



รายงานการวิจัย

การพัฒนาคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้า
ของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

**The Development of English for Product Selling Pocket Book
of OTOP Entrepreneurs in Phetchabun**

วันวิสาข์ หมั่นจง
สาขาภาษาอังกฤษธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ประจำปีงบประมาณ 2561

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การพัฒนาคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้า
ของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

**The Development of English for Product Selling Pocket Book
of OTOP Entrepreneurs in Phetchabun**

วันวิสาข์ หมั่นจง

สาขาภาษาอังกฤษธุรกิจ

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ทุนอุดหนุนโดยมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ งบประมาณแผ่นดิน
ที่พิจารณาผ่านความเห็นชอบของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
ประจำปีงบประมาณ 2561

ชื่องานวิจัย	การพัฒนาคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของ ผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัด เพชรบูรณ์
ผู้วิจัย	วันวิสาข์ หมั่นจง
สาขาวิชา	ภาษาอังกฤษธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ***ปีเสร็จวิจัย***2561

บทคัดย่อ

ภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในเรื่องของธุรกิจ การศึกษาวิจัยในครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพและปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ 2) พัฒนาคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัด เพชรบูรณ์ และ 3) ประเมินคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัด เพชรบูรณ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในอำเภอหล่มเก่า อำเภอหล่มสัก และอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ จำนวน 50 คน เป็นผู้ให้ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการดำเนินงานโอท็อป และ 20 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างในการทดลองใช้คู่มือการฝึกทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าโอท็อปโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม คู่มือการฝึกทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าโอท็อป และแบบทดสอบ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ การทดสอบค่าที (t-test) ผลการวิจัยพบว่า

1) ผู้ประกอบการโอท็อปส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์ภาษาอังกฤษในการบอกราคามากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$, $SD = 0.84$) รองลงมาเป็นการแนะนำสินค้า เช่น การเชิญชวนลูกค้าให้ทดลองสินค้า ($\bar{X} = 4.20$, $SD = 0.89$) และการบอกชื่อสินค้า ($\bar{X} = 4.16$, $SD = 0.78$) ตามลำดับ แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการโอท็อปยังคงมีปัญหาสะกดคำศัพท์มากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$, $SD = 0.61$) รองลงมาคือการใช้ไวยากรณ์ที่ถูกต้อง ($\bar{X} = 4.26$, $SD = 0.59$) ความเข้าใจสำเนียงภาษาอังกฤษที่หลากหลายของชาวต่างชาติ และออกเสียงคำศัพท์ภาษาอังกฤษ ($\bar{X} = 4.24$, $SD = 0.71$ ตามลำดับ

2) ผลการประเมินความเหมาะสมของคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ พบว่า คู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัด

เพชรบูรณ์ โดยภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.13$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าส่วนใหญ่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มากที่สุด และผลการหาค่าประสิทธิภาพของ บทเรียนในครั้งนี้เป็นไปตามเกณฑ์ 80/80 และเมื่อผู้วิจัยได้นำคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการ ขายเป็นสินค้าไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการโอท็อป และทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย ก่อน - หลังเรียน พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3) ผู้ประกอบการมีระดับความพึงพอใจต่อคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้า ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.28$; S.D. = 0.54) และในแต่ละข้อมีระดับความพึงพอใจ ผู้ประกอบการโอท็อปที่มีต่อคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้า อยู่ในระดับ มาก ทุก ประเด็น และเมื่อสอบถามโดยการสนทนากลุ่ม พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่โดยภาพรวม มีความพึงพอใจต่อคู่มือ สะดวก ใช้งานง่าย ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบประโยค และคำอ่าน รวมทั้ง เนื้อหาที่มีความเหมาะสมกับการใช้งานจริง แต่มีข้อเสนอแนะว่าควรแยกเนื้อหาสำหรับสินค้า ประเภทต่างๆ พร้อมทั้งให้สอนเรื่องการโฆษณาสินค้า เล่าเรื่องราวของสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ

คำสำคัญ คู่มือ ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้า ผู้ประกอบการโอท็อป จังหวัดเพชรบูรณ์

Research Title	The Development of English for Product Selling Pocket Book of OTOP Entrepreneurs in Phetchabun
Author	Wanwisa Meunchong
Program	Business English Phetchabun Rajabhat University 2018

Abstract

English has become important global language, especially, in business area. This study aims to 1) investigate the problems in using English for selling product of OTOP entrepreneurs in Phetchabun province 2) to develop English for Selling Product Pocket Book for OTOP entrepreneurs in Phetchabun province and 3) to evaluate the use of English for Selling Product Pocket Book for OTOP entrepreneurs in Phetchabun province. The sample of fifty OTOP entrepreneurs were drawn from three district in Phetchabun province; Muang, Lomkao, Lomsak to provide the general information about problems in using English for Selling product and twenty people were selected to be experimental group for English for Selling Product Pocket Book by using purposive random sampling method. Data was collected by questionnaire interview and testing and analyzed using percentage mean standard deviation and t-test. The finding revealed as follows:

1) Most of OTOP entrepreneurs used English for payment ($\bar{X} = 4.24$, $SD = 0.84$), product presentation ($\bar{X} = 4.20$, $SD = 0.89$) and product introduction ($\bar{X} = 4.16$, $SD = 0.78$) respectively. When considered in the problem issue, they face problems of using English to communicate with the foreigners in the insufficient vocabularies at the highest level ($\bar{X} = 4.30$, $SD = 0.61$), lack of the knowledge to use correct English grammar ($\bar{X} = 4.26$, $SD = 0.59$) and lack of understanding in foreigners' accent ($\bar{X} = 4.24$, $SD = 0.71$), respectively.

2) The English for selling product pocket book had the effectiveness as committee criteria at 80/80. Moreover, when the pocket book was used by the participants, it was found that the OTOP entrepreneurs' posttest score was higher than pretest at the statistical significance level of .05.

3) As a whole, the satisfactory of the OTOP entrepreneurs towards the pocket book was at high level ($\bar{X}$ =4.28; S.D. = 0.54). Furthermore, in the focus group, it was found that most of them thought that the pocket book was convenient to use in the real situations because of the easy sentences and Thai subtitle. However, they suggested that the contents of each OTOP product should be separated as well as they need to be trained about product advertising and describing the product stories in English version.

Keywords: Pocket Book, English for Selling Product , OTOP Entrepreneurs, Phetchabun

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ที่ให้ทุนสนับสนุนงานวิจัยเรื่องนี้ ซึ่งหวังว่าผลงานวิจัยจะสามารถนำไปใช้บูรณาการกับการเรียนการสอน และการบริการวิชาการ เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน หรือนำไปให้ชุมชนใช้เป็นแนวทางในการทำแผนพัฒนาศักยภาพ บุคลากรในหน่วยงานได้ในระดับหนึ่ง

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

12 ธันวาคม 2561

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	ก
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
1.5 ประโยชน์ของการวิจัย.....	4
บทที่ 2 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	4
2.2 แนวทางการพัฒนาโอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์.....	7
2.3 การพัฒนาผู้เรียนตามแนวการสอนภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ.....	9
2.4 การพัฒนาการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร.....	13
2.5 การพัฒนาทักษะการพูด.....	19
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 ขั้นตอนการวิจัย.....	26
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	28
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล.....	28
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	29
3.5 การวิเคราะห์ และการนำเสนอข้อมูล.....	30
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และขอเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	42
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย.....	45
5.3 ขอเสนอแนะ.....	48
5.4 ขอเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้.....	48
5.5 ขอเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	48

สารบัญ (ต่อ)

บรรณานุกรม.....	49
ภาคผนวก.....	52
ประวัติผู้วิจัย.....	59

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 แสดงเพศของผู้สอบแบบสอบถาม.....	32
ตารางที่ 2 แสดงระยะเวลาในการดำเนินงาน.....	33
โอท็อป (OTOP)	
ตารางที่ 3 ช่องทางการขายสินค้าโอท็อป (OTOP)	33
ตารางที่ 4 แสดงประเภทของลูกค้าที่ซื้อสินค้า.....	34
โอท็อป (OTOP)	
ตารางที่ 5 แสดงความถี่(เคย)ในการใช้ภาษาอังกฤษ.....	34
ในการขายสินค้า	
ตารางที่ 6 แสดงความถี่(บ่อย)ในการใช้ภาษาอังกฤษ.....	34
ในการขายสินค้า	
ตารางที่ 7 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย.....	35
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้	
ประโยชน์ที่ใช้ในการขายสินค้าโอท็อป (OTOP)	
ตารางที่ 8 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย.....	35
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการ	
ใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าโอท็อป (OTOP)	
ตารางที่ 9 แสดงผลการประเมินความเหมาะสม.....	37
ของกลุ่มการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้า	
สำหรับผู้ประกอบการ โอท็อป (OTOP)	
ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ตามความคิดเห็น	
ของผู้เชี่ยวชาญ	
ตารางที่ 10 แสดงผลการหาประสิทธิภาพของกลุ่ม.....	38
การฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการ	
โอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์	
ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 3 คน ตามเกณฑ์ 80/80	

ตารางที่ 11 แสดงผลการหาประสิทธิภาพของกลุ่มมือ.....	39
การฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้	
ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์	
ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 6 คน ตามเกณฑ์ 80/80	
ตารางที่ 12 แสดงคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียน.....	39
โดยใช้คู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้า	
ของผู้ประกอบการโอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์	
ตารางที่ 13 ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อคู่มือ.....	40
การฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าโอท็อป (OTOP)	

สารบัญภาพ

หน้า

แผนภาพแสดงมูลค่าซื้อขายสินค้า OTOP	
ของกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 ปีงบประมาณ พ.ศ.2558	8

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาษาอังกฤษได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตของคนไทยและคนทั่วโลกไปแล้ว จนกลายเป็นภาษานานาชาติที่ใช้ติดต่อสื่อสารกัน ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสารกันโดยตรง การใช้อินเทอร์เน็ต การดูทีวี การดูภาพยนตร์ การเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ หนังสือคู่มือทางด้านวิชาการต่างๆ ฯลฯ บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาออกมาในปัจจุบัน ถ้ามีความรู้ภาษาอังกฤษทั้งพูดและเขียนเสริมเข้าไปด้วยอีก โอกาสที่จะหางานก็จะไม่จำกัดแค่ในประเทศไทย เท่านั้น ซึ่งในภาวะปัจจุบันที่อิทธิพลของโลกาภิวัตน์ยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง และยิ่งจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ นั้นการเรียนรู้ภาษา ของประเทศอื่นย่อมได้เปรียบในการทำกิจการต่างๆ เพราะคงไม่มีใครจะติดต่อสื่อสารและรู้เรื่องได้ดีเท่ากับการพูดภาษาเดียวกัน ซึ่งในปัจจุบันคนทั่วโลกใช้ภาษาอังกฤษในฐานะภาษานานาชาติ โดยไม่ได้มองที่รูปแบบความถูกต้องของไวยากรณ์ แต่กลับมองในเรื่องของการสื่อความหมาย และความเข้าใจในเรื่องของความแตกต่างของวัฒนธรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการสื่อสารในชีวิตประจำวัน การศึกษา และโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการทำธุรกิจ ทั้งนี้ ภาษาอังกฤษกลายมาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของหลายๆ คน ในรูปแบบทางภาษาศาสตร์และภูมิหลังทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เช่น ป้ายบอกทาง ชื่อสินค้าภาษาอังกฤษ วงดนตรี และอื่นๆ อีกมากมาย ภาษาอังกฤษยังเป็นภาษานานาชาติที่ใช้ในการสื่อสาร และมีบทบาทสำคัญในการใช้สื่อสารในการทำงาน (Galloway and Heath, 2015). ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ภาษาอังกฤษมีบทบาทอย่างมากในเรื่องของการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ และ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ก็เป็นหนึ่งในธุรกิจขนาดย่อมที่มีการใช้ภาษาอังกฤษในการซื้อขายสินค้า

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นโครงการเร่งด่วนของรัฐบาล เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญา ท้องถิ่น พัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่งเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมาสร้างเป็นจุดขายของตนเอง จึงเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับ โครงการต่างๆ ของกระทรวงอุตสาหกรรมที่ได้ดำเนินการส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมในครอบครัว และธุรกิจชุมชนในชนบท มาโดยตลอด (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2542) นอกจากนี้ รัชสมัย เจียรกุล (2557) ได้ศึกษาปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC พบว่า การรวมตัวกันของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นั้นมีผลกระทบต่อการปรับตัว ของกลุ่มผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) ที่ถือเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยจำนวนมาก โดยที่ ปัญหาของ OTOP โดยรวมของ ทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์นั้น เกี่ยวข้องกับการสร้างเครือข่ายธุรกิจ ด้านการบริหาร

จัดการ ด้านการ ตลาด ด้านการผลิต ด้านการเงิน และแหล่งเงินทุน ด้านเทคโนโลยีและด้านการ สนับสนุนจากภาครัฐ ดังนั้น แนวทางในการ เตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ OTOPสู่การ รวมตัวของAEC ตามกรอบ ASEAN SMEs นั้น ต้องเกิดจากความร่วมมือ ทั้งภาครัฐและเอกชน ที่มีความจริงใจในการร่วมมือกันอย่างบูรณาการ เพื่อช่วยพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยควรเริ่มพัฒนา จาก การสร้างแรงบันดาลใจ และความมุ่งมั่นตั้งใจของผู้ประกอบการเอง รวมทั้งเน้นด้านการสร้าง เครือข่าย เพื่อการ แลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน ในด้านการบริหารจัดการต้องมีการ พัฒนาฝีมือแรงงาน รวมถึงทักษะ ด้านภาษารวมทั้งให้ความรู้ด้านต่างๆ ของอาเซียน ส่วนด้าน การตลาด ควรสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างคุณค่าให้กับ ผู้บริโภค พัฒนารูปแบบของบรรจุ ภัณฑ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน พร้อมทั้งหากกลุ่มตลาดเป้าหมายและ ช่องทาง การตลาดในการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในต้นทุนที่ต่ำที่สุด สำหรับด้านการผลิต ควรให้มีการนำ เทคโนโลยีมาช่วยในการผลิต หาแหล่งวัตถุดิบที่มีต้นทุนต่ำ ด้านการเงินและแหล่ง เงินทุน ควรมีการใช้ระบบการเงินและบัญชี ที่ถูกต้อง มีความรู้เรื่องต้นทุนและจุดคุ้มทุน สนับสนุน เรื่องแหล่งทุนต้นทุนต่ำ ด้านเทคโนโลยีควรมีการนำ เทคโนโลยีมาใช้ใน ระบบการทำงาน รวมถึง ระบบสารสนเทศ และด้านการสร้างเครือข่ายธุรกิจ ผู้ประกอบการควรหาพันธมิตรธุรกิจทั้งในด้าน การผลิตและการจัดจำหน่ายและสำหรับภาครัฐควรให้การสนับสนุนในเรื่องข้อมูลที่ทันสมัย เกี่ยวกับ AEC อบรมให้ความรู้ และประสานแหล่งเงินทุนต้นทุนต่ำเพื่อสร้างความแข็งแกร่งในการ แข่งขันในตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศต่อไป จะเห็นได้ว่ายังคงมีการผลักดันสินค้าโอท็อป สู่ตลาดโลกอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจังหวัดพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบูรณ์เองก็ได้มีการพัฒนาระบบและ กลไกส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้ของชุมชน ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาการบริหาร จัดการชุมชนส่งเสริมการพัฒนาระบบกลไกและกิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนตามปรัชญาของ เศรษฐกิจพอเพียงและพัฒนาสมรรถนะองค์กรในการทางานเชิงบูรณาการซึ่งจังหวัดเพชรบูรณ์มี การดำเนินงาน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยในฐานข้อมูลของสำนักงานพัฒนา ชุมชนจังหวัดเพชรบูรณ์ปี พ.ศ. 2557-2558 มีผู้ประกอบการจำนวนทั้งสิ้น 354 ผู้ประกอบการ และมี จำนวนสินค้าจำนวน 998 ผลิตภัณฑ์มีการดำเนินการจัดอันดับสินค้าโดยกำหนดเป็นระดับของดาว เพื่อส่งไปจัดแสดงสินค้าตามสถานที่ต่างๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จักของชาวโลก ซึ่งในแต่ละครั้งคนที่แวะ เข้ามาเยี่ยมชมก็มาจากหลายๆ ที่ทั่วโลกแต่โดยส่วนใหญ่แล้วคนขายสินค้ามักจะสื่อสารเป็น ภาษาอังกฤษไม่ได้เนื่องจากประเทศไทยไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่ แต่ถ้าคนเหล่านี้ได้รับการ พัฒนาทักษะภาษาอังกฤษอย่างจริงจังจริงจริงจะช่วยยกระดับคุณภาพสินค้า และช่วยเพิ่มยอดขาย สินค้าได้เนื่องจาก มีการสื่อสารกันเข้าใจมากขึ้น

ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ และคาดว่าผลการวิจัยจะเป็นแนวทางในการจัดทำนโยบายด้านการพัฒนาสินค้าโอท็อป (OTOP) ให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และจะช่วยพัฒนาผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้า ได้มากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

1.2.2 เพื่อพัฒนาคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัด เพชรบูรณ์

1.2.3 เพื่อประเมินคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัด เพชรบูรณ์

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 2 กลุ่ม

1.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งได้จากการการสุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) ได้แก่ ผู้ประกอบการโอท็อปในอำเภอหล่มสัก อำเภอหล่มเก่า และอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ จำนวน 50 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดลอง ได้แก่ ผู้ประกอบการโอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 20 คน ซึ่งได้จากการการสุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง (purposive sampling)

ตัวแปร

1. ตัวแปรอิสระ

การพัฒนาภาษาอังกฤษโดยใช้คู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

2. ตัวแปรตาม

ความคิดเห็นของผู้ใช้คู่มือการพัฒนาภาษาอังกฤษโดยใช้คู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

เนื้อหาที่ใช้ในการทดลอง

ภาษาอังกฤษเพื่อการค้า และภาษาอังกฤษเพื่อการซื้อ - ขายสินค้า

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

คู่มือ หมายถึง เอกสารที่ใช้เป็นแนวทางในการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าโอท็อปของผู้ประกอบการในจังหวัดเพชรบูรณ์

ภาษาอังกฤษเพื่อขายสินค้า หมายถึง ภาษาอังกฤษที่ใช้ติดต่อสื่อสารในการซื้อ - ขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์ ทั้งด้วยวาจา และตัวอักษร

ผู้ประกอบการโอท็อป หมายถึง ผู้ที่ดำเนินงานด้านโอท็อป ไม่ว่าจะเป็นการผลิต การออกแบบ และการจัดจำหน่าย ในจังหวัดเพชรบูรณ์

1.5 ประโยชน์ของการวิจัย

1. ผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ได้คู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าที่สามารถนำไปใช้ในการขายผลิตภัณฑ์ของตนเองให้แก่ชาวต่างชาติได้

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปจัดทำแผนพัฒนาการดำเนินงานในเชิงนโยบายและเชิงวิชาการได้

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambol One Product: OTOP)

โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (One Tambol One Product: OTOP) เป็นนโยบายของรัฐบาลในการดำเนินโครงการเพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาชุมชนและท้องถิ่นให้เข้มแข็ง และสามารถพึ่งพาตัวเองได้อย่างยั่งยืน ตลอดจนทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้จัดการนำทรัพยากรในท้องถิ่น และภูมิปัญญาชาวบ้านมาพัฒนาสร้างมูลค่าเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพในการดำเนินงานตามนโยบาย “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

กระทรวงอุตสาหกรรมจึงได้ให้ความหมายของ “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 ช)

คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (2545 หน้า 3-6) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ว่าเป็นแนวคิดที่เน้นขบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้าน หรือตำบล แนวคิดนี้สนับสนุน และส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ (Product) โดยมีกิจกรรมการคิดค้น และพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางด้านการผลิตให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับและต้องการของตลาดสากล โดยท้องถิ่นจำเป็นต้องพึ่งตนเอง (Self-reliance) เป็นหลัก ดังนั้นผู้เกี่ยวข้องในขบวนการนี้จำเป็นต้องอุทิศพลังงาน (Energy) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และความปรารถนา (Desire) ที่จะใช้ทรัพยากรที่หาพบในท้องถิ่นเป็นหลัก เพื่อที่จะเกิดการสร้างงานสร้างรายได้ และนำไปสู่เป้าหมายของการกินดีอยู่ดี คุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน แสวงหารากฐานที่สำคัญของประเทศ นอกจากนี้เป็นการสืบสานวัฒนธรรมที่ดีงามของท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป สร้างความภาคภูมิใจให้กับคนรุ่นต่อไป และวางรากฐานที่สำคัญของประเทศ และสังคมไทย

นอกจากนี้ เป็นแนวที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ (หลัก) 1 ประเภท เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นไปสู่เมืองใหญ่ ซึ่งถือได้ว่าเป็น การ

สร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้น เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และเป็นเครื่องมือที่กระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของประชาชน เกิดการดำเนินงานพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง นับเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่อาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยพัฒนา (Unit of Development)

ผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิดรวมถึง การบริการดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม การรักษามรดกภูมิปัญญาไทย 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 และสามารถยกระดับความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้น ได้ โดยการผลิตหรือการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และจุดขาย สอดคล้องกับวัฒนธรรมใน แต่ละท้องถิ่นเพื่อให้รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก โดยโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นี้มี หลักการพื้นฐาน 3 ประการ (ที่มา <http://www.thaitambon.com/tambon/ totopprovprodt .asp? ProCode =2> สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2561) คือ

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

หลักการดังกล่าวเน้นการพึ่งตนเองของชุมชน โดยภาครัฐเป็นเพียงผู้ให้การสนับสนุนด้านความรู้ เทคโนโลยีที่จะพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ตลอดจนด้านการประชาสัมพันธ์ และช่องทางการจำหน่ายสินค้าสู่ตลาดต่างๆ เพื่อไปสู่เป้าหมายหลัก 3 ประการ ได้แก่ มีมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์คุณภาพระดับสากล มีเอกลักษณ์เป็นที่ลือชื่อเพียงหนึ่งเดียว และการพัฒนาทรัพยากร มนุษย์และปรับปรุงเทคโนโลยี

ขั้นตอนการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) มีดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ระดับตำบล มีหน้าที่หลักในกระบวนการจัดเวทีประชาคมเพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบลให้สอดคล้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น วัตถุดิบ ในท้องถิ่น และแผนชุมชน

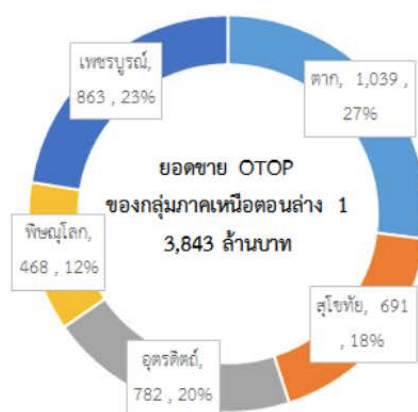
ขั้นตอนที่ 2 ระดับอำเภอ มีหน้าที่ในการจัดลำดับผลิตภัณฑ์ดีเด่นตำบลต่างๆ ของอำเภอ การบูรณาการแผน และงบประมาณเพื่อให้การสนับสนุน

ขั้นตอนที่ 3 ระดับจังหวัด มีหน้าที่หลักในการจัดลำดับผลิตภัณฑ์ดีเด่นอำเภอต่างๆ ของจังหวัด บูรณาการแผนและงบประมาณเพื่อให้การสนับสนุน

ขั้นตอนที่ 4 และ 5 ระดับส่วนกลาง มีหน้าที่หลักในการกำหนดนโยบายยุทธศาสตร์ และแผนแม่บทการดำเนินงาน “OTOP” กำหนดมาตรฐานหลักเกณฑ์การคัดเลือกขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบล และเสนอคณะรัฐมนตรี เพื่อการสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนแม่บท

2.2 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์โอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

การจำหน่ายสินค้า OTOP ในส่วนของการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบูรณ์กับการจัดจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) นั้น ถือว่าเป็นประเด็นที่น่าสนใจและมีศักยภาพสูง โดยจังหวัดเพชรบูรณ์มีมูลค่ายอดขายสินค้า OTOP ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 อยู่ที่ประมาณ 863 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ ๒๗ ของยอดขายของทั้งกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 มีอัตราการเติบโตของยอดขายเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2555-2558 กว่าร้อยละ 18 ซึ่งจังหวัดเพชรบูรณ์มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP 5 ดาว ทั้งใน ประเภทอาหาร เครื่องดื่ม ผ้า เครื่องแต่งกาย ของใช้ และผลิตภัณฑ์สมุนไพรอื่น ๆ ตัวอย่างเช่น มะขามคลุกไร่ เมล็ด วนกะทิเผือกมะพร้าวอ่อน มะขามคลุกบ๊วยแกะเมล็ด มะเขือเทศราชินีสด น้ำมะขามเข้มข้น ชาทะเลภู สตรปลังแห่งศรีชมพูผ้ามุก ผ้าไหมมัดหมี่ ที่นอนสุขภาพ และเกลือสปาจัดผิว 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 และของฝากของที่ระลึก 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 ด้านจึงเป็นเรื่องที่จำเป็นอย่างยิ่ง 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

ฮัทชินสันและวอเตอร์ (Hutchinson and Waters 1989 : 18 – 19) ได้ให้ความหมายของการสอนภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะว่าเป็นหลักสูตรที่มุ่งเน้นความต้องการของผู้เรียนที่แตกต่างกัน เป็นวัตถุประสงค์เฉพาะกลุ่ม โดยผู้เรียน และผู้สอนจะต้องมีความเข้าใจในวัตถุประสงค์ที่ตรงกัน และวิธีการสอนนั้นอาจแตกต่างจากการสอนภาษาอังกฤษทั่วไป

สตรีเวนส์ (Stevens 1988: 12) กล่าวว่าภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะเป็นการสอนภาษาอังกฤษที่ตอบสนองกับความต้องการของผู้เรียน หัวข้อและเนื้อหาที่เรียนจะอยู่ในขอบเขตที่ผู้เรียนต้องการ อาจจะมีเกี่ยวข้องกับอาชีพ หรือ วัตถุประสงค์เฉพาะ การสอนอาจจะมุ่งเน้นไปที่ทักษะเฉพาะด้าน เช่น การฟัง การอ่าน เป็นต้น

โรบินสัน (Robinson 1991 : 1-3) กล่าวว่าการสอนภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เป็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการอบรม การปฏิบัติ และความรู้ 3 ด้าน คือ ด้านภาษา ด้านการเรียนการสอน และความสนใจเฉพาะของผู้เรียน

นอกจากนี้ โรบินสัน (Robinson 1991 : 3) ได้กล่าวถึงลักษณะของภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะในด้านการจัดการเรียนการสอน และความสนใจเฉพาะสาขาวิชาของผู้เรียนไว้ดังนี้

1. ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะมุ่งเน้นที่เป้าหมายของผู้เรียน ซึ่งผู้เรียนส่วนใหญ่ต้องการที่จะเรียนตามวัตถุประสงค์ของตนที่ต้องการนำไปทำงาน ไม่ได้เรียน เพราะสนใจในด้านภาษาและวัฒนธรรม

2. การจัดหลักสูตรสำหรับภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ ต้องมีความเหมาะสม กับเวลาที่กำหนด

3. การจัดหลักสูตรสำหรับภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะสำหรับรายวิชาหนึ่ง ๆ ผู้เรียนจะมีความต้องการและมีเป้าหมายในการเรียนที่เหมือนกันหรือคล้ายคลึงกัน

4. ผู้เรียนส่วนใหญ่ที่เรียนภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะจะเป็นผู้ใหญ่

นอกจากนี้ จอห์นส์และดัดลีย์ (Johns and Dudley-Evans 2000: 4-5) ได้ กล่าวว่า การสอนภาษาอังกฤษเพื่อจุดประสงค์เฉพาะเป็นวิธีการสอนที่สนองตอบต่อการประกอบอาชีพ และมีความแตกต่างกับการสอนภาษาอังกฤษทั่วไปในกระบวนการสอน

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

จากแนวคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความหมายและลักษณะของภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะดังกล่าว สรุปได้ว่า ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะเป็นหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นตามความต้องการของผู้เรียนเฉพาะกลุ่ม เพื่อสนองตอบความต้องการในการใช้ภาษา และฝึกภาษาของผู้เรียนด้านอาชีพ ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปของการอบรม หรือการจัดการเรียนการสอนในหลักสูตร

2.3.2 ประเภทของภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ

เนื่องจากการสอนภาษาอังกฤษเพื่อจุดประสงค์เฉพาะ เป็นการสอน ภาษาอังกฤษให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน โดยความต้องการที่แตกต่างกันออกไปและผู้เรียนเองก็แตกต่างกันในหลายด้าน เพื่อให้การเรียนการสอนสอดคล้องกับปัจจัยดังกล่าว นักการศึกษาจึงได้แบ่งการสอนภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะไว้หลากหลายสาขา ดังนี้

สตรีเวนส์ (Stevens 1988: 90-93) และ แมคโดนัลล์ (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 เฉพาะมุ่งเน้นในการจัดการเรียนการสอนให้เป็นไปตามความต้องการและจุดประสงค์ทางการเรียน ของผู้เรียน สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 วัตถุประสงค์หลัก คือ

1.1 ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์ทาง อาชีพ และภาษาอังกฤษเพื่อ วัตถุประสงค์ทางการศึกษา ซึ่งภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์ทาง อาชีพเป็นสาขาวิชาเฉพาะ เพื่อเป็นเครื่องมือในการประกอบอาชีพ

1.2 ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์ทางการศึกษา เป็นการเรียนรู้ ภาษาอังกฤษเพื่อเป็นเครื่องมือในการเรียนและ แสวงหาความรู้ในสิ่งที่เรียน

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ เป็นการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ ที่มีวัตถุประสงค์เฉพาะเจาะจง มุ่งเน้น ตอบสนองความต้องการในการใช้ภาษาอังกฤษของผู้เรียน เฉพาะกลุ่มเป็นสำคัญ โดยเฉพาะผู้ใหญ่ การจัดการเรียนการสอนจะแตกต่างจากการเรียนการสอน ภาษาอังกฤษทั่วไป คือ มีการวิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียน ก่อนที่จะจัดทำหลักสูตร ดังนั้นการ เรียนการสอนภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะจึงเป็นการจัดการเรียนการสอนที่ให้ความสำคัญกับผู้เรียน มีการกำหนดบริบทและเนื้อหาการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความต้องการ และสถานการณ์ใน การใช้ภาษาของผู้เรียน โดยเฉพาะในด้านการนำไปใช้ในการประกอบอาชีพ หรือเพื่อวัตถุประสงค์ เฉพาะกลุ่ม ซึ่งกล่าวได้ว่า ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะเป็นการเรียนการสอนที่ตอบสนอง ความต้องการของผู้เรียนอย่างแท้จริง

2.3.3 การวิเคราะห์ความต้องการ (Needs Analysis)

จอห์นสัน(Johnson, 1989) กล่าวว่า การวิเคราะห์ความต้องการ (Needs Assessment) คือ เครื่องมือ เทคนิคและกลวิธีที่ช่วยในการกำหนดเนื้อหา รูปแบบวิธีการสอนระยะเวลาในการ สอน ขั้นตอนการสอนสำหรับผู้เรียนในแต่ละหลักสูตร ทั้งหลักสูตรภาษาอังกฤษพื้นฐานและ หลักสูตรภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ (ESP)

ส่วนบราวน์ (Brown, 1995) ได้นิยามการวิเคราะห์ความต้องการ ว่าเป็นวิธีการ การสอนที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตรให้เหมาะสมกับความ ต้องการของผู้เรียน

นูแนน (Nunan, 1999) ได้แยกการวิเคราะห์ความต้องการออกเป็นสองประการคือ ความต้องการในเนื้อหาในการเรียนและการใช้งาน และความต้องการในขั้นตอนการสอน

ส่วนฮัทชินสันและวอเตอร์ส (Hutchinson and Waters, 1989) ได้แบ่งประเภทของ การวิเคราะห์ความต้องการออกเป็นความต้องการในการใช้ภาษาในบริบทจริงและความต้องการใน การใช้ภาษาของตัวผู้เรียนเองในการนี้

เสา (Tsao, 2011) ได้ระบุถึงคุณประโยชน์ของการวิเคราะห์ความต้องการว่า ช่วยให้ เข้าใจถึงลักษณะความต้องการในงานและกิจกรรมที่ผู้เรียนจำเป็นต้องใช้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียน เหตุผลในการเรียน ความคาดหวังและทัศนคติต่อการเรียน ความสามารถและทักษะด้านภาษา ภาษาอังกฤษของผู้เรียน รวมไปถึงวิธีการและคุณสมบัติของครูผู้สอน ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนประสบ ความสำเร็จในการเรียนภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ (ESP) ได้มากขึ้น

กล่าวโดยสรุปได้ว่า กระบวนการวิเคราะห์ความต้องการ (Needs Analysis) ของผู้เรียน ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ เป็นกระบวนการที่ได้มาจากการวิเคราะห์ เก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้เรียนที่หลากหลายประเด็น ซึ่งเป็นข้อมูลที่วิเคราะห์ได้ถึงความเป็นในการออกแบบหลักสูตรเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียน และทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้มากที่สุด จากความต้องการของตนเอง

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 เมื่อเกิดความผิดพลาดทางด้านไวยากรณ์เพียงเล็กน้อยแต่ยังสามารถสื่อสารได้ ครูผู้สอนไม่ควรขัดจังหวะโดยการแก้ไขให้ถูกต้องทันที ควรแก้ไขข้อผิดพลาดเมื่อผู้เรียนสื่อสารไม่ประสบความสำเร็จเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนมีเจตคติที่ดีต่อการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร (Davies & Pearse, 2000 ; Brown, 2001 ; Richard, 2006)

แคนล 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 ความสามารถในการเชื่อมระหว่างโครงสร้างภาษา (Grammatical form) กับความหมาย (Meaning) ในการพูดและเขียนตามรูปแบบ และสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

4. ความสามารถในการใช้กลวิธีในการสื่อความหมาย (Strategic competence) หมายถึงการใช้เทคนิคเพื่อให้การติดต่อสื่อสารประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะการสื่อสารด้านการพูด เช่น การใช้ภาษาท่าทาง(body language) การขยายความโดยใช้คำศัพท์อื่นแทนคำที่ผู้พูดนึกไม่ออก เป็นต้นจากแนวคิดข้างต้น การสอนภาษาตามแนวทางการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารนั้น เน้นการใช้ภาษาของผู้เรียนมากกว่าเน้นโครงสร้างทางไวยากรณ์ แต่ก็ไม่ได้ละเลยโครงสร้างทางไวยากรณ์ เพียงแต่เน้นการนำหลักไวยากรณ์เหล่านี้ไปใช้เพื่อการสื่อความหมายหรือการสื่อสาร จึงเป็นการให้ความสำคัญกับความคล่องแคล่วในการใช้ภาษา (fluency) และความถูกต้อง (accuracy) ด้วย ดังนั้นการเรียนการสอนแนวนี้จะต้องเน้นการทำกิจกรรมเพื่อการฝึกฝนการใช้ภาษาให้ใกล้เคียงสถานการณ์จริงมากที่สุด (Littlewood, 1991 และ Larsen-Freeman, 2002)

2.4.2 หลักการจัดการเรียนการสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร

1. ผู้เรียนได้รับการฝึกฝน รูปแบบภาษาที่เรียนจะใช้ได้ในสถานการณ์ที่มีความหมาย ครูต้องบอกให้ผู้เรียนทราบถึงจุดมุ่งหมายของการเรียน การฝึกการใช้ภาษาเพื่อการเรียนภาษาเป็นสิ่งที่มีความหมายต่อผู้เรียน ให้ผู้เรียนรู้สึกได้ว่า เมื่อเรียนแล้วสามารถทำบางสิ่งบางอย่างได้เพิ่มขึ้น สามารถสื่อสารได้ตามที่ตนต้องการ

2. จัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการหรือทักษะสัมพันธ์ (Integrated Skills) คือใช้ทักษะทางภาษาทั้ง 4 ประกอบด้วยกริยาท่าทาง ที่ควรจะได้ทำพฤติกรรมเช่นเดียวกับในชีวิตจริง

3. ฝึกสมรรถภาพด้านการสื่อสาร (Communicative Competence) คือผู้เรียนทำกิจกรรมใช้ภาษามีลักษณะเหมือนในชีวิตประจำวันให้มากที่สุด เพื่อให้ผู้เรียนนำไปใช้ได้จริง กิจกรรมการหาข้อมูลที่ขาดหายไป (Information Gap) ผู้เรียนทำกิจกรรมนี้จะไม่ทราบข้อมูลของอีกฝ่ายหนึ่ง จำเป็นต้องสื่อสารกันจึงจะทราบ ข้อมูลสามารถเลือกใช้ข้อความที่เหมาะสมกับบทบาทสถานการณ์ จำนวนภาษาในรูปแบบต่าง 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

มากกว่าการแยกสอนไวยากรณ์ต่างหาก” ทั้งนี้ Lottie Baker & Janet Orr (2014) ได้สรุปการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารตามหลักทฤษฎีและงานวิจัยไว้ 4 ประการดังนี้

2.4.3 กระบวนการเรียนการสอนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร

กระบวนการเรียนการสอนตามแนวการสอนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 3 ประการคือ กิจกรรม เทคนิคการสอน และบทบาทของผู้เรียนและครูผู้สอน

1. กิจกรรม เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญมากในกระบวนการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารเพราะเป็นส่วนที่ช่วยให้ผู้เรียนมีโอกาสได้ใช้ภาษาในการสื่อสารที่สมจริงในห้องเรียน (Richards, 2006) กิจกรรมที่ดีนั้นจะขึ้นอยู่กับลักษณะของกิจกรรม และลักษณะของการจัดกิจกรรม

1.1 ลักษณะของกิจกรรมที่เอื้อต่อการเรียนการสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร มีดังนี้

- 1) กิจกรรมสอดคล้องกับจุดประสงค์บทเรียน
- 2) กิจกรรมมีจุดมุ่งหมายในการใช้ภาษาเพื่อสื่อ

ความหมาย

- 3) กิจกรรมทำให้เกิดความจำเป็นที่จะสื่อความหมาย
- 4) กิจกรรมเปิดโอกาสให้ผู้เรียนรับรู้ผลของการสื่อ

ความหมาย

- 5) กิจกรรมน่าสนใจ และท้าทาย
- 6) กิจกรรมเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีโอกาสเลือกตามความ

ต้องการ

7) กิจกรรมเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ใช้ความรู้และ

ประสบการณ์ที่มีอยู่

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 และสามารถทำได้นอกชั้นเรียน กิจกรรมที่เหมาะสมกับกิจกรรม รายบุคคล ได้แก่ การอ่านหนังสือนอกเวลา การเล่นเกมต่าง ๆ เช่น เกมปริศนาอักษรไขว้ เกมสร้างคำ เป็นต้น

2) การจัดกิจกรรมแบบคู่ (Pair work) เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนด้วยกันที่จะต้องคิดและทำร่วมกัน (Collaborative learning) ทำให้เกิดการใช้ภาษาในสถานการณ์ที่เหมือนจริง อย่างไรก็ตาม ระหว่างทำกิจกรรมครูผู้สอนจะเป็นผู้ควบคุม คอยให้ความช่วยเหลือเมื่อผู้เรียนต้องการ กิจกรรมที่เหมาะสมกับกิจกรรมรายคู่ 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) การช่วยหาข้อมูลเพื่อมาทำโครงงานการเล่นเกมนต่าง ๆ เช่น เกมต่อคำ เกมยี่สิบคำถาม เป็นต้น

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

2.5 การพัฒนาทักษะการฟัง-พูด

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

2.5.1 การพัฒนาทักษะการพูด

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

1. ฝึกในการใช้ส่วนที่คงที่ของภาษา ได้แก่ เสียงและรูปแบบไวยากรณ์และ
คำศัพท์
2. โอกาสสำหรับแต่ละคนได้แสดงออก ผู้สอนต้องให้ความสนใจในเรื่อง
ความถูกต้องและความคล่องแคล่วในขั้นที่แตกต่างกันของระดับการเรียนรู้ ในขั้นต้นควรเน้นความ
ถูกต้อง

ส่วนในขั้นสูงควรเน้นความคล่องแคล่ว การพัฒนาความสามารถในการพูดเป็นบ่อเกิดที่ดี
ของแรงจูงใจสำหรับผู้เรียน สิ่งที่ผู้สอนควรคำนึง คือ

1. พยายามหาวิธีแสดงต่อผู้เรียนว่าพวกเขา กำลังพัฒนาภาษาตลอดเวลา
โดยการจัดกิจกรรมต่างๆ เป็นครั้งคราว เช่น เกมหรือการอภิปราย เพื่อให้พวกเขาเห็นว่าพวกเขา
สามารถใช้ภาษาได้มากแค่ไหน
2. ในการฝึกควบคุม นั้นผู้สอนจะต้องเลือกกิจกรรมและแก้ไขข้อผิดพลาด
ในโอกาสที่เหมาะสมให้ผู้เรียนได้รับการคลายอยู่เสมอ
3. แสดงให้ผู้เรียนรู้ว่าจะได้สิ่งที่พวกเขา รู้เพียงเล็กน้อยได้อย่างไร บางครั้ง
พวกเขาไม่สามารถแสดงความคิดเห็นได้เพราะว่าไม่มีภาษาที่แม่นยำอยู่ในใจ จึงจำเป็นต้องใช้การ
ถอดความและการแสดงออกที่เปลี่ยนแปลง

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 กิจกรรมที่ให้ผู้เรียนดูรูปภาพและหาข้อแตกต่างในรูปภาพ หรือดูบางส่วนจาก ภาพยนตร์มาตรกรรมแล้วแสดงความคิดเห็นว่าใครคือคนร้าย
3. การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น คือกิจกรรมที่ผู้เรียนอภิปราย เรื่องใดเรื่องหนึ่งเพื่อ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น กิจกรรมนี้รวมถึงการแก้ปัญหาด้วย

2.5.3 ขั้นตอนในการทำกิจกรรมเน้นชิ้นงาน

ในทุกขั้นตอนของการดำเนินกิจกรรม ผู้สอนควรคำนึงถึงเทคนิคการต่อโครงสร้าง (Scaffolding) ซึ่งเป็นวิธีการและเครื่องมือที่ทำให้ผู้เรียนสามารถดำเนินกิจกรรมทางภาษาได้อย่างเป็นขั้นตอนและบรรลุวัตถุประสงค์การเรียนรู้ผู้สอนควรจัดเตรียมเครื่องมือหรือวิธีการให้เหมาะสมกับเนื้อหาของกิจกรรมและระดับความสามารถทางภาษาของผู้เรียน วิธีการช่วยเหลือที่ดีจะช่วยทำให้การเรียนรู้ ภาษาเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังทำให้ผู้เรียนเกิดทัศนคติที่ดีต่อการเรียนรู้ และเกิดความ เพื่อดูแลกับภาษา เพราะมีสิ่งที่มีเอื้อให้เขาสามารถเกิดความรู้ความเข้าใจ และดำเนินกิจกรรม ทางภาษาได้ การช่วยเหลือที่ว่ามีสามารถปรากฏในหลากหลายรูปแบบ ดังนี้

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

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

1. ให้ตอบคำถาม ซึ่งครูหรือเพื่อนในชั้นเป็นผู้ถาม
2. บอกให้เพื่อนทำตามคำสั่ง
3. ให้นักเรียนถามหรือตอบคำถามของเพื่อนในชั้นเกี่ยวกับชั้นเรียนหรือประสบการณ์ต่างๆ นอกชั้นเรียน
4. ให้บอกลักษณะวัตถุสิ่งของต่างๆ จากภาพ _
5. ให้เล่าประสบการณ์ต่างๆ ของนักเรียนโดยครูอาจให้คำสำคัญต่างๆ
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 ผู้สอนสามารถดำเนินการได้หลายวิธีการ โดยใช้กิจกรรมที่หลากหลายเพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ ไม่ว่าจะเป็นการตอบคำถาม การทำตามคำสั่งเพื่อน การเล่าเรื่องต่างๆ การจัดสถานการณ์เพื่อให้ผู้เรียนพูดได้ตอบ การเล่นเกมส์ การอ่านหนังสือพิมพ์ หรือการแสดงบทบาทสมมติ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จะสร้างเจตคติที่ดีให้แก่ผู้เรียนในการเรียนภาษาอังกฤษ และทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และมีความมั่นใจในการใช้ภาษาอังกฤษมากขึ้น

2.5.4 การวัดและประเมินผลทักษะการพูด

การวัดผลประเมินผลทักษะการพูด มีหลากหลายวิธี ดังนี้

วาเล็ทท์ (Valette 1977,อ้างถึงใน ละเอียด จุฑานันท์ 2541:181-184) ได้แนะนำวิธีการทดสอบทักษะพูดในชั้นสื่อสารไว้ 2 ลักษณะคือ การพูดที่มีการควบคุม สามารถทดสอบได้ โดยการให้ตัวแนะที่สามารถมองเห็นได้ เช่น มีรูปภาพเป็นสื่อ การให้ตัวแนะที่เป็นคำพูด เช่น ผู้สอนพูดประโยคแล้วแสดงคำตอบด้วยสีหน้าท่าทางและให้ผู้เรียนตอบตามลักษณะท่าทางนั้นอาจจะให้ผู้เรียนพูดเปลี่ยนประโยคตามที่กำหนด ให้บทบาทและคำแนะนำเกี่ยวกับชนิดของการสนทนาที่

ผู้เรียนต้องเข้าไปมีส่วนร่วมด้วย ให้ฟังบทสนทนาแล้วพูดรายงานเรื่องที่ฟัง ให้แสดงเป็นผู้สัมภาษณ์ แล้วจดบันทึกข้อมูลจากการพูดสัมภาษณ์ ส่วนอีกลักษณะหนึ่งเป็นการพูดแบบอิสระในสถานการณ์ การสื่อสารอย่างแท้จริง โดยให้ผู้เรียนบรรยายเหตุการณ์ในภาพชุด ให้พูดตามหัวข้อที่กำหนด ให้พูดบรรยายวัตถุอย่างหนึ่งโดยใช้ภาษาที่เรียน การสนทนาและการสัมภาษณ์เป็นวิธีที่เหมาะสม นิยมใช้และเป็นธรรมชาติมากที่สุด

ฟินอคคิโอโร (Finochiaro 1983: 139 – 143) ได้แนะนำวิธีการทดสอบทักษะการพูด ไว้ว่าให้พูดประโยคสั้นๆตามเทพให้อ่านออกเสียงประโยคต่างๆ ให้บรรยายลักษณะของวัตถุ สิ่งของต่างๆจากภาพที่กำหนด ให้บรรยายเหตุการณ์ต่างๆ พูดตามหัวข้อที่กำหนดให้และให้นักเรียน ตอบคำถามในการสัมภาษณ์

สรุปว่า การประเมินผลการพูดจะต้องวิธีการประเมินให้เหมาะสมกับจุดประสงค์ ของการประเมิน และผู้เรียน ตลอดจนมีเกณฑ์การประเมินที่เหมาะสม และสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ด้วย อาจจะใช้แบบทดสอบหรือการกำหนดสถานการณ์ในการพัฒนาทักษะการใช้ ภาษาอังกฤษเพื่อการซื้อขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อป เนื่องจากมุ่งเน้นการใช้ภาษาอังกฤษใน สถานการณ์จริงและตรงกับความต้องการของผู้เรียน

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อัญชรา พุทธิกาญจนกุล และคณะ (2558) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการดำเนินงาน สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อ รองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ของ ผู้ประกอบการในเขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะการ ดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของผู้ประกอบการ โดย การสอบถามจากผู้ประกอบการ จำนวน 84 ราย ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตเจ้าของคน เดียว ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทของ ใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ระยะเวลาในการ ประกอบการมากกว่า 10 ปี ขึ้นไป มีจำนวนสมาชิกในกลุ่ม/ สถานประกอบการ 1-5 คน มีจำนวน เงินทุนหมุนเวียนอยู่ระหว่าง 50,001-100,000 บาท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ระหว่าง 10,001- 25,000 บาทสำหรับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานแต่ละด้านได้แก่ ด้านการตลาด การผลิต การจัดการ และการเงินและบัญชีในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านแนวทางการพัฒนาการ ดำเนินงานแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด การผลิต การจัดการ และการเงินและบัญชีในภาพรวม เห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยแนวทางการพัฒนาการดำเนินงาน ได้แก่การจัดหาสถานที่สำหรับ แสดงสินค้าและจำหน่ายสินค้าโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย รวมถึงการเพิ่มทักษะด้านการใช้ภาษาต่าง ประเทศที่จำเป็นให้สามารถสื่อสารได้ เป็นต้น

ปวันรัตน์ นิกรกิตติโกศล (2559) ได้พัฒนานวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่เกาะเกร็ด โดยมี 5 ขั้นตอนหลักคือ 1) การศึกษาความต้องการด้านเนื้อหาและรูปแบบนวัตกรรมที่เหมาะสมในการฝึกทักษะภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการ 2) การออกแบบและสร้างนวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษ 3) ทดลองใช้และ 4) ประเมินผลและปรับปรุง 5) ศึกษาความพึงพอใจ กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการทดลองมี 20 คน ผลการวิจัยพบว่า เนื้อหาโดยรวมที่ผู้ประกอบการมีความต้องการคือ คำศัพท์และบทสนทนาเฉพาะในการค้าขายที่มีบทแปลและคำอ่านภาษาไทยในรูปของหนังสือเล่มเล็กและซีดีคลอบคลุมหัวข้อเกี่ยวกับการทักทายและการต้อนรับและการสอบถามความต้องการของลูกค้าเป็นต้น ก่อนและหลังการใช้นวัตกรรมสื่อสารภาษาอังกฤษพบว่ามีความมั่นใจสูงขึ้นในทุกองค์ประกอบของทั้งทักษะการฟังและพูดภาษาอังกฤษ ผลจากการประเมินความพึงพอใจจากผู้ประกอบการพบว่าได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่านวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษที่พัฒนาขึ้นมีความพึงพอใจในระดับดีและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง

พิกุล 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 และกลุ่มอาหารเครื่องดื่มและสมุนไพร 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) ในเขตพื้นที่จังหวัด

อุบลราชธานี 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 ($\bar{x} = 4.02$)

ศาสตรา สหัสทัศน์ (2560) ได้พัฒนาคู่มือสนทนาภาษาอังกฤษ เรื่อง ผ้าไหมแพรวาบ้านโพน เพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มี ประสิทธิภาพและยั่งยืน และประเมินความพึงพอใจที่มีต่อคู่มือสนทนาภาษาอังกฤษดังกล่าว โดยประชากร ประกอบด้วยกลุ่มวิสาหกิจทอผ้าไหมแพรวาบ้านโพนจำนวน 50 คน ซึ่ง 20 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า คู่มือสนทนาภาษาอังกฤษที่มีประสิทธิภาพ เรื่อง ผ้าไหมแพรวาบ้านโพน เพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ทาง คณะผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 นอกจากนั้นคู่มือสนทนา ภาษาอังกฤษที่มีประสิทธิภาพ เรื่อง ผ้าไหมแพรวาบ้านโพน เพื่อการสื่อสารกับ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ทางคณะผู้วิจัยพัฒนาขึ้นยังสามารถแก้ปัญหาการสื่อสาร ภาษาอังกฤษในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติในการขายสินค้าของกลุ่ม วิสาหกิจทอผ้าไหมแพรวาและผู้เข้าร่วมอบรมทุกคนมีความพึงพอใจต่อคู่มือสนทนา ภาษาอังกฤษที่มีประสิทธิภาพ เรื่อง ผ้าไหมแพรวาบ้านโพน เพื่อการสื่อสารกับ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ทางคณะผู้วิจัยพัฒนาขึ้นในระดับมากที่สุด

ศศิปภา ทิพย์ประภา (2561) ได้ศึกษาความต้องการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร และสร้างต้นแบบนวัตกรรมการประเภทบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์สำหรับฝึกทักษะการพูดภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารและ เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการใช้ทักษะการพูดภาษาอังกฤษก่อนและหลังการใช้สื่อประเภทบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีกลุ่มตัวอย่างเลือกโดยวิธีเฉพาะเจาะจง จำนวน 15 คน ได้แก่ เชนามิกประดิษฐ์ปลาดะเพียนสีทอง งานตุ๊กตาปั้นจี้ว หั่วโชนจำลอง และดอกไม้ประดิษฐ์จากต้นโสน เครื่องมือใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แบบสอบถามความต้องการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 2) แบบประเมินก่อนและหลังเรียนด้วยตนเอง และ 3) บทเรียนอิเล็กทรอนิกส์ใช้โปรแกรม Adobe InDesign เก็บข้อมูลจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 40 คนเพื่อศึกษาความต้องการใช้เนื้อหาและ

หน้าที่ทางภาษาและจำนวน 15 คนเพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการใช้ทักษะการพูดภาษาอังกฤษก่อนและหลังใช้บทเรียนอิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างต้องการพัฒนาทักษะการพูดด้านการออกเสียง การเสนอราคาและขั้นตอนการผลิต ระดับมากที่สุด 2) ได้ชุดบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์จำนวน 5 เรื่องนำเสนอด้วยโปรแกรม Adobe InDesign และ 3) ผลการเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังเรียนรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างผ่านการประเมินตนเองหลังเรียนร้อยละ 100

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทฤษฎี โดยค้นคว้าจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและแนวคิดต่างๆ และลงปฏิบัติภาคสนามสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยมีกรอบแนวคิดและขั้นตอนการศึกษาวิจัยดังนี้

3.1 ขั้นตอนการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง การพัฒนาคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัยดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพและปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัด เพชรบูรณ์

ขั้นตอนที่ 3 ประเมินคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัด เพชรบูรณ์

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพและปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร โดยการศึกษาจากหนังสือ เอกสารทางวิชาการ การสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต แหล่งข้อมูลต่างๆ ในชุมชน และการศึกษาจากรายงานวิจัย สารนิพนธ์ และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง

2. พัฒนาเครื่องมือ ซึ่งได้แก่ แบบสอบถามเพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมุ่งเน้นการศึกษาการใช้ภาษาและปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของผู้ประกอบการโอท็อปกับชาวต่างชาติ

3. การหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจและนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข ก่อนที่จะนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

4. ศึกษาภาคสนาม (Field Study) โดยใช้วิธีลงพื้นที่เก็บข้อมูลวิจัยจากผู้ให้ข้อมูลที่อยู่ภายใต้ขอบเขตพื้นที่ในเขตอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ อำเภอหล่มสัก และอำเภอหล่มเก่า เนื่องจากทั้ง 3 อำเภอนี้เป็นเส้นทางเศรษฐกิจอาเซียนที่เชื่อมต่อไปยังประเทศลาว ซึ่งถ้าผู้ประกอบการโอท็อปสามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้ จะทำให้เกิดรายได้ที่เพิ่มขึ้น จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ให้ได้ข้อสรุปเพื่อพัฒนาคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัด เพชรบูรณ์เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัด เพชรบูรณ์

1. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสภาพและปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์มาพัฒนาเป็นคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัด เพชรบูรณ์ ตามแนวคิดการสอนภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ และการสอนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร โดยมุ่งเน้นให้ผู้ประกอบการโอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์นำไปใช้เพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง ได้ทุกที่ ทุกเวลา เพื่อเสริมทักษะการพูด

2. หาประสิทธิภาพของคู่มือ ดังนี้

2.1.1 หาคุณภาพแบบเดี่ยว โดยการนำคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง (เก่ง ปานกลาง อ่อน) อย่างละ 1 คน รวม 3 คน โดยทดลองทีละคน เพื่อหาความบกพร่องของภาษา แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข

2.1.2 หาคุณภาพแบบกลุ่มย่อย โดยการนำคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้า ที่ปรับปรุงแก้ไขจากข้อ 1 ไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการโอท็อปที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษอยู่ในระดับ เก่ง ปานกลาง และ อ่อน คละกันจำนวน 6 คน เพื่อหาความบกพร่องทางภาษา และความเหมาะสมของเนื้อหาการเรียนรู้ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข

3. นำคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้า ไปใช้กับกลุ่มทดลอง จำนวน 20 คน

ขั้นตอนที่ 3 ประเมินคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

1. ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร โดยการศึกษาจากหนังสือ เอกสารทางวิชาการ การสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต แหล่งข้อมูลต่างๆ ในชุมชน และการศึกษาจากรายงานวิจัย สารนิพนธ์ และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง

2. พัฒนาเครื่องมือ ซึ่งได้แก่ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามความพึงพอใจต่อคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

3. การหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจ และนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข ก่อนที่จะนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

4. ศึกษาภาคสนาม (Field Study) โดยใช้วิธีลงพื้นที่เก็บข้อมูลวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมอบรมการใช้คู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 20 คน และใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (focus group)

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 2 กลุ่ม

1.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งได้จากการการสุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) ได้แก่ ผู้ประกอบการโอท็อปในอำเภอหล่มสัก อำเภอหล่มเก่า และอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ จำนวน 50 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดลองได้แก่ ผู้ประกอบการโอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 20 คน ซึ่งได้จากการการสุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง (purposive sampling)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. แบบสอบถามสภาพและปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูล 2 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป และข้อคำถามเกี่ยวกับสภาพและปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP)

2. คู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ที่ประกอบไปด้วยเนื้อหาสำหรับฝึก และแบบทดสอบก่อนและหลังเรียน

3. แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ที่ประกอบไปด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการใช้คู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

4. แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นต่อคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ที่ประกอบไปด้วยข้อคำถามปลายเปิดที่เกี่ยวกับคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. สัมภาษณ์และสอบถามผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ดูแลงานโอท็อประดับอำเภอ และผู้ประกอบการโอท็อปในเขตอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ อำเภอหล่มสักและอำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ จากนั้น นำข้อมูลมาสรุป วิเคราะห์ และนำเสนอผลการวิจัยโดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการนำเสนอข้อมูลแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และนำไปข้อมูลไปจัดทำเป็นคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP)

2. จัดอบรมการใช้คู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ให้แก่ผู้ประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 คน จากนั้น เก็บข้อมูลความพึงพอใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับคู่มือโดยการใช้แบบสอบถาม และการสนทนากลุ่ม (focus group) จากนั้นนำข้อมูลมาสรุป วิเคราะห์ และนำเสนอผลการวิจัยโดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการนำเสนอข้อมูลแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

3.5 การวิเคราะห์ และการนำเสนอข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และสอบถามแล้ว ผู้วิจัย จะทำการจัดหมวดหมู่ของข้อมูลทั้งหมดและนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ ดังนี้

1. วิเคราะห์สภาพและปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการ โอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดย ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. วิเคราะห์ข้อมูลประสิทธิภาพของกลุ่มการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) โดยใช้เกณฑ์ 80/80 (ชัยยงค์ พรหมวงศ์, 2556)

$$\text{สูตรที่ 1 } E_1 = \frac{\sum X}{N} \times 100 \text{ หรือ } \frac{\sum X}{A} \times 100$$

เมื่อ E_1 คือ ประสิทธิภาพของกระบวนการ

$\sum X$ คือ คะแนนรวมของแบบฝึกปฏิบัติกิจกรรมหรืองานที่ทำระหว่างเรียนทั้งที่เป็น กิจกรรมในห้องเรียน นอกห้องเรียนหรือออนไลน์

A คือ คะแนนเต็มของแบบฝึกปฏิบัติ ทุกชิ้นรวมกัน

N คือ จำนวนผู้เรียน

สูตรที่ 2

$$E_2 = \frac{\sum F}{N} \times 100 \text{ (หรือ } \frac{\sum F}{B} \times 100)$$

เมื่อ E_2 คือ ประสิทธิภาพของผลลัพธ์

$\sum F$ คือ คะแนนรวมของผลลัพธ์ของการประเมินหลังเรียน

B คือ คะแนนเต็มของการประเมินสุดท้ายของแต่ละหน่วย ประกอบด้วยผลการสอบ หลังเรียนและคะแนนจากการประเมินงานสุดท้าย

N คือ จำนวนผู้เรียน

3. วิเคราะห์ผลการเรียนรู้จากกลุ่มการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) จากคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียน โดยใช้สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ t-test (One – Sample) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4. วิเคราะห์ความพึงพอใจ ต่อการใช้คู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5. วิเคราะห์ความคิดเห็นต่อคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัย และอภิปรายผลในการวิจัยครั้งนี้แบ่งข้อมูล ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาสภาพและปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

ส่วนที่ 2 ผลการพัฒนาคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัด เพชรบูรณ์

ส่วนที่ 3 ผลการประเมินคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัด เพชรบูรณ์

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาสภาพและปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจากข้อมูลภาคสนาม (Field Study) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน พบว่า

ตารางที่ 1 แสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
ชาย	16	32.00
หญิง	34	68.00
รวม	50	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ประกอบการโอท็อปส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 68) และรองลงมาเป็นเพศชาย (คิดเป็นร้อยละ 32)

ตารางที่ 2 แสดงระยะเวลาในการดำเนินงานโอท็อป (OTOP)

ระยะเวลาในการดำเนินงานโอท็อป	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
1 - 5 ปี	4	8.00
6 - 10 ปี	20	40.00
11 - 15 ปี	15	30.00
16 - 20 ปี	2	4.00
มากกว่า 20 ปี	5	10.00
1 - 5 ปี	4	8.00
ไม่ระบุ	4	8.00
รวม	50	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ส่วนใหญ่ได้ดำเนินงานโอท็อปมาเป็นเวลา 6-10 ปีมากที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 40.00) รองลงมาดำเนินงานเป็นเวลา 11-15 ปี (คิดเป็นร้อยละ 30.00) และ มากกว่า 20 ปี (คิดเป็นร้อยละ 10.00) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ช่องทางการขายสินค้าโอท็อป (OTOP)

ช่องทางการขายสินค้าโอท็อป (OTOP)	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
ห้างสรรพสินค้า	7	14.00
เว็บไซต์	40	80.00
งานประจำปี	24	48.00
ร้านค้าส่วนตัว	23	46.00
อื่นๆ	20	40.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ประกอบการมีช่องทางการขายสินค้าโอท็อป (OTOP) โดยจัดจำหน่ายทางเว็บไซต์มากที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 80) รองลงมาคือในงานประจำปี (คิดเป็นร้อยละ 48) และเปิดร้านค้าส่วนตัว (คิดเป็นร้อยละ 46) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงประเภทของลูกค้าที่ซื้อสินค้าโอท็อป (OTOP)

ประเภทของลูกค้าที่ซื้อสินค้า โอท็อป (OTOP)	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
คนไทย	44	88.00
ต่างชาติ	31	62.00

จากตารางที่ 4 พบว่าประเภทของลูกค้าที่ซื้อสินค้าโอท็อป (OTOP) ส่วนใหญ่เป็นคนไทยร้อยละ 88 และเป็นชาวต่างชาติร้อยละ 62

ตารางที่ 5 แสดงความถี่(เคย)ในการใช้ภาษาอังกฤษในการขายสินค้า

ความถี่ในการใช้ภาษาอังกฤษใน การขายสินค้า	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
เคย	34	68.00
ไม่เคย	16	32.00
รวม	50	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เคยใช้ภาษาอังกฤษในการขายสินค้า (คิดเป็นร้อยละ 68)

ตารางที่ 6 แสดงความถี่(บ่อย)ในการใช้ภาษาอังกฤษในการขายสินค้า

ความถี่ในการใช้ภาษาอังกฤษใน การขายสินค้า	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
บ่อยมาก	10	20.00
นานๆ ครั้ง	23	46.00
ไม่เคยใช้เลย	17	34.00
รวม	50	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้ภาษาอังกฤษในการขายสินค้านานๆ ครั้ง (คิดเป็นร้อยละ 46) และไม่เคยใช้เลย (คิดเป็นร้อยละ 34)

ตารางที่ 7 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้ประโยชน์
ที่ใช้ในการขายสินค้าโอท็อป (OTOP)

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การกล่าวทักทายลูกค้า	3.86	1.06	มาก
2. การแนะนำสินค้า เช่น การเชิญชวนลูกค้าให้ทดลองสินค้า	4.20	0.89	มาก
3. การบอกชื่อสินค้า	4.16	0.78	มาก
4. การอธิบายส่วนผสม หรือลักษณะของสินค้า	3.74	0.89	มาก
5. การบอกรสชาติของสินค้า	3.85	0.71	มาก
6. การบอกวิธีการใช้งานของสินค้า	3.58	0.92	มาก
7. การบอกประโยชน์ของสินค้า	3.66	0.99	มาก
8. การบอกเรื่องราวความเป็นมาของสินค้า	3.58	1.04	มาก
9. การบอกราคา	4.24	0.84	มาก
10. การบอกโปรโมชั่น และส่วนลดของสินค้า	3.76	0.89	มาก
11. การเจรจาต่อรองราคาสินค้ากับลูกค้า	3.74	0.74	มาก
12. การรับ order สินค้า	3.52	1.02	มาก
ภาพรวม	3.82	0.94	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ประกอบการใช้ประโยชน์ภาษาอังกฤษในการบอกราคามากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.24, SD = 0.84) รองลงมาเป็น การแนะนำสินค้า เช่น การเชิญชวนลูกค้าให้ทดลองสินค้า ($\bar{X}$ = 4.20, SD = 0.89) และการบอกชื่อสินค้า ($\bar{X}$ = 4.16, SD = 0.78) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปัญหาในการใช้
ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าโอท็อป (OTOP)

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านไม่มีความหมายของคำศัพท์ หรือมีความรู้ด้านคำศัพท์ ภาษาอังกฤษน้อย	4.08	0.89	มาก
2. ท่านไม่เข้าใจสำเนียงภาษาอังกฤษที่หลากหลายของ ชาวต่างชาติ	4.24	0.71	มาก
3. ท่านไม่เข้าใจประโยคภาษาอังกฤษเนื่องจากชาวต่างชาติ พูดเร็วเกินไป	4.16	0.73	มาก

4. ท่านไม่สามารถออกเสียงคำศัพท์ภาษาอังกฤษได้ถูกต้องในการพูดได้ตอบได้	4.24	0.71	มาก
5. ท่านไม่สามารถเรียบเรียงประโยคที่จะใช้สื่อสารกับชาวต่างชาติได้	4.12	0.74	มาก
6. ท่านไม่สามารถพูดประโยคภาษาอังกฤษที่ยาวๆ ได้	4.16	0.70	มาก
7. ท่านไม่สามารถใช้ไวยากรณ์ที่ถูกต้องได้	4.26	0.59	มาก
8. ท่านไม่สามารถสะกดคำศัพท์ได้อย่างถูกต้อง	4.30	0.61	มาก
9. ท่านไม่สามารถพูดประโยคที่ต้องใช้คำศัพท์เฉพาะได้	4.13	0.70	มาก
ภาพรวม	4.19	0.72	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ประกอบการโอท็อปมีปัญหาสะกดคำศัพท์มากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$, $SD = 0.61$) รองลงมาคือการใช้ไวยากรณ์ที่ถูกต้อง ($\bar{X} = 4.26$, $SD = 0.59$) ความเข้าใจสำเนียงภาษาอังกฤษที่หลากหลายของชาวต่างชาติ และออกเสียงคำศัพท์ภาษาอังกฤษ ($\bar{X} = 4.24$, $SD = 0.71$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการพัฒนาคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัด เพชรบูรณ์

ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ผลการพัฒนาคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัด เพชรบูรณ์

2. ผลการหาประสิทธิภาพคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัด เพชรบูรณ์

2.1 ผลการพัฒนาคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัด เพชรบูรณ์

พิจารณาความเหมาะสมของคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัด เพชรบูรณ์ ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ปรากฏผล ดังนี้

ตารางที่ 9 แสดงผลการประเมินความเหมาะสมของกลุ่มการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมิน	ผลการประเมิน		
	$\bar{x}$	S.D.	การแปลความ
1. เนื้อหาที่น่าสนใจ	4.66	0.471	มากที่สุด
2. เนื้อหาที่มีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการโอท็อป	4.00	0.00	มาก
3. เนื้อหาที่มีความยากง่ายเหมาะสมกับผู้เรียน	3.67	0.47	มาก
4. เนื้อหาที่มีความถูกต้องสมบูรณ์	4.33	0.47	มากที่สุด
5. สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้	4.00	0.00	มาก
6. ความยาวของเนื้อหาในแต่ละเรื่องมีความเหมาะสม	4.33	0.47	มากที่สุด
7. ภาษาที่ใช้มีความถูกต้องและเหมาะสม	4.33	0.47	มากที่สุด
8. โครงสร้างภาษามีความเหมาะสมกับระดับของผู้เรียน	4.33	0.47	มากที่สุด
9. เนื้อหาที่มีความทันสมัยตรงกับสถานการณ์ในปัจจุบัน	4.00	0.81	มาก
10. ภาษาที่ใช้สื่อความหมายได้ชัดเจน	4.33	0.47	มากที่สุด
11. ประโยคที่ใช้เหมาะสมกับระดับของผู้เรียน	3.66	0.47	มาก
12. แบบทดสอบมีความสอดคล้องกับเนื้อหาในแต่ละเรื่อง	3.66	0.47	มาก
13. เนื้อหาที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	4.33	0.47	มากที่สุด
14. ความยาวของเนื้อหาในแต่ละเรื่องมีความเหมาะสม	4.00	0.00	มาก
15. ประโยคและคำศัพท์ที่ใช้พบบ่อยในชีวิตประจำวัน	4.33	0.47	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.13	0.4	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x}=4.13$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก ที่สุด

2.2 ผลการหาประสิทธิภาพคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัด เพชรบูรณ์

2.2.1 ผลการหาประสิทธิภาพคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัด เพชรบูรณ์ เมื่อนำไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการโอท็อปที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 3 คน โดยแยกเป็น เก่ง ปานกลาง อ่อน (พิจารณาจากการทำแบบทดสอบ) เพื่อหาประสิทธิภาพตามเกณฑ์ค่าประสิทธิภาพ E1/E2 เท่ากับ 80/80 โดยให้ผู้ประกอบการใช้คู่มือการฝึกภาษาอังกฤษ ทำแบบทดสอบ และประเมินความพึงพอใจ พบว่าผลการหาค่าประสิทธิภาพของบทเรียนในครั้งนี้ เท่ากับ 80.00/84.16

ตารางที่ 10 แสดงผลการหาประสิทธิภาพของคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 3 คน ตามเกณฑ์ 80/80

ผู้ประกอบการที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง	E1	E2
คนที่ 1 (เก่ง)	90.00	95.00
คนที่ 2 (ปานกลาง)	80.00	85.00
คนที่ 3 (อ่อน)	70.00	72.00
รวมคะแนนเฉลี่ยร้อยละ	80.00	84.16.

จากตาราง 10 พบว่าคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น มีค่าเฉลี่ยรวมของคะแนนก่อนการใช้บทเรียน (E1) และหลังการใช้บทเรียน (E2) เท่ากับ 80.00/84.16 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 80/80 ที่กำหนด

2.2.2 ผลการหาประสิทธิภาพคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัด เพชรบูรณ์ เมื่อนำไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการโอท็อปที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 6 คน โดยแยกเป็น เก่ง ปานกลาง อ่อน (พิจารณาจากการทำแบบทดสอบ) เพื่อหาประสิทธิภาพตามเกณฑ์ค่าประสิทธิภาพ E1/E2 เท่ากับ 80/80 โดยให้ผู้ประกอบการใช้คู่มือการฝึกภาษาอังกฤษ ทำแบบทดสอบ และประเมินความพึงพอใจ พบว่าผลการหาค่าประสิทธิภาพของบทเรียนในครั้งนี้ เท่ากับ 81.66/88.33

ตารางที่ 11 แสดงผลการหาประสิทธิภาพของคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 6 คน ตามเกณฑ์ 80/80

ผู้ประกอบการที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง	E1	E2
คนที่ 1 (เก่ง)	86.66	95.00
คนที่ 2 (ปานกลาง)	85.00	92.50
คนที่ 3 (อ่อน)	73.33	77.50
รวมคะแนนเฉลี่ยร้อยละ	81.66	88.133

จากตาราง 11 พบว่าคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น มีค่าเฉลี่ยรวมของคะแนนก่อนการใช้บทเรียน (E1) และหลังการใช้บทเรียน (E2) เท่ากับ 81.66/88.33 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 80/80 ที่กำหนด

2.2.3 ผลการพัฒนาผู้ประกอบการโอท็อป โดยการใช้คู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้า

ผู้วิจัยได้นำคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการโอท็อป จำนวน 20 คน โดยการทดสอบก่อนใช้คู่มือและหลังใช้คู่มือ จะเห็นได้จากความแตกต่างของระดับคะแนนความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนในตารางที่ 9

ตารางที่ 12 แสดงคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียน โดยใช้คู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์

กลุ่มทดสอบ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	$\bar{D}$	$SD \bar{D}$	t	Sig
ก่อนเรียน	12.95	4.67	-4.20	3.81	-4.94	0.00
หลังเรียน	17.15	2.11				

* กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 12 พบว่า คะแนนเฉลี่ยก่อนเรียน 12.95 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 4.67 และคะแนนเฉลี่ยหลังเรียน 17.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.11 เมื่อทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยก่อน - หลังเรียน พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนที่ 3 ผลการประเมินคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัด เพชรบูรณ์

ผู้วิจัยยังได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่มีต่อคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้า เพื่อวิเคราะห์ว่าคู่มือนั้นสามารถทำให้ผู้ประกอบการที่ใช้คู่มือเล่มนี้มีความพึงพอใจอยู่ในระดับใด ดังจะเห็นได้จากผลคะแนนการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 10 ดังนี้

ตารางที่ 13 ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าโอท็อป (OTOP)

รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
1. คู่มือมีความน่าสนใจ	4.30	0.66	มาก
2. ภาษาที่ใช้ในคู่มือมีความง่ายต่อความเข้าใจ	4.45	0.60	มาก
3. คำอ่านที่คู่มือช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่ายขึ้น	4.30	0.57	มาก
4. ภาพประกอบในคู่มือมีความสอดคล้องกับเนื้อหา	4.10	0.72	มาก
5. เนื้อหาในคู่มือมีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ	4.45	0.60	มาก
6. เนื้อหาในคู่มือมีความสอดคล้องกับบริบทและง่ายต่อความเข้าใจ	4.25	0.55	มาก
7. คู่มือมีความง่ายต่อการใช้งาน	4.25	0.55	มาก
8. หลังจากใช้คู่มือแล้วท่านมีความมั่นใจในการใช้ภาษาอังกฤษมากขึ้น	4.10	0.72	มาก
9. ท่านสามารถนำคู่มือมาประยุกต์ใช้ในการขายสินค้าของตนเองได้	4.20	0.70	มาก
10. ความพึงพอใจโดยภาพรวมของคู่มือ	4.25	0.72	มาก
ภาพรวม	4.28	0.54	มาก

จากตารางที่ 13 พบว่า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจ ผู้ประกอบการโอท็อปที่มีต่อคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้า ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}=4.28$; S.D. = 0.54) และในแต่ละข้อมีระดับความพึงพอใจผู้ประกอบการโอท็อปที่มีต่อคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้า อยู่ในระดับ มาก

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โดยการใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้า โดยการเลือกผู้ประกอบการที่เข้าร่วมการอบรมการใช้คู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้า จำนวน 10 คน โดยแบ่งเป็นผู้ที่มีความโดดเด่นในการใช้ภาษาอังกฤษ จำนวน 3 คน ผู้เข้าร่วมโครงการที่มีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษระดับปานกลาง จำนวน 4 คน และผู้เข้าร่วมโครงการที่มีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษอยู่ในระดับล่าง จำนวน 3 คน สรุปองค์ความรู้ที่ได้จากการสัมภาษณ์ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจต่อคู่มือโดยภาพรวม แต่ต้องการคู่มือที่สามารถพกพาได้เพื่อจะได้นำไปใช้งานได้จริง พร้อมทั้งเพิ่มเติมตัวเลขเพื่อบอกราคาสินค้าด้วย ส่วนเนื้อหาอื่นๆ ผู้ประกอบการมีความเห็นในแนวทางเดียวกันว่าเหมาะสม
2. ผู้ประกอบการมีความต้องการให้แยกเนื้อหาสำหรับสินค้าประเภทต่างๆ เพื่อความสะดวกในการใช้งาน พร้อมทั้งให้สอนเรื่องการโฆษณาสินค้า เช่น การแสดงให้ลูกค้าสินค้าของเขาไม่เหมือนใคร มีหนึ่งเดียวในโลก
3. ผู้ประกอบการมีชอบคำอ่าน รูปแบบประโยคที่ง่ายและเข้าใจง่าย และเนื้อหาสาระที่แยกเป็นหมวดหมู่มากที่สุด
4. ผู้ประกอบการอยากได้ประโยคที่พร้อมใช้งาน อาจจะเป็นประโยคเดียวแบบไม่ต้องมีตัวเลือก
5. ผู้ประกอบการมีความต้องการให้จัดอบรมมากกว่า 1 ครั้ง และทำอย่างต่อเนื่อง เพราะคิดว่าภาษาอังกฤษมีความสำคัญ เพราะเป็นการเตรียมตัวต่อการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน
6. ผู้ประกอบการต้องการให้สอนในเรื่องของการสอนเล่าเรื่องผลิตภัณฑ์ บอกเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ เป็นภาษาอังกฤษ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การพัฒนาคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการ โอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ครั้งนี้ ผู้วิจัยนำเสนอสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาสภาพและปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการ โอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้ประกอบการโอท็อปส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 68) และรองลงมาเป็นเพศชาย (คิดเป็นร้อยละ 32) ได้ดำเนินงานโอท็อปมาเป็นเวลา 6-10 ปีมากที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 40.00) รองลงมาดำเนินงานเป็นเวลา 11-15 ปี (คิดเป็นร้อยละ 30.00) และ มากกว่า 20 ปี (คิดเป็นร้อยละ 10.00) ตามลำดับ มีช่องทางในการขายสินค้าโอท็อป (OTOP) โดยจัดจำหน่ายทางเว็บไซต์มากที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 80) งานประจำปี (คิดเป็นร้อยละ 48) และเปิดร้านค้าส่วนตัว (คิดเป็นร้อยละ 46) ส่วนใหญ่เคยใช้ภาษาอังกฤษในการขายสินค้า (คิดเป็นร้อยละ 68)

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพและปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการ โอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า พบว่า ผู้ประกอบการใช้ประโยคภาษาอังกฤษในการบอกราคามากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$, $SD = 0.84$) รองลงมาเป็น การแนะนำสินค้า เช่น การเชิญชวนลูกค้าให้ทดลองสินค้า ($\bar{X} = 4.20$, $SD = 0.89$) และการบอกชื่อสินค้า ($\bar{X} = 4.16$, $SD = 0.78$) ตามลำดับ แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการโอท็อปยังคงมีปัญหาคำศัพท์มากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$, $SD = 0.61$) รองลงมาคือการใช้ไวยากรณ์ที่ถูกต้อง ($\bar{X} = 4.26$, $SD = 0.59$) ความเข้าใจสำเนียงภาษาอังกฤษที่หลากหลายของชาวต่างชาติ และออกเสียงคำศัพท์ภาษาอังกฤษ ($\bar{X} = 4.24$, $SD = 0.71$) ตามลำดับ

5.1.2 ผลการพัฒนาคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการ โอท็อป (OTOP) ในจังหวัด เพชรบูรณ์

5.1.2.1 ผลการประเมินความเหมาะสมของคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการ โอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ พบว่า คู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.13$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มากที่สุด

5.1.2.2 ผลการหาประสิทธิภาพคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัด เพชรบูรณ์ เมื่อนำไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการโอท็อปที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 3 คน โดยแยกเป็น เก่ง ปานกลาง อ่อน (พิจารณาจากการทำแบบทดสอบ) เพื่อหาประสิทธิภาพตามเกณฑ์ค่าประสิทธิภาพ E1/E2 เท่ากับ 80/80 โดยให้ผู้ประกอบการใช้คู่มือการฝึกภาษาอังกฤษ ทำแบบทดสอบ และประเมินความพึงพอใจ พบว่าผลการหาค่าประสิทธิภาพของบทเรียนในครั้งนี้ เท่ากับ 80.00/84.16

5.1.2.3 ผลการหาประสิทธิภาพคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัด เพชรบูรณ์ เมื่อนำไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการโอท็อปที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 6 คน โดยแยกเป็น เก่ง ปานกลาง อ่อน (พิจารณาจากการทำแบบทดสอบ) เพื่อหาประสิทธิภาพตามเกณฑ์ค่าประสิทธิภาพ E1/E2 เท่ากับ 80/80 โดยให้ผู้ประกอบการใช้คู่มือการฝึกภาษาอังกฤษ ทำแบบทดสอบ และประเมินความพึงพอใจ พบว่าผลการหาค่าประสิทธิภาพของบทเรียนในครั้งนี้ เท่ากับ 81.66/88.33

5.1.2.4 ผลการพัฒนาผู้ประกอบการโอท็อป โดยการใช้คู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้า

ผู้วิจัยได้นำคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการโอท็อป จำนวน 20 คน โดยการทดสอบก่อนใช้คู่มือและหลังใช้คู่มือ พบว่า คะแนนเฉลี่ยก่อนเรียน 12.95 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 4.67 และคะแนนเฉลี่ยหลังเรียน 17.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.11 เมื่อทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยก่อน - หลังเรียน พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.1.3 ผลการประเมินคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

5.1.3.1 ผลการประเมินคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยการสอบถามความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจผู้ประกอบการโอท็อปที่มีต่อคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้า ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}=4.28$; S.D. = 0.54) และในแต่ละข้อมีระดับความพึงพอใจผู้ประกอบการโอท็อปที่มีต่อคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้า อยู่ในระดับ มาก

5.1.3.2 ผลการประเมินคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยการสนทนากลุ่ม พบว่า

1. ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจต่อคู่มือโดยภาพรวม แต่อยากต้องการคู่มือที่สามารถพกพาได้เพื่อจะได้นำไปใช้งานได้จริง พร้อมทั้งเพิ่มเติมตัวเลขเพื่อบอกราคาลูกค้าด้วย ส่วนเนื้อหาอื่นๆ ผู้ประกอบการมีความเห็นในแนวทางเดียวกันว่าเหมาะสม
2. ผู้ประกอบการมีความต้องการให้แยกเนื้อหาสำหรับสินค้าประเภทต่างๆ เพื่อความสะดวกในการใช้งาน พร้อมทั้งให้สอนเรื่องการโฆษณาสินค้า เช่น การแสดงให้ลูกค้าสินค้าของเขาไม่เหมือนใคร มีหนึ่งเดียวในโลก
3. ผู้ประกอบการมีชอบคำอ่าน รูปแบบประโยคที่ง่ายและเข้าใจง่าย และเนื้อหาสาระที่แยกเป็นหมวดหมู่มากที่สุด
4. ผู้ประกอบการอยากได้ประโยคที่พร้อมใช้งาน อาจจะเป็นประโยคเดียวแบบไม่ต้องมีตัวเลือก
5. ผู้ประกอบการมีความต้องการให้จัดอบรมมากกว่า 1 ครั้ง และทำอย่างต่อเนื่อง เพราะคิดว่าภาษาอังกฤษมีความสำคัญ เพราะเป็นการเตรียมตัวต่อการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน
6. ผู้ประกอบการต้องการให้สอนในเรื่องของการสอนเล่าเรื่องผลิตภัณฑ์ บอกเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ เป็นภาษาอังกฤษ

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 การศึกษาสภาพและปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ผู้ประกอบการใช้ประโยคภาษาอังกฤษในการบอกราคามากที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 4.24) รองลงมาเป็นการแนะนำสินค้า เช่น การเชิญชวนลูกค้าให้ทดลองสินค้า (คิดเป็นร้อยละ 4.20) และการบอกชื่อสินค้า (คิดเป็นร้อยละ 4.16) ตามลำดับ แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการโอท็อปยังคงมีปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษในเรื่องของการสะกดคำศัพท์มากที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 4.30) รองลงมาคือการใช้ไวยากรณ์ที่ถูกต้อง (คิดเป็นร้อยละ 4.26) ความเข้าใจสำเนียงภาษาอังกฤษที่หลากหลายของชาวต่างชาติ และออกเสียงคำศัพท์ภาษาอังกฤษ (คิดเป็นร้อยละ 4.24) ตามลำดับ สอดคล้องกับ นางสมร พงษ์พานิช (2554) ได้ปัญหาการพูดภาษาอังกฤษอย่างเป็นทางการในรูปแบบการพูดนำเสนอและการพูดแสดงความคิดเห็นในที่ชุมชน เพื่อเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาด้านการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา ที่ศึกษาอยู่ในคณะวิทยาการจัดการ จำนวน 179 คน เรียนวิชาการศึกษาด้วยวาจาในภาคปลายปี การศึกษา 2550 จำนวน 89 คน และในภาคต้นปีการศึกษา 2551 จำนวน 90 คน ผลการวิจัย พบว่า ปัญหาการพูดภาษาอังกฤษอย่างเป็นทางการในที่ชุมชนของนิสิตคือ 1) การขาดความมั่นใจ

ในตนเอง สืบเนื่องมาจากมีความรู้พื้นฐานทางด้านภาษาอังกฤษไม่เพียงพอสำหรับการสื่อสาร มีจำนวน คำศัพท์น้อย ขาดทักษะการใช้ภาษาในการสื่อสารในสภาพจริง

5.2.2 การพัฒนาคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัด เพชรบูรณ์ พบว่าคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.13$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก ที่สุด เมื่อนำไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการโอท็อปที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 3 คน โดยแยก เป็น เก่ง ปานกลาง อ่อน (พิจารณาจากการทำแบบทดสอบ) เพื่อหาประสิทธิภาพตามเกณฑ์ค่า ประสิทธิภาพ E1/E2 เท่ากับ 80/80 โดยให้ผู้ประกอบการใช้คู่มือการฝึกภาษาอังกฤษ ทำ แบบทดสอบ และประเมินความพึงพอใจ พบว่าผลการหาค่าประสิทธิภาพของบทเรียนในครั้ง นี้ เท่ากับ 80.00/84.16 และเมื่อนำไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการโอท็อปที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 6 คน โดยแยกเป็น เก่ง ปานกลาง อ่อน (พิจารณาจากการทำแบบทดสอบ) เพื่อหา ประสิทธิภาพตามเกณฑ์ค่าประสิทธิภาพ E1/E2 เท่ากับ 80/80 โดยให้ผู้ประกอบการใช้คู่มือ การฝึกภาษาอังกฤษ พร้อมทั้งทำแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน พบว่าผลการหาค่า ประสิทธิภาพของบทเรียนในครั้งนี้ เท่ากับ 81.66/88.33 และเมื่อผู้ประกอบการทดลองใช้คู่มือ พบว่า มีคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียน 12.95 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 4.67 และคะแนนเฉลี่ยหลัง เรียน 17.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.11 เมื่อทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยก่อน - หลังเรียน พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับศาสตรา สหส ทัศน์ (2560) ได้พัฒนาคู่มือสนทนาภาษาอังกฤษ เรื่อง ผ้าไหมแพรวาบ้านโพน เพื่อการสื่อสารกับ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มี ประสิทธิภาพและยั่งยืน และประเมินความพึงพอใจที่มีต่อคู่มือสนทนา ภาษาอังกฤษดังกล่าว โดยประชากร ประกอบด้วยกลุ่มวิสาหกิจทอผ้าไหมแพรวาบ้านโพนจำนวน 50 คน ซึ่ง 20 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า คู่มือสนทนาภาษาอังกฤษที่มีประสิทธิภาพ เรื่อง ผ้า ไหมแพรวาบ้านโพน เพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ทาง คณะผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมี ประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 นอกจากนั้นคู่มือสนทนา ภาษาอังกฤษที่มีประสิทธิภาพ เรื่อง ผ้า ไหมแพรวาบ้านโพน เพื่อการสื่อสารกับ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ทางคณะผู้วิจัยพัฒนาขึ้นยังสามารถ แก้ปัญหาการสื่อสาร ภาษาอังกฤษในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการขายสินค้าของ กลุ่ม วิสาหกิจทอผ้าไหมแพรวาและผู้เข้าร่วมอบรมทุกคนมีความพึงพอใจต่อคู่มือสนทนา ภาษาอังกฤษที่มีประสิทธิภาพ เรื่อง ผ้าไหมแพรวาบ้านโพน เพื่อการสื่อสารกับ นักท่องเที่ยว ต่างชาติที่ทางคณะผู้วิจัยพัฒนาขึ้นในระดับมากที่สุด และยังสอดคล้องกับ ศศิภา ทิพย์ประภา (2561) ที่ได้ศึกษาความต้องการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร และสร้างต้นแบบนวัตกรรม

ประเภทบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์สำหรับฝึกทักษะการพูดภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารและ เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการใช้ทักษะการพูดภาษาอังกฤษก่อนและหลังการใช้สื่อประเภท บทเรียนอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีกลุ่มตัวอย่างเลือกโดยวิธีเฉพาะเจาะจง จำนวน 15 คน ได้แก่ เซรามิก ประดิษฐ์ปลาทะเียนสีทอง งานตุ๊กตาปั้นจี้ว หวีโชนจำลอง และดอกไม้ประดิษฐ์จากต้นโสน ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างต้องการพัฒนาทักษะการพูดด้านการออกเสียง การเสนอราคาและ ขั้นตอนการผลิต ระดับมากที่สุด และมีผลการเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังเรียนรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างผ่านการประเมินตนเองหลังเรียน ร้อยละ 100

5.2.3 การประเมินคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการ โอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยการสอบถาม พบว่าผู้ประกอบการมีระดับความพึงพอใจผู้ประกอบการโอท็อปที่มีต่อคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้า ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}=4.28$; S.D. = 0.54) และในแต่ละข้อมีระดับความพึงพอใจผู้ประกอบการโอท็อปที่มีต่อ คู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้า อยู่ในระดับ มาก และเมื่อสอบถามโดยการสนทนากลุ่ม พบว่า ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจต่อคู่มือโดยภาพรวม แต่อยากต้องการคู่มือที่สามารถพกพาได้ เพื่อจะได้นำไปใช้งานได้จริง พร้อมทั้งเพิ่มเติมตัวเลขเพื่อบอกราคาลูกค้าด้วย ส่วนเนื้อหาอื่นๆ ผู้ประกอบการมีความเห็นในแนวทางเดียวกันว่าเหมาะสม ผู้ประกอบการมีความต้องการให้แยก เนื้อหาสำหรับสินค้าประเภทต่างๆ เพื่อความสะดวกในการใช้งาน พร้อมทั้งให้สอนเรื่องการ โฆษณาสินค้า เช่น การแสดงให้ลูกค้าสินค้าของเขาไม่เหมือนใคร มีหนึ่งเดียวในโลก และชอบคำ อ่าน รูปแบบประโยคที่ง่ายและเข้าใจง่าย และเนื้อหาสาระที่แยกเป็นหมวดหมู่มากที่สุด นอกจากนี้ยังต้องการประโยคเดี่ยวๆ ที่พร้อมใช้งาน และต้องการให้จัดอบรมมากกว่า 1 ครั้ง และ ทำอย่างต่อเนื่องเพราะคิดว่าภาษาอังกฤษมีความสำคัญ เพราะเป็นการเตรียมตัวต่อการเข้าสู่ ประชาคมอาเซียน รวมทั้งสอนเรื่องของการสอนเล่าเรื่องผลิตภัณฑ์ บอกเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ เป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งสอดคล้องกับ ปวันรัตน์ นิกรกิตติโกศล (2559) ที่ได้พัฒนานวัตกรรม การสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหารและ เครื่องดื่มที่เกาะเกร็ด โดยมี 5 ขั้นตอนหลักคือ 1) การศึกษาความต้องการด้านเนื้อหาและรูปแบบ นวัตกรรมที่เหมาะสมในการฝึกทักษะภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการ 2) การออกแบบและ สร้างนวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษ 3) ทดลองใช้และ 4) ประเมินผลและปรับปรุง 5) ศึกษา ความพึงพอใจ กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการทดลองมี 20 คน ผลการวิจัยพบว่า เนื้อหาโดยรวมที่ ผู้ประกอบการมีความต้องการคือคำศัพท์และบทสนทนาเฉพาะในการค้าขายที่มีบทแปลและคำอ่าน ภาษาไทยในรูปของหนังสือเล่มเล็กและซีดีคลอบคลุมหัวข้อเกี่ยวกับการทักทายและการต้อนรับ และการสอบถามความต้องการของลูกค้าเป็นต้น ก่อนและหลังการใช้นวัตกรรมสื่อสาร

ภาษาอังกฤษพบว่ามีคะแนนสูงขึ้นในทุกองค์ประกอบของทั้งทักษะการฟังและพูดภาษาอังกฤษ ผลจากการประเมินความพึงพอใจจากผู้ประกอบการพบว่าได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่านวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษที่พัฒนาขึ้นมีความพึงพอใจในระดับดีและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

5.3.1.1 ควรมีการนำผลวิจัยไปขยายผลกับผู้ประกอบการกลุ่มอื่น ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ในอำเภออื่นๆ ในจังหวัดเพชรบูรณ์

5.3.1.2 ควรนำคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ไปพัฒนาต่อยอดเป็นนวัตกรรมพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรมีการนำผลการวิจัยไปต่อยอดเป็นนวัตกรรมในรูปแบบอื่น เช่น application เพื่อความพร้อมในการใช้งาน

5.3.2.2 ควรมีการศึกษาวิจัยในประเด็นอื่นๆ สำหรับผู้ประกอบการโอท็อปในจังหวัดเพชรบูรณ์ เช่น การเล่าเรื่องราวสินค้า หรือการโฆษณาสินค้า

บรรณานุกรม

คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ. 2545. หนึ่งปี หนึ่งตำบล หนึ่ง

ผลิตภัณฑ์. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

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

<http://www.thaitambon.com/> (สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2561)

ชั้นมัย เจียรกุล (2557). ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC.

วารสารนักบริหาร Executive Journal. ปีที่ 34 ฉบับที่ 1. มกราคม-มิถุนายน 2557.

นภาพิญ สุคใจ. การศึกษาความต้องการในการใช้ภาษาอังกฤษของสถานประกอบการธุรกิจ ท้องเที่ยว

และของนักเรียนชั้นปีที่ 3 ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาพณิชยการ สังกัดกรม

อาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ เขตการศึกษา 7. วิทยานิพนธ์ปริญญา ศึกษาศาสตร

มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสอนภาษาอังกฤษในฐานะภาษาต่างประเทศ บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2536.

ปวันรัตน์ นิกรกิตติโกศล (2559). การพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษ สำหรับ

ผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.

วารสารสมาคมนักวิจัย ปีที่ : 21 ฉบับที่ : 2 เลขหน้า : 110-122 ปีพ.ศ. : 2559.

พิกุล สายดวง (2559). การเพิ่มสมรรถนะและพัฒนาศักยภาพการใช้ภาษาอังกฤษ ของกลุ่ม

ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เพื่อรองรับการเป็นประชาคมอาเซียน ในเขต

พื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

อุบลราชธานี ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม- ธันวาคม 2559).

ศาดรา สหัทธสน และคณะ (2560). การพัฒนาคู่มือสนทนาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารกับ

นักท่องเที่ยวต่างชาติสำหรับวิสาหกิจท่องเที่ยวไหมแพรวบ้านโพน อำเภอดำม่วง จังหวัด

กาฬสินธุ์. วารสารการบริหารปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬสินธุ์ ปีที่ 6 ฉบับพิเศษ

(กันยายน 2560)

ศศิภา ทิพย์ประภา (2561). การพัฒนาสมรรถนะการใช้ทักษะการพูดภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร

สำหรับวิสาหกิจชุมชน ด้วยบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ปี

ที่ 12 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2561.

- สำนักนายกรัฐมนตรี (2546). “พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546”. ราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา หน้า 1 เล่มที่ 120 ตอน 100 ก วันที่ 9 ตุลาคม 2546. กรุงเทพฯ : สำนักนายกรัฐมนตรี.
- อัญชรา พุทธิกาญจนกุล และคณะ (2558). แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ของผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่. วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2558
- Brown, J.D. (1995). The elements of language curriculum: A systematic approach to program development .Boston, Massachusetts: Heinle & Heinle Publishers
- Byrne, D. Teaching Oral English. Singapore: Longman, 1990.
- Canale M. & Swain M. (1980). Theoretical Base of Communicative Approaches to Second Language Teaching and Testing. Retrieved December 1, 2007.
- D. Nunan, (Second Language Teaching and Learning. Boston: Heinle & Heinle, 1999)
- Finocchiaro, M., & Brumfit, C. (1983). The functional-notional approach: from theory to practice. New York: Oxford University Press.
- Galloway, N & Heath, R. (2015). Introducing Global Englishes. Routledge.
- 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.
- Johnson, R.K. (1989). A decision-making framework for the coherent language curriculum. In R.K. Johnson(Ed.), The second language curriculum (pp. 1–23). Cambridge: Cambridge University Press.
- 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 ICIL and Language Learning*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Stevens, P. ESP after twenty years: a re-appraisal. Singapore: SEAMEO Regional Language Center, 1988.
- Tsao, C.-h. (April 2011). English for Specific Purposes in the EFL Context: A Survey of Student and Faculty Perceptions. (W. Cheng, & P. Robertson, Eds.) *Asian ESP Journal*, 7(2).
<http://asian-esp-journal.com/> (accessed 5/8/2013).
- Valette, R.1977: Modern language testing. Second edition. San Diego, CA: Harcourt Brace Jovanovich.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

- แบบสอบถามสภาพปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์
- แบบสอบถามความพึงพอใจต่อคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
แบบสอบถามสภาพปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้า
ของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง การพัฒนาคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษในการขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อที่จะได้นำข้อมูลไปคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการโอท็อป (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. ลักษณะประโยชน์ที่ใช้ในการขายสินค้าโอท็อป (OTOP)

รายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การกล่าวทักทายลูกค้า					
2. การแนะนำสินค้า เช่น การเชิญชวนลูกค้าให้ทดลองสินค้า					
3. การบอกชื่อสินค้า					
4. การอธิบายส่วนผสม หรือลักษณะของสินค้า					
5. การบอกรสชาติของสินค้า					
6. การบอกวิธีการใช้งานของสินค้า					
7. การบอกประโยชน์ของสินค้า					
8. การบอกเรื่องราวความเป็นมาของสินค้า					
9. การบอกราคา					
10. การบอกโปรโมชั่น และส่วนลดของสินค้า					
11. การเจรจาต่อรองราคาสินค้ากับลูกค้า					
12. การรับ order สินค้า					

ลักษณะประโยชน์อื่นๆ ที่ใช้ในการขายสินค้า

.....

.....

10. ปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าโอท็อป (OTOP)

รายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ท่านไม่มีความหมายของคำศัพท์ หรือมีความรู้ด้านคำศัพท์ภาษาอังกฤษน้อย					
2. ท่านไม่เข้าใจสำเนียงภาษาอังกฤษที่หลากหลายของชาวต่างชาติ					
3. ท่านไม่เข้าใจประโยคภาษาอังกฤษเนื่องจากชาวต่างชาติพูดเร็วเกินไป					

4. ท่านไม่สามารถออกเสียงคำศัพท์ภาษาอังกฤษได้ถูกต้องในการพูดได้หรือไม่					
5. ท่านไม่สามารถเรียบเรียงประโยคที่จะใช้สื่อสารกับชาวต่างชาติได้หรือไม่					
6. ท่านไม่สามารถพูดประโยคภาษาอังกฤษที่ยาวๆ ได้หรือไม่					
7. ท่านไม่สามารถใช้ไวยากรณ์ที่ถูกต้องได้หรือไม่					
8. ท่านไม่สามารถสะกดคำศัพท์ได้อย่างถูกต้องหรือไม่					
9. ท่านไม่สามารถพูดประโยคที่ต้องใช้คำศัพท์เฉพาะได้หรือไม่					
10. อื่นๆ (ระบุ).....					

11. ท่านต้องการให้มีการจัดอบรมภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าโอท็อปหรือไม่ อย่างไร

☐ ไม่ต้องการ

☐ ต้องการให้จัดอบรมเรื่อง

.....

12. ข้อเสนอแนะอื่นๆ จากประสบการณ์การขายสินค้าโอท็อป (OTOP) ของท่าน

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามค่ะ



แบบสอบถามความพึงพอใจต่อคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้า

สำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง การพัฒนาคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หรือเติมคำในช่องว่างให้สมบูรณ์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. การศึกษา ☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษา
☐ ปริญญาตรี
☐ สูงกว่าปริญญาตรี (ระบุ)
☐ อื่นๆ (ระบุ)
3. ระยะเวลาในการดำเนินงาน ☐ 1-5 ปี ☐ 6-10 ปี ☐ 11-15 ปี
☐ 15-20 ปี ☐ มากกว่า 20 ปี
4. ประเภทของสินค้า/บริการ
ชื่อผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ประกอบการโอท็อปที่มีต่อคู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้า

ประเด็นความคิดเห็น	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. คู่มือมีความน่าสนใจ					
2. ภาษาที่ใช้ในคู่มือมีความง่ายต่อความเข้าใจ					
3. คำอ่านที่คู่มือช่วยให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่ายขึ้น					
4. ภาพประกอบในคู่มือมีความสอดคล้องกับเนื้อหา					
5. เนื้อหาในคู่มือมีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ					

6. เนื้อหาในคู่มือมีความสอดคล้องกับบริบทและง่ายต่อความเข้าใจ					
7. คู่มือมีความง่ายต่อการใช้งาน					
8. หลังจากใช้คู่มือแล้วท่านมีความมั่นใจในการใช้ภาษาอังกฤษมากขึ้น					
9. ท่านสามารถนำคู่มือมาประยุกต์ใช้ในการขายสินค้าของตนเองได้					
10. ความพึงพอใจโดยภาพรวมของคู่มือ					

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข

- คู่มือการฝึกภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ประกอบการ โอท็อป (OTOP) ในจังหวัดเพชรบูรณ์

Greetings (การทักทาย)

1. Greetings (การทักทาย)

1.1 Good morning. Ladies and gentlemen. กู๊ด-มอร์-นิง เลดี้-แอนด์-เจนเทิล-แมน

1.2 Good afternoon. Everybody. กู๊ด-อาฟ-เตอร์-นูน เอเวอรี่-บอดี้

1.3 Good evening. Everyone. กู๊ด-อีฟ-เวอร์-นิง เอเวอรี่-วัน

1.4 Hi ! Everybody ! ไฮ เอเวอรี่-บอดี้

1.5 Hello ! Everyone ! ฮัลโล เอเวอรี่-วัน

2. Welcome audience (การกล่าวต้อนรับลูกค้า)

2.1 Welcome to [ชื่องาน]. My name is [ชื่อ-นามสกุล]. I am [ตำแหน่ง].

Welcome to Makamwan Fairs. My name is Yingthai Jaidee. I am the head of the group.

เวลคัมทีมงานกาชาดมะขามหวาน มายเนมอีส หญิงไทย ใจดี ฉันเป็นหัวหน้ากลุ่ม

2.2 Thank you for coming here today. I am [ชื่อ-นามสกุล].

Thank you for coming here today. I am Yingthai Jaidee.

แต๊งกิ้ว ฟอรัคัมมิงเฮียทูเดย์ ไอแอม หญิงไทย ใจดี

2.3 I am glad to be here today. My name is [ชื่อ-นามสกุล].

3. Capture their attention (การเรียกความสนใจของลูกค้า)

3.1 Do you know _____ ?

Do you know Makamwan. (tamarind)?

ดูยูโน มะขามหวาน (แถมมะริน)

3.2 Have you heard about _____ ?

Have you heard about Pho Tub Buerk ?

แฮฟยูเอิร์ทอะเบ๊าท์ภูทูปเบือก

3.3 I want to share about _____.

I want to share about Thai silk.

ไเอว๊อนทุแซร์อะเบ๊าท์ไทยซิลค์

4. Identify your goal and topic (การอธิบายหัวข้อและวัตถุประสงค์)

4.1 This morning, I want to show you _____.

This morning, I want to show you Sin Hua Dang Teen Gan.

ดิสมอร์นึ่ง ไปว๊อนทุโซว्यू ซินหัวแดงตีนกาน

4.2 I want to present _____.

I want to present Makam Chae Im.

ไอวอนทุพรีเซ็นต์มะขามแช่อิ่ม

4.3 I will present _____.

I will present Makamwan.

ไอวิวพรีเซ็นต์มะขามแช่อิ่ม

5. Provide instructions and how to ask questions (การให้คำแนะนำ และการถามคำถาม)

5.1 First, I will show you _____.

First, I will show you my product.

เฟิร์สท์ไอวิวโชว์ยูมายโปรดักต์

5.2 Then, I will share with you about _____.

Then, I will share with you about my product.

เด็นไอวิวแชร์วิสยูอะแบ้าท์มายโปรดักต์

5.3 Last, do you have any _____.

Last, do you have any questions?

ลาส ดูยูแฮฟเอนนี่ควอสชั่น

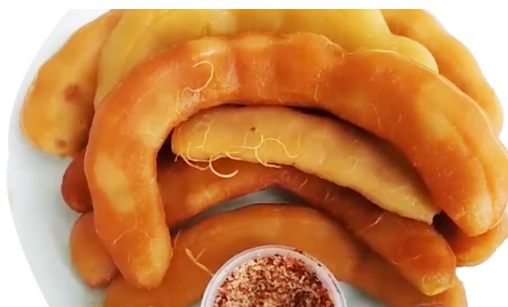
Product Presentation (การนำเสนอสินค้า)

Vocabulary (คำศัพท์)

Tamarind แทมมะริน	มะขาม
Sweet สวีท	หวาน
Sweet tamarind สวีทแทมมะริน	มะขามหวาน
Preserved พรีเซิร์ฟ	ดอง
Sugar ชูการ์	น้ำตาล
Limewater โลว์เตอร์	น้ำปูนใส
Salt ซอลท์	เกลือ
Sour giant tamarind ซาวไจแอนท์แทมมะริน	มะขามเปรี้ยวยักษ์
Boil บอยล์	ต้ม
Peel พีล	ปอก
Dry ดราย	แห้ง
Soak โซก	แช่

Product (การบอกลักษณะของสินค้า)

Questions	Answers
What products do you sell? คุณขายอะไร	We sell เราขาย
What is it? มันคืออะไร	It is มันคือ
What's this? นี่คืออะไร	This is นี่คือ
What are the ingredients? มีส่วนประกอบอะไรบ้าง	The ingredients are ส่วนประกอบคือ
How do you make it? คุณทำอย่างไร	



Example (ตัวอย่าง)

Dialogue 1

Jack: What product do you sell? ว็ทโพลด์คดยูเซลล์

Suree: We sell preserved tamarind. วีเซลล์พีรีเซิร์ฟแทมมะริน

Dialogue 2

Jack: What is it? ว็ทอีสอิท

Suree: It is preserved tamarind. อิทอีสพีรีเซิร์ฟแทมมะริน

Dialogue3

Jack: What is this? ว็ทอีสดีส

Suree: This is preserved tamarind. ดีสอีสพีรีเซิร์ฟแทมมะริน

Telling ingredients (การบอกส่วนผสมของสินค้า)

- | | |
|----------------------------|-------------|
| 1. Raw sour giant tamarind | 3 kilograms |
| 2. Salt | 80 grams |
| 3. Limewater | 2 liters |
| 4. Water | |



Syrup

- | | |
|----------|------------------|
| 1. Water | 1500 milliliters |
| 2. Sugar | 800 grams |
| 3. Salt | 1 table spoon |

Dialogue

Jack: What are the ingredients? รวบรวมวัตถุดิบอินทรีย์
มีส่วนประกอบอะไรบ้าง

Suree: The ingredients are sour giant tamarind, salt, sugar, and limewater.

ดิ อินทรีย์อินทรีย์ อาร์ เซาเออะ ใจแอ้น แทมเมอร์ริน ซอลท์ ซูการ์ แอนด์ โลว์วอล
เทอะ

ส่วนประกอบคือ มะขามเปรี้ยวยักษ์ เกลือ น้ำตาล และน้ำปูนใส ค่ะ

How to make it

1. Boil sour giant tamarinds for 10 -15 minutes and leave them in cold water.
ต้มมะขามในน้ำเดือดประมาณ 10 -15 วินาที และพักในน้ำเย็น
2. Peel the tamarind skin and soak them in limewater for 3 hours.
ลอกเปลือกมะขามและแช่ในน้ำปูนใสประมาณ 3 ชั่วโมง
3. Clean the tamarinds and soak them in salt water for 3 hours and let dry.
ล้างมะขามและแช่ในน้ำเกลือประมาณ 3 ชั่วโมงและผึ่งไว้ให้แห้ง
4. Melt sugar in water to do syrup leave it cold.
ละลายน้ำตาลในน้ำเพื่อทำน้ำเชื่อมและทิ้งไว้ให้เย็น
5. Put dry tamarinds in syrup for a night.
ใส่มะขามลงในน้ำเชื่อมพักไว้ประมาณ 1 คืน

Dialogue

Jack: How do you make it?

Suree: 1. Boil sour giant tamarinds for 10 -15 minutes and leave them in cold water.

2. Peel the tamarind skin and soak them in limewater for 3 hours.
3. Clean the tamarinds and soak them in salt water for 3 hours and let dry.
4. Melt sugar in water to do syrup leave it cold.
5. Put dry tamarinds in syrup for a night.

Negotiation & Payment (การต่อรองราคา และการจ่ายเงิน)

Vocabulary (คำศัพท์)

1. help (เฮลพ์)	=	ช่วยเหลือ
2. How many? (ฮาว เมนี่) / How much? (ฮาว มัช)	=	จำนวนเท่าไร
3. color (คัลเลอร์)	=	ผลิตภัณฑ์
4. buy (บาย)	=	ซื้อ
5. cost (คอสท์) / price (ไพร์ซ)	=	ราคา
6. How much? (ฮาว มัช)	=	ราคาเท่าไร
7. on sale (ออน เซล)	=	ลดราคา
8. lower price (โลเวอร์ ไพร์ซ)	=	ราคาที่ต่ำลง

Useful phrases/ Sentences (วลีหรือประโยคที่จำเป็น)

1. Offering (การเสนอความช่วยเหลือ)

Questions for sellers สำหรับผู้ขาย

- May I help you/ Can I help you/ How can I help you? มีอะไรให้ช่วยไหม
- เมย์ ไอ เฮลพ ยู/ แคน ไอ เฮลพ ยู/ ฮาว แคน ไอ เฮลพ ยู?
- How much/ How many would you like? คุณต้องการสินค้าจำนวนเท่าไร
- ฮาว มัช/ ฮาว เมนี่ วู๊ด ยู ไลท์?
- What color would you like? คุณต้องการสีอะไร
- วอท คัลเลอะ วู๊ด ยู ไลท์?

Answer for customers สำหรับลูกค้า

- I am looking for..... ฉันกำลังมองหา....(สินค้า)....
- ไอ แอม ลูคคิง ฟอร์.....
- Can you tell me where theis/are?(สินค้า).... อยู่ตรงไหน
- แคนยูเทลมีแวร์เดอะ.....อิส/อาร์
- Where can I find the? ฉันจะหา... (สินค้า).... ได้จากตรงไหน
- แวร์แคนยูฟายเดอะ.....?

- Do you sell.....? คุณขาย(สินค้า).... หรือไม่
 ดูยูเชลล์.....?
- I need ฉันต้องการ....(สินค้า)....
 ไอนี้ด.....
- I'd like ฉันต้องการ....(สินค้า)....
 ไอดไลค์.....
- Have you got any? คุณมี(สินค้า).... หรือไม่
 แฮฟยูก๊อตเอนนี่.....

2. Finding a product/ souvenir/ shop (การถามหาผลิตภัณฑ์/ของที่ระลึก/ร้านค้า)

Questions for customers สำหรับลูกค้า

- Excuse me, I'm looking for a ขอโทษค่ะ ฉันกำลังมองหา....(สินค้า)....
- เอ็กคิว มี แอม ลู๊คคิง ฟอร์
- Do you have any? คุณมี....(สินค้า).....ขายไหม
- ดู ยู แฮฟ เอนี่

Answers for sellers สำหรับผู้ขาย

- You can buy it/them/that here in the shop. คุณสามารถซื้อได้ที่ร้านนี้
- ยู แคน บาย อิท/ เดม/ แดท เฮีย อิน เดอะ ชอป
- The best **handmade owl product** shop is in town. ร้านขายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตานกฮูก
- เดอะ เบส ฮานด์เมด โอว์ พรอดัคท ชอป อีส อิน ทาว์ เมดที่ที่ดีที่สุดอยู่ในเมือง
- The nearest one is 5 kilometers away. ร้านที่ใกล้ที่สุดอยู่ห่างไป 5 กิโลเมตร
- เดอะ เนียเรส วัน อีส ไฟว์ กิโลเมตร อเวย์

3. Asking for the price การถามราคาสินค้า

Questions for customers สำหรับลูกค้า

- How much is it? ฮาวมัชอิสอิท ราคาเท่าไร
- How much are these? ฮาวมัชอาร์ดิส ทั้งหมดนี้ราคาเท่าไร
- How much does it cost? ฮาวมัชดาสอิทคอสท ราคาเท่าไร

Answer for sellers สำหรับผู้ขาย

- That's **600 baht** altogether. แดทสซิกฮันเดรทบาททอทุเก้เตอ์รื้ ทั้หมตราคา 60 บาท
- It's **20 baht** each. อิทฮีสทเว้นดี้บาทฮิช อันละ 20 บาท
- It's on sale now. อิทสออนเซลล์นาว สิ้นค่านี้อลดราคาอยู่
- Is that everything? ฮีสแดทเอเวอรี่ติง รับสินค้าเท่านี้ไซ้ไหม
- Anything else? เอนนี่ติงเอลส์ ต้องการอะไรเพิ่มอีกหรือไม่

4. Negotiating a better price (การต่อรองราคา)

Questions for customers สำหรับลูกค้า

- Can you go any lower price? แคนยูโกเอนนี่โลวเวอ์ไพร์ส ช่วยลดราคาหน่อยได้ไหม
- That's so expensive! แดทสซุเอ็กเพ็นซีฟ แพงจัง
- Let's make it 200 baht. เล็ทสมเมกอิททูฮันเดรทบาท ลดเหลือ 200 บาทเถอะ
- Give me 200 baht. กีฟมีทูฮันเดรทบาท ขอราคา 200 บาทเถอะ

Answer for sellers สำหรับผู้ขาย

- I'm sorry. This is the best price for you. ขอโทษคะ แต่ราคานี้เหมาะสมที่สุดแล้ว
แอมซอรั้ ดีสฮีสเดอะเบสท์ไพร์สฟอร์ยู
- OK. How about **250 baht** sound to you? 250 บาทได้ไหม
โอเค ฮาวอะแบ้าท์ทูฮันเดร้ทไฟต์ดี้บาทซาวนด์ยู
- Alright. I'll give you **200 baht**. ฉันขายให้คุณ 200 บาทก็ได้
ออไรท์ ไอ่วีกีฟยูทูฮันเดรทบาท

Let's practice Conversation

- Shop owner : "May I help you, sir?"
- Customer : "Hmm.. Do you have any handmade owl keychains?"
- Shop owner : "Yes, I have. It's over here. How many would you like, sir?"
- Customer : "Twenty."
- Shop owner : "OK. Wait a minute, sir."
- Customer : "How much are these?"
- Shop owner : "30 baht per each. That's 600 baht altogether"
- Customer : "600 baht is too expensive. Give me 500 baht."
- Shop owner : "Alright. I'll give you 500 bath."

3. ชื่อโครงการวิจัย: ชุดการสอนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร
ด้านการท่องเที่ยว สำหรับนักศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
แหล่งทุน: ทุนอุดหนุนการวิจัยของมหาวิทยาลัย
ราชภัฏเพชรบูรณ์ ประจำปีงบประมาณ
พ.ศ. 2560

4. ชื่อโครงการวิจัย: การศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อ
พัฒนาสู่การเป็นประชาคมอาเซียน:
กรณีศึกษาในเขตชุมชนตำบลคงมูลเหล็ก
อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์
แหล่งทุน: ทุนอุดหนุนการวิจัยของมหาวิทยาลัย
ราชภัฏเพชรบูรณ์ ประจำปีงบประมาณ
พ.ศ. 2560

5. ชื่อโครงการวิจัย: การพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อ
การเป็นมัคคุเทศก์ของผู้ให้บริการ ข้อมูล
ด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์
แหล่งทุน: ทุนอุดหนุนการวิจัยของมหาวิทยาลัย
ราชภัฏเพชรบูรณ์ ประจำปีงบประมาณ
พ.ศ. 2560

6. ชื่อโครงการวิจัย: การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการค้า
สำหรับผู้ประกอบการโอท็อป (OTOP)
ในจังหวัดเพชรบูรณ์
แหล่งทุน: ทุนอุดหนุนการวิจัยของมหาวิทยาลัย
ราชภัฏเพชรบูรณ์ ประจำปีงบประมาณ
พ.ศ. 2560