

รู้ทันการค้า ในตลาดจีน 1,300 ล้านคน

พรรณพิมล กิจไพบุญ
ฝ่ายสำนักพิมพ์

ประเทศไทย คู่ค้าสำคัญของไทยในเวลานี้คงไม่มีใครเหนือหมอมไปกว่าประเทศจีน ทั้งมูลค่าการนำเข้าและส่งออกสะสมตั้งแต่เดือนมกราคม-ตุลาคม พ.ศ. 2561 ก็สูงเป็นอันดับหนึ่ง โดยมีมูลค่ารวมถึง 66.38 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นมูลค่ารวม 2,177 ล้านบาท (ข้อมูลจากศูนย์สารสนเทศฯ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ) เรียกว่าชนะห่างญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกาที่เป็นคู่ค้าหลักของไทยเช่นกัน

และที่เห็นชัดเจนที่สุด ก็คือเรื่องจำนวน และรายได้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนไทย โดยเฉพาะในช่วง 5-6 ปีที่ผ่านมา สัญชาติที่ครองแชมป์อันดับหนึ่งที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยก็คือชาวจีน ทั้งยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง ส่วนเรื่องการใช้จ่ายยังไม่ต้องพูดถึง ในปี พ.ศ.2561 ค่าใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยวจีนประเทศเดียวก็สูงถึง 495,000 ล้านบาท สูงกว่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน 9 ประเทศรวมกันเสียอีก หรือแม้แต่นักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศยุโรปที่มีกำลังซื้อสูง และยกให้ประเทศไทยเป็นเป้าหมายในการเดินทางมาโดยตลอด ก็ยังทำยอดขายจ่ายแซงหน้าคณีนนักท่องเที่ยวจากจีนไม่ได้

ความจริงแม้ไม่ยกข้อมูลตัวเลขมากล่าวอ้าง ใช้ความรู้สึกเป็นตัววัดก็ยังไม่ต่างกัน โดยเฉพาะคนในย่านชุมชนเมืองหรือตามแหล่งท่องเที่ยว ถ้าลองสังเกตผู้คนที่เดินสวนไปมาตามท้องถนน คนที่นั่งติดกันในรถโดยสาร หรือคนที่รอคิวจ่ายเงินถัดจากเราในห้างค้าปลีก ในจำนวนนั้นมักพบเห็นชาวจีนได้ไม่ยาก

ไม่เพียงแต่นักท่องเที่ยว ยังมีคนจีนอีกส่วนหนึ่งที่เข้ามาเป็นนักศึกษา มาทำงาน เปิดร้าน ทำธุรกิจ คนจีนจำนวนมาก หลากหลายอาชีพกระจายอยู่ทั่วทุกแห่งในบ้านเรา สำหรับคนที่มองเห็นโอกาสที่เข้ามาประชิดถึงประตูหน้าบ้านแล้ว... เล่าเรื่องหนังสือฉบับนี้จึงขอแนะนำ **“รู้ทันการค้า ในตลาดจีน 1,300 ล้านคน”** เขียนโดย Masao Eguchi นักธุรกิจและผู้ให้คำปรึกษาด้านการทำธุรกิจในจีน ซึ่งพบเห็นปัญหาของนักลงทุนต่างชาติที่เกิดกับคู่ค้า รวมถึงพนักงานชาวจีนในหลายรูปแบบ ทั้งยังผ่านประสบการณ์ที่ผิดพลาด และการถูกหลอกหลวงมาแล้วด้วยตัวเอง

หนังสือแนะนำเสนอในหลากหลายแง่มุม ทั้งมุมมองการทำธุรกิจแบบจีน พฤติกรรมของลูกค้าชาวจีน วิธีการงาน และกฎระเบียบของจีน หลายเรื่องในสังคมจีนมีลักษณะเฉพาะตัว หากใช้วิธีคิด และเดินหมากธุรกิจแบบทั่วไปคงไม่ได้ผล อย่างเช่น


ให้ความสำคัญกับการรักษาหน้า... หน้าตา และศักดิ์ศรีถือเป็นเรื่องใหญ่ในสังคมจีน กลยุทธ์การตลาดแบบบอกต่อ หรือการให้เพื่อนแนะนำเพื่อนเป็นวิธีที่ได้ผลดี เพราะรู้สึกไว้วางใจ และเชื่อถือได้มากกว่าคำโฆษณาจากผู้ขาย แต่ที่ต้องระวังคือ *อย่าป่าวประกาศจนคนที่ถูกแนะนำรู้ว่าที่มาบอกต่อเป็นเพราะได้ของสมนาคุณตอบแทน* อย่างนี้จะทำให้คนแนะนำเสียหน้า และไม่ช่วยเชียร์สินค้าให้อีกต่อไป

ต้องรู้จักให้และรับ (Give & Take)... ในการติดต่อคบหากับชาวจีน สิ่งที่ต้องระวังไว้เสมอคือการสร้างความสัมพันธ์แบบที่ทั้งสองฝ่ายได้ประโยชน์ (win-win situation) การหวังดวงผลประโยชน์ฝ่ายเดียวเป็นเรื่องต้องห้าม อีกทั้งประโยชน์ในสายตาชาวจีนไม่ได้มีแค่เรื่องเงินทองหรือผลตอบแทนตรงหน้า แต่ยังหมายถึงคุณค่าอย่างอื่นในระยะยาวด้วย ดังนั้นการทำธุรกิจด้วยความจริงใจ ไม่ฉาบฉวย หรือต้องยอมเสียเปรียบบ้าง เพื่อแลกกับสายสัมพันธ์ และผลสำเร็จในอนาคต

แบ่งแยกความสัมพันธ์เป็น “คนใน” กับ “คนนอก”... ชาวจีนให้ความสำคัญกับครอบครัว ญาติพี่น้องเป็นอันดับแรก ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างเจ้านาย-ลูกน้อง เพื่อนร่วมงาน หรือคนรู้จัก จะไล่ลำดับความสำคัญไปตามระยะเวลาที่คบหา และการช่วยเหลือเกื้อกูลกันมาในอดีต แม้แรกๆ อาจถูกปิดประตูใส่เพราะอยู่ในฐานะคนนอก แต่ถ้าได้รับการแนะนำให้รู้จักจากคนที่เขาไว้วางใจ หรือได้มีโอกาสคบค้ากันไปสักระยะ ก็จะค่อยๆ ขยับสถานะเป็น “คนใน” ในสายตาชาวจีนได้ จากนั้นการติดต่อค้าขายหรือขอความช่วยเหลืออะไรก็ง่ายขึ้น

รู้เขารู้เรา รบร้อยครั้ง ชนะร้อยครั้ง

เรื่องราว และกรณีศึกษามากมายที่รวมไว้ในเล่ม จะเป็นประโยชน์สำหรับใครก็ตามที่ไม่อยากเปลืองพลังในการ เจรจาหรือทำการค้ากับคนจีน เพียงเตรียมตัวให้พร้อม ศึกษาข้อพึงระวัง เรียนรู้วัฒนธรรมทางธุรกิจแบบจีนไว้ โอกาสทำกำไรจากตลาดขนาดมหึมา

ของประชากรจีนก็จะเป็นของคุณ 



รู้ทันการค้า ในตลาดจีน 1,300 ล้านคน
โดย Masao Eguchi
แปลโดย ดร.จตุรนต์ อนุสารสมบัติ
สำนักพิมพ์ ส.ส.ก.

ยากแค่ไหน ให้ภาพช่วย


อาทิตย์ นิ่มนวล

สำนักพิมพ์ภาษาและวัฒนธรรม

หนังสือ เสริมความรู้ภาษาญี่ปุ่นตามท้องตลาดบ้านเรามากผลิตขึ้นเพื่อรองรับผู้เรียนในระดับต้นเป็นส่วนใหญ่ ด้วยเนื้อหาที่มีความหลากหลายจึงช่วยอุดรอยรั่วสำคัญในการเริ่มต้นเรียนภาษาญี่ปุ่นแทบจะทุกจุด เพราะก็ต้องยอมรับว่าผู้เรียนระดับต้นเป็นกลุ่มผู้เรียนที่ใหญ่ และหลากหลายที่สุดซึ่งในอนาคตผู้เรียนกลุ่มนี้จะพัฒนาทักษะเพื่อไปสู่ระดับที่สูงขึ้นด้วยเหตุนี้เอง หนังสือสำหรับผู้เรียนในระดับกลางและสูงจึงมีจำนวนค่อนข้างน้อย ไม่หลากหลายเท่าที่ควร และที่มีอยู่ก็ยากเกินไปหรือไม่ตรงกับความต้องการ

ผู้เขียนหนังสือ “เรียนรูปประโยคญี่ปุ่นชั้นกลางจากภาพ” ตระหนัก และรับทราบถึงความลำบากในการเรียนของผู้เรียนระดับที่สูงขึ้นไปในจุดนี้เป็นอย่างดี เนื่องจากที่ผ่านมามักจะได้รับฟังความคิดเห็นของผู้เรียนที่จะเพิ่งเริ่มเรียนภาษาญี่ปุ่นในระดับกลางบ่อยครั้งว่า “เรียนจบขั้นต้นแล้ว หนังสือเรียน และเนื้อหาที่เรียนยากขึ้นกว่าเดิมมาก” และทุกครั้งที่ได้ฟังก็จะมีความคิดว่า “ถ้ามีหนังสือเรียนระดับกลางที่ผู้เรียนจบระดับต้นสามารถเข้าใจได้ง่ายๆ ก็คงจะดี” จึงเกิดเป็นหนังสือเล่มนี้ขึ้นมา เพราะเมื่อเทียบกันแล้ว หนังสือเรียนระดับกลางจะมีเนื้อหาที่เรียนเพิ่มมากขึ้น แต่ตัวหนังสือกลับมีขนาดเล็กลง ภาพประกอบก็น้อยลงไปเรื่อยๆ ดังนั้น เพื่อให้ผู้เรียนสามารถก้าวข้ามช่องว่างของความแตกต่างระหว่างระดับต้นกับระดับกลาง

ไปได้ จึงประยุกต์เนื้อหาด้วยสไตล์และวิธีการต่างๆ ซึ่งวิธีที่ได้ผลดีก็คือ “การใช้รูปภาพประกอบตัวอย่างประโยคไวยากรณ์” เนื้อหาภายในเล่มเป็นการอธิบายการใช้งานรูปประโยคภาษาญี่ปุ่นระดับกลางกว่า 180 รูปประโยค โดยมีรูปภาพประกอบแต่ละรูปประโยคแสดงสถานการณ์สมมติของการใช้รูปประโยคนั้นๆ เพื่ออธิบายความรู้สึกของคนหรือสิ่งที่อ่านแต่ข้อความเพียงอย่างเดียวไม่สามารถถ่ายทอดได้ ทำให้เข้าใจได้ง่ายในทันที ใช้วิธีการอธิบายสั้นๆ ตรงประเด็น เน้นให้เห็นตัวอย่างการใช้งานจริง วิธีเชื่อมรูปประโยค และจุดที่ควรระวังต่างๆ ในการนำรูปประโยคไปใช้งาน

อยากให้ผู้เรียนภาษาญี่ปุ่นระดับกลางที่กำลังจะหมดกำลังใจในการเรียน รู้สึกว่าเนื้อหาก้าวกระโดดจากระดับต้นที่เรียนมามากจนตั้งตัวไม่ทัน ได้อ่านหนังสือ “เรียนรูปประโยคญี่ปุ่นชั้นกลางจากภาพ” เล่มนี้ จะช่วยให้สิ่งที่ยากๆ เหล่านั้นไม่ยากเกินกว่าจะเข้าใจ แถมยังอ่านได้อย่างเพลินเพลินจนลืมความยากนั้นไปเลยก็ได้ สามารถหาซื้อได้แล้ววันนี้ตามร้านหนังสือทั่วไปหรือที่ ศูนย์หนังสือ ส.ส.ท. ทั้ง 2 สาขา (สุขุมวิท 29 และ พัฒนาการ 18) และช่องทางออนไลน์ที่ www.tpabook.com 



เรียนรูปประโยคญี่ปุ่นชั้นกลางจากภาพ

ผู้เขียน

โยโกะ ทาฮาบาตะ

ผู้แปล

ดร.ศิริลักษณ์ ศิริราชันทร์

ราคา

235 บาท

หมวด

ภาษาญี่ปุ่น

ISBN

978-974-443-634-4