บทคัดย่อ

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

คำหลัก : แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพระดับโลก ความสามารถในการแข่งขัน
การวิเคราะห์ความต้องการในการใช้ภาษาอังกฤษ ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ
ยุทธวิธีในการสื่อสาร การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

ABSTRACT

The purpose of the study was to identify the English language needs in the Thai tourism industry today, and identify problems in existing training programs, in order to suggest improvements for syllabus design and training program strategies, which would make Thailand more competitive in the world tourism market. A total of 77 people were interviewed in focus groups or individually. The interviewees were from three groups; two of which were from the Thai tourism sector: 1) administrators, 2) operations personnel, and 3) foreign tourists including foreigners with experience in Thai tourism. It was found that in general Thai operations personnel do not meet today's standards for a world class tourist destination. Problems were found not only with language, but also with communication strategies and knowledge of intercultural communication. One of the reasons for these problems was the weakness in syllabus design. Specifically, syllabi frequently only focused on language and did not consider communication strategies, intercultural communication, and other key factors, such as the trends of target markets and the variety of tourist attractions. In addition, designers did not corroborate their ideas with key groups, such as: administration, personnel tourism professionals and target learners. Another problem was that there were no efficient assessment measures and participation strategies in the training courses. Learning was also disrupted because of the professional duties of the learners. The study recommends that we need to study the national tourism policy, trends in tourism target markets and increase the level of cooperation among all the groups involved.

Key Words: World class destination, Competitiveness, Needs analysis, Communicative competence, Communication strategies, Intercultural communication