

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจที่ทำรายได้มหาศาลให้แก่ประเทศไทย และ จังหวัดภูเก็ต รายได้อันมหาศาลนี้จะคงอยู่ เพิ่มขึ้น หรือลดลง ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญมากปัจจัยหนึ่งคือคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ คุณภาพของทรัพยากรมนุษย์มีองค์ประกอบหลายอย่างและหนึ่งในองค์ประกอบนั้น คือทักษะทางการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม เพราะการสื่อสารหลักในภาคการท่องเที่ยวคือการสื่อสารที่เป็นไประหว่างคนจากต่างชาติ ต่างภาษา และต่างวัฒนธรรม การศึกษาในงานวิจัยนี้ได้วิเคราะห์ถึงกลไกไปยังมิติต่าง ๆ ในการสื่อสารของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งได้แก่ มิติทางวัฒนธรรม อวัจนกรรม และ วัฒนธรรม การวิจัยนี้ได้ศึกษาทั้งเนื้อหาของสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในตำราและบทเรียนภาษาอังกฤษด้านการโรงแรมและการท่องเที่ยว ศึกษามุมมองของนักท่องเที่ยวในฐานะ "ผู้บริโภค" ต่อความสามารถในการสื่อสารของคนไทยในฐานะ "ผู้ให้บริการ" โดยได้ศึกษาสภาพปัจจุบัน ความพึงพอใจ ปัญหา และอุปสรรคของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมผ่านทางกรใช้ภาษาอังกฤษของคู่สื่อสารในธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตคือคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งนี้เพื่อนำผลที่ได้รับจากการวิจัยเสนอแนะกลยุทธ์ในการปรับปรุงและพัฒนาการเรียนการสอนภาษาอังกฤษซึ่งเป็นเครื่องมือสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภูเก็ต

ผลจากการศึกษาชี้ให้เห็นว่าภาษาอังกฤษของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่อยู่ในระดับที่ไม่ดีมากนักแต่เมื่อผนวกกับอีกสองมิติในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม คือ อวัจนกรรมและวัฒนธรรม แล้วปรากฏว่ามีคนไทยบางส่วนที่สามารถสื่อสารได้ดีเป็นที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติด้วยจุดเด่นของความเป็นมิตร ความสุภาพ ความมีน้ำใจพร้อมที่จะช่วยเหลือ ความเป็นเจ้าบ้านที่ดี ความเป็นผู้มีลักษณะนิสัยในการให้บริการ และ ความเป็นผู้มีธรรมชาติที่ดี ในขณะที่คนไทยบางส่วนมีความสามารถอยู่ในระดับที่พอจะสื่อสารได้ คนกลุ่มนี้แม้จะไม่มีภาษาอังกฤษมากนักแต่ความประทับใจที่นักท่องเที่ยวพูดถึงคือ ความพยายามอย่างยิ่งที่จะสื่อความผ่านทางยุทธวิธีสื่อสารต่าง ๆ ความพยายามเช่นนี้เป็นอวัจนกรรมที่สื่อให้เห็นถึงน้ำใจที่มีต่อนักท่องเที่ยวและวัฒนธรรมของความเป็นเจ้าบ้านที่ดีอยากให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้รับทราบเรื่องราวต่าง ๆ แม้การศึกษาจะพบว่าส่วนหนึ่งของความพยายามนั้นจะมาจากปัจจัยผลักดันของรายได้ก็ตามแต่แรงผลักดันนี้ไม่ได้มองเห็นชัดเจนจนครอบคลุมมิติที่ส่งผ่านทางอวัจนกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ไปยังนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามมีคนไทยในภาคการท่องเที่ยวของภูเก็ตอีกส่วนหนึ่งที่ยังไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ เพราะขาดทั้งภาษาอังกฤษ ยุทธวิธีสื่อสารและที่สำคัญที่สุดคือขาดความพยายามที่จะสื่อสาร คนไทยในกลุ่มนี้มักจะมีรูปแบบการสื่อสารหนึ่งในสองรูปแบบคือรูปแบบของการผลักดันและรูปแบบของการหลีกเลี่ยง ผลจากการศึกษายังได้พบอีกด้วยว่าสิ่งที่เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารของคนไทยในภาคการท่องเที่ยวบางคน บางกลุ่ม ซึ่งจำเป็นจะต้องได้รับการพัฒนานอกเหนือจากความอ่อนด้อยของภาษาแล้ว คือ การไหว้รับกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว และธรรมเนียมปฏิบัติที่เป็นสากล ผลจากการศึกษาโดยรวมแล้วชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในภาคการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตจะมุ่งเน้นเฉพาะการเรียนการสอนภาษาโดด ๆ ไม่ได้ แต่จะต้องคำนึงถึงองค์รวมของการสื่อสารที่มีอวัจนกรรมและวัฒนธรรมเข้าไปผนวกเป็นมิติสำคัญด้วย สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ได้รับรวบรวมเสนอแนะไว้ในบทสุดท้ายของรายงานผลการวิจัย เพื่อให้ผู้รับผิดชอบในการจัดหลักสูตร และการสอนภาษาอังกฤษ องค์การบริหารทุกฝ่ายในจังหวัดได้รับทราบเพื่อนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับภารกิจของแต่ละฝ่ายต่อไป

คำหลัก : นักท่องเที่ยวต่างชาติ วัฒนธรรม วัจนภาษา อวัจนภาษา
 ยุทธวิธีสื่อสาร คู่สื่อสาร คุณสมบัติที่สำคัญ

ABSTRACT

Inbound tourism has brought a significant amount of income to both Thailand and Phuket. In order to keep this amount of income, qualified human resources are vital. Of the qualities needed, an ability to communicate with tourists of different cultural backgrounds is ranked as one of the top requirements. This study therefore tries to delve into three dimensions of the intercultural communication: verbal, non-verbal and culture, between Thais in various tourist sectors and international tourists in order to equip relevant human resources of Phuket with such ability. In order to explore contents of intercultural communication in ESL/EFL (English as a Second/Foreign Language), textbooks and materials used in teaching and training English for Hotel and Tourism Management Personnel are reviewed. The research also intends to study the current situation, satisfaction, problems and difficulties of Thais in the tourism and tourism-related sectors using English for their intercultural communication with foreign tourists. The research then presents findings to be incorporated as teaching strategies in the development of ESL/EFL syllabi.

The findings reveal that the English proficiency of Thais in the tourism and tourism-related sectors is rather inadequate. However, this insufficiency is second to the ability of those Thais in applying the other two aspects of intercultural communication (non-verbal and cultural into their communication) with foreign tourists. A truly good application of these two communicative aspects impresses foreign tourists with regards to friendliness, politeness, helpfulness, good hospitality, service mindedness and good nature. In addition, those Thais are competent in using appropriate communicative strategies; this made their communication with foreign tourists quite satisfactory. Nevertheless, there is a group of Thais in the tourism sector who have neither English nor communicative strategies, and more importantly, lack motivation in communication. Nevertheless, under the economic pressure trying to earn income for their living, these people need to communicate with foreign tourists, who are their major source of income; thus they have resorted to one of two psychological strategies in communication, which are forcing themselves to speak regardless of accuracy, politeness and appropriateness or avoiding communication with foreign tourists. This indeed affects intercultural communication between Thais and foreign tourists. Therefore, this is an urgent issue to manage. These people have to be recruited into appropriate training. Apart from insufficient English, other weaknesses include limited knowledge of world events, sensitivity to international expectations and etiquette. These have been compiled in the last chapter of this report for the relevant offices to strengthen these weaknesses. Should Phuket aim to be an international town, providing quality hospitality service for international tourists must be placed as a top priority, and the importance of intercultural communication is indeed an essential tool in transporting Phuket to that desired destination..

Key Words: international tourists, culture, verbal communication, non-verbal communication, interlocutors, communicative strategies, essential tool