

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการการศึกษาวิเคราะห์ความต้องการในการใช้ภาษาอังกฤษ ของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัย

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมพ์ภาภรณ์ สุวัตติกุล
- อาจารย์ชุติมา ศรีชาย

สังกัด

- โครงการสถาบันภาษา
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต
- โครงการสถาบันภาษา
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต

สนับสนุนโดย

โครงการจัดตั้งศูนย์พัฒนาความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ

สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการในการใช้ภาษาอังกฤษสำหรับการปฏิบัติงานของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและเพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดทำหลักสูตรและแผนการฝึกอบรมภาษาอังกฤษของบุคลากรในอุตสาหกรรมนี้ ทั้งนี้เพื่อให้หลักสูตรการจัดฝึกอบรมสามารถสร้างบุคลากรให้สามารถใช้ภาษาอังกฤษในระดับที่แข่งขันกับตลาดการท่องเที่ยวอื่น ๆ ของโลกได้ ในการดำเนินการวิจัยได้เลือกใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพโดยได้สัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยสามกลุ่มจำนวน 77 คน ได้แก่ ผู้บริหารองค์กรที่มีภาระรับผิดชอบเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ผู้ปฏิบัติงานในหลายภาคส่วนของการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวตลอดจนชาวต่างชาติซึ่งต้องติดต่อประสานงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในสามแหล่งท่องเที่ยวหลักของประเทศ คือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และภูเก็ต จากการศึกษา สัมภาษณ์ และวิเคราะห์ความต้องการในการใช้ภาษาอังกฤษไปพร้อมๆ กับการศึกษาระดับความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของบุคลากรชาวไทยกลุ่มหลักๆ ของภาคการท่องเที่ยวและนำไปเทียบเคียงกับระดับความสามารถที่จะนำประเทศไปสู่การเป็น "เมืองท่องเที่ยวคุณภาพ" ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าบุคลากรไทยในภาคการท่องเที่ยวใช้ภาษาอังกฤษในระดับที่ไม่สูงมากนัก นอกจากนี้ยังได้พบด้วยว่าองค์ประกอบของการใช้ภาษาที่ชาวต่างชาติพูดถึงมากกว่าความสามารถของการใช้ภาษาคือ ยุทธวิธีในการสื่อสาร และทักษะทางการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ผลที่ได้รับจากการวิจัยได้ใช้เพื่อเสนอแนะกลยุทธ์ในการปรับปรุงและพัฒนาการเรียนการสอนภาษาอังกฤษทั้งนี้เพื่อให้ภาษาอังกฤษเป็นเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญในการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับคุณภาพการท่องเที่ยวของประเทศดังที่รัฐบาลได้วางตำแหน่งของประเทศไว้ อีกประเด็นหนึ่งที่ปรากฏในการศึกษาครั้งนี้ คือ การสร้างหลักสูตรที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาภาษาอังกฤษของบุคลากรชาวไทยในภาคการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับอุปสงค์นั้นจะมุ่งเน้นเฉพาะมิติทางด้านภาษา ยุทธวิธีและทักษะทางการสื่อสารเท่านั้นไม่เพียงพอ แต่จะต้องคำนึงถึงองค์รวมของการท่องเที่ยว คือ กลุ่มตลาด ทิศทางและแนวโน้มของการท่องเที่ยว เพราะสิ่งต่างๆ เหล่านี้คือตัวบ่งชี้ว่าบุคลากรของเราต้องใช้ภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวจากที่ไหน ต้องมีความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและรูปแบบวิธีการสื่อสารของกลุ่มนักท่องเที่ยวและตัวสินค้าท่องเที่ยวเหล่านั้นมากนักน้อยเพียงใด มีวงศัพท์และแบบแผนของภาษาอย่างไรที่จะต้องเรียนรู้ ประเด็นสุดท้ายที่ผู้รับผิดชอบในการจัดทำหลักสูตรจะต้องทำ คือ การประสานงานที่ใกล้ชิดระหว่างองค์กรและกลุ่มบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการจัดทำหลักสูตรฝึกอบรม พร้อมๆ กับการร่วมจัดทำโครงสร้างเครือข่ายของระบบการจัดการอบรม

คำหลัก : แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพระดับโลก

ความสามารถในการแข่งขัน

การวิเคราะห์ความต้องการในการใช้ภาษาอังกฤษ ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ
ยุทธวิธีในการสื่อสาร การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

	หน้า
สารบัญเรื่อง	i
สารบัญตาราง	iii
สารบัญแผนภูมิ	v
คำนำ	vii
กิตติกรรมประกาศ	ix
บทคัดย่อภาษาไทย	xi
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	xiii
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาของงานวิจัย	1
ปัญหาการวิจัย	1
ความสำคัญของปัญหาการวิจัย	3
วัตถุประสงค์โครงการ	5
ขอบเขตและการดำเนินการวิจัย	6
บทที่ 2 รายงานของวรรณคดี/เอกสารที่เกี่ยวข้อง	
ความต้องการในการใช้ภาษา การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม	9
ความสามารถในการใช้ภาษา และยุทธวิธีในการสื่อสาร	
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
- งานวิจัยในประเทศ	11
- งานวิจัยในต่างประเทศ	12
บทที่ 3 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
ผลสรุปของข้อมูล	17
- การตรวจสอบข้อมูล	17
- กลุ่มเป้าหมายและความจำเป็นในการใช้ภาษาอังกฤษของ	60
บุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	
- นโยบายในการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	61
ให้มีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ	
- ความสำเร็จของการจัดฝึกอบรมการใช้ภาษาอังกฤษสำหรับ	62
อุตสาหกรรมท่องเที่ยว	

-	หลักสูตรการจัดอบรมภาษาอังกฤษสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	62
-	ข้อจำกัดในการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	87
-	สรุปผลและข้อเสนอแนะที่จะนำไปสู่แนวทางการจัดทำอุทยานที่สอดคล้อง และการกำหนดมาตรฐานการฝึกอบรม	97
-	ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยเพิ่มเติม	101
บรรณานุกรม		103
ภาคผนวก		
	ผนวก ก ข้อมูลกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์	107
	ผนวก ข แบบสัมภาษณ์	105
	ผนวก ค การเทียบเคียงระดับคะแนนและระดับความสามารถของการสอบ TOEIC	129

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 กลยุทธ์ที่บุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องศึกษา	63
ตารางที่ 2 แรงจูงใจของบุคลากรภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาภาษา	66
ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยของความพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อการสื่อสาร ของคนไทยในสามมิติของการศึกษา	68
ตารางที่ 4 ความสามารถที่จำเป็นในทักษะต่าง ๆ ของการใช้ภาษาอังกฤษ	68
ตารางที่ 5 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวไทย จำแนกตามประเทศหลัก ปี พ.ศ. 2541-2543	71
ตารางที่ 6 เปรียบเทียบมาตรฐานที่คาดหวังและระดับความสามารถที่เป็นจริงของบุคลากรชาวไทย ในการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ	74
ตารางที่ 7 การจัดระดับความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ โดยการแปลค่าคะแนนสอบของ IELTS	77
ตารางที่ 8 จุดแข็งและจุดอ่อนของคนไทยในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม	83
ตารางที่ 9 ทิศทางการเพิ่มศักยภาพบุคลากรในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว	100

สารบัญแนภูมิ

	หน้า
แผนภูมิที่ 1 กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งเป็นตลาดหลักของไทย	72
แผนภูมิที่ 2 ความแตกต่างของการสื่อสารระหว่างคนในวัฒนธรรมของ High Context และ Low Context	81
แผนภูมิที่ 3 การรับ-ส่งสารและการเบี่ยงเบนของข้อมูล	82
แผนภูมิที่ 4 ขั้นตอนในการใช้ชุดเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยตนเอง	95

ความเป็นมาของงานวิจัย

จากการที่สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษาได้จัดตั้งโครงการศูนย์พัฒนาความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ เพื่อให้หน่วยงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์การศึกษาศึกษาภาพการแข่งขันและพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศ โดยที่ศูนย์นี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมและประสานบทบาทของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชน รวมทั้งองค์กรต่างประเทศในการให้บริการฝึกอบรมแก่กลุ่มเป้าหมายในลักษณะเครือข่ายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการปฏิบัติงานที่สำคัญ คือ วิเคราะห์ความต้องการในการใช้ภาษาอังกฤษและแผนการฝึกอบรมขององค์กรต่าง ๆ เพื่อประเมินสถานการณ์ด้านอุปสงค์และเพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการจัดทำและกำหนดมาตรฐานหลักสูตรในการจัดทำแผนการฝึกอบรมเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย จำนวน 6 กลุ่ม คือ อาหาร ยานยนต์ เทคโนโลยีสารสนเทศ แพชั่น ท่องเที่ยว และวิทยาศาสตร์สุขภาพ

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาความต้องการและความจำเป็นของการใช้ภาษาอังกฤษในกลุ่มอุตสาหกรรมทั้ง 6 กลุ่มข้างต้น โดยเน้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ นอกจากจะพยายามค้นหาความต้องการภาษาอังกฤษ ที่จำเป็นสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแล้ว คณะวิจัยยังได้นำข้อมูลที่ได้รับมาศึกษาประเด็นสำคัญของการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดทำมาตรฐานหลักสูตรและรูปแบบสำหรับการจัดฝึกอบรมภาษาอังกฤษที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งนี้เพื่อให้อุตสาหกรรมนี้สามารถยืนหยัดได้อย่างมั่นคงในโลกของการแข่งขัน

ปัญหาการวิจัย

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทในการสร้างรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ก่อให้เกิดการจ้างงาน และการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนในทุกระดับและทุกภูมิภาคของประเทศ นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการนำภาพลักษณ์ของประเทศไปยังประชาคมโลก แต่ผลที่จะได้รับจากการท่องเที่ยวดังที่กล่าวมานี้จะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยปัจจัยพื้นฐาน ปัจจัยผลักดันและปัจจัยเสริมหลายประการ เช่น ความเป็นธรรมชาติ และ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว (หาดทราย ชายทะเล ป่าเขา ฯลฯ) คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว (ความปลอดภัย การเข้าถึงทั้งในด้านกายภาพ คือ ถนนหนทาง และทางด้านการสื่อสาร เช่น ข้อมูลที่ถูกต้องทันสมัย สิ่งแวดล้อม ฯลฯ) การให้บริการ (น้ำใจไมตรี ภาษา

ความสามารถในการสื่อสารกับผู้คนจากต่างชาติต่างภาษา หรือ การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ฯลฯ)

การศึกษาวิจัยในเรื่องนี้เน้นปัจจัยซึ่งเป็นภาคส่วนที่สำคัญของการท่องเที่ยวปัจจัยหนึ่งคือ ปัจจัยด้านภาษา และมุ่งเน้นเฉพาะลงไปถึงความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว หรือ ชาวต่างชาติที่ต้องติดต่อเกี่ยวข้องกับบุคลากรชาวไทยในภาคการท่องเที่ยว การศึกษาเบื้องต้นได้พบว่าปัจจัยนี้ยังคงเป็นปัญหาสำคัญที่ชะลอการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวไทยให้ไปถึงเป้าหมายที่ประเทศได้วางไว้ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งมีสาระสำคัญ คือ “ให้การท่องเที่ยวไทยมีเอกลักษณ์ไทยในมาตรฐานสากลทั้งในด้านแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการ และการรักษาสิ่งแวดล้อม ในปี พ.ศ.2555” (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2544) และล่าสุดซึ่งรัฐบาลได้ประกาศเป้าหมายตามกรอบยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยให้วางรากฐานของประเทศมุ่งสู่การเป็น Tourism Capital of Asia¹ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพระดับโลก (World class destination) โดยให้ปรับตำแหน่งยุทธศาสตร์สู่ตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวคุณภาพ เพิ่มรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐและเอกชนไทย ส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกับประเทศพันธมิตรในภูมิภาค ส่งเสริมให้มีกระจายรายได้เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547)

ปัญหาของงานวิจัยนี้ คือ บุคลากรชาวไทยส่วนมากโดยเฉพาะกลุ่มที่อยู่ส่วนหน้าซึ่งต้องสื่อสารโดยตรงกับนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารผ่านการฟัง-พูด และการสื่อสารผ่านการเขียน มีภาษาไม่พอที่จะสื่อสารในระดับสากล ปัญหาเหล่านี้ได้มาจากข้อบ่งชี้จากงานศึกษาวิจัยที่ผ่านมา (World Travel & Tourism Council, 2004, Rittichainuwat, 2004, โครงการศึกษาการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย – รายงานสรุปสำหรับผู้บริหาร, 2546, พิมพ์ภรณ์ สุวัตติกุล, 2546, รุ่งทิพย์ ว่องปฏิบัติกร, 2542, พรพิมล เสนะวงศ์, 2541, เมตตา วิวัฒน์านุกุล, 2536) นอกจากนี้ข้อมูลจากการสำรวจเบื้องต้นของผู้วิจัยเองโดยการสังเกตและสอบถามชาวต่างชาติและกลุ่มผู้ให้บริการชาวไทยผนวกกับการมีส่วนร่วมในคณะกรรมการสอบเพื่อรับบัตรมัคคุเทศก์ต่างประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้พบเช่นกันว่าความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษโดยทั่ว ๆ ไปของ บุคลากรในภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในระดับที่ไม่สามารถแข่งขันได้ ทั้งงานวิจัยและการศึกษาเบื้องต้นมีข้อบ่งชี้ตรงกันว่า การขาดความรู้ความชำนาญด้านภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาอังกฤษเป็นจุดอ่อนที่สำคัญ ด้วยเหตุของปัญหาดังกล่าวการวิจัยนี้จึงจะมุ่งค้นหาปัญหาอุปสรรค และความต้องการของหน่วยงานและผู้ปฏิบัติขององค์กรหลักๆ ในภาคการท่องเที่ยวไปพร้อมๆ กับการหา

¹ คุณภราดา พยัคฆ์วิเชียร อดีตผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและปัจจุบันคือที่ปรึกษาของการท่องเที่ยวฯ ได้ให้ข้อคิดเห็นว่า การใช้คำว่า 'Capital' อาจจะทำให้เกิดความไม่พอใจในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านน่าจะเป็น 'Centre of Asia' มากกว่า

มาตรฐานระดับสากลในเชิงคุณภาพโดยใช้มุมมองจากชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในการสื่อสารกับบุคลากรชาวไทยในภาคส่วนสำคัญของการท่องเที่ยว เพื่อที่จะนำผลจากการศึกษาเป็นองค์ความรู้ในการเสนอแนะการสร้างหลักสูตรและการจัดอบรมบุคลากรที่เกี่ยวข้องเพื่อเตรียมทรัพยากรบุคคลให้พร้อมที่จะนำประเทศไปสู่เป้าหมายทางการท่องเที่ยวของประเทศ

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

รายได้จากการท่องเที่ยวเป็นรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญเป็นอันดับหนึ่งของประเทศมาตั้งแต่ปี 2533 จนถึงปี พ.ศ. 2540 ซึ่งเป็นปีที่ไทยใช้ระบบอัตราแลกเปลี่ยนแบบลอยตัวรายได้จากการท่องเที่ยวจึงลดลงเป็นอันดับสองรองจากการส่งออกเครื่องคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2544) ตัวเลขรายได้จากการท่องเที่ยวดังกล่าวได้รับการยืนยันจากรายงานโครงการศึกษาการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย (2546) ซึ่งชี้ให้เห็นเช่นเดียวกันว่าการท่องเที่ยวทำรายได้ให้ประเทศเป็นอันดับสองตลอด 5 ปีที่ผ่านมา แม้รายได้จากการท่องเที่ยวที่ทำเงินตราให้ประเทศจะลดจากอันดับที่หนึ่งลงมาอยู่ในลำดับที่สองแต่อัตราการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและเป็นส่วนประกอบสำคัญในผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศอีกด้วย

World Travel & Tourism Council คาดการณ์ว่า ตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2543 จนถึง ปี 2553 ประเทศไทยจะมีการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวเฉลี่ยร้อยละ 7.2 ต่อปี อันเนื่องจากการเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมายังประเทศไทยซึ่งจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.5 ต่อปี ผลิตภัณฑ์มวลรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องของไทย (Tourism Economy GDP) จะมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 12.7 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Total GDP) ในปี พ.ศ. 2553 และจะก่อให้เกิดการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมในระบบเศรษฐกิจจำนวน 4.8 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 13 ของกำลังแรงงานทั้งหมดของประเทศ

ทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่ผ่านมามีสถิติใกล้เคียงกับการคาดการณ์ ดังเช่นจำนวนนักท่องเที่ยว ณ สิ้นปี พ.ศ. 2545 อยู่ที่ 10.8 ล้านคน เพิ่มจากปี พ.ศ. 2544 ร้อยละ 7.33 แม้ในช่วงปี พ.ศ. 2546 จำนวนนักท่องเที่ยวได้ตกลงไปอยู่ที่ 10 ล้านคน ลดลงจากปี พ.ศ. 2545 ร้อยละ 7.36 อันเนื่องมาจากผลกระทบของการระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลัน (SARS) หลังจากนั้นทั้งองค์กรของรัฐและเอกชนโดยเฉพาะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้รณรงค์ทำแผนการตลาดโดยใช้กลยุทธ์การโฆษณาประชาสัมพันธ์ยกระดับภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็นประเทศที่ปลอดภัยจากโรคระบาด ขยายฐานลูกค้า แนะนำแหล่งท่องเที่ยวและกลุ่มตลาดท่องเที่ยวใหม่ ฯลฯ ซึ่งปรากฏว่าประสบผลสำเร็จและได้วางเป้าหมายทางการตลาดว่าในสิ้นปี พ.ศ. 2547 ประเทศไทยจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเพิ่มจากปี พ.ศ. 2546 ร้อยละ 13.40 โดยคาดหวังว่าจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทย จำนวน 11 ล้านคน

และทำรายได้จากตลาดต่างประเทศเพิ่มจากปี พ.ศ. 2546 ร้อยละ 17.40 โดยหวังว่าประเทศจะมีรายได้จากการท่องเที่ยวในสิ้นปี พ.ศ. 2547 จำนวน 340,000 ล้านบาท

การที่จะรักษาสถานะของตลาดและสามารถยืนหยัดอยู่ในโลกของการแข่งขันได้นั้น ศักยภาพด้านสังคมและเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวจะต้องแกร่งพอ องค์ประกอบที่สำคัญมากของความแข็งแกร่งนี้ คือศักยภาพของทรัพยากรบุคคล อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่จะสามารถยืนหยัดอยู่ในโลกของการแข่งขันได้ต้องการกำลังคนที่มีศักยภาพสูง World Travel & Tourism Council (WTTC). ก็ชี้ให้เห็นความสำคัญของเรื่องนี้เช่นกันดังตอนหนึ่งของ Website (retrieved 11/8/04) ที่บอกว่า "Maintaining competitiveness has become an increasing challenge for destinations. More and more decision-makers recognise the social and economic potential of Travel & Tourism, so WTTC has launched the monitor to provide benchmarks for countries wishing to foster a competitive framework."

ความสามารถในการแข่งขันของไทยในด้านทรัพยากรบุคคลที่ WTTC นำเสนอใน Website ที่อ้างถึง ข้อมูล ณ เดือนสิงหาคม 2547 มีค่าดัชนีอยู่ที่ 59 (Index value) ซึ่งอยู่ในลำดับที่ 70 (ranking) ของประเทศที่สำรวจจำนวน 212 ประเทศทั่วโลก² ทั้งดัชนีนี้แสดงความสามารถ และลำดับที่ข้างต้นของไทยอยู่ในลำดับเดียวกับเวียดนามซึ่งเป็นประเทศที่ผู้ให้สัมภาษณ์หลายคนพูดถึงในแง่ของศักยภาพและทัศนคติในการพัฒนาความรู้ความสามารถทางภาษา เมื่อเทียบกับอีกสองประเทศเพื่อนบ้านที่ไทยจัดอยู่ในกลุ่มประเทศในภูมิภาคที่มีนโยบายในการเป็นพันธมิตรทางการท่องเที่ยว คือ ประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์³ ปรากฏว่าทรัพยากรบุคคลของไทยมีความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวสูงกว่ามาเลเซียซึ่งมี Index value อยู่ที่ 50 และอยู่ในลำดับที่ 82 ของ 212 ประเทศทั่วโลก แต่ต่ำกว่าประเทศสิงคโปร์ซึ่งมี Index value อยู่ที่ 66 และอยู่ในลำดับที่ 56 ของ 212 ประเทศทั่วโลก

ในเรื่องศักยภาพของคนในโลกของการแข่งขันนี้ โครงการศึกษาการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย (2546) ได้ชี้ให้เห็นเช่นกันว่าศักยภาพของไทยสำหรับการประกอบกิจการท่องเที่ยวมีความจำเป็นต่อยกระดับในหลาย ๆ ด้านและหนึ่งในนั้นคือ ด้านระบบการศึกษาโดยได้ชี้ให้เห็นว่า "ระบบการศึกษาและระบบฝึกอบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของไทยไม่ได้เน้นถึงความต้องการของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งระบบแบบยั่งยืน ดังนั้นถึงแม้ว่าประเทศไทยจะได้เปรียบประเทศอื่นจากการที่คนไทยโดยพื้นฐาน มีอัธยาศัยดี โอบอ้อมอารี มีน้ำใจชอบให้บริการ แต่ในปัจจุบันคุณสมบัติพื้นฐานเหล่านี้อาจไม่สามารถทำให้คนไทยแข่งขันกับประเทศอื่นได้ บุคลากรด้านการ

² สำหรับ Index value 0 คือค่าดัชนีที่แสดงระดับความสามารถในการแข่งขันต่ำสุด ในขณะที่ index value 100 แสดงระดับความสามารถในการแข่งขันสูงสุด

³ ดู หัวข้อ เป้าหมาย แผนการ และกลยุทธ์ด้านการตลาดที่จัดทำโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในกรอบยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย (ททท.) ที่วางรากฐานของประเทศให้มุ่งสู่การเป็น "ศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชีย"

ท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องยกระดับให้ทัดเทียมกับระดับสากลทั้งด้านความรู้ ทักษะ และเป็นมืออาชีพในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง"

ศักยภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีความสำคัญมากอีกประการหนึ่งคือ ความสามารถที่จะเพิ่มค่าของ "สินค้าท่องเที่ยวของไทย" โดยการพูดอธิบายแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงาม ศิลปวัฒนธรรมที่มีลักษณะโดดเด่น ความมีอัธยาศัยไมตรีของคนไทย และข้อดีอื่นๆ ของประเทศ แต่ที่ผ่านมามากรอบรมบุคลากรให้มีศักยภาพพอที่จะสื่อสารสิ่งเหล่านี้ด้วยภาษาอังกฤษยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ทั้งๆ ที่ไทยมีข้อได้เปรียบด้านการท่องเที่ยวมากกว่าอีกหลายประเทศ เช่น ท่าเลที่ตั้งที่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาค มาตรฐานการครองชีพที่ค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับหลายๆ ประเทศ การสร้างหลักสูตรที่ตรงกับสถานการณ์และจัดอบรมอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยให้คนของเรามีความสามารถที่จะสื่อสารที่มีคุณค่าของประเทศไปสู่นักท่องเที่ยวตลอดจน "แขกบ้านแขกเมือง" ได้อย่างถูกต้องเป็นที่น่าประทับใจ คุณภาพของคนจะทำให้ไทยสามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ได้ในระยะยาว

การศึกษาวิจัยเพื่อนำมาพัฒนาคุณภาพของ "คน" หรือบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของไทยซึ่งยังมีจำนวนไม่เพียงพอทั้งทางด้านปริมาณและคุณภาพ ที่จะขับเคลื่อนประเทศไปสู่เป้าหมายที่รัฐบาลวางไว้ จึงมีความจำเป็นทั้งนี้เพื่อวางยุทธศาสตร์การพัฒนาให้ตรงกับประเด็นปัญหา เป็นการสานนโยบายไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่า (cost-effective) ช่วยให้นำผลของการศึกษาวิจัยไปปฏิบัติในการสร้างความแข็งแกร่งให้แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว สามารถนำประเทศไปสู่ตลาดท่องเที่ยวคุณภาพเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพเข้าสู่ประเทศ ช่วยให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของเราเติบโตอย่างมั่นคงสามารถทำเงินตราได้ "เป็นกอบเป็นกำ" สามารถยืนหยัดแข่งขันกับประเทศต่างๆ ทั่วโลกซึ่งมีจำนวนมากกว่า 200 ประเทศในขณะนี้ที่กำลังเสนอตัวเป็นแหล่งท่องเที่ยวนานาชาติ ความสำคัญที่จะต้องพัฒนาทรัพยากรบุคคลอีกประการหนึ่งคือเพื่อให้พร้อมรับการเปิดการค้าเสรี ซึ่งประเทศไทยจะต้องเข้าสู่พันธกรณีของข้อผูกพันทางการค้าเสรี หากบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของไทยยังมีมาตรฐานไม่สูงพอเราจะต้องหลีกเลี่ยงให้แก่บุคลากรของประเทศอื่นที่พร้อมและมีคุณสมบัติมากกว่าเข้ามาดำเนินการด้านการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์โครงการ

1. เพื่อศึกษาความต้องการในการใช้ภาษาอังกฤษในการปฏิบัติงานของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดทำหลักสูตรและแผนการฝึกอบรมภาษาอังกฤษของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ขอบเขตและการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ศึกษาวิเคราะห์ความต้องการใช้ภาษาอังกฤษของกลุ่มท่องเที่ยวในสามแหล่งท่องเที่ยวหลักของประเทศ คือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และภูเก็ต โดยศึกษาจาก 3 กลุ่มเป้าหมายย่อย ดังนี้

1. ผู้บริหารองค์กรท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว ร้านอาหารและที่พัก สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ Atta สมาคมโรงแรมไทย สมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว กองการท่องเที่ยว สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร ชมรมบริษัทนำเที่ยวและขนส่ง สมาคมโรงแรมไทย
2. บุคลากรภาคการท่องเที่ยวชาวไทยในระดับผู้ปฏิบัติการของโรงแรม ได้แก่ พนักงานต้อนรับส่วนหน้า พนักงานฝ่ายรับจอง บริษัททัวร์ มัคคุเทศก์ พนักงานฝ่ายการบริการด้านทัวร์ พนักงานขับรถ เจ้าของและพนักงานบริการร้านอาหาร เจ้าของที่พักขนาดเล็ก ซึ่งมีแขกพักเป็นชาวต่างประเทศ
3. ชาวต่างชาติซึ่งต้องติดต่อประสานงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับมาตรฐาน เจ้าของร้านอาหาร ที่พัก ผู้บริหารและพนักงานโรงแรม บริษัทเช่ารถ บริษัทท่องเที่ยว บริษัทจัดการข้อมูล และนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ท่องเที่ยวในเมืองไทย

วิธีดำเนินการ ศึกษาเอกสาร สัมภาษณ์

ลักษณะของการสัมภาษณ์ ในจังหวัดภูเก็ตได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เป็นกลุ่มแบบมีจุดประสงค์เฉพาะ (Focus Group Interviews) ของบุคลากร 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริหาร กลุ่มพนักงาน และกลุ่มชาวต่างชาติ เพื่อให้มีการปฏิสัมพันธ์และการทดสอบซึ่งกันและกันในระหว่างการสัมภาษณ์ ส่วนในกรุงเทพฯ และ เชียงใหม่ซึ่งไม่สามารถนัดหมายให้มาพร้อมกันได้ ใช้วิธีสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล

สำหรับวิธีการในการสัมภาษณ์ใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างและการสัมภาษณ์แบบชี้แนะ (Guided Interviews) ในบางข้อความที่ต้องการตรวจสอบเพื่อยืนยัน นอกจากนี้ในบางประเด็นที่ความหมายของคำตอบอาจมีความหมายไม่ตรงกันระหว่างผู้สัมภาษณ์ และ ผู้ให้สัมภาษณ์เช่น ความสามารถในการใช้ภาษา ได้ใช้มาตราส่วนประมาณค่า-rating scales) เพื่อยืนยันคำตอบเชิงคุณภาพโดยไม่ได้นำตัวเลขที่ได้ไปใช้ในการคำนวณผลเชิงปริมาณ นอกจากนี้ได้ใช้การสัมภาษณ์แบบมีจุดเน้น (Focus Interviews) เพื่อหาข้อมูลที่ต้องการทราบเพิ่มเติมด้วย

การตรวจสอบข้อมูล

ข้อมูลที่รับจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสามกลุ่มได้นำมาตรวจสอบซึ่งกันและกันด้วยวิธีตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) ตามแนวคิดของ Denzin (1970)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการตรวจสอบได้นำมาวิเคราะห์แบบสร้างข้อสรุปโดยการเปรียบเทียบข้อมูล (Constant Comparison) และตรวจหาความสัมพันธ์ ซึ่งได้ประยุกต์ทฤษฎีการจำแนกข้อมูลของ Lofland (1971) ให้เหมาะกับลักษณะข้อมูล โดยได้แบ่งขั้นตอนการวิเคราะห์ดังนี้

- เปรียบเทียบและตรวจสอบข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้งสามกลุ่ม
- ประมวลประเภทของข้อมูลและคุณลักษณะของประเภทเข้าด้วยกันเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลที่ได้ให้เห็นความสัมพันธ์และเกิดเป็นกรอบแนวคิดเบื้องต้น
- ขยายวงของการเปรียบเทียบแล้วเลือกเห็นส่วนสำคัญ ซึ่งใช้เป็นกุญแจนำไปสู่ข้อเสนอนะเกี่ยวกับนโยบายและแนวทางการจัดทำหลักสูตรและจัดทำแผนการฝึกอบรม และวิธีการพัฒนาทักษะทางภาษาที่เหมาะสมของกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหลักของประเทศ
- ตรวจสอบความถูกต้องของข้อสรุปเทียบกับแนวทางวิเคราะห์ที่ได้ทำมา

บทที่ 2

รายงานของวรรณคดี/เอกสารที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะแยกออกเป็น 2 ส่วนด้วยกัน คือ ส่วนแรกเป็นการกล่าวถึงนิยามของคำหลัก 4 คำที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ คือ การวิเคราะห์ความต้องการ (Needs analysis) ในการใช้ภาษา การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (Intercultural communication) ความสามารถในการใช้ภาษา (Communicative competence) และ ยุทธวิธีในการสื่อสาร (Communication strategies) ส่วนที่สองจะเป็นการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความต้องการในการใช้ภาษา การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ความสามารถในการใช้ภาษา และยุทธวิธีในการสื่อสาร

เป็นที่ทราบกันดีว่าภาษาเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างความเข้าใจและการปฏิสัมพันธ์กัน แต่มิได้หมายความว่าความรู้ตัวภาษาเพียงอย่างเดียวจะเพียงพอ เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยมีเพิ่มขึ้นทุกปี และมีความหลากหลายทั้งในด้านเชื้อชาติ วัฒนธรรม และภาษา ดังนั้น หากบุคลากรในภาคการท่องเที่ยวไม่มีความรู้และความตระหนักถึงความแตกต่างเหล่านี้ย่อมส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ ถึงแม้ว่าปัจจุบันนี้ผู้บริหารขององค์กร/หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนหรือสถานประกอบการต่างๆ จะมีความตื่นตัวมากขึ้นในการจัดทำนโยบายเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษซึ่งถือเป็นภาษาหลักในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคลากรกับนักท่องเที่ยว/ลูกค้าชาวต่างชาติ แต่พบว่าการจัดอบรมเหล่านั้นไม่อาจเอื้อประโยชน์ให้กับผู้เข้ารับการอบรมมากนัก เนื่องจากมิได้มีการนำปัจจัยสำคัญเข้ามาประกอบการกำหนดเนื้อหาหรือหลักสูตร ปัจจัยที่ว่านี้คือ "ความต้องการ" ของผู้ใช้ภาษา การวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้ภาษาจะเป็นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการใช้ภาษาของผู้เรียน และจัดลำดับความสำคัญของความต้องการดังกล่าว เพื่อให้ประกอบการออกแบบหลักสูตรหรือการกำหนดเนื้อหา ข้อมูลที่ได้จะประกอบด้วย 1) สถานการณ์ในการใช้ภาษา 2) เป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการใช้ภาษา 3) ประเภทของการสื่อสาร เช่น การเขียน การพูด เป็นทางการ ไม่เป็นทางการ และ 4) ระดับของความสามารถ (proficiency) ที่ต้องการ (Richards et al, 1993)

ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นแล้วว่าการอบรมเพียงเพื่อให้รู้ภาษาเพียงอย่างเดียวย่อมไม่เพียงพอ และไม่อาจช่วยให้บุคลากรในภาคการท่องเที่ยวสื่อสารกับนักท่องเที่ยว/ลูกค้าชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ สิ่งสำคัญที่มาพร้อมกับภาษาคือวัฒนธรรม หลายครั้งที่เราพบว่ามีกรณีถ่ายโอนวัฒนธรรมของไทยไปใช้กับภาษาอังกฤษ เช่น การถามนักท่องเที่ยวว่า "จะไปไหน" หรือ "กินข้าวหรือยัง" วัฒนธรรมเหล่านี้แสดงถึงความเป็นห่วงเป็นใยของคนไทย แต่กลายเป็นการ "รุกราน" ความเป็นส่วนตัวของนักท่องเที่ยวโดยไม่ตั้งใจและก่อให้เกิด "Cultural interference" คือการใช้ความเคยชินในวัฒนธรรมของตนเองไป สื่อสารกับผู้มาจากวัฒนธรรมอื่น (Hymes, 1972; อ้างถึงใน Scarcella, R.C. and Oxford, R.L., 1992) หรือในบางครั้งคนไทยอาจไม่เข้าใจว่าทำไมนักท่องเที่ยวชาวอิตาลีถึงมีการโบกไม้

ใบมือในลักษณะของคนที่กำลังมี อารมณ์โกรธประกอบกรพูดและคิดไปว่าเขากำลัง โกรธ ทั้งๆที่นั่นคือการใช้ภาษาท่าทางปกติสำหรับคนิตาเลียน ตัวอย่างเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าคนไทย ยังขาดความตระหนักเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมและอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในการ สื่อสารระหว่างกัน ที่มากกว่านั้นคืออาจนำไปสู่ความทรงจำด้านลบ (false impression) การสื่อสาร ระหว่างวัฒนธรรม (Intercultural communication) อาจเป็นได้ทั้งการสื่อสารในระดับบุคคลหรือระหว่าง กลุ่มที่มีเชื้อชาติและภูมิหลังทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน (Rick, 1974; Stewart, 1978; Gudykunst, 1987; Bennett, 1998; Barnlund, 1998) การตระหนักเกี่ยวกับความแตกต่างนี้เกี่ยวข้องกับความสามารถในการใช้ภาษาอย่างมีนัยสำคัญ (Communicative competence) ทั้งในแง่ของการใช้ภาษาที่ ถูกต้องในการสร้างประโยคตามหลักไวยากรณ์เพื่อให้สามารถสื่อความได้เข้าใจ และจะต้องสามารถใช้ ประโยคเหล่านั้นให้เหมาะสมกับเวลา สถานที่ และเหมาะสมกับระดับของคู่สื่อสาร นอกจากนี้ยังจะต้องฟัง ด้วยความเข้าใจและรู้วิธีการโต้ตอบบทสนทนาในสถานการณ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการร้องขอ การกล่าวขอ โทษ การกล่าวขอบคุณ และการเชื้อเชิญ เป็นต้น (Richards et al, 1993; Scarcella, R.C. and Oxford, R.L., 1992) สถานการณ์เหล่านี้เป็นสิ่งที่บุคลากรในภาคการท่องเที่ยวต้องพบอยู่เป็นประจำ หรืออาจ เรียกได้ว่าเป็นสถานการณ์ประจำวัน (Everyday-life situations) ซึ่งต้องการภาษาที่เหมาะสมกับแต่ละ สถานการณ์ สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะช่วย "เติมเต็ม" การสื่อสารระหว่างกัน หรือช่วยให้การสื่อ สารมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมไปถึงการหลีกเลี่ยงความล้มเหลวในการสื่อสาร (communication breakdown) คือการใช้ยุทธวิธีทางการสื่อสารนั่นเอง เช่น การใช้อวัจนภาษา (Non-verbal communication) ในส่วนของการใช้สีหน้า ท่าทาง น้ำเสียง หรือการมองตา การอธิบายหรือให้ข้อมูล ต่างๆ โดยใช้ภาษาของตนเองในกรณีที่ไม่สามารถใช้คำเฉพาะได้ (paraphrase) การขอให้กล่าวซ้ำ การ แสดงออกถึงการเป็นผู้ฟังที่ดี (Attentive listener) เป็นต้น สิ่งต่างๆเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องสอดแทรกเข้าไปในการอบรม เพราะเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องและสืบเนื่องมาจากความรู้ความเข้าใจด้านภาษาและ วัฒนธรรม

ในกระบวนการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศ ยุทธวิธีในการสื่อสารนับเป็นสมรรถนะทางการ ใช้ภาษาของแต่ละคน และมีการแบ่งกลุ่มต่างๆ กันไป เช่น Tarone (1980) ถือว่า ยุทธวิธีในการสื่อสาร เป็นกระบวนการทางสังคม (social strategies) Tarone มองว่าคนที่ใช้ยุทธวิธีดังกล่าวอาจจะใช้วิธีใดวิธี หนึ่งในสามวิธีต่อไปนี้คือ 1) ใช้ภาษาเดิมหรือภาษาแม่ของตนเป็นหลัก หรือ 2) ใช้ภาษาที่สองหรือภาษา ต่างประเทศเป็นหลัก หรือ 3) ใช้วิธีหลบเลี่ยงการสื่อสาร ในขณะที่ Faerch และ Kasper (1984) เชื่อว่า ยุทธวิธีในการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศของคนเราเป็นกระบวนการทางจิตวิทยา (psychological strategies) กล่าวคือ คนเราจะมีแนวทางในการสื่อสารเป็นสองแนวทาง แนวทางหนึ่งคือการผลักดัน และอีกแนวทางหนึ่งคือการหลีกเลี่ยง แนวทางแรกเกิดขึ้นเนื่องจากคนเรามีกลไกในตัวที่จะผลักดันให้ การสื่อสารประสบผลสำเร็จจึงใช้ความพยายามทุกทางที่จะทำให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จ ส่วนอีก แนวทางหนึ่งคือไม่มีแรงผลักดันเมื่อมีปัญหาในการสื่อสารจึงเลือกที่จะหลีกเลี่ยงไม่เผชิญหน้าเพื่อเป็น การตัดปัญหา

นักภาษาศาสตร์อีกกลุ่มหนึ่งเช่น Kellerman, Bongaerts และ Poullisse ได้กล่าวไว้ในบทความเรื่อง "Strategies and System in L2 Referential Communication" (1987) ว่าคนเราจะใช้

กระบวนการในการสร้างรูปแบบทางการสื่อสารมาชดเชยสิ่งที่ไม่สามารถสื่อได้ในภาษาที่สอง (compensatory strategies) โดยอาจใช้วิธีการบรรยาย หรืออธิบายสิ่งที่ต้องการพูดเป็นภาษาอังกฤษ หรือพยายามใช้ความหมายใกล้เคียงมาพูดถึง เป็นต้น อย่างไรก็ตามทั้งสามคนไม่ได้พูดถึงการหลีกเลี่ยง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยทั้งในและนอกประเทศที่พูดถึงความเกี่ยวพันระหว่างการอบรมการใช้ภาษา การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม และยุทธวิธีในการสื่อสารนั้น สามารถประมวลได้ดังนี้

งานวิจัยในประเทศ

รองศาสตราจารย์เมตตา วิวัฒน์านุกุล (2536) ได้ศึกษาลักษณะและปัญหาการสื่อสารต่างวัฒนธรรมในบรรษัทนานาชาติที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย แม้งานวิจัยเรื่องนี้จะไม่กล่าวถึงการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่มีความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว แต่ก็เป็งานวิจัยอีกชิ้นหนึ่งที่ชี้ให้เห็นความคิดและวิธีการสื่อสารที่แตกต่างกันของคนในแต่ละกลุ่มวัฒนธรรมตลอดจนค่านิยมที่เหมือนและต่างกันระหว่างคนไทยและชาวต่างชาติซึ่งอาจมีผลกระทบต่อ การสื่อสาร ต่อความเข้าใจ หรือทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างคนต่างวัฒนธรรมได้ การศึกษานี้ได้พบว่าปัญหาด้านการสื่อสารระหว่างบุคลากรไทยกับต่างชาติที่เด่นๆ คือปัญหาที่ต่างฝ่ายต่างใช้ภาษาอังกฤษได้ไม่คล่อง และไม่ค่อยถูกต้องนัก นอกจากนั้นทั้งสองฝ่ายยังมีทัศนคติแตกต่างกันและมีอคติต่อกันซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสาเหตุนำไปสู่ปัญหาการสื่อสารในองค์กร การศึกษาได้ชี้ให้เห็นสิ่งที่บุคลากรต่างชาติระบุว่าบุคลากรไทยสื่อสารแต่ไม่สื่อความหมายตามที่ต้องการ พูดจาอ้อมค้อม ขาดความไว้วางใจและเปิดเผย ส่วนบุคลากรไทยระบุถึงความไม่พอใจต่อการสื่อสารของต่างชาติว่า เป็นการสื่อสารแบบทางเดียวและเอาตัวเองเป็นเกณฑ์ ไม่มีความยืดหยุ่น อีกทั้งยังมองข้ามความรู้สึกของคนที่กำลังพูดด้วย ปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การตีความจากค่านิยมที่แตกต่างกันซึ่งมักจะทำให้ทั้งบุคลากรไทยและต่างชาติมีปัญหาในการสื่อสาร เช่นที่คนไทยเ็นเพราะคนไทยไม่ชอบขัดแย้งและต้องการรักษาหน้าของคู่สื่อสาร แต่ชาวต่างชาติที่ไม่เข้าใจค่านิยมนี้จะตีความว่า ที่คนไทยเ็นเพราะไม่เข้าใจ หรือ เ็นใจในคำตอบ หรือเพราะไม่ชอบเปิดเผยให้รู้ข้อมูล เป็นต้น งานวิจัยนี้จึงแนะนำว่าในขณะที่คนจากแต่ละวัฒนธรรมไม่อาจเปลี่ยนแปลงค่านิยมและวัฒนธรรมของตนเองได้นั้น ปัญหาการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมอาจไม่เกิดขึ้นถ้าทั้งสองฝ่ายเปิดใจรับรู้ความต่างของกันและกัน และเข้าใจกระบวนการรับรู้และการตีความที่ต่างกัน ในส่วนของการศึกษาความสัมพันธ์ค่านิยมของคนไทยและชาวต่างชาติกับปัญหาการสื่อสารของทั้งสองฝ่ายนั้น พบว่าค่านิยมที่ต่างกันไม่ส่งผลต่อการสื่อสารมากนัก ถ้าจะมีบ้างก็เป็นส่วนน้อย ความสำคัญกลับไปอยู่ที่ความแตกต่างกันมากกว่า อย่างไรก็ตามลักษณะเด่นของคนไทยที่มีความยืดหยุ่น (Flexibility) และอดทนต่อความแตกต่าง (Tolerance) เป็นสิ่งที่เป็คุณค่าการทำงานร่วมกับคนหลากหลายชาติ ผลการศึกษาเรื่องนี้สามารถเป็นแนวทางให้บริษัทต่างๆ นำไปเตรียมบุคลากรของบริษัทให้มีความพร้อม และปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมในที่ทำงานซึ่งมีเพื่อนร่วมงานจากหลายชาติ หลายวัฒนธรรมได้

งานวิจัยของพรพิมล เสนะวงศ์ (2541) ได้ศึกษาปรากฏการณ์ของภาษาที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนไทยกับชาวต่างชาติ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทย และได้

ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารกับ

บุคลากรชาวไทยในภาคการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้

ศึกษา 4 ประเด็นหลัก คือ ยุทธวิธีการสื่อสาร (Communication strategies) ที่คนไทยและชาวต่างชาติใช้เมื่อสื่อสารกันเป็นภาษาอังกฤษแบบแผนการแปร (variation patterns) ที่เกิดขึ้นในสถานการณ์การสื่อสาร คำนิยมทางวัฒนธรรมที่แฝงอยู่ในบริบท (discourse) และองค์ประกอบที่ทำให้การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ผลของการศึกษาได้สะท้อนให้เห็นถึงความด้อยสมรรถนะทางภาษาอังกฤษในด้านต่างๆ ของคนไทยอย่างชัดเจน เช่น สมรรถนะทางไวยากรณ์ สมรรถนะในการเข้าใจหรือใช้บริบท (discourse) สมรรถนะทางภาษาและสังคม และสมรรถนะทางการเลือกใช้ยุทธวิธีในการสื่อสาร งานวิจัยนี้ยังได้ศึกษาเปรียบเทียบแบบแผนของบริบทที่ใช้โดยคนในกลุ่มวัฒนธรรมต่างๆ ที่คนไทยจะต้องสื่อสารด้วยในประเด็นต่างๆ เช่น การร้องทุกข์หรือการบ่น การขอโทษ การขอร้องและการสั่ง หรือแม้แต่ว่าการพูดคุยเรื่องทั่วไปในชีวิตประจำวัน ซึ่งในแต่ละวัฒนธรรมมีแบบแผนของบริบทต่างกันออกไป และผู้ที่อยู่ในวัฒนธรรมอื่นอาจไม่เข้าใจ และอาจตีความผิด ผลการวิจัยในประเด็นเหล่านี้ได้ชี้ให้เห็นว่าคนไทยที่มีส่วนร่วมในการสื่อสารกับชาวต่างประเทศโดยผ่านทางภาษาอังกฤษ ยังขาดองค์ความรู้ทางด้าน การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ซึ่งเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้สำหรับโลกปัจจุบัน ดังนั้นเพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ มีความเข้าใจอันดีต่อกัน คนไทยเหล่านั้นจำเป็นต้องมีทั้งความสามารถทางภาษา ความรู้เกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมของคู่ สื่อสาร นอกจากนี้ความสามารถทางการสื่อสารยังต้องมีความเข้าใจและอดทนต่อแบบแผนของบริบทของชาวต่างชาติอีกด้วย กล่าวคือ พยายามหลีกเลี่ยงปัญหาในการสื่อสาร ด้วยการใช้ภาษาที่ถูกไวยากรณ์และเหมาะสมกับบริบท เมื่อเกิดปัญหาในการสื่อสารต้องเลือกใช้ยุทธวิธีสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสม ไม่พยายามนำวัฒนธรรมที่ใช้ในภาษาของตนเองไปใช้ในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมโดยไม่คำนึงถึงคู่สื่อสาร

งานวิจัยในต่างประเทศ

จะเห็นว่างานวิจัยในประเทศที่ได้กล่าวไปข้างต้นไม่ได้พูดถึงการวิเคราะห์ความต้องการในการใช้ภาษาอังกฤษของบุคลากร แต่จะเน้นถึงปัญหาและสาเหตุของการไม่ประสบความสำเร็จในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม สำหรับงานวิจัยในต่างประเทศที่ได้กล่าวถึงการศึกษาด้านความต้องการในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในภาคการท่องเที่ยว ได้แก่ งานวิจัยของ Fritz (1988) เรื่อง "An Analysis of the Foreign Language Needs of Students Preparing for Careers in Tourism Management" โดยศึกษาความต้องการทางด้านภาษาต่างประเทศของนักศึกษาที่กำลังเตรียมตัวเพื่อทำงานในธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยว ความต้องการภาษาดังกล่าวนี้รวมถึงความต้องการภาษาสำหรับระดับบุคลากรระดับกลาง ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและระดับผู้บริหารซึ่งเป็นความต้องการระยะยาว Fritz ได้ศึกษาความต้องการภาษาฝรั่งเศสเพื่อนำไปจัดทำหลักสูตรภาษาฝรั่งเศสสำหรับการท่องเที่ยว ในการศึกษาของเขามีการกล่าวถึงปัจจัยทางสังคมซึ่งมีผลต่อรูปแบบการสื่อสารเช่น ทัศนคติต่อการพักผ่อนและการท่องเที่ยว ความทันสมัยของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยมีเทคโนโลยีเป็นตัวเชื่อม และผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของโลกที่มีต่ออุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ผลการศึกษาได้ชี้ให้เห็นถึงแนวทางการวางวัตถุประสงค์และเนื้อหาของหลักสูตรโดยเน้นทั้ง Language Functions และ Language Notions และแม้ว่างานวิจัยนี้จะมุ่งเน้นศึกษาความต้องการภาษาฝรั่งเศสในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแต่ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ในการสร้างหลักสูตรภาษาต่างประเทศอื่นๆ ด้วย

สำหรับงานวิจัยที่พูดถึงการอบรมบุคลากรในภาคการท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมและการสื่อสารมีดังนี้

1. Meyer (1986) เรื่อง "A Study of the Management: Intercultural Communication Conflict under Time Restraints between Customer Contact Employees and Customers in Asian Airlines"
2. Chen 1989: Dimensions of Intercultural Communication Competence
3. Gladstone (1998a) เรื่อง "Cross-cultural Communication in the Development of Tourist Markets for Indo-China: Implications for Management Training"
4. Chappel (1998) เรื่อง "Cultural Dimensions of Hospitality Service Provision"

Meyer (1986) ได้ศึกษาการจัดการความขัดแย้งที่เกิดจากการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (The management of intercultural conflicts) ในกรอบเวลาอันจำกัดของพนักงานสายการบิน กลุ่มประชากรเป้าหมายในการศึกษาค้างนี้ของ Meyer คือ พนักงานของสายการบิน 4 สายของเอเชีย Meyer ใช้วิธีสัมภาษณ์พนักงาน และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant observation) เพื่อสังเกตและศึกษาพฤติกรรมสื่อสารระหว่างผู้โดยสารกับพนักงานสายการบินที่จุดซึ่งผู้โดยสารขาออกไปขึ้นเครื่องบิน การศึกษาชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญคือ ในการจัดการกับความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมนั้นควรต้องคำนึงถึงวัฒนธรรมและลักษณะเฉพาะของคนในแต่ละวัฒนธรรมด้วย โดยจะต้องคำนึงถึงทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ เช่น ลักษณะการพูด การโต้ตอบของผู้โดยสารและพนักงานสายการบินที่มีภูมิหลังทางวัฒนธรรมที่ต่างกัน

งานวิจัยของ Chen (1989) มุ่งศึกษามิติของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม และองค์ประกอบของมิติดังกล่าว สรุปโดยรวมแล้วองค์ประกอบหลัก ๆ ในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมนั้น จะรวมถึงการรู้จักและเข้าใจในวัฒนธรรมของตนเอง การปรับตัวทางสังคมและการสื่อสาร รวมทั้งความสามารถทางการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมด้วย

Gladstone (1998a) ได้นำผลจากการศึกษาถึงความสำคัญของการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (Cross-cultural Communication) มาแสดงให้เห็นเป็นแนวคิดในการจัดอบรมเรื่องนี้สำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว งานวิจัยชิ้นนี้มีประเด็นที่น่าจะเป็นประโยชน์และควรกล่าวถึงในที่นี้คือ วัฒนธรรมกับการสื่อสารไม่สามารถแยกจากกันได้ และวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อการสื่อสารอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นการขาดความสามารถในการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (Cross-cultural communication) จะนำไปสู่ความล้มเหลวในการทำงานได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำงานในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ดังนั้นการตระหนักและเข้าใจถึงภูมิหลังและความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมจึงมีความสำคัญอย่างมากในการทำงานกับผู้คนจากต่างชาติ ต่างภาษาและต่างวัฒนธรรม เพราะหากเข้าใจในภูมิหลังและความแตกต่างเหล่านั้นแล้ว บุคลากรสามารถนำความเข้าใจอันนี้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการสื่อสารกับพนักงาน (employees) และลูกค้า (customers) ได้ ด้วยความสำคัญดังกล่าว Gladstone จึงสนับสนุนให้มีการรวมเอาการอบรมด้านการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (cross-cultural training) ไว้ในขบวนการเตรียม

ความพร้อมของบุคลากรในภาคการท่องเที่ยว และเขาได้เน้นว่า การอบรมดังกล่าวจะต้องเป็นการอบรมที่ส่งเสริมให้บุคลากรเกิดความเข้าใจและตระหนักถึงความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมมากกว่าที่จะ ส่งเสริมให้ปฏิเสธ ไม่เปิดใจรับ และมองวัฒนธรรมที่แตกต่างจากของตนในแง่ลบ

Chappel (1998) ได้ศึกษามิติทางวัฒนธรรมในอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของคน 2 กลุ่ม คือ บุคลากรในภาคบริการ กับ นักท่องเที่ยว เขาได้ชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวแต่ละคนมีจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวแตกต่างกันไป เช่น นักท่องเที่ยวบางกลุ่มต้องการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความรู้และประสบการณ์ทางวัฒนธรรม และบุคลากรในภาคบริการเกือบทุกฝ่ายมีหน้าที่เสมือนตัวเชื่อมประสานระหว่างวัฒนธรรม (Culture Broker) กลุ่มคนเหล่านี้เป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นหรือประเทศของตนให้แก่นักท่องเที่ยว กล่าวคือ มัคคุเทศก์ ทำหน้าที่ให้ข้อมูลและความรู้แก่นักท่องเที่ยวโดยตรง ส่วนบุคลากรภาคการท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น พนักงานเสิร์ฟ พนักงานต้อนรับ คนขับรถ ตำรวจท่องเที่ยว พนักงานรักษาความปลอดภัย พนักงานโรงแรม หรือแม้แต่คนหาบเร่ขายของตามสถานที่ต่างๆ ก็มีการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวและเป็นตัวแทนทางวัฒนธรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งนี้เพราะในระหว่างการสื่อสารจะมีการแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของกันและกัน Chappel จึงชี้ให้เห็นว่ากลุ่มคนซึ่งให้บริการในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่ง ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวของตน เพราะนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมของเจ้าของบ้านตามความต้องการของตนเอง จากการที่เลือกสื่อสารกับคนในกลุ่มต่างๆ เหล่านี้ งานวิจัยชิ้นนี้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาบุคลากรในภาคการท่องเที่ยวทุกหน่วยให้สามารถทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมประสานทางวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกเหนือจากงานวิจัยข้างต้นแล้ว จากการศึกษางานวิจัยในต่างประเทศที่เพิ่งมีการตีพิมพ์ หรือเสนอผลงานในการประชุมนานาชาติ พบว่ามีงานวิจัยที่น่าสนใจอีกสองเรื่อง เรื่องแรก เป็นงานวิจัยของ Wong & Pang (2003) "Motivators to creativity in the hotel industry – perspective of managers and supervisors" ซึ่งเน้นให้เห็นว่าความคิดริเริ่ม (creativity) ได้เข้ามาเป็นมิติสำคัญในการจัดการของธุรกิจโรงแรม ดังนั้นในการอบรมบุคลากรของธุรกิจโรงแรมในทุกระดับจึงควรมานำมิตินี้เข้าเป็นองค์ประกอบในการจัดการอบรมด้วย จุดริเริ่มของการศึกษานี้วิจัยเรื่องนี้มาจากภาวะระบาดของโรค SARS ที่มีผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรมในฮ่องกงเป็นอย่างมากจนทำให้การจัดการกับภาวะวิกฤติได้กลายเป็นเรื่องสำคัญของการทำงานในธุรกิจนี้ การจัดการดังกล่าวต้องการบุคลากรที่มีความคิดริเริ่ม Wong & Pang จึงได้ศึกษาแรงจูงใจที่จะทำให้พนักงานมีความคิดริเริ่มโดยการขอให้ ผู้บริหารระดับกลาง (supervisors) และระดับผู้จัดการของโรงแรม 288 แห่งในประเทศจีนบอกถึงปัจจัยที่ช่วยให้พนักงานมีความคิดริเริ่ม ผลจากการศึกษาชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญได้ดังนี้ คือ การอบรมและการพัฒนา (training & development) การส่งเสริมและสร้างแรงจูงใจจากหัวหน้างาน (support and motivation from the top) การมีนโยบายที่เปิดกว้าง (open policy) การเห็นคุณค่าของพนักงาน (recognition) และการให้อำนาจตัดสินใจและความยืดหยุ่น (autonomy and flexibility) สิ่งเหล่านี้อาจนับได้ว่าเป็นการเปิดประเด็นใหม่ในการอบรมและพัฒนาศักยภาพของบุคคลและเป็นประเด็นที่น่าจะนำมาประยุกต์ใช้ในการอบรมเพื่อพัฒนาการใช้ภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี

งานวิจัยเรื่องที่สอง คืองานของ Chang (2004) เรื่อง "Tourists' Satisfaction with Tour Leaders' Performance" ซึ่งเป็นการศึกษาเกี่ยวกับความพอใจและความไม่พอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผู้นำทัวร์ในไต้หวัน ผลการวิจัยพบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับความสามารถในการสื่อสาร คุณภาพการให้บริการ และการให้ข้อมูลของผู้นำทัวร์ ซึ่งก็จะส่งผลต่อความพอใจในสินค้าหรือบริการโดยรวมของบริษัททัวร์ด้วย ผลการวิจัยยังพบว่าผู้นำทัวร์มีโอกาสในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับคณะลูกทัวร์ และยังเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดลูกค้ากลับมาซื้อทัวร์ของบริษัทอีกในอนาคต อย่างไรก็ตาม เนื่องจากผู้นำทัวร์ในไต้หวันค่อนข้างจะหวังกับเงินตอบแทน (Tip) ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดคุณภาพของการทำงานและมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย ผลการศึกษาของงานวิจัยชิ้นนี้เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาความรู้ความสามารถของมัคคุเทศก์หรือผู้นำทัวร์ในประเทศไทย กล่าวคือการอบรมไม่ควรเน้นเฉพาะความรู้ด้านภาษา วัฒนธรรม และความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่ควรเน้นคุณธรรม จริยธรรมของการให้บริการที่ดี โดยไม่หวังเงินตอบแทนมากจนเกินไปด้วย

จากงานวิจัยที่ได้กล่าวถึงทั้งหมดข้างต้น อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่าหากต้องการให้บุคลากรในภาคการท่องเที่ยวของไทยพร้อมที่จะ "รับมือ" กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างความประทับใจให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านั้น รวมไปถึงการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพระดับโลกได้นั้น การวางแผนการอบรมที่ดีเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง นั่นคือ ต้องมีการศึกษาความต้องการในการใช้ภาษาของบุคลากรเป็นอันดับแรก เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดเนื้อหาหรือหลักสูตรการอบรมเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคลากร ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจสำคัญในการดึงดูดบุคลากรเข้ารับการอบรม ปัจจัยสำคัญลำดับต่อมาคือการสอดแทรกความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม และยุทธวิธีในการสื่อสาร เพื่อให้การสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวและบุคลากรผู้ให้บริการในภาคการท่องเที่ยวของไทยเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนี้มีมิติที่ทำให้การบริการมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น คือ จริยธรรมและความคิดริเริ่ม

บทที่ 3

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลสรุปของข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์บุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรวมทั้งชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของไทยรวมทั้งสิ้น 77 ราย ผู้ให้ข้อมูลเหล่านี้อยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยวหลักของไทยใน 3 จังหวัด คือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และภูเก็ต (ดูรายชื่อและองค์กรในภาคผนวก ก) ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ได้นำมาเทียบเคียงตรวจสอบซึ่งกันและกันตามประเด็นศึกษาดังนี้

การตรวจสอบข้อมูล

ส่วนที่ 1 สรุปข้อมูลด้านนโยบายที่ได้จากการสัมภาษณ์

1. แรงจูงใจในการสร้างนโยบายพัฒนาความสามารถด้านภาษาอังกฤษของบุคลากร

- ความจำเป็นในการทำหน้าที่ของหน่วยงาน
- ความมีประสิทธิภาพของหน่วยงาน
- ยกกระดับมาตรฐานของร้านหรือของบริษัทเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้า
- ความต้องการบุคลากรที่มีศักยภาพสูงขึ้น

2. บุคลากรกลุ่มเป้าหมายคือบุคลากรส่วนหน้า เช่น เจ้าหน้าที่ผู้ให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่สายตรวจและให้บริการนักท่องเที่ยว พนักงานร้านอาหาร โรงแรม คนขับรถ ฯลฯ ที่มีการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวโดยตรง และบุคลากรกลุ่มวิชาการ ซึ่งต้องการภาษาในระดับที่สูงและซับซ้อนกว่าการสื่อสารปกติ เช่น การตอบอีเมลนักท่องเที่ยว ซึ่งส่วนมากเป็นเรื่องร้องเรียนแสดงความไม่พอใจ ภาษาที่ใช้และวิธีการได้ตอบจึงต้องมีเทคนิคพิเศษเพื่อรักษาภาพลักษณ์ของประเทศไปพร้อม ๆ กับการช่วยบรรเทาความทุกข์ที่นักท่องเที่ยวประสบ บางฝ่ายต้องการภาษาที่ใช้ในการจัดประชุม จัด Road show และการนำเสนอข้อมูลที่โน้มน้าวให้คนอยากมาท่องเที่ยวในลักษณะต่าง ๆ และบางฝ่ายต้องการภาษาเชิงกฎหมายเพื่ออธิบายปัญหาที่นักท่องเที่ยวประสบในแง่ของกฎหมาย

- หน่วยงานของรัฐ มีนโยบายสนับสนุนทั้งค่าอบรมและเวลาปฏิบัติงาน ส่วนผู้ประกอบการเอกชนมีนโยบายสนับสนุนโดยให้เวลาเรียนถือเป็นการปฏิบัติงาน แต่ทั้งนี้การอบรมต้องจัดในพื้นที่ที่จะสนับสนุนทั้งค่าใช้จ่ายและเวลาได้
- ควรวางแผนการดำเนินงานของประเทศให้ชัดเจนว่าคนกลุ่มไหนควรได้รับการอบรมเป็นลำดับแรก จำนวนเท่าไร และทำได้เท่าไร ในระยะเวลาเป้าหมายกี่ปี
- ไม่ควรมุ่งการพัฒนาบัณฑิตใหม่ด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่ควรให้ความสำคัญกับกลุ่มบุคลากรเดิมที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมนี้แล้ว

ส่วนที่ 2 สรุปข้อมูลด้านหลักสูตร การจัดการการเรียนการสอน และประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาตรวจสอบ ทั้งฐานที่เก็บข้อมูล คือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และภูเก็ต และกลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ กลุ่มผู้บริหาร กลุ่มผู้ปฏิบัติ และกลุ่มชาวต่างชาติ ที่ต้องใช้บริการของแต่ละภาคส่วน (Sub-sectors) ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยจัดทำตารางบันทึกสรุปข้อมูลแยกเป็น 9 ประเด็นเพื่อใช้เป็นฐานวิเคราะห์ในการจัดหลักสูตรและเสนอแนะแผนการฝึกอบรมบุคลากรดังนี้

ประเด็นที่ 1 วัตถุประสงค์และความคาดหวังของการจัดหลักสูตร

ฐานที่เก็บข้อมูล	ผู้บริหาร	ผู้ปฏิบัติ	ชาวต่างชาติ
กรุงเทพฯ	ต้องการหลักสูตรที่มีจุดประสงค์เฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่ม Front line วัตถุประสงค์จะต้องเน้น oral communication (proper language, clear pronunciation, courtesy, etc.) ไม่ต้องเน้นความถูกต้องมากนัก แต่ควรเน้นความสามารถในการสื่อสารให้ถูกกาลเทศะ รู้จักใช้ ภาษาท่าทาง (body language)	ต้องการหลักสูตรที่มีจุดประสงค์เฉพาะ เพราะอยากได้ภาษาที่นำไปใช้ได้จริง ควรรวมเรื่องวัฒนธรรมและความเข้าใจเกี่ยวกับมุมมองที่เป็นสากลบ้าง (ผู้ปฏิบัติที่สัมภาษณ์เป็นพนักงานในองค์กร ไม่ได้รวมคนขับรถรับจ้าง พนักงานสปา ฯลฯ แต่จากงานวิจัยของพิมพาภรณ์และคณะ:2546 ก็ให้ข้อมูลว่า	-ต้องการให้วัตถุประสงค์ของหลักสูตรเน้นภาษาที่ใช้ทำงานได้ ถ้าเป็นทักษะการฟังและพูดก็ต้องฟังเข้าใจ พูดสื่อสารได้ รู้จักนำวัฒนธรรมทั้งของไทยและนักท่องเที่ยวมาใช้อย่างมีคุณภาพ (Multi-cultural communication) ในเรื่องของการเขียนก็ต้องรู้จักประเด็นที่จะเขียน รู้ว่าจะเริ่ม

	<p>และนำเสนอ รู้จักวัฒนธรรมของคู่มือสาร สำหรับกลุ่มที่ต้องทำ road show เน้นภาษาในการนำเสนอ (ทั้งพูดและเขียน) กลุ่มที่ต้องทำงาน ประชาสัมพันธ์ เน้นภาษาที่ใช้ในการทำ brochure หรือ เขียน articles กลุ่มที่ต้องดูแลเรื่องร้องเรียนต้องการภาษาเชิงกฎหมายนอกเหนือจากแบบแผนของการขอภัย ฯลฯ</p>	<p>บุคลากรทุกภาคส่วนของอุตสาหกรรมนี้ต้องการหลักสูตรที่มีจุดประสงค์เฉพาะเช่นกัน)</p>	<p>ต้นอย่างไร เรื่องต่าง ๆ มีประเด็นอะไรที่จะต้องนำมาเขียน การเชื่อมโยงความคิด</p> <ul style="list-style-type: none"> - เน้นการแก้ปัญหา วัฒนธรรม และทัศนคติของการให้บริการ นักท่องเที่ยวให้อภัยความบกพร่องทางภาษาได้แต่จะมีทัศนคติที่ไม่ดีมากถ้ารู้สึกที่ไม่ได้รับการต้อนรับ หรือคอยแต่จะหลอกลวง ทำให้รู้สึก "insecure" - ควรสอนเนื้อหาของการท่องเที่ยวด้วยเพื่อเตรียมคนให้สามารถเขียน articles แนะนำประเทศในหนังสือพิมพ์ต่างประเทศได้ (ผู้ให้สัมภาษณ์คนหนึ่งบอกว่า roadshow ที่การท่องเที่ยวทำไปไม่ทั่วถึงโดยเฉพาะคนที่อยู่ในเมืองเล็ก ๆ) คนต่างชาติหลายคนแม้จะรู้จักเมืองไทยแต่ไม่มีข้อมูลชัดเจนว่ามีอะไรน่าสนใจ ถูก-แพงอย่างไร ฯลฯ
<p>เชียงใหม่</p>	<p>เพื่อพัฒนาความสามารถด้านภาษาอังกฤษของเจ้าหน้าที่ พนักงานให้ตรงกับสายงานที่ทำ และสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อความก้าวหน้าของหน่วยงาน</p>	<p>เพื่อให้สามารถสื่อสารกับลูกค้า นักท่องเที่ยวได้ หากสื่อสารได้ดีก็จะประสบความสำเร็จในการทำงาน หรือสามารถหาหนทางดี ๆ ทำได้</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. เน้นการใช้งานได้ 2. เน้นความเหมาะสม 3. เน้นการแก้ปัญหา

<p>ภูเก็ต</p>	<p>ต้องการให้จัดหลักสูตรเฉพาะทางในการใช้ภาษาอังกฤษในด้านการฟังและพูดเป็นสิ่งสำคัญ โดยเน้นในการให้บริการแก่ลูกค้าที่เป็นชาวต่างประเทศ โดยมีภาษาเป็นสื่อกลาง เพื่อให้เกิดความเข้าใจกัน และให้ความช่วยเหลือชาวต่างประเทศ เนื่องจากความจำเป็นที่ลูกค้าส่วนใหญ่ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวใน จ.ภูเก็ต เป็นชาวต่างประเทศ การฝึกอบรมการใช้ภาษาอังกฤษให้กับกลุ่มบุคลากรเป้าหมายจะประสบความสำเร็จ เพราะการมีส่วนร่วมในการอบรมของผู้บริหารโดยมีการพูดคุยกับอาจารย์ที่มาให้การอบรมในเรื่องวิชาชีพ และภาษาที่ใช้ของบุคลากร ทำให้สิ่งที่เรียนตรงกับการใช้งาน (การอบรมบุคลากรให้ใช้ภาษาต่างประเทศหลัก ๆ อื่น ๆ ได้ก็มีการพูดถึงเช่นกันว่ามีความจำเป็น)</p>	<p>การใช้ภาษาอังกฤษในด้านการฟังและพูดเป็นสิ่งสำคัญในระดับต้น ๆ โดยเน้นในเรื่องการตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้า การอธิบายข้อมูล ทิศทางการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การใช้โทรศัพท์ติดต่อกับลูกค้าชาวต่างประเทศ เนื่องจากความจำเป็นที่กลุ่มตลาดลูกค้ามีความหลากหลาย จึงต้องใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อกลางในการสื่อสาร</p>	<p>ต้องการให้จัดหลักสูตรที่เน้นการใช้งานได้จริง ให้ความรู้เกี่ยวกับ Intercultural communication เพื่อให้บุคลากรเข้าใจลักษณะและวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติ เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจที่ดีต่อกัน นอกเหนือจากการพัฒนาทักษะทางภาษาแล้ว บุคลากรในภาคการท่องเที่ยวควรต้องเรียนรู้ คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ethnology ซึ่งต้องเรียนรู้วัฒนธรรมและระบบคิดของนักท่องเที่ยวซึ่งถือเป็น "ลูกค้า (customers)" การที่ประเทศไทยจะเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีคุณภาพตามที่รัฐบาลวางเป้าหมายไว้ ทุกฝ่ายจะต้องยอมรับความเป็นสากลอย่างหนึ่ง คือ "The customer is always right." จึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาว่านักท่องเที่ยวกลุ่มหลักๆมีวัฒนธรรมอย่างไร 2. Service mentality ต้องเรียนรู้การให้บริการที่มีคุณภาพ คือมีใจเพียงตอบคำถามได้ แต่ต้องสามารถแนะนำหรือให้ข้อมูลที่เป็น
---------------	--	--	---

			<p>ประโยชน์ได้ ตัวอย่างที่พูดถึง เช่น บริการบางอย่างหรือสินค้าบางตัว ถ้าที่ของตัวเองไม่มี ก็ไม่ใช่เพียงตอบคำถามว่า "I'm sorry, sir/madam." แต่ควรต้องทำมากกว่านั้น คือแนะนำว่าควรจะไปไหน ไปอย่างไร</p> <p>3. การปรับตัววัฒนธรรมประจำชาติบางอย่างของการ "ไม่ยอมรับความผิด" หรือ "ปกปิดความผิด" เช่น การนำอาหารหรือเครื่องดื่มมาให้ผิดไปจากที่สั่ง ต้องยอมรับว่าผิด ขอโทษ และเปลี่ยนให้ตรงตามความต้องการ</p> <p>4. บุคลากรต้องมี More exposure to market segments และพัฒนาภาษาให้สอดคล้องกับทิศทางของตลาด</p> <p>5. การให้ข้อมูลต้องครบทุกมิติ กระชับ และคิดถึงนักท่องเที่ยวด้วยว่าเขาจะต้องทราบอะไร ข้อมูลในอินเทอร์เน็ตต้องเป็นข้อมูลที่เป็นจริงด้วย เช่น ในหน้าฝนนักท่องเที่ยวไม่ควรจะซื้อทัวร์แบบไหนทำอะไรไม่ได้ มีอันตรายอย่างไร</p>
--	--	--	---

			<p>6. Shade language หรือ sub-text หรือ intuition ซึ่งหมายถึงการรู้จักอ่านความหมายที่ไม่ได้สื่อด้วยคำพูด คนไทยส่วนมากไม่มีคุณสมบัติในข้อนี้ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญสำหรับ "เมืองท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ"</p> <p>7. ส่วนที่จำเป็น แต่ต้องใช้ให้ถูกเวลาและสถานที่ คือ</p> <p>7.1 ความเป็นมิตร (ต้องให้พอดีและคิดถึงความเป็นส่วนตัวด้วย)</p> <p>7.2 ยิ้ม (แต่ไม่ใช่ในสถานการณ์ที่เป็นปัญหา)</p>
--	--	--	--

ประเด็นที่ 2 ระดับและเนื้อหาของหลักสูตรที่ต้องการ

ฐานที่เก็บข้อมูล	ผู้บริหาร	ผู้ปฏิบัติ	ชาวต่างชาติ
กรุงเทพฯ	- เนื้อหาของหลักสูตรควรครอบคลุมทุกประเด็นที่จำเป็นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งนี้เพราะผู้เรียนอาจไม่มีเวลานำสิ่งที่เรียนไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่างๆ	1. ควรจัดหลักสูตรที่มีการเพิ่มระดับขึ้นไปเรื่อยๆ แต่ไม่ควรเน้นไวยากรณ์มากเกินไป เพราะคนไทยสามารถบอกได้ว่ามีข้อบก	- ควรเน้นความสุภาพให้มาก ได้พบว่ากลุ่มที่ควรสร้างความประทับใจมาก เช่น ด้านที่ต้องรับนักท่องเที่ยวที่สนามบิน หรือที่กองตรวจคนเข้าเมือง

	<p>ด้วยตนเองได้มากนัก สิ่งที่ต้องเน้นควบคู่ไปกับเนื้อหาที่เรียนคือภาษาที่สุภาพ ต้องชี้ประเด็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมและระดับของผู้ที่พูดด้วย แต่สิ่งที่สำคัญยิ่งกว่าความรู้ทางภาษาคือความสามารถในการสื่อสาร ต้องรู้วัฒนธรรมของคนที่ใช้สื่อสารด้วย รู้กาลเทศะ เรียนรู้ความหมายที่สื่อในทุกมิติ ซึ่งมีใช้เพียงภาษา แต่ต้องรวมถึงการเรียนรู้ความหมายในน้ำเสียง และเข้าใจสิ่งที่สื่อผ่านสีหน้า กิริยาท่าทาง รู้วิธีการโต้ตอบอย่างมีศิลปะ รู้วิธีการที่จะปฏิเสธ รู้จักการแก้ปัญหาโดยเฉพาะในสถานการณ์ที่วิกฤติ การแสดงให้เห็นถึง ความเป็นเจ้าบ้านที่ดีของคนไทย (Thai Hospitality) ความเป็นมิตร ความมีน้ำใจ</p> <p>- เนื้อหาควรรวมความนุ่มนวลทั้งด้านภาษาและท่าทางที่สุภาพเหมาะสมด้วย ความนุ่มนวลอ่อนน้อมต่อมตนของไทยน่าจะผสมผสานเข้าไปในเนื้อหา</p>	<p>พร้อมอย่างไร แต่ใช้ไม่เป็น อาย และไม่มี ความเชื่อมั่นในการพูด หรือเขียน</p> <p>2. ควรจัดกลุ่มตามระดับความสามารถโดยมีการสอบหรือจัดวิธีการในการวัดระดับ (Placement Test) และควรตั้งคำถามถึงความต้องการของผู้เรียนด้วย เพราะผู้เรียนที่มีหน้าที่การงานแตกต่างกันต้องการภาษาที่ไม่เหมือนกัน การจับคนที่มีความสามารถและความต้องการไปเรียนรวมกันเป็นการไม่สนองตอบต่อความต้องการของผู้เรียนและไม่ทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะเรียน</p>	<p>ได้พบว่าเจ้าหน้าที่ไทยใช้ภาษาที่มีลักษณะ aggressive มาก (เช่น Who told you to come ?) ไม่สามารถเทียบได้กับประเทศเพื่อนบ้าน</p> <p>- ควรเน้นการวางรากฐานภาษาให้แข็งแรงด้วย เพื่อให้สามารถใช้ภาษาได้อย่างเข้าใจ ในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่บทเรียนไม่สามารถครอบคลุมได้หมดนอกจากนี้การสอนภาษาอังกฤษควรใช้เนื้อหาและแนวการสอนที่พร้อมจะสอบ TOEIC เพราะจะทำให้ได้ทักษะที่จำเป็นทางการสื่อสารทุกทักษะ</p> <p>-ชาวต่างชาติบางคนบอกว่าไม่จำเป็นต้องเน้นความสมบูรณ์แบบมากนัก การใช้ภาษาที่ไม่สมบูรณ์นักไม่เป็นปัญหาแต่กลับเป็นเสน่ห์ถ้าพูดดีมากนักท่องเที่ยวอาจรู้สึกว่าคุณอยู่ใน "wrong place"</p>
เชียงใหม่	<p>1. ทุกระดับคือ ระดับต้น กลาง และสูง ทั้งนี้เนื่องจากพื้นฐานภาษาของบุคลากรไม่เท่ากัน ถ้าจัดให้ทั้งสามระดับก็จะทำให้บุคลากรพัฒนาตนเองได้ตรง</p>	<p>1. ระดับกลางขึ้นไป เพราะมีพื้นฐานมาบ้าง และบางคนเคยเข้าเรียนกับสถาบันสอนภาษามาบ้างแล้ว</p>	<p>1. ความสามารถด้านภาษาอังกฤษของคนไทยขึ้นอยู่กับโอกาสทางการศึกษาและสิ่งแวดล้อมที่เอื้อให้มีการพูดคุยกับชาวต่างชาติ</p>

	<p>กับระดับของตนเอง</p> <p>2. ระดับกลางขึ้นไปเพราะพนักงานที่รับเข้ามาได้รับการคัดสรรจากทางร้านจึงมีพื้นฐานภาษามาบ้าง</p> <p>3. เป็นหลักสูตรที่สนองความต้องการของสองกลุ่มคือ กลุ่ม Skilled (ผู้บริหาร ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ระดับสูง) เพื่อยกระดับงานของตน ภาษาของคนกลุ่มนี้เช่นภาษาสำหรับการติดต่อกับต่างประเทศ และกลุ่ม บุคลากรระดับปฏิบัติงานที่ไม่มีพื้นฐาน (Unskilled) มีครบทุกระดับตั้งแต่ขั้นต้นถึงขั้นสูง เพื่อให้ตรงกับพื้นฐานของแต่ละคน</p>	<p>2. ต้องการหลักสูตรต่อเนื่องจากระดับต้นจนถึงระดับสูง</p>	<p>หรือ นักท่องเที่ยวต่างชาติ บุคลากรของหน่วยงานและสถานประกอบการที่มีระดับจะมีภาษาดีกว่า บุคลากรระดับล่างเช่น กลุ่มคนขับรถรับจ้าง พนักงานร้านอาหารระดับล่าง – กลาง เจ้าหน้าที่ขายตัวโดยสารที่บ.ข.ส เป็นต้น บุคลากรกลุ่มนี้ไม่ค่อยมีพื้นฐานภาษา ประกอบกับค่าจ้างค่อนข้างต่ำจึงขาดโอกาสและปัจจัยที่จะนำไปพัฒนาตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเกิดปัญหาหรือความผิดพลาดขึ้น คนกลุ่มนี้จะไม่สามารถอธิบายที่มาที่ไปของปัญหาได้เลย หลักสูตรจึงน่าจะขยายโอกาสให้แก่คนเหล่านี้ และเน้นการฝึกฝนในสถานการณ์จริงกับนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อให้เกิดความคุ้นเคยและมีประสบการณ์กับชาวต่างชาติมากขึ้น ประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่งคือควรเป็นหลักสูตรที่เน้นให้ผู้เรียนรู้วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวด้วย เพราะการนำเอาวัฒนธรรมบางอย่างของไทยมาใช้ในภาษาการสื่อสาร</p>
--	--	--	---

			<p>บางครั้งก็ถือเป็นการไม่ เหมาะสม เช่นการถามว่า ไปไหน อายุเท่าไร กินข้าวแล้วหรือยัง หรือการเงียบไม่ตอบคำถาม ก็เป็นสิ่งที่น่าอึดอัดใจ แต่ก็ไม่ควรทำให้ความเป็นไทยเปลี่ยนแปลงไป ในขณะที่เดียวกันนักท่องเที่ยวก็ต้องเข้าใจความหมายของวัฒนธรรมไทยด้วย จะได้ซาบซึ้งในคุณค่าเหล่านั้น และจะเที่ยวเมืองไทยอย่างมีความสุขมากขึ้น</p> <p>2. ในเมืองท่องเที่ยววันนั้น กลุ่มคนที่ "ต้อง" มีความสามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้อย่างน้อยมีขั้นพื้นฐานพอที่จะประกอบอาชีพของตนได้ คือ กลุ่มคนขับรถ และ ตำรวจท่องเที่ยว [ได้มีการพูดถึงเจ้าหน้าที่ตำรวจท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ว่าสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้ดีมาก (Efficient)]</p>
<p>ภูเก็ต</p>	<p>ควรจัดหลักสูตรเฉพาะทางโดยแบ่งบุคลากรเป็น 3 ระดับต่างกัน คือ ขั้นต้น ขั้นกลาง และขั้นสูง โดยพิจารณาจากความรู้ ความสามารถของบุคลากร</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ควรมีการแบ่งกลุ่มในการอบรมโดยขึ้นอยู่กับระดับความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ และหน้าที่ในการปฏิบัติงาน 2. ผู้ฝึกอบรมควรเน้นศัพท์เฉพาะสาขาอาชีพ 	<p>ควรจัดหลักสูตรโดยพิจารณาจากระดับความสามารถของกลุ่มผู้ที่ต้องใช้ภาษาอังกฤษ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ระดับขั้นต้น สำหรับประชาชนทั่วไป และโดยเฉพาะบุคลากรภาครัฐ ซึ่งอาจ

		<p>นั้นๆ เช่น ภาษาด้านกฎหมายสำหรับตำรวจ ท่องเที่ยว ซึ่งบางครั้งต้องอธิบายกฎหมายให้ กับนักท่องเที่ยวในกรณีที่เกิดอุบัติเหตุ</p> <p>3. เนื้อหาควรเน้น การให้ข้อมูลทิศทาง การนำ เสนอและแนะนำแหล่งท่องเที่ยว สินค้าท่อง เที่ยว การตอบคำถาม การอธิบายข้อมูล การ แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การใช้โทรศัพท์ติด ต่อกับลูกค้าชาวต่างประเทศ</p>	<p>ต้องให้ข้อมูลหรือความช่วยเหลือกับนัก ท่องเที่ยว รวมถึงมีการติดต่อประสาน งานกันด้วย เช่น ในกรณีที่นักท่องเที่ยว ไปติดต่อทำใบขับขี่</p> <p>2. สำหรับบุคลากรภาคการท่องเที่ยวนั้น เนื้อหาการอบรมไม่ควรเน้นไวยากรณ์ มากจนเกินไป แต่ควรสร้างความมั่นใจ ให้กับผู้ใช้ภาษา รวมถึงการสร้างทักษะ ในการฟังเพื่อความเข้าใจ และสามารถ โต้ตอบบทสนทนาได้อย่างถูกต้อง เนื้อ หาการอบรมควรประกอบด้วยทักษะ และมารยาทในการสนทนาทางโทรศัพท์ การจัดการและการแก้ปัญหาหรือข้อร้อง เรียนต่างๆ การอธิบายและการให้ข้อมูล เช่น ทิศทาง สถานที่ท่องเที่ยว การร้อง ขอในกรณีที่ลูกค้าพูดเร็วเกินไปหรือร้อง ขอให้พูดซ้ำ นอกจากนี้ควรอบรมผู้ใช้ ภาษาให้มีการพูดจาสร้างความคุ้นเคย กับลูกค้าและการใช้ภาษากายประกอบ</p>
--	--	--	---

			<p>การสื่อสาร สำหรับความสุภาพนั้น ชาวต่างชาติต่างเห็นพ้องกันว่าคนไทยมีความสุภาพมาก ซึ่งเป็นเรื่องที่ดีอยู่แล้ว</p> <p>3. การจัดกลุ่มและระดับต้องมีความชัดเจน (ทั้งในแง่ของภาษาและลักษณะงาน) และสอนภาษาให้ตรงกับความต้องการในการใช้งาน เช่น คนขับรถต้องเรียนเรื่องทิศทาง การอ่านแผนที่ สถานที่ ราคา เป็นต้น</p> <p>4. เนื้อหาของการอบรมนั้นไม่ว่าจะจะเป็นกลุ่มและระดับไหนต้องรวมทักษะการคิด (Thinking skills) ทักษะการสื่อสาร และมีติทางวัฒนธรรม (คำที่ปรากฏในการสัมภาษณ์คือ Ethnology, culture, customers' cultures, high level of awareness of customers' want and need, small talks)</p> <p>กลุ่มที่มีปัญหาในการใช้ภาษามากที่สุดคือกลุ่มเจ้าหน้าที่ของรัฐ คนขับรถ (รวมทั้งคน</p>
--	--	--	--

			<p>ขับรถ ตุ๊กตุ๊กและจักรยานยนต์) ตำรวจ (ทั้งที่เป็นตำรวจท่องเที่ยวและตำรวจตรวจคนเข้าเมือง และกลุ่มที่ทำงานสวนในของโรงแรม (back of the house) เช่น แม่บ้าน ยาม ทักษะที่คนกลุ่มนี้โดยเฉพาะคนขับรถขาดมากที่สุดคือ การฟังและการพูดโต้ตอบ กลุ่มที่ภาษาดี ได้แก่ กลุ่มที่ทำงานสวนหน้าของโรงแรม สายการบิน และบริษัทนำเที่ยว</p> <p>ประเด็นที่น่าสนใจ 2 ประเด็น คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ส่วนหลังของตำรวจตรวจคนเข้าเมือง ได้แก่ นายตำรวจระดับบังคับบัญชาที่อยู่ในสำนักงาน ส่วนมากภาษาดี อธิบายปัญหาได้ชัดเจน และมีอรรถาธิบายในการต้อนรับขับสู้ ซึ่งค่อนข้างจะแตกต่างกับตำรวจที่ประจำอยู่ส่วนหน้าซึ่งขาดทั้งภาษา ทักษะการสื่อสาร และอรรถาธิบายในการให้บริการ 2. ความสามารถทางภาษาสัมพันธ์กับรายได้ หรือระดับของธุรกิจ – The more
--	--	--	--

			costly, the better (language). คนในระดับเดียวกันในประเทศเกาหลี ญี่ปุ่น และจีนพูดได้น้อยกว่าคนไทย แต่คนเวียดนามจะดีกว่าคนไทย การออกเสียงเป็นปัญหามากในเกือบทุกระดับ แต่มากที่สุดในกลุ่มที่มีข้อจำกัดทางภาษา
--	--	--	--

ประเด็นที่ 3 ทักษะที่ต้องการ

ฐานที่เก็บข้อมูล	ผู้บริหาร	ผู้ปฏิบัติ	ชาวต่างชาติ
กรุงเทพฯ	<ol style="list-style-type: none"> 1. อยากได้ทักษะพูดที่สูงกว่า ภาษาในชีวิตประจำวัน อธิบายเรื่องราวของหน่วยงานได้ (สำหรับสื่อสารกับผู้เข้าประชุม หรือเยี่ยมชมหน่วยงาน) (การใช้ศัพท์ที่ผิดเพี้ยนไปเล็กน้อยแต่สื่อความได้น่าจะยอมรับได้เพื่อมิให้ผู้เรียนเกิดอาการเกร็งและขาดความเชื่อมั่น) 2. ทักษะการเขียน อยากให้พนักงานสามารถเขียนสั้น ๆ กระชับ สื่อความหมายได้ รู้จักการจดบันทึก เขียนจดหมายที่ดี ถูกแบบ 	<p>ควรจัดทักษะให้ตรงกับความต้องการของผู้เรียน ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ทักษะการเขียน เช่น จดหมายโต้ตอบ การแปลบทความจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ บทความท่องเที่ยว การเขียนตอบคำร้องเรียนของนักท่องเที่ยว กลุ่ม tour agents, tour operators และ tour guides <p>ควรมีภาษาเขียนบ้างสั้น ๆ กระชับ สื่อได้ ไม่ต้องถึงกับสละสลวย กลุ่มนักพัฒนาการท่องเที่ยว อยากเขียนบทความแนะนำสถานที่</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทักษะการเขียนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ที่ต้องทำเรื่องการโต้ตอบ การเขียนรายงาน จดหมายชี้แจงปัญหาต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวร้องเรียนเข้ามา เขียน brochure หรือบทความแนะนำประเทศและเมืองต่าง ๆ ในมุมมองที่หลากหลายเพื่อสื่อสารในต่างประเทศและเข้าถึงคนในเมืองเล็ก ๆ ในประเทศต่าง ๆ ได้ทั่วถึง การทำแผ่น

	<p>แผนและประทับใจ กลุ่มนักพัฒนาการท่องเที่ยว อยากให้รู้จักเขียนบทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว</p> <p>3. ทักษะการอ่าน อยากให้พนักงานสามารถอ่านข้อร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว หรือ จากบริษัทนำเที่ยว ได้ชัดเจนจับประเด็นได้</p> <p>4. ควรเน้นทักษะการขายควบคู่กันไปกับการฝึกภาษาด้วย</p>	<p>ท่องเที่ยว</p> <p>2. ทักษะการพูดและการฟัง เช่น การโต้ตอบบทสนทนา การพูดต้อนรับ การให้ข้อมูลต่างๆ เช่น เรื่องอาหารและบริการ การบอกทิศทางหรือเวลาเปิดปิดของสถานที่ต่าง ๆ การเดินทาง ฯลฯ ผู้เรียนควรต้องได้รับการฝึกฝนให้มีความคล่องแคล่วทางการสื่อสารโดยไม่จำเป็นต้องเน้นความถูกต้องมากนัก แต่ขอให้สุภาพ มีความเหมาะสมทั้งต่อผู้พูด และ สิ่งแวดล้อมของการสนทนา</p> <p>3. อยากฝึกเพื่อให้สามารถเข้าใจชาวต่างชาติที่มาจากประเทศต่าง ๆ และพูดด้วยสำเนียงที่หลากหลาย</p> <p>4. การรู้จักโต้ตอบ หรือถามกลับเมื่อไม่แน่ใจ ไม่เข้าใจ หรือ ไม่มีสินค้า หรือบริการที่สามารถสนองตอบความต้องการได้</p>	<p>พับโฆษณา ซึ่งต้องอาศัยความถูกต้องทั้งในแง่ของความคิดที่สื่อได้ ไวยากรณ์ ตัวสะกด แบบฟอร์ม</p> <p>2. ทักษะการพูดและการฟัง โดยเฉพาะการให้ข้อมูล</p> <p>3. ทักษะการอ่าน เนื่องจากคนไทยอ่านภาษาอังกฤษน้อยมาก แม้กระทั่งอ่านภาษาไทยก็มีปัญหา ควรมีการรวมอยู่ในหลักสูตรด้วย</p>
เชียงใหม่	<p>1. ควรเน้นทุกทักษะ ฟัง พูด อ่าน เขียน ไปพร้อมๆกัน เช่น การพูดคุยสอบถามปัญหาของนักท่องเที่ยว การฟังเพื่อจับความ การ</p>	<p>1. ต้องการคำศัพท์ที่ตรงกับสายงาน เช่น ตำรวจท่องเที่ยวต้องการศัพท์ด้านกฎหมาย พนักงานร้านอาหารต้องการศัพท์เกี่ยวกับ</p>	<p>เน้นทุกทักษะตามลำดับ คือ</p> <p>1. พูด</p> <p>2. ฟัง</p>

	<p>เขียนบันทึกปากคำ การอ่านเอกสารอ้างอิงที่ประกอบหนังสือเดินทาง เป็นต้น แต่ทักษะที่มีความจำเป็นต้องพัฒนามาก่อนคือ ฟัง และ ฟัง</p> <p>2. ทักษะการฟังสำเนียงต่างๆให้เข้าใจ และ ควรให้ความสำคัญกับภาษาสำหรับงานก่อน รวมทั้งทักษะหรือเทคนิคการสื่อสารเฉพาะทางของอาชีพนั้นๆ ทักษะการใช้คำศัพท์ที่เหมาะสม สุภาพ ไม่แข็งกระด้าง ทักษะด้าน ศิลปะการสื่อสารต่างๆ เช่นวิธีการพูดปฏิเสธ อย่างมีศิลปะ ไม่ตอบ Yes หรือ No เฉยๆ จะสื่อสารอย่างไรให้นักท่องเที่ยวพอใจมากที่สุด เป็นต้น</p> <p>3. ต้องการหลักสูตรที่เน้นภาษาเฉพาะทางมากขึ้น แบ่งภาษาสำหรับสายงานชัดเจน ไม่กว้างเกินไป เช่นถ้าเป็นภาษาสำหรับงานโรงแรมก็จะกว้างเกินไปเพราะงานโรงแรมมีหลายแผนก จึงต้องการให้เน้นภาษาเฉพาะงานเช่น งานส่วนหน้า งานห้องอาหาร งาน</p>	<p>อาหาร คำศัพท์ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น คำศัพท์อาหาร Greeting Language, Service Language, Courteous Language</p> <p>2. ต้องการพัฒนาทักษะการฟังและการพูด เช่น การพูดโต้ตอบแบบทันท่วงที โดยเน้นภาษาเฉพาะอาชีพ การฟังจับความจากสำเนียงที่หลากหลาย เช่นสำเนียงฝรั่งเศส อิตาลี เป็นต้น การอธิบายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น กระบวนการทำกระดาษสา การอธิบายศิลปวัฒนธรรมไทย การบอกทาง การแนะนำ ส่วนภาษาในชีวิตประจำวันเรียนมาจากโรงเรียนแล้ว เมื่อได้ภาษาเฉพาะอาชีพแล้ว จึงจะเรียนด้านอื่นเพื่อพัฒนาตนเองในด้านอื่นๆ อีกเช่น ภาษาสำหรับการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ การฟังบทสนทนาและข่าวที่ซับซ้อนขึ้น การอ่านหนังสือพิมพ์ การอ่านเพื่อวิเคราะห์ ข้อมูล และการเขียนที่ถูกหลักไวยากรณ์</p> <p>3. ทักษะการเขียนโดยเฉพาะการเขียนจดหมาย</p>	<p>3. เขียน</p> <p>4. อ่าน (เรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องกับงาน)</p>
--	--	---	---

	<p>แม่บ้าน งานขับรถเป็นต้น การจัดสอนภาษาอังกฤษแบบกว้างๆสำหรับคนทำงาน ในภาคการท่องเที่ยวมักจะเป็นการสูญเสียไป เป็นการเสียทรัพยากรเพราะได้ประโยชน์จากการอบรมกว้างๆน้อยมาก หากสามารถมีหลักสูตรที่เน้นภาษาเฉพาะตั้งแต่ระดับอุดมศึกษาจะยิ่งดีมาก</p>	<p>ได้ตอบ ส่วนทักษะอื่นอยู่ในระดับที่พอใจแล้ว และควรวางแผนพัฒนาทักษะอื่นๆที่อยู่ระดับสูงขึ้นไป เช่นการฟังข้อมูลหรือบรรยายจากผู้เชี่ยวชาญหรือตัวแทนหน่วยงานท่องเที่ยวของต่างประเทศ การฟังในที่ประชุมกลุ่มเล็ก การอ่านสารคดี การอ่านหนังสือพิมพ์ บทความวิชาการ อ่านรายงานประชุม การเขียนรายงานสั้นๆ การเขียนบทความ รายงานประจำปี เป็นต้น</p>	
<p>กฎเกิด</p>	<p>ส่วนใหญ่เน้นทักษะการพูดและฟัง ยกเว้นในกรณีบุคลากรระดับหัวหน้าเป็นผู้ใช้ภาษาอังกฤษดี อาจเพิ่มทักษะการเขียนให้ด้วย ซึ่งหากมีเอกสารให้ทบทวนหรือเรียนด้วยตนเองได้จะเป็นการดีมาก นอกจากการจัดหลักสูตรเพื่อผู้บริหารและผู้ปฏิบัติแล้ว ควรเน้นหลักสูตรการเรียนภาษาตั้งแต่ระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และมหาวิทยาลัยให้มีคุณภาพ เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพในการใช้ภาษาและเป็นการแก้ปัญหาที่ต้นเหตุ</p>	<p>เนื่องจากกลุ่มบุคลากรเป้าหมายในการใช้ภาษาอังกฤษในภาคส่วนต่างๆ ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น เจ้าหน้าที่สายตรวจ พนักงานขับรถ มัคคุเทศก์ และฝ่ายปฏิบัติการด้านทัวร์ ฝ่ายต้อนรับของโรงแรมบริการและเจ้าหน้าที่ต้อนรับประจำร้านอาหาร ภัตตาคาร จำเป็นต้องใช้ภาษาอังกฤษในด้านการพูดและฟังเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังนั้นทักษะการพูดและฟังจึงมีความจำเป็นก่อนทักษะอื่น</p>	<p>1. กลุ่มชาวต่างชาติที่มีการติดต่อประสานงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกี่ยวกับคนไทย ต้องการให้คนไทยพัฒนาทักษะการฟังและการพูดมากที่สุด กล่าวคือฟังและเข้าใจในสิ่งที่นักท่องเที่ยว/ลูกค้าชาวต่างชาติต้องการจะสื่อสาร พร้อมทั้งพูดได้ตอบด้วยภาษาที่ถูกต้อง การออกเสียง เสียงท้าย เสียงควบกล้ำ ตัวอย่างที่พูดถึง เช่น /pant house/ ซึ่งหมายถึงถึง plant house หรือ /no plomplam/ ซึ่ง</p>

			<p>หมายถึง no problem การสร้างประโยคหลักๆ หรือการนำคำมาต่อกันในการพูด สื่อความ ซึ่งคนที่ไม่คุ้นเคยยากที่จะเข้าใจ เช่น "What would you like some drink?" "Me no hap" การเข้าใจ สำเนียงและวงศัพท์ที่ชาวต่างชาติใช้ในการใช้ภาษาอังกฤษ เช่น เมื่อพูดถึงการส่งผ้าซัก บางคนจะถามว่า "When can I collect it?" หรือ "when can I have it back?" เป็นต้น นอกจากนี้ ควรมีการฝึกให้อัจฉริยะภาษาประกอบด้วย สิ่งที่คุณไทยควรต้องมี คือ ความมั่นใจ ความตระหนักถึงความแตกต่างด้านวัฒนธรรม ทักษะในการแก้ปัญหา การจัดการกับคำร้องเรียนของลูกค้า ความไวต่อการสังเกตปฏิกิริยาของนักท่องเที่ยว ระหว่างการสื่อสาร ความเข้าใจต่อสิ่งที่นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าต้องการ และการมีความรู้เกี่ยวกับอาหาร สินค้าและ</p>
--	--	--	--

			<p>บริการของสถานประกอบการที่ตนเองทำงานอยู่</p> <p>2. การเขียนป้าย (signs) และป้ายประกาศ (advertisements) การใช้ตัวสะกด เช่น Phi-Phi Island ชาวต่างชาติทั่วไปจะอ่าน /พี-พี/ ไม่ใช่ /ฟี่-ฟี่/ Phuket จะอ่านเป็น /พูเก็ต/ หรือป้ายตามร้าน เช่น Tailor-PERFECK ซึ่งสื่อไม่ได้ นอกเหนือจากนี้ความไม่มีบรรทัดฐานในตัวสะกดก็พบมาก เช่น คำว่าภูเก็ตหรือเชียงใหม่เขียนต่างกันเกือบทุกที่ ชาวต่างชาติให้ข้อสังเกตว่า signs คือการสื่อสารที่สำคัญ ควรคิดถึงคนอ่านด้วย</p> <p>3. การอ่าน เน้นเฉพาะเรื่องการอ่านแผนที่เพื่ออธิบายแก่นักท่องเที่ยวเพราะได้พบมากกว่าสถานที่จริงไม่ตรงกับในแผนที่ (อาจจะเพราะคนไทยไม่ให้ความสำคัญกับแผนที่ จึงไม่ค่อยมีการทำข้อมูลในแผนที่ให้ทันสมัยตรงตามความ</p>
--	--	--	--

			เป็นจริง จึงต้องถามคนท้องถิ่น แต่คนไทยส่วนมากไม่อ่านแผนที่หรืออ่านไม่เป็น ควรเป็นจุดเน้นในการสอน และมีความสำคัญในอันดับต้นที่ต้องปรับปรุง
--	--	--	---

ประเด็นที่ 4 รูปแบบการสอน และวิทยากร/ผู้สอน

ฐานที่เก็บข้อมูล	ผู้บริหาร	ผู้ปฏิบัติ	ชาวต่างชาติ
กรุงเทพฯ	<ol style="list-style-type: none"> รูปแบบควรมีความน่าสนใจ สนุกทำให้คนเข้าเรียนอย่างสม่ำเสมอ และตระหนักว่าการเรียนรู้ภาษาอังกฤษจะทำให้มีรายได้ดีขึ้นอย่างไร สามารถนำไปผูกติดกับระดับเงินเดือนการประเมินผลงาน และความก้าวหน้าอย่างไรบ้าง วิทยากร/ผู้สอนต้องมีเทคนิคและจิตวิทยาในการสอน บทเรียนต้องสมจริงสมจัง มีสถานการณ์ให้เล่น ไม่ท่องจำ ใช้วิธีการสอน ที่ไม่ทำให้น่าเบื่อคนก็อยากจะได้เรียนและเข้าใจง่าย 	<ol style="list-style-type: none"> ควรจัดในลักษณะของการเรียนรู้ด้วยตนเอง แต่ต้องสร้างแรงจูงใจให้ผู้เรียนเกิดความรู้สึกอยากเรียน โดยการนำไปโยงไว้กับการเลื่อนตำแหน่ง การขึ้นเงินเดือน ควรจัดสอนในสถานที่ที่แปลกไปบ้าง ไม่อยากให้เกิดความรู้สึกเหมือนนั่งเรียนในห้องเรียน แต่ไม่ต้องเดินทางมากนัก ผู้สอนควรเป็นเจ้าของภาษาแต่ควรเป็นคนที่มีเรื่องวัฒนธรรม การเรียนกับเจ้าของภาษาจะทำให้ได้ความถูกต้อง และสำเนียง หรืออาจจะสลับ 	<p>ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงภาษาอังกฤษของคนไทยคือ การให้เรียนตั้งแต่เด็กๆ พยายามให้พูด ฟัง มากๆ ดูรายการทีวีภาษาอังกฤษ มีโอกาสพบเจ้าของภาษา การเรียนภาษาคือการมีโอกาสได้พูด ได้ฝึกฝน สำหรับการอบรมกับวิทยากร/ผู้สอนชาติเดียวกันจะทำให้คุ้นเคยกับสำเนียงที่มีใช้คนอังกฤษ เพราะมีคนมากมายที่ใช้ภาษาอังกฤษ โดยที่มีเจ้าของภาษา ส่วนวิทยากร/ผู้อบรมที่เป็นเจ้าของภาษาควรรู้ภาษาไทยด้วย และควรสอนในบรรยากาศที่เป็นจริง ไม่ใช่บรรยากาศของ</p>

	<p>ทำให้คนอยากรู้ ครูก็เป็นปัจจัยสำคัญมากที่จะทำให้คนอยากเรียน ครูต้องเก่ง รอบรู้ และมีวิธีการสอนที่น่าสนใจ มีรูปแบบการสอนที่ทำให้ผู้เรียนสนุก จำ patterns และเอาไปใช้ได้</p> <p>3. จัดการสอนให้สมจริง มีสถานการณ์ให้ได้เรียนรู้และใช้ภาษาไปด้วย ไม่เน้นไวยากรณ์ และต้องท่องจำมากนัก จำไปจากการเรียนรู้ที่มีใช้การท่องจำ ทำบทเรียนให้เป็น incentive จูงใจให้เห็นประโยชน์</p> <p>4. แนวคิดของการใช้สื่อเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองและการจัดตั้งศูนย์เพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองก็เป็นที่น่าสนใจ แต่ก็ต้องมีการสร้างแรงจูงใจให้เกิดขึ้นกับผู้เรียนด้วย</p> <p>5. การจัดอบรมน่าจะมีความหลากหลาย ขึ้นอยู่กับว่าอบรมใคร มีเป้าหมายอย่างไร แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดคือต้องสนุกและมีความพิเศษ มีสิ่งกระตุ้น สำหรับวิทยากรควรมีความสามารถในการถ่ายทอดและทราบว่าวัฒนธรรม</p>	<p>กันระหว่างคนไทยกับเจ้าของภาษา แต่อย่าเน้นไวยากรณ์มากเกินไป เพราะจะทำให้เบื่อ</p> <p>3. ควรฝึกการใช้ภาษาที่มีวัฒนธรรมไทยเข้าไป ผสมกลมกลืนอย่างเหมาะสม และควรฝึกให้ออกเสียงโดยใช้ภาษาไทยกำกับจะได้ง่ายต่อการออกเสียง วิทยากร/ผู้สอนควรสอนให้ผู้เรียนมีความรู้เกี่ยวกับการเลือกใช้คำให้เหมาะกับบุคคล เช่น ระดับ ตำแหน่ง อาชีพ รวมไปถึง การใช้วจนภาษาที่นอกเหนือจากการยืมของคนไทย และการรักษาภิรยามารยาทแบบไทยๆ</p>	<p>ห้องเรียน ครูต้องพยายามสร้างรูปแบบการเรียนรู้ โดยให้ผู้เรียนเป็นฝ่ายพูด และมีโอกาสพบเจ้าของภาษา ถ้าผู้สอนเป็นไทยควรเชิญชาวต่างประเทศเข้ามาพบผู้เรียน หรือนำผู้เรียนไปพบชาวต่างประเทศ</p> <ul style="list-style-type: none"> - การเรียนแบบ Rote learning ทำให้ไม่สามารถประยุกต์ภาษาใช้ในสถานการณ์ต่างๆ ได้ เพราะความจำจะไม่ครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมด สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือการให้บุคลากรเรียนรู้จากการทำงาน เพราะการพัฒนาภาษาอังกฤษที่ดีคือการเปิดโอกาสให้เรียนรู้จากของจริง รวมไปถึงวิธีการเรียนแบบ independent learning - การพูดต้องเน้นการออกเสียงที่ถูกต้อง เพราะการออกเสียงที่ถูกต้องนำไปสู่การฟังที่ถูกต้องด้วย - ครูไม่ควรใช้ภาษาไทยในห้องเรียนภาษาอังกฤษ - ไม่ควรมี "a long list for students to learn" <p>แต่ควรเน้นการฝึกและโอกาสผู้เรียนได้ใช้ภาษา ไม่ใช่มีรูปแบบที่เนื้อหาแน่นแต่จบ course ไปโดย</p>
--	--	--	---

	<p>ธรรมเป็นอย่างไร จะนำไปเชื่อมโยงกับสิ่งอื่นๆ ได้อย่างไร</p> <p>6. การฝึกอบรมก่อนเข้าทำงานให้แก่คนที่สนใจ จะทำงานโรงแรม เพื่อฝึกภาษาอังกฤษที่จำเป็น ต้องใช้ในงานโรงแรมให้เก่งไปเลยก่อนที่ จะเข้าทำงาน พร้อมกับใบประกาศนียบัตรรับรองความสามารถ</p> <p>7. ใจรักและทัศนคติของผู้เรียนสำคัญมาก ผนวกกับวิธีการสอน อย่าทำให้น่าเบื่อ เข้าใจง่าย ทำให้คน อยากรู้ ลักษณะการจัดหลักสูตรต้องสนุก มีรูปแบบประโยคที่จำและนำไปใช้ได้ ไม่ควรเน้นไวยากรณ์มากเกินไป แต่ควรเน้นความเข้าใจ</p> <p>8. นอกเหนือจากการเรียนปกติ น่าจะมีบทเรียนเสริมในรูปแบบของวิดีโอ การเรียนที่ดีคือการเรียนไปเรื่อยๆ มีสิ่งแวดล้อมที่คอยกระตุ้นอยู่ตลอดเวลา</p> <p>9. ควรเน้นรูปแบบสำเร็จรูปตรงกับงาน เรียนแล้วนำไปใช้งานได้ทันที</p>		<p>ที่ผู้เรียนใช้ภาษาไม่ได้เลย รูปแบบที่ดีคือรูปแบบที่ผู้เรียนมีโอกาสได้ฝึกฝน</p> <p>- การสอนเขียนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่ควรเน้นเฉพาะความถูกต้องของภาษาเพียงอย่างเดียว จำเป็นต้องเน้นให้ผู้เรียนสื่อความคิดให้คนอ่านรู้เรื่องด้วย</p>
--	---	--	---

	<p>10. การเรียนควรจะมีจุดหมายควรให้ผู้เรียนมองเห็นประโยชน์ของการเรียน เห็นชัดว่าจะนำไปใช้อย่างไร คนเรียนสามารถแสดงความจำนงลงเรียนสิ่งที่ต้องการและเป็นประโยชน์โดยตรงกับงานและความสนใจของตัวเองได้ โดยปรึกษาทั้งกับหัวหน้าสายงานและฝ่ายฝึกอบรม)</p> <p>11. ควรชี้ให้คนเรียนเห็นว่า ภาษาอังกฤษเป็นจุดบวกของการทำงาน</p>		
เชียงใหม่	<p>1. เรียนกับผู้สอนในชั้นแล้วนำไปปฏิบัติในสถานการณ์จริง โดยให้ผู้สอนติดตามดูและให้ข้อเสนอแนะ</p> <p>2. เรียนเป็นกลุ่มเล็กๆ 3 – 5 คน ไม่ต้องมีเนื้อหา มาก ควรเป็นหลักสูตรที่เอื้อต่อการเรียนลด ระยะเวลา คือหาจุดอ่อน จุดด้อยทาง ภาษาของพนักงานก่อน แล้วให้เข้าเรียนส่วนที่ เขาอ่อน เปรียบเหมือนเป็นหลักสูตรที่เรียกได้ว่า เครื่องเสียตรงไหนก็ให้ซ่อมตรงนั้นได้เลย</p> <p>3. วิธีการเรียนที่เหมาะสมและได้ผลมากที่สุดคือ</p>	<p>1. มีกิจกรรมให้ทำ หรือมีเหตุการณ์จำลองให้ผู้เรียนมีโอกาสฝึกให้มาก</p> <p>2. เรียนในห้องเรียนก่อนแล้วมีการปฏิบัติในสถานที่จริง เรียนกลุ่มละประมาณ 10-20 คน</p> <p>สำหรับวิทยากร/ผู้สอนนั้นต้องการให้เป็นเจ้าของ ภาษาเพราะนอกจากจะได้ภาษา สำเนียง ที่ถูกต้อง แล้ว ยังได้เกร็ดต่างๆเกี่ยวกับวัฒนธรรมของเจ้าของ ภาษาด้วย</p>	

	<p>การเรียนการสอนแบบตัวต่อตัว หรือ 1:2</p> <p>4. เป็นหลักสูตรที่เน้นการฝึกในสถานที่จริง เช่น ฝึกอธิบายเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี เป็นต้น</p> <p>สำหรับวิทยากรนั้น สรุปความเห็นได้เป็น 2 ประเด็นคือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ควรเป็นเจ้าของภาษาเพราะจะเป็นการบังคับทางอ้อมให้ผู้เรียนพยายามใช้ภาษาอังกฤษมากขึ้น 2. ควรเป็นทั้งคนไทยและเจ้าของภาษาเพราะมีข้อดีคนละแบบ กล่าวคือ คนไทยจะสื่อสารเรื่องที่เข้าใจยากได้ดีกว่า ส่วนเจ้าของภาษาจะให้สำเนียงและภาษาที่ถูกต้อง และถ้าเป็นคนไทยสอนจะต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถสูงพอสมควร 		
<p>ภูเก็ต</p>	<p>ในการจัดรูปแบบการสอนต้องการให้มีการจำลองสถานการณ์จริงในสาขาวิชาขึ้นนั้น ๆ เพื่อให้บุคลากรได้มีโอกาสใช้ภาษาได้ถูกต้องกับสถานการณ์ต่าง ๆ และหากมีสื่อการเรียนการสอน เช่น ซีดีรอม หรือ หนังสือประกอบจะดีมาก</p>	<p>มีการสอนที่ให้เรียนรู้จากสถานการณ์จริง และเน้นคำศัพท์ทำให้ได้ประโยชน์และเข้าใจได้มากขึ้น เกิดการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา และมีสื่อ เช่น หนังสือเรียนด้วยตนเองพร้อมแบบทดสอบ หรือเทปเพื่อฟังและฝึกย้อนหลัง สำหรับซีดีหรือวีดีโอยังไม่พร้อมสำหรับการใช้</p>	<p>- รัฐบาลและหน่วยงานท้องถิ่น เช่น อบต. ควรขอความร่วมมือจากสถาบันการศึกษาในพื้นที่ องค์การบริหารเอกราช ครูอาจารย์ที่เกษียณอายุราชการแล้ว รวมไปถึงนักท่องเที่ยวที่ยินดีให้ความช่วยเหลือในการสอนภาษาอังกฤษให้กับนักเรียน นัก</p>

	<p>สำหรับวิทยากร/ผู้สอนนั้นโดยมากต้องการผู้ให้การอบรมเป็นคนไทยสำหรับบุคลากรที่ใช้ภาษาอังกฤษระดับพื้นฐาน และผู้ให้การอบรมเป็นชาวต่างประเทศสำหรับบุคลากรที่ใช้ภาษาอังกฤษระดับสูงขึ้นไป โดยหากชาวต่างประเทศที่เป็นผู้ให้การอบรมสามารถพูดภาษาไทยได้ด้วยจะดีมาก</p>	<p>งานมากนักเนื่องจากบุคลากรบางกลุ่มไม่มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เช่น เครื่องเล่นวีซีดี สำหรับวิทยากร/ผู้สอนนั้นโดยมากไม่คำนึงมากนักกว่าจะเป็นชาวไทยหรือชาวต่างประเทศ แต่ต้องการได้บุคลากรเฉพาะทางในการให้การอบรม เช่น ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารทำการอบรมให้แก่พนักงานร้านอาหาร</p>	<p>ศึกษา และบุคลากรในภาคการท่องเที่ยว สำหรับในภูเก็ตนั้น หาดป่าตองเป็นแหล่งการเรียนรู้ที่ใหญ่ที่สุดเนื่องจากมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่เดินทางมาและบางส่วนต้องการจะตั้งรกรากที่นั่น หากไปขอความช่วยเหลือทุกคนก็ยินดี เพราะบางคนเป็นครูมาก่อน และไม่ต้องการเงินตอบแทนใดๆ สำหรับรูปแบบการสอนควรจัดเป็นกลุ่ม มีแบบฝึกหัดประจำวัน การแสดงบทบาทสมมติ การดูวิดีโอเพื่อสังเกตและเรียนรู้การใช้ อัจฉริยะ ภาษา เช่น สีน้า ทำทาง การยิ้ม และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้เจอกับผู้ใช้ภาษาอังกฤษที่หลากหลาย เพื่อจะได้คุ้นเคยกับสำเนียงที่แตกต่างกัน เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวหลากหลายเชื้อชาติเดินทางมายังภูเก็ต และหากเป็นไปได้ในอนาคตก็ควรสนับสนุนให้มีการเรียนภาษาอื่นๆ เช่น อิตาลี ฝรั่งเศส เยอรมัน</p> <p>- รูปแบบการสอนต้องเรียนจากรูปแบบที่ถูกต้อง มีตัวอย่างที่ชัดเจน เน้นทั้งวัจนและอวัจนภาษา เช่น This way, please. ต้องใช้น้ำเสียงอย่างไร</p>
--	--	---	--

			ออกเสียงอย่างไร ใช้วิธีจรรยาแบบไหน สำหรับ วิทยากร/ผู้สอนควรเป็นทั้งคนไทยและเจ้าของ ภาษา เพราะคนไทยทราบถึงปัญหาของผู้เรียน เจ้าของภาษาจะสอนการออกเสียงและความเป็น ธรรมชาติของภาษา
--	--	--	--

ประเด็นที่ 5 ระยะเวลาของหลักสูตรและความถี่ของการจัดหลักสูตร

ฐานที่เก็บข้อมูล	ผู้บริหาร	ผู้ปฏิบัติ	ชาวต่างชาติ
กรุงเทพฯ	<ol style="list-style-type: none"> ควรจัดอบรมเป็น Course สั้นๆ และจัดได้ทั้งในและนอกเวลางาน ส่วนความถี่ในการจัดอบรมนั้นควรเป็นไปตามความเหมาะสม แต่ถ้าถี่ไปอาจจะทำให้เกิดความเสียหายกับงานที่รับผิดชอบอยู่ และไม่ควรจะเน้น Course ที่ยาวมาก ให้ บุคลากรพัฒนาตนเอง สนับสนุนสถานที่ หรือค่าใช้จ่ายตามความเหมาะสม ควรจัดให้มี course เดียวกันในช่วงวัน และเวลาที่ต่างกันแต่มีการสอนไปในจังหวะเวลาที่เหมือนกัน 	ความถี่ในการจัดอบรมควรเป็นไปตามความเหมาะสม แต่ไม่ควรจัดตอนบ่าย ที่ต้องการส่วนมาก คือ ช่วงเช้า และควรจัดกลุ่มหมุนเวียนกันไปเรียน เพื่อไม่ให้เสียงาน ถ้าเป็น Course ควรแบ่งสอนเป็นตอน ๆ	

	<p>เพื่อเปิดโอกาสให้คนที่จำเป็นต้องขาดเรียนในวันหนึ่ง สามารถหาวันและเวลาทดแทนได้โดยไม่ทำให้ขาดความต่อเนื่อง (ฝ่ายอบรมของโรงแรม Pathumwan Princess จัดสอนบทเรียนเดียวกันในสองวันที่ต่างกัน เช่นจันทร์ พุธ ใครที่ติดงานเข้าเรียนเรื่องนั้น ๆ ในวันจันทร์ ไม่ได้ ก็สามารถเข้าเรียนในวันพุธ ได้)</p> <p>3. ถ้าไม่สามารถจัด course ที่มีลักษณะคู่ขนาน (parallel) ตามข้อ 2 ได้ น่าจะทำให้บทเรียนแต่ละบทมีความเบ็ดเสร็จในตัวเอง ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนซึ่งมีความจำเป็นต้องขาดเรียนบทหนึ่งบทใดไป สามารถกลับเข้าเรียนต่อได้โดยไม่ขาดช่วง ส่วนที่ไม่ได้เข้าเรียนก็สามารถหาวิธี "ซ่อม" ได้ด้วยตนเอง</p>		
เชียงใหม่	<p>1. ไม่ควรจำกัดจำนวนชั่วโมง น่าจะให้เรียนไปเรื่อยๆ เป็นขั้นๆ ไปจนกระทั่งความสามารถของผู้เรียนพัฒนาในระดับที่สามารถทำงานได้ดี</p> <p>2. ควรเป็นเวลาช่วงเช้า เพราะช่วงเย็นเป็นเวลาของครอบครัว</p>	<p>1. ต้องการให้จัดอบรมปีละสองครั้ง</p> <p>2. หลักสูตรที่ต้องการคือประมาณ 3 เดือน เรียน 2 วันต่ออาทิตย์ เรียนวันหยุดเต็มวัน</p> <p>3. ต้องการหลักสูตรแบบเข้ม 1 อาทิตย์ วันละ 2 ชั่วโมงหรือทั้งวัน โดยให้ลาไปเรียนเพื่อไม่ให้งาน</p>	

	<ol style="list-style-type: none"> 3. ควรมีความสม่ำเสมอ ถ้าเป็นไปได้น่าจะเรียนทุกวันหรือวันเว้นวันเพื่อความต่อเนื่อง 4. ไม่ควรต่ำกว่า 30 ชม. จัดสอนเวลาเย็นหลังเลิกงาน หรือถ้าเป็นเวลางานต้องเป็นเวลาที่มิถูกค้ำไม่มาก 5. ควรจัดอบรมในช่วง Low season ไม่ควรเกิน 1 เดือน และควรเรียนทุกวันเพื่อความต่อเนื่อง 6. เป็นหลักสูตรสั้น 1 วัน เพราะมีเหตุผลที่ต้องทำงาน ด้วยการจัดระยะยาวจะทำให้เสียงาน อีกประการหนึ่งคือมีเหตุผลที่เป็นสมาชิกของสมาคมมีพื้นฐานภาษาแล้ว จึงควรเป็นหลักสูตรระยะสั้นที่เน้นทั้งภาษาและ ศิลปะการสื่อสาร เป็นหลักสูตรฟรีและต่อเนื่อง สามารถจัดให้ผู้เรียนได้ตลอดเวลา เพื่อสนองความต้องการ 7. เป็นหลักสูตรระยะสั้น ถ้ายาวจะเป็นปัญหาต่องานและแรงจูงใจของผู้เรียน ระยะเวลาของหลักสูตรต้องคำนึงถึงจิตวิทยาผู้เรียนด้วย หากหลักสูตรตั้งไว้ที่ 100 ชม. ก็อาจต้องแบ่งเป็นระดับต่างๆ ระดับละ 20 ชม. สำหรับกลุ่มอาชีพที่ต้องเรียนมาก 	เป็นอุปสรรคต่อการเรียน	
--	--	------------------------	--

	ส่วนอาชีพที่ไม่ต้องเรียนมากนักเช่น แม่บ้าน อาจจัดให้หลักสูตรละ 30 ชม. และต้องจัดลำดับความสำคัญว่าอาชีพใดควรมีความจำเป็นได้รับการอบรมก่อน		
ภูเก็ต	สำหรับช่วงระยะเวลาในการฝึกอบรม ต้องการให้เป็นช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เพราะพนักงานมีเวลาเต็มๆ ในการฝึกอบรม เช่น ในเดือนมิถุนายน กรกฎาคม และ สิงหาคม ประมาณ 2 ครั้งต่อสัปดาห์	ต้องการให้มีการอบรมระยะสั้น ความถี่ 1 ครั้งต่อสัปดาห์โดยประมาณเพื่อให้ผู้อบรมได้มีโอกาสได้นำสิ่งที่เรียนไปปฏิบัติงานจริงและหากมีคำถามสามารถมาถามผู้ให้การ อบรมได้	ควรให้ผู้เรียนเป็นคนกำหนดเอง หรืออาจเปิดการอบรมระยะสั้น ความถี่ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์

ประเด็นที่ 6 ผู้รับผิดชอบในการจัดอบรม

ฐานที่เก็บข้อมูล	ผู้บริหาร	ผู้ปฏิบัติ	ชาวต่างชาติ
กรุงเทพฯ	<ol style="list-style-type: none"> ภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือกัน และมีทัศนคติที่ดีต่อกัน หน่วยงานต้นสังกัดยินดีรับผิดชอบค่าใช้จ่ายเพื่อสนับสนุนให้พนักงานพัฒนาตนเอง (บริษัท ขาย อัญมณีแห่งหนึ่งให้โอกาสแก่บุคลากรไปเรียนที่จุฬา หรือภาษาญี่ปุ่น ที่ Japan Foundation หรือฝึกเอง เรียนเอง ถ้าภาษาดี 	ไม่ได้คาดหวังที่จะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่าย แต่ถ้าต้องจ่ายบ้างเพื่อได้ภาษาที่ต้องการจริงๆก็น่าจะดี แต่ต้องไม่มากเกินไป	

	<p>ขึ้นก็มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น นำไปสู่รายได้ที่ขึ้น)</p> <p>3. ตั้งแต่มีกระทรวงที่รับผิดชอบเรื่องการท่องเที่ยว การฝึกอบรมภาษาอังกฤษของหน่วยงานที่ต้องโยกมาขึ้นกับกระทรวงได้หยุดชะงักไปเพราะเข้าใจว่าต้องมีการจัดระบบงบประมาณกันใหม่ จึงอยากให้ความชัดเจนในเรื่องนี้</p> <p>4. การจัดอบรมไม่ได้รับการกำหนดทิศทางด้วย แผนงานและความจำเป็นแต่ขึ้นอยู่กับทัศนคติของ หัวหน้างาน</p>		
เชียงใหม่	<p>1. หน่วยงานใดก็ได้ที่มีความสามารถ และหากมีศูนย์พัฒนาภาษาอังกฤษสำหรับการบินโดยเฉพาะก็จะยิ่งดี เพราะการเรียนการสอนและการติดตามผลจะเป็นระบบแบบแผนมากขึ้น ซึ่งจะเห็นความสำเร็จในเชิงรูปธรรมมากขึ้น</p> <p>2. ที่ผ่านมาก่อนที่สำนักงานตำรวจท่องเที่ยวจะขึ้นอยู่กับสำนักพัฒนาการท่องเที่ยวและการกีฬา เคยเข้ารับการ อบรมที่รัฐขอความร่วมมือผู้อบรมจาก ม.ธ. ม.ช. British Council, AUA</p>	<p>1. เคยเข้าอบรมกับ ม.ธ. ม.ช. British Council, โดยได้รับการสนับสนุนค่าเรียนจากรัฐ และกับ AUA โดย หัวหน้างานขอความอนุเคราะห์ให้เรียนฟรี</p> <p>2. หน่วยงานใดก็ได้ ขอเพียงให้มีหลักสูตรดี ผู้สอนดี เอกสารประกอบดีก็น่าจะได้แล้ว</p>	

3. สำหรับสำนักงานการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เคยเป็นผู้จัดอบรมให้คือ ม.ช สถาบันราชภัฏ ม.พายัพ และสถาบันสอนภาษาเอกชน ผู้เข้าอบรมคือกลุ่มคนขับรถ พนักงานขายของที่ระลึก พนักงานร้านอาหาร เป็นต้น แต่ปัจจุบันการจัดอบรมภาษาอยู่ในความดูแลของสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว และในจังหวัดเชียงใหม่ขณะนี้ยังไม่มีคณะกรรมการชุดใดดูแลเรื่องนี้
4. หน่วยงานที่จัดอบรมให้กับสมาชิกของสมาคม มัคคุเทศก์และสมาคมโรงแรมคือ ม.ช. YMCA, British Council โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งได้รับต่อเนื่องมา 2 ปี แล้ว ขณะนี้สถาบันต่างๆกำลังร่วมมือกันจัดทำหลักสูตรอยู่ซึ่งเป็นหลักสูตรที่ทางสมาคมฯขอให้ผู้จัดเน้นภาษาของแต่ละอาชีพ เช่นภาษาอังกฤษสำหรับคนขายของ พนักงานเสิร์ฟ แม่บ้าน เป็นต้น และเน้นภาษาที่เป็นความต้องการของแต่ละอาชีพโดยตรง
5. สมาคมโรงแรมร่วมมือกับศูนย์พัฒนาฝีมือและ

	แรงงานจังหวัดเชียงใหม่ในการจัดอบรมภาษาอังกฤษสำหรับ บุคลากรในภาคการโรงแรมที่เป็นสมาชิกของสมาคมฯ และสนับสนุนงบประมาณส่วนหนึ่งและอีกส่วนหนึ่งผู้เข้าอบรมเป็นผู้รับผิดชอบ		
ภูเก็ต	ผู้ประกอบการและภาครัฐร่วมกันเป็นเจ้าภาพในการจัด อบรม โดยให้สถาบันการศึกษาในพื้นที่เป็นผู้รับผิดชอบ โดยทำงานร่วมกันกับผู้ประกอบการเพื่อให้ได้หลักสูตรที่ตรงกับความต้องการจริงๆ	ผู้ประกอบการและภาครัฐร่วมกันเป็นเจ้าภาพในการจัด อบรม และควรทำแบบจริงๆจังๆ ไม่ใช่จัดอบรมเพียงเพื่อใช้งบประมาณที่ได้รับจัดสรรมาให้หมดเป็นคราวๆไป นอกจากนี้ ต้องการให้ภาครัฐให้ความช่วยเหลือในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการฝึกอบรมให้เข้าถึงกลุ่มผู้ประกอบการด้วย	<ol style="list-style-type: none"> 1. รัฐบาลควรเปิดหลักสูตรการอบรมฟรี หรือหลักสูตรที่มีค่าใช้จ่ายไม่สูงนัก 2. การกระตุ้นด้วยการใช้วิธีในการจ่ายค่าเล่าเรียน "Empowered pay" คือให้คนเรียนและต้นสังกัดออกค่าใช้จ่ายคนละครึ่งเมื่อเริ่มต้นเรียน ถ้าเรียนสำเร็จต้นสังกัดจะจ่าย 50% ของเงินที่ได้จ่ายไปในตอนแรกคืนให้

ประเด็นที่ 7 การประเมินผลของหลักสูตร

ฐานที่เก็บข้อมูล	ผู้บริหาร	ผู้ปฏิบัติ	ชาวต่างชาติ
กรุงเทพฯ	1. แบบสอบถามเพื่อให้ประเมินตนเองก่อนและหลังเรียน	<ol style="list-style-type: none"> 1. แบบสอบถาม (ก่อนและหลังเรียน) 2. การเข้าชั้นเรียน 	ประเมินจากการใช้งาน ถ้าพูดรู้เรื่อง สื่อความได้เหมาะสม และดีกว่าก่อนการอบรมถือว่าสำเร็จ

	<ol style="list-style-type: none"> 2. การเข้าชั้นเรียน (ส่วนมากมักกำหนดให้เข้าเรียนไม่ต่ำกว่า 80%) 3. การใช้กิจกรรมระหว่างเรียน 4. ไม่มีรูปแบบการประเมินผลที่ชัดเจน (บางหน่วยงานให้ข้อมูลว่าเป็นดังนี้เพราะผู้รับผิดชอบในการจัดอบรมทั้งที่เป็นผู้บริหารและผู้สอนเห็นว่าการจัดอบรมเป็นไปเพราะมีงบประมาณจะทำอย่างไรก็ได้ไม่เน้นคุณภาพ ในขณะที่บางคนมองว่าผู้เข้าเรียนเป็นผู้ใหญ่อยู่ในวัยทำงาน การที่ต้องมาประเมินกันอาจทำให้เสียหน้าและเกิดความเครียด) 	<ol style="list-style-type: none"> 3. การใช้กิจกรรมระหว่างเรียน 4. ไม่มีรูปแบบการประเมินที่ชัดเจน 5. ให้หัวหน้างานเป็นผู้ประเมิน 	<p>ในระดับหนึ่ง แต่ควรต้องพยายามเพิ่มระดับความสามารถอยู่เรื่อย ๆ</p>
เชียงใหม่	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีทั้งการสอบข้อเขียนและปฏิบัติ 2. หากหน่วยงานใดมีช่องทางหรือวิธีการสร้างแรงจูงใจในการพัฒนาตนเองแก่บุคลากรก็น่าจะสนับสนุน เช่นกรณีที่สำนักงานตำรวจท่องเที่ยวจ้าง Tourist Officer (TO) เพื่อเป็นล่าม ก็สามารถสนับสนุนให้นายตำรวจที่มีภาษาดีอยู่แล้วพัฒนาตนเองมากขึ้นเพื่อรับหน้าที่แทน TO และจะได้รับค่าจ้างพิเศษนั้นไปจนเจ็ครอบครบก็ได้ แต่ต้องมีการควบคุมมาตรฐาน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีการสอบปากเปล่า โดยไม่ต้องมีการสอบข้อเขียน 2. หลักสูตรที่มีระดับต่อเนื่องจากต้นถึงสองนั้น ต้องมีการทดสอบให้ผ่านระดับต้นก่อนที่จะเลื่อนไปเรียนระดับสูงได้ 	

	<p>ฐาน กล่าวคือ ต้องมีหน่วยงานหรือศูนย์พัฒนาภาษาอังกฤษโดยเฉพาะเพื่อให้นายตำรวจที่ทำหน้าที่ดังกล่าวเข้าไปทดสอบความสามารถเป็นระยะๆ และถ้าสอบผ่านก็จะได้ใบรับรองเพื่อสามารถปฏิบัติหน้าที่นั้นและรับค่าจ้างต่อไป แต่ถ้าสอบไม่ผ่านก็ต้องถูกยึดใบรับรองและไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ต่อไปได้</p> <p>การทำเช่นนี้เป็นทางหนึ่งที่จะทำให้เจ้าหน้าที่มีกำลังใจและแรงจูงใจในการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ</p> <p>3. จัดให้มีการสอบก่อนเรียนและหลังเรียนเพื่อให้เห็นพัฒนาการที่ชัดเจน</p>		
<p>ภูเก็ต</p>	<p>กลุ่มผู้บริหารเห็นว่าควรมีการประเมินร่วมกันทั้งจากผู้อยู่กรม และจากทางหน่วยงานเอง (โดยประเมินจากความพอใจของลูกค้าที่เป็นชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการ)</p>	<p>ควรมีการประเมินผลโดยการสอบ และเสียงสะท้อนจากลูกค้าต่างชาติที่มาใช้บริการ</p>	<p>ประเมินผลโดยการสอบ หรือการประเมินโดยหัวหน้างานและลูกค้าที่มาใช้บริการ</p>

ประเด็นที่ 8 การติดตามความสำเร็จของหลักสูตร

ฐานที่เก็บข้อมูล	ผู้บริหาร	ผู้ปฏิบัติ	ชาวต่างชาติ
กรุงเทพฯ	<ol style="list-style-type: none"> ดูจากประสิทธิภาพในการทำงานที่เพิ่มขึ้น และการสร้างแรงจูงใจให้แก่บุคลากร เช่น การใช้ sign of recognition การเลื่อนตำแหน่ง การเพิ่มเงินเดือน รับฟัง Feedback จากลูกค้า 	<p>ส่วนมากไม่มีความคิดเห็นในเรื่องนี้เพียงแต่บอกว่ารู้สึกมั่นใจและกล้าที่จะใช้ภาษามากขึ้นหลังการอบรม</p>	<p>ควรมีสัญลักษณ์แสดงความสามารถของผู้เรียน หลังจากการฝึกอบรม</p>
เชียงใหม่	<p>การติดตามความสำเร็จของหลักสูตรดูได้จาก</p> <ol style="list-style-type: none"> เกิดความเคลื่อนไหวด้านการพัฒนาความสามารถทางภาษาอังกฤษของบุคลากรในภาคการท่องเที่ยวของเชียงใหม่อย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้นเพราะบุคลากรมีศักยภาพ ความรู้ ความมั่นใจในการใช้ภาษาอังกฤษมากขึ้นและเอื้อประโยชน์ต่อการทำงาน จำนวนผู้ที่ต้องการเข้ารับการอบรมเพิ่มขึ้น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ควรเป็นการประเมินผลที่สม่าเสมอ ความถี่ในการ 		

	<p>ประเมิน 3 เดือน/ครั้ง เพื่อให้ผู้เรียนพัฒนาตนเอง อยู่ตลอดเวลา</p> <p>5. ควรมีการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง ถ้าไม่ต่อเนื่อง งบประมาณรัฐก็จะสูญเปล่า ไม่อยากเห็นการตั้งศูนย์ อบรมมากมายโดยไม่ได้อะไร</p>		
<p>ภูเก็ต</p>	<p>การติดตามความสำเร็จของหลักสูตร คือ ต้องสร้าง แรงจูงใจให้แก่พนักงานและให้พนักงานมีคุณภาพ จึง ควรมีการสร้างโอกาสให้มีการสอบเพื่อเลื่อนตำแหน่ง ให้กับพนักงานเพื่อเป็นแรงจูงใจ</p>	<p>การฝึกอบรมการใช้ภาษาอังกฤษควรมีผลในการเลื่อน ตำแหน่งของพนักงานในหน่วยงานนั้น ๆ และการสอบ ทถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติซึ่งถือ เป็นการติดตามความสำเร็จของหลักสูตร</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. การใช้สัญลักษณ์แสดงระดับความสามารถในการใช้ภาษาน่าจะเป็น "ตัว กระตุ้น" ที่ดี ทำให้คนอยากเรียน เพราะมี "สิ่งแสดงความสามารถ" ที่เป็นรูปธรรม 2. การสร้างแรงจูงใจในการเรียนน่าจะมี ส่วนสัมพันธ์กับการประเมินคือต้องมี ปัจจัยที่ทำให้ผู้เรียน feel progressive และเห็นคุณค่าของความพยายามที่จะ เรียนรู้ เช่น ทำให้เห็นว่าคนที่รู้ภาษาดีมี โอกาสสูงในการหางาน โอกาสที่จะมี รายได้สูงกว่าคนที่ภาษาน้อย มีการ ประสานงานกับนายจ้างในการสร้าง economic rationale หรือ commission base ทำให้ผู้เรียนเห็น cost

			effectiveness และ cost benefit เช่น คนที่มีความสามารถดีควรได้รับโอกาสในการเลื่อนตำแหน่งหรือได้รับเงินเพิ่ม
--	--	--	--

ประเด็นที่ 9 ปัญหา/อุปสรรค

ฐานที่เก็บข้อมูล	ผู้บริหาร	ผู้ปฏิบัติ	ชาวต่างชาติ
กรุงเทพฯ	<ol style="list-style-type: none"> 1. การไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการพัฒนาความสามารถของตนเองของบุคลากร 2. การขาดความมั่นใจและแรงจูงใจ 3. การใช้ผู้สอนที่ไม่มีความเข้าใจธรรมชาติของผู้เรียน ทำให้เกิดการเบื่อหน่าย ท้อแท้ และไม่กระตุ้นความสนใจที่จะทำให้ผู้เรียนอยากเรียน 4. การขาดความกระตือรือร้นของหน่วยงานระดับสูงที่จะมองเห็นอุปสรรคปัญหาของบุคลากรในภาคการท่องเที่ยวในบางภาคส่วน เช่น มัคคุเทศก์ซึ่งต้องทำงานไม่เป็นเวลา น่าจะต้องมีศูนย์ข้อมูลหรือห้องสมุดที่ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ภาระงาน 2. การจัดให้ผู้เรียนที่มีพื้นฐานความรู้และความต้องการแตกต่างกันอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ทำให้เกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย 3. สถานที่เรียน 4. การละเลยกลุ่มที่มีความสามารถทางภาษาเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้คนทำงานขาดแรงจูงใจในการพัฒนาภาษา 5. ระบบเส้นสายในการรับคนเข้าทำงานทำให้คนที่มีความสามารถ "อ่อนแรง" 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ระบบการศึกษาของไทยไม่มีการสอนการเขียนจริงๆ ทำให้ความคิดไม่เป็นระบบ และเขียนไม่เป็น 2. การขาดแรงจูงใจในการเรียนภาษา และการไม่มีทัศนคติที่ดีต่อการเรียน 3. การสอบโดยใช้ multiple choices ทำลายระบบคิด และมีผลต่อการใช้ภาษาโดยรวมเพราะเห็นว่าคนไทยส่วนมากใช้ภาษาในลักษณะของการท่องจำมากกว่าเข้าใจ 4. การให้ความสนใจในการคัดสรรคนที่มีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการของรัฐยังมี

	<p>มัคคุเทศก์สามารถพัฒนาตนเองได้ เช่นห้องสมุดเฉพาะของกลุ่มมัคคุเทศก์ที่เปิดในช่วงเวลากลางวันซึ่งมัคคุเทศก์สามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกกว่าที่เป็นอยู่</p> <p>5. การให้คำตอบแทนที่สมราคาแก่ผู้ที่มีความสามารถทางภาษาก็น่าจะทำให้บุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีแรงจูงใจที่จะพัฒนาความสามารถทางภาษาของตนเองมากขึ้น</p>		<p>ไม่เพียงพอ เจ้าหน้าที่ด่านหน้าของรัฐไม่ได้ขาดเฉพาะภาษาแต่ขาดทัศนคติและความกระตือรือร้นที่จะยกฐานะของประเทศให้ตรงกับนโยบายของรัฐที่จัดให้การท่องเที่ยวอยู่ “แถวหน้า” ในการดูดเงินตราเข้าประเทศ</p> <p>5. ในบรรดาบุคลากรในอุตสาหกรรมนี้เจ้าหน้าที่ของรัฐเป็นกลุ่มที่น่าเป็นห่วงที่สุด ชาวต่างชาติบางคนให้ความเห็นว่าท่าทีที่เย่อหยิ่งของเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือหน่วยงานวิสาหกิจของรัฐ บางคนบางหน่วยที่แสดงต่อผู้มาเยือนของประเทศอาจเป็น “การปิดบัง – cover up - ความไม่แข็งแรงของภาษา” หลายคนให้ความเห็นว่าบุคลากรเหล่านั้นทำให้ประเทศไทยไม่สามารถ position ประเทศในฐานะของประเทศที่อยู่แถวหน้า หรือเป็น world class destination ได้</p>
--	---	--	--

			<p>6. คุณภาพภาษาของคนไทยโดยรวม (เพราะทุกส่วนมีผลต่อการท่องเที่ยว) ไม่ตรงกับนโยบายที่รัฐจัดให้ประเทศไทย เป็นประเทศที่เด่นด้านการท่องเที่ยว (แต่บางคนให้ข้อสังเกตว่าถ้าเทียบกับคนทั่วไปของญี่ปุ่น หรือ จีน ประเทศไทยดีกว่า แต่กับประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ แม้แต่เกาหลี ไทยยังไม่สามารถแข่งขันได้ หลายคนได้พูดถึงคุณภาพที่ลดลงของบุคลากรของสายการบินแห่งชาติด้วย)</p>
เชียงใหม่	<ol style="list-style-type: none"> 1. ปัจจุบันยังไม่ได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณจากหน่วยงานต้นสังกัดในการพัฒนาภาษาอังกฤษของเจ้าหน้าที่ ทั้งรัฐจัดเก็บภาษีและรายได้จากการท่องเที่ยวค่อนข้างมาก 2. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารการจัดอบรมในเชียงใหม่ยังไม่ทั่วถึง และกระจายในวงแคบเกินไป 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ภาระงาน แต่ถ้ามุ่งใจจริงและต้องการเรียนจริงๆ บุคลากรบางคนก็ได้ใช้เงินส่วนตัวจ้างคนอื่นให้ทำงานแทน เพื่อที่ตัวเองจะได้มีโอกาสเรียน ดังนั้นการจะเรียนได้ต้องให้ลาไปเรียนจริงๆ จะได้ไม่ต้องพะวงเรื่องงานและขาดเรียน 2. ระดับและพื้นฐานของผู้เรียนไม่เท่ากันแต่มักถูกจัดให้เรียนในห้องเดียวกัน ทำให้ผู้ที่ตาม 	

	<p>3. ผู้ประกอบการภาคเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ ไม่มีความพร้อมที่จะลงทุนด้านการพัฒนาบุคลากรเนื่องจากรายได้ยังไม่เพียงพอ ถ้าเทียบกับภาคได้แล้ว ฤดูกาลท่องเที่ยวที่เชียงใหม่สั้นกว่า รายได้จึงไม่เพียงพอที่จะลงทุนส่วนนี้</p>	<p>ไม่ทันต่อแท้ หมดกำลังใจ</p> <p>3. ระบบเส้นสายมีมาก คนที่ตั้งใจทำงานและพยายามพัฒนาภาษาจนสามารถสื่อสารได้ดี และสอบผ่านตามเกณฑ์ที่หน่วยงานกำหนด ด้วยความสามารถของตนเองจริงๆ ต้องหลีกเลี่ยงให้ผู้เข้ามาด้วยเส้นสายบ่อยมาก ทำให้ข้าราชการ/พนักงานดีๆ ที่ตั้งใจทำงานหมดกำลังใจที่จะพัฒนาตนเอง</p>	
<p>ภูเก็ต</p>	<p>มักมีข้อจำกัดในการฝึกอบรม โดยเฉพาะหน่วยงานของรัฐ เช่น ตำรวจท่องเที่ยว ที่มีข้อจำกัดในเรื่องงบประมาณและเวลาในการฝึกอบรมให้กับบุคลากร เนื่องจากบุคลากรมีจำกัดจึงต้องผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนในการปฏิบัติงาน ทำให้การฝึกอบรมขาดความต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม สำหรับหน่วยงานเอกชนก็มีข้อจำกัดในเรื่องเวลาในการฝึกอบรมเช่นกัน ความไม่ต่อเนื่องในการฝึกอบรมจึงเป็นสาเหตุหลักที่หน่วยงานต่าง ๆ ต้องการแก้ไข</p>	<p>บางหน่วยงานยังคงมีข้อจำกัดในการฝึกอบรม เช่น ตำรวจท่องเที่ยวมีการอบรมในช่วงแรกก่อนปฏิบัติงาน แต่ในภายหลัง ไม่ค่อยมีการฝึกอบรมเท่าที่ควร และข้อจำกัดของหน่วยงานเอกชนหลายแห่งที่พนักงานทำงานเป็นกะทำให้ไม่ได้เข้ารับการอบรมเต็มที่ เนื่องจากชั่วโมงทำงานไม่ตรงกัน</p>	<p>บุคลากรบางส่วนไม่มีแรงจูงใจและเป้าหมายที่ชัดเจนในการทำงาน บางคนถือว่ามีประสบการณ์ในการทำงานนานแล้ว ไม่จำเป็นต้องมีความรู้ภาษาอังกฤษก็ได้ หรือบางคนขาดความมั่นใจและเจตคติที่ดีต่อการเรียนรู้ภาษา งานวิจัยของพิมพ์ภรณ์และคณะ (อ้างแล้ว) ชี้ให้เห็นว่าคนไทยบางส่วนใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของภูเก็ตเห็นว่าการมีภาษาเท่าที่เป็นอยู่ก็ "หากินได้แล้ว" ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องดิ้นรนเพิ่มเติม ข้อจำกัดอื่นๆ ได้แก่สถานที่และเวลาในการเรียน เนื่องจาก</p>

		<p>ต้องเรียนไปด้วยทำงานไปด้วย ทั้งการเรียนและงานต่างก็เป็น demanding factors ซึ่งประเด็นเหล่านี้เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษของบุคลากรภาคการท่องเที่ยวและบุคลากรภาครัฐด้วย ในการสัมภาษณ์เพื่องานวิจัยครั้งนี้ชาวต่างชาติซึ่งเป็นหนึ่งในผู้ใช้ข้อมูลได้กล่าวไว้อย่างน่าสนใจว่าเขารู้สึกดีใจที่รัฐบาลให้ความสำคัญกับการยกระดับความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของคนไทย แต่เนื่องจากภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเป็นจำนวนมาก และบางครั้งก็มีปัญหาในการใช้เส้นทาง วิธีการที่ง่ายที่สุดในการแก้ปัญหาดังกล่าวคือการจัดทำป้ายบอกทาง 2 ภาษาคือภาษาอังกฤษและภาษาไทย และบางครั้งป้ายก็ให้ข้อมูลที่สับสนทำให้นักท่องเที่ยวหลงทาง</p>
--	--	---

ความคิดเห็นต่อภาคอีสานโดยรวม

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร 5 คน และชาวต่างชาติที่มีประสบการณ์ในเมืองไทยและภาคอีสานอีก 1 คน พบว่า การพัฒนาภาคอีสานให้เป็นเมืองท่องเที่ยว นั้น มีความเป็นไปได้น้อยมาก ทั้งนี้เพราะขาดความพร้อมด้านกายภาพและด้านบุคลากรในภาคการท่องเที่ยว

ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติของภาคอีสานมีน้อย จะมีก็ส่วนที่เป็นทรัพยากรวัฒนธรรม ซึ่งมีนักท่องเที่ยวกลุ่มน้อยที่สนใจด้านนี้ ถ้าคิดจะพัฒนาต้องเน้นการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่ธรรมชาติ เช่นการสร้าง Theme Park หรือสวนสนุก

ในส่วนของความพร้อมของบุคลากรนั้น คนส่วนใหญ่ในภาคอีสานขาดโอกาสด้านการศึกษา เมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่นๆ และไม่คอยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางไปเที่ยวมากนัก จึงทำให้คนในภูมิกษณนั้นไม่มีประสบการณ์กับชาวต่างชาติ ไม่มีโอกาสฝึก และใช้ภาษาอังกฤษ และยังไม่เปิดรับโลกภายนอกมากนัก ซึ่งถ้าจะพัฒนาภาคอีสานให้เป็นเมืองท่องเที่ยวก็อาจเป็นการลงทุนที่สูญเปล่า ในสายตาของนักธุรกิจ และหลายคนยังมองว่า การ "ลงเงินและแรง" ไปที่ภาคอีสานยังไม่ถือว่าเป็น ความจำเป็นรีบด่วนในขณะนี้ อย่างไรก็ตามผู้ให้สัมภาษณ์บางคนบอกว่าถ้ารัฐตั้งใจจริงก็อาจทำได้แต่ต้องใช้เวลานานและต้องวางแผนการพัฒนาอย่างดี

ข้อสังเกตเพิ่มเติมจากการไปดูงานด้านการท่องเที่ยวที่เสียมเรียบร่วมกับมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี (10-13 กรกฎาคม 2547)

คนกัมพูชาใน 3 ภาคส่วน (Sub-sectors) ของการท่องเที่ยว คือ พนักงานโรงแรม มัคคุเทศก์ และ คนในตลาดที่ขายของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยว ใช้ภาษาในระดับที่สื่อสารได้ดี พนักงานในโรงแรมมีภาษาและทำทางที่ได้รับการฝึกมาถูกต้องดีมาก เช่น ชาวต่างชาติในคณะมีปัญหาเรื่องห้อง เขาสามารถให้ข้อเสนอแนะว่า ควรย้ายห้อง ให้ตัวเลือก ว่าชอบที่จะไปอยู่ปีกไหนของโรงแรม พนักงานส่วนหน้าตอบคำถามทางโทรศัพท์ได้ชัดเจน เข้าใจทุกประเด็นที่ถาม เมื่อเทียบกับพนักงานของโรงแรมในระดับเดียวกันที่อุบลราชธานี พนักงานสื่อสารไม่ได้เลย ชาวต่างชาติที่พักอยู่และเป็นผู้ให้ข้อมูลก็บอกว่าสิ่งที่เขาลำบากใจที่สุดในการอยู่ที่อุบลราชธานี คือการสื่อสารกับคนท้องถิ่นในทุกที่ที่ต้องติดต่อ และในความคิดเห็นของเขา คือ คนไทยในจังหวัดอุบลราชธานีที่พบไม่มีลักษณะของคนที่ยกยอจะสื่อสาร แต่มีน้ำใจ เช่นเมื่อเขาพยายามหาทางจะกลับโรงแรมด้วยการพยายามพูดชื่อโรงแรมเป็นภาษาไทยก็ชักมือให้เขาซ่อนท้ายจักรยานไปโดยที่ไม่ยอมรับเงินแม้แต่บาทเดียว เมื่อเทียบกับคนในภาคการท่องเที่ยวที่มีโอกาสพบและสื่อสารด้วยในเขมรทั้งชาวต่างชาติและผู้วิจัยได้รับข้อมูลตรงกันคือคนเขมรในภาคการท่องเที่ยวไม่รู้ไฝเรียน ส่วนมาก "คืนรน" ไปสมัครเรียน course ภาษาอังกฤษ เองซึ่งไม่แพงมากนักและมีสอนอยู่ทั่วไป นอกจากการเรียนใน course แล้วถ้าเป็นเด็ก ก็จะไปอยู่ตามปราสาทต่าง ๆ พยายามฟังนักท่องเที่ยวพูดก่อนแล้วไปหาซื้อหนังสือมาอ่าน คนที่โรงแรมบอกว่าเขาไปหาเทปเกี่ยวกับโรงแรมมาฟังและ ดู BBC และ CNN ทุกวัน ส่วนที่ชาวกัมพูชาใน sub-sectors ของการท่องเที่ยวที่ได้พบ ได้สัมภาษณ์ และได้สื่อสารด้วย ได้ภาษาอังกฤษจากความพยายามอย่างต่อเนื่อง ความใฝ่รู้ใฝ่เรียนของชาวกัมพูชาเมื่อเทียบกับคนในภาคส่วนเดียวกันในจังหวัดอุบลราชธานีน่าจะมาจาก

1. **สิ่งแวดล้อม** – เมืองเสียมเรียบมีบรรยากาศของการท่องเที่ยว เป็นเมืองที่มีชาวต่างประเทศมาก มีโรงแรมมาก (ประมาณเกือบ 200 โรงแรม) ในขณะที่ จังหวัดอุบลราชธานีมีชาวต่างประเทศน้อยมาก ทำให้ไม่เห็นความจำเป็นและไม่มีแรงจูงใจที่จะเรียนรู้ นอกจากนี้ยังได้พบว่าเด็กตัวเล็ก ๆ และพ่อแม่ของเด็กเกือบทุกคนในเส้นทางการเดินทางระหว่างชายแดนไทยไปยังเมืองเสียมเรียบ โดยเฉพาะที่ไม่ไกลจากเมืองเสียมเรียบนักก็ใช้ภาษาได้ดีมาก หนูน้อยคนหนึ่งอายุประมาณ 10 ขวบสามารถพูดคำว่า "I'm sorry." ด้วยสีหน้าท่าทางที่เหมาะสมเมื่อคุณแม่เขาไม่ยอมลดราคาของให้คณะคนไทย และใช้ภาษาอังกฤษได้คล่องแคล่วถูกต้องและ เหมาะสมตลอดการสนทนาสื่อสาร จากข้อมูลที่ได้ถามหนูน้อยคนนั้น บอกว่าเรียนจาก "My foreign teacher."
2. **ลักษณะนิสัยและภูมิหลัง** – คนไทยเป็นคนมีนิสัยรักสบายและไม่ต้องผจญความยากลำบากเหมือนคนกัมพูชาจึงไม่ค่อยมีความพยายาม ตรงกันข้ามกับคนกัมพูชาที่ตั้งแต่อดีตจนถึงทุกวันนี้มีชีวิตที่ยากลำบากมาก งานที่น่าจะหาเงินได้มากที่สุดน่าจะเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว แรงจูงใจทางเศรษฐกิจจึงน่าจะเป็นปัจจัยผลักดันที่สำคัญที่ทำให้คนกัมพูชาในภาคการท่องเที่ยวใช้ภาษาได้ดี

ความสัมพันธ์ของข้อมูลระหว่างกลุ่มและระหว่างพื้นที่

จากการตรวจหาความสัมพันธ์ได้พบว่าเรื่องหลักๆ ในทั้งสองกลุ่มบุคลากรชาวไทย คือ ผู้บริหาร และ ผู้ปฏิบัติ ในสามแหล่งข้อมูลศึกษา คือ เชียงใหม่ กรุงเทพฯ และ ภูเก็ต ไม่มีความแตกต่างกัน เช่น ความต้องการและความคาดหวังของการจัดหลักสูตรผู้บริหารและผู้ปฏิบัติทั้งสามแหล่งของการเก็บข้อมูลมีความคาดหวังโดยรวมตรงกันคือต้องการใช้ภาษาในการปฏิบัติหน้าที่ ถ้าเป็นผู้บริหารก็อยากที่จะเห็นพนักงานของตนใช้ภาษาได้คล่อง ดี และ เหมาะสม สามารถแก้ปัญหาได้ ส่วนที่เป็นพนักงานก็มีความต้องการตรงกับผู้บริหารแต่มีรายละเอียดปลีกย่อยมากกว่าอาจจะเป็นเพราะเป็นผู้ใช้จึงมีความชัดเจนว่าตนมีความจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ ความสัมพันธ์ในแง่ของความต้องการทั้งในกลุ่มผู้ปฏิบัติไม่ว่าจะเป็นที่ไม่ว่าจะอยู่ในภาคส่วนใดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และไม่ว่าจะเป็นคนในภาครัฐหรือเอกชน คือ ต้องการมีโอกาสเรียนรู้และมีฝึกฝนการใช้ภาษาที่ตรงกับงานที่ทำ ซึ่งสามารถแยกย่อยออกได้เป็น 4 ทักษะ คือ ฟัง พูด เขียน และ อ่าน ซึ่งพอจะสรุปได้ดังนี้ คือ

พนักงานทั่ว ๆ ไปในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ต้องติดต่อปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวต้องการให้หลักสูตรเน้นการฟังและพูด โดยเน้นความสามารถในการสื่อสารให้ถูกกาลเทศะ มีการใช้วัจนภาษาและน้ำเสียงที่ถูกต้อง เหมาะสม รวมไปถึงการรู้จักวัฒนธรรมของคู่สื่อสาร

พนักงานที่ต้องติดต่อด้วยการเขียน ซึ่งก็มีหลากหลาย เช่น มีบางกลุ่มที่ต้องได้ตอบจดหมายหรือดูแลตอบคำร้องทุกข์ของนักท่องเที่ยวที่เขียนมา หรือดูแลเรื่องการขาย การรับจองต่าง ๆ ต้องการเรียนรู้การเขียนจดหมายที่ถูกต้องเหมาะสม ในขณะที่พนักงานบางกลุ่มที่ต้องเขียนแนะนำองค์กร หรือต้องทำ road show ในต่างประเทศต้องการภาษาเขียนในรูปแบบของการนำเสนอ รวมทั้งภาษาพูดในการนำเสนอด้วย พนักงานในบางองค์กรที่ต้องการพัฒนาทั้งตนเองและองค์กรมากกว่านั้นต้องการหลักสูตรที่เน้นการเขียนบทความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรมและวิถีชีวิตไทย เป็นภาษาอังกฤษจนถึงระดับที่สามารถเผยแพร่ในเอกสารต่างประเทศได้ด้วย ความต้องการนี้พ้องกับข้อมูลที่ได้รับจากชาวต่างชาติที่เข้ามาดำเนินกิจการห้องพักและร้านอาหารซึ่งบอกว่าในประเทศเยอรมันคน "ธรรมดา" ที่ไม่มี

โอกาสได้เข้าไปมีส่วนร่วมใน road show หรือที่อยู่ในเมืองเล็ก ๆ ไม่มีโอกาสได้อ่านหรือรับทราบเรื่องราวของเมืองไทยเลย ซึ่งเห็นได้จากการวางแผนการท่องเที่ยวมักจะไม่เคยรวมเมืองไทยจนกว่าจะได้รับทราบจากเพื่อนหรือคนที่มาเที่ยวเมืองไทยมาแล้วจึงได้ทราบ ดังนั้นสิ่งที่นักท่องเที่ยวบางคนแนะนำในการให้สัมภาษณ์คือขอให้คนไทยเขียนบทความเกี่ยวกับเรื่องบ้านเมือง วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของตัวลงในนิตยสาร หรือใน website ที่มีการกระจายตัวกว้างขวางในหมู่ชาวต่างประเทศ “ธรรมดา” แบบพวกเขา บางส่วนที่พ้องกับการเขียนอีกเรื่องหนึ่งคือคนที่ต้องดูแลบทความภาษาอังกฤษในหนังสือแนะนำอัญมณีไทย บอกว่าหลักสูตรสำหรับคนไทยในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวควรต้องเน้นการ เขียนและการวางรากฐานที่มั่นคงทางภาษาด้วยเพื่อให้มีความเข้าใจภาษาที่ดีพอควรไม่ใช่ท่องแต่รูปแบบที่สำเร็จรูปเท่านั้น เพราะผู้ให้สัมภาษณ์คนนี้บอกว่าการตรวจแก้งานเขียนภาษาอังกฤษของคนไทยมิได้แก่แต่เพียงภาษาเท่านั้นแต่ต้องดูแลความคิดด้วย เพราะฐานการเขียนของคนไทยอ่อนซึ่งในความคิดของเขาคิดว่าอาจเป็นเพราะคนไทยอ่านน้อยจึงไม่ค่อยมีฐานที่เป็นแบบ และการที่นักเรียนไทยต้องทำข้อสอบแบบ multiple choices ทำให้เด็กไทยอ่อนแอกว่าในการเขียนเพราะไม่มีโอกาสที่จะสร้างระบบคิด ทักษะการอ่านที่ปรากฏขึ้นมาจากการสัมภาษณ์พ้องกับการสำรวจศักยภาพด้านทรัพยากรบุคคลของไทยที่มีการระบุว่าสาเหตุหนึ่งของการที่คนไทยมีศักยภาพในการแข่งขันค่อนข้างต่ำ (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2544, World Travel & Travel Council, 2004) คือคนไทยไม่ค่อยชอบอ่านหนังสือ ข้อที่น่าสังเกตคือผู้ให้สัมภาษณ์ชาวไทยในการศึกษาคั้งนี้มีน้อยคนมากที่พูดถึงทักษะในการอ่าน แม้ในกลุ่มผู้ปฏิบัติบางกลุ่มที่แสดงความต้องการอยากจะเรียนรู้การเขียนจนสามารถเขียนบทความท่องเที่ยวเป็นภาษาอังกฤษได้ก็ไม่พูดถึงการอ่านซึ่งเป็นแหล่งความรู้สำคัญสำหรับการเรียนรู้และพัฒนาทักษะการเขียน ประเด็นนี้อาจเป็นได้ว่าคนไทยโดยรวมมีทัศนคติต่อการเรียนรู้ภาษาโดยการแยกทักษะทั้งสี่ คือ ฟัง-พูด-อ่าน-เขียน ออกจากกันทั้ง ๆ ที่ทักษะทั้งสี่ด้านนี้มีความสัมพันธ์และส่งเสริมซึ่งกันและกันให้การเรียนรู้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

อีกประเด็นหนึ่ง คือ มุมมองของผู้บริหารในด้านผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนาภาษาของบุคลากร ผู้บริหารในภาคธุรกิจบางคนพูดชัดเจนว่า การท่องเที่ยวคือ “ธุรกิจ” และคนทำธุรกิจจำเป็นต้องคิดถึงผลกำไร วัตถุประสงค์ของหลักสูตรคือการทำให้พนักงานใช้ภาษาได้เพราะไม่มีใครปฏิเสธว่าการที่พนักงานพูดภาษาอังกฤษได้ดีเท่าไรก็คือการดึงเงินเข้าบริษัทได้มากเท่านั้น อย่างไรก็ตามผู้บริหารเกือบทุกคนบอกว่าการใช้ภาษาอังกฤษที่ดีคือการรู้จักสื่อสาร ความไวต่อการสังเกตปฏิกิริยาของนักท่องเที่ยวระหว่างการสื่อสารและการรู้วัฒนธรรมของการใช้ภาษาของคนทีพูดด้วย ในขณะที่ชาวต่างชาติเน้นให้เห็นความสำคัญของการสื่อสารสองทาง คือเมื่อถามอะไรก็ขอให้ตอบที่ถามให้ชัดเจนครอบคลุมให้ได้ทุกประเด็นที่เกี่ยวข้อง รู้จักถามกลับเมื่อไม่เข้าใจ และสามารถบอกถึงปัญหาต่างของการสื่อสารได้ เช่น ได้ยินไม่ชัด พูดเร็วไป ฯลฯ ไม่ใช่ตอบไปเรื่อย ๆ แม้จะไม่เข้าใจ หรือได้ยินไม่ชัดเจน

ประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่งที่ชาวต่างชาติพูดถึงและเป็นประเด็นที่พ้องกันกับการศึกษาจากเอกสาร คือ ความสำคัญในการศึกษาความแตกต่างของกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักซึ่งไม่จำเป็นจะต้องเป็นกลุ่มชาวตะวันตก หรือ “ฝรั่ง” เสมอไป ที่จริงเรื่องนี้ได้ปรากฏในตำราเรียนภาษาอังกฤษซึ่งเขียนโดยคนญี่ปุ่นหลายปีมาแล้ว (Nishiyama, 1993). ที่ชี้ให้เห็นว่า

"Only a few decades ago, almost all hotel guests were American, British, Canadian, Australian, New Zealanders, or other English speaking Europeans. Consequently, international hotels always prepare themselves to cater to those English-speaking hotel guests only. Today, however, non-English-speaking Japanese tourists have become one of the largest groups overseas travelers... Indeed Japanese tourist spending has become a very important economic factor in many countries."

สถิติล่าสุดที่แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทย (Chudintra, 2004) ได้ยืนยันข้อความข้างต้นซึ่งชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกมีส่วนแบ่งการตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมากถึง ร้อยละ 59.85 และในกลุ่มนี้ นักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่นเป็นกลุ่มที่เดินทางเข้ามามากที่สุด ความจำเป็นที่จะต้องศึกษาวัฒนธรรมและโครงสร้างของนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักเพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นข้อมูลการศึกษาที่เป็นประเด็นสำคัญมากอีกประเด็นหนึ่งซึ่งจะต้องนำมาประกอบการจัดทำโครงสร้างหลักสูตร

ในส่วนของทักษะที่ต้องการ แม้ทักษะการพูดและฟังจะปรากฏโดดเด่นมากที่สุด แต่ทักษะการเขียน ทั้งการเขียนระดับต้น ๆ คือ การเขียนจดหมาย การเขียนตอบคำร้องเรียนของนักท่องเที่ยว และการเขียนในระดับที่ค่อนข้างสูง เช่น การเขียนบทความท่องเที่ยว การนำเสนอ "สินค้าท่องเที่ยว" มีการพูดถึงในกรุงเทพฯ และในเชียงใหม่โดยที่ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกกลุ่มในภูเก็ตไม่ได้พูดถึง

ส่วนที่ได้พบจากการศึกษาและควรจะนำมากล่าวถึงเช่นกันในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ความแตกต่างระหว่างการพัฒนาบุคลากรในภาคการท่องเที่ยวของภาครัฐและเอกชน ด้วยธรรมชาติขององค์กร การบริหาร และระบบทำให้การพัฒนาบุคลากรในภาคการท่องเที่ยวของเอกชนมีความคล่องตัว และเห็นผลที่เป็นรูปธรรมมากกว่าในภาครัฐ

ในการขยายวงของการเปรียบเทียบจากการตรวจหาความสัมพันธ์ข้างต้น โดยใช้ข้อคิดเห็นที่สะท้อนจากกลุ่มที่มีลักษณะความรับผิดชอบต่างกัน ในขณะเดียวกันก็ได้ตรวจสอบความสัมพันธ์ของอุปสงค์ และ อุปทาน ระหว่างผู้ให้บริการ คือกลุ่มบุคลากรชาวไทย และ ผู้รับบริการซึ่งได้ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้สัมภาษณ์ไปแล้วในการวิจัยก่อนหน้านี้ (พิมพากรณ์ สุวัตติกุล, 2546) และชาวต่างชาติที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ส่วนสำคัญๆ ที่ได้เลือกเฟ้นจากการเปรียบเทียบนี้ได้นำมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางและข้อสรุปสำหรับการจัดทำหลักสูตรและจัดทำแผนการฝึกอบรมสำหรับบุคลากรกลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังหัวข้ออภิปรายต่อไปนี้

กลุ่มเป้าหมายและความจำเป็นในการใช้ภาษาอังกฤษของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกว้างและครอบคลุมหลายภาคส่วน การพัฒนาศักยภาพในการใช้ภาษาอังกฤษของบุคลากรในอุตสาหกรรมจึงต้องมีการจัดลำดับความสำคัญ การศึกษาวิจัยนี้ได้ชี้ให้เห็นว่ากลุ่มที่เป็นด่านหน้าและเป็นภาคส่วนที่มีแนวโน้มในการทำรายได้ให้แก่ประเทศน่าจะมีความสำคัญและความจำเป็นในการพัฒนาในอันดับต้น ๆ กลุ่มเหล่านี้ในภาคเอกชนได้แก่ บุคลากรในธุรกิจโรงแรม และ ธุรกิจนำเที่ยว ในภาคธุรกิจหลัก (Primary Core Activities) และ บุคลากรในธุรกิจการจำหน่ายของที่ระลึก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจการเดินทางในประเทศ ในภาคธุรกิจรอง (Secondary Core Activities)

สำหรับภาคราชการบุคลากรหน่วยงานหลัก ๆ ที่ควรจะต้องมีความเข้มแข็งในการใช้ภาษาเพราะจะต้องเป็นผู้ใช้กลยุทธ์เชิงรุกเพื่อทำตลาดและเผยแพร่การท่องเที่ยวของประเทศ ได้แก่ บุคลากรของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะส่วนที่ต้องรับผิดชอบในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรุงเทพฯ และบุคลากรที่ต้องติดต่อประสานงานโดยตรงกับหน่วยงานและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้แก่ ตำรวจท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองทั้งที่เป็นฝ่ายตำรวจและเจ้าหน้าที่ศุลกากร บุคลากรของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา นอกจากนี้ยังต้องรวมบุคลากรด้านหน้าของหน่วยงานในภาคราชการอื่น ๆ เข้าไปในกลุ่มเป้าหมายในช่วงเวลาของการเร่งรัดพัฒนานี้ด้วย ได้แก่ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ หรือ ข้าราชการที่ต้องให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวซึ่งหมายรวมถึงพนักงานรับโทรศัพท์ที่แม้ที่ทำงานจะไม่ได้มีส่วนหน้าแต่ลักษณะของงานถือเป็น“ด้านหน้า”ที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

นโยบายในการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ

การศึกษาชี้ว่าผู้บริหารทั้งภาครัฐและเอกชนมีนโยบายสนับสนุนบุคลากรของตนให้มีโอกาสพัฒนาความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษอย่างเห็นได้ชัด ทั้งในแง่ของการพยายามหางบประมาณหาผู้มาอบรม เพราะทุกองค์กรเชื่อว่าความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของบุคลากร คือปัจจัยสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพของหน่วยงาน นอกจากนี้การที่บุคลากรส่วนมากสามารถใช้ภาษาอังกฤษได้ดีถือเป็นความภาคภูมิใจของหน่วยงาน ผู้บริหารของสำนักงานตำรวจท่องเที่ยวแห่งหนึ่งบ่งชี้ว่า “ทุกวันนี้ตำรวจท่องเที่ยวหลายนายรู้สึกอึดอัดมากที่ไม่สามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้ จึงเหมือนหน้าปากของตำรวจท่องเที่ยวมาสวม จึงอยากพัฒนาส่วนนี้มาก” และในส่วนของเอกชนการที่บุคลากรสามารถใช้ภาษาอังกฤษได้ดี คือ รายได้ที่ดีขึ้น เห็นสิ่งที่เป็นรูปธรรมชัดเจน

อย่างไรก็ตามในอีกด้านหนึ่งได้พบข้อจำกัดที่สัมพันธ์กับนโยบายหลายประการ ได้แก่

1. งบประมาณ แม้งบประมาณที่ดูเหมือนรัฐบาลจะ “ทุ่มให้” ค่อนข้างมากในองค์กรของรัฐ แต่การปรับองค์กรด้านการท่องเที่ยวในช่วงสองปีที่ผ่านมาทำให้เกิดการชะงักงันในการสิ้นไหลของงบประมาณ ข้อมูลที่ปรากฏค่อนข้างขัดจากการศึกษาครั้งนี้ คือหน่วยงานของตำรวจท่องเที่ยวที่ต้องเปลี่ยนหน่วยงานต้นสังกัดทำให้มีปัญหาขาดงบประมาณในการจัดอบรมทั้ง ๆ ที่เป็นหน่วยงานซึ่งต้องมีการอบรมอย่างเข้มข้นและต่อเนื่อง แม้ในนโยบายด้านหนึ่งของสำนักงานตำรวจท่องเที่ยว คือจ้างผู้ที่มีความสามารถทางภาษามาเป็น Tourist Officer (T.O.) เพื่อช่วยในการดูแลปัญหาทางการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว แต่การทำงานของ T.O. ก็มีข้อจำกัดเพราะในช่วงที่ T.O. ประจําการอยู่อาจไม่มีปัญหา แต่ปัญหาของนักท่องเที่ยวกลับเกิดในตอนที่ไม่มี T.O. ประจําอยู่ การที่ตำรวจท่องเที่ยวสามารถใช้ภาษาอังกฤษได้เองน่าจะมีประสิทธิภาพมากกว่า

2. การกระจายการอบรม ภาคเอกชนหลายแห่งทั้งในเชียงใหม่และภูเก็ตบอกว่าการจัดอบรมไม่ทั่วถึงและถ้าจะให้จัดเองก็ไม่มีงบประมาณเพียงพอโดยเฉพาะที่เชียงใหม่ซึ่งผู้ประกอบการชี้ให้เห็นว่าฤดูกาลท่องเที่ยวสั้นกว่าทางใต้โดยเฉพาะที่ภูเก็ต รายได้จากการท่องเที่ยวโดยรวมก็น้อยกว่าที่ภูเก็ต แท้จริงแล้วรัฐได้จัดสรรงบประมาณลงไปสนับสนุนทั้งภาครัฐและเอกชนมากโดยผ่านทางหน่วยงานต่างๆ

ของรัฐ ข้อจำกัดส่วนนี้อาจเนื่องมาจากการสำรวจความต้องการที่ไม่ได้กระทำกว้างขวางพอ และอีกประการหนึ่งอาจมีปัญหามาจากการกระจายข่าวสารการอบรมที่กระทำไม่ทั่วถึงพอ

ความสำเร็จของการจัดฝึกอบรมการใช้ภาษาอังกฤษสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การศึกษาประเด็นนี้สามารถแยกได้เป็นสองด้าน คือ ด้านที่เป็นความสำเร็จ และที่ไม่ประสบความสำเร็จ ส่วนที่เป็นความสำเร็จจากการบ่งชี้ของข้อมูล คือ บุคลากร มีความมั่นใจในการใช้ภาษามากขึ้น หลังจากการอบรม บางกลุ่มทั้งผู้บริหารและผู้ปฏิบัติบอตรงกันว่าสามารถใช้ภาษาอังกฤษได้ดีขึ้นหลังการอบรมเพราะมีการสอนในหัวข้อที่ตรงกับความต้องการในการใช้งาน

ส่วนที่อาจวิเคราะห์ได้ว่าไม่ประสบความสำเร็จ คือ

1. การที่ผู้เข้ารับการอบรมไม่ได้นำสิ่งที่ได้เรียนรู้ไปใช้ เช่นการอบรมมัคคุเทศก์ข้อมูลจากสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวเชียงใหม่ชี้ว่ามีผู้อบรมเพียง 60% เท่านั้นที่ไปประกอบอาชีพมัคคุเทศก์ ที่เหลือไปประกอบอาชีพอื่นทั้ง ๆ ที่สมาคมต้องการมัคคุเทศก์ที่มีคุณภาพและมีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ
2. การที่ผู้เรียนขาดการอบรมเกินกว่าครึ่งของเวลาอบรม ซึ่งสืบเนื่องจากการงานที่ไม่สามารถละเว้นได้หรือเกิดจากการไม่ใส่ใจของผู้เรียนเอง
3. การไม่มีการประเมินผล หรือมีแต่ไม่สามารถวัดความสำเร็จได้ชัดเจนทั้งในแง่ของหลักสูตร ผู้เรียน และการจัดอบรม

หลักสูตรการจัดอบรมภาษาอังกฤษสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การสรุปและอภิปรายผลของการวิจัยที่ได้กล่าวถึงโดยรวมข้างต้นมีประเด็นแยกย่อยซึ่งควรนำมาเป็นองค์ประกอบในการจัดทำหลักสูตรภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวดังนี้

1. การศึกษาเป้าหมายและกลยุทธ์ของประเทศในช่วงเวลาที่ทำหลักสูตร

ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (2545-2549) และจุดเน้นของรัฐบาลที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวซึ่งได้ประกาศย้าในต้นปี พ.ศ. 2547 ได้วางเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็น แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพระดับโลก (World class destination)

สำหรับกลยุทธ์ ที่จะนำประเทศไปสู่เป้าหมายดังกล่าวมีแตกต่างกันตามลักษณะของหน่วยงานหน้าที่รับผิดชอบ และบทบาทความมีส่วนร่วมในบริบทที่หลากหลายของอุตสาหกรรมนี้ ในด้านของภาษาอังกฤษการศึกษาเอกสารและข้อมูลจากการสัมภาษณ์พอจะสรุปได้ว่ากลยุทธ์หลักๆ ที่จะเป็นปัจจัยผลักดันให้ประเทศไทยเดินทางไปยังเป้าหมายที่วางไว้ได้นั้นมิได้เป็นเอกปัจจัยทางด้านภาษาเท่านั้นแต่จะต้องเกี่ยวโยงกับโครงสร้างและองค์ประกอบอื่นๆ อีกหลายด้าน โดยที่ผู้รับผิดชอบจะต้องศึกษาหาความรู้ในเรื่องต่างๆ ต่อไปนี้คือ

- ∞ ความเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการท่องเที่ยวนานาชาติในประเทศไทย
- ∞ ความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยว
- ∞ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ ข้อกังวล (SWOT) ของผู้ใช้ภาษาอังกฤษในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย
- ∞ จิตสำนึกของบุคลากรที่เกี่ยวกับ ความซื่อสัตย์ ความภาคภูมิใจในการให้บริการต่อ

นักท่องเที่ยวน

๐๐ จิตสำนึกของบุคลากรที่เกี่ยวกับความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาและเอกลักษณ์ของไทย
(พร้อมที่จะปฏิบัติและอธิบายสิ่งเหล่านี้แก่นักท่องเที่ยว)

บุคลากรที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย (ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติ) จำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ข้างต้นให้เอื้อต่อการพัฒนาการใช้ภาษาอังกฤษ การวิจัยนี้ได้วิเคราะห์ความเชื่อมโยงของกลยุทธ์กับกลุ่มบุคคลที่ได้ศึกษาดังปรากฏในตารางที่ 1 ข้างล่างนี้ โดยใช้เครื่องหมาย \checkmark แสดงข้อมูลที่ปรากฏจากการศึกษา \times แสดง ข้อมูลที่ไม่ปรากฏจากการศึกษา และ \pm เป็นข้อมูลที่ได้พบว่ามีการศึกษาบ้างแต่ไม่ชัดเจน

ตารางที่ 1 กลยุทธ์ที่บุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องศึกษา

กลยุทธ์	ผู้บริหาร		ผู้ปฏิบัติ	ชาวต่างชาติ
	เอกชน	รัฐ*		
ศึกษาความเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการท่องเที่ยวนานาชาติในประเทศไทย	\checkmark	\times	\times	ได้สังเกตว่านักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้มีสถานภาพทางเศรษฐกิจดีขึ้น อันเนื่องมาจากนโยบายของรัฐและการทำแคมเปญส่งเสริมการขายโดย ททท. เช่น ไทยแลนด์อีลิทการ์ด
ศึกษาความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยว	\checkmark	\times	\pm	นักท่องเที่ยวที่จ่ายเงินมากจะมีความต้องการและความคาดหวังมากซึ่งเป็นธรรมชาติที่คนจะคิดถึง "value for money" เช่นการเข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาวก็มีความคาดหวังสูงทั้งในแง่ของการให้บริการ ความสามารถในการใช้ภาษาและการสื่อสารของบุคลากร

<p>ศึกษา จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ ข้อกังวล (SWOT) ที่เกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษ</p>	√	±	±	<ul style="list-style-type: none"> - จุดแข็งของคนไทย คือ อธิบายด้วยน้ำใจไมตรี ความเป็นมิตรและความสุภาพ - จุดอ่อน คือ ความขี้อาย ความไม่มั่นใจในตนเอง ทักษะการสื่อสาร โดยเฉพาะการให้ข้อมูล - โอกาส คือ คนไทยมีโอกาสค่อนข้างดีที่จะสร้างความประทับใจ เพราะคนไทยมีพื้นฐานนิสัยที่ดี (having good nature) - ข้อกังวล คือ การสื่อสารทางเดียวไม่ค่อยฟัง และไม่ค่อยศึกษาวัฒนธรรมของ "ลูกค้า" <p>ในระดับนโยบายกังวลว่าการท่องเที่ยวของไทยโตเร็วเกินไป คุณภาพของคนตามไม่ทันกับการเร่งเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว</p>
<p>สร้างจิตสำนึกให้มีความซื่อสัตย์และมีความภาคภูมิใจในการให้บริการต่อนักท่องเที่ยว</p>	√	√	±	<ul style="list-style-type: none"> - มีคนไทยในอุตสาหกรรมนี้จำนวนมากพอสมควรที่คิดว่า นักท่องเที่ยวมีเงินจึงถือโอกาสคิดราคาพิเศษ (แพงกว่าปกติ) ทำให้นักท่องเที่ยวระแวงและไม่ไว้ใจ - ความรู้สึก insecure เป็นเรื่องตื้น ๆ ที่ชาวต่างชาติพูดถึง หมายถึงถึงความกังวลที่จะถูกหลอกในเรื่องราคา ตลอดไปจนถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน - ความภาคภูมิใจในการให้บริการมักจะขึ้นอยู่กับราคา – ผู้ที่ให้บริการการท่องเที่ยวในภาคส่วนที่แพง (โรงแรมแพง ของที่ระลึกราคาแพง หรือตามห้างใหญ่ ๆ spa ฯลฯ) มักจะมีความภาคภูมิใจในการให้บริการ

สร้างจิตสำนึกให้มีความภาคภูมิใจ ในภูมิปัญญาและเอกลักษณ์ของ ไทย (พร้อมที่จะปฏิบัติและ อธิบายสิ่งเหล่านี้แก่นักท่องเที่ยว)	√	√	±	- ภูมิปัญญาและเอกลักษณ์ไทยเป็น สิ่งที่ชาวต่างชาติส่วนมากอยากพบ อยากเห็น และอยากเรียนรู้ แต่มัก จะไม่ค่อยเห็น “ของจริง” การปฏิบัติ บางครั้งก็ทำไป “for the sake of doing” เช่นการไหว้ของพนักงาน ต้อนรับบนเครื่องบินของการบินไทย - บุคลากรส่วนมากไม่สามารถ อธิบายความเป็นไทยให้เป็นที่เข้าใจ ได้
---	---	---	---	---

* ข้อมูลนี้ไม่รวมการศึกษาที่ได้จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพราะเป็นหน่วยงานพิเศษที่ทำเรื่องการตลาดให้แก่รัฐบาลลักษณะของงานจำเป็นต้องมีกลยุทธ์เหล่านี้อยู่แล้ว

ตารางข้างต้นเป็นการสรุปประเด็นหลัก ๆ ซึ่งได้พบจากการศึกษาและสามารถนำไปเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ในการจัดหลักสูตรส่วนที่เกี่ยวกับผู้บริหารซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้การสร้างหลักสูตรมีผลในการใช้ การศึกษาครั้งได้ชี้ให้เห็นว่าผู้บริหารในภาคเอกชนทั้งในธุรกิจหลัก (Primary Core Activities - ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจเดินทางเข้าประเทศ และธุรกิจโรงแรม) และ ธุรกิจรอง (Secondary Core Activities - ธุรกิจการจำหน่ายของที่ระลึก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจการเดินทางในประเทศ การจัดประชุม ฯลฯ) มีความตื่นตัวที่จะศึกษาข้อมูลทางการท่องเที่ยวเพื่อนำไปปรับแผนทางธุรกิจ และส่วนหนึ่งในแผนนั้นคือการสร้างบุคลากรให้มีความแข็งแกร่งทางภาษา เพราะภาษาเป็นปัจจัยสำคัญซึ่งจะทำให้กลยุทธ์อื่นดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารในภาคธุรกิจเห็นว่าการรู้ทันต่อข้อมูลและทิศทางการท่องเที่ยวมีผลโดยตรงต่อการทำธุรกิจช่วยให้สามารถเตรียมองค์ประกอบทุกอย่าง เช่น รายการนำเที่ยว การดูแลความสะอาดทสบาย การจัดกิจกรรม การจัดทำและออกแบบสินค้าสำหรับกลุ่ม shopping หรือ เสนอขายเป็นของที่ระลึก ฯลฯ ในด้านภาษาจะมีการเตรียมคัดสรรคนที่มีความรู้ภาษาอังกฤษให้เหมาะสมในการดูแลให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย มีการจัดอบรมและ “ซ่อม” ส่วนที่บกพร่องอย่างสม่ำเสมอโดยเฉพาะในธุรกิจที่ทำรายได้สูง ซึ่งตรงกับข้อคิดเห็นของชาวต่างชาติที่ได้สัมภาษณ์บางคนซึ่งบอกว่า “The more costly, the better English.” สำหรับผู้บริหารในส่วนราชการ ได้พบว่าไม่มีการศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยวเป็นพิเศษยกเว้นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมนานาชาติซึ่งให้ความสำคัญโดยการเลือกผู้ที่มีหน้าที่ในการดูแลต้อนรับให้ความสะดวกกับผู้แทนของประเทศต่าง ๆ และจัดอบรมเป็นพิเศษเป็นการเฉพาะกิจ

การที่ผู้บริหารในภาครัฐซึ่งต่างก็เห็นตรงกันว่าภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาอังกฤษเป็นปัจจัยหลักในการสร้างความแข็งแกร่งทางการท่องเที่ยวแต่ระบบราชการที่กว้างและต้องดำเนินงานตามกรอบงบประมาณเป็นข้อจำกัดที่ผู้บริหารของรัฐไม่มีความคล่องตัวเท่าเอกชนในการพัฒนาภาษาอังกฤษของบุคลากร นอกจากนี้การดำเนินงานขององค์กรรัฐไม่มียอดกำไร -ขาดทุนที่ส่งผลออกมาชัดเจนเช่นองค์กรเอกชน การประเมินบุคคล (an appraisal of personnel) ก็ไม่สามารถดำเนินการได้ตรงไปตรงมา

ทั้งด้วยสาเหตุของวัฒนธรรมในการรักษาหน้าและข้อติดขัดของระเบียบราชการ ชาวต่างชาติในฐานะของ “ผู้ใช้” (customers) จึงชี้ให้เห็นว่ากลุ่มที่เขาค่อนข้างกังวลในประสิทธิภาพของการใช้ภาษาคือเจ้าหน้าที่ของรัฐ

สำหรับปฏิบัติทั้งเอกชนและราชการโดยรวมแล้วไม่มีการศึกษาและตื่นตัวเป็นพิเศษ แต่พร้อมที่จะรับการอบรมตามคำสั่งของผู้บริหาร อย่างไรก็ตามในระดับบุคคลได้พบว่าผู้ปฏิบัติบางคนมีความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาตนเองมาก บอกได้ชัดเจนว่าตัวเขาต้องการอะไร เพราะเหตุใดทัศนคติต่อการเรียนภาษาและแรงจูงใจของผู้ปฏิบัติเหล่านี้ไม่ว่าจะอยู่ในภาคราชการหรือเอกชนจะมีเหมือน ๆ กัน คืออยากเรียน อยากรู้ อยากใช้ภาษาได้ บางคนถึงกับบอกว่าการใช้ภาษาอังกฤษได้ดีคือ “ความสง่างาม” สิ่งที่ต้องการเหล่านี้ในบางหน่วยงานผู้บริหารรับฟังด้วยความสนใจและสนองตอบ แต่บางที่ผู้ปฏิบัติก็ต้องหาหนทางเอาเองซึ่งไม่สะดวกเพราะต้องทำงานไปด้วย อุปสรรคสำคัญคือ เวลา และ ทุนทรัพย์ที่จะต้องไปจ่ายค่าอบรมเอง

นอกจากนี้ผลจากการศึกษาในกลุ่มผู้ปฏิบัติชี้ให้เห็นว่าแรงจูงใจอันเนื่องมาจากผลลัพธ์ (Outcome) จากการพัฒนาภาษาของบุคลากรในภาครัฐและภาคเอกชนมีแตกต่างกัน ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พอจะวิเคราะห์เกี่ยวกับผลลัพธ์ดังที่แสดงในตารางที่ 2 ได้ดังนี้

ตารางที่ 2 แรงจูงใจของบุคลากรภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาภาษา

ผลลัพธ์ (Outcome) จากการพัฒนาภาษา	รัฐ	เอกชน
ความสัมพันธ์ของความสามารถทางภาษาและรายได้	ไม่มีผลทางตรง – คนที่สามารถพัฒนาภาษาของตนเองให้ดีขึ้นส่วนมากต้องทำงานเดิม แต่ส่วนมากจะมีภาระงานเพิ่มขึ้นเพราะมีความสามารถทางภาษาเพิ่มขึ้น ส่วนผลตอบแทนได้รับเท่าเดิม ผลทางอ้อม – 1) โอกาสที่จะไป “รับงานนอก” มากขึ้น ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น 2) โอกาสที่จะได้รับการพิจารณาให้ไปประจำต่างประเทศมีมากขึ้นสำหรับหน่วยงานที่ต้องมีบุคลากรประจำต่างประเทศ เช่น ททท.	มีผลทางตรง – คนที่สามารถพัฒนาภาษาของตนเองให้ดีขึ้นส่วนมากจะได้รับการวางตำแหน่งให้ดูแลแขกพิเศษที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสูง ทำให้มีโอกาสได้รับเงินรางวัลพิเศษสูงกว่าบุคลากรที่ภาษาด้อยกว่า

โอกาสในการเปลี่ยนงานเพื่อตำแหน่งและเงินตอบแทนที่ดีขึ้น	น้อย-ไม่มี เพราะ 1) การเลื่อนตำแหน่งหรือเพิ่มเงินเดือนในระบบราชการต้องกระทำเมื่อครบรอบเวลา (ปัจจุบันคือ รอบ เมษายน และ ตุลาคม) และ 2) มีปัจจัยอื่นที่ผู้บริหารต้องนำมาพิจารณามากกว่าความสามารถทางภาษา	มีมาก เพราะ 1) ระบบของเอกชนมีขนาดเล็กกว่าราชการ กระบวนการในการประเมินบุคคลที่ตรงกับความสามารถในหน้าที่รับผิดชอบทำได้ง่ายกว่า และ 2) ในส่วนของบุคคล การลาออกจากที่หนึ่งเพื่อไปทำงานในอีกที่หนึ่งบุคคลไม่ต้องสูญเสีย "อายุการทำงาน" แต่กลับได้รับการพิจารณา "ประสบการณ์" จากที่ทำงานใหม่
โอกาสโดยทั่ว ๆ ไป	คนที่ภาษาดีขึ้นโอกาสในการรับทุน หรือการไปดูงานเป็นคุณสมบัติประการหนึ่งในการพิจารณาของเจ้าของทุน	คนที่ภาษาดีขึ้นจะแสดงความรู้ความสามารถของตนเองให้ลูกจ้างรู้ได้ง่ายขึ้น ถ้าลูกจ้างเป็นผู้ที่มีกิจการมั่นคงและต้องการคนไทยในตำแหน่งที่ดีและมีค่าตอบแทนเป็นที่น่าพอใจคนเหล่านี้จะมีโอกาสดีกว่าคนที่มีความสามารถเท่าเทียมกันหรือดีกว่าแต่ขาดภาษาซึ่งเป็น "หนทาง" ในการสื่อความรู้ความสามารถของตน
ผลทางความรู้สึก (Self-rewarded)	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ชี้ให้เห็นว่าความรู้ความสามารถทางภาษาเป็น "ความสง่างาม" ในความรู้สึกของบุคลากร	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ชี้ให้เห็นเช่นเดียวกันว่าความรู้ความสามารถทางภาษาเป็นความต้องการลำดับต้น ๆ ของทุกคนเพราะเป็น "ความภูมิใจ" ที่สามารถพูดภาษาต่างประเทศได้

การศึกษาเกี่ยวกับการใช้ภาษาซึ่งเป็นมิติหนึ่งของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่เป็นหัวข้อศึกษาวิจัยล่าสุดของทิมพาร์กอร์น สิวัดทิกุล (2546) ซึ่งได้เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 161 คนที่เดินทางครบวงจรท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หมายถึงได้มีโอกาสสื่อสารกับคนไทยในแทบจะทุกภาคส่วนของธุรกิจท่องเที่ยว ได้ชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวถึงร้อยละ 54.7 ตอบว่าการใช้ภาษาอังกฤษของคนไทยอยู่ในระดับที่พอรับได้ และส่วนที่บ่งชี้ความไม่พอใจก็อยู่ในระดับที่สูง ถึง ร้อยละ 22 ซึ่งเมื่อเทียบกับอีกสองมิติที่ศึกษาคู่เคียงกัน คือ การใช้อวัจนภาษา และ วัฒนธรรม ตัวเลขจากที่นำเสนอในตารางที่ 3 ได้ชี้ให้เห็นว่าความสามารถทางการใช้ภาษาอังกฤษของคนไทยโดยรวมค่อนข้างต่ำ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยของความพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อการสื่อสารของคนไทยในสามมิติของการศึกษา

ค่าเฉลี่ย	พอใจ มาก	พอใจ	พอรับ ได้	ไม่พอ ใจ	ไม่พอ ใจมาก
วัจนภาษาของคนไทยในภาคการท่องเที่ยว	14.13	31.68	40.23	11.78	2.18
อวัจนภาษาของคนไทยในภาคการท่องเที่ยว	45.1	39.4	12.5	1.8	1.2
วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารของคนไทยในภาคการท่องเที่ยว	28.6	38.2	25.7	5.9	1.7

เนื่องจากการศึกษาในงานวิจัยที่อ้างถึงข้างต้นได้กระทำในบริบทของการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความหมายของระดับความพอใจพร้อม ๆ กันไปกับการตรวจสอบในเชิงคุณภาพ การตรวจสอบดังกล่าวบ่งชี้ว่า ระดับ “พอรับได้” คือระดับที่พอจะเทียบได้กับ beginner แต่ผู้ให้ข้อมูลนำความพอใจไปถ่วงเฉลี่ยกับอีกสองมิติโดยเฉพาะประเด็นของ อวัจนภาษาที่คนไทยอึดอัดมีท่าทางที่เป็นมิตรและคอยให้ความช่วยเหลือ ความอ่อนด้อยทางภาษาจึงเป็น “สิ่งที่พอรับได้” และทักษะที่จำเป็นและต้องพัฒนามากที่สุดคือทักษะการฟังและทักษะการพูด สำหรับทักษะการอ่านและเขียนแม้ว่าคนไทยยังคงมีปัญหาอยู่ค่อนข้างมากเช่นกัน แต่เป็นสองทักษะที่ไม่จำเป็นมากนักโดยเฉพาะสำหรับบุคลากรส่วนหน้าที่ต้องสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ยกเว้นสำหรับคนบางกลุ่ม ซึ่งผลสรุปจากการศึกษาที่ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นและความสามารถในการใช้ภาษาทั้ง 4 ทักษะของบุคลากรในภาคส่วนต่างๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีดังที่แสดงในตารางที่ 4 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4 ความสามารถที่จำเป็นในทักษะต่าง ๆ ของการใช้ภาษาอังกฤษ

ทักษะ	ความสามารถ
การฟัง-พูด	<ul style="list-style-type: none"> - การได้ตอบบทสนทนา การให้ข้อมูลต่างๆ เช่น เรื่องอาหารและบริการ การบอกทิศทาง เวลาเปิด-ปิดของสถานที่ต่างๆ การเดินทาง การอธิบายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรมไทย - การฟังและเข้าใจในสิ่งที่นักท่องเที่ยว/ลูกค้าชาวต่างชาติต้องการจะสื่อสาร พร้อมทั้งพูดได้ตอบด้วยภาษาที่ถูกต้อง การออกเสียง เสียงท้าย เสียงควบกล้ำ ทักษะหรือกลยุทธ์ทางการสื่อสาร การถามกลับเมื่อไม่แน่ใจ ไม่เข้าใจ หรือไม่มีสินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ ศิลปะการสื่อสาร เช่น วิธีการพูดปฏิเสธ การเจรจาต่อรองทางธุรกิจ หรือ ราคา - การใช้คำศัพท์ที่เหมาะสม สุภาพ และตรงกับสายงาน เช่น ศัพท์กฎหมาย การสรุปบันทึกแจ้งความซึ่งเป็นภาษาไทยให้นักท่องเที่ยวฟังเป็นภาษาอังกฤษ (สำหรับตำรวจ) ศัพท์เกี่ยวกับอาหาร การท่องเที่ยว ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

	<p>- การฟังข้อมูลหรือบรรยายจากผู้เชี่ยวชาญหรือตัวแทนหน่วยงานท่องเที่ยวของต่างประเทศ การฟังในที่ประชุมทั้งที่เป็นกลุ่มเล็กและการประชุมในระดับชาติเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การฟังบทสนทนาและข่าว</p> <p>- การใช้ວິຈານภาษาที่เหมาะสมประกอบการสื่อสาร ทักษะในรับฟังปัญหา การรู้จักขั้นตอนของการอธิบายในการแก้ปัญหา หรือเรื่องราวเรียนของนักท่องเที่ยว/ลูกค้า ความไวต่อการสังเกตปฏิกิริยาของนักท่องเที่ยว/ลูกค้าระหว่างการสื่อสาร และการมีความรู้เกี่ยวกับอาหาร สินค้า และบริการ</p>
การเขียน	<p>การจดบันทึก การเขียนจดหมายโต้ตอบ ชี้แจงปัญหาหรือข้อร้องเรียนการเขียนรายงาน การเขียนบันทึกปากคำ บทความท่องเที่ยว รายงานประจำปี การแปลบทความจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ การทำแผนพับโฆษณา</p>
การอ่าน	<p>การอ่านข้อร้องเรียน หนังสือพิมพ์ การอ่านข่าวเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล บทความวิชาการ รายงานการประชุม การอ่านแผนที่เพื่ออธิบายแก่นักท่องเที่ยว</p>

นอกจากนี้การประเมินความสามารถในการแข่งขันของไทยสำหรับการท่องเที่ยวดังที่ได้กล่าวถึงไว้ในบทที่ 1 ชี้ให้เห็นว่าศักยภาพของทรัพยากรบุคคลของไทยไม่สูงนัก บุคลากรด้านการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องพัฒนาภาษาอังกฤษซึ่งเป็นปัจจัยสร้างคุณภาพปัจจัยหนึ่งสำหรับการท่องเที่ยวให้ทัดเทียมกับระดับสากล สามารถใช้ภาษาอังกฤษสำหรับการสื่อสารและให้บริการกับนักท่องเที่ยวต่างชาติต่างภาษาและต่างวัฒนธรรมได้อย่างมืออาชีพ

อย่างไรก็ตามข้อมูลสำคัญจากงานวิจัยที่อ้างอิงและจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีข้อบ่งชี้ที่ตรงกันตามที่ได้กล่าวมาแล้วว่าความสามารถทางการใช้ภาษาในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมิใช่สิ่งที่สำคัญที่สุดในการสื่อสาร สิ่งที่ชาวต่างชาติคาดหวังจากบุคลากรในภาคการท่องเที่ยวมากกว่าคือทักษะหรือยุทธวิธีทางการสื่อสาร ซึ่งเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องและสืบเนื่องมาจากความรู้ ความเข้าใจด้านภาษาและวัฒนธรรม มิติของวัฒนธรรมหมายถึงการสื่อสารผ่านอวัจนภาษาด้วย ทั้งนี้เพราะการศึกษาเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ได้ชี้ให้เห็นว่า อวัจนกรรมบางอย่างแม้จะมีลักษณะร่วมที่เป็นสากล คือมีการสื่อความหมายที่รับรู้ได้ตรงกันเกือบทุกชาติทุกภาษา แต่ก็มีบางส่วนที่มีความหมายเฉพาะในแต่ละวัฒนธรรม เช่นการยิ้ม การเงยบในวัฒนธรรมไทยสื่อความหมายที่ค่อนข้างเฉพาะแบบไทยซึ่งชาวต่างชาติจะต้องมีความรู้ หรือ ความคุ้นเคยกับ "ความเป็นไทย" มากพอสมควรจึงจะสามารถรับความหมายได้ ด้วยเหตุนี้การพัฒนาภาษาอังกฤษในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงต้องมองความจำเป็นในการพัฒนาทักษะหรือยุทธวิธีทางการสื่อสารควบคู่กันไปด้วย

2. การศึกษาสถานการณ์และแนวโน้มของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

สถานการณ์และแนวโน้มของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย เช่น การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวอีกหนึ่งเท่าตัวในอีกห้าปีจากจำนวนปัจจุบัน (พ.ศ.2546) คือ 10 ล้านคน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) และในปี พ.ศ. 2555 ให้การท่องเที่ยวไทยมีเอกลักษณ์ไทยในมาตรฐานสากล ทั้งในด้านแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการ และการรักษาสิ่งแวดล้อม (สถาบันเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2544) เป็นปัจจัยที่ผู้รับ ผลิต

ขอบในการจัดทำหลักสูตรต้องนำมาพิจารณาเพื่อวางกรอบเนื้อหาและหาวิธีการจัดอบรมให้สามารถเพิ่มจำนวนบุคลากรให้เพียงพอและเป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศทั้งในแง่ของจำนวนกลุ่มตลาด รายได้ และโครงสร้างของนักท่องเที่ยวในกลุ่มตลาดหลัก

จากการศึกษาสถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวไทยย้อนหลังไปตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวประเทศไทยซึ่งจำแนกตามประเทศหลักไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก (ดูตารางที่ 5 และ แผนภูมิที่ 1 ประกอบ) กลุ่มประเทศหลักยังคงเป็นนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก¹ และรองลงไปคือนักท่องเที่ยวจากยุโรป ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยมากเป็นอันดับที่สามแต่มีจำนวนต่ำกว่าสองกลุ่มแรกมาก คือนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกา จากการพยากรณ์ของ Travel & Tourism Intelligence (อ้างในรายงานของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2544) นักท่องเที่ยวทั้งสามกลุ่มนี้จะยังคงเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักของไทยต่อไป

ในแง่ของสัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวม นักท่องเที่ยวเหล่านี้เป็น "กลุ่มทำเงิน" ที่สำคัญเพราะเป็นกลุ่มที่นำเงินตราต่างประเทศเข้ามาเป็นรายได้หลักให้แก่ประเทศ และแนวโน้มจากการคาดการณ์ของ World Travel & Tourism Council ที่ศึกษาเกี่ยวกับรายได้อันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศได้ชี้ให้เห็นสัดส่วนรายได้และการจ้างงานของประเทศไทยดังนี้

"ในช่วง ปี พ.ศ. 2543 – 2553 ประเทศไทยจะมีการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวเฉลี่ยร้อยละ 7.2 ต่อปี ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทยจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.5 ต่อปี ผลิตภัณฑ์มวลรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องของไทย (Tourism Economy GDP) จะมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 12.7 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Total GDP) ในปี พ.ศ. 2553 และจะก่อให้เกิดการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมในระบบเศรษฐกิจจำนวน 4.8 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 13 ของกำลังแรงงานทั้งหมดของประเทศ"

สำหรับโครงสร้างของนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักซึ่งจะเป็นข้อมูลอีกส่วนหนึ่งที่จะเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำหลักสูตร พอจะสรุปได้โดยสังเขปดังนี้

กลุ่มเอเชียตะวันออก นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และเป็นผู้ประกอบการอาชีพด้านธุรกิจการค้า รองลงไปคือ พนักงานของบริษัทและโรงงาน จำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้เป็นผู้ที่มาเที่ยวไทยครั้งแรกและเป็นผู้ที่เดินทางมาแล้วในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คนกลุ่มนี้นิยมเดินทางมาไทยทั้งด้วยตนเองและมาที่บริษัทนำเที่ยว ในกรณีที่ไม่สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้มากนัก และมีจุดประสงค์หลักคือต้องการมาพักผ่อน ชาติหลัก ๆ ในกลุ่มนี้คือ มาเลเซีย ญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้ สิงคโปร์ ไต้หวันและฮ่องกง ซึ่งมีจำนวนการเดินทางมาประเทศไทยมากเรียงตามลำดับ (ดู แผนภูมิที่ 1 ประกอบ) ในการจัดทำหลักสูตรจำเป็นต้องศึกษาสิ่งที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบและสนใจเพื่อเตรียมบทเรียนให้มีเนื้อหาที่ตรงกับทิศทางที่ควรจะเป็น โดยอาจศึกษาจากข้อมูลขององค์กรท่องเที่ยวของประเทศนั้น ๆ เช่น มูลนิธิองค์การการท่องเที่ยวญี่ปุ่นรายงานว่าสิ่งที่คนญี่ปุ่นชอบเกี่ยวกับเมืองไทย คือ หาดทราย อาหาร ชีวิตพื้นเมือง ความเป็นมิตร คนตรี และมนทสพพื้นบ้าน และภูเก็ตเป็นจังหวัดที่ชาวญี่ปุ่นนิยมมาเที่ยวมากที่สุด

¹ สถิติล่าสุดขององค์การการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตามการแถลงข่าวของผู้ว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเมื่อ 19 สิงหาคม 2547 ก็ได้ยืนยันข้อมูลนี้ คือในจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มขึ้น 24 % ในรอบหกเดือนของปี พ.ศ. 2547 นี้กลุ่มตลาดนำยังคงเป็นเอเชียตะวันออก และ ในกลุ่มตลาดนำนี้ ญี่ปุ่นยังคงมีส่วนแบ่งการตลาดที่ใหญ่ที่สุดเหมือนในช่วงหลายปีที่ผ่านมา)

ในกรณีนี้ส่วนของเตรียมหลักสูตรภาษาอังกฤษต้องเตรียมตัวรับเพื่อเสริมกำลังให้แก่การพัฒนาภาษาญี่ปุ่นซึ่งจำเป็นต้องพัฒนาเชิงรุกในการพัฒนาการใช้ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อให้พอเพียงกับจำนวนนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่เดินทางมายังประเทศไทย อย่างไรก็ตามสถานการณ์ขณะนี้คือไทยคงไม่สามารถสร้างบุคลากรแต่ละภาษาเพียงพอที่จะรับมือกับนักท่องเที่ยวทุกชาติทุกภาษาได้ ภาษาอังกฤษในฐานะที่เป็นภาษานานาชาติจึงยังคงมีความจำเป็นสูงสุดที่จะใช้สื่อกับนักท่องเที่ยวแต่ละชาติเพียงแต่ต้องเติมมิติของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (ซึ่งจะกล่าวถึงในหัวข้อสุดท้ายของตอนนี้) เข้าไปเป็นองค์ประกอบสำคัญในการจัดหลักสูตรด้วย

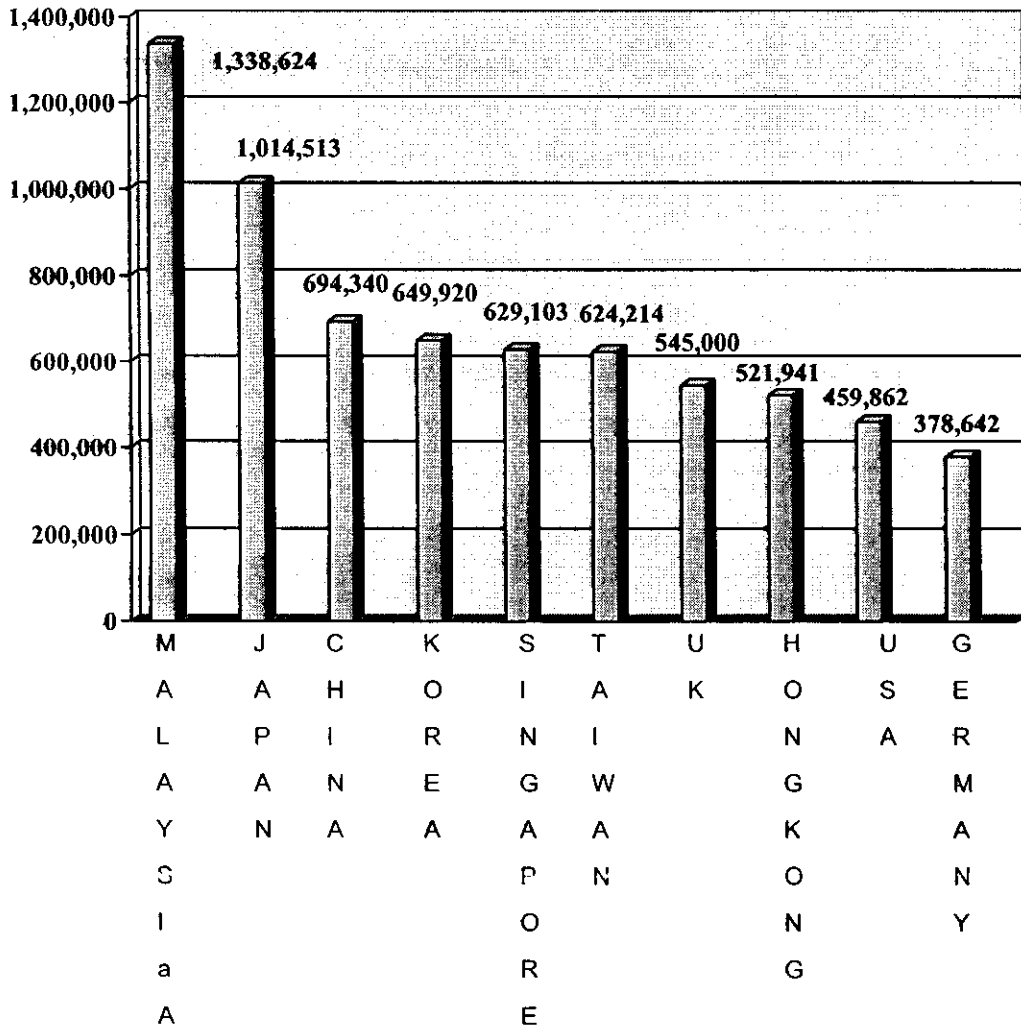
ตารางที่ 5 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวไทย จำแนกตามประเทศหลัก
ปี พ.ศ. 2541-2543 (หน่วย:คน)

ประเทศ	ปี พ.ศ.		
	2541	2542	2543
เอเชียตะวันออก	4,583,160	5,195,972	5,752,871
มาเลเซีย	918,071	998,060	1,054,469
สิงคโปร์	586,113	604,867	655,767
จีน	571,061	775,626	704,080
ฮ่องกง	517,966	429,944	487,151
ญี่ปุ่น	986,264	1,064,539	1,197,931
เกาหลีใต้	202,841	338,039	447,798
ไต้หวัน	457,360		707,305
ยุโรป	1,888,673	1,990,449	2,168,996
ฝรั่งเศส	223,495	227,219	239,532
เยอรมนี	378,566	375,345	378,562
สวีเดน	132,926		209,092
สหราชอาณาจักร	375,912	425,688	476,387
อเมริกา	448,761	514,595	584,967
แคนาดา	66,468	76,501	86,279
สหรัฐอเมริกา	361,705	417,860	473,285
เอเชียใต้	258,815	280,422	339,413
อินเดีย	147,579	163,980	202,868
ปากีสถาน	37,232	39,054	49,148
โอเชียเนีย	348,346	350,555	381,464
นิวซีแลนด์	302,820	303,844	323,275
เอเชียตะวันออกเฉียงกลาง	165,078	175,106	200,523
อิสราเอล	57,481	64,981	73,470

สหรัฐอเมริกา ๖	27,460	29,599	34,124
แอฟริกา	72,097	73,233	80,389
รวม	7,764,930	8,850,332	9,508,623
อัตราการเพิ่มขึ้นต่อปี (%)	7.7	10.6	10.8

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

แผนภูมิที่ 1 กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งเป็นตลาดหลักของไทย



ที่มา "Thailand Tourism Development Policy", Chudintra, 2004.

กลุ่มชาติยุโรป นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มีทั้งที่เป็นเพศชายและเพศหญิง ในทุกกลุ่มอายุ แต่กลุ่มที่มีการใช้จ่ายค่อนข้างสูงคือกลุ่มสูงอายุ ในด้านอาชีพก็เช่นกันมีการกระจายตัวของอาชีพที่หลากหลาย และมีจำนวนไม่น้อยที่เป็นนักศึกษา จำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้เป็นผู้ที่มาเที่ยวไทยครั้งแรกและเป็นผู้ที่เดินทางมาแล้วในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คนกลุ่มนี้นิยมเดินทางมาไทยด้วยตนเองมากกว่าการมาท่อบริษัทนำเที่ยว และมีจุดประสงค์หลักคือต้องการมาพักผ่อน ซึ่งมีทั้งที่ต้องการพักผ่อนตามชายหาด หรือซื้อบริการด้านความสะดวสบายต่าง ๆ เช่น spa หรือ package การท่องเที่ยวในระยะใกล้จากจุดหลักที่มาพัก (excursion) ความชอบหลัก ๆ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือ ความสงบเงียบ ความเป็นธรรมชาติ และมักต้องการความเป็นส่วนตัว สิ่งที่ทำลายบรรยากาศการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือ การรบกวนทั้งจากเสียง คน และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการไม่รักษาเวลา และความไม่มีประสิทธิภาพในการให้ข้อมูลทั้งในระดับบุคคล (Giving information) และในระดับองค์กร (Information disseminations) เช่น ป้ายบอกชื่อถนน แหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลในแผ่นพับ ฯลฯ จุดประสงค์เพิ่มเติมซึ่งเป็นแนวโน้มที่พบค่อนข้างมากในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือการใช้จ่ายเพื่อสุขภาพโดยเฉพาะการทำสปา และการเปลี่ยนเพศ ทั้งนี้เพราะค่าใช้จ่ายในด้านนี้ในเมืองไทยต่ำกว่าในประเทศของเขาเองมากในขณะที่คุณภาพทางการแพทย์ของเมืองไทยอยู่ในมาตรฐานซึ่งเป็นที่ยอมรับ

ข้อมูลข้างต้นเป็นองค์ประกอบสำคัญในการจัดทำหลักสูตรเพราะสามารถให้ภาพที่เกี่ยวกับกลุ่มชาติซึ่งเป็นตลาดการท่องเที่ยวหลักของไทย ช่วยให้ผู้จัดทำหลักสูตรหาจุดเน้นของการทำบทฝึกหัด การจัดทำผู้เรียนศึกษาและคุ้นเคยกับลักษณะนิสัย วิธีการพูด สำเนียง ฯลฯ ทำให้หลักสูตรมีทิศทางชัดเจนยิ่งขึ้น

3. การศึกษาระดับความสามารถในการใช้ภาษาและทักษะทางการสื่อสารสำหรับเมืองท่องเที่ยวคุณภาพระดับสากล

เนื่องจากผลของการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ จะมีส่วนช่วยในการนโยบายนโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้คือการยกระดับประเทศให้เป็นเมืองท่องเที่ยวคุณภาพระดับสากล การที่จะบรรลุเป้าหมายดังกล่าว จำเป็นจะต้องศึกษามาตรฐานในการใช้ภาษาและทักษะทางการสื่อสารซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับสากล และใช้มาตรฐานดังกล่าวเป็นแนวทางในการจัดทำหลักสูตรเพื่อช่วยให้นักวิชาการในภาคการท่องเที่ยวพัฒนาไปให้ถึงมาตรฐานนั้น

การศึกษาเพื่อค้นหามาตรฐานดังกล่าวในเชิงปริมาณเป็นสิ่งที่เหลือวิสัยในกรอบเวลา 3 เดือนของงานวิจัยนี้ การศึกษาครั้งนี้จึงเป็นการใช้มาตรฐานเชิงคุณภาพซึ่งวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์ชาวต่างชาติที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวซึ่งถือเป็นตัวแทนของกลุ่มลูกค้า (Customers) โดยมีข้อมูลบ่งชี้ว่าความสามารถทางการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษของบุคลากรในภาคการท่องเที่ยวสำหรับไทยที่วางตำแหน่งประเทศให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพระดับโลก (World class destination) นั้นบุคลากรควรจะต้องมีความสามารถเกินกว่าระดับเฉลี่ยโดยทั่วไป คือ ต้องสื่อสารได้มากกว่าระดับให้ข้อมูลจากการท่องเที่ยวจำข้อความที่อ่านมาหรือสามารถฟังเข้าใจและตอบคำถามเท่าที่ถาม เป็นต้น ตัวชี้วัดของความสามารถในระดับนี้สามารถนำไปเทียบกับเกณฑ์การวัดระดับความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษระดับมาตรฐานสากลสองแบบทดสอบ คือ การสอบ IELTS และ การสอบ TOEIC ซึ่งจะพูดถึงหลังจากตาราง

เปรียบเทียบต่อไปนี้เป็นการศึกษาวิเคราะห์จากข้อมูลและการศึกษาความคิดเห็นของชาวต่างชาติที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวซึ่งได้สัมภาษณ์ในการศึกษาคั้งนี้และจากการสัมภาษณ์ในงานวิจัยล่าสุดที่ผ่านมาของ พิมพากรณ์ สุวัตติกุล (2546) โดยเปรียบเทียบความคาดหวังและความเป็นจริงเพื่อหาช่องว่างที่จำเป็นจะต้องปรับปรุงในการจัดทำหลักสูตร

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบมาตรฐานที่คาดหวังและระดับความสามารถที่เป็นจริงของบุคลากรชาวไทยในการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ

มาตรฐานของการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษในระดับที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง	ระดับความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษของคนไทยโดยรวม
<p>ความสามารถในการใช้ภาษา บุคลากรโดยเฉพาะในส่วนหน้าทุกคน (ทั้งที่เป็นฝ่ายราชการ เช่น เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของท่าอากาศยาน ศูนย์ข้อมูล เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง ตำรวจท่องเที่ยว ฯลฯ และฝ่ายเอกชน เช่น มัคคุเทศก์ พนักงานส่วนหน้าของโรงแรม หรือ บริษัทท่องเที่ยว รวมถึงพนักงานรับโทรศัพท์ ซึ่งต้องมีการติดต่อโดยตรงกับนักท่องเที่ยวด้วย ฯลฯ) ต้องมีภาษาในระดับ Upper intermediate เป็นอย่างน้อย ในระดับนี้บุคลากรจะต้องสามารถให้ข้อมูลได้ชัดเจนเกินกว่าระดับ "ถาม-ตอบ" เช่น บริการบางอย่าง หรือ สินค้าบางตัว ถ้าที่ของตัวไม่มี ไม่ใช่ตอบคำถามเพียงว่า "I'm sorry, sir/madam." แต่ต้องสามารถแนะนำได้ว่าควรจะไปที่ไหน ไปอย่างไร ไกลจากจุดที่พูดอยู่เล็กน้อยแค่ไหน ใช้เวลาประมาณเท่าไร เป็นต้น</p>	<p>ความสามารถในการใช้ภาษา ข้อมูลเชิงคุณภาพชี้ให้เห็นว่าส่วนมากภาคเอกชนของบุคลากรกลุ่มนี้เท่านั้นที่สามารถใช้ภาษาในเกณฑ์เฉลี่ยอยู่ในระดับที่สื่อสารได้ซึ่งน่าจะอยู่ในระดับ intermediate (แต่ไม่มีสถิติบ่งชี้ข้อมูลเชิงปริมาณ) นั่นคือให้ข้อมูลได้ในระดับ "ถาม-ตอบ" สำหรับภาคราชการโดยทั่วๆ ไปยังคงมีปัญหาในการฟังและการเลือกใช้สำนวนที่สุภาพเหมาะสมสำหรับงานบริการ</p>
<p>การแก้ไข หรือคลี่คลายปัญหา บอกถึงปัญหาหรือ ข้อจำกัดที่นักท่องเที่ยวพบได้ (ต้อง สามารถ "go extra miles" - สำนวนที่ผู้ให้สัมภาษณ์ใช้) อธิบายสาเหตุและบอกวิธีแก้ไข ตลอดจนกรอบเวลาได้ ให้คำปลอบใจที่เหมาะสมได้ ถ้าทำไม่ได้ก็ต้องชี้แจงได้ว่าไม่ได้เพราะเหตุใด สามารถแนะนำทางเลือกของปัญหา หรือ ข้อจำกัดได้</p>	<p>การแก้ไข หรือคลี่คลายปัญหา แก้ปัญหาในระดับพื้นฐานได้แต่ไม่มีคำอธิบาย ส่วนมากมักจะพูดว่า "No problem. I help you." ไม่บอกว่าจะแก้ปัญหาอย่างไร ใช้เวลานานเท่าไร เมื่อปัญหานั้นๆ ได้รับการแก้ไขแล้วจะทำอย่างไรต่อไป</p>
<p>จิตใจในการให้บริการ(Service mentality) หมายถึงมีความไวต่อความต้องการ หรือปัญหา</p>	<p>จิตใจในการให้บริการ คนไทยในภาคการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทุกวันนี้ไม่ค่อยศึกษาลักษณะ</p>

ของนักท่องเที่ยวต้องมีความรู้ในวัฒนธรรมหลัก ๆ ของนักท่องเที่ยว เช่น คนชาติไหนมีแนวโน้มที่จะชอบหรือไม่ชอบอะไรแม้นักท่องเที่ยวเองก็ต้องเรียนรู้สิ่งเหล่านี้ในวัฒนธรรมไทยแต่การมีความรู้เกี่ยวกับ "the customer's culture" เป็นความจำเป็น การปรับวัฒนธรรมประจำชาติบางอย่างของการ "ไม่ยอมรับความผิด" หรือ "ปกปิดความผิด" ในประเด็นนี้ชาวต่างชาติหลายคนได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า คนในภาคบริการต้องให้ความสำคัญกับความเป็นสากลอย่างหนึ่งมากเป็นพิเศษ คือ "The customer is always right." แต่สิ่งที่ชาวต่างชาติวิจารณ์ คือ ในเมืองไทยลูกค้าเป็นฝ่ายที่ต้องรับผิดชอบในสิ่งที่ไม่ผิด ("They made a mistake, and we paid for it." หรือ "The customer does a favour for the service sector.") ตัวอย่างที่ผู้ให้สัมภาษณ์นำมาสนับสนุนข้อวิจารณ์นี้ คือ การนำอาหาร หรือ เครื่องดื่มมาให้ผิดไปจากที่สั่ง แต่ไม่ยอมรับว่าผิด ไม่ขอโทษ และไม่เปลี่ยนให้ตรงตามความต้องการ แต่เขากลับต้องจ่ายในสิ่งที่นำมาให้ผิด (ชาวเยอรมันซึ่งได้สัมภาษณ์ในงานวิจัยก่อนหน้านี้: พิมพ์ภรณ์ สุวดีทิกุล, 2546 - ยกตัวอย่างที่คล้ายกัน คือ ได้พบว่าของน้ำตาลที่นำมาเสิร์ฟกับกาแฟมีมดเข้าไปอยู่ซึ่งเขาจิกและใส่ลงไปในถ้วยกาแฟแล้วจึงขอให้เปลี่ยน พนักงานบริการก็ปฏิบัติตามแต่ไม่มีคำขอโทษ และเมื่อนำบิลมาเก็บเงินกลับปรากฏว่าเขาถูกเรียกเก็บเงินสำหรับกาแฟด้วยที่มีมดด้วย) ชาวต่างชาติทั้งที่สัมภาษณ์ก่อนหน้านี้และคราวนี้บอกตรงกันว่า เราต้องเปลี่ยนการให้บริการทำนองนี้ในเมืองไทย บุคลากรต้องมี "More exposure to customers' expectation and different ways of thinking." และพัฒนาภาษาและการให้บริการให้สอดคล้องกับทิศทางของความเป็นสากลและให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมของชาตินั้น ๆ ไม่มองเฉพาะวัฒนธรรมและความเป็นไทยเท่านั้น

นิสัยและวัฒนธรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวหลัก ๆ ของประเทศ มักใช้ความคิด ความคุ้นเคยของตัวเองเป็นฐานในการให้บริการ เช่น เมื่อลูกค้าสั่งอะไร ถ้าร้านไม่มีมักจะตัดสินใจให้ลูกค้าเองว่าควรจะนำอะไรไปเสิร์ฟแทนโดยไม่ต้องถาม การที่นักท่องเที่ยวเรียกร้องให้ได้ตามสิ่งที่สั่ง ไม่ยอมจ่ายเงินในสิ่งที่ให้ผิดหรือมีปัญหา คนไทยมักจะใช้ "วัฒนธรรม" ของตนเองเข้าไปตัดสินว่าลูกค้านั้น ๆ เรื่องมาก และมักจะทำสีหน้าไม่พอใจ น่าจะ "เลยตามเลย" เหมือนที่คนไทยคิดและปฏิบัติ ไม่ค่อยมีวิธีการในการยอมรับความผิดพลาด เงินอายุที่จะพูดขออภัย และไม่ทราบขั้นตอนการปฏิบัติในการแก้ไขความผิดพลาดนั้น ๆ

<p>การให้ข้อมูล ต้องครบทุกมิติ กระชับ และคิดถึงนักท่องเที่ยวว่าเขาจะต้องทราบอะไร ข้อมูลใน Internet ต้องเป็นข้อมูลที่เป็นจริงด้วย เช่น ในหน้าฝนนักท่องเที่ยวไม่ควรจะซื้อทัวร์แบบไหน ทำอะไรไม่ได้ Shade language หรือ sub-text หรือ intuition (ซึ่งเป็นศัพท์ที่ชาวต่างชาติในกลุ่มนี้บางคนใช้ คือ การรู้จักอ่านความหมายที่ไม่ได้สื่อด้วยคำพูด) อย่างไรก็ตามเสียงสะท้อนจากชาวต่างชาติบ่งว่าคนไทยส่วนมากมีคุณสมบัติในข้อนี้ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญสำหรับ “เมืองท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ”</p>	<p>การให้ข้อมูล มักจะให้ไม่ครบทุกมิติ ส่วนมากให้ในระดับต้น ๆ และตามความคิดเห็นของตัวเองว่าเป็นสิ่งที่ง่ายและดีที่สุดมากกว่าที่จะคิดข้ามไปยังผู้ถาม เช่น นักท่องเที่ยวถามว่าจะไปสถานีตำรวจอย่างไร มักจะตอบว่า “Take a taxi/tuk -tuk.” (คนไทยหลายคนใช้คำว่า tuk-tuk สำหรับรถสามล้อเล็กเพราะเขาเอาว่าทุกคนเข้าใจ หรือเพราะไม่รู้จักคำศัพท์) โดยที่ไม่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับราคา ระยะทาง หรือทางเลือกอย่างอื่น เช่น สามารถเดินไปได้หรือเปล่า มีรถโดยสารสาธารณะหรือไม่ (ส่วนนี้เกี่ยวข้องกับความคิด ความเชื่อ ของคนไทย ในภาคบริการส่วนมากที่คิดว่านักท่องเที่ยวยินดีจะจ่ายเงินมากเสมอ และหลายคนคิดเหมารวมว่านักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ “ฝรั่ง” รวย ประเด็นนี้เป็นความไม่พอใจประการหนึ่งที่นักท่องเที่ยวสะท้อนออกมาจากงานวิจัยของ พิมพากรณ์ สุวัตติกุล (2546)</p>
<p>ความเป็นมิตรและการยิ้ม เป็น “จุดแข็ง” ในความเป็นไทย และเป็นส่วนที่สำคัญมากในการให้บริการ แต่ชาวต่างชาติให้ข้อคิดเห็นที่ต้องใช้ให้ถูกเวลาและสถานที่คือ ต้องให้พอดีและคิดถึงความเป็นส่วนตัวด้วย ที่สำคัญอีกประเด็นหนึ่งคือ ไม่ควรยิ้มในสถานการณ์ที่เป็นปัญหา</p>	<p>ความเป็นมิตรและการยิ้ม คนไทยมักจะใช้ความเป็นมิตรและการยิ้มแบบไทยในทุกสถานการณ์ งานวิจัยของพิมพากรณ์ สุวัตติกุล (อ้างแล้ว) ได้พบเช่นกันว่าแม้นักท่องเที่ยวประทับใจในความเป็นมิตรและรอยยิ้มของไทยมากก็ตามแต่เขาต้องการความเหมาะสมและความจริงจังด้วยในสถานการณ์ที่จริงจังหรือซับซ้อน เช่น เขาตกรถหรือเดินทางไปสนามบินไม่ทัน ความเป็นมิตรแบบไทย ๆ ที่นักท่องเที่ยวไม่ต้องการ คือ การพูดว่า “No problem, why don't you relax and wait here?” และยิ้ม เขาต้องการการแสดงออกที่จริงจังว่าจะช่วยเหลือเขาอย่างไร ในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวรอยยิ้มในกรณีเช่นนี้เป็นการสื่อสารที่ไม่เหมาะกับสถานการณ์ ทำให้รู้สึกว่าคุณไทย “Take things too easy in all situations.”</p>

ระดับมาตรฐานของภาษาและการสื่อสารจากความคิดเห็นของชาวต่างชาติที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

การหาระดับมาตรฐานของภาษาในการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ได้ใช้เกณฑ์วัดจากการสอบภาษาอังกฤษในมาตรฐานสากลสองตัว คือ การสอบ IELTS (International English Language Testing System) และ TOEIC (Test of English for International Communication) ผนวกกับการศึกษาวิเคราะห์ความคิดเห็นของชาวต่างชาติที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวซึ่งถือเป็นตัวแทนของกลุ่มลูกค้า (customers) จากการศึกษาดังกล่าวได้พิจารณาว่าระดับการใช้ภาษาอังกฤษของบุคลากรในภาคการท่องเที่ยวสำหรับไทยที่วางตำแหน่งประเทศให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพพระดับโลก (World class destination) บุคลากรควรจะต้องสามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้ในระดับ UPPER INTERMEDIATE ซึ่งอาจเทียบเคียงได้กับระดับ 6-7 ของการสอบ IELTS ตามรายละเอียดที่เสนอไว้ในตารางที่ 7 ต่อไปนี้

ตารางที่ 7 การจัดระดับความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษโดยการแปลค่าคะแนนสอบของ IELTS

ระดับ	ความหมาย
9 Expert User	Has fully operational command of the language: appropriate, accurate and fluent with complete understanding.
8 Very Good user	Has fully operational command of the language with only occasional unsystematic inaccuracies and inappropriacies. Misunderstandings may occur in unfamiliar situations. Handles complex detailed argumentation well.
7 Good User	Has operational command of the language, though with occasional inaccuracies, inappropriacies and misunderstandings in some situations. Generally handles complex language well and understands detailed reasoning.
6 Competent User	Has generally effective command of the language despite some inaccuracies, inappropriacies and misunderstandings. Can use and understand fairly complex language, particularly in familiar situations.
5 Modest User	Has partial command of the language, coping with overall meaning in most situations, though is likely to make many mistakes. Should be able to handle basic communication in own field.
4 Limited User	Basic competence is limited to familiar situations. Has frequent problems in understanding and expression. Is not able to use complex language.
3 Extremely Limited User	Conveys and understands only general meaning in very familiar situations. Frequent breakdowns in communication occur.
2 Intermittent User	No real communication is possible except for the most basic information using isolated words or short formulae in familiar situations and to meet

	immediate needs. Has great difficulty understanding spoken and written English.
1 Non User	Essentially has no ability to use the language beyond possibly a few isolated words.
0 Did not attempt the test	No assessable information provided

ที่มา: <http://www.ielts.org/>

ในส่วนของ TOEIC นั้นได้มีการจัดระดับความสามารถในการใช้ทักษะในการสื่อสารทั้ง 4 ทักษะ โดยแบ่งคะแนนออกเป็นระดับ โดยคะแนนที่น่าจะเทียบเคียงกับระดับ Upper Intermediate คือ ระดับคะแนนในช่วง 500-600 (ดูภาคผนวก ค)

4. ทฤษฎีการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษเพื่อจุดประสงค์เฉพาะ (English for Specific Purposes ⇒ Functional Language)

ด้วยเหตุที่ผู้เรียนกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่อยู่ในตลาดการจ้างงาน หรือกำลังเข้าสู่ตลาดการจ้างงาน คนเหล่านี้มีจุดประสงค์ในการใช้ภาษาอังกฤษชัดเจน คือใช้เพื่อให้บริการด้านการท่องเที่ยว และเป็นกลุ่มที่มีเวลาค่อนข้างจำกัด การจัดหลักสูตรที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้เรียนและปัจจัยแวดล้อมจึงต้องจัดตามแนวทฤษฎีการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษเพื่อจุดประสงค์เฉพาะ (English for Specific Purposes) โดยกำหนดผลลัพธ์ของปลายทางการเรียนรู้ไว้ที่ความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อปฏิบัติหน้าที่ในงานบริการ (Functional Language). Richards et al (1993, หน้า 125) ได้นิยามความหมายของ English for Specific Purposes ไว้ว่า เป็นการจัดการเรียนการสอนที่มีการกำหนดเนื้อหาหรือวัตถุประสงค์ของรายวิชาหรือหลักสูตรการสอนภาษาอังกฤษเพื่อจุดประสงค์เฉพาะ และการกำหนดดังกล่าวจะต้องยึดตามความต้องการของกลุ่มผู้เรียนเป็นสำคัญ และเนื่องจากบุคลากรในภาคการท่องเที่ยวต้องการภาษาสำหรับสถานการณ์ที่แตกต่างกัน จึงต้องมีการพิจารณาถึงแนวคิดของ Functional syllabus (Krahnke, 1987) นั่นคือ "adequate descriptions of language must include information on how and for what purposes and in what ways language is used." ดังนั้น สิ่งสำคัญที่ต้องนำมาพิจารณาในการกำหนดเนื้อหาหลักสูตรการอบรมคือความต้องการในการใช้ภาษาของกลุ่มผู้เรียน สถานการณ์ และวัตถุประสงค์ เนื่องจากลักษณะงานที่แตกต่างกันย่อมส่งผลให้ผู้เรียนต้องการทักษะ เนื้อหา และรูปแบบภาษาที่แตกต่างกัน เช่น ตำรวจท่องเที่ยวต้องการคำศัพท์กฎหมายเพื่อใช้อธิบายนักท่องเที่ยว ในกรณีที่มีการโกงราคาสินค้า หรือของที่ระลึก บริการในร้านอาหารต้องการคำศัพท์เกี่ยวกับอาหารและแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยว คนขับรถต้องการภาษาที่เกี่ยวกับทิศทาง ราคา และการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น

ในด้านการวัดความสามารถของผู้เรียน ข้อมูลที่พบจากการสัมภาษณ์ได้ชี้ให้เห็นว่าการอบรมที่ผ่านๆ มาไม่ได้มีการพิจารณาถึงระดับความสามารถและความต้องการของผู้เรียน การจัดกลุ่มผู้เรียนโดยให้ผู้ที่มีความสามารถและความต้องการภาษาไม่เหมือนกันเรียนรวมกันเป็นการไม่สนองตอบต่อ

ความต้องการของผู้เรียนและไม่ทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะเรียน ซึ่งบางครั้งทำให้ผู้เรียนเกิดความเบื่อหน่าย และไม่ได้ประโยชน์เต็มที่จากการอบรม ทั้งสองประเด็นนี้เป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนาความสามารถของบุคลากร และทำให้สิ้นเปลืองงบประมาณ ถือว่าการจัดอบรมไม่สมประโยชน์

5. เป้าหมาย แผนการ และกลยุทธ์ด้านการตลาดที่จัดทำโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในกรอบยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย (ททท.) ที่วางรากฐานของประเทศให้มุ่งสู่การเป็น “ศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชีย”

เพื่อให้การจัดหลักสูตรเป็นไปตามแนวทฤษฎีการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษเพื่อจุดประสงค์เฉพาะ (English for Specific Purposes) ดังที่ได้พูดถึงข้างต้นและมีการนำไปใช้ในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดทำหลักสูตรจึงจำเป็นต้องศึกษาองค์ประกอบของเป้าหมาย แผนการ และกลยุทธ์ด้านการตลาดที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งเป็นหน่วยงานรับผิดชอบด้านการตลาดเป็นผู้กำหนด ถึงแม้ว่ารายละเอียดของเป้าหมายอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงในแต่ละปี หรือในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง แต่การศึกษาเรื่องนี้ที่ผ่านมาได้พบว่าฐานขององค์ประกอบนี้ไม่มีการเปลี่ยนแปลง กล่าวคือ ต้องมีการอธิบาย ให้ข้อมูล สร้างแรงจูงใจ สร้างความประทับใจ เพื่อเป็นปัจจัยเสริมให้กลยุทธ์ในการดำเนินงานด้านการตลาดของ ททท. มีผลมากขึ้น ตัวอย่าง เช่น แผนการตลาดท่องเที่ยวปี 2547 ททท. ได้วางเป้าหมายตามกรอบยุทธศาสตร์หลักตามนโยบายของรัฐบาลคือ “วางรากฐานให้ประเทศไทยมุ่งสู่การเป็น Tourism Capital of Asia”² เมื่อเป้าหมายเป็นดังนี้ทิศทางการดำเนินงานที่ ททท. วางไว้ คือไทยต้องมุ่งตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ ซึ่ง หมายถึงเราต้องพยายามดึงนักท่องเที่ยวคุณภาพ (Best Quality Tourists) เข้าสู่ประเทศ และเมื่อไทยคาดหวังนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้วัตถุประสงค์โดยรวมที่ ททท. วางไว้เฉพาะในส่วนที่เกี่ยวกับตลาดต่างประเทศ คือ

- เพิ่มรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ
- เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐและเอกชนไทย
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกับประเทศพันธมิตรในภูมิภาค

สำหรับกลุ่มเป้าหมายในเชิงภูมิศาสตร์ คือ แรงงานเติบโตของตลาดเอเชียแปซิฟิก (ญี่ปุ่น เกาหลี ฮองกง ไต้หวัน มาเลเซีย สิงคโปร์ อินเดีย อินโดจีน นิวซีแลนด์) ตลาดยุโรป (อังกฤษ อิตาลี รัสเซีย สเปน ฟินแลนด์ ตลาดตะวันออกกลาง (สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย U.A.E.) นอกจากนี้ ททท. ยังต้องการรักษาตลาดเดิม ในส่วนของ เอเชียแปซิฟิก (ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์) ตลาดยุโรป (เยอรมัน ฝรั่งเศส สวิตเซอร์แลนด์ เนเธอร์แลนด์ ออสเตรเลีย เบลเยียม สแกนดิเนเวีย ยุโรป ตะวันออก กวีซ ดุ๊กกี โปรตุเกส ตลาดอเมริกา (สหรัฐอเมริกา แคนาดา และ ละตินอเมริกา) ตลาด ตะวันออกกลาง คือ อิสราเอล และ ตลาดแอฟริกา คือ แอฟริกาใต้

ในเชิงกลุ่มตลาด ททท. ได้จัดแบ่งออกเป็นกลุ่มตลาดหลัก และกลุ่มตลาดรอง

² คุณภราวาเดช พยัณวิเชียร อดีตผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและปัจจุบันคือที่ปรึกษาของการท่องเที่ยวฯ ได้ให้ข้อคิดเห็น ว่า การใช้คำว่า ‘Capital’ อาจจะทำให้เกิดความไม่พอใจในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านน่าจะเปลี่ยนเป็น ‘Centre of Asia’ มากกว่า

กลุ่มตลาดหลัก : MICE, High End, Golf, Wellness & Spa, Family, Diving, Youth, Honeymooner

กลุ่มตลาดรอง : Senior, Ladies, Eco. & Soft Adventure, Medical Tourism, Long stay, Film maker, Education

ส่วนสินค้าด้านการท่องเที่ยวสำหรับตลาดต่างประเทศ ได้จัดแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม (clusters)

กลุ่มที่ 1 นาดทรายชายทะเล

กลุ่มที่ 2 อุทยานธรรมชาติ ป่าเขา

กลุ่มที่ 3 ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม

กลุ่มที่ 4 ความสนใจเฉพาะ เช่น Shopping, Food, MICE, Golf, Wellness & Spa

กรอบแนวคิดของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (Inter-cultural communication)

ภาษา เป็น หนทางของการสื่อความรู้ ความคิด ความรู้สึก จากผู้สื่อไปยังผู้รับสื่อ การมีเพียงหนทางโดยไม่มีความรู้ ความคิด ความรู้สึก จะทำให้การใช้ภาษาขาดความหมาย ทุกองค์ประกอบที่กล่าวมาข้างต้นเป็นความรู้ ความคิด ซึ่งผู้จัดหลักสูตรจะต้องคำนึงถึงและ ผู้ที่รับผิดชอบในการเรียนการสอนบุคลากรในภาคการท่องเที่ยวจะต้องถ่ายทอดความรู้ ความคิดเหล่านั้นไปยังผู้เรียนเพื่อให้เกิดการใช้ภาษาสำหรับการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ อีกส่วนหนึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งเช่นกันในการใช้ภาษาโดยเฉพาะ การใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในภาคบริการ ส่วนที่กล่าวถึง คือ ส่วนของความรู้สึกรู้สึกในการใช้ภาษา คือการใส่ใจต่อผู้ที่เราสื่อสารด้วยไม่ว่าจะเป็นการฟัง การพูด และการเขียน สำหรับการอ่านส่วนของความรู้สึกจะมีผลทางอ้อม กล่าวคือถ้าเราพยายามรับรู้ความรู้สึกของผู้เขียนจะทำให้สามารถจับประเด็นและความหมายที่สื่อระหว่างกันได้ดีขึ้น ซึ่งก็มีความสำคัญต่อการใช้ภาษาในภาคการท่องเที่ยวเช่นกัน เช่น ทำให้เราสามารถเข้าใจความหมายและความรู้สึกจากจดหมายร้องเรียน สอบถาม หรือ กล่าวชม ของนักท่องเที่ยวได้ถูกทางและลึกซึ้งขึ้น ส่วนของความรู้สึกที่กล่าวมาข้างต้นคือปรัชญาพื้นฐานของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการสื่อสารของคนที่ใช้ภาษาต่างกันและมีวัฒนธรรมต่างกัน แต่จะต้องเรียนรู้ซึ่งกันและกัน มีความเคารพต่อกันและกัน เพื่อที่จะพยายามสื่อสารกันได้ดีด้วยความเข้าใจที่ดีต่อกัน โดยที่ไม่ต้องรู้สึกว่าจะต้องอดทนต่อกันและกัน ดังที่ Bennett ได้เสนอเป็นแนวคิดไว้ (1998, หน้า 1) กล่าวโดยสรุป "การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม" คือ การพูดสื่อความหมายระหว่างคนที่ภาษาและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันโดยมีองค์ประกอบหลักสององค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบของการสื่อสาร และองค์ประกอบของวัฒนธรรม องค์ประกอบของการสื่อสารมีองค์ประกอบย่อย 3 มิติ คือ การใช้ภาษา การใช้ท่าทาง และการใช้น้ำเสียง สำหรับองค์ประกอบของวัฒนธรรม คือความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิถีชีวิต และคุณค่าต่าง ๆ ในชีวิตของคู่สื่อสาร ซึ่งจะเป็นทั้งส่วนที่ ส่งเสริม หรืออุปสรรคของการสื่อสาร

ด้วยปรัชญาพื้นฐาน แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ดังกล่าวข้างต้นผนวกกับข้อมูลทั้งที่ได้รับจากการศึกษาครั้งนี้ และการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมโดยเฉพาะของพิมพาภรณ์และคณะ (2546) จะเห็นได้ว่าเรื่องนี้จะต้องจัดเป็นองค์ประกอบสำคัญและต้องนำมาคำนึงถึงอย่างมากในการจัดหลักสูตรเพื่อพัฒนาภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศอื่น ๆ เพราะการใช้ภาษาในภาคการท่องเที่ยวคือการสร้างมิตร สร้างความประทับใจ และต้องทำให้ดีที่สุดเพื่อให้ผู้ที่เราสื่อสารด้วย

จดจำและพูดถึงประเทศและผู้คนของเราด้วยความชื่นชม บุคลากรด้านการท่องเที่ยวต้องทำให้นักท่องเที่ยวที่สื่อสารด้วยมีความรู้สึกที่ว่าถ้าโอกาสอันวยประเทศไทยจะต้องเป็นประเทศที่ "ต้องกลับมาอีก"

ประเด็นหลัก ๆ ในกรอบแนวคิดนี้ คือ "การรู้เขา และ รู้เรา"

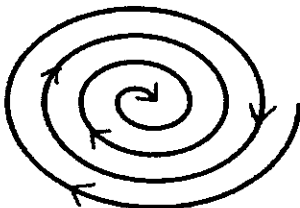
การรู้เขา เพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน คือ

ก. ทราบบสถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวไทย เช่น ตลาดท่องเที่ยวหลักของการท่องเที่ยวไทย มีกลุ่มชาติใดบ้าง คนกลุ่มนี้มีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตเด่นๆ อย่างไรบ้าง ชอบหรือไม่ชอบอะไร มีจุดแข็งจุดอ่อนในการซื้อบริการการท่องเที่ยวอย่างไร

ข. ทราบบกลุ่มตลาดการท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มาเพื่อพักผ่อนตามหาดทราย ชายทะเลหรือมีลักษณะชอบธรรมชาติ หรือ ชอบผจญภัย คือ ชอบเที่ยวตามอุทยานธรรมชาติ ป่าเขา หรือเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มวัฒนธรรมที่สนใจประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตผู้คน หรือเป็นกลุ่มที่มีความสนใจเฉพาะ เช่น Shopping, Food, MICE, Golf, Wellness & Spa

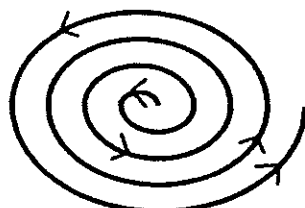
ค. ทราบลักษณะการสื่อสาร เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มนั้น ๆ จัดอยู่ในกลุ่มที่มักจะมีการพูดจาอย่างไร โดยแนวคิดทฤษฎีของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม แม้จะมีความชัดเจนว่าคนแต่ละคนจะมีความคิดและลักษณะการสื่อสารที่แตกต่างกัน แต่ถ้าพูดโดยรวมแล้ว (Generalisation) สามารถจะจัดกลุ่มชาติได้ เช่น การศึกษาของ Hall (1989) ชี้ให้เห็นว่า กลุ่มชาติบางกลุ่มมีลักษณะการสื่อสารแบบ "High Context." คือ ไม่ต้องพูดทุกอย่าง เชื่อว่าหลาย ๆ อย่างในการสื่อสารน่าจะเป็นที่เข้าใจได้เองระหว่างกัน ในขณะที่บางกลุ่มมีลักษณะการสื่อสารแบบ "Low Context." คือ ต้องพูดทุกอย่างเพื่อให้เข้าใจชัดเจนระหว่างกัน พื้นฐานของการสื่อสารที่ไม่เหมือนกันนำไปสู่รูปแบบการพูดที่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มชาติต่าง ๆ กลุ่มชาติที่มีพื้นฐานการสื่อสารแบบ "Low Context" จะมีลักษณะการพูดแบบตรงไปตรงมาชัดเจน ในขณะที่บางกลุ่มชาติซึ่งมีพื้นฐานของการสื่อสารแบบ "High Context." มีการพูดเป็นนัย หรือ พูดอ้อม ๆ ให้ผู้ฟังทราบเอาเอง หรือ ถ้าเป็นการเขียน ก็เช่นเดียวกันคือให้ผู้อ่านจับนัยเอาเอง ดังที่ Trompenaars (1997) บรรยายว่า "circling around and getting to the point." ตามแผนภูมิที่ 2 ต่อไปนี้

แผนภูมิที่ 2 ความแตกต่างของการสื่อสารระหว่างคนในวัฒนธรรมของ High Context และ Low Context



High Context

(from general to specific)



Low Context

(from specific to general)

ที่มา : Trompenaars and Hampden-Turner, 1997

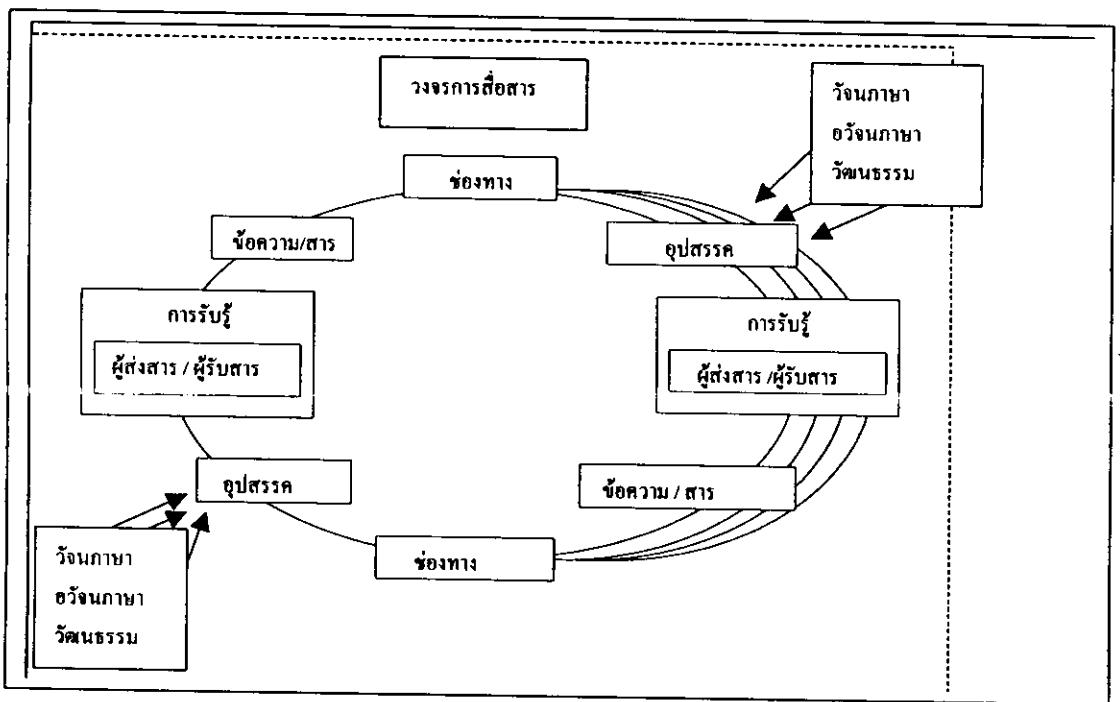
การรู้เรา ก. ภาษา เรามีภาษาอยู่ในระดับใด ควรต้องเรียน หรืออบรมอะไรเพิ่มเติม

ข. วัฒนธรรม และ เรื่องราวเกี่ยวกับบ้านเมือง ของเรา เรามีความรู้เกี่ยวกับเอกลักษณ์ วัฒนธรรม และเหตุการณ์ต่าง ๆ ในบ้านเมืองของเรามากน้อยแค่ไหน เราได้ศึกษาเหตุการณ์อะไรเด่น ๆ ในบ้านเมืองเราบ้างเพื่อใช้เป็นคำชี้แจง หรือ เป็นหัวข้อสนทนา

ค. การสื่อสารในมาตรฐานสากล เรามีความรู้เรื่องความสุภาพ เหมาะสม ของการพูดจาใน มาตรฐานสากลมากน้อยเพียงไร มีกิริยาท่าทางอะไรของไทยที่ควรใช้เพื่อสร้างความประทับใจ และ เรา มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งเหล่านี้มากน้อยแค่ไหน เราสามารถที่จะสื่อสิ่งดีงามของไทยให้นักท่องเที่ยวต่างชาติทราบได้อย่างไร เราทราบหรือไม่ว่ากลุ่มชาติในตลาดท่องเที่ยวหลัก ๆ ของเรามีความอ่อนไหวกับเรื่องใดเป็นพิเศษ

การรู้เขา-รู้เรา ข้างต้นนำไปสู่การสร้างความรู้สึกระหว่างคนไทยกับนักท่องเที่ยว ในทางตรงกันข้ามการ "ไม่รู้เขา-รู้เรา" ก็จะเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารทำให้เกิดปัญหาของภาษาที่อาจจะเป็นอุปสรรคเป็นเรื่องที่ยากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพราะอุปสรรค ต่างๆ ที่แทรกเข้ามาในทุกช่องทางของการสื่อสาร ซึ่งรวมเรียกว่า "noise" เหล่านี้ อาจทำให้การรับข้อความ (decoding) เบี่ยงเบนไปจากความหมายที่แท้จริง เมื่อมีการส่งข้อความ (encoding) ดังที่แสดงให้เห็นจากแผนภูมिนี้

แผนภูมิที่ 3 การรับ-ส่งสารและการเบี่ยงเบนของข้อมูล



*แผนภูมินี้ได้แนวคิดมาจาก Rogers และ Steinfatt, 1999 หน้า 115

ตารางที่ 8 ต่อไปนี้แสดงผลการวิเคราะห์จากการศึกษาวิจัยซึ่งชี้ให้เห็นว่าบุคลากรในการท่องเที่ยวของไทยในทุกวันนี้มีจุดแข็งและจุดอ่อนอะไรบ้าง มีความเกี่ยวเนื่องกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมอย่างไร

ตารางที่ 8 จุดแข็งและจุดอ่อนของคนไทยในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

ลักษณะการสื่อสาร	จุดแข็ง	จุดอ่อน	ความเกี่ยวเนื่องกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม
ภาษา/วัฒนธรรม	ความพยายามที่จะพูด	การพูดสั้น ๆ ห้วน ในลักษณะของการออกคำสั่ง เช่น Here. There. Passport. Come and look. Yes หรือ No. แสดงการตอบรับ หรือ ปฏิเสธ	หลายคนผูกโยงภาษาอังกฤษกับวัฒนธรรมตะวันตกและเข้าใจว่าวัฒนธรรมตะวันตกเป็นวัฒนธรรมของการพูดสั้นๆ ตรงไปตรงมา โดยไม่ทราบถึงรูปแบบของภาษาส่วนที่เป็นความสุภาพแม้จะสั้นแต่ก็ต้องแสดงความสุภาพ เช่น Please. Would you...? เป็นต้น
		ไม่ให้ภาษาประกอบท่าทาง เช่น เมื่อตอบคำถามว่ายีนเอกสารได้ที่ไหน ก็พูดว่า There. โดยไม่มีการมายมือประกอบเพื่อลดความขึงขังของภาษาที่สั้นและห้วน ยิ่งถ้าผู้พูดมีลักษณะของเสียงที่ขึงขังก็จะยังทำให้การสื่อสารระดับของความไม่สุภาพมากยิ่งขึ้น (ดูตารางส่วนที่แสดงน้ำเสียง)	ไม่ทราบว่าภาษาท่าทางและน้ำเสียง มีความจำเป็นที่จะต้องใช้ประกอบวัฒนธรรม คิดว่าใช้ภาษาก็น่าจะเข้าใจกันได้แล้ว นอกจากนี้ยังคิดว่าภาษาท่าทางน่าจะใช้เมื่อติดขัดเรื่องภาษาเท่านั้น

		<p>การให้ข้อมูลมักไม่ครอบคลุม (ดู ตารางที่ 6 มาตรฐานเปรียบเทียบมาตรฐานของภาษาโดยรวมและไม่ค่อยอธิบายหรือเตือนสิ่งที่เป็นอันตราย</p>	<p>ความคุ้นเคยของคนไทยคือตอบเท่าที่ถามสาเหตุหนึ่งอาจจะมาจากระบบการศึกษาที่ไม่ค่อยมีบรรยากาศของการอภิปรายแสดงความคิดเห็น ซึ่งอาจจะเนื่องมาจากจำนวนนักเรียนในชั้นมาก นอกจากนี้ข้อจำกัดทางภาษาก็อาจเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การบอก หรือให้ข้อมูลเป็นไปในลักษณะถาม-ตอบ มากกว่าการเสนอแนะ หรือแสดงความคิดเห็น หรือ อาจจะมาจากการคิดว่า การถามกลับไปจะทำให้คนที่พูดด้วยรำคาญหรืออาจไม่มีภาษาที่จะถามกลับ หรือบอกปัญหาอื่นของการสื่อสาร เช่นเขาพูดเร็วไปค่อยไป</p>
--	--	--	--

ภาษาท่าทาง/ อวัจนกรรม	การยิ้ม	- การยิ้มหรือหัวเราะในสถานการณ์ที่ไม่ควรยิ้มหรือหัวเราะ เช่น ในกรณีที่ของหาย คนหก ล้ม หรือเมื่อนักท่องเที่ยวใช้ภาษาไทยแปร่งๆ หรือ ในกรณีที่ไม่วินิจฉัยได้ว่าคนไทยจำนวนมากใช้วิธีสื่อสารด้วยการเงียบเฉย (silence) คือ ไม่ตอบรับเพื่อแสดงว่าได้ยินเข้าใจ หรือไม่เข้าใจ	คนไทยใช้ความเป็นธรรมชาติของสิ่งที่ตนเองคุ้นเคยในการสื่อสาร โดยที่ไม่ได้เคยเรียนรู้หรือตระหนักถึงความสำคัญของความแตกต่างทางแนวคิดของคนจากต่างวัฒนธรรม ผลคือส่วนที่ดี เช่น ยิ้ม การแสดงน้ำใจไมตรี ฯลฯ ในสถานการณ์ที่เหมาะสมทำให้นักท่องเที่ยวชอบก็กลายเป็นจุดแข็ง ถ้าผิดที่ผิดทางก็กลายเป็นจุดอ่อนในการสื่อสาร การเงียบเฉยก็ได้พบว่าเป็น "อุปสรรค"
	การไหว้	ไม่ปรากฏชัดจากการศึกษาครั้งนี้แต่งงานของพิมพาภรณ์ (2546) พบว่ามีนักท่องเที่ยวจากยุโรปบางคนบอกว่าเขารู้สึกงงๆ แปลกๆ ที่เห็นคนไทยแสดงอวัจนกรรมเช่นนี้ในตอนแรกๆ ที่พบเห็น รู้สึกเคอะเขิน และ respond กลับไม่ถูก	ประการหนึ่งของการสื่อสาร เพราะคนไทยจำนวนไม่น้อยให้ความหมายของการตอบรับด้วยความเงียบ เช่น นักท่องเที่ยวขอแผ่นพับก็จะหันหลังไปหยิบมาให้เลย โดยไม่มีการตอบรับว่า "Yes, a moment, please."
	ความสุภาพ	ไม่ปรากฏ	เช่นนี้ในวัฒนธรรมของ

	<p>การแสดงออกถึงความมีน้ำใจไมตรี</p>	<p>การแสดงความมีน้ำใจ บางครั้งขาดการเริ่มต้น เช่น เข้าไปช่วยถือของ หรือพาข้ามถนนเลยโดยไม่มีกรบอกให้คนที่ตั้งใจช่วยรู้ตัวโดยการใช้ประโยคเกริ่นนำ เช่น May I help you?</p> <p>จุดอ่อนอีกประการหนึ่งคือ การลืมนึกถึงความเป็นส่วนตัว คืออยากจะช่วยโดยไม่สังเกตทำทางที่นักท่องเที่ยวสื่อออกมาให้เห็นว่าอยากอยู่คนเดียวเงียบ ๆ และไม่ต้องการความช่วยเหลือ ในขณะที่มิติของ Space เป็นมิติสำคัญของนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มตลาดยุโรป</p>	<p>เช่นนี้ในวัฒนธรรมของเรามากจะเคยชินว่า การกระทำคือการตอบรับ ในห้องเรียนก็จะพบเช่นกันเมื่อนักศึกษาไม่ตอบรับคำของอาจารย์ที่ขอให้ทำกิจกรรมอะไร แต่จะทำเลย และเราก็ไม่ได้มองว่ามีสิ่งใดขาดไปหรือไม่เหมาะสมในการสื่อสาร</p>
<p>น้ำเสียง</p>	<p>การใช้น้ำเสียงที่อ่อนโยน ซึ่งคนไทยส่วนมากมีน้ำเสียงในลักษณะนี้</p>	<p>การใช้น้ำเสียงที่ชิงชัง โดยเฉพาะในสถานที่ราชการ</p>	<p>คนไทยจำนวนไม่น้อยมักจะลืมนึกไปว่าการใช้น้ำเสียงคือส่วนหนึ่งของการสื่อสาร โดยเฉพาะเมื่อต้องสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษมักจะกังวลเฉพาะตัวภาษาพยายามที่จะให้มีภาษาออกมา แต่แท้จริงแล้วน้ำเสียง จังหวะการพูดก็มีส่วนช่วยให้เกิดความเข้าใจที่มากขึ้น และในหลายสถานการณ์อาจลดอุปสรรค</p>

			ของการสื่อสารและ สร้างความประทับใจให้ แก่ผู้มาเยือนได้ด้วย
--	--	--	--

ข้อจำกัดในการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ข้อจำกัดสำคัญ ที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาภาษาอังกฤษของบุคลากรในอุตสาหกรรมนี้
พอจะแยกได้เป็นสองด้าน คือ

- ก. ข้อจำกัดด้านเวลา
- ข. ข้อจำกัดด้านการศึกษา

ข้อจำกัดด้านเวลา บุคลากรทุกระดับทั้งภาครัฐและภาคเอกชนมีข้อจำกัดด้านนี้เหมือนๆ กัน ทั้งๆ ที่
ต้นสังกัดส่วนมากให้การสนับสนุนในการหางบประมาณมาจัดอบรมให้ แต่ในการอบรมบุคลากรเหล่านี้
ไม่สามารถตัดขาดออกจากงานและทุ่มเทกับการเรียนได้เต็มที่ อย่างไรก็ตามในภาคเอกชนบางแห่งได้
พยายามผ่อนคลายข้อจำกัดเหล่านี้โดยจัดช่วงเวลาอบรมให้อยู่นอกฤดูการท่องเที่ยว และพยายามหา
หนทางจัดกะงานของแต่ละคนไม่ให้ทับซ้อนกับเวลาอบรม บางแห่งก็จัดหัวข้อและทักษะการอบรมที่
เหมือนกันไว้ในหลายช่วงเวลาเพื่อที่จะให้บุคลากรสามารถเข้าเรียนได้โดยไม่กระทบกับงานมากนัก
การผ่อนคลายเหล่านี้ไม่ปรากฏในการจัดอบรมของภาคราชการ แม้แต่เท่านั้นสิ่งที่ข้อจำกัดมากกว่า
ของการจัดอบรมในภาคราชการ คือ ผู้ที่เข้าอบรมมักมีงานด่วนที่ต้องปฏิบัติเต็มตามหน้าที่ เช่น ตำรวจ
ท่องเที่ยว ต้องมีภารกิจในการนำขบวนหรือดูแลแก้ปัญหาที่สามารถเกิดขึ้นเสมอในหมู่นักท่องเที่ยว
พนักงานของรัฐอาจต้องรับผิดชอบในการจัดทำโครงการริบด่วนซึ่งมีอยู่เสมอเพื่อให้ทันกับการนำ
เสนอ ฯลฯ โดยที่ไม่มีแผนการจัดอบรมที่สนองตอบต่อภารกิจจำเป็นเหล่านี้ การจัดอบรมส่วนมากจึงมัก
ไม่สมประโยชน์ทั้งในแง่เวลาของผู้สอน และงบประมาณในการจัดซึ่งค่อนข้างสูงในทุกหน่วยงาน

ในเรื่องนี้มีอีกประเด็นหนึ่งที่ปรากฏจากการศึกษาคือความกระตือรือร้นของผู้เข้ารับการอบรม
เอง ผู้เข้ารับการอบรมจำนวนมากที่ได้รับการอบรมโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมักไม่ค่อยกระตือรือร้นที่จะ
เข้ารับการอบรมหลังจากที่การอบรมดำเนินการไปแล้วสักระยะหนึ่งทั้งๆ ที่ไม่มีอุปสรรคเรื่องเวลาดังที่ได้
กล่าวถึงข้างต้น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากตัวเองขาดแรงจูงใจที่จะพัฒนาตนเอง หรืออาจเป็นเพราะเห็นว่าเป็น
การอบรมที่ตนเองไม่ต้องลงทุนใดๆ จะเข้าหรือไม่เข้าก็ไม่รู้สึกที่ตนเองเสียประโยชน์อะไรเพราะไม่
ต้องจ่ายเงินอยู่แล้ว คนทุกๆ ไปมักจะไม่เห็นค่าของสิ่งที่ได้มาโดยไม่ต้องลงทุนหรือพยายามที่จะให้ได้มา

ข้อจำกัดด้านการศึกษา บุคลากรในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยเฉพาะระดับปฏิบัติในบางภาคส่วน
ไม่ได้ผ่านการศึกษาในระบบมาก่อนและแทบจะไม่มีฐานของภาษาอังกฤษ หรือไม่ได้ใช้มาเป็นเวลานาน
และที่พบจำนวนไม่น้อย คือ เรียนภาษาแบบ Traditional และ passive คือเรียนกฎเกณฑ์และฟังจาก
อาจารย์โดยไม่เคยมีโอกาสดู จำเป็นต้องใช้เวลาในการเริ่มต้นเรียนภาษาในรูปแบบของการสื่อสาร
ขณะที่ความจำเป็นในการใช้ภาษาก็เกิดขึ้นในช่วงเวลาเดียวกัน ไม่แต่เท่านั้นด้วยข้อจำกัดของเวลา
และงบประมาณทำให้บางครั้งต้องรวมคนที่มีความแตกต่างของฐานความรู้ภาษาอังกฤษมาเรียนรวมใน

กลุ่มเดียวกัน ทำให้ยากที่จะเกิดผลสัมฤทธิ์ในการสอน ในส่วนของผู้เรียนที่อยู่ในระดับอ่อนก็เกิดความท้อแท้ ผู้ที่ภาษาอังกฤษเข้มแข็งกว่าก็รู้สึกเสียเวลาเพราะต้องรอคนที่ภาษาอ่อน

ข้อจำกัดทั้งสองประการข้างต้นมิได้เป็นอุปสรรคเฉพาะการจัดการเรียนการสอนเท่านั้น แต่ยังเป็นสาเหตุสำคัญของการสร้างสมทัศนคติที่เป็นลบต่อการเรียนภาษาด้วย

ทุกประเด็นที่นำมาวิเคราะห์ข้างต้นชี้ให้เห็นว่าการจัดหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษให้มีประสิทธิภาพสำหรับการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องไม่สามารถมองเฉพาะประเด็นของภาษา การท่องเที่ยวเป็นสาขาที่มีความเป็นสหวิชาการสูง และด้วยธรรมชาติของงานที่เป็นการให้บริการ มาตรฐานที่ทุกฝ่ายคาดหวังก็เป็นมาตรฐานที่สูง ในขณะที่ข้อจำกัดทั้งของบุคลากรที่เข้ามาสู่สายงาน และลักษณะการทำงาน ของหน่วยงานเองก็มีหลายประการโดยเฉพาะในช่วงที่ประเทศต้องเร่งรัดในการสร้างบุคลากรให้เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่รัฐวางเป้าหมายในการเพิ่มที่สูงมาก พร้อม ๆ กับการวางตำแหน่งทางการท่องเที่ยวของประเทศ (Positioning) ให้มีคุณภาพในระดับสากล ผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ใด ๆ ก็ตามในสาขาการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมององค์ประกอบมากมายหลายด้านซึ่งจะทำให้การท่องเที่ยวส่งผลที่มีคุณค่ามากที่สุดต่อสังคม ในด้านของภาษาอังกฤษสำหรับการท่องเที่ยวก็เช่นกันผู้รับผิดชอบในการจัดหลักสูตรและพัฒนาทรัพยากรบุคคลจะต้องมองประเด็นหลากหลายดังที่นำมาสรุปและอภิปรายข้างต้น พร้อม ๆ กับการมองย้อนกลับไปตั้งแต่เราเริ่มให้ความสนใจกับการทำการท่องเที่ยวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 ถึงปัจจุบัน (2547) ในช่วง 40 กว่าปีที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยว 10 ล้านคน การจัดอบรมภาษาอังกฤษยังนับว่าไม่ประสบผลสำเร็จมากนัก ขณะนี้ประเทศจะต้องเตรียมความพร้อมที่จะรับมือกับนักท่องเที่ยวมากถึง 20 ล้านคนในอีกห้าปี การจัดอบรมภาษาอังกฤษสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะต้องมีแผนงานที่รอบคอบ มีประสิทธิภาพ และมีจุดคุ้มทุนให้มากที่สุด การศึกษาวิจัยนี้จะนำเสนอแนวทางและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับนโยบายและแนวทางการจัดทำหลักสูตรและจัดทำแผนการฝึกอบรมของบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้ประเทศได้รับประโยชน์สูงสุดจากงบประมาณที่กระจายไปในทุกภาคส่วนของอุตสาหกรรมนี้

ลักษณะการจัดหลักสูตรฝึกอบรม

ประเด็นสำคัญอีกประเด็นหนึ่งที่ได้พบจากการศึกษาครั้งนี้คือ การกระจายกระจายของการฝึกอบรม ทุกภาคส่วนของการท่องเที่ยวที่ได้ศึกษามีการจัดอบรมภาษาอังกฤษทั้งที่กำลังทำอยู่หรือทำเสร็จไปแล้ว และเมื่อได้สำรวจเงินงบประมาณที่ลงทุนไปได้พบว่าบางหน่วยงานได้ใช้งบประมาณลงทุนเกินสิบล้านบาท แต่ผลที่ได้รับโดยเฉพาะในเชิงปริมาณของผู้ที่เข้ารับการอบรมปรากฏว่าต่ำกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้มาก ทั้งนี้ยังไม่ได้มีการศึกษาในเชิงคุณภาพชัดเจนว่าความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษดีขึ้นมากเพียงใดเพราะไม่มีการประเมินผลผู้เข้ารับการอบรม ดังนั้นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในการจัดฝึกอบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยวต่อไปนี้ คือ ความคุ้มค่า (Cost effective)

การจัดหลักสูตรฝึกอบรมที่มีความคุ้มค่า จะต้องพิจารณาองค์ประกอบ 3 ประการต่อไปนี้ เป็นเกณฑ์หลักในการจัดทำแผน ได้แก่

- การจัดทำหลักสูตร
- การจัดอบรม
- การประเมินผล

ก. การจัดทำหลักสูตร ควรมีการดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ ต่อไปนี้ คือ

ศึกษานโยบายและเป้าหมายด้านการท่องเที่ยวของประเทศ เพื่อ พัฒนานุคลากรให้ตรงกับทิศทางและเป้าหมายของประเทศ

ศึกษาข้อมูลด้านการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) โดยเฉพาะส่วนแบ่งการตลาดและโครงสร้างของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศ (Inbound tourists) ทั้งในเชิงภูมิศาสตร์ และเชิงกลุ่มตลาด ในเชิงภูมิศาสตร์ เช่น ปี 2546 ตลาดใหญ่ของไทยคือ เอเชียตะวันออก (ญี่ปุ่น มาเลเซีย จีน สิงคโปร์ ฮองกง และ เกาหลีใต้) เรียงตามจำนวนนักท่องเที่ยวมากไปหาน้อย (ดู แผนภูมิที่ 1) กลุ่มประเทศที่เป็นตลาดใหญ่เป็นอันดับ 2 คือ ตลาดยุโรป (สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส เยอรมนี และสวีเดน เรียงตามจำนวนนักท่องเที่ยวมากไปหาน้อย เช่นกัน) ในเชิงกลุ่มตลาด เช่น มีการจัดกลุ่มตลาดอย่างไร ในปี 2547 ททท. ได้จัดแบ่งกลุ่มตลาดออกเป็น กลุ่ม นาดทรายชายทะเล กลุ่ม อุทยานธรรมชาติ ป่าเขา กลุ่ม ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และ กลุ่มความสนใจเฉพาะ เช่น Shopping Food, MICE, Golf, Wellness & Spa ทั้งนี้เพื่อบูรณาการวัฒนธรรม ความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยว เข้าไปในการจัดหลักสูตร

ศึกษาวิธีการฝึกอบรมบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจากรายงานการวิจัย

ศึกษาจุดแข็ง-จุดอ่อน ในวัฒนธรรมการสื่อสารของคนไทย เพื่อบูรณาการมิติของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม เข้าไปในการจัดหลักสูตร

ศึกษาเอกลักษณ์ไทย เพื่อบูรณาการเข้าไปในการจัดหลักสูตรให้สามารถนำไปใช้ได้

มาตรฐานสากล

ศึกษา ความต้องการของผู้เรียนโดยการจัดทำ Needs analysis

ศึกษาระดับความสามารถ ของผู้เรียน โดยการจัดทำแบบทดสอบ

ทำ SWOT Analysis และทัศนคติของผู้เรียน โดยใช้แบบทดสอบ และการสัมภาษณ์

ศึกษาจุดที่ลัดวงจรระหว่างความต้องการของผู้เรียนกับความต้องการ ความคาดหวัง และความพร้อมของหน่วยงานในการจัดสรรบุคลากรให้เข้าเรียนได้เต็มเวลา

จัดทำแผนการใช้บุคลากรให้ตรงกับศักยภาพซึ่งได้จัดอบรม รวมถึงมาตรการในการจูงใจ หรือให้รางวัล สำหรับผู้ที่สามารถเพิ่มศักยภาพของตนเองได้อย่างน่าพอใจภายหลังการฝึกอบรม

จัดกลยุทธ์ หรือบรรยากาศในการทำงานให้ผู้ที่ผ่านการอบรมมีโอกาสใช้ภาษาที่ได้รับการอบรมมา หรือเพิ่มศักยภาพการเรียนรู้ด้วยตนเองเพิ่มเติม เพื่อให้การอบรมมีความคุ้มค่ามากที่สุดโดยการที่บุคลากรสามารถรักษารหรือเพิ่มศักยภาพของตนเองได้

ผู้รับผิดชอบในการจัดอบรม ควรประกอบด้วยคนสามกลุ่ม คือ

- ผู้บริหารจากหน่วยงานหรือองค์กรต้นสังกัดซึ่งเป็นผู้จัดสรรงบประมาณในการจัดการอบรม

- นักวิชาการ ซึ่งเป็นผู้จัดหลักสูตร
- ผู้สอน/วิทยากร

นักวิชาการ ซึ่งเป็นผู้จัดหลักสูตรและผู้สอนหรือวิทยากรอาจเป็นคนเดียวกัน อย่างไรก็ตามทั้งสามกลุ่มนี้จะต้องคุยเพื่อให้ข้อมูลซึ่งกันและกันเพื่อให้การจัดอบรมมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

ผู้เรียน เนื่องจากข้อสรุปบ่งชี้ว่า การเข้ารับการอบรมที่ไม่สม่ำเสมอของผู้เรียนเป็นสาเหตุหนึ่งของความล้มเหลวในการจัดอบรม ไม่ว่าจะเป็นบุคลากรที่มีสังกัด หรือ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ ควรรับผิดชอบประมาณ 20-30% ของค่าใช้จ่าย ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนเห็นคุณค่าของการอบรม อีกแนวทางหนึ่ง คือ ให้ผู้เรียนและต้นสังกัดรับผิดชอบค่าใช้จ่ายฝ่ายละ 50% โดยที่ต้นสังกัดอาจพิจารณาจ่ายเงินให้หลังจากที่ผู้เข้ารับการอบรมได้พิสูจน์ตัวเองโดยการเข้าเรียนอย่างสม่ำเสมอตลอดเวลาของการอบรม เพื่อกระตุ้นความสนใจและเป็นมาตรการหนึ่งที่ทำให้การจัดอบรมมีความคุ้มค่า สมประโยชน์ของการจัดหลักสูตรอบรม

ข. การจัดอบรม

เนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลาของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดังที่ได้พูดถึงข้างต้น ผู้ที่รับผิดชอบจึงอาจคิดถึงแผนการจัดพัฒนาภาษาอังกฤษให้แก่บุคลากรของตนได้เป็นสองแนวทาง คือ

1. การจัดอบรมโดยสำนักงาน (In-House Training)
2. การพัฒนาตนเอง (Self Improvement)
 - ก. ลงทะเบียนเรียนใน Course ที่สถาบันการศึกษา หรือ สถานสอนภาษาจัด
 - ข. เรียนจาก Self-study package ที่จัดให้
 - ค. เรียนจาก E-learning ที่จัดให้

การจัดอบรมโดยสำนักงาน

ประเด็นต่าง ๆ ที่ควรนำมาพิจารณา คือ

1. **สถานที่เรียน** เลือกสถานที่ที่เป็นจุดลงตัวระหว่างผู้สอนและผู้เรียน เพราะข้อสรุปจากการศึกษาชี้ว่าสถานที่เป็นปัญหาหนึ่งของการจัดอบรม โดยอาจเป็นในสำนักงาน ซึ่งสะดวกและประหยัด แต่ข้อสรุปจากนักวิจัยเห็นว่าบุคคล แทนที่จะให้ข้อสังเกตถึงความจำใจ ทำให้ไม่รู้สึกระดือหรือวันที่จะเรียนเท่าที่ควร ทางเลือก คืออาจจัดนอกสถานที่ อย่างไรก็ตามไม่ว่าจะเลือกจัดที่ไหนสิ่งที่จำเป็น คือ การจัดบรรยากาศการเรียนให้มีลักษณะที่ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน สร้างสิ่งแวดล้อมที่เป็นจริงหรือเสมือนจริงให้มากที่สุด

2. **เวลา** ข้อมูลจากการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ควรเป็นช่วงเช้า เพราะ ผู้เรียนยังไม่เหนื่อยจากงาน และไม่ต้องไปเรียนในขณะที่ติดพันอยู่กับงาน หรือช่วงเที่ยง เช่น เรียนหลัอมเวลากับช่วงพักกลางวัน เงื่อนไขของเวลาอีกประการหนึ่ง คือ ช่วงเดือน สำหรับเมืองท่องเที่ยว เช่น เชียงใหม่ และ ภูเก็ต ควรจัดอบรมในช่วงนอกฤดูท่องเที่ยว (Low season) อีกประเด็นหนึ่งที่ควรนำมาพิจารณา คือ การหลัอมเวลาเรียน หมายถึงหลักสูตรเดียวกันเสนอในสองวัน/เวลาที่ต่างกัน

3. ระยะเวลาและความถี่ของการจัดหลักสูตร

ระยะเวลาควรขึ้นอยู่กักรูปร่างภาษาของผู้เรียน วัตถุประสงค์ และความคาดหวังของสำนัก

งาน แต่ต้องไม่ทำติดต่อกันมากกว่า 45 ชั่วโมง ตัวอย่าง เช่น ถ้าต้องเรียน 130 ชั่วโมง course ควรขอย่อยเป็น 45/1 45/2 และ 45/3

ความถี่ของการเรียน/การสอน ไม่ต้องมากนักเพราะคนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีโอกาสใช้ภาษาอยู่แล้ว แต่ควรใช้วิธีการติดตามผล (Follow up) แทน คือ พบกันพูดคุย แลกเปลี่ยนปัญหา และ “เติมเต็ม” ประเด็นการใช้ภาษาที่บุคลากรต้องการอันเนื่องมาจากการใช้จริง

4. การจัดกลุ่ม ผู้เรียน ต้องให้แต่ละกลุ่ม มีระดับความสามารถ และมีวัตถุประสงค์ในการเรียนเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันมากที่สุด

5. เนื้อหา และทักษะ ต้องตรงกับลักษณะงานของผู้เรียนมากเพราะผู้เรียนมีเวลาและภารกิจมาก

6. การจัดบทเรียน ในแต่ละบทควรมีลักษณะเบ็ดเสร็จ (การขาดเรียนแต่ละครั้งไม่ควรมีผลกับการทำความเข้าใจบทอื่นๆ (ผู้เรียนสามารถติดตามได้ด้วยตนเอง)

7. มาตรการจูงใจในการเข้าเรียน/การเพิ่มพูนความสามารถ ควรพยายามหากกลยุทธ์ที่ผู้เรียนรู้สึกมีแรงจูงใจในการเข้าเรียน เช่น จัดทำใบประกาศเกียรติคุณให้แก่ผู้ที่เข้าเรียนสม่ำเสมอหรือขาดเรียนไม่เกิน 10% หรือ 20% หรือ ทำสถิติแสดงความก้าวหน้าของผู้เรียนแต่ละคน เป็นต้น

8. รูปแบบการสอน

จัดสถานการณ์การสอนให้เหมือนจริง (Simulation) เช่น การสอนตำรวจท่องเที่ยว ควรจัดทำห้องเรียนให้เป็นแบบซุ้มที่ตำรวจท่องเที่ยวต้องประจำการ เป็นต้น

ใช้กระบวนการ 4 ขั้นตอน คือ 1) input 2) practice 3) application 4) conclusion หลังจากให้ Input ของภาษาที่ต้องการและมีการฝึกฝน (practice) แล้ว ต้องเข้าสู่กระบวนการของ Application คือ จัดให้มีชาวต่างชาติเข้ามาติดต่อในเรื่องที่ต้องพบจริง ๆ และสื่อสารจริง ๆ ให้ใช้ภาษาจริงๆ โดยที่ผู้สอนคอยสังเกตการณ์เพื่อนำข้อบกพร่องและปัญหามาปรับปรุงในขั้นตอนของ conclusion

ควรใช้กิจกรรมการเรียนการสอนให้มากกว่าการบรรยาย และให้ผู้เรียนฝึกใช้ภาษาจากกิจกรรมก่อนที่จะสร้างสถานการณ์เหมือนจริงเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ตามขั้นตอน 3) และ 4) ข้างต้น

ต้องทำบรรยากาศการเรียนให้สนุก มี Pattern ที่ง่าย มีความหมาย สะดวกต่อการจำและนำไปใช้ได้ ทำให้คนอยากเรียนรู้มากขึ้น

9. วิทยากร ควรใช้ทั้งเจ้าของภาษา และ อาจารย์ชาวไทย ซึ่งไม่ว่าจะเป็นเจ้าของภาษาหรืออาจารย์ชาวไทยจะต้องเป็นผู้ที่ผ่านการฝึกในด้านการสอนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ ความจำเป็นในการใช้เจ้าของภาษาเพราะเจ้าของภาษา จะทำให้ผู้เรียนได้เรียนรู้และคุ้นเคยกับการออกเสียงที่ถูกต้อง คุ้นเคยกับสำเนียงมาตรฐานและความเป็นธรรมชาติของการใช้ภาษา ส่วนความจำเป็นในการใช้อาจารย์ชาวไทยเพราะอาจารย์ชาวไทยสามารถรับทราบปัญหาและความยากลำบากของผู้เรียนเนื่องจากอาจารย์ชาวไทยมีพื้นฐานของภาษาและประสบการณ์การเรียนรู้เช่นเดียวกับผู้เรียน นอกจากนี้ อาจารย์ชาวไทยยังสามารถสอนเกี่ยวกับวัฒนธรรมและเน้นมิติของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมได้ชัดเจนกว่าอาจารย์ชาวต่างประเทศ

10. การเพิ่มความเข้มข้นของการอบรม ในช่วงที่มีการอบรม (และหลังจากจบการอบรมแล้ว) สิ่งที่ต้องทำเพิ่มเติม คือ แปลงบทเรียนให้เป็นรูปแบบของวิดีโอ เช่น ที่ ม.ส. ธ. ทำ และนำไปเปิดในห้องที่บุคลากรพักผ่อนดื่มกาแฟ หรือในที่ทำงานที่บุคลากรไม่ต้องทำงานตลอดเวลา เช่น ตำรวจ ท้องเที่ยว/ตำรวจ (ทั้งที่สำนักงาน และ ชุมรับเรื่องร้องเรียน) หรือทำเป็น Cassettes ให้ผู้เรียนฟังระหว่างขับรถ หรือทำเป็นคู่มือการพูด (handbook) ที่มีขนาดและลักษณะสะดวกที่จะพกพา เพื่อใช้เป็นตัวเสริมความแข็งแกร่งของการเรียนรู้ (reinforcement)

ค. การประเมินผล การประเมินผลควรกระทำสองทาง คือ ประเมินผู้เรียนและประเมินหลักสูตร

1. ประเมินความสำเร็จของผู้เรียน การประเมินเป็นความจำเป็นและควรทำ โดยสามารถจัดแบบประเมินได้ทั้งในรูปแบบของการเขียน และ การสอบปากเปล่า โดย อาจจะใช้แนวเทียบกับการสอบ Pre-test ก่อนการจัดอบรมเพื่อจะให้เห็นพัฒนาการที่ชัดเจนขึ้น และควรมีการจัดทำบันทึกที่บ่งชี้ทักษะให้ชัดเจน เพื่อที่จะช่วยให้ผู้เรียนมีพัฒนาการที่ต่อเนื่องได้ง่ายขึ้น

2. ประเมินหลักสูตร ผู้ที่ควรมีส่วนในการประเมินหลักสูตร ควรประกอบด้วยบุคคล 4 กลุ่ม คือ

ผู้เรียน เพราะเป็นผู้ได้รับผลจากการใช้หลักสูตรโดยตรง

ผู้สอน เพราะเป็นผู้ใช้หลักสูตรโดยตรง น่าจะมีมุมมองที่ชัดเจนถึงจุดแข็ง และจุดอ่อน

ของหลักสูตร

หัวหน้างาน เพราะเป็นผู้ใช้ “ผลผลิต” คือนักบุคลากรที่ได้รับการอบรม

นักท่องเที่ยว/ลูกค้า ซึ่งเป็นผู้ใช้ “ผลผลิต” โดยตรงอีกกลุ่มหนึ่ง แต่ผู้ประเมินในกลุ่มนี้ควรกระทำในลักษณะที่เป็นธรรมชาติ คือความคิดเห็นโดยทั่วๆ ไป และข้อเสนอในสถานการณ์ที่เหมาะสมและเป็นไปได้ เพื่อไม่ให้เป็นการรบกวนและสร้างความรำคาญการพักผ่อนหรือความเป็นส่วนตัวของเขา

สำหรับ แนวทางการประเมิน เพื่อให้หลักสูตรที่ใช้สำหรับการอบรมสามารถสร้างคนที่มีคุณภาพได้จริง ผู้รับผิดชอบควรจัดให้มีแนวทางการประเมิน ดังนี้

1. ตรวจสอบความสามารถในระดับที่เรียนมา ทั้งในรูปของการสัมภาษณ์และข้อเขียนในทุกหัวข้อของหลักสูตร เพื่อประเมินว่าหลักสูตรและวิธีการสอนสามารถทำให้ผู้เรียนมีศักยภาพในการสื่อสารดีขึ้นหรือไม่ และสามารถเก็บความรู้ความสามารถนั้นๆ ไว้ได้หรือไม่ มิใช่เพียงดีขึ้นเพราะจะต้องถูกประเมิน

2. ตรวจสอบความสามารถในระดับที่สามารถประยุกต์จากสิ่งที่เรียนมาได้ โดยประเมินทั้งในรูปของการสัมภาษณ์และข้อเขียน เพื่อตรวจสอบดูว่าหลักสูตรและวิธีการสอนสามารถทำให้ผู้เรียนนำความรู้ไปใช้ในสถานการณ์จริงได้หรือไม่

3. ตรวจสอบความสามารถในระดับซึ่งสูงกว่าที่เรียนมา ทั้งในรูปของการสัมภาษณ์และข้อเขียน เพื่อประเมินว่าหลักสูตรและวิธีการสอนสามารถทำให้ผู้เรียนพัฒนาตนเองได้หรือไม่

4. ความสามารถของการใช้ภาษาที่แสดงถึงความเข้าใจทางวัฒนธรรม ในเรื่องนี้สิ่งที่ชาวต่างชาติเน้นมากคือการให้ข้อมูล วิธีการแก้ปัญหา ความเข้าใจภาษาท่าทาง รสนิยม ลักษณะเด่นๆ ของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มตลาด เช่น ความเป็นส่วนตัว การรักษาระยะห่าง (Space) ซึ่งแตกต่างกันในกลุ่มชาติต่าง ๆ

การพัฒนาตนเอง (Self-Development)

การพัฒนาตนเองสามารถกระทำได้เป็นสองทางคือ

- ลงทะเบียนเรียนใน Course ที่สถาบันการศึกษา หรือ สถานสอนภาษาจัด
- เรียนจาก Self-study package ที่จัดให้ ซึ่งอาจเป็นในรูปของชุดการเรียนรู้ด้วยตนเอง หรือ ในรูปแบบของ e-learning

ผู้บริหารต้นสังกัดอาจเลือกใช้วิธีการส่งเสริม สนับสนุนให้บุคลากรพัฒนาความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษด้วยการลงทะเบียนเรียนใน Course ที่สถาบันการศึกษาหรือโรงเรียนสอนภาษาต่างๆ จัดโดยแนะนำให้เลือกรายวิชาที่ตรงกับความต้องการที่ต้องพัฒนา โดยอาจช่วยค่าลงทะเบียนให้ครึ่งหนึ่งในตอนแรก และ ออกส่วนที่เหลือให้เมื่อมีรายงานผลการศึกษาลงจากเรียนจบเป็นที่น่าพอใจ

อีกวิธีหนึ่ง คือ ร่วมมือกับนักวิชาการ ในการจัดทำชุดการเรียนรู้ด้วยตนเองซึ่งเป็นวิธีการเรียนที่เหมาะสมมากที่สุดสำหรับบุคลากรที่มีข้อจำกัดด้านเวลา เพราะชุดการเรียนรู้ด้วยตนเองสามารถจัดทำให้เหมาะกับลักษณะภาษาและการสื่อสารของกลุ่มอาชีพต่างๆ โดยคำนึงถึงวัฒนธรรมการเรียนรู้ แรงจูงใจและข้อจำกัดของผู้เรียน นอกจากนี้ชุดการเรียนรู้ด้วยตนเองยังเหมาะกับผู้ที่ทำงานในภาคการท่องเที่ยวอยู่แล้วเพราะคนเหล่านี้เป็นผู้ใหญ่ มีลักษณะเป็น Adult learners มีจิตวิทยาการเรียนรู้ที่ต่างกับ young learners ต้องการภาษาที่ตรงกับจุดประสงค์เพราะไม่มีเวลามากกอร์กับมีข้อจำกัดด้านความจำที่น้อยกว่า young learners นอกจากนี้แต่ละกลุ่มต่างก็มีลักษณะภาษาและวงศัพท์เฉพาะของตนที่ต้องใช้ในการสื่อสาร มีระดับความสามารถและภูมิหลังในการใช้ภาษาที่แตกต่างกัน มีระยะเวลาที่สามารถจะศึกษาหาความรู้แตกต่างกัน มีวิธีการเรียนที่ไม่เหมือนกัน แต่ สิ่งที่คนส่วนมากในกลุ่มนี้มีเหมือนกัน คือ แรงจูงใจในการเรียนรู้ เพราะการเรียนรู้วิธีการสื่อสารที่สามารถสร้างความประทับใจให้ชาวต่างชาติคือปัจจัยหลักประการหนึ่งที่จะทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น ดังนั้นการจัดทำชุดการเรียนรู้ด้วยตนเองให้แก่บุคลากรจึงเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดวิธีหนึ่งในการพัฒนาศักยภาพการใช้ภาษาอังกฤษของบุคลากร

การดำเนินการในการใช้ชุดการเรียนรู้ซึ่งมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ถึงแม้ว่าบทเรียนจะออกแบบในลักษณะที่เน้นการเรียนรู้ด้วยตนเองแต่การเรียนรู้ด้วยตนเองก็เป็นศาสตร์ที่ผู้เรียนจะต้องมีวิธีในการเรียนเพื่อให้มีผลสัมฤทธิ์สูงสุด และต้องมีการจัดการเพื่อให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงศาสตร์ของการเรียนรู้ด้วยตนเองได้โดยที่ไม่รู้สึกโดดเดี่ยว อ่อนล้าหรือท้อถอย ดังนั้นจึงต้องมีขั้นตอนในการใช้ชุดการเรียนรู้ทั้งก่อนการใช้ ระหว่างใช้ และหลังจากใช้ชุดการเรียนรู้แต่ละชุดแล้ว ดังนี้

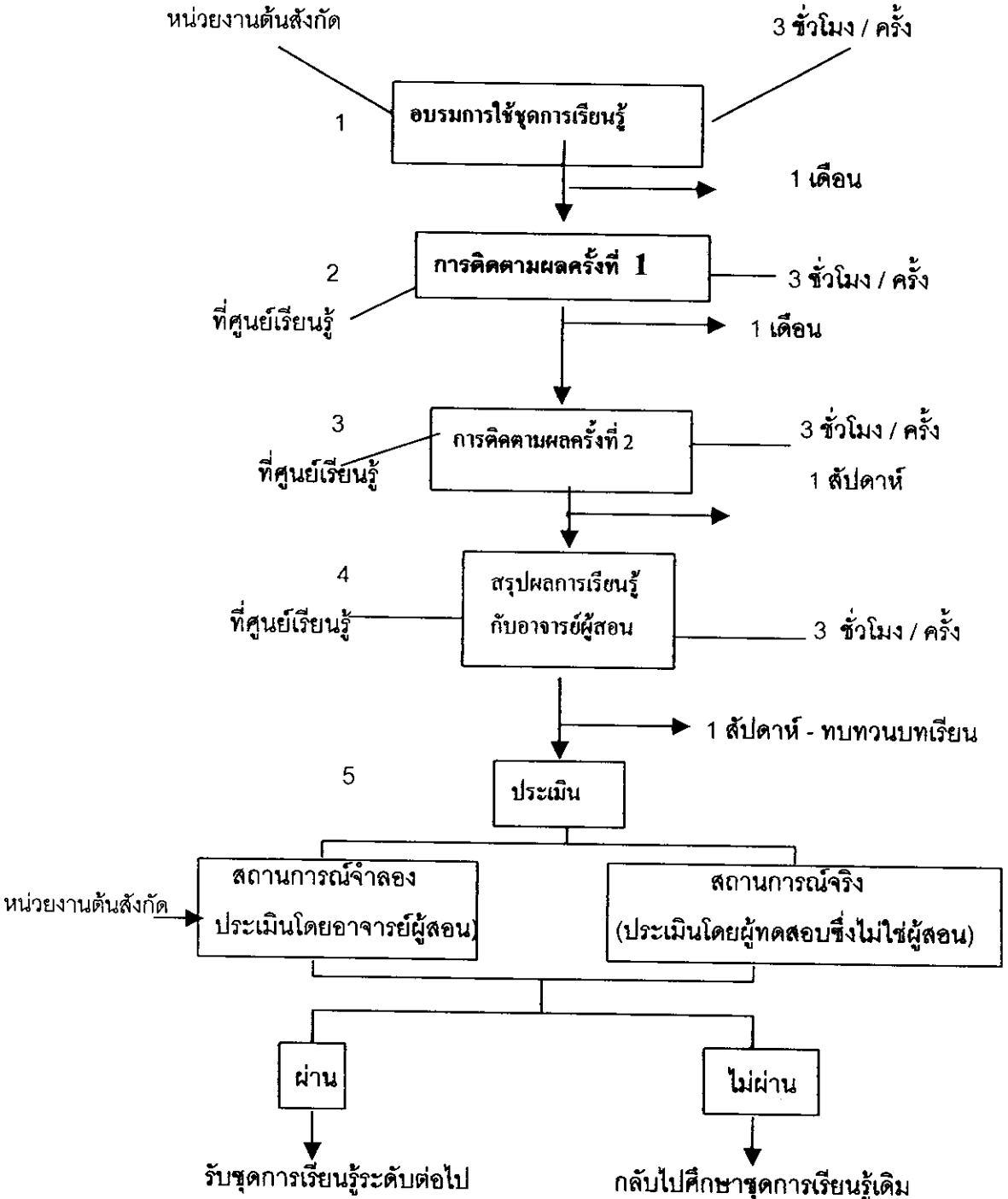
- ก่อนใช้ วิทยากรต้องให้การอบรมเกี่ยวกับการใช้ก่อนที่ผู้เรียนจะเริ่มต้นเรียนรู้ด้วยตนเอง
- ระหว่างการใช้ วิทยากรต้องติดตามผลเป็นระยะๆ เพื่อตรวจสอบความก้าวหน้าหรือรับทราบอุปสรรคปัญหา (ประมาณเดือนละครั้งโดยใช้เวลาประมาณ 3 ชั่วโมง ต่อครั้ง)
- หลังการใช้ วิทยากรต้องจัดสัมมนาหลังจบชุดการเรียนรู้แต่ละชุดเพื่อการเรียนรู้ร่วมกัน (บทเรียนควรออกแบบโดยใช้เวลาเรียนประมาณสองเดือนต่อชุด เพื่อป้องกันความ “หน่าย” – Fatigue)

วิทยากรต้องจัดประเมินในกรอบเวลาที่เหมาะสมเพื่อสร้างแรงจูงใจในความสำเร็จ
ให้เกิดแก่ผู้เรียน

ในการดำเนินการตามขั้นตอนต่างๆ ของโครงการนี้จำเป็นต้องประสานความร่วมมือกับ
หน่วยงานต้นสังกัด โดยที่หน่วยงานต้นสังกัดควรมีศูนย์ประสานงานซึ่งมีสถานที่ที่สามารถจัดกิจกรรม
รวบยอดจัดสัมมนาหลังจบชุดการเรียนรู้ในแต่ละชุดเพื่อการเรียนรู้ร่วมกันทั้งในระหว่างผู้เรียนด้วยกันเองและ
ระหว่างผู้เรียนกับผู้สอน และใช้ในงานสัมมนาแลกเปลี่ยนปัญหาของการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ
อื่นๆ ด้วย (ถ้ามี)

ขั้นตอนต่าง ๆ ข้างต้นสามารถแสดงด้วยแผนภูมิที่ 4 ดังนี้

แผนภูมิที่ 4 ขั้นตอนในการใช้ชุดเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยตนเอง



การประเมินผลสัมฤทธิ์ของการเรียนในเชิงคุณภาพ

เช่นเดียวกับการจัดการอบรม การใช้ชุดการเรียนรู้ด้วยตนเองจำเป็นต้องมีการประเมินเมื่อเสร็จสิ้นกระบวนการเรียนแต่ละชุด เพื่อตรวจสอบความสำเร็จทั้งของผู้เรียนเอง และประเมินหลักสูตร ทั้งนี้เพื่อให้บุคลากรเหล่านี้เข้าสู่ระดับมาตรฐานที่วางไว้ (ตามที่ได้นำเสนอไว้ในตารางที่ 6)

การประเมินที่สามารถวัดความสามารถในการใช้ภาษาในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพน่าจะเป็นการประเมินผลสัมฤทธิ์ของการเรียนในเชิงคุณภาพ โดยใช้ทั้งคนไทยที่สามารถใช้ภาษาได้ดี และเจ้าของภาษาในสถานการณ์จำลอง (Simulation) และสถานการณ์จริง (Real situation)

สถานการณ์จำลอง (Simulation) คือ จัดสิ่งแวดล้อมในห้องประเมินให้เหมือนหรือคล้ายคลึงกับสภาพการณ์ที่ผู้เรียนต้องใช้ภาษา และจัดประเมินโดยผู้สอน/ผู้จัดทำชุดการเรียนรู้

สถานการณ์จริง (Real situation) ใช้วิธีการทดสอบแบบมีส่วนร่วม คือจัดคณะผู้ทดสอบที่ผู้เรียนไม่รู้จักสวมบทบาทเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางไปยังสถานที่ที่ผู้เรียนทำงานเพื่อประเมินความสามารถของการใช้ภาษาในสภาพที่เป็นจริง

การประเมินจะต้องดูทุกมิติของการสื่อสาร คือส่วนที่เป็นภาษา การใช้น้ำเสียง สีนัยท่าทาง ความเหมาะสมกับวัฒนธรรมทั้งของคนไทยและของคู่สื่อสาร

ระดับความสามารถ การจัดทำชุดการเรียนรู้ควรเน้นการพัฒนาความสามารถใน 5 ระดับ และจัดการประเมินความสามารถตามระดับต่าง ๆ ดังนี้ (ดูการเทียบเกณฑ์จากรายละเอียดของการสอบ IELTS ตารางที่ 7)

1. Lower Beginner
2. Beginner
3. Lower Intermediate
4. Intermediate
5. Upper Intermediate

*ระดับ Advanced ไม่น่าจะมีความจำเป็นเพราะคนในระดับนั้นสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองอยู่แล้ว

ผู้เรียนทุกคนที่อยู่ในโครงการจะต้องเข้ารับการประเมินหลังจากใช้เวลาในการศึกษาค้นคว้าจากชุดการเรียนรู้ที่รับไปศึกษาสองเดือน ผู้ใดที่ผ่านการประเมินในระดับของตนสามารถรับชุดการเรียนรู้ในระดับต่อไปได้ศึกษาต่อได้ สำหรับผู้ที่ไม่ผ่านต้องกลับไปศึกษาชุดเดิมและผ่านกระบวนการเรียนทุกอย่างใหม่ คือ เข้าร่วมในการติดตามผล การร่วมสัมมนาหลังจากศึกษาครบสองเดือน และสามารถสอบใหม่ได้โดยไม่มีข้อจำกัดของจำนวนครั้ง

ผู้ที่ผ่านการสอบระดับ 5 คือ Upper Intermediate ควรถือว่าเป็นผู้ที่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนได้ในระดับที่ยอมรับได้ และควรจัดให้มี sticker ซึ่งเป็นสัญลักษณ์แสดงความสามารถทางการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมขั้นที่ 1

ในช่วงแรกของโครงการ หน่วยงานอาจวางเป้าหมายของผู้เรียนในทุกกลุ่มไว้ที่ X คนต่อปี ในระยะ 5 ปี จะมีผู้ที่มีโอกาสศึกษาจากชุดการเรียนรู้ X^5 คน และควรวางเป้าหมายว่าในจำนวน X^5 นี้คนที่

ควรจะสอบผ่านระดับ Upper Intermediate น่าจะอยู่ที่ประมาณร้อยละ 50 หากไม่ได้ตามเป้าหมายจะได้จัดกลยุทธ์ที่จะปรับปรุงได้ถูกทิศทางและคุ้มค่ากับเวลาและงบประมาณ

สรุปผลและข้อเสนอแนะที่จะนำไปสู่แนวทางการจัดทำอุปทานที่สอดคล้องและการกำหนดมาตรฐานการฝึกอบรม

จากข้อมูลที่น่าเสนอ การวิเคราะห์ และสรุปผลการศึกษาวิจัยจะเห็นความจำเป็นในการพัฒนาการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งแท้จริงแล้วได้กระทำติดต่อกันมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานพอสมควรตั้งแต่วงการสอนภาษาในเมืองไทยตื่นตัวเรื่องการสอนภาษาเพื่อจุดประสงค์เฉพาะ (English for Specific Purposes) แต่จากมุมมองและคำวิจารณ์ของชาวต่างชาติซึ่งนับเป็น “กลุ่มผู้ใช้” และการศึกษาความสำเร็จของการจัดฝึกอบรมการใช้ภาษาอังกฤษให้แก่บุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ผ่านมาอาจพูดได้ว่าไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร ผลสรุปจากการวิจัยที่พอจะชี้ให้เห็นว่าสิ่งที่เป็นข้อจำกัดในการอบรมที่ผ่านมาได้แก่

1. การเตรียมการในการจัดหลักสูตรไม่ได้รวมเป้าหมาย นโยบายของประเทศ และ ทิศทางการท่องเที่ยวไว้ในการเตรียมการ
2. ไม่ได้ศึกษาตลาดการท่องเที่ยวทั้งในเชิงภูมิศาสตร์และกลุ่มตลาดหลัก
3. ไม่ได้บูรณาการศาสตร์ของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเข้าไปเพียงพอ แม้จะพูดถึงส่วนที่เป็นวัฒนธรรมบ้างแต่เป็นการพูดถึงในรูปของเนื้อหาไม่ใช่ทักษะการสื่อสาร
4. ไม่ได้มีการปรึกษาหาแนวทางกันอย่างชัดเจนระหว่างผู้รับผิดชอบที่เกี่ยวข้อง คือ ผู้บริหาร ผู้ทำหลักสูตร และผู้สอน
5. ไม่ได้ศึกษาความต้องการ ความสามารถ และทัศนคติของผู้เรียนเข้าไปพิจารณาในการทำหลักสูตรมากพอ
6. ภาคราชการไม่มีการศึกษาความคุ้มค่าของการจัดหลักสูตร ในด้านของงบประมาณที่ใช้ จำนวนผู้เข้าเรียนตลอดหลักสูตร และดัชนีชี้วัดศักยภาพผู้เรียนว่าเพิ่มขึ้นหรือไม่จากตอนก่อนอบรม นอกจากนี้ยังไม่มีการสำรวจว่าผู้ผ่านการอบรม นำสิ่งที่อบรมไปใช้ได้ตรงกับจุดประสงค์ของหลักสูตรหรือไม่
7. เวลาในการเข้ารับการอบรมรวมไปถึงภาระงานทำให้ไม่สามารถเข้ารับการอบรมได้ต่อเนื่อง

ส่วนที่พบว่าเป็นจุดแข็งในหลักสูตรที่ผ่านมาคือเนื้อหาที่ส่วนมากตรงกับงานที่ต้องการใช้ และทัศนคติที่ดีของผู้บริหารที่ต้องการให้บุคลากรของตนได้รับการอบรมเพื่อพัฒนาความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ

จุดแข็งและข้อจำกัดที่สรุปไว้ข้างต้นเป็นสิ่งที่ผู้รับผิดชอบจำเป็นต้องทบทวนเพื่อตั้งรับกับทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศและพร้อมที่จะดำเนินการเชิงรุกเพื่อความคาดหวังที่จะให้

อุตสาหกรรมนี้เป็นหนทางในการนำเงินตราเข้าประเทศ และที่สำคัญที่สุด คือ การกำหนดทางให้รายได้จากการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความแข็งแกร่งให้เศรษฐกิจชุมชน ความเป็นจริงที่สะท้อนศักยภาพการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษของคนไทยโดยรวมในบริบทของการท่องเที่ยวและความคาดหวังต่างๆ ของรัฐน่าจะเป็นแรงผลักดันให้การจัดอบรมที่จะดำเนินต่อไปมีความคุ้มค่ามากที่สุดเท่าที่จะทำได้ทั้งในแง่ของงบประมาณ เวลา และ บุคคลที่เกี่ยวข้อง (ผู้บริหารขององค์กร ผู้เรียน และ ผู้สอน)

ในการจัดทำรูปแบบของหลักสูตร จะต้องนำข้อมูลที่ได้จากการเตรียมการตามขั้นตอนที่ได้เสนอแนะไว้ทุกประการข้างต้นมาเป็นกรอบแนวคิดในการจัดทำ โดยมีแนวทางการดำเนินการดังนี้

- จัดระบบเครือข่ายในการประสานงานการอบรมในระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับชุมชน เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งในการทำงาน ทำให้การจัดอบรมเป็นไปในทิศทางเดียวกันซึ่งจะทำให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น และช่วยไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนของงานซึ่งจะช่วยลดการใช้งบประมาณการเสียเวลา นอกจากนี้ ระบบเครือข่ายยังสามารถช่วยในการใช้ทรัพยากรร่วมกันได้อีกด้วย
- จัดทำหลักสูตรให้ตรงกับทิศทางและเป้าหมาย โครงสร้าง และกลุ่มตลาดของประเทศ
- ศึกษางานวิจัยและหลักสูตรที่ใช้อบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในประเทศอื่นๆ เพื่อจัดทำ benchmark ให้บุคลากรในภาคการท่องเที่ยวของไทยอยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันได้
- จัดทำหลักสูตรให้ตรงกับวัตถุประสงค์ความคาดหวังของหน่วยงานและในจุดที่ลงตัวกับความต้องการและความคาดหวังของผู้เรียน
- จัดทำ SWOT Analysis ของ หน่วยงาน และผู้เรียน เพื่อนำมาปรับใช้ในการทำหลักสูตรโดยคำนึงถึงประเด็นต่าง ๆ ที่ไปกันได้กับทัศนคติของผู้เรียน
- บูรณาการมิติต่าง ๆ ของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมทางเข้าไปในการจัดหลักสูตร (ดูบทที่ 3 กรอบแนวคิดของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม) รวมถึงสำเนียงและวิธีการสื่อสารของกลุ่มชาติต่างๆ ที่อยู่ในกลุ่มตลาดการท่องเที่ยวหลักของไทยด้วย
- เนื้อหา
 - ภาษาทั่ว ๆ ไปที่ใช้ในการพูดจาโอภาปราศรัยกับลูกค้า (General English, e.g. greetings, small talk)
 - ภาษาอังกฤษที่ตรงกับหน้าที่รับผิดชอบ หรือเพื่อการทำงาน (Specific English/functional language, e.g. language for tour guides, language for tourist police, language for selling jewellery, language for meetings or convention, etc.)
 - การให้ข้อมูล การชี้แจงขั้นตอนสำหรับเรื่องที่ยากหรือยุ่งยาก หรือ อ่อนไหว (Giving information, explaining difficult or sophisticated matters, e.g. visa problems, negative images of the country and people)
 - การบอกทิศทาง (Giving directions)
 - การจัดการกับปัญหา เรื่องร้องเรียน และ การชี้แจงข้อจำกัดของการให้บริการ (Dealing with problems, complaints and explaining constraints and limitations in providing service)

- การพูดถึงเอกลักษณ์ไทยในบริบทของความเป็นสากล (Talking about Thai identity: greetings, modesty, Siamese smiles; all in harmony with relevant contexts and international standard)
- ความรู้ ความเข้าใจ และทักษะการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (Inter-cultural communication, e.g. observations of language and signs of people from different cultures, recognising customers' behaviour and knowing how to apply appropriate approach, etc.)

ทักษะ ตามความจำเป็นของการใช้งาน เช่น บุคลากรส่วนหน้า (ตำรวจที่ต้องรับแจ้งความ ต้องติดต่อกับนักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับ คนขับรถ ฯลฯ) เน้นการฟังและพูด (ในการฝึกทักษะการพูดจะต้องเน้นการออกเสียงที่ถูกต้องด้วย เพราะการออกเสียงที่ไม่ชัด หรือไม่ถูกต้องมีผลต่อความเข้าใจของลูกค้า) กลุ่มที่ต้องทำ road show ต้องดูแลการจัดประชุมนานาชาติ ต้องการทั้งการฟัง การพูด การเขียน การนำเสนอ

การเพิ่มศักยภาพของบุคลากรในการแข่งขัน โลกของการแข่งขันทุกวันนี้ต้องการคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ ในอุตสาหกรรมบริการมีคำพูดที่ใช้แสดงศักยภาพของบุคคลในการให้บริการว่า "Adequate is not adequate." ต้องคิดริเริ่มอยู่เสมอว่าจะต้องให้บริการอย่างไรที่เกินกว่าระดับปกติที่ทันอยู่ทั่ว ๆ ไปจึงจะประทับใจลูกค้า การอบรมในหลายประเทศจึงเน้นให้บุคลากรมีความคิดริเริ่ม ดังเช่นรายงานการวิจัยของ Wong & Pang (2003) ที่กล่าวถึงความจำเป็นในการเพิ่มหัวข้อนี้เข้าไปในการอบรมว่า

Hotels employees demand training and development in the area of "how" to be creative. Although genius is in-born, we should not neglect the need for training and development of people's minds. Human creativity is an intellectual asset for any company. With the keen competition in the hotel industry, the only winning edge is service delivery. Besides the basic physical commodities, only human can make the customer feel more satisfied. Training managers should include courses such as "Creative Problem-solving" and "enhancing creativity" on their agenda.

ถึงแม้กลุ่มบุคคลที่พูดถึงจะเป็นกลุ่มพนักงานโรงแรมแต่ก็สามารถจะประยุกต์ใช้ในการอบรมบุคลากรทุกภาคส่วนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้

ทิศทางของการพัฒนาศักยภาพในการใช้ภาษาอังกฤษสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การจัดประเมินผลทั้งตัวหลักสูตร ผู้สอน และ ผู้เรียน ดังที่ได้กล่าวไว้ในลักษณะการจัดหลักสูตรฝึกอบรม เป็นการสร้างมาตรฐานการฝึกอบรมที่ควรดำเนินการอย่างจริงจังและชัดเจน ทั้งนี้เพราะการจัดหลักสูตรและการฝึกอบรมใด ๆ ก็ตามที่ไม่มีการประเมินผลจริงจังและชัดเจนจะไม่สามารถชี้วัดได้ว่าการจัดหลักสูตรฝึกอบรมนั้นๆ ได้รับผลคุ้มค่าหรือไม่

ในการประเมินความสามารถและทักษะในการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งจะกระทำต่อไปนี้เป็นต้องกระทำในทิศทางที่จะนำประเทศไปยังเป้าหมายที่วางไว้ คือ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพระดับโลก (World Class Destination) ในปี พ.ศ. 2555 เนื่องจากตัวเลขเชิงปริมาณของบุคลากรในภาคบริการยังไม่มีการศึกษาหรืองานวิจัยใดๆ ที่ชัดเจนไปว่ามีจำนวนเท่าไร ข้อเสนอแนะต่อไปนี้เป็นข้อเสนอแนะที่ใช้ข้อมูลจากงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ได้มีการศึกษามาก่อนและได้อ้างถึงแล้วประกอบกับการวิเคราะห์ในงานวิจัยเรื่องนี้โดยใช้การแยกส่วนออกเป็นสี่ส่วน ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้พอจะอนุมานได้ว่าความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของบุคลากรสำหรับประเทศที่จะวางตำแหน่งตัวเองเป็น “แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพระดับโลก – World Class Destination” ควรจะต้องอยู่ในระดับ Upper Intermediate ในช่วงของการสร้างบุคลากรไปยังจุดนั้น ประเทศจำเป็นต้องได้ไปตามระดับ ก่อนที่จะถึงปีที่การท่องเที่ยวไทยจะต้องไปถึง World Class ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไทย บุคลากรในภาคการท่องเที่ยวอย่างน้อยสองในสี่ของทุกภาคส่วนควรเป็นผู้ที่ได้รับการประเมินให้ผ่านระดับ Intermediate อีกหนึ่งส่วนควรไปได้ถึงระดับ Upper Intermediate และส่วนที่เหลืออาจต้องไต่ระดับอยู่ที่ Lower Intermediate เมื่อถึงปลายทางคือในปี 2555 บุคลากรในภาคการท่องเที่ยวสองในสี่ควรเป็นผู้ที่สามารถใช้ภาษาได้ในระดับ Upper Intermediate อีกหนึ่งส่วนควรที่จะต้องผ่านขึ้นมาอยู่ในระดับ Intermediate และอีกหนึ่งส่วนซึ่งเดิมอยู่ในระดับ Upper Intermediate ควรไปได้ถึงระดับ Advanced การวางแผนดังกล่าวอาจแสดงด้วยตารางที่ 9 ดังนี้

ตารางที่ 9 ทิศทางการเพิ่มศักยภาพบุคลากรในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว

ระดับ*	ช่วงปี พ.ศ. 2548-2550	ช่วงปี พ.ศ. 2551-2553	ช่วงปี พ.ศ. 2554-2555	* สัดส่วนนี้ไม่จำเป็นต้องเหมือนกันทุกองค์ผู้ที่จะนำไปใช้จะต้องประเมินระดับความสามารถบุคลากรของตนตามเกณฑ์มาตรฐานที่เสนอไว้และวางแผนพัฒนาให้มีสัดส่วนที่ดีขึ้นตามช่วงปี
Lower Intermediate	3/4	↓⇒1/4	↓⇒∅	
Intermediate	1/4	↑⇒2/4	↓⇒1/4	
Upper Intermediate	∅	↑⇒1/4	↑⇒2/4	
Advanced	∅	∅	↑⇒1/4	

การกำหนดสัญลักษณ์เพื่อเป็นตัวชี้วัดระดับความสามารถของบุคคล ในการใช้ภาษา

หลังการประเมินควรมีสัญลักษณ์ที่ใช้เป็นตัวชี้วัดให้ทั้งตัวเองและผู้เกี่ยวข้องได้ทราบ สัญลักษณ์ซึ่งใช้เป็นตัวชี้วัดนี้มีความสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในบริบทของความเป็นนานาชาติคือ

ช่วยให้นักคอลลูกข่ายของภาคบริการมีความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาตนเองให้มีความสามารถทางการสื่อสารเพราะมีตัวชี้วัดที่เป็นรูปธรรม มองเห็นได้ นอกจากนี้สัญลักษณ์ดังกล่าวยังเป็นความภาคภูมิใจของผู้ที่ได้รับด้วย แต่จะเป็นการดียิ่งขึ้นถ้ามีการให้รางวัลด้วยการเพิ่มเงินเดือน หรือสิทธิประโยชน์อื่นๆ ให้แก่ผู้ที่มีผลการพัฒนาดีเป็นที่น่าพอใจ

ช่วยให้นักท่องเที่ยว/ผู้มาเยือนสามารถเลือกระดับของคนให้บริการได้ชัดเจนยิ่งขึ้นว่าใครที่สามารถสื่อสารกันได้ และในระดับใด และผลดีอีกประการหนึ่ง คือ นักท่องเที่ยวจะได้คาดหวังความสามารถและทักษะการสื่อสารของคนไทยที่ให้บริการอยู่นั้นได้ถูกต้องตรงตามความเป็นจริง

ช่วยให้หน่วยงานต้นสังกัดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความชัดเจนยิ่งขึ้นว่าบุคคลในภาคบริการที่สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติมีที่ใดบ้างและมีปริมาณเท่าไร

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยเพิ่มเติม

ในการศึกษาหาข้อมูลเพื่อทำวิจัยครั้งนี้ได้ทำการสำรวจสภาพการใช้ภาษาอังกฤษของภาคอีสานเพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการพัฒนาการใช้ภาษาอังกฤษของภูมิภาคนี้ให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคอินโดจีนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกันกับประเทศพันธมิตรในภูมิภาค ถึงแม้ว่าอีสานจะมีความเด่นทางด้านวัฒนธรรมและความเป็น "ของแท้" ของวิถีชีวิตไทย แต่ข้อมูลที่สะท้อนจากทั้งคนไทยในภาคการท่องเที่ยวและชาวต่างชาติได้พบว่าภาคอีสานยังไม่มีความพร้อมทั้งในด้านความหลากหลายของสินค้าท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว ระยะทางระหว่างจุดท่องเที่ยว และทรัพยากรบุคคลโดยเฉพาะในการใช้ภาษาอังกฤษ บริษัทนำเที่ยวจึงไม่ค่อยดูตลาดนี้เพราะมีจำนวนน้อย เมื่อมีคนไปน้อยคนท้องถิ่นก็ไม่มีทั้งโอกาส และ แรงจูงใจที่จะใช้ภาษาอังกฤษ การท่องเที่ยวของอีสานจึงอาจต้องเริ่มที่การศึกษาวิจัยในการสร้างระบบเชื่อมโยงการขายกับภูมิภาคอื่นทั้งในประเทศและต่างประเทศ (กัมพูชา ลาว พม่า และ เวียดนาม) ไปพร้อมๆ กับการสร้างทรัพยากรบุคคลด้านการท่องเที่ยว ซึ่งแน่นอนว่าการใช้ภาษาจะเป็นมิติที่สำคัญมากมิติหนึ่งในการสร้างศักยภาพของบุคลากร

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. บทคัดย่อการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวไทย (พ.ศ. 2545-2549) <http://www.tat.or.th/tat/masterplan>. (retrieved 15/5/2004)
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กงสถิติและวิจัย (2547) กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- โครงการศึกษาการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย – รายงานสรุปสำหรับผู้บริหาร. (2546) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เสนอโดย สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พิมพ์ภรณ์ สุวดีกุล, จินตนา สุทธิ และ จุฑามาศ ชัยเพชร. (2546) การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม: ปัจจัยเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว รายงานการวิจัย. กองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว).
- พรพิมล เสนะวงศ์. (2541). การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมผ่านภาษาอังกฤษในบริบทสังคมไทย: ยุทธวิธีและแบบแผนการแปล. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เมตตา วิวัฒนานุกูล. (2536). ลักษณะและปัญหาการสื่อสารต่างวัฒนธรรมในบรรษัทนานาชาติในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .
- รุ่งทิพย์ ว่องปฏิบัติการ. (2542). ความเป็นจริงกับภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรมีต่อภูเก็ต. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- แอนดรูว์ บิกส์. (2543). เมืองไทยในสายตามม. กรุงเทพฯ. ดับเบิลเดย์.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2547) โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) รายงานฉบับสมบูรณ์เสนอต่อ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- Bennett, M.J. (1998) *Basic Concepts of Intercultural Communication*. Maine: Intercultural Press.
- Chang, J.C. (2004) "Tourists' Satisfaction With Tour Leaders' Performance" *Proceedings of Hospitality, Tourism & Foodservice Industry in Asia: Development, Marketing & Sustainability*. Conference held in 2004 by APacCHRIE, Prince of Songkla University, Phuket Campus and The Hong Kong Polytechnic University.
- Chappel, S. J. and Lane, D. (1998) "Cultural Dimensions of Hospitality Service Provision." In *Proceedings of Tourism and Hotel Industry in Indo-China & South East Asia: Development, Marketing, and Sustainability*. Conference held in 1998 by University of Houston, Universite d' Angers, Prince of Songkla University, at Phuket, Thailand.
- Chen, G. M. (1989) *Dimensions of Intercultural Communication Competence*. <http://thailis.uni.net.th/dao/detail.nsp>. (retrieved 05/12/2001).

- Chudintra, S. (2004) *Thailand Tourism-Development Policy*, paper presented at CHRIE (May 27), Phuket: Thailand.
- Faerch, C. and Kasper, G. (1984) "Two ways of Defining Communications Strategies" *Language Learning*. Vol. 34, 45-63.
- Foschi and Hales. (1979) "*The theoretical role of cross-cultural comparisons in experimental social psychology*", Eckensberger, W., Lonner, W. and Poortinga, Y. (Eds.) *Cross-cultural contributions to psychology*. Netherland: Swets and Zeitlinger.
- Fritz, J. M. (1988): *An Analysis of the Foreign Language Needs of Students Preparing for Careers in Tourism Management (French Text)*. <http://thailis.uni.net.th/dao/detail.nsp>. (retrieved 5/12/2001).
- Gao, M. C. F. (1998) *Influence of Native Culture and Language on Intercultural Communication: The Case of PRC Student Immigrants in Australia*. www.immi.se/intercultural/. (retrieved 5/12/2001).
- Gardner, R. (1985) *Social Psychology and Second Language Learning: The Role of Attitudes and Motivation*. London: Edward Arnold.
- Gass, S. and Selinker, L. (Eds.) (1984) *Language Transfer in Language Learning*. Newbury House.
- Gibson, R.(2002) *Intercultural Business Communication*. Oxford: Oxford University Press.
- Gladstone, C. B. (1998) "*Cross-Cultural Communication in the Development of Tourist Markets for Indo-China: Implications for Management Training*", *Proceedings of Tourism and Hotel Industry in Indo-China & South East Asia: Development, Marketing, and Sustainability*. Conference held in 1998 by University of Houston, Universite d' Angers, Prince of Songkla University, at Phuket, Thailand.
- Hall, E. T. (1969) *Beyond Culture*. New York: Anchor Books/Doubleday.
- Japan Travel Bureau (JTB), www.jtb.co.jp (retrieved 11/08/2004).
- Kellerman, E., Bongaerts, T. and Poulisse, N. (1987) "Strategy and System in L2 Referential Communication." In R. Ellis (ed.) *Second Language Acquisition in Context*. London: Prentice Hall.
- Krahnke, K. (1987) *Approaches to Syllabus Design for Foreign Language Teaching*. New Jersey: Prentice Hall-Inc.
- Meyer, J. A. (1986) *A Study of the Management: Intercultural Communication Conflict under Time Restraints between Customer Contact Employees and Customers in Asian Airlines*. <http://thailis.uni.net.th/dao/detail.nsp>. (retrieved 05/12/2001).

- Nishiyama, K. (1993). *Hotel Japanese: Practical Japanese for the Hotel Industry*. Tokyo: Charles E. Tuttle Company. Inc.of Rutland.
- Richards et al. (1993) *Dictionary of Language Teaching and Applied Linguistics*. London: Longman.
- Rogers, E. M. & Steinfatt, T. M. (1999) *Intercultural Communication*. Illinois: Waveland Press, Inc.
- Scarcella, R.C. and Oxford, R.L. (1992) *The Tapestry of Language Learning: The Individual in the Communicative Classroom*. Boston: Heinle & Heinle.
- Tarone, E. (1980) "Communication Strategies, Foreigner Talk and Repair in Interlanguage" *Language Learning*. Vol. 30. No.2, 417 - 431.
- Trompenaars, F. and C. Hampden-Turner. (1997, 2nd edition) *Riding the Waves of Culture*. London: Nicholas Brealey.
- Wong, S. & Pang, L. (2003). "*Motivators to creativity in the hotel industry – perspective of managers and supervisors*", *Tourism Management*, Vol. 24, Issue 5, pp. 551-559.
- World Tourism Organization. www.world-tourism.org (retrieved 02/15/2001).
- World Travel & Tourism Council (WTTC). www.wttc.org (retrieved 11/09/2004).
- www.ielts.org (retrieved 03/08/2547)
- www.toeic.org (retrieved 03/08/2547)

ภาคผนวก ก

รายชื่อกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ ระดับผู้บริหาร

1. คุณภราเดช พยัคฆวิเชียร ที่ปรึกษาระดับ 11 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. คุณวไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์ ผู้อำนวยการกองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3. คุณนิรมล เปลี่ยนจำริญ วิชาการผู้อำนวยการสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
4. คุณเศรษฐา พัฒนแก้ว รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท Royal Lapidary Co., LTD.
5. พ.ต.ต. อรรถศักดิ์ ศิริพานิช สารวัตรกองกำกับการ 1 งานประชาสัมพันธ์และสารสนเทศ กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว
6. คุณกมลลักษณ์ แซ่ไคว้ เจ้าของกิจการและหุ้นส่วนร้านอาหารและที่พักสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวประเภท "แบกเป้"
7. คุณจารุพล เรืองเกตุ นายกสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ (Professional Tourist Guide Association Thailand)
8. คุณปิยะมาน (เดชะไพบูลย์) คณาธนะวนิชย์ รองนายกสมาคมโรงแรมไทย (Vice Chairman) และ นายกสมาคมสาขาภาคตะวันตก (Chairman of Western Chapter Committee) และ Managing Director of the Regent Cha-Am
9. นายแพทย์บารมี เรืองกาญจนเศรษฐ์ กรรมการสมาคมฯ และเจ้าของโรงแรม
10. คุณสุรพล ศรีตระกูล 4th Vice President สมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว (Association of Thai Travel Agents: ATTA)
11. คุณสมวงศ์ อธิวิวัฒน์ Executive Director สมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว (Association of Thai Travel Agents: ATTA)
12. คุณพนมพล ธรรมชาตินิยม นายกสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ
13. คุณกิตติ พัฒนะจินดา กรรมการสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว
14. คุณธีระ เคียนโพธิ์ระมาตพร ประธานชมรมบริษัทนำเที่ยวและขนส่ง
15. คุณกฤษฏา ดันสกุล ประธานชมรมโรงแรมหาดป่าตอง
16. คุณใจเพชร หัตถกรรม ผู้จัดการแผนกต้อนรับ โรงแรมดุสิตลากูน่า
17. พ.ต.ท.ภาณุเดช สุขวงศ์ สารวัตรตำรวจท่องเที่ยว
18. คุณเฉลิมรัตน์ กิ่งทอง ผู้ช่วยผู้จัดการร้านอาหารบ้านริมผา
19. คุณปิยะเดช เชื้อฉลาด กรรมการสหกรณ์บริการรถยนต์ บริการธุรกิจภูเก็ต จำกัด
20. คุณสิทธิ ดันทวนิช นายกสมาคมโรงแรมไทยภาคใต้
21. พ.ต.ต. กฤต ณ เชียงใหม่ สารวัตรกองกำกับการตำรวจท่องเที่ยวเชียงใหม่

- | | |
|-----------------------------|---|
| 22. คุณนภารัตน์ เจริญรัตน์ | ผู้จัดการร้านอาหารบ้านท่าแพ |
| 23. คุณเฉลิมศักดิ์ สุรนันท์ | ผู้อำนวยการสำนักงาน ททท ภาคเหนือ เขต 1 |
| 24. คุณสัมฤทธิ์ ไหลคำ | นายกสมาคมมัคคฺเทศก์จังหวัดเชียงใหม่ |
| 25. คุณบุญเลิศ เปเล่ร่า | นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ |

รายชื่อกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ ระดับผู้ประกอบการ

- | | |
|-----------------------------|---|
| 1. น.ส. นิตารัตน์ รอดชมภู | นักพัฒนาการท่องเที่ยว (ฝ่ายบริการ) กองการท่องเที่ยว
สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร |
| 2. น.ส. พัชรา เขียวสร้อยชัย | นักพัฒนาการท่องเที่ยว (ฝ่ายบริการ) กองการท่องเที่ยว
สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร |
| 3. น.ส. สุวีรัตน์ นฤนิรนาท | นักประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ฝ่ายพัฒนาและประชาสัมพันธ์) กองการท่องเที่ยว สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร |
| 4. นายเชษฐรัตน์ ยุกตะนันท์ | นักพัฒนาการท่องเที่ยว (ฝ่ายบริการ) กองการท่องเที่ยว
สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร |
| 5. คุณพรทิพย์ ปรีชาพงค์ | พนักงานการท่องเที่ยว 4 สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา |
| 6. คุณบุศภาวิณี ตริยานิช | Sales Coordinator โรงแรมปทุมวัน พรินเซส |
| 7. เจ้าหน้าที่ฝ่ายต้อนรับ | สมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว (Association of Thai Travel
Agents: ATTA) |
| 8. คุณจารุณี สังข์อาษา | พนักงานต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมดิ เอวาซอน รีสอร์ท
แอนด์ สปา |
| 9. คุณนฤนงค์ มาสวัสดิ์ | พนักงานต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมรอยัล ภูเก็ต ซิตี้ |
| 10. คุณวิพญา ฐานะการ | พนักงานฝ่ายรับจอง โรงแรมรอยัล ภูเก็ต ซิตี้ |
| 11. คุณสาโรจน์ แก้วคง | มัคคฺเทศก์ บริษัททัวร์อิสต์ภูเก็ต |
| 12. คุณสุวรรณ สำราญ | พนักงานฝ่ายการบริการด้านทัวร์ บริษัททัวร์อิสต์ภูเก็ต |
| 13. คุณกนกพร อุดมภิระทักษ์ | มัคคฺเทศก์ บริษัทภูเก็ตเอริเทจทัวร์ |
| 14. คุณเกษม บิลอับดุลลาห์ | พนักงานขับรถ บริษัทแท็กซี่มิเตอร์ |
| 15. คุณชาติรี ผินนอก | พนักงานขับรถ บริษัทแท็กซี่มิเตอร์ |
| 16. คุณจรัญ แสงแก้ว | พนักงานร้านอาหารฝ่ายบริการ ร้านอาหารบ้านริมผา |
| 17. ร.ต.อ. สัญญา โพขสาลี | รองสารวัตรท่องเที่ยว 2 |
| 18. จ.ส.ต. ธานี บุญมาก | กองกำกับการตำรวจท่องเที่ยวเชียงใหม่ |
| 19. ด.ต. นรินทร์ มณีเรือง | ตำรวจสายตรวจ |
| 20. น.ส. รัตติยาพร | พนักงานร้านอาหารบ้านท่าแพ |
| 21. น.ส. สนม | พนักงานร้านอาหารบ้านท่าแพ |
| 22. นายมนตรี | พนักงานบริษัทรถเช่า บริษัท เจอร์นี จำกัด |

- | | |
|---------------------------|--|
| 19. Mr. Morgan Lake | English teacher |
| 20. Mr. Harry Nicolaidis | English teacher |
| 21. Mr. John Randles | English teacher |
| 22. Mr. Robert Claire | Maths lecturer |
| 23. Mr. David Singhiser | Spanish teacher |
| 24. Mr. Farid M. Achour | German teacher |
| 25. Mr. Alain Tranchier | French teacher |
| 26. Mr. Eric Cameron | เป็นชาวต่างชาติที่พำนักในเมืองไทยมา 5 ปี และ
อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่มา 3 ปี ได้ติดต่อกับหน่วย
งานต่างๆ เช่น ธนาคาร ตำรวจท่องเที่ยว ไปรษณีย์
สถานีขนส่ง ตรวจคนเข้าเมือง ฯลฯ |
| 27. Mr. Sharareh Ekbatani | ชาวอิหร่านซึ่งสอนที่โรงเรียนภัคดีชุมพล จ.ชัยภูมิ |

ภาคผนวก ข.

การศึกษาวิเคราะห์ความต้องการในการใช้ภาษาอังกฤษของบุคลากร ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ผู้ให้สัมภาษณ์

Name

Association

Position

สถานที่ วันและเวลา

คำถาม - คำถามในการสัมภาษณ์ระดับนโยบาย (ระดับประเทศ กระทรวง กรม และบริษัทห้างร้าน)

<p>1. กลุ่มเป้าหมายและความจำเป็นในการใช้ภาษาอังกฤษในหน่วยงาน</p> <p>1.1 มีกลุ่มบุคลากรกลุ่มใด (ระบุตำแหน่งและหน้าที่ที่ชัดเจน เช่น พนักงานต้อนรับ)</p> <p>1.2 แต่ละกลุ่มใช้ภาษาอังกฤษในด้านใด เช่น อ่านคู่มือพูดบรรยายเกี่ยวกับโรงงาน</p> <p>1.3 เน้นกลุ่มใด ให้ความสำคัญกับกลุ่มใด</p> <p>1.4 ทำไมจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเน้นกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้</p>	
<p>2. มีนโยบายในการพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษหรือไม่</p> <p>2.1 <u>ถ้ามี</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - แรงจูงใจในการวางนโยบาย - มีนโยบายอย่างไร เช่น จัดให้ (ความถี่ในการจัด เช่น เมื่อมีงบประมาณเหลือ) หาให้ เงินทุนไปอบรม อนุญาตให้ลาไปอบรมได้ - หน่วยงานใดบ้างเป็นผู้จัดอบรม - ความคาดหวังจากการอบรม (เช่น การนำบุคลากรมาใช้ในการขยายงานและเพิ่มประสิทธิภาพของงาน) <p>2.2 <u>ถ้าไม่มีนโยบาย</u> เพราะเหตุใด</p>	
<p>3. ความสำเร็จ</p> <p>3.1 <u>มี</u> เพราะเหตุใด เช่น ผู้ให้การอบรมดี เอกสารดี หลักสูตรดี ช่วงเวลาดี ระยะเวลาดี สถานที่ดี</p>	

<p>3.2 <u>ไม่มี</u> เพราะเหตุใด</p> <p>3.3 สิ่งที่เกี่ยวข้องตรงกับการใช้หรือไม่ (ผู้บริหารไทย: feedback จากลูกค้า การประเมิน ฯลฯ)</p> <p>3.4 อื่นๆ (โปรดระบุ)</p>	
<p>4. หลักสูตร</p> <p>4.1 ระดับหลักสูตรที่ต้องการจัด เช่น ชั้นต้น กลาง</p> <p>4.2 ลักษณะภาษาที่ต้องการ เช่น ฟังอะไร อ่านอะไร</p>	
<p>5. ลักษณะการจัดหลักสูตร</p> <p>5.1 ระยะเวลาในการอบรม เช่น อบรมเวลาใด ระยะเวลาสั้นเท่าไร ความถี่ในการจัดอบรม follow-up ในรูปแบบใดแบบหนึ่ง การรักษา/ลด-เพิ่มความสามารถ</p> <p>5.2 ผู้ให้การอบรมควรเป็นคนไทยหรือเจ้าของภาษา</p> <p>5.3 งบประมาณในการอบรม</p> <p>5.4 วิธีการอบรม</p> <p>5.5 ระบบและอุปกรณ์ที่ใช้ในการฝึกอบรม เช่น คอมพิวเตอร์ ระบบ e-learning</p> <p>5.6 การประเมินความสำเร็จของหลักสูตร ผลลัพธ์</p>	

6. จากประสบการณ์และการสังเกตความสามารถของคนไทยในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษในแง่มุมต่าง ๆ

ความคล่อง/Fluency

Speaking	Listening	Reading	Writing

ความถูกต้อง/Accuracy

Speaking	Listening	Reading	Writing

ความสุภาพและถูกกาลเทศะ/Politeness/Appropriateness

Speaking	Listening	Reading	Writing
	(e.g. show interest, eye contact, turn-taking, interrupting)		

7. Which skills or language genres do you want your personnel to develop most? Why?

(สำหรับองค์กรที่เป็นบริษัทหรือหน่วยงานเฉพาะซึ่งมิใช่ สมาคม หรือ ททท. เป็นต้น)

Speaking	Listening	Reading	Writing
----------	-----------	---------	---------

8. Which skills or language genres do you want other Thais in tourism sectors to develop most? Why?

Speaking	Listening	Reading	Writing
----------	-----------	---------	---------

9. ข้อสังเกต/คิดเห็นอื่น ๆ

**การศึกษาวิเคราะห์ความต้องการในการใช้ภาษาอังกฤษของบุคลากร
ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**

ผู้ให้สัมภาษณ์

Name

Association

Position

สถานที่ วันและเวลา

คำถาม - คำถามในการสัมภาษณ์ระดับผู้ปฏิบัติ

<p>1. กลุ่มเป้าหมายและความจำเป็นในการใช้ภาษาอังกฤษในหน่วยงาน</p> <p>1.1 มีกลุ่มบุคลากรกลุ่มใด (ระบุตำแหน่งและหน้าที่ที่ชัดเจน เช่น พนักงานต้อนรับ)</p> <p>1.2 แต่ละกลุ่มใช้ภาษาอังกฤษในด้านใด เช่น อ่าน คู่มือ พูดบรรยายเกี่ยวกับโรงงาน</p> <p>1.3 เน้นกลุ่มใด ให้มีความสำคัญกับกลุ่มใด</p> <p>1.4 ทำไมจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเน้นกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้</p>	
<p>2. ความสำเร็จ</p> <p>2.1 <u>มี</u> เพราะเหตุใด เช่น ผู้ให้การอบรมดี เอกสารดี หลักสูตรดี ช่วงเวลาดี ระยะเวลาดี สถานที่ดี</p> <p>2.2 <u>ไม่มี</u> เพราะเหตุใด</p> <p>2.3 สิ่งที่เกี่ยวข้องตรงกับการใช้หรือไม่ (ผู้บริหารไทย: feedback จากลูกค้า การประเมิน ฯลฯ)</p> <p>2.4 อื่นๆ (โปรดระบุ)</p>	
<p>3. หลักสูตร</p> <p>3.1 ระดับหลักสูตรที่ต้องการจัด เช่น ขั้นต้น กลาง</p> <p>3.2 ลักษณะภาษาที่ต้องการ เช่น ฟังอะไร อ่านอะไร</p>	

<p>4. ลักษณะการจัดหลักสูตร</p> <p>4.1 ระยะเวลาในการอบรม เช่น อบรมเวลาใด ระยะเวลาสั้นเท่าไร ความถี่ในการจัดอบรม follow-up ในรูปแบบใดแบบหนึ่ง การรักษา/ลด-เพิ่มความสามารถ</p> <p>4.2 ผู้ให้การอบรมควรเป็นคนไทยหรือเจ้าของภาษา</p> <p>4.3 งบประมาณในการอบรม</p> <p>4.4 วิธีการอบรม</p> <p>4.5 ระบบและอุปกรณ์ที่ใช้ในการฝึกอบรม เช่น คอมพิวเตอร์ ระบบ e-learning</p> <p>4.6 การประเมินความสำเร็จของหลักสูตร ผลลัพธ์</p>	
--	--

5. จากประสบการณ์และการสังเกตความสามารถของคนไทยในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษในแง่มุมต่าง ๆ

ความคล่อง/Fluency

Speaking	Listening	Reading	Writing

ความถูกต้อง/Accuracy

Speaking	Listening	Reading	Writing

ความสุภาพและถูกกาลเทศะ/Politeness/Appropriateness

Speaking	Listening	Reading	Writing
	(e.g. show interest, eye contact, turn-taking, interrupting)		

6. Which skills or language genres do you want your personnel to develop most? Why?
(สำหรับองค์กรที่เป็นบริษัทหรือหน่วยงานเฉพาะซึ่งมิใช่ สมาคม หรือ ททท เป็นต้น)

Speaking	Listening	Reading	Writing

7. Which skills or language genres do you want other Thais in tourism sectors to develop most? Why?

Speaking	Listening	Reading	Writing

8. ข้อสังเกต/คิดเห็นอื่น ๆ

Structured & semi-structured interview for foreign personnel who deal with their Thai counterparts/agents in tourism industries

A. Interviewer: Self-introduction, showing the letter from the ELDP, handing the ELDP fact sheet (to be obtained from the ELDP)

B. Interviewee/resource person/s:

Name & nationality:

Affiliate: tour agent? Hotel? Home tour guides (guide who come along to take care of the group) etc

Position:

Major responsibilities:

Thai offices/ agents/ hotels or any sector(s), e.g. transportation rep, sales rep, tour rep etc. **dealing with**

Language genre: speaking/ writing: letters, e-mails, fax/ reading: contract letters, emails, fax

Contact address (including tel., if possible)

Education & working experience:

C. Questions

1. What is his/her general impression on the use of English of Thai he/she has been dealing with?
2. Which particular group/s of Thais (he/she has been dealing with) has the best English? Please ask for examples, cite the language genre, if possible, and how they think those Thais learn language competently. Are there any suggestions for those groups of Thais to use English better?
3. Which particular group/s of Thai (he/she has been dealing with) has the worst English? Please ask for examples, cite the language genre, if possible, how they think those Thais fail to gain language competence. Are there any suggestions for those groups of Thais to use English better?
4. Have they traveled to other regions of Thailand? If yes, could they cite similarities /differences of the language abilities of the Thais in the tourism sectors of those regions, why so?
5. Regarding the north-eastern region of Thailand:
 - Haven they heard about the government's attempt to boost the tourism market of this region? What are their opinions about this idea? (If they haven't heard about this, give a brief introduction and ask for their opinions, esp., on the readiness of the personnel).
 - Have they had an experience in dealing with people in tourism sectors of the N-E region? How do they view those people's English ability?

Rating scale:

4 = most satisfied 3 = satisfied 2 = dissatisfied 1 = very dissatisfied

1. Could you rate **the fluency** of English used by Thais in the tourism sectors based on these skills?

Speaking

- a. explaining and communicating messages _____
 b. responding to your queries _____

Listening _____

Reading _____

Writing _____

2. Could you rate **the accuracy** of English used by Thais in the tourism sectors based on these skills?

Speaking

- a. explaining and communicating messages _____
 b. responding to your queries _____

Listening _____

Reading _____

Writing _____

3. Could you rate the **politeness/appropriateness** of English used by Thais in the tourism sectors based on these skills?

Speaking *

- a. explaining and communicating messages _____
 b. responding to your queries _____

Listening ** _____ (e.g. show interest, eye contact, turn-taking, interrupting)

Reading NA

Writing _____

*, ** may have to ask about the body language used when communicate too

ภาคผนวก ค

TOEIC Reading Score of 5 - 100

	Reading	Writing
Can Do		
Can Do with Difficulty	<ul style="list-style-type: none"> ◆ read, on storefronts, the type of store or services provided (e.g., "dry cleaning," "book store") ◆ read and understand a restaurant menu ◆ read and understand a train or bus schedule ◆ read and understand traffic signs 	
Cannot Do	<ul style="list-style-type: none"> ◆ find information that I need in a telephone directory ◆ read office memoranda written to me in which the writer has used simple words or sentences ◆ read and understand simple, step-by-step instructions ◆ read and understand an agenda for a meeting ◆ read and understand a travel brochure ◆ read and understand magazine articles like those found in <u>Time</u> or <u>Newsweek</u>, without using a dictionary ◆ read and understand directions and explanations presented in computer manuals written for beginning users ◆ read highly technical material in my field or area of expertise with no use or only infrequent use of a dictionary ◆ read and understand a popular novel ◆ identify inconsistencies or differences in points of view in two newspaper interviews with politicians of opposing parties ◆ read and understand a letter of thanks from a client or customer 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ write a list for items to take on a weekend trip ◆ write a one- or two-sentence thank-you note for a gift a friend sent to me ◆ write a brief note to a co-worker explaining why I will not be able to attend the scheduled meeting ◆ write a postcard to a friend describing what I have been doing on my vacation ◆ fill out an application form for a class at night school ◆ write clear directions on how to get to my house or apartment ◆ write a letter requesting information about hotel accommodations for a future vacation ◆ write a short note to a co-worker describing how to operate a standard piece of office equipment (e.g., photocopier, fax machine) ◆ write a letter introducing myself and describing my qualifications to accompany an employment application ◆ write a memorandum to my supervisor describing the progress being made on a current project or assignment ◆ write a memorandum to my supervisor explaining why I need a new time off from work ◆ write a complaint to a store manager about my dissatisfaction with an appliance I recently purchased ◆ write a letter to a potential client describing the services and/or products of my company ◆ write a 5-page formal report on a project in which I participated ◆ write a memorandum summarizing the main points of a meeting I recently attended

Note: 1) This information is based on the ratings given by examinees about their own ability to perform English-language tasks. 2) The tables presented here are based on the average ratings of a group of examinees. There will be individuals in a given score range who may be able to do more, or fewer, tasks than are indicated. 3) The score interpretations are based solely on a Japanese sample which is not necessarily representative of the total TOEIC population.

TOEIC Reading Score of 105 - 225

	Reading	Writing
Can Do		
Can Do with Difficulty	<ul style="list-style-type: none"> ◆ read, on storefronts, the type of store or services provided (e.g., "dry cleaning," "book store") ◆ read and understand a restaurant menu ◆ read and understand a train or bus schedule ◆ find information that I need in a telephone directory ◆ read office memoranda written to me in which the writer has used simple words or sentences ◆ read and understand traffic signs ◆ read and understand simple, step-by-step instructions ◆ read and understand a travel brochure ◆ read and understand directions and explanations presented in computer manuals written for beginning users ◆ read and understand a letter of thanks from a client or customer 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ write a list for items to take on a weekend trip ◆ write a one- or two-sentence thank-you note for a gift a friend sent to me ◆ write a brief note to a co-worker explaining why I will not be able to attend the scheduled meeting ◆ write a postcard to a friend describing what I have been doing on my vacation ◆ write clear directions on how to get to my house or apartment
Cannot Do	<ul style="list-style-type: none"> ◆ read and understand an agenda for a meeting ◆ read and understand magazine articles like those found in <u>Time</u> or <u>Newsweek</u>, without using a dictionary ◆ read highly technical material in my field or area of expertise with no use or only infrequent use of a dictionary ◆ identify inconsistencies or differences in points of view in two newspaper interviews with politicians of opposing parties ◆ read and understand a popular novel 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ fill out an application form for a class at night school ◆ write a letter requesting information about hotel accommodations for a future vacation ◆ write a short note to a co-worker describing how to operate a standard piece of office equipment (e.g., photocopier, fax machine) ◆ write a memorandum to my supervisor explaining why I need a new time off from work ◆ write a letter introducing myself and describing my qualifications to accompany an employment application ◆ write a memorandum to my supervisor describing the progress being made on a current project or assignment ◆ write a complaint to a store manager about my dissatisfaction with an appliance I recently purchased ◆ write a letter to a potential client describing the services and/or products of my company ◆ write a 5-page formal report on a project in which I participated ◆ write a memorandum summarizing the main points of a meeting I recently attended

Note: 1) This information is based on the ratings given by examinees about their own ability to perform English-language tasks. 2) The tables presented here are based on the average ratings of a group of examinees. There will be individuals in a given score range who may be able to do more, or fewer, tasks than are indicated. 3) The score interpretations are based solely on a Japanese sample which is not necessarily representative of the total TOEIC population.

TOEIC Reading Score of 230 - 350

	Reading	Writing
Can Do	<ul style="list-style-type: none"> ◆ read, on storefronts, the type of store or services provided (e.g., "dry cleaning," "book store") 	
Can Do with Difficulty	<ul style="list-style-type: none"> ◆ read and understand a restaurant menu ◆ read and understand a train or bus schedule ◆ find information that I need in a telephone directory ◆ read office memoranda written to me in which the writer has used simple words or sentences ◆ read and understand traffic signs ◆ read and understand simple, step-by-step instructions ◆ read and understand an agenda for a meeting ◆ read and understand a travel brochure ◆ read and understand magazine articles like those found in <u>Time</u> or <u>Newsweek</u>, without using a dictionary ◆ read and understand directions and explanations presented in computer manuals written for beginning users ◆ read highly technical material in my field or area of expertise with no use or only infrequent use of a dictionary ◆ read and understand a popular novel ◆ read and understand a letter of thanks from a client or customer 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ write a list for items to take on a weekend trip ◆ write a one- or two-sentence thank-you note for a gift a friend sent to me ◆ write a brief note to a co-worker explaining why I will not be able to attend the scheduled meeting ◆ write a postcard to a friend describing what I have been doing on my vacation ◆ fill out an application form for a class at night school ◆ write clear directions on how to get to my house or apartment ◆ write a short note to a co-worker describing how to operate a standard piece of office equipment (e.g., photocopier, fax machine) ◆ write a memorandum to my supervisor explaining why I need a new time off from work ◆ write a letter introducing myself and describing my qualifications to accompany an employment application ◆ write a memorandum to my supervisor describing the progress being made on a current project or assignment ◆ write a letter requesting information about hotel accommodations for a future vacation ◆ write a complaint to a store manager about my dissatisfaction with an appliance I recently purchased ◆ write a letter to a potential client describing the services and/or products of my company ◆ write a 5-page formal report on a project in which I participated
Cannot Do	<ul style="list-style-type: none"> ◆ identify inconsistencies or differences in points of view in two newspaper interviews with politicians of opposing parties 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ write a memorandum summarizing the main points of a meeting I recently attended

Note: 1) This information is based on the ratings given by examinees about their own ability to perform English-language tasks. 2) The tables presented here are based on the average ratings of a group of examinees. There will be individuals in a given score range who may be able to do more, or fewer, tasks than are indicated. 3) The score interpretations are based solely on a Japanese sample which is not necessarily representative of the total TOEIC population.

TOEIC Reading Score of 355 - 425

	Reading	Writing
Can Do	<ul style="list-style-type: none"> ◆ read, on storefronts, the type of store or services provided (e.g., "dry cleaning," "book store") ◆ read and understand a train or bus schedule ◆ read office memoranda written to me in which the writer has used simple words or sentences ◆ read and understand traffic signs ◆ read and understand simple, step-by-step instructions ◆ read and understand a travel brochure ◆ read and understand a letter of thanks from a client or customer 	<p><u>Writing</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ write a list for items to take on a weekend trip ◆ write a one- or two-sentence thank-you note for a gift a friend sent to me ◆ write a brief note to a co-worker explaining why I will not be able to attend the scheduled meeting ◆ write a postcard to a friend describing what I have been doing on my vacation
Can Do with Difficulty	<ul style="list-style-type: none"> ◆ read and understand a restaurant menu ◆ find information that I need in a telephone directory ◆ read and understand an agenda for a meeting ◆ read and understand magazine articles like those found in <u>Time</u> or <u>Newsweek</u>, without using a dictionary ◆ read and understand directions and explanations presented in computer manuals written for beginning users ◆ identify inconsistencies or differences in points of view in two newspaper interviews with politicians of opposing parties ◆ read highly technical material in my field or area of expertise with no use or only infrequent use of a dictionary ◆ read and understand a popular novel 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ fill out an application form for a class at night school ◆ write clear directions on how to get to my house or apartment ◆ write a letter requesting information about hotel accommodations for a future vacation ◆ write a short note to a co-worker describing how to operate a standard piece of office equipment (e.g., photocopier, fax machine) ◆ write a memorandum to my supervisor explaining why I need a new time off from work ◆ write a letter introducing myself and describing my qualifications to accompany an employment application ◆ write a memorandum to my supervisor describing the progress being made on a current project or assignment ◆ write a complaint to a store manager about my dissatisfaction with an appliance I recently purchased ◆ write a letter to a potential client describing the services and/or products of my company ◆ write a 5-page formal report on a project in which I participated ◆ write a memorandum summarizing the main points of a meeting I recently attended
Cannot Do		

Note: 1) This information is based on the ratings given by examinees about their own ability to perform English-language tasks. 2) The tables presented here are based on the average ratings of a group of examinees. There will be individuals in a given score range who may be able to do more, or fewer, tasks than are indicated. 3) The score interpretations are based solely on a Japanese sample which is not necessarily representative of the total TOEIC population.

TOEIC Reading Score of 430 - 495

	Reading	Writing
Can Do	<ul style="list-style-type: none"> ◆ read, on storefronts, the type of store or services provided (e.g., "dry cleaning," "book store") ◆ read and understand a train or bus schedule ◆ read and understand a restaurant menu ◆ find information that I need in a telephone directory ◆ read office memoranda written to me in which the writer has used simple words or sentences ◆ read and understand traffic signs ◆ read and understand simple, step-by-step instructions ◆ read and understand an agenda for a meeting ◆ read and understand directions and explanations presented in computer manuals written for beginning users ◆ read highly technical material in my field or area of expertise with no use or only infrequent use of a dictionary ◆ read and understand a travel brochure ◆ read and understand a letter of thanks from a client or customer 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ write a list for items to take on a weekend trip ◆ write a one- or two-sentence thank-you note for a gift a friend sent to me ◆ write a brief note to a co-worker explaining why I will not be able to attend the scheduled meeting ◆ write a postcard to a friend describing what I have been doing on my vacation ◆ fill out an application form for a class at night school ◆ write clear directions on how to get to my house or apartment ◆ write a short note to a co-worker describing how to operate a standard piece of office equipment (e.g., photocopier, fax machine) ◆ write a letter requesting information about hotel accommodations for a future vacation ◆ write a memorandum to my supervisor explaining why I need a new time off from work ◆ write a letter introducing myself and describing my qualifications to accompany an employment application ◆ write a memorandum to my supervisor describing the progress being made on a current project or assignment ◆ write a complaint to a store manager about my dissatisfaction with an appliance I recently purchased ◆ write a letter to a potential client describing the services and/or products of my company ◆ write a memorandum summarizing the main points of a meeting I recently attended
Can Do with Difficulty	<ul style="list-style-type: none"> ◆ read and understand magazine articles like those found in <u>Time</u> or <u>Newsweek</u>, without using a dictionary ◆ read and understand a popular novel ◆ identify inconsistencies or differences in points of view in two newspaper interviews with politicians of opposing parties 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ write a 5-page formal report on a project in which I participated
Cannot Do		

Note: 1) This information is based on the ratings given by examinees about their own ability to perform English-language tasks. 2) The tables presented here are based on the average ratings of a group of examinees. There will be individuals in a given score range who may be able to do more, or fewer, tasks than are indicated. 3) The score interpretations are based solely on a Japanese sample which is not necessarily representative of the total TOEIC population.

TOEIC Listening Score of 5 - 100

	Listening	Speaking	Interacting
Can Do			
Can Do with Difficulty	<ul style="list-style-type: none"> ◆ understand simple questions in social situations such as "How are you?" "Where do you live?" and "How do you feel?" ◆ understand a salesperson when she or he tells me prices of various items ◆ understand someone speaking slowly and deliberately, who is giving me directions on how to walk to a nearby location 		
Cannot Do	<ul style="list-style-type: none"> ◆ understand explanations about how to perform a routine task related to my job ◆ understand a co-worker discussing a simple problem that arose at work ◆ understand announcements at a railway station indicating the track my train is on and the time it is scheduled to leave ◆ understand headline news broadcasts on the radio ◆ understand a client's request made on the telephone for one of my company's major products or services ◆ understand a person's name when she or he gives it to me over the telephone ◆ understand play-by-play descriptions on the radio of sports events that I like (e.g., soccer, baseball) ◆ understand an explanation given over the radio of why a road has been temporarily closed ◆ understand someone who is speaking slowly and deliberately about his or her hobbies, interests, and plans for the weekend ◆ understand directions about what time to come to a meeting and the room in which it will be held ◆ understand a discussion of current events taking place among a group of persons speaking English ◆ understand an explanation of why one restaurant is better than another 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ introduce myself in social situations and use appropriate greeting and leave-taking expressions ◆ state simple biographical information about myself (e.g., place of birth, composition of family) ◆ describe the plot of a movie or television program that I have seen ◆ describe a friend in detail, including physical and personality characteristics ◆ describe my academic training or my present job responsibilities in detail ◆ order food at a restaurant ◆ talk about topics of general interest (e.g., current events, the weather) ◆ describe my daily routine (e.g., when I get up, what time I eat lunch) ◆ talk about my future professional goals and intentions (e.g., what I plan to be doing next year) ◆ tell a co-worker how to perform a routine job task ◆ telephone the airline to change my flight reservations to a different time and day ◆ tell a colleague at work about a humorous event that recently happened to me ◆ adjust my speaking to address a variety of listeners (e.g., professional staff, a friend, children) ◆ tell someone directions on how to get to my house or apartment ◆ give a prepared half-hour formal presentation on a topic of interest 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ explain written company policies to a new employee ◆ discuss with a co-worker the best way to accomplish a job task ◆ meet with a doctor and explain the physical symptoms of my illness ◆ meet with a real-estate agent to discuss the type of house I would like to buy ◆ discuss world events with an English-speaking guest ◆ discuss with my boss ways to improve customer service or product quality ◆ conduct an interview with an applicant for a job in my area of expertise ◆ conduct simple business transactions at places such as the post office, bank, drugstore ◆ telephone a restaurant to make dinner reservations for a party of three ◆ give and take messages over the telephone ◆ discuss with an electronics salesperson the features I want on a new videocassette recorder (VCR) ◆ explain to a repairman what is wrong with an appliance that I want fixed ◆ request information over the telephone (e.g., check airline schedules with a travel agent) ◆ talk to an elementary school class about what I do for a living ◆ telephone a department store and find out if a certain item is currently in stock

Note: 1) This information is based on the ratings given by examinees about their own ability to perform English-language tasks. 2) The tables presented here are based on the average ratings of a group of examinees. There will be individuals in a given score range who may be able to do more, or fewer, tasks than are indicated. 3) The score interpretations are based solely on a Japanese sample which is not necessarily representative of the total TOEIC population.

TOEIC Listening Score of 105 - 225

	Listening	Speaking	Interacting
Can Do			
Can Do with Difficulty	<ul style="list-style-type: none"> ◆ understand simple questions in social situations such as "How are you?" "Where do you live?" and "How do you feel?" ◆ understand a salesperson when she or he tells me prices of various items ◆ understand someone speaking slowly and deliberately, who is giving me directions on how to walk to a nearby location ◆ understand a person's name when she or he gives it to me over the telephone ◆ understand directions about what time to come to a meeting and the room in which it will be held 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ introduce myself in social situations and use appropriate greeting and leave-taking expressions ◆ state simple biographical information about myself (e.g., place of birth, composition of family) ◆ order food at a restaurant ◆ describe my daily routine (e.g., when I get up, what time I eat lunch) 	
Cannot Do	<ul style="list-style-type: none"> ◆ understand explanations about how to perform a routine task related to my job ◆ understand a co-worker discussing a simple problem that arose at work ◆ understand announcements at a railway station indicating the track my train is on and the time it is scheduled to leave ◆ understand headline news broadcasts on the radio ◆ understand a client's request made on the telephone for one of my company's major products or services ◆ understand play-by-play descriptions on the radio of sports events that I like (e.g., soccer, baseball) ◆ understand an explanation given over the radio of why a road has been temporarily closed ◆ understand someone who is speaking slowly and deliberately about his or her hobbies, interests, and plans for the weekend ◆ understand a discussion of current events taking place among a group of persons speaking English ◆ understand an explanation of why one restaurant is better than another 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ describe the plot of a movie or television program that I have seen ◆ describe a friend in detail, including physical and personality characteristics ◆ describe my academic training or my present job responsibilities in detail ◆ talk about topics of general interest (e.g., current events, the weather) ◆ talk about my future professional goals and intentions (e.g., what I plan to be doing next year) ◆ tell a co-worker how to perform a routine job task ◆ telephone the airline to change my flight reservations to a different time and day ◆ tell a colleague at work about a humorous event that recently happened to me ◆ adjust my speaking to address a variety of listeners (e.g., professional staff, a friend, children) ◆ tell someone directions on how to get to my house or apartment ◆ give a prepared half-hour formal presentation on a topic of interest 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ explain written company policies to a new employee ◆ discuss with a co-worker the best way to accomplish a job task ◆ meet with a doctor and explain the physical symptoms of my illness ◆ meet with a real-estate agent to discuss the type of house I would like to buy ◆ discuss world events with an English-speaking guest ◆ discuss with my boss ways to improve customer service or product quality ◆ conduct an interview with an applicant for a job in my area of expertise ◆ conduct simple business transactions at places such as the post office, bank, drugstore ◆ telephone a restaurant to make dinner reservations for a party of three ◆ give and take messages over the telephone ◆ discuss with an electronics salesperson the features I want on a new videocassette recorder (VCR) ◆ explain to a repairman what is wrong with an appliance that I want fixed ◆ request information over the telephone (e.g., check airline schedules with a travel agent) ◆ talk to an elementary school class about what I do for a living ◆ telephone a department store and find out if a certain item is currently in stock

Note: 1) This information is based on the ratings given by examinees about their own ability to perform English-language tasks. 2) The tables presented here are based on the average ratings of a group of examinees. There will be individuals in a given score range who may be able to do more, or fewer, tasks than are indicated. 3) The score interpretations are based solely on a Japanese sample which is not necessarily representative of the total TOEIC population.

TOEIC Listening Score of 230 - 350

	Listening	Speaking	Interacting
Can Do			
Can Do with Difficulty	<ul style="list-style-type: none"> ◆ understand simple questions in social situations such as "How are you?" "Where do you live?" and "How do you feel?" ◆ understand a salesperson when she or he tells me prices of various items ◆ understand someone speaking slowly and deliberately, who is giving me directions on how to walk to a nearby location ◆ understand explanations about how to perform a routine task related to my job ◆ understand a co-worker discussing a simple problem that arose at work ◆ understand announcements at a railway station indicating the track my train is on and the time it is scheduled to leave ◆ understand headline news broadcasts on the radio ◆ understand a person's name when she or he gives it to me over the telephone ◆ understand someone who is speaking slowly and deliberately about his or her hobbies, interests, and plans for the weekend ◆ understand directions about what time to come to a meeting and the room in which it will be held ◆ understand an explanation of why one restaurant is better than another 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ introduce myself in social situations and use appropriate greeting and leave-taking expressions ◆ state simple biographical information about myself (e.g., place of birth, composition of family) ◆ order food at a restaurant ◆ talk about topics of general interest (e.g., current events, the weather) ◆ describe my daily routine (e.g., when I get up, what time I eat lunch) ◆ describe the plot of a movie or television program that I have seen ◆ talk about my future professional goals and intentions (e.g., what I plan to be doing next year) ◆ telephone the airline to change my flight reservations to a different time and day ◆ tell someone directions on how to get to my house or apartment ◆ describe a friend in detail, including physical and personality characteristics ◆ describe my academic training or my present job responsibilities in detail ◆ tell a co-worker how to perform a routine job task ◆ tell a colleague at work about a humorous event that recently happened to me 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ conduct simple business transactions at places such as the post office, bank, drugstore ◆ telephone a restaurant to make dinner reservations for a party of three ◆ give and take messages over the telephone ◆ discuss with an electronics salesperson the features I want on a new videocassette recorder (VCR) ◆ explain to a repairman what is wrong with an appliance that I want fixed ◆ request information over the telephone (e.g., check airline schedules with a travel agent) ◆ talk to an elementary school class about what I do for a living ◆ telephone a department store and find out if a certain item is currently in stock
Cannot Do	<ul style="list-style-type: none"> ◆ understand a client's request made on the telephone for one of my company's major products or services ◆ understand play-by-play descriptions on the radio of sports events that I like (e.g., soccer, baseball) ◆ understand an explanation given over the radio of why a road has been temporarily closed ◆ understand a discussion of current events taking place among a group of persons speaking English 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ give a prepared half-hour formal presentation on a topic of interest ◆ adjust my speaking to address a variety of listeners (e.g., professional staff, a friend, children) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ meet with a real-estate agent to discuss the type of house I would like to buy ◆ discuss world events with an English-speaking guest ◆ discuss with my boss ways to improve customer service or product quality ◆ conduct an interview with an applicant for a job in my area of expertise ◆ explain written company policies to a new employee ◆ discuss with a co-worker the best way to accomplish a job task ◆ meet with a doctor and explain the physical symptoms of my illness

Note: 1) This information is based on the ratings given by examinees about their own ability to perform English-language tasks. 2) The tables presented here are based on the average ratings of a group of examinees. There will be individuals in a given score range who may be able to do more, or fewer, tasks than are indicated. 3) The score interpretations are based solely on a Japanese sample which is not necessarily representative of the total TOEIC population.

TOEIC Listening Score of 355 - 425

	Listening	Speaking	Interacting
Can Do	<ul style="list-style-type: none"> ◆ understand simple questions in social situations such as "How are you?" "Where do you live?" and "How do you feel?" ◆ understand a salesperson when she or he tells me prices of various items understand someone speaking slowly and deliberately, who is giving me directions on how to walk to a nearby location 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ describe my daily routine (e.g., when I get up, what time I eat lunch) 	
Can Do with Difficulty	<ul style="list-style-type: none"> ◆ understand explanations about how to perform a routine task related to my job ◆ understand a co-worker discussing a simple problem that arose at work ◆ understand announcements at a railway station indicating the track my train is on and the time it is scheduled to leave ◆ understand a client's request made on the telephone for one of my company's major products or services ◆ understand a person's name when she or he gives it to me over the telephone ◆ understand play-by-play descriptions on the radio of sports events that I like (e.g., soccer, baseball) ◆ understand an explanation given over the radio of why a road has been temporarily closed ◆ understand someone who is speaking slowly and deliberately about his or her hobbies, interests, and plans for the weekend ◆ understand directions about what time to come to a meeting and the room in which it will be held ◆ understand an explanation of why one restaurant is better than another ◆ understand a discussion of current events taking place among a group of persons speaking English ◆ understand headline news broadcasts on the radio 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ introduce myself in social situations and use appropriate greeting and leave-taking expressions ◆ state simple biographical information about myself (e.g., place of birth, composition of family) ◆ order food at a restaurant ◆ talk about topics of general interest (e.g., current events, the weather) ◆ describe the plot of a movie or television program that I have seen ◆ talk about my future professional goals and intentions (e.g., what I plan to be doing next year) ◆ telephone the airline to change my flight reservations to a different time and day ◆ tell someone directions on how to get to my house or apartment ◆ describe a friend in detail, including physical and personality characteristics ◆ describe my academic training or my present job responsibilities in detail ◆ tell a co-worker how to perform a routine job task ◆ tell a colleague at work about a humorous event that recently happened to me ◆ give a prepared half-hour formal presentation on a topic of interest ◆ adjust my speaking to address a variety of listeners (e.g., professional staff, a friend, children) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ conduct simple business transactions at places such as the post office, bank, drugstore ◆ telephone a restaurant to make dinner reservations for a party of three ◆ give and take messages over the telephone ◆ explain written company policies to a new employee ◆ discuss with a co-worker the best way to accomplish a job task ◆ discuss with an electronics salesperson the features I want on a new videocassette recorder (VCR) ◆ meet with a doctor and explain the physical symptoms of my illness ◆ explain to a repairman what is wrong with an appliance that I want fixed ◆ request information over the telephone (e.g., check airline schedules with a travel agent) ◆ meet with a real-estate agent to discuss the type of house I would like to buy ◆ talk to an elementary school class about what I do for a living ◆ discuss world events with an English-speaking guest ◆ discuss with my boss ways to improve customer service or product quality ◆ telephone a department store and find out if a certain item is currently in stock
Cannot Do			<ul style="list-style-type: none"> ◆ conduct an interview with an applicant for a job in my area of expertise

Note: 1) This information is based on the ratings given by examinees about their own ability to perform English-language tasks. 2) The tables presented here are based on the average ratings of a group of examinees. There will be individuals in a given score range who may be able to do more, or fewer, tasks than are indicated. 3) The score interpretations are based solely on a Japanese sample which is not necessarily representative of the total TOEIC population.

TOEIC Listening Score of 430 - 495

	Listening	Speaking	Interacting
Can Do	<ul style="list-style-type: none"> ◆ understand simple questions in social situations such as "How are you?" "Where do you live?" and "How do you feel?" ◆ understand a salesperson when she or he tells me prices of various items ◆ understand someone speaking slowly and deliberately, who is giving me directions on how to walk to a nearby location ◆ understand explanations about how to perform a routine task related to my job ◆ understand announcements at a railway station indicating the track my train is on and the time it is scheduled to leave ◆ understand someone who is speaking slowly and deliberately about his or her hobbies, interests, and plans for the weekend ◆ understand directions about what time to come to a meeting and the room in which it will be held ◆ understand an explanation of why one restaurant is better than another 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ introduce myself in social situations and use appropriate greeting and leave-taking expressions ◆ state simple biographical information about myself (e.g., place of birth, composition of family) ◆ order food at a restaurant ◆ describe my daily routine (e.g., when I get up, what time I eat lunch) ◆ talk about topics of general interest (e.g., current events, the weather) ◆ talk about my future professional goals and intentions (e.g., what I plan to be doing next year) ◆ telephone the airline to change my flight reservations to a different time and day ◆ tell someone directions on how to get to my house or apartment 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ conduct simple business transactions at places such as the post office, bank, drugstore ◆ telephone a restaurant to make dinner reservations for a party of three ◆ give and take messages over the telephone
Can Do with Difficulty	<ul style="list-style-type: none"> ◆ understand a co-worker discussing a simple problem that arose at work ◆ understand headline news broadcasts on the radio ◆ understand a client's request made on the telephone for one of my company's major products or services ◆ understand a person's name when she or he gives it to me over the telephone ◆ understand play-by-play descriptions on the radio of sports events that I like (e.g., soccer, baseball) ◆ understand an explanation given over the radio of why a road has been temporarily closed ◆ understand a discussion of current events taking place among a group of persons speaking English 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ describe the plot of a movie or television program that I have seen ◆ describe a friend in detail, including physical and personality characteristics ◆ describe my academic training or my present job responsibilities in detail ◆ tell a co-worker how to perform a routine job task ◆ tell a colleague at work about a humorous event that recently happened to me ◆ give a prepared half-hour formal presentation on a topic of interest ◆ adjust my speaking to address a variety of listeners (e.g., professional staff, a friend, children) 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ explain written company policies to a new employee ◆ discuss with a co-worker the best way to accomplish a job task ◆ discuss with an electronics salesperson the features I want on a new videocassette recorder (VCR) ◆ meet with a doctor and explain the physical symptoms of my illness ◆ explain to a repairman what is wrong with an appliance that I want fixed ◆ request information over the telephone (e.g., check airline schedules with a travel agent) ◆ meet with a real-estate agent to discuss the type of house I would like to buy ◆ talk to an elementary school class about what I do for a living ◆ discuss world events with an English-speaking guest ◆ discuss with my boss ways to improve customer service or product quality ◆ telephone a department store and find out if a certain item is currently in stock ◆ conduct an interview with an applicant for a job in my area of expertise

Note: 1) This information is based on the ratings given by examinees about their own ability to perform English-language tasks. 2) The tables presented here are based on the average ratings of a group of examinees. There will be individuals in a given score range who may be able to do more, or fewer, tasks than are indicated. 3) The score interpretations are based solely on a Japanese sample which is not necessarily representative of the total TOEIC population.