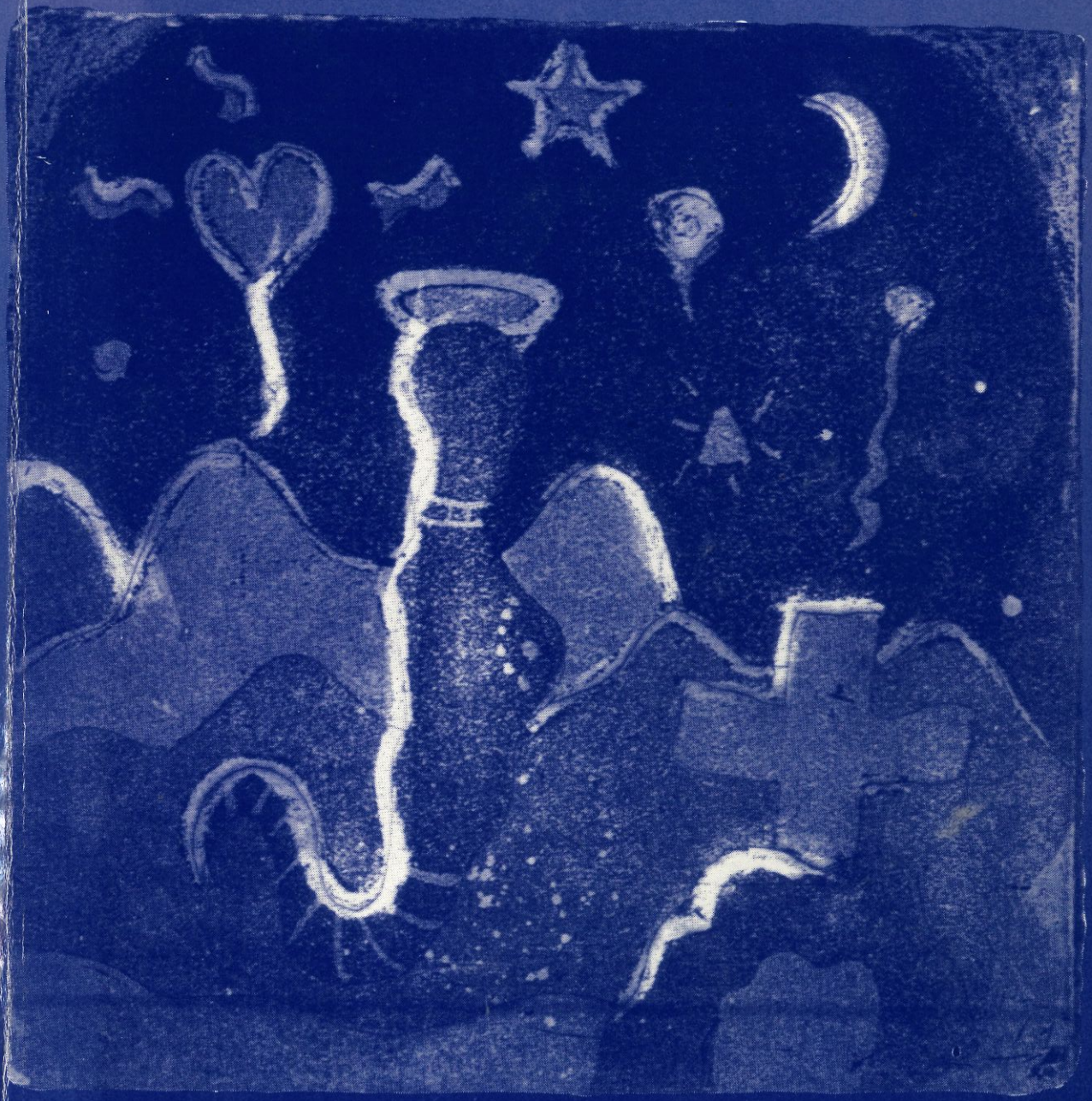
17

วารสาร
สมาคมครูภาษาฝรั่งเศสแห่งประเทศไทย

BULLETIN DE L'ASSOCIATION THAÏLANDAISE DES PROFESSEURS DE FRANÇAIS

ฉบับที่ 65-66 ปีที่ 17 เล่มที่ 1-2 เดือนมกราคม-มิถุนายน 2537

Vol. 65-66 17e ANNÉE NO. 1-2 JANVIER – JUIN 1994 ISSN 0857-0604



วารสารสมาคมครูภาษาฝรั่งเศสแห่งประเทศไทย

BULLETIN DE L'A.T.P.F.

ฉบับที่ 65-66 ปีที่ 17 เล่มที่ 1-2 เดือนมกราคม-มิถุนายน 2537 ISSN 0857-0604

คณะผู้จัดทำ

ที่ปรึกษา

สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา
นางลัดดา วงศ์สายัณห์
นางธิดา บุญธรรม
นายเดช ตะละภัฏ

กองบรรณาธิการ

นางสิทธา	พินิจภูวดล	บรรณาธิการ
นางสาวอัจฉรา	โชติบุตร	บรรณาธิการผู้ช่วย
นางสาวเดือนใจ	จุลดุลย์	บรรณาธิการผู้ช่วย
นางสาวสุธาวดี	หนุนภักดี	กรรมการ
นางสาวอุรัจฉทา	เชาวน์ชลากร	กรรมการ
นางสาวสุธาสินี	ผลวัฒนะ	กรรมการ
นางมธุรส	สาชลวิจารณ์ จงชัยกิจ	กรรมการ
นางสาวศิริธร	ดุษฎีพรรณ์	กรรมการ
นางมลฤดี	ปาลสุข	กรรมการ
นางสาวนันทา	ไกรวิทย์	กรรมการ
นางมยุรี	บารมี	เลขานุการ
นางสาวพรพรรณ	บงกชมาศ	เลขานุการผู้ช่วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการเรียนการสอนภาษาฝรั่งเศสและฝรั่งเศสศึกษา
2. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก
3. เพื่อส่งเสริมการศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับวิชาภาษาฝรั่งเศส วิชาฝรั่งเศสศึกษา และระเบียบวิธีสอน

สำนักงานวารสาร เลขที่ 30/9 พหลโยธิน 2 กรุงเทพฯ 10400 โทร. 2790733 ติดต่อบรรณาธิการโดยตรง ที่อยู่ 511/108 จรัญสนิทวงศ์ 77 บางพลัด กทม. 10700 โทร. 4241552

กำหนดออกวารสาร ปีละ 4 ฉบับ ราคาฉบับละ 25 บาท ค่าบำรุงสมาชิกวารสารปีละ 100 บาท พร้อมค่าส่ง สนใจบอกรับได้ที่ นางสิทธา พินิจภูวดล ณ สำนักงานวารสาร หรือที่อยู่

เจ้าของ : สมาคมครูภาษาฝรั่งเศสแห่งประเทศไทย

ASSOCIATION THAÏLANDAISE DES PROFESSEURS DE FRANÇAIS

รายนามคณะกรรมการบริหาร ส.ค.ฝ.ท. ชุดที่ 9 ประจำปี 2537-2538

สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา
องค์นายกกิตติมศักดิ์

1.	นางธิดา	บุญธรรม	อุปนายก
2.	นางสาวประมาณ	ลี้สิริเสริญ	เลขาธิการและผู้จัดการ
3.	นางวงจันทร์	พินัยนิติศาสตร์	เหรัญญิก
4.	นางสาวไพริน	ศิริอังกูร	นายทะเบียน
5.	นางอรวรรณ	รัตนกาพ	ประชาสัมพันธ์
6.	นางพรทิพา	ถาวรบุตร	ปฏิคม
7.	นางสาวอัจฉรา	โชติบุตร	สาราณียกร
8.	นางสาวอุรัจฉทา	เชาวน์ชลากร	สมาชิกสัมพันธ์
9.	นางสาวเดือนใจ	จุลดุลย์	บรรณารักษ์
10.	นางสาวพรพรรณ	บงกชมาศ	ผู้ช่วยนายทะเบียน
11.	นางสาชัชรีวรรณ	ไชยวัฒน์	ผู้ช่วยประชาสัมพันธ์
12.	นางสาวศิริธร	ดุษฎีพรรณ์	ผู้ช่วยสาราณียกร
13.	นางสาวอรวรรณี	ป้านสวาสดิ์	ผู้ช่วยเลขาธิการ
14.	นางสาวศิริพร	อินทเวคิน	ผู้ช่วยเลขาธิการ
15.	นางสาวสุธาสินี	ผลวัฒนะ	ผู้ช่วยเหรัญญิก
16.	นางสาวปราณี	ศิริรัตน์	ผู้ช่วยสมาชิกสัมพันธ์
17.	นางมลฤดี	ปาลสุข	ผู้ช่วยปฏิคม
18.	นางสาวนันทา	ไกรวิทย์	ผู้ช่วยสาราณียกร
19.	นางสาวพรทิพย์	เลิศสุรสถิต	ผู้ช่วยบรรณารักษ์
20.	นางสาวประภา	งานไพโรจน์	กรรมการ

● ทัศนะใด ๆ ที่แสดงออกในข้อเขียน ในวารสาร ส.ค.ฝ.ท. นี้ เป็นของผู้เขียน มิใช่ของกองบรรณาธิการ หรือของสมาคมครูฝรั่งเศสแห่งประเทศไทย

พิมพ์ที่ บริษัทสำนักพิมพ์ วัฒนาพานิช จำกัด 31/1-32/2 ถนนมหาไชย กรุงเทพ ฯ 10200
นายเริงชัย จงพิพัฒนสุข ผู้พิมพ์ผู้โฆษณา โทร. 2224722 - 2222788 FAX 2256556-7

สารบัญ

1 สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา 1

2 ภาษาฝรั่งเศสเฉพาะด้าน–ภาษาฝรั่งเศสธุรกิจ..... *ธิดา บุญธรรม* 4

3 Le Français des Affaires en Thaïlande ..... *Thida Boontharm, Wongchan Pinainitisat, Sirivan Chulakorn* 10

4 ฝรั่งเศสมองไทย ..... *สิริวรรณ จุฬาภรณ์* 13

5 เครื่องหมายทางคณิตศาสตร์อ่านว่าอย่างไร ..... *มยุรี บารมี* 18

6 Achat, Vente, Publicité ..... *Sirivan CHULAKORN* 21

7 Analyse de manuels ..... *Thida BOONTHARM* 38

8 Projet : Préparation d'un stand thaïlandais à la foire de Paris 42

9 Questionnaire pour une visite d'entreprise ..... *รวบรวมโดย ธิดา บุญธรรม* 48

10 Exemple : Négociations commerciales 52

11 Utilisations des documents authentiques ..... *รวบรวมโดย ธิดา บุญธรรม* 55

12 Document authentique : Exploitation pédagogique ..... *Sirivan CHULAKORN* 62

13 Vocabulaire technique illustré (Le français au bureau) ..... *Hélène CAJOLET-LAGANIERE* 73

14 Bibliographie sélective (Le français des affaires) 86

15 บันทึกการประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2536 ... *ประมาณ ลี้สิริเสริญ* 89

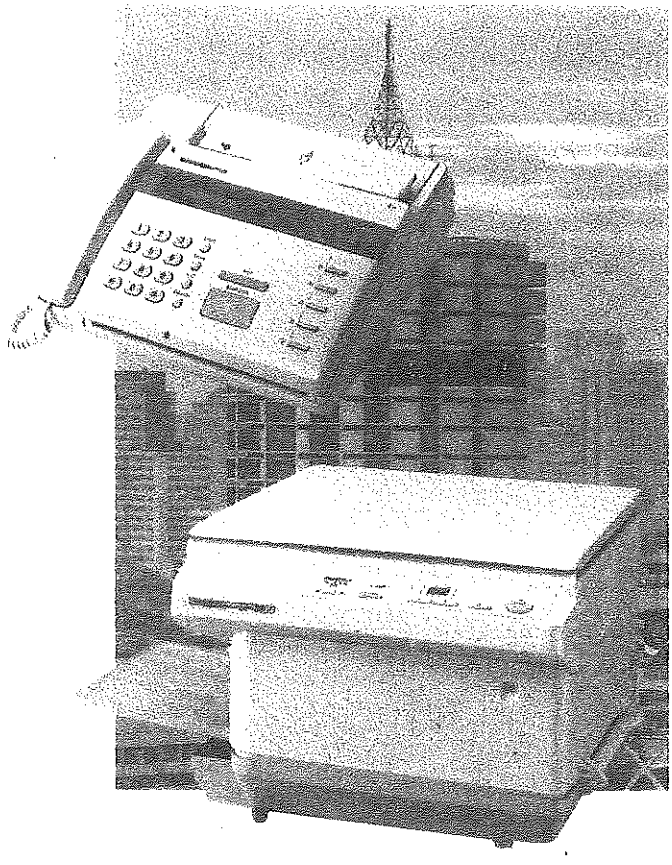
16 จากบรรณาธิการ ..... *สิทธา พินิจภูวดล* 107

ปก : Aquatint จัดโดยผู้ช่วยศาตราจารย์ ดร.สุธาสินี ผลวัฒนะ

สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา
องค์นายกกิติมศักดิ์
ทรงเสด็จนำมวลสมาชิกสมาคมครูภาษาฝรั่งเศสแห่งประเทศไทยเพื่อทัศนศึกษา
ณ กรุงเวียงจันทน์ ระหว่างวันที่ 7-9 มกราคม 2537
ประทับเสวยพระยาหารกลางวัน ณ ภัตตาคารล้านช้าง กรุงเวียงจันทน์

ภาษาฝรั่งเศสเฉพาะด้าน – ภาษาฝรั่งเศสธุรกิจ

ริดา บุญธรรม *



คำจำกัดความของภาษาฝรั่งเศสเฉพาะด้าน

คำว่า *"ภาษาฝรั่งเศสเฉพาะด้าน"* เป็นคำที่ใช้เป็นการโดยเป็นทางศัพท์บัญญัติที่กระทรวงต่างประเทศฝรั่งเศสบัญญัติขึ้น โดยมีคำจำกัดความสั้น ๆ ว่าเป็นการสอนภาษาฝรั่งเศสแก่ผู้เรียนเฉพาะกลุ่ม มูลเหตุเนื่องมาจากประเทศฝรั่งเศสมองเห็นความจำเป็นในการพัฒนาการสอนภาษาอันเนื่องมาจากการให้ความร่วมมือทางเทคนิค และวิชาการแก่ประเทศต่าง ๆ กลุ่มช่างเทคนิค ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการสาขาต่าง ๆ นักธุรกิจซึ่งได้รับทุน และมีความจำเป็นต้องใช้ภาษาเกี่ยวข้องกับศาสตร์ของคน องค์กรที่รับผิดชอบในฝรั่งเศสว่าด้วยเรื่องการสอนภาษาฝรั่งเศสในฐานะภาษาต่างประเทศจึงหันมาสนใจ และพัฒนาการสอนในแนวใหม่นี้

---

* รองศาสตราจารย์ ดร. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ในการเรียนการสอนภาษาฝรั่งเศสเฉพาะด้านนั้นมีชื่อเรียกแตกต่างกันออกไป อาทิเช่น *français fonctionnel, français à des fins spécifiques, français de spécialité, français de profession, français instrumental* ฯลฯ แต่กระนั้นก็ตามยังมีนักการศึกษาบางท่านพยายามที่จะให้คำจำกัดความของชื่อที่เรียกภาษาเหล่านี้ เพื่อให้เกิดความเด่นชัดขึ้นดังเช่น *Denis Lehmann* ได้แยกแยะคำที่ใช้เรียกภาษาเฉพาะด้านตามวาระต่าง ๆ ดังนี้ คือ

1. Français scientifique et technique ชื่อทำให้มองเห็นว่าสอนอะไร แก่ผู้เรียนเช่นใด

2. Langue de spécialité ใช้คำนี้ระยะเวลาประมาณปี 1963 - 1973 มีลักษณะการสอนที่กว้างขวางขึ้นเป็นระยะเวลาที่การสอนโสตทัศนกำลังแพร่หลาย การเรียกชื่อการสอนว่าเป็นภาษาเฉพาะด้านเป็นคำที่ใช้แยกจากภาษาพื้นฐาน *le français fondamental*

3. Français instrumental ใช้คำนี้แพร่หลายในลาตินอเมริกาแยกการเรียนการสอนจากการสอนภาษาทางวัฒนธรรม แต่เป็นภาษาเพื่อการสื่อทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีการสอนเน้นการอ่านบทความทางวิทยาศาสตร์

4. Français fonctionnel มีการใช้คำนี้ในปี 1970 โดยกระทรวงต่างประเทศของฝรั่งเศสเพราะเป็นนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับการให้ทุนความร่วมมือต่าง ๆ เน้นความแตกต่างของผู้เรียนความต้องการการจัดการเรียน การสอนให้ตรงความต้องการมากกว่าจะศึกษาตัวภาษาโดยเฉพาะ

5. Enseignement sur objectifs spécifiques ผู้ที่นิยมใช้คำนี้เพราะแปลจาก *English for special specific purposes* ยังเน้นในเรื่องจุดประสงค์ของการเรียนการสอน

6. Publics spécialisés คำนี้นิตยสาร *"Reflet"* เป็นผู้นำมาใช้เรียกผู้เรียนเป็นผู้ใหญ่ที่มีลักษณะเฉพาะและอยู่ในลักษณะงานที่แตกต่างกัน

มูลเหตุและพัฒนาการของการสอนภาษาฝรั่งเศสเฉพาะด้าน

1. การสอนภาษาฝรั่งเศสเฉพาะด้านเป็นตัวอย่างอันดีที่แสดงให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และในขณะที่การเรียนการสอนภาษาฝรั่งเศสโดยทั่วไป (Le français général) กำลังดำเนินอยู่อย่างกว้างขวางจึงเป็นที่ประจักษ์ว่าในช่วงทศวรรษที่ผ่านมานี้ได้มีผู้สนใจเรียนภาษาฝรั่งเศสเฉพาะด้านเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก เชื่อกันว่าการเรียนการสอนภาษาฝรั่งเศสเฉพาะด้านเป็นสิ่งที่ผู้เรียนรู้จุดมุ่งหมายของการเรียน ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจสำหรับผู้เรียน เพราะช่วยให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ไปใช้ได้ตรงเป้าหมาย

2. การเรียนการสอนที่มีพื้นฐานทางปรัชญา และจิตวิทยาการศึกษาซึ่งเน้นหนัก และให้ความสำคัญกับผู้เรียนให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลางทุกอย่างไปจากผู้เรียน และกลับมาสู่ผู้เรียน

3. การสอนภาษาในแนวทางสังคมวิทยามีส่วนทำให้การสอนภาษาในลักษณะนี้มีความสำคัญการเปลี่ยนแปลงของสังคมการเมือง และเศรษฐกิจ ทำไมภาษาฝรั่งเศสเฉพาะด้าน *"ภาษาฝรั่งเศสและการท่องเที่ยว"* จึงมีความจำเป็น และมีการสอนอยู่ในสถาบันการศึกษาหลายแห่งในประเทศไทย และในปัจจุบันขณะที่ประเทศเรากำลังมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจที่กำลังจะเติบโตในภูมิภาคนี้ การสอนภาษาด้านธุรกิจด้านเลขานุการเริ่มมีการขยายตัว และเริ่มมีการกล่าวถึงการสอนภาษาในด้านนี้มากขึ้น

การสร้างหลักสูตรเฉพาะด้าน

1. ศึกษาต้นเหตุความจำเป็นความเหมาะสม และความต้องการของสังคมว่ามีความต้องการภาษาเฉพาะด้านมากน้อยเพียงใดโดยวิธีหาข้อมูลจากแหล่งงานอาชีพ ศึกษา ความเป็นไปของระบบงาน ศึกษานโยบายทางการศึกษา ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้รู้ว่าเหมาะสมหรือไม่ที่จะเปิดสอนภาษาเฉพาะด้าน

2. กำหนดขอบข่ายความต้องการด้านวิชาชีพสาขาต่าง ๆ กับผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพนั้น

3. วิเคราะห์ลักษณะการใช้ภาษาในหน้าที่การงาน เช่น เป็นพนักงานสายการบิน เลขานุการ โอปะเรเตอร์ มัคคุเทศก์ ฯลฯ โดยคำนึงถึงโอกาสและวิธีการใช้

4. กำหนดระดับความสามารถของภาษาในทักษะต่าง ๆ ที่จำเป็นของกลุ่มอาชีพนั้นรวมทั้งระดับความสามารถทางภาษาของกลุ่มคนนั้น ๆ เช่น การท่องเที่ยว และการโรงแรม ภาษาสำหรับพนักงานบริการที่ไม่มีความรู้ในภาษาต่างประเทศย่อมต้องมีระดับความสามารถในการใช้ภาษาแตกต่างกับมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ทางภาษาต่างประเทศดี

5. กำหนดลักษณะวิชาโดยพิจารณา ผู้เรียน สถานศึกษา และเนื้อหาวิชาซึ่งอาจมีได้ถึง 4 ลักษณะ ดังนี้

5.1 สอนภาษาขั้นพื้นฐาน พร้อมทั้งแทรกเนื้อหาทางอาชีพตั้งแต่เริ่มเรียน

5.2 สอนภาษขั้นพื้นฐานก่อน แล้วจึงเริ่มภาษาเฉพาะด้าน

5.3 สอนเฉพาะประโยคที่ใช้ประจำในอาชีพนั้น ๆ

5.4 สอนการอ่านเอกสารเฉพาะด้าน

ทั้งนี้การกำหนดตามลักษณะดังกล่าวจะขึ้นอยู่กับเกณฑ์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้เรียน และเกณฑ์ทางด้านสังคม ภาษาแม่ อายุ ความถนัด แรงจูงใจ และระดับความรู้ทางภาษา

6. พิจารณาข้อจำกัดในการสอน เช่น เวลา สถานที่ ผู้สอน เทคนิค และสื่อการสอน

7. ศึกษาแบบเรียน คู่มือครู และสื่อการสอนที่มีอยู่ และนำมาใช้ประกอบถ้าเป็นไปได้

8. กำหนดระเบียบวิธีสอน ลำดับเนื้อหา วิธีการวัดและประเมินผลการฝึกงาน

9. งานสร้างบทเรียน แบบเรียน สื่อการสอน แบบฝึกหัด แบบทดสอบ และคู่มือการสอน

10. ลงมือสอน ซึ่งผู้สอนบทเรียนควรจะได้มีการติดตามผล เพื่อประเมินว่าใช้ประโยชน์ได้มากน้อยเพียงใด

ลักษณะของภาษาฝรั่งเศสเฉพาะด้าน

1. ลักษณะผู้เรียนชัดแจ้งว่าผู้เรียนมีการศึกษาแขนงใดหรือมีอาชีพอะไร เช่นนักศึกษานิติศาสตร์เรียน *le français de droit* หรือผู้ที่เรียนและมีความรู้ทางเลขานุการ เรียน *le français de secretariat* เป็นต้น

2. มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจ ซึ่งอาจเป็นแรงจูงใจทางอาชีพ *(motivation professionnelle)* หรือเพื่อประเทืองปัญญา *(motivation culturelle)*

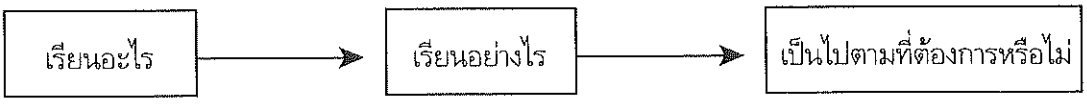
3. มีความสัมพันธ์กับความต้องการของผู้เรียนจริง ๆ และความต้องการนั้นจะแสดงให้เห็นอย่างเด่นชัด เช่น ต้องการเรียนเพื่ออะไรต้องการใช้ภาษาระดับไหน

4. มีการกำหนดจุดมุ่งหมายในการเรียนการสอนอย่างชัดแจ้งมองเห็นการปฏิบัติจริง และมีการบ่งบอกพฤติกรรมการเรียนการสอนอย่างชัดแจ้ง

5. มีการกำหนดเนื้อหารู้ว่าจะสอนอะไรแก่ผู้เรียนชนิดใดจากการสำรวจสภาพผู้เรียน และความต้องการทางภาษาแล้ว จึงนำมากำหนดวัตถุประสงค์

6. การดำเนินการสอน *(démarche pédagogiqe)* มีลักษณะวิธีการสอนที่ยืดหยุ่นพอสมควร

7. การวัดผล มีลักษณะหลากหลายต่างจากการวัดผลในการสอนภาษาฝรั่งเศสทั่วไปสำหรับภาษาฝรั่งเศสเฉพาะด้านนั้นมีการเน้นการประเมินผลตนเอง *(l'autoévaluation)* อย่างเห็นได้ชัด ซึ่งสรุปได้ว่า :



ภาษาฝรั่งเศสด้านธุรกิจ

ในบรรดาภาษาฝรั่งเศสเฉพาะด้านที่เรารู้จักว่ามีหลายชนิด ดูเหมือนว่าภาษาฝรั่งเศสด้านธุรกิจ ด้านพาณิชย์ การหรือด้านเลขานุการ จะเป็นภาษาฝรั่งเศส เฉพาะด้านแขนงที่เก่าแก่ที่สุด

ในปี ค.ศ. 1954 *Alliance Française* ที่ *Paris* จัดหลักสูตรภาษาฝรั่งเศสเชิงพาณิชย์ขึ้นเป็นครั้งแรก หอการค้าของประเทศฝรั่งเศสจัดสอนวิชาภาษาฝรั่งเศสในด้านการค้า และเศรษฐศาสตร์ขึ้นหลายแห่งในประเทศ

ถ้าพิจารณาจากความเคลื่อนไหวนอกประเทศฝรั่งเศสแล้ว การสอนภาษาฝรั่งเศสเชิงธุระกิจก็ติดอันดับแรก ๆ เช่นกัน อาทิเช่นใน ค.ศ. 1977 มีการสอนภาษาฝรั่งเศสด้านกฎหมาย และการค้า ณ มหาวิทยาลัย *Vanderbilt* ในสหรัฐอเมริกา

มีการสอนภาษาฝรั่งเศสด้านธุรกิจแฟชั่น ณ มหาวิทยาลัยมิชิแกนตะวันตก

ตำราภาษาฝรั่งเศสชุด *"Le français commercial"* สำนักพิมพ์ *Larousse* เป็นตำราที่ใช้ในมหาวิทยาลัยอเมริกันหลายแห่ง

ในฝรั่งเศสนับตั้งแต่ปี ค.ศ. 1971 เป็นต้นมา แนวทางการสอนภาษาเฉพาะด้านเริ่มมีปรัชญาและระเบียบวิธีสอนแจ่มชัดขึ้น เมื่อผลงานของสภายุโรปในการจัดทำ *"Un niveau Seuil"* เสร็จสิ้นลง หลายหน่วยงานซึ่งเป็นศูนย์ ในการสอนภาษา อาทิเช่น *CREDIF* ก็ดี *CAVILAM* ที่เมือง *Vichy* โดยเฉพาะที่ศูนย์แห่งนี้ได้ผลิตผลงานภาษาฝรั่งเศสเฉพาะด้านออกมาหลายสาขา

- Le Français du Secrétariat Commercial (1977)
- Le Français des Employés (1986)
- Le Français des Hommes d 'Affaires (1975)
- Le Français de la Banque (1978)
- Le Français des Relations Internationales (1983)
- Le Français des négociations commerciales (1989)

ถ้าเราพิจารณาจากผลงานของ *CAVILAM* นี้เราก็พอมองเห็นว่า *"ภาษาฝรั่งเศสธุรกิจ"* เองก็มีลักษณะปลีกย่อยออกไปอีก แต่สรุปแล้วก็คือ ผู้เรียน *(apprenants)* เป็นใคร จะเรียนภาษาฝรั่งเศสเพื่อจุดประสงค์อะไร

เราลองมาศึกษาลักษณะของผู้เรียนเหล่านี้ เราอาจจะหาคำตอบว่าภาษาฝรั่งเศสธุรกิจประเภทไหนจะเหมาะสมกับผู้เรียนเหล่านี้

1. ถ้าผู้เรียนกลุ่มหนึ่งชาวเยอรมัน หรือกลุ่มสแกนดิเนเวียเคยเรียนภาษาฝรั่งเศสทั่วไปบ้างแล้ว หากต้องการจะเข้าเรียนเกี่ยวกับวิชาด้านธุรกิจ และการติดต่อทางการค้าอาจจะเป็นในมหาวิทยาลัย หรือตามหอการค้าต่าง ๆ ผู้เรียนประเภทนี้สัมผัสภาษาฝรั่งเศสไปพร้อม ๆ กับเนื้อหา และความรู้เฉพาะด้าน

2 *Alliance Française* แห่งหนึ่งในประเทศเม็กซิโกเสนอที่จะสอนภาษาฝรั่งเศสให้แก่คณะเศรษฐศาสตร์ และสังคมเป็นภาษาฝรั่งเศสเฉพาะด้านสัปดาห์ละครั้ง ๆ ละหนึ่งชั่วโมงครึ่ง เป็นระยะเวลา 25 สัปดาห์ สำหรับนักเรียนที่สมัครและสนใจเรียนเท่านั้น ในกรณีนี้เป็นการสอนภาษานอกหลักสูตรของสถาบัน ลักษณะการสอนเป็นการเลือกเสรี ลักษณะการเรียน ความจำเป็นในการเรียนผิดกับกรณีศึกษากรณีแรก

3. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์จัดการสอนให้แก่นักศึกษาที่เลือกเรียนในคณะศิลปศาสตร์ ภาษฝรั่งเศสเลขานุการภาษาฝรั่งเศสธุรกิจ และจัดสอนภาษาฝรั่งเศสธุรกิจให้แก่ นักศึกษาคณะพาณิชย์บัญชี ในสถาบันการศึกษาแห่งเดียวกัน แต่ยังมีความหลากหลายที่จะเสนอหลักสูตรให้นักศึกษาเลือกเรียน สิ่งที่เป็นความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัด กลุ่มนักศึกษาพาณิชย์บัญชี ซึ่งมีความรู้ด้านธุรกิจบ้างเล็กน้อย กับกลุ่มผู้เรียนด้านศิลปศาสตร์ แต่ขาดความรู้ทางธุรกิจ และการสอนภาษาฝรั่งเศสเลขานุการให้แก่กลุ่มนักศึกษาคณะศิลปสตร์ เป็นต้น

Hutchinson และ *Waters* กล่าวไว้ใน " *English for special Purposes : A learning centred Approach*" ไว้ว่า สิ่งที่ผู้สร้างหลักสูตรควรจะตั้งคำถามอยู่ตลอดเวลาคือ

1. ผู้เรียนเรียนภาษาเพื่ออะไร
   - เรียนในฐานะวิชาเลือก หรือเรียนในฐานะ วิชาบังคับ
   - ความต้องการเรียนแค่นชัดหรือไม่
   - เรียนเพราะมีแรงจูงใจด้านอาชีพ เช่น การตอบแทนทางรายได้
   - คาดว่าจะได้ผลอะไรจากการเรียนภาษา
   - ทัศนคติต่อวิชาที่ตนเรียน
   - ต้องการเรียนเพื่อดูว่าตนเองมีพัฒนาการเรียน หรือต้องการเรียนเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
2. ผู้เรียนเรียนอย่างไร
   - ผู้เรียนมีภูมิหลังกับภาษาที่เรียนมากน้อยเพียงใด
   - ผู้เรียนมีทัศนคติอย่างไรต่อแนวทางการสอน
   - เทคนิคการสอนอันใดที่จะดึงดูดความสนใจ และให้ประโยชน์แก่ผู้เรียน
3. ปัจจัยที่ช่วยเสริมผู้สอนมีอะไรบ้าง
   - ความรู้ความสามารถและความรู้ในศาสตร์ เฉพาะของภาษาเฉพาะด้าน
   - ทัศนคติของผู้สอนกับภาษาเฉพาะด้านที่ตนสอน
   - ความรู้ทางด้านภาษา
   - ใช้อุปกรณ์ และสื่อการสอนอะไร
   - มีกิจกรรมพิเศษอะไรนอกเหนือจากการสอนในห้องเรียน
4. ปัจจัยประกอบตัวผู้เรียนมีลักษณะอย่างไร

- อายุ เพศ เชื้อชาติ สัญชาติ
- มีความรู้เกี่ยวกับภาษาที่ตนจะเรียนมากน้อยเพียงใด
- มีความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาเฉพาะด้านของภาษาที่ตนจะเรียนมากน้อยเพียงใด
- มีความสนใจพิเศษ หรือหัวข้อพิเศษอันใด *(centre d' inttérêt)*
- มีพื้นฐานทางสังคม วัฒนธรรมมากน้อยเพียงใด
- ผู้เรียนมีความเคยชินกับแนวทาง วิธีการสอนภาษาในแนวใด ชนบนิยมหรือโสตทัศน ศึกษาหรือ ภาษาเพื่อการสื่อสาร
- ขอบข่ายการนำภาษาไปใช้มากน้อยเพียงใด

5. การสอนภาษาเฉพาะด้านจัดขึ้นที่ไหน เวลาใด
   - บรรยากาศในการเรียนเป็นอย่างไร ในสถานที่สะดวก เครียด อึกทึก
   - สอนเวลาใด
   - ความถี่ต่อวัน ต่อสัปดาห์
   - สอนเต็มเวลา *(intensif)* หรือสอนนอกเวลา *(temps partiel)*

LE FRANÇ AIS DES AFFAIRES EN THAILANDE
Cas d' étude:le Français des Affaires à l 'Université Thammasat
Situation du français fonctionnel en Thaïlande

préparée par

THIDA BOONTHARM
WONGCHAN PINAINITISAT
SIRIVAN CHULAKORN

Deux types d' enseignment sont actuellement dispenses dans les universités en Thaïlande.

Un enseignement du français à caractère culturel et littéraire qui mène à une licence de Lettres. Les étudiants ayant choisi le français en "majeur" se destinent généralement à enseigner cette langue dans les écoles secondaires.

Un enseignement dit "fonctionnel" ou "en fonction d'objectifs spécifiques" puisque l' expression "for special purposes" est employée lorsque des débats sur ce sujet ont lieu en anglais. Ce type d' enseignement a pour but de répondre aux besoins des étudiants à l' heure actuelle.

Plusieurs universités offrent des cours aux appellations diverses. Cependant, on peut envisager deux sortes de public : public universitaire (étudiants de diverses facultés) et public professionnel.

Dans les facultés qui mettent l' accent sur l' enseignement des langues et de la littérature telle que la Faculté des Lettres, la Faculté des Humanités, la Faculté des Arts libéraux, le français a une valeur optionnelle. Il se présente comme une des filères proposées : langue, littérature, linguistique et français fonctionnel. Les étudiants choisissent eux - mêmes leurs "options à la carte"

Citons comme exemple : le français du tourisme,le français du secrétaritat, le français des affaires.

Les étudiants venant de diverses facultés qui ne sont pas spécialistes du français tels que la Faculté de Gestion, de Commerce, de Droit, de Sciences Politiques, de Sciences et Technologie, s' ils souhaitent étudier le français, des cours de français de spécialité sont offerts. L'enseignement du français se fait en pararèlle avec d' autres disciplines de leur majeur. Souvent ces étudiants sont débutants en français.

Quels sont les objectifs de ce public universitaire? Les étudiants, pour la plupart, ont des objectifs peu précis.

- curiosité pour la langue et la culture française. Les enseignants, quant à eux, entendent donner à des étudiants des facultés non littéraires une compétence de lecture en français pour pouvoir suivre des études ou faire des recherches en France ou dans les pays francophones.

- donner une compétence de communication orale et écrite à des étudiants destinés à débuter dans domaines professionnels comme le tourisme, le secrétariat, le français des affaires.

Pour le public professionnel, les facultés à Bangkok ainsi qu'en province Chiengmai, Phuket, organisent des cours de français dans un cadre extra-universitaire. L'université étant au service du public, il est donc nécessaire de proposer et de prévoir des cours pour celui-ci. Ce type d' enseignement correspond à une demande précise venant de l' extérieur. Plusieurs

---

เอกสารฉบับนี้เสนอในนามสมาคมครูภาษาฝรั่งเศสแห่งประเทศไทยในการสัมมนา "colloque de Beijing 1993" ระหว่างวันที่ 6-10 กันยายน 1993

universités organisent avec la collaboration de l' autorité responsable, des cours de français du tourisme pour les appenants déjà engagés dans la vie active. L'objectif de cette formation est bien précis... Les apprenants sont formés en français dans le but d'améliorer leur compétence linguistique et donc leur valeur professionnelle.

CAS D 'ETUDE : L 'ENSEIGNEMENT DU FRANCAIS DES AFFAIRES A L 'UNIVERSITE THAMMASAT, BANGKOK

L 'Université Thammasat a été fondée depuis 60 ans. Il existe 11 facultés de spécialités : sciences humaines et technologies, niveau de licence et de maîtrise. Le départment de français dépend de la Faculté des Arts Libéraux avec une quinzaine d'ensignants thaïs et français. Tout ce qui touche de l' enseignement de français et études françaises est sous la responsabilité du département. C' est ainsi qu' on accueille non seulement les étudiants de la Faculté des Arts Libéraux mais aussi ceux d' autres facultés qui choisissent le français comme matière mineure ou option libre. Ces options diverses nous obligent donc à préparer l ' enseignement de français "à la carte" autrement dit à plusieurs spécialités.

Pour le français des affaires, le corps d'enseignants assure deux types de cours. En voici le détail.

1. Le français fondamental pour les étudiants en comptabilité et en commerce

L 'Université Thammasat a une particularité dans ses programmes d'études dans le sens que les étudiants des différentes facultés peuvent s' inscrire interdisciplinairement. Par exemple, un étudiant de lettres peut avoir comme matière mineure les unités de valeurs en sciences politiques, en sciences juridiques,en gestion ou en communication. Les langues sont généralement proposées comme matières secondaires, voires optionnelles. Le département de français offre alors à un autre public qui ne fait pas partie de ses propres étudiants, des cours de français à caractère débutant ou intermédiaire. Ces cours sont encore une spécialité. C' est qu' ils doivent comporter le trait professionnel propre à chaque public.

Dans le cadre de cette diversité, le département a aussi élaboré un cours de français pour les étudiants en comptabilité et commerce, composé de 2 niveaux : débutant et interrmédiaire. Les étudiants qui s' inscrivent à ce cours sont des étudiants de la dernière année de licence, qui veulent apprendre une autre langue étrangère outre que l' anglais. Il est vrai que le dit cours est un cours de langue pour les débutants mais il garde sa marque de langue de spécialité. car c' est l 'enseignement du français à partir des supports que le public apprenant est habitué : les prospectus de publicité, les commandes, les factures, les modes de paiement. Les points grammaticaux, les structures linguistiques sont exploités à travers les documents commerciaux. Le lexique présenté en première leçon est constitué en mots transparents avec l' anglais, la lecture globale est la première stratégie d ' apprentissage que nous proposons aux étudiants qui ont déjà acquis une langue européenne. L' objectif du cours de premier niveau est l' acquisition de la compétence de lecture globale, de la communication orale minimale (présentation personnelle et de l'entreprise, demandes de renseingments, l'âge, le lieu, le prix)

2. Le français des affèires pour les étudiants de langue française

Depuis ces dix derniéres années, l' économie de la Thaïlande est expansion considérable. Trempline en Indochine et marché de forte potentialité avec ses 58 millions d' habitants, la Thaîland attire de plus en plus d' investisseurs et d' hommes d' affaires du monde entier, y

compris les Francophones,c' est-à-dire des Français, des Suisses, des Belges, des Africains.

Face à cette situation propice, le département de français de l' Université Thammasat voit la nécessité et le moment d' élaborer un cours de français à spécialité économique et commerciale pour ses propres étudiants, à savoir, ceux qui sont en dernière année de licence, qui vont bientôt entrer dans la vie active. Jusqu' à cette période, le département n' a préparé ses débouchés professionnels que dans le tourisme, le secrétariat et l' enseignement.

Pendant la conception du cours, un problème s' est posé à nous, problème qui avait été déjà soulevé par des spécialistes du domaine fonctionnel : c' est le savoir technique ou la langue que nous enseignons. Des points de vue nous étaient richement fournis durant deux ateliers de travail sur le français des affaires, organisés par le Bureau d' Action Linguistique à Bangkok et l ' Association Thaïlandaise des Professeurs de Français et animés par des experts de la Chambre de Commerce de Paris. A travers les échanges avec des invités du monde des affaires francophones en Thaïlande, nous avons appris que bien que de hautes connaissances professionnelles ne soient pas exigées, elles ne sont pas à négliger ; que l' interculturel est un point important dont les personnes qui travillent dans les firmes internationales doivent être conscientes.

Voic i donc les principaux objectifs que nous établissons pour l' enseignement du français des affaires :

- la maîtrise du savoir minimal des affaires françaises, le paysage économique de la France, les notions économiques, les principales fonctions d' une entreprise. Ces connaissances sont acquises soit en français, soit à travers des textes en thaï. En fin de cours, les étudiants ont élaboré un glossaire français-thaï à partir d' un glossaire français anglais.

- la compréhension et l' expression, écrite et orale, du français dans le domaine des affaires. Devant des étudiants qui ont fait quatre années universitaires de français, nous proposons alors un cours de français plus spécifique : la compréhension écrite avec des textes économiques ou commerciaux, l' expression orale avec des activités d' analyse de cas ou de négociation, l' expression écrite à travers des correspondances, des traductions

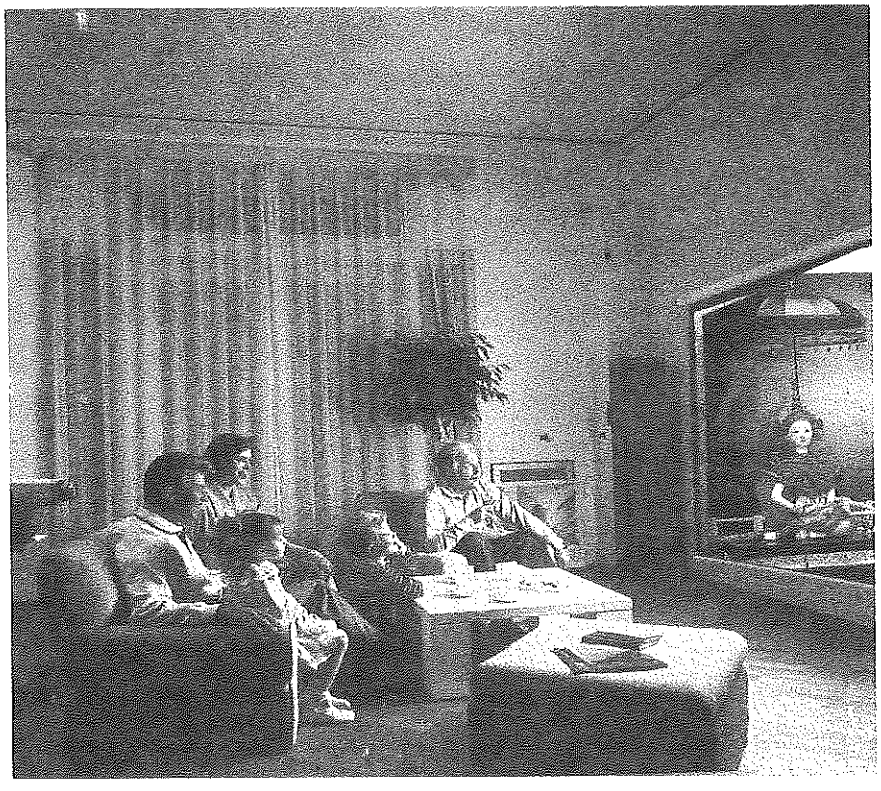
- la connaissance de monde des affaires en Thaïlande. Il nous semble nécessaire que les étudiants soient habitués au milieu des affaires. Durant le cours, nous organisons des visites d' entreprises, des interventions d' hommes d' affaires ou d' organismes commerciaux comme le bureau d' Expansion Commerciale de l' Ambassade de France, la Chambre de Commerce.

- la préparation à l' examen de Chambre de Commerce de Paris (le Certificat pratique du français commercial et éconmique). L' Association Thaïlandaise des Professeurs de français (A.T.P.F.) organise annuellement l' examen de la C.C.I.P. que nous encour ageons nos étudiants à passer. Nous souhaitons qu' ils soient internationalement évalués.

Ce n' est que depuis deux ans que nous avons offert le cours du français des affaires à nos étudiants. Deux promotions ont été formées. D' après une évaluation globale et succinte que nous avons faite avec les étudiants pionniers, qui sont actuellement dans le monde du travail, les étudiants ont remarqué que le cours leur ouvre une perspective nouvelle (car n' oublions pas que ce sont des étudiants de lettres) et que la visite des entreprises ou les interventions des professionnels leur procurent une certaine " sécurité" pour entrer dans la vie professionnelle. Certains ont même obtenu des stages post-universitaires grâce à ces interventions. Nous envisageons entreprendre une évaluation systématique après trois promotions et espérons vous présenter nos résultats dans les prochains colloques.

ฝรั่งเศสมองไทย [1]

สิริวรรณ จุฬากรณ์ *



ระหว่างวันที่ 7-11 เมษายน พ.ศ. 2535 สมาคมครูภาษาฝรั่งเศสแห่งประเทศไทย ร่วมกับสำนักฑูตวัฒนธรรมประเทศฝรั่งเศส และคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ได้จัดสัมมนา เรื่อง ***การเรียนการสอนภาษาฝรั่งเศสธุรกิจ*** ในการสัมมนาครั้งนี้ นอกจากมีการจัดการอบรม ด้านเนื้อหาและวิธีการสอนแล้ว คณะผู้จัดทำได้คำนึงถึงประเด็นที่จะให้ผู้เข้าร่วมได้รู้จัก และสร้างสัมพันธ์กับวงการธุรกิจฝรั่งเศสในประเทศไทยโดยได้เชิญนักธุรกิจ และผู้บริหารบริษัทฝรั่งเศสที่มาลงทุนในไทยให้มาแนะนำบริษัทของตนพร้อมทั้งกล่าวถึงความต้องการในด้านบุคลากรที่รู้ภาษาฝรั่งเศส และข้อคิดเห็นต่อการทำงานของบุคลากรชาวไทย

ผู้เขียนมีโอกาสได้เข้าร่วมสัมนาในครั้งนั้น และสังเกตว่าประเด็นหนึ่งผู้บริหาร ชาวฝรั่งเศสเกือบทุกคนกล่าวถึง และให้ความสำคัญมากโดยมองว่าเป็นอุปสรรคต่อการทำงานภายในบริษัทก็คือประเด็นที่ว่าด้วยลักษณะทางวัฒนธรรมบางประการของคนไทยเรา อันได้แก่ลักษณะ การพูดอ้อมค้อม การกลัวเสียหน้า การเกรงใจผู้ที่มีอาวุโสกว่า การขาดความอดทนในการทำงานเป็นกลุ่ม และการขาดลักษณะการทำงานที่เป็นระบบ

---

* อาจารย์ ดร. คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ลักษณะทางวัฒนธรรมและพฤติกรรมของคนไทย ที่ฝรั่งเศสมองว่าเป็นอุปสรรคต่อการทำงาน

คนไทยที่ได้รับคำวิจารณ์เป็นบุคคลที่ชาวฝรั่งเศสในบริษัทที่ทำงาน ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในฐานะผู้ใต้บังคับบัญชา ตั้งแต่ระดับผู้จัดการฝ่าย เลขานุการผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ในสำนักงานตลอดจนถึงคนงานทั่วไปในโรงงาน ซึ่งอาจหรือไม่อาจใช้ภาษาฝรั่งเศสก็ตาม[2]

1. การเกรงใจผู้อาวุโสกว่า

ค่านิยมนี้เป็นสิ่งที่สังคมไทยภาคภูมิใจและสั่งสอนสืบทอดกันมา เป็นคุณค่าที่เราต่างก็รู้สึกว่าเป็นสิ่งที่เชื่อมร้อยสายใยสัมพันธ์ระหว่างคนรุ่นต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เป็นวิธีการในอบรมเลี้ยงดูปกครองและเกื้อกูลระหว่างคนในสังคม แต่ในปริบทของการทำงานกับชาวต่างชาติที่มุ่งหวังประสิทธิผล และกำไรสูงสุด บางครั้งค่านิยมนี้กลับเป็นอุปสรรคต่อการทำงานของบริษัท อย่างเช่น เมื่อลูกน้องเห็นว่าหัวหน้ากำลังวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจผิด แต่ไม่กล้าวิจารณ์เพราะเห็นว่าเป็นหัวหน้า เกรงว่าจะทำให้เสียหน้า เกิดการฝังใจและจะให้ ***"พระเดช"*** แก่ตนในภายหลังผู้จัดการคนหนึ่งเล่าว่าบริษัทของตนต้องเสียผลประโยชน์ไปหลายสิบล้านเพียง เพราะเจ้าหน้าที่ผู้หนึ่งซึ่งมีความเข้าใจ ต่อสถานการณ์เศรฐกิจดีแต่ไม่กล้านำเสนอความคิดเห็นข้ามหน้าข้ามตาผู้จัดการฝ่าย

การเคารพผู้อาวุธโสจึงปรากฏเป็นอุปสรรค เมื่อถึงเวลาที่ต้องระดมความคิดเห็นร่วมกัน ในรูปแบบการบริหารงานบริษัทของฝรั่งเศสนั้นทุกคนสามารถ ***(และต้อง)*** แสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ แต่ บางครั้งเมื่อผู้บริหารฝรั่งเศสขอให้พนักงานทั้งหมดแสดงความเห็นอย่างเท่าเทียมกัน ก็พบว่าวิธีการแบบนี้ไม่ค่อยบรรลุผล คนไทยยังชินต่อการรับคำสั่งมากกว่าจะแสดงความคิดเห็น ยังชินต่อการทำงานที่มีการปกครองอย่างมีลำดับขั้นมากกว่า

พฤติกรรมอีกอย่างหนึ่งที่ชาวฝรั่งเศสบางคนรู้สึกแปลกใจอย่างยิ่งก็ คือการเห็นคนไทยที่อยู่ในระดับบริหารไม่ยอมทำงานอะไรเลย สั่งแต่ลูกน้องทำ และส่วนลูกน้องเองก็ไม่มีทีท่าขัดแย้งใด ๆ ทั้งยังยอมปฏิบัติตาม อย่างแข็งขัน เขายังสังเกตเห็นด้วยว่าเมื่อลูกน้องผู้นี้ได้เลื่อนตำแหน่งให้เป็นหัวหน้า แล้ว เขาก็จะมีพฤติกรรมเช่นเดียวกัน ในกรณีเช่นนี้ทางออกของบริษัท คือเชิญให้ออก เพราะถือว่าเมื่อจ้างคนมาแล้วก็ต้องทำงานไม่ว่าจะเป็นตำแหน่งใด ๆ

---

[1] บทความชิ้นนี้ได้นำเสนอในการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ *"ภาษาฝรั่งเศสธุรกิจ"* จัดโดยสมาคมครูสอนภาษาฝรั่งเศสแห่งประเทศไทย และสำนักทูตวัฒนธรรมประเทศฝรั่งเศสระหว่าง วันที่ 23-28 พฤษภาคม พ.ศ. 2537 ที่ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

[2] จากคำบอกเล่าของผู้บริหารเหล่านี้ แม้ว่าภาษาอังกฤษจะเป็นภาษากลางในการสื่อสาร แต่ในบางส่วนงาน ภาษาฝรั่งเศสยังมี ความจำเป็นเพื่อประสิทธิผลของงานอย่างเช่น ส่วนงานเลขานุการ เจ้าหน้าที่ ประสานงานระหว่างบริษัท และหน่วยงานของรัฐ (เช่น B.O.I.) ผู้จัดฝ่ายบุคคลที่ต้องเป็นสื่อกลางระหว่างเจ้าของกิจการ และคนงานผู้จัดการฝ่ายวางแผนที่ต้องประสานกับผู้บริหารชาวฝรั่งเศส เป็นต้น

*อาจารย์ ดร. คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. การกลัวเสียหน้า

การกลัวขายหน้าทำให้คนทำงาน ไม่กล้ายอมรับว่าตนเองทำงานไม่ได้ หรือเมื่อมีปัญหาก็ไม่กล้าบอกให้หัวหน้างานหรือผู้ร่วมงานทราบ ยกตัวอย่าง เช่น เมื่อเลขานุการได้รับ มอบหมายให้ทำงานชิ้นหนึ่งซึ่งตนไม่เข้าใจ แทนที่จะกล้าถามรายละเอียดกับหัวหน้าที่เป็นฝรั่ง กลับไปดำเนินงานตามความเข้าใจของตน ผลงานที่ออกมาจึงไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ ในสถานการณ์ดังกล่าว ชาวฝรั่งเศสประสงค์จะให้พนักงานไทยได้ซักถามเพื่อความเข้าใจตรงกัน โดยไม่ต้องเกรงการดูถูกว่าทำงานไม่ได้ เมื่อพบปัญหาในการดำเนินงานและหลังจากที่ได้คิดหาทางออกแล้วแต่ไม่พบก็ต้องยอมรับและบอกกับตนเองให้ไปปรึกษาผู้อื่น ไม่ควรกลัวเสียหน้า นี่เป็นคำแนะนำของผู้บริหารชาวฝรั่งเศส

3. การพูดอ้อมค้อมไม่ตรงประเด็น

ชาวต่างชาติได้ตั้งข้อสังเกตว่ามักจะบรรยายหรือนำเสนอข้อคิดเห็นต่าง ๆ อย่างอ้อมค้อมไม่ตรงประเด็น ซึ่งบางครั้งก็เป็นเจตนาจะให้เฉียดประเด็นไป ลักษณะดังกล่าวอาจเป็นปรากฏการณ์อย่างหนึ่งของความเกรงใจ การรักหน้า และการสงวนท่าที

4. การทำงานด้วย *"ใจ"*

บุคลากรไทยมักจะถูกมองว่าทำงานด้วย *"ใจ"* มากเกินไปในลักษณะที่เราเอาตัวตน และอารมณ์ความรู้สึกของเราไปผูกติดกับงาน ตำแหน่งหน้าที่ และความรับผิดชอบของเรา ปัญหาจะปรากฏเมื่อมีการวิจารณ์งาน ผู้ถูกวิจารณ์ไม่ค่อยเอา *"ใจ"* ออกมาวางแยกไว้ต่างหาก ไม่สามารถทำใจเป็นกลางยอมรับคำพูดเหล่านั้นโดยแยกตัวเองออกจากงาน และภาระที่ต้องรับผิดชอบในทางตรงกันข้ามเราควรจะคิดว่าถ้างานบกพร่องก็ต้องแก้ไขเราและปัญหาก็จะตกไปชาวต่างประเทศไม่ได้วิจารณ์เรา และโกรธเกลียดอาฆาตแค้นตลอดไป เราไม่ต้องกลัวเสียหน้าใด ๆ เพราะเมื่อชาวฝรั่งเศสวิจารณ์เราแล้ว เขาก็ยังคุยกับเราต่อไปไม่มีเรื่องหมางใจกัน เขาถือว่าอย่างไรก็ยังเป็นเพื่อนร่วมงานกันอยู่

5. การขาดทักษะในการทำงานกลุ่ม

ชาวฝรั่งเศสสังเกตว่าคนไทยทำงานเป็นกลุ่มไม่ค่อยเป็น ไม่เข้าใจว่างานหลายชิ้นจะสำเร็จได้ด้วยการระดมความคิด และแรงกายเข้าด้วยกัน จะต้องมีการปรึกษาหารือซึ่งกันและกัน เมื่อต้องทำงานเป็นกลุ่ม หลายคนมองว่าทำให้งานล่าช้า ไม่กล้าขัดคอ เกรงว่าการแสดงความคิดเห็น จะไปกระทบคนอื่นทำให้คนอื่นขายหน้า ผลสุดท้ายจึงพอใจที่จะทำงานคนเดียว แต่ทว่าลักษณะงานในบริษัทนั้นมีหลายอย่างที่ต้องร่วมทำร่วมกับผู้อื่น และไม่อาจปฏิเสธได้

6. การทำงานไม่เป็นระบบ

"ระบบ" ที่ชาวต่างชาติหมายถึงนั้น คือ ความถี่ถ้วนในขั้นต่าง ๆ ของการทำงานโดยตั้งอยู่บนหลักการและเหตุผล ชาวฝรั่งเศสได้รับการฝึกให้คิดวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ อย่างมีเหตุมีผล มีหลักการประกอบการพิจารณาขาสังเกตว่าคนไทยเรามักจะมองงานเฉพาะจุด ไม่สามารถเชื่อมโยงกับส่วนต่าง ๆ

ได้เมื่อต้องนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ก็ขาดความละเอียดในเรื่องเหตุผล และหลักการโดยนำเสนอแต่ข้อมูล ที่อยู่บนพื้นฐานของความรู้สึกของผู้เสนอเอง หรือนำเสนอข้อมูล โดยไม่ได้ตรวจสอบแหล่งข้อมูลอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ ข้อมูลที่ได้มาบางครั้งมีมากแต่ไม่ละเอียดหรือบางครั้งละเอียดแต่ไม่เป็นระบบ ไม่เป็นเหตุเป็นผลต่อกันเท่าที่ควร

ชาวต่างประเทศ เคยวิจารณ์ให้ผู้เขียนฟังว่าสาเหตุใหญ่ของปัญหาที่พบในการมทำงานร่วมกับคนไทย คือปัญหาการถือเรื่องศักดิ์ศรี และตัวตนเองของไทย ฝรั่งอาจมองเราถูกหรือผิดก็ได้ หลายคนอาจคิดเช่นนั้น แต่นั้นก็เป็นการสะท้อนถึงลักษณะทางวัฒนธรรม และระบบการศึกษาของเราที่แปรออกเป็นพฤติกรรม ในการทำงานกับคนที่ต่างวัฒนธรรมกัน และยังเป็นภาพของการเผชิญระหว่างสองวัฒนธรรม

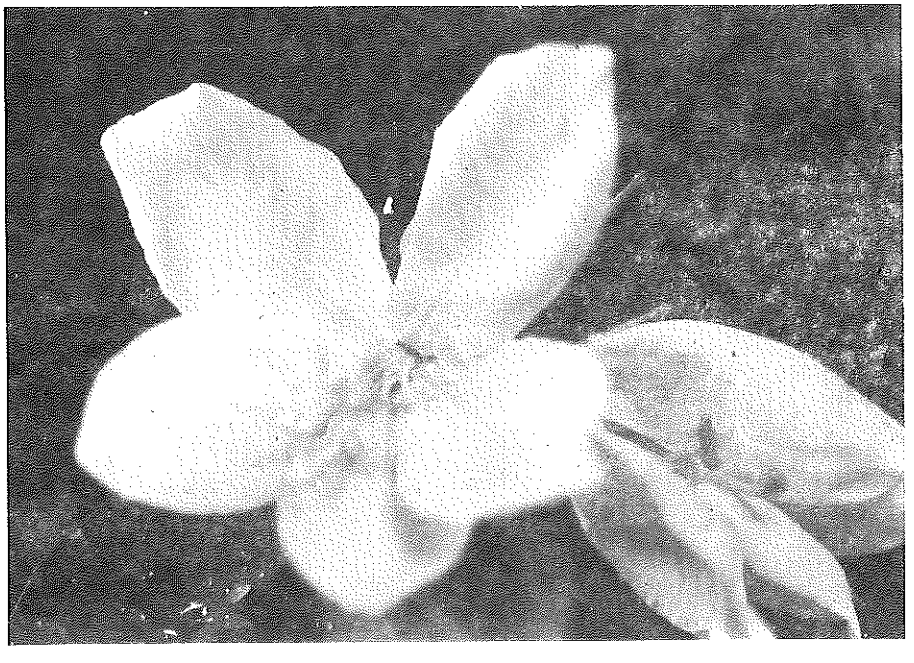
ผลจากการเข้าร่วมสัมมนา ในครั้งนั้นทำให้ผู้เขียนเกิดคำถามขึ้นในใจว่าคุณค่าหลายอย่างที่เรายกย่องว่าดีงามนั้นถูกนำไปใช้ปริบทที่ผิดไปหรือไม่ คุณค่าเหล่านั้นเป็นสิ่งที่บรรพบุรุษได้ถ่ายทอดสืบต่อยังรุ่นลูกหลานเพื่อรักษาระเบียบของสังคม แต่ในปริบทขององค์กร ทางธุรกิจที่เจ้าของกิจการนั้นต้องการผลกำไรสูงสุด และระบบธุรกิจเองก็มีวัฒนธรรม ในการบริหารงานของคนที่มีลักษณะเฉพาะ คุณค่าเหล่านั้นจึงกลับเป็นอุปสรรค ต่อผลประโยชน์ทางธุรกิจได้ คำถามที่น่าสนใจคือ ในสภาพดังกล่าวลูกจ้างควรจะปรับเปลี่ยนคุณค่าวัฒนธรรม เดิมของตนหรือไม่และอย่างไร เราคงต้องอาศัยการวิจัยที่ให้ข้อมูล และมีระบบแบบแผนมากกว่านี้ จึงจะได้คำตอบที่ชัดเจนขึ้น บทความชิ้นนี้เป็นเพียงจุดเริ่มต้นของการนำเสนอประเด็นข้อคิดเห็น ที่ได้จากการเสนอโต๊ะกลมในช่วงเวลาอันสั้น

อย่างไรก็ตาม มุมมองต่าง ๆ ที่ชาวฝรั่งเศสได้ให้ไว้นั้นเป็นสิ่งที่มีค่า และน่าสนใจมาก ทำให้ผู้เขียนในฐานะบุคคลที่มีส่วนร่วม ในการผลิตบัณฑิตที่อาจได้ไปทำงานกับชาวฝรั่งเศส ได้ตระหนักว่าความต่างวัฒนธรรม ก็เป็นประเด็นสำคัญอย่างยิ่งประเด็นหนึ่งที่เราในฐานะผู้สอน ในฐานะผู้ที่ต้องเตรียมศิษย์ให้เข้าใจ และออกไปทำงานร่วมกับคนต่างวัฒนธรรม อย่างมีประสิทธิภาพไม่อาจละเลยได้

บทผนวก

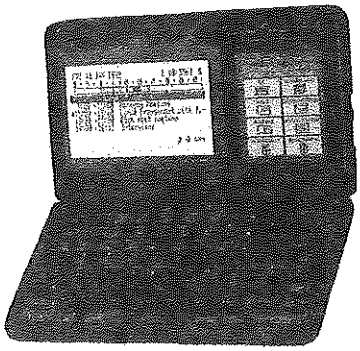
นักธุรกิจและผู้บริหารชาวฝรั่งเศสที่ได้รับเชิญในการเสวนาโต๊ะกลม

1. M. CAUSSSE	ผู้อำนวยการหอการค้าไทย-ฝรั่งเศส
2. M. IMPERATRICE	ผู้จัดการบริษัท Grands Travaux de Marseilles. ในประเทศไทย (บริษัทก่อสร้างทางด่วนยกระดับช่วงดินแดง-ดอนเมือง)
3. M. CROZATIER	เจ้าของบริษัทชินวัตรแฟชั่น ส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปฝรั่งเศส
4. M.MIGNARD	ผู้จัดการฝ่ายผลิตบริษัทรองเท้า Azur ผลิตเพื่อส่งออกไปฝรั่งเศส 90 %
5. M.VESSIER	ผู้จัดการธนาคาร Crédit Lyonnais (ไทย พม่า ลาว)
6. M. TESTARD	ผู้จัดการบริษัท Servex ให้บริการคำแนะนำทางด้านธุรกิจการค้าระหว่างไทย-ฝรั่งเศส
7. M. MAZZONE	ผู้จัดการฝ่ายผลิตบริษัทแว่นตา ESSILOR ประเทศไทย
8. M.DIDIER	ผู้จัดการฝ่ายติดตั้งโรงงานแปรรูปเหล็กกล้า THAINOX



เครื่องหมายทางคณิตศาสตร์อ่านว่าอย่างไร

มยุรี บารมี *



ส่วนใหญ่การเรียนการสอนภาษาในห้องเรียนในประเทศไทย มักพบแต่ตัวอักษรที่ใช้เป็นสื่อ มีตัวเลขปะปนมาเล็กน้อย เราจึงมีความเคยชินกับการอ่านตัวอักษร และตัวเลขกันพอสมควร แต่เมื่อพบกับเครื่องหมายทางคณิตศาสตร์ ที่หลงเข้ามาปะปน จึงเกิดอาการอึดอัดขัดข้อง เพราะอ่านเป็นภาษาฝรั่งเศสไม่ออก ทำให้อยากทราบว่าเครื่องหมายต่าง ๆ เหล่านั้นเขาอ่านออกเสียงว่าอย่างไร ผู้เขียนจึงรวบรวมมาเล่าสู่เพื่อนสมาชิก พร้อมกับยกตัวอย่างเล็ก ๆ น้อย ๆ ประกอบในการทำความเข้าใจ

ชื่อที่เรียกในภาษาไทย	เครื่องหมาย	ชื่อที่เรียกในภาษาฝรั่งเศส	ตัวอย่าง	อ่านตัวอย่างว่า
บวก	+	plus	a +3	a plus trois
			a = +3	a égale plus trois
ลบ	-	moins	a - 3	a moins trois
			a = - 3	a égale moins trois
คูณ	×	multiplié par	5 × 4	cinq multiplié par b
คูณ / ของ	.	multiplié par	a .b	a multiplié par quatre
			8.10^6	huit multiplié par dix à la puissauce six
หาร / ส่วน	/	divisé par	a / b	a divisé par b
ต่อ	:	divisé par	a : b	a divisé par b
เศษส่วน	–	divisé par	$\frac{a}{b}$	a divisé par b ou a sur b
บวกลบ	±	plus ou moins	a = ± 10	a égale plus ou moins dix
เท่ากับ	=	égale	y = 10	y égale dix
เท่ากับทุกประการ	≡,≅	identique à	$(a+b)^2 \cong a^2+ab+b^2$	a plus b entre parenthèses à la puissance deux identique à a puissance deux plus a b plus b puissance deux
ไม่เท่ากับ	≠	différent de		x différent de y

* อาจารย์โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ชื่อที่เรียกในภาษาไทย	เครื่องหมาย	ชื่อที่เรียกในภาษาฝรั่งเศส	ตัวอย่าง	อ่านตัวอย่างว่า
คล้ายกับ	$\simeq$	peu différént de	$\sin \propto \simeq \propto$	sinus alpha peu différent de alpha
น้อยกว่า	$<$	inférieur à	$3y < 10$	3 y inférieur à 10
มากกว่า	$>$	supérieur à	$a + b > c$	a plus b supérieur à c
ยกกำลังเอ็น	$_^n$	puissance n	b^n	b puissance n
ยกกำลังสอง	$_^2$	puissance deux ou au carré	a^2	a au carré
ยกกำลังสาม	$_^3$	puissance trois ou au cube	a^3	a au cube
ยกกำลังลบเอ็น	$_^{-n}$	puissance moins n	b^{-n}	b puissance moins n
ยกกำลังหนึ่งส่วนเอ็น	$_^{1/n}$	puissance un sur n	$a^{1/n}$	a puissance un sun n
รากที่สอง	$\sqrt{}$	racine carrée de	$\sqrt{5}$	racine carrée de cinq
รากที่สาม	$\sqrt[3]{}$	racine cubique de	$\sqrt[3]{5}$	racine cubique de cinq
รากที่เอ็น	$\sqrt[n]{}$	racine n $\frac{\text{ième}}{}$ de	$\sqrt[n]{5}$	racine n $\frac{\text{iéme}}{}$ de cinq
ในวงเล็บ	( )	entre parenthèses	$(a + b) / (c + d)$	a plus b entre parenthèses divisé par c plus d entre parenthèses
ค่าสัมบูรณ์	$\lvert \ \rvert$	valeur absolue de	$\lvert 3a + 7 \rvert$	valeur absolue de 3 a plus 7
แฟคทอเรียล	!	factorielle	$5!$	factorielle cinq

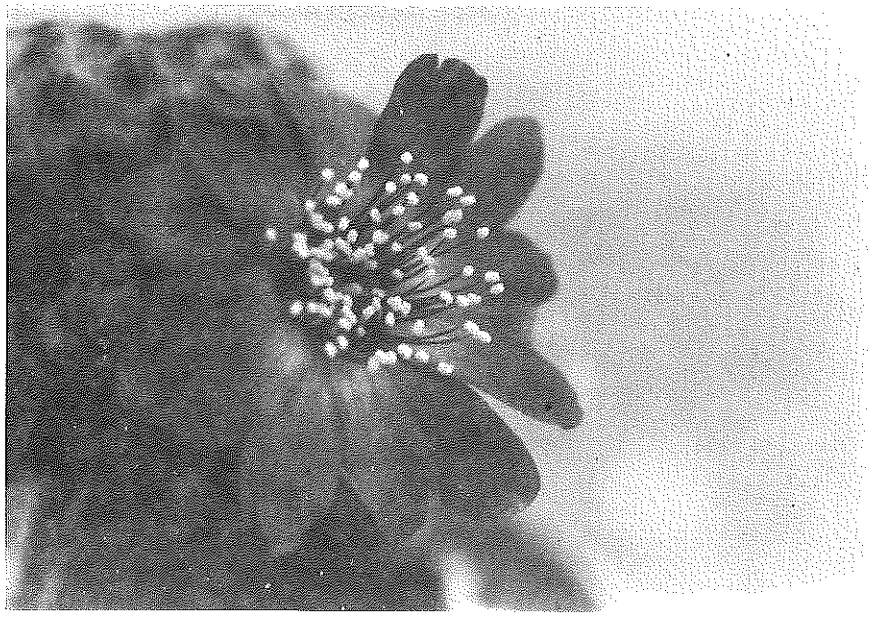
บรรณานุกรม

Philippe Amiel et collaborateurs, ***Dictionnaire pratique du français***, Hachette. Imprimerie Hérissey, Evreux (Eure), 1987

กระทรวงศึกษาธิการ, สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, ***หนังสือเรียนคณิตศาสตร์ ค. 203 (ม.2)***, องค์การค้าของคุรุสภา กรุงเทพมหานคร 2534

กระทรวงศึกษาธิการ, สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, ***หนังสือเรียนคณิตศาสตร์ ค. 011 (ม.3)***, องค์การค้าคุรุสภา, กรุงเทพมหานคร, 2534

กระทรวงศึกษาธิการ, สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, ***หนังสือเรียนคณิตศาสตร์ ค. 015 (ม.6)***, องค์การค้าคุรุสภา, กรุงเทพมหานคร, 2534



ACHAT
VETE
PUBLICITE

DOSSIER APAPTE FRENCH FOR BUSINESS

SIRIVAN CHULAKORN *

1. SERVICE D'ACHAT
CAS D'ETUDE : CHAUSSURES ELEGANCE

Monsieur Soulier est diérecteur commercial de la Société Elégance, une manufacture de chaussures française établie en Thailande. Il reçoit Mademoiselle Anchan, une stagiaire thailandaise, qui désire se renseigner sur le service d'achat de cette entreprise.

Anchan : Bonjour, Monsieur, je suis Anchan Wanaphong,de la Faculté des arts libéraux de l' université Thammasat.

Soulier : Bonjour, Mademoiselle, enchanté de vous recevoir à notre usine.

---

* อาจารย์ ดร. คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(Ils se serrent la main.)

Anchan : J'aimerais tout d' abord vous remercier de m' avoir accordé la visite votre entreprise. Comme re vous ai demandé au téléphone, je voudrais bien que vous m' expliquiez un peu le rôle d' un directeur commercial.

Soulier : Vous savez, en tant que directeur commercial, on ne s' occupe pas seulement de la vente des produits de l' entreprise, mais de l' achat, car pour faire marcher une usine, il lui faut des matières premières.

Anchan : Si j' ai bien compris, le service commercial comporte en fait deux aspects de commerce, l' achat et la vente.

Soulier : Vous avez tout à fait raison,Mademoiselle. Tout d' abord, je vais vous présenter le service des achats. C'est le service qui s' occupe de toutes les transactions avec nos *fournisseurs, producteurs, et grossistes* ainsi que des stocks à l' entrepôt.

Nous avons un acheteur, Monsieur, qui est tout particulièrement chargé des achats du cuir, des talons, et d' autres matériéls nécessaires à la fabrication de chaussures.

Anchan : Et vous achetez vos matières premières en Thailande?

Soulier : Une partie. Certains types de cuir que nous utilisons sont fabr iqués en Thailande,par exemple, le crocodile ou le ser pent. Nous avons aussi des sous - traitants thailandais qui nous fabriquent certains accessoires pour décorer nos chaussures. Mais nous devons importer un grand nombre de nos matieres premières,du cuir de l'Inde, de la Chine ou parfois de l'Afrique,et les accessoires de décoration de Hongkong,,de l' Italie ou de la France. Monsieur Vachette voyage beaucoup, car nous voulons nous passer d' inter médiaires pour nos achats.

Il est important d' avoir des stocks suffisants pour *approvisionner* le service de production. Il ne faut surtout pas que nos ateliers soients à court de matières premières.

Anchan : Combien de fois par an faites - vous un inventaire de toutes les marchandises?

Soulier : Légalement, nous devons faire une fois par an un inventaire total des stocks, des *produits semi - ouvrés* et des produits finis, mais pour des raisons pratiques, nous contrôlons périodiquement nos stocks.

Anchan : Quand vous achetez en grande quantité,obtenez - vous un tarif intéressant?

Soulier : En effet, nos fournisseurs nous accordent un tarif dégressif très intéessant, c'est à - dire que les prix diminuent en fonction de la quantité.

Anchan : Et comment sont les délais de livraison? Ne sont - lis pas trop longs, faites - vous venir votre cuir par avion?

Soulier : Non, cela serait beaucoup trop cher, il nous arrive par cargos et comme nos commandes sont passées régulièrement tous les deux mois, nous avons ainsi un approvisionnement continu. Il nous arrive parfois de commander d' urgence certaines marchandises. La livraison est faite alors par avion.

Anchan : Vous avez dit que vous n'aviez pas d' intermédiaires, mais je ne comprends pas bien parce que tout à l' heure, vous avez parlé de grossistes, j ' ai toujours cru que les grossistes étaient des intermédiaires entre les producteurs et *fabricants* ou les *détaillants*

Soulier : Non, les grossistes sont des commerçants qui achètent en grande quantité et qui revendent ces marchandises selon la demande. Comme dans le cas des boutons ou des fermetures éclair pour certains modèles de nos chaussures, nous en avons besoin de tres variés et les quantités ne sont pas suffisantes pour acheter en gros directement aux fabricants.

Mais, venez, il vaut mieux que je vous emmène dans notre entrepôt et que je vous montre nos différents ateliers.

EXERCICES

1. Anchan a d' autres questions à poser au directeur commercial. A partir des mots et expressions donnés, aider la à recomposer la réponse du directeur.

A. **Anchan :** Comment avez - vous trouvé les fournisseurs à l'étranger?
Soulier : Nous avons reçu des ....., toute une documentation, des....., des....., et notre acheteur est allé sur place et il a passé des commandes .....et a demandé un .....pour que nous puissions discuter les différents.....avant de signer les contrats.

(échantillons,propositions, offres, à titre d' essai, délai de réflexion, prix courants)

B. **Anchan :** Que se passe - t - il si lors de l'exécution de la commande, le fourniseur ne respecte pas les délais de livraison par exemple?

Soulier : En efiet, cela serait un sérieux problème qui risquerait d'entraver la .....Mais, nous avons plusieurs fournisseurs et le non - respect d' un .....est une cause de rupture, c' est - á - dire que nous pourrions .....la commande et.....une nouvelle commande à un autre.....

(passer d' urgence, fournisseur, le contrat, annuler, fabrication)

2. Choisir la réponse la plus convenable :

2.1 Pour bien connaître l ' état de ses stocks, il est recommandé de procéder régulièrement à .....

a. recenstment **b.** une analyse
c. un inventaire **d.** une exploration

2.2 C' est à l' acheteur de vérifier la conformité de la livraison à .....

a. le bon de commande **b.** la facture
c. le devis **d.** le bon de livraison

2.3 Ces prix resteront ..... jusqu' au 15 août.

a. en vigueur **b.** en pratique
c. en principe **d.** en usage

2.4 Afin de mieux vous faire connaître la gamme de nos produits, nous vous adressons ..... un certain nombre d' échantillons.

a. dans cette enveloppe **b.** sous ce pil
c. par ce courrier **d.** à travers cet envoi

2.5 ..... votre qualité d' ancien et fidéle client, nous sommes heureux de pouvoir vous consentir, exceptionnellement, une remise de 6%.

a. vu **b.** grâce à
c. par **d.** compte tenu de

2.6 Malgré notre vif désir de vous être agréables, nous regrettons beaucoup de .....votre proposition.

a. décliner **b.** annuler
c. reporter **d.** envoyer

2.7 Si vous payez 70% comptant et le reste par ..... à deux mois, nous pourrons vous consentir une remise de 0,7% sur votre commande.

a. correspondance **b.** traite
c. chèque **d.** liquide

2.8 La commande ne pourr a être passée que si vous pouvez vous engager à .....la livraison dès réception de la commande.

a. faire **b.** procéder
c. effectuer **d.** réaliser

2.9 Nous avons le plaisir de vous informer qu'il nous sera possible de vous .....les marchandises commandées dans les délais fixés.

a. expédier **b.** envoyer
c. parvenir **d.** poster

2.10 ..... votre lettre du 15 août, nous avons le regret de vous informer qu'il nous est matériellement impossible de vous donner satisfaction.

a. en réponse à **b.** par réponse à
c. répondant à **d.** ayant répondu à

3.Donner un mot de la même famille

- un fabricant .....
- un fournisseur .....
- un producteur .....
- un grossiste .....
- un détaillant .....
- un sous - traitant .....
- approvisionner .....
- semi - ouvré .....

2. SERVICE DE VENTE CAS'ETUDE : CHAUSSURES ELEGANCE

Après avoir montré à Mademoiselle Anchan les différentes étapes de la production Monsieur va maintenant lui présenter le service des ventes, un des services - clés de l' entreprise.

Soulier : Allons maintenant au service des ventes.

Anchan : Vous êtes aussi le chef de ce service, n' est - ce pas?

Soulier : Oui, mais j' ai un sous - directeur, Monsieur Bottines et nous avons aussi des représentants, enfin ..... des voyageurs, pour être plus précis.

Nous avons lancé sur le marché français une collection de chaussures d' été pour une entreprise de vente par correspondance (V.P.C.) , ainsi que toute une gamme de chaussures d' enfant pour les hypermarchés, et nous avons aussi un haut gamme pour le magasin et boutuques. Nous devons être très diversifiés si nous voulons être compétitifs et nous assurer une bonne portion du marché

Anchan : Comment sont rémunérés vos voyageurs?

Soulier : Nous leur donnons un fixe mensuel et une commission sur ventes réalisées.

Anchan : Et où prospectent - ils?

Soulier : Partout, aussi bien dans les boutiques que dans les centres commerciaux.

Anchan : S' il vous plaît, Monsieur, quelle différence y a - t - il entre les voyageurs de commerce et les représentants? Et il me semble qu' il y a aussi des placiers, n' est - ce - pas?

Soulier : Oui, les V.R.P., comme on dit.Eh bien, ils sont tous salariés de l' entreprise qui les emploie, mais le voyageur visite la clientèle à domicile dans tout le pays et il se déplace beaucoup, tandis que le représentant fait la plus grosse partie de son travail de son bureau par téléphone. Le placier, lui, fait la place, c'est - a - dire qu'il se limite à la clientéle de la ville.

Anchan : Est - ce que ces représentants ont su découvrir des marchés potentiels intéressants? Je sais bien que les frais de déplacement entrent dans le prix de vente des articles,mais est - ce que ces dépenses sont " *rentables*" ?

Soulier : Vous savez, nous n' avons pas le monopole de la vents des chaussures, ni de leur fabrication. Nous devons donc être en mesure de faire face à concurrence, et c' est en multipliant les points de vente que nous touchons le plus ed consommateurs et que nous accroissons notre chiffre d' affaires.

Anchan : On voit bien que vous êtes en pleine expansion ! Puis - je vous souhaiter Bonne Continuation en signe de remerciement ?

CAS D' ETUDE : THANINEX

THANINEX est une marque des produits electroménagers (le téléviseur, la machine à laver, le lave - vaisselle, etc....) fabriques an Thailande, mais exportés dans le monde entier, même en France. Ecoutons un vendeur ***Thaninex*** danas un magasin français

Le vendeur : Boujour, Monsieur, que désirez - vous? Nous avons, cette semaine, des affaires très intéressantes. Notre machine à laver T200 est ***en réclame***. En voici le prix actuel ..... et nous vous consentons ***des facilités*** de paiement si vous le désirez,vous pouvez payer en douze ***mensualités,*** sinon, nous vous ferons ***un escompte*** de 3% pour paiement au comptant.

Vous ne voulez pas de machine à laver ? Nous avons aussi des lave - vaisselleultra modernes, et sur celui - ci, je peux vous consentir ***un rabais*** parce que c' est la dernière.

Comme on a pu le voir, un certain nombre d' articles sont ***soldes*** avec des prix d' appel pour attirer la cliéntèle. On fait aussi des ***réductions*** importantes sur certains articles pour les ***liquider*** comme les fins de série ou les marchandises qui sont restées longtemps en magasin. Souvent, on ***majore*** les prix sur les étiquettes pour ensuite les diminuer et faire croire à leurs clients qu'ils font une bonne affaire.

Vocabulaire :

en réclame : en vente à prix réduits.
des facilités (de paiement) : délais, conditions spéciales accordés à un acheteur, échelonnement des paiements.
des mensualités : somme payée mensuellement.
un escompte : réduction du montant d' une dette à terme, lorsqu' elle est payée avant l' échéance.
un rabais : diminution faite sur le prix d' une marchandise, le montant d' une facture.
solder : payer ce qui reste dû.
une réduction : diminution accordée sur un prix.
liquider : vendre au rabais.
majorer : augmenter le prix.

EXERCICES

1. Choisir le mot ou l'expression qui convient le plus:

1.1 Nos représentants toutchent un fixe et une commision proportionnelle aux ventes.....

a. concurrent **b.** paradoxe
c. facteur **d.** rabais

1.2 Notre représentant, à sa demande, vient d' être .....dans le nord, sa région d' origine.

a. mute **b.** envoyé
c. viré **d.** licencié

1.3 Le ..... est le produit des ventes d' une entreprise.

a. bilan annuel **b.** solde
c. chiffre d' affaires **d.** bénéfice

1.4 Le détaillant doit s' approvisionner en marchandises porr les revendre au.....

a. producter **b.** vendeur
c. sous - traitant **d.** cossommateur

1.5 Prochainement, nous comptons .....un nouveau produit sur le marché

a. vendre **b.** lancer
c. envoyer **d.** émettre

1.6 Notre choix est trés important car nous avons une large .....de produits.

a. série **b.** matière
c. gamme **d.** élasticité

1.7 Vous trouverez dans notre .....la référence et le prix de nos articles.

a. indice **b.** catalogue
c. annuaire **d.** compte

1.8 C'est un produit invendable. Nous ser ons obligés de le .....

a. liquider **b.** solder
c. céder **d.** commercialiser

1.9 Le service ..... assure à l' acheteur une utilisation correcte de l' objet qu' il a acquis.

a. prés - vente **b.** achat
c. personnel **d.** production

1.10 Le .....est une méthode de vents nettement systématique.

a. commerce **b.** management
c. libre service **d.** marketing

3. LA PUBLICITE
CAS D' ETUDE : MEUBLORAMA

Monsieur Confort est directeur général de l' entreprise Meublorama, une usine de meubles française établie en Thailande. Sa société accueille régulièrement des stagiaires qui

veulent comprendre le monde des affaires. Il arrive de temps en temps que Monsieur Confort lui - même explique à ces stagiaires thai, mais francophones, le fonctionnement de l' entreprise. Voici une conversation entre Monsieur Confort et une stagiaire sur la **publicité** ou la **pub**. pour dire tout court.

Walai : Monsieur, regardez cette publicité que le magazine Femme Moderne a envoyé à une de mes amis. C' est génial !

Confort : Oui, c'est excellent. Savez - vous que notre société a fait appel à ce méme dessinateur de bande dessinée (ou B.D.) pour la publicité des kits, les fameux meubles montables de chez nous, pour illustrer la façon de monter les meubles, et c' est plein d' humour .....

Walai : Oui, je l' ai vue dans la revue Résidence.

Confort : Savez - vous que d' après les dernier sondages nos ventes des kits ont quadruplé depuis la parution de cette annonce. Mais il faut vous dire parallèlement que nous avons dépensé un gros budget pour promouvoir cet article. Nous avons fait appel à plusieurs types de supports.

Walai : J' ai vu un spot publicitaire sur les avantages de votre kit à la télé. Les kits sont très joliment présentés. C' est photogénique, même à côté du fauteuil Louis XV Cela fait. beaucoup rêver les spectateurs.

Confort : Oui, vous avez raison. La télévision est un des mêdias les plus puissants et les plus persuasifs, beaucoup plus qu' un catalogue, un dépliant ou une brochure.....Mais, comme vous le savez, l' image s'évanouit sur l' écran,tandis que la reproduction reste dans les catalogues avec tous les renseignements pertinents, dimensions, couleurs,prix, délai de délivraison, etc.

Walai : C' est vrai, mais le mieux, c' est encore de voir l' objet lui - même ! A ce propos, est - ce que vous exposer au Salon mobiliers qui va se tenir au Palais de congrès Sirikit?

Confort : Bien sûr, un événement à ne pas rater. C'est une très grande manifestation à laquelle nous participons chaque année. Les années précédentes, le Salon des mobiliers se passait au Centre d' exposition Central. Ce Salon nous permet de prendre des contacts avec des clients éventuels, car pendant la durée du Salon, nous accordons, en plus la remise spéciale. des prix de lancement pour nos nouveaux articles.

Grâce aux Salon et aux Foires nous pouvons aussi trouver des four nisseur nouveaux parmi les exposants. D' autre part, c' est un moyen efficace entretenir son image de marque !

Walai : Excusez - moi, Monsieur, tous ces salons, ces foires et ces expositions semblent permettre de créer un véritable réseau de contacts, de distribuer des tonnes de prospectus et de circulaires pour attirer l' attention des visiteurs sur les articles,mais est - ce que c' est rentable?

Confort : Sans aucun doute. Le nombre des visiteurs est impressionnant. Il est d' ailleurs treès difficile dans certaines foires d'obtenir une place disponible ou un nouveau stand

pour les nouveaux exposants.

Walai : J' aimerais vous poser une autre question sur la publicité de votre entreprise. Comment faites - vous pour lancer un produit ?

Confort : Au début, nous faisions notre publicité nous - mêmes, nous cherchions des slogans, nous préparions nos annonces et nous achetions de l' espace dans les différents journaux et périodiques pour publier nos réclames.

Mais maintenant nous utilisons les services d' une agence de publicité qu ne s 'ccupe pas seulement de la publicité du produit mais qui fait en concordance avec le service commercial, les différentes études avant le lancement du produit. Par exemple, l' étude du produit, du marché, des différents circuits de distribution.Les méthodes des études de marché sont très diversifiées: nous avons les études documentaires, les enquêtes et même parfois un marché - test pour tester nos produits.

Walai : On voit ici que la publicité et le marketing ne font qu' un ensemble. Et en conclusion, on peut dire que vous utilisez presque toutes les formes de publicité : la pubicité de lancement à travers les médias comme la radio et télé, la publicité directe avec l' envoi ou la distribution des circulaires, des dépliants, des catalogues, la publicité sur le lieu de vents dans les centres commerciaux, la publicité de prestige ou de marque avec la distribution des cadeaux publicitaires qui portent le nom de votre entreprise. Mais je n'ai pas remarqué la publicité collective.

Confort : En effet, nous, les fabricants de meubles, nous n' avons pas encore la publicité collective. Ce genre de publicité est très utilisé en France pour les produits alimentaires, comme le vin, le fromage, ou les fruits. Les producteurs s' associent pour payer une compagne publicitaire collective ayant pour but de faire vendre rapidement leurs récoltes par exemple.

Walai : Monsieur Confort, je vous remercie profondément pour votre explication. Je peux maintenant voir tout le processus de la publicité

EXERCICES

1. Répondez aux quistions suivantes :

- Que peut - on faire pour promouvoir un produit?
- Quels sont les supports publicitaires que vous connaissez?
- Pourquoi les études commerciales sont - elles importantes pour le lancement un produit?
- Quel est le rôle d' une agence de publicité?
- A votre avis, quelles sont les entreprises qui ont besoin d' un service de relations publiques?

2. Choisissez la meilleure réponse :

2.1 La radio et la télévision constituent de nos jours le principal ..... de la diffusion de l' information.

a. récepteur **b.** objectif
c. support **d.** code

2.2 La publicité contribue à l' ..... du prix de revient quand elle augmente les ventes d' un produit.

a. abaissement **b.** affaissement
c. élargissement **d.** élévation

2.3 Les relations ..... ont pour object de créer des liens étroits entre l ' entreprise et sa clientèle.

a. humaines **b.** publiques
c. sociales **d.** priviligiées

2.4 Pour ..... nos produits, nous faisons de plus en plus appel à la publicité.

a. percevoir **b.** vendre
c. promouvoir **d.** conceroir

2.5 Le commerçant or ganise un jeu publicitaire qui permettra au .....de recevoir un cadeau.

a. gagant **b.** joueur
c. participnat **d.** consommateur

2.6 C' est .....de Lyon qu' on expose les biens d' équipement.

a. marché **b.** foire
c. salon **d.** exposition

2.7 L' action publicitaire qui devait ..... ce nouveau produit a été un grand succès.

a. louer **b.** égaliser
c. léser **d.** lancer

2.8 Les avantages de nos produits et ..... leur élégance ne sont plus à vanter.

a. normalement **b.** notablement
c. notamment **d.** nonobstant

2.9 A Cannes, plus de 1500 ....., représentant des agences publicitaires du monde entier,ont assisté au 25 è festival national du film d'entreprise.

a. estivants **b.** manifestants
c. congressistes **d.** parlementaires.

2.10 Le but de la publicité est de ..... les clients à acheter.

a. inciter **b.** exciter
c. exposer **d.** imposer

3. Associez chacun des termes ci - dessous à l' une des définitions proposés :

● brochure ● prospectus ● catalogue ● dépliant ● tarif

- ..... : liste de prix d' articles proposés par un fournisseur.
- ..... : imprimé publicitaire consistant en feuille pliée plusieurs fois.
- ..... : livret publicitaire consacré, par exemple, a là présentation d' un nouvel article.
- .....: feuillet publicitaire présentant un ou plusieurs articles.
- .....: livret décrivant les articles proposés par un fournisseur.

● salon ● foire ● exposition ● stand

- ..... : présentation publique des produits de l' industrie, de l' agriculture d' un ou de plusieurs pays.
- .....: une exposition commerciale où seul un secteur industriel et / ou commercial bien défini est représenté.
- .....: l' emplacement que les exposants louent pour montrer leurs produits aux visiteurs.
- .....: une grand exposition commerciale périodique où des branches variées de l' industrie et du commerce sont représentée?

Une lettre type d'accusé de réception de commande

PLAYJEU

5 rue du Puits-Salé
39000 LONS-LE-SAUNIER

Tél. : 84.24.19.10
C.C.P. : Lyon 94 27 43 C

V/Commande n°
du

Lons-le-Saunier,
le

M.

Nous avons biens reçu votre commande citée en référence et nous vous en remercions.

Les articles demandés vous seront livrés dans le délai prévu et le règlement s'effectuera conformément à nos conditions habituelles.

Nous vous assurons que tous nos soins seront apportés à l'exécution de votre ordre.

Veuillez agréer, M. l'expression de nos sentiments dévoués.

Le Directeur Commercial

J. MULLER

R.C.S. B Lons-le-Saunier 524 008 510 - Société Anonyme au Capital de 780 000 F.

ACCUSÉ DE RÉCEPTION DE COMMANDE

(article momentanément épuisé)

10	Objet : V/commande n°.....
20	Votre commande du ..... nous est bien parvenue ; nous vous en remercions.
30	Cependant, nous regrettons de ne pouvoir respecter les délais de livraison prévus ; en effet, à la suite d'une forte demande, le stock de l'article commandé est actuellement épuisé et ne sera reconstitué que dans un délai de..... Nous serons donc en mesure d'effectuer l'expédition vers le.....
31	Cependant, nous regrettons de ne pouvoir exécuter complètement cet ordre dans les délais prévus. En effet, à la suite d'une forte demande, le stock de l'article suivant : est actuellement épuisé et ne sera reconstitué que dans un délai de..... Nous serons donc en mesure d'en effectuer l'expédition vers le ..... (1).
311	Les autres articles seront expédiés à la date prévue.
312	Vous voudrez bien nous préciser le plus rapidement possible si vous souhaitez un envoi partiel à la date prévue des marchandises actuellement disponibles ou si vous préférez une livraison globale à la date indiquée ci-dessus.
40	Nous vous présentons nos excuses pour ce contretemps ; sauf contre-ordre de votre part, nous exécuterons votre commande à la date proposée ci-dessus.
41	Nous espérons que ce contretemps ne vous gênera pas trop et nous vous prions de nous en excuser.
42	Nous vous prions de nous excuser pour ce contretemps et attendons vos instructions pour les modalités de la livraison.
50	Veuillez agréer,..... nos salutations empressées.
51	Veuillez agréer,..... l'expression de nos sentiments dévoués.
52	Le Directeur Commercial, J. Chazette

(1) Dans le cas où, la commande portant sur plusieurs articles, un article est épuisé, on utilise le paragraphe 31 suivi soit du paragraphe 311, soit du paragraphe 312.

BON DE LIVRAISON

Semper Virens

Route de Bourg - 01100 OYONNAX - Tél. : 16 (50) 43-22-51

Plantes et arbres de décoration en plastique

Société Anonyme au Capital de 950 000 F R.C.S. Bourg-en-Bresse C.C.P. Lyon 6 891 482

V/Commande n° : 106 du : 2 mars 198.
Expédiée par : Transports M P
Nombre de colis : 3 Poids : 33 kg

BON DE LIVRAISON N° : 421 Date : 10 mars 198.

La Halle aux Fleurs
" Tout pour le fleuriste "
103 av de la Côte d'Azur
94638 RUNGIS Cédex

Référence	Désignation	Unité	Quantité
48 230	Saule pleureur 1,90 m	1	5
50 211	Palmier 1, 60 m	2	4
24 043	Philodendron 1, 80 m	2	3

livré au lieu de :
50241. Palmier coco 1,15m
(u=2) → 4.
RF

Reçu ce jour à 15 h les marchandises détaillées ci-dessus.
A Rungis le 12 mars 19.. K. Faure

FACTURE

LES CHARCUTIERS DE LYON

5, rue Fantasques - 69001 LYON — Tél. : 78.21.83.51 — C.C.P. Lyon 18 521 44

FACTURE
n° F 503

Le Porcelet du Port
10 Quai du Port
13000 MARSEILLE

Commande : 230
Transports : Helminger
Règlement : 30 j. fin de mois

Lyon, le 20 mars 19..

Référence	Désignation	Unité	P.U.	Quantité	Montant
S 423	Saucisson sec au poivre vert (250 g)	2,5kg	220,00	20	4 400, 00
C 200	Saucisse sèche d'Auvergne (environ 250 g)	2 kg	175,00	10	1 750,00
V 048	Suprême foie de volailles (200 g)	5	98,00	20	1 960,00
F 093	Foie gras de canard (400 g)	-	170,00	15	2 550,00

Nous réglé le 10 mai -

Total H.T.	10 660,00
T.V.A. 7 %	746,20
Net à payer	11 406,20

R.C.S. Lyon B 423 548 504
S.A. au capital de 1 550 000F

Exemplaire 3
Dossier client

LETTRE DE RAPPEL

Le deuxième rappel

LES CHARCUTIERS DE LYON

5, rue Fantasques - 69001 LYON Tél.: 78.21.83.51 C.C.P. Lyon 18 521 44

N/facture n° Lyon, le

Messieurs,

Le nous avons adressé la facture n° ; suivant nos conditions de vente, vous auriez dû en effectuer le règlement pour le

Or à ce jour, sauf erreur de notre part, votre paiement n'a pas été enregistré ; nous pensons qu'il s'agit d'un oubli que nous vous serions obligés de réparer.

Si entre temps vous avez fait le nécessaire, veuillez ne pas tenir compte de cette lettre.

Nous vous prions d'agréer, Messieurs, l'expression de nos sentiments dévoués.

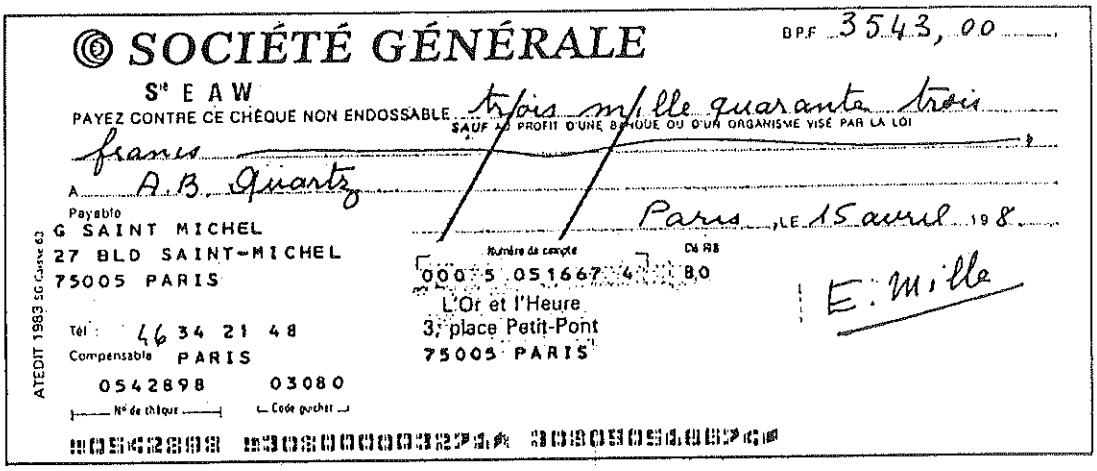
Le Chef Comptable ,

J. PAQUET

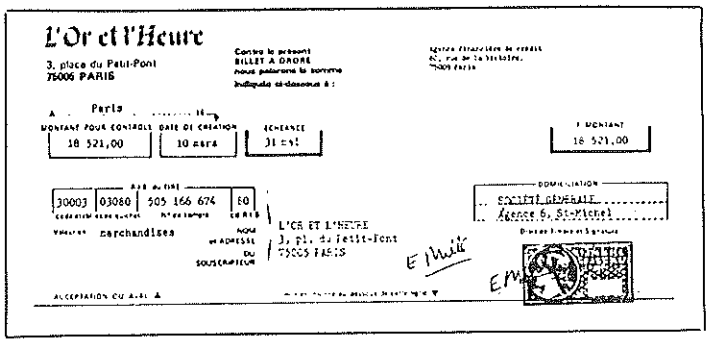
R.C.S. Lyon B 423 548 504 · S.A. au capital de 1 550 000 F

DIFFÉRENTS MODES DE PAIEMENT

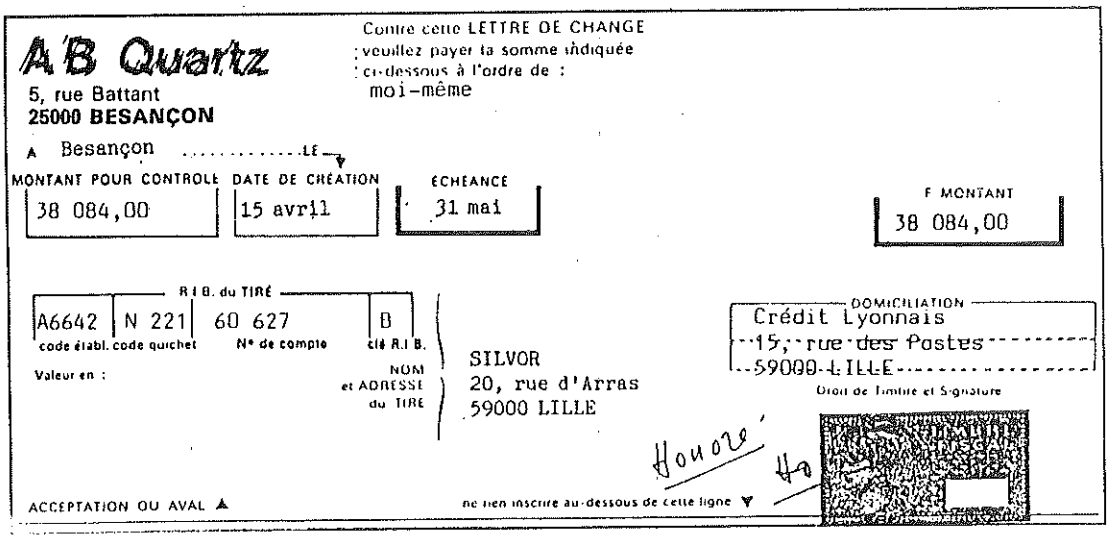
1. Le chèque



Le billet à ordre



La lettre de change



Analyse de manuels

Thaida Boontharm*

Cinq grilles d' analyses

a) Présentation matérielle
b) Supports et documents d' apprentissage
c) Contenus linguistiques
d) Contenus notionnels / thématiques
e) Tests, évaluations

A) Présentation matérielle

1. Fiche signalétique

- Titre
- Auteur (s)
- Editeur (s)
- Date de parution
- Nombre de volumes
- Nombre de pages
- Prix

2. Matériel complémentaire

Présence de
- livret méthodologique
- carnet / livre du professeur
- matériel pour I' éleve
  (Livre de l'èlève, cahier d' exercices, d'images, de tests, etc.)
- matériel audiovisvel
  (bandes magnétiques, disques, cassettes,
  film fixes, disques, tableau, tableaux muraux,
  figurines, transparents, cassettes vidéos)

3. Préface du manuel ou livre du professeur

Indication sur :

- le public visé
- son âge
- son niveau de connaissance en langue étrangère
- la durée du cours et sa fréquence hebdomadaire
- les objectifs : généraux
  : linguistiques
  : culturels

* Associate Professeur, Faculté des Arts libéraux, Université Thammasat

4. Stucture du manuel

- Présence de : ensemble d'unités didactiques
  : unités de révision
  : ensemble multi - médias

- Nombre des unités
- Durée d' exploitation
- Présence des index thématique, lexical, notionnel,glossaire, phonétique, fonctionne, tableaux de grammaire, tableaux de notions, de fonctions

B) Supports et documents

1. Support visuel

- bandes dessinés
- vignettes
- photos
- dessins
- photo / dessin
- images
- publicités

2. Support sonore

- dialogue
- interview
- récits
- commentaires

3. Textes littéraires (contes, romans, théâtre, poèmes)

4. Chansons

5. Textes écrits (autres)

- articles de presse
- lettres, messages publicitaires
- formulaires
- prospectus

C) Contenus linguistiques

1. Lexique

- nombre de lexuque introduit dans chaque unité

2. Phonétique (isolés, contextualisés, rythme, accent, intonation, (transcription)

3. Grammaire

- présence de schémas
- table de structure
- explication (en langue maternelle, en langue étrangère)
- type de présentation (contrastive : langue maternelle,langue étrangère)

4. Exercices

- morpho - syntaxiques et sémantiques
- (répétition / transcription, formulation, réponses, questions, complétition, substitution, transformation, résumé)
- expression / communication (jed de rôle, simulation, traduction)
- compréhension globale, détaillée
- tâches à accomplir
- relevé de données

5. Exercices (encadrement pédagogique)

- individuel
- à deux
- par groupe
- modalités de correction
- présence de consignes (en langue étrangère, langue maternelle)

D) Contenus notionnels / thématiques

1. Relevé des thémes, notions et fonctions langagiéres étudiées

2. Contenus socio - culturels

- status (explicite, implicite)
- représentations (actualisée, révolues, stéréotypées, non stéréotypées)

3. Caractères rapports interpersonnels

- psychologiques : amicaux, bienveillants, neutres
- sociaux (hiérachisés, non - hiérachisé, familiaux, civils, professionnels, commerçants)

4. Caractères socio - culturels des actants

- âge
- profession
- milieu social

5. Caractérisation du contexte

- spatial
- situationnel

E) Teste et Evaluations

1. Présence de tests

- type de tests (niveau, progrès, contrôle, contrôle continue, auto - évaluation)

2. Nature

- objectifs
- subjectifs

3. Outils de conduite des tests et l' appréciation des résultats

---

Bibliographie

- Paola Bertocchini, Edvige Costanzo : **manuel d' autoformation** (A l' usage des professeurs de langues, Hachette 1989
- Denis Lehmann : objectifs spécifiques en langue étrangère les programmes en question) Hachette 1993

****

Projet : Préparation d' un stand thaïandais à la foire de Paris

Nom des membres du groupe :

BOONTHARM THIDA
PHALAVADDHAWA SUTHASINEE
RUANGSUNTHORN VALAYA
WATTANASEREE PORNPANA

Public visé : Etudiant du français, niveau moyen ou après 480 heures

Nature de l'activité : Travail en équipe

Méthodolgie :
- Compréhension écrite et compréhension orale
- Expression écrite et expression orale
(basée sur les 4 domaines)

Supports de l' activité :
- Documents authentiques par exemple,
* Lettres d' invitation,
* Dépliants, livres, cassettes " vidéo" sur la Thailande

Objectif :
- Faire apprendre aux étudiants la notion de la promotion du commèrce extérieur.
- Donner aux étudiants une initiation du travail en groupe pour l' activité à l' Université sur forme d' un exposition et / ou d' une simulation

---

*ระหว่างวันที่ 23 เมษายน - 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2535 รศ. ดร. ธิดา บุญธรรม (สคฝท) ผศ. สุธาสินี ผลวัฒนะ (สคฝท) ผศ. วัลยา เรืองสุนทร (ม. ธรรมศาสตร์) ผศ. ธีรา สุขสวัสดิ์ ณ อยุธยา (ม. เชียงใหม่) อ. พรนภา วัฒนเสรี (ม. เกษตร) ได้เข้ารับการอบรมภาษาฝรั่งเศสธุรกิจ ที่ *la CCIP* และได้รวมกลุ่มปฏิบัติงานผลิตสื่อการสอนนี้

Introduction :

Partie théorique

- Qùest - ce que la foire?
  Exliquer la définition de mots : (NO.1)
  foire, exposition, et salon

Partie pratique

- Tester la compréhension en donnant les exercices à faire, par exemple l' utilisation des vocabulaires concernant le texte étudié (NO. 2)

Présentation des activités :

Procédure des *enseignants*	**Procédure des *apprenants***
1. Montrer les objectifs : Pourquoi la promotion du commerce extérieur à la foire internationale? Augmenter le chiffre d' affaire Pénétrer le marché — Acquérir et imposer une marque Objectifs de la promotion commerciale Lancer un nouveau produit — Créer la fidélité à la marque Améliorer le contact avec le marché	1. Réfléchir au nom de marque du produit intéressé
2. Préparer des enseignements nécessaires des foires diverses en France (NO . 3 : Tableau page 43 - 44 - 45 Franco - thai)	2. Choisir la foire qui les intéresse

procédure des *enseignants*	**Procédure des *apprenants***
3. Expliquer le plan du travail : - Réserver du stand (montrer une lettre d' invitation) (----> Document authentique) - Préparation du voyage	3. - Réserver un stand par correspondance (indiquer : la grandeur de l' espace en mètre carrée, les produits qui seront présentés) (----> Expression écrite) - Réserver et organiser le voyage (par correspondance et par communication téléphonique) (----> Expression écrite et orale)
4. Présenter aux apprenants des exemplaires des affiches, des dépliants, des livres, des cassettes " vidéo" sur le commerce en Thailande (----> Documents authentiques) (NO . 4 : P.4 La Compagnie aérienne nationale de la Thailande (FR - TH) P.11 Manufacture de joaillerie P.47 Boutique de tissu thaï en soie (NO . 5 : Les artisanats) (Bienvenue en thaïlande) - Les objets laqués et en argent - La sculpture sur bois - les céramiques, la poterie (NO .6 : Dépliant sur le programme touristique en Thaïlande) (NO .7 : Implantation des + entreprises françaises ° en Thaïlande : par exemple **- bien et produits** : **ESSILOR** pour des lunettes, **TOTAL** : exploration et production d' hydrocarbures, **MICHELIN** : fabrication et commercialisation de pneumatiques	4. - Choisir des documents selon les thèmes à exposer au stand : soit .....soit..... * bien,produits agricoles : riz, hévias * bien,produits industriels : vêtements prêt - à - porter, chaussures *services : tourisme *capitaux : investissements des entreprises françaises en Thailande - Rédiger des affiches, de dépliants qui concernent les thèmes choisis (----> Expression écrite) (Travailler en groupe)

procédure des *enseignants*	Procédure des *apprenants*
- **bien at services** :	
* **Banque** : Crédit Lyonnais, BNF (p. 39) **P.15** : Banque Indosuez : Société Générale	
* **Hôtele** : Novotel, Sofitel	
5. Faire écouter le dialogue, le rôle de hôtesse au stand: pour accueillir des clients, donner des renseignements aux clients intéressés	5. Simulation : travail en groupe (2 - 3 personnes) :simuler selon de différentes situations (----> Expression orale)
6. Demander aux apprenants de transformer la classe en stand comme si on était à la foire de Paris	6. - Décorer la avec documents déjà préparés, produits à être présentés - Faire venir des gens pour visiter leur stand (-----> Niveau pratique : CO, CE / EO, EE)

Conclusion

Objection	Techinques
1. Promotion des ventes :inciter à l' achat	
2. Publicité : indiquer les sources de l'achat	
3. Marchandises	* Présenter attractivement des produits en rayon en tenant compte : - de l' emplacement - de la répartition de produits - de l' éclairage
4. Les ralations publiques : créer un climat favorable auprès des différents publics	* Prendre contact direct avec les gens * Contact indirect : petites annonces dans la presse * Fournir des documents nécessaires * Donner des facilités diverses selon la demande des gens

Sources documentaires :

A Paris : - office du Tourisme thaï
- Ambassade Royale de la Thaïlande
- Bureau de l' Attaché du Commerce de Thaïlande

A Bangkok : - Ministère du Commerce
- Département du Commerce Extérieur
- Board of Investments
- Attaché du Commerce français à Bangkok
- Chambre de Commerce français

Paris juillet 1992.

Suggestions de sujets pour des projets *

Aspects socio - économiques de la capitale.

- L' affichage dans Paris
- Le quartier Montparnasse
- Les salons parisiens
- Les moyens de transport; les gares
- La Mairie de Paris
- Les petits commerçants
- Les sociétés de service
- Les services postaux
- Les Caissés pour compte

Sujets d' actualité

- Eurodisny
- Maastricht
- La dernière OPA
- Le dernier scandale financier

Explorer un secteur fonctionnel des entreprises

- La direction générale
- La direction commerciale
- La direction marketing
- La direction de la communication (Publicité / Relations publiques)
- La direction du personnel
- La direction de l' information et de la documentaiton
- La direction de la recherche et du développement

Sujets généraux

- Les sondages
- Les petits boulots
- Les femmes et l' emploi
- Ethique et affaires
- Les différents style de management
- Les bureaux" intelligents"
- Les novelles technologies
- La recherche en France
- Secteur public / secteur privé

* ตัวอย่างกิจกรรมเสริมการสอนภาษาฝรั่งธุรกิจที่จะจัดทำได้ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้สัมผัสกับบรรยากาศ ทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การค้าระหว่างประเทศ

Exploiter des supports ou des ressources documentaires

Presse	Télé	Radio	Films	Vidéos d' entreprise
B.D.	Publicités	Prospectus	Chansons	Petites annonces
Graphiques	Statistiques	Photos	Organigrammes	Rapports annuels

Ouvrages de référence
Manuels d' économie ou de gestion d'élèves français (section B; BTS, etc .....)
Luc faire avec : le Kompass, le Guide des entreprises, le N° spécial de l' 'Expantion sur le salaire des cadres, les dictionnaires de français spécialisés (monolingues, bilingues), le Quid, etc .....

Développer des compétences ou des savoir - faire

Résumer	Traduire	Prendre des notes	Faire une présentation orale
Négocier	Utiliser le traitement de testes		Rédiger un mémoire

Renoveler le cours de français des affaires

- Mettre en place une journée une semaine française
- Créer des concours
- Organiser une exposition
- Faire un dossier de presse
- Monter une junior entreprise
- Organiser un déjeuner d' affaires
- Rechercher un parrainage
- Rédiger un magazine

Comparer

- Deux entreprises d' un même secteur
- Des comportements culturels
- Les rubriques économie / affaires des quotidiens français
- Des hommes d' affaires

Créer

- Organiser une dégustation
- Fabriquer ou adapter des jeux : table quiz; trivial poursuite; chasse aux trésors
- Trouver un créneau pour un nouveau magazine économique
- Faire le contrôle qualité du stage
- Rédiger le journal du stage
- Fabriquer les actualités de l' an 2004
- Proposer un nouveau service minitel
- Lancer un produit
- Fabriquer une novelle machine
-Organiser une conférence de presse

Questionnaire pour une visite d'entreprise

รวมรวมโดย ธิดา บุญธรรม

ในการสอนภาษาฝรั่งเศสธุรกิจ หากเป็นไปได้ควรจะนำนิสิต นักศึกษา และผู้เรียนได้มีโอกาสออกไปสัมผัสกับโลกธุรกิจ การฝึกงาน หรือการดูงานช่วงระยะสั้น ผู้สอนควรจะมีการวางจุดประสงค์คาดหวัง ว่าจะได้อะไรจากการดูงานแต่ละครั้ง อาจจะเตรียมหัวข้อการดู การสังเกตหรือเตรียมในลักษณะ แบบสอบถาม ซึ่งมิได้ใช้ถามโดยตรง เป็นหัวข้อ หรือแนวทางในการสังเกต หลังจากดูงานแล้วควรจะมีการสรุปประเด็นหัวข้อ แสดงความคิดเห็น อาจจะให้งานแก่ผู้เรียนในรูปรายงาน ในรูปอภิปราย จัดทำนิทรรศการ และอื่น ๆ แล้วแต่เวลา และโอกาสจะอำนวยให้จากประสบการณ์ ในการสอนวิชานี้ได้สรุป และใช้หัวข้อจากแบบสอบถามนี้เตรียมงานก่อนพานักศึกษาไปดูงาน ผลปรากฏออกมาเป็นที่น่าพอใจ

ในการอบรมภาษาฝรั่งเศสธุรกิจ (23 - 28 พ.ค. 2537) ได้ใช้แบบสอบถามนี้ ประกอบการดูงานของผู้เข้าอบรมซึ่ง มีผลดีมาก และได้อภิปรายรวมกันว่า จากการดูงานครั้งนี้ให้อะไรแก่ผู้ที่จะสร้างหลักสูตร และพัฒนาหลักสูตรวิชานี้

Nom
Adresse

IDENTITE

Lieu d' implantation
- y' a - t' il une raison ou est - ce le hasard?

Chiffre d' affaires
- en 19 ...
- prévu pour 1993 ....

Capital
- cotation en bourse?
- d' où proviennent les capitaux?
- stagnation / ré gression / progression

Secteur : primaire / secondaire / tertiaire
- activité principale : biens ou services

Caractéristiques juridiques
. S.A
. S.A.R.L
. Société en nom collectif
. Autres

ANALYSE ECONMIQUE

Marchés visés par l' entreprise
- le nombre de clients
- l' entreprise exporte - t'elle ? vers quels pays?

Concurrence
- les produits commercialisés par l' entreprise sont - ils leaders sur le marché?
- quels sont les points forts des concurrents?
. le prix
. la qualité
. le circuit de distribution
. autres
- comment l' entreprise fait - elle face à la concurrence?

Mode de commercialisation choisi par l' entreprise?
. vente directe
. V.PC (vente par correspomdance)
. grossistes et détaillants
- l' entreprise dispose - t' elle d' un réseau commercial?
- comment est organisé la promotion d' un nouveau produit?
. mailings
. publicité
. autres

LES PARTENAIRES

avec qui l' entreprise a - t' elle des relations suivies?
. banques
. fournisseurs
. clients
. organisations professsionnelles
. autres

COMMUNICATION EXTERNE

- existe - t' il un service de presse?
- que fait l' entreprise pour se faire connaître?
- participation à des manifestations?. si oui, lesquelles?

COMMUNICATION INTERNE

- *quelles sont les formes de communication utilisées par l' entreprise?*
. message écrit
. télex

. minitel
. ordinateur
. autres
- *existe - t' il un journal ou une lettre interne?*
- si oui,
. son titre
. ses rubriques
. sa fréquence de parution
- *existe - t'il un comité d' entreprise?*
. si oui, quelles sont les manifestations qu' il organise?
- existe - t'il
. une boîte aux idées
. des réunions direction - personnel
- quels sont les syndicats représentés dans l' entreprise?

LE PERSONNEL

Nombre total
- régression / stagnation / progression
- répartition homme - femme
- âge moyen

Gestion du personnel

. *Recrutement*
- *qui est chargé du recrutement?*
. l' entreprise elle - même
. un cabinet de recrutement extérieur
- *quelles sont les techniques de recrutement?*
. annonces
. interviewa
. tests
. autres
- *où les cadres sont - ils recrutés?*
. universités
. écoles
. Lesquelles?
- *décrire quelques profils de recrutement?*

. *Formation*
- *y - a - t' il une politique de formation du personnel?*
- si oui,
. type de formation
. but recherché
- *y - a - t ' il un projet d' entreprise pour la formation?*
- si oui. le décrire en quelques mots?

LA FABRICATION

. *Les différentes étapes de la fabrication*
- établir un schéma
- sur le schéma préciser l' intervention hamaine et celle de l' informatique
- des renseignements pratiques
. les horaires de travail
. la gestion de travail
. la sécurité (relever des consignes s'il y en a)
. le suivi de la qualité

.*Le veille technologique*
- création de produits nouveaux?
- y - a - t' il un laboratoire?
- le matériel le plus moderne de l' entreprise? son utilisation?
- la dépendance technologique envers l' étranger existe - t' elle? si oui, pourquoi?

* pour compléter vos informations, les documents que vous pouvez vous procurer :
. organigramme
. documentation produit (échantillons, prospectus publicitaire ou technique, fiche de contrôle .....)
. lettre modéle avec en tête
. facture, bon de commande, de livraison

Exemple : Négociations Commerciales

A) Présentation matérielle

1. FICHE SIGNALETIQUE

Titre : *négociations commerciales*
collection "le Français et la profession" dirigée par M. Dany.
Auteurs : *M. Dany, J.Fievez - Dupas, R. Meaudre.*
Editeur : *Hachette.*
Date de parution : *1989.*

2. MATERIEL COMPLEMENTAIRE

- *1. Livre de l' étudiant*
- *2. cassettes de l' étudiant*
- *1. Lecteur de cassettes*

3. PREFACE DU MANUEL INDIQUE PUBLIC VISE

- *Etudiants en FLE. Etudes de commerce et de gestion ayant une bonne connaisssance de français.*
  Adultes non francophones responsables du secteur commercial dans leur entreprise.
  Etudiants et adultes des pays francophones (perfectionnement du français de spécialité).

- *objectifs*
  Faire face à des situations en milieu paraprofessionnel (vie courante, rencontres in - formelles).
  Faire face à des situations en milieu professionnel (présenter ses produits, négocier, vendre...).

4. STRUCTURE DU MANUEL

- *plan d' ensemble*

3 chapitres, 5 dossiers.
chapitre 1. Dossier unique : Parler d'économie.
chapitre 2. Contacts et relations à caract ère social.
Dossier unique : La vie en France.
chapitre 3. Contacts professionnels
Dossier 1 : Exporter en France et en pays francophones.
Dossier 2 : Se rencontrer (foires et Salons).
Dossier 3 : Traiter des affaires en France et en pays francophones.

Détail d'un dossier

Chaque dossier comporte 5 "situations" :

le dossier du chapitre 1 présente une notion par situation (notion d'économie, notion de production et de distribution ...)
Le dossier du chapitre 2 présente 5 situations de la vie courante (à l hôtel, à une réception..)
Les 3 dossiers du chapitre 3 présentent des situations de la vie professionnelle (attaquer le marché, s'inscrire au Salon, présenter sa propre entreprise...)

Détail d'une situation

Elle varie selon les chapitres.

Chapitre 1.
- *Présentation d' une notion (définitions et documents - questions)*
- *Etude d' instruments de travail (ex. telex)*
  Etude de techniques de travail (ex. rédiger une lettre)
- *"Un peu de grammaire" : présentation de points de grammaire et exercices ("A vous)*
- *Présentation d'une notion (définition et documents - question)*

Chapitres 2 et 3
Présentation de documents oraux ou écrits. Exercices.
- *présence des in dese*
  Transcription des textes enregistrés
  Dialogues reconstitués
  index des termes à orientation économique ou commercial
  Table des sigles et abréviations.
- *Durée d' exploitation*
  non mentionnée

B) Supports et documents

1. *Support visuel : pablicités, photo, dessin en noir et blanc Quelques imayes dessinées pour la méthode Repro dictons de documents authentiques, schémas et croquis*
2. *textes écrits : lettres, messages publicitaires, formulaires, prospectus. Point de départ d'activités de compréhension et de production.*

C) Contenus linguistiques

- *Langue de connunication dans des situations professionnelees et paraprofessionnelles,*
  Lanque les documents se référant au commerce
- *Lexique et exercices de langue*
  A ce niveau les mots ne peuvent être répertoriés de façon exhaustive. Toutefois on trouve en fin de volume l' " Index des termes à orientation économique ou commercial ": 850 mots environ.
  Exercices de langue
  Principaux types d' exercices

- Ecrit

Lecture analytique de documents écrits ou scripto - visuels (statistiques et graphiques nombreux.)
Analyse, modification et rédaction de telex.
Rédaction de lettres.
Création de textes sur sujets proposés.

- Oral

Compréhension de dialigue (face à face, téléphone)
Ecoute de documents enregistrés
Grilles à compléter, question / réponse
Trouver la question
Expression libre sur sujet donné
Analyse de conversations
Etudes de cas et simulations

- Oral / écrit

Prise de notes

- Grammaire
Rappel et approfondissement des connaissances (chapitre 1).

- Phonétique
Non traité

- Grammaire
- présentation de points de grammaie et exercicis, table de structue et précis grammatical

D) Contenus notionnels et thématiques

E) Test et Evaluation Non traités

UTILISATIONS DES DOCUMENTS AUTHENTIQUES

ค้นคว้าและเรียบเรียงโดย ธิดา บุญธรรม *

Type de document	Exploitation grammaticale	Domaines d ' exploitation lexicale	Civilisation	Types d' exercices
1. **Totalité d' un journal**			Connaissance des journaux français	Comparaison Un article résumé par groupe
2. **Horoscopes**	Futur Impératif	Affectivité Santé Réussite Sociale Affaires	L' horoscope permet de déceler assez bien le public du journal	Exercices de repérage reconnaissance, puis rédaction
3. **Mots croisés**		Divers Jeux de mots		Utiliser de préférence des mots croisés fabriqués pour la pédagogie
4. **Courreie de coeur**	Passé Subjonctif Conditionnel Impératif Discours indirect Dire de faire	Vie affective Sentiments	Evolution des moeurs	Association de lettres et de réponses données dans le désordre Rédaction d' une réponse A partir d' une lettre imaginer un dialogue oral
5. **Recettes de**	Infinitif Impératif Subjonctif Donner des instructions	Lexique spécialisé des aliments et actions	Connaissances de la cuisine française	Rédaction d' une recette Fabrication d' un plat en suivant les instructions Echange de recettes internationales en français

* รองศาสตราจารย์ ดร. ธิดา บุญธรรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Type de document	Exploitation grammaticale	Domaines d ' exploitation lexicale	Civilisation	Types d' exercices
6. **Titres de journaux et entrefilets**	Phrases nominales Passifs Relation titre / article à travers divers procédés dont l' utilisation des nominalisation et du passif	Variable	Fonction du choix	Rétablissement des phrases complètes Fabrication de titres cohérents à partir de titres découpés, ou d'informations Rédaction d' entrefilets à partir d' un titre
7. **Faits divers**	Utilisation des temps du passé (passé simple fréquent Discours rapporté Commentaire Relations logiques	Choix du lexique dénote l' opinion de l' auteur important pour l' analyse de tendance	Fonction du choix	Lecture globale Analyes comparative de plusieurs journaux pour saisir l' implicite lié aux structures et aux mots Exercices lexicaux et syntaxiques divers en fonction du contenu du texte Base de simulation sketches, débats Résumés oraux improvisés ou non résumés écrits Modèle d' écrit Rédaction à la manirède

Type de document	Exploitation grammaticale	Domaines d ' exploitation lexicale	Civilisation	Types d' exercices
8. **Publicités**	Infinitifs Impératifs Phrases nominales par suppression de l' article ou nominalisation Superlatifs comparatifs présentatifs Emphase	Jeux sur les mots Mots techniques (ex. publicité pour stéréo) Proverbes Adjectifs	Clichés de civilisation Evolution des esprits (évolution des publicités pour voitures en fonction de la crise	Image support à exercices structuraux (X est meilleur que Y, etc) Découverte des structures grammaticales Observation et description de la publicité en parlant de l'image Fabrication de slogans ou des textes à partir publicitaires à partir d' images
9. **Pub de voyage**	L' article devant les noms de pays			Détournements de publicités par l' utilisation d' antonymes, etc
10. **Petites annonces** - Recherche et offre d' emploi	Passé Présent Participe passé et présent	Professions Diplômes		Reformulation sous forme de lettre Rédaction d' un curriculum vitae ; d' une réponse à la Demande d' information au téléphone Le premier entretein
11. **Petites annonces d' immobilier**	Localisation Phrases normales	Logement Prix langage des agences		Visite de l' appartement Rapporter la visite à un tiers

Type de document	Exploitation grammaticale	Domaines d ' exploitation lexicale	Civilisation	Types d' exercices
12. **Petites annonces de** relation	Conditionnel But Participes présents	Adjectifs : sentiments goûts physique	Evolution des moeurs	Reformuler en lettre Rédaction d' une réponse Jeux de rôles : 1 ére rencontre Rédaction d' une petite annonce
13. **Petites annonces diverses** : meubles, braderies, animaux		Vocabulaires spécialisés		
14. **Tracts**	Emphase Passé Impératif Passif Discours	Economic Politique Ecologie Vocabulaire idéologique		Simulation d' une campagne d' information sur un problème d' affiches,de fabrication de tract Argumentations orales
15. **Modes d' emploi**	Infinitif Impératif	Vocabulaires spécialisés	Certains gadgets révélateurs	Rédiger un mode d' emploi pour un produit ou un appareil, le faire suivre par un groupe d' éléves pour tester sa clarté Oral : donner des conseils techniques
16. **Papiers administratifs** Chèque Mandat fiches d' état civil Feuille de sécurité sociale Constat amiable	Français de survie	Vocabulaire spécialisé Nombre, Chiffres. Lettres, (typographie, majuscules)		Comprendre, remplir les diverses feuilles Rédaction d'un télégramme Simulations de situations aux guichets, d' un accident et constat

Type de document	Exploitation grammaticale	Domaines d ' exploitation lexicale	Civilisation	Types d' exercices
17. **Mots croisés**		Jeux de mots Définitions		Utiliser de préférence des mots croisés fabriqués pour les classes
18. **Bulletins météo**	Cause : en raison de Phrases complexes Participes présents Futur proche Futur Localisation	Vocabulaire géographique		Compréhension globale ou de détail Rédaction de bulletins à partir des formules écoutées
19. **Journal parlé**	Mélange d' écrit oralisé et d' oral spontané	De nombreuses expressions toutes faites et proverbes Vocabulaires spécialisés en fonction des thèmes	Approche en profondeur et en évolution de certains thèmes	Entraînement au repérage des mots clés Entraînement au décodage de détail et exploitation des structures et du lexique Fabrication et mise en scène d' un journal parlé par les élèves
20. **Tables rondes Débats**	Façons d' affirmer, de nier, de se défendre, d' attaquer, d' interrompre, de poser des questions		Thèmes d' actualités motivants	Compréhension globale Décodage d' un extrait Etude des niveaux de langue selon de type d' intervenants Comparaison oral écrit avec un article sur le même thème Modèle d' organisation pour table ronde en classe Point de départ d' une discussion en classe

Type de document	Exploitation grammaticale	Domaines d ' exploitation lexicale	Civilisation	Types d' exercices
21. **Interviews authentiques courts**	Etude de la langue orale phonétique. accents, syntaxe spécifique Modalisation Les structures dépendant de la façon de poser la question (ex. qu' est - ce que c' est pour vous, le bonheur?)	Fonction du thèmes	Approche en situation	Compréhension globale ou / et de détail Exercices de réemploi Commentaires
22. **Publicités orales**	Superlatifs Comparatifs Impératifs Intonation Trécédés d' emphase	Adjectifs Jeux de mots Proverbes	Relation avec la musique Comparaison avec publicités locales	Compréhension Intonation d' emphase, de conviction, de séduction Fabrication de publicités
23. **Diapositives sur la vie en France**			Illustration de la vie quotidienne	Description Commentaires
24. **Images poétiques ou mystérieuses**				Développement de l' expression personnelle, imagination
25. **Séries de photos**				Construire collectivement une histoire à partir d' une série de photos : prise au hasard, pré - sélectionnées

Type de document	Exploitation grammaticale	Domaines d ' exploitation lexicale	Civilisation	Types d' exercices
26. **Dessins humoristiques sans texte**	Discours direct et rapporté Description en fonction de dessin		Certains dessins d' actualité, politiques par exemple	Imaginer dialogue, légende, récit, début fin
Bandes dessinées avec texte		Onomatopées Style familier Langue parlée		Remplir les bulles Remettre dans l' ordre Jouer Raconter
27. **Chanson**	Tout dépend de type de chanson, l' objectifs peut - être principalement : * phonétique * syntaxique * Lexical * ou de civilisation			Compréhension glabale ou / et décodage de détail Dictée complète, dictée à trous sur des points sélectionnés Reconstitution Réécrire dans un autre niveau de langue Faire inventer une suite Créer des paroles sur une musique Illustration d' un point de civilisation Complément d'un dossier

Document authentique : Exploitation pédagogique

Sirivan CHULAKORN *

From The French Trade Commission

- " l ' ART DE VIVRE EN THAÏLANDE" LE MRCHE DES ARTS DE LA TABLE

Rédactrice : Marie - Eve Cadouin

La Thaïlande a bénéficié,au cours de ces dernières années. d' un régime decroissanc exceptionnel dû au formidable essor de l' investissement domestique et étranger.

Cette forte croissance de l'écinomie thaïlandaise a permis l' émergence d' une classe sociale aisée à fort pouvoir d' achat, prête à payer le prix fort acquérir des produits occidentaux dans la mesure où leur marque dispose d' une renommée internationale.

Le marché des arts de la table, ouvert depuis peu de temps aux importations. commence également à profiter de cette tendance et semble s' intéresser aux habitudes de vie occidentales et aux produits de marques étrangères encore peu connues à jour.

I - LE SECTEUR

1.1) Les services de table :

Le marché des services de table en grès ou en porcelaine est actuellement encore dominé par une offre locale importante et peu chère. Wedgwood et Royal Doulton sont les seules marques qui jouissent d' une certaine notoriété parmi les prolfessionnels et cette petite frange de la professionnels et cette petite frange de la professionnels et cette petite frange de la population qui peut se permettre d' acheter des produits importés, taxés à 80% La baisse des droits de douane, prévue dans la cadre des accords du GATT, devrait néanmoins permettre aux autres fabricants étrangers et, en l' occurence, aux porcelainiers français de se faire connaître et de se positionner sur ce marché.

1.2) Les couverts :

La cuisine Thaïlandaise étant essentiellement composée de riz et d' aliments coupés en petits morceaux, les Thaïlandais ne se servent traditionnelement que d' une fourchette et d' une petite cuiller ; le couteau - considéré comme un instrument barbare - n' est quasiment pas utilisé. Les couverts à usage ménager sont en aluminium ou en acier inoxydable de qualité moyenne. L' offre de couverts en métal argenté est quasi inexistante. En revanche, les hôtels et les restaurants, fréquentés par une clientèle d' affaires et de touristes. utilisent des couverts en métal argenté et de la vaisselle de type occidental.

1.3) La verrerie - cristallerie :

La production locale de verrerie et de cristallerie est peu importante. La Thaïlande est donc amenée à importer (principalement d' Europe) pour satisfaire la demande locale. Les seules boissons consommées au cours du repas étant l' eau, le thé ou la bière, on n' utilise pratiquement que le verre à eau. Toutefois, la nouvelle catégorie de consommateur qui se profile, celle qui voyage, s' intéresse à l' Occident, en adopte les goûts et les habitudes et commence à apprécier les goûts et les habitudes et commence à apprécier les vins français et les tables dressées à l' occidentale. Ceci explique la présence des grandes marques françaises de cristallerie dans les quelques boutiques de luxe de Bangkok *(Baccarat, Saint - Louis, Daum et Lalique).*
A ce propos, les Thaïlandais semblent avoir une préférence pour les verres en cristal de couleur et adorer les objets de décoration en cristal (Zwaroski est leader sur ce marché)

1.4) Le linge de table :

Le marché du linge de table est encore très peu développé étant donné que chez eux, les thaïlandais, à l' instar des Chinois, n' utilisent généralement pas de nappe pour décorer ou dresser la table. Les assiettes sont posées à même le bois ou sur un set en textile ou en plastique suivant les occasions. En revanche, dans les restaurants de moyen à haut de gamme, les consommateurs apprécient les belles et longues nappes blanches avec des serviettes coordonnées, pliées à l' orientale.

1.5 La distribution :

Les principaux circuits de distribution des articles pour la table sont les *Departments Stores* (Grands magasins). Les produits haut de gamme (importés) sont distribués par le biais des quelques boutiques spécialisées établies dans les centres commerciaux de luxe ou dans les galeries marchandes des grands hôtels de Bangkok.

II - PERSPECTIVES

Le marché des arts de la table devrait offrir, dans un proche avenir, de nombreuses opportunités pour les exportateurs français. Les produits haut de gamme paraissent présenter les plus grandes chances de succès compte tenu d' un engouement récent pour les produits occidentaux.
Malheureusement, les marques françaises dans les secteurs de la porcelaine, qu' il s' agisse des articles de table ou de décoration, ne sont pas connues des Thaïlandais. Par conséquent, un important effort promotionnel devra être réalisé pour se positionner par rapport à nos concurrents anglais, allemands et japonais déjà très actifs sur ce marché.

Documents disponibles au PEE

Note " L' art de vivre en Thaïlande" , tome I : Les arts de la table - Mars 1994 (300 FF H.T.)

EXPLOITATION D' UN DOCUMENT AUTHENTIQUE

DOCUMENT : L' ART DE VIVRE EN THAILANDE - LE MARCHE DES ARTS DE LA TABLE

SOURCE : Marie - Eve Cadouin, in " From The French Trade Commission" *FRANCE - THAILANDE Business News*, mai 1994, pp. 13 - 14

THEME : - le marché des arts de table en Thaïlande

NIVEAU DE L' APPRENANT : Etudiants de français à partir de la 3è année

OBJECTIFS :
- savoir lire un texte économique
- comprendre les notions demarché et de distribution d' un produit (cas d' étude : les arts de table en Thaïlande)
- perfectionner les compétences linguistiques et communticatives
- connaître les différences d' habitudes de vie des Français et des Thaïlandais

ACTIVITES :
- compréhension écrite
- expression orale
- expression écrite

COMPOSITION DU DOSSIER :

1. Analyse linguistique et textuelle du document (pour l' enseignant)
2. Exploitation pédagogique (les exercices)
3. Texte
4. Liste des termes utilisés (annexe)

Dossier préparé Sirivan CHULAKORN

ANALYSE LINGUISTIQUE ET TEXTUELLE

(pour l' enseignant)

1. Classez les divers termes en différentes parties du discours : voir annexe

2. Analysez des champs lexicaux des termes utilisés :

A. ARTS DE TABLE

- habitudes de vie, goûts
- services de table
- couverts, instruments
  - fourchette
  - cuiller
  - couteau
- vaisselle, assiette
- verrerie, verre
- linge
  - nappe
  - serviette

B. MARCHE

- importation, exportateur
- clientèle, consommateur
- demande, offre
- produit, article
  - production, fabricant, porcelainier
  - gamme, leader, luxe
  - marque, renommée, notoriété

C. CIRCUIT DE DISTRIBUTION

- boutique de luxe
- restaurant
- hôtel
- grand magasin
- centre commercial
  - normal
  - de luxe
- galerie marchande

D. PERSPECTIVES

- croissance, baisse
- avenir
- succès, chance, engouement
- effort
- concurrent

E. MATIERE

- grès, porcelaine
- aluminium, acier
- bois
- textile, plastique
- verre,cristal

F. **CUISINE**

- repas, aliment, riz, morceau
- boisson,eau, thé, bière

Remarque :

- La plupart des termes utilisés sont du domaine général, très peu sont d' ordre spécifique En voici quelques - uns :

engouement	:	admiration.
gamme	:	série continue où tous les degrés, toutes les espèces sont représentés. Les produits haut de gamme sont les plus chers.
offre	:	quantité de produits ou de services offerts sur le marché (opposée à la demande)

3. Reécrivez la structure du texte d' après les titres et sous - titres :

-Titre : l' art de vivre en Thaïlande - le marché des arts de la table

(Introduction) : S 1
S 2
S 3

I. **Le secteur**

1.1. Les services de table : S 4
1.2. Les couverts : S 5
S 6
1.3. La verrerie - cristallerie : S 7
S 8
S 9
1.4. Le linge de table : S 10
1.5. La distribution: S 11

II. **Perspectives** : S 12
S 13

Remarques :

- Le texte est articulé par les adverbes ou circonstanciels de temps suivants :
  - au cours de ces dernières années
  - depuis peu de temps
  - actuellement
  - traditionnellement
  - encore
  - généralement
  - dans un proche avenir
- Les différentes parties du texte utilisent les temps verbaux spécifiques :

- introdction (l' historique et l' actuel) : le passé composé et le présent
- développement (les différents secteurs) : le présent
- conclusion (perspectives) : le conditionnel et le futur

4. Analysez les types de phrase.

- phrases simples : - indépendantes,
  - juxtaposées,
  - coordonnées,
  - déterminées par des compléments circonstanciels
  ===>" phrases - paragraphes"

- Phrases complexes : - relatives (qui)
  - conjonctive
  - circonstancielles
    (dans la mesure où, étant donné que)

Remarque :

La plupart des phrases sont de type simple et déterminées par des compléments de nom ou des groupes adjectivaux.

EXPLOITION PEDAGOGIQUE

(pour l' apprenant)

I. REPERAGES

1. Complétez la fiche suivante :

Thème (s) :
Rédacteur :
Date de parution :

Remarque : L' apprenant ne doit pas passer plus de 2 minutes pour répérer ces informations.

2. Donnez, dans chaque paragraphe, les temps verbaux et les circonstanciels ou adverbes de temps qui les accompagnent :

	Temps verbaux	**Adverbes**
S 1		
S 2		
S 3		
S 4		
S 5		
S 6		

S 7
S 8
S 9
S10
S11
S12
S13

II. COMPREHENSION

Répondez aux questions suivantes :

1. Quel est le facteur principal de la récente expansion du marché des arts de la table ?

---

2. Comment les goûts des consommateurs se sont ils -changés ?

---

3. Pourquoi le marché des arts de la table semble - t - il prometteur ?

---

4. Quelles sont les difficultés des Français dans la commercialisation des produits des arts de la table?

III. EXPLOITATION

1. Donnez les mots - clés des termes suivants :
   - arts de table : -
     -
     -
     -
   - marché : -
     -
     -
     -
     -

- perspectives : -
  -
  -
  -
  -

2. Trouver, dans le texte, les synonymes ou les expressions qui ont presque le même sens des termes suivants :
   - croissance :
   - renommée :
   - cette petite frange de la population :
   - qualité :
   - adorer :

3. Les circuits de distribution sont :
   - pour les produits de gamme moyenne :
   - pour les produits haut de gamme :

4. Comparez les habitudes de table des thaïlandais à celles des Français.

LES THAILANDAIS	LES FRÇANAIS
----------	----------
----------	----------

5. Dessinez la table à l' occidentale.

6. Traduisez en thaï le paragraphe analysant les perspectives du marché des arts de la table.

7. Supposez que vous travaillez au poste d' expansion commerciale. Un exportateur français vous demande des conseils sur le marché des arts de la table en Thaïlande. Imaginez le dialogue en utilisant les termes suivants :

Verbes :
/ se positionner / avoir la préférence pour / être composé de /
/ permettre / se permettre de / permettre à .... de .... /
/ sembler / devoir / paraître / bénéficier de / jouir de /
Adverbes d' articulation / en revanche / toutefois/ par conséquent /

ANNEXE

NOMS :

accords de GATT
acier
affaire
aliment
aluminium
article
arts
assiette
avenir
baisse
biais
bière
bois
boisson
boutique
catégorie
centre
chance
circuit
classe
clientèle
concurrent
consommateur
couleur
couteau
couverts
cristal
cristallerie
croissance
cuiller
cuisine
décoration
demande
distribution
douane
droits
eau
économie
effort
émergence
engouement
essor
exportateur
fabricant
fourchette
frange
galerie
gamme
goût
grès
habitude
importation
instrument
investissement
leader
linge
luxe
magasin
marché
marque
métal
morceau
nappe
notoriété
objet
occasion
offre
opportunité
plastique
population
porcelaine
porcelainie
pouvoir d' achat
préférence
présence
prix
production
produit
professionnel
qualité
régime
renommée
repas
restaurant
riz
secteur
services de table
serviette
set
succès
table
tendance
textile
thé
touriste
type
usage
vaisselle
verre à eau
verrerie
vie
vin

NOMS PROPS

Baccarat
Bangkok
Daum
l' Europe
l' Occident
Ia Thaïlande
La lique
les Chinois
les Thaîlandais
Royal Doulton
Saint-Louis
Wegwood
Zwaroski

ADJECTIFS QUALIFICATIFS

actif
allemand
anglais
argenté
autre
barbare
beau
blanc
certain
cher
commercial
connu
coordonné
dernier
dévéloppé
domestique
étranger
exceptionnel
formidable
fort
français
grand
haut
important
importé
inexistant
inoxydable
japonais
local
long
marchand
ménager
moyen
nombreux
nouveau
occidental
petit
posé
principal
promotionnel
quelque
récent
seul
social
spécialisé
thaïlandais
utilisé

VERBES

Conjugués :
adopter
apprécier
bénéficier de
commencer de
disposer de
être
être amené à
être connu de
être développé
être dominé par
être utilisé
expliquer
jouir de
permettre
permettre à ...de...
s' agir de
se profiler à
se servir de
utiliser
voyager
Infinitifs :
acheter
acquérir
adorer
apprécier
avoir
décorer
dresser
être réalisé pour
offrir
payer
présenter
s' intéresser à
se faire connaître
se permettre de
se positionner

Participes passés :
composé de
considéré comme
consommé
dressé en
fréquenté par
ouvert à
plié à
prêt à
prévu
taxé à

Participe présent :
suivant

V. de modalité:
devoir
paraître
pouvoir
sembler
Voix des verbes :
active, passive et pronominale

Temps :
le passé composé
le présent
le conditionnel présent
le futur

ADVERBES :

actuellement
également
en l' occurence
essentiellement
généralement
les plus ...
même
ne .... que
néanmoins
peu
peu de ...
pratiquement
quasi
quasiment
Traditionnellement

ADVERBES D'ARTICULATION :

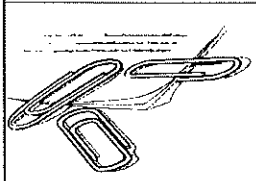
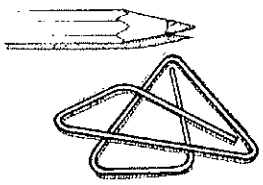
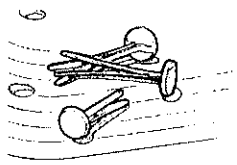
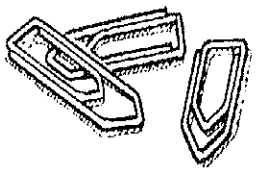
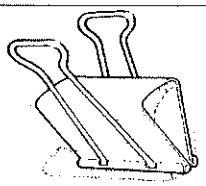
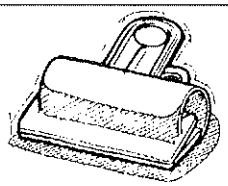
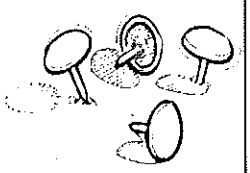
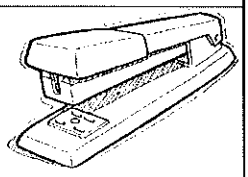
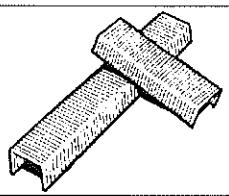
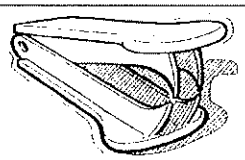
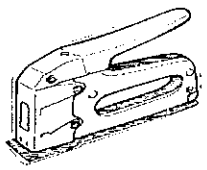
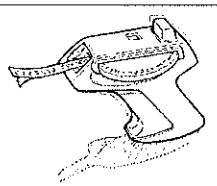
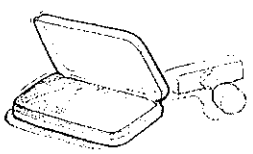
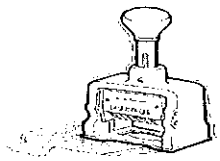
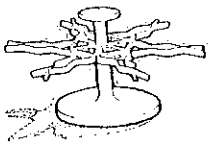
à ce propos
en revanche
malheureusement
par conséquent
toutefois

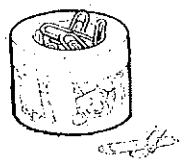
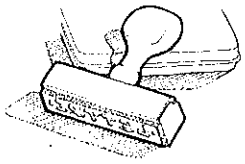
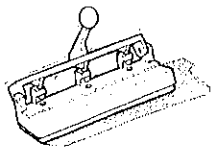
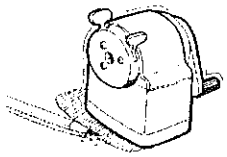
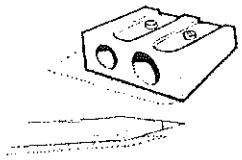
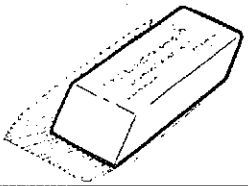
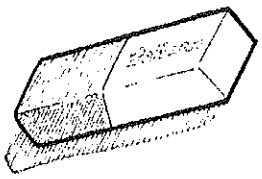
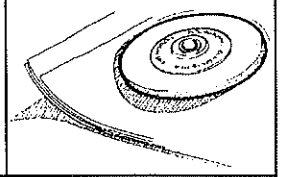
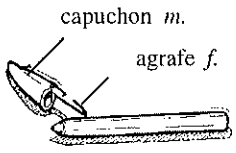
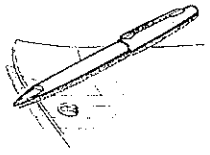
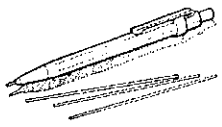
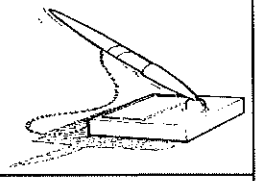
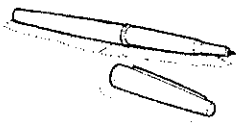
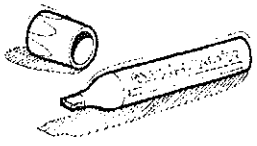
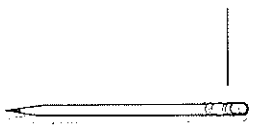
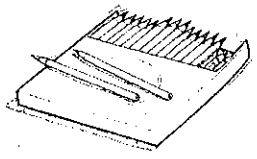
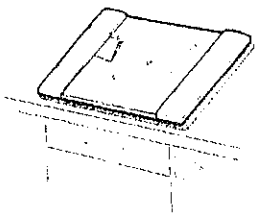
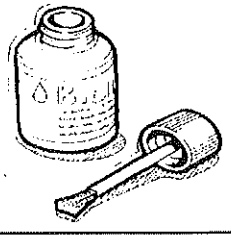
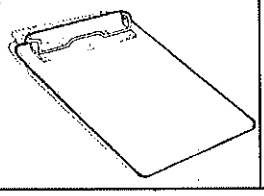
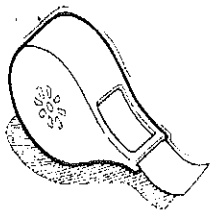
PREPOSITIONS :

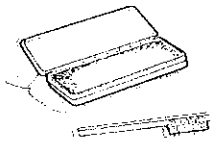
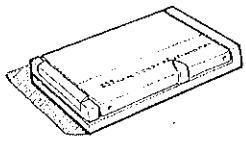
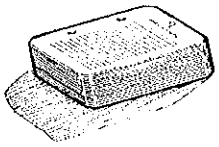
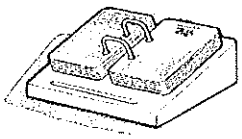
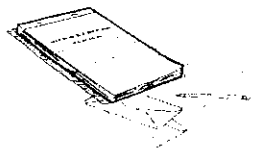
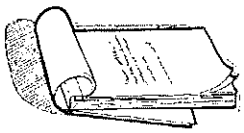
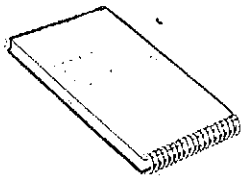
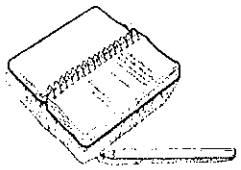
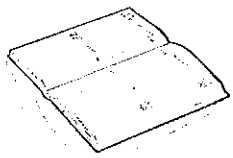
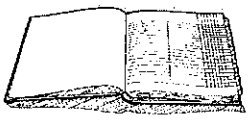
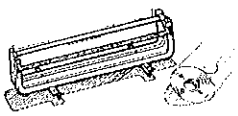
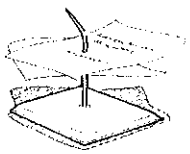
à
à l ' instar de
au cours de
chez
comme
compte tenu de
dans le cadre de
de
depuis
dû à
en
par
par rapport à
parmi
pour
sur

Vocabulaire technique illustré (Le français au bureau) Hélène Cajolet-Laganiere, Québec, 1988

A. Articles de bureau

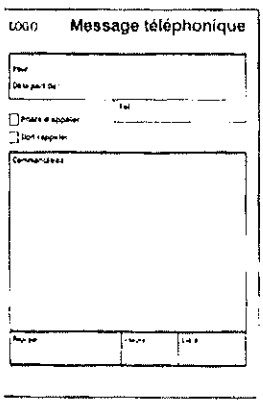
Trombones *m.*	Attache (géante) croisée f.	Attaches parisiennes *f.*	chevrons *m.*, attaches à chevrons *f.*
			
Pince-notes *n.*	Pince (à dessin) *f.*	Punaises *f.*	Agrafeuse *f.*
			
Agrafes *f.*	Dégrafeuse *f.*	Pistolet cloueur *m.*	Pince à étiqueter *f.*, estampeuse d'
			
Tampon encreur *m.*	Numéroteur *m.*	Porte-timbres (à plateau) *m.*	Timbre dateur *m.*, dateur *m.*
			

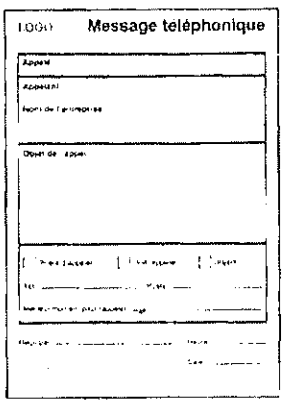
Sébile (de bureau) *f.*	Timbtre (de caoutchouc) *m.*, timbre caoutchouc *m.*	Perforateur m., Perforatrice f. (à 1,2,3 trours ou 1,2,3 emporte-pièce)	Taille-crayon (fixe) *m.*
			
Taille-crayon *m.*	Gomme *f.*	Gomme deux usages (encre et crayon) *f.*	Gomme ronde *f.*
			
Stylo à bille *m.*, Stylo bille *m.*,	Stylo *m.*	Porte-mine *m.*	Porte-stylo *m.*, Stylo sur socle *m.*
			
Crayon feutre *m.*, feutre *m.*	Surligneur *m.*	Crayon *m.*	Jeu de crayons de couleur *m.*
		embout gomme *m.* 	
Sous-main *m.*	Correcteur liquide *m.*	Planchette f. Porte-bloc m. Cà arches ou à pinces	Ruban correcteur *m.*
			

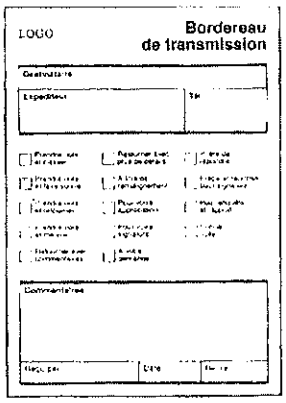
Pâte pour le nettoyage des caractères des machines à écrire *f.*	Répertoire téléphonique *m.*	Bloc-éphéméride *m.*	Bloc-éphéméride sur socle *m.*
			
Bloc-correspondance *m.*, bloc de papier à lettrres *m.*	Bloc-notes *m.*	Bloc-sténo *m.*	Carnet *m.*
			
Agenda *m.*	Registre (comptable) *m.*	Porte-rouleau *m.*, dévidoir de papier *m.*	Pique-notes *m.*,
			

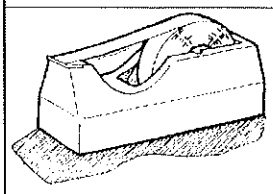
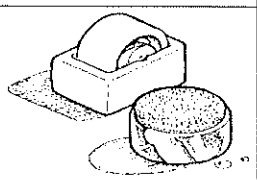
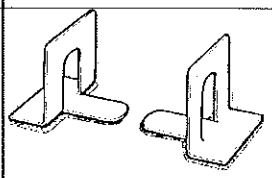
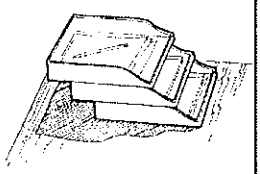
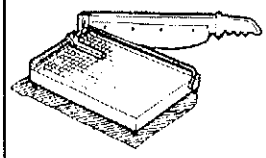
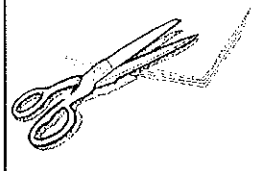
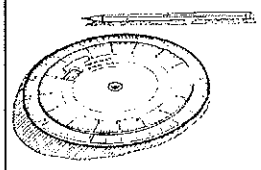
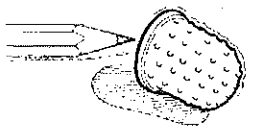
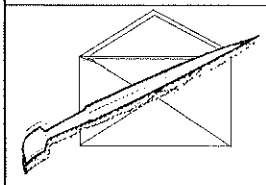
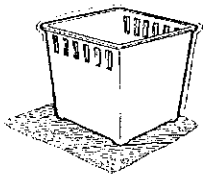
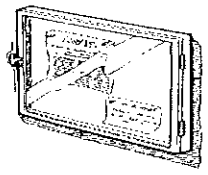
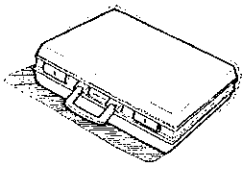
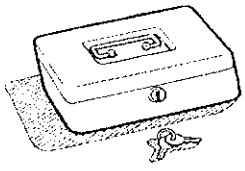
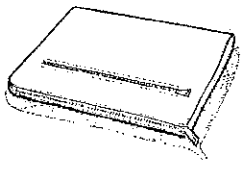
Bloc-messages téléphoniques *m.*

Bordereau de transmission *m.*

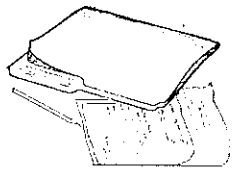
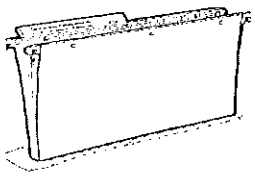
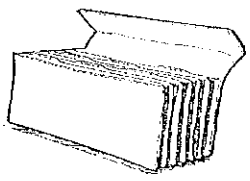
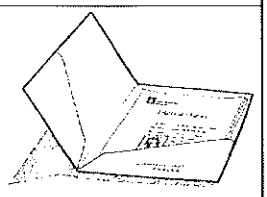


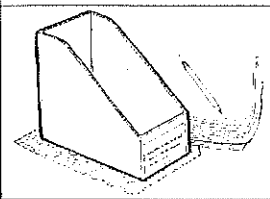
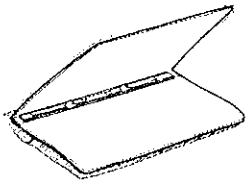
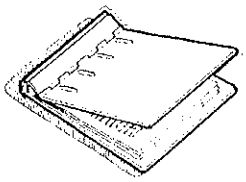
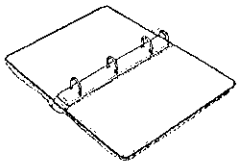
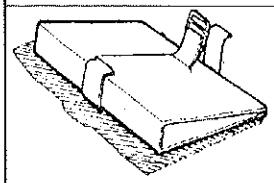
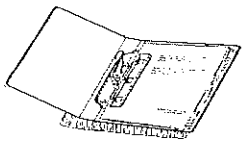
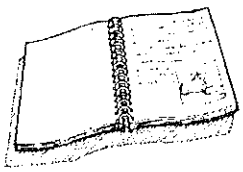
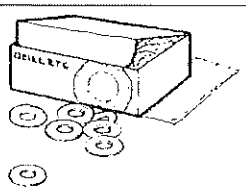
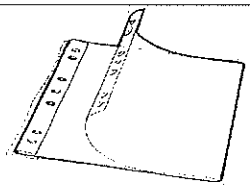
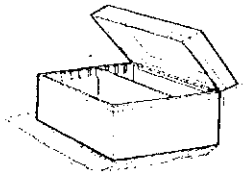
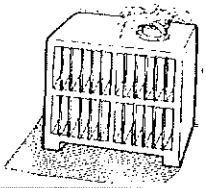
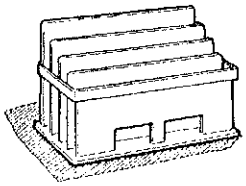
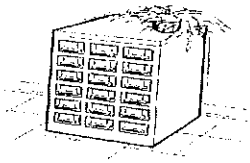
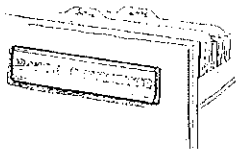
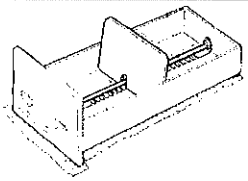
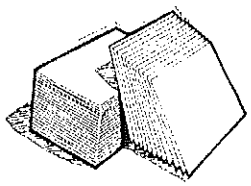
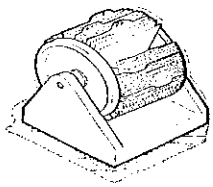
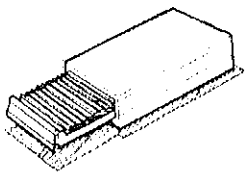
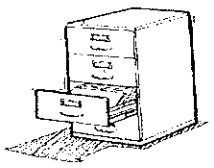


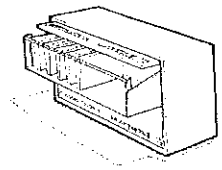
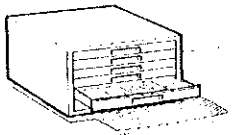
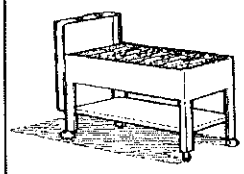
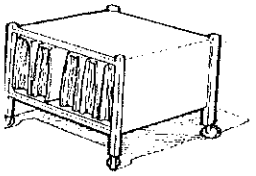
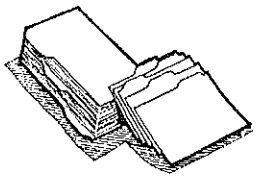
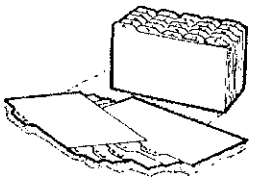
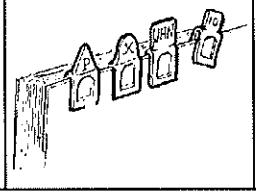
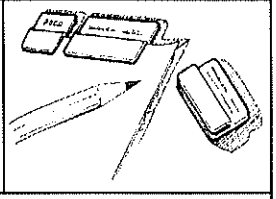
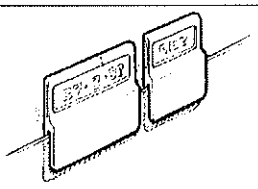


Dévidoir de ruban adhésif *m.*	Mouilleur *m.*	Serre-livæes *m.*	Corbeille à courrier *f.*, boîte à courrier *f.*
			
Massicot *m.*, cisaille (de bureau) *f.*	Ciseaux *m. pl.*	Régle de conversion *f.*	Doigtier (à picots) *m.*
			
Coupe-papier *m.*,	Corbeille à papier *f.*	Tableau d' affichage *m.*	Mallete *f.*
			
	Coffret-caisse *m.*	Porte-documents *m.*	
			

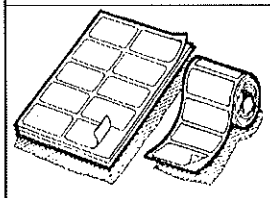
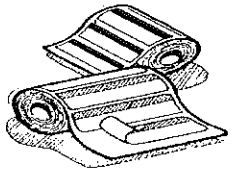
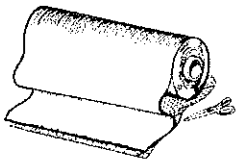
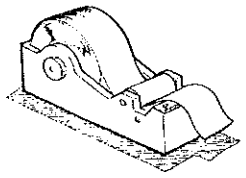
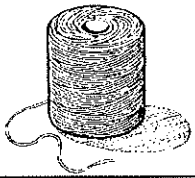
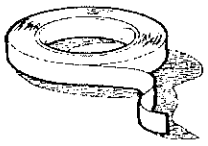
B. Articles de classement

chemise (de classement) *f.*	Dossier suspendu *m.*	Pochette de classement *f.*, chemise à soufflet *f.*	Pochette (de presse ou d' information) dossier à rabat *m.*
			

Boîte-classeur *f.*	Classeur à glissière *m.*, reliure à glissière *f.*	Classeur à ressort *m.*, reliure à ressort *f.*	Classeur à anneaux *m.*, reliure à anneaux *f.*
			
Classeur à sangle *m.*, reliure à sangle *f.*	Classeur à pince *m.*, reliure à pince *f.*	Reliure spirale ou hélicoïdale *f.*	Feuilles mobiles *f.*, feuillets mobiles *m.*
			
OEillets gommés *m.*	Protège-documents *m.*	Boîte à fiches *f.*	Classeur compartiments verticaux *m.*
			
Casier de rangement *m.*, casier à compartiments *m.*	Fichier *m.*	Porte-étiquette *m.*	Tiroir m. tringle métallique *f.* compresseur *m.*
			
Fiches *f.*	Fichier rotatif *m.*, fichier à tambour *m.*	Fichier à fiches visibles *m.*	Classeur *m.*
			

Classeur à clapet *m.*	Classeur à horizontal *m.*	Bac de classement *m.*	Chariot (de classement) *m.*
	 N.B.- Ce classeur peut aussi être vertical		
Feuillets intercalaires *m.*, intercalaires *m.*	Guides de classement *m.* - à index alphabétique - à index numérique	Cavaliers *m.*	Onglets *m.*
			
Onglets à fenêtres *m.*			
			

C. Articles d' emballage

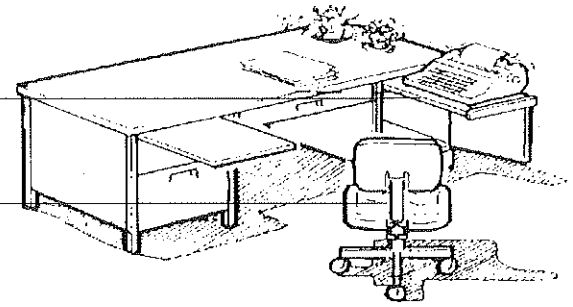
Étiquettes gommées, adhésives, autocollan tes *f.*	Étiquettes à liseré rouge, jaune, vert, etc. *f.*	Papier d' emballage (kraft) en rouleau *m*	Dévidoir de papier gommé d' emballage (kraft) *m.*
			
	Ficelle d' emballage *f.*	Ruban cache adhésif *m.*	
			

D. Mobilier de bureau

Bureau à machine rentrante *m.*

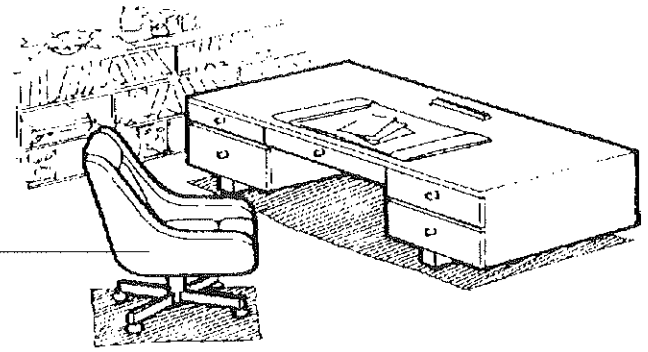
tirette *f.*, planchette *f.*

chaise dactylo *f.*, chaise pivotante ou tournante *f.*, chaise à bascule *f.*

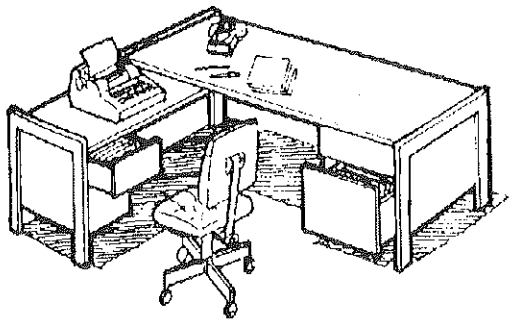


Bureau ministre *m.*, bureau de direction *m.*, bureau à deux caissons *m.*

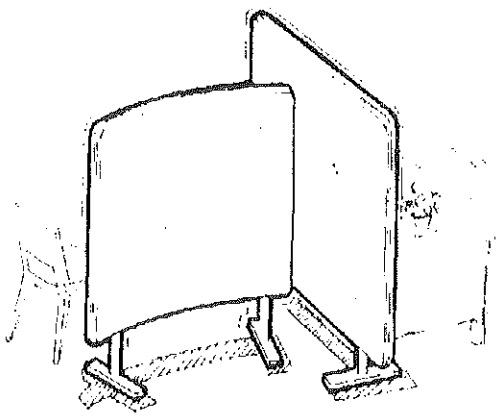
fauteuil pivotant ou tournant *m.*, fauteuil à bascule *m.*

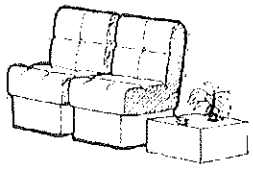
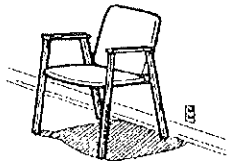
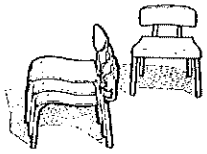
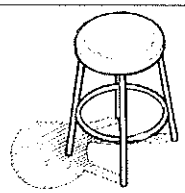
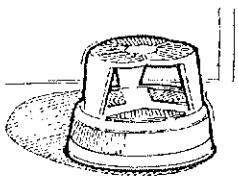
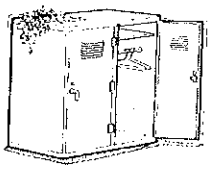
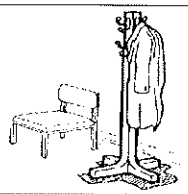
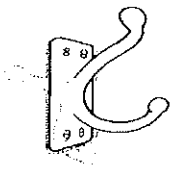
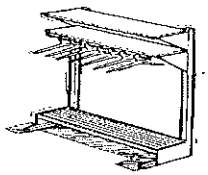
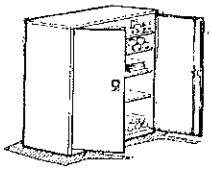
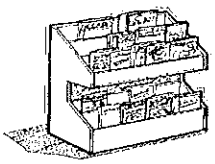
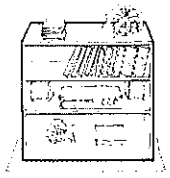


Bureau secrétair *m.*, bureau dactylo (avec retour) *m.*

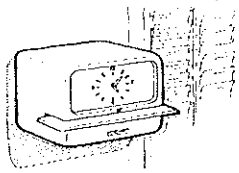
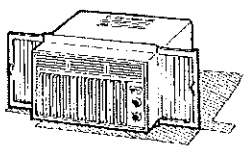
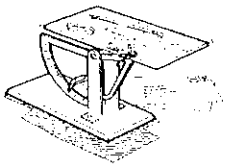
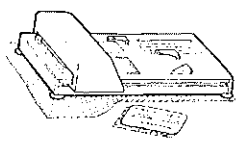


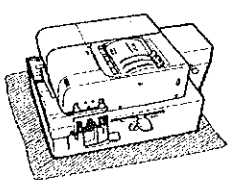
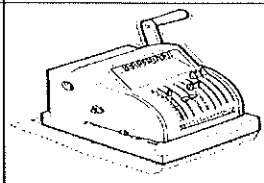
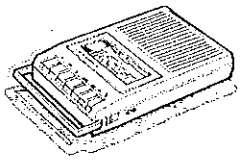
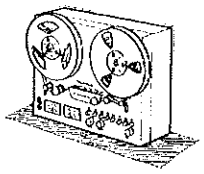
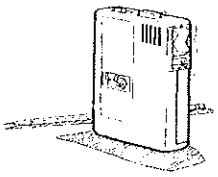
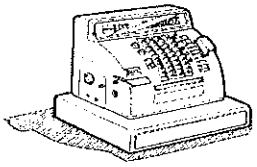
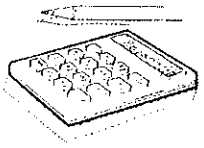
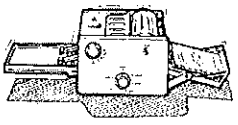
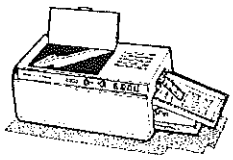
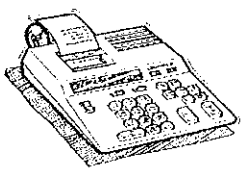
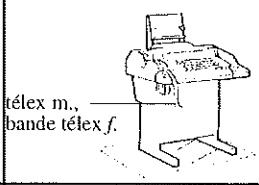
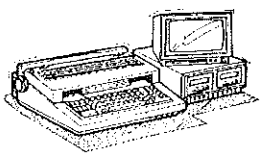
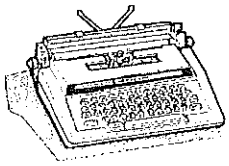
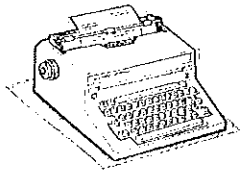
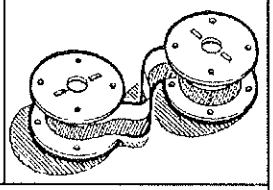
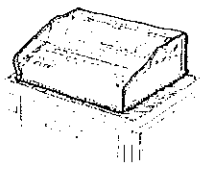
Cloisonnette *f.*, cloison amovible *f.*

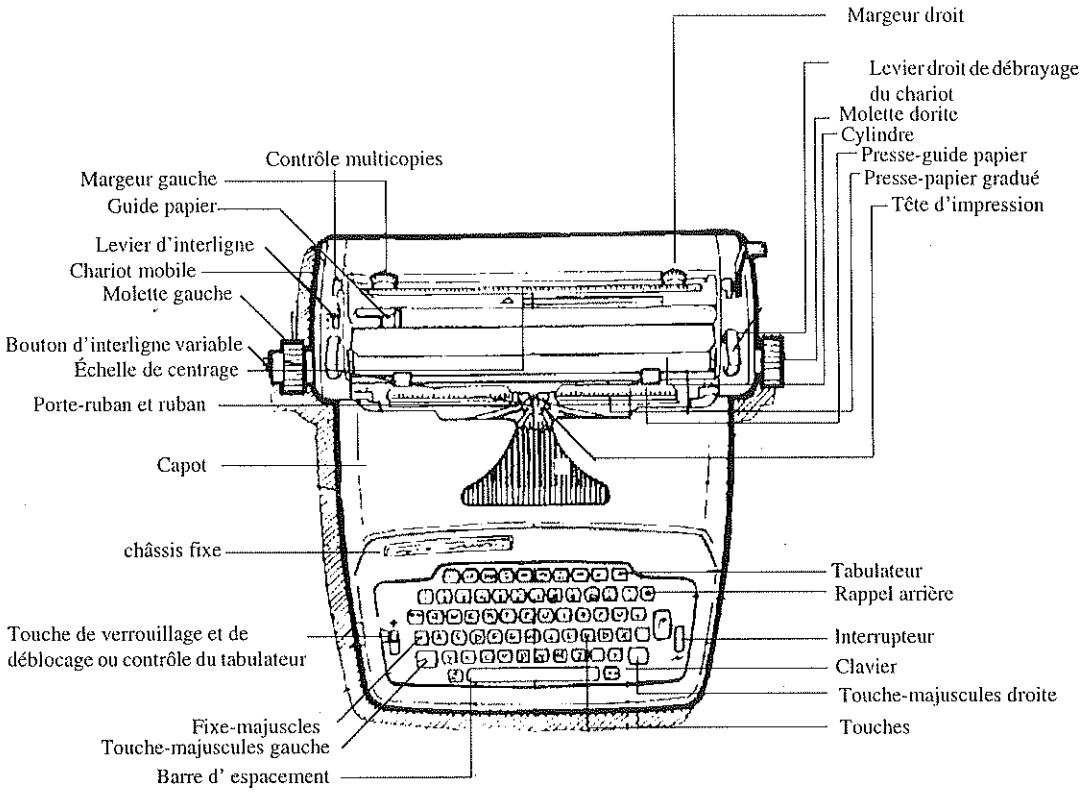


Sièges modules *m.*	Fauteil *m.*	Chaise *f.*	Chaises (empilables) *f.*
			
Tabouret (fixe) m.	Tabouret (à roulettes escamotables) m.	Armoire-vestiaire f.	Porte-manteau m.
			
patère f.	Vestiaire (de bureau) *m.*	Armoire à papeterie *f.*, armoire à fournitures *f.*	Présentoir à revues *m.*
			
Rayonnage *m.*, bibliothèque *f.*			
			

E. Appareils et machines de bureau

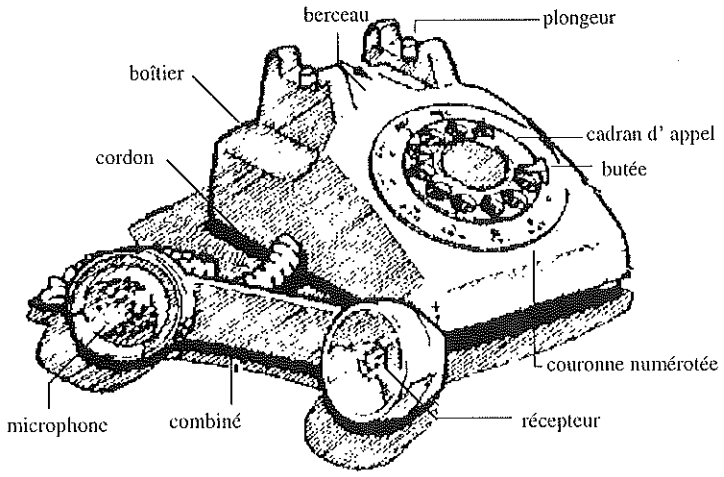
Horodateur *m.*, horloge pointeuse *f.*,	Climatiseur *m.*	Pese-lettres *m.*	Imprimante à cartes *f.*
			

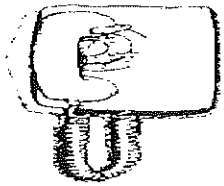
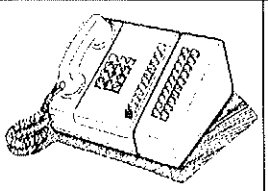
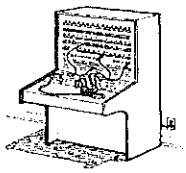
Machine à cacheter (ou à fermer les enveloppes) *f.*	Machine à signer et à endosser les chèques *f.*	Magnétophone portatif *m.*	Magnétophone *m.*
			
Machine à dicter *f.*	Caisse enregistreuse *f.*, tiroir-caisse *m.*	Calculatrice *f.*	Duplicateur
			
Photocopieur *m.*, Photocopieuse *f.*	Machine à additionner *f.*., additionneuse *f.*	Téléimprimeur *m.*	Terminal (à écran cathodique) *m.*
		 télex m., bande télex *f.*	
Machine de traitement de texte *f.*	Machine à écrire portative *f.*	Machine à écrire *f.*	Ruban encreur *m.*
			
Housse *f.*			
			



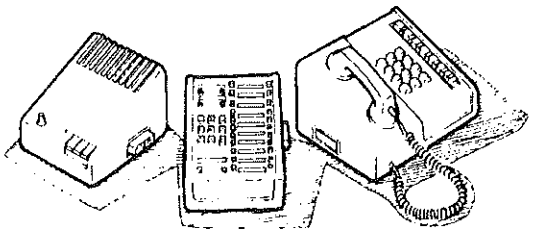
F. Appareils téléphoniques

Poste simple à cadran



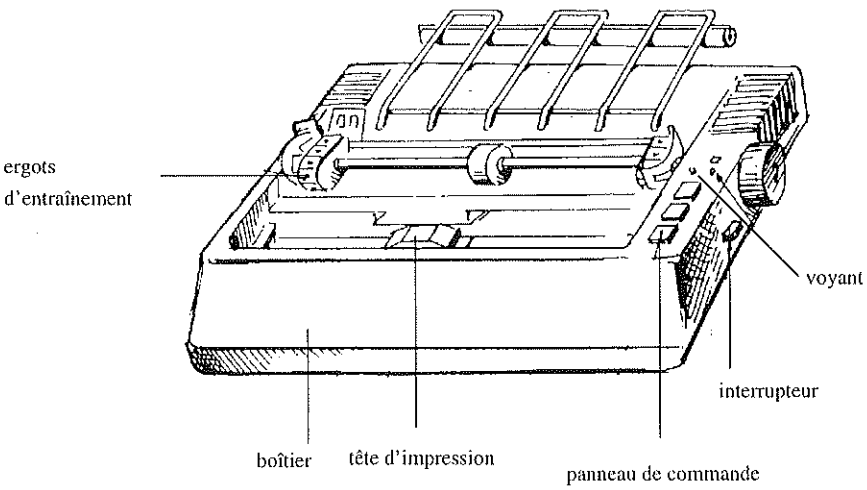
Poste simple à clavier	Poste simple mural	Pupitre dirigeur *m.*	Standard *m.*
			

Appareil mains libres *m.* Composeur automatique *m.*

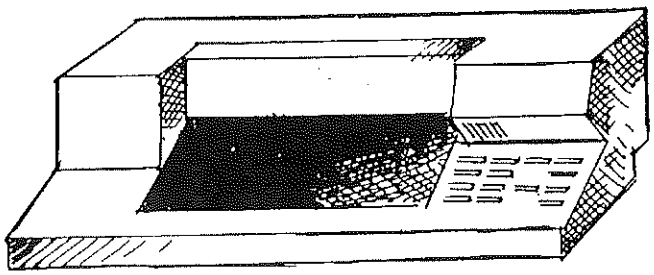


G. Matériel informatique

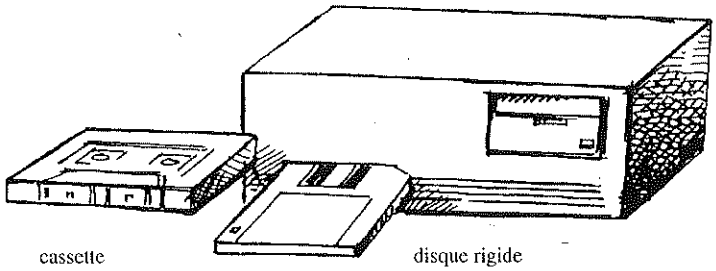
Imprimante matricielle



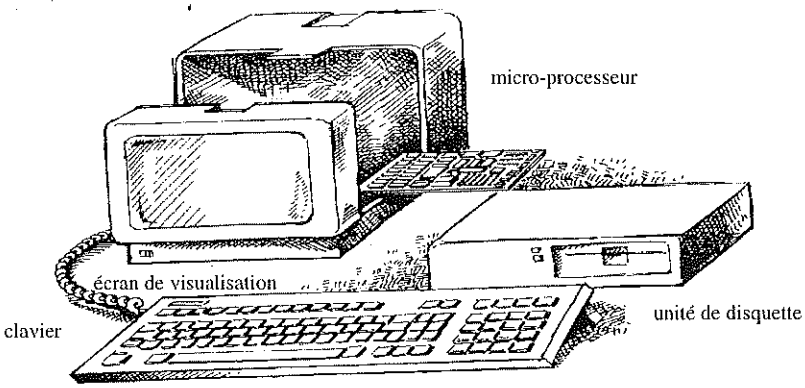
Traceur



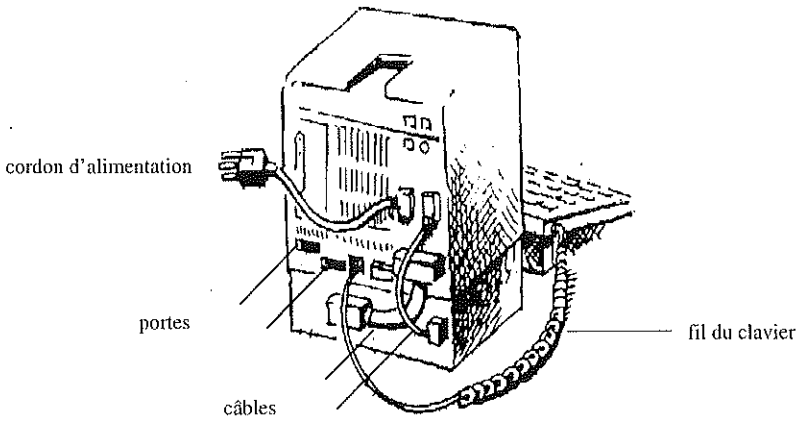
Supports d' information



Micro-ordinateur

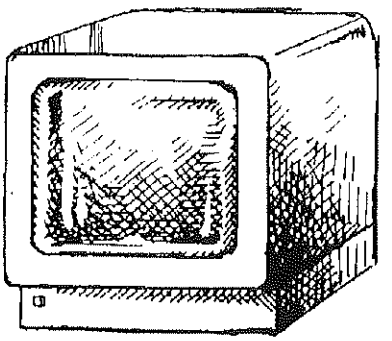


Micro-ordinateur (dos)

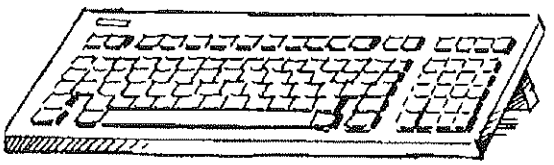


Périphériques

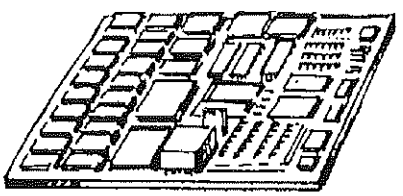
écran



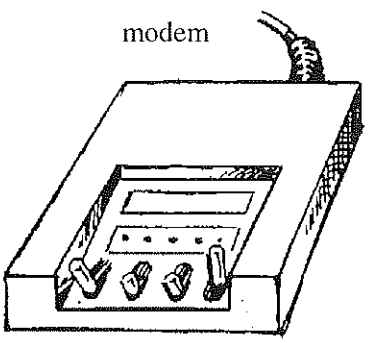
clavier



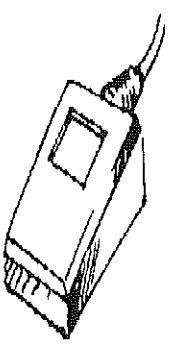
unité de centrale de traitement



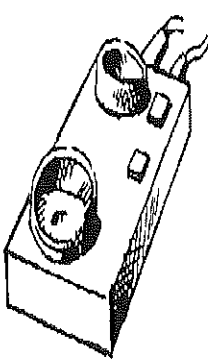
modem



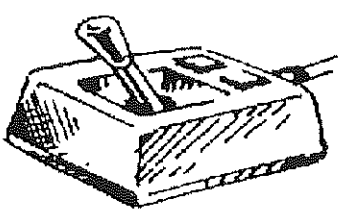
souris



coupleur acoustique



manche à balai



Bibliographie sélective (Le français des Affaires)

1. Dany, Geliot, Porizet ; ***Le français du secrétariat commercial*** ; Hachette, 1977.
2. Louis Porcher ; ***Enseigner - diffuser le fancçais : une profession*** ; Hachete, 1987.
3. M. Danilo, J.- L. Penfornis ; ***Le français de la communication professionnelle*** ; Clé interna tional, Paris, 1993.
4. Dany, Rebérioux, Renty ; ***Le français des hommes d' affaires*** ; Hachette, 1975.
5. H. Renner, U. Renner, G. Tempesta, ***Le français de l' hôtellerie et la restauration*** ; Paris, 1992.
6. Odèle Chantelauve Chiari ; ***Les métiers du tourisme (Cours de français)*** ; Hachette, Paris, 1991.
7. Gérard Vigner, Alix Martin ; ***Le français techniques*** ; Hachette / Lorousse., 1976.
8. J. Dubois, F. Duphil ; ***Commerce international*** ; Les éditions Foucher, Paris, 1989.
9. M. Danilo , B. Tauzin ; ***Le français de l' entreprise*** ; Clé international, Paris, 1990.
10. H. Coiffier, F. Duphil ; ***Exporter pratique du Commerce international*** ; Foucher,Paris, 1985.
11. Arlette Combes - Lebourg ; ***Commerce international appliqué*** ; Dunod, 1989.
12. Dany, Fievez - Dupas, Meaudre ; ***Négociations commerciales*** ; Hachette, 1989.
13. Dany, Noé ; ***Le Français des employés*** ; Hachette, 1986.
14. Dany , Clément - Rondepierre ; ***Le Français des relations internationales*** ; Hachette, 1983.
15. Raymond Lichet ; ***Ecrire à tout le monde*** ; Hachette, 1979.
16. André clas, Emile seutin ; ***Recueil de difficultés du français commercial*** ; Si, 1980.
17. Mark Stroud ; ***En classe Affaires*** ; Hodder & Stonglton , 1987.
18. Hélène Cajolet - Laganière ; ***Le Français au bureau*** ; Québec , 1988.
19. Denis ; Lehmann ; ***Objectifs spécifiques en langue étrangère*** ; Hachette , 1993.

Exercices

1. Eluerd, Français ; ***Exerçons - nous Vocabulaire*** ; Hachette, 1991.
2. J. Vassal - Brumberg ; ***Sans Frontières Perfectionnement*** ; Clé international, Paris, 1988.
3. J. Vassal - Brumberg ; ***Sans Frontières Perfectionnement*** ; Clé international, Paris, 1989.
4. Carton, Duda ; ***Ecoute .... Ecoute*** ; Didier, Paris, 1986.
5. E. Szilagyi ; ***Affaires à faire*** ; Presse Universitaire de Grenoble, 1990.
6. Patrick Bluchet ; ***A tour de rôle*** ; clé international, Paris, 1991.
7. Janine Bruchet ; ***Professionnellement vôtre 1*** ; Larousse, Paris, 1988.
8. Janine Bruchet ; ***Professionnellement vôtre 2*** ; Larousse, Paris, 1988.
9. Janine Bruchet ; ***A mon avis*** ; Larousse, Paris, 1987.
10. Paule Kassis - Bocquillon ; ***Arpèges*** ; Clé international, Paris, 1989.
11. Moget, Colson ; ***Ecrivons - le!*** ; Hatier - Didier, Paris, 1986.
12. F. Dangon, J. Roques - Brière, F. Weiss ; ***Activités Ecrites 2*** ; Hatier - Didier, 1991.
13. F. Dangon, J. Roques - Brière, F. Weiss ; ***Activités Ecrites 3*** ; Hatier - International, Paris, 1985.

Généralités

1. Edward Knox, Huguette - Laure Knox, ***Plus ça change ;*** Hatier, 1987.
2. Bergès Brue, ***Nouveaux regards sur la France ;*** Larousse, 1987.
3. Catherine Descayrac, ***Une année en France ;*** Clé international, 1990.
4. Edith Baer, Margaret Wightman, ***Signposts french ;*** Cambridge University Press, 1982.
5. Ross Steele, José Pavis, ***L´Express aujourd´hui la France ;*** Nathan, 1993.
6. C. Cadet, R. Charles, J.L. Galus, ***La Communication par l' image ;*** Nathan,1990.
7. Nelly Mauchamp, ***La France d' aujourd' hui ;*** Clé international, 1991.

Dictionaire

1. Del Forno *; Eléments de vocabulaire économique :* L' Economie en plus, 1989.

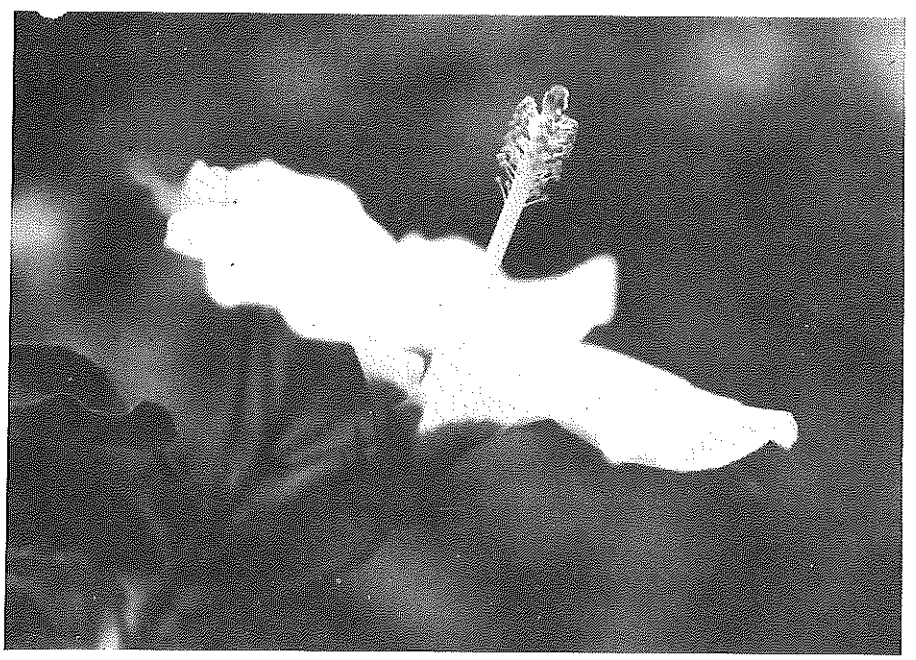
2. J. Brémond, A. Gélédan *; Dictionnaire économique et social ;* Hatier, 1990.

CASSETTES, VIDEO

1. Louis Porcher *; Allô. J'écoute (cassette 1,2) ;* Hachette, 1992.

2. Augé Le Ninan *; Le français des affaires (vidéo 1,2) ;* Didier - Hatier.

3. Bertrand Calmy, Anne - Marie Nisbet, ***Itinéraires*** (vidéo) ; Hachette, 1992.



บันทึกการประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2536

ประมาณ ลีศิริเสริญ *

สมาคมครูภาษาฝรั่งเศสแห่งประเทศไทยได้จัดให้มีการประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2536 ขึ้น เมื่อวันอังคารที่ 19 ตุลาคม พ.ศ. 2536 ณ โรงเรียนกรุงเทพการบัญชีวิทยาลัย โดยมีสมาชิกเข้าร่วมประชุม จำนวน 76 คน ตามระเบียบวาระการประชุมดังนี้

1. อุปนายกสมาคม ฯ กล่าวเปิดประชุม

อุปนายกสมาคมฯ กล่าวเปิดประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2536 เมื่อเวลา 15.00 น.

2. รายงานประจำปีของสมาคมฯ

เลขาธิการสมาคมฯ ได้รายผลงานประจำปีของสมาคมฯ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2535 ถึงวันที่ 19 ตุลาคม 2536 และชี้แจงถึงกิจการที่คณะกรรมการบริหารชุดที่ 8 เสนอให้คณะกรรมการบริหารชุดที่ 9 ถึงวันที่ 19 ตุลาคม 2536 และชี้แจงถึงกิจการที่คณะกรรมการบริหารชุดที่ 8 เสนอให้คณะกรรมการบริหารชุดที่ 9 ดำเนินการต่อไป ดังรายละเอียดต่อไปนี้

รายงานประจำปี
สมาคมครูภาษาฝรั่งเศสแห่งประเทศไทย
ตั้งแต่ 1 มกราคม -19 ตุลาคม 2536

คณะกรรมการบริหารสมาคมครูภาษาฝรั่งเศสแห่งประเทศไทยชุดที่ 8 ขอรายงานกิจการของสมาคมฯ ที่ได้จัดทำในรอบปีที่ผ่านมา ดังนี้

1. งานบริหาร

คณะกรรมการบริหารสมาคมฯ ได้ประชุมเพื่อดำเนินกิจการของสมาคมฯ นับตั้งแต่ 1 มกราคม 2536 จนถึงวันประชุมใหญ่สามัญประจำปี คือ วันที่ 19 ตุลาคม 2536 รวมทั้งสิ้น 7 ครั้ง สรุปสาระการประชุมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารสมาคม ฯ ได้ดังนี้

1.1 ประชาสัมพันธ์เพื่อหาสมาชิกทั้งประเภทบุคคลและสถาบัน
1.2 จัดทำโครงการประจำปี 2536 ของสมาคมฯ
1.3 จัดทำโครงการความร่วมมือกับสำนักทูตวัฒนธรรมฝรั่งเศสปี 2536
1.4 จัดทำโครงการความร่วมมือกับสมาคมฝรั่งเศส - ไทย กรุงเทพฯ ปี 2536

---

* เลขาธิการและผู้จัดการ สคฝท
รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ กรุงเทพการบัญชีวิทยาลัย

2. ทุนประเภทต่าง ๆ

ในรอบปีที่ผ่านมา สมาคมฯ ได้ติดต่อขอทุนประเภทต่าง ๆ เพื่อสมาชิกดังต่อไปนี้

2.1 ทุนฤดูใบไม้ผลิ 1993 จำนวน 10 ทุน ระยะเวลา 2 เดือน สำหรับครูที่สอนภาษาฝรั่งเศสเพื่อฝึกอบรมภาษา วัฒนธรรม และวิธีการสอนภาษาฝรั่งเศสโดยผู้ได้รับทุนจ่ายค่าเดินทางไปกลับด้วยตนเองผลปรากฏว่าผู้ที่ได้รับทุนคือ

1.	นางเพ็ญพรรณ	ศิริวัฒนะ	โรงเรียนหาดใหญ่วิทยา	สงขลา
2.	นางกษิรา	ประเสริฐสงค์	โรงเรียนนครนายกวิทยาคม	นครนายก
3.	นางสาววันเพ็ญ	วิเชียรรัตน์	โรงเรียนราชดำริ	กทม.
4.	นางจงกล	มุขศรีใส	โรงเรียนปราจีนกัลยาณี	ปราจีนบุรี
5.	นางสารภี	งามสม	โรงเรียนผะดุงศิษย์พิทยา	กทม.
6.	นางสาวจิรพร	รัตนสุนทรากุล	โรงเรียนวัฒนาวิทยาลัย	กทม.
7.	นางอรวรรณ	อนันทปัญญสุทธิ์	โรงเรียนกาวิละวิทยาลัย	เชียงใหม่
8.	นางสาวกรองรัตน์	ตรีสัตพันธุ์	โรเงรียนมัธยม วัดเบญจมบพิตร	กทม.
9.	นางผจงจิตต์	กิ่งทอง	โรงเรียนวัดน้อยใน	กทม.
10.	นางสาวศิริธร	ดุษฎีพรรณ์	โรงเรียนกุนนทีรุทธารามวิทยาคม	กทม.

ผู้รับทุนทั้ง 10 รายนี้ได้เดินทางไปรับการฝึกอบรม ณ เมือง GRENOBLE เมื่อวันศุกร์ที่ 2 เมษายน 2536 เวลา 21.55 น. โดยสายการบิน AIR FRANCE เที่ยวบินที่ AF 181

อนึ่ง การให้ทุนฤดูใบไม้ผลิปี 1993 นี้ ถือว่าเป็นปีที่ 14 รวมจำนวนผู้ได้รับทุนประเภทนี้ 430 ราย

2.2 ทุนดูงาน 2 เดือน 1993 สมาคมฯ ได้รับทุนประเภทนี้จำนวน 10 ทุน ระยะเวลา 2 เดือน สำหรับครูผู้สอนภาษาฝรั่งเศสระดับมัธยมศึกษา โดยรัฐบาลฝรั่งเศสรับผิดชอบค่าเดินทางไปกลับให้แก่ผู้รับทุนด้วยสมาคมฯ ได้ทำการสอบคัดเลือกเมื่อวันที่ 27 เมษายน 2536 ณ หน่วยศึกษานิเทศก์ ภายในบริเวณโรงเรียนสามเสนวิทยาลัยผลปรากฏว่าผู้ที่ได้รับทุน คือ

1.	นางสาวชนิษฐา	กิติชัยวรรณ	โรงเรียนดาราวิทยาลัย	เชียงใหม่
2.	นางสาวปาริชาติ	สุทธิเวทย์	โรงเรียนวมินทราชูทิศพายัพ	เชียงใหม่
3.	นางสาววนิดา	รังสิมารังรักษ์	โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย	กทม.
4.	นางสาวทิพพาพรรณ	รัตนบูรณ์	โรงเรียนยาสูบวิทยานุเคราะห์	กทม.
5.	นางแน่งน้อย	ทิพย์ประเสริฐ	โรงเรียนกำแพงเพชรพิทยาคม	กำแพงเพชร
6.	นายอุบล	นวลพลอย	โรงเรียนถาวรานุกูล	สมุทรสงคราม
7.	นางสาวสุชาดา	ศัสตราพฤกษ์	โรงเรียนระโนดวิทยา	สงขลา
8.	นางสาวจิราภา	อินทะกนก	โรงเรียนกุนนทีรุทธารามวิทยาคม	กทม.
9.	นางลัดดา	วรนิติ	โรงเรียนพะเยาพิทยาคม	พะเยา
10.	นางสาววนิดา	ธาราจันทร์	โรงเรียนส่วนบุญโญปถัมภ์	ลำพูน

ผู้รับทุนทั้ง 10 รายนี้ ได้เดินทางไปรับการฝึกอบรม ณ เมือง BESANÇON เมื่อวันพฤหัสบดีที่

23 กันยายน 2536 เวลา 21.00 น. โดยสายการบิน AIR FRANCE เที่ยวบินที่ AF 175

2.3 ทุนกรรมการบริหารสมาคม ฯ 1993 สมาคม ฯ ได้รับทุนประเภทนี้จำนวน 2 ทุน ที่ประชุมมีมติให้กรรมการ 2 ท่านต่อไปนี้รับทุนดังกล่าว

1. นางสาวอัจฉรา โชติบุตร
2. นางสาวเตือนใจ จุลดุลย์

ผู้รับทุนทั้ง 2 รายนี้ ได้เดินทางไปรับการฝึกอบรม และดูงานที่ Chambre de Commerce et d' Industric de Paris . (C.C.I.P) โดยได้ออกเดินทางเมื่อวันจันทร์ที่ 14 มิถุนายน 2536 เวลา 21.00 น โดยสายการบิน AIR FRANCE

2.4 ทุนเรียนดีวิชาภาษาฝรั่งเศสระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย 1993

สมาคมฯได้รับทุนประเภทนี้จำนวน 3 ทุน สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โดยกำหนดให้โรงเรียนในส่วนกลางได้รับ 1 ทุน และโรงเรียนในส่วนภูมิภาคได้รับ 2 ทุน ระยะเวลา 1 เดือน สมาคมฯ ได้จัดสอบข้อเขียนเมื่อวันจันทร์ที่ 26 เมษายน 2536 และสอบสัมภาษณ์เมื่อวันพฤหัสบดีที่ 29 เมษายน 2536 ณ กรุงเทพการบัญชีวิทยาลัย ปรากฏผลได้รับทุนคือ

1. นางสาวศิริรัตน์	ณ ระนอง	โรงเรียนสามเสนวิทยาลัย	กทม.
2. นางสาวนพวรรณ	เขื่อนแก้ว	โรงเรียนบุญวาทย์วิทยาลัย	ลำปาง
3. นางสาววรวรรณ	ธนะมงคล	โรงเรียนแก่นนครวิทยาลัย	ขอนแก่น

ผู้รับทุนทั้ง 3 รายนี้ ได้ออกเดินทางไปเมือง TOURS เมื่อวันศุกร์ที่ 1 ตุลาคม 2536

2.5 ทุนเรียนดีวิชาภาษาฝรั่งเศสระดับอุดมศึกษา 1993 สมาคมฯ ได้รับทุนประเภทนี้ จำนวน 5 ทุน สมาคมฯ ร่วมกับ BAL ได้จัดสอบคัดเลือกทั้งข้อเขียนและสัมภาษณ์ เมื่อวันอังคารที่ 4 พฤษภาคม 2536 ผลปรากฏว่า ผู้ได้รับทุน คือ

1.	นายอนันท์ธนา	เมธานนท์	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น
2.	นางสาวอารี	มโนสุทธิกิจ	คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
3.	นายวิโรจน์	โกศลฤทธิชัย	คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
4.	นางสาวปาจรีย์	สุทัศน์ ณ อยุธยา	คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
5.	นายสามิตต์	ทรัพย์ผุด	คณะอักษรศาสตร์มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผู้ได้รับทุนทั้ง 5 รายนี้ ได้ออกเดินทางไปเมือง TOURS เมื่อวันศุกร์ที่ 1 ตุลาคม 2536

3. การจัดประชุมทางวิชาการและการจัดสัมมนา

ในรอบปีที่ผ่านมา สมาคมฯ ได้จัดประชุมวิชาการและจัดสัมมนาจำนวน 2 ครั้ง ดังนี้

3.1 การสัมมนาเรื่อง " Le Français des Affaires 2 " ระหว่างวันที่ 5-10 เมษายน 2536 (เว้นวันอังคารที่ 6 เมษายน 2536) ณ คณะศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีผู้เข้าร่วมสัมมนาจำนวน 24 คน ซึ่งเป็นผู้สอนระดับอุดมศึกษา และสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลโดยมี M.PENFORNIS เป็นวิทยากร

3.2 การประชุมทางวิชาการ เรื่อง "แนวคิดในการจัดงานกิจกรรมประจำปี 2536 ของ สคฝท.

La Framce en Mosai que"·ละบรรยายพิเศษเรื่อง "ยุโรปและโฉมหน้าฝรั่งเศสในปัจจุบัน" ในวันอังคารที่ 19 ตุลาคม 2536 ณ กรุงเทพการบัญชีวิทยาลัย โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมทั้งสิ้น 180 คน

4. การจัดกิจกรรม

4.1 กิจกรรมประจำปี 2536 สมาคมฯ ได้กำหนดจัดงานกิจกรรมประจำปี 2536 โดยมีหัวข้อว่า *" La France en Mosaique"* ในวันเสาร์ที่ 27 และวันอาทิตย์ที่ 28 พฤศจิกายน 2536 ณ วิยาลัยเซนต์จอห์นลาดพร้าว ทั้งนี้เพื่อเปิดโอกาสให้นักเรียน นิสิต นักศึกษา ที่เรียนภาษาฝรั่งเศสได้แสดงความสามารถทางภาษาฝรั่งเศส และมีโอกาสเพิ่มพูนประสบการณ์ตลอดจนแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

5. การประสานงานกับหน่วยงานภายในประเทศ

5.1 ประสานงานกับกรมวิเทศสหการ ทบวงมหาวิทยาลัย กระทรวงศึกษาธิการและมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เพื่อร่วมกันพิจารณาเกี่ยวกับความช่วยเหลือของรัฐบาลฝรั่งเศสในด้านการเรียนการสอนการจัดสรรทุนและความช่วยเหลือด้านเอกสารตลอดจนตำราภาษาฝรั่งเศสที่กรมวิเทศสหการ

5.2 ประสานงานกับสำนักฑูตวัฒนธรรมฝรั่งเศส - ไทย กรุงเทพฯ เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมไทย - ฝรั่งเศส ในด้านต่าง ๆ โดยการจัดกิจกรรมร่วมกัน เช่น

1. แสดงบอร์ดนิทรรศการ และภาพวาดซึ่งเป็นผลงานของนักเรียนที่ได้รับรางวัลต่าง ๆ จากงานกิจกรรมประจำปี 2535 โดยจัดระหว่างวันที่ 1-5 กุมภาพันธ์ 2536 ณ สมาคมฝรั่งเศส-ไทย กรุงเทพ ฯ

2. แสดงบัลเล่ต์ โดยเปิดโอกาสให้นักเรียน นิสิต นักศึกษาเข้าร่วมแข่งขันการแสดงบัลเล่ต์เพื่อชิงรางวัลไปทัศนศึกษา ณ ประเทศฝรั่งเศสเป็นเวลา 1 เดือน

5.4 ประสานงานกับหน่วยศึกษานิเทศน์กรมสามัญศึกษา โดยส่งเสริมกรรมการบริหารสมาคมฯ ผู้ทรงคุณวุฒิไปเป็นวิทยากรให้ความรู้แก่สมาชิกของคณะครูสอนภาษาฝรั่งเศสของเขตการศึกษาต่าง ๆ

6. การประสานงานกับหน่วยงานต่างประเทศ

6.1 ประสานงานกับ FIPF (Association des Universités Partiellement ou Entièrement de Langue Française) โดยสมัครเป็นสมาชิกของ FIPF เพื่อรับเอกสารเกี่ยวกับค้นคว้าและความเคลื่อนไหวด้านการภาษาฝรั่งเศสทั่วโลก และนำมาตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารของสมาคมฯ ตลอดจนการส่งผู้แทนเข้าร่วมสัมมนาทุกครั้งโดยมอบหมายให้กรรมการบริหารสมาคมฯ ที่กำลังรับทุนฝึกอบรม และดูงานอยู่ที่ประเทศฝรั่งเศสเข้าร่วมประชุม

6.2 ประสานงานกับ AUPELF(Association des UniversitésPartiellementou Entièrement de Langue Française) โดยส่งผู้แทนเข้าร่วมประชุมเป็นประจำ

6.3 ประสานงานกับกลุ่ม Amitiés sans Frontières เพื่อเผยแพร่และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมตลอดจนอำนวยความสะดวกให้สมาชิกมีเพื่อนชาวฝรั่งเศสทางจดหมาย

7. การจัดพิมพ์หนังสือ วารสาร และจดหมายข่าวสารของสมาคม ฯ

7.1 จัดพิมพ์วารสารสมาคมครูภาษาฝรั่งเศสแห่งประเทศไทย ปีละ 4 ฉบับ เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการเรียนการสอนภาษาฝรั่งเศส และฝรั่งเศสศึกษาเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกตลอด

จนเพื่อส่งเสริมการศึกษาและการวิจัยเกี่ยวกับวิชาภาษาฝรั่งเศส วิชาฝรั่งเศสศึกษาและระเบียบวิธีสอน

7.2 จัดทำหนังสือรวบรวมข้อมูลทางวิชาเกี่ยวกับการแปลตามทฤษฎีต่าง ๆ และผลงานการแปลดีเด่น แทนการจัดทำสมุดภาพ *"มดกวัฒนธรรมไทย"* และหนังสือเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยทั้งนี้ เนื่องจากคณะกรรมการวารสารสมาคมฯ สามารถดำเนินการเองได้

7..3 จัดพิมพ์จดหมายข่าว เพื่อแจ้งข่าวสารต่าง ๆ ไปยังสมาชิกตามโอกาสอันควร

7.4 จัดพิมพ์สรุปผลการสัมมนาต่าง ๆ ซึ่งสมาคมฯ เป็นผู้จัด

7.5 จัดรวบรวมผลงานทางวิชาการด้านฝรั่งเศสและฝรั่งเศสศึกษา โดยรวบรวมผลงาน งานเขียนบทความ งานแต่งและเรียบเรียง งานแปลและงานวิจัยที่เกี่ยวกับภาษาฝรั่งเศส ซึ่งขณะนี้กำลังอยู่ระหว่างการรวบรวม

8. กิจการอื่น ๆ

*8.1 โครงการศึกษาและทัศนศึกษาภาคฤดูร้อน ณ ประเทศฝรั่งเศส รุ่นที่ 7 (1993) เป็นโครง*การที่สมาคม ฯ และสำนักฯตวัฒนธรรมฝรั่งเศส ร่วมกันจัดขึ้นสำหรับนักเรียน นิสิต นักศึกษา ที่ต้องการเพิ่มพูนความรู้ทางด้านภาษาและวัฒนธรรม ตลอดจนประสบการณ์ตรงในประเทศฝรั่งเศส เป็นระยะเวลา 1 เดือนโดยผู้เข้าร่วมโครงการต้องเสียค่าใช้จ่ายเอง คนละ 72.000 บาท เป็นค่าเครื่องบิน ค่าเรียน ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่ายานพาหะ และค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และเนื่องจากเป็นโครงการที่จัดขึ้นเพื่อให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับประโยชน์สูงสุดโดยนอกจากจะจัดให้มีการเรียนการสอนในชั้นเรียนแล้วยังจัดให้มีทัศนศึกษาอีกหลายแห่ง ซึ่งจะเป็นประสบการณ์ตรงแก่ ผู้เข้าร่วมโครงการทุกคนอีกด้วย พร้อมทั้งยังได้รับความช่วยเหลือเป็นเงินอีกจำนวนหนึ่ง เพื่อสนับสนุนค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ไม่เพียงพอและยังได้รับการต้อนรับอย่างเป็นทางการในฐานะยุวฑูตจากประเทศไทยอีกด้วย

ในรุ่นที่ 7 นี้มีผู้เข้าร่วมโครงการจำนวน 40 คน ประกอบด้วยนักเรียน นิสิต นักศึกษา จากกรุงเทพฯ 32 คน จากต่างจังหวัด 8 คน เป็นชาย 4 คน หญิง 36 คน ผู้เข้าร่วมโครงการได้ออกเดินทางเมื่อวันอาทิตย์ที่ 28 มีนาคม 2536 เวลา 21.55 น. ด้วยสายการบิน AIR FRANCE เที่ยวบิน AF 181 ไปยังเมือง BREST โดยมีกรรมการบริหารสมาคมฯเป็นผู้ดูแลเข้าร่วมโครงการ คือ นางสาวศิริพร อินทเวคิน และ นางสาวชัชรีวรรณ ไชยวัฒน์

8.2 การวางหลักเกณฑ์การเบิกค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานและร่วมกิจกรรมการบริหารสมาคมฯ คณะกรรมการบริหารสมาคมฯ ได้มีมติให้ใช้หลักเกณฑ์การเบิกค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานและร่วมกิจกรรมสำหรับกรรมการบริหารสมาคมฯ ที่ผู้ตรวสอบบัญชีของสมาคมฯ เสนอมา

8.3 การจัดสอบเพื่อรับประกาศนียบัตรจาก สมาคมได้จัดสอบเพื่อรับประกาศนียบัตรจาก Chambre de Commerce et d' Industrie de Paris เมื่อวันที่ 22-23 มีนาคม 2536 ณ ที่ทำการของ BAL

8.4 จัดปฐมนิเทศผู้รับทุนไปประเทศฝรั่งเศส โดยส่งผู้แทนของสมาคมฯ ไปช่วยเจ้าหน้าที่ของสำนักฯตวัฒนธรรมฝรั่งเศสทุกครั้ง

8.5 จัดให้มีการประเมินผลการรับทุนประเภทต่าง ๆ โดยจัดส่งใบประเมินผลไปให้ผู้ที่รับทุนประเภทต่าง ๆ หลังจากกลับมาแล้ว และร่วมมือกับสำนักฯตวัฒนธรรมฝรั่งเศส จัดให้มีการประชุมเพื่อประเมินผลผู้ที่ได้รับทุนทุกประเภท

8.6 เปิดให้บริหารห้องสมุดแก่สมาชิกตามนัด

8.7 จัดทำเกียรติบัตรหรือโล่ เพื่อมอบให้แก่ผู้มีอุปการะคุณต่อสมาคมฯ

8.8 จัดจำหน่ายเข็มเครื่องหมายสมาคม ฯ แก่สมาชิก

8.9 จัดจำหน่ายแก้วที่ระลึก 300 ปี ความสัมพันธ์ไทย - ฝรั่งเศส

8.10 จัดจำหน่ายหนังสือ BICENTENAIRE DE BANGKOK

8.11 จัดจำหน่ายวารสารฉบับพิเศษ : การแปล

8.12 เห็นสมควรให้เพิ่มอัตราค่าสมาชิกดังนี้

- ค่าบำรุงสมาชิกรายปีจากเดิม 100 บาท เป็น 300 บาท
- ค่าบำรุงสมาชิกตลอดชีพจากเดิม 1,000 บาท เป็น 2,000 บาท

จากคณะกรรมการบริหารชุดที่ 8 – ถึงคณะกรรมการบริหารชุดที่ 9

1. งานบริหาร

1.1 เผยแพร่ข้อบังคับของสมาคมฯ แก่สมาชิก

1.2 จัดจำหน่ายเข็มตราสมาคมฯ

1.3 จัดจำหน่ายแก้วที่ระลึก 300 ปี ความสัมพันธ์ไทย-ฝรั่งเศส

1.4 แต่งตั้งอนุกรรมการ สาขาศิลป์ศาสตร์และศึกษาศาสตร์ เพื่อประสานงานกับ และกรมวิเทศสหการ

1.5 แต่งตั้งอนุกรรมการวารสารสมาคมฯ

1.6 แต่งตั้งอนุกรรมการห้องสมุดสมาคมฯ

1.7 จัดตั้งกลุ่มวัดผล

1.8 จัดตั้งกลุ่มภาษาฝรั่งเศสเฉพาะด้าน

1.9 แต่งตั้งผู้แทนสมาชิกภาคต่าง ๆ (กรณีผู้แทนเก่าลาออก)

1.10 จัดพิมพ์รายชื่อสมาชิกให้สมบูรณ์ตามลำดับตัวอักษรในวารสารสมาคมฯ

1.11 ติดตามการประชุมของ FIPF

1.12 ติดตามการประชุมของ AUPELF

1.13 จัดจำหน่ายหนังสือ BCENCENAIRE DE BANGKOK

1.14 รวบรวมข่าวต่าง ๆ จากการประชุมกรรมการบริหาร นำลงพิมพ์ในวารสารสมาคมฯ

1.15 จัดทำโครงการรายละเอียดปฏิทินงานของสมาคมฯ สำหรับปี 2537 และ 2538

1.16 พิจารณาดำเนินการตามโครงการความร่วมมือกับศูนย์วัฒนธรรมฝรั่งเศส ปี 2537 และ2538

1.17 ทำโครงการความร่วมมือกับสมาคมฝรั่งเศส -ไทย กรุงเทพฯ ปี 2537 และ 2538

1.18 แจ้งการเปลี่ยนกรรมการบริหารชุดที่ 9 ต่อสันติบาล

1.19 แจ้งหัวข้อการประชุมกรรมการบริหารสมาคมฯ แก่สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติทุกครั้งที่มีการประชุม และจัดส่งรายงานการประชุมฯ เมื่อมีการเลือกตั้งกรรมการบริหารสมาคมฯ ชุดใหม่

2. งานวิชาการ สัมมนา อบรม ประชุม วารสาร

2.1 รวบรวมบทความและหนังสือภาษาฝรั่งเศสของสถาบันต่าง ๆ ไว้ที่ห้องสมุดสมาคมฯ

2.2 จัดหมวดหมู่บทความในวารสารสมาคมฯ สำหรับอำนวยความสะดวกในการค้นคว้า

2.3 จัดสัมมนาระยะสั้น ในเดือนเมษายนหรือพฤษภาคม 2537 และ 2538

2.4 จัดสัมมนาระยะยาวในเดือนตุลาคมหรือพฤจิกายน 2537 และ 2538

2.5 ให้การสนับสนุนการอบรมครูแก่หน่วยงานต่าง ๆ

2.6 จัดประชุมวิชาการตามโอกาสอันสมควร

2.7 จัดทำวารสารสมาคมฯ ปีละ 4 ฉบับ

3. ทุนประเภทต่าง ๆ

3.1 ติดตามการขอรับทุนฤดูใบไม้ผลิ 1994 และ 1995

3.2 ติดตามการขอรับทุนฝึกอบรม 9 เดือน 1994 และ 1995

3.3 ติดตามการขอทุนดูงานสำหรับผู้บริหารสมาชิกสถาบัน 1994 และ 1995

3.4 ติดตามการขอทุนสำหรับกรรมการบริหารสมาคมฯ 1994 และ 1995

3.5 ติดตามการขอทุนระยะสั้นสำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษา 1994 และ 1995

3.6 ติดตามการขอทุนระยะสั้นสำหรับนิสิตนักศึกษา ระดับอุดมศึกษา 1994 และ 1995

3.7 ติดตามการขอทุนขั้นปริญญาโทสำหรับนิสิตนักศึกษา 1994 และ 1995

3.8 จัดปฐมนิเทศและประเมินผลผู้รับทุนประเภทต่าง ๆ ในปี 1994 และ 1995

4. การจัดกิจกรรม

4.1 จัดกิจกรรมประจำปี 2537 และ 2538

4.2 ให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมในส่วนภูมิภาค

4.3 จัดกิจกรรมเพื่อสมาชิกร่วมกับสมาคมฝรั่งเศส - ไทย กรุงเทพฯ ตามโอกาสอันควร

รายงานสถานะทางการเงินของสมาคมฯ ดังนี้

5. รายงานสถานะทางการเงินของสมาคม ฯ ดังนี้

เหรัญญิกได้แถลงสถานะทางการเงินของสมาคมฯ ดังนี้

งบดุล

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2535

สินทรัพย์

สินทรัพย์หมุนเวียน		
เงินฝากธนาคาร	1,828,009.24	บาท
หนังสือ 200 ปี รัตนโกสินทร์	68,805.56	
ดอกเบี้ยค้างรับ	80,000.00	
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,976,814.80	
เครื่องใช้สำนักงาน (สุทธิจากค่าเสื่อมราคาสะสม 3,168.00 บาท)	12,672.00	
เงินลงทุนระยะยาว		
ตั๋วสัญญาใช้เงิน	1,337,579.44	
รวมสินทรัพย์	3,327,066.24	บาท

หนี้สินและทุนสะสม

หนี้สินหมุนเวียน		
ค่าภาษีเงินได้ค้างจ่าย	537.41	บาท
ทุนสะสม		

เงินทุนหมุนเวียน		
ยอดยกมา	2,950,433.62	
บวก รายได้มากกว่าค่าใช้จ่ายปี 2535	376,095.21	
รวมทุนสะสม	3,326,528.83	
รวมหนี้สินและทุนสะสม	3,327,066.24	บาท

(นางธิดา บุญธรรม) (นางวงจันทร์ พินัยนิติศาสตร์)
อุปนายก เหรัญญิก

งบรายได้และค่าใช้จ่าย
สำหรับปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2535

รายได้		
รายรับค่าสมาชิก	100,900.00	บาท
เงินอุดหนุนจากรัฐบาลฝรั่งเศส	844,430.00	
รายรับจากการจัดงานสมาคม	44,866.00	
ดอกเบี้ยรับ	354,976.07	
รวมค่าใช้จ่าย	1,345,172.07	
ค่าใช้จ่าย		
ค่าใช้จ่ายในการจัดงานและจัดสัมมนา	381,154.10	
ค่าเช่า ค่าไฟฟ้าและค่าโทรศัพท์	23,641.25	
ค่าไปรษณีย์ปและครุภัณฑ์	52,979.80	
ค่าเสื่อมราคา	3,168.00	
ค่ารับรองและค่าของขวัญ	42,995.00	
ค่าการกุศล	18,000.00	
ค่าสมาชิก FIPE	4,972.78	
ค่าเดินทางของผู้รับทุนรัฐบาล	408,000.00	
ค่าภาษีเงินได้	34,165.93	
รวมค่าใช้จ่าย	969,076.86	
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่าย	376,095.21	บาท

(นางธิดา บุญธรรม) (นางวงจันทร์ พินัยนิติศาสตร์)
อุปนายก เหรัญญิก

และได้เสนอให้นางสาววีวัลย์ ภิยโยพนากุล ผู้สอนบัญชีรับอนุญาต ทะเบียนเลขที่ 2661 ซึ่งตรวจสอบบัญชีของสมาคมฯ เป็นผู้ตรวจสอบบัญชีของสมาคมฯ ต่อไป ที่ประชุมเห็นชอบเป็นเอกฉันท์

6. จำนวนสมาชิก

นายทะเบียนได้แจ้งจำนวนสมาชิกของสมาคมฯ ดังนี้

สมาชิกกิตติมศักดิ์	1 องค์ และ 3 คน
สมาชิกสามัญตลอดชีพ (สตช.)	581 คน
สมาชิกสามัญรายปี (สรป.)	17 คน
สมาชิกวิสามัญรายปี (วตช.)	15 คน
สมาชิกวิสามัญรายปี (รวป.)	2 คน
สมาชิกสถาบัน (สถบ.)	20 คน

7. การเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารชุดที่ 9

ที่ประชุมได้มอบหมายให้สมาชิกสามัญที่ไม่ได้สมัครรับเลือกตั้งเป็นกรรมการบริหารสมาคมฯ จำนวน 6 คน เป็นกรรมการดำเนินการเลือกตั้งกรรมการบริหาร ศ.ค.ฝ.ท. ชุดที่ 9 ซึ่งผลการเลือกตั้งเรียงตามลำดับคะแนนจากมากไปหาน้อย ปรากฏดังนี้

1. นางธิดา บุญธรรม	ได้	75	คะแนน
2. นางสาวประมาณ ลี้ศิริเสริญ	ได้	75	คะแนน
3. นางสาวอัจฉรา โชติบุตร	ได้	70	คะแนน
4. นางพรทิพา ถาวรบุตร	ได้	70	คะแนน
5. นางวงจันทร์ พินัยนิติศาสตร์	ได้	66	คะแนน
6. นางสาวประภา งานไพโรจน์	ได้	64	คะแนน
7. นางสาวชัชรีวรรณ ไชยวัฒน์	ได้	60	คะแนน
8. นางสาวสุธาสินี ผลวัฒนะ	ได้	60	คะแนน
9. นางสาวอุรัจฉฑา เชาว์ชลากร	ได้	59	คะแนน
10. นางสาวศิริพร อินทเวศิน	ได้	51	คะแนน
11. นางสาวอรวรรณี ป้านสวาสดิ์	ได้	48	คะแนน
12. นางสาวเดือนใจ จุลดุลย์	ได้	47	คะแนน
13. นางสาวปราณี ศิริรัตน์	ได้	45	คะแนน

คณะกรรมการบริหารสมาคมฯ ชุดที่ 9 ที่ได้รับเลือกตั้งได้กราบทูลขอให้องค์นายกกิตติมศักดิ์ทรงดำรงตำแหน่งองค์นายกกิตติมศักดิ์ของสมาคมฯ ต่อไป

8. อุปนายกสมาคมฯ ปิดประชุมเวลา 16.45

9. เมื่อวันอังคารที่ 2 พฤจิกายน 2536 คณะกรรมการบริหาร ส.ค.ฝ.ท. ชุดที่ 9 จำนวน 13 คน ได้ประชุมแต่งตั้งกรรมการบริหาร ส.ค.ฝ.ท. เพิ่มอีก 7 คน คือ

1. นางสาวนันทนา ไกรวิทย์
2. นางสาวศิริธร ดุษฎีพรรณ์
3. นางอรวรรณ รัตนกาฬ์
4. นางสาวพรทิพย์ เลิศสุรสถิต
5. นางสาวพรพรรณ บงกชมาศ
6. นางมลฤดี ปาลสุข
7. นางสาวไพริน ศิริอังกูร

รวมจำนวนกรรมการบริหารสมาคมฯ ชุดที่ 9 จำนวน 21 คน

จากนั้นที่ประชุมได้มีมติแต่งตั้งให้ นางสาวประมาณ ลี้ศิริเสริญ (เลขาธิการ) เป็นผู้จัดการสมาคมฯ ด้วย

ประมาณ ลี้ศิริเสริญ

ผู้จัดบันทึกรายการประชุม

(รองศาสตราจารย์ ดร.ธิดา บุญธรรม)

ประธานที่ประชุม

(นางสาวประมาณ ลี้ศิริเสริญ)

เลขาธิการและผู้จัดการ

สรุปผลงานของคณะกรรมการบริหาร สคฝท. ชุดที่ 8

หัวข้อ	1 มกราคม 2535 – 31 ธันวาคม 2535	1 มกราคม 2536 – 19 ธันวาคม 2536
1. งานบริหาร	1.1 จดทะเบียนคณะกรรมการบริหาร ชุดที่ 8 1.2 ประชุมคณะกรรมการบริหาร รวม 9 ครั้ง 1.3 จัดทำโครงการประจำปี 2536 ของสมาคมฯ 1.4 จัดทำโครงการประจำปี 2536 ของสมาคม ปี 2535 1.5 จัดทำโครงการความร่วมมือกับสมาคมฝรั่งเศส - ไทย กรุงเทพฯ ปี 2535 1.6 ประชาสัมพันธ์เพื่อหาสมาชิกทั้งประเภทบุคคลและสถาบัน	1.1 ประชุมคณะกรรมการบริหาร รวม 7 ครั้ง 1.2 จัดทำโครงการประจำปี 2536 ของสมาคมฯ 1.3 จัดทำโครงการความ ร่วมมือกับสำนักทูตวัฒธรรมฝรั่งเศส ปี 2536 1.4 จัดทำโครงการความ ร่วมมือกับสมาคมฝรั่งเศส - ไทย กรุงเทพ ปี 2536 1.5 ประชาสัมพันธ์เพื่อหาสมาชิกทั้งประเภทบุคคลและสถาบัน
2. ทุนประเภทต่าง ๆ	2.1 ทุนฤดูใบไม้ผลิ 1992 จำนวน 15 ทุน : BESANCON 2.2 ทุนฝึกอบรม 9 เดือน 1992 จำนวน 5 ทุน : GRENOBLE 2.3 ทุนดูงานสำหรับกรรมการบริหารสมาคมฯ 1992 จำนวน 2 ทุน : PARIS 2.4 ทุนเรียนดีวิชาภาษาฝรั่งเศสระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย 1992 จำนวน 4 ทุน : TOURS 2.5 ทุนเรียนดีวิชาภาษาฝรั่งเศส ระดับอุดมศึกษา 1992 จำนวน 4 ทุน : TOURS	2.1 ทุนฤดูใบไม้ผลิ 1993 จำนวน 10 ทุน : GRENOBLE 2.2 ทุนดูงาน 2 เดือน 1993 จำนวน 10 ทุน : BESANÇON 2.3 ทุนดูงานสำหรับกรรมการบริหารสมาคมฯ 1993 จำนวน 3 ทุน TOURS 2.4 ทุนเรียนดีวิชาภาษาฝรั่งเศสระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย 1993 จำนวน 3 ทุน TOURS 2.5 ทุนเรียนดีวิชาภาษาฝรั่งเศสอุดมศึกษา 1993 จำนวน 5 ทุน : TOURS
3. งานวิชาการ	3.1 การสัมมนาเรื่อง " Le Français des Affaires 2 " เมื่อวันที่ 7-11 เมษายน 2535 ณ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	3.1 การสัมนาเรื่อง "Le Français des Affaires" เมื่อวันที่ 5-11 เมษายน 2536 (เว้นวันที่ 6 เมษายน 2536) ณ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

หัวข้อ	1 มกราคม 2535 – 31 ธันวาคม 2535	1 มกราคม 2536 – 19 ตุลาคม 2536
	3.2 การสัมมนาเรื่อง "ภาษาฝรั่งเศสเพื่อวิทยาการ "เมื่อวันที่ 27-28 ตุลาคม 2535 ณ กรุงเทพการบัญชีวิทยาลัย	3.2 การประชุมวิชาการ "แนวคิดในการจัดกิจกรรมประจำปี 2536 ของ สคฝท LA FRANCE EN MOSAIQUE" และการบรรยายพิเศษเรื่อง "ยุโรปและโฉมหน้าฝรั่งเศสในปัจจุบัน" เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2536 ณ กรุงเทพการบัญชีวิทยาลัย
4. กิจกรรม	4.1 การจัดไปทัศนศึกษา ในจังหวัดนครราชสีมา สุรินทร์ และอุบลราชธานีเมื่อวันที่ 17-18 มกราคม 2535	4.1 กิจกรรมประจำปี 2536 : " La France en Mosaique " ในวันที่ 27-28 พฤศจิกายน 2536 ณ วิทยาลัยเซนต์จอห์น
	4.2 กิจกรรมประจำปี 2535 " Dans l' Hexagone " เมื่อวันที่ 12.-13 ธันวาคม 2535 ณ วิทยาลัยเซนต์จอห์น	
5. การประสานงานกับหน่วยงานภายในประเทศ	5.1 ประสานงานกับกรมวิเทศสหการ ทบวงมหาวิทยาลัย และกระทรวงศึกษาธิการ	เช่นเดียวกับข้อ 5.1 - 5.4 ของปี 2535
	5.2 ประสานงานกับสำนักทูตวัฒนธรรมฝรั่งเศส	
	5.3 ประสานงานกับสมาคมฝรั่งเศส-ไทย กรุงเทพฯ	
	5.4 ประสานงานกับหน่วยศึกษานิเทศ กรมสามัญศึกษา	
6. การประสานงานกับหน่วยงานต่างประเทศ	6.1 ประสานงานกับ FIPF	เช่นเดียวกับข้อ 6.1 - 6.3 ของปี 2535
	6.2 ประสานงานกกับ AUPELF	
	6.3 ประสานงานกับกลุ่ม Amitiés Sans Frontières.	
7. การพิมพ์หนังสือ วารสารและจดหมายข่าว	7.1 จัดพิมพ์วารสารสมาคมฯ ปีละ 4 ฉบับ	
	7.2 จัดทำหนังสือรวบรวมข้อมูลทางวิชาการที่เกี่ยวกับการแปล แทนการจัดทำสมุดภาพ "มรดกวัฒนธรรมไทย"	
	7.3 จัดพิมพ์จดหมายข่าว	
	7.4 จัดพิมพ์สรุปผลการสัมมนาต่าง ๆ	

หัวข้อ	1 มกราคม 2535 – 31 ธันวาคม 2535	1 มกราคม 2536 – 19 ธันวาคม 2535
8. กิจกรรมอื่น ๆ	8.1 โครงการศึกษาและทัศนศึกษาภาคฤดูร้อน ณ ประเทศฝรั่งเศส รุ่นที่ 6 (1992) 8.2 การต้อนรับเยาวชนจากฝรั่งเศสรุ่นที่ 2 (1992) จำนวน 41 คน เมื่อวันที่ 25 - 31กรกฎาคม 2535 จากเมือง BREST 8.3 การวางหลักเกณฑ์การเบิกค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานและร่วมกิจกรรมสำหรับกรรมการบริหารสมาคมฯ 8.4 เปิดให้บริการห้องสมุดแก่สมาชิก 8.5 จัดทำเกียรติบัตร หรือโล่ เพื่อมอบให้แก่ผู้มีอุปการะคุณต่อสมาคมฯ 8.6 จัดจำหน่ายเข็มเครื่องหมายสมาคมฯ แก่สมาชิก 8.7 จัดจำหน่ายแก้วที่ระลึก 300 ปี ความสัมพันธ์ไทย - ฝรั่งเศส 8.8 จัดจำหน่ายหนังสือ Bicentenaire de Bangkok 8.9 จัดซื้อหนังสือ วารสาร สำหรับเข้าห้องสมุดและมอบเป็นรางวัลในงานกิจกรรมประจำปี 8.10 จัดปฐมนิเทศผู้รับทุนไปประเทศฝรั่งเศส 8.11 จัดให้มีการประเมินผลการรับทุนประเภทต่าง ๆ	8.1 โครงการศึกษาและทัศนศึกษาภาคฤดูร้อน ณ ประเทศฝรั่งเศส รุ่นที่ 7 (1993) จำนวน 40 เมื่อวันที่ 28 มีนาคม -28 เมษายน 2536 : BREST 8.2 เช่นเดียวกับข้อ 8.3 - 8.11 ของปี 2535

บัญชีรายนามคณะกรรมการบริหาร สคฝท. ชุดที่ 9 (2537-2538)

ลำดับ	นาม-นามสกุล	ตำแหน่ง	ที่อยู่ตามทะเบียนบ้าน	โทรศัพท์
1	สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยานิวัฒนา	องค์นายกกิตติมศักดิ์	10 สุขุมวิท 43 (ซอยแสงมุกดา) เขตพระโขนง กทม. 10110	258 73 50
2	นางธิดา บุญธรรม	อุปนายก	172 ซอยอลาดิน ถนนพหลโยธิน เขตจตุจักร กทม. 10900	511 26 27, 513 38 87
3	นางสาวประมาณ ลี้ศิริเสริญ	เลขาธิการและผู้จัดการ	140/30 ซอยภาวนา 1 ถนนลาดพร้าว 64 เขตจตุจักร กทม.10900	541 93 70
4	นางวงจันทร์ พินัยนิตาศาสตร์	เหรัญญิก	35/1 ซอยอารี 5 ถนนพหลโยธิน เขตพญาไท กทม. 10400	279 39 12 , 279 03 07 + FAX
5	นางสาวไพริน ศิริอังกูร	นายทะเบียน	128 ซอยศิริถาวร ถนนรามคำแหง 24 เขตบางกะปิ กทม. 10240	318 78 50
6	นางสาวอัจฉรา โชติบุตร	สาราณียกร	143 ถนนลาดพร้าว 64 เขตบางกะปิ กทม. 10310	514 22 35
7	นางอรวรรณ รัตนกาฬ	ประชาสัมพันธ์	550/9 ซอยแอนเนกซ์ 28 ดอนเมือง กทม. 10220	513 07 99, 513 24 23 + FAX
8	นางสาวอุรัจฉฑา เชาว์ชลากร	สมาชิกสัมพันธ์	206 ซอยศูนย์วิจัย ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ เขตห้วยขวาง กทม. 10310	282 23 68
9	นางสาวเตือนใจ จุลดุลย์	บรรณารักษ์	18/457 ซอยพระปิ่น ถนนปิ่นเกล้า - นครชัยศรี เขตบางพลัด กทม. 10700	433 24 62
10	นางพรทิพา ถาวรบุตร	ปฏิคม	99/5 ตรอกวัดน้อยนพคุณ ถนนพิชัย เขตดุสิต กทม. 10300	243 04 68
11	นางสาวอรวรรณี ป้านสวาสดิ์	ผู้ช่วยเลขาธิการ	66/18 ค.ซอยรุ่งเรือง ถนนสุทธิสาร เขตห้วยขวาง กทม. 10310	277 23 67
12	นางสาวศิริพร อินทเวคิน	ผู้ช่วยเลขาธิการ	82/3 หมู่ 5 ถนนพหลโยธิน เขตบางเขน กทม. 10900	579 46 15
13	นางสาวสุธาสินี ผลวัฒนะ	ผู้ช่วยเหรัญญิก	53 ซอยพระพินิจ ถนนสวนพูล ยานนาวา เขตสาธร กทม. 10120	455 90 00, 286 07 48

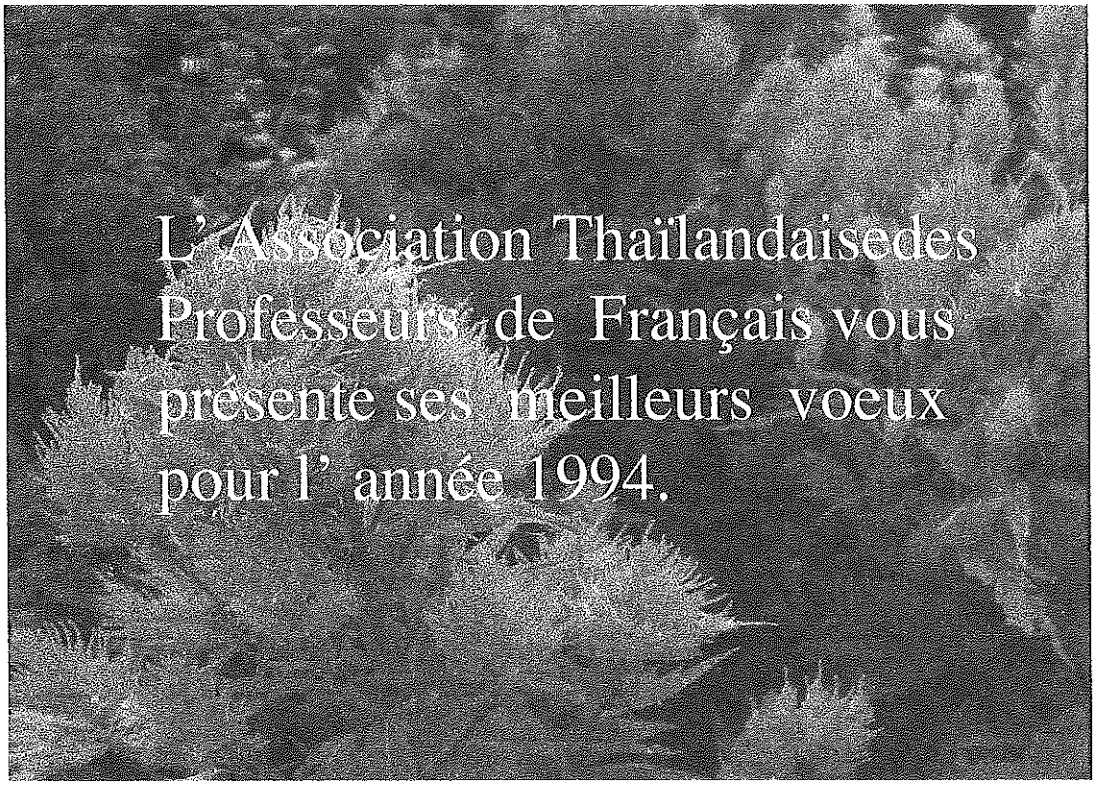
ลำดับ	นาม–นามสกุล	ตำแหน่ง	ที่อยู่ตามทะเบียนบ้าน	โทรศัพท์
14	นางสาวพรพรรณ บงกชมาศ	ผู้ช่วยนายทะเบียน	91 ซอยสีม่วงอนุสรณ์ สุทธิสาร กทม. 10310	277 04 31 , 276 71 86
15	นางสาวนันทา ไกรวิทย์	ผู้ช่วยสาราณียกร	490/1 ซอยกกมลพันธ์ เพชรเกษม กทม. 10160	421 18 46
16	นางสาวศิริธร ดุษฎีพรรณ์	ผู้ช่วยสาราณียกร	430 ถนนประชาราษฎร์บำเพ็ญ เขตห้วยขวาง กทม. 10310	277 80 93
17	นางสาวชัชรีวรรณ ไชยวัฒน์	ผู้ช่วยสมาชิกสัมพันธ์	541 /11 พงษ์เพชร 11 แขวงลาดยาว เขตบางเขน กทม. 10900	589 64 27
18	นางสาวปราณี ศิริรัตน์	ผู้ช่วยสมาชิกสัมพันธ์	35/39 ถนนพิบูลสงคราม อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี.11000	526 10 37
19	นางสาวพรทิพย์ เลิศสุรสถิต	ผู้ช่วยบรรณารักษ์	35/7 ซอยประสานมิตร ถนนอินทรพิทักษ เขตธนบุรี กทม.10600	466 00 56
20	นางมลฤดี ปาลสุข	ผู้ช่วยปฏิคม	1450 ซอย 47 ถนนสุขาภิบาล 1(การเคหะ)คลองจั่น เขตบางกะปิ กทม. 10240	377 29 40
21	นางสาวประภา งานไพโรจน์	กรรมการ	386 หมู่บ้านชื่อตรง ซอย 52 ถนนหพลโยธิน ดอนเมือง กทม. 10220	552 48 12

บัญชีรายนามคณะกรรมการบริหาร สคฝท. ชุดที่ 9 (2537–2538)

ลำดับ	นาม–นามสกุล	ที่ทำงาน	โทรศัพท์
1	สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ เจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา	10 สุขุมวิท 43 (ซอยแสงมุกดา) เขตพระโขนง กทม. 10110	258 73 51 (คุณจงรักษ์)
2	นางธิดา บุญธรรม	คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ 10200 FAX 222 08 69	221 61 11-20 ต่อ 2623-4
3	นางสาวประมาณ ลี้ศิริเสริญ	กรุงเทพการบัญชีวิทยาลัย 588 ถนนเพชรบุรี ราชเทวี กทม. 10400 FAX 252 76 44	251 76 47, 208 96 05
4	นางวงจันทร์ พินัยนิติศาสตร์	คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ กทม. 10200 FAX 224 80 99	221 61 11-20 ต่อ 2619-21
5	นางสาวไพริน ศิริอังกูร	โรงเรียนศรีอยุธยา ถนนศรีอยุธยา พญาไท กทม. 10400	245 17 17
6	นางสาวอัจฉรา โชติบุตร	ภาควิชาภาษา คณะมนุษยศาสตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร บางเขน กทม. 10903	579 55 68 ,579 36 24
7	นางอรวรรณ รัตนกาฬ	550/9 ซอยแอนเนกซ์ 28 ถนนพหลโยธิน ดอนเมือง กทม.10300	531 07 99, 531 24 23 + FAX
8	นางสาวอุรัจฉฑา เชาว์ชลากร	กองการสัมพันธ์ต่างประเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ดุสิต กทม. 10300	282 23 68,282 28 66
9	นางสาวเตือนใจ จุลดุลย์	คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง หัวหมาก กทม. 10240	318 08 60 , 318 00 55
10	นางพรทิพา ถาวรบุตร	โรงเรียนศึกษานารี ถนนประชาธิปก กทม. 10600	465 00 70
11	นางสาวอรวรรณี ป้านสวาสดิ์	โรงเรียนพระโขนงพิทยาลัย สุขุมวิท 62 พระโขนง กทม. 10250	331 17 86
12	นางสาวศิริพร อินทเวคิน	โรงเรียนมัธยมวัดหนองแขม หนองแขม กทม. 10160	429 31 94
13	นางสาวสุธาสินี ผลวัฒนะ	คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร ถนนหน้าพระลาน วังท่าพระ กทม. 10200 FAX 226 53 55	225 18 47 ,221 77 77 ต่อ 1147
14	นางสาวพรพรรณ บงกชมาศ	โรงเรียนเทพศิรินทร์ ถนนกรุงเกษม เขตป้อมปราบฯ กทม. 10100	222 18 82 ,223 37 18

ลำดับ	นาม-นามสกุล	ที่ทำงาน	โทรศัพท์
15	นางสาวนันทา ไกรวิทย์	คณะมนุษยศาสตร มศว.ปทุมวัน ถนนอังรีดูนังต์ ปทุมวัน กทม. 10330	252 70 48 ,252 70 55
16	นางสาวศิริธร ดุษฎีพรรณ์	โรงเรียนกุนนทีรุทธารามวิทยาคม 199 ถนนรัชดาภิเษก เขตห้วยขวาง กทม. 10310	277 05 64
17	นางสาวชัชรีวรรณ ไชยวัฒน์	โรงเรียนเบญจมราชาลัย 126 ถนนศิริพงษ์ สำราญราษฎร์ พระนคร กทม. 10200	222 38 43
18	นางสาวปราณี ศิริรัตน์	หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมสามัญศึกษา ในโรงเรียนสามเสนวิทยาลัย ถนนพระราม 6 กทม. 10400	278 48 61 FAX 279 77 90
19	นางสาวพรทิพย์ เลิศสุรสถิต	โรงเรียนอัสสัมชัญคอนแวนต์ 25 เจริญกรุง 40 บางรัก กทม. 10500	234 77 79 ,234 30 95
20	นางมลฤดี ปาลสสสุข	กองจัดซื้อต่างประเทศ โรงงานยาสูบ 184 ถนนพระราม 4 พระโขนง กทม. 10110	253 30 53 ต่อ 2712, 252 17 35
21	นางสาวประภา งานไพโรจน์	ภาควิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน กทม. 10903	579 15 41 ,579 71 14 (ตรง)

จากบรรณาธิการ



อีกปีหนึ่งแล้วที่ผ่านพ้นไป เพื่อหลีกทางให้ปีใหม่เข้าครองปัจจุบันกาลพุทธศักราช 2537 เป็นปีที 17 ของอายุสมาคมครูภาษาฝรั่งเศสแห่งประเทศไทย

วารสารของสมาคมในมือของท่านฉบับนี้เป็นฉบับที่ 65-66 เล่มที่ 1-2 เดือนมกราคม - มิถุนายน 2537 ยังได้รับความอนุเคราะห์ที่เปี่ยมด้วยศรัทธาและความจงรักภักดีถวาย แด่องค์นายกกิติมศักดิ์ของสมาคม มิรู้วายจาก คุณเริงชัย แห่งวัฒนาพานิช

เนื้อหาในฉบับเป็นเรื่องการเรียนการสอนภาษาฝรั่งเศสธุรกิจ ซึ่งอุปนายกของสมาคมรวบรวมมาให้เป็นส่วนใหญ่ โดยได้รับความร่วมมือจาก ดร. สิริวรรณ จุฬาภรณ์ ซึ่งปลีกตัวจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ไปปฏิบัติงาน ณ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเสียแล้ว ส่วนเรื่องการอ่านตัวเลขของอาจารย์มยุรี บารมี นั้น บ.ก. เห็นว่าสอดคล้องกับเรื่องธุรกิจ จึงขอนำมาลงรวมไว้ด้วย

หวังว่าสมาชิก ส.ค.ฝ.ท. คงได้รับประโยชน์บ้างตามสมควรนะคะ

สิทธา

อภินันทนาการ
จาก

วัฒนาพานิช สำราญราษฎร์

216 - 222 ถนนบำรุงเมือง สำราญราษฎร์ พระนคร กทม. 10200

ผู้ผลิตหนังสือเรียนมาตรฐาน

หนังสือเรียน คู่มือครู
และอุปกรณ์การเรียนการสอนทุกระดับชั้น
ซึ่งได้รับความนิยมเชื่อถือ
จากครูอาจารย์และนักเรียนทั่วประเทศ

นายเริงชัย จงพิพัฒนสุข
กรรมการผู้จัดการ
โทร. 2229394 • 2224378 • 2221016 • 2221018

พิสูจน์แล้ว

...ความเป็นผู้นำของสำนักพิมพ์ วพ

จากตารางข้อมูลการตรวจหนังสือของกรมวิชาการ

วัฒนาพานิช ได้รับอนุญาต มากที่สุด !
วัฒนาพานิช ใช้เวลาแก้ไข น้อยที่สุด !

หนังสือเรียนหลักสูตรใหม่ของ วพ.
เปิดศักราชใหม่หนังสือเรียน

เจาะลึกหลักสูตร **เกาะติดระเบียบวัดผล**

สำนักพิมพ์แห่งแรกที่กล้าพิมพ์ ■*หลักสูตรใหม่* และ ■*ระเบียบวัดผลใหม่* ลงในหนังสือเรียนทุกเล่ม พร้อม ■*แบบกรอกคะแนนคุณลักษณะ* ตามธรรมชาติของวิชา ■ *แบบกรอกคะแนนระหว่างภาคเรียน*

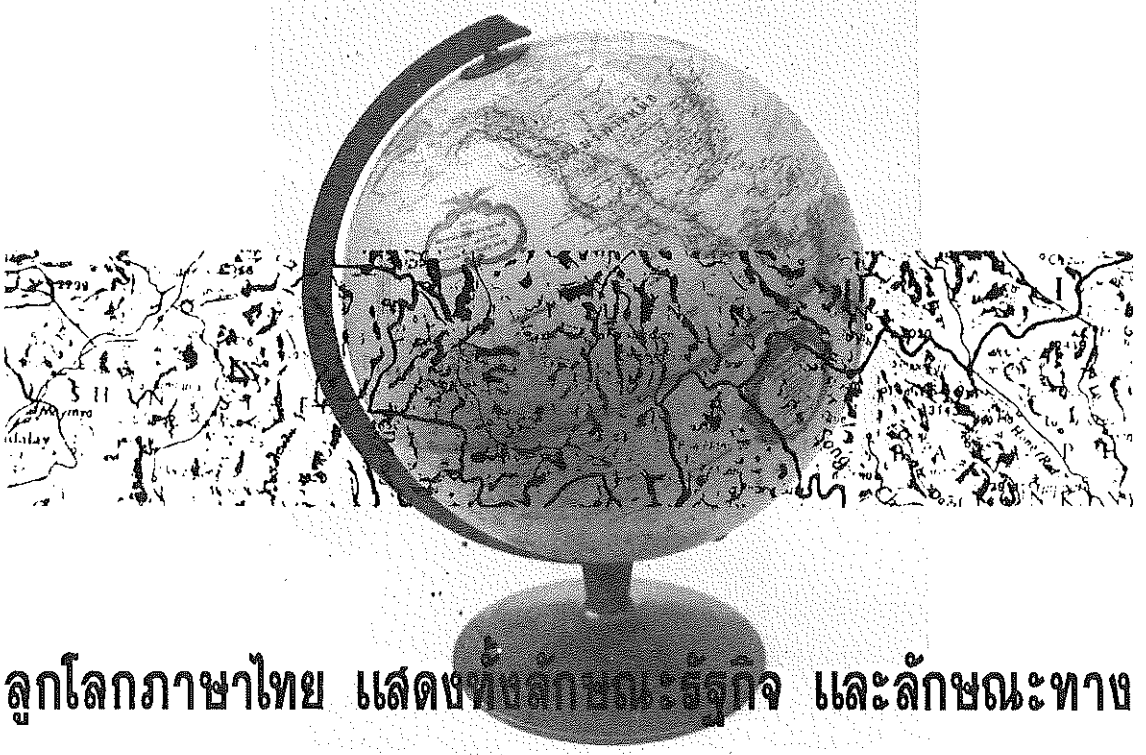
■*สาระสำคัญ* ■*จุดประสงค์การเรียนรู้ปลายทาง-นำทาง*

วพ.ทำเป็นรายแรก **รวดเร็วจนสำนักพิมพ์อื่นลอกเลียนไม่ทัน**

อย่าเชื่อคำโฆษณานี้ จนกว่าจะพิสูจน์ด้วยตนเอง

อุปกรณ์การศึกษา

ลูกโลกวัฒนาพานิช



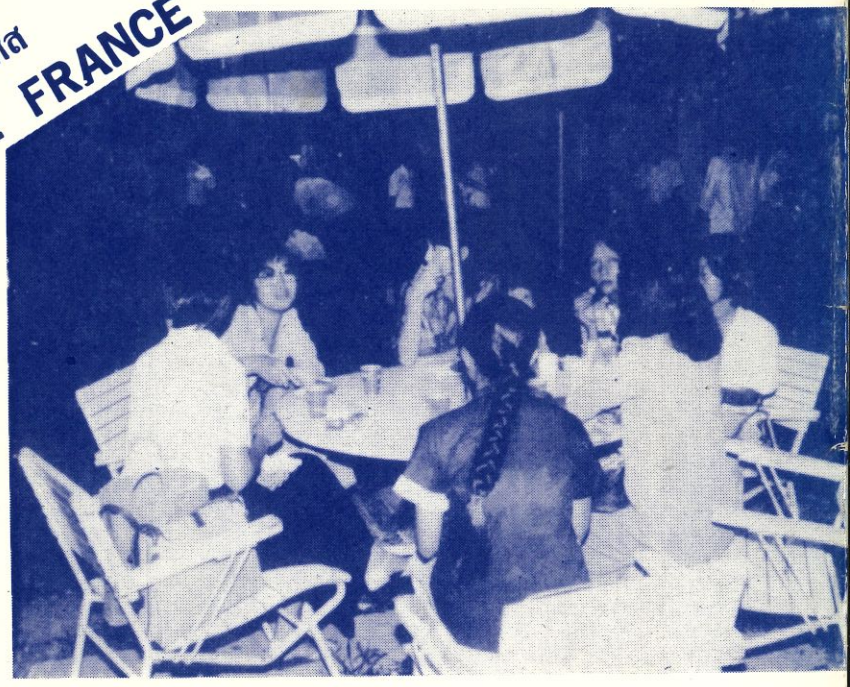
ลูกโลกภาษาไทย แสดงพื้นลักษณะรัฐกิจ และลักษณะทางกายภาพ อยู่ในลูกเดียวกัน มีความต่างระดับของผิวโลกโดยการอัดนูน เคลือบมัน เก็บรักษาได้ง่าย ขนาด 12 นิ้ว พร้อมขาตั้ง

วัฒนาพานิช สำราญราษฎร์

ผู้ผลิตแบบเรียนและอุปกรณ์การศึกษาที่ได้มาตรฐาน

Alliance française de bangkok
29 THANON SATHON TAI. BANGKOK 12, THAILANDE. TEL 286.38.79 & 286.38.41-TELEGR. ALFRANTHAI
สมาคมฝรั่งเศส 29 ถนนสาธรใต้ กรุงเทพฯ 12

มุมหนึ่งของประเทศฝรั่งเศส
UN PETIT COIN DE FRANCE



ท่านจะพบสิ่งที่น่าสนใจ
ชั้นเรียนภาษาฝรั่งเศสทุกระดับ
ห้องสมุดโอ่โถง
ภาพยนตร์, คอนเสิร์ท
เครื่องดื่ม, อาหารเลิศรส
บรรยายกาศอันรื่นรมย์ สวยงาม
ขอเชิญอ่านหนังสือวารสารรายเดือนของเรา

VOUS Y TROUVEREZ

des cours de langue
des films, des concerts . .
un bar-restaurant agréable
une grande bibliothèque
une ambiance

LISEZ AUSSI NOTRE
JOURNAL MENSUEL