

การพัฒนาชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาด
สำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร
The Development of English Communication Skills Training Package for
Promoting Sales of Entrepreneurs in Community Enterprise,
Thonburi Zone, Bangkok

ปัญญาลักษณ์ ถวาย*

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

Panjaluck Thawai*

Faculty of Education, Dhonburi Rajabhat University

Received: February 28, 2022

Revised: April 18, 2022

Accepted: April 25, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความต้องการการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาด 2) เพื่อสร้าง และหาประสิทธิภาพชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ 3) เพื่อศึกษาประสิทธิผลของชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ 4) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมที่มีต่อชุดฝึกอบรม 5) เพื่อติดตามผลการฝึกอบรม โดยใช้ชุดฝึกอบรม งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัย และพัฒนากลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาความต้องการ จำนวน 7 วิสาหกิจชุมชน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง และกลุ่มตัวอย่างเพื่อหาประสิทธิภาพ และศึกษาประสิทธิผลของชุดฝึก ได้แก่ 2 วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ 72 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบกลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ความต้องการการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ ชุดฝึกอบรม แผนการอบรม แบบทดสอบ แบบสอบถามความพึงพอใจ แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นต่อการใช้ชุดฝึกอบรม ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยการทดลองใช้ การหาค่าความยากง่าย ค่าอำนาจจำแนก ค่าความเชื่อมั่น ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้ประกอบการมีความต้องการในการพัฒนาภาษาอังกฤษเกี่ยวกับการทักทาย การถามราคา การถามรสชาติอาหาร และการกล่าวขอขอบคุณลูกค้า 2) ประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ มีค่าเท่ากับ 75.80/ 76.22 3) ประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ หลังการอบรม สูงกว่าก่อนการอบรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 4) ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจต่อการอบรมโดยใช้ชุดฝึกอบรมในระดับมาก 5) ผลการติดตามการใช้ชุดฝึกอบรม พบว่า มีการจัดทำป้ายรายการอาหารเป็นภาษาอังกฤษ และมีแนวทางในการสื่อสารกับชาวต่างชาติ

คำสำคัญ: ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ การส่งเสริมการตลาด วิสาหกิจชุมชน

Abstract

The objectives of the research were 1) to study needs of English communication skills development for promoting sales 2) to create and determine the efficiency of English communication skills training package 3) to study the effectiveness of English communication skills training package 4) to study the trainees' satisfaction towards training package 5) to follow up the results of using training package. The samples for studying the demand of communication skills training included 7 community enterprises which were selected by using purposive sampling. The samples for determining the efficiency and effectiveness of English communication skills training package consisted of 2 community enterprises and 72 entrepreneurs, selected by using cluster random sampling. Research instruments were the interview form for assessing needs, training package, lesson plans, the achievement test, satisfaction questionnaires and the interview form for assessing the attitudes towards training package. The validity testing of research tools included try-out, difficulty, discrimination, reliability and IOC. The data were analyzed through mean, standard deviation and t-test. The results were as follows: 1) Entrepreneurs needed to develop English communication skills about greetings, asking prices, asking food tastes and thanking customers. 2) The efficiency of English communication skills training package was 75.80 and 76.22 percent. 3) The trainees' posttest scores were significantly higher than pretest scores at the statistical significance level of .05. 4) The entrepreneurs' satisfaction towards English communication skills training package was found at the high level. 5) The results of following up on using training package indicated that the entrepreneurs created English menus and had the guidelines in communicating with foreigners.

Keywords: English Communication Skills Training Package, Promoting Sales, Community Enterprise

บทนำ

ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิต และการประกอบอาชีพ โดยเฉพาะธุรกิจการค้าและบริการ การติดต่อสื่อสาร การท่องเที่ยว ยิ่งไปกว่านั้นภาษาอังกฤษเป็นปัจจัยสำคัญต่อพื้นฐานของการต่อยอดเรียนรู้ศาสตร์ต่าง ๆ ระดับสากล สถานการณ์เหล่านี้ทำให้เห็นถึงความจำเป็นของการมีสมรรถนะในการสื่อสารภาษาอังกฤษของคนไทยทั้งในมิติของประกอบอาชีพอย่างชัดเจน โดยเฉพาะทักษะด้านการฟังและการพูดเป็นทักษะที่สำคัญในการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจระหว่งการซื้อขายต่าง ๆ จากการสำรวจการ

พัฒนาตนเองของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม และโฮมสเตย์ที่อัมพวา พบว่า ความต้องการพัฒนาการใช้ภาษาอังกฤษนั้น การฟัง และพูดมาเป็นอันดับต้น ๆ (Lertpipatnanon, 2012) เพราะผู้ประกอบการชาวบ้านต้องการใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารกับชาวต่างชาติด้านต่าง ๆ เช่นการพูดคุยในชีวิตประจำวัน การทักทาย การกล่าวแสดงความขอบคุณ นอกจากนี้คนทำงานติดต่อกับชาวต่างชาติมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักในการสื่อสารมากขึ้น เพราะจะมีการเดินทางเข้าออกของคนทำงานได้อย่างเสรีมากขึ้น เราจึงต้องหมั่นฝึกฝนการใช้ภาษาอังกฤษให้ดี เพื่อไม่ให้สูญเสียโอกาสที่ดีในการตลาด อีกทั้งความต้องการทักษะการพูดภาษาอังกฤษเป็นเครื่องมือในการสื่อสารซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเจรจาต่อรองทางการค้า และเพิ่มขีดความสามารถในการเผยแพร่วัฒนธรรมชุมชนให้กับชาวต่างชาติ สร้างความมั่นใจในการใช้ภาษาอังกฤษ เพื่อการสื่อสาร วิสาหกิจชุมชนมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับต้นของประเทศชาติ ดังนั้น การพัฒนาความรู้ด้านภาษาอังกฤษของวิสาหกิจชุมชนมีความสำคัญต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางเศรษฐกิจกับประเทศในกลุ่มอาเซียน และนานาชาติอีกด้วย (Ministry of Education, 2014)

อย่างไรก็ตาม ภาคธุรกิจ และการค้าของไทยยังมีข้อจำกัด และปัญหาในการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยเฉพาะอาชีพที่เกี่ยวข้องกับชาวต่างชาติ นอกจากนี้ไทยมีโอกาสขยายการลงทุนไปยังอาเซียน หรืออาจมีต่างชาติมาลงทุนในไทยมากขึ้นแต่คนไทยมีข้อจำกัดด้านทักษะภาษาอังกฤษ (Werasombath, 2012) ซึ่งสอดคล้องกับ Sodpibarn (2010) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ปัจจัยเพื่อการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากเห็นว่าคนไทยยังไม่สามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้ดีพอ จุดอ่อนของคนไทย คือ ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษโดยทั่ว ๆ ไปยังไม่เพียงพอสำหรับระดับของการเป็นเมืองท่องเที่ยวคุณภาพ ดังนั้น ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นจึงควรได้รับการส่งเสริม และพัฒนาทักษะทางด้านภาษาอังกฤษ เพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพของธุรกิจเพื่อการตลาดให้ดียิ่งขึ้น เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการค้าของประเทศชาติ โดยรวมให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นจึงควรได้รับการส่งเสริม และพัฒนาทักษะทางด้านภาษาอังกฤษเพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพของธุรกิจเพื่อการตลาดให้ดียิ่งขึ้น และยังเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจการค้าของประเทศชาติ โดยรวมให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

ผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนก็เป็นอีกกลุ่มธุรกิจหนึ่งที่ต้องใช้ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษในการดำเนินธุรกิจ แต่มีข้อจำกัดด้านภาษา ซึ่งผู้วิจัยได้มีโอกาสสอบถามเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษของผู้ประกอบการในวิสาหกิจชุมชน พบว่า ปัญหาอีกประการหนึ่ง คือ ความไม่พร้อมของบุคลากร หรือผู้ประกอบการที่ให้บริการด้านการซื้อขาย การตลาด การท่องเที่ยว โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย และเป็นสถานที่ที่มีการค้าขาย และบริการต่าง ๆ อีกมากมาย พบว่า บุคลากร และผู้ประกอบการยังมีปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษเมื่อต้องการสื่อสาร และให้ข้อมูลเกี่ยวกับการค้าขาย และบริการแก่ชาวต่างประเทศ เช่น การกล่าวทักทายลูกค้า การถามเกี่ยวกับรสชาติอาหาร การต่อรองราคาสินค้า และบริการ และการกล่าวขอบคุณลูกค้า จากปัญหาดังกล่าว จึงเป็นแนวทางแก่ผู้วิจัยในการพัฒนาด้านทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อให้ได้บุคลากร และผู้ประกอบการที่มีคุณภาพ และสามารถใช้อังกฤษในวิชาชีพของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การสนับสนุนการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้มีความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการ และการพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน มีผลให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้ และพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งพร้อมสำหรับการแข่งขันทางการค้า

ในอนาคต รวมถึงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนไปสู่การเป็นผู้ประกอบการในระดับสูงขึ้นไป

จากที่กล่าวไปข้างต้นจะเห็นได้ว่า ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิต และการประกอบอาชีพรวมถึงกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้วย แต่เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวมีปัญหา และข้อจำกัดด้านทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะพัฒนาชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยเชื่อว่าชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจะช่วยพัฒนาทักษะการสื่อสารของกลุ่มวิสาหกิจกรรมให้เพิ่มมากขึ้น ผลการวิจัย นอกจากจะได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพเพื่อใช้พัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแล้ว ยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้พัฒนาทักษะภาษาอังกฤษให้กับกลุ่มธุรกิจการค้าอื่น ๆ ได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความต้องการการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อสร้าง และหาประสิทธิภาพชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาประสิทธิผลทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ ของชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาดสำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาดสำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร
5. เพื่อติดตามผลจากการฝึกอบรม โดยใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิด

1. การสอนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร (Communicative Language Teaching) จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี การสอนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร เป็นการจัดการเรียนการสอนตามทฤษฎีการเรียนรู้ ซึ่งมุ่งเน้นความสำคัญของตัวผู้เรียนมีการจัดลำดับการเรียนรู้เป็นขั้นตอนตามกระบวนการใช้ความคิดของผู้เรียน โดยเริ่มจากการฟังไปสู่การพูด การอ่าน การจับใจความสำคัญ ทำความเข้าใจจดจำแล้วนำสิ่งที่เรียนรู้ไปใช้ Littlewood (1981) กล่าวว่า แนวการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารเป็นแนวการสอนที่ไม่จำกัดความสามารถของผู้เรียนไว้เพียงแต่ความรู้ด้านโครงสร้างไวยากรณ์เท่านั้นแต่สนับสนุนให้ผู้เรียนได้มีการพัฒนาทักษะการใช้ภาษาทุกทักษะ โดยสัมพันธ์ความสามารถทางไวยากรณ์เข้ากับยุทธศาสตร์การสื่อสารด้วยวิธีการที่ถูกต้องและเหมาะสมกับกาลเทศะ ในชีวิตจริง Richards และ Rogers (2001) ได้กล่าวถึงขั้นตอนการเรียนการสอนของแนวการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารไว้ดังนี้

1.1 ขั้นนำเสนอเนื้อหา (Presentation) การนำเสนอเนื้อหาเป็นขั้นตอนที่สำคัญเพราะเป็นขั้นที่ผู้สอนจะให้ข้อมูลทางภาษาแก่ผู้เรียน 2. ขั้นการฝึก (Practice) เป็นขั้นตอนที่ให้ผู้เรียนฝึกใช้ภาษาที่

เพิ่งเรียนรู้ใหม่ในการฝึกแบบควบคุม (Controlled Practice) โดยผู้สอนเป็นผู้นำในการฝึก เพื่อเน้นให้ผู้เรียนจดจำรูปแบบของภาษา สำหรับความถูกต้อง และความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย และวิธีการใช้รูปแบบ

1.2 ขั้นการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร (Production) เป็นการฝึกการใช้ภาษาที่เชื่อมโยงระหว่างการเรียนรู้ภาษาในชั้นเรียนกับการนำไปใช้จริงในสังคม

2. ชุดฝึกอบรม (Training Package) หมายถึง สื่อการศึกษาที่ได้สร้างขึ้นตามจุดมุ่งหมายของการฝึกอบรม เพื่อใช้เพื่อเสริมการฝึกอบรม หรือเพื่อศึกษาด้วยตนเองนอกจากนี้ยังสามารถนำชุดฝึกอบรมไปใช้ในการอบรมคนจำนวนมาก โดยจัดทำเป็นรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ชุดฝึกอบรมระยะสั้น ชุดฝึกอบรมแบบบทเรียนสำเร็จรูป ชุดฝึกอบรมแบบโมดูล เป็นต้น (Saihong & Wittayakiat, 1991) องค์ประกอบสำคัญของชุดฝึกอบรมมีดังนี้ (Phosri, 2006 & Hoonsawat, 1997) 1) มีวัตถุประสงค์ปลายทางที่ชัดเจนว่า เมื่อผ่านการอบรมแล้วผู้เข้าอบรมควรทำอะไรได้ ในระดับใด ซึ่งจุดประสงค์นั้นจะระบุเป็นจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม สามารถวัดได้ สังเกตได้ 2) เนื้อหาการฝึกอบรมเป็นเรื่องราว หรือกิจกรรมที่ผู้เข้าฝึกอบรมต้องทำเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ 3) วิธีการฝึกอบรม หรือกิจกรรมที่ใช้ฝึกเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด 4) สื่อ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการฝึกอบรม เช่น เอกสาร ใบงาน แบบฝึก ฯลฯ 5) การประเมินผลการฝึกอบรม 6) มีคู่มือการฝึกอบรม วิธีการใช้ชุดฝึก

3. การส่งเสริมการตลาด (Promoting Sales) เป็นส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ตัวหนึ่งขององค์กร หรือบริษัทกิจการที่นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์ ราคา และการจำหน่ายที่ใช้เพื่อการติดต่อสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication) เพื่อผู้มุ่งหวัง (Prospect) ทั้งในตลาดอุตสาหกรรม และตลาดผู้บริโภค เพื่อแจ้งข่าวสาร (Inform) จูงใจ (Persuade) และเตือนความทรงจำ (Remind) ของลูกค้าเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือหรือเพื่อสร้างเจตคติ การรับรู้ การเรียนรู้ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้า หรือบริการ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร หรือบริษัทกิจการร้านค้าทั่วไป หากธุรกิจใดมีการวางแผนทางการส่งเสริมการ โดยมีตัวผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ มีการกำหนดราคาอย่างเหมาะสม โดยมีการวางแผนการจัดจำหน่ายที่ดี

4. วิสาหกิจชุมชน เป็นการรวมกลุ่มในชุมชน เพื่อการพัฒนาสินค้าหรือบริการจากคนในชุมชนบนพื้นฐานภูมิปัญญาของท้องถิ่น ซึ่งรัฐได้ออกเป็นพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2548 ในมาตรา 3 กล่าวไว้ว่า “วิสาหกิจชุมชน” หมายความว่า กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันมีวิถีชีวิตร่วมกัน และรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะป็นนิติบุคคลในรูปแบบใด หรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้ และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนระหว่างชุมชน ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

5. ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่คนพบความต้องการของตลาด และดำเนินธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดโดย ต้องเผชิญกับความเสี่ยง มีแรงกระตุ้นผลักดัน เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในนวัตกรรม และความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ (Longenecker, Moore, Petty and Palich ,2006)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น

การอบรมโดยใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำนวน 5 ชุด ประกอบด้วย

- ชุดที่ 1 Food & Beverage Vocabulary
- ชุดที่ 2 Greetings
- ชุดที่ 3 Negotiation
- ชุดที่ 4 Tastes of Food
- ชุดที่ 5 Saying Thanks and Farewell



ตัวแปรตาม

1. ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ
 - 1.1 ทักษะการนำคำศัพท์ไปใช้ในบริบทต่างๆ
 - 1.2 ทักษะการฟัง-พูด ในสถานการณ์ต่างๆ
 - 1.3 ทักษะการอ่าน-เขียน
2. ความพึงพอใจต่อชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนกับกรมส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ในเขตพื้นที่เขตตลิ่งชัน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำนวน 17 วิสาหกิจชุมชน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็นดังนี้

1.2.1 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยสำหรับการเก็บข้อมูลการศึกษาความต้องการการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 7 วิสาหกิจชุมชน โดยเกณฑ์การคัดเลือกจะเป็นกลุ่มที่มีความสมัครใจในการให้ข้อมูล

1.2.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยสำหรับการทดสอบหาประสิทธิภาพ และการศึกษาประสิทธิผลของชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ในเขตพื้นที่เขตตลิ่งชัน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำนวน 2 วิสาหกิจชุมชน โดยมีผู้ประกอบการ 72 คน ซึ่งแบ่งออกเป็น 1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับการทดสอบหาประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมภาพจำนวน 1 วิสาหกิจชุมชน และ 2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาประสิทธิผลของชุดฝึกอบรมจำนวน 1 วิสาหกิจชุมชน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling) ที่ใช้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นหน่วยในการสุ่ม โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบหาประสิทธิภาพ ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรตลาดน้ำคลองลัดมะยม ซึ่งมีผู้ประกอบการจำนวน 42 คน ประกอบด้วยกลุ่มทดลองรายบุคคล จำนวน 3 คน กลุ่มทดลองย่อย จำนวน 9 คน และกลุ่มทดลองภาคสนาม จำนวน 30 คน และกลุ่มตัวอย่างใช้เพื่อศึกษาประสิทธิผล ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตลาดน้ำวัดสะพาน ราชพฤกษ์ บางพรหม ผู้ประกอบการจำนวน 30 คน กลุ่มนี้ใช้สำหรับทดลองใช้จริง และศึกษาความพึงพอใจของชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาด โดยเกณฑ์การคัดเลือก

จะเป็นผู้ที่มีความสมัครใจ และสามารถเข้าร่วมงานวิจัยได้ตลอดระยะเวลาการวิจัย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

2.1 เครื่องมือวิจัยสำหรับใช้ในกระบวนการนำข้อมูลมาสร้างชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ความต้องการการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการ ของวิสาหกิจชุมชน จำนวน 7 วิสาหกิจชุมชน โดยแบบสัมภาษณ์ถึงโครงสร้างที่แบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์ และส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด และนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเหมาะสมของข้อคำถามต่อความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์รวมถึงความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ได้ค่าเท่ากับ 1

2.2 เครื่องมือวิจัยสำหรับใช้กับกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

2.2.1 ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย 5 ชุด ได้แก่ ชุดที่ 1 Food & Beverage Vocabulary ชุดที่ 2 Greetings ชุดที่ 3 Negotiation ชุดที่ 4 Tastes of Food ชุดที่ 5 Saying Thanks and Farewell ซึ่งดำเนินการหาประสิทธิภาพ ดังนี้

- นำชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษไปทดลองใช้เพื่อหาประสิทธิภาพกับผู้ประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำนวน 3 คน โดยทำการทดลองเป็นรายบุคคล 1: 1 (One to One Tryout) ซึ่งประสิทธิภาพของการอบรมครั้งนี้คือ 73.92/74.25 ซึ่งไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยนำชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ และแบบทดสอบทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษไปแก้ไขปรับปรุงให้เหมาะสมก่อนที่จะนำไปทดลองกับกลุ่มอื่นต่อไป

- นำชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้เพื่อหาประสิทธิภาพกับผู้ประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำนวน 9 คน โดยทำการทดลองเป็นกลุ่มเล็ก (Small Group Tryout) ซึ่งประสิทธิภาพของการอบรมครั้งนี้คือ 75.20/75.31 ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการแก้ไขข้อบกพร่องของชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ และนำไปใช้ทดลองภาคสนาม

- นำชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษที่ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง แล้วไปทดลองใช้ เพื่อหาประสิทธิภาพกับผู้ประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำนวน 30 คน โดยทำการทดลองภาคสนาม (Field Tryout) ซึ่งประสิทธิภาพของการอบรมครั้งนี้ คือ 75.80/76.22 จากผลการทดลองในขั้นทดลองภาคสนาม แสดงว่าชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 75/75 ผู้วิจัยจึงนำชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาดไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างเพื่อทดลองจริง

2.2.2 แผนการอบรมโดยใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งแผนการอบรมมีขั้นตอนตามกระบวนการ 3Ps ได้แก่ 1. ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน (Presentation) เป็นขั้นตอนที่ให้ความรู้ใหม่ ๆ ของแต่ละชุดการสอนแก่ผู้เข้าอบรม 2. ขั้นฝึก (Practice) เป็นขั้นตอนที่ให้ผู้เข้าอบรมทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเป็นการฝึกผู้เข้าอบรม และ 3. ขั้นนำไปใช้ (Production) เป็นขั้นตอนที่ผู้เข้าอบรมนำความรู้ที่ได้รับ และได้ฝึกการทำกิจกรรมมาแล้วนำไปใช้จริง โดยจำลองสถานการณ์ที่หลากหลาย และนำแผนการอบรมที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนภาษาอังกฤษทั้ง 3 ท่านตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง

(IOC) ด้านความครอบคลุมของแผนการอบรมต่อเนื้อหาของชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ ได้ค่าเท่ากับ 1

2.2.3 แบบทดสอบทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษจะนำมาใช้ทดสอบผู้เข้าอบรม 2 ครั้งด้วยกัน โดยครั้งแรกเป็นการทดสอบผู้เข้าอบรมด้านทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษก่อนอบรม และครั้งที่สองเป็นการทดสอบผู้เข้าอบรมด้านทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษหลังเรียนจำนวน 30 คน ผู้วิจัยได้สร้างแบบทดสอบทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษให้ครอบคลุมเนื้อหาซึ่งแบบทดสอบนี้มีจำนวน 30 ข้อ และนำแบบทดสอบไปทดลองใช้ (Try Out) เพื่อตรวจสอบหาค่าความยากง่าย (p) = 0.20-0.35 และค่าอำนาจจำแนก (r) = 0.35 – 0.62 และนำแบบทดสอบหาความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ 30 ข้อ โดยใช้สูตร KR-20 ของ Kuder Richardson ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.88

2.2.4 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการอบรมโดยใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาดแบ่งค่าระดับความคิดเห็น 5 ระดับ จำนวน 15 ข้อ สอบถามข้อมูล 3 ด้าน คือ ด้านรูปแบบ ด้านเนื้อหา และด้านประโยชน์จากการเรียนรู้ และนำแบบสอบถามความพึงพอใจเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านเพื่อตรวจสอบหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ด้านความเหมาะสมของข้อคำถาม ได้ค่าเท่ากับ 1 จากนั้นนำแบบสอบถามความพึงพอใจไปทดลองใช้ (Try Out) จำนวน 30 คน และนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แบบแอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach 1974: 161) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.91

2.2.5 แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นต่อการใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด เพื่อติดตามผลหลังจากได้รับการฝึกอบรม โดยใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบความเหมาะสมของข้อคำถามในการสัมภาษณ์รวมถึงความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ได้ค่าเท่ากับ 1

3. การดำเนินการทดลอง และเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดลอง และการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งงานวิจัยในครั้งนี้ได้แบ่งออกเป็น 4 ระยะดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาความต้องการการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเขตดิ่งชัน ผู้วิจัยได้ทำการค้นหาข้อมูลของวิสาหกิจชุมชนเขตดิ่งชันด้วยการค้นหาข้อมูลจากกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร ซึ่งเป็นเว็บไซต์ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน จากนั้นผู้วิจัยทำการเลือกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่จะมาเข้าร่วมโครงการวิจัย

2. ผู้วิจัยลงพื้นที่เป้าหมายวิสาหกิจชุมชน เพื่อเก็บข้อมูลเบื้องต้นด้วยการสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ถึงความต้องการเกี่ยวกับเนื้อหาและทักษะต่าง ๆ และกำหนดจุดประสงค์ในชุดฝึกอบรม เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน

3. นำหัวข้อในชุดฝึกอบรม และเนื้อหาในชุดฝึกอบรมให้แก่วิสาหกิจชุมชน เพื่อร่วมกันพิจารณาความเหมาะสมของชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการ และนำมาพัฒนาชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาดให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ระยะที่ 2 การสร้าง และหาประสิทธิภาพชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ โดยนำชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษที่ได้ผ่านกระบวนการจากผู้เชี่ยวชาญเรียบร้อยแล้ว ดำเนินการอบรมกับ

ผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน โดยนำไปทดลองใช้ (Try-out) ทดลองเป็นรายบุคคล 1:1 (One to One Tryout), ทดลองใช้กับกลุ่มทดลองย่อย (Small Group Tryout) และกลุ่มทดลองภาคสนาม (Field Tryout)

ระยะที่ 3 การศึกษาประสิทธิผลทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ และศึกษาความพึงพอใจต่อชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยนำชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษที่ผ่านกระบวนการหาประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 75/75 ไปใช้อบรมกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างสำหรับทดลองหาประสิทธิภาพ โดยดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยประเมินก่อนเริ่มการอบรมด้วยแบบทดสอบทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษจำนวน 30 ข้อ จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการอบรมด้วยชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด โดยเริ่มอบรมชุดที่ 1 เรื่องคำศัพท์เกี่ยวกับอาหาร และเครื่องดื่ม ชุดที่ 2 การกล่าวทักทาย และการเชิญชวน ชุดที่ 3 การสอบถาม และต่อรองราคา ชุดที่ 4 รสชาติของอาหาร ชุดที่ 5 การกล่าวขอบคุณ และกล่าวลาจากนั้น ผู้วิจัยประเมินหลังการอบรมด้วยแบบทดสอบทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษจำนวน 30 ข้อ และให้ผู้เข้าอบรมทำแบบสอบถามความพึงพอใจต่อชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาด

2. นำคะแนนจากการอบรมมาวิเคราะห์เพื่อหาประสิทธิภาพทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ

ระยะที่ 4 การติดตามผลจากการอบรมโดยใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ ดังนี้

1. ลงพื้นที่เพื่อติดตามผลจากการอบรมโดยใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด ปัญหาที่อาจเกิดขึ้น เพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหาแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้วิจัย และวิสาหกิจชุมชนด้วยวิธีซักถาม

2. ลงพื้นที่เพื่อติดตามผลที่ได้จากการการอบรม โดยใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาดด้วยวิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เพื่อเก็บข้อมูลผลลัพธ์ที่ได้จากการฝึกอบรม โดยใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ

3. จัดประชุมกลุ่มย่อยระหว่างวิสาหกิจชุมชนกลุ่มตัวอย่างกับทีมวิจัย เพื่อทำการสรุปผลที่ได้จากการดำเนินการวิจัย

4. นำข้อมูลที่ได้จากการดำเนินงานวิจัยทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์ และจัดทำ รายงานการวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. หาประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด ตามเกณฑ์ 75/75 (Promwong, 1977) จากสูตร E1/E2

2. เปรียบเทียบทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร ก่อน และหลังการอบรม โดยใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด โดยใช้สถิติ t-test แบบ Dependent Samples

3. วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า โดยนำค่าระดับที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย () และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) นำไปแปลความหมาย ลักษณะของรูปแบบการวัดเป็นแบบใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายของ Srisahad (2002) ดังนี้ 1. ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด 2. ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมาก 3. ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50

หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง 4. ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อย
 5. ค่าเฉลี่ย 1.00- 1.50 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

4. วิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยใช้สูตรดัชนีค่าความสอดคล้อง IOC (Phattiyathanee, 2001)

5. วิเคราะห์การหาค่าความยากง่ายของแบบทดสอบ และค่าอำนาจจำแนก (Thawerat, 2000)

6. หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามทั้งหมด โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ใช้สูตร (Srisahard, 2002)

ผลการศึกษา

1. ความต้องการการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาดสำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร พบว่า ความต้องการในการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษในด้านต่าง ๆ ดังนี้ 1) ด้านคำศัพท์เกี่ยวกับเครื่องดื่ม และอาหาร 2) การต้องการที่จะสนทนากับลูกค้าชาวต่างชาติเกี่ยวกับการกล่าวทักทาย และเชิญชวนลูกค้า 3) การถามเกี่ยวกับราคาสินค้า 4) การสื่อสารเกี่ยวกับรสชาติของอาหาร 5) การกล่าวขอบคุณลูกค้า

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร มีค่าเท่ากับ 75.80/76.22 ซึ่งเท่ากับเกณฑ์ที่ตั้งไว้

ตารางที่ 1 ผลการหาประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาด

N	E1	E2	E1/E2
30	75.80	76.2	75.80/76.22

จากตารางที่ 1 สรุปได้ว่าในขั้นทดลองกับกลุ่มตัวอย่างจริงของผู้เข้าอบรมจำนวน 30 คน ผลปรากฏว่า ผู้เข้าอบรมทำคะแนนจากแบบทดสอบรายบทคิดเป็นร้อยละ 75.80 และทำคะแนนแบบทดสอบหลังอบรมคิดเป็น ร้อยละ 76.22 ดังนั้น สรุปผลประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร ในขั้นทดลองกับกลุ่มตัวอย่างจริงตามสูตรการหาค่าประสิทธิภาพ $E1/E2 = 75.80/76.22$ แสดงว่าชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีประสิทธิภาพ ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 75/75

3. ผลการศึกษาประสิทธิผลของทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้เข้าอบรม หลังการการอบรมสูงกว่าก่อนการอบรมโดยใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คะแนนผลต่างเฉลี่ย (D) และค่าทดสอบ t ของกลุ่มตัวอย่าง 30 คน

การทดสอบ	คะแนนเต็ม	\bar{X}	S.D.	D	t	sig
ก่อนอบรม	30	14.37	3.13	179	29.78*	0.05
หลังอบรม	30	20.33	2.52			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ค่าเฉลี่ยของคะแนนก่อนการใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 14.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 3.13 และคะแนนหลังการใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 20.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 2.52 คะแนนผลต่างเฉลี่ย (D) ระหว่างก่อน และหลังการใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเท่ากับ 179.00 ค่าสถิติ t เท่ากับ 29.78 แสดงว่าทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษทั้ง 5 ชุด สูงกว่าก่อนได้รับการฝึกโดยใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig = 0.00 < 0.05)

4. ผลความพึงพอใจต่อชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบของวิสาหกิจชุมชน ผึ้งธนบุรี กรุงเทพมหานคร ได้ค่าระดับเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 3 ค่าระดับเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมที่มีต่อชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาดจำนวน 5 ชุด

ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านรูปแบบ	4.19	0.68	ระดับมาก
ด้านเนื้อหา	4.05	0.74	ระดับมาก
ด้านประโยชน์จากการอบรมรู้	4.11	0.73	ระดับมาก
รวม	4.12	0.72	ระดับมาก

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมผู้เข้าอบรมมีความพึงพอใจในระดับมากต่อชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยได้ค่าระดับเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

5. ผลการติดตามการใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ พบว่า การติดตามผลจากการฝึกอบรมโดยใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบของวิสาหกิจชุมชน ผึ้งธนบุรี กรุงเทพมหานคร พบว่า 1. ผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนได้มีการจัดทำป้ายรายการอาหารเป็นภาษาอังกฤษได้ โดยนำคำศัพท์ต่าง ๆ ที่ได้อบรมไปใช้ในการกำหนดรายการอาหารเพื่อให้ผู้บริโภคที่เป็นชาวต่างชาติมีความเข้าใจในตัวสินค้าได้มากยิ่งขึ้น 2. ผู้ประกอบการมีแนวทางในการสื่อสารกับชาวต่างชาติได้มากขึ้น 3. สมาชิกในวิสาหกิจชุมชนมีสถานะเศรษฐกิจที่ดีขึ้น เนื่องจากสามารถที่จะสื่อสารภาษาอังกฤษ

เบื้องต้นเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มของตนเองได้ 4. ผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนบางคนอาจจะมีการสื่อสารภาษาอังกฤษที่ยังไม่คล่องแคล่ว เนื่องจากไม่ค่อยได้ใช้ภาษาอังกฤษสำหรับการสื่อสารในชีวิตประจำวัน

อภิปรายผล

1. ผลจากการศึกษาความต้องการการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาดสำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ผังธนบุรี กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนเกิดการเรียนรู้ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด โดยได้รับการอบรม โดยใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดหัวข้อตามความต้องการของผู้ประกอบการที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ร่วมกับความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เข้าร่วมศึกษาทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในครั้งนี โดยกำหนดหัวข้อสำหรับการพัฒนาภาษาอังกฤษร่วมกันดังนี้ 1) ชุดที่ 1 คำศัพท์เกี่ยวกับอาหาร และเครื่องดื่ม (Food & Beverage Vocabulary) 2) ชุดที่ 2. การกล่าวทักทายลูกค้า (Greetings) 3) ชุดที่ 3 การสอบถามและต่อรองราคา (Negotiation) 4) ชุดที่ 4 รสชาติอาหาร (Tastes of Food) 5) ชุดที่ 5 การกล่าวขอบคุณและกล่าวลา (Saying Thanks and Farewell) ซึ่งหัวข้อในการนำมาสร้าง และพัฒนาชุดฝึกอบรมเป็นหัวข้อที่ผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนเห็นว่าเป็นประโยชน์ และมีความสำคัญสำหรับวิสาหกิจชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sontiruk (2019) ผู้นำชุมชน และคนในชุมชนมีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่าการสื่อสารภาษาอังกฤษมีความสำคัญ และความจำเป็นอย่างมากในปัจจุบัน จึงมีการวางแผนรวมกันในการหาแนวทางในการส่งเสริมการใช้ภาษาอังกฤษ คือ การฝึกอบรมทางด้านภาษาอังกฤษกับผู้นำ และคนภายในชุมชน เพื่อใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารของคนในสังคมเบื้องต้น และการที่เราสอดแทรกการใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวันก็จะสร้างความคุ้นชินให้กับตนเอง เพื่อให้เราได้ตระหนักว่าภาษาอังกฤษเป็นเรื่องใกล้ตัวที่มีความจำเป็นอย่างมากสำหรับโลกในศตวรรษที่ 21 (Rujichom, 2018)

2. ผลจากการหาประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาดสำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนจากเกณฑ์ที่ตั้งไว้ คือ 75/75 พบว่า ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาดสำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนมีประสิทธิภาพเท่ากับ 75.80/76.22 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ผู้วิจัยของอภิปรายตามข้อย่อยดังนี้

2.1 ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด เนื้อหาในการอบรมที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ความต้องการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษของชุมชนที่ชุมชนต้องการจะอบรมเพื่อนำไปใช้ในการประกอบอาชีพ จากนั้นได้นำมาวิเคราะห์แนวเรื่องที่จะสร้างบทเรียนมาสร้างเป็นเนื้อหาในชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาดสำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนโดยบทที่ 1 จะประกอบด้วยคำศัพท์ที่เกี่ยวกับร้านค้าในตลาดน้ำ ซึ่งคำศัพท์เหล่านี้ผู้เข้าอบรมส่วนใหญ่จะจะได้พบเห็นในชีวิตประจำวัน (Lado, 1988) เช่น คำศัพท์เกี่ยวกับถ้วยเตี้ย ส้มตำ อาหาร เครื่องดื่ม ขนม และของหวาน เป็นต้น จึงทำให้ผู้เข้าอบรมให้ความสนใจ และเรียนรู้ได้ดี และเร็วยิ่งขึ้น

2.2 ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด มีกิจกรรมที่หลากหลาย โดยเน้นการปฏิบัติ ซึ่งผู้เข้าอบรมมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมร่วมกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกัน และกัน จัดการ

การอบรมโดยเน้นผู้อบรมเป็นสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับ Richards (2006) Willis (1996) และ Ellis (2007) ที่กล่าวถึงวิธีการสอนภาษา เพื่อการสื่อสาร ที่ต้องเน้นให้ปฏิบัติจริง เน้นภาษาที่ใช้ในการสื่อสารจริง ให้โอกาสผู้เรียนได้พัฒนาทั้งความคล่อง (Fluency) และความถูกต้อง (Accuracy) ของภาษา และกิจกรรมที่จะให้ผู้เรียนทำนั้นมีความเชื่อมโยงกับที่ใช้จริง

2.3 ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ มีลักษณะเป็นชุดฝึกที่ผู้เข้าอบรมได้มีโอกาสซักถามข้อสงสัยซึ่งกันและกัน ผู้เข้าอบรมจึงได้รับข้อมูลย้อนกลับจากการอบรมของตนเป็นระยะ ๆ อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ในขณะที่ผู้เข้าอบรมทำการฝึก ผู้วิจัยจะเฉลยคำตอบที่ถูกต้องให้ และทราบผลคะแนนจากการทำการฝึกทุกครั้ง จึงทำให้ผู้เข้าอบรมทราบความก้าวหน้าของตนเอง จึงเกิดความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาความรู้ด้านภาษาอังกฤษของตน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hinkeaw (2011) ที่ให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติไปที่ละชุดพร้อมกับเฉลย และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนแสดงความคิดเห็น ซักถามงานของตนเอง และของคนอื่น ๆ ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้ผู้เรียนได้กล้าแสดงออกทางความคิด ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงไปสู่งานของผู้เรียนเอง นอกจากนี้การใช้การเสริมแรงที่ก่อให้เกิดความรู้สึกทางบวก จะเป็นการกระตุ้นผู้เรียนให้เกิดความรู้สึกกระตือรือร้นในการเรียน Louhajarutsang (1998)

3. ผลจากการศึกษาประสิทธิผลของทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน พบว่า ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษของกลุ่มตัวอย่างหลังการอบรมสูงกว่าก่อนการอบรมด้วยชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

3.1 คำศัพท์ที่ผู้วิจัยนำมาสร้างเป็นชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษนั้น ผู้วิจัยได้เลือกคำศัพท์มาจากความต้องการของชุมชน โดยสอบถามจากแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับร้านค้าต่าง ๆ ในชุมชนแล้วนำมาสร้างชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน และในแต่ละบทจะสอนคำศัพท์ไม่มากจนเกินไปเพราะผู้วิจัยได้คำนึงถึงความสามารถของผู้เข้าอบรมด้วย จึงเป็นสาเหตุทำให้คำศัพท์ในชุดฝึกนั้นง่ายต่อการเรียนรู้ และจดจำ ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของ Lado (1988) ได้กล่าวถึงการสอนศัพท์ไว้ว่า ไม่ควรมีคำศัพท์มากเกินไป หรือน้อยเกินไปในบทเรียนนั้น ๆ แต่ควรเหมาะสมกับวุฒิภาวะทางสติปัญญาของผู้เรียน และควรเป็นคำศัพท์ที่ผู้เรียนมีโอกาสนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน

3.2 การนำชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษมาใช้ในการอบรม เป็นการสร้างแรงจูงใจในการอบรม เพราะกิจกรรมที่ใช้ในการอบรมเป็นการเน้นกิจกรรม หรือสร้างสถานการณ์จำลองที่ผู้เข้าอบรมพบในชีวิตประจำวัน หรือเมื่อมีการสื่อสารกับชาวต่างชาติ โดยกำหนดรูปแบบสำนวนภาษา และคำศัพท์ที่ควรรู้ให้ฝึกออกเสียงพูดซ้ำ ๆ ให้ถูกต้อง และคล่องแคล่ว และกิจกรรมที่ใช้ในการอบรมมีความหลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับกิจกรรมเพื่อการสื่อสาร เช่น กิจกรรมคู่ กิจกรรมกลุ่ม บทบาทสมมุติ หรือสถานการณ์จำลอง ผู้เข้าอบรมจะได้ทำกิจกรรมได้โดยไม่สับสน ซึ่งสอดคล้องกับ Richards (2006) Willis (1996) และ Ellis (2007) ที่กล่าวถึงวิธีการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารที่ต้องเน้นให้ปฏิบัติจริง เน้นภาษาที่ใช้ในการสื่อสารจริง ให้โอกาสผู้เรียนได้พัฒนาทั้งความคล่อง (Fluency) และความถูกต้อง (Accuracy) ของภาษา และกิจกรรมที่จะให้ผู้เรียนนั้นมีความเชื่อมโยงกับที่ใช้จริง

4. จากผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการอบรมโดยชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาดสำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน โดยใช้แบบสอบถาม

วัดความพึงพอใจ พบว่า ผู้เข้าอบรมมีความพึงพอใจต่อชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษในภาพรวม โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 4.12 และเมื่อวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมที่มีต่อชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ ในด้านต่าง ๆ ผลปรากฏดังนี้

4.1 ด้านรูปแบบของชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้เข้าอบรมมีความพึงพอใจต่อรูปแบบของชุดฝึกอบรมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากผู้วิจัยใช้ตัวอักษรที่อ่านง่ายเหมาะสม นอกจากนี้รูปแบบกิจกรรมในแต่ละชุดฝึกอบรมมีความหลากหลาย อาทิ เช่น ให้ผู้เข้าอบรมจับคู่คำศัพท์กับภาพการแต่งประโยคจากภาพ โดยนำคำศัพท์ที่เกี่ยวกับร้านค้าของตนเองมาสร้างเป็นประโยค ซึ่งลักษณะกิจกรรมนี้ให้ผู้เข้าอบรมทำงานเดี่ยว เป็นคู่ และเนื้อหาในการอบรมเริ่มจากง่ายไปสู่เนื้อหาที่ยากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sripirawan (1984) กล่าวถึง หลักในการสร้างแบบฝึกหัด แบบฝึกหัดต้องมีรูปแบบที่จูงใจ และเป็นไปตามลำดับความยากง่าย เพื่อให้ผู้เรียนมีกำลังใจทำ มีจุดมุ่งหมายว่าจะฝึกด้านใดเพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจ และให้ผู้เรียนทำแบบฝึกหัดทุกครั้งซึ่งต้องให้เหมาะสมกับเวลา เหมาะสมกับความสนใจ ควรทำแบบฝึกหัดหลาย ๆ ครั้ง เพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้อย่างกว้างขวาง และส่งเสริมให้เกิดความคิด

4.2 ด้านเนื้อหาของชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ พบว่า ผู้เข้าอบรมมีความพึงพอใจต่อเนื้อหาของชุดฝึกอบรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก อันเนื่องมาจากผู้วิจัยได้บอกถึงจุดประสงค์ และคำแนะนำในแต่ละกิจกรรมในชุดฝึกแก่ผู้เข้าอบรมอย่างชัดเจน พร้อมทั้งมีตัวอย่างประกอบในแต่ละกิจกรรม ซึ่งทำให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจง่าย และสามารถฝึกด้วยตนเองได้ และเนื้อหาของชุดฝึกไม่ยากจนเกินไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Gunter et, al. (1990) ที่กล่าวว่า แบบฝึกหัดมักใช้ในการให้ผู้เรียนฝึกเรียนด้วยตนเอง และแบบฝึกหัดควรมีการให้คำแนะนำในการทำแก่ผู้เรียน โดยการให้ครูแสดงตัวอย่างแก่ผู้เรียนก่อน จากนั้นจึงให้ผู้เรียนทำด้วยตนเอง และหลังจากผู้เรียนทำกิจกรรมเสร็จ ครู และผู้เรียนควรอภิปราย ตรวจสอบ และซักถามข้อสงสัยในข้อคำถาม และคำตอบของแบบฝึกหัดร่วมกัน นอกจากนี้กิจกรรมในชุดฝึกอบรมในแต่ละขั้นตอนมีความเหมาะสม หลังจากได้อบรมในแต่ละกิจกรรมแล้ว ผู้เข้าอบรมมีความพอใจกับการเรียนรู้ทำให้ผู้เข้าอบรมเห็นประโยชน์ในการฝึกฝนตนเอง ด้านการสื่อสารเพื่อนำไปประกอบอาชีพของตนเอง

4.3 ด้านประโยชน์จากการเรียนรู้จากชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ พบว่า ผู้เข้าอบรมมีความพึงพอใจต่อด้านประโยชน์สำหรับชุดฝึกอบรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากการเรียนกิจกรรมที่หลากหลาย และเป็นสถานการณ์ที่ผู้เข้าอบรมจะได้เจอในชีวิตประจำวัน ซึ่งสอดคล้องกับสำนักวิชาการ และมาตรฐานการศึกษา Instruction and Evaluation Group (2005) กล่าวถึง การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนภาษาอังกฤษที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนสามารถสื่อสารด้วยการฟัง พูด อ่าน เขียนด้วยการใช้ภาษาอังกฤษได้ในสถานการณ์จริงรวมทั้งการศึกษาต่อ และการประกอบอาชีพ โดยใช้แนวการสอนแบบผสมผสาน และใช้กิจกรรมการเรียนการสอนทั้งใน และนอกชั้นเรียน ตลอดจนสื่อที่หลากหลายอันจะช่วยส่งเสริมการเรียนรู้สนุกสนาน และเพลิดเพลิน

5. การติดตามผลจากการฝึกอบรม โดยใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด โดยการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) พบว่า ผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนมีการนำเอาความรู้ที่ได้จากการฝึกอบรมมาใช้ได้แก่ ผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนได้มีการจัดทำป้ายรายการอาหารเป็นภาษาอังกฤษ โดยนำคำศัพท์ต่าง ๆ ที่ได้อบรมไปใช้ในการกำหนดรายการอาหาร เพื่อให้ผู้บริโภคที่เป็นชาวต่างชาติ

มีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ได้มากยิ่งขึ้น และช่องทางประชาสัมพันธ์ของวิสาหกิจชุมชน ได้นำการกล่าวทักทาย และเชิญชวนลูกค้าเป็นภาษาอังกฤษ และรายการเมนูอาหาร และเครื่องดื่มประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ เพื่อเป็นการส่งเสริมการค้าขายของวิสาหกิจชุมชน และทางผู้นำวิสาหกิจชุมชนได้มีการเพิ่มช่องทางไลน์ ประกอบกับข้อความภาษาอังกฤษ เพื่อประชาสัมพันธ์การค้าขาย ซึ่งการใช้สื่อออนไลน์ที่มีหลากหลายช่องทาง ในการให้บริการแก่ผู้บริโภคได้ครบวงจรมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มคุณค่า และสร้างความเชื่อมั่นอันแข็งแกร่ง ให้กับผู้บริโภค (Marketing Oops, 2018)

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้เพื่อการอบรมด้วยชุดฝึก อบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด ตลอดจนการวิจัยครั้งต่อไป

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1.1 ควรจัดอบรมด้วยชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาดซ้ำให้กับผู้เข้าอบรม เพื่อเป็นการเพิ่มทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ และให้ผู้เข้าอบรมมีความมั่นใจมากยิ่งขึ้น

1.2 วิทยกรอาจจะยืดหยุ่นเวลาในการปฏิบัติกิจกรรมในชุดกิจกรรมแต่ละชุดเนื่องจากผู้เข้าอบรมบางคนมีทักษะในการเรียนช้า และวิทยกรควรตรวจสอบพิจารณาหาข้อมูลของผู้เข้าอบรมหลังการทดสอบ เพื่อพิจารณาว่าเรื่องใด หรือกิจกรรมใดที่ผู้เข้าอบรมมีความรู้ และสามารถผ่านกิจกรรมนั้นไป หรือทบทวน เพื่อให้การจัดอบรมเป็นไปตามขั้นตอน และครบกระบวนการ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาตัวแปรต่าง ๆ ที่อาจมีผลต่อการจัดกิจกรรมของผู้เข้าอบรมหลังจากที่ได้รับการอบรมโดยการใช้ชุดฝึกทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ

2.2 ควรสร้างสื่อในรูปแบบอื่น ๆ ในการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ และเพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการเรียนรู้ได้มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2557). **นโยบายปฏิรูปการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ ปีพุทธศักราช 2557**. [Online]. Available: <https://english.obec.go.th/english/2013/index.php/th/2012-08-08-10-26-5/60-2014-04-05-08-29-13>. [2563, กรกฎาคม 10].

กลุ่มส่งเสริมการเรียนการสอนและประเมินผล. (2548). **การประเมินคุณลักษณะอันพึงประสงค์ตามหลักสูตร การศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2544**. กรุงเทพฯ: รับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์.

กาญจนาพร รุจิฉยม. (2561). การสื่อสารภาษาอังกฤษของคนไทยกับการดำเนินชีวิตในศตวรรษที่ 21. **วารสาร ศิลปการจัดการ**. 2 (3), 199-210.

ถนอมพร (ต้นติพัฒน์) เลหาจรัสแสง. (2541). **คอมพิวเตอร์ช่วยสอน**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ภาควิชา โสตทัศนศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ฉัญญลักษณ์ วีระสมบัติ. (2555). AEC ดี หรือ เลีย ต่อแรงงานไทย. กรุงเทพฯธุรกิจ. [Online]. Available <http://www.bangkokbiznews.com>. [2563, มิถุนายน 4].
- ชนาภัสสร สุนธิรักษ์. (2562). แนวทางการส่งเสริมการใช้ภาษาอังกฤษในชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีของ ตำบลหนองนมวัว อำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์. วารสารวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. 6 (2), 61-70.
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2520). ระบบสื่อการสอน. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิชัย สดภิบาล. (2553). การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม : ปัจจัยเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว. [Online]. Available: <http://www.thaiblogonline.com/sodpichai.blog?>. [2563, กันยายน 19].
- ระพีพันธ์ โพธิ์ศรี. (2549). การสร้างและวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือสำหรับการวิจัย. อยุธยา: คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอยุธยา.
- รัชนี ศรีไพรวรรณ. (2527). แบบฝึกหัดทักษะวิชาภาษาไทยสำหรับเด็กแรกเรียน ในคู่มือแนวคิดและทักษะบางประการเกี่ยวกับกุศโลบายกับการสอนเด็กที่เริ่มเรียนพูดสองภาษา. นครราชสีมา: สำนักงานศึกษาธิการเขต 11.
- วนิดา เลิศพิพัฒนานนท์. (2555). ความต้องการพัฒนาตนเองของพนักงานในสถานประกอบการประเภทโรงแรม รีสอร์ท และโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย. 7 (2), 27-38.
- ศิริพรรณ สายหงษ์ และสมประสงค์ วิทย์เกียรติ. (2534). ชุดฝึกอบรมในเอกสารการสอนชุดวิชาการพัฒนาและการใช้สื่อการศึกษานอกระบบ หน่วยที่ 9-15. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สมนึก ภัททิยธานี. (2543). การวัดผลการศึกษา. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กทม: ประสานการพิมพ์.

References

- Ellis, R. (2007). TBL: Task- Based Learning Slide share. [Online]. Available www.slideshare.net/tortadericota/tbl-1. [2020, August 6].
- Gunter, M. et al. (1990). Instruction: A Model Approach. Massachusetts: Allyn and Bacon.
- Lado, R. (1988). Language Learning Teaching and Learning English. New York : McGraw-Hill.
- Littlewood, William F. (1981). Communicative Language Teaching. 18th ed. Cambridge: Cambridge University Press.

- Longenecker, J. G., Moore, C. W., Petty J. W., and Palich, L. E. (2006). **Small Business Management: An Entrepreneurial Emphasis**. London, England: Thomson South Western.
- Marketing Oops. (2018). **Cosmetic Industry, Increasing 7.8% in Thailand 2018**. [Online]. Available: <https://www.marketingoops.com/news/biz-news/>. [2020, June 12].
- Richards, J.C.& Rodgers, T. (2001). **Approaches and Methods in Language Teaching**. Second Edition. New York: Cambridge University Press.
- Willis, D., & Willis, J. (1996). **Consciousness-raising Activities**. Oxford: Macmillan Heinemann.

Translated Thai References

- Hinkaew, M. (2011). **The Development of English Language Skills to Enhance Achievement Using Past Simple Tense of Writing and Reading Exercises for Mattayomsuksa 3 Sa School, Wearngsa District, Nan Province**. [Online]. Available: <http://www.slideshare.net/taxiboat/wijai#54-> [2020, September 27]. (in Thai)
- Instruction and Evaluation Group, (2005). **Evaluation of Desirable Characteristics According to Basic Education Curriculum A.D. 2001**. Bangkok: Express Transportation Organization Press. (in Thai)
- Lertpipatnanon, W. (2012). A Study of the Need of Self-development of Personal Working in Resorts and Home-Stays in the Umphawa District and Surrounding Areas in Province of Smut Songkram. **Journal of Thai Hospitality & Tourism**. 7 (2), 27-38. (in Thai)
- Louhajarutsang, T. (1998). **Computer Assisted Instruction**. Medical Audio Visual Education Programme. 3rd ed. Bangkok, Faculty of Education, Chulalongkorn University. (in Thai)
- Ministry of Education. (2014). **Office of Academic and Educational Standards. Core Curriculum of Fundamental Education Year 2014**. [Online]. Available: <http://english.obec.go.th/english2013/index.php/th/2012-08-08-10-26-5/60-2014-04-05-08-29-13>. [2012, July 10]. (in Thai)
- Phattiyathanee, S. (2001). **Educational Measurement**. (4th edition). Kalasin, Prasarn Kanpim Printing House. (in Thai)
- Phosri, R. (2006). **The Creation and Analysis for the Quality of Research Instrument**. Uttaradit: Faculty of Education, Uttaradit Rajabhat University, Photocopy. (in Thai)
- Promwong, C. (1977). **Instructional Media System**. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai)

- Rujichom, K. (2018). English Communication Life Skills of Thailand People in the 21st Century. *Journal of Arts Management*. 2 (3), 199-210.
- Saihong, S & Wittayakiat, S. (1991). **Training Package of the Development and Using Material for Nonformal Education Unit 9-15**. Nonthaburi, Sukhothai Thammathirat Open University. (in Thai)
- Sontiruk,T. (2019). The Guidelines for Promoting English in OTOP Tourism Community of Nong Nom Wua Sub-District, Lat Yao District, Nakhon Sawan Province. *Journal of Humanities and Social Sciences, Nakhon Sawan Rajabhat University*. 6 (2), 61-70. (in Thai)
- Sripiraiwan, R. (1984). **Thai Skills Exercise for Early Students in Manual of Concept and Attitude about Practical Politics for Teaching Bilingual**. Nakhon Ratchasima: The Secondary Education Service Area Office, Khet 11. (in Thai)
- Srisahard, B. (2002). **Research Basic**. (7th edition). Bangkok: (7th edition). Bangkok: Suwariyasan. (in Thai)
- Sodpibarn, P. (2010). **Communication Skills Between Culture: Factors to Develop and Support Tourism Management**. [Online]. Available: from <http://www.thaiblogonline.com/sodpichai.blog?>. [2020, September 19]. (in Thai)
- Taweerat, P. (2000). **Behavioral Science and Social Science Research**. (7th edition). Bangkok: Educational and Psychological Test Bureau Srinakharinwirot University. (in Thai)
- Werasombath, T. (2012). **AEC Good or Bad for Workforce of Thai**. Business Bangkok. [Online]. Available: <http://www.bangkokbiznews.com>. [2021, June 4]. (in Thai)

ผู้เขียน

นางสาวปัญจลักษณ์ ถวาย

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

172 ถนนอิสรภาพ แขวงวัดกัลยาณ์ เขตธนบุรี กรุงเทพฯ 10600

e-mail: Panjaluck24@gmail.com