

การพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษ สำหรับผู้ประกอบการ ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

Development of English Communicative Innovation for local Vendors at
Koh Kret, Nonthaburi Province

ปวันรัตน์ นิกฤติโกศล¹

pawanrat NikonKittiKoson¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่เกาะเกร็ด โดยมี 5 ขั้นตอนหลักคือ 1) การศึกษาความต้องการด้านเนื้อหาและรูปแบบนวัตกรรมที่เหมาะสมในการฝึกทักษะภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการ 2) การออกแบบและสร้างนวัตกรรมสื่อสารภาษาอังกฤษ 3) ทดลองใช้และ 4) ประเมินผลและปรับปรุง 5) ศึกษาความพึงพอใจ กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการทดลองมี 20 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) แบบสอบถาม 2) แบบประเมินความสามารถด้านการฟังและพูดภาษาอังกฤษ 3) แบบประเมินนวัตกรรมผู้เชี่ยวชาญ 4) นวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษ 5) แบบประเมินความพึงพอใจ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า เนื้อหาโดยรวมที่ผู้ประกอบการมีความต้องการคือคำศัพท์และบทสนทนาเฉพาะในการค้าขายที่มีบทแปลและคำอ่านภาษาไทย ในรูปของหนังสือเล่มเล็กและซีดีคลอบคลุมหัวข้อเกี่ยวกับการทักทายและการต้อนรับและการสอบถามความต้องการของลูกค้าเป็นต้น ก่อนและหลังการใช้นวัตกรรมสื่อสารภาษาอังกฤษพบว่ามีความสนใจเพิ่มขึ้นในทุกองค์ประกอบของทั้งทักษะการฟังและพูดภาษาอังกฤษ ผลจากการประเมินความพึงพอใจจากผู้ประกอบการพบว่าได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่านวัตกรรมสื่อสารภาษาอังกฤษที่พัฒนาขึ้นมีความพึงพอใจในระดับดีและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง

คำสำคัญ: นวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษ การพัฒนาผู้ประกอบการ เกาะเกร็ด

Abstract

The objectives of this research were: 1) to find out the need of English Usage for local vendors at Koh Kret , Nonthaburi, 2) to develop Innovation of Tourism English communication, and 3) to assess their satisfaction towards such innovation. The target were 20 local vendors selling souvenirs, food and/or drink at Koh Kret, Nonthaburi Province. The tools used for this study were questionnaire for need analysis, English Listening and Speaking Assessment, Innovation Assessment, Innovation of English Communication and satisfaction form. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation.

¹คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

¹The Faculty of Liberal Arts, Rajapruk University

The result revealed that 1) Vocabulary and English conversation for specific purposes along with Thai translation and Thai phonetics were mostly required, 2) the most desirable English communicative innovation were booklet and a CD, 3) greeting and asking for customer requirement were the top two ranked topics. After the implementation of such communicative innovation there was a significant increase in result of score both English listening and speaking. Overall the result of mean value derived from questionnaire for satisfaction went up to 4.33 and standard deviation was 0.73. This result indicated that such developed Innovation of Tourism English Communication was ranked at the level of "Good" and proved workable for local vendors at Koh Kret.

Key words: English Communicative Innovation, Development, local vendor, Kohkret

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ในยุคโลกาภิวัตน์ภาษาอังกฤษมีบทบาทมากในการสื่อสาร เนื่องจากเป็นภาษาสากล (international language) ที่ทั่วโลกใช้ในการสื่อสารใช้ภาษาอังกฤษถึง 1.2 ถึง 1.5 พันล้านคนจาก 75 ประเทศทั่วโลก ในประเทศไทยนั้นมีการใช้กันในทุกวงการ เช่น ธุรกิจท่องเที่ยว การโรงแรม และต้องใช้ทักษะภาษาอังกฤษในการติดต่อกับชาวต่างชาติ ในธุรกิจการท่องเที่ยวนั้นพบว่า ความต้องการพัฒนาทักษะการฟังและการพูดเป็นที่ต้องการพัฒนามากที่สุดใบบรรดาทักษะอื่น ผู้ประกอบการชาวบ้านต้องการใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อกับชาวต่างชาติด้านต่างๆ เช่น การพูดคุยในชีวิตประจำวัน การทักทาย การกล่าวแสดงความขอบคุณ เป็นต้น จากการสำรวจการพัฒนาตนเองของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและโฮมสเตย์ที่อัมพวาพบว่า ความต้องการพัฒนาการใช้ภาษาอังกฤษนั้น การฟังและพูดมาเป็นอันดับต้นต้น (วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย)

นอกจากนี้การเปิดเสรีอาเซียนในปี 2558 นั้น ได้ย้่าความสำคัญของภาษาอังกฤษเนื่องจากประชาคมอาเซียนได้รับการประกาศในกฎบัตรอาเซียน (ASEAN Charter) ข้อ 34 ให้เป็นภาษาทำงาน (working language) ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน ในปี 2555 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวจากอาเซียนจำนวนทั้งสิ้น 6.3 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 28 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดของในประเทศไทย (อิทธิ พิศาลวานิช, 2556)

การท่องเที่ยวที่เกาะเกร็ด ได้รับความนิยมน้อยอย่างรวดเร็วจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติโดย

จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้ทางจังหวัดนนทบุรีเล็งเห็นถึงความสำคัญจึงกำหนดให้พื้นที่เกาะเกร็ดเข้ามาอยู่กับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด มีการรณรงค์ฟื้นฟูประเพณีที่สำคัญ ตลอดจนส่งเสริมอาชีพหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาของชาวอมฤที่เกาะเกร็ดขึ้นมาใหม่เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยว ชุมชนเกาะเกร็ดมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในเรื่องของที่ตั้งที่เข้าถึงได้ทางเรืออย่างเดียว และมีวัดวาอารามสไตล์รามัญก่อสร้างตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาและของกิน ขนมหวาน ซึ่งจะเห็นได้ว่า ด้วยความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และวิถีดำรงชีพดังกล่าวเกาะเกร็ดจึงมีจุดขายที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายแต่ละแห่งมีความต้องการทางด้านภาษาอังกฤษตามพื้นที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป กล่าวคือความต้องการในสถานการณ์เดียวกัน เช่น การซื้อขายสินค้า การอธิบายเกี่ยวกับตัวสินค้าที่ออกแบบมาเพื่อกลุ่มเป้าหมายในชุมชนนั้น แต่จากการศึกษางานวิจัยก่อนหน้านี้พบว่า อุปสรรคทางด้านภาษา เป็นปัจจัยหลักในการสื่อสารของผู้ค้าแผงลอยและร้านค้าที่เกาะเกร็ด (รัชรินทร์ นุตยกุล, 2554) นอกจากนี้ในบรรดาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษนั้นในธุรกิจการท่องเที่ยว นั้น การขาดการอบรมด้านภาษาอังกฤษ และไม่สามารถสื่อสารอย่างเข้าใจ การขาดคู่มือที่ทันสมัยและนำไปใช้ได้จริงซึ่งเอื้อต่อการตอบโจทยอุปสรรคด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษและสนองต่อการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วง 10 ปีของการท่องเที่ยวในเกาะเกร็ด

ผู้วิจัยเล็งเห็นปัญหาดังกล่าวจึงสนใจที่จะพัฒนานวัตกรรมสื่อสารภาษาอังกฤษให้กับผู้ประกอบการที่เกาะเกร็ดเพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ และเป็นการเตรียมความพร้อมให้กับบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเติบโตภาคการท่องเที่ยว เมื่อเปิดอาเซียนอีกทั้งเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอื่น เป็นการสร้างชุมชนเข้มแข็งและรักษาคนให้อยู่ในชุมชนอีกด้วย

คำถามการวิจัย

- 1) ความต้องการใช้ภาษาอังกฤษของผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึกและร้านอาหารและเครื่องดื่มที่เกาะเกร็ดเป็นอย่างไรบ้าง และอยู่ในระดับใด
- 2) รูปแบบการพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึกและร้านอาหารและเครื่องดื่มที่เกาะเกร็ด ควรเป็นอย่างไร
- 3) ความเห็นเกี่ยวกับการใช้นวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึกและร้านอาหารและเครื่องดื่มที่เกาะเกร็ดเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาความต้องการใช้ภาษาอังกฤษของผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่เกาะเกร็ด
- 2) เพื่อพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่เกาะเกร็ด
- 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึกและร้านอาหารและเครื่องดื่ม เกี่ยวกับนวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว

ขอบเขตของการวิจัย

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามความต้องการนวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษประกอบด้วยผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่เกาะเกร็ด จำนวน 140 คน กลุ่มทดลองใช้ (Try out) 25 คน และกลุ่มเป้าหมายจำนวน 20 คนซึ่งเป็นกลุ่มที่ได้รับการประเมินความรู้ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง

การทบทวนวรรณกรรมและแนวคิด

การพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่เกาะเกร็ด ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการสอนภาษาอังกฤษเฉพาะของฮัทชินสันและวอดเดอส์ (Hitchinson & Waters, 2010), สเตรเวนส์ (Stevens, 1988), โรบินสัน (Robinson, 1990) ที่ครอบคลุมถึงการวิเคราะห์ความจำเป็นของผู้เรียนและการพัฒนาและออกแบบหลักสูตรของนูแนน (Nunan, 1988) และจอร์แดน (Jordan, 1997) รวมทั้งแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมการเรียนการสอนของ สุนันทา สมุทรประเสริฐ (2547) ที่แบ่งขั้นตอนในการพัฒนานวัตกรรมการเรียนการสอนออกเป็น 1 การสร้าง 2 การนำนวัตกรรมไปใช้ และ 3 การประเมินผล ซึ่งใกล้เคียงกับมนสิข สิริสมบุญมณี ที่กล่าวว่าการพัฒนาสื่อที่นำมาใช้ในการเรียนการสอนมีหลายแนวทางเช่นการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน การพัฒนาชุดการเรียนรู้ด้วยตนเอง และการพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยประกอบด้วย 3 ขั้นตอนคือ 1. ขั้นการสร้างและหาประสิทธิภาพ โดยดำเนินการในขั้นตอนย่อยๆ คือศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ยกวางแผน/สื่อการสอน เสนอผู้เชี่ยวชาญ และทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง/กลุ่มเป้าหมาย 2. ขั้นการศึกษาผลการนำไปใช้ โดยนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง/กลุ่มเป้าหมาย ทำการทดลองและประเมินผลการใช้โดยเปรียบเทียบก่อนและหลังการใช้ หรือเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนด และ 3. ขั้นการประเมินผล โดยใช้แบบวัดความพึงพอใจ แบบวัดทัศนคติ แบบวัดความคิดเห็น หรือใช้รูปแบบประเมินใดๆ เพื่อการประเมินผลการใช้นวัตกรรม

แนวคิดในการพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการ ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่เกาะเกร็ดนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบและลักษณะของนวัตกรรมของอัจฉรา จันทร์ฉาย (2553 : 54) กล่าวว่า องค์ประกอบที่สำคัญของนวัตกรรมมีอยู่ 3 ประการ คือ

1. ความใหม่ (Newness) คือคุณลักษณะที่จะเป็นนวัตกรรมได้นั้นจะต้องมีความใหม่ หมายถึง เป็นสิ่งใหม่ที่ถูกพัฒนาขึ้น ซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นตัวผลิตภัณฑ์บริการหรือกระบวนการ โดยจะเป็นการปรับปรุงจากของเดิมหรือพัฒนาขึ้นใหม่เลยก็ได้

2. การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and Creativity Idea) หมายความว่า สิ่งที่จะถือเป็นนวัตกรรมได้นั้นจะต้องเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นฐานของการพัฒนาให้เกิดขึ้นใหม่ ไม่ใช่เกิดจากการลอกเลียนแบบการทำซ้ำ เป็นต้น

3. ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Benefits) และสังคม (Social Benefits) ก็คือ การให้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ หรือการสร้างความสำเร็จในเชิงพาณิชย์ กล่าวคือ นวัตกรรม จะต้องสามารถทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นได้จากการพัฒนาสิ่งใหม่นั้นๆ ซึ่งผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นสามารถวัดได้เป็นตัวเงินโดยตรง และในเชิงสังคมเป็นการสร้างคุณค่า ซึ่งไม่สามารถวัดเป็นตัวเงินได้

สุนันทา แก้วพันธ์ช่วง (2553: 37-38) ที่กล่าวว่า นวัตกรรมมีลักษณะดังต่อไปนี้คือ

1. ความคิดและการกระทำหรือวิธีการที่แม้จะเก่ามาจากที่อื่นแต่ยังใหม่สำหรับอีกแห่งหนึ่ง

2. เป็นสิ่งที่เคยนำไปใช้แล้วแต่ไม่ได้ผล แล้วมีการนำมาฟื้นฟูใหม่

3. เป็นสิ่งใหม่ เพราะมีส่วนประกอบของสถานการณ์ต่างๆ รวมกันเข้าแล้วทำให้กลายเป็นระบบใหม่ที่เอื้อต่อการทำงานให้บรรลุเป้าหมายได้ดีกว่า

4. เป็นสิ่งเก่าแต่กลายเป็นสิ่งใหม่ เพราะแนวคิดหรือทัศนคติในการมองหรือการนำมาใช้นั้นเปลี่ยนไป

5. เป็นสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากความคิดใหม่ๆ ยังไม่มีใครคิดหรือทำมาก่อนและได้แบ่งการสร้างนวัตกรรมท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมความสามารถการใช้ภาษาอังกฤษสำหรับบุคลากรท้องถิ่นออกเป็น 2 ขั้นตอนหลักคือ

1. การสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการใช้ภาษาอังกฤษในอาชีพต่างๆ ของบุคลากรท้องถิ่นในประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างนวัตกรรมท้องถิ่น

2. การเปิดเวทีสาธารณะเพื่อระดมความคิดเห็นในการสร้างนวัตกรรมท้องถิ่น โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมประชุม ส่วนขั้นตอนในการสร้างนวัตกรรมท้องถิ่นนั้นดังนี้คือ

1. สร้างนวัตกรรมท้องถิ่นฉบับร่าง
2. ได้นวัตกรรมท้องถิ่นสำหรับ 3 กลุ่มเป้าหมาย

3. นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและแก้ไขเพื่อให้ได้นวัตกรรมท้องถิ่นที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

ขั้นตอนในการทดลองใช้นวัตกรรมท้องถิ่นคือ

1. ทำการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสารนวัตกรรมท้องถิ่นไปยังบุคลากรที่เกี่ยวข้องเพื่อรับสมัครกลุ่มทดลอง

2. ประชุมชี้แจงการใช้นวัตกรรมท้องถิ่นกับกลุ่มผู้ทดลอง โดยการแนะนำวิธีการศึกษาและการใช้นวัตกรรมและฝึกปฏิบัติในสถานการณ์จริง หลังจากนั้นจึงทำการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้นวัตกรรม

ด้านเนื้อหาและรูปแบบนวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยของปัทมา สุวรรณเทศ (2555) ที่กล่าวว่าผู้ประกอบการโฮมสเตย์บ้านนาทุ่ม-หนามแท่ง อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย มีความต้องการภาษาอังกฤษโดยแบ่งตามหน้าที่ได้ 15 เรื่อง ได้แก่

1. การทักทาย
2. การแนะนำตัว
3. การกล่าวแสดงความขอบคุณ
4. การกล่าวคำขอโทษ
5. การขออนุญาตและขอความช่วยเหลือ
6. การพูดเมื่อฟังไม่เข้าใจ
7. การถามทาง
8. สถานที่ท่องเที่ยว และอื่นอันเป็นต้น และสุนันทา แก้วพันธ์ช่วง (2553: 53-61) กล่าวว่ากลุ่มอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวคือพ่อค้า แม่ค้า และผู้ประกอบการร้านอาหารมีความต้องการใช้ภาษาอังกฤษหัวข้อต่อไปนี้คือ
1. การทักทาย
2. การโต้ตอบ
3. การเชิญลูกค้าเข้าร้าน
4. การแนะนำสินค้าต่างๆ
5. การบอกลักษณะสินค้า
6. การต่อรองราคา
7. การลดราคา
8. การคิดเงินทอน
9. การถามเกี่ยวกับปริมาณความต้องการในการซื้อสินค้า
10. การพูดเพื่อเป็นทางเลือกสำหรับลูกค้าในการตัดสินใจซื้อ
11. การแนะนำรายการอาหาร
12. การเชิญลูกค้าเข้าร้าน
13. การบอกราคาค่าอาหาร
14. การบอกชื่อรายการอาหาร

ส่วนความต้องการนวัตกรรมท้องถิ่นนั้น สุนันทา แก้วพันธ์ช่วง, 2553: 70) สื่อหรืออุปกรณ์ในการส่งเสริมการใช้ภาษาอังกฤษที่มีขนาดเล็ก ประเภทหนังสือเล่มเล็กหรือหนังสือพกพา (Pocket book) ฉบับกระเป๋ามีขนาดเล็ก สะดวกต่อการพกพาเป็นที่ต้องการของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด พร้อมทั้งมีคำอ่านภาษาไทยกำกับไว้ และอัญชลี อดิแพทย์ (2553: 55) กล่าวว่ารูปแบบการรู้ที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร คือการทำสมุดบันทึกส่วนตัว การใช้สมุดภาพคำศัพท์บทสนทนา เทปบันทึกเสียงหรือ CD/VCD ฝึกพูด

ด้วยตัวเอง และโครงการเรียนรู้รายบุคคล โดยผู้ใช้บริการ ต้องการสมุดภาพคำศัพท์สนทนามากที่สุด โดยสมุดภาพนั้นควรประกอบด้วยคำศัพท์หรือคำอธิบายที่มีทั้งภาษาอังกฤษและภาษาไทย แต่ละเล่มจัดทำเป็นชุดแยกตามกลุ่มอาชีพ นอกจากคำศัพท์แล้ว การจัดทำเอกสารภาษาอังกฤษฉบับย่อเพื่ออธิบายสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ของชุมชน หรือประวัติย่อๆ ของสถานที่สำคัญในชุมชน และมัตนา มีมาก, 2545 (www.culi.chula.ac.th/e-Journal/rsearch_01.ht) กล่าวว่าหนังสือหรือคู่มือที่ใช้ในการเรียนการสอนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสำหรับตำรวจท่องเที่ยวควรจะเป็นแบบเรียนหรือจัดทำขึ้นมาเองโดยจำลองมาจากเนื้อหาและสถานการณ์จริง (in house: Authentic Materials) เพื่อที่ว่าเนื้อหาหรือวิธีการสอนที่ปรากฏในแบบเรียนนั้นจะสอดคล้องกับความต้องการและความจำเป็นในการใช้ภาษาอังกฤษของตำรวจท่องเที่ยวมากที่สุด

แนวคิดเรื่องการเรียนรู้ด้วยตัวเอง

การเรียนรู้ด้วยตนเอง คือการเรียนรู้ที่เกิดจากแรงจูงใจของแต่ละบุคคล เหมาะสมกับสภาวะการณ์ของสังคมปัจจุบัน ความสำเร็จของการเรียนรู้ด้วยตนเองนั้นมีเงื่อนไขและปัจจัยหลักอยู่ที่ตัวผู้เรียน ที่ต้องมีวินัย ความมุ่งมั่นและนิสัยใฝ่เรียน ใฝ่รู้ ดังนั้น การเรียนรู้ด้วยตนเองและการเรียนรู้ตลอดชีวิตจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยสถาบันทางสังคมทุกภาคส่วน โดยเฉพาะครอบครัวและสถานศึกษาที่ส่งเสริมหรือจูงใจให้เกิดการเรียนรู้ การเรียนรู้ได้ด้วยตนเองถือว่าสุดยอดของการเรียนรู้ การจะสร้างกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองได้ โดยมากมักจะเริ่มต้นการเรียนรู้จากสิ่งที่คุณเองรักและชอบก่อน ซึ่งจะเป็นตัวปลุกเร้าให้เกิดความสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้ในรายละเอียดต่อไป (หัสชัย สิทธิรักษ์, 2013: Online)

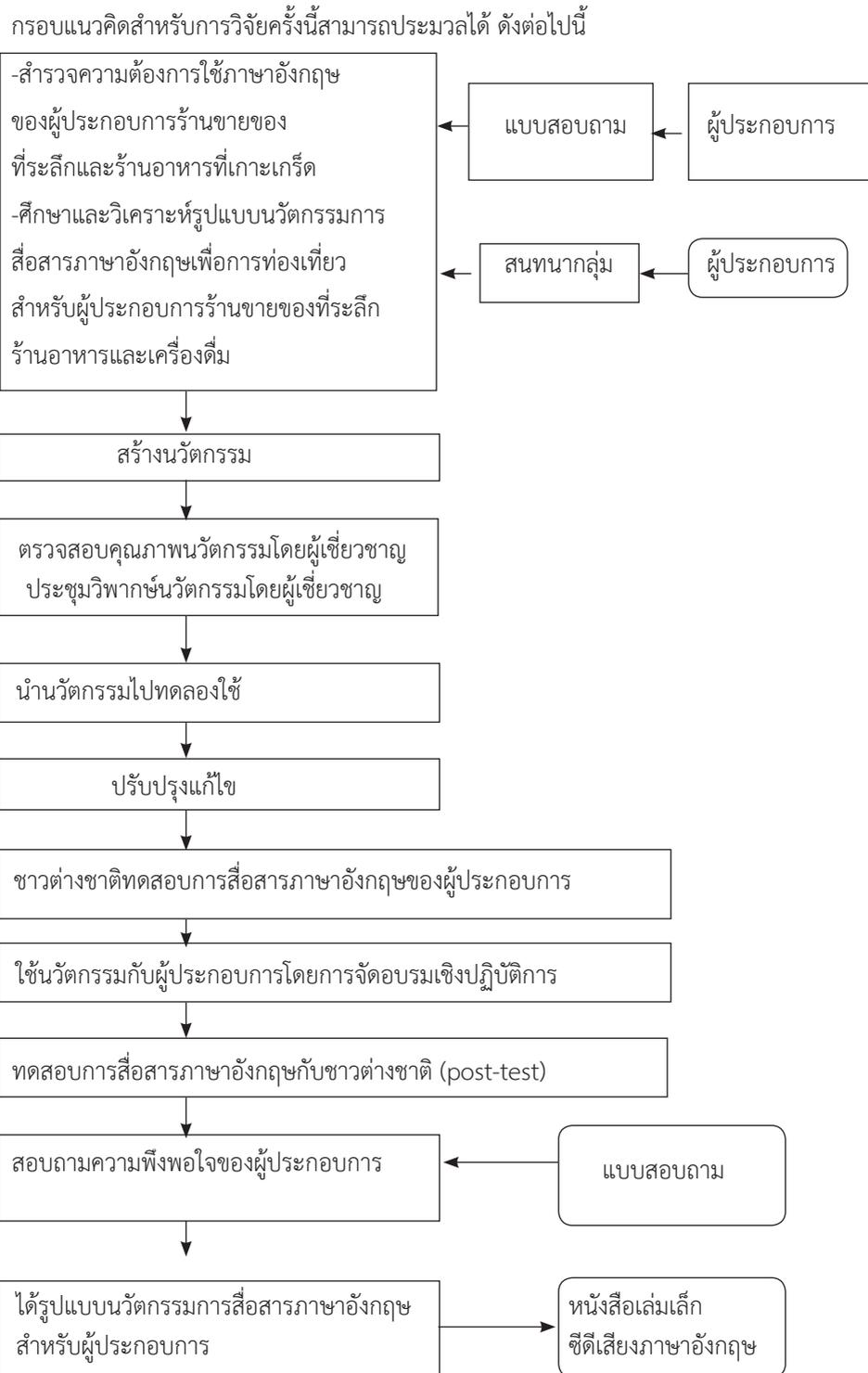
ในสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลง ข่าวสารข้อมูลต่างๆ ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตและการตัดสินใจของผู้คนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้ที่สามารถเข้าถึง และมีความแม่นยำของข่าวสารและข้อมูลมากกว่า จะตัดสินใจในสิ่งต่างๆ ได้เหมาะสมและถูกต้อง การรับรู้ข่าวสารและข้อมูลเหล่านี้เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเรียนรู้ตลอดชีวิตบนพื้นฐานของการเรียนรู้ด้วยตนเอง การเรียนรู้ด้วยตนเอง มี

แนวคิดพื้นฐานมาจากทฤษฎีกลุ่มมนุษยนิยม (Humanism) ซึ่งเชื่อในเรื่องความเป็นอิสระ และความเป็นตัวของตัวเองของมนุษย์ที่ว่ามีมนุษย์ทุกคนเกิดมาพร้อมกับความดี มีความเป็นอิสระ เป็นตัวของตัวเอง สามารถหาทางเลือกของตนเอง มีศักยภาพและพัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างไม่มีขีดจำกัด มีความรับผิดชอบต่อตนเองและต่อผู้อื่น ซึ่งเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับนักจิตวิทยามนุษยนิยม (Humanistic Psychology) ที่ให้ความสำคัญในฐานะที่ผู้เรียนเป็นปัจเจกบุคคล และมีแนวคิดที่ว่า มนุษย์ทุกคนมีศักยภาพ และมีความโน้มเอียงที่จะใฝ่ใจ ใฝ่รู้ ขวนขวายเรียนรู้ด้วยตนเอง มนุษย์สามารถรับผิดชอบพฤติกรรมของตนเองและถือว่าตนเองเป็นคนที่มีความค่า (<http://www.banprak-nfe.com/webboard/index.php?topic=463.0>)

กระบวนการการเรียนรู้ด้วยตนเองเริ่มจากการประเมินความต้องการของตนเอง (Assessing Needs) แล้วกำหนดจุดมุ่งหมาย (Setting goals) กำหนดสิ่งที่ต้องการเรียนรู้ (Specifying learning content) โดยกำหนดระดับความยากง่าย ชนิดของสิ่งที่ต้องการเรียน พิจารณาเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการเรียน ความต้องการความช่วยเหลือ แหล่งทรัพยากร ประสบการณ์ที่จำเป็นในการเรียน รูปแบบการเรียนรู้ด้วยตนเองมีหลายลักษณะ เช่น การทำสมุดบันทึกส่วนตัว เพื่อใช้บันทึกข้อมูล ความคิดเรื่องราวต่างๆ ที่เราได้เรียนรู้หรือ เกิดขึ้นในสมองของเรา เป็นการเก็บสะสมเพิ่มพูนความคิดเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยไว้เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาเพิ่มเติมต่อยอดให้กว้างไกลออกไปโดยกำหนดวางแผนโครงการเรียนรู้รายบุคคล

การเรียนรู้ด้วยตนเองเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมาก เพราะจะทำให้กลายเป็นคนที่ขยันแสวงหาความรู้ใส่ตัวเอง และความรู้ที่ได้มาอาจจะนำมาใช้ประโยชน์ได้เมื่อมีความจำเป็น เพราะการเรียนรู้ด้วยตนเองเป็นสิ่งที่ไม่ ยากถ้ามีความขยันหมั่นเพียร การเรียนรู้ด้วยตนเองมีหลากหลายวิธีการขึ้นอยู่กับความสามารถและความสนใจของแต่ละบุคคล (อัญชลี อติแพทย์, 2553:21-22)

กรอบดำเนินงานวิจัย



ภาพ 1 กรอบดำเนินงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้แก่ 1) แบบสอบถาม 2) แบบประเมินความสามารถด้านการฟังและการพูด 3) แบบประเมินนวัตกรรมผู้เชี่ยวชาญ 4) นวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว 5) แบบประเมินความพึงพอใจ

ขั้นตอนการเก็บข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้

- 3.1 นำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อศึกษาความต้องการพื้นฐานด้านเนื้อหาและสื่อที่เหมาะสม
- 3.2 นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาเป็นแนวทางสร้างสื่อ นวัตกรรม การสื่อสารภาษาอังกฤษ
- 3.3 เสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและประเมิน นวัตกรรม การสื่อสารภาษาอังกฤษ และปรับปรุงสื่อ นวัตกรรม และนำเสนอ นวัตกรรม การสื่อสารภาษาอังกฤษให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพ
- 3.4 นำเสนอ นวัตกรรม การสื่อสารภาษาอังกฤษให้ผู้ประกอบการ และผู้เกี่ยวข้องประเมินคุณภาพ
- 3.5 ปรับปรุงเนื้อหาใน นวัตกรรม การสื่อสารภาษาอังกฤษฉบับสมบูรณ์ตามผลการประเมินและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ด้าน คือ

- 4.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการเนื้อหาใน นวัตกรรม การสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่เกาะเกร็ด และหาค่าร้อยละของความต้องการ ค่าเฉลี่ยความต้องการหัวข้อ (X) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) นำผลที่ได้มาวิเคราะห์สำหรับเป็นแนวทางในการสร้าง นวัตกรรม การสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่เกาะเกร็ด

ข้อมูลเชิงปริมาณ ด้านการวิเคราะห์คุณภาพและความเหมาะสมของ นวัตกรรม การสื่อสารภาษาอังกฤษโดยศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการด้านรูปเล่มเนื้อหาและสื่อ รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญในการประเมินทักษะการฟังและพูดภาษาอังกฤษ โดยหาค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

4.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นการวิเคราะห์เนื้อหา ซึ่งเป็นการบรรยายเชิงสรุปของประเด็นเนื้อหาต่างๆ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 สถิติที่ใช้ในการศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการโดยใช้วิธีการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่เกาะเกร็ด จะใช้ค่าเฉลี่ยเทียบกับเกณฑ์การประเมินดังนี้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 – 5.00 หมายความว่า พึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 – 4.50 หมายความว่า พึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 – 3.50 หมายความว่า พึงพอใจปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.51 – 2.50 หมายความว่า พึงพอใจน้อย และค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 – 1.50 หมายความว่า พึงพอใจน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ผู้ประกอบการมีความต้องการเกี่ยวกับเนื้อหาเพื่อฝึกทักษะภาษาอังกฤษมากที่สุด คำศัพท์และบทสนทนา เฉพาะสำหรับการค้าขาย ($x=4.53$) และ คำอ่านภาษาไทย ประกอบ ($x=4.57$) และด้าน นวัตกรรม การเรียนภาษาอังกฤษที่มีความเหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการนั้นเรียงจากมากไปหาน้อยคือ หนังสือเล่มเล็ก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 เทปเสียงซีดีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 แผ่นพับได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 นวัตกรรมรูปแบบอื่นๆ ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และ วิดีโอเทปมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ 3.46 ดังตารางที่ 1 และ 2

ตาราง 1 ความต้องการเนื้อหาเพื่อฝึกทักษะภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก

ความต้องการเนื้อหาเพื่อฝึกทักษะภาษาอังกฤษ	M	SD
1 คำศัพท์และการสนทนาทั่วไปไม่มีความจำเป็นในการฝึกทักษะภาษาอังกฤษ	4.16	0.96
2 คำศัพท์เฉพาะสำหรับการค้าขายมีความจำเป็นในการฝึกทักษะภาษาอังกฤษ	4.36	0.77
3 บทสนทนาเฉพาะสำหรับการค้าขายมีความจำเป็นในการฝึกทักษะภาษาอังกฤษ	4.47	0.82
4 คำศัพท์และบทสนทนาเฉพาะสำหรับการค้าขายมีความจำเป็นในการฝึกทักษะภาษาอังกฤษ	4.53	0.78
5 หลักไวยากรณ์มีความจำเป็นในการฝึกทักษะภาษาอังกฤษ	3.74	1.15
6 เนื้อหาอื่นๆ มีความจำเป็นในการฝึกทักษะภาษาอังกฤษ	3.82	1.07
7 คำอ่านภาษาไทยมีความจำเป็นในการฝึกทักษะภาษาอังกฤษ	4.57	0.69
8 บทแปลภาษาไทยมีความจำเป็นในการฝึกทักษะภาษาอังกฤษ	4.41	0.75

ตาราง 2 ความต้องการนวัตกรรมการเรียนภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก

ความต้องการนวัตกรรมการเรียนภาษาอังกฤษที่มีความเหมาะสม	M	SD
1 หนังสือเล่มเล็กมีความเหมาะสมสำหรับการฝึกฝนทักษะภาษาอังกฤษ	4.58	0.72
2 เทปเสียงซีดีมีความเหมาะสมสำหรับการฝึกฝนทักษะภาษาอังกฤษ	4.15	0.77
3 แผ่นพับมีความเหมาะสมสำหรับการฝึกฝนทักษะภาษาอังกฤษ	4.01	0.8
4 วิดีโอเทปมีความเหมาะสมสำหรับการฝึกฝนทักษะภาษาอังกฤษ	3.46	1.03
5 นวัตกรรมรูปแบบอื่นๆ มีความเหมาะสมสำหรับการฝึกฝนทักษะภาษาอังกฤษ	3.63	0.58

2. ผลการพัฒนาวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษ

ได้กำหนดโครงสร้างเนื้อหาที่ได้ทำปรับปรุงและตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ ผลปรากฏว่าความสอดคล้องของเนื้อหาในแต่ละขั้นตอนมีข้อค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง .067-1.00 โดยมีข้อเสนอแนะให้ย่อเนื้อหาให้กระชับขึ้นในส่วนของการทักทาย และเพิ่มเติมคำศัพท์ ปรับแก้เครื่องหมายวรรคตอน เนื้อหาครอบคลุมหัวข้อ เช่น การทักทายและต้อนรับ การปฏิเสธอย่างสุภาพ การขอชมสินค้า การแนะนำเกี่ยวกับสินค้า การสอบถามความต้องการของ

ลูกค้า การถามหาสินค้าและสอบถามราคา การบอกราคา สินค้าและอัตราแลกเปลี่ยนการโน้มน้าวให้ซื้อสินค้า การบอกคุณลักษณะของสินค้า การชมลูกค้า การบอกวิธีใช้สินค้า การต่อรองราคาสินค้า การคิดเงินและทอนเงิน การขอและให้ความช่วยเหลือ การขอใ้ลูกค้าพูดซ้ำ การถามและบอกทิศทางการอธิบายขั้นตอนการทำสินค้า การสั่งอาหารและเครื่องดื่ม การกล่าวขอบคุณ เป็นต้น และในแต่ละหัวข้อประกอบด้วยบทสนทนา คำถ่ายเสียงภาษาไทย คำแปลภาษาไทย และคำศัพท์และสำนวน นอกจากนี้มี CD เพื่อการฝึกฝนภาษาอังกฤษ

นวัตกรรมนี้เป็นการพัฒนาขึ้นมาใหม่โดยผ่านกระบวนการวิจัย เอื้อต่อการเรียนรู้ของผู้เรียนและก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในแง่ของการสร้างรายได้และการคงไว้ซึ่งคุณค่าเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตชุมชนในเกาะเกร็ด

3. ผลการทดลองใช้นวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษ

ผู้วิจัยได้นำนวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก ที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยทดลองกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 20 คน รวมระยะเวลาในการใช้นวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษจำนวน 4 สัปดาห์ ได้มีการทำการทดสอบ ก่อนการใช้นวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษและหลังการใช้นวัตกรรมภาษาอังกฤษ โดยชาวต่างชาติ จากการประเมินทักษะการฟังและพูดภาษาอังกฤษพบว่า ผลสัมฤทธิ์ด้านการฟังของผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหาร และเครื่องดื่มมีความแตกต่างกันในช่วงก่อนใช้นวัตกรรมและหลังการใช้นวัตกรรมในทุกๆ ด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางถึงมาก พบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุด คือการสื่อสารทั้งทางวีจันภาษาและอวีจันภาษา ($x = 3.90$) รองลงมาคือการจับประเด็น ($x = 3.60$) ความเข้าใจสาระและใจความ ($x = 3.65$) และการตอบโต้ ($x = 3.35$) และเพื่อพิจารณาผลต่างจะเห็นได้ชัดเจนผู้ประกอบการมีการพัฒนามากที่สุดในเรื่องของการจับประเด็น รองลงมาคือการสื่อสารทั้งด้านวีจันภาษาและอวีจันภาษา ความเข้าใจสาระและใจความ และการตอบโต้ นอกจากนี้พบว่าผลสัมฤทธิ์ด้านการพูดของผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหาร และเครื่องดื่มนั้นมีความแตกต่างกันในช่วงก่อนใช้นวัตกรรมและหลังการใช้นวัตกรรมในทุกๆ องค์ประกอบ โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางถึงระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ คำศัพท์ ($X = 3.52$) การออกเสียง น้ำเสียง ($x = 3.30$) ความคล่องแคล่วในการเรียบเรียง ($X = 3.25$) และไวยากรณ์ ($X = 3.17$) และการแสดงท่าทางประกอบการสนทนา ($X = 3.10$) และเมื่อพิจารณาจากผลต่างพบว่าค่าเฉลี่ยที่เพิ่มขึ้นหลังการทดลองใช้นวัตกรรมการสื่อสารมีค่าผลต่างมากขึ้นใกล้เคียงกันในทุกองค์ประกอบ ในขณะที่การแสดงท่าทางประกอบการสนทนามีผลต่างของค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ที่ 1.20

4. ผลการประเมินความพึงพอใจต่อนวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษ

4.1 โดยภาพรวมผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจต่อนวัตกรรมในระดับมากที่สุดทั้งทางด้านรูปเล่ม เนื้อหา และสื่อตั้งนี้ เนื้อหาสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ ($x = 4.60$) เนื้อหาที่มีความทันสมัย ($x = 4.65$) และมีการเรียงลำดับเนื้อหาจากง่ายไปยาก เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน ($x = 4.55$) และผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในระดับมากในความครอบคลุม ครบถ้วนของเนื้อหา ด้านรูปเล่มสวยงามน่าอ่าน ($x = 4.55$) ความสะดวกพกพา น้ำหนักเบา และขนาดกระทัดรัด สื่อมีการออกแบบสวยงาม ($x = 4.40$) ด้านคุณภาพเสียงชัดและความสะดวกในการพกพาและบทสนทนาชัดเจน ($x = 4.25$)

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การสำรวจความต้องการของผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหารและเครื่องดื่มที่เกาะเกร็ดเพื่อนำผลมาสร้างนวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษซึ่งครอบคลุมเนื้อหา และหัวข้อรวมไปถึงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ประกอบการที่เกาะเกร็ด มีผลการวิจัยที่นำมาอภิปรายดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในการพัฒนาทักษะการฟังและการพูดภาษาอังกฤษมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับอัญชลี อติแพทย์ ที่กล่าวว่าความต้องการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ให้บริการที่ตำบลท่าคา อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสงคราม คือทักษะการฟังและทักษะการพูด และใกล้เคียงกับฮาเหม อิบบราฮิม อัลโต (2557) ที่พบว่าทักษะการพูดและการฟังภาษาอังกฤษมีความจำเป็นมากที่สุดในการทำงานของตำรวจท่องเที่ยวจอร์แดน รองลงมาคือการอ่านและการเขียน และจากงานวิจัยของนามิน ประชานันท์ (2555) ที่พบว่าทักษะการพูดและการฟังมีความจำเป็นในการทำงานสำหรับของบุคลากรท่องเที่ยวที่ทำงานในบริษัททัวร์ 5 แห่งกรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต สมุยและพัทยา รองลงมาคือทักษะการอ่านและการเขียน ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าสื่อที่มีความเหมาะสมในการเรียนรู้ด้วยตนเองมากที่สุดคือ สมุดเล่มเล็กซึ่งสะดวกในการพกพา กะทัดรัด ซึ่งสอดคล้องกับสุนันทา แก้วพันธ์ ช่วงที่กล่าวว่าความต้องการนวัตกรรมที่ท้องถิ่นสื่อหรืออุปกรณ์ในการส่งเสริมการใช้ภาษาอังกฤษที่มีขนาดเล็ก

ประเภทหนังสือเล่มเล็ก หรือหนังสือพกพา (Pocket book) ฉบับกระเปาะที่มีขนาดกะทัดรัด สะดวกต่อการพกพาเป็นที่ต้องการของบุคลากรท่องเที่ยวมากที่สุด

2. นวัตกรรมดังกล่าวกำหนดโดยความต้องการของผู้เรียนโดยเป็นการเรียนภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ จึงสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่ใช้นวัตกรรมได้ เพราะเนื้อหา และรูปแบบนวัตกรรมกำหนดโดยความต้องการผู้เรียนที่เน้นบริบทด้านการค้าขาย การประกอบอาชีพของผู้เรียนซึ่งต้องการสื่อสารกับลูกค้าในสถานการณ์ต่างๆ เช่น การปฏิเสธอย่างสุภาพ การขอชมสินค้า การแนะนำเกี่ยวกับสินค้า การสอบถามความต้องการของลูกค้า การถามหาสินค้าและสอบถามราคา การบอกราคาสินค้าและอัตราแลกเปลี่ยน และการโน้มน้าวให้ซื้อสินค้า การกล่าวทักทาย การสอบถามความต้องการของลูกค้า การกล่าวปฏิเสธอย่างสุภาพ การกล่าวแสดงความขอบคุณและการลาการบอกราคาสินค้าและอัตราแลกเปลี่ยน การโน้มน้าวให้ซื้อสินค้า และอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการเรียนภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะของอัทชินสัน ซึ่งกล่าวว่า การเรียนภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะต่างจากการเรียนทั่วไป โดยผู้เรียนส่วนใหญ่จะเป็นผู้ใหญ่ และมีกำหนดระยะเวลาที่แน่นอน นอกจากนี้เนื้อหาที่เหมาะสมกับระดับของผู้เรียนซึ่งสอดคล้องกับอัทชินสันที่กล่าวว่ากระบวนการในการเรียนภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะเริ่มจากความต้องการเรียนรู้ของผู้เรียนเป็นสำคัญและเน้น ที่ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียนเป็นขั้นตอนแรกในกระบวนการในการออกแบบหลักสูตรที่มุ่งเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

3. การประเมินผลความพึงพอใจในด้านรูปเล่มเนื้อหา และสื่อมีผลการประเมินความพึงพอใจในระดับสูงจากผู้ประกอบการเพราะว่ากระบวนการให้ได้มานวัตกรรมสื่อสารภาษาอังกฤษเป็นไปตามขั้นตอนการสร้างนวัตกรรมโดยสุนันทา แก้วพันธ์ช่วง คือมีการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาความต้องการของกลุ่มตัวอย่างตรวจสอบเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญในการสร้างนวัตกรรมมีการแก้ไขปรับปรุงเพื่อนำไปทดลองใช้ตลอดจนประเมินผล

และใกล้เคียงกับสุนันทา สมุทรประเสริฐ และมนสิข สิทธิสมบูรณ์ ที่ให้ภาพรวมของขั้นตอนในการพัฒนาสื่อการเรียนการสอนไว้ว่าประกอบด้วยการสร้าง ทดลองใช้ และประเมินผล การที่ผลสัมฤทธิ์ในการเรียนของผู้ประกอบการที่เกาะเกิร์ตสูงขึ้นอาจเป็นเพราะว่าผู้เรียนมีความสนใจ และสามารถเรียนรู้ได้ตลอดเวลา และต้องการเปลี่ยนแปลงตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับหัสชัย สิทธิรักษ์ (2013: Online) ที่กล่าวว่า การเรียนรู้เกิดจากแรงจูงใจข้างในและผู้เรียนต้องมีความมุ่งมั่นจึงจะเกิดการเรียนรู้ที่ดี

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

เห็นสมควรให้สถานศึกษาและ/หรือหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลชุมชน หรือท้องถิ่นในแต่ละจังหวัดไปวางนโยบายเรื่องการพัฒนา ฝึกอบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษให้กับบุคลากรท่องเที่ยวทุกกลุ่มอาชีพ ซึ่งต้องใช้ภาษาอังกฤษในการหารายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ข้อเสนอแนะสำหรับปฏิบัติ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรนำนวัตกรรมสื่อสารภาษาอังกฤษไปพัฒนาบุคลากรในพื้นที่ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันทั้งในเรื่องของประชากร และที่ตั้ง
2. ควรนำสื่อนวัตกรรมไปพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเช่น การจัดการฝึกอบรมผู้ประกอบการ ร้านค้า ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป

ควรขยายผลการวิจัยนี้โดยทำวิจัยแบบอื่นๆ เช่น วิจัยส่วนบุคคลด้านอื่นๆ อาทิ อายุ ระดับการศึกษาต่างกัน มีผลต่อความต้องการนวัตกรรมสื่อสารภาษาอังกฤษแตกต่างกันหรือไม่

เอกสารอ้างอิง

- ปราณี กุลละวณิช และ สุวรรณีย์ สุรเสียงสังข์. (2549). *โครงการการศึกษาการจัดการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศ และความต้องการภาษาต่างประเทศ ในภาคกลาง ภาคตะวันตก และภาคตะวันออกของไทย: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- ปัทมา สุวรรณเทศ. (2555). *การสร้างคู่มือภาษาอังกฤษเบื้องต้นสำหรับผู้ประกอบการโฮมสเตย์บ้านนาทุ่มหนามแห่งอำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.*
- มณฑนา มีมาก. (2545). *การวิเคราะห์ความต้องการและปัญหาในการใช้ภาษาอังกฤษของตำรวจท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร: ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย. (Online). วันที่สืบค้น 12 มีนาคม 2557 จาก http://www.tnri.in.th/2557/?page=result_search&record_id=237860*
- มนสิข สิทธิสมบูรณ์. (2549). *การพัฒนาวัตกรรมการศึกษา. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.*
- วัชรินทร์ นุตยกุล. (2554). *ปัญหาการสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวต่างชาติกับผู้ค้าแผงลอยและร้านค้าของชาวไทย ย่านเกาะเกร็ด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเชิงธุรกิจ และอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.*
- สุนันทา แก้วพันธ์ช่วง. (2553). *การพัฒนาความสามารถด้านการพูดภาษาอังกฤษ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยใช้กิจกรรมทางภาษาเพื่อการสื่อสาร. โรงเรียนเซเลเวียวิทยาคม สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา เลย เขต2.*
- สุนันทา สมุทรประเสริฐ. (2547). *การสร้างสื่อการสอนและนวัตกรรมการเรียนรู้สู่การพัฒนาผู้เรียน ราชบุรี: ธรรมรักษ์การพิมพ์.*
- อัจฉรา จันทร์ฉาย. (2553. ตุลาคม-ธันวาคม). *ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.วารสารบริหารธุรกิจ. 33(128): 49-65*
- อัทธ์ พิศาลวานิช. (2556) *บทวิเคราะห์เรื่องสถานการณ์การท่องเที่ยวในอาเซียนและศักยภาพการท่องเที่ยว ของไทย ภายใต้ AEC ศูนย์ศึกษาการค้ำระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย สืบค้นวันที่ 29 พฤศจิกายน 2557, จาก http://www.thaichamber.org/userfiles/file/travel_aec.pdf.*

References

- Attiprat, Anchari . (2010: Abstract) *The Pattern of Self-Directed Learning by using Communicative English for Nature Tourism at Tambon Taka, Amphur Ampawa, Samuthsongkram Province. (in Thai)*
- Chanchai, Atchara. (2010) *Terms and Classifications on Innovation and the Innovation Capability of the Entrepreneurs.* Thammasart Business School. Thammasart University. *Journal of Business.* October –December .Volume 33 (128), pp. 49-65 (in Thai)
- Hatem Ibrahim Aldohon .(2014) *English for Specific Purposes (ESP) for Jordanian Tourist Police in Their Workplace: Needs and Problems , International Education Studies; Vol. 7, No. 11; 2014 ISSN 1913-9020 E-ISSN 1913-9039 : Canadian Center of Science and Education*
- Hutchinson & Waters.(2010). *English for Specific Purposes A learning-centred approach.* Cambridge University Press.
- Jordan, P.R. (1997). *English for academic purposes: A guide and resource book for teachers.* Cambridge: Cambridge University Press

- Kaewpanchaung, Sunanta. (2010). *Using Communicative Activities to develop English Speaking Skill for Mahtayom Suksa IV students*. Selikomwittayakom School. Lei province. (in Thai)
- Meemark, Muntana. (2002). *An Analysis of Needs and Problems of English for Tourist Police*. Bangkok: Thailis. (Online). Retrieved March 12, 2015 from http://www.tnrr.in.th/2557/?page=result_search&record_id=237860. (in Thai)
- Nawamin Prachanat. (2012). *Needs Analysis on English Language Use in Tourism Industry*, The 8th International Language for Specific Purposes (LSP) Seminar - Aligning Theoretical Knowledge with Professional Practice, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 66 (2012) 117 – 125 1877-0428, Language Academy, Universiti Teknologi Malaysia: Elsevier Ltd
- Nunan, D (1988). *The learner Centered Curriculum* Cambridge, Cambridge University Press
- Nutthayakul, Watcharin. (2011). *The Problems of Communication between Foreigners and Local Vendors at Koh Kret*. English for Business Communication and Industrial . King Mongkut's University of Technology North Bangkok. (in Thai).
- Pisanwanich, Art. (2013). *An Analysis of Tourism in ASEAN and Potential of Tourism in the Southern of Thailand under the AEC*. the Center for International Trade Studies .Unitversity of the Thai Chamber of commerce. retrived November 29, 2014 , from http://www.thaichamber.org/userfiles/file/travel_aec.pdf. (in Thai)
- Robinson.P.(1990). *ESP Today: A Practitioner's Guild*. Hemel Hempstead: Prentice Hall.
- Samuthprasert, Sunantha. (2004). *Multimedia for learning and learning innovation*. Ratchaburi: Thammarak Printing.(in Thai)
- Sitthirak, Hasachai. (2013) *Self -directed Learning*. (Online). Retrieved April 14, 2015 from <http://www.gotoknow.org/posts/168844>. (in Thai)
- Sitthisomboon, Monsith. (2006). *The Development of Educational Innovation*. Faculty of Educaion. Naresuan Univerty. (in Thai)
- Stevens. P (1988). *ESP after twenty years: A re-appraisal*. in M.Tickoo(Ed.),*ESP: State of the Art* (1-13) SEAMEO Language Center
- Suwannates, Pattama. (2012). *The Construction of English Manual for Homestay Entrepreneurs at Baannatum-Namthang, Amphur Dangsai , Lei Province*. Academic Jounal Phanakorn Rajabhat University. (in Thai)
- Hatem Ibrahim Aldohon .(2014) *English for Specific Purposes (ESP) for Jordanian Tourist Police in Their Workplace: Needs and Problems* , *International Education Studies*; Vol. 7, No. 11; 2014 ISSN 1913-9020 E-ISSN 1913-9039 : Canadian Center of Science and Education
- Hutchinson & Waters. (2010) *English for Specific Purposes A learning-centred approach*. Cambridge University Press.
- Jordan, P.R. (1997). *English for academic purposes: A guide and resource book for teachers*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Nawamin Prachanat. (2012) *Needs Analysis on English Language Use in Tourism Industry*, The 8th International Language for Specific Purposes (LSP) Seminar - Aligning Theoretical Knowledge with Professional Practice, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 66 (2012) 117 – 125 1877-0428, Language Academy, Universiti Teknologi Malaysia: Elsevier Ltd
- Nunan, D. (1988). *The learner Centered Curriculum* Cambridge, Cambridge University Press
- Robinson, P. (1990). *ESP Today: A Practitioner's Guild*. Hemel Hempstead: Prentice Hall Jordan, P.R.
- (1997). *English for academic purposes: A guide and resource book for teachers*. Cambridge: Cambridge University Press
- Stevens, P. (1988). *ESP after twenty years: A re-appraisal*. in M. Tickoo (Ed.), *ESP: State of the Art (1-13)* SEAMEO Language Center.