

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 แต่มีได้หมายความว่าความรู้ตัวภาษาเพียงอย่างเดียวจะเพียงพอ เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยมีเพิ่มขึ้นทุกปี และมีความหลากหลายทั้งในด้านเชื้อชาติ วัฒนธรรม และภาษาดังนั้น หากบุคลากรในภาคการท่องเที่ยวไม่มีความรู้และความตระหนักถึงความแตกต่างเหล่านี้ย่อมส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ ถึงแม้ว่าปัจจุบันนี้ผู้บริหารขององค์กร/หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนหรือสถานประกอบการต่างๆ จะมีความตื่นตัวมากขึ้นในการจัดทำนโยบายเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษซึ่งถือเป็นภาษาหลักในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคลากรกับนักท่องเที่ยว/ลูกค้าชาวต่างชาติ แต่พบว่าการจัดอบรมเหล่านั้นไม่อาจเอื้อประโยชน์ให้กับผู้เข้ารับการอบรมมากนัก เนื่องจากมิได้มีการนำปัจจัยสำคัญเข้ามาประกอบการกำหนดเนื้อหาหรือหลักสูตร ปัจจัยที่ว่านี้คือ "ความต้องการ" ของผู้ใช้ภาษา การวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้ภาษาจะเป็นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการใช้ภาษาของผู้เรียน และจัดลำดับความสำคัญของความต้องการดังกล่าวเพื่อให้ประกอบการออกแบบหลักสูตรหรือการกำหนดเนื้อหา 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 หลายครั้งที่เราพบว่ามีกรณีการณ์วัฒนธรรมของไทยไปเข้ากับภาษาอังกฤษ 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 ทั้งๆที่นั่นคือการใช้ภาษาท่าทางปกติสำหรับคนอิตาเลียน 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 การใช้ข้อความภาษา (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 เช่นที่คนไทยเ็นเป็นเพราะคนไทยไม่ชอบขัดแย้งและต้องการรักษาหน้าของคู่สื่อสาร แต่ชาวต่างชาติที่ไม่เข้าใจค่านิยมนี้จะตีความว่า ที่คนไทยเ็นเป็นเพราะไม่เข้าใจ 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 ด้วยการใช้อย่างที่ถูกต้องเหมาะสมและเหมาะสมกับบริบท 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 มักดูแลทำหน้าที่ให้ข้อมูลและความรู้แก่นักท่องเที่ยวโดยตรง 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 จุดริเริ่มของการศึกษานี้วิจัยเรื่องนี้มีมาจากการระบาดของโรค 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