วิชาภาษาไทยธุรกิจเป็นวิชาสำคัญต่อนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทย เปิดสอนในสถาบันอุดมศึกษาต่าง ๆ ทั้งรัฐบาลและเอกชนของประเทศจีน วิชาภาษาไทยธุรกิจได้รับความนิยมจากผู้เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศมาก จากการสัมภาษณ์นักศึกษาชาวจีนสรุปได้ว่า

วิชาภาษาไทยธุรกิจสำคัญ เมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วสามารถนำไปใช้ได้ วิชาภาษาไทยธุรกิจสอนให้เรียนรู้วิธีการติดต่อสื่อสารกับคนไทย วิธีการใช้คำและสำนวนที่ใช้เฉพาะ โดยเฉพาะภาษาไทยธุรกิจเรื่องผลไม้ไทย เช่นเรื่องเกี่ยวกับสัญญา เรื่องกฎหมายในการส่งออกผลไม้ เรื่องจดหมายและเรื่องเกี่ยวกับภาษี ดูน่าสนใจและมีประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพ^{*2}

นักธุรกิจชาวจีนเข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทย ต้องประสานงานกับทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน ภาษาไทยเป็นเครื่องมือใช้ในการติดต่อสื่อสารที่สำคัญ ตรงกับความหมายของภาษาว่า (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554, 2556: 868) ภาษาคือเครื่องมือสื่อความหมายให้เข้าใจซึ่งกัน

¹ “现在我们公司也在招中国留学生，因为需要和泰国人交流 所以对应聘者的要求就是需要有泰语听说读写方面的能力，其中听是最基本的，读写有时候会用到，像涉及到合同，信件的回复等等都需要应聘者有读写泰语方面的能力，所以读写泰语同样重要。”^{*1} แปลเป็นภาษาไทยโดยผู้วิจัย

² “商务泰语课程很重要，可以真正的拿去使用，商务泰语教会与泰国人的交流方式，专业词汇的应用，尤其是水果方面的商务泰语，如关于合同，相关出口规定，信件，以及出口关税，很感兴趣并且有利于就业。”^{*2} แปลเป็นภาษาไทยโดยผู้วิจัย



และกัน ดังนั้นการเรียนรู้ภาษาไทยจึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะการเรียนรู้ภาษาไทยทางธุรกิจ เพราะภาษาไทยทางธุรกิจไม่เหมือนกับการใช้ภาษาไทยทั่วไป ภาษาไทยทางธุรกิจมีลักษณะเฉพาะ (พิศพลิน สงวนพงศ์, 2535: 1) ภาษาที่ใช้ต้องสั้น ชัดเจน ตรงไปตรงมาเข้าใจง่ายและเป็นภาษาไทยสุภาพ เพราะฉะนั้นการใช้ภาษาไทยทางธุรกิจถูกต้องเหมาะสม จะช่วยการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3) ความต้องการผู้เรียนชาวจีนที่รู้และเข้าใจภาษาไทยธุรกิจ

นักธุรกิจชาวจีนเข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งต้องมีความรู้ภาษาไทยหรือต้องการความช่วยเหลือจากผู้เรียนชาวจีนที่เรียนภาษาไทย โดยเฉพาะภาษาไทยธุรกิจ แต่ปัญหาคือการเรียนรู้ไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เพราะหนังสือที่เรียนเกี่ยวกับภาษาไทยทางธุรกิจมีน้อย ผู้เรียนไม่สามารถค้นหาความรู้ เพิ่มประสบการณ์ด้านการใช้ภาษาไทยธุรกิจได้

หนังสือที่มีความรู้เกี่ยวกับภาษาไทยธุรกิจ ได้แก่ การสนทนาภาษาไทยธุรกิจพื้นฐาน 商务泰语会话教程 (โหล ยี่หยวน 罗奕原, 2015) มหาวิทยาลัยภาษาและการค้าต่างประเทศกว๋างตุ้ง สนทนาภาษาไทย 泰语会话 (เหอ ตงเหมย 何冬梅, 2012) มหาวิทยาลัยยูนนานนอร์มอล งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาษาไทยธุรกิจ ได้แก่ (เหยาหลิง เหลียง, 2555) การสร้างหนังสือเรียนภาษาไทยธุรกิจสำหรับนักศึกษาชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศและแบบเรียนภาษาไทยสนทนาภาษาไทยธุรกิจสำหรับผู้เรียนชาวต่างประเทศ ผู้วิจัยพบว่าเนื้อหาทั้งหมดส่วนใหญ่เกี่ยวกับการสนทนาภาษาไทยทางธุรกิจทั่วไป หนังสืออ่านภาษาไทยธุรกิจเฉพาะทางเพื่อให้ผู้เรียนค้นหาความรู้ทางภาษาไทยทางธุรกิจด้วยตนเองจึงมีน้อย หากมีหนังสืออ่านเพิ่มเติมเกี่ยวกับภาษาไทยธุรกิจเบื้องต้นเรื่อง “ผลไม้ไทย” สำหรับนักศึกษาชาวจีน จะช่วยให้ผู้เรียนชาวจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ สามารถค้นหาความรู้ทางภาษาไทยธุรกิจด้วยตนเองได้

สรุป

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจผลไม้ไทยกับการส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาไทยธุรกิจของผู้เรียนชาวจีน ได้แก่ การเจริญเติบโตของธุรกิจระหว่างสองประเทศ แสดงให้เห็นชัดคือมูลค่าการส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศจีนเพิ่มขึ้น นโยบายของการเปิดประเทศและการปฏิรูปประเทศจีนและนโยบายหนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง ทำให้ประเทศจีนมีโอกาสร่วมมือกับประเทศไทยมากขึ้น พัฒนาเศรษฐกิจสองประเทศด้วยกัน การตั้งเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน ส่งเสริมพัฒนาการค้าระหว่างสองประเทศอย่างรวดเร็ว ซึ่งสามารถเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศจีนก่อนตั้งเขตการค้าเสรีกับช่วงหลังการตั้งเขตการค้าเสรี ปัจจัยดังกล่าวจึงช่วยเสริมให้ธุรกิจผลไม้ไทยพัฒนาอย่างรวดเร็ว ดึงดูดนักธุรกิจชาวจีนเข้ามาลงทุนธุรกิจผลไม้ในประเทศไทย แจ็คหม่า (Jack Ma) เป็นนักธุรกิจที่มีชื่อเสียง เข้ามาลงทุนธุรกิจผลไม้ในประเทศไทย ทำให้ผลไม้ไทยมีชื่อเสียงมากขึ้น ดึงดูดนักธุรกิจอื่นเข้ามาลงทุนในประเทศไทย ในขณะที่ธุรกิจผลไม้ขยายตลาดทำให้ตลาดแรงงานต้องการผู้เรียนชาวจีนที่เรียนภาษาไทยธุรกิจเรื่องผลไม้มากขึ้น



อภิปรายผล

การพัฒนาเศรษฐกิจนอกจากขยายธุรกิจแล้ว ยังต้องมีการสนับสนุนจากรัฐบาลด้วย รัฐบาลต้องออกนโยบายต่าง ๆ เพื่อพัฒนาธุรกิจ เช่นนโยบายดึงดูดการลงทุน หรือสนับสนุนการลงทุนต่างประเทศ ซึ่งต้องสอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจของสังคม การพัฒนาธุรกิจผลไม้ไทยต้องอาศัยความร่วมมือการเปิดประเทศและการปฏิรูปประเทศจีน ทำให้ประเทศไทยกับประเทศจีนมีโอกาสร่วมมือกัน นโยบายหนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง ทำให้สองประเทศมีความร่วมมือพหุภาคี ประเทศไทยและประเทศจีนสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างกัน แสดงให้เห็นว่าความร่วมมือสองประเทศเริ่มเป็นทางการ ส่งเสริมธุรกิจระหว่างสองประเทศเกิดความร่วมมืออย่างใกล้ชิด ทำให้เศรษฐกิจของสองประเทศพัฒนาอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้การส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศจีนเพิ่มขึ้นและเกิดความต้องการตลาดเรียนภาษาไทย

การเรียนภาษาไทยธุรกิจมีความจำเป็นและสำคัญ สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน เพราะภาษาไทยธุรกิจเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร (เอกฉัตร จารุเมธีชน, 2549: 4) การสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบธุรกิจ เพราะการใช้ภาษาไทยทางธุรกิจต้องถูกต้อง สุภาพ และเหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ การใช้ภาษาไทยธุรกิจที่ดีจะช่วยให้ประสบความสำเร็จในงานธุรกิจเป็นอย่างดี (อิทธิรา อ่อนคำ, 2553 :47) แบบเรียนสนทนาภาษาไทยธุรกิจช่วยให้ผู้เรียนเกิดทักษะทางภาษาสามารถสนทนาภาษาไทยกับคนไทยในการทำธุรกิจซื้อขายสินค้าร่วมกันได้อย่างประสบความสำเร็จ

การเรียนการสอนภาษาไทยธุรกิจสำหรับผู้เรียนชาวจีน มีประโยชน์ต่อการส่งเสริมการค้าผลไม้ไทยระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน เพราะนักธุรกิจชาวจีนเข้ามาดำเนินธุรกิจผลไม้ในประเทศไทย ต้องการคนจีนที่รู้และเข้าใจภาษาไทยธุรกิจด้านผลไม้ และธุรกิจผลไม้มีอิทธิพลต่อการเรียนการสอนภาษาไทยธุรกิจเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

สร้างเครื่องมือเกี่ยวกับภาษาไทยธุรกิจเรื่องผลไม้ เพื่อเสริมความรู้เกี่ยวกับภาษาไทยธุรกิจ เพิ่มประสบการณ์การใช้ภาษาไทยธุรกิจ

บรรณานุกรม

- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2552). *เปิดประตูมังกร เขตการค้าเสรีอาเซียน - จีน*. นนทบุรี: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ.
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศกรมกระทรวงพาณิชย์. (2558). *เปิดทางออกผลไม้ไทย รับมือล้งจีนบุกหนัก*. โพสต์ทูเดย์, C1. จากโพสต์ทูเดย์ เว็บไซต์: <https://www.ditp.go.th>.
- กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์. (2545). *เส้นทางอนาคตความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจไทย-จีน*. กรุงเทพฯ: กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์.



- กระทรวงพาณิชย์. (2561). *สินค้าส่งออกสำคัญของไทยตามโครงสร้างสินค้าส่งออกจีน*. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2562, จากกระทรวงพาณิชย์ เว็บไซต์: <http://tradereport.moc.go.th/Report/Default.aspx?Report=MenucomRecode&lmExType=1&Lang=Th>
- กาญจนา เอนอ่อน. (2559). *Garden & farm. vol. 7, ผลไม้ในสวน*. กรุงเทพฯ: บ้านและสวน.
- เจีย แยนจอง และเขียน ธีระวิทย์. (2543). *ความสัมพันธ์ไทย-จีน : เหลียวหลังแลหน้า*. กรุงเทพฯ: สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นฤมิตร สอดศุข. (2524). *สัมพันธภาพทางการทูตระหว่างไทยกับสาธารณรัฐประชาชนจีน*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- พิศเพลิน สงวนพงศ์. (2535). *ภาษาไทยธุรกิจ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพพาณิชยกรรม*. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพระนครศรีอยุธยา วาสูกี.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- สันติชัย คชรินทร์. (2560). *การขนส่งระหว่างประเทศ: เชื่อมโยงการค้าโลก*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (ม.ป.ป.) *การส่งออกผลไม้ไทยไปจีน*. สืบค้นเมื่อ 18 กันยายน 2563, จากสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ เว็บไซต์: <http://www.acfs.go.th>
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้. (2555). *โอกาสของตลาดผลไม้ไทยในจีน*. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2563, จากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ประเทศไทย เว็บไซต์: https://www.ditp.go.th/contents_attach/69797/55002423.pdf
- หยาง เปาอวิน. (2559). *ความเชื่อใจทางการเมืองและความร่วมมือทางเศรษฐกิจการค้า: สองจักรกลสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาความสัมพันธ์ไทย-จีนอย่างมีเสถียรภาพ. หนังสือรวมบทความการประชุมวิชาการนานาชาติ "มิติใหม่ความสัมพันธ์ทางการทูตไทย-จีน 40 ปี, 14-15 สิงหาคม 2558 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยนานาชาติปรีดี พนมยงค์.
- เหลียง เหยาหลิง. (2555). *การสร้างหนังสือเรียนภาษาไทยธุรกิจ สำหรับนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทยในฐานะภาษาต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*.
- อิมธิรา อ่อนคา. (2553). *แบบเรียนสนทนาภาษาไทยธุรกิจสำหรับผู้เรียนชาวต่างประเทศ. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*.
- เอกฉัท จารุเมธีชน. (2549). *ภาษาไทยธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- Kiser, J., & Cantrell, G. (2006). Six Steps to Managing Risk. *Supply Chain Management Review*, 10(3), 12-17
- 何冬梅. (2012). *泰语会话*. 云南: 云南大学出版社.
- 罗奕原. (2015). *商务泰语会话教程*. 广东: 世界图书出版广东有限公司.



- 联合早报.(2561). 马云投资泰国助泰国经济转型. สืบค้นเมื่อ 14 กันยายน 2563. จาก 联合早报
เว็บไซต์: <https://beltandroad.zaobao.com/beltandroad/news/story20180421-852629>
- 中国-东盟博览会泰国官方媒体.(2562). 中国成立 70 周年之际中国“友谊勋章”获得者
— 泰国诗琳通公主. สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2563, จาก 中国-东盟博览会泰国官方媒
เว็บไซต์: <http://tap-magazine.net/index.php/cn/2019/10/24/insignia-2/>
- 中华人民共和国驻泰国大使馆 (สถานเอกอัครราชทูตสาธารณรัฐประชาชนจีนประจำประเทศไทย). (2562). 中泰关系简况. สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2563, จาก 中华人民共和国驻泰
王国大使馆 เว็บไซต์: <http://www.chinaembassy.or.th/chn/ztgx/gxgk/t86119.htm>
- โกเชียนเซี่ยน (郭倩倩) เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ หลู่ ตง (Lu Dong) เป็นผู้สัมภาษณ์ สัมภาษณ์โดยโทรศัพท์
เมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2562
- เฉินไห่ (陈海) เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ หลู่ ตง (Lu Dong) เป็นผู้สัมภาษณ์ สัมภาษณ์โดยโทรศัพท์ เมื่อวันที่ 8
พฤศจิกายน 2562
- ฟาง หวู่หัว (方玉华) เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ หลู่ ตง (Lu Dong) เป็นผู้สัมภาษณ์ สัมภาษณ์โดยโทรศัพท์ เมื่อวันที่
8 พฤศจิกายน 2562