

ภาษาไทยธุรกิจ

ได้ผ่านการตรวจประเมินคุณภาพจากสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ครั้งที่ 1 หมวดวิชาสมรรถนะแกนกลาง กลุ่มวิชาภาษาไทย
ประกาศลำดับที่ 367





ภาษาไทยธุรกิจ 20000-1103

หมวดวิชาสมรรถนะแกนกลาง

กลุ่มวิชาภาษาไทย

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2562

ลักษิกา เจริญศรี

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของสำนักหอสมุดแห่งชาติ

ลักขิกา เจริญศรี.

ภาษาไทยธุรกิจ. -- กรุงเทพฯ : แม็คเอดูเคชั่น, 2562.

196 หน้า.

1. การสื่อสารทางธุรกิจ. 2. ภาษาไทย. I. ชื่อเรื่อง.

651.7

ISBN 978-616-345-030-2

จัดพิมพ์และจำหน่ายโดย

MAC EDUCATION

ผู้เขียน : ลักขิกา เจริญศรี
ผู้ทรงคุณวุฒิ : ผศ.พัชนี มานะวานิชเจริญ
การสั่งซื้อ : ส่งธนณัติส่งจ่าย ไปรษณีย์ลาดพร้าว ในนาม บริษัท แม็คเอดูเคชั่น จำกัด
เลขที่ 9/99 อาคารแม็ค ซอยลาดพร้าว 38 ถนนลาดพร้าว แขวงจันทระเกษม
เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
☎ : 0-2938-2022-7 FAX : 0-2938-2028
www.MACeducation.com

พิมพ์ครั้งที่ : 1
จำนวนที่พิมพ์ : 5,000 เล่ม
ราคาจำหน่าย : 97 บาท
ปีที่พิมพ์ : 2562
พิมพ์ที่ : บริษัท ก.พล (1996) จำกัด

(สงวนลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย ห้ามลอกเลียน ไม่ว่าจะเป็นส่วนหนึ่งส่วนใดของหนังสือเล่มนี้นอกจากจะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร)

คำนำ

ตามที่กระทรวงศึกษาธิการได้ประกาศใช้หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2562 เพื่อมุ่งผลิตและพัฒนากำลังคนระดับฝีมือให้มีสมรรถนะ มีคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ สามารถประกอบอาชีพอิสระ เป็นผู้ประกอบการที่มีคุณภาพ หรือประกอบอาชีพอื่นๆ ได้ตรงตามความต้องการของสถานประกอบการทั้งในประเทศและในภูมิภาคอาเซียน

บริษัท แม็คเอ็ดดูเคชั่น จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายหนังสือเรียน สื่อการเรียนรู้ และวารสารทางการศึกษา ทั้งในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ระดับอาชีวศึกษา ตระหนักถึงภารกิจสำคัญในการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนส่งเสริมการศึกษาระดับอาชีวศึกษาให้บรรลุผลสมดังเจตนารมณ์ที่ตั้งไว้ จึงได้แต่งตั้งคณะทำงาน ซึ่งประกอบด้วยนักวิชาการและผู้สอนทั้งในระดับอาชีวศึกษาและระดับอุดมศึกษาที่มีความเชี่ยวชาญ ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ ดำเนินการวิเคราะห์หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2562 ในแต่ละสาขาวิชาเพื่อจัดทำสื่อการเรียนรู้ อันประกอบด้วย

1. หนังสือเรียนที่จัดทำให้ตรงกับจุดประสงค์รายวิชา สมรรถนะรายวิชา และคำอธิบายรายวิชา ทั้งนี้โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับมาตรฐานการศึกษาวิชาชีพทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านคุณธรรม จริยธรรมและคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ด้านสมรรถนะแกนกลาง และด้านสมรรถนะวิชาชีพ

2. แผนการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนผ่านกิจกรรมการเรียนรู้หลากหลายรูปแบบ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้สอนนำไปปรับให้เหมาะสมกับธรรมชาติของผู้เรียนและจุดเน้นของสถานศึกษา

จุดเด่นของหนังสือเรียนชุดใหม่ มีดังนี้

1. นำเสนอในรูปแบบหน่วยการเรียนรู้ ที่เนื้อหาง่ายต่อการเรียนรู้ แต่ยังคงไว้ซึ่งความเข้มข้นและทันสมัย ทั้งนี้เนื้อหาในหนังสือเรียนมุ่งเน้นให้สัมพันธ์กับจุดประสงค์การเรียนรู้ หลักการเรียนรู้ตามสภาพจริง (Authentic Learning) และการประเมินผลตามสภาพจริง (Authentic Assessment)

2. แทรกกิจกรรมตรวจสอบความเข้าใจ กิจกรรมตามสมรรถนะรายวิชา กิจกรรมการฝึกกระบวนการคิด (Thinking Skills) และกิจกรรมบูรณาการให้แก่ผู้เรียน

3. พัฒนาสมรรถนะแกนกลางและสมรรถนะวิชาชีพผ่านกระบวนการปฏิบัติงานโดยใช้ใบช่วยสอน เป็นสื่อสำหรับการฝึกกระบวนการเรียนรู้ที่สำคัญ เช่น การเรียนรู้จากโครงงาน (Project-based Learning)

4. มีแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยจัดทำแบบทดสอบให้สอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้ประจำหน่วยการเรียนนั้น ๆ ท้ายหน่วยการเรียนรู้ทุกหน่วย

5. สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศในการสืบค้นความรู้ ดังนั้นหนังสือเรียนอาชีวศึกษาแม็ค 4.0 จึงได้มีการเสริมเนื้อหาเพิ่มเติมที่ได้ผ่านการคัดกรองมาแล้วว่าเหมาะสมกับการเรียนรู้แทรกไว้ในเนื้อหาบางหน่วย โดยใช้สัญลักษณ์   ผู้เรียนสามารถใช้สมาร์ทโฟนสแกน QR Code หรือเปิดในเว็บไซต์ maceducation.com ซึ่งมีฐานข้อมูลที่สามารถ Download มาศึกษาได้

บริษัท แม็คเอดดูเคชั่น จำกัด ขอขอบคุณสถานศึกษา ครู คณาจารย์ ผู้สอน ผู้เรียน และผู้ที่สนใจทุกท่านที่ให้ความไว้วางใจในสื่อการเรียนรู้ของบริษัท บริษัทหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสื่อการเรียนรู้ชุดนี้จะมีส่วนช่วยให้การจัดการเรียนรู้อมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพทัดเทียมระดับสากลต่อไป

บริษัท แม็คเอดดูเคชั่น จำกัด

รหัส 20000-1103
วิชาภาษาไทยธุรกิจ
ทฤษฎี - ชั่วโมง ปฏิบัติ 2 ชั่วโมง 1 หน่วยกิต

จุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้

1. มีทักษะในการใช้ภาษาไทยเพื่อสื่อสารในงานธุรกิจถูกต้องตามหลักการใช้ภาษา
2. สามารถนำทักษะทางภาษาไทยไปใช้พัฒนาตนเองและงานธุรกิจ
3. เห็นคุณค่าและความสำคัญของการใช้ภาษาไทยในงานธุรกิจ

สมรรถนะรายวิชา

1. วิเคราะห์ สังเคราะห์และประเมินค่าสารในงานธุรกิจจากการฟัง การดูและการอ่านตามหลักการ
2. พูดในงานธุรกิจตามหลักการ
3. เขียนเอกสารในงานธุรกิจตามหลักการ

คำอธิบายรายวิชา

ปฏิบัติเกี่ยวกับการฟังคำสั่งหรือข้อแนะนำการปฏิบัติงาน การฟังและดูสารในงานธุรกิจจากสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์และแหล่งเรียนรู้ในชุมชน การอ่านคู่มือการปฏิบัติงาน คู่มือการใช้อุปกรณ์หรือรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ การนำเสนอผลงาน การเสนอขายสินค้าและบริการ การพูดติดต่อธุรกิจ การสัมภาษณ์งาน การเขียนเพื่อติดต่อธุรกิจ การเขียนรายงานการปฏิบัติงาน การเขียนโครงการและแผนธุรกิจ และการเขียนโฆษณาประชาสัมพันธ์ในงานธุรกิจ

ตารางวิเคราะห์สมรรถนะประจำหน่วย

หน่วยการเรียนรู้ที่	ชื่อหน่วยการเรียนรู้	สมรรถนะประจำหน่วย
1	การใช้ภาษาไทยในงานธุรกิจ	แสดงความรู้เกี่ยวกับหลักการใช้ภาษาไทยในงานธุรกิจได้ตามหลักการ
2	การฟังและดูสารในงานธุรกิจ	วิเคราะห์ สังเคราะห์ และประเมินค่าสารในงานธุรกิจจากการฟังและการดูตามหลักการ
3	การอ่านสารในงานธุรกิจ	วิเคราะห์ สังเคราะห์ และประเมินค่าสารในงานธุรกิจจากการอ่านตามหลักการ
4	การพูดในงานธุรกิจ	1. พูดในงานธุรกิจตามหลักการ 2. มีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการพูดในงานธุรกิจเพื่อสร้างสรรค์สังคม
5	การเขียนในงานธุรกิจ	1. เขียนเอกสารในงานธุรกิจตามหลักการ 2. มีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการเขียนเอกสารในงานธุรกิจเพื่อสร้างสรรค์สังคม

สารบัญ

	หน้า
หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 การใช้ภาษาไทยในงานธุรกิจ	1
1. งานธุรกิจ	2
2. กระบวนการสื่อสาร	8
3. ความสำคัญของภาษาไทยในงานธุรกิจ	14
4. แนวปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้ภาษาไทยในงานธุรกิจ	15
แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้	23
หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 การฟังและดูสารในงานธุรกิจ	26
1. การฟังคำสั่งหรือข้อแนะนำในการปฏิบัติงาน	29
2. การฟังและดูสารในงานธุรกิจจากสื่อบุคคล	33
3. การดูสารในงานธุรกิจจากสื่อสิ่งพิมพ์	36
4. การฟังและดูสารในงานธุรกิจจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์	40
5. การฟังและดูสารในงานธุรกิจจากแหล่งเรียนรู้ในชุมชน	46
แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้	51
หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 การอ่านสารในงานธุรกิจ	56
1. การอ่านคู่มือการปฏิบัติงาน	59
2. การอ่านคู่มือการใช้อุปกรณ์	66
3. การอ่านรายละเอียดของผลิตภัณฑ์	69
แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้	78

	หน้า
หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 การพูดในงานธุรกิจ	83
1. ความสำคัญของการพูดในงานธุรกิจ	84
2. หลักการพูดในงานธุรกิจ	84
3. การนำเสนอผลงาน	88
4. การเสนอขายสินค้าและบริการ	98
5. การพูดติดต่อธุรกิจ	102
6. การสัมภาษณ์งาน	110
แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้	118
หน่วยการเรียนรู้ที่ 5 การเขียนในงานธุรกิจ	122
1. การเขียนเพื่อติดต่อธุรกิจ	123
2. การเขียนรายงานการปฏิบัติงาน	127
3. การเขียนโครงการและแผนธุรกิจ	135
4. การเขียนโฆษณาประชาสัมพันธ์ในงานธุรกิจ	156
แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้	179
บรรณานุกรม	185
ดัชนี	187

การใช้ภาษาไทยในงานธุรกิจ

สาระการเรียนรู้

1. งานธุรกิจ
2. กระบวนการสื่อสาร
3. ความสำคัญของภาษาไทยในงานธุรกิจ
4. แนวปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้ภาษาไทยในงานธุรกิจ

การใช้ภาษาไทย ในงานธุรกิจ

จุดประสงค์การเรียนรู้

1. อธิบายความสำคัญของงานธุรกิจได้
2. อธิบายกระบวนการสื่อสารได้
3. บอกความสำคัญของการใช้ภาษาไทยในงานธุรกิจได้
4. แสดงบุคลิกภาพในการใช้ภาษาไทยในงานธุรกิจอย่างเหมาะสม

สมรรถนะประจำหน่วย

แสดงความรู้เกี่ยวกับหลักการใช้ภาษาไทย
ในงานธุรกิจได้ตามหลักการ

การใช้ภาษาไทยในงานธุรกิจ

การใช้ภาษาไทยในงานธุรกิจมีความสำคัญอย่างยิ่งในแง่ของการสื่อสารความรู้ ความเข้าใจ การสร้างจินตนาการและแรงบันดาลใจ ผู้ที่มีความสามารถด้านการใช้ภาษาไทยจะมีโอกาสประสบความสำเร็จในงานธุรกิจสูงมาก ดังนั้นจึงต้องศึกษาเรียนรู้การใช้ภาษาอย่างมีประสิทธิภาพ



(ที่มา : <http://jt-biz.com>)

1. งานธุรกิจ

งานธุรกิจมีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อชีวิตความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตของประชาชน รวมถึงมีความจำเป็นต่อเศรษฐกิจ ทั้งนี้เนื่องจากมนุษย์มีความต้องการเป็นพื้นฐาน และเพื่อชวนขายให้ได้สิ่งต่างๆ มาบำบัดความต้องการของตนเองและครอบครัว จึงก่อให้เกิดกิจกรรมประเภทต่างๆ ที่ถือว่าเป็นธุรกิจขึ้น ดังนั้น ธุรกิจจึงเกิดขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อจะบำบัดหรือสนองความต้องการของมนุษย์นั่นเอง

1.1 ความหมายของธุรกิจ

ธุรกิจ (Business) หมายถึง การกระทำหรือกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการผลิต การจัดจำหน่าย การแลกเปลี่ยนสินค้า ในเรื่องของสินค้าและบริการ โดยมุ่งหวังผลกำไร (Profit) ตอบแทน

1.2 หน้าที่ขั้นพื้นฐานของธุรกิจ

หน้าที่ขั้นพื้นฐานของธุรกิจ มีดังนี้

- 1.2.1 จัดหาวัตถุดิบป้อนโรงงาน
- 1.2.2 แปลสภาพวัตถุดิบให้เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป หรือผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป
- 1.2.3 ทำหน้าที่ทางการตลาด เช่น การจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปสู่คนกลางหรือผู้บริโภคคนสุดท้าย และการส่งเสริมการขาย
- 1.2.4 ให้บริการแก่ลูกค้า

1.3 ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ

โดยทั่วไปปัจจัยที่เป็นพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจมีอยู่ 4 ประเภท หรือที่เรียกกันว่า 4M's ดังนี้

1.3.1 คน (Man) ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด เพราะธุรกิจต่าง ๆ เกิดขึ้นได้ต้องอาศัยความคิดของคน มีคนเป็นผู้ดำเนินการหรือเป็นผู้จัดการจึงจะทำให้เกิดกิจกรรมทางธุรกิจหลายรูปแบบ ซึ่งในวงจรธุรกิจมีคนหลายระดับ หลายรูปแบบ ทั้งระดับผู้บริหาร ผู้ใช้แรงงาน ร่วมกันดำเนินการจึงจะทำให้ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

1.3.2 เงิน (Money) เงินทุนเป็นปัจจัยในการดำเนินธุรกิจอีกชนิดหนึ่งที่ต้องนำมาใช้ในการลงทุนเพื่อให้เกิดการประกอบธุรกิจ โดยธุรกิจแต่ละประเภทย่อยใช้ปริมาณเงินทุนที่แตกต่างกัน ธุรกิจขนาดใหญ่ย่อมใช้เงินทุนสูงกว่าธุรกิจขนาดเล็กกว่า ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจจึงต้องมีการวางแผนในการใช้เงินทุน และการจัดหาเงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจไม่ประสบปัญหาด้านเงินทุนและก่อให้เกิดผลตอบแทนสูงสุด คู่กับเงินที่นำมาลงทุน

1.3.3 วัสดุหรือวัตถุดิบ (Material) ในการผลิตสินค้าต้องอาศัยวัสดุหรือวัตถุดิบในการผลิตค่อนข้างมาก ผู้บริหารจึงต้องรู้จักการบริหารวัสดุหรือวัตถุดิบให้มีประสิทธิภาพ โดยใช้ต้นทุนด้านวัสดุหรือวัตถุดิบต่ำสุด เพื่อให้ธุรกิจมีผลกำไรสูงสุดตามมา

1.3.4 วิธีปฏิบัติงาน (Method)/การบริหารงาน (Management) เป็นวิธีการปฏิบัติงานในแต่ละขั้นตอนของการดำเนินธุรกิจ ซึ่งต้องมีการวางแผนและควบคุม เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ เกิดความคล่องตัว สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกกิจการ

1.4 ความสำคัญของการศึกษาธุรกิจ

การประกอบธุรกิจแต่ละประเภทย่อยจะมีบุคคลหลายฝ่ายเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งบุคคลเหล่านั้นล้วนแต่มีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาธุรกิจด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน ดังนี้

1.4.1 เพื่อตัดสินใจในการเลือกอาชีพ

1.4.2 เพื่อธุรกิจของตน

1.4.3 เพื่อแก้ไขปัญหาสังคม

1.5 ประโยชน์ของธุรกิจ

ปัจจุบันธุรกิจมีประโยชน์ครอบคลุมวิถีชีวิตของประชาชน ทั้งในระดับชุมชน สังคม ประเทศ และระดับโลก ดังนี้

1.5.1 ทำให้เกิดกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ซึ่งมีความต้องการต่อเนื่องตามวงจรชีวิต เช่น เมื่อมีบ้านย่อมต้องการเฟอร์นิเจอร์ เครื่องปรับอากาศ เครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในบ้าน เป็นต้น

1.5.2 ช่วยกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค องค์กรธุรกิจเมื่อผลิตสินค้าแล้วย่อมต้องการขายหรือจำหน่ายสินค้าออกสู่ผู้บริโภค จึงต้องมีธุรกิจอื่นมาทำหน้าที่กระจายสินค้าเหล่านั้น เช่น มีระบบคนกลาง ได้แก่ พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก ตัวแทนจำหน่าย และนายหน้า มีระบบการขนส่ง การคลังสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง

1.5.3 เกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพ ธุรกิจต้องจ้างบุคคลเข้ามาทำงาน ทำให้คนมีอาชีพ ช่วยลดปัญหาการว่างงานและปัญหาทางสังคม

1.5.4 ช่วยให้ประชาชนมีมาตรฐานการครองชีพที่ดีขึ้น เพราะประชาชนมีงานทำและมีรายได้จากองค์กรธุรกิจ รวมถึงมีโอกาสได้เลือกซื้อสินค้าและบริการที่มีคุณภาพดีขึ้น ส่งผลให้เกิดมาตรฐานการครองชีพสูงขึ้น

1.5.5 สร้างรายได้ให้กับรัฐ จากการเสียภาษีและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ในการดำเนินงานธุรกิจ ทำให้รัฐบาลมีเงินไปพัฒนาประเทศ

1.5.6 เกิดความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี กล่าวคือ มีเครื่องจักรที่ทันสมัยในการผลิตสินค้า มีเครื่องมือสื่อสารที่มีความก้าวหน้า เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ อินเทอร์เน็ต การประชุมทางไกล

1.5.7 ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและมาตรฐานที่ดีย่อมเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคและสามารถนำออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ทำให้มีรายได้เข้าประเทศมากขึ้น ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศในภาพรวมดีขึ้น

1.6 ประเภทของธุรกิจ

ธุรกิจแบ่งตามลักษณะของกิจกรรมที่ดำเนินงานได้ 8 ประเภท คือ

1.6.1 ธุรกิจการเกษตร (Agriculture Business) เป็นธุรกิจพื้นฐานของคนไทยที่เหมาะสมกับลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศของประเทศไทย ได้แก่ การทำนา ทำสวน ทำไร่ การประมง การเลี้ยงสัตว์ และการทำป่าไม้

1.6.2 ธุรกิจเหมืองแร่ (Mineral Business) เป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับการขุดเจาะนำเอาทรัพยากรธรรมชาติต่าง ๆ มาใช้ เช่น ถ่านหิน ดีบุก น้ำมัน

1.6.3 ธุรกิจอุตสาหกรรม (Manufacturing Business) เป็นธุรกิจการผลิตและบริการทั่วไปทั้งอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดใหญ่ ซึ่งแบ่งได้ดังนี้

1) **อุตสาหกรรมในครัวเรือนหรืออุตสาหกรรมขนาดย่อม** เป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กใช้แรงงานจากสมาชิกในครอบครัว วัสดุต่าง ๆ หาได้ในท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์เป็นภูมิปัญญาในท้องถิ่น

2) **อุตสาหกรรมโรงงาน** เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีการผลิตสินค้าจากโรงงานถาวร มีเครื่องจักรทันสมัย จ้างแรงงานจากบุคคลภายนอก และใช้เงินลงทุนจำนวนมาก

1.6.4 ธุรกิจก่อสร้าง (Construction Business) เป็นธุรกิจที่นำเอาผลผลิตของอุตสาหกรรมมาใช้ เช่น การสร้างอาคารที่อยู่อาศัย ถนน สะพาน เขื่อน ทางระบายน้ำ ฯลฯ

1.6.5 ธุรกิจการพาณิชย์ (Commercial Business) เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการตลาด มีการกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคโดยอาศัยคนกลางในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก นายหน้า และตัวแทนจำหน่าย

1.6.6 ธุรกิจการเงิน (Finance Business) เป็นธุรกิจที่ส่งเสริมให้ธุรกิจต่าง ๆ มีความคล่องตัวมากยิ่งขึ้น เพราะเป็นองค์กรที่ให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการด้านการเงินและการลงทุน เช่น ธนาคารพาณิชย์ ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้า บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ฯลฯ

1.6.7 ธุรกิจบริการ (Service Business) เป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ผลิตการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในการอำนวยความสะดวกสบายให้แก่ผู้บริโภค เช่น ธุรกิจบริการขนส่ง (Logistics) การศึกษา การสื่อสาร ธุรกิจโรงแรม การท่องเที่ยว โรงพยาบาล ธุรกิจโฆษณา โรงภาพยนตร์ ภัตตาคาร ร้านอาหาร สถานบันเทิง ร้านซักรีด ร้านถ่ายรูป สถานเสริมความงาม กิจการหอพักและบ้านเช่า ฯลฯ

1.6.8 ธุรกิจอื่น ๆ เป็นธุรกิจที่นอกเหนือไปจากธุรกิจดังกล่าวข้างต้น ได้แก่ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ เช่น แพทย์ ครู เกษกร วิศวกร สถาปนิก จิตรกร ประติมากร นักแสดง ศิลปิน นักเขียน นักฝึกอบรม หรือวิทยากร ฯลฯ

นอกจากนี้ยังมีธุรกิจอีกประเภทหนึ่งที่กำลังดำเนินการอย่างแพร่หลาย คือ การดำเนินงานธุรกิจผ่านสื่อออนไลน์ (Online Business) ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจนี้จะต้องมีศิลปะของการใช้ภาษาในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ

1.7 บทบาทของธุรกิจต่อสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ

ธุรกิจมีบทบาทต่อสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ สรุปได้ดังนี้

1.7.1 พัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ด้วยการผลิตและจำหน่ายสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนอย่างครบถ้วน

1.7.2 พัฒนาสังคมให้ก้าวหน้า ในการสร้างงานอาชีพให้คนมีงานทำ ลดปัญหาการว่างงาน ลดปัญหาสังคม

1.7.3 สร้างความมั่นคงด้านเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องด้วยเป็นการสร้างรายได้ให้ทั้งผู้ประกอบการและประชาชนทั่วไป

1.8 ความรับผิดชอบของธุรกิจต่อสังคม

ความรับผิดชอบของธุรกิจต่อสังคมแบ่งได้ 2 ประเภท คือ

1.8.1 ความรับผิดชอบของธุรกิจต่อสังคมภายในองค์กรธุรกิจ ได้แก่

1) ความรับผิดชอบต่อเจ้าของกิจการหรือผู้ถือหุ้น ต้องดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ มุ่งผลประโยชน์สูงสุดให้กับกิจการ และจัดสรรผลกำไรในอัตราที่พึงพอใจ

2) ความรับผิดชอบต่อผู้บริหาร ด้วยการจ่ายเงินเดือนและค่าตอบแทนในรูปแบบสวัสดิการที่เหมาะสม เพื่อเป็นแรงจูงใจและสร้างความมั่นคง ตลอดจนเป็นการกระตุ้นและสนับสนุนให้เกิดความเจริญก้าวหน้าในการทำงาน

3) ความรับผิดชอบต่อพนักงานและลูกจ้าง ในการจ่ายเงินเดือนและค่าจ้างในอัตราที่เหมาะสม และจัดสวัสดิการต่าง ๆ เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้บุคลากร มีความมั่นคงในการทำงาน และยังเป็นการสร้างความรักภักดีต่อองค์กรด้วย

1.8.2 ความรับผิดชอบของธุรกิจต่อสังคมภายนอกองค์กรธุรกิจ ได้แก่

1) ความรับผิดชอบต่อลูกค้า โดยการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ บริการด้วยความรวดเร็ว กำหนดราคาเหมาะสม

2) ความรับผิดชอบต่อเจ้าหนี้ โดยการจ่ายดอกเบี้ย เงินต้นตรงตามเวลา

3) ความรับผิดชอบต่อคู่แข่ง โดยไม่โจมตีคู่แข่ง ไม่ละเมิดลิขสิทธิ์

4) ความรับผิดชอบต่อรัฐบาล โดยการเสียภาษีอากรอย่างถูกต้อง

5) ความรับผิดชอบต่อสาธารณชน โดยมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สังคมและอุทิศตนแก่สังคม

6) ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยหาแนวทางรวมทั้งมาตรการป้องกัน และแก้ไขสิ่งแวดล้อมที่ดี เพื่อให้สังคมน่าอยู่ มีสุขภาวะที่ดี เช่น การสร้างบ่อบำบัดน้ำเสีย การทิ้งและทำลายขยะอย่างถูกวิธี

7) ความรับผิดชอบต่อวัฒนธรรม งานธุรกิจที่ดีต้องสืบสานวัฒนธรรมที่ดีงามด้วย

จะเห็นได้ว่างานธุรกิจมีอิทธิพลอย่างสูงต่อคุณภาพชีวิตของประชาชน สังคม ประเทศ และโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเป็นสมาชิกของประชาคมอาเซียน เนื่องด้วยงานธุรกิจครอบคลุมอาชีพหลักของอาเซียน ดังนั้น ผู้ประกอบอาชีพธุรกิจทั้งในฐานะเจ้าของกิจการ ผู้ประกอบการ หรือผู้เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจ เช่น พนักงาน ผู้บริโภค ลูกค้า และผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ จำเป็นต้องเรียนรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสาร

กิจกรรมตรวจสอบความเข้าใจที่ 1.1

จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. งานธุรกิจมีบทบาทสำคัญอย่างไร
2. การศึกษางานธุรกิจมีความสำคัญอย่างไร
3. ประเภทของงานธุรกิจตามลักษณะของกิจกรรมที่ทำมีอะไรบ้าง
4. ธุรกิจออนไลน์มีบทบาทอย่างไรในสังคมปัจจุบัน

กิจกรรมตามสมรรถนะรายวิชาที่ 1.1

เรื่อง ความรับผิดชอบของธุรกิจต่อสังคม

จุดประสงค์การเรียนรู้

1. บอกความรับผิดชอบต่อธุรกิจต่อสังคมได้
2. ยกตัวอย่างความรับผิดชอบต่อธุรกิจต่อสังคมได้

กิจกรรม

1. ให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่ม กลุ่มละ 5-6 คน ตามความสมัครใจ
2. ให้ผู้เรียนแต่ละกลุ่มร่วมกันหาตัวอย่างการสื่อสารขององค์กร/สถาบันทางธุรกิจ/ชมรมวิชาชีพ ฯลฯ ที่แสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคม และนำเสนอในชั้นเรียนอย่างมีส่วนร่วม ใช้เวลา กลุ่มละ 3-5 นาที

2. กระบวนการสื่อสาร



ในงานธุรกิจ การสื่อสารมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับบุคคลและสังคม เพราะการสื่อสารทำให้บุคคลสามารถรับรู้ความรู้สึกนึกคิด และความต้องการของแต่ละคนได้ ซึ่งจะส่งผลให้ดำเนินชีวิตอยู่ร่วมกันได้อย่างปกติสุข กระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพย่อมเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันให้สังคม ส่งเสริมเศรษฐกิจให้เจริญก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ช่วยเสริมสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดี และทำให้มนุษย์สามารถสืบทอดวิถีชีวิตที่ดีงามสู่ความร่มเย็นเป็นสุข

ดังนั้น การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสารธุรกิจให้ได้ผลดีนั้นจึงจำเป็นต้องศึกษาเรียนรู้กระบวนการสื่อสารและฝึกฝนทักษะการใช้ภาษาอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการฟัง การดู การพูด การอ่าน และการเขียน

2.1 องค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร

กระบวนการสื่อสารมีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ประการ ดังนี้

2.1.1 ผู้ส่งสาร (Sender) หรือแหล่งสาร (Source) หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งสาร หรือเป็นแหล่งกำเนิดสาร ด้วยการแปลสารนั้นให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้นแทนความคิด ได้แก่ ภาษาอาภักปิริยา ภาพ สัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อสื่อสารความคิด ความรู้สึก ข่าวสาร ความต้องการ และวัตถุประสงค์ของตนไปยังผู้รับสารด้วยวิธีการใด ๆ หรือส่งผ่านช่องทางใดก็ตาม จะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม เช่น ผู้พูด ผู้เขียน กวี ศิลปิน นักร้อง นักแสดง นักจัดรายการวิทยุ โฆษกรัฐบาล องค์การ สถาบัน สถาบันวิทยุกระจายเสียง สถาบันวิทยุโทรทัศน์ กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ หน่วยงานของรัฐ บริษัท สถาบันสื่อมวลชน ฯลฯ

● คุณสมบัติของผู้ส่งสาร

ผู้ส่งสารเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างความสำเร็จให้กระบวนการสื่อสาร การพัฒนาคุณสมบัติของผู้ส่งสารจึงสำคัญมาก โดยคุณสมบัติของผู้ส่งสารที่ดี มีดังนี้

- 1) มีเจตนาแน่วแน่ที่จะให้ผู้รับสารรับรู้จุดประสงค์ในการส่งสารของตน
- 2) มีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่ออย่างชัดเจน
- 3) มีบุคลิกลักษณะที่ดี มีความน่าเชื่อถือ แคล่วคล่อง เปิดเผย จริงใจ และมีความรับผิดชอบ
- 4) มีคุณธรรมและมารยาทในการสื่อสาร
- 5) เข้าใจความพร้อมและความสามารถในการรับสารของผู้รับสาร
- 6) รู้จักเลือกใช้กลวิธีที่เหมาะสมในการส่งสารหรือนำเสนอสาร

2.1.2 สาร (Message) หมายถึง เรื่องราวที่มีความหมาย หรือสิ่งต่าง ๆ ที่อาจอยู่ในรูปแบบของ ข้อมูล ความรู้ ความคิด ความต้องการ อารมณ์ ความรู้สึก ฯลฯ ซึ่งถ่ายทอดจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารให้รับรู้และแสดงออกหรือปฏิบัติ โดยผ่านภาษาหรือสัญลักษณ์ที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ เช่น คำพูด ข้อเขียน บทเพลง ภาพถ่าย เรื่องราวที่อ่าน ท่าทางที่สื่อความหมาย

● คุณสมบัติของสาร

สารหรือเนื้อหาสาระที่ต้องการจะสื่อมายังผู้รับสารมีอิทธิพลต่อความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติของผู้รับสาร คุณสมบัติที่ดีของสารจึงมีความสำคัญยิ่ง ดังนี้

- 1) กระชับรัด ไม่ใช้คำฟุ่มเฟือย หรือข้อความเยิ่นเย้อ วกวน ให้รู้จักใช้คำน้อยแต่กินความมาก
- 2) ชัดเจน ไม่กำกวม หรือตีความได้หลายทาง
- 3) สมบูรณ์ แจ่มแจ้ง
- 4) ถูกต้องตามกาลเทศะและบุคคล
- 5) สอดคล้องหรือตรงตามความต้องการของผู้รับสาร
- 6) มีคุณประโยชน์และสร้างสรรค์สังคม

2.1.3 สื่อหรือช่องทาง (Media or Channel) หมายถึง สิ่งที่เป็นพาหนะนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ผู้ส่งสารต้องอาศัยสื่อหรือช่องทางทำหน้าที่นำสารไปสู่ผู้รับสาร ซึ่งมีการแบ่งประเภทของสื่อ ดังนี้

เกณฑ์การแบ่ง	ประเภท	ตัวอย่าง
1. แบ่งตามวิธีการเข้า และ ถอดรหัส	สื่อวาจา (Verbal) สื่ออวาจา (Non-verbal)	คำพูด ตัวเลข สีหน้า ท่าทาง น้ำเสียง หนังสือพิมพ์ รูปภาพ
2. แบ่งตามประสาทการรับรู้	สื่อที่รับรู้ด้วยการเห็น สื่อที่รับรู้ด้วยการฟัง สื่อที่รับรู้ด้วยการเห็นและการฟัง	นิตยสาร เทป วิทยู โทรทัศน์ ภาพยนตร์ วิดิทัศน์
3. แบ่งตามระดับการสื่อสาร หรือจำนวนผู้รับสาร	สื่อระหว่างบุคคล สื่อในกลุ่ม สื่อสารมวลชน	โทรศัพท์ จดหมาย ไมโครโฟน โทรทัศน์ วิทยู หนังสือพิมพ์
4. แบ่งตามยุคสมัย	สื่อดั้งเดิม สื่อร่วมสมัย สื่ออนาคต	เสียงกลอง ควันไฟ โทรศัพท์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี วิดีโอเทกซ์

เกณฑ์การแบ่ง	ประเภท	ตัวอย่าง
5. แบ่งตามลักษณะของสื่อ	สื่อธรรมชาติ สื่อมนุษย์หรือสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อระคน	อากาศ แสง เสียง คนส่งของ ไปรษณีย์ โฆษก หนังสือ นิตยสาร ใบปลิว วิทยุ วิทยุทัศน์ อินเทอร์เน็ต ศิลาจารึก สื่อพื้นบ้าน
6. แบ่งตามการใช้งาน	สื่อสำหรับงานทั่วไป สื่อเฉพาะกิจ	จดหมายเวียน โทรศัพท์ วารสาร จุลสาร วิทยุทัศน์
7. แบ่งตามการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร	สื่อร้อน (โต้ตอบได้ทันที) สื่อเย็น (รับสารอย่างเดียว)	การพูด การอ่าน
8. แบ่งตามกระแสหลักของประเทศ	สื่อในยุค Thailand 4.0	อินเทอร์เน็ต การประชุมทางไกล (Teleconference)

● คุณสมบัติของสื่อหรือช่องทาง

สื่อหรือช่องทางนำสารเป็นองค์ประกอบสำคัญในการนำสารสู่ผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพ ถ้าสื่อหรือช่องทางนำสารมีความบกพร่องไม่สมบูรณ์ในทางใดทางหนึ่ง ย่อมทำให้การสื่อสารไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือเกิดความล้มเหลวได้ ดังนั้น คุณสมบัติของสื่อหรือช่องทางนำสารที่ดีจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งคุณสมบัติของสื่อหรือช่องทางนำสารที่ดี มีดังนี้

- 1) ชัดเจน สื่อความหมายตรงไปตรงมา
- 2) เหมาะสมกับสารและผู้รับสารในการสื่อสารครั้งนั้น ๆ
- 3) ทันสมัย สามารถส่งสารได้รวดเร็ว
- 4) สะดวก ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย
- 5) สร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ผู้รับสารให้สามารถรับสารตรงตามที่ต้องการ
- 6) สร้างความพึงพอใจและทัศนคติที่ดีแก่ผู้รับสาร

2.1.4 ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือมวลชนที่รับเรื่องราวข่าวสารจากผู้ส่งสาร และแสดงปฏิกิริยาตอบสนอง (Feedback) ต่อผู้ส่งสาร หรือส่งสารต่อไปถึงผู้รับสารคนอื่น ๆ ตามจุดมุ่งหมายของผู้ส่งสาร เช่น ผู้เข้าร่วมประชุม ผู้ฟังรายการวิทยุ กลุ่มผู้ฟังการอภิปราย ผู้อ่านบทความจากหนังสือพิมพ์