(บทความวิชาการ)

วิเคราะห์โอกาสและความสำคัญของภาษาจีนในธุรกิจเกษตรไทย

An Analytical Study on the Opportunities and Importance of Chinese Language in Thai Agribusiness

ธนพล ศรีสุขวัฒนชัย[1,2], อัจฉรา บุญคง[1,2*], สุทธวงศ์วดี เสนาวิน[1,3], ก่อศักดิ์ โตวรรธกวณิชย์[2]

Tanapon Srisukwatanachai[1,2], Achara Boonkong[1,2*], Sutthawongwadee Senawin[1,3], Korsak Towantakavanit[2]

[1]หน่วยพัฒนาธุรกิจจีน บริษัท ดิลิออน เอ็ดดูเคชั่น จำกัด นครสวรรค์ ประเทศไทย 60000

[1]Chinese Business Development Unit, Dilion Education Co., Ltd., Nakhon Sawan, Thailand 60000

[2]คณะการจัดการ มหาวิทยาลัยชินวัตร ปทุมธานี ประเทศไทย 12160

[2]Faculty of Management, Shinawatra University, Pathum Thani, Thailand, 12160

[3]ภาควิชาสัตวบาล คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพ ประเทศไทย 10900

[3]Department of Animal Science, Faculty of Agriculture, Kasetsart University, Bangkok, Thailand, 10900

*Corresponding author: acharabk@hotmail.com

บทคัดย่อ

การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศจีนที่รวดเร็วและความสัมพันธ์เชิงพาณิชย์ที่แน่นแฟ้นระหว่างจีนและไทยทำให้ประเทศจีนกลายเป็นหนึ่งในตลาดหลักที่มีศักยภาพสูงสำหรับสินค้าด้านการเกษตรของไทย ซึ่งต้องการตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของผู้บริโภคชาวจีน โดยเฉพาะสินค้าที่มีคุณภาพสูงและมีเอกลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ บทความนี้มุ่งวิเคราะห์ถึงบทบาทของทักษะภาษาจีนที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการขยายธุรกิจเกษตรไทยในตลาดจีน ไม่เพียงในฐานะเครื่องมือสื่อสารที่สร้างความเข้าใจระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค แต่ยังเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างเครือข่ายธุรกิจที่แข็งแกร่ง การเจรจาต่อรองที่มีประสิทธิภาพ และความสามารถในการปรับตัวตามกฎระเบียบการค้าและมาตรฐานที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในจีน การศึกษานี้ใช้วิธีการวิเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการค้าในประเทศจีนและบทความวิจัยที่อยู่ในวารสารที่ได้รับการยอมรับ ประกอบกับประสบการณ์โดยตรงในตลาดจีนของทีมผู้เขียน ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่าทักษะภาษาจีนมีบทบาทที่สำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพด้านการสื่อสาร การสร้างความเชื่อมั่นต่อคุณภาพของสินค้าไทยในตลาดจีน และการสร้างโอกาสในการขยายธุรกิจและการลงทุนในระยะยาว การมีความรู้ภาษาจีนยังช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถทำความเข้าใจวัฒนธรรมและพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างจากตลาดอื่นๆ ได้ดียิ่งขึ้น พร้อมกับเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ข้อค้นพบเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการสนับสนุนการเรียนรู้ภาษาจีนอย่างเป็นระบบในภาคธุรกิจเกษตรไทย เพื่อให้ธุรกิจไทยสามารถสร้างความยั่งยืนในตลาดจีนและเพิ่มโอกาสในตลาดโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

คำสำคัญ: ความสามารถทางภาษาจีน, ธุรกิจเกษตรของไทย, การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม, ความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างจีนกับไทย, ความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด

Abstract

The accelerated economic development of China, along with the solid trade relationships between China and Thailand, has positioned China as a significant and promising market for Thai agricultural goods. This burgeoning demand is fueled by the escalating preferences of Chinese consumers, especially for premium and regionally distinctive products. This article endeavors to examine the pivotal significance of Chinese language proficiency in advancing Thai agricultural enterprises within the Chinese marketplace. Proficiency in the Chinese language functions not only as a medium of communication that enhances mutual comprehension between business stakeholders and consumers, but also serves as a crucial element in establishing strong business networks, promoting effective negotiations, and facilitating adaptability to China's rapidly changing trade regulations and standards. This research adopts a literature review methodology, scrutinizing pertinent studies on Chinese trade and peer-reviewed academic articles, in addition to the direct experiences of the authors within the Chinese market.

The results reveal that proficiency in the Chinese language markedly improves communication efficiency, fosters consumer trust in the quality of Thai products within the Chinese market, and engenders prospects for business growth and sustained investment. Moreover, an understanding of the Chinese language equips Thai entrepreneurs with the capability to comprehend the cultural nuances and consumer behaviors prevalent in China, which diverges from those of other markets, while concurrently enhancing their competitiveness against international counterparts in the same sector. These findings highlight the imperative of systematically advancing Chinese language education within Thailand's agricultural domain to assist Thai enterprises in attaining sustainability within the Chinese market and capitalizing on opportunities in the ever-evolving global marketplace.

Keywords: Chinese Language Proficiency, Thai Agribusiness, Cross-Cultural Communication, Sino-Thai Trade Relations, Market Competitiveness

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจโลกในศตวรรษที่ 21 เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วจากการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล การเปิดการค้าเสรีที่ขยายตัวทั่วโลก และความท้าทายเชิงภูมิรัฐศาสตร์ซึ่งส่งผลกระทบอย่างกว้างขวางต่ออุตสาหกรรมต่างๆ รวมถึงภาคการเกษตรที่ถือเป็นอุตสาหกรรมสำคัญของประเทศไทย การขยายตัวของตลาดโลกทำให้ธุรกิจเกษตรไทยมีโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคใหม่ๆ ในหลายภูมิภาค รวมทั้งการสร้างโอกาสในการเข้าถึงตลาดขนาดใหญ่ เช่น ประเทศจีน ซึ่งเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่และมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง จีนยังคงเป็นคู่ค้าหลักของไทยโดยมีมูลค่าการค้าทวิภาคีสูงถึง 135,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2022 การที่จีนเป็นตลาดส่งออกหลักของสินค้าเกษตรไทย เช่น ข้าวและผลไม้เมืองร้อน แสดงถึงศักยภาพของภาคการเกษตรไทยในตลาดจีน นอกจากนี้ การลงทุนจากจีนในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกของไทยที่เน้นพัฒนานวัตกรรมสีเขียวและรถยนต์พลังงานใหม่ยังเป็นปัจจัยที่สร้างความร่วมมือระยะยาวและส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนของทั้งสองประเทศ (หาน, 2566)

บทบาทของทักษะภาษาจีนในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางการค้าภายใต้บริบทภูมิรัฐศาสตร์นี้จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจไทยมีความมั่นคงในตลาดจีน ซึ่งเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูงและมีการเปลี่ยนแปลงจากการเมืองระหว่างประเทศอยู่เสมอ ความต้องการผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตรของผู้บริโภคชาวจีน ที่หันมาให้ความสำคัญกับคุณภาพและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เกษตรจากต่างประเทศ ทำให้จีนกลายเป็นตลาดสำคัญที่มีศักยภาพสูงสำหรับสินค้าด้านการเกษตรจากประเทศไทย

อย่างไรก็ตาม การเข้าสู่ตลาดจีนไม่เพียงแค่การส่งออกสินค้าทางกายภาพเท่านั้น แต่ยังจำเป็นต้องอาศัยทักษะในการสื่อสารและการเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวจีนอย่างลึกซึ้ง ซึ่งมีความแตกต่างในเชิงวัฒนธรรมและพฤติกรรมการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญจากตลาดอื่นๆ การมีทักษะภาษาจีนจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมศักยภาพให้กับธุรกิจเกษตรของไทย โดยภาษาจีนไม่เพียงเป็นเครื่องมือในการสื่อสารที่ช่วยให้เกิดความเข้าใจระหว่างผู้ผลิตไทยและคู่ค้าจีน แต่ยังช่วยสร้างความเชื่อมั่นทางธุรกิจและสร้างเครือข่ายทางการค้าที่มั่นคง นอกจากนี้ ทักษะทางภาษาจีนยังช่วยให้ผู้ประกอบการไทยสามารถศึกษากฎระเบียบและมาตรฐานการนำเข้าส่งออกของจีนได้อย่างลึกซึ้ง ซึ่งเป็นข้อกำหนดที่ซับซ้อนและเข้มงวด

บทความนี้มีเป้าหมายเพื่อวิเคราะห์บทบาทของทักษะภาษาจีนในการเสริมศักยภาพธุรกิจเกษตรของไทยในตลาดจีน และเพื่อสะท้อนถึงบทบาทของทักษะภาษาจีนในการสร้างความยั่งยืนและความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจเกษตรไทยในระบบเศรษฐกิจโลกที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเน้นการใช้ทักษะดังกล่าวเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันและรักษาความมั่นคงในตลาดที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและกฎระเบียบอย่างตลาดจีน

ระเบียบวิธีวิจัย

บทความนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อวิเคราะห์บทบาทของทักษะภาษาจีนต่อการขยายธุรกิจการเกษตรไทยในตลาดจีน โดยการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากบทความวิจัย วารสารวิชาการ เอกสารรายงานทางการค้า และแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือจากฐานข้อมูลระดับสากล เช่น Scopus และ Google Scholar รวมถึงเอกสารจากหน่วยงานรัฐและเอกชนในไทยและจีน เพื่อระบุประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทักษะภาษาจีนในด้านการค้า การสื่อสาร และการสร้างเครือข่ายธุรกิจ

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากบทความวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับโอกาสและความสำคัญของภาษาจีนในธุรกิจเกษตรของไทยได้ดังต่อไปนี้

ความสำคัญของทักษะภาษาจีนต่อธุรกิจเกษตรไทยในด้านต่างๆ

ทักษะภาษาจีนมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างโอกาสทางธุรกิจและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจเกษตรไทยในตลาดจีน ซึ่งเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงเนื่องจากขนาดเศรษฐกิจและความหลากหลายของพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรในจีน (Xu, 2018)

การผลการศึกษาที่ผ่านมาพบว่าการมีทักษะภาษาจีนช่วยเพิ่มยอดขายและขยายตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจที่สามารถสื่อสารได้ตรงกับความต้องการและเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคชาวจีน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมการสร้างแบรนด์ให้ได้รับความไว้วางใจในตลาด (Boc, 2015; Xu, 2018; Xiao, 2023) การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและเข้าใจความแตกต่างทางวัฒนธรรมสามารถลดอุปสรรคที่เกิดจากความหลากหลายทางวัฒนธรรมและเสริมสร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์ได้อย่างยั่งยืน (Xu, 2018) รวมถึงทักษะทางภาษาที่ดีช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างเครือข่ายพันธมิตรและรักษาช่องทางการจัดจำหน่ายในจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Pan et al., 2014)

จากกรณีศึกษา คุณพลอยณิศา เรืองชัยโชค หรือคุณน้ำ จากจังหวัดจันทบุรีได้นำความรู้ด้านภาษาจีนและทักษะการเกษตรมาประยุกต์ใช้ในการขยายโอกาสส่งออกผลไม้ไทยสู่ตลาดต่างประเทศอย่างได้ผล เธอสำเร็จการศึกษาด้านภาษาจีนและเคยทำงานเป็นครูสอนภาษาจีนมาก่อน ซึ่งประสบการณ์นี้ช่วยให้เธอสามารถเจรจาและสื่อสารกับพ่อค้าชาวจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อกลับมาทำสวนผลไม้ของครอบครัวที่ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 1,000 ไร่ ประกอบด้วยมังคุด เงาะ ทุเรียน และลองกอง คุณน้ำใช้ทักษะภาษาจีนในการติดต่อกับพ่อค้าชาวจีน เพื่อส่งออกผลผลิตคุณภาพดีจากสวนของตนเองและสวนของกลุ่มเกษตรกรไปจำหน่ายที่เกาะกง ชายแดนประเทศกัมพูชา ซึ่งเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างเด่นชัด (เส้นทางเศรษฐี, 2562) นอกจากนี้ การเข้าใจภาษาท้องถิ่นและความแตกต่างระหว่างภูมิภาคช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและความต้องการเฉพาะของแต่ละภูมิภาคในจีน Chambers และ Wyer ชี้ว่าการปรับตัวตามลักษณะเฉพาะของแต่ละภูมิภาคสามารถสร้างความมีส่วนร่วมของลูกค้าได้ดี (Chambers, 2000; Wyer, 2002) และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่เข้าใจในวัฒนธรรมและความต้องการของผู้บริโภคท้องถิ่น (Jiang et al., 2018) ผลการศึกษาโดย Pornpitakpan ยังสนับสนุนว่าผู้บริโภคชาวจีนมีแนวโน้มที่จะให้ความไว้วางใจกับแบรนด์ที่สามารถแสดงถึงความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งเป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มความสัมพันธ์ทางธุรกิจระยะยาวและโอกาสในการดึงดูดลูกค้า (Pornpitakpan, 2002)

1. ความสำคัญในด้านเศรษฐกิจและการปรับตัวต่อกฎระเบียบ

ทักษะภาษาจีนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในตลาดจีน โดยเฉพาะในด้านการปรับตัวต่อเศรษฐกิจและการตอบสนองต่อนโยบายและกฎระเบียบที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ความเข้าใจภาษาจีนช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงข้อมูลเศรษฐกิจและนโยบายภายในของจีนได้อย่างใกล้ชิด ซึ่งมีผลต่อการวางแผนและปรับตัวของธุรกิจให้สอดคล้องกับนโยบายที่ส่งเสริมการพัฒนาภายในและลดการพึ่งพาสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ (Cheong et al., 2004; Wu et al., 2019) การมีทักษะภาษาจีนทำให้ผู้ประกอบการสามารถปรับกลยุทธ์การผลิตและการตลาดตามแนวทางนโยบายของจีนได้อย่างทันท่วงที เช่น การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับนโยบายส่งเสริมการบริโภคสินค้าภายในประเทศหรือการลดภาษีสำหรับสินค้านำเข้าบางประเภท ซึ่งช่วยให้สามารถแข่งขันในตลาดจีนได้อย่างยั่งยืน

กรณีศึกษาของคุณพศิน อุตตวงษ์ นักธุรกิจรุ่นใหม่จากประเทศไทย สะท้อนให้เห็นถึงประโยชน์ของทักษะภาษาจีนในเชิงการปรับตัวด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน โดยคุณพศินนำความรู้ด้านภาษาจีนมาใช้ในการเจรจาการค้า การสื่อสารกับคู่ค้าชาวจีน รวมถึงการสร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์สินค้า

เกษตรของไทยให้เป็นที่ยอมรับในตลาดจีน ซึ่งเป็นการลดอุปสรรคทางวัฒนธรรมและสร้างความเชื่อมั่นต่อสินค้าเกษตรไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สถานกงสุลใหญ่ ณ นครเฉิงตู, 2565) การเข้าร่วมโครงการฝึกอบรมด้านการนำเข้าส่งออกสินค้าเกษตรช่วยให้คุณพศินสามารถเรียนรู้และเข้าใจมาตรฐานการส่งออกระหว่างประเทศ รวมถึงปรับกลยุทธ์การตลาดให้ตรงตามความต้องการเฉพาะกลุ่มของลูกค้าในแต่ละภูมิภาคของจีน ซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะการบริโภคและรสนิยมของลูกค้าในภาคเหนือและภาคใต้ การปรับกลยุทธ์ตามภูมิภาคดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Chambers และ Wyer ที่ระบุว่าการเข้าใจลักษณะเฉพาะของภูมิภาคเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถเสริมสร้างความมีส่วนร่วมของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น (Chambers, 2000; Wyer, 2002) สอดคล้องกับ Jiang และ Pornpitakpan ชี้ว่า การปรับตัวทางวัฒนธรรมและการสื่อสารที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในท้องถิ่นช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจจากผู้บริโภคชาวจีนได้อย่างยั่งยืน แบรนด์ที่แสดงถึงความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นและสื่อสารด้วยภาษาจีนอย่างคล่องแคล่วมีแนวโน้มที่จะได้รับการยอมรับมากขึ้น (Jiang et al., 2018; Pornpitakpan, 2002) ซึ่งสนับสนุนให้เกิดความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่แข็งแกร่งและยาวนาน กรณีศึกษาของคุณพศินจึงเป็นตัวอย่างที่ดีของการนำทักษะภาษาจีนมาใช้ในเชิงเศรษฐกิจและการตลาดอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการแข่งขันและขยายตลาดของสินค้าเกษตรไทยในตลาดจีน

2. ความสำคัญในบริบททางภูมิรัฐศาสตร์และความร่วมมือทางการค้า

ทักษะภาษาจีนในบริบททางภูมิรัฐศาสตร์และการค้าระหว่างประเทศแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับสถานการณ์การเมืองและเศรษฐกิจของจีน ซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันทางการค้าในภูมิภาค การมีทักษะภาษาจีนช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถติดตามข้อมูลล่าสุดที่เกี่ยวกับสถานการณ์ภายในของจีนได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถประเมินความเสี่ยงและวางแผนธุรกิจที่มีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากปัจจัยทางการเมือง Gao และคณะยังเสริมว่าทักษะภาษาจีนสามารถช่วยลดความเสี่ยงจากความขัดแย้งระหว่างประเทศและเพิ่มศักยภาพในการปรับตัวของธุรกิจให้สอดคล้องกับนโยบายที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งส่งเสริมความมั่นคงของธุรกิจในตลาดจีน การมีทักษะภาษาจีนยังทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างพันธมิตรที่มั่นคงกับจีนผ่านความเข้าใจในบริบททางการเมืองและวัฒนธรรม ซึ่งช่วยลดปัญหาที่เกิดจากความเข้าใจผิดในการสื่อสาร และทำให้การสร้างกลยุทธ์เพื่อความสัมพันธ์ระยะยาวในตลาดจีนมีความเป็นไปได้สูงขึ้น (Gao et al., 2018)

ในกรณีของความสัมพันธ์ระหว่างจีนและไทย การร่วมมือภายใต้กรอบข้อริเริ่ม “หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง” (Belt and Road Initiative - BRI) นั้นสะท้อนถึงพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์ที่แข็งแกร่ง โดยไทยและจีนมีความใกล้ชิดทั้งทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรม ซึ่งเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการขยายความร่วมมือในด้านเศรษฐกิจและการเมืองอย่างมีประสิทธิภาพ (หาน, 2566) ไทยอยู่ในจุดยุทธศาสตร์สำคัญของ BRI และได้รับประโยชน์จากโครงสร้างพื้นฐานและการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจผ่านโครงการรถไฟจีน-ไทย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแนวคิด “การพัฒนาเพื่อเชื่อมต่อจีน-ลาว-ไทย” ที่มุ่งสร้างเครือข่ายเศรษฐกิจแบบบูรณาการทั้งด้านการค้า การลงทุน และโลจิสติกส์ โดยการเชื่อมโยงนี้ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในอนุภูมิภาคอินโดจีน (หาน, 2566) ข้อริเริ่ม BRI ยังสอดคล้องกับนโยบาย “ไทยแลนด์ 4.0” ของไทยและแผนแม่บทเชื่อมโยงอาเซียน 2025 ซึ่งช่วยเสริมความมั่นคงและการเติบโตของภูมิภาค โดยเฉพาะในช่วงที่ไทยเป็นประธานอาเซียนในปี 2019 ที่มีการบูรณาการยุทธศาสตร์อาเซียนเข้ากับ BRI ส่งผลให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจในภูมิภาคอย่างเสถียรภาพ (หาน, 2566)

ทักษะภาษาจีนไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือในการสื่อสารเท่านั้น แต่ยังเป็นกุญแจสำคัญที่ช่วยสร้างความร่วมมือทางการค้าระหว่างประเทศไทยและจีน Asasongtham และ Wichadee ชี้ให้เห็นว่าทักษะภาษาจีนเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในการเจรจาทางการค้า โดยเฉพาะในการเข้าถึงข้อมูลและแหล่งทรัพยากรที่สำคัญ เช่น คู่ค้าหรือพันธมิตรที่เข้าใจในบริบทภายในของตลาดจีน ความเข้าใจในวัฒนธรรมการเจรจาและการค้าของจีนทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่มั่นคงและยั่งยืนกับคู่ค้า (Asasongtham & Wichadee, 2014) Nicolas และคณะระบุว่าการใช้ภาษาท้องถิ่นสามารถช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือของธุรกิจได้ โดยแสดงถึงการเคารพและความเข้าใจต่อวัฒนธรรมและความต้องการของคู่ค้าจีน ความสามารถในการใช้ภาษาเดียวกันยังช่วยเพิ่มความคล่องตัว ในการติดต่อสื่อสารและการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างกระบวนการเจรจาและการค้าขาย (Nicolas et al., 2009)

3. ความสำคัญในด้านการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของคู่ค้าชาวจีน

ความสามารถในการเข้าใจและสื่อสารภาษาจีนเป็นทักษะที่สำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในจีน โดยเฉพาะในด้านการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของคู่ค้าชาวจีน ความเชี่ยวชาญทางภาษาไม่เพียงช่วยลดความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมข้ามพรมแดน แต่ยังเพิ่มเสถียรภาพทางธุรกิจอีกด้วย ความแตกต่างทางภาษาและวัฒนธรรมมักทำให้เกิดความเข้าใจผิดซึ่งส่งผลให้เกิดความเสี่ยงในการสร้างความร่วมมือระดับนานาชาติ (Liu & Chen, 2015; Ma & Liu, 2023) ทักษะภาษาจีนจึงช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงข้อมูลสำคัญของบริษัท ตรวจสอบเอกสารที่จำเป็นได้อย่างถูกต้อง และสร้างความสัมพันธ์ที่เข้มแข็งและน่าเชื่อถือซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนความร่วมมือระยะยาว การสร้างความสัมพันธ์กับคู่ค้าชาวจีนยังต้องอาศัยการตระหนักรู้ถึงวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น ซึ่งมีผลสำคัญต่อผลลัพธ์การเจรจาและส่งเสริมความเคารพซึ่งกันและกัน (Fang, 2004; Cao et al., 2018) ความสามารถในการเข้าใจและสื่อสารภาษาจีนเป็นทักษะที่สำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในจีน โดยเฉพาะในด้านการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของคู่ค้าชาวจีน ความเชี่ยวชาญทางภาษาไม่เพียงช่วยลดความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมข้ามพรมแดน แต่ยังเพิ่มเสถียรภาพทางธุรกิจอีกด้วย ความแตกต่างทางภาษาและวัฒนธรรมมักทำให้เกิดความเข้าใจผิดซึ่งส่งผลให้เกิดความเสี่ยงในการสร้างความร่วมมือระดับนานาชาติ (Liu & Chen, 2015; Ma & Liu, 2023)

ทักษะภาษาจีนจึงช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงข้อมูลสำคัญของบริษัท ตรวจสอบเอกสารที่จำเป็นได้อย่างถูกต้อง และสร้างความสัมพันธ์ที่เข้มแข็งและน่าเชื่อถือซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนความร่วมมือระยะยาว การสร้างความสัมพันธ์กับคู่ค้าชาวจีนยังต้องอาศัยการตระหนักรู้ถึงวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น ซึ่งมีผลสำคัญต่อผลลัพธ์การเจรจาและส่งเสริมความเคารพซึ่งกันและกัน (Cao et al., 2018, Fang, 2004)



หมายเลขเครดิตทางสังคมแบบรวม (统一社会信用代码): 91310000717854505W

หมายเลขใบอนุญาต (证照编号): 00000022019061700 86

ชื่อบริษัท (名称): Nicon (China) จำกัด

ประเภท (类型): บริษัทจำกัด (การลงทุนจากต่างประเทศ: ฮ่องกง/มาเก๊า/ไต้หวัน)

ตัวแทนทางกฎหมาย (法定代表人): ซง หยวน เจ๋อ

ขอบเขตการดำเนินธุรกิจ (经营范围)

ทุนจดทะเบียน (注册资本): 10,000,000 ดอลลาร์สหรัฐ

วันที่ก่อตั้ง (成立日期): 8 เมษายน 2005

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ (营业期限): 8/4/2005 – 7/4/2035

ที่อยู่ (住所): เลขที่ 757 ถนนไฉ่ซิน ห้อง 1201-1207 เขตหวงผู่ เซี่ยงไฮ้

ภาพที่ 1 ใบอนุญาตประกอบธุรกิจ (营业执照) ของบริษัท Nicon (China) จำกัด

ที่มา: Nikon (n.d.).

ข้อดีประการแรกของทักษะภาษาจีนคือการเข้าถึงและตีความเอกสารสำคัญของบริษัทอย่างถูกต้อง เอกสารที่สำคัญ เช่น ใบอนุญาตประกอบธุรกิจ (营业执照) อ่านว่า “หยิง เย่ จื๋อ เจ้า” การจดทะเบียนภาษี (税务登记) อ่านว่า “ชุ่ย อู้ เติง จี้” และใบรับรองการนำเข้า-ส่งออก (进出口许可证) อ่านว่า “จิ้น ชู โข่ว

สวี่ เข่อ เจิ้ง” มักถูกจัดทำเป็นภาษาจีนทั้งหมด (Sampson & Wang, 2021) การมีความเข้าใจเอกสารเหล่านี้ช่วยให้ผู้ประกอบการลดความเสี่ยงที่อาจเกิดจากข้อมูลที่ไม่ครบถ้วนหรือถูกตีความผิด ตัวอย่างเช่น การตรวจสอบรหัสระบุเฉพาะบริษัท (统一社会信用代码) อ่านว่า “ถ่ง อี เช่อ ฮุ้ย ซิ่น ย่ง ต้าย หม่า” หากได้ตรวจสอบแล้ว ช่วยให้มั่นใจว่าบริษัทคู่ค้าได้รับการจดทะเบียนอย่างถูกต้องตามกฎหมายและปฏิบัติตามมาตรฐานการกำกับดูแลในจีน ซึ่งเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้ประกอบการต่างชาติในการทำข้อตกลง (Yang et al., 2016; Petruca, 2012)

ทักษะภาษาจีนยังช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจความซับซ้อนของชื่อบริษัทในจีน ชื่อบริษัทที่จดทะเบียนในภาษาจีนมักไม่มีการแปลที่ตรงไปตรงมาในภาษาอังกฤษ ซึ่งอาจทำให้เกิดความสับสนและการระบุคู่ค้าที่ไม่ถูกต้องได้ ทักษะทางภาษาจึงช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถแยกแยะชื่อเหล่านี้และยืนยันบริษัทได้อย่างถูกต้อง ลดความเสี่ยงในการเกิดข้อผิดพลาดจากชื่อที่คล้ายคลึงกัน ความแม่นยำนี้ไม่เพียงป้องกันการเข้าใจผิดเท่านั้น แต่ยังเสริมความน่าเชื่อถือของกระบวนการตรวจสอบข้อมูลอีกด้วย (Boekel et al., 2022; Lewis, 2023)

4. ความสำคัญต่อการสร้างความไว้วางใจและความร่วมมือในระยะยาว

ความไว้วางใจเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในวัฒนธรรมการค้าที่เน้นความสัมพันธ์ระยะยาวเช่นในจีน ทักษะภาษาจีนช่วยให้ผู้ประกอบการไทยสามารถเข้าใจและตอบสนองต่อความต้องการของคู่ค้าในจีนได้ดียิ่งขึ้น Petruca พบว่าการเข้าใจในบริบทสังคมและวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการเจรจาระหว่างประเทศ โดยการเข้าใจในวัฒนธรรมและวิธีการสื่อสารที่ถูกต้องจะช่วยเสริมสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์ในระยะยาว การเข้าใจวัฒนธรรมจีนผ่านการเรียนรู้ภาษาเป็นการสร้างพื้นฐานที่สำคัญในการสร้างความร่วมมืออย่างมั่นคงกับคู่ค้าชาวจีน (Petruca, 2012)

การสร้างความไว้วางใจระหว่างคู่ค้าช่วยให้ธุรกิจเกษตรของไทยมีความมั่นคงและลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจในตลาดจีน การใช้ภาษาจีนในการสื่อสารทำให้คู่ค้าชาวจีนรู้สึกว่าผู้ประกอบการไทยเข้าใจและเคารพวัฒนธรรมของพวกเขา ซึ่งส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นและยั่งยืนยิ่งขึ้น

5. ความสำคัญต่อการปฏิบัติตามมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทางธุรกิจ

5.1 มาตรฐานสิ่งแวดล้อมของประเทศจีน

ทักษะภาษาจีนเป็นปัจจัยสำคัญในการทำความเข้าใจและปฏิบัติตามมาตรฐานสิ่งแวดล้อมและคุณภาพที่เข้มงวดในภาคการเกษตรของจีน การทำความเข้าใจมาตรฐานสารตกค้างสูงสุดในผลิตภัณฑ์เกษตร (农药残留限量) อ่านว่า “หนงเย้า ฉานหลิว เซี่ยนเลี่ยง” และข้อกำหนดด้านการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ช่วยให้ผู้ประกอบการต่างชาติสามารถลดความเสี่ยงในการถูกปฏิเสธสินค้าหรือถูกลงโทษจากหน่วยงานตรวจสอบของจีน การมีทักษะด้านภาษาจีนช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถอ่านและทำความเข้าใจเอกสารทางการได้อย่างถูกต้อง ซึ่งส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกไปยังตลาดจีนได้รับการยอมรับและมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น รวมถึงทักษะด้านภาษาจีนช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถปรับปรุงกระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับข้อกำหนดในตลาดจีนได้อย่างเหมาะสม (Kersting, 2013; Ren & Chalermpon, 2020; Lin et al., 2014)

นอกจากนี้ มาตรฐานสิ่งแวดล้อมในภาคการเกษตรของจีนเน้นการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืนและลดการปนเปื้อนจากสารเคมีที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มาตรฐานเหล่านี้รวมถึงข้อกำหนดการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช (杀虫剂) อ่านว่า “ซา ฉง จี้” และปุ๋ยเคมี (化肥) อ่านว่า “ฮว่า เฝย” ตลอดจนการจัดการทรัพยากรน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ (Kersting, 2013) ผู้ประกอบการที่สามารถเข้าถึงและทำความเข้าใจข้อกำหนดเหล่านี้ได้ในภาษาจีนจะมีความสามารถในการปฏิบัติตามมาตรฐานได้อย่างถูกต้องและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นต่อระบบนิเวศและสุขภาพผู้บริโภค การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ช่วยลดการใช้ สารเคมีเป็นพิษ (有毒化学物质) อ่านว่า “โหย่ว ตู๋ ฮว่า เสวีย อู้ จือ” ดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในการปกป้องสิ่งแวดล้อม (Popova et al., 2022)

5.2 มาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารในผลิตภัณฑ์เกษตรของจีน

มาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารในผลิตภัณฑ์เกษตรของจีนได้รับความสำคัญอย่างสูงสุดในระดับชาติและมีบทบาทสำคัญในการปกป้องสุขภาพของผู้บริโภค โดยมาตรฐานเหล่านี้เน้นการตรวจสอบปริมาณสารเคมีตกค้างที่ใช้ในการเกษตร เช่น สารกำจัดศัตรูพืช (农药残留) อ่านว่า “หนง เย้า ฉาน หลิว” ซึ่งเป็นปัจจัยที่ช่วยลดความเสี่ยงต่อการปนเปื้อนที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค การปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยและคุณภาพของจีนไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์เกษตร แต่ยังสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวปลอดภัยและมีคุณภาพ ทั้งนี้ ผู้บริโภคจีนให้ความสำคัญอย่างมากกับผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยสูง ทำให้มาตรฐานเหล่านี้กลายเป็นข้อกำหนดที่สำคัญสำหรับผู้ส่งออกที่ต้องการเข้าสู่ตลาดจีน (Sun, 2018; Huang et al., 2018; Boonkong et al., 2023)



ภาพที่ 2 การรับรองมาตรฐานออร์แกนิก (有机认证) ในประเทศจีน

ที่มา: 国家认证认可监督管理委员会 (Certification and Accreditation Administration of China) (2022).

นอกจากนี้ การรับรองมาตรฐานออร์แกนิก (有机认证) อ่านว่า “โหยว จี เริ่น เจิ้ง” ในผลิตภัณฑ์เกษตรกำลังได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องในกลุ่มผู้บริโภคที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ โดยการผลิตสินค้าออร์แกนิกในจีนต้องเป็นไปตามข้อกำหนดที่เข้มงวดเกี่ยวกับการใช้สารเคมีและกระบวนการผลิตที่ปลอดภัยและยั่งยืน มาตรฐานออร์แกนิกในจีนสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมและปราศจากสารเคมีอันตราย (Ren & Chalermpon, 2020; Witjaksono et al., 2023) การทำความเข้าใจข้อกำหนดเหล่านี้จำเป็นต้องใช้ทักษะด้านภาษาจีน เนื่องจากเอกสารและข้อกำหนดในกฎหมายจีนมีรายละเอียดที่ซับซ้อน ซึ่งผู้ประกอบการต่างชาติต้องทำความเข้าใจเพื่อให้สามารถปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง (Yang et al., 2015)

การที่ผู้ประกอบการไทยมีทักษะภาษาจีนช่วยลดความเสี่ยงในการถูกปฏิเสธสินค้าหรือถูกลงโทษจากหน่วยงานตรวจสอบของจีน รวมทั้งเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาด เนื่องจากสามารถเข้าถึงและทำความเข้าใจมาตรฐานที่ซับซ้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้มาตรฐานด้านคุณภาพและความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์เกษตรที่เข้มงวดในจีนยังช่วยส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรอย่างยั่งยืนและป้องกันปัญหาการปนเปื้อนที่อาจเกิดขึ้นตั้งแต่ต้นทาง (Popova et al., 2022)

โอกาสของผู้ประกอบธุรกิจเกษตรไทยจากการมีทักษะภาษาจีน

1. การสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจ

การมีทักษะภาษาจีนช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่แข็งแกร่งกับคู่ค้าชาวจีน โดยการใช้ภาษาจีนในการสื่อสารแสดงถึงความเข้าใจและความเคารพในวัฒนธรรมของคู่ค้า ซึ่งช่วยเสริมสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่นที่สำคัญต่อการพัฒนาความสัมพันธ์ทางธุรกิจในระยะยาว นอกจากนี้ ทักษะภาษาจีนยังช่วยลดความเข้าใจผิดที่เกิดจากความแตกต่างทางวัฒนธรรมและภาษาที่อาจส่งผลกระทบต่อการเจรจาหรือข้อตกลงทางธุรกิจ

2. การเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

การสื่อสารด้วยภาษาจีนช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในตลาดจีน โดยเฉพาะในด้านการเจรจาต่อรองและการทำความเข้าใจเงื่อนไขทางการค้า ความสามารถในการเข้าใจภาษาจีนช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถรับข้อมูลเกี่ยวกับกฎระเบียบและนโยบายทางการค้าที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว และปรับตัวได้ทันเวลา อีกทั้งยังช่วยให้สามารถเจรจาต่อรองเงื่อนไขที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ เช่น การลดค่าภาษี การจัดส่งสินค้า หรือการขยายระยะเวลาชำระเงิน

3. การขยายตลาดสินค้าเกษตร

การมีทักษะภาษาจีนช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคชาวจีนได้โดยตรง ทำให้สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามความต้องการของตลาด นอกจากนี้ การเข้าใจพฤติกรรมและวัฒนธรรมของผู้บริโภคในแต่ละภูมิภาคของจีนยังช่วยให้สามารถปรับกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การตั้งราคาสินค้า และการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่ผู้บริโภคนิยม

ทักษะภาษาจีนจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยเพิ่มโอกาสให้กับผู้ประกอบการไทยในการเข้าถึงและขยายตลาดจีน ซึ่งเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงสำหรับสินค้าเกษตรของไทย เช่น ข้าว ผลไม้เมืองร้อน และผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก ทั้งยังเป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจในระยะยาวในระบบเศรษฐกิจโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

สรุปและข้อเสนอแนะ

ภาษาจีนเป็นเครื่องมือที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมธุรกิจเกษตรของไทยให้สามารถเข้าถึงและขยายตลาดในประเทศจีนได้อย่างยั่งยืน ความสำคัญของทักษะภาษาจีนไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ แต่ยังรวมถึงการสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภคชาวจีน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในตลาดที่มีความหลากหลายและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ ทักษะภาษาจีนยังช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าใจและปรับตัวต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น กฎระเบียบทางการค้า และนโยบายที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างทันท่วงที ซึ่งล้วนมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจในระยะยาว

เพื่อให้การเข้าถึงตลาดจีนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ประกอบการควรลงทุนในการพัฒนาทักษะภาษาจีนอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถเริ่มจากการจัดการฝึกอบรมภาษาจีนให้แก่พนักงานในองค์กรเพื่อเพิ่มความสามารถในการสื่อสารและการเจรจาต่อรองกับคู่ค้าชาวจีน นอกจากนี้ การศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับ

วัฒนธรรมและพฤติกรรมผู้บริโภคชาวจีนเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ตลาดได้อย่างแท้จริง

อีกข้อเสนอแนะสำคัญคือการพัฒนากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับนโยบายเศรษฐกิจและสังคมของจีน ซึ่งช่วยให้ธุรกิจสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบและมาตรฐานท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ การปรับตัวให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของจีน เช่น นโยบาย "เศรษฐกิจสีเขียว" หรือ "เศรษฐกิจดิจิทัล" จะช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างความร่วมมือและความยั่งยืนในระยะยาว นอกจากนี้ การสร้างพันธมิตรกับองค์กรท้องถิ่นหรือบริษัทจีนก็เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่เสริมสร้างความน่าเชื่อถือและช่วยให้ธุรกิจไทยมีความพร้อมในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดจีนอย่างเหมาะสมและทันเวลา

สุดท้ายนี้ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการสร้างเครือข่ายและพัฒนาความสัมพันธ์กับหน่วยงานราชการและสถาบันการค้าของจีน ซึ่งจะช่วยให้ได้รับข้อมูลที่ทันสมัยและสนับสนุนธุรกิจไทยในการเข้าสู่ตลาดจีนได้อย่างมั่นคงและมีโอกาสเติบโตได้ในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

กรมมาตรฐานการเกษตรจีน. (2567, 5 พฤศจิกายน). กฎหมายความปลอดภัยในคุณภาพผลิตภัณฑ์เกษตรของจีน (《中华人民共和国农产品质量安全法》). สืบค้นจาก http://th.chinaembassy.gov.cn/th/sgxw/ 202312/t20231208_11197238.htm

เส้นทางเศรษฐี. (2562, 22 พฤษภาคม). "สาววัย 26 กลับบ้านเกิดใช้ความรู้ด้านภาษาจีนและการเกษตรส่งออกผลไม้ไทย" Today Line. สืบค้นจาก https://today.line.me/th/v2/article/38OvMo

สถานกงสุลใหญ่ ณ นครเฉิงตู. (2565, 29 พฤศจิกายน). คุณพศิน อุตตวงษ์ กับการเริ่มต้นสู่การเป็นนักธุรกิจนำเข้าส่งออกสินค้าเกษตรไทยจีนตัวอย่างของคนวัยทีน. สืบค้นจาก https://chengdu.thaiembassy.org/th/content/43139

หาน, จื้อเฉียง. (2566, 08 ธันวาคม). จีน-ไทย ความร่วมมือภายใต้หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง. สืบค้นจาก http://th.china embassy.gov.cn/th/sgxw/202312/t20231208_11197238.htm

Boc, A. (2015). Forum: The power of language: Globalising the “Chinese Dream.” African East-Asian Affairs, 6(1), 69-80. https://doi.org/10.7552/0-3-4-163

Boekel, T., Schutjens, V., & Zoomers, A. (2022). Can the Dragon Make the Lion Breathe Fire? The Links of Chinese Entrepreneurs in the Addis Ababa Economy. The European Journal of Development Research. https://doi.org/10.1057/s41287-022-00564-8

Boonkong, A., Jiang, B., Kassoh, F.S., & Srisukwatanachai, T. (2023). Chinese and Thai consumers’willingness to pay for quality rice attributes: a discrete choice experiment method. Frontiers in Sustainable Food Systems.

Cao, S., Liu, Y., & Gao, J. (2018). A Comparative Study of Sino-U.S. Business Negotiation Strategy From the Perspective of Cultural Dimensions Theory. Cross-Cultural Communication.https://doi.org/10.3968/ 10689

Certification and Accreditation Administration of the People’s Republic of China. (2024, 05 November) Certification query system. Retrieved from http://cx.cnca.cn/CertECloud/result/skipResultList?certItem One=Z02

Chambers, J. (2000). Region and language variation. English World-Wide, 21(2), 189-216. https://doi.org/ 10.1075/EWW.21.2.02CHA

Chaonituthisai, P., Punnakitikasem, P., & Rajchamaha, K. (2017). The current status of Thai food manufacturing plants certified to BRC standard. International Journal of Food Engineering, 3(2), 146-153. https://doi.org/10.18178/IJFE.3.2.146-153

Cheong, P., Song, D., Bruza, P., & Wong, K.-F. (2004). Information flow analysis with Chinese text. In Lecture Notes in Computer Science (Vol. 2946, pp. 416-425). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-540-30211-7_11

Cheyns, E., Daviron, B., Djama, M., Fouilleux, E., & Guéneau, S. (2017). The standardization of sustainable development through the insertion of agricultural global value chains into international markets. In Agriculture and Food in the 21st Century (pp. 419-438). Springer. https://doi.org/10.1007/978-94-024-1016-7_23

Deng, S., Slutskiy, P., & Boonchutima, S. (2023). The Chinese media narrative of Thailand as a tourist destination after the legalisation of cannabis. Heliyon, 9(2), e15478. https://doi.org/10.1016/ j.heliyon.2023.e15478Empirical Analysis of the Impact of Language on Thailand’s Foreign Trade. (2022, July 16). In Proceedings of the 16th International Conference on Economics and Trade Development (ICETD). https:// doi.org/10.1145/3556089.3556189

Fang, T. (2004). The “coop-comp” Chinese negotiation strategy. https://doi.org/10.1057/9780230523579_5

Ferro, E., Wilson, J. S., & Otsuki, T. (2013). The effect of product standards on agricultural exports from developing countries. World Bank Policy Research Working Paper, 6518. https://doi.org/10.1596 /1813-9450-6518

Fiankor, D.-D. D., Haase, O., & Brümmer, B. (2021). The heterogeneous effects of standards on agricultural trade flows. Journal of Agricultural Economics, 72(2), 456-472. https://doi.org/10.1111/1477-9552.12405

Food Safety and Quality Standards in the Thai Horticultural Sector. (2022). Thai Agricultural Research Journal, 35(4), 319-332. https://doi.org/10.53846/goediss-3841

Gao, M., Harncharnchai, A., Pongpatcharatrontep, D., & Kongjit, C. (2018, December 1). Designing a compilation process for handbook of Chinese for specific purposes: A case of trade exhibition Chinese for Thai entrepreneurs. 2018 13th International Conference on Natural Language Processing (ICON), Bangkok, Thailand. https://doi.org/10.1109/TIMES-ICON.2018.8621696

Haq, A., Srinivasan, B., & Bonvin, D. (2022). Real-time optimization of wastewater treatment plants via constraint adaptation. Processes, 10(5), 907. https://doi.org/10.3390/pr10050990

Hongsibsong, S., & Amekawa, Y. (2022). Pesticide use under public good agricultural practices standard: A comparative study in Thailand. Agriculture, 12(5), 506. https://doi.org/10.3390/agriculture12050606

Hu, Y., Sun, J., Zhang, Q., & Han, Y. (2018). Current status and future development proposal for Chinese agricultural product quality and safety traceability. Chinese Journal of Engineering Science, 40(2), 114-120. https://doi.org/10.15302/J-SSCAE-2018.02.009

Huang, E., Dai, X., & Li, Z. (2018). Comparative study of Chinese and foreign food quality and safety standard system. DEStech Transactions on Social Science, Education and Human Science, 16(1), 109-119. https://doi.org/10.12783/DTSSEHS/ADESS2017/17775

Jiang, Y., Thanabordeekij, P., & Chankoson, T. (2018). Factors influencing Chinese consumers' purchase intention for Thai products and travel in Thailand from Thai dramas and films. International Journal of Management and Applied Research, 3(2), 24-32.https://doi.org/10.12778/235108618X 15452373746045

Kersting, S. (2013). Food safety and quality standards in the Thai horticultural sector. Journal of Horticulture and Plant Research, 23(3), 125-136.

Lewis, P. (2023). Chinese named entity recognition method for the finance domain based on enhanced features and pretrained language models. Information Sciences. https://doi.org/10.1016/j.ins. 2022.12.049

Lin, X., Yang, J., & Zhao, J. (2014, October 27). The text analysis and processing of Thai language text to speech conversion system. International Symposium on Chinese Spoken Language Processing (ISCSLP), Singapore. https://doi.org/10.1109/ISCSLP.2014.6936630

Liu, Y., & Chen, X. (2015). Modeling on the Criteria of Chinese Business English Majors' Business Communication Competence. Journal of Arts and Humanities. https://doi.org/10.18533/JOURNAL.V4I01.640

Lwesya, F. B., & Mbukwa, J. N. (2023). A retrospective evaluation of the intellectual structure of private agricultural and food standards research in global trade. International Trade, Politics and Development, 5(2), 115-132. https://doi.org/10.1108/itpd-11-2022-0023

Ma, X., & Liu, M. (2023). An Investigation of the Intercultural Communication Competence of Chinese Employees in International Organizations.SHS Web of Conferences. https://doi.org/10.1051/ shsconf/202315704018

Mukviboonchai, S., Kovintavewat, P., & Thammasiri, D. (2008, May 14). The conceptual framework for the development of Thailand economic animal traceability system. International Conference on Electrical Engineering/Electronics, Computer, Telecommunications and Information Technology, 1425-1430. https://doi.org/10.1109/ECTICON.2008.4600407

Nicolas, L., Molinero, M. A., Sagot, B., Sánchez Trigo, E., Villemonte de la Clergerie, É., Alonso Pardo, M. A., Farré, J., & Vergés, J. M. (2009, September 1). Towards efficient production of linguistic resources:The Victoria Project. Recent Advances in Natural Language Processing (RANLP), Borovets, Bulgaria.

Nikon. (2024, 05 November) 营业执照 [Business License]. Retrieved from https://www.nikon.com.cn/sc_CN/about/business_license.page

Padungtod, P., Kadohira, M., & Hill, G. (2008). Livestock production and foodborne diseases from food animals in Thailand. Journal of Veterinary Medical Science, 70(8), 873-879.https://doi.org/10.1292/ JVMS.70.873

Pan, Y., Bruhiprabha, P., & Surasin, J. (2014). A content analysis of cross-cultural communication problems between Chinese and Thai students at the International College of Burapha University, Thailand. HRD Journal, 5(1), 50-65.

Pavliashvili, S., & Korakhashvili, A. (2023). Agricultural production and environmental protection. Environmental Economics and Policy Studies, 18(2), 143-155. https://doi.org/10.52340/mng. 2023.03.29

Petruca, I. (2012). The impact of the socio-cultural context on communication within international negotiations. International Journal of Communication Research, 2(3), 123-130.

Pornpitakpan, C. (2002). The effect of adaptors' race and the cultural adaptation on attraction: Americans adapting to Thais. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 14(2), 35-51. https://doi.org/10. 1108/13555850210764891

Popova, O., Koval, V., Vdovenko, N., Sedikova, I., Nesenenko, P., & Mikhno, I. (2022). Environmental footprinting of agri-food products traded in the European market. Frontiers in Environmental Science, 10, 1036970. https://doi.org/10.3389/fenvs.2022.1036970

Ren, X., & Chalermpon, K. (2020, March 11). An analysis of Thai students' negative proficiency in Chinese characters learning. ECTI DAMT-NCON 2020 Conference, Bangkok, Thailand. https://doi.org/10. 1109/ECTIDAMTNCON48261.2020.9090738

Sampson, J., & Wang, I. J. (2021). Trade, tax, and development finance: understanding China's choice of BRI agreements and institutions.

Sun, J. (2018). Review of the "Law of the People's Republic of China on Quality and Safety of Agricultural Products." Journal of Resources and Ecology, 9(1), 112-115. https://doi.org/10.5814/J.ISSN.1674-764X.2018.01.012

Witjaksono, J., Sutisna, E., & Seerasarn, N. (2023). Gender perspective as the consumer behavior of buying organic rice: A case study in China and Thailand. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 1168(1), 012016. https://doi.org/10.1088/1755-1315/1168/1/012016

Wongmonta, S. (2021). Evaluating the impact of sanitary and phytosanitary measures on agricultural trade: Evidence from Thai fruit exports to China. The Singapore Economic Review, 66(1), 123-143. https://doi.org/10.1142/S021759082150017X

Wu, C.-Y., Wu, C.-Y., & Chen, S.-H. A. (2019). The neurocognitive processing of Chinese discourse. Journal of Cognitive Neuroscience, 31(5), 760-774. https://doi.org/10.4324/9781315213705-19

Wyer, R. S. (2002). Language and advertising effectiveness: Mediating influences of comprehension and cognitive elaboration. Psychology & Marketing, 19(4), 237-265. https://doi.org/10.1002/MAR.10031

Xiao, D. (2023). An analysis of direct and indirect speech strategies of Chinese e-commerce anchors' language in selling goods. International Journal of Linguistics, Literature and Translation, 6(3), 102-119. https://doi.org/10.32996/ijllt.2023.6.3.16

Xu, L. (2018). Accent your brand or not? The effects of accents and languages on consumers in Chinese advertising context. International Journal of Advertising, 37(2), 192-210.

Yang, X., Qian, J., Li, J., Ji, Z., Fan, B., Xing, B., & Li, W. (2016). A real-time agro-food authentication and supervision system on a novel code for improving traceability credibility.Food Control. https://doi.org/10.1016/J.FOODCONT.2016.01.032

Yang, X., Feng, T., Xinyi, P., & Yukun, L. (2015, June 26). Quality's impact on food development in China. IEEE International Symposium on Knowledge Acquisition and Modeling Workshop, Hong Kong, China. https://doi.org/10.2991/KAM-15.2015.76

Zhi-zhou, P. (2009). Demand for food quantity and quality in China. Science Technology and Engineering, 45(2), 35-42.