



วิเคราะห์การใช้ภาษาจีนของเจ้าหน้าที่งานแสดงสินค้าไบเทคบางนา

ANALYSIS OF THE CHINESE LANGUAGE USAGE OF THE STAFF AT BITEC BANGNA EXHIBITION

ปภาพรรณ รุ่งมรกต¹

PAPHAPHAN ROONGMORAKOT

华侨崇圣大学、中国学院

College of Chinese studies, Huachiew Chalermprakiet University

E-mail : paphaphan24@gmail.com

范军²

FAN JUN

华侨崇圣大学、中国学院副教授

Associate Professor in College of Chinese studies, Huachiew Chalermprakiet University

E-mail : fine_june@163.com

Received: 17 September 2020 / Revised: 18 October 2020 / Accepted: 22 October 2020

บทคัดย่อ

ปัจจุบันประเทศจีนถือเป็นประเทศมหาอำนาจ ที่มีอิทธิพลในการซื้อขายเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังมีกำลังการผลิตที่สูงเป็นอันดับหนึ่งของโลก หากพูดถึงการค้าขายทำธุรกิจระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน ทั้งสองประเทศต่างเป็นประเทศคู่ค้าที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกันมาอย่างยาวนาน ยิ่งไปกว่านั้นผู้ประกอบการของจีนและไทยจำนวนมากหันมาสนใจร่วมออกงานแสดงสินค้าเพิ่มมากขึ้น

สำหรับประเทศไทยมีสถานที่จัดงานแสดงสินค้า คือ ไบเทคบางนา โดยเป็นสถานที่ที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก อีกทั้งยังใช้เป็นสถานที่จัดงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ โดยในหนึ่งปีจะมีการจัดงาน ณ สถานที่แห่งนี้ มากมาย เช่น งานแสดงสินค้าอาหาร รถยนต์ พลาสติก การท่องเที่ยว เฟอร์นิเจอร์ภายในบ้าน อุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย หรือแม้กระทั่ง การประชุมสำคัญระดับโลก เช่น การประชุมของงานแสดงสินค้า PROPAK ASIA ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การให้บริการด้านภาษาจีนของงานแสดงสินค้า โดยมีเนื้อหาสำคัญ ประกอบด้วย วิเคราะห์ความสามารถทางภาษาจีนของพนักงานบริการ ภาษาจีนบนเว็บไซต์ของงานแสดงสินค้า ประชากรของผู้เข้าร่วมงานจำนวน 50 คน ที่ได้รับการบริการภาษาจีน แบบประเมินความพึงพอใจของผู้แสดงสินค้าและผู้เข้าร่วมงานชาวจีน สรุปผลการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจของเจ้าหน้าที่ไบเทคบางนา โดยการประยุกต์ทฤษฎี SWOT เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน ของงานแสดงสินค้าไบเทคบางนาในประเทศไทย และผลการวิจัย คือ ผู้จัดงานแสดงสินค้าและผู้เข้าร่วมงานชาวจีนมีความพึงพอใจในการให้บริการภาษาจีนของพนักงานในระดับมาก

คำสำคัญ : การใช้ภาษาจีนของพนักงานบริการ, ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทคบางนา



ABSTRACT

Nowadays, China is considered a great power. It also has a production capacity boasted to be number one in the world and in business between Thailand and China. Both countries are trading partners who have traded products for many years. Moreover, many Chinese and Thai entrepreneurs have turned their attention to more exhibitions. The reason that the trade show is popular because of marketing activities.

In Thailand, there is an exhibition place is BITEC BANGNA which is a globally recognized and also used as an international exhibition venue. In one year, there will be many events at this location, such as food, automotive, plastics, travel, furniture trade fairs in Thailand, or even a world-class conference in PROPAK ASIA fair, which is an important place.

With this article about an analyze the Chinese language usage of BITEC BANGNA staff. There are many parts, which are an analyzed the Chinese proficiency of service staff and Chinese on the website of the trade show. Including explaining the data (questionnaire) from customers who receive Chinese service satisfaction form of Chinese Organizers and Customers, summarize the use of Chinese for business communication by BITEC BANGNA staff and the author will apply SWOT theory to find strengths, weaknesses of the trade show (BITEC BANGNA exhibition in Thailand) and the result of the research is that Chinese exhibitors and visitors have a high level of satisfaction in Chinese language service among their employees.

Key words: Using Chinese language by service staff, BITEC BANGNA

บทนำ

ปัจจุบันการจัดงานแสดงสินค้า ณ สถานที่ไบเทคบางนา เป็นกิจกรรมซื้อขายแลกเปลี่ยนระหว่างผู้แสดงสินค้า (Exhibitors) และ ผู้เข้าร่วมงาน (Visitors) อีกทั้งยังเปิดโอกาสส่งเสริมการขาย ทดลองตลาดสินค้าใหม่ ๆ หรือ เพื่อสร้างชื่อให้เป็นที่รู้จักแก่ลูกค้า จึงถือเป็นช่องทางการจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพมากอีกทางหนึ่ง

นอกเหนือจากนี้ ในระยะหลัง ผู้แสดงสินค้า และ ผู้เข้าร่วมงานชาวจีนได้เข้ามาเจาะตลาดการค้าในประเทศไทยเพิ่มขึ้นทุกปี เพื่อสร้างโอกาสและขยายฐานช่องทางการทำธุรกิจในการนำสินค้าเกรดคุณภาพมาจัดแสดงให้ผู้ประกอบการนำมาต่อยอดทางธุรกิจ เนื่องจากไทยเป็นศูนย์กลางของอาเซียนในการส่งออกสินค้าไปสู่เอเชียใต้ อเมริกาใต้ ยุโรป ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น เกาหลี อีกทั้งแผนพัฒนาของไทยในปี 2012-2022 ครอบคลุมถึงโครงข่ายรถไฟความเร็วสูงที่เชื่อมโยงประเทศไทยกับตอนใต้ของจีน รวมถึงแผนพัฒนาฉนวนฝั่งตะวันออก ส่งผลให้มีความเข้มแข็งทางการค้ามากขึ้น โดย TCEB เปิดรายได้ของการจัดงานแสดงสินค้า



นานาชาติในประเทศไทย รายได้สูงสุดในอาเซียน 232.71 ล้านเหรียญและมีกลุ่มชาวจีนมากที่สุด คิดเป็นรายได้ 20% ของตลาดมัลติ และสิ่งสำคัญต่อการเจรจาซื้อขาย คือ ภาษาจีน ดังนั้นบทความฉบับนี้จะวิเคราะห์ในด้านการบริการภาษาจีน ซึ่งมีการเก็บแบบสอบถามความพึงพอใจ ความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมงาน รวมไปถึงการบริการ เพื่อวิเคราะห์และนำไปปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น

โดยบทความฉบับนี้เป็นการศึกษา การใช้ภาษาจีนของเจ้าหน้าที่งานแสดงสินค้าไบเทคบางนา ประกอบด้วย ความสามารถทางภาษาจีนของพนักงานบริการ เว็บไซต์บริการข้อมูลภาษาจีน ข้อมูลพื้นฐาน เช่น เพศ อายุ ความพึงพอใจต่อการให้บริการ การประยุกต์ทฤษฎี SWOT ปัญหาในการใช้ภาษาจีน และข้อเสนอแนะการแก้ไขปัญหา

วิธีการวิจัย

ผู้เขียนได้สำรวจวิเคราะห์ปัญหาในเบื้องต้นและศึกษาวิจัย โดยสอบถามความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ และสิ่งที่ควรปรับปรุง ซึ่งมีผู้แสดงสินค้า และ ผู้เข้าร่วมงานจำนวนรวมทั้งสิ้น 50 คน

การศึกษาความสามารถทางภาษาจีนของพนักงานบริการ ดังนี้

ข้อมูลพื้นฐานของพนักงานบริการภาษาจีน จากการสำรวจพบว่า พนักงานบริการภาษาจีนจบปริญญาตรีสาขาวิชาเอกภาษาจีนเป็นหลัก และมีผลทดสอบวัดระดับความรู้ทางภาษาจีน Hanyu Shuiping Kaoshi เป็นการสอบมาตรฐานสำหรับชาวต่างชาติ หรือ เรียกชื่อย่อ HSK ระดับ 5 และ 6 ซึ่งนับว่าระดับสูง อีกทั้งพนักงานส่วนใหญ่ยังมีประสบการณ์การบริการลูกค้าชาวจีนอย่างน้อย 1-3 ปี สามารถสื่อสารจัดการกับลูกค้าได้เป็นอย่างดี และ ตอบคำถามได้อย่างตรงประเด็น ถึงแม้ว่าในบางครั้ง การฟังไม่ชัดเจน หรือ ไม่สามารถเข้าใจลูกค้า เนื่องจากสำเนียง หรือ วิธีการพูดที่แตกต่างกันไป รวมไปถึงกรณีที่มีปัญหาเร่งด่วน พนักงานบริการด้านภาษาจีน สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี และไม่ส่งผลกระทบต่อ ใดๆ ต่อ ภาพลักษณ์ของบริษัท ซึ่งทั้งหมดนี้พนักงานจะถูกอบรมให้มีใจรักการบริการลูกค้า จึงทำให้ไม่ทำให้เกิดเหตุการณ์ใด ๆ ทางพนักงานจะยังสามารถรับมือได้ทุกรูปแบบ

การศึกษาด้านการบริการของสื่อและป้ายภาษาจีนในงานแสดงสินค้าไบเทคบางนา

สำหรับเว็บไซต์บริการข้อมูลด้านภาษาจีนของไบเทคบางนา ยังนับว่าน้อยมาก มีเพียงการกรอกชื่อ-นามสกุล ที่อยู่ เบอร์โทร และรอเจ้าหน้าที่ไบเทคบางนาติดต่อกลับเท่านั้น โดยในส่วนของชื่องานแสดงสินค้า รายละเอียดข้อมูลอื่น ๆ เป็นภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ ถึงแม้ว่าผู้แสดงสินค้า หรือ ผู้เข้าร่วมงานชาวจีนบางท่านสามารถเข้าใจในภาษาอังกฤษ และ สามารถใช้แอปพลิเคชันแปลภาษา แต่ทางผู้เขียนวิเคราะห์และเล็งเห็นถึงความสำคัญ อนึ่ง ควรเพิ่มภาษาจีน เพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และ เพื่อเป็นการดึงดูดกลุ่มชาวจีนมากยิ่งขึ้น เนื่องจากตามแบบสำรวจ โดยส่วนมากชาวจีนไม่ได้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ เพราะไม่สะดวกต่อการค้นหาข้อมูล และแน่นอนว่า ในงานแสดงสินค้าแต่ละครั้ง มีลูกค้าชาวจีนเป็นส่วนใหญ่ หากมีข้อมูลหรือการประชาสัมพันธ์ภาษาจีนที่มากกว่าเดิม จะทำให้เข้าถึงลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น



[HOME](#)
[EVENTS](#)
[VISIT BITEC](#)
[PLAN AN EVENT](#)
[B - SQUARE](#)
[ABOUT BITEC](#)
[CONTACT](#)

TH/EN

29°C | 10:11 pm

Get in touch with us!

Contact

Thank you for visiting us. For more information about any of our products or services, please contact us using the form provided.

Phone: + (66 2) 726 1999

Fax: + (66 2) 726 1947

Contact Us 联系我们

For sales enquiries, please click the "Request for Proposal" button to complete the RFP form.

REQUEST FOR PROPOSAL 征求建

For all others enquiries, please complete the form below.

* Name (公司名称)	* Email (电子邮件)
* Phone (电话)	Company (公司)
Country (国家)	* My enquiry relates to (我的询问)
	Go to Settings to activate Windows. -- Please select --

รูป 1 – เว็บไซต์ไบเทคบางนา (กรอกข้อมูลติดต่อ)

ที่มา : <http://www.bitec.co.th/contact-en.html>

CAREERS (人才招聘)

NEWS AND ACTIVITIES (新闻和活动)

EVENT GALLERY (活动相册)

MEDIA DOWNLOAD (媒体下载)

SITEMAP (网站地图)

TERMS & CONDITIONS (条款和条件)

ADDRESS (地址)

88 Debaratna road(km.1), Bangna Tai, Bangna, Bangkok 10260, Thailand

(泰国曼谷市邦纳县邦纳泰区跌柏腊路 (1公里) 88号, 邮政编码10260.

Tel (电话): + (66 2) 726 1999 ,

Fax(传真): + (66 2) 726 1947

รูป 2 – เว็บไซต์ไบเทคบางนา

ที่มา : <http://www.bitec.co.th/contact-en.html>

และข้อผิดพลาดในการบริการภาษาจีน ป้ายต่าง ๆ ส่วนใหญ่เป็นภาษาอังกฤษ ถึงแม้ว่าลูกค้าชาวจีนที่มา ณ สถานที่แห่งนี้ สามารถเข้าใจภาษาอังกฤษ หรือ อาจใช้แอปพลิเคชันเพื่อช่วยแปลภาษา แต่เนื่องจากงานแสดงสินค้ามีผู้คนมากมายจากทั่วโลกมา ดังนั้นไบเทคบางนาควรเพิ่มความน่าเชื่อถือ โดยใช้คำให้ถูกต้อง เช่น การใช้ภาษาจีนในร้านอาหารและเมนูต่าง ๆ ดังนี้



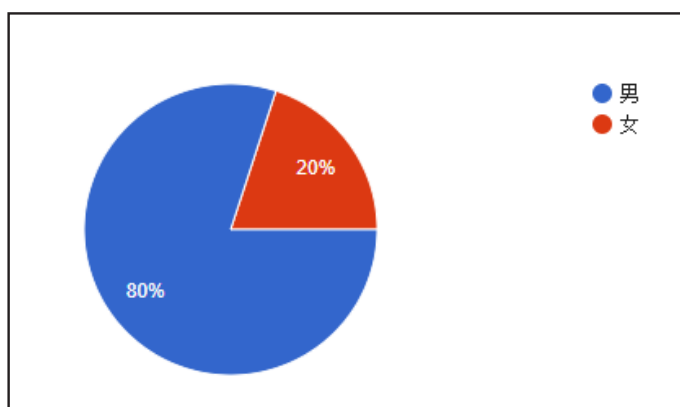
รูป 3 - ป้ายร้านอาหาร มีระบุภาษาจีน
ที่มา : ผู้เขียนเป็นผู้ดำเนินถ่ายด้วยตนเอง



รูป 4 - ป้ายบริการบัตรเงินสด มีระบุภาษาจีน
ที่มา : ผู้เขียนเป็นผู้ดำเนินถ่ายด้วยตนเอง

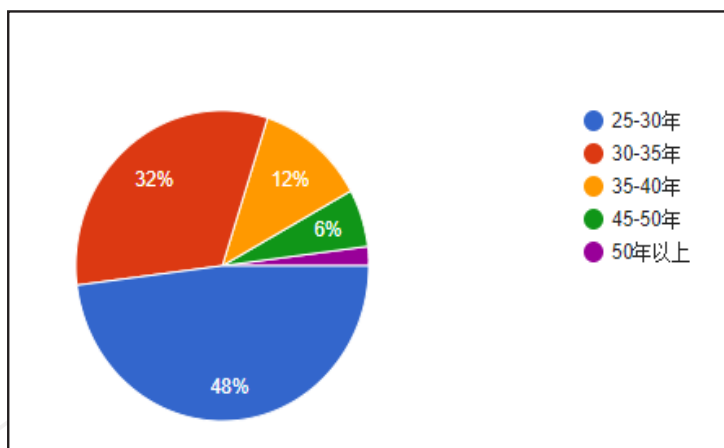
ประชากรที่มีการศึกษา มีดังนี้

เพศ ผู้แสดงสินค้าและผู้เข้าร่วมงาน โดยแบ่งเฉลี่ยจาก 50 คน ซึ่งเป็นผู้หญิง 10 คน (20%) และผู้ชาย 40 คน (80%)



รูป 5 – ผู้แสดงสินค้าและผู้เข้าร่วมงาน (เพศ)
ที่มา : จากแบบสอบถาม

อายุ ผู้แสดงสินค้าและผู้เข้าร่วมงานจากทั้งหมด 50 คน แบ่งช่วงอายุได้ ดังนี้ อายุ 25-30 ปี 24 คน (48%), 30-35 ปี 16 คน (32%), 35-40 ปี 6 คน (12%), 45-50 ปี 3 คน (6%) และ 50 ปีขึ้นไป 1 คน (2%)



รูป 6 – ผู้แสดงสินค้าและผู้เข้าร่วมงาน (อายุ)
ที่มา : จากแบบสอบถาม



ประเทศ สำหรับแบบสอบถามผู้เข้าร่วมงานบางส่วนเป็นชาวสิงคโปร์ แต่มีเพียงส่วนน้อยในการสำรวจครั้งนี้ ดังนั้นผู้เขียนจึงสังเกตเห็นว่าบุคคลที่สามารถพูดภาษาจีนได้จะถูกรวบรวม ดังต่อไปนี้ ผู้แสดงสินค้าและผู้เข้าร่วมงานจำนวน 50 คน แบ่งออก 46 คน จากจีนแผ่นดินใหญ่ (92%), 2 คน จากไต้หวัน (4%) และ 2 คนจากสิงคโปร์ (4%)

ชื่อประเทศ	จำนวน (เปอร์เซ็นต์)
1.ประเทศจีนแผ่นดินใหญ่	92 %
2.ไต้หวัน	4 %
3.สิงคโปร์	4 %

รูป 7 - ผู้แสดงสินค้าและผู้เข้าร่วมงาน (ประเทศ)
ที่มา : จากแบบสอบถาม

อาชีพ สำหรับอาชีพอ้างอิงจากแบบสอบถาม จำนวน 50 คน สามารถแบ่งออกได้ ดังนี้ ฝ่ายขาย 12 คน (25.60%), พนักงานบริษัท 11 คน (23.10%), ผู้จัดการ 8 คน (12.5%), ผู้จัดการฝ่ายขาย 4 คน (5.1%), นักธุรกิจ 4 คน (5.1%), รองผู้จัดการ แพทย์ มัคคุเทศก์ ผู้จัดการฝ่ายผลิต ช่างไฟฟ้า องค์กรเอกชน เลขานุการธุรกิจส่วนตัว ผู้จัดการ QA นักบัญชี และ วิศวกร จำนวน อย่างละ 1 คน (2.6%)

อาชีพ	จำนวน (เปอร์เซ็นต์)
1. ฝ่ายขาย	25.60 %
2. พนักงานบริษัท	23.10 %
3. ผู้จัดการ	12.5 %
4. ผู้จัดการฝ่ายขาย	5.1 %
5. นักธุรกิจ	5.1 %
6. รองผู้จัดการ	2.6 %
7. แพทย์	2.6 %
8. มัคคุเทศก์	2.6 %
9. ผู้จัดการฝ่ายผลิต	2.6 %
10.ช่างไฟฟ้า	2.6 %



11.องค์กรเอกชน	2.6 %
12.เลขานุการ	2.6 %
13.ธุรกิจส่วนตัว	2.6 %
14.ผู้จัดการQA	2.6 %
15.นักบัญชี	2.6 %
16.วิศวกร	2.6 %

รูป 8 – ผู้แสดงสินค้าและผู้เข้าร่วมงาน (อาชีพ)

ที่มา : จากแบบสอบถาม

ผลการวิจัย

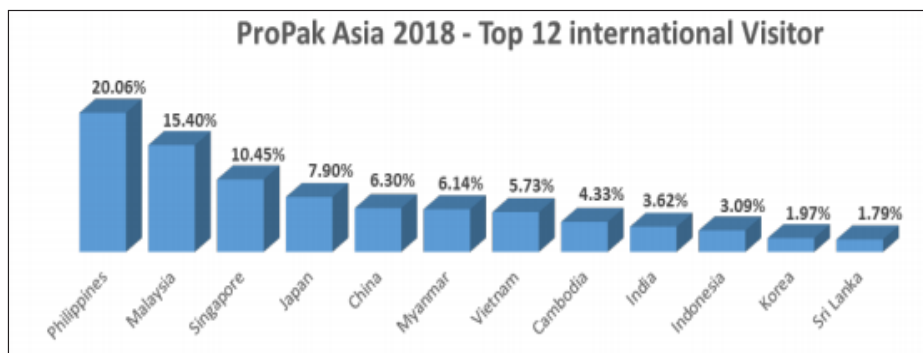
จากการสำรวจ ผู้แสดงสินค้าและผู้เข้าร่วมงานชาวจีนมีความพึงพอใจในการให้บริการภาษาจีนของพนักงานในระดับมาก เนื่องจากตอบคำถามอย่างชัดเจนครบถ้วนและถูกต้อง ในส่วนของด้านข้อความป้ายบอกทาง ยังมีข้อผิดพลาด โดยผู้แสดงสินค้าและผู้เข้าร่วมงานชาวจีนมีการเดาจากภาพ นอกเหนือจากนี้ยังต้องปรับปรุง คือ การให้ข้อมูลภาษาจีนบนเว็บไซต์เพิ่มมากขึ้น และคุณภาพโดยรวมสิ่งที่พึงพอใจสูงสุด คือ การให้บริการของพนักงาน และสิ่งที่พึงพอใจน้อยที่สุด คือ ในด้านสื่อข้อความ หรือ ป้ายบอกทาง

ประยุกต์ทฤษฎี SWOT

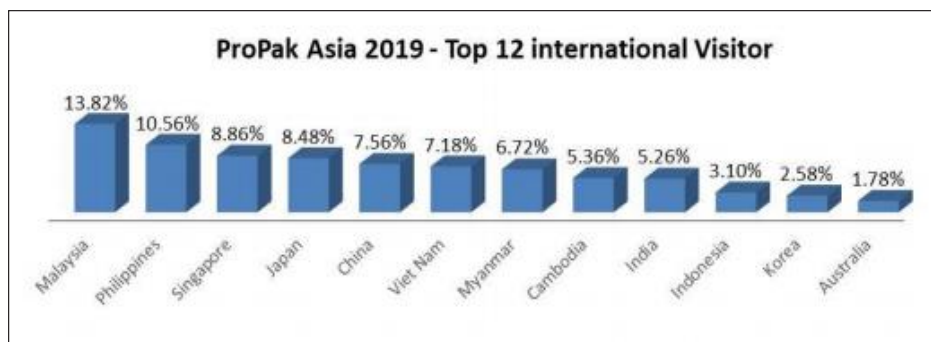
ด้วยการวิเคราะห์ SWOT สามารถเข้าใจปัจจัยที่มีอิทธิพลของไบเทคบางนาได้อย่างชัดเจน การวิเคราะห์ คือ จุดแข็ง และ จุดอ่อน ในการบริการภาษาจีน ซึ่งจะช่วยให้สามารถปรับปรุงคุณภาพของบริการด้านภาษาจีน อีกทั้งยังส่งเสริมผู้แสดงสินค้า ผู้เข้าร่วมงานชาวจีนและต่างประเทศได้ดียิ่งขึ้น โดยเนื้อหาการวิเคราะห์ประกอบด้วย ดังต่อไปนี้

จุดแข็ง

ภายใต้สถานการณ์ปัจจุบันผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศไทยมี บริษัทจีนเข้าร่วมเพื่อแสดงสินค้าต่าง ๆ มากขึ้นเนื่องจากสินค้าของพวกเขามีราคาถูกลงจึงสามารถดึงดูดลูกค้าให้มาเยี่ยมชมที่บูธนั้น ๆ ในบางรายการเข้าร่วมจัดงานแสดงสินค้า เพื่อหาผู้แสดงสินค้าต่างประเทศ หรือ เพื่อวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน นอกจากนี้ อัตราของพนักงานบริการภาษาจีนที่ให้บริการลูกค้ายังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีลูกค้าชาวจีนเพิ่มขึ้น โดยผู้เขียนได้นำข้อมูลเปรียบเทียบจากของงานแสดงสินค้า ProPak Asia 2018 และ 2019 ซึ่งผู้อ่านสามารถดูเปอร์เซ็นต์ของชาวจีนที่เข้าร่วมงานแสดงสินค้านี้ที่ไบเทคบางนา ได้ตามตารางดังนี้ โดยเฉพาะอัตราการเพิ่มขึ้นของลูกค้าชาวจีนจาก 6.30% เป็น 7.56%

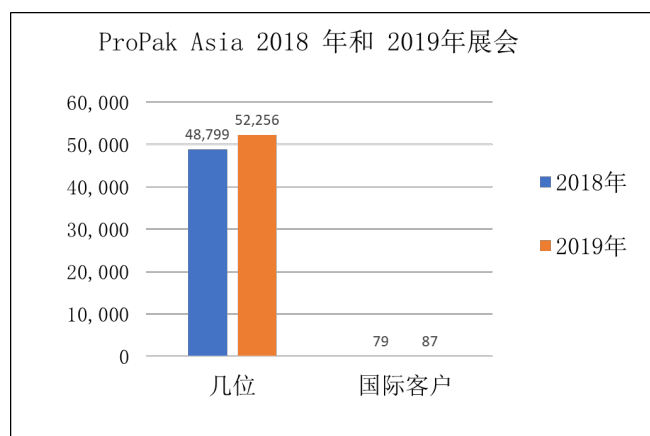


รูป 9 – ProPak Asia 2018 – 12 อันดับแรกที่เข้าร่วมงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ
ที่มา : https://www.propakasia.com/ppka/2019/en/download/post_factsheet.pdf



รูป 10 – ProPak Asia 2019 – 12 อันดับแรกที่เข้าร่วมงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ
ที่มา : https://www.propakasia.com/ppka/2020/en/download/post_factsheet.pdf

ยิ่งไปกว่านั้นนักธุรกิจและนักลงทุนทั้งไทยและต่างประเทศต้องการจองพื้นที่แสดงสินค้าล่วงหน้าเพิ่มขึ้นมากกว่าเดิม ทั้งนี้เนื่องจากมีความมั่นใจว่าเศรษฐกิจไทยจะฟื้นตัวจากหลายปัจจัย ความมั่นคงของรัฐบาลการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของรัฐบาลและการเติบโตทางเศรษฐกิจ (GDP) ทั้งหมดคาดว่าจะเติบโตประมาณ 3.5-4% รวมถึงมูลค่าการค้าของกลุ่มเออีซีที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง การจัดงานแสดงสินค้าโดยเฉพาะในงานแสดงสินค้าอุตสาหกรรมระดับนานาชาติเป็นวิธีที่ดีที่สุดวิธีหนึ่งในการจัดแสดงผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับการค้าการลงทุนและการเจรจาธุรกิจพร้อมกัน ตัวอย่างเช่น การพัฒนางานแสดงสินค้าของ ProPak Asia ในปี 2018 และในปี 2019 ได้เพิ่มผู้แสดงสินค้าและผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศและในไทยดังนี้



รูป 11 – จำนวนผู้จัดงานแสดงสินค้าและผู้เข้าร่วมงาน ProPak Asia 2018 และ 2019
ที่มา : https://www.propakasia.com/ppka/2019/en/download/post_factsheet.pdf

ผู้จัดงานแสดงสินค้าและผู้เข้าร่วมงานจำนวน 48,799 คน จาก 79 ประเทศในปี 2018 และ 52,256 คน จากทั้งหมด 87 ประเทศ

ในส่วนจุดแข็งของไบเทคบางนาอีกอย่าง คือ กลุ่มบริษัทที่เล็งลงทุนก่อสร้างโครงการไบเทค เฟส 2 ซึ่งจะทำให้พื้นที่จัดนิทรรศการและแสดงงานเพิ่มขึ้นอีก 32,000 ตารางเมตร เมื่อรวมกับพื้นที่เดิมจะกลายเป็น 70,000 ตารางเมตร จุดเด่นของเฟส 2 จะอยู่ที่ห้องโถงจัดแสดงงานขนาดใหญ่ที่เพิ่มขึ้น 4 โถงนิทรรศการเชื่อมต่อกันได้อิสระ ซึ่งถือว่ามีการพัฒนาและสามารถรองรับการจัดแสดงสินค้าได้เพิ่มมากขึ้น

จุดอ่อน

ในบางครั้ง พนักงานบริการด้านภาษาจีนไม่ได้ยินต้อนรับ จึงทำให้ดูเหมือนไม่เต็มใจให้บริการซึ่งทำให้ลูกค้าในบางรายไม่พึงพอใจในการบริการ นอกจากนี้ยังรวมถึงอาจใช้คำพูดที่ไม่เหมาะสม หรือ พูดเสียงแข็งซึ่งทำให้ลูกค้ารู้สึกหงุดหงิด ไม่เป็นมิตร ถึงแม้จะเป็นส่วนน้อย แต่อย่างไรก็ตามยังคงเป็นจุดอ่อน ซึ่งยังคงต้องพัฒนาและปรับปรุง เพราะความสำเร็จของทุกงานมักมีงานบริการเป็นเครื่องมือสนับสนุน



บรรณานุกรม

- PROPAK ASIA 2019. “Post Show Fact Sheet”. [ออนไลน์] สืบค้นจาก: https://www.propakasia.com/ppka/2020/en/download/post_factsheet.pdf (7 ตุลาคม 2020)
- PROPAK ASIA 2018. “Post Show Fact Sheet” [ออนไลน์] สืบค้นจาก: https://www.propakasia.com/ppka/2019/en/download/post_factsheet.pdf (7 ตุลาคม 2020)
- Xiamen City Yingto Commerce Co., Ltd. “Bangkok International Processing and Packaging Technology Exhibition, Thailand.” [ออนไลน์] สืบค้นจาก : <https://www.showguide.cn/zhanhui/propak-asia.html> (7 ตุลาคม 2020)
- Jarukit Marketeer. “MICE: Exhibition ไทย รายได้สูงสุดในอาเซียนสะพัด 232 ล้านบาทเหรียญ” [ออนไลน์] สืบค้นจาก : <https://marketeeronline.co/archives/130288> (7 ตุลาคม 2020)
- บริษัท บางกอก โพสต์ จำกัด (มหาชน). “กลุ่มธุรกิจเปิดตัวไบเทคเฟส 2” [ออนไลน์] สืบค้นจาก : <https://www.posttoday.com/economy/news/304628> (7 ตุลาคม 2020)
- บริษัท อิมแพ็ค ไบเทค จำกัด. “แนะนำอิมแพ็คเมืองทองธานี” [ออนไลน์] สืบค้นจาก: http://www.impact.co.th/index.php/who/company_profile/cn (7 ตุลาคม 2020)
- บริษัท สำนักข่าว ไอ.เอ็น.เอ็น. จำกัด. “ยิ่งใหญ่ 10 ปี งานแสดงสินค้าจีน-อาเซียน (ประเทศไทย)” [ออนไลน์] สืบค้นจาก : https://www.innnews.co.th/market-and-public-relations/news_482294/ (7 ตุลาคม 2020)



Author (1) Information (第一作者信息)

	Name and Surname (姓名) : PAPHAPHAN ROONGMORAKOT
	Highest Education (最高学历) : M. A. (Chinese for Business Communication)
	University or Agency (任职院校或单位) : Huachiew Chalermprakiet University
	Field of Expertise (专业领域) : Chinese for Business Communication
	Address (地址) : 78/726 Theparak Road, Theparak Sub-district, Muang Samutprakarn District, Samutprakarn 10270

Author (2) Information (第二作者信息)

	Name and Surname (姓名) : FAN JUN
	Highest Education (最高学历) : Ph. D. (Chinese Literature), Nankai University, P. R. China.
	University or Agency (任职院校或单位) : Huachiew Chalermprakiet University
	Field of Expertise (专业领域) : - Chinese Literature - Chinese Studies
	Address (地址) : 18/18, Bangna-Trad Rd., Bangplee, Samut Prakarn, Thailand, 10540