

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สภาพโลกาภิวัตน์ได้เชื่อมทุกประเทศให้กลายเป็นสมาคมโลก โดยเชื่อมโยงทั้งด้านการถ่ายเทด้านข้อมูลข่าวสาร องค์ความรู้ วัฒนธรรม และเศรษฐกิจการค้าที่เปิดเสรีมากขึ้น รวมถึงการคมนาคมขนส่งจากทั่วทุกมุมโลก ส่งผลให้เกิดการตื่นตัวในการพัฒนาทักษะภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นสื่อกลางในกิจกรรมแทบทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็น ด้านการค้าและการลงทุน การศึกษา การติดต่อสื่อสาร การท่องเที่ยว และการใช้ในชีวิตประจำวัน แม้ว่าปัจจุบันจะมีภาษาต่างประเทศอื่น ๆ เข้ามามีบทบาทมากขึ้น เช่น ภาษาจีน ภาษาเกาหลี ภาษาญี่ปุ่น ฯลฯ แต่ภาษาอังกฤษยังคงเป็นที่ยอมรับและนำมาใช้เป็นภาษากลางของคนทั่วโลกและภาษาอังกฤษไม่ได้เป็นเพียงเรื่องทางวัฒนธรรมของประเทศใดประเทศหนึ่ง แต่เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเชื่อมโลกใบนี้ ทั้งยังเป็นพื้นฐานของการต่อยอดเรียนรู้ศาสตร์ต่าง ๆ ระดับสากล (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2550)

สถานการณ์เหล่านี้ได้ตอกย้ำให้เห็นถึงความจำเป็นของการมีสมรรถนะในการสื่อสารภาษาอังกฤษของคนไทยทั้งในมิติของการดำเนินชีวิตและประกอบอาชีพอย่างชัดเจนโดยเฉพาะทักษะด้านการฟังและการพูดเป็นทักษะที่สำคัญในการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจระหว่งการซื้อขายต่าง ๆ จากการสำรวจการพัฒนาตนเองของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและโฮมสเตย์ที่อัมพวาพบว่าความต้องการพัฒนาการใช้ภาษาอังกฤษนั้น การฟังและพูดมาเป็นอันดับต้น ๆ เพราะผู้ประกอบการต้องการใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารกับชาวต่างชาติด้านต่าง ๆ เช่น การพูดคุยในชีวิตประจำวัน การทักทาย การกล่าวแสดงความขอบคุณ เป็นต้น (วนิดา เลิศพิพัฒนานนท์, 2555)

นอกจากนี้คนทำงานติดต่อกับลูกค้ามีความจำเป็นอย่างยิ่งในการใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักในการสื่อสารมากขึ้น เพราะจะมีการเดินทางเข้าออกของคนทำงานได้อย่างเสรีมากขึ้น ภาษาอังกฤษจึงมีบทบาทสำคัญ เมื่อคนทำงานไม่สามารถพูดภาษาท้องถิ่นของเพื่อนบ้านได้ทุกภาษา แต่ต้องการติดต่อสื่อสาร ฉะนั้นจำเป็นที่จะต้องสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษให้ได้ เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ AEC อย่างเต็มตัว เราจะรู้สึกภาษาอังกฤษเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับทุกคน หากพูดไม่ได้ก็ไม่ต่างจากคนที่ใบ้ เกิดอุปสรรคในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น เราจึงต้องหมั่นฝึกฝนการใช้ภาษาอังกฤษให้ดี เพื่อไม่ให้สูญเสียโอกาสที่ดีในการตลาดอีกทั้งความต้องการทักษะการพูดภาษาอังกฤษเป็นเครื่องมือในการสื่อสารซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเจรจาต่อรองทางด้านการค้าและเพิ่มขีดความสามารถในการเผยแพร่วัฒนธรรมชุมชนให้กับชาวต่างชาติสร้างความมั่นใจในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร วิสาหกิจชุมชนมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับต้นของประเทศชาติดังนั้นการพัฒนา

ความรู้ด้านภาษาอังกฤษของวิสาหกิจชุมชนมีความสำคัญต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางเศรษฐกิจกับประเทศในกลุ่มอาเซียนและนานาชาติอีกด้วย (Ministry of Education, 2014)

นอกจากนี้ไทยมีโอกาสนขยายการลงทุนไปยังอาเซียน หรืออาจมีต่างชาติมาลงทุนในไทยมากขึ้นแต่คนไทยมีข้อจำกัดด้านทักษะภาษาอังกฤษ (ัญญลักษณ์ วีระสมบัติ, 2555) ซึ่งคนไทยเองก็มีความตระหนักถึงความสำคัญในการที่จะต้องพัฒนาตนในด้านภาษาอังกฤษมากขึ้น และจากการสำรวจการตื่นตัวของเยาวชนในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ก็พบว่าเยาวชนที่เยาวชนอยากให้ภาครัฐสนับสนุนและส่งเสริมมากที่สุดเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อม เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน คือ การสอนและติวภาษาอังกฤษเพื่อใช้ในการสื่อสาร (กรุงเทพโพลล์, 2555) ซึ่งสอดคล้องกับพิชัย สดภิบาล (2553) ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ปัจจัยเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวส่วนมากเห็นว่าคนไทยยังไม่สามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้ดีพอ จุดอ่อนของคนไทย คือ ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษโดยทั่ว ๆ ไปยังไม่เพียงพอสำหรับระดับของการเป็นเมืองท่องเที่ยวคุณภาพ ดังนั้นประชาชนในชุมชนท้องถิ่นจึงควรได้รับการส่งเสริมและพัฒนาทักษะทางด้านภาษาอังกฤษเพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพของธุรกิจเพื่อการตลาดให้ดียิ่งขึ้น เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการค้าของประเทศชาติโดยรวมให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าช่วงที่ผ่านมารัฐบาลได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์และนโยบายในการพัฒนาเพื่อยกระดับความสามารถทางทักษะภาษาอังกฤษของประชาชนทุกกลุ่มมาอย่างต่อเนื่องก็ตาม แต่การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัตินั้น ดูเหมือนจะยังไม่เห็นผลเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนและถือว่าประสบผลสำเร็จน้อย ซึ่งสะท้อนจากการสำรวจและจัดทำดัชนีวัดความรู้ภาษาอังกฤษ EF EPI ในปี 2017 พบว่าทักษะภาษาอังกฤษของคนในทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ “มินท์ ตรีน” กล่าวว่าเป็นประเทศสิงคโปร์มีระดับภาษาอังกฤษดีเป็นอันดับที่ 5 ของ 80 ประเทศทั่วโลกที่ทำการสำรวจ ซึ่งเป็นประเทศที่ทำได้ดีที่สุดในทวีปนี้ด้วย รองมาเป็นมาเลเซีย อยู่อันดับที่ 13 ฟิลิปปินส์อันดับที่ 15 ส่วนประเทศไทยอยู่อันดับที่ 53 นอกจากนี้จากการทดสอบประชากรจำนวน 910,000 คน ในประเทศที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่จำนวน 70 ประเทศ ประเทศไทยถูกจัดให้อยู่ในอันดับที่ 62 สูงกว่าการตา มองโกเลีย คูเวต อิรัก อัลจีเรีย ซาอุดีอาระเบีย กัมพูชา และลิเบีย ซึ่งอยู่ในกลุ่มที่มีทักษะภาษาอังกฤษ “ระดับต่ำมาก” (ไทยรัฐออนไลน์, 2558) ดังนั้นประชาชนในชุมชนท้องถิ่นจึงควรได้รับการส่งเสริมและพัฒนาทักษะทางด้านภาษาอังกฤษเพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพของธุรกิจเพื่อการตลาดให้ดียิ่งขึ้น เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการค้าของประเทศชาติโดยรวมให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

จากสภาพปัญหาที่คนไทยขาดความพร้อมทางด้านทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ นั้น ทำให้มีนักวิจัยในสาขาต่าง ๆ ได้ทำการศึกษาวิธีการในการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษของคนไทยให้ทัดเทียมกับประเทศอื่น ๆ ในประชาคมอาเซียน บุญลือ อิมอำไภย (2551) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาทักษะการฟัง-พูดภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในงานอาชีพ สำหรับรายวิชา

ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในงานอาชีพ โรงเรียนเทคโนโลยีสยาม พบว่า การสอนโดยใช้กิจกรรมต่าง ๆ เช่น การสนทนาการสัมภาษณ์การถาม-ตอบ และการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการสอน ทำให้นักเรียนสามารถสร้างองค์ความรู้เอง และได้พัฒนาทักษะการฟัง-พูดภาษาอังกฤษ ทำให้นักเรียนมีความมั่นใจในการฟัง-พูดภาษาอังกฤษมากยิ่งขึ้นซึ่งงานวิจัยของอัญชลี อติแพทย์ (2554) ได้นำรูปแบบเรียนรู้ด้วยตนเองมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในตำบลท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยนำมาใช้แก้ปัญหานักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการเข้าใจข้อมูลที่สื่อสารไม่ตรงกันซึ่งสาเหตุเกิดจากผู้ให้บริการมีความรู้ภาษาอังกฤษน้อยขาดความต่อเนื่องในการใช้และไม่สนใจที่จะฝึกฝน ขาดความมั่นใจในการพูดภาษาอังกฤษ ทำให้นักท่องเที่ยวได้ข้อมูลไม่ถูกต้อง ภายหลังเมื่อจัดทำบทเรียนที่สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง เช่น ทำสรุปพกพาที่มีรูปภาพและคำศัพท์ภาษาอังกฤษผู้ให้บริการสามารถหาความหมายได้เอง ทำให้สามารถจำคำศัพท์และสามารถนำไปใช้ได้ถูกต้อง นอกจากนี้ นลิน สิมะเสถียรโสภณ และบวรลักษณ์ เกื้อสุวรรณ (2558) ได้ทำวิจัยเรื่องการพัฒนาชุดฝึกอบรมทักษะภาษาอังกฤษสำหรับพนักงานธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ ผลการวิจัยพบว่า ผู้เข้าอบรมสามารถใช้ชุดฝึกอบรมด้วยตนเองได้เป็นอย่างดี ซึ่งทำให้มีพัฒนาการทางด้านทักษะภาษาอังกฤษเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้มีโอกาสสอบถามเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษของผู้ประกอบการพบว่าปัญหาอีกอย่างหนึ่งคือความไม่พร้อมของบุคลากร หรือผู้ประกอบการ ที่ให้บริการด้านการซื้อขาย การตลาด การท่องเที่ยว โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย และเป็นสถานที่ที่มีการค้าขาย และบริการต่าง ๆ อีกมากมาย พบว่าบุคลากรและผู้ประกอบการ ยังมีปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษเมื่อต้องการสื่อสารและให้ข้อมูลเกี่ยวกับการค้าขายและบริการแก่ชาวต่างประเทศจากปัญหาดังกล่าว จึงเป็นแนวทางแก่ผู้วิจัยในการพัฒนาด้านทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อให้ได้บุคลากรและผู้ประกอบการที่มีคุณภาพและสามารถใช้ภาษาอังกฤษในวิชาชีพของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นที่จะสร้างชุดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ โดยเน้นการสื่อสารและปฏิบัติจากสถานการณ์จริง เพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผังธนบุรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศศิภา ทิพย์ประภา (2561) ซึ่งได้ทำวิจัย เรื่องการพัฒนาสมรรถนะการใช้ทักษะการพูดภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสำหรับวิสาหกิจชุมชนด้วยบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างต้องการพัฒนาทักษะการพูดด้านการออกเสียง การเสนอราคา และขั้นตอนการผลิต ด้วยชุดบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์ด้วยตนเองพบว่ากลุ่มตัวอย่างผ่านการประเมินตนเองหลังเรียนร้อยละ 100 นอกจากนี้ นรินทร์ เจตธำรง และคณะ (2557) ได้ทำวิจัยเรื่องภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสำหรับผู้ให้บริการสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ ผลการศึกษา พบว่าชุดการสอนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ด้านการ

ท่องเที่ยว สำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์สามารถพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษได้สูงขึ้น

จากการปัญหาและความสำคัญดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจพัฒนาชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานครโดยผู้วิจัยได้ทำการสำรวจจากวิสาหกิจชุมชนที่ต้องใช้การสื่อสารเพื่อการตลาดกับชาวต่างประเทศและเนื้อหาจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาด ซึ่งกิจกรรมแบบเน้นการสื่อสารและการฝึกปฏิบัติคือ กิจกรรมหรือชิ้นงานที่ผู้มีส่วนร่วมต้องปฏิบัติด้วยความเข้าใจ มีการเชื่อมโยงข้อมูล หรือมีปฏิสัมพันธ์ในการใช้ภาษา ซึ่งเน้นการสื่อความหมายมากกว่ารูปแบบทางภาษานอกจากนี้เป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมาย ขั้นตอนชัดเจนและต่อเนื่อง ซึ่งกิจกรรมในชุดฝึกอบรมทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารนั้นจะใช้รูปแบบการเรียนรู้โดยการเรียนรู้คำศัพท์ที่เกี่ยวกับร้านค้าต่างๆของวิสาหกิจในชุมชนของตนเอง และนำคำศัพท์นั้นๆมาฝึกใช้ในการสนทนา บทบาทสมมติ คิดวิเคราะห์จากสถานการณ์จำลองและมีสื่อการเรียนรู้ประกอบ จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและสำรวจมาสร้างชุดฝึกอบรมที่เหมาะสมกับชุมชนเพื่อเสริมสร้างให้ผู้ประกอบการในวิสาหกิจชุมชนมีความมั่นใจในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร และสามารถนำเสนอภูมิปัญญาท้องถิ่นของตนต่อชาวต่างชาติซึ่งเป็นการยกระดับสินค้าสู่สากลอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการ ของวิสาหกิจชุมชน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อสร้างและหาประสิทธิภาพชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาประสิทธิผลทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ ของชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร
5. เพื่อติดตามผลจากการฝึกอบรมโดยใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 75/75
2. ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด ภายหลังจากอบรมโดยชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ สูงกว่าก่อนเข้ารับการอบรม
3. ผู้เข้ารับการอบรมมีความพึงพอใจต่อชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากขึ้นไป

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนกับกรมส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่เขตตลิ่งชัน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำนวน 17 วิสาหกิจชุมชน (แหล่งที่มา: www.smce.doae.go.th)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

2.1 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยสำหรับการเก็บข้อมูลการศึกษาความต้องการการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 7 วิสาหกิจชุมชน โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างดังนี้

2.1.1 มีประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนอย่างน้อย 1 ปี

2.1.2 เป็นผู้ที่มีความสมัครใจและสามารถเข้าร่วมงานวิจัยได้ตลอดระยะเวลาการวิจัย

2.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยสำหรับการทดสอบหาประสิทธิภาพและการศึกษาประสิทธิผลของชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาด 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 และกลุ่มตัวอย่างใช้เพื่อศึกษาประสิทธิผลได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตลาดน้ำวัดสะพาน ราชพฤกษ์ บางพรหม ผู้ประกอบการจำนวน 30 คน กลุ่มนี้ใช้สำหรับทดลองใช้จริงและศึกษาความพึงพอใจของชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาด โดยเกณฑ์การคัดเลือกจะเป็นผู้ที่มีความสมัครใจและสามารถเข้าร่วมงานวิจัยได้ตลอดระยะเวลาการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการ ของวิสาหกิจชุมชน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร ในระยะที่ 1 มุ่งเน้นการศึกษาความต้องการการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการ ของวิสาหกิจชุมชน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร และนำผลในระยะที่ 1 มาใช้ในการพัฒนาชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการ ของวิสาหกิจชุมชน ฝั่งธนบุรี มีขอบเขตของชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษประกอบด้วย กระบวนการที่ส่งเสริมการเรียนรู้การพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ ทั้งการฟัง พูด อ่าน เขียน โดยเน้นการฝึกปฏิบัติ ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ชุด ได้แก่ ชุดที่ 1 คำศัพท์เกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม ชุดที่ 2 การกล่าวทักทายและการเชิญชวนลูกค้า ชุดที่ 3 การสอบถามและต่อรองราคา ชุดที่ 4 รสชาติของอาหาร และชุดที่ 5 การกล่าวขอบคุณและกล่าวลา

ขอบเขตด้านพื้นที่

ขอบเขตทางด้านพื้นที่ครั้งนี้ คือ ชุมชนเขตตลิ่งชัน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำนวน 17 วิสาหกิจชุมชน ดังนี้ 1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านช่างเหล็ก-เรไร 2. วิสาหกิจชุมชนตลาดน้ำสองคลองวัดตลิ่งชัน 3. วิสาหกิจชุมชนจรัญรักษ์ขนมไทย 4. วิสาหกิจชุมชนบ้านสมุนไพรรคุณยายบุญเรือน 5. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสวนผักสามัคคี 6. วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงวิถีถิ่นบ้านแม่จวบ 7. วิสาหกิจชุมชนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงชุมชนวัดมณฑปแบบองค์กรรวม 8. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรทำสวนสามบาง 9. วิสาหกิจชุมชนร่วมโพธิ์ทอง 10. วิสาหกิจชุมชนตลาดน้ำวัดสะพาน ราชพฤกษ์ บางพรหม 11. วิสาหกิจชุมชนบูรพาผ้าไทย 12. วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรตลาดน้ำคลองลัดมะยม 13. วิสาหกิจชุมชนบ้านหัตถกรรม 14. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพวัยทองสร้างสุข 15. วิสาหกิจชุมชนกล้วยไม้แปลงใหญ่ ศพก.ตลิ่งชัน 16. วิสาหกิจชุมชนกาลฎา 17. วิสาหกิจชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริ แขวงบางเข็อกหนึ่ง

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้มีระยะเวลาการศึกษา รวม 14 เดือน คือ ดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2563 ถึง เดือนกันยายน 2564 และระยะเวลาในการอบรมโดยใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการในวิสาหกิจชุมชน ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร ตั้งแต่ 1 -18 กรกฎาคม 2564 (วันเสาร์ - วันอาทิตย์) เวลาที่อบรม 13.00 – 16.00 น. เป็นเวลา 6 วัน รวม 18 ชั่วโมง

ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วยตัวแปร 2 ประเภท คือ

1. ตัวแปรต้น (Independent Variable) คือ การอบรมโดยใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาด
2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ
 - 2.1 ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาด
 - 2.2 ความพึงพอใจต่อชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ หมายถึง ชุดเอกสารของการอบรม ประกอบด้วย 5 ชุด ได้แก่ ชุดที่ 1 Food & Beverage Vocabulary ซึ่งประกอบด้วยคำศัพท์เกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลายที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน และตัวอย่างการนำคำศัพท์ไปใช้ในการสนทนาในบริบทต่างๆ ชุดที่ 2 Greetings เป็นการกล่าวทักทายและการเชิญชวนลูกค้า ซึ่งในชุดการอบรมประกอบด้วยตัวอย่างและกิจกรรมที่ผู้เข้าอบรมสามารถนำไปใช้ได้ ชุดที่ 3 Negotiation เป็นการสอบถามและต่อรองราคาสินค้าต่างๆ ชุดที่ 4 Tastes of Food ซึ่งเกี่ยวข้องกับการสนทนารสชาติของอาหาร และชุดที่ 5 Saying Thanks and Farewell เป็นการกล่าวขอบคุณและกล่าวลาลูกค้า
2. ประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ หมายถึง คุณภาพของชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ คือเมื่อผู้ประกอบการได้รับการอบรมโดยใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ แล้วสามารถทำคะแนนได้ไม่ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน 75/75 ซึ่งมีความหมายดังนี้
 - 75 ตัวแรก หมายถึง ค่าเฉลี่ยของคะแนนจากการทดสอบรายบทรหว่างการอบรมของกลุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 75
 - 75 ตัวหลัง หมายถึง ค่าเฉลี่ยของคะแนนจากการทดสอบหลังจากได้รับการอบรมโดยชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้เข้าอบรมกลุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 75 (ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และคณะ 2520, น.136)

3. ความพึงพอใจ หมายถึง การแสดงออกทางความคิดของผู้ประกอบการที่มีต่อการอบรมโดยใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยได้จากการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านรูปแบบ จำนวน 3 ข้อ ด้านเนื้อหาจำนวน 2 ข้อ ด้านการจัดกิจกรรมโดยใช้การฝึกปฏิบัติจำนวน 5 ข้อ และด้านประโยชน์จากการเรียนรู้ จำนวน 5 ข้อ

4. การอบรมโดยใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ หมายถึง การให้ความรู้ภาษาอังกฤษโดยใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ ตามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นสื่อในการอบรมในทุกขั้นตอนตามกระบวนการ 3Ps ได้แก่ 1.ขั้นนำเข้าสู่บทเรียน (presentation) เป็นขั้นตอนที่ให้ความรู้ใหม่ๆของแต่ละชุดการสอนแก่ผู้เข้าอบรม 2.ขั้นฝึก (practice) เป็นขั้นตอนที่ให้ผู้เข้าอบรมทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อเป็นการฝึกผู้เข้าอบรม และ 3.ขั้นนำไปใช้ (production) เป็นขั้นตอนที่ผู้เข้าอบรมนำความรู้ที่ได้รับ และได้ฝึกการทำกิจกรรมมาแล้ว นำไปใช้จริงโดยจำลองสถานการณ์ที่หลากหลาย ตามลำดับ

5. วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจกรรมของชุมชนที่เกี่ยวกับกรรมผลิตสินค้า หรือการให้บริการ ที่ดำเนินการโดยกลุ่มบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะ เป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล โดยวัตถุประสงค์ของการรวมตัวนั้นเพื่อการผลิตสินค้าหรือบริการจำหน่ายซึ่งก่อให้เกิดรายได้และการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชนของประเทศไทย

6. การส่งเสริมการตลาด หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่จะให้ข้อมูลชักชวน เร่งเร้าจูงใจให้ลูกค้าที่เป็นเป้าหมายตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย กิจกรรมใดๆ ที่จะทำให้การส่งเสริมการตลาดประสบความสำเร็จ จะต้องมึลักษณะ 3 ประการคือ 1. ต้องเรียกร้องความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้ 2. ต้องมีความเข้าใจตรงกันทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย 3. จะต้องเร่งเร้าความต้องการของผู้ซื้อได้

7. ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ หมายถึง ความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ประกอบการที่ได้รับการฝึกอบรมก่อนและหลังการอบรมโดยใช้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ ซึ่งผลจากการอบรมวัดจากแบบทดสอบที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น สามารถวัดทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ประกอบการที่ได้รับการฝึกอบรมและเทียบค่าเป็นคะแนนได้

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ ที่มีคุณภาพ สำหรับผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนนำไปใช้ในการสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติ
2. ผู้ประกอบการในวิสาหกิจชุมชนมีความสามารถด้านทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษในการส่งเสริมการตลาดได้ดีขึ้น
3. ชุดฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการหรือผู้นำชุมชนที่จะนำชุดฝึกอบรมไปใช้ต่อไป

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี