



การศึกษาการใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน
สำหรับช่วยในการพัฒนาทักษะและส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีนของผู้เรียนภาษาจีน
**A Study on the Utilization of Smartphone Applications
for Enhancing Language Development and Promoting Chinese
Language Learners**

ผ่องพรรณ ทวีเลิศทรัพย์ ¹

PHONGPAN TAVEELERTSUB

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

School of Liberal Arts, Sripatum University

E-mail : phongpan.ta@spu.ac.th

จันทิมา จิระชูสกุล ²

CHANTHIMA JIRACHOOSAKUL

วิทยาลัยจีนศึกษา มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

College of Chinese Studies, Huachiew Chalermprakiet University

E-mail : chanthima.ch@gmail.com

มนัสนันท์ ฉัตรเวชศิริ ³

MANATSANAN CHATWECHSIRI

วิทยาลัยจีนศึกษา มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

College of Chinese Studies, Huachiew Chalermprakiet University

E-mail : manatsananpang@yahoo.com

Received: 29 Apr 2022 / Revised: 17 May 2022 / Accepted: 19 May 2022

บทคัดย่อ

การศึกษาในยุคความปกติใหม่ (New Normal) เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้เกิดการปรับตัวทางด้าน การเรียน การสอน แอปพลิเคชันจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่มีส่วนช่วย ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาทางด้านสื่อหรือนวัตกรรมด้านการเรียนการสอน

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) การใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนที่ช่วยในการพัฒนาทักษะส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีน และ (2) ความพึงพอใจต่อการใช้ออปพลิเคชัน ติกตอก (Tiktok) เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (Youtube) และอินสตาแกรม (Instagram) ในการพัฒนาทักษะและส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีน

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาพื้นฐานเชิงปริมาณ ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ (Google Forms) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือผู้เรียนภาษาจีนทั่วไป จำนวน 105 คน ผลการวิจัยพบว่า แอปพลิเคชันยูทูบเป็นแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนในการพัฒนาทักษะและส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีนในการฝึกทักษะการฟัง การพูด การ



อ่าน และการเขียน เรียนรู้บทสนทนาภาษาจีน มากที่สุด แอปพลิเคชันเฟซบุ๊กเป็นแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนที่ใช้เรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีน มากที่สุด สำหรับหัวข้อคำศัพท์ภาษาจีน บทสนทนาภาษาจีนพื้นฐานหรือคำศัพท์ บทสนทนาทั่วไปที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นหัวข้อที่ผู้เรียนภาษาจีนทั่วไปเรียนรู้จาก แอปพลิเคชันติ๊กต็อก เฟซบุ๊ก ยูทูบ และอินสตาแกรม เหตุผลที่ผู้เรียนภาษาจีนทั่วไปติดตาม แอปพลิเคชันติ๊กต็อก เฟซบุ๊ก ยูทูบ และอินสตาแกรม คือ มีเนื้อหาสั้น กระชับ เข้าใจง่าย ทันต่อเหตุการณ์และนำไปใช้ได้จริง นอกจากนี้ในงานวิจัยยังพบว่าผู้เรียนทั่วไปที่ศึกษาภาษาจีนมีความพึงพอใจจากการใช้แอปพลิเคชันติ๊กต็อก เฟซบุ๊ก ยูทูบ และอินสตาแกรมบนสมาร์ตโฟนในการพัฒนาและส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีนโดยรวมอยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.32 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์สมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนสามารถช่วยในการพัฒนาทักษะภาษาจีนทั้ง 4 ด้านและช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีนนอกห้องเรียน ประเภทเนื้อหาบนติ๊กต็อก เฟซบุ๊ก ยูทูบ และอินสตาแกรมตรงตามความสนใจของผู้เรียนภาษาจีนด้วยตนเองหรือเน้นเรียนเสริมความรู้นอกห้องเรียน อีกทั้งครู อาจารย์ นักเรียน นักศึกษาและผู้สนใจเรียนรู้ภาษาจีนสามารถเลือกใช้แอปพลิเคชันที่เหมาะสมกับการพัฒนาทักษะแต่ละด้าน

คำสำคัญ : แอปพลิเคชัน การเรียนรู้และพัฒนาทักษะภาษาจีน ส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีน

ABSTRACT

Education in the New Normal era due to the COVID-19 situation requires adjustment. Applications are therefore necessary to assist not only the development of media or innovation in teaching and learning, but also the organization of work systems in various fields such as documents.

The objectives of this research were to study (1) the utilization of smartphone applications that enhanced learning skills development and promoted Chinese language learning and (2) the satisfaction of users of applications, namely Tiktok, Facebook, Youtube and Instagram to develop skills and promote learning Chinese.

This is a quantitative research study. The research data were collected from an online questionnaire (Google Forms), in which the sample group consisted of 105 learners who were taking Chinese. This research found that Youtube was used the most to enhance Chinese language learning and the four language skills, namely listening, speaking, reading and writing, and learning Chinese conversations. Besides, Facebook was the most used application to learn Chinese vocabulary, and Chinese vocabulary topics, basic Chinese conversation or vocabulary. Basic conversation in daily life was the topic which was learned through the use of Tik Tok, Facebook, Youtube and Instagram applications. It was because they conveyed short, concise, easy, up-to-date and practical messages. Moreover, the research revealed that learners of Chinese



were satisfied at a high level at the average of 4.32 with the use of Tik Tok, Facebook, Youtube and Instagram on smartphones. It was because these applications helped to develop and enhance learners' Chinese language skills. The findings were also in line with the hypothesis of this research. It was believed that these applications on smartphones could help learners to improve their Chinese language in four skills and enhance their Chinese language learning outside the classroom. Tik Tok, Facebook, Youtube and Instagram also met the interests of Chinese language learners who learned on their own or outside the classroom. In addition, teachers, students and people who interested in learning Chinese can choose the application that is suitable for develop each skill.

Keywords : Applications, Learning and improving Chinese language skills, Promote learning Chinese

บทนำ

ปี 2563 ทั่วโลกต้องเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งแพร่ระบาดทั่วโลก เริ่มต้นจากการแพร่ระบาดอย่างรวดเร็วจนกลายเป็นมหาวิกฤติทางสาธารณสุขโลก ภาครัฐในหลายประเทศต้องใช้มาตรการล็อกดาวน์ครั้งใหญ่ (Great Lockdown) เพื่อจำกัดการแพร่ระบาด

ความปกติใหม่ (new normal) เกิดขึ้นจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตในหลากหลายมิติของคนทั่วโลก ตั้งแต่การทำงาน การรักษาสุขภาพ แม้แต่การศึกษาเองก็ต้องเผชิญกับภาวะของการปรับตัวครั้งใหญ่เช่นเดียวกัน และการเรียนรู้แบบออนไลน์กำลังจะกลายเป็นความปกติใหม่ของสังคมไทยมากขึ้น การเรียนรู้แบบออนไลน์ไม่ใช่แค่การสอนผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มเท่านั้น แต่การเรียนรู้วิธีใหม่นี้ยังมีอีกหลายมิติ

การศึกษาในศตวรรษที่ 21 (พ.ศ. 2552 - 2561) นั้นได้กล่าวถึง การศึกษากับการพัฒนาสังคมเป็นหลักสำคัญ โดยรวมของความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในมิติต่างๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนา ซึ่งภายใต้ยุทธศาสตร์ของการปฏิรูปการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ในปัจจุบันได้มุ่งเน้นในมิติของการพัฒนา 4 มิติ ที่สำคัญได้แก่ การปฏิรูปนักเรียนยุคใหม่ การปฏิรูปครูยุคใหม่ การปฏิรูปโรงเรียนยุคใหม่หรือแหล่งเรียนรู้ยุคใหม่และการปฏิรูประบบบริหารยุคใหม่ และพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553 มาตรา 15 กล่าวถึงการจัดการศึกษามีสามรูปแบบ คือ การศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย (พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ, 2542) ซึ่งการศึกษาทั้ง 3 รูปแบบนั้น สื่อสังคมออนไลน์ แอปพลิเคชันต่างๆ มีบทบาทต่อการจัดการศึกษา ขึ้นอยู่กับว่าครูจะนำไปใช้ในลักษณะใด และผู้เรียนจะนำไปใช้ในลักษณะใด

สำหรับการศึกษาจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องมีแอปพลิเคชันในการช่วย ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาทางด้านสื่อหรือนวัตกรรมด้านการเรียนการสอน การจัดการเรื่องภาษา การจัดระบบการทำงานในด้านต่างๆ อาทิ การจัดระบบทางงานเอกสารหรือด้านอื่นๆ อีกมากมายที่แอปพลิเคชันเข้ามามีบทบาทต่อการศึกษาในปัจจุบัน



เมื่อกล่าวถึง "การเรียนรู้" แต่เดิม คือ การนั่งเรียนในห้องเรียน มีคุณครู อาจารย์หรือบุคลากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมามอบความรู้ให้แก่นักเรียน แต่ในปัจจุบันสถานการณ์หลายอย่างเปลี่ยนแปลงไป การเรียนรู้ไม่ใช่แค่การนั่งเรียนในห้องเรียนเท่านั้น แต่กลายมาเป็นการเรียนการสอนในรูปแบบออนไลน์มากยิ่งขึ้น ซึ่งสถาบันการศึกษาหลายๆ แห่งได้มีการประยุกต์การเรียนการสอนแบบออนไลน์มาใช้งานจริง อีกทั้งยังมีการพัฒนาแอปพลิเคชันขึ้นมาเพื่อสนับสนุนการเรียนออนไลน์ ถือเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ศึกษาหาความรู้ด้วยตัวเองได้ง่ายยิ่งขึ้น โดยบางแอปพลิเคชันมีการระบุสัดส่วนของเนื้อหาที่ชัดเจนว่าแอปพลิเคชันนี้ให้ข้อมูลเนื้อหาในด้านใด บางแอปพลิเคชันก็ให้การสนับสนุนการเรียนการสอนของสถาบันต่างๆ โดยจุดประสงค์หลักของแอปพลิเคชันเหล่านี้ คือการให้ความรู้และช่วยให้การเรียนการสอนเป็นเรื่องง่าย ผู้วิจัยจึงได้ศึกษา 4 แอปพลิเคชัน ซึ่งเป็นสื่อที่นิยมสำหรับการเรียนการสอน โดยศึกษาจากแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (Youtube) และอินสตาแกรม (Instagram) การใช้แอปพลิเคชันเหล่านี้เป็นที่นิยมเนื่องจากมีความบันเทิงควบคู่ไปด้วย และแน่นอนว่าแอปพลิเคชันเหล่านี้ไม่ได้จำกัดการใช้งานสำหรับนักศึกษาเท่านั้น บุคคลทั่วไปก็สามารถใช้หาความรู้ได้เช่นกัน

ติ๊กต็อก (TikTok)

ติ๊กต็อก (TikTok) หรือ ไทวอิน (Douyin : ชื่อเรียกภาษาจีนของ TikTok ต้นฉบับในประเทศจีน) ถูกสร้างขึ้นมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 2016 แอปพลิเคชันติ๊กต็อกจะให้ผู้สร้างสรรค์วิดีโอสั้นๆ ความยาวไม่เกิน 10 นาที จุดสำคัญที่น่าสนใจคือ ผู้ใช้สามารถใส่เพลง เอฟเฟกต์ต่างๆ เพื่อสร้างสรรค์ผลงานของตนเองได้โดยไม่ต้องมีความรู้เรื่องการตัดต่อวิดีโอ จึงทำให้ผู้ใช้เข้าถึงวิธีการใช้แอปพลิเคชันได้ง่ายและรวดเร็ว เมื่อผู้ใช้เข้าร่วมการทำทาย (Challenge) ใดที่กำลังได้รับความนิยม ผู้ใช้นั้นๆ อาจได้ความสนใจและเป็นคนดังในสังคมออนไลน์ในทันที ผู้ใช้ยังสามารถบันทึกวิดีโอที่สร้างสรรค์ขึ้นในแอปพลิเคชันติ๊กต็อกไปเผยแพร่ลงในสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ได้อีกด้วย

เฟซบุ๊ก (Facebook)

เมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ ค.ศ. 2005 มาร์ก ซัคเคอร์เบิร์ก (Mark Zuckerberg) ได้เปิดตัวเว็บไซต์เฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งเป็นเว็บประเภทสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ซึ่งตอนนั้นเปิดให้เข้าใช้เฉพาะนักศึกษาของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดเท่านั้น และเว็บนี้ก็ดังขึ้นมาในช่วงเวลา เพียงเปิดตัวได้สองสัปดาห์ ครึ่งหนึ่งของนักศึกษาที่เรียนอยู่ที่มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดก็สมัครเป็นสมาชิกเฟซบุ๊ก เพื่อเข้าใช้งานกันอย่างล้นหลาม และเมื่อทราบข่าวนี้ มหาวิทยาลัยอื่นๆ ในเขตบอสตันก็เริ่มมีความต้องการ และอยากขอเข้าใช้งานเฟซบุ๊กบ้างเหมือนกัน มาร์ก ซัคเคอร์เบิร์ก จึงได้ชักชวนดัสติน มอสโควิทซ์ (Dustin Moskovitz) และคริส ฮิวส์ (Chris Hughes) เพื่อช่วยกันสร้างเฟซบุ๊ก และเพียงระยะเวลา 4 เดือนหลังจากนั้น เฟซบุ๊กก็ได้เพิ่มรายชื่อและสมาชิกของมหาวิทยาลัยอีก 30 กว่าแห่ง ในปี ค.ศ. 2008 เฟซบุ๊กมีสมาชิกที่สมัครใหม่มากกว่า 1 ล้านคนต่อสัปดาห์ โดยเฉลี่ยจะอยู่ที่วันละ 200,000 คน ซึ่งรวมกันแล้วทำให้เฟซบุ๊ก มีสมาชิกมากถึง 50 ล้านคน โดยเฟซบุ๊ก มียอดผู้เข้าชมเฉลี่ยอยู่ที่ 40,000 ล้านเพจวิวต่อเดือน นอกจากนี้เฟซบุ๊กยังเติบโตอย่างยิ่งใหญ่ในตลาดต่างประเทศอีกด้วยโดยร้อยละ 15 ของสมาชิกเฟซบุ๊กเป็นคนที่อาศัยอยู่ในประเทศแคนาดา ซึ่งมีรายงานว่า ค่าเฉลี่ยของสมาชิกที่มาใช้งานเฟซบุ๊กนั้นอยู่ที่ 19 นาทีต่อวันต่อคนโดยเฟซบุ๊กถือว่าเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดเป็นอันดับที่ 6 ของประเทศสหรัฐอเมริกาและเป็นไซต์ที่มีผู้อัปโหลดรูปภาพสูงที่สุดด้วยจำนวน 4 หมื่นหนึ่งพันล้านรูป (อ้างอิงข้อมูลจาก Hootsuite และ WeAreSocial เดือนมกราคม 2021)

ยูทูบ (Youtube)

ยูทูบ (Youtube) ก่อตั้งใน ค.ศ. 2005 โดยใช้ชื่อโดเมน www.youtube.com โดยมีเป้าหมายให้ผู้คนสามารถแบ่งปัน (share) วิดีโอถึงกันได้ผ่านเว็บไซต์แบบไม่มีค่าใช้จ่าย เดือนพฤษภาคม ค.ศ. 2005 ยูทูบเปิดให้สาธารณะได้ลองใช้งานในรูปแบบเบต้าเทส (Beta Test) ครั้งแรก และเปิดให้บริการอย่างเป็นทางการในเดือนพฤศจิกายน ค.ศ. 2005 และได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว จนกระทั่งในปี ค.ศ. 2006 กูเกิ้ล (Google) สามารถซื้อกรรมสิทธิ์เว็บไซต์ยูทูบไปในมูลค่า 1.65 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ทำให้ในปัจจุบันยูทูบได้กลายมาเป็นบริษัทย่อยของ Google ซึ่งมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมืองซานบรูโน รัฐแคลิฟอร์เนีย ในปัจจุบันยูทูบ ได้กลายมาเป็นหนึ่งในไซต์ที่มีเข้าชมมากที่สุดในโลก มีการอัปโหลดวิดีโอต่างๆ เข้ามายังเว็บไซต์ในทุกวินาทีจากทั่วโลก มียอดผู้เข้าชมมากกว่า 2 พันล้านวิดีโอต่อวัน และมียอดการชมวิดีโอกว่า 14 พันล้านครั้งในปี ค.ศ. 2010 ยูทูบเป็นแอปพลิเคชันที่ให้บริการแลกเปลี่ยนภาพวิดีโอระหว่างผู้ใช้ได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย โดยนำเทคโนโลยีของ Adobe Flash Player มาใช้ในการแสดงภาพวิดีโอ โดยผู้ใช้สามารถเข้าดูวิดีโอต่างๆ พร้อมทั้งเป็นผู้อัปโหลดวิดีโอผ่านยูทูบได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย เมื่อสมัครสมาชิกแล้ว นอกจากผู้ใช้จะสามารถใส่ภาพวิดีโอเข้าไปได้แล้ว ยังสามารถแบ่งปันภาพวิดีโอให้กับผู้ใช้ได้ชมอีกด้วย แต่หากไม่ได้สมัครสมาชิกก็สามารถเข้าไปเปิดดูภาพวิดีโอที่ผู้อื่นๆ ใส่ไว้ในยูทูบได้แต่ไม่สามารถเป็นผู้อัปโหลดวิดีโอได้ ทั้งนี้ผู้อัปโหลดสามารถทำได้ทั้งในคอมพิวเตอร์ หรืออัปโหลดผ่านทางโทรศัพท์มือถือ แต่ในปัจจุบันยูทูบ ได้เปิดให้บริการเว็บไซต์เวอร์ชันใหม่ที่สามารถชมวิดีโอได้ผ่านเว็บเบราว์เซอร์ใดๆ ที่รองรับมาตรฐาน HTML5 ซึ่งทำให้ไม่จำเป็นต้องติดตั้ง Flash Player อีกต่อไป (อิติมา ทองทับ, 2551)

อินสตาแกรม (Instagram)

อินสตาแกรม (Instagram) ถูกคิดค้นขึ้นเมื่อ ค.ศ. 2010 ในเดือนมกราคม ค.ศ. 2011 อินสตาแกรมได้เพิ่มแฮชแท็ก (Hashtag) เข้าไปซึ่งเป็นระบบที่สามารถให้ป้ายชื่อที่พิมพ์ลงไปในนั้น เพื่อค้นหาได้ง่ายขึ้น โดยการพิมพ์ "#" หรือแฮชแท็ก ตามด้วยป้ายชื่อที่จะพิมพ์ อินสตาแกรมสามารถนำรูปที่ถ่ายไว้ในคลังภาพ (Gallery) หรือวิดีโอมาตกแต่งให้สวยงามในรูปแบบที่ต้องการด้วยฟิลเตอร์ (Filter) และเครื่องมือที่มีอยู่ในอินสตาแกรมได้ซึ่งมีอยู่หลายรูปแบบให้เลือก แล้วสามารถนำรูปภาพที่ตกแต่งนั้นไปแบ่งปันให้เพื่อนๆ ในสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ได้ ในทางกลับกันก็สามารถเปิดดู แสดงความชื่นชอบ (Likes) และแสดงความคิดเห็น (Comments) ในรูปหรือวิดีโอที่เพื่อนๆ แบ่งปันไว้ได้ด้วย จุดเด่นที่ทำให้อินสตาแกรมได้รับความนิยมอย่างสูงตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาคือใช้งานง่าย สะดวกรวดเร็ว มีผู้ใช้งานร่วมกันมาก มีความสนุกอยู่ในตัว อินสตาแกรมเป็นแอปพลิเคชันที่สามารถดาวน์โหลดและใช้งานได้ฟรี จึงทำให้มีผู้ใช้งานจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยการสร้างบัญชี (Account) ผู้ใช้ ใส่ข้อมูลส่วนตัว สามารถตั้งคำสวัสดีหรือเป็นส่วนตัวก็ได้ การแบ่งปันรูปถ่ายและวิดีโอซึ่งเป็นการใช้งานหลักของอินสตาแกรมโดยไม่มีการจำกัดจำนวนครั้ง เพื่อให้ผู้ใช้ผู้อื่นได้เห็นและมีการแสดงการมีส่วนร่วมกัน โดยในการแบ่งปันแต่ละครั้งสามารถระบุตำแหน่ง (Location) ในภาพนั้นๆ อีกส่วนหนึ่งคือคำอธิบายใต้ภาพ (Caption) ที่ใช้ในการบรรยายภาพหรือความรู้สึก ณ ตอนนั้น รวมถึงแฮชแท็กเป็นประโยคหรือคำที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่แบ่งปัน โดยผู้อื่นๆ สามารถค้นหาภาพจากการค้นหาแฮชแท็กได้ และมีการแบ่งปันรูปหรือวิดีโอ (story) ที่แบ่งปันได้สำหรับการบันทึกล่าสุด และแบ่งปันได้เฉพาะวันที่บันทึกเท่านั้นและการแบ่งปันนี้จะแสดงบนหน้าบัญชี (Account) เป็นเวลา 24 ชั่วโมง หลังจากนั้นการแบ่งปันนั้นจะหายไป (วรรณพร ฤชขงค์, 2556)



ปัจจุบันการใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ในสื่อสังคมออนไลน์จะอยู่ในลักษณะของการเป็นสื่อเสริม สื่อหลักยังคงเป็นครู ที่จะต้องมีการเข้าชั้นเรียนตามปกติ หากว่าในอนาคตมีระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วสูง เทคโนโลยีทางด้าน ฮาร์ดแวร์ สามารถผลิตอุปกรณ์ เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ และมีแหล่งทรัพยากรการเรียนรู้ที่มีเนื้อหาที่ถูกต้อง มีความ น่าเชื่อถือ สามารถนำไปอ้างอิงได้ อีกทั้งมีเทคโนโลยีการยืนยันตัวตนของผู้เรียน ที่สามารถพิสูจน์ได้ว่าเป็นตัวตนจริงๆ การ จัดการศึกษาอาจจะเปลี่ยนแปลงไป ผู้เรียนอาจจะไม่ต้องเข้าชั้นเรียนเลย ผู้เรียนสามารถเกิดการเรียนรู้ได้จากการศึกษา ผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ ในสื่อสังคมออนไลน์

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.) เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนที่ช่วยในการพัฒนาทักษะและส่งเสริมการเรียนรู้ ภาษาจีน ของผู้เรียนภาษาจีนทั่วไป
- 2.) เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้แอปพลิเคชันดิกตอก เฟซบุ๊ก ยูทูบ และอินสตาแกรมในการพัฒนา ทักษะและส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีน ของผู้เรียนภาษาจีนทั่วไป

สมมติฐานการวิจัย

- 1.) ผู้เรียนภาษาจีนทั่วไปมีการใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนในการพัฒนาทักษะการฟัง การพูด การอ่านและการเขียน
- 2.) ความพึงพอใจของผู้เรียนภาษาจีนทั่วไปต่อการใช้แอปพลิเคชันดิกตอก เฟซบุ๊ก ยูทูบ และอินสตาแกรมในการ พัฒนาทักษะและส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีน อยู่ในระดับมาก

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างคือผู้ที่เรียนภาษาจีนทั่วไป จำนวน 105 คน

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่แบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและระดับภาษาจีน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามด้านการใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนในการพัฒนาทักษะและส่งเสริมการ เรียนรู้ภาษาจีน จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความพึงพอใจจากการใช้แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ในการพัฒนาและส่งเสริมการ เรียนรู้ภาษาจีนของผู้เรียนภาษาจีน จำนวน 2 ข้อ



การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเรื่องการใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนในการพัฒนาทักษะและส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีน โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าไปตอบแบบสอบถามผ่านระบบแบบสอบถามออนไลน์ (Google Forms) หลังจากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้นำไปวิเคราะห์ผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามเรื่องการใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนในการพัฒนาทักษะและส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีนมาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ยเลขคณิต ($\bar{X}$) นำเสนอในตารางประกอบความเรียง ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลผลที่ใช้ในการให้ความหมาย โดยการเฉลี่ยรายช่วงและรายข้อ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553 : 103) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

สรุปผลการวิจัย

ผลวิเคราะห์เรื่องการใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนในการพัฒนาทักษะและส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีน โดยผู้ที่เรียนภาษาจีนทั่วไป จำนวน 105 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 82.90 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 17.10 อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 44.80 รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 13-19 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 42.90 อันดับที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และมีผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 42 ปี 44 ปี และ 59 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม อันดับที่ 1 คือนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 77.10 อันดับที่ 2 คืออาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน/พนักงานบริษัท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 อันดับที่ 3 คืออาชีพครู/อาจารย์/พนักงานมหาวิทยาลัย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.70 อันดับที่ 4 คืออาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.70 และอันดับที่ 5 คืออาชีพอิสระ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ระยะเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเรียนภาษาจีน อันดับที่ 1 คือเรียนภาษาจีนมากกว่า 5 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 อันดับที่ 2 คือเรียนภาษาจีน 1-3 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 26.70 อันดับที่ 3 คือเรียนภาษาจีน 3-5 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 21.90 อันดับที่ 4 คือระยะเวลาเรียนภาษาจีน 6 เดือนถึง 1 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 11.40 และอันดับที่ 5 คือระยะเวลาเรียนภาษาจีนน้อยกว่า 6 เดือน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 ระดับภาษาจีนของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ที่ HSK ระดับที่ 4 เป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 21.90 อันดับที่ 2 ยังไม่เคยสอบ HSK จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 20 อันดับที่ 3 ระดับภาษาจีนของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ที่ HSK 3 จำนวน 20 คน คิดเป็น



ร้อยละ 19 อันดับที่ 4 ระดับภาษาจีนของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ที่ HSK 2 จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 14.30 อันดับที่ 5 ระดับภาษาจีนของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ที่ HSK 1 จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 12.40 และอันดับที่ 6 ระดับภาษาจีนของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ที่ HSK 6 จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.90 (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปและระดับภาษาจีนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	18	17.10
หญิง	87	82.90
อายุ		
13-19 ปี	45	42.90
20-30 ปี	47	44.80
31-40 ปี	10	9.50
อื่นๆ (โปรดระบุ)	3	3.00
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	81	77.10
ครู/อาจารย์/พนักงานมหาวิทยาลัย	7	6.70
ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว	6	6.70
ลูกจ้างเอกชน/ พนักงานบริษัท	10	9.50
อาชีพอิสระ	1	1.00
ระยะเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเรียนภาษาจีน		
น้อยกว่า 6 เดือน	11 คน	10.50
6 เดือนถึง 1 ปี	12 คน	11.40
1-3 ปี	28 คน	26.70
3-5 ปี	23 คน	21.90
มากกว่า 5 ปี	31 คน	29.50
ระดับภาษาจีนของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ที่ HSK ระดับใด		
HSK 1	13 คน	12.40
HSK 2	15 คน	14.30
HSK 3	20 คน	19.00
HSK 4	23 คน	21.90
HSK 5	11 คน	10.50
HSK 6	2 คน	1.90
ยังไม่เคยสอบ	21 คน	20.00



การใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนในการพัฒนาทักษะและส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีน เมื่อพิจารณาแยกตามรายการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเรียนภาษาจีนจากแอปพลิเคชันยูทูบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.10 รองลงมาคือแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 60.00 และลำดับที่ 3 ได้แก่ แอปพลิเคชันอินสตาแกรม คิดเป็นร้อยละ 47.60 ลำดับที่ 4 ได้แก่ แอปพลิเคชันติ๊กต็อก คิดเป็นร้อยละ 42.90 ลำดับสุดท้าย ได้แก่ แอปพลิเคชันอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 21.00 เช่น แอปพลิเคชัน Hello Chinese HSK Online We TV WeChat (微信: Weixin) และ Little Red Book (小红书: Xiaohongshu)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้แอปพลิเคชันในการพัฒนาทักษะและส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีนจากยูทูบ ในการฝึกทักษะการฟัง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.10 รองลงมาคือแอปพลิเคชันติ๊กต็อก คิดเป็นร้อยละ 46.70 และลำดับที่ 3 ได้แก่ แอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 32.40 ลำดับสุดท้าย ได้แก่ แอปพลิเคชัน อินสตาแกรม คิดเป็นร้อยละ 21.00 ตามลำดับ ในการฝึกทักษะการพูด ผู้ตอบแบบสอบถามใช้แอปพลิเคชันในการพัฒนาทักษะและส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีนจากยูทูบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.70 รองลงมาคือแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 38.10 และลำดับที่ 3 ได้แก่ แอปพลิเคชันติ๊กต็อก คิดเป็นร้อยละ 31.40 ลำดับสุดท้าย ได้แก่ แอปพลิเคชันอินสตาแกรม คิดเป็นร้อยละ 24.80 ตามลำดับ ในการฝึกทักษะการอ่าน ผู้ตอบแบบสอบถามใช้แอปพลิเคชันในการพัฒนาทักษะและส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีนจากยูทูบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือแอปพลิเคชัน เฟซบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 58.10 และลำดับที่ 3 ได้แก่ แอปพลิเคชันอินสตาแกรม คิดเป็นร้อยละ 40.00 ลำดับสุดท้าย ได้แก่ แอปพลิเคชันติ๊กต็อก คิดเป็นร้อยละ 18.10 ตามลำดับ ในการฝึกทักษะการเขียน ผู้ตอบแบบสอบถามใช้แอปพลิเคชันในการพัฒนาทักษะและส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีนจากยูทูบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.80 รองลงมาคือแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 38.10 และลำดับที่ 3 ได้แก่ แอปพลิเคชันอินสตาแกรม คิดเป็นร้อยละ 24.80 ลำดับสุดท้าย ได้แก่ แอปพลิเคชันติ๊กต็อก คิดเป็นร้อยละ 10.50 ตามลำดับ

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนจากแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.80 รองลงมาคือ แอปพลิเคชันยูทูบ คิดเป็นร้อยละ 63.80 และลำดับที่ 3 ได้แก่ แอปพลิเคชันอินสตาแกรม คิดเป็นร้อยละ 54.50

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเรียนรู้บทสนทนาภาษาจีนจากแอปพลิเคชันยูทูบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.50 รองลงมาคือ แอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 55.20 และลำดับที่ 3 ได้แก่ แอปพลิเคชันติ๊กต็อก คิดเป็นร้อยละ 43.80

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเรียนรู้หัวข้อคำศัพท์ภาษาจีนจากแอปพลิเคชันติ๊กต็อก เฟซบุ๊ก ยูทูบ หรือ อินสตาแกรมในหัวข้อคำศัพท์พื้นฐานหรือทั่วไปที่ใช้ในชีวิตประจำวัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.50 รองลงมาคือ หัวข้อคำศัพท์จากซีรีส์หรือรายการจีน คิดเป็นร้อยละ 65.70 และลำดับที่ 3 ได้แก่ หัวข้อคำศัพท์ HSK คิดเป็นร้อยละ 52.40

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเรียนรู้หัวข้อบทสนทนาภาษาจีนจากแอปพลิเคชันติ๊กต็อก เฟซบุ๊ก ยูทูบ หรือ อินสตาแกรม ในหัวข้อบทสนทนาพื้นฐานหรือทั่วไปที่ใช้ในชีวิตประจำวัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.40 รองลงมาคือ หัวข้อบทสนทนาจากซีรีส์ คิดเป็นร้อยละ 76.20 และลำดับที่ 3 ได้แก่ หัวข้อบทสนทนาภาษาแซ่ คิดเป็นร้อยละ 57.10

พบว่า เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามติดตามแอปพลิเคชันติ๊กต็อก เฟซบุ๊ก ยูทูบ และอินสตาแกรม มากที่สุดคือมีเนื้อหาสั้น กระชับ เข้าใจง่าย ทันต่อเหตุการณ์และนำไปใช้ได้จริง คิดเป็นร้อยละ 83.80 รองลงมาคือ สามารถพัฒนา



ทักษะการฝึกฟังสำเนียงภาษาจีนและฝึกออกเสียงที่ถูกต้องได้ คิดเป็นร้อยละ 59.00 และลำดับที่ 3 ได้แก่ มีเนื้อหาที่เสริมความรู้นอกเหนือจากในชั้นเรียน เช่น คำศัพท์จากซีรีส์ วัฒนธรรมจีน เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 58.10 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ด้านการใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนในการพัฒนาทักษะและส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีน

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้เรียนภาษาจีน		
Tiktok	45	42.90
Facebook	63	60.00
Youtube	81	77.10
Instagram	50	47.60
อื่นๆ	21	21.00
ผู้ตอบแบบสอบถามใช้แอปพลิเคชัน Tiktok Facebook Youtube หรือ Instagram ในการพัฒนาทักษะและส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีนในด้านใด		
ฝึกทักษะการฟัง ผ่าน		
- Tiktok	49	46.70
- Facebook	34	32.40
- Youtube	81	77.10
- Instagram	22	21.00
ฝึกทักษะการพูด ผ่าน		
- Tiktok	33	31.40
- Facebook	40	38.10
- Youtube	69	65.70
- Instagram	26	24.80
ฝึกทักษะการอ่าน ผ่าน		
- Tiktok	19	18.10
- Facebook	61	58.10
- Youtube	63	60.00
- Instagram	42	40.00
ฝึกทักษะการเขียน ผ่าน		
- Tiktok	11	10.50
- Facebook	40	38.10
- Youtube	67	63.80
- Instagram	26	24.80



ผู้ตอบแบบสอบถามเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนจากแอปพลิเคชันใด

Tiktok	38	36.20
Facebook	68	64.80
Youtube	67	63.80
Instagram	53	54.50
อื่นๆ	18	17.90

ผู้ตอบแบบสอบถามเรียนรู้บทสนทนาภาษาจีนจากแอปพลิเคชันใด

Tiktok	46	43.80
Facebook	58	55.20
Youtube	74	70.50
Instagram	39	37.10
อื่นๆ	15	15.90

หัวข้อคำศัพท์ภาษาจีนที่ผู้ตอบแบบสอบถามเรียนรู้จากแอปพลิเคชัน Tiktok Facebook Youtube หรือ Instagram

คำศัพท์พื้นฐานหรือทั่วไปในชีวิตประจำวัน	95	90.50
คำศัพท์ HSK	55	52.40
คำศัพท์จากซีรีส์หรือรายการจีน	69	65.70
คำศัพท์ที่มักใช้ผิด	29	27.60
คำศัพท์ที่กำลังเป็นประเด็นสนใจ	34	32.40
คำศัพท์ที่ใช้ในการทำงาน	28	26.70

หัวข้อบทสนทนาภาษาจีนที่ผู้ตอบแบบสอบถามเรียนรู้จากแอปพลิเคชัน Tiktok Facebook Youtube หรือ Instagram

บทสนทนาพื้นฐานหรือทั่วไปในชีวิตประจำวัน	97	92.40
บทสนทนาจากซีรีส์	80	76.20
บทสนทนาที่ใช้ในการทำงาน	43	41.00
บทสนทนาการซื้อขายออนไลน์	22	21.00
บทสนทนาภาษาแชท	60	57.10

เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามติดตามแอปพลิเคชัน Tiktok Facebook Youtube และ Instagram

เนื้อหาสั้น กระชับ เข้าใจง่าย ทันต่อเหตุการณ์และนำไปใช้ได้จริง	88	83.80
การสอนที่สนุกสนาน เพลง ภาพประกอบที่น่าสนใจ	57	54.30
มีการท้าทาย (Challenge) ที่ท่านสามารถเข้าร่วมฝึกพูดภาษาจีนได้	35	33.30
เช่น การประชันหน้า (Duet)		
มีเนื้อหาและการนำเสนอที่สามารถกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ได้	45	42.90
มีเนื้อหาที่เสริมความรู้นอกเหนือจากในชั้นเรียน เช่น คำศัพท์จากซีรีส์	61	58.10
วัฒนธรรมจีน เป็นต้น		



สามารถพัฒนาทักษะการฝึกฟังสำเนียงภาษาจีนและฝึกออกเสียงที่ถูกต้องได้	62	59.0
สามารถพัฒนาทักษะการฟังและการพูดของท่านได้	56	53.30
สามารถพัฒนาทักษะการอ่านและการเขียนของท่านได้	44	41.90

ความพึงพอใจจากการใช้แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ในการพัฒนาและส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีนของผู้เรียนภาษาจีน โดยมีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อการใช้แอปพลิเคชันขั้นดีตก เพชบุ๊ค ยูทูบ และอินสตาแกรมในการพัฒนาและส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีนของผู้เรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และคิดว่าแอปพลิเคชันขั้นดีตก เพชบุ๊ค ยูทูบ และอินสตาแกรม ช่วยเสริมการเรียนรู้ภาษาจีนนอกห้องเรียนได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจจากการใช้แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ในการพัฒนาและส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีนของผู้เรียนภาษาจีน

รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการใช้แอปพลิเคชัน			
Tiktok Facebook Youtube และInstagram ในการพัฒนา	4.23	0.84	มาก
ทักษะและส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีน			
ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าแอปพลิเคชัน Tiktok Facebook			
Youtube และInstagram ช่วยเสริมการเรียนรู้ภาษาจีนนอก	4.41	0.81	มาก
ห้องเรียนได้			
รวม	4.32	0.82	มาก

อภิปรายผลวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาการใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนในการพัฒนาทักษะและส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีน ผู้วิจัยมีประเด็นการอภิปรายผลตามแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ดังนี้

1. ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้แอปพลิเคชันยูทูบ ในการเรียนรู้ภาษาจีนมากที่สุด โดยใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันยูทูบ ในการฝึกทักษะการฟัง การพูด การอ่านและการเขียนมากที่สุด และมีการใช้แอปพลิเคชัน Youtube ในการเรียนรู้บทสนทนาภาษาจีนมากที่สุด ซึ่งช่องยูทูบ (Youtube Channel) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามติดตาม 3 อันดับแรก คือช่องยูทูบเรียนจีนให้ได้จริง ช่องยูทูบโบโบ กวนจิน และช่องยูทูบ Zhanglaoshi ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ใช้งานไม่จำเป็นต้องสมัครสมาชิกก็สามารถเข้าดูวิดีโอต่างๆ ได้ ซึ่งง่ายต่อการเรียนรู้และฝึกทักษะทั้ง 4 ด้าน เนื้อหาช่องยูทูบที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่มีการสอนเนื้อหาด้านคำศัพท์ การออกเสียง รูปประโยคที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปวีณนุช พุ่มจิต และอังคณา เหลืองนา (2561) พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าการใช้แอปพลิเคชันยูทูบนั้นง่ายต่อการพัฒนาทักษะภาษาด้านการฟัง ไม่ว่าจะเป็นการรับชมรายการสอนภาษาจากยูทูบเบอร์ชื่อดังหลากหลายท่าน ซึ่งแพร่หลายและกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อีรนนท์



ศรวิทัศน์ และคณะ (2563) พบว่า นักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยการประยุกต์ใช้วิดีโอยูทูปร่วมกับแนวทางการสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร สามารถช่วยพัฒนาทักษะการฟังและพูดได้อยู่ในระดับมากที่สุด

2. ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้แอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก ในการเรียนรู้ภาษาจีนเป็นอันดับที่สอง โดยใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก ในการฝึกทักษะการฟังเป็นลำดับที่สาม การพูด การอ่านและการเขียนเป็นอันดับที่สอง รองจากการใช้แอปพลิเคชันยูทูป และมีการใช้แอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก ในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนมากที่สุด อาจเป็นเพราะเฟซบุ๊ก เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่เน้นสื่อสารการผ่านข้อความ การแชร์ข้อมูล ความรู้ที่อยู่นอกหลักสูตร ซึ่งเพจเฟซบุ๊ก (Facebook Page) ภาษาจีนที่มีผู้ติดตามส่วนใหญ่จะเน้นแบ่งปันเนื้อหาด้านคำศัพท์ เช่นคำศัพท์การสอบวัดระดับภาษาจีน (HSK) คำศัพท์ที่มักใช้ผิด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ หยกขาว สมหวัง (2562) พบว่า เนื้อหาที่น่าสนใจผ่าน เฟซบุ๊กและต้องการนำมาพัฒนาความรู้เกี่ยวกับภาษาจีน มากที่สุดคือ คำศัพท์ ทั้งนี้ในการเรียนการสอนด้านภาษาโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ภาษาจีนคำศัพท์เป็นหัวใจสำคัญ เช่นการจัดการสอบเพื่อวัดระดับภาษาจีน (HSK) เพจเฟซบุ๊กที่ผู้ตอบแบบสอบถามติดตาม 3 อันดับแรก คือ เพจเฟซบุ๊กเรียนจีนให้ได้จีน เพจเฟซบุ๊กปั้มภาษาจีน และเพจเฟซบุ๊ก Learn Chinese

3. ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้แอปพลิเคชันอินสตาแกรม ในการเรียนรู้ภาษาจีนเป็นอันดับที่สาม โดยใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันอินสตาแกรม ในการฝึกทักษะการฟัง การพูด เป็นอันดับสุดท้าย ทักษะการอ่าน การเขียน เป็นอันดับที่สาม และมีการใช้แอปพลิเคชันอินสตาแกรม เรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีนเป็นอันดับที่สาม ใช้แอปพลิเคชันในการเรียนรู้บทสนทนาภาษาจีนเป็นอันดับสุดท้าย ทั้งนี้เป็นเพราะอินสตาแกรม เป็นแอปพลิเคชันที่เน้นอัปโหลดรูปภาพมากกว่าวิดีโอ โดยผู้ใช้สามารถใส่คำอธิบายได้ภาพ รวมถึงแฮชแท็กที่เป็นประโยคหรือคำที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่แบ่งปัน และยังมีการแบ่งปันรูปหรือวิดีโอในแบบ Story ที่แบ่งปันได้เฉพาะวันที่บันทึกเท่านั้น ซึ่งผู้ติดตามอินสตาแกรม หากถูกใจหรือชอบรูปภาพไหนก็สามารถกดชื่นชอบ รวมไปถึงการแสดงความคิดเห็นต่อรูปภาพนั้น จากการสำรวจเนื้อหาของบัญชีอินสตาแกรม 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามติดตาม คือ Chinese lilaoshi, Poppy Yang และPumpchinese พบว่า มีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบรูปภาพที่มีการใส่เสียงบรรยายภาพ พร้อมทั้งมีการใส่คำอธิบายได้ภาพเป็นการใส่คำอ่านพินอิน (pinyin) และการยกตัวอย่างประโยคของคำศัพท์ตามภาพที่โพสต์ รวมทั้งมีการติดแฮชแท็กได้ภาพเป็นประเภทเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง เช่นคำศัพท์ในชีวิตประจำวัน สำนวนจีน และคำศัพท์ HSK เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ Jenn Herman (2014) ผ่านณกุล บุญส่ง (2561) ที่ว่าอินสตาแกรม เป็นเว็บไซต์แบ่งปันรูปภาพและวิดีโอต่างๆ โดยถูกออกแบบมาสำหรับการใช้กับโทรศัพท์มือถือ โดยมีเจตนาให้ผู้ที่ชอบถ่ายรูปบนมือถือของตน และสามารถอัปโหลดภาพได้ทันทีผ่านแอปพลิเคชันอินสตาแกรม

4. ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้แอปพลิเคชันติ๊กต็อก ในการเรียนรู้ภาษาจีนเป็นอันดับที่สี่ ทั้งนี้เป็นเพราะติ๊กต็อก ถูกสร้างขึ้นในปี ค.ศ. 2016 ซึ่งยังไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายในประเทศไทยเท่ากับยูทูป และเฟซบุ๊ก แอปพลิเคชันติ๊กต็อกเพิ่งมาได้รับความนิยมแพร่หลายในยุคที่มีการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จากผลแบบสอบถาม พบว่า มีการใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันติ๊กต็อก ในการฝึกทักษะการฟัง เป็นอันดับที่สอง รองจากยูทูป และใช้ฝึกทักษะการพูด เป็นอันดับที่สาม ฝึกทักษะการอ่านและการเขียน เป็นอันดับสุดท้าย ยังใช้ติ๊กต็อก ในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีน เป็นอันดับสุดท้าย แต่มีการใช้ติ๊กต็อก ในการเรียนรู้บทสนทนาภาษาจีน เป็นอันดับที่สาม จากการสำรวจเนื้อหาของบัญชีติ๊กต็อก 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามติดตาม คือ Poppyyang88 Attentionchinese และ



Laoshisom พบว่า มีเนื้อหาการสอนภาษาจีนเกี่ยวกับคำศัพท์ บทสนทนาในชีวิตประจำวัน ประโยคและวลี โดยมีความยาว 1 นาที และมีการทำให้ฝึกการออกเสียง ฝึกสนทนาผ่านรูปแบบการประชันหน้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุพดี ทวลอารมณ์ และคณะ (2564) ที่พบว่าดัดดกเหมาะสำหรับการนำเสนอเนื้อหาประเด็นสั้นๆ ความยาวไม่เกิน 15 วินาที เพียงครั้งละ 1 ประเด็น และ 10 บัญชีผู้ใช้งานยอดนิยม มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการสอนภาษาจีน เช่น คำศัพท์ในชีวิตประจำวัน ประโยคและวลี ไวยากรณ์ เป็นต้น

5. ผลการวิจัยยังพบว่า หัวข้อคำศัพท์ภาษาจีน 3 อันดับแรก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเรียนรู้ ผ่านแอปพลิเคชัน ดัดดก เฟซบุ๊ก ยูทูบ หรืออินสตาแกรม คือหัวข้อคำศัพท์พื้นฐานหรือทั่วไปที่ใช้ในชีวิตประจำวัน หัวข้อคำศัพท์จากซีรีส์ หรือรายการ และหัวข้อคำศัพท์ HSK สำหรับหัวข้อบทสนทนาภาษาจีน 3 อันดับแรก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเรียนรู้ผ่าน แอปพลิเคชันดัดดก เฟซบุ๊ก ยูทูบ หรืออินสตาแกรม คือหัวข้อบทสนทนาพื้นฐานหรือทั่วไปที่ใช้ในชีวิตประจำวัน หัวข้อ บทสนทนาจากซีรีส์ และหัวข้อบทสนทนาภาษาแซท ซึ่งสอดคล้องกับ Kaboocha (2016) ผ่านปวีณนุช พุ่มจิต และอังค์ วรา เหลืองนภา (2561) ที่ว่า การเลือกใช้สื่อที่ขอบสามารถช่วยพัฒนาการจดจำคำศัพท์และความหลากหลายของคำศัพท์ วลี บทสนทนาในเหตุการณ์ต่างๆ ได้เป็นอย่างดี และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุพดี ทวลอารมณ์ และคณะ (2564) พบว่าดัดดก เฟซบุ๊ก และยูทูบ ที่มีจำนวนยอดไลค์จำนวนมาก มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับคำศัพท์ในชีวิตประจำวัน วลีติดปาก วลีฮิตในโลกออนไลน์และรูปประโยคสั้นๆ ไวยากรณ์ สำนวน สุภาษิตที่มีการแปลเป็นภาษาไทย ข้อคิดคำคม ความรู้รอบตัวเน้นเนื้อหาประเภทความเข้าใจในวัฒนธรรมจีนสมัยใหม่ เทคนิคการออกเสียงและคำศัพท์ HSK

6. จากผลการวิจัยพบว่า 3 เหตุผลแรกของผู้ตอบแบบสอบถามติดตามแอปพลิเคชันดัดดก เฟซบุ๊ก ยูทูบ และ อินสตาแกรม มากที่สุดคือมีเนื้อหาสั้น กระชับ เข้าใจง่าย ทันต่อเหตุการณ์และนำไปใช้ได้จริง รองลงมาคือ สามารถพัฒนาทักษะการฝึกฟังสำเนียงภาษาจีนและฝึกออกเสียงที่ถูกต้องได้ และลำดับที่ 3 คือมีเนื้อหาที่เสริมความรู้นอกเหนือจากในชั้นเรียน เช่นคำศัพท์จากซีรีส์ วัฒนธรรมจีน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชีรนนท์ ศรีวิทัศน์ และคณะ (2020) พบว่า การประยุกต์ใช้วิดีโอบนยูทูบร่วมกับแนวทางการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารมีความน่าสนใจ สามารถช่วยพัฒนาทักษะการออกเสียงและสำเนียงภาษาอังกฤษ คำศัพท์ ไวยากรณ์ ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ตัวอย่างภาษาอังกฤษเพื่อนำไปใช้ในการติดต่อสื่อสารจริง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ หยกขาว สมหวัง (2562) ที่ว่า รูปแบบการนำเสนอผ่านเฟซบุ๊กที่ใช้ในการพัฒนาทักษะและความรู้เกี่ยวกับภาษาจีนที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบคือคลิปวิดีโอ พบว่า มีลักษณะของการนำเสนอในระยะเวลาสั้นๆ มีภาพ (ภาพที่บอกเล่าเรื่องราวและภาพคำศัพท์) เสียง (การออกเสียง) รวมถึงการนำเสนอในรูปแบบเล่าเรื่อง ในรูปแบบการนำเสนอด้วยเพลง ทำให้ผู้เรียนมีความสุข มีอารมณ์ร่วมในการติดตามเนื้อหาและอาจนำไปส่งการจดจำได้ง่ายขึ้น

7. ความพึงพอใจจากการใช้แอปพลิเคชันดัดดก เฟซบุ๊ก ยูทูบ และอินสตาแกรม บนสมาร์ตโฟนในการพัฒนา และส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีนของผู้เรียนภาษาจีน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.32 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ สมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนสามารถช่วยในการพัฒนาทักษะภาษาจีนทั้ง 4 ด้านและช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีนนอกห้องเรียน ประเภทเนื้อหาบทสนทนา ดัดดก เฟซบุ๊ก ยูทูบ และอินสตาแกรม ตรงตามความสนใจของผู้เรียนภาษาจีนด้วยตนเองหรือนั่งเรียนเสริมความรู้ในห้องเรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวศิน สุขสมบูรณ์ และคณะ (2564) ได้ศึกษาการใช้แอปพลิเคชันสำหรับการสอนภาษาจีนของครูผู้สอนภาษาจีนในช่วงความปรกติใหม่ พบว่า



ผู้สอนสามารถแนะนำเทคโนโลยีแอปพลิเคชันต่างๆ ที่เกี่ยวกับภาษาและวัฒนธรรมจีนให้แก่ผู้เรียนในการค้นหาความรู้ภาษาจีนด้วยตัวเอง และช่วยชี้แนะการเรียนรู้โลกภายนอกจากแหล่งข้อมูลที่ถูกต้อง โดยผู้สอนไม่จำเป็นต้องใช้เวลาในคาบเรียนทั้งหมดเพื่อสอนตามเนื้อหาเพียงเท่านั้น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของเสกสรร โชคเขียวชาญ (2564) ได้ศึกษาการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีน โดยการใช้แอปพลิเคชันติ๊กต็อก พบว่าผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันติ๊กต็อก ในการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีน อยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.75

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ได้แก่

1. ควรศึกษาการใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน สำหรับช่วยในการพัฒนาทักษะและส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีนให้หลากหลายขึ้น นอกเหนือจากแอปพลิเคชันติ๊กต็อก เฟซบุ๊ก ยูทูบ และอินสตาแกรมแล้ว แอปพลิเคชันที่จัดทำขึ้นจากประเทศเจ้าของภาษา อย่างประเทศจีน ยังมีแอปพลิเคชันอีกมากมายที่เป็นส่วนช่วยพัฒนาและเสริมทักษะภาษาจีนด้านต่างๆ เช่น Pleco HSK online test และDu Chinese เป็นต้น
2. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือผู้ที่เรียนภาษาจีนทั่วไปเท่านั้น ในการวิจัยต่อไป ผู้ทำวิจัยอาจขยายกลุ่มตัวอย่าง ให้เป็นกลุ่มที่กว้างขึ้น หรือละเอียดขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจน เฉพาะทาง และสามารถนำแอปพลิเคชันไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาทักษะได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
3. จากผลจากการวิจัยมีการจัดอันดับแต่ละแอปพลิเคชัน ที่มีผู้ใช้ประโยชน์ และพัฒนาทักษะด้านใดไว้ ซึ่งครูอาจารย์ นักเรียน นักศึกษา และผู้ที่สนใจเรียนรู้ภาษาจีน สามารถเลือกใช้แอปพลิเคชันที่เหมาะสมกับการพัฒนาทักษะแต่ละด้าน

บรรณานุกรม

- กชพร อนันตสานต์. (ม.ป.ป.) การตัดสินใจเลือกรับชมวิดีโอออนไลน์บนแพลตฟอร์มยูทูบ (Youtube). [ออนไลน์] สืบค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/vlt15-1/6114993618.pdf> (18 มิถุนายน 2564)
- กนกพร ศรีฐานลักษณ์. (2554) การสำรวจความพึงพอใจต่อการเรียนบทเรียนออนไลน์ ภาษาเกาหลี ภาษาจีน และ ภาษาญี่ปุ่น. [ออนไลน์] สืบค้นจาก <http://dspace.lib.buu.ac.th/xmlui/handle//2111> (25 มิถุนายน 2564)
- ชลชินี บุนนาค. (2560) การสำรวจรูปแบบการดำเนินชีวิตบนอินสตาแกรม. [ออนไลน์] สืบค้นจาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3127/3/chonchinee_bunn.pdf (3 กรกฎาคม 2564)
- ธิติมา ทองทับ. (2551) Social Networking กระแสใหม่กับความเป็นไปได้ในสังคมออนไลน์. [ออนไลน์] สืบค้นจาก <http://www.dplusmag.com> (6 กันยายน 2564)



- ธีรพันธ์ ศรีวิทัศน์, กัญณภัทร นิธิศวรรภากุล และปิยลักษณ์ อัครรัตน์. (2563). การจัดการเรียนรู้โดยการประยุกต์ใช้
วิธีโอบนุญพร้อมกับแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร เพื่อพัฒนาทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษของ
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 11(2), 220-233.
- ธนวัฒน์ วรรณประภา. (2560) สื่อสังคมออนไลน์กับการศึกษา. [ออนไลน์] สืบค้นจาก http://edu.msu.ac.th/journal/home/journal_file/316.pdf (18 กันยายน 2564)
- นฤมล บุญส่ง. (2561). สื่อสังคมกับการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21. วารสารสาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ
ศิลปะ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 11(1), 2873-2885.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). การวิจัยเบื้องต้น, พิมพ์ครั้งที่ 8 (ฉบับปรับปรุง), กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปวิณนุช พุ่มจิต และอังคณา เหลืองนภา. (2562, 19 มกราคม). การใช้แอปพลิเคชันในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ
ด้านการฟัง [เอกสารนำเสนอ]. การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาสาขามนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2, กรุงเทพฯ, ประเทศไทย.
- ยุพดี ทวลอารมณ์, จิตาภา อมรางกูร และวัชรภรณ์ เจริญสะอาด. (2564). การจัดการเรียนการสอนภาษาจีนผ่านแอป
พลิเคชันสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย
ราชภัฏอุดรธานี, 10(1), 37-52.
- รณิดา อัจฉลภ. (2562) ความพึงพอใจและพฤติกรรมการมีส่วนร่วม Challenge ในแอปพลิเคชัน Tik Tok ของผู้ใช้ที่
อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร. [ออนไลน์] สืบค้นจาก http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/4595/3/ranida_adch.pdf (25 กันยายน 2564)
- วรรณพร ฤกษ์รงค์. (2556). ผลของการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดโดยบุคคลมีชื่อเสียงผ่านอินสตาแกรมในประเทศไทย. [ออนไลน์] สืบค้นจาก <http://www.tnrr.in.th> (23 กันยายน 2564)
- วศิน สุขสมบูรณ์วงศ์, มัลลิกา ดวงภักดี และกนิษฐา มาลา. (2564). การใช้แอปพลิเคชันสำหรับการสอนภาษาจีนของ
ครูผู้สอนภาษาจีนในช่วงความปรกติใหม่ กรณีศึกษา โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
เขต 38 จังหวัดสุโขทัย. Journal of Modern Learning Development, 6(5), 179-193.
- เสกสรร โชคเขียวชาญ. (2564). การเรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีน โดยใช้แอปพลิเคชัน Tiktok. [ออนไลน์] สืบค้นจาก
https://www.kroobannok.com/board_view.php?b_id=179217&bcat_id=16 (4 มีนาคม 2565)
- หยกขาว สมหวัง. (2562). การพัฒนาทักษะทางภาษาจีนจากประโยชน์ของการใช้เฟซบุ๊กในกลุ่มนักศึกษาสาขาวิชา
ภาษาจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 8(2),
157-171.



Author (1) Information (第一作者信息)

	Name and Surname (姓名) : PHONGPAN TAVEELERTSUB
	Highest Education (最高学历) : M. A. (Teaching Chinese To Speakers of other Languages) Chongqing University, P.R. China
	University or Agency (任职院校或单位) : School of Liberal Arts, Sripatum University
	Field of Expertise (专业领域) : Teaching Chinese as a Foreign Language
	Address (地址) : 78/816 Soi Prayasurean19, Ramintra 109, Bang Chun, Khlong Sam Wa, Bangkok, 10510

Author (2) Information (第二作者信息)

	Name and Surname (姓名) : CHANTHIMA CHIRACHOSAKUL
	Highest Education (最高学历) : M. B. A. (Business Administration) Chongqing University, P. R. China
	University or Agency (任职院校或单位) : Huachiew Chalermprakiet University
	Field of Expertise (专业领域) : - Teaching Chinese as a Foreign Language - Chinese Business
	Address (地址) : Huachiew Chalermprakiet University 18/18 Debaratna Rd, Bang Chalong, Bang Phli District, Samut Prakan 10540

Author (3) Information (第三作者信息)

	Name and Surname (姓名) : MANATSANAN CHATWECHSIRI
	Highest Education (最高学历) : M. A. (Linguistics and Applied Linguistics) Shanghai Normal University, P. R. China
	University or Agency (任职院校或单位) : Huachiew Chalermprakiet University
	Field of Expertise (专业领域) : - Linguistics and Applied Linguistics - Chinese Language and Literature
	Address (地址) : Huachiew Chalermprakiet University 18/18 Debaratna Rd, Bang Chalong, Bang Phli District, Samut Prakan 10540

