



รายงานการวิจัย

การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการค้าสำหรับผู้ประกอบการ
โอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

The Development of English for Trading Skills of OTOP

Operators in Phetchabun

วันวิสาข์ หมั่นจง

สาขาภาษาอังกฤษธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ประจำปีงบประมาณ 2560

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการค้าสำหรับผู้ประกอบการ โอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

The Development of English for Trading Skills of OTOP Operators in Phetchabun

วันวิสาข์ หมั่นจง

สาขาภาษาอังกฤษธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ทุนอุดหนุนงานวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชนและท้องถิ่น
งบประมาณแผ่นดิน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560

ชื่องานวิจัย	การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการค้าสำหรับผู้ประกอบการ โอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์
ผู้วิจัย	จังหวัดเพชรบูรณ์ วันวิสาข์ หมั่นจง
สาขาวิชา	ภาษาอังกฤษธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ 2560

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อ 1) เพื่อศึกษาการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ 2) เพื่อศึกษาสภาพปัญหา และอุปสรรคในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ และ 3) เพื่อพัฒนารูปแบบประโยคภาษาอังกฤษเพื่อการค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ ผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในอำเภอหล่มเก่า อำเภอหล่มสัก และอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามเพื่อศึกษาการใช้ ปัญหา ในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ สำหรับผู้ประกอบการโอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยวิเคราะห์ ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าร้อยละ (Percentage) ผลการวิจัยพบว่า

1) ผู้ประกอบการโอท็อปส่วนใหญ่ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารกับชาวต่างชาติในการซื้อขายสินค้า โดยมีช่องทางในการสินค้าในงานประจำปีมากที่สุด รองลงมาคือการจำหน่ายสินค้า ร่วมกับการจัดงานแสดงสินค้าที่จัดโดยภาครัฐและเอกชน และประเภทของลูกค้านั้นมีทั้งคนไทย และชาวต่างชาติ

2) ผู้ประกอบการ โอท็อป มีปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเพื่อการซื้อขายสินค้าในเรื่องของความเข้าใจคำศัพท์มากที่สุด รองลงมาคือการเรียบเรียงประโยคเพื่อพูดได้ตอบกับชาวต่างชาติ และการฟังเพื่อจับใจความจากสำเนียงของชาวต่างชาติ ตามลำดับ

3) ผู้ประกอบการ โอท็อป มีการใช้รูปแบบประโยชน์ในการสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติ คือ การถามราคาสินค้า การต่อรองราคาสินค้า การบอกที่มาและเรื่องราวของสินค้า การประประโยชน์ หรือสรรพคุณของสินค้า การอธิบายรสชาติของสินค้าและผลิตภัณฑ์ การเสนอสินค้าให้ลูกค้า การอธิบายวิธีการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ การอธิบายลักษณะของสินค้าและผลิตภัณฑ์ การรับ order สินค้าและผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ ภาษาอังกฤษเพื่อการค้า ผู้ประกอบการ โอท็อป จังหวัดเพชรบูรณ์

Research Title	The Development of English for Trading Skills of OTOP Operators in Phetchabun
Author	Wanwisa Meunchong
Program	Business English Phetchabun Rajabhat University 2017

Abstract

This research aims to 1) study the use of English for trading of OTOP operators in Phetchabun 2) investigate problems in using English for trading of OTOP operators in Phetchabun 3) to develop English for trading sentence patterns of OTOP operators in Phetchabun. The sample of fifty staffs were drawn from three district in Phetchabun province; Muang, Lomkao, Lomsak by using specific random sampling method. Data was collected by questionnaire and interview form and analyzed using percentage and content analysis.

The findings were:

1) Most OTOP operators use English language to communicate with the foreigners for selling products via different market channels; annual fairs, product exhibition of government and private organizations respectively.

2) The OTOP operators face problems of using English to communicate with the foreigners in the insufficient vocabularies, lack of the knowledge to construct English sentences, and lack of understanding in foreigners' accent, respectively.

3) The sentence patterns are used by OTOP operators to communicate with the foreigners including asking prices, negotiating, explaining the story of products, describing benefit of products, explaining the taste of products, offering product to customers, explaining the manufacture process of product, describing product feature, and ordering.

Keywords: English for Trading, OTOP operators, Phetchabun

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ที่ให้ทุนสนับสนุนงานวิจัยเรื่องนี้ ซึ่งแม้ว่าจะเป็นงานวิจัยพื้นฐาน แต่ก็สามารถนำไปใช้บูรณาการกับการเรียนการสอน และการบริการวิชาการ เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน หรือนำไปให้ชุมชนใช้เป็นแนวทางในการทำแผนพัฒนาศักยภาพบุคลากรในหน่วยงานได้ในระดับหนึ่ง

ขอขอบคุณหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชนในเขตอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการให้ข้อมูล เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว และให้ข้อมูลที่เพียงพอสำหรับสรุปเป็นผลการวิจัย

ขอขอบคุณผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจคุณภาพเครื่องมือ และเจ้าหน้าที่ของสถาบันวิจัย และพัฒนาทุกท่าน ที่อำนวยความสะดวกในการจัดทำเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนิน การวิจัย และขอขอบคุณเจ้าของเอกสาร ตำรา และงานวิจัย ที่ผู้วิจัยใช้อ้างอิงในงานวิจัยครั้งนี้

สุดท้ายขอขอบคุณ บิดา มารดา เพื่อน พี่น้อง ที่ให้การสนับสนุนเกื้อกูลช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้ตลอดมา จนทำให้การดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

วันวิสาข หนึ่งจ

31 สิงหาคม 2561

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	2
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	2
1.5 ประโยชน์ของการวิจัย.....	3
บทที่ 2 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	4
2.2 แนวทางการพัฒนาโอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์.....	7
2.3 การพัฒนาผู้เรียนตามแนวการสอนภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ.....	9
2.4 การพัฒนาการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร.....	14
2.5 การพัฒนาทักษะการพูด.....	18
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	21
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 ขั้นตอนการวิจัย.....	25
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	26
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล.....	26
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	26
3.5 การวิเคราะห์ และการนำเสนอข้อมูล.....	26
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	27
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	30
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย.....	31
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	34
5.4 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้.....	34
5.5 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	34

บรรณานุกรม.....	35
ภาคผนวก.....	38
ภาคผนวก ก	
- แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เพื่อศึกษาการใช้	
ปัญหา และอุปสรรคในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการค้า	
ของผู้ประกอบการ โอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์.....	39
- ตัวอย่างผลิตภัณฑ์โอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์.....	45
ประวัติผู้วิจัย.....	49

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางแสดงช่องทางในการขายสินค้า	
ของผู้ประกอบการโอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์	8
ตารางแสดงประเภทของสินค้าที่มาซื้อสินค้า.....	9
ตารางแสดงการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการซื้อขายสินค้า.....	9
ตารางแสดงความรู้ในการใช้ภาษาอังกฤษในการขายสินค้าโอท็อป.....	9

(๗)

สารบัญภาพ

หน้า

แผนภาพแสดงมูลค่าขายสินค้า OTOP	
ของกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 ปีงบประมาณ พ.ศ.2558	8

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความสำคัญของภาษาอังกฤษภาษาอังกฤษได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตของคนไทย และคนทั่วโลกไปแล้ว มนุษยชาติทุกวันนี้สื่อสารกันด้วยภาษาอังกฤษ ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสารกันโดยตรง การใช้อินเทอร์เน็ต การดูทีวี การดูภาพยนตร์ การเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์หนังสือคู่มือทางด้านวิชาการต่างๆ ฯลฯ บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาออกมาในปัจจุบัน ถ้ามีความรู้ภาษาอังกฤษทั้งพูดและเขียนเสริมเข้าไปด้วยอีก โอกาสที่จะหางานก็จะไม่จำกัดแค่ในประเทศไทย เท่านั้น

ในภาวะปัจจุบันที่อิทธิพลของโลกาภิวัตน์ยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่องและยังจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ นั้นการเรียนรู้ภาษาของประเทศอื่นย่อมได้เปรียบในการทำกิจการต่างๆ เพราะคงไม่มีใครจะติดต่อสื่อสารและรู้เรื่องได้ดีเท่ากับการพูดภาษาเดียวกัน เคยมีเรื่องเล่ากันเล่นว่าประเทศไทยที่ค้าขายสิงคโปร์ มาเลย์ฮ่องกง ไต้หวัน ไม่ได้ก็เพราะว่ามาติดต่อกับประเทศไทยแล้วสื่อสารกันยังไม่ชัดเจนจึงต้องผ่านตัวแทนที่รู้ภาษาดีกว่าเช่นสิงคโปร์ มาเลย์ ฮ่องกง ไต้หวัน หรือแม้แต่ฟิลิปปิน ก็ตาม ซึ่งเราจะเห็นว่าประเทศเหล่านั้นล้วนแล้วแต่ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษาที่อาจคิดได้ว่าเป็นภาษาสากลหลายประเทศประกาศ ให้เป็นภาษาราชการอีกภาษาหนึ่งนอกจากภาษาของตัวเอง

OTOP เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมทางการค้าของชุมชนของประชาชนในจังหวัดเพชรบูรณ์ ที่ทำกันมาเป็นเวลาหลายปี มีการนำสินค้าไปจัดแสดงในหลายๆ ครั้งเพื่อให้เป็นที่รู้จักของชาวโลก ซึ่งในแต่ละครั้งคนที่แวะเข้ามาเยี่ยมชมก็มาจากหลายๆ ที่ ทั่วโลก แต่โดยส่วนใหญ่แล้วคนขายสินค้ามักจะสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษไม่ได้ เนื่องจากประเทศไทยไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่ แต่ถ้าคนเหล่านี้ได้รับการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษอย่างจริงจัง ก็จะช่วยยกระดับคุณภาพสินค้า และช่วยเพิ่มยอดขายสินค้าได้ เนื่องจากการสื่อสารกันเข้าใจมากขึ้น ประกอบด้วยการเข้ามามีบทบาทของเทคโนโลยีสมัยใหม่ ไม่ว่าจะเป็นอินเทอร์เน็ต หรือโทรศัพท์มือถือ จึงทำให้สิ่งเหล่านี้น่าจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยให้สามารถพัฒนาภาษาอังกฤษด้วยตนเองได้

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้ให้ความสนใจที่จะพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป(OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ และคาดว่าผลจากการศึกษาที่ได้จากการวิจัยจะเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายเชิงวิชาการด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ และเกิดการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและส่งเสริมรายได้ให้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

1.2.2 เพื่อศึกษาสภาพปัญหา และอุปสรรคในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

1.2.3 เพื่อพัฒนารูปแบบประโยคภาษาอังกฤษเพื่อการค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่

ศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในอำเภอหล่มเก่า อำเภอหล่มสัก และอำเภอเมืองเพชรบูรณ์

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร

ประชากรที่ศึกษาวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในอำเภอหล่มเก่า อำเภอหล่มสัก และอำเภอเมืองเพชรบูรณ์

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในอำเภอหล่มเก่า อำเภอหล่มสัก และอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ จำนวน 50 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Specific Random Sampling)

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

ทักษะภาษาอังกฤษ หมายถึง ทักษะภาษาอังกฤษ ฟัง พูด อ่าน เขียน ที่ใช้ในการค้า

ภาษาอังกฤษเพื่อการค้า หมายถึง ภาษาอังกฤษที่ใช้ในการค้าทั้งการติดต่อสื่อสารด้วยวาจา และตัวอักษร

การพัฒนาทักษะ หมายถึง ให้ความรู้ในการใช้ทักษะภาษาอังกฤษ ฟัง พูด เพื่อการค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

1.5 ประโยชน์ของการวิจัย

1. ผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ได้รูปแบบประโยชน์ที่สามารถนำไปใช้ในการขายผลิตภัณฑ์ของตนเองให้แก่ชาวต่างชาติได้
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปจัดทำแผนพัฒนาการดำเนินงานในเชิงนโยบายและเชิงวิชาการได้

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambol One Product: OTOP)

โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (One Tambol One Product: OTOP) เป็นนโยบายของรัฐบาลในการดำเนินโครงการเพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนเข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้จัดการนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาพัฒนาสร้างมูลค่าเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพในการดำเนินงานตามนโยบาย “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อาศัยแนวทางการพัฒนาท้องถิ่นโดยประชาชนมีส่วนร่วมโดยการพึ่งพาตนเอง เป็นแนวคิดที่เน้นขบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในหมู่บ้านหรือตำบล แนวคิดนี้สนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่นสร้างผลิตภัณฑ์ (Product) และตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์นี้โดยเฉพาะ แนวทางการพัฒนาท้องถิ่นนี้ เป็นการสื่อสารวัฒนธรรมที่ดีงามให้คงอยู่ เป็นแนวคิดที่จะต้องให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ (หลัก) 1 ประเภท เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบเป็นทรัพยากรท้องถิ่นนั้นๆ ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นฐานไปสู่เมืองใหญ่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชน เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 (กิตติ ลิ้มสกุล, 2544: 1)

ดังนั้นกระทรวงอุตสาหกรรมจึงได้ให้ความหมายของ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อใช้เป็นสื่อกลางและเป็นแนวทางในการปฏิบัติไว้ดังนี้ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือหนึ่งตำบล มีหนึ่งผลิตภัณฑ์เด่น หรือหนึ่งตำบล มีหนึ่งประเพณี วัฒนธรรมล้ำลึก หรือหนึ่งตำบล มีหนึ่งกีฬาเลิศ หรือหนึ่งตำบล มีหนึ่งแหล่งท่องเที่ยวเด่น หรือหนึ่งตำบล มีหนึ่งบทกวี แสดงดนตรี บทเพลง เป็นต้น ซึ่งในหนึ่งตำบลมีได้หลายผลิตภัณฑ์ แต่อย่างน้อยมีหนึ่งผลิตภัณฑ์เด่นเป็นผลิตภัณฑ์หลัก และหนึ่งผลิตภัณฑ์หลักอาจผลิตโดยเครือข่ายของหลายหมู่บ้านขึ้นอยู่กับทรัพยากรธรรมชาติของท้องถิ่นและกระบวนการในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ โดยมีกิจกรรมทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีด้านการผลิตเข้ามาเกี่ยวข้อง (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2546, หน้า ๕)

คณะกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (2545:3-6) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ว่าเป็นแนวคิดที่เน้นขบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้าน หรือตำบล แนวคิดนี้สนับสนุน และส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ (Product) โดยมีกิจกรรมการคิดค้น และพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางด้านการผลิตให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับและต้องการของตลาดสากล โดยท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งตนเอง (Self-reliance) เป็นหลัก ดังนั้นผู้เกี่ยวข้องในขบวนการนี้

จำเป็นต้องอุทิศพลังงาน (Energy) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และความปรารถนา (Desire) ที่จะใช้ทรัพยากรที่หาพบในท้องถิ่นเป็นหลัก เพื่อที่จะเกิดการสร้างงานสร้างรายได้ และนำไปสู่เป้าหมายของการกินดีอยู่ดี คุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน แสวงหารากฐานที่สำคัญของประเทศ นอกจากนี้เป็นการสืบสานวัฒนธรรมที่ดีงามของท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป สร้างความภาคภูมิใจให้กับคนรุ่นต่อไป และวางรากฐานที่สำคัญของประเทศ และสังคมไทย

นอกจากนี้ เป็นแนวที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ (หลัก) 1 ประเภท เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นไปสู่เมืองใหญ่ ซึ่งถือได้ว่าเป็น การสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้น เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และเป็นเครื่องมือที่กระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของประชาชน เกิดการดำเนินงานพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง นับเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่อาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยพัฒนา (Unit of Development)

ผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิดรวมถึง การบริการดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็น ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมีจุดเด่นจุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศ และทั่วโลก

ดังนั้น “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” จึงเป็นแนวทางการส่งเสริม และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ โดยมีกิจกรรมทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทาง การผลิต ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาชนบท และสร้างความเจริญให้แก่ชุมชน สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็น สินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นจุดขาย และสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศ และทั่วโลก

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแนวทางอันหนึ่งที่จะสร้างความเจริญให้แก่ชุมชน และสามารถยกระดับความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้นได้ โดยการผลิตหรือการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และจุดขาย สอดคล้องกับวัฒนธรรมใน แต่ละท้องถิ่นเพื่อให้รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก โดยโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นี้มี หลักการพื้นฐาน 3 ประการ (ที่มา [http://www.thaitambon.com/tambon/totoprovprodt .asp?ProCode=2](http://www.thaitambon.com/tambon/totoprovprodt.asp?ProCode=2) สืบค้นเมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2560) คือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local yet Global) ผลิตภัณฑ์และบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. การพึ่งพาตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance–Creativity) สร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่นคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้สิ่งที่ดีที่สุด เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนไม่ซ้ำแบบกันและเป็นที่ยอมรับทั่วไป
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) สร้างบุคลากรที่มีความคิดกว้างไกลมีความรู้ ทักษะความสามารถในการผลิตและบริการมีจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์

หลักการดังกล่าวเน้นการพึ่งตนเองของชุมชน โดยภาครัฐเป็นเพียงผู้ให้การสนับสนุนด้านความรู้ เทคโนโลยีที่จะพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ตลอดจนด้านการประชาสัมพันธ์ และช่องทางการจำหน่ายสินค้าสู่ตลาดต่างๆ เพื่อไปสู่เป้าหมายหลัก 3 ประการ ได้แก่ มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์คุณภาพระดับสากล มีเอกลักษณ์เป็นที่ลือชื่อเพียงหนึ่งเดียว และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และปรับปรุงเทคโนโลยี

2.1.1 วัตถุประสงค์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน ดังนี้

1. สร้างงาน สร้างรายได้ แก่ชุมชน
2. สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน ให้สามารถคิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น
3. ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น
4. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
5. เพื่อดำเนินการสนับสนุนการพัฒนาสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดในแต่ละระดับ
6. เพื่อให้เกิดเครือข่ายบริหารระบบการเชื่อมโยงแหล่งผลิตให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับศักยภาพการผลิตตามห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain)สู่การตลาดในแต่ละระดับ
7. เพื่อให้เครือข่ายบริหารการเชื่อมโยงศูนย์กระจายสินค้า และหรือแหล่งจำหน่ายสินค้าภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในปัจจุบันและที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

2.1.2 ประเภทผลิตภัณฑ์ OTOP ที่คัดสรร (Product Classification) แบ่งเป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. ประเภทอาหาร หมายถึง ผลผลิตทางการเกษตรที่บริโภค เช่น พืชผัก ผลไม้ เป็นต้น และผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ทั้งอาหารแปรรูปที่พร้อมบริโภค หรืออาหารแปรรูปกึ่งสำเร็จรูป รวมถึงอาหารแปรรูปที่ใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น น้ำพริก เป็นต้น
 2. ประเภทเครื่องดื่ม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เช่น สุรา แซ่ สุรากลั่น เป็นต้น และไม่มีแอลกอฮอล์ รวมถึงผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่พร้อมดื่ม ผลิตภัณฑ์ประเภทขงละลาย เช่น จิงผลสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์ประเภทขง เช่น น้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร ชาใบหม่อน ชาจีน เป็นต้น
 3. ประเภทผ้าเครื่องแต่งกาย หมายถึง ผ้าทอและผ้าถักจากเส้นใยธรรมชาติ หรือเส้นใยธรรมชาติผสมเส้นใยสังเคราะห์ เช่น ผ้าแพรวา ผ้าถักโครเชต์ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้าเครื่องประดับตกแต่งร่างกายจากวัสดุทุกประเภท เช่น ผ้าพันคอ หมวก กระเป๋า เข็มขัด สร้อยคอ ต่างหู รองเท้า เป็นต้น
 4. ประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง หมายถึง ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องตกแต่งบ้าน เครื่องใช้สอยต่างๆ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจักสาน ถักสานที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้สอย เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ดอกไม้ประดิษฐ์ เป็นต้น
 5. ประเภทศิลปประติมากรรมและของที่ระลึก หมายถึง สิ่งประดิษฐ์ที่สะท้อนวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น
 6. ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร หมายถึง ผลผลิตจากธรรมชาติที่ไม่ใช่การบริโภค เช่น เครื่องสำอางสมุนไพร สมุนไพร แชมพูสมุนไพร น้ำมันหอมระเหย เป็นต้น
- ในกรณีที่มีปัญหาไม่สามารถจัดผลิตภัณฑ์อยู่ในประเภทใดได้ ให้พิจารณาจัดประเภทผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ หรือประโยชน์ในการใช้สอยเป็นหลัก

2.1.3 กิจกรรมหลักของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

1. ขยายสินค้าท้องถิ่นไปยังตลาด ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตต้องสอดคล้องกับวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น เพื่อเป็นการอนุรักษ์และเป็นจุดเด่นของท้องถิ่น รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพเพื่อขยายตลาดออกสู่เครือข่ายท้องถิ่นภาคเมือง และตลาดโลก

2. ผลិតภัณฑ์และคิดค้นขึ้นเองในท้องถิ่น โดยอาศัยความรู้ ความสามารถของคนในชุมชน ให้ความร่วมมือกันรับผิดชอบ มีหน่วยงานของจังหวัด กระทรวง กรม กอง เป็นผู้คอยให้คำแนะนำ และคอยให้การสนับสนุนในด้านของเทคโนโลยี การคิดอุปกรณ์ หรือเครื่องมือต่าง ๆ และการวิจัย อย่างครบวงจร

3. การสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพของท้องถิ่น ชุมชนต้องมีการเลือกเฟ้นบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถมองเห็นโอกาส สามารถวางแผนงานในระยะยาวที่เป็นที่ยอมรับของคนในท้องถิ่น แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อช่วยกันแก้ปัญหา และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จะผลิตขึ้น

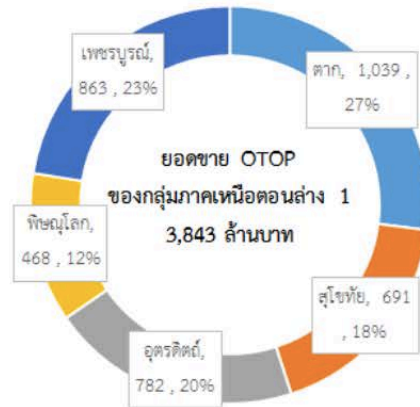
4. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ภายใต้แนวคิด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยการ จัดสถานอบรม/วิทยาลัยด้านการผลิต การส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น การให้บทบาทของสตรีเป็นพลังของการพัฒนา และการสร้างเครือข่ายองค์กรพัฒนาต่าง ๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจ (Motivation) โดยมีเนื้อแท้ (Vitality) ของความเป็นตัวตนของตนเองอย่างเป็นอิสระ

5. การพึ่งพิงระบบการเงินและกิจกรรมต่าง ๆ หนึ่งตำบลมีได้หลายผลิตภัณฑ์ แต่อย่างน้อยมีหนึ่งผลิตภัณฑ์เด่นเป็นผลิตภัณฑ์หลัก หนึ่งผลิตภัณฑ์เด่นอาจผลิตโดยเครือข่ายของหลายหมู่บ้านขึ้นอยู่กับทรัพยากรธรรมชาติของท้องถิ่น และขบวนการท้องถิ่นที่สร้างขึ้น

6. การจัดการด้านการตลาด เช่น ตลาดผสมผสาน บรรษัทหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การจัดการแสดงสินค้า การจัดงานมหกรรม/เทศกาลร้านค้าในเมืองตนเอง ร้านทดสอบตลาด ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการเชื่อมชุมชน/สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร ผ่านเครือข่ายสารสนเทศเพื่อทำการค้าต่างตอบแทน เป็นต้น

2.2 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

การจำหน่ายสินค้า OTOP ในส่วนของการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์กับการ จัดจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) นั้น ถือว่าเป็นประเด็นที่น่าสนใจและมี ศักยภาพสูง โดยจังหวัดเพชรบูรณ์มีมูลค่ายอดขายสินค้า OTOP ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 อยู่ที่ ประมาณ 863 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๒๓ ของยอดขายของทั้งกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 มีอัตราการเติบโตของยอดขายเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2555-2558 กว่าร้อยละ 18 ซึ่งจังหวัดเพชรบูรณ์มี การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP 5 ดาว ทั้งใน ประเภทอาหาร เครื่องดื่ม ผ้า เครื่องแต่งกาย ของใช้ และผลิตภัณฑ์สมุนไพรอื่น ๆ ตัวอย่างเช่น มะขามคลุกไร่ เมล็ด วนกะทิเผือกมะพร้าวอ่อน มะขาม คลุกบ๊วยแคะเมล็ด มะเขือเทศราชินีสด น้ำมะขามเข้มข้น ซาหะเลญ สูตรพลังแห่งศรีชมพูผ้ามุก ผ้า ไหมมัดหมี่ พื้นออนสุขภาพ และเกลือสปาขัดผิว ดังแสดงในแผนภาพด้านล่าง



ที่มา: ระบบศูนย์ข้อมูลกลาง
กระทรวงมหาดไทย

กรมพัฒนาชุมชน

แผนภาพที่ 1 มูลค่ายอดขายสินค้า OTOP ของกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2558

จากข้อมูลดังกล่าว จังหวัดเพชรบูรณ์จึงมีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ในแผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (2561 – 2564) ในประเด็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว ผ่านกิจกรรม และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ผลิตภัณฑ์ชุมชน และ ของฝากของที่ระลึก โดยมีตัวชี้วัดคือ มีมูลค่าจากการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ OTOP ผลิตภัณฑ์ชุมชน และของฝากของที่ระลึก เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ต่อปี

จากแนวทางการพัฒนาดังกล่าว จะเห็นได้ว่าการดำเนินงานด้านโอท็อปของจังหวัดเพชรบูรณ์ ยังคงมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และมีการพัฒนาคุณภาพสินค้าตลอดเวลา เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย ซึ่งจะเห็นได้จากยอดขายสินค้า OTOP ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 อยู่ที่ประมาณ 863 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๒๓ ของยอดขายของทั้งกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 มีอัตราการเติบโตของยอดขายเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2555-2558 กว่าร้อยละ 18 รวมทั้งยังมีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ในแผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (2561 – 2564) ในประเด็นของการพัฒนาและส่งเสริมงานด้านโอท็อป ดังนั้นการพัฒนาผู้ประกอบการในทุกๆ ด้านจึงเป็นเรื่องที่จำเป็น โดยเฉพาะการพัฒนาการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ที่เป็นสิ่งหนึ่งที่จะเพิ่มยอดขายสินค้าโอท็อปได้ เนื่องจากสินค้าโอท็อปเป็นสินค้าที่ได้รับความสนใจจากคนทั่วโลก

2.3 การพัฒนาผู้เรียนตามแนวคิดเกี่ยวกับการเรียนการสอนภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ

2.3.1 การเรียนการสอนภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ (English for Specific Purpose: ESP)

Purpose: ESP)

ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะนั้นได้มีการศึกษาในประวัติศาสตร์มาช้านาน เราอาจกล่าวได้ว่ามีมานานตั้งแต่สมัยกรีกและโรมัน ตั้งแต่ทศวรรษ 1960 เป็นต้นมา ESP ได้เข้ามามีบทบาทมากในการสอนภาษาอังกฤษในฐานะภาษาต่างประเทศ (TEFL) และการสอนภาษาอังกฤษในฐานะภาษาที่สอง (TESL) ในช่วงแรกๆ จะเป็นภาษาอังกฤษ เพื่อการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ซึ่งในขณะนั้นประเทศทางตะวันตกที่ใช้ภาษาอังกฤษมี ความเจริญทางเทคโนโลยีเป็นอย่างมาก (Johns and Dudley-Evans 2000 : 1 – 2) ดังนั้น ภาษาอังกฤษจึงเป็นภาษาที่เป็นที่ต้องการในการเรียนรู้ จึงมีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ภาษาอังกฤษขึ้น

นักการศึกษาหลายท่านได้ให้ความหมายของภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะไว้ว่า เป็นการสอนที่เน้นความต้องการผู้เรียนในสถานการณ์ต่าง ๆ พอสรุปได้ ดังนี้

ฮัทชินสัน และ วอเตอร์ (Hutchinson and Waters 1989 : 18 – 19) กล่าวว่า การสอน ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะเป็นหลักสูตรที่มุ่งเน้นให้เป็นไปตามความต้องการของ ผู้เรียน ซึ่งอาจจะเป็นความต้องการที่แตกต่างกัน เป็นวัตถุประสงค์เฉพาะกลุ่ม แต่ทั้งผู้เรียน และผู้สอน จะต้องมีความเข้าใจในวัตถุประสงค์ที่ตรงกัน และวิธีการสอนนั้นอาจแตกต่างจากการสอน ภาษาอังกฤษทั่วไป

สตรีเวนส์ (Stevens 1988: 12) ได้ให้ความหมายของภาษาอังกฤษเพื่อ วัตถุประสงค์เฉพาะไว้ว่า เป็นการสอนภาษาอังกฤษที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน หัวข้อและเนื้อหาที่เรียนจะ อยู่ในขอบเขตที่ผู้เรียนต้องการ มีความสัมพันธ์กับอาชีพ หรือ วัตถุประสงค์เฉพาะ การสอนอาจจะ มุ่งเน้นไปที่ทักษะเฉพาะด้าน เช่น การฟัง การอ่าน เป็นต้น

โรบินสัน (Robinson 1991 : 1-3) กล่าวว่า การสอนภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เป็น การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการอบรม การปฏิบัติ และความรู้ 3 ด้าน คือ ด้านภาษา ด้านการ เรียนการ สอน และความสนใจเฉพาะของผู้เรียน

โรบินสัน (Robinson 1991 : 3) ได้กล่าวถึงลักษณะของภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ ในด้านการจัดการเรียนการสอน และความสนใจเฉพาะสาขาวิชาของผู้เรียน ไว้ดังนี้

1. ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะมุ่งเน้นที่เป้าหมายในการเรียนของผู้เรียน ซึ่งผู้เรียนส่วนใหญ่ต้องการที่จะเรียนตามวัตถุประสงค์ของตนที่ต้องการนำไปทำงาน ไม่ได้เรียน เพราะสนใจในด้านภาษาและวัฒนธรรม

2. การจัดหลักสูตรสำหรับภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ ต้องเหมาะสม กับเวลาที่จัดไว้

3. การจัดหลักสูตรสำหรับภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะสำหรับรายวิชาหนึ่ง ๆ ผู้เรียนจะมีความต้องการและมีเป้าหมายในการเรียนที่เหมือนกันหรือคล้ายคลึงกัน

4. ผู้เรียนส่วนใหญ่ที่เรียนภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะจะเป็นผู้ใหญ่

นอกจากนี้ จอห์นส์และดัดลีย์ (Johns and Dudley-Evans 2000: 4-5) ได้ กล่าวว่า การสอนภาษาอังกฤษเพื่อจุดประสงค์เฉพาะเป็นวิธีการสอนที่สนองตอบต่อการประกอบ อาชีพ และกระบวนการสอนก็จะแตกต่างกับการสอนภาษาอังกฤษทั่วไป

แมคเคย์ และเมานท์ฟอร์ด (Mackay and Mountford 1978 : 1-3) ซึ่งได้ให้แนวคิดที่ว่า ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ เป็นการสอนภาษาที่สนองตอบ ความต้องการด้านอาชีพ (Occupational Requirements) มีจุดมุ่งหมายในการนำภาษาไปใช้ใน การฝึกอบรมด้านอาชีพ (Vocational Training Programmes) และจุดมุ่งหมายเหล่านี้จะ เกี่ยวข้องกับความต้องการในการศึกษาเพื่อความเชี่ยวชาญทางด้านอาชีพ ไม่ได้เน้นภาษาที่เรียน

จากแนวคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความหมายและลักษณะของภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะดังกล่าว สรุปได้ว่า ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะเป็นหลักสูตรที่จัดขึ้นตามความต้องการของผู้เรียนเฉพาะกลุ่ม เพื่อสนองตอบความต้องการในการใช้ภาษา และฝึกภาษาของผู้เรียนด้านอาชีพ

2.3.2 ประเภทของภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ

เนื่องจากการสอนภาษาอังกฤษเพื่อจุดประสงค์เฉพาะ เป็นการสอน ภาษาอังกฤษให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน โดยความต้องการที่แตกต่างกันออกไปและผู้เรียนเองก็แตกต่างกันในหลายด้าน เพื่อให้การเรียนการสอนสอดคล้องกับปัจจัยดังกล่าว นักการศึกษาจึงได้แบ่งการสอนภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะไว้หลากหลายสาขา ดังนี้

สตรีเวนส์ (Stevens 1988: 90-93) และ แมคโดนัลฟ (McDonough 1984 : 6) ต่างได้จำแนกประเภทของภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ ไว้ 2 ประเภท คือ

1. ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์ทางวิชาการ (English for Academic Purposes) เช่น วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เกษตรศาสตร์ เกษตรศาสตร์ และ วิศวกรรมศาสตร์ เป็นต้น

2. ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์ทางวิชาชีพ (English for Occupational Purposes) เช่น แอร์โฮสเตส มัคคุเทศก์ และเลขานุการ เป็นต้น

อีเวอร์ (Ewer 1979 : 46-47 อ้างถึงใน นภาเพ็ญ สุขใจ 2536: 13) ได้แบ่ง ภาษาอังกฤษเพื่อจุดประสงค์เฉพาะทางด้านอาชีวศึกษา (English for Vocational Purposes = EVP) ไว้ดังนี้

1. ภาษาอังกฤษสำหรับช่างไฟฟ้า
2. ภาษาอังกฤษสำหรับช่างก่อสร้าง
3. ภาษาอังกฤษสำหรับเลขานุการ
4. ภาษาอังกฤษพนักงานบริษัท
5. ภาษาอังกฤษสำหรับพนักงานบัญชี
6. ภาษาอังกฤษสำหรับพนักงานธนาคาร
7. ภาษาอังกฤษพนักงานโรงแรม
8. ภาษาอังกฤษสำหรับพนักงานสายการบิน
9. ภาษาอังกฤษสำหรับพนักงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว
10. ภาษาอังกฤษสำหรับพนักงานควบคุมการจราจรทางอากาศ
11. ภาษาอังกฤษสำหรับพนักงานทำโปรแกรมคอมพิวเตอร์

ฮัทชินสันและวอเตอร์ (Hutchinson and Waters 1989 : 16 – 19) ได้แบ่ง ประเภทของ ภาษาอังกฤษเพื่อจุดประสงค์เฉพาะไว้ดังนี้

1. ภาษาอังกฤษสำหรับวิชาสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (English for Science and Technology = EST) ซึ่งแบ่งออกเป็นสาขาย่อย อีก 2 สาขา คือ
 - 1.1 ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์ทางวิชาการ (English for Academic Purposes – EAP) เช่น ภาษาอังกฤษด้านการแพทย์ เป็นต้น
 - 1.2. ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์ทางอาชีพ (English for occupational Purposes – EOP) เช่น ภาษาอังกฤษสำหรับช่างเทคนิค เป็นต้น
2. ภาษาอังกฤษสำหรับสาขาธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ (English for Business and Economics = EBE) ซึ่งแบ่งออกเป็นสาขาย่อย อีก 2 สาขา คือ
 - 2.1 ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์ทางวิชาการ (English for Academic Purposes – EAP) เช่น ภาษาอังกฤษด้านเศรษฐศาสตร์ เป็นต้น
 - 2.2. ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์ทางอาชีพ (English for occupational Purposes – EOP) เช่น ภาษาอังกฤษสำหรับเลขานุการ เป็นต้น

3. ภาษาอังกฤษสำหรับสาขาสังคมศาสตร์ (English for Social Science = ESS) ซึ่งแบ่งออกเป็นสาขาย่อย อีก 2 สาขา คือ

3.1 ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์ทางวิชาการ (English for Academic Purposes – EAP) เช่น ภาษาอังกฤษด้านจิตวิทยา เป็นต้น

3.2 ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์ทางอาชีพ (English for occupational Purposes – EOP) เช่น ภาษาอังกฤษสำหรับครู เป็นต้น

นอกจากนี้ โรบินสัน (Robinson 1991: 2-4) ได้จำแนกภาษาอังกฤษเพื่อ วัตถุประสงค์เฉพาะออกเป็น 2 ประเภท กล่าวคือ

1. ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์ด้านวิชาชีพ (English for Occupational Purposes: EOP)

2. ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์ด้านการศึกษาหรือด้านวิชาการ (English for Educational / Vocational Purposes: EEP / EVP) ซึ่ง จอห์นส์ (Johns 1990 อ้างถึงใน Robinson 1991: 4) ได้จำแนกประเภทของภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะในประเทศ สหรัฐอเมริกาออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

2.1 ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์ด้านวิชาการทั่วไป (General English for Academic Purposes)

2.2 ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะสาขาวิชา (Discipline Specific)

จากแนวคิดดังกล่าว สรุปได้ว่า แนวคิดของการเรียนภาษาอังกฤษแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. ภาษาอังกฤษทั่วไปและภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ ซึ่งภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์ เฉพาะมุ่งเน้นในการจัดการเรียนการสอนให้ เป็นไปตามความต้องการและจุดประสงค์ทางการเรียน ของผู้เรียน สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 วัตถุประสงค์หลัก คือ

1.1 ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์ทาง อาชีพ และภาษาอังกฤษเพื่อ วัตถุประสงค์ทางการศึกษา ซึ่งภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์ทาง อาชีพเป็นสาขาวิชาเฉพาะ เพื่อเป็นเครื่องมือในการประกอบอาชีพ

1.2 ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์ทางการศึกษา เป็นการเรียนรู้ ภาษาอังกฤษเพื่อเป็นเครื่องมือในการเรียนและ แสวงหาความรู้ในสิ่งที่เรียน

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ เป็นการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ ที่มีวัตถุประสงค์เฉพาะเจาะจง มุ่งเน้นด้านความต้องการในการใช้ภาษาอังกฤษของผู้เรียนเฉพาะ กลุ่มเป็นสำคัญ การจัดการเรียนการสอนจะแตกต่างจากการเรียนการสอน ภาษาอังกฤษทั่วไป

คือ มีการวิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียน ดังนั้นการสอนภาษาอังกฤษเพื่อ วัตถุประสงค์เฉพาะจึง เป็นการจัดการเรียนการสอนที่ให้ความสำคัญกับผู้เรียน มีการกำหนดบริบทและเนื้อหาการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความต้องการ และสถานการณ์ใน การใช้ภาษาของผู้เรียน ซึ่งกล่าวได้ว่า ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะเป็นการเรียนการสอนที่ตอบสนองความต้องการของผู้เรียน อย่างแท้จริง

2.3.3 การวิเคราะห์ความต้องการ (Needs Analysis)

การวิเคราะห์ความต้องการ (Needs Assessment) ได้รับการนิยามจากจอห์นสัน (Johnson, 1989) ว่าเป็น เครื่องมือ เทคนิคและกลวิธีที่ช่วยในการกำหนดเนื้อหา รูปแบบวิธีการสอน ระยะเวลาในการสอน ขั้นตอนการสอนสำหรับผู้เรียนในแต่ละหลักสูตร ทั้งหลักสูตรภาษาอังกฤษ พื้นฐานและหลักสูตรภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ (ESP)

ส่วนบราวน์ (Brown, 1995) ได้นิยามการวิเคราะห์ความต้องการ ว่าเป็น กิจกรรมการสอนที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตรให้เหมาะสมกับ ความต้องการของผู้เรียน ทั้งนี้ นูแนน (Nunan, 1999) ได้แยกการวิเคราะห์ความต้องการออกเป็นสอง ประการคือ 1. ความต้องการในเนื้อหาในการเรียนและการใช้งาน และ 2. ความต้องการในขั้นตอน การสอน ส่วนฮัทชินสันและวอเตอร์ส (Hutchinson and Waters, 1989) ได้แบ่งประเภทของการ วิเคราะห์ความต้องการออกเป็นความต้องการในการใช้ภาษาในบริบทจริงและความต้องการในการ ใช้ภาษาของตัวผู้เรียนเองในการนี้

เสา (Tsao, 2011) ได้ระบุถึงคุณประโยชน์ของการวิเคราะห์ความต้องการว่า ช่วยให้ เข้าใจถึงลักษณะความต้องการในงานและกิจกรรมที่ผู้เรียนจำเป็นต้องใช้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียน เหตุผลในการเรียน ความคาดหวังและทัศนคติต่อการเรียน ความสามารถและทักษะด้านภาษา อังกฤษของผู้เรียน รวมไปถึงวิธีการและคุณสมบัติของครูผู้สอน ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนประสบความสำเร็จในการเรียนภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ (ESP) ได้มากขึ้น

กล่าวโดยสรุปได้ว่า กระบวนการวิเคราะห์ความต้องการ (Needs Analysis) ของผู้เรียน ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ เป็นกระบวนการที่ได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ ความต้องการของผู้เรียนที่หลากหลายประเด็น ซึ่งเป็นข้อมูลที่วิเคราะห์ได้ถึงความจำเป็นในการ ออกแบบหลักสูตรเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียน และทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.4 การพัฒนาการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร

2.4.1 ความหมายของการเรียนภาษาเพื่อการสื่อสาร

การเรียนการสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร (Communicative Language Teaching : CLT) เป็นแนวคิดในการสอนภาษาที่มุ่งเน้นความสำคัญของตัวผู้เรียน ให้ผู้เรียนได้ใช้ภาษาอังกฤษเพื่อใช้ในการสื่อสารในชีวิตประจำวันได้จริง มีการจัดลำดับการเรียนรู้เป็นขั้นตอนตามกระบวนการใช้ความคิดของผู้เรียน ซึ่งเชื่อมระหว่างความรู้ทางภาษา ทักษะทางภาษา และความสามารถในการสื่อสาร เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ด้านภาษาไปใช้ในการสื่อสาร ดังนั้น ในการจัดการเรียนการสอน ครูผู้สอนต้องคำนึงถึงการให้ผู้เรียนได้สื่อสารในชีวิตจริงกิจกรรมและภาระงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารจริง สื่อที่ใช้ก็เป็นสื่อจริง แต่ก็ไม่ได้ละเลยความรู้ด้านไวยากรณ์ เมื่อเกิดความผิดพลาดทางด้านไวยากรณ์เพียงเล็กน้อย แต่ยังสามารถสื่อสารได้ ครูผู้สอนไม่ควรขัดจังหวะโดยการแก้ไขให้ถูกต้องทันที ควรแก้ไขข้อผิดพลาดเมื่อผู้เรียนสื่อสารไม่ประสบความสำเร็จเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนมีเจตคติที่ดีต่อการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร (Davies & Pearse, 2000 ; Brown, 2001 ; Richard, 2006)

เคนเนล และสเวน (Canale and Swain, 1980) ได้แยกองค์ประกอบของความสามารถในการสื่อสารไว้ 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ความสามารถทางด้านไวยากรณ์หรือโครงสร้าง (Linguistic competence and Grammatical competence) หมายถึงความรู้ด้านภาษา ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำศัพท์ โครงสร้างของคำ ประโยค ตลอดจน การสะกดและการออกเสียง
2. ความสามารถด้านสังคม (Sociolinguistic competence) หมายถึงการใช้คำ และโครงสร้างประโยคได้เหมาะสมตามบริบทของสังคม เช่น การขอโทษ การขอบคุณ การถามทิศทาง และข้อมูลต่างๆ และการใช้ประโยคคำสั่ง เป็นต้น
3. ความสามารถในการใช้โครงสร้างภาษาเพื่อสื่อความหมายด้านการพูด และเขียน (Discourse competence) หมายถึง ความสามารถในการเชื่อม ระหว่างโครงสร้างภาษา (Grammatical form) กับความหมาย (Meaning) ในการพูดและเขียนตามรูปแบบ และสถานการณ์ที่แตกต่างกัน
4. ความสามารถในการใช้กลวิธีในการสื่อความหมาย (Strategic competence) หมายถึงการใช้เทคนิคเพื่อให้การติดต่อสื่อสารประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะการสื่อสารด้านการพูด เช่น การใช้ภาษาท่าทาง (body language) การขยายความโดยใช้คำศัพท์อื่นแทนคำที่ผู้พูดนึกไม่ออก เป็นต้น จากแนวคิดข้างต้น การสอนภาษาตามแนวทางการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารนั้น เน้นการใช้ภาษาของผู้เรียนมากกว่าเน้น โครงสร้างทางไวยากรณ์ แต่ก็ไม่ได้ละเลยโครงสร้างทางไวยากรณ์ เพียงแต่เน้นการนำหลักไวยากรณ์เหล่านี้ไปใช้เพื่อการสื่อความหมายหรือการสื่อสาร

จึงเป็นการให้ความสำคัญกับความคล่องแคล่วในการใช้ภาษา (fluency) และความถูกต้อง (accuracy) ด้วย ดังนั้นการเรียนการสอนแนวนี้จะต้องเน้นการทำกิจกรรมเพื่อการฝึกฝนการใช้ภาษาให้ใกล้เคียงสถานการณ์จริงมากที่สุด (Littlewood, 1991 และ Larsen-Freeman, 2002)

2.4.2 หลักการจัดการเรียนการสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร

1. ผู้เรียนได้รับการฝึกฝน รูปแบบภาษาที่เรียนจะใช้ได้ในสถานการณ์ที่มีความหมาย ครูต้องบอกให้ผู้เรียนทราบถึงจุดมุ่งหมายของการเรียน การฝึกการใช้ภาษาเพื่อให้การเรียนภาษาเป็นสิ่งที่มีความหมายต่อผู้เรียน ให้ผู้เรียนรู้สึกว่ เมื่อเรียนแล้วสามารถทำบางสิ่งบางอย่างได้เพิ่มขึ้น สามารถสื่อสารได้ตามที่ตนต้องการ

2. จัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการหรือทักษะสัมพันธ์ (Integrated Skills) คือใช้ทักษะทางภาษาทั้ง 4 ประกอบด้วยกริยาทำทาง ที่ควรจะได้ทำพฤติกรรมเช่นเดียวกับในชีวิตจริง

3. ฝึกสมรรถภาพด้านการสื่อสาร (Communicative Competence) คือผู้เรียนทำกิจกรรมใช้ภาษามีลักษณะเหมือนในชีวิตประจำวันให้มากที่สุด เพื่อให้ผู้เรียนนำไปใช้ได้จริง กิจกรรมการหาข้อมูลที่ขาดหายไป (Information Gap) ผู้เรียนทำกิจกรรมนี้จะไม่ทราบข้อมูลของอีกฝ่ายหนึ่ง จำเป็นต้องสื่อสารกันจึงจะทราบ ข้อมูลสามารถเลือกใช้ข้อความที่เหมาะสมกับบทบาทสถานการณ์ ส่วนวนภาษาในรูปแบบต่าง ๆ (function)

4. จัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้ผู้เรียนได้ใช้ความรู้ รวมทั้งประสบการณ์ที่ได้รับ สามารถแสดงความเห็น หรือระดมสมอง (Brainstorming Activity) ฝึกการทำงานกลุ่มแสดงบทบาทสมมุติ (Role Play) เกมจำลองสถานการณ์ (Simulation) การแก้ปัญหา (Problem Solving) ฯลฯ

5. ฝึกผู้เรียนให้ใช้ภาษาในกรอบของความรู้ด้านหลักภาษา (Grammatical Competence) ความรู้เกี่ยวกับกฎเกณฑ์ของภาษา สื่อสารได้คล่อง (Fluency) เน้นการใช้ภาษาตามสถานการณ์ (Function)

6. จัดกิจกรรมการเรียนการสอนตามศักยภาพ

7. ส่งเสริมให้ผู้เรียนเป็นตัวของตัวเอง มีความรับผิดชอบ และสนับสนุนให้ศึกษาหาความรู้นอกชั้นเรียน

8. ผู้สอนต้องจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่สนองความสนใจของผู้เรียน

9. ให้โอกาสผู้เรียนพูดแสดงความคิดเห็นตามที่ต้องการ

10. ต้องช่วยชี้แนะ นำทางผู้เรียน ให้คำแนะนำ ในระหว่างการดำเนินกิจกรรม พร้อมกับตรวจความก้าวหน้าทางการเรียนของผู้เรียน

Jack C. Richards (2006) ได้ให้ข้อสรุป 10 ประการในการเรียนการสอนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร (Ten core assumptions of current communicative language teaching) ไว้ดังนี้

1. Interaction: การเรียนรู้ภาษาที่สองจะเกิดขึ้นได้ง่ายถ้าผู้เรียนได้ปฏิสัมพันธ์หรือสื่อสารในภาษานั้นอย่างมีความหมาย

2. Effective Tasks: กิจกรรมภาษาหรือแบบฝึกหัดที่มีคุณภาพในชั้นเรียนจะทำให้ผู้เรียนมีโอกาสนำเสนอความหมายในภาษา เพิ่มพูนแหล่งการเรียนรู้ภาษา สังเกตการใช้ภาษา และมีส่วนในการร่วมสื่อสาร

3. Meaningful Communication: การสื่อสารจะมีความหมายก็ต่อเมื่อผู้เรียนสื่อสารเรื่องเกี่ยวข้องกับตน น่าสนใจ และน่ามีส่วนร่วม

4. Integration of Skills: การสื่อสารเป็นกระบวนการเน้นภาพรวม (holistic process) ที่ต้องใช้ทั้งทักษะทางภาษาและหลายรูปแบบ

5. Language Discovery/Analysis/Reflection: การเรียนภาษาเกิดจากการทำกิจกรรมการเรียนรู้แบบอุปนัย (inductive learning) คือผ่านกระบวนการค้นพบกฎและรูปแบบของภาษาด้วยตนเอง และจากกิจกรรมการเรียนรู้ที่สอนกฎและรูปแบบของภาษา (deductive learning)

6. Accuracy & Fluency: การเรียนภาษาเป็นการเรียนรู้ที่ค่อยเป็นค่อยไป ที่ผู้เรียนเรียนรู้จากการใช้ภาษาและการลองผิดลองถูกในภาษา และถึงแม้ความผิดพลาดในการใช้ภาษาจะเป็นเรื่องธรรมดาที่เกิดขึ้นในการเรียนรู้แต่เป้าหมายปลายทางของการเรียนภาษา คือ การมีความสามารถในการใช้ภาษาอย่างถูกต้องและเหมาะสม

7. Individuality: ผู้เรียนแต่ละคนมีหนทางพัฒนาภาษาของตนเอง และมีอัตราการพัฒนาที่ไม่เท่ากันและมีความต้องการและแรงจูงใจในการเรียนภาษาที่ต่างกัน

8. Learning and Communication Strategies: การเรียนภาษาที่มีประสิทธิภาพขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ในการเรียนและกลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

9. Teacher as a facilitator: บทบาทของผู้สอนในห้องเรียนคือ ผู้ช่วยสร้างบรรยากาศในการเรียนรู้ สร้างโอกาสให้ผู้เรียนได้ฝึกและใช้ภาษาและให้ผลสะท้อนกลับในการใช้ภาษาและการเรียนภาษาของผู้เรียน

10. Collaboration & Sharing atmosphere: ห้องเรียนเปรียบเสมือนชุมชนที่ผู้เรียนสามารถเรียนรู้และแบ่งปันการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน

มากกว่าการแยกสอน "ไวยากรณ์ต่างหาก" ทั้งนี้ Lottie Baker & Janet Orr (2014) ได้สรุปการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารตามหลักทฤษฎีและงานวิจัยไว้ 4 ประการดังนี้

2.4.3 กระบวนการเรียนการสอนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร

กระบวนการเรียนการสอนตามแนวการสอนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 3 ประการคือ กิจกรรม เทคนิคการสอน และบทบาทของผู้เรียนและครูผู้สอน

1. กิจกรรม เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญมากในกระบวนการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารเพราะเป็นส่วนที่ช่วยให้ผู้เรียนมีโอกาสดำเนินภาษาในการสื่อสารที่สมจริงในห้องเรียน (Richards, 2006) กิจกรรมที่ดีนั้นจะขึ้นอยู่กับลักษณะของกิจกรรม และลักษณะของการจัดกิจกรรม

1.1 ลักษณะของกิจกรรมที่เอื้อต่อการเรียนการสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร มีดังนี้

- 1) กิจกรรมสอดคล้องกับจุดประสงค์บทเรียน
- 2) กิจกรรมมีจุดมุ่งหมายในการใช้ภาษาเพื่อสื่อความหมาย
- 3) กิจกรรมทำให้เกิดความจำเป็นที่จะสื่อความหมาย
- 4) กิจกรรมเปิดโอกาสให้ผู้เรียนรับรู้ผลของการสื่อสารความหมาย
- 5) กิจกรรมน่าสนใจ และท้าทาย
- 6) กิจกรรมเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีโอกาสเลือกตามความต้องการ
- 7) กิจกรรมเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ใช้ความรู้และประสบการณ์ที่มีอยู่
- 8) กิจกรรมฝึกให้ผู้เรียนมีกลยุทธ์การเรียนรู้

1.2 ลักษณะของการจัดกิจกรรม การจัดกิจกรรมในการเรียนการสอนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารนั้น สามารถทำได้หลายลักษณะ ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์หลายรูปแบบในชั้นเรียน เช่น ปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ผู้เรียน – บทเรียน ผู้เรียน - ผู้เรียน ผู้เรียน - ครูผู้สอน ที่จะช่วยให้ผู้เรียนได้ฝึกใช้ภาษาในรูปแบบต่าง ๆ ลักษณะการจัดกิจกรรมมีดังนี้

- 1) การจัดกิจกรรมรายบุคคล (Individual work) เป็นกิจกรรมที่ฝึกพึ่งตนเองในการเรียนรู้ (Autonomous learning) เปิดโอกาสให้ผู้เรียนเลือกทำกิจกรรมตามลีลาการเรียนรู้ (Learning style) ในรูปแบบ ที่ตนต้องการ ในเวลาที่เหมาะสมกับตนเอง และ

สามารถทำได้นอกชั้นเรียน กิจกรรมที่เหมาะสมกับกิจกรรม รายบุคคล ได้แก่ การอ่านหนังสือนอกเวลา การเล่นเกมต่าง ๆ เช่น เกมปริศนาอักษรไขว้ เกมสร้างคำ เป็นต้น

2) การจัดกิจกรรมแบบคู่ (Pair work) เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนด้วยกันที่จะต้องคิดและทำร่วมกัน (Collaborative learning) ทำให้เกิดการใช้ภาษาในสถานการณ์ที่เหมือนจริง อย่างไรก็ตาม ระหว่างทำกิจกรรม ครูผู้สอนจะเป็นผู้ควบคุม คอยให้ความช่วยเหลือเมื่อผู้เรียนต้องการ กิจกรรมที่เหมาะสมกับกิจกรรม รายคู่ ได้แก่ การถามหาข้อมูลที่ขาดหายไปจากคู่ของตน (Information gap) การแสดงบทบาทสมมติ (role-play) เป็นต้น

3) การจัดกิจกรรมแบบกลุ่ม (Group work) เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีภาวะอิสระ (Autonomy) ลดการพึ่งครูผู้สอน จำนวนผู้เรียนในแต่ละกลุ่มขึ้นอยู่กับลักษณะงานแต่ไม่ควรเกิน 6 คน กิจกรรมที่เหมาะสมกับกิจกรรมแบบกลุ่ม ได้แก่ การอภิปราย (Discussion) การอ่านและฟังส่วนต่าง ๆ ของเรื่องราว แล้วนำส่วนเหล่านั้นมาปะติดปะต่อกัน (Jigsaw reading/listening) การช่วยหาข้อมูลเพื่อมาทำโครงการเล่นเกมต่าง ๆ เช่น เกมต่อคำ เกมยืมลิบ คำถาม เป็นต้น

4) การจัดกิจกรรมแบบทำร่วมกันทั้งชั้น (Class work) เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ กับครูผู้สอน เป็นกิจกรรมที่ผู้เรียนทำพร้อมกันทั้งห้อง ครูผู้สอนสามารถชี้แนะและควบคุมกิจกรรมได้มากกว่ากิจกรรมที่จัดในลักษณะอื่น กิจกรรมที่เหมาะสมกับกิจกรรมแบบทำร่วมกันทั้งชั้น ได้แก่ การฝึกออกเสียงคำ ฝึกการอ่านออกเสียง การทำตามคำสั่ง การอภิปรายแสดงความคิดเห็น เป็นต้น

2.5 การพัฒนาทักษะการฟัง-พูด

การจัดการเรียนการสอนการฟัง-พูด ที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียน และสามารถ ใช้ภาษาให้บรรลุเป้าหมาย สามารถกระทำได้โดยการจัดการเรียนรู้ที่ใช้ภาษาในการทำชิ้นงาน การเรียนรู้แบบนี้สามารถทำได้ในกลุ่มย่อย ซึ่งผู้เรียนจะมีส่วนร่วมช่วยเหลือ กันเพื่อทำกิจกรรม ให้สำเร็จ เปิดโอกาสให้มีปฏิสัมพันธ์ภายในกลุ่มผู้เรียน และระหว่างผู้เรียนกับครูผู้สอน การทำชิ้นงาน ทำให้ผู้เรียนให้ความสำคัญกับการสื่อความหมายของภาษา เรียนรู้ภาษาในบริบทมิใช่เรียน โครงสร้างของภาษาเพียงอย่างเดียว (Nunan, 1995)

2.5.1 การพัฒนาทักษะการพูด

เบริน (Byrne 1986:10-11) ให้แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะการพูดว่าการสอนการพูดจำเป็นต้องฝึกผู้เรียน 2 อย่าง คือ

1. ฝึกในการใช้ส่วนที่คงที่ของภาษา ได้แก่ เสียงและรูปแบบไวยากรณ์และคำศัพท์
2. โอกาสสำหรับแต่ละคนได้แสดงออก ผู้สอนต้องให้ความสนใจในเรื่องความถูกต้องและความคล่องแคล่วในขั้นที่แตกต่างกันของระดับการเรียนรู้ ในขั้นต้นควรเน้นความถูกต้อง

ส่วนในขั้นสูงควรเน้นความคล่องแคล่ว การพัฒนาความสามารถในการพูดเป็นบ่อเกิดที่ดีของแรงจูงใจสำหรับผู้เรียน สิ่งที่ผู้สอนควรคำนึง คือ

1. พยายามหาวิธีแสดงต่อผู้เรียนว่าพวกเขากำลังพัฒนาภาษาตลอดเวลา โดยการจัดกิจกรรมต่างๆ เป็นครั้งคราว เช่น เกมหรือการอภิปราย เพื่อให้พวกเขาเห็นว่าพวกเขาสามารถใช้ภาษาได้มากแค่ไหน
2. ในการฝึกควบคุมนั้นผู้สอนจะต้องเลือกกิจกรรมและแก้ไขข้อผิดพลาดในโอกาสที่เหมาะสมให้ผู้เรียนได้รับการคลายอยู่เสมอ
3. แสดงให้ผู้เรียนรู้ว่าจะได้สิ่งที่พวกเขาารู้เพียงเล็กน้อยได้อย่างไร บางครั้งพวกเขาไม่สามารถแสดงความคิดเห็นได้เพราะว่าไม่มีภาษาที่แม่นยำอยู่ในใจ จึงจำเป็นต้องใช้การถอดความและการแสดงออกที่เปลี่ยนแปลง

2.5.2 การจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาทักษะการพูด

กิจกรรมเน้นชิ้นงานเพื่อพัฒนาทักษะการพูดสามารถจัดทำได้หลายรูปแบบ

Pica et al (1993) ได้เสนอการจัดกิจกรรมไว้ตามประเภท ดังนี้

1. การหาข้อมูลที่หายไป (Information gap หรือ Jigsaw task) คือกิจกรรมที่อาจทำได้เป็นคู่ หรือเป็นกลุ่ม ผู้เรียนมีข้อมูลที่ไม่เหมือนกันจะต้องทำงานร่วมกันในการหาข้อมูลที่ตนเองไม่รู้แล้ว บอกส่วนที่ตนรู้ให้เพื่อนทราบกิจกรรมนี้เน้นการสื่อสารสองทางเพื่อแก้ไขปัญหาหรือเรียงลำดับ เหตุการณ์ เป็นต้น
2. การแก้ปัญหา (Problem solving) คือ กิจกรรมที่ผู้เรียนทำงานร่วมกันเพื่อแก้ไขปัญหา หรือหาคำตอบ เช่น กิจกรรมที่ให้ผู้เรียนดูรูปภาพและหาข้อแตกต่างในรูปภาพหรือดูบางส่วนจาก ภาพยนตร์มาตรฐานแล้วแสดงความคิดเห็นว่าใครคือคนร้าย

3. การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น คือกิจกรรมที่ผู้เรียนอภิปราย เรื่องใดเรื่องหนึ่งเพื่อ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น กิจกรรมนี้รวมถึงการแก้ปัญหาด้วย

2.5.3 ขั้นตอนในการทำกิจกรรมเน้นชิ้นงาน

ในทุกขั้นตอนของการดำเนินกิจกรรม ผู้สอนควรคำนึงถึงเทคนิคการต่อโครงสร้าง (Scaffolding) ซึ่งเป็นวิธีการและเครื่องมือที่ทำให้ผู้เรียนสามารถดำเนินกิจกรรมทางภาษาได้อย่างเป็นขั้นตอนและบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ ผู้สอนควรจัดเตรียมเครื่องมือหรือวิธีการให้เหมาะสมกับเนื้อหาของกิจกรรมและระดับความสามารถทางภาษาของผู้เรียน วิธีการช่วยเหลือที่ดีจะช่วยให้นักเรียนรู้ ภาษาเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังทำให้นักเรียนเกิดทัศนคติที่ดีต่อการเรียนรู้ และเกิดความ เพื่อดูแลกับภาษา เพราะมีสิ่งที่มีเอื้อให้เขาสามารถเกิดความรู้ความเข้าใจ และดำเนินกิจกรรม ทางภาษาได้ การช่วยเหลือที่ว่ามีสามารถปรากฏในหลากหลายรูปแบบ ดังนี้

1. การอธิบายคำศัพท์ยากด้วยตัวอย่างที่หลากหลาย
2. การจัดรูปแบบกิจกรรมแบบคู่หรือกลุ่มย่อยและการรวบรวมความคิด (brainstorm) แทนที่จะปล่อยให้ให้นักเรียนดำเนินกิจกรรมแบบเดี่ยว
3. การถามคำถามนำ หากพบว่านักเรียนประสบปัญหาในการหาคำตอบหรือทางออก
4. การยืดหยุ่นเรื่องเวลาในการทำกิจกรรม

ฟินอคคิโอโร และบรัมฟิต (Finocchiaro and Brumfit 1983 : 153) เสนอกิจกรรมต่างๆ ในการสอนทักษะการพูดซึ่งผู้สอนอาจเลือกใช้ให้เหมาะสมกับผู้เรียนแต่ละระดับ ดังนี้

1. ให้ตอบคำถาม ซึ่งครูหรือเพื่อนในชั้นเป็นผู้ถาม
2. บอกให้เพื่อนทำตามคำสั่ง
3. ให้นักเรียนถามหรือตอบคำถามของเพื่อนในชั้นเกี่ยวกับชั้นเรียนหรือประสบการณ์ต่างๆ นอกชั้นเรียน
4. ให้บอกลักษณะวัตถุสิ่งของต่างๆ จากภาพ _
5. ให้เล่าประสบการณ์ต่างๆ ของนักเรียน โดยครูอาจให้คำสำคัญต่างๆ
6. ให้รายงานเรื่องราวต่างๆ ตามที่กำหนดหัวข้อให้
7. จัดสถานการณ์ต่างๆ ในชั้นเรียนและให้นักเรียนใช้บทสนทนาต่างๆ กันไป เช่น สถานการณ์ในร้านขายของ ร้านอาหาร ธนาคาร เป็นต้น
8. ให้เล่นเกมต่างๆ ทางภาษา ได้ว่าที่ อภิปราย แสดงความคิดเห็นหัวข้อต่างๆ

9. ให้ฝึกการสนทนาทางโทรศัพท์
- 10.ให้อ่านหนังสือพิมพ์ไทยแล้วรายงานเป็นภาษาอังกฤษ
11. ให้แสดงบทบาทสมมติ

กล่าวโดยสรุปว่า การพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษ ผู้สอนสามารถดำเนินการได้หลายวิธี และสามารถใช้กิจกรรมที่หลากหลายเพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ ไม่ว่าจะเป็นการตอบคำถาม การทำตามคำสั่งเพื่อน การเล่าเรื่องต่างๆ การจัดสถานการณ์เพื่อให้ผู้เรียนพูดได้ตอบ การเล่นเกม การอ่านหนังสือพิมพ์ หรือการแสดงบทบาทสมมติ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จะสร้างเจตคติที่ดีให้แก่ผู้เรียนในการเรียนภาษาอังกฤษ และทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

2.5.4 การวัดและประเมินผลทักษะการพูด

การวัดผลประเมินผลทักษะการพูด มีหลากหลายวิธี ดังนี้

วาเล็ทท์ (Valette 1977, อ้างถึงใน ละเอียด จุฑานันท์ 2541:181-184) ได้แนะนำวิธีการทดสอบทักษะพูดในชั้นสื่อสารไว้ 2 ลักษณะคือ การพูดที่มีการควบคุม สามารถทดสอบได้โดยการให้ตัวแนะที่สามารถมองเห็นได้ เช่น มีรูปภาพเป็นสื่อ การให้ตัวแนะที่เป็นคำพูด เช่น ผู้สอนพูดประโยคแล้วแสดงคำตอบด้วยสีหน้าท่าทางและให้ผู้เรียนตอบตามลักษณะท่าทางนั้นอาจจะให้ผู้เรียนพูดเปลี่ยนประโยคตามที่กำหนด ให้บทบาทและคำแนะนำเกี่ยวกับชนิดของการสนทนาที่ผู้เรียนต้องเข้าไปมีส่วนร่วมด้วย ให้ฟังบทสนทนาแล้วพูดรายงานเรื่องที่ฟัง ให้แสดงเป็นผู้สัมภาษณ์ แล้วจดบันทึกข้อมูลจากการพูดสัมภาษณ์ ส่วนอีกลักษณะหนึ่งเป็นการพูดแบบอิสระในสถานการณ์การสื่อสารอย่างแท้จริง โดยให้ผู้เรียนบรรยายเหตุการณ์ในภาพชุด ให้พูดตามหัวข้อที่กำหนด ให้พูดบรรยายวัตถุอย่างหนึ่งโดยใช้ภาษาที่เรียน การสนทนาและการสัมภาษณ์เป็นวิธีที่เหมาะสมนิยมใช้และเป็นธรรมชาติมากที่สุด

ฟินอคคิโอโร (Finochiaro 1983: 139 – 143) ได้แนะนำวิธีการทดสอบทักษะการพูดไว้ว่าให้พูดประโยคสั้นๆตามเทพให้อ่านออกเสียงประโยคต่างๆ ให้บรรยายลักษณะของวัตถุสิ่งของต่างๆจากภาพที่กำหนด ให้บรรยายเหตุการณ์ต่างๆ พูดตามหัวข้อที่กำหนดให้และให้นักเรียนตอบคำถามในการสัมภาษณ์

สรุปว่า การประเมินผลการพูดจะต้องวิธีการประเมินให้เหมาะสมกับผู้เรียน และจุดประสงค์ของการประเมิน ตลอดจนมีเกณฑ์การประเมินที่เหมาะสมด้วย ในการวิจัยนี้อาจจะใช้บทบาทสมมติ หรือการกำหนดสถานการณ์ ในการพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการซื้อขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อป เนื่องจากมุ่งเน้นการใช้ภาษาอังกฤษในสถานการณ์จริงและตรงกับความต้องการของผู้เรียน

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อภิญญา ศักดาศิริโรรัตน์ และอดิสร ลอพนันธุ์สกุล (2558) ได้ทบทวนวรรณกรรม เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาธุรกิจสินค้าที่ระลึกประเภทงานหัตถกรรมไทยในบริบทการท่องเที่ยว โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7P's มาประยุกต์ใช้ใน ด้านผลิตภัณฑ์ การผลิต สินค้าของธุรกิจต้องนำเกณฑ์หรือความต้องการของลูกค้ามาเป็นตัวกำหนดในการผลิต ด้านราคา ต้องมีการกำหนดให้สอดคล้องกับต้นทุนของกระบวนการผลิต หรือวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต้องมีการคำนึงถึงความสะดวกในการเข้าถึงธุรกิจ ซึ่งธุรกิจควรเลือกตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ชุมชน ห้างสรรพสินค้า เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องเวลา และความไม่คุ้นเคยเส้นทางของนักท่องเที่ยว รวมถึงการซื้อขายในระบบออนไลน์ โดยต้องมีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการใช้กระบวนการสื่อสารที่หลากหลายและสอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยธุรกิจต้องสื่อให้ลูกค้าเห็นถึงคุณค่า อรรถประโยชน์ และการบอกเล่าเรื่องราวของสินค้าผ่านป้ายราคา แผ่นพับ เอกสาร พนักงานขาย ด้านบุคลากร ผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจเริ่มจากผู้ประกอบการต้องมีทักษะที่หลากหลาย และพนักงานมีทักษะการบริการที่ดี มีบุคลิกภาพ ภาษาพูดและภาษากายที่ดี เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของธุรกิจ เริ่มตั้งแต่การออกแบบ และการตกแต่งทั้งภายในและภายนอกที่แสดงถึงความเป็นตัวตน และภาพลักษณ์ที่ชัดเจนของธุรกิจ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าเข้าร้าน และด้านความร่วมมือทางธุรกิจ การสร้างความร่วมมือกับชุมชนที่ผลิตงานหัตถกรรมประเภทเดียวกัน หรือต่างประเภทกัน เพื่อขยายฐานการผลิตและได้กลุ่มธุรกิจที่หลากหลายขึ้น ดังนั้นแนวทางการพัฒนาดังกล่าวจะช่วยให้ทำให้ธุรกิจมีโอกาสในการเพิ่มมูลค่า (Value Added) ให้กับสินค้าของธุรกิจ ที่ก่อเกิดรายได้และลดความเสี่ยงของธุรกิจในด้านของต้นทุนสินค้า

อัญชรา พุทธิกาญจนกุล และคณะ (2558) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ของผู้ประกอบการในเขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะการดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของผู้ประกอบการ โดยการสอบถามจากผู้ประกอบการ จำนวน 84 ราย ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตเจ้าของคนเดียว ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทของ ใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ระยะเวลาในการประกอบการมากกว่า 10 ปี ขึ้นไป มีจำนวนสมาชิกในกลุ่ม/สถานประกอบการ 1-5 คน มีจำนวนเงินทุนหมุนเวียนอยู่ระหว่าง 50,001-100,000 บาท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ระหว่าง 10,001-25,000 บาทสำหรับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด การผลิต

การจัดการ และการเงินและบัญชีในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด การผลิต การจัดการ และการเงินและบัญชีในภาพรวม เห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยแนวทางการพัฒนาการดำเนินงาน ได้แก่ การจัดหาสถานที่สำหรับแสดงสินค้าและจำหน่ายสินค้าโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย รวมถึงการเพิ่มทักษะด้านการใช้ภาษาต่างประเทศที่จำเป็นให้สามารถสื่อสารได้ เป็นต้น

พิบูล สายดวง (2559) ได้ศึกษา ศึกษาสมรรถนะและศักยภาพการใช้ภาษาอังกฤษของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เพื่อรองรับการเป็นประชาคมอาเซียน ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี และแนวทางการเพิ่มสมรรถนะและพัฒนาศักยภาพการใช้ภาษาอังกฤษของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เพื่อรองรับการเป็นประชาคมอาเซียน ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี รวมทั้งพัฒนาสมรรถนะและศักยภาพการใช้ภาษาอังกฤษของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เพื่อรองรับการเป็นประชาคมอาเซียน ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี และความพึงพอใจต่อการเพิ่มสมรรถนะและพัฒนาศักยภาพการใช้ภาษาอังกฤษของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เพื่อรองรับการเป็นประชาคมอาเซียน ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี โดยประชากรคือกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 3 กลุ่ม กลุ่มละ 75 คน ได้แก่ กลุ่มผ้า กลุ่มของใช้ และกลุ่มอาหาร เครื่องดื่มและสมุนไพร จำนวน 225 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานีทั้ง 3 กลุ่ม กลุ่มละ 60 คน รวมทั้งหมด จำนวน 180 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ชุดฝึกอบรม แบบทดสอบการวัดความสามารถด้านการพูดภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร แบบสำรวจความต้องการในการเข้าร่วมอบรม แบบประเมินความพึงพอใจต่อการเพิ่มสมรรถนะและพัฒนาศักยภาพการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารและแบบสอบถามเพื่อทราบสมรรถนะและศักยภาพการใช้ภาษาอังกฤษของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี มีสมรรถนะและศักยภาพในการพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60$) 2) แนวทางในการเพิ่มสมรรถนะและพัฒนาศักยภาพทักษะทางภาษาอังกฤษ ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี คือ การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษด้านการพูด ($\bar{x} = 4.29$) 3) สมรรถนะและศักยภาพการใช้ภาษาอังกฤษของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เพื่อรองรับการเป็นประชาคมอาเซียน ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี ทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผ้า กลุ่มของใช้ และกลุ่มอาหาร เครื่องดื่มและสมุนไพร มีผลสัมฤทธิ์ทางการทดสอบหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 4) ความพึงพอใจต่อการเพิ่มสมรรถนะและพัฒนาศักยภาพการใช้ภาษาอังกฤษของ

กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เพื่อรองรับการเป็นประชาคมอาเซียน ในเขตพื้นที่
จังหวัดอุบลราชธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.02$)

ศาสตรา สหัทธสน (2560) ได้พัฒนาคู่มือสนทนาภาษาอังกฤษ เรื่อง ผ้าไหมแพรวาบ้านโพน
เพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มี ประสิทธิภาพและยั่งยืน และประเมินความพึงพอใจที่มี
ต่อคู่มือสนทนาภาษาอังกฤษดังกล่าว โดยประชากร ประกอบด้วยกลุ่มวิสาหกิจทอผ้าไหมแพรวา
บ้านโพนจำนวน 50 คน ซึ่ง 20 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า คู่มือสนทนาภาษาอังกฤษที่มี
ประสิทธิภาพ เรื่อง ผ้าไหมแพรวาบ้านโพน เพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ทาง คณะผู้วิจัย
พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 นอกจากนั้นคู่มือสนทนาภาษาอังกฤษที่มีประสิทธิภาพ
เรื่อง ผ้าไหมแพรวาบ้านโพน เพื่อการสื่อสารกับ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ทางคณะผู้วิจัยพัฒนาขึ้นยัง
สามารถแก้ปัญหาการสื่อสาร ภาษาอังกฤษในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติในการขาย
สินค้าของกลุ่ม วิสาหกิจทอผ้าไหมแพรวาและผู้เข้าร่วมอบรมทุกคนมีความพึงพอใจต่อคู่มือสนทนา
ภาษาอังกฤษที่มีประสิทธิภาพ เรื่อง ผ้าไหมแพรวาบ้านโพน เพื่อการสื่อสารกับ นักท่องเที่ยวต่างชาติ
ที่ทางคณะผู้วิจัยพัฒนาขึ้นในระดับมากที่สุด

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทุติยภูมิ โดยค้นคว้าจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และแนวคิดต่างๆ และลงปฏิบัติการภาคสนามสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยมีกรอบ แนวคิดและ ขั้นตอนการศึกษาวิจัยดังนี้

3.1 ขั้นตอนการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัยดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร โดยการศึกษาจากหนังสือ เอกสารทางวิชาการ การสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต แหล่งข้อมูลต่างๆ ในชุมชน และการศึกษาจากรายงานวิจัย สารนิพนธ์ และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง
2. พัฒนาเครื่องมือ ซึ่งได้แก่ แบบสอบถามเพื่อศึกษาการใช้ภาษาอังกฤษ และปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในการขายสินค้าโอท็อปของผู้ประกอบการโอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมุ่งเน้นการศึกษการใช้ภาษาและปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของผู้ประกอบการโอท็อปกับชาวต่างชาติ
3. การหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจ และนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข ก่อนที่จะนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง
4. ศึกษาภาคสนาม (Field Study) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ จากผู้ให้ข้อมูลที่อยู่ภายใต้ขอบเขตพื้นที่ในเขตอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ อำเภอหล่มสัก และอำเภอหล่มเก่า เนื่องจากทั้ง 3 อำเภอนี้เป็นเส้นทางเศรษฐกิจอาเซียนที่เชื่อมต่อไปยังประเทศลาว ซึ่งถ้าผู้ประกอบการโอท็อปสามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้ จะทำให้เกิดรายได้ที่เพิ่มขึ้น จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ให้ได้ข้อสรุปเพื่อพัฒนารูปแบบประโยคภาษาอังกฤษเพื่อการค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อปเพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการโอท็อปในเขตอำเภอเมือง เพชรบูรณ์ อำเภอหล่มเก่า และอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Specific Random Sampling)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ดังนี้

แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และแบบสอบถามเพื่อศึกษาการใช้ ปัญหา และอุปสรรคในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ สำหรับผู้ประกอบการโอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์และสอบถามผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ดูแลงานโอท็อประดับอำเภอ และผู้ประกอบการโอท็อปในเขตอำเภอเมือง เพชรบูรณ์ อำเภอหล่มสัก และอำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ จากนั้น นำข้อมูลมาสรุป วิเคราะห์ และนำเสนอผลการวิจัยโดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และการนำเสนอข้อมูลแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

3.5 การวิเคราะห์ และการนำเสนอข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และสอบถามแล้ว ผู้วิจัย จะทำการจัดหมวดหมู่ของข้อมูลทั้งหมดและนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์โดยวิธีการพรรณนา และนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการกำหนดเป็นนโยบายการท่องเที่ยวของหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องในจังหวัดเพชรบูรณ์ ตลอดจนเผยแพร่ในวารสาร สิ่งพิมพ์ให้ประชาชนได้รับทราบต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัย และอภิปรายผลในการวิจัยครั้งนี้แบ่ง ข้อมูล ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้
ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาสภาพปัญหา และอุปสรรคในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

ส่วนที่ 3 รูปแบบประโยคภาษาอังกฤษเพื่อการค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจากข้อมูล ภาคสนาม (Field Study) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน พบว่า ตาราง 1 แสดงช่องทางในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์

ช่องทางขายสินค้า	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
ห้างสรรพสินค้า	18	36.00
งานประจำปี	50	100.00
ร้านค้าส่วนตัว	28	56.00
เว็บไซต์	21	42.00
อื่นๆ	38	76.00

จากตาราง 1 พบว่าผู้ประกอบการโอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์ มีการใช้ภาษาอังกฤษ โดยผ่านช่องทางในการจำหน่ายสินค้าหลากหลายช่องทาง โดยส่วนใหญ่จะมีการจำหน่ายสินค้าในงานประจำปีต่างๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาคือการขายสินค้าในช่องทางอื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่คือการออกจำหน่ายสินค้าตามงานจัดแสดงสินค้าต่างๆ เช่น เมืองทองธานี คิดเป็นร้อยละ 76.00 และมีร้านจำหน่ายสินค้าส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 56.00

ตาราง 2 แสดงประเภทของลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าโอท็อป

ประเภทลูกค้า	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
คนไทย	50	100.00
ต่างชาติ	50	100.00

จากตาราง 2 พบว่าประเภทของลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้ามีทั้งคนไทย และชาวต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งส่วนใหญ่มาจากประเทศ ฝรั่งเศส สิงคโปร์ จีน เกาหลี ญี่ปุ่น เวียดนาม และอังกฤษ

ตาราง 3 แสดงการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการซื้อขายสินค้าโอท็อป

การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการ ขายสินค้า	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
เคย	50	100.00
ไม่เคย	0	0.00
รวม		100.00

จากตาราง 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 100 เคยใช้ภาษาในการสื่อสารเพื่อขายสินค้าให้แก่ชาวต่างชาติ

ตาราง 4 แสดงความถี่ในการใช้ภาษาอังกฤษในการขายสินค้าโอท็อป

ชื่อหน่วยงานที่ปฏิบัติงาน	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
บ่อยมาก	38	76.00
นานๆ ครั้ง	12	24.00
รวม	50	100.0

จากตาราง 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารกับชาวต่างชาติเพื่อการซื้อขายสินค้าบ่อยมาก คิดเป็นร้อยละ 76.00 รองลงมาคือนานๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.00

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาสภาพปัญหา และอุปสรรคในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

จากการสอบถามและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโอท็อป และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดูแลดำเนินงานโอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีปัญหา และอุปสรรคในการใช้ภาษาอังกฤษในเรื่องของความเข้าใจคำศัพท์มากที่สุด รองลงมาคือการเรียบเรียงประโยคเพื่อพูดโต้ตอบกับชาวต่างชาติ และการฟังเพื่อจับใจความจากสำเนียงของชาวต่างชาติ ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีปัญหาในการบอกเล่าเรื่องราวของสินค้าอีกด้วย ซึ่งปัญหาดังกล่าวส่งผลกระทบต่อการขายสินค้า แต่ทั้งนี้ ผู้ประกอบการโอท็อปมีวิธีการแก้ปัญหา คือ การใช้ภาษามือ และเดาความหมายจากสิ่งที่ได้ยินจากชาวต่างชาติ

ส่วนที่ 3 รูปแบบประโยคภาษาอังกฤษเพื่อการค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

ผู้วิจัยได้ศึกษารูปแบบประโยคที่ผู้ประกอบการโอท็อปมักใช้ในการสื่อสารกับชาวต่างชาติบ่อยที่สุด ผลการศึกษาค้นคว้าสรุปได้ว่าผู้ประกอบการโอท็อป มีการใช้รูปแบบประโยคในการสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติ ดังนี้

- การถามราคาสินค้า
- การต่อรองราคาสินค้า
- การบอกที่มาและเรื่องราวของสินค้า
- การประโยชน์หรือสรรพคุณของสินค้า
- การอธิบายรสชาติของสินค้าและผลิตภัณฑ์
- การเสนอสินค้าให้ลูกค้า เช่น การใช้ทดลองสินค้า เป็นต้น
- การอธิบายวิธีการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์
- การอธิบายลักษณะของสินค้าและผลิตภัณฑ์
- การรับ order สินค้าและผลิตภัณฑ์

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้มีศึกษาความต้องการพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของผู้ประกอบการโอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ รวมทั้งหน่วยงานที่กำกับดูแล มีความต้องการให้จัดอบรมภาษาอังกฤษ โดยมุ่งเน้นไปในเรื่องของการซื้อขายสินค้าควบคู่ไปกับการให้ความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ครั้งนี้ ผู้วิจัยนำเสนอการสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ผู้ประกอบการโอท็อปส่วนใหญ่ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารกับชาวต่างชาติในการซื้อขายสินค้า โดยมีช่องทางในการสินค้าในงานประจำปีที่เกิดขึ้นโดยหน่วยงานต่างๆ มากที่สุด รองลงมาคือการจำหน่ายสินค้าร่วมกับการจัดงานแสดงสินค้าที่จัดโดยภาครัฐและเอกชน และประเภทของลูกค้าส่วนใหญ่มีทั้งคนไทย และชาวต่างชาติ ได้แก่ ประเทศฝรั่งเศส สิงคโปร์ จีน เกาหลี ญี่ปุ่น เวียดนาม และอังกฤษ

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัญหา และอุปสรรคในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ผู้ประกอบการโอท็อปยังคงมีปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเพื่อการซื้อขายสินค้าในเรื่องของความเข้าใจคำศัพท์มากที่สุด รองลงมาคือการเรียงเรียงประโยคเพื่อพูดได้ตอบกับชาวต่างชาติ และการฟังเพื่อจับใจความจากสำเนียงของชาวต่างชาติ ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีปัญหาในการบอกเล่าเรื่องราวของสินค้าอีกด้วย ซึ่งปัญหาดังกล่าวส่งผลกระทบต่อการขายสินค้า แต่ทั้งนี้ ผู้ประกอบการโอท็อปมีวิธีการแก้ปัญหา คือ การใช้ภาษามือ และเดาความหมายจากสิ่งที่ได้ยินจากชาวต่างชาติ

ส่วนประเด็นการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบประโยคภาษาอังกฤษเพื่อการค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ผู้ประกอบการโอท็อปมักจะใช้ในการสื่อสารกับชาวต่างชาติบ่อยที่สุด ผลการศึกษายังสรุปได้ว่าผู้ประกอบการโอท็อป มีการใช้รูปแบบประโยคในการสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติ ดังนี้

การถามราคาสินค้า

การต่อรองราคาสินค้า

การบอกที่มาและเรื่องราวของสินค้า

การประประโยชน์หรือสรรพคุณของสินค้า

การอธิบายรสชาติของสินค้าและผลิตภัณฑ์

การเสนอสินค้าให้ลูกค้า เช่น การใช้ทดลองสินค้า เป็นต้น

การอธิบายวิธีการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์

การอธิบายลักษณะของสินค้าและผลิตภัณฑ์

การรับ order สินค้าและผลิตภัณฑ์

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้มีการศึกษาความต้องการพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของผู้ประกอบการโอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ รวมทั้งหน่วยงานที่กำกับดูแล มีความต้องการให้จัดอบรมภาษาอังกฤษ โดยมุ่งเน้นไปในเรื่องของการซื้อขายสินค้าควบคู่ไปกับการให้ความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจ

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 การศึกษาใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ผู้ประกอบการโอท็อปส่วนใหญ่ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารกับชาวต่างชาติในการซื้อขายสินค้า โดยมีช่องทางในการสินค้าในงานประจำปีที่เกิดขึ้นโดยหน่วยงานต่างๆ มากที่สุด รองลงมาคือการจำหน่ายสินค้าร่วมกับการจัดงานแสดงสินค้าที่จัดโดยภาครัฐและเอกชน และประเภทของลูกค้านั้นส่วนใหญ่มีทั้งคนไทย และชาวต่างชาติ ได้แก่ ประเทศ ฝรั่งเศส สิงคโปร์ จีน เกาหลี ญี่ปุ่น เวียดนาม และอังกฤษ ซึ่งสอดคล้องกับ พิกุล สายดวง (2559) ได้ศึกษา ศึกษา สมรรถนะและศักยภาพการใช้ภาษาอังกฤษของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เพื่อรองรับการเป็นประชาคมอาเซียน ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี และแนวทางการเพิ่มสมรรถนะและพัฒนาศักยภาพการใช้ภาษาอังกฤษของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เพื่อรองรับการเป็นประชาคมอาเซียน ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี รวมทั้งพัฒนาสมรรถนะและศักยภาพการใช้ภาษาอังกฤษของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เพื่อรองรับการเป็นประชาคมอาเซียน ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี และความพึงพอใจต่อการเพิ่มสมรรถนะและพัฒนาศักยภาพการใช้ภาษาอังกฤษของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เพื่อรองรับการเป็นประชาคมอาเซียน ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี โดยประชากรคือกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 3 กลุ่ม กลุ่มละ 75 คน ได้แก่ กลุ่มผ้า กลุ่มของใช้ และกลุ่มอาหารเครื่องดื่มและสมุนไพร จำนวน 225 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานีทั้ง 3 กลุ่ม กลุ่มละ 60 คน รวมทั้งหมด จำนวน 180 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ชุดฝึกอบรม แบบทดสอบการวัดความสามารถด้านการพูดภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร แบบสำรวจความต้องการในการเข้าร่วมอบรม แบบประเมินความพึงพอใจต่อการเพิ่มสมรรถนะและพัฒนาศักยภาพการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารและแบบสอบถามเพื่อทราบสมรรถนะและศักยภาพการใช้ภาษาอังกฤษของกลุ่ม

ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี มีสมรรถนะและศักยภาพในการพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60$) 2) แนวทางในการเพิ่มสมรรถนะและพัฒนาศักยภาพทักษะทางภาษาอังกฤษ ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี คือ การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษด้านการพูด ($\bar{x} = 4.29$) 3) สมรรถนะและศักยภาพการใช้ภาษาอังกฤษของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เพื่อรองรับการเป็นประชาคมอาเซียน ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี ทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผ้า กลุ่มของใช้ และกลุ่มอาหาร เครื่องดื่มและสมุนไพร มีผลสัมฤทธิ์ทางการทดสอบหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 4) ความพึงพอใจต่อการเพิ่มสมรรถนะและพัฒนาศักยภาพการใช้ภาษาอังกฤษของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เพื่อรองรับการเป็นประชาคมอาเซียน ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.02$)

5.2.2 การศึกษาสภาพปัญหา และอุปสรรคในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ผู้ประกอบการโอท็อปยังคงมีปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเพื่อการซื้อขายสินค้าในเรื่องของความเข้าใจคำศัพท์มากที่สุด รองลงมาคือการเรียบเรียงประโยคเพื่อพูดได้ตอบกับชาวต่างชาติ และการฟังเพื่อจับใจความจากสำเนียงของชาวต่างชาติ ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีปัญหาในการบอกเล่าเรื่องราวของสินค้าอีกด้วย ซึ่งปัญหาดังกล่าวส่งผลกระทบต่อการขายสินค้า แต่ทั้งนี้ ผู้ประกอบการโอท็อปมีวิธีการแก้ปัญหา คือ การใช้ภาษามือ และเดาความหมายจากสิ่งที่ได้ยินจากชาวต่างชาติ ซึ่งสอดคล้องกับ ศาตรา สหัสทัศน์ (2560) บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาคู่มือสนทนาภาษาอังกฤษ เรื่อง ผ้าไหมแพรวาบ้านโพน เพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มี ประสิทธิภาพและยั่งยืน 2) แก้ปัญหาการสื่อสารภาษาอังกฤษในการสื่อสารกับ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการขายสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจทอผ้าไหมแพรวา และ 3) ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อคู่มือสนทนาภาษาอังกฤษดังกล่าว การศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง มีลักษณะการทดลองแบบกลุ่มเดียว คือ การทดสอบก่อนและหลังเรียน และมีการเก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ประชากร ประกอบด้วยกลุ่มวิสาหกิจทอผ้าไหมแพรวาบ้านโพนจำนวน 50 คน ซึ่ง 20 คน ได้รับการคัดเลือกให้เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยได้มาจากการสุ่มอย่างง่ายโดยวิธีการจับ ฉลาก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ คู่มือสนทนาภาษาอังกฤษ , แบบสอบถาม, แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และแบบทดสอบ และการวิเคราะห์ ข้อมูลใช้สถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบค่าที ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า คู่มือสนทนาภาษาอังกฤษที่มีประสิทธิภาพ เรื่อง ผ้าไหมแพรวาบ้านโพน เพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ทาง คณะผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80

นอกจากนี้คู่มือสนทนา ภาษาอังกฤษที่มีประสิทธิภาพ เรื่อง ผ้าไหมแพรวาบ้านโพน เพื่อการสื่อสารกับ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ทางคณะผู้วิจัยพัฒนาขึ้นยังสามารถแก้ปัญหาการสื่อสาร ภาษาอังกฤษในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการขายสินค้าของกลุ่ม วิสาหกิจทอผ้า ไหมแพรวาและผู้เข้าร่วมอบรมทุกคนมีความพึงพอใจต่อคู่มือสนทนา ภาษาอังกฤษที่มี ประสิทธิภาพ เรื่อง ผ้าไหมแพรวาบ้านโพน เพื่อการสื่อสารกับ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ทาง คณะผู้วิจัยพัฒนาขึ้นในระดับมากที่สุด

5.2.3 การพัฒนารูปแบบประโยคภาษาอังกฤษเพื่อการค้าสำหรับผู้ประกอบการ โอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ผู้ประกอบการโอท็อปมักจะใช้ในการสื่อสารกับชาวต่างชาติ บ่อยที่สุด ผลการศึกษาวิจัย สรุปได้ว่าผู้ประกอบการ โอท็อป มีการใช้รูปแบบประโยคในการสื่อสาร กับลูกค้าชาวต่างชาติ ดังนี้

การถามราคาสินค้า

การต่อรองราคาสินค้า

การบอกที่มาและเรื่องราวของสินค้า

การประประโยชน์หรือสรรพคุณของสินค้า

การอธิบายรสชาติของสินค้าและผลิตภัณฑ์

การเสนอสินค้าให้ลูกค้า เช่น การใช้ทดลองสินค้า เป็นต้น

การอธิบายวิธีการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์

การอธิบายลักษณะของสินค้าและผลิตภัณฑ์

การรับ order สินค้าและผลิตภัณฑ์

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้มีการศึกษาความต้องการพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษ เพื่อการสื่อสารของผู้ประกอบการโอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ รวมทั้งหน่วยงานที่กำกับดูแล มีความต้องการให้จัดอบรมภาษาอังกฤษ โดยมุ่งเน้นไปในเรื่องของ การซื้อขายสินค้าควบคู่ไปกับการให้ความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับ อัญชรา พุทธิกาญจนกุล และคณะ (2558) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อ รองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ของผู้ประกอบการในเขตอำเภอ หางดง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะการดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของผู้ประกอบการ โดยการสอบถามจาก ผู้ประกอบการ จำนวน 84 ราย ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตเจ้าของคนเดียว ผลิตและ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทของ ใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ระยะเวลาในการประกอบการมากกว่า 10 ปี ขึ้นไป มีจำนวนสมาชิกในกลุ่ม/ สถานประกอบการ 1-5 คน มีจำนวนเงินทุนหมุนเวียนอยู่

ระหว่าง 50,001-100,000 บาท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ระหว่าง 10,001-25,000 บาทสำหรับ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด การผลิต การจัดการ และการเงินและบัญชีในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด การผลิต การจัดการ และการเงินและบัญชีในภาพรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยแนวทางการพัฒนาการดำเนินงาน ได้แก่การจัดหาสถานที่สำหรับแสดงสินค้าและจำหน่ายสินค้าโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย รวมถึงการเพิ่มทักษะด้านการใช้ภาษาต่างประเทศที่จำเป็นให้สามารถสื่อสารได้ เป็นต้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการค้าสำหรับผู้ประกอบการ โอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์

5.3.1.1 พัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการค้าสำหรับผู้ประกอบการ โอท็อปใน จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นการศึกษาเพียงแต่การใช้ภาษาอังกฤษ และปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษในการซื้อขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ แต่ยังไม่คำนึงถึงวัฒนธรรมที่จะมาสนับสนุนการพัฒนาทักษะการใช้ ภาษาอังกฤษ เช่น สื่อการเรียนรู้ในรูปแบบต่างๆ เป็นต้น

5.3.1.2 ควรมีการจัดอบรมเป็นหลักสูตรระยะสั้นเพื่อให้ผู้เรียนได้มีโอกาส ฝึกการใช้ ภาษาอังกฤษก่อนนำไปใช้จริงในการปฏิบัติงาน มากกว่าที่จะเป็นการศึกษาความต้องการ และรูปแบบการใช้ภาษาเพื่อการขายสินค้าเพียงอย่างเดียว

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาค้นคว้า

ควรมีการนำผลการศึกษาไปพัฒนาเป็นคู่มือ หรือสื่อการเรียนรู้เพื่อพัฒนา ภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการ โอท็อปต่อไป อาจจะทำเป็นสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง เช่น application หรือ web learning

บรรณานุกรม

กิตติ ลิ้มสกุล. (2544). แนวทางการดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ . กรุงเทพฯ:

กระทรวงมหาดไทย กรมการพัฒนาชุมชน.

คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ. 2545. หนึ่งปี หนึ่งตำบล หนึ่ง
ผลิตภัณฑ์. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

ไทยตำบลคอตคอม (ThaiTambon.com). (2542). โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์. (Online) :

<http://www.thaitambon.com/> (สืบค้นเมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2560)

นภาเพ็ญ สุดใจ. การศึกษาความต้องการในการใช้ภาษาอังกฤษของสถานประกอบการ ท้องเที่ยว
และของนักเรียนชั้นปีที่ 3 ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาพลศึกษา สังกัดกรม
อาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ เขตการศึกษา 7. วิทยานิพนธ์ปริญญา ศีษศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสอนภาษาอังกฤษในฐานะภาษาต่างประเทศ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2536.

พิกุล สายดวง (2559). การเพิ่มสมรรถนะและพัฒนาศักยภาพการใช้ภาษาอังกฤษ ของกลุ่ม
ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เพื่อรองรับการเป็นประชาคมอาเซียน ในเขต
พื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
อุบลราชธานี ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม- ธันวาคม 2559).

ศาดรา สหัสทัศน์ และคณะ (2560). การพัฒนาคู่มือสนทนาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารกับ
นักท่องเที่ยวต่างชาติสำหรับวิสาหกิจท่องเที่ยวไหมแพรวาบ้านโพน อำเภอคำม่วง จังหวัด
กาฬสินธุ์.วารสารการบริหารปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬสินธุ์ ปีที่ 6 ฉบับพิเศษ
(กันยายน 2560)

สุมิตรา อังวัฒนกุล. วิธีสอนสื่อสารทักษะฟังภาษาอังกฤษ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2540.

อัญชรา พุทธิกาญจนกุล และคณะ (2558). แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง
ผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ของผู้ประกอบการ ใน
เขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่. วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2558

- Byrne, D. Teaching Oral English. Singapore: Longman, 1990.
- Chaiklin, S. (2003). “ The Zone of Proximal Development in Vygotsky’s analysis of learning and instruction.” In Koulin, A., Gindis, B., Ageyev, V. & Miller, S. (Eds.) Vygotsky’s educational theory and practice in cultural context. 39-64. Cambridge : Cambridge University
- Canale M. & Swain M. (1980). Theoretical Base of Communicative Approaches to Second Language Teaching and Testing. Retrieved December 1, 2007.
- Finocchiaro, M., & Brumfit, C. (1983). The functional-notional approach: from theory to practice. New York: Oxford University Press.
- Hutchison, T. and A. Waters. English for specific purposes: A learning-centred approach. Cambridge: Cambridge University Press, 1996 .
- Johns, A. & Dudley-Evans, T. (2001). English for specific purposes: International in scope, specific in purpose. TESOL Quarterly.
- Johns, A. M. and T. Dudley-Evans. Developments in English for specific purposes: A multi-disciplinary approach. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.
- Larsen - Freeman, Diane. (2002). Techniques and Principles in Language Teaching Cambridge: Cambridge University Press.
- Littlewood, William T. (1991). Techniques and Principles in Language Teaching. Oxford: Oxford University Press.
- Littlewood William T. (2007). Communicative and task-based language teaching in East Asian Classrooms.
- Mackay, R. and A. Mountford. English for Specific Purposes. London: Longman, 1978.
- McDonough, C. ESP in Perspectives. London: Hazell Watren and Viney Limited, 1984.
- Richards, Jack C. (2006). Communicative Language Teaching Today. Cambridge: Cambridge University Press.
- Robinson, P. ESP Today : A Practitioner’s Guide. London : Prentice Hall International, 1991.
- PICA, T. et al (1993): «Choosing and Using Communication Tasks for Second Language Instruction. In G. Crookes and M. Gass (Eds.), *7th ICALL and Language Learning*. Clevedon: Multilingual Matters.

- Stevens, P. ESP after twenty years: a re-appraisal. Singapore: SEAMEO Regional Language Center, 1988.
- Valette, R. 1977: Modern language testing. Second edition. San Diego, CA: Harcourt Brace Jovanovich.
- Willis, Jane. (1996). A Framework for Task-Based Learning. Harlow: Longman.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามเพื่อศึกษาการใช้ ปัญหา และอุปสรรคในการใช้
ภาษาอังกฤษเพื่อการค้าของผู้ประกอบการ โอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ สำหรับ
ผู้ประกอบการ โอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
แบบสอบถามปัญหา และการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการค้า
ของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์
(สำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP))

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ภาษาอังกฤษในการซื้อขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร เพื่อที่จะได้นำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบประโยคภาษาอังกฤษเพื่อการค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ต่อไป

โปรดทำเครื่องหมาย/หรือเติมคำในช่องว่างให้สมบูรณ์

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. ระยะเวลาในการดำเนินงาน ☐ 1-5 ปี ☐ 6-10 ปี ☐ 11-15 ปี
☐ 15-20 ปี ☐ มากกว่า 20 ปี
3. ประเภทของสินค้า/บริการ
ชื่อผลิตภัณฑ์
ชื่อกลุ่ม ตำบล
4. รายได้เฉลี่ย/เดือนจากการขายสินค้าโอท็อป (OTOP) (ถ้าระบุได้)
5. ช่องทางการขายสินค้าโอท็อป (OTOP)
☐ ห้างสรรพสินค้า ☐ งานประจำปี ☐ ร้านค้าส่วนตัว
☐ เว็บไซต์ ☐ อื่นๆ (ระบุ)
6. ประเภทของลูกค้าที่ซื้อสินค้าโอท็อป (OTOP)
☐ คนไทย
☐ ต่างชาติ (ระบุ)
7. ท่านเคยใช้ภาษาอังกฤษในการขายสินค้าหรือไม่
☐ เคย ☐ ไม่เคย

8. ท่านใช้ภาษาอังกฤษในการในการขายสินค้าบ่อยแค่ไหน

- ☐ บ่อยมาก ☐ นานๆ ครั้ง ☐ ไม่เคยใช้เลย

9. รูปแบบประโยค และคำศัพท์ที่ท่านใช้ในการขายสินค้ามีเรื่องใดบ้าง (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ การกล่าวทักทายลูกค้า
☐ การบอกชื่อสินค้า
☐ การอธิบายส่วนผสม หรือลักษณะของสินค้า
☐ การบอกรสชาติของสินค้า (กรณีเป็นอาหาร)
☐ การบอกวิธีการใช้งานของสินค้า (กรณีเป็นเครื่องใช้ เช่น เครื่องแต่งกาย อุปกรณ์

ตกแต่งบ้าน)

- ☐ การบอกประโยชน์ของสินค้า
☐ การบอกเรื่องราวความเป็นมาของสินค้า
☐ การบอกราคา
☐ การบอกโปรโมชั่น และส่วนลดของสินค้า
☐ การเจรจาต่อรองราคาสินค้ากับลูกค้า
☐ การรับ order สินค้า
☐ อื่นๆ (ระบุ)

10. ปัญหาที่พบในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าโอท็อป (OTOP)

- ☐ ปัญหาในการฟังภาษาอังกฤษ (ระบุ)
☐ ปัญหาในการพูดภาษาอังกฤษ (ระบุ)
☐ ปัญหาในการไม่รู้ความหมายคำศัพท์
☐ ปัญหาในการคิดและสร้างประโยคภาษาอังกฤษ

11. ท่านต้องการให้มีการจัดอบรมภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าโอท็อปหรือไม่ อย่างไร

- ☐ ไม่ต้องการ
☐ ต้องการให้จัดอบรมเรื่อง

.....

12. ข้อเสนอแนะอื่นๆ จากประสบการณ์การขายสินค้าโอท็อป (OTOP) ของท่าน

[illegible]



**แบบสอบถามการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการค้า
ของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์
(สำหรับหน่วยงานที่ดูแลงานด้านโอท็อป (OTOP))**

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการค้าสำหรับผู้ประกอบการ โอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ภาษาอังกฤษในการซื้อขายสินค้าของผู้ประกอบการ โอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร เพื่อที่จะได้นำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบประโยคภาษาอังกฤษเพื่อการค้าสำหรับผู้ประกอบการ โอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ต่อไป

โปรดทำเครื่องหมาย/หรือเติมคำในช่องว่างให้สมบูรณ์

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง

2. ชื่อหน่วยงาน

.....

3. ตำแหน่งงาน

.....

4. หน้าที่ที่รับผิดชอบ

.....

5. ปัญหาที่พบในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าโอท็อป (OTOP) สำหรับผู้ประกอบการ โอท็อป (OTOP) ในฐานะที่ท่านเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ

.....

.....

.....

.....

.....

6. ท่านต้องการให้มีการจัดอบรมภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าโอท็อปหรือไม่ อย่างไร

☐ ไม่ต้องการ

☐ ต้องการให้จัดอบรมเรื่อง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

7. ข้อเสนอแนะอื่นๆ จากประสบการณ์การขายสินค้าโอท็อป (OTOP) ของท่าน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข

- ตัวอย่างภาพผลิตภัณฑ์โอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์



มะกรูดเชื่อม

86 ม.3 ต.บ้านโคก อ.เมืองเพชรบูรณ์ จ.เพชรบูรณ์ 67000



กลุ่มมะขามแปรรูปบ้านยวี่

120/1 หมู่ 1 บ้านยวี่เหนือ ถ.สระบุรี-หล่มสัก ต.วังชมภู อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์ 67210



น้ำจิ้มสุกี้พริกขี้หนู

146/1 หมู่ที่ 6 ตำบลวัดป่า อำเภอห้วยสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ 67110



กลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้าไหม

159 หมู่ 3 บ้านตัว ตำบลบ้านตัว อำเภอห้วยสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ 67110



พายไม้มงคล

34 ม.3 ต.นางั่ว อ.เมืองเพชรบูรณ์ จ.เพชรบูรณ์ 67000



น้ำมัลเบอร์รี่เข้มข้น

442 หมู่ 3 ตำบลวังชมภู อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ 67210

แหล่งทุน: ทุนอุดหนุนการวิจัยของมหาวิทยาลัยราช
 ภัฏเพชรบูรณ์ ประจำปีงบประมาณ
 พ.ศ. 2556

4. ชื่อโครงการวิจัย: การศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อ
 พัฒนาสู่การเป็นประชาคมอาเซียน:
 กรณีศึกษาในเขตชุมชนตำบลงมูลเหล็ก
 อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์

แหล่งทุน: ทุนอุดหนุนการวิจัยของมหาวิทยาลัยราช
 ภัฏเพชรบูรณ์ ประจำปีงบประมาณ
 พ.ศ. 2558

5. ชื่อโครงการวิจัย: การพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อ
 การเป็นมัคคุเทศก์ของผู้ให้บริการ ข้อมูล
 ด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์

แหล่งทุน: ทุนอุดหนุนการวิจัยของมหาวิทยาลัยราช
 ภัฏเพชรบูรณ์ ประจำปีงบประมาณ
 พ.ศ. 2559