# การพัฒนาคู่มือภาษาจีนเบื้องต้นสำหรับพนักงานขายรถยนต์มือสอง ในเขตเทศบาลตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

Development of a Basic Chinese Manual for Second-Hand Car Sales Representatives in Ban Du Subdistrict Municipality, Mueang Chiang Rai District, Chiang Rai Province

**สมยศ จันทร์บุญ[1] / นิรัตน์ ทองขาว[2] / สุริยา กีรตินันทิพัฒน์[3]**

**Somyos Chanboon[1] / Nirat Tongkaw[2] / Suriya Keeratinanthiphat[3]**

*[1,2,3] โปรแกรมวิชาภาษาจีน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, เชียงราย 57100, ประเทศไทย*

*[1,2,3]Chinese Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Chiang Rai Rajabhat University*

*Corresponding author. Email: somyos.cha@crru.ac.th*

Received: March 19, 2024
Revised: May 10, 2024
Accepted: May 21, 2024

## Abstract

This research aims (1) to study the problems and language needs of second-hand car salespersons in the municipality of Ban Du, Mueang District, Chiang Rai Province, (2) to develop a Chinese language manual for second-hand car salespersons in the municipality of Ban Du, Mueang District, Chiang Rai Province, and (3) to evaluate the effectiveness of the Chinese language manual for second-hand car salespersons in the municipality of Ban Du, Mueang District, Chiang Rai Province. The sample group used for data collection consists of second-hand car salespersons and Chinese language teaching experts, selected through purposive sampling. Statistical analysis includes percentages, means, and standard deviations. The research process is divided into four steps including analysis, design, development, and evaluation. The research findings indicate that second-hand car salespersons encounter communication problems in selling and servicing Chinese customers and have a need for Chinese language manuals that emphasizes vocabularies, phrases, and sentences in a work context. After using the Chinese language manual, it was found that the average scores for the second test of listening and speaking skills of second-hand car salespersons

increased with continuous practice. The satisfaction average scores for the Chinese language manual among the sample group were 4.67 and 4.71, indicating a high level of satisfaction.

**Key words:** Chinese language manual, Second-hand car, Second-hand car salespersons

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการการใช้ภาษาจีนของพนักงานขายรถยนต์มือสองในเขตเทศบาลตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย (2) เพื่อสร้างคู่มือภาษาจีนสำหรับพนักงานขายรถยนต์มือสองในเขตเทศบาลตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายและ (3) เพื่อหาประสิทธิภาพคู่มือภาษาจีนสำหรับพนักงานขายรถยนต์มือสองในเขตเทศบาลตำบลบ้านดู่ อำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลประกอบไปด้วย พนักงานขายรถยนต์มือสองและผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนภาษาจีน โดยกลุ่มตัวอย่างคัดเลือกแบบเจาะจง สถิติการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน กระบวนการวิจัยแบ่งเป็น 4 ขั้นตอน คือการวิเคราะห์ การออกแบบ การพัฒนา และการประเมินผล ผลวิจัยพบว่า พนักงานขายรถยนต์มือสองมีปัญหา การสื่อสารภาษาจีนในการขายและให้บริการแก่ลูกค้าชาวจีน และมีความต้องการคู่มือภาษาจีนฯ ในบริบทการทำงานที่เน้นฝึกใช้คำศัพท์ วลี และประโยค หลังการทดลองใช้คู่มือภาษาจีนฯ พบว่า คะแนนเฉลี่ยครั้งที่ 2 ของทักษะการฟังและการพูดของพนักงานขายรถยนต์มือสองเพิ่มขึ้นเมื่อมีการฝึกใช้อย่างต่อเนื่อง ผลการประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือภาษาจีนฯ ของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 และ 4.71 อยู่ในระดับมากที่สุด

**คำสำคัญ:** คู่มือภาษาจีน รถยนต์มือสอง พนักงานขายรถยนต์มือสอง

## บทนำ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้รายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ ประจำเดือน มกราคม-มีนาคม พ.ศ. 2566 ว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมายังประเทศไทยจำนวน 6.5 ล้านคน-ครั้ง รายได้จากการท่องเที่ยว 334,701 ล้านบาท ซึ่งนักท่องเที่ยวจีนติด 1 ใน 5 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด สืบเนื่องมาจากตลาดจีนโดยทางการจีนอนุญาตให้นักท่องเที่ยวจีนเดินทางต่างประเทศได้ ตั้งแต่วันที่ 8 มกราคม พ.ศ. 2566 เป็นต้นมา (Tourism Authority of Thailand, 2023) สอดคล้องกับวิสูตร บัวชุม ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานเชียงราย กล่าวว่า การเติบโตของนักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายในปี พ.ศ. 2566 คาดว่าจะมีการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2565 ที่มีมากกว่า 4 ล้านคน ทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมทั้งนักท่องเที่ยวจีนที่มีการเดินทางมาทางอากาศเชื่อมโยงจากกรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต และการเดินทางเข้ามาทางบกผ่านด่านพรมแดนเชียงของเพิ่มขึ้นในอนาคต และจะสามารถสร้างการเติบโตด้านการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจในภาพรวมของเชียงรายต่อไป (Chiang Rai Focus, 2023)

ภายหลังจากการประกาศเปิดประเทศอย่างเป็นทางการของจีนจะส่งผลให้เศรษฐกิจไทยขยายตัวเพิ่มขึ้น ในส่วนของภาคอุตสาหกรรมเองจะต้องเตรียมความพร้อมในการปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจ นำเทคโนโลยีมาใช้ลดต้นทุนธุรกิจเพื่อแข่งขันและเจาะตลาดจีน มีการพัฒนาสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานสากล เพื่อสร้างจุดแข็งให้แก่สินค้าไทย (Federation of Thai Industries, 2023) จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การเข้ามาของชาวจีนหลังสถานการณ์โควิดมีแนวโน้มที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ ส่งผลให้ธุรกิจต่าง ๆ เกิดความตื่นตัวในการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับกลุ่มนักธุรกิจจีน ซึ่งธุรกิจซื้อ-ขายรถมือสองเป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีโอกาสจะเติบโตสูงมาก สอดคล้องกับการคาดการณ์ยอดขายรถยนต์มือสองในปีนี้ของศูนย์วิจัยกสิกรไทยว่าอาจเติบโตประมาณ 3-5% หรือคิดเป็นยอดขายประมาณ 6-7 แสนคัน และจะทำให้แนวโน้มสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มือสองในระบบธนาคารพาณิชย์ปี 2565 มีโอกาสขยายตัวเป็นบวกที่ 5-7% จากฐานสินเชื่อประมาณ 3 แสนล้านบาท (Kasikorn Research Center, 2023) คัทชีชิ โนมูระ กรรมการผู้จัดการ บริษัท วี-กัลลิเวอร์ จำกัด ซึ่งเป็นเครือข่ายธุรกิจรถมือสองอันดับ 1 จากประเทศญี่ปุ่นที่มีความเชื่อมั่นต่อตลาดรถมือสองในภาคเหนือว่ามีศักยภาพในการเติบโตสูง ทั้งนี้เพราะจังหวัดภาคเหนือถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของประเทศไทย ซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยวจะกระตุ้นกำลังซื้อของลูกค้าภาคเหนือได้เป็นอย่างดี (Thai Franchise Center, 2015) หลังจากประเทศไทยเริ่มเปิดรับการเดินทางเข้าประเทศไทยโดยไม่ต้องกักตัว ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 เป็นต้นมา ทำให้ภาพรวมของธุรกิจรถยนต์มือสองของจังหวัดเชียงรายเป็นไปในทิศทางเชิงบวก โดยเฉพาะร้านซื้อขายรถยนต์มือสองในเขตเทศบาลตำบลบ้านดู่ จังหวัดเชียงราย ธีรวัฒน์ บุญแสง ประธานบริษัทโฟวิลออโต้คาร์ 4x4 by โยรัชดา ซึ่งเป็นผู้ประกอบการซื้อขายรถยนต์มือสองรายใหญ่ของจังหวัดเชียงราย กล่าวว่า “ตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2565 ที่ผ่านมายอดขายสูงขึ้นกว่า 30% มีชาวจีนติดต่อเข้ามาซื้อรถมือสองของทางร้านจำนวนมาก รวมถึงร้านที่เป็นพันธมิตรมีผลประกอบการเป็นที่น่าพอใจ และในไตรมาสที่ 3-4 คาดการณ์ว่าจะมียอดขายที่สูงขึ้น” (T. Bunseang, personal communication, June 6, 2023)

ถึงแม้ว่าสถานการณ์ภาพรวมของการซื้อขายรถยนต์มือสองจะค่อนข้างดี แต่หนึ่งในอุปสรรคที่ทำให้การซื้อขายติดขัดหรือเกิดปัญหา คือ “การสื่อสารภาษาจีนระหว่างพนักงานขายและลูกค้าชาวจีนหลายครั้งเป็นเพราะการสื่อสารผิดพลาดทำให้ไม่สามารถปิดการขายได้ หรือทำให้การเจรจาเกิดความล่าช้าและยุ่งยาก” (สงกรานต์ จันทราบูล, การสื่อสารส่วนบุคคล, 6 มิถุนายน 2566) “กรณีที่ลูกค้าชาวจีนพาล่ามมาด้วย ซึ่งไม่ใช่ทางร้านจัดเตรียม ทางร้านก็มิอาจทราบได้ว่าการแปลข้อมูลของล่ามจะครบถ้วนสมบูรณ์ตามความต้องการของผู้ประกอบการหรือไม่” (C. Kakheak, personal communication, June 6, 2023) ผู้ประกอบการและพนักงานขายรถยนต์มือสองต่างมีความเห็นว่า “หากมีการพัฒนาทักษะภาษาจีนเพื่อใช้ในการทำงานสำหรับพนักงานขายโดยตรงจะช่วยแก้ไขปัญหาเหล่านี้ได้ และเชื่อว่าหากสื่อสารภาษาจีนตั้งแต่กระบวนการเปิดการขายจนถึงการปิดการขายได้จะช่วยสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าทั้งด้านการให้บริการและการให้ข้อมูล” (T. Chaiseangkham, personal communication, June 6, 2566)

ผู้วิจัยยังพบว่า คู่มือหรือหนังสือเล่มเล็กเกี่ยวกับการสนทนาภาษาจีนในสายงานธุรกิจบริการในปัจจุบันส่วนมากเน้นฝึกภาษาจีนด้านอาชีพหลัก เช่น ภาษาจีนด้านการท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ การโรงแรม การนวดแพทย์แผนไทยและสปา การให้บริการในโรงพยาบาล การให้บริการในสนามบิน การให้บริการอสังหาริมทรัพย์ฯ แต่คู่มือที่มีเนื้อหาเฉพาะทางเกี่ยวกับภาษาจีนเพื่อธุรกิจการซื้อขายรถยนต์มือสองยังพบค่อนข้างน้อย ที่พบส่วนมากจะเป็นคำศัพท์ วลี ประโยคสั้น ๆ ตามสื่อออนไลน์มีเนื้อหาไม่ครอบคลุม ยังขาดการรวบรวมและเรียบเรียงที่สามารถค้นหาได้จากแหล่งเดียว สอดคล้องกับแนวคิดของ Lu Bisong (1990) ที่ว่าการศึกษาวิจัยและผลิตตำราการสอนภาษาจีนเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะด้านต่าง ๆ

เป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้สอนรวมทั้งผู้เรียนภาษาจีนเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะในแต่ละด้านด้วย

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะพัฒนาคู่มือภาษาจีนสำหรับพนักงานขายรถยนต์มือสองในเขตเทศบาลตำบลบ้านดู่ จังหวัดเชียงราย เพื่อช่วยพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาจีนเบื้องต้นที่ใช้ในการทำงานและยกระดับการให้บริการของพนักงานขายให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดลูกค้าชาวจีนในปัจจุบันและอนาคต

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการการใช้ภาษาจีนของพนักงานขายรถยนต์มือสองในเขตเทศบาลตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

2. เพื่อสร้างคู่มือภาษาจีนสำหรับพนักงานขายรถยนต์มือสองในเขตเทศบาลตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

3. เพื่อหาประสิทธิภาพคู่มือภาษาจีนสำหรับพนักงานขายรถยนต์มือสอง ในเขตเทศบาลตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

## เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาสื่อตามรูปแบบ ADDIE MODEL

Meesuwan (2018) กล่าวว่า ADDIE MODEL เป็นรูปแบบที่แสดงขบวนการหรือขั้นตอนทั่วไปที่นักออกแบบและพัฒนาสื่อการเรียนการสอนใช้เป็นแนวทางสำหรับการกำหนด อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ด้วยรูปแบบที่สามารถเรียนรู้ เข้าใจ และนำไปปฏิบัติได้ง่ายไม่ยุ่งยาก ADDIE จึงเป็นที่นิยมกันมากในการออกแบบและพัฒนาสื่อการเรียนการสอน ซึ่งมีกระบวนการหรือขั้นตอน 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย

1.1 การวิเคราะห์ (Analysis)

การวิเคราะห์ในขั้นตอนนี้นักออกแบบการเรียนการสอนหรือออกแบบสื่อการเรียนการสอนจะต้องดำเนินการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ เพื่อให้เป็นสารสนเทศที่สามารถนำไปใช้เพื่อการตัดสินใจในการดำเนินการขั้นต่อ ๆ ไปได้ประกอบด้วย

1.1.1 ทำการประเมินความต้องการ ต้องทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาจเป็นการสำรวจสอบถามสัมภาษณ์กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้ข้อมูลความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริงว่ามีสภาพปัญหาความต้องการอย่างไรสิ่งที่เกิดขึ้นในอดีตปัจจุบัน และอนาคตมีความต้องการให้เกิดอะไรขึ้นหากมองในมิติของการออกแบบ และการผลิตสื่อต้องทำการประเมินความต้องการในการใช้สื่อความสามารถในการใช้และความเป็นไปได้ในการใช้สื่อที่ผลิตขึ้นมา การประเมินความต้องการจึงเป็นขั้นตอนที่จะทำให้เข้าใจกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนและสามารถพัฒนาสื่อการเรียนการสอนได้ดีขึ้น

1.1.2 ทำการวิเคราะห์ผู้ใช้และกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลและทำการวิเคราะห์ในด้านภูมิหลัง วัฒนธรรม สภาพแวดล้อมกายภาพ จิตภาพ สังคมภาพ ลักษณะการเรียนรู้ ทักษะต่าง ๆ เช่น ทักษะด้านภาษา ทักษะด้านคอมพิวเตอร์ ทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่อ รวมทั้งทัศนะคติและความต้องการพิเศษอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้และกลุ่มเป้าหมาย

1.1.3 ทำการวิเคราะห์เทคโนโลยี ด้วยการศึกษาคุณสมบัติ ความสามารถของเทคโนโลยีในปัจจุบันสอดคล้องกับความต้องการและความเป็นไปได้ในการนำไปใช้จริงกับบริบทของกลุ่มเป้าหมาย

1.1.4 ทำการวิเคราะห์วัตถุประสงค์โดยการเขียนเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ โดยการเขียนเป้าหมายหรือวัตถุที่ต้องการให้เกิดขึ้นในการออกแบบและพัฒนาสื่อให้ชัดเจน เหมาะสม สามารถทำได้จริงมีเครื่องมือในการประเมินและสามารถวัดผลได้

1.2 การออกแบบ (Design)

เป็นขั้นตอนในการกำหนดวางแผนการผลิตในขั้นนี้การวางแผนที่ดีเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ผลิตสื่อต้องทำการศึกษาหรือนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ในขั้นตอนแรกมาเป็นข้อมูลในการออกแบบ ซึ่งจะประกอบด้วย การทำตารางขั้นตอนของการออกแบบ ซึ่งประกอบด้วย การทำตารางขั้นตอนการออกแบบแผนงานต่าง ๆ กิจกรรมที่เกิดขึ้น ระยะเวลาที่ต้องดำเนินการกำหนดแผนการพัฒนาสื่อ กำหนดทีมงานและบทบาทหน้าที่ในการพัฒนาออกแบบ ทำการออกแบบเนื้อหาออกแบบแบบทดสอบแบบฝึกหัดแบบทดสอบก่อนเรียนแบบทดสอบหลังเรียน จัดทำสตอรี่บอร์ดในการทำงาน และการจัดเตรียมกราฟิก ข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงและรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ และทำการออกแบบวิธีวัดและเกณฑ์การประเมินผล

1.3 การพัฒนา (Development)

ในขั้นของการพัฒนาจะเป็นขั้นตอนที่เกี่ยวข้องต่อเนื่องจากขั้นการออกแบบที่ผู้ผลิตต้องดำเนินการและพัฒนาสื่อการเรียนการสอนตามที่ได้ออกแบบไว้ หรือลงมือทำ ลงมือผลิตสื่อขึ้นมาเป็นต้นแบบตามที่ได้กำหนดไว้ในแผน ในขั้นนี้มักมีคำถามเสมอว่าจำเป็นหรือไม่ที่ผู้วิจัยหรือนักเทคโนโลยีการศึกษาต้องดำเนินการด้วยตนเองซึ่งหากผู้วิจัยมีความรู้ ความสามารถ และเวลาในการผลิตสื่อนั้นอยู่แล้ว ผู้วิจัยก็สามารถดำเนินการได้ด้วยตนเอง แต่บางครั้งเมื่อผลการวิเคราะห์ความต้องการสื่อหรือวิเคราะห์สื่อออกมาแล้วเป็นสื่อที่ยากเกินความสามารถของตนเองในการผลิตขึ้นมาเองได้ ผู้วิจัยหรือนักเทคโนโลยีการศึกษาได้เช่นกัน ทั้งนี้ผู้วิจัยหรือนักเทคโนโลยีการศึกษาต้องแน่ใจว่าการให้ผู้อื่น ๆ ทำขึ้นมานั้นสามารถควบคุมให้เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ได้นอกจากสื่อการเรียนการสอนแล้วในขั้นตอนของการพัฒนานี้ ผู้วิจัยหรือนักเทคโนโลยีการศึกษาจะต้องทำการสร้างแบบทดสอบแบบประเมินสามารถมอบหมายหรือจัดจ้างให้ผู้อื่นที่มีความรู้ความสามารถในสื่อนั้น ๆ ทำการพัฒนาสื่อและทำการประเมินหาคุณภาพเครื่องมือต่าง ๆ ให้เรียบร้อย เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลกระบวนการเชิงเหตุผล (Rational Approach) ที่เป็นการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ

1.4 การทดลองใช้ (Implementation)

เมื่อได้ทำการพัฒนาสื่อขึ้นมาเรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนต่อมาจะต้องมีการนำสิ่งที่พัฒนาขึ้นมานั้นไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมายและไม่ใช่กลุ่มทดลองหรือกลุ่มตัวอย่าง อาจมีคุณลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาประสิทธิภาพของสื่อการเรียนการสอนที่ออกแบบ โดยทำการประเมินกระบวนการเชิงประจักษ์ (Empirical Approach) โดยเป็นการหาประสิทธิภาพเชิงปริมาณที่เป็นตัวบ่งชี้คุณภาพของสื่อดำเนินการทดลองใช้จริงตามรูปแบบหรือแผนที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ประสิทธิภาพที่ได้จะเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการและผลลัพธ์ นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับการเตรียมสถานที่หรือสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับสื่อการเรียนการสอนนั้น ๆ การฝึกอบรมผู้ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการใช้สื่อและการรับรองสื่อการเรียนการสอน

1.5 การประเมินผล (Evaluation)

ในขั้นตอนนี้ เป็นการประเมินผลระหว่างดำเนินการและผลการสรุปของกระบวนการทั้งหมดที่ได้ดำเนินการ ทั้งผู้วิจัยเองเป็นผู้ประเมิน และผู้ใช้เป็นผู้ประเมิน เพื่อนำผลการประเมินไปจัดทำรายงานการพัฒนาหรือเป็นข้อมูลในการพัฒนาครั้งต่อไป โดยอาจใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การสังเกตหรือวิธีการอื่น ๆ ที่ผู้วิจัยเห็นเหมาะสม

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Hsiang et al. (2018) ได้ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาเอกสารประกอบการสอนภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร สำหรับธุรกิจโทรคมนาคม และการประเมินผลการนำไปใช้” ผลการวิจัยพบว่า จากการสัมภาษณ์พนักงานให้บริการหน้าร้านของ บริษัทที่ให้บริการโทรคมนาคมถึงหัวข้อต่างๆที่ต้องการใช้ภาษาจีนในการสื่อสารในการบริการ คณะผู้วิจัยจึงได้ พัฒนาเอกสารประกอบการสอนรายวิชาภาษาจีนเพื่อการสื่อสารสำหรับธุรกิจโทรคมนาคมขึ้น ซึ่งได้ดำเนินการตามหลักการในการจัดทำเอกสารประกอบการสอน โดยหลักการที่ 1 การสร้างสรรค์เนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์ชัดเจน โดยเอกสารประกอบการสอนชุดนี้มีเนื้อหาจัดทำขึ้นตามความต้องการในการใช้งานสำหรับการสื่อสารเพื่อการบริการและงานขายหน้าร้านของบริษัทที่ให้บริการโทรคมนาคม เนื้อหาในแต่ละบทมีความต่อเนื่องกันเน้นทักษะการฟังและการพูด โดยมีการกำหนดเป้าหมายให้ผู้เรียนสามารถใช้ภาษาจีนได้อย่างถูกต้อง คล่องแคล่วและเป็นไปตามมารยาทการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม หลักการที่ 2 เนื้อหามีความเป็นสากล แม้ว่าเอกสารประกอบการสอนชุดนี้จะเป็นลักษณะภาษาจีนเฉพาะด้านแต่การที่ผู้เรียนจะสามารถนำไปใช้สื่อสารได้ เอกสารจำเป็นต้องประกอบไปด้วยเนื้อหาที่มีความเป็นสากล ได้แก่ คำศัพท์ สำนวน ที่ใช้ในการสื่อสารตามบริบทจริง เพื่อให้ผู้เรียนนอกจากมีความรู้ด้านคำศัพท์เฉพาะทางแล้วยังสามารถสื่อสารภาษาจีนในบริบทต่าง ๆ ได้อีกด้วย หลักการที่ 3 คือ หลักการออกแบบ โดยออกแบบจากองค์ประกอบด้านความสามารถในการสื่อสาร ได้แก่ ความสามารถด้านไวยากรณ์หรือโครงสร้างประโยค ความสามารถในการใช้ภาษาได้ตรงตามบริบท ความสามารถในการใช้โครงสร้างพูดเพื่อสื่อความหมาย และความสามารถในการใช้ทักษะอื่น ๆ ประกอบการสื่อสาร เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำสิ่งที่เรียนไปใช้ได้จริง หลักการที่ 4 สามารถนำไปใช้ได้จริง โดยเนื้อหาในเอกสารประกอบการสอนชุดนี้ทั้งบทเรียนและแบบฝึกหัดล้วนเรียบเรียงขึ้นมาจากบริบทการใช้งานจริง ซึ่งมาจากการสัมภาษณ์พนักงานหน้าร้าน การสังเกตการณ์การบริการในร้าน เอาสาร ใบปลิวต่างๆ และข้อมูลในเว็บไซต์ทางการของบริษัทธุรกิจโทรคมนาคม

Onkhao (2023) ได้ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาการใช้ภาษาอังกฤษของผู้ประกอบการรถยนต์รับจ้างสามล้อเพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติสะพายเป้ ชุมชนสถานีรถไฟอยุธยา” ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนเอเชียแต่ยังคงใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารไม่ได้มากนัก ผู้ประกอบการมีคุณวุฒิการศึกษาไม่สูงจึงมีข้อจำกัดด้านภาษาอังกฤษ และต้องการสื่อสารมากขึ้นในเรื่องที่มีความเฉพาะ เช่น การอธิบายรายละเอียดของอัตราค่าบริการ จุดเด่นของรถตุ๊ก ๆ และสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น ผู้ประกอบการต้องการใช้ภาษาอังกฤษดังกล่าวในรูปแบบที่เป็น คำสั้น ง่าย เพราะมีเวลาจำกัด การใช้คู่มือภาษาอังกฤษที่ประกอบด้วยคำ สำนวน ประโยคที่สั้นและง่าย รวมกับการใช้อวัจนภาษา รูปภาพและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่จำเป็นในการแก้ปัญหา ผลการทดลอง พบว่า การใช้ภาษาอังกฤษตามคู่มือดังกล่าวทำให้การใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารเป็นที่เข้าใจได้รวดเร็ว และไม่เกิดปัญหาในการสื่อสาร

## วิธีดำเนินการวิจัย

**กลุ่มประชากร** พนักงานร้านขายรถยนต์มือสองในเขตเทศบาลตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำนวน 6 ร้าน รวม 31 คน ได้แก่ ร้านโฟวิลออโต้คาร์ 4X4 by โยรัชดา ร้านชาญยุทธ ยูสคาร์-รถยนต์มือสองเชียงราย ร้านแม่ยาวยูสด์คาร์ 4X4 ร้านรถยนต์มือสองเชียงราย สินทรัพย์นคร รถมือสองเชียงรายวัชระ และร้านรถมือสอง 4X4 เชียงราย

**กลุ่มตัวอย่าง** กลุ่มตัวอย่างที่ 1 คือ พนักงานขายรถยนต์มือสองเป็นผู้ตอบแบบสำรวจปัญหาและความต้องการ และเป็นผู้ร่วมพัฒนาคู่มือ ผู้ทดลองใช้คู่มือ และผู้ประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือ จำนวน 12 คน กลุ่มตัวอย่างที่ 2 คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนภาษาจีนเป็นผู้ร่วมพัฒนาคู่มือและผู้ประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือ จำนวน 3 คน กลุ่มตัวอย่างทั้งสองใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง

**วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล** (1) ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล : ข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ปัญหาและความต้องการการใช้ภาษาจีนของพนักงานขายรถยนต์มือสองฯ (2) ออกแบบคู่มือ: โครงสร้างคู่มือ หมวดหมู่เนื้อหา องค์ประกอบของเนื้อหา (5) การพัฒนาคู่มือ: การสร้างคู่มือและการตรวจสอบความถูกต้องโดยนักพัฒนาคู่มือ ผู้วิจัย และผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนภาษาจีน (6) การหาประสิทธิภาพคู่มือ: การทดลองใช้คู่มือ ติดตามผล และประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือของพนักงานขายรถยนต์มือสองฯ และผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนภาษาจีน

## ผลการวิจัย

**1. ผลการศึกษาปัญหาและความต้องการการใช้ภาษาจีนของพนักงานขายรถยนต์มือสองในเขตเทศบาลตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย**

ร้านขายรถยนต์มือสองในเขตเทศบาลตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ตั้งอยู่ในทำเลที่ดีใกล้สนามบินแม่ฟ้าหลวง เชียงราย และตั้งอยู่ไม่ไกลจากเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย ที่จะเชื่อมต่อไปยังประเทศเมียนมาร์ ประเทศลาว และประเทศจีน และเป็นพื้นที่ ๆ มีการเข้ามาใช้ชีวิต ศึกษาต่อ ท่องเที่ยว และทำธุรกิจของชาวจีนจำนวนไม่น้อย ชาวจีนที่มาใช้บริการร้านขายรถยนต์มือสองในเขตเทศบาลตำบลบ้านดู่ จังหวัดเชียงราย แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ คนจีนที่อยู่ในประเทศจีน คนจีนที่อยู่ในประเทศเมียนมาร์ คนจีนที่อยู่ในประเทศลาว และคนจีนที่อยู่ในประเทศไทย โดยเฉพาะคนจีนในจังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ และพะเยา

การเข้าถึงและรับรู้เกี่ยวกับร้านขายรถยนต์มือสองในเขตเทศบาลตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายของชาวจีน หลัก ๆ มาจากการแนะนำของเพื่อนคนไทยและคนจีนที่เคยซื้อรถยนต์มือสองไป มีบางส่วนที่เข้ามาติดต่อที่ร้านโดยตรง รถยนต์ที่ชาวจีนนิยมใช้ ได้แก่ รถยนต์มือสอง ยี่ห้อโตโยต้า ยี่ห้อมิตซูบิชิ ยี่ห้อฟอร์ด ยี่ห้อเชฟโรเลต ยี่ห้ออีซูซุ ยี่ห้อนิสสัน ยี่ห้อฮอนด้า และยี่ห้อมาสด้า โดยมีวัตถุประสงค์การใช้งาน 3 ด้าน ได้แก่ (1) เพื่อใช้ในการทำงานที่ประเทศเมียนมาร์และประเทศลาว (2) เพื่อใช้ในการทำงานในประเทศไทย และ (3) เพื่อใช้ในชีวิตประจำวันในประเทศไทย ลูกค้าชาวจีนที่มาซื้อรถยนต์มือสองส่วนใหญ่จะใช้ภาษาจีนในการสื่อสารเป็นหลัก มีใช้ภาษาอังกฤษอยู่บ้าง บางครั้งลูกค้าชาวจีนจะนำล่ามที่เป็นทั้งล่ามชาวจีนและชาวไทยมาด้วย และบางครั้งก็มาด้วยตนเอง

การสื่อสารระหว่างลูกค้าชาวจีนและพนักงานขายรถยนต์มือสองฯ ยังคงเป็นปัญหาหลักในการซื้อขายรถยนต์มือสอง ถึงแม้ว่าจะมีการใช้ภาษาอังกฤษและเครื่องมือการแปลช่วยในการสื่อสาร

แต่ก็ยังไม่บรรลุตามเป้าหมายของทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ในขณะเดียวกันพนักงานขายรถยนต์มือสองฯ ก็ไม่สามารถใช้ภาษาจีนสื่อสารกับลูกค้าชาวจีนได้ หลายครั้งทำให้เข้าใจคลาดเคลื่อน เข้าใจผิด เข้าใจไม่ตรงกัน ทำให้ไม่สามารถปิดการขายได้ หรือลูกค้าชาวจีนขาดความเชื่อมั่นต่อร้าน หรือเกิดความไม่ประทับใจต่อการบริการของพนักงานขาย และมีหลายครั้งที่ลูกค้าชาวจีนมาที่ร้านเองเพื่อต้องการดูรถหรือซื้อรถ แต่พนักงานสื่อสารภาษาจีนไม่ได้เลย หรือไม่สามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าและสุดท้ายเสียลูกค้าไป

ผู้ประกอบการและพนักงานขายรถยนต์มือสองฯ จึงมีความต้องการที่จะเรียนภาษาจีนจากหนังสือหรือคู่มือที่มีคำศัพท์ วลี และประโยคที่ไม่ซับซ้อนและสอดคล้องกับบริบทการทำงาน ตรงตามความต้องการและสามารถฝึกภาษาได้ด้วยตนเอง เพื่อแก้ไขปัญหาเรื่องการสื่อสาร ยกระดับการให้บริการแก่ลูกค้าชาวจีน และเพื่อขยายฐานลูกค้ารองรับการเข้ามาของชาวจีนที่มีแนวโน้มสูงขึ้นหลังจากสถานการณ์โควิดคลี่คลาย การฝึกทักษะการสื่อสารจะมุ่งเน้นทักษะการพูดและการฟังเป็นหลักโดยเฉพาะคำศัพท์ วลี และประโยคสำคัญที่เกี่ยวกับการให้ข้อมูลลูกค้าโดยการให้ข้อมูลทั่วไปของรถยนต์

ความต้องการด้านเนื้อหาที่พนักงานขายรถยนต์มือสองฯ ต้องการเรียนรู้และฝึกทักษะด้านการฟังและการพูด สามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกคือ ข้อมูลด้านคำศัพท์ วลี และประโยคสำคัญ กลุ่มที่สองคือ คำศัพท์และวลีเสริม

**ตารางที่ 1** ตารางแสดงข้อมูลความต้องการด้านเนื้อหาของพนักงานขายรถยนต์มือสองฯ

| คำศัพท์ วลี และประโยคสำคัญ | คำศัพท์และวลีเสริม |
|---|---|
| การกล่าวทักทาย | เครื่องดื่ม |
| การรับรองลูกค้า | ของทานเล่น |
| การให้ข้อมูลทั่วไปของรถยนต์ | ประเภทรถยนต์ |
| การให้ข้อมูลประวัติของรถยนต์ | ยี่ห้อรถยนต์ |
| การบอกราคาและส่วนลด | ชิ้นส่วนที่สำคัญ |
| การให้บริการเสริม | ตัวเลขบอกจำนวน |
| การพูดคุยตกลงราคา | ปีคริสต์ศักราช |
| การชำระเงินและทำสัญญา | สีรถยนต์ |
| การขอข้อมูลติดต่อ | สกุลเงิน |
| การกล่าวลา | ของแถม |
| | ประกันภัยรถยนต์ |
| | อัตราค่าบริการขนส่ง |
| | ช่องทางการติดต่อ |

**2. ผลการจัดทำคู่มือภาษาจีนสำหรับพนักงานขายรถยนต์มือสองในเขตเทศบาลตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย**

การออกแบบคู่มือภาษาจีนสำหรับพนักงานขายรถยนต์มือสองในเขตเทศบาลตำบลบ้านดู่ จังหวัดเชียงราย ออกแบบภายใต้ความร่วมมือระหว่างผู้วิจัยและกลุ่มตัวอย่าง มีรายเอียดดังนี้

โครงสร้างของคู่มือมี 8 ส่วน ได้แก่ ปกหน้า คำนำ สารบัญ หมวดเนื้อหา คำศัพท์ ประโยคคำศัพท์เสริม และปกหลัง เนื้อหาในคู่มือแบ่งเป็น 6 หมวด ได้แก่ หมวด 1 คือ ภาษาจีนที่ใช้ในการกล่าวทักทายการรับรองและการกล่าวลา หมวด 2 คือ ภาษาจีนที่ใช้ในการให้ข้อมูลทั่วไปของรถยนต์ หมวด 3 คือ ภาษาจีนที่ใช้ในการให้ข้อมูลประวัติรถยนต์ หมวด 4 คือ ภาษาจีนที่ใช้ในการให้ข้อมูลราคาส่วนลดและบริการเสริม หมวด 5 คือ ภาษาจีนที่ใช้ในการพูดคุยตกลงเจรจาการชำระเงินการทำสัญญา การขอข้อมูลติดต่อ และหมวด 6 คือ ข้อมูลอื่น ๆ

เนื้อหาแต่ละหมวดประกอบไปด้วย คำศัพท์ วลีและประโยคภาษาไทยและภาษาจีน คำอ่านภาษาไทย และเสียงอ่านภาษาจีน เสียงอ่านภาษาจีนมีความเร็วอยู่ในระดับปกติเหมาะสมกับการเลียนแบบของผู้ใช้คู่มือ ไฟล์เสียงอ่านภาษาจีนทั้งหมดถูกออกแบบเป็นคิวอาร์โค้ด (QR-Code) วางไว้ในจุดที่เหมาะสมกับคู่มือ คู่มือมีการเลือกองค์ประกอบศิลป์ให้เหมาะสมกับเนื้อหา เช่น สี รูปภาพ การจัดวางข้อมูล การตกแต่งอื่น ๆ

**3. ผลการหาประสิทธิภาพคู่มือภาษาจีนสำหรับพนักงานขายรถยนต์มือสองในเขตเทศบาลตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย**

3.1 ผลการทดลองใช้คู่มือภาษาจีนของพนักงานขายรถยนต์มือสองฯ

**ตารางที่ 2** ตารางแสดงผลการทดลองใช้คู่มือภาษาจีนฯ

| กลุ่มตัวอย่าง | ครั้งที่ 1 | | ครั้งที่ 2 | |
|---|---|---|---|---|
| | การฟัง | การพูด | การฟัง | การพูด |
| พนักงานคนที่ 1 | 21.25 | 15.00 | 28.50 | 21.50 |
| พนักงานคนที่ 2 | 22.50 | 19.50 | 31.50 | 27.50 |
| พนักงานคนที่ 3 | 23.25 | 21.50 | 35.50 | 28.50 |
| พนักงานคนที่ 4 | 21.00 | 16.50 | 29.50 | 22.50 |
| พนักงานคนที่ 5 | 22.50 | 19.50 | 31.00 | 28.00 |
| พนักงานคนที่ 6 | 19.50 | 12.50 | 25.00 | 20.50 |
| พนักงานคนที่ 7 | 20.50 | 15.50 | 29.00 | 21.50 |
| พนักงานคนที่ 8 | 24.50 | 22.50 | 36.00 | 29.00 |
| พนักงานคนที่ 9 | 23.50 | 21.50 | 31.50 | 30.50 |
| พนักงานคนที่ 10 | 20.50 | 16.00 | 29.50 | 22.50 |
| พนักงานคนที่ 11 | 22.50 | 20.50 | 31.00 | 28.00 |
| พนักงานคนที่ 12 | 23.50 | 22.00 | 35.50 | 31.50 |
| **ค่าเฉลี่ย** | 22.08 | 18.54 | 31.13 | 25.96 |

จากตารางที่ 2 ผู้วิจัยได้นำคู่มือมอบให้กลุ่มตัวอย่าง 12 คน โดยมีการแนะนำวิธีการใช้คู่มืออย่างละเอียดและมีการติดตามผลการใช้คู่มือรวม 2 ครั้ง พบว่า ทักษะการฟังครั้งที่ 1 มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 22.08 ทักษะการพูดครั้งที่ 1 มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 18.45 และทักษะการฟังครั้งที่ 2 มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 31.13 ทักษะการพูดครั้งที่ 2 มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 25.96 คะแนนเฉลี่ยครั้งที่ 2 ของทั้งสองทักษะเพิ่มขึ้นเมื่อมีการใช้อย่างต่อเนื่อง

3.2 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือภาษาจีนของผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนภาษาจีนและพนักงานขายรถยนต์มือสองฯ

**ตารางที่ 3** ตารางแสดงผลการประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือของผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนภาษาจีนและพนักงานขายนรถยนต์มือสองฯ

| รายการประเมิน | คะแนน | | | |
|---|---|---|---|---|
| | ผู้เชี่ยวชาญ | | พนักงานขาย | |
| | ค่า $\bar{x}$ | ค่า S.D. | ค่า $\bar{x}$ | ค่า S.D. |
| ด้านเนื้อหา | | | | |
| 1. ความสอดคล้องระหว่างเนื้อหากับวัตถุประสงค์ | 5.00 | 0.00 | 4.80 | 0.40 |
| 2. ปริมาณของเนื้อหาในแต่ละบท | 5.00 | 0.00 | 4.60 | 0.66 |
| 3. ลำดับในการนำเสนอเนื้อหา | 4.67 | 0.47 | 4.80 | 0.40 |
| ค่าเฉลี่ยด้านเนื้อหา | 4.89 | | 4.73 | |
| ด้านภาษา | | | | |
| 1. ความถูกต้องของภาษา | 4.33 | 0.47 | 4.50 | 0.50 |
| 2. ความเหมาะสมของภาษา | 3.67 | 0.47 | 4.40 | 0.49 |
| 3. ความชัดเจนของภาษาที่ใช้สื่อความหมาย | 4.67 | 0.47 | 4.50 | 0.50 |
| ค่าเฉลี่ยด้านภาษา | 4.22 | | 4.47 | |
| ด้านคุณภาพของเสียง | | | | |
| 1. ความชัดเจนของเสียง | 4.67 | 0.47 | 4.60 | 0.49 |
| 2. ความถูกต้องของเสียง | 4.67 | 0.47 | 4.60 | 0.49 |
| 3. ความเร็วของเสียง | 5.00 | 0.00 | 4.50 | 0.50 |
| ค่าเฉลี่ยด้านคุณภาพของเสียง | 4.78 | | 4.57 | |
| ด้านคุณภาพรูปเล่ม | | | | |
| 1. รูปเล่มน่าสนใจ มีความสวยงาม | 5.00 | 0.00 | 4.80 | 0.40 |
| 2. ขนาดเล่มพกพาสะดวก | 5.00 | 0.00 | 4.90 | 0.30 |
| 3. ขนาดตัวอักษรอ่านสะดวก | 5.00 | 0.00 | 4.80 | 0.40 |
| ค่าเฉลี่ยด้านคุณภาพรูปเล่ม | 5.00 | | 4.83 | |
| ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ | | | | |
| 1. คู่มือช่วยแก้ไขปัญหาการสื่อสารภาษาจีน | 4.67 | 0.47 | 4.90 | 0.30 |
| 2. คู่มือส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีนด้วยตนเอง | 4.67 | 0.47 | 4.50 | 0.50 |
| 3. คู่มือสามารถพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาจีน | 4.67 | 0.47 | 4.80 | 0.40 |
| ค่าเฉลี่ยด้านการนำไปใช้ประโยชน์ | 4.67 | | 4.73 | |
| **ค่าเฉลี่ยรวมทั้ง 5 ด้าน** | **4.71** | | **4.67** | |

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการพัฒนาคู่มือภาษาจีนสำหรับพนักงานขายรถยนต์มือสองฯ ของผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนภาษาจีนและพนักงานขายรถยนต์มือสองทั้งหมด มีค่าเฉลี่ยเป็น 4.71 และ 4.67 อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อแยกผลการประเมินเป็นรายด้าน มีผลการประเมินดังนี้ (1) ผลการประเมินด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 4.89 และ 4.73 อยู่ในระดับมากที่สุด (2) ผลการประเมินด้านภาษา มีค่าเฉลี่ย 4.22 และ 4.47 อยู่ในระดับมาก (3) ผลการประเมินด้านคุณภาพของเสียง มีค่าเฉลี่ย 4.78 และ 4.57 อยู่ในระดับมากที่สุด (4) ผลการประเมินด้านคุณภาพรูปเล่ม มีค่าเฉลี่ย 5.00 และ 4.83 อยู่ในระดับมากที่สุด และ (5) ผลการประเมินด้านการนำไปใช้ประโยชน์ มีค่าเฉลี่ย 4.67 และ 4.73 อยู่ในระดับมากที่สุด

## อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้พัฒนา“คู่มือฝึกภาษาจีนสำหรับพนักงานขายรถยนต์มือสอง” โดยมีกระบวนการ 3 ขั้นตอน ประกอบไปด้วย การวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของผู้ใช้คู่มือ การออกแบบคู่มือให้สอดคล้องกับบริบทการทำงานของผู้ใช้คู่มือ และการพัฒนาคู่มือเพื่อแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้คู่มือ มีรายละเอียดดังนี้

การวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้คู่มือ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ปัญหาการสื่อสารระหว่างพนักงานขายรถยนต์มือสองฯกับลูกค้าชาวจีน สอดคล้องกับ Meesuwan (2018) ที่กล่าวว่า การวิเคราะห์ผู้ใช้และกลุ่มเป้าหมายมีความสำคัญและจำเป็นต่อการพัฒนาสื่อการเรียนการสอน ด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและทำการวิเคราะห์ในด้านภูมิหลัง วัฒนธรรม สภาพแวดล้อมกายภาพ จิตภาพ สังคมภาพ ลักษณะการเรียนรู้ ทักษะต่าง ๆ เช่น ทักษะด้านภาษา และได้รวบรวม เรียบเรียง ความต้องการด้านเนื้อหาภาษาจีนด้านการขายรถยนต์มือสองโดยเฉพาะ ที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อการทำงานของพนักงานขายรถยนต์มือสองผ่านการสอบถามและการสัมภาษณ์ สอดคล้องกับแนวคิดของ Hutchinson Tand Waters (1987) ที่ว่าการสอนภาษาเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะนั้น คำศัพท์ รูปประโยค บทเรียนที่สอดคล้องกับสถานการณ์เฉพาะโดยมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาให้ผู้เรียนมีความสามารถทางภาษาเพื่อนำไปใช้ในอาชีพเฉพาะหรือแวดวงวิชาการเฉพาะทางของผู้เรียน โดยเนื้อหาเรียบเรียงและรวบรวม เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบคู่มือ

การออกแบบคู่มือให้สอดคล้องกับบริบทการทำงานของผู้ใช้คู่มือ ผู้วิจัยได้ออกแบบคู่มือโดยเน้นเนื้อหาที่ครอบคลุมบริบทการทำงานด้านการขายรถยนต์มือสอง ทั้งก่อนการขาย ระหว่างการขาย และหลังการขาย ซึ่งประกอบด้วย คำศัพท์ วลี ประโยคที่มีความกระชับและง่าย พร้อมไฟล์เสียงเพื่อใช้ในการฝึกทักษะการฟังและการพูด คู่มือเลือกสีและรูปภาพเพื่อสร้างความน่าสนใจแก่ผู้ใช้คู่มือ สอดคล้องกับ Onkhao (2023) ที่กล่าวว่า คู่มือภาษาอังกฤษที่ประกอบด้วยคำ สำนวน ประโยคที่สั้นและง่าย รูปภาพและสีสันที่สวยงาม ตัวอักษรที่ดูง่าย ทำให้การใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารเป็นที่เข้าใจได้รวดเร็ว และไม่เกิดปัญหาในการสื่อสาร ยังสอดคล้องกับ Hsiang et al. (2561) ที่กล่าวว่า เอกสารประกอบการสอนเรื่อง ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร สำหรับธุรกิจโทรคมนาคม เป็นลักษณะภาษาจีนเฉพาะด้านแต่การที่ผู้เรียนจะสามารถนำไปใช้สื่อสารได้ เอกสารจำเป็นต้องประกอบไปด้วยเนื้อหาที่มีความเป็นสากล ได้แก่ คำศัพท์ สำนวน ที่ใช้ในการสื่อสารตามบริบทจริง

ผู้วิจัยเห็นว่า พนักงานขายรถยนต์มือสองฯจะสามารถฝึกภาษาจีนผ่านคู่มือฝึกภาษาจีนสำหรับพนักงานขายรถยนต์มือสองฯนี้ได้ เพราะเป็นผู้บรรลุนิติภาวะหรือเป็นผู้ใหญ่ช่วงวัยทำงาน จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีประสบการณ์การทำงานโดยตรง มีความต้องการและเป้าหมายในการเรียนภาษาจีน สอดคล้องกับ แนวคิดของ Chonpracha (2014) ที่กล่าวว่าการจัดการเรียนการสอนสำหรับผู้ใหญ่

จึงต้องตอบสนองธรรมชาติของผู้ใหญ่ โดยสิ่งที่เป็นลักษณะเด่นของผู้เรียนที่เป็นผู้ใหญ่ ที่จะช่วยให้เกิดการเรียนรู้ได้สมบูรณ์มี 4 ประการ คือ (1) มโนทัศน์ของผู้เรียน ผู้ใหญ่จะมองเห็นตนเอง และนำตนเองได้ รู้จักเหตุและผล และสามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเอง (2) ประสบการณ์ของผู้เรียน ผู้ใหญ่มีประสบการณ์สามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ยิ่งอายุมากขึ้นก็ยิ่งมีประสบการณ์มาก (3) ความพร้อมที่จะเรียน ผู้ใหญ่จะมีวุฒิภาวะและเกิดความพร้อมในการเรียนรู้และจะเรียนรู้ได้ดีที่สุดถ้าเรื่องที่เรียนรู้เป็นประโยชน์ต่อตนเอง และมีความจำเป็นต้องรู้ และ (4) แนวทางการเรียนรู้ผู้ใหญ่จะยึดตนเองเป็นศูนย์กลางในการเรียนรู้และมุ่งนำ ความรู้ไปใช้ได้ในทันที

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือของผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนภาษาจีน พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมด้านเนื้อหา เท่ากับ 4.22 ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยน้อยสุดเมื่อเทียบกับด้านอื่น ๆ เป็นการสะท้อนให้เห็นความกังวลบางอย่างของผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนภาษาจีนที่มีต่อเนื้อหาในคู่มือฝึกภาษาจีนสำหรับพนักงานขายรถยนต์มือสองเล่มนี้ ผู้วิจัยมองว่า คู่มือฝึกภาษาจีนที่ได้จากการวิจัยนี้ เนื้อหาภาษาจีนเป็นเนื้อที่มีวัตถุประสงค์เฉพาะ ที่นอกจากจะมีภาษาจีนทั่วไปแล้ว ยังมีภาษาจีนเฉพาะด้าน จึงทำให้มีคำศัพท์ วลี หรือรูปแบบประโยคที่ยากกว่าหลักการเรียนรู้ภาษาจีนของผู้เรียนทั่วไป แต่คำศัพท์ วลีและประโยคเหล่านั้นมีความจำเป็นที่ต้องเรียนรู้เลยตั้งแต่เริ่มเรียนภาษาจีน และเพื่ออำนวยความสะดวกในการฝึกภาษาจีนแก่ผู้เรียน ในคู่มือจึงทำคำอ่านภาษาไทยและไฟล์เสียงคำอ่านภาษาจีนในรูปแบบคิวอาร์โคดไว้ในคู่มือฯ




**ภาพที่ 1** คู่มือภาษาจีนเบื้องต้นสำหรับพนักงานขายรถยนต์มือสองในเขตเทศบาลตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
**ที่มา:** https://shorturl.asia/DS2Bf

## ข้อเสนอแนะการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นในการพัฒนาคู่มือภาษาจีนสำหรับพนักงานขายรถยนต์มือสองฯ โดยกำหนดพื้นที่วิจัยเป็นร้านขายรถยนต์มือสองในเทศบาลตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายเพียงอย่างเดียว อาจจะทำให้ได้ข้อมูลที่ไม่ครบถ้วน ในการพัฒนาคู่มือครั้งต่อไปอาจขยายพื้นที่วิจัยและกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากขึ้น และสามารถนำข้อมูลไปพัฒนาต่อยอดเป็นสื่อการเรียนรู้ภาษาจีนในรูปแบบแอปพลิเคชัน (Application) ที่ใช้ผ่านสมาร์ตโฟน (Smart phone) เพื่อความสะดวกต่อการเรียนรู้และการนำไปใช้ประโยชน์ในวงกว้าง

**กิตติกรรมประกาศ**

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ประจำปีงบประมาณ 2567 สัญญาเลขที่ 1/2567

## References

Chiang Rai Focus. (January 25, 2023). **Chiang Rai warmly welcomes Chinese tourists traveling to Thailand by car through Chiang Khong border checkpoint.** https://www.chiangraifocus.com/18074

Chonpracha, S. (2014). Learning Theory for adults: What teachers teach adults need to learn. **Journal of Education Faculty of Education Prince of Songkhla University Pattani Campus, 25**(2), 13-23.

Federation of Thai Industries. (February 2, 2023). **FTI assesses "China opens up the country" to promote Thai economic expansion.** https://fti.or.th

Huang, H.Y., Panyaamornwat, T. & Sutthithanakun, A. (2018). The Development and Evaluation of mandarin Teaching Material for Telecommunications Business. **Panyapiwat Journal, 10** (2), 253 - 263.

Hutchinson Tand Waters, A. (1987). **English for specific purposes : A learningcentered approach.** Cambridge: Cambridge University Press.

Kasikorn Research Center. (June 17, 2023). **Used car leasing trends in 2022. Sales growth limits price opportunities for market sales decline.** https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/financial/Pages/used-car-y3975.aspx

Lu Bisong. (1990). **Overview of the development of teaching Chinese as a foreign language.** Beijing: Beijing Language and Culture University Press.

Meesuwan, W. (2018). **Research in educational technology.** Phitsanulok: Naresuan University.

Onkhao, J. (2023). The Development of Tuk-Tuk Drivers' English for Communicating with International Backpackers at Ayutthaya Railway Station Community. **Parichart Journal, 36** (1), 108-125.

Thai Franchise Center. (February 4, 2015). **V-Gulliver added 2 franchises.** https://www.thaifranchisecenter.com/info/show.php?etID=3281

Tourism Authority of Thailand. (June 4, 2023). **A Summary of the International Tourism Market (January to March, 2023).** https://tatreviewmagazine.com/article/inter-q2-2023