



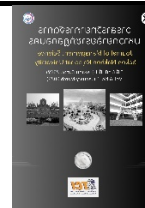
ISSN: 2774-0390 (Online)

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University

Homepage: <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU>

e-mail: jmssnr@gmail.com



การจัดการความรู้ด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในพัทยาเมืองอัจฉริยะ

Knowledge management in English communication to promote creative cultural heritage tourism within Pattaya smart city

อิงคยุทธ พูลทรัพย์^{1*}, สิทธิชัย สุขธรรมสถิต², ประติมา บุญเจือ³, กมนทรรศน์ ชาวนา⁴

Ingkayut Poolsub^{1*}, Sittichai Sukthumsatit², Pratima BunChau³, Kamontus Chawna⁴

^{1,2,3} คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

⁴ คณะวิศวกรรมศาสตร์และสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

^{1,2,3} Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Tawan-ok

⁴ Faculty of Engineering and Architecture, Rajamangala University of Technology Tawan-ok

Corresponding author's e-mail: ingkayut_po@rmutto.ac.th^{1}, sittichai_su@rmutto.ac.th²,

pratima_bu@rmutto.ac.th³, kamontus_ch@rmutto.ac.th⁴

Received: August 20, 2025

Revised: October 21, 2025

Accepted: November 06, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดการความรู้ด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในพัทยาเมืองอัจฉริยะ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวต่างชาติ 20 คน และบุคลากรผู้ให้บริการ 50 คน จากสวนนงนุช ตลาดน้ำสี่ภาค ปราสาทสังขาร และเขาพระตำหนัก การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 90.0 ต้องการข้อมูลประวัติแหล่งท่องเที่ยว และร้อยละ 85.0 ต้องการแผนที่เดินทางเป็นภาษาอังกฤษ ในส่วนของบุคลากรผู้ให้บริการ ส่วนใหญ่มีทักษะภาษาอังกฤษ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยทักษะที่อยู่ในระดับต่ำที่สุดคือ การพูด นอกจากนี้ผู้วิจัยได้พัฒนาคู่มือภาษาอังกฤษเพื่อการบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้พบว่าอยู่ในระดับมาก โดยหัวข้อ “บทสนทนาเบื้องต้น” และ “การบอกทาง” ได้รับคะแนนสูงสุดตามลำดับ การวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าการจัดการความรู้ผ่านการพัฒนาสื่อภาษาอังกฤษที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ให้บริการและนักท่องเที่ยว จะช่วยยกระดับคุณภาพการบริการและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของพัทยาเมืองอัจฉริยะอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การจัดการความรู้, การสื่อสารภาษาอังกฤษ, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, มรดกทางวัฒนธรรม, พัทยาเมืองอัจฉริยะ

Abstract

The objective of this research was to develop a knowledge management for English communication to enhance cultural heritage tourism within Pattaya Smart City. Data were collected through interview and questionnaire. The sample groups were 20 foreign tourists and 50 Thai service providers from 4 major attractions in Pattaya: Nong Nooch Garden, Pattaya Floating Market, The Sanctuary of Truth, and Phra Tamnak Mountain Viewpoint. Data were analyzed using descriptive statistics, including the percentage, mean, and standard deviation. The findings revealed that 90.0% of foreign tourists required historical information about attraction, and 85.0% indicated a needed for English navigation maps. Regarding the Thai service providers, their overall English proficiency was at a moderate level. However, when examining specific language skills, speaking I was rated at the lowest level. In addition, English communication manual for tourism services at cultural heritage sites was developed. User satisfaction for the manual was at a high level with “Basic Conversation” and “Giving Directions” receiving the highest scores, respectively. This research indicates that knowledge management through the development of English language materials that align with the needs of both service providers and tourists will significantly improve service quality and promote sustainable creative tourism within the Pattaya smart city.

Keywords: knowledge management, English communication, creative tourism, cultural heritage, Pattaya smart city

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ความรู้ (knowledge) ถือเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าสำหรับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะในบริบทของศตวรรษที่ 21 ที่หลายประเทศมุ่งสู่การเป็น “สังคมฐานความรู้” (knowledge-based society) ซึ่งอาศัยการจัดการความรู้เพื่อสร้างนวัตกรรม ยกย่องขีดความสามารถในการแข่งขัน และเพิ่มคุณภาพชีวิตของประชาชน (Wurzburger et al., 2009) ในด้านการท่องเที่ยว ความรู้มีบทบาทสำคัญทั้งในเชิงการอนุรักษ์ ถ่ายทอด และส่งเสริมคุณค่าทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นพื้นฐานของ “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” (creative tourism) ที่เน้นประสบการณ์เชิงลึกผ่านการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวกับกิจกรรมท้องถิ่น เช่น ศิลปะ ทัศนกรรม วิถีชีวิต และภาษา

แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เน้นความ สมดุลและยั่งยืน โดยคำนึงถึงศักยภาพของพื้นที่และความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศอย่างชัดเจน โดยกำหนด “หมุดหมายที่ 2 ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน” ซึ่งสะท้อนแนวทางการพัฒนาที่เปลี่ยนแปลงจากการเน้นปริมาณไปสู่การเน้นคุณภาพ มูลค่า และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) อย่างไรก็ตาม แม้ประเทศไทยมีทุนวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย แต่ยังคงขาดกระบวนการจัดการความรู้ที่เป็นระบบ โดยเฉพาะการนำเสนอเนื้อหาทาง

วัฒนธรรมในรูปแบบที่เข้าถึงได้ง่ายสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ นอกจากนี้รายงาน EF English Proficiency Index 2023 ได้นำเสนอผลสำรวจระดับความสามารถด้านทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษของคนไทยมักจะอ้างอิงและใช้ข้อมูลจากการจัดอันดับระดับโลกเป็นหลัก โดยประเทศไทยมักจะถูกจัดอยู่ในกลุ่มความสามารถทางภาษาอังกฤษอยู่ในระดับ very low proficiency ซึ่งหมายความว่า คนไทยส่วนใหญ่ยังมีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษที่จำกัดมาก ซึ่งในปี 2567 ประเทศไทยถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 101 จาก 113 ประเทศ (Education First, 2023)

แม้ว่าในปัจจุบันพื้นที่พัทยาเมืองอัจฉริยะมีความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจก็ตาม ทว่าความสำเร็จในการเสริมสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของพัทยา ยังถูกจำกัดด้วยปัญหาทักษะภาษาอังกฤษที่ไม่เพียงพอของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งภาษาอังกฤษเป็นเครื่องมือหลักในการนำเสนอและถ่ายทอดประสบการณ์รวมถึงคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่น การสื่อสารที่บกพร่องจึงนำไปสู่ความคลาดเคลื่อน ข้อมูลไม่น่าสนใจ และลดความสามารถในการแข่งขันของเมืองในระดับสากล อีกทั้งการขาดแคลนเครื่องมือหรือสื่อที่ใช้ภาษาอังกฤษอย่างมีประสิทธิภาพในการอธิบายคุณค่าทางวัฒนธรรม ถ่ายทอดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และอำนวยความสะดวกในการสื่อสาร ส่งผลให้การสร้างความประทับใจและการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจผ่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังไม่สามารถเกิดขึ้นได้อย่างเต็มที่

จากการศึกษาวรรณกรรม พบว่า ในประเทศไทยมีการศึกษาหรืองานวิจัยเกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ในมิติของการท่องเที่ยวจะเน้นไปที่การผลักดันการท่องเที่ยวโดยชุมชนหรือโดยภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (กันตภณ แก้วสง่า และนิศาชล จางามศรี, 2558; ชีรภัท ชัยพิพัฒน์, 2562; ปานจิต จุลกาญจน์, 2556) และในส่วนของจัดการความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารภาษาอังกฤษนั้นจะเน้นไปที่รูปแบบการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเชิงรุก สร้างทักษะการคิดวิเคราะห์ การคิดสร้างสรรค์ การแก้ปัญหา และทำงานร่วมกันเป็นทีม (ญาณิศา สุทรงดี และคณะ, 2566; ธนาพันธุ์ ณ เชียงใหม่, 2567) อย่างไรก็ตาม ในประเทศไทยยังไม่มีงานวิจัยที่บูรณาการ “การจัดการความรู้” ร่วมกับ “การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในแหล่งวัฒนธรรม” อย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะในพื้นที่พัทยาเมืองอัจฉริยะ ซึ่งเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับนานาชาติและมีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นต้นแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมุ่งที่จะศึกษาและดำเนินงานวิจัยเพื่อเติมเต็มช่องว่างดังกล่าวให้สมบูรณ์

ดังนั้น การวิจัยนี้จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาแนวทางในการจัดการความรู้ด้านวัฒนธรรมควบคู่กับการเสริมสร้างทักษะภาษาอังกฤษสำหรับบุคลากรในพื้นที่ โดยมุ่งศึกษาสถานการณ์จริงของแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ พร้อมออกแบบและพัฒนาคู่มือภาษาอังกฤษที่เหมาะสม เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ การบริการ และการสื่อสารที่มีคุณภาพ ซึ่งจะนำไปสู่การยกระดับศักยภาพด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเขตพัทยาเมืองอัจฉริยะ (สุชาติ คณานนท์ และคณะ, 2562)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อจัดการความรู้ด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในพัทยาเมืองอัจฉริยะ

การทบทวนวรรณกรรม

การจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM)

การจัดการความรู้ (KM) หมายถึง กระบวนการแสวงหา สกัด และรวบรวมองค์ความรู้ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อนำมาจัดระบบหมวดหมู่ และบริหารจัดการอย่างมีแบบแผน เพื่อให้สามารถค้นหาและนำไปใช้ได้สะดวกและทันท่วงที ซึ่งองค์ความรู้นั้นสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ ประเภทแรก คือ ความรู้ฝังลึก (tacit knowledge) คือ ความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ ทักษะ สัญชาตญาณ และความเข้าใจเชิงลึกในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ เป็นความรู้ที่ยากจะอธิบายหรือถ่ายทอดออกมาเป็นลายลักษณ์อักษรได้อย่างสมบูรณ์ แต่จะแสดงออกผ่านการกระทำหรือการปฏิบัติ จึงสามารถเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ความรู้แบบนามธรรม ตัวอย่างของความรู้ฝังลึก เช่น ความชำนาญของช่างฝีมือที่กำหนดแรงกดในการแกะสลักสัญชาตญาณของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในการวินิจฉัยโรค เทคนิคของนักกีฬาที่ประสบความสำเร็จจะรู้จังหวะในการเคลื่อนไหวเพื่อให้ได้เปรียบคู่แข่ง เป็นต้น และความรู้อีกประเภท คือ ความรู้ที่ชัดแจ้ง (explicit knowledge) เป็นความรู้ที่ได้มาจากทฤษฎี คำนิยาม หรือคู่มือต่าง ๆ ที่สามารถที่จะเข้าถึงหรือเรียนรู้ได้ สามารถที่จะถ่ายทอดผ่านวิธีการต่าง ๆ ได้ จึงเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ความรู้แบบรูปธรรม ตัวอย่างของความรู้ชัดแจ้ง เช่น คู่มือการทำงานที่อธิบายขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างละเอียด ตำราเรียนหรือหนังสือที่รวบรวมทฤษฎีและหลักการต่าง ๆ ฐานข้อมูลที่รวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบ รายงานสรุปข้อมูลและผลการวิเคราะห์ต่าง ๆ วิดีโอสอนการใช้งานเครื่องมือหรือโปรแกรม เป็นต้น (สำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง, 2565)

ทั้งนี้ การจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพจะต้องบรรลุถึงเป้าหมายสุดท้าย กล่าวคือ การที่กลุ่มคนสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างต่อเนื่องและเกิดการเคลื่อนไหวในเชิงพลวัต (dynamic) เพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงในบริบทต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม สามารถบูรณาการความรู้ขึ้นใช้เองอยู่ตลอดเวลา (กองวิเทศสัมพันธ์และการประกันคุณภาพ, 2562) โดยกระบวนการทั้งหมด 7 ขั้นตอน ดังนี้

- 1) การบ่งชี้ความรู้ (knowledge identification) เป็นการกำหนดว่าความรู้ใดจำเป็นต่อการบรรลุเป้าหมายองค์กรและตรวจสอบสถานะความรู้ที่มีอยู่ (ประเภท, แหล่งที่มา)
 - 2) การสร้างและแสวงหาความรู้ (knowledge creation and acquisition) คือการสร้าง ค้นหา และรวบรวมความรู้ใหม่จากภายใน/ภายนอก พร้อมทั้งดูแลรักษาความรู้เดิมและกำจัดความรู้ที่ไม่เป็นประโยชน์
 - 3) การจัดความรู้ให้เป็นระบบ (knowledge organization) เป็นการกำหนดโครงสร้างและแบ่งหมวดหมู่ความรู้ให้เป็นระเบียบ ง่ายต่อการสืบค้นและบริหารจัดการ
 - 4) การประมวลและกลั่นกรองความรู้ (knowledge codification and refinement) คือการทำให้ความรู้มีมาตรฐานเดียวกัน โดยปรับปรุงแก้ไขเนื้อหาให้สมบูรณ์ ถูกต้อง และจัดรูปแบบเอกสารให้เป็นทิศทางเดียวกัน
 - 5) การเข้าถึงความรู้ (knowledge access) เป็นการสร้างช่องทางและเครื่องมือ อาทิ เทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้ใช้งานเข้าถึงความรู้ที่จัดเก็บไว้ได้อย่างง่ายดายและรวดเร็ว
 - 6) การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ (knowledge sharing) คือกระจายความรู้สู่บุคลากร ผ่านทางฐานข้อมูล/เอกสารดิจิทัล หรือใช้วิธีทางสังคม เช่น ชุมชนนักปฏิบัติ ระบบพี่เลี้ยง เป็นต้น
 - 7) การเรียนรู้ (learning) เป็นการนำความรู้ไปใช้จริงในการปฏิบัติงานหรือใช้ในการตัดสินใจ จนเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทำงาน ซึ่งจะสร้างประสบการณ์และความรู้ใหม่หมุนเวียนกลับเข้าสู่กระบวนการต่อไปอย่างต่อเนื่อง
- กระบวนการดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า การจัดการความรู้ไม่ใช่เพียงการรวบรวมข้อมูลเท่านั้น แต่ยังต้องเน้นการพัฒนาเนื้อหาให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน การประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริง และการสะท้อนกลับเพื่อพัฒนาความรู้ใหม่อย่างเป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาทุนทางปัญญาในองค์กรเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันและนวัตกรรมอย่างยั่งยืน

Fierro & Bendilil (2024) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการจัดการความรู้ว่าเป็นเครื่องมือสำคัญยิ่งสำหรับองค์กร

เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในหลายมิติ ประการแรก การจัดการความรู้ช่วยยกระดับการสื่อสารให้มีความลึกซึ้งและโปร่งใส ซึ่งจำเป็นต่อการวิจัยและพัฒนาที่มีประสิทธิผล ประการที่สอง ระบบการจัดการความรู้ช่วยอำนวยความสะดวกในการบูรณาการความรู้ข้ามขอบเขตองค์กร โดยการรวบรวมและผสานข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ให้เป็นระเบียบหลักเดียวกัน เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึงและแสดงผล ซึ่งการบูรณาการความรู้ที่สำเร็จนี้มีความเชื่อมโยงกับนวัตกรรม และการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน แม้ว่าอาจมีข้อจำกัด เช่น ความลับและความไม่ยืดหยุ่นในบางกรณีก็ตาม ประการที่สาม การจัดการความรู้มีส่วนช่วยให้การตัดสินใจดีขึ้นและรวดเร็วขึ้น โดยโครงสร้างพื้นฐานของระบบการจัดการความรู้ได้รับการพิสูจน์แล้วว่าส่งผลดีต่อทั้งคุณภาพและความเร็วของการตัดสินใจ ซึ่งช่วยให้องค์กรสามารถสร้างโอกาสโอกาสและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ ทั้งนี้ก็ต้องคำนึงถึงประสิทธิผลของการตัดสินใจเป็นสำคัญอีกด้วย และประการสุดท้ายการจัดการความรู้เป็นกลไกสำคัญในการกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเนื่องจากสนับสนุนการแบ่งปันและการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งเป็นปัจจัยขับเคลื่อนหลักสู่การเจริญเติบโตขององค์กร และยังช่วยสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนให้กับองค์กร

การจัดการความรู้กับการสื่อสารภาษาอังกฤษ

แม้ว่ายุคโลกาภิวัตน์ (globalization) ได้เปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคสารสนเทศ (information age) หรือ ยุคดิจิทัล (digital age) แล้วก็ตาม แต่ภาษาอังกฤษก็ยังคงอยู่มาช้านานในฐานะภาษาสากล ที่ใช้สื่อสารและการถ่ายทอดองค์ความรู้ต่าง ๆ เพื่อให้การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด การจัดการความรู้จึงเป็นเสมือนหัวใจสำคัญที่ช่วยให้การเรียนการสอนภาษาอังกฤษเป็นระบบ นำไปสู่การพัฒนาการเรียนการสอนที่ยั่งยืนได้ ในส่วนของจัดการความรู้กับการสื่อสารภาษาอังกฤษนี้ มีการศึกษาหรืองานวิจัยอยู่ไม่น้อยที่สนับสนุนแนวความคิดดังกล่าว อาทิ รัตนา กลิ่นจ้อย และคณะ (2566) ศึกษาประสิทธิภาพของการจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษแบบปรับเหมาะตามลีลาการเรียนรู้ และบุคลิกภาพของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการนำตน ซึ่งผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้เรียนมีลีลาการเรียนรู้แบบการดูหรือมองเห็น (visual learning style) ลีลาการเรียนรู้ตามแบบของบุคลิกภาพของผู้เรียนเป็นแบบพึ่งพา (dependent personality) ผลการประเมินประสิทธิภาพของการจัดการเรียนรู้ตามลีลาการเรียนรู้ของผู้เรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน และผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ตามลีลาการเรียนรู้ของผู้เรียนอยู่ในระดับมาก อีกทั้งยังมีงานวิจัยของกนกวรรณ ดอนนกวณเฒ่า และอภิราตี จันทร์แสง (2565) ที่ได้ศึกษาการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารร่วมกับวิดีโอทูปเพื่อการพัฒนาทักษะการพูดและการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนบ้านคุดเชื้องอก ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพของการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในการพัฒนาทักษะการพูดและการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษโดยการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารร่วมกับวิดีโอทูปในทุกตัวชี้วัดมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับที่สูงอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ ยังมีบทความวิจัยที่เสนอแนะให้นำสื่อดิจิทัลมาใช้ในการจัดการเรียนรู้ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์โลกปัจจุบัน อาทิ Haleem et al. (2022) ได้นำเสนอแนวคิดที่สอดคล้องกับวาระการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติปี 2030 ซึ่งกล่าวว่า การศึกษาที่มีคุณภาพและเท่าเทียมกันสำหรับทุกคน ทว่า ตั้งแต่การระบาดใหญ่ของ COVID-19 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการความรู้ในระบบการศึกษาหลัก การพัฒนาเทคโนโลยีทางการศึกษาช่วยให้ชีวิตของนักเรียนง่ายขึ้น เช่นว่านักเรียนแทนที่จะใช้ปากกาและกระดาษ ก็หันมาใช้ใช้ซอฟต์แวร์และเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อสร้างงานนำเสนอและโครงการแทน รวมถึงเรื่องของตำราและหนังสือต่าง ๆ ก็มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) มาแทนที่ ซึ่งการจัดการความรู้โดยใช้เทคโนโลยีมาช่วยนี้ก่อเกิดประโยชน์อันมหาศาลอีกประการหนึ่ง นั่นคือ การสร้างสังคมที่ปลอดภัยลดการตัดต้นไม้และการผลาญทรัพยากรธรรมชาติ ส่งเสริมการเป็นสังคมคาร์บอนต่ำซึ่งเหมาะกับวิถีของโลกในยุค

ปัจจุบันเป็นอย่างยิ่ง

ความสำคัญของภาษาอังกฤษสื่อสารต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ในแง่ของภาษาอังกฤษสื่อสารที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว นั้น มีงานวิจัยหลายเล่มแสดงให้เห็นถึงภาษาอังกฤษมีผลกระทบในเชิงบวกที่ผลักดันให้เกิดการพัฒนาภาคธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือด้านธุรกิจการท่องเที่ยวในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก อาทิ Agustiana et al. (2024) ได้ทำการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ กลุ่มประชากรเป็นผู้ที่ไม่ได้พูดภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่ ซึ่งทำงานในบริษัทข้ามชาติและธุรกิจขนาดเล็กที่ดำเนินธุรกิจในตลาดโลก ผลการวิจัยพบว่า ภาคธุรกิจควรลงทุนในการฝึกอบรมทักษะภาษาอังกฤษให้บุคลากรในองค์กรมากขึ้น เนื่องจากความสามารถทางภาษาอังกฤษช่วยลดอุปสรรคในการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม และช่วยเพิ่มผลผลิตทางธุรกิจ ในขณะที่ Oktoma et al. (2024) ศึกษาข้อดีของวัฒนธรรมที่ใช้ภาษาอังกฤษในภาคการท่องเที่ยวของเขตคุณู๋กัน ของจังหวัดชวาตะวันตก ประเทศอินโดนีเซีย ผลการศึกษาพบว่า ในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ภาษาอังกฤษมีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกในการสื่อสารของบุคลากรผู้ให้บริการในสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต่างชาติ มีส่วนช่วยในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวต้องถิ่นมากขึ้น

นอกจากนี้ Botir (2024) ได้ศึกษาวิเคราะห์ความต้องการและอุปสรรคทางภาษาอังกฤษของพนักงานที่ทำงานในบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยวในเมืองทาชเคนต์ ซามาร์คันด์ และบูคารา ประเทศอุซเบกิสถาน ผลการศึกษาพบว่า พนักงานส่วนใหญ่เห็นว่าการใช้ภาษาอังกฤษที่จำเป็นในงานด้านการท่องเที่ยวคือทักษะการเขียนอีเมลและทักษะการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ส่วนปัญหาที่พบบ่อยที่นักท่องเที่ยวมีสำเนียงภาษาอังกฤษที่หลากหลายและมีการใช้ภาษาแสดงต่าง ๆ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจของพนักงานผู้ให้บริการ Botir (2024) ได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการเข้าใจบทบาทของนานาชาติภาษาอังกฤษโลก (World Englishes) รวมถึงการพัฒนาหลักสูตรเพื่อการพัฒนาศักยภาพของบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยวอีกด้วย ซึ่งในเรื่องความสำคัญของการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการบริการนี้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Bobanovic & Grzinic (2011) ที่ได้ทำการศึกษารับรู้ถึงความสำคัญของทักษะภาษาอังกฤษจากพนักงานบริการและนักศึกษาที่ศึกษาด้านธุรกิจและการท่องเที่ยวในประเทศโครเอเชีย ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษทั้งการพูดและการเขียนเป็นทักษะสำคัญอันดับต้น ๆ ที่เป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้น เพื่อที่จะสร้างความมั่นคงให้กับธุรกิจการท่องเที่ยวของโครเอเชีย ความร่วมมือระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรการสอนภาษาและการบริการภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงสำนักงานการท่องเที่ยวโครเอเชีย จึงเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของโครเอเชียให้มีประสิทธิภาพ

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การวิจัยนี้มีกรอบแนวคิดที่เน้นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ความรู้ด้านมรดกทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดแนวทางการจัดการและการให้ข้อมูล/ข้อปฏิบัติแก่ผู้เยี่ยมชม (Chen, 2023) และทักษะภาษาอังกฤษของบุคลากรผู้ให้บริการ เนื่องจากภาษาอังกฤษเป็นเครื่องมือสำคัญในการทำงาน โดยเฉพาะในการให้ข้อมูลและการบริการในบริบทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม (ณัฐวดี ไกรเทพ และคณะ, 2564) รวมไปถึงการใช้สื่อสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพัทยาเมืองอัจฉริยะ ซึ่งถือเป็นตัวช่วยที่จำเป็นต่อการสื่อสารข้อมูลไปยังนักท่องเที่ยวต่างชาติ (เปยะดา ดาวล้อมจันทร์ และคณะ, 2564) โดยองค์ประกอบทั้งสามทำหน้าที่เป็นตัวแปรต้น ซึ่งคาดว่าจะส่งผลต่อประสบการณ์ ความพึงพอใจ และศักยภาพการบริการของบุคลากรในพื้นที่ การบูรณาการองค์ความรู้เหล่านี้จะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และสร้างความสามารถใน

การถ่ายถอดคุณค่าวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนสู่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การจัดการความรู้ด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในพื้ที่ทยาเมืองอัจฉริยะ” เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (mixed methods research) โดยผสมผสานระหว่างวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) เพื่อการวัดแนวโน้มและทิศทางของข้อมูลตามตัวแปรต้น และวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึกและเหตุผลมูลฐาน (underlying reasons) ข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์ร่วมกันจนได้ผลลัพธ์ เพื่อนำไปพัฒนาแนวทางหรือเครื่องมือในการสื่อสารภาษาอังกฤษของบุคลากรชาวไทยผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะนำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่เศรษฐกิจ รายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัย มีดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวในเมืองพื้ที่ทยา จำนวน 20 คน และบุคลากรชาวไทยผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 50 คน จาก 4 แหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ สวนนงนุช ตลาดน้ำสี่ภาค ปราสาทสัจธรรม และเขาพระตำหนัก

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถาม (questionnaire) และแบบสัมภาษณ์ (interview) จากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด ในส่วนของแบบสอบถาม ผู้วิจัยตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือในการเก็บข้อมูลนี้ โดยการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) และความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (construct validity) จากนั้นนำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 คน ตรวจสอบเพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) จากนั้นตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามโดยทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง 50 คน และวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach, 1951)

ทั้งนี้กระบวนการและเครื่องมือในการเก็บข้อมูลได้ผ่านการพิจารณาทางจริยธรรมการวิจัยและได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาทางจริยธรรมการวิจัยเรียบร้อยแล้ว

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในขั้นตอนการเก็บข้อมูลนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าเที่ยวในเมืองพัทยา จำนวน 20 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการเข้าถึงข้อมูลที่เป็นต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ในส่วนของบุคลากรชาวไทยผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 50 คน จากแหล่งท่องเที่ยว 4 แห่ง การเก็บข้อมูลแบ่งเป็น 2 ช่วง กล่าวคือ ช่วงแรกผู้วิจัยเก็บข้อมูลเกี่ยวกับทักษะภาษาอังกฤษของบุคลากรผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวผ่านแบบสอบถาม เพื่อนำมาพัฒนาเป็นบทเรียนและจัดทำคู่มือภาษาอังกฤษสำหรับผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว และหลังจากมีการทดลองใช้คู่มือดังกล่าวแล้วนั้น ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลจากบุคลากรผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวผ่านแบบสอบถามอีกครั้ง การเก็บข้อมูลในช่วงที่สองนี้จะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของบุคลากรชาวไทยผู้ให้บริการที่ใช้คู่มือภาษาอังกฤษ ซึ่งคะแนนถูกวัดโดยใช้มาตราส่วนลิเคิร์ต (Likert scale) ซึ่งเรียกอีกอย่างว่า มาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) เกณฑ์การให้คะแนนประกอบด้วย 5 ระดับ ดังตาราง 1

ตาราง 1 เกณฑ์การประเมินแบบประมาณค่า 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต

| ระดับความสำคัญ | คะแนน |
|----------------|-----------|
| น้อยที่สุด | 1.00–1.50 |
| น้อย | 1.51–2.50 |
| ปานกลาง | 2.51–3.50 |
| มาก | 3.51–4.50 |
| มากที่สุด | 4.51–5.00 |

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถาม เพื่อทำการตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องก่อนการวิเคราะห์ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติพรรณนา (descriptive statistics) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูล เช่น ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) เพื่อแสดงระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละประเด็น

2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการเก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์และการสังเกต (observation) ผู้วิจัย

นำมาดำเนินการการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ผู้วิจัยอ่านและพิจารณาข้อมูลหลายรอบเพื่อทำความเข้าใจและจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามประเด็นสำคัญที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมไปถึงการตีความจากการสังเกต (observation interpretation) ผู้วิจัยวิเคราะห์และทำความเข้าใจจากการสังเกตอย่างละเอียดโดยแยกข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงออกจากการใส่ความคิดเห็นหรือการตัดสิน เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่น่าเชื่อถือและแม่นยำ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยการศึกษาการจัดการความรู้ด้านมรดกทางวัฒนธรรมโดยใช้ทักษะภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้ที่พญาเมืองอัจฉริยะ มีดังนี้

1) ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 20 คน เกี่ยวกับองค์ความรู้เกี่ยวกับมรดกทางวัฒนธรรม และสื่อสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการเข้าถึง มีรายละเอียดดังตาราง 2

ตาราง 2 ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเข้าถึงข้อมูลที่จำเป็นต่าง ๆ

| ประเด็นที่ต้องการข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษ | จำนวน (คน) | ร้อยละ (%) |
|--|------------|------------|
| ประวัติสถานที่ | 18 | 90.0 |
| แผนที่การเดินทาง/การบอกทาง | 17 | 85.0 |
| กฎระเบียบ/แนวปฏิบัติ | 14 | 70.0 |
| ค่าธรรมเนียม | 10 | 50.0 |
| อื่น ๆ (สื่อเสียง / คิวอาร์โค้ด / ภาพประกอบ) | 8 | 40.0 |

จากตาราง 2 แสดงให้เห็นว่า ร้อยละ 90.0 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 20 คน ต้องการข้อมูลประวัติแหล่งท่องเที่ยวเป็นภาษาอังกฤษ ร้อยละ 85.0 ต้องการ แผนที่การเดินทาง การบอกทาง และป้ายภาษาอังกฤษที่เข้าใจง่าย ร้อยละ 70.0 ให้ความสำคัญกับการมีคำแนะนำกฎระเบียบในการเข้าชม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่า ข้อมูลภาษาอังกฤษในสถานที่นั้นยังมีค่อนข้างจำกัด และไม่สอดคล้องกับบริบทของวัฒนธรรม

2) ผลการวิจัยเชิงปริมาณ ที่ได้จากการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามจากบุคลากรชาวไทยผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรม จำนวน 50 คน จำแนกได้ดังนี้

ประเด็นเกี่ยวกับระดับของทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษของบุคลากรผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจำแนกเป็น 4 ทักษะ ได้แก่ การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน มีรายละเอียดดังตาราง 3

ตาราง 3 ทักษะภาษาอังกฤษของบุคลากรผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรม

| ทักษะ | ดีมาก (%) | ดี (%) | ปานกลาง (%) | อ่อน (%) | ไม่ได้เลย (%) | รวม (%) | \bar{X} | S.D. |
|----------|-----------|--------|-------------|----------|---------------|---------|-----------|------|
| การฟัง | 6 | 28 | 46 | 18 | 2 | 100 | 2.94 | .74 |
| การพูด | 4 | 12 | 40 | 38 | 6 | 100 | 2.48 | .82 |
| การอ่าน | 10 | 30 | 42 | 16 | 2 | 100 | 3.02 | .71 |
| การเขียน | 2 | 10 | 36 | 40 | 12 | 100 | 2.36 | .77 |

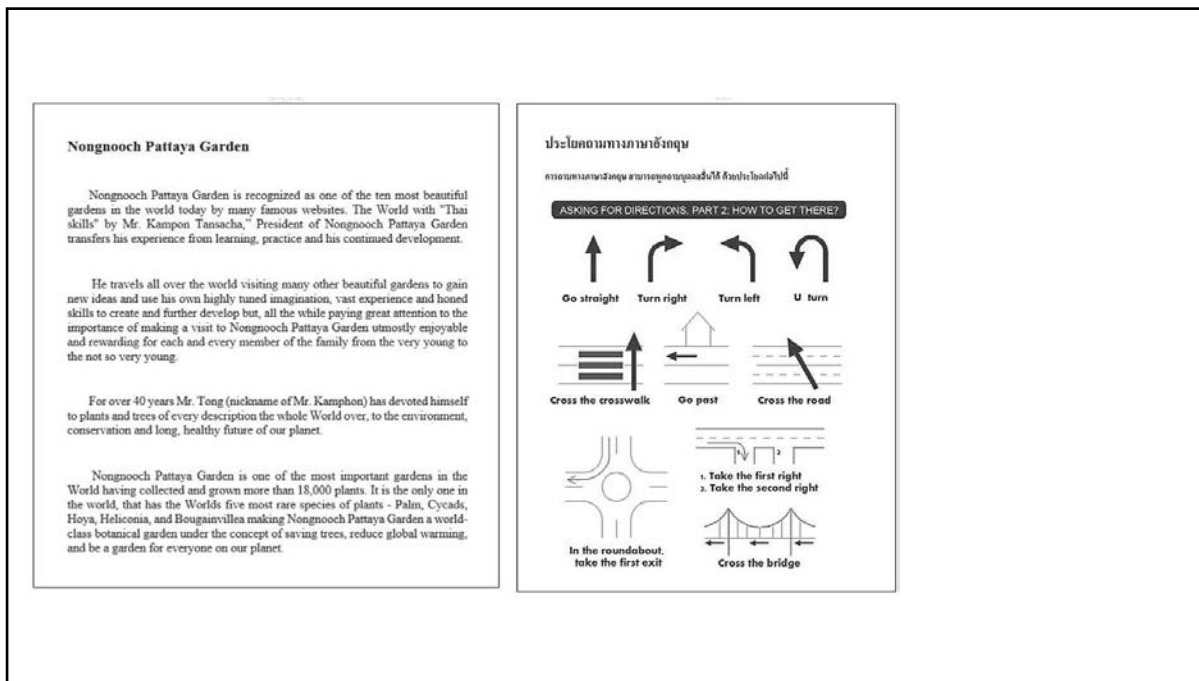
จากตาราง 3 อธิบายได้ว่าบุคลากรผู้ให้บริการ จำนวน 50 คน ส่วนใหญ่มีทักษะภาษาอังกฤษอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยพบว่า ทักษะที่อยู่ในระดับดี คือ การอ่าน ($\bar{X} = 3.02$, S.D. = .71) และ การฟัง ($\bar{X} = 2.94$, S.D. = .74) ซึ่งหมายความว่าบุคลากรมีแนวโน้มที่จะสามารถ เข้าใจ ข้อมูลและสารสนเทศภาษาอังกฤษพื้นฐานที่ได้รับมา เช่น การเข้าใจข้อมูล และเอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร สำหรับทักษะที่อยู่ในระดับอ่อน คือ การพูด ($\bar{X} = 2.48$, S.D. = .82) และ การเขียน ($\bar{X} = 2.36$, S.D. = .77) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบุคลากรผู้ให้บริการยังมีจุดอ่อนที่ชัดเจนในการใช้ภาษาเพื่อสื่อสารออกไปโดยตรง ทั้งการตอบโต้ด้วยวาจาและการเขียน

ประเด็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของบุคลากรชาวไทยผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวที่มีต่อคู่มือภาษาอังกฤษ หลังจากมีการทดลองใช้งานแล้ว มีรายละเอียดดังตาราง 4

ตาราง 4 ความพึงพอใจของบุคลากรชาวไทยผู้ให้บริการที่ใช้คู่มือภาษาอังกฤษ

| รายการในคู่มือภาษาอังกฤษ | \bar{X} | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|------------------------------------|-----------|------|------------------|
| บทสนทนาเบื้องต้น | 4.42 | .61 | มาก |
| การบอกทาง | 4.38 | .64 | มาก |
| ประวัติแหล่งท่องเที่ยว | 4.20 | .67 | มาก |
| การซื้อขายสินค้า | 4.16 | .62 | มาก |
| การให้ข้อมูลที่พึก / ความช่วยเหลือ | 4.26 | .68 | มาก |
| ภาพรวม | 4.28 | .65 | มาก |

จากตาราง 4 สรุปได้ว่าผลการประเมินความพึงพอใจคู่มือภาษาอังกฤษเพื่อการบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม ของกลุ่มตัวอย่าง 50 คน พบว่าระดับความพึงพอใจต่อคู่มืออยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = .65) หัวข้อที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ บทสนทนาเบื้องต้น ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = .61) และ การบอกทาง ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = .64) ตามลำดับ คู่มือสามารถช่วยเพิ่มความมั่นใจในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งตัวอย่างเนื้อหาของคู่มือภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารปรากฏดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 คู่มือภาษาอังกฤษเพื่อการบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม

การอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวชมมรดกทางวัฒนธรรมมุ่งไปที่ การเข้าถึงข้อมูลภาษาอังกฤษอย่างถูกต้อง ครบคลุม และเข้าใจง่าย ทั้งในด้านประวัติความเป็นมา การเดินทาง และ กฎระเบียบ สะท้อนให้เห็นว่าข้อมูลที่มีอยู่ในปัจจุบันยังไม่เพียงพอหรือไม่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ รวมไปถึงรูปแบบของสื่อสารสนเทศที่มีรูปแบบทันสมัยและง่ายต่อการเข้าถึง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Wurzburger et al. (2009) ที่เสนอว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรเปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนมีส่วนร่วมและได้รับประสบการณ์ตรงผ่าน การเรียนรู้และสื่อสารกับชุมชนท้องถิ่น รวมถึงปิยะดา ดาวล้อมจันทร์ และคณะ (2564) ที่กล่าวว่าสื่อสารสนเทศเป็น ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยสื่อสารสนเทศในปัจจุบันควรเป็นสื่อออนไลน์ เพราะสะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงง่าย อีกทั้งสื่อสารสนเทศควรมีรูปภาพเพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจและช่วยการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว รวมถึงข้อความบรรยายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว

ในส่วนของทักษะภาษาอังกฤษของบุคลากรผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมในเขตพัทธา พบว่า ส่วนใหญ่มีทักษะภาษาอังกฤษในระดับปานกลาง กล่าวคือ ทักษะที่ได้อยู่ในระดับดีคือ ทักษะเชิงรับ (passive skills) ได้แก่ การอ่าน และการฟัง ส่วนทักษะที่อยู่ในระดับอ่อน ได้แก่ ทักษะเชิงรุก (active skills) คือ การพูด และการเขียน (Burns & Siegel, 2017) อย่างไรก็ตาม จากผลการวิเคราะห์ที่บ่งชี้ว่าทักษะการพูดและการเขียนนั้นยังอยู่ใน ระดับอ่อนนั้น สะท้อนให้เห็นถึงข้อจำกัดในการสื่อสารของบุคลากรผู้ให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และเป็น อุปสรรคต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในระดับพื้นที่ ทั้งนี้เป็นผลจากระบบการเรียนการสอน ภาษาอังกฤษในประเทศไทยที่การเรียนการสอนภาษาอังกฤษยังไม่เกิดการบูรณาการที่สมดุลในทั้ง 4 ทักษะ (การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน) รวมถึงการฝึกปฏิบัติที่ยังไม่เพียงพอ ส่วนใหญ่เน้นการสอนไวยากรณ์และท่องศัพท์ ส่งผลให้ผู้เรียนไม่สามารถใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารได้ดีเท่าที่ควร (ชัชริย์ บุนนาค, 2561) อีกทั้งผลการวิจัยยัง

สอดคล้องกับงานของปิยะนุช แก้วกลี และรภัศศักย์ เหตุทอง (2563) ซึ่งพบว่า มัคคุเทศก์ไทยแม้จะมีความรู้ด้านเนื้อหาท่องเที่ยว แต่กลับขาดความมั่นใจในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการบริการ

ฉะนั้น เพื่อการลดช่องว่างทางภาษาที่เป็นอุปสรรคต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติของบุคลากรผู้ให้บริการ ผู้วิจัยจึงพัฒนาบทเรียนภาษาอังกฤษให้สอดคล้องกับความต้องการของบุคลากรผู้ให้บริการ และจัดทำคู่มือภาษาอังกฤษให้ครอบคลุมเนื้อหาที่จำเป็นต่อการให้บริการด้านการท่องเที่ยวในหัวข้อดังต่อไปนี้ บทสนทนาเบื้องต้น การบอกทาง ประวัติแหล่งท่องเที่ยว การซื้อขายสินค้า และการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง/ความช่วยเหลือ นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ประเมินความพึงพอใจของบุคลากรผู้ให้บริการที่มีต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษที่พัฒนาขึ้น ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้งานมีระดับความพึงพอใจต่อคู่มืออยู่ในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคู่มือสามารถช่วยเพิ่มความมั่นใจในการสื่อสารให้กับบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การเสริมสร้างทักษะภาษาอังกฤษของบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ไม่เพียงตอบสนองต่อนโยบายการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เท่านั้น แต่ยังส่งผลเชิงบวกต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว และยกระดับภาพลักษณ์ของพื้ที่พญาเมืองอัจฉริยะในฐานะพื้นที่ต้นแบบของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอีกด้วย

องค์ความรู้ใหม่

การวิจัยนี้ได้สร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้ด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรม ผ่านแนวทางการสร้างเครื่องมือ (คู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ) เพื่อพัฒนาทักษะเพิ่มขีดความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษของบุคลากรชาวไทยผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวด้านมรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งทำให้สามารถเข้าถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในนั้น ๆ ได้สร้างความประทับใจ รวมถึงประสบการณ์และความทรงจำที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว ผ่านการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมอย่างแท้จริง เป็นการยกระดับการท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมสู่การเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

จุดเด่นประการสำคัญของคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษนี้ คือการสร้างจากหลักคิดแบบการได้ประโยชน์ร่วมกัน (mutual benefit) โดยผสมผสานระหว่างการตอบสนองความต้องการของทั้งฝ่ายผู้ให้บริการและฝ่ายผู้รับบริการ (นักท่องเที่ยวต่างชาติ) จนได้เกิดเป็นจุดที่เหมาะสมที่สุดของการทำงานร่วมกัน (optimal point of collaboration) ซึ่งเป็นจุดการประสานร่วมกันที่ลงตัว ทำให้คู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษมีประสิทธิภาพ สร้างความพึงพอใจให้กับทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติ และบุคลากรชาวไทยผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว เป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่พื้ที่พญาเมืองอัจฉริยะ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าบุคลากรผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวยังขาดการพัฒนาทักษะภาษาให้ก้าวไปสู่ระดับที่ใช้งานได้ดีหรือคล่องแคล่ว อีกทั้งยังขาดความมั่นใจในการสื่อสาร ผู้วิจัยเสนอแนะว่าหน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรท้องถิ่นควรส่งเสริมให้มีการฝึกอบรมทักษะภาษาอังกฤษอย่างต่อเนื่อง สำหรับบุคลากรในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยเน้นภาษาเพื่อการบริการ เช่น การบอกทาง การอธิบายประวัติสถานที่ และการสื่อสารในสถานการณ์จริง อีกทั้ง ควรสนับสนุนการจัดทำสื่อสารสนเทศแบบสองภาษา (ไทย-อังกฤษ) ที่เข้าใจง่าย ครอบคลุมบริบท

วัฒนธรรม และสามารถเข้าถึงผ่านคิวอาร์โค้ดหรือแอปพลิเคชันมือถือ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาประสิทธิภาพของการใช้สื่อดิจิทัลแบบอินเทอร์แอกทีฟ (interactive digital media) หรือปัญญาประดิษฐ์ (AI translator) เพื่อนำมาเป็นสื่อในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษของบุคลากรผู้ให้บริการ รวมถึงการนำมาใช้เป็นเครื่องมือช่วยสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้

2.2 ควรมีการทำวิจัยในหัวข้อนี้ในพื้นที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต หรืออยุธยา เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบการจัดการความรู้และการใช้ภาษาอังกฤษที่มีประสิทธิภาพ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแต่ละภูมิภาค

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ ดอนกวนเจ้า และอภิราตี จันทร์แสง. (2565). การพัฒนาทักษะการพูดและการเรียนรู้ คำศัพท์ภาษาอังกฤษโดยการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารร่วมกับวิดีโอของนักเรียนชั้นประถมศึกษา ปีที่ 6. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 7(9), 477–494.
- กองวิเทศสัมพันธ์และการประกันคุณภาพ. (2562). *คู่มือการจัดการความรู้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย* (ฉบับปรับปรุง). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- กันตภณ แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี. (2558). การจัดการความรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา. *Suranaree Journal of Social Science*, 9(2), 79–103.
- ชัชริย์ บุญนาค. (2561). ปัญหาการเรียนการสอนภาษาอังกฤษในประเทศไทยและข้อเสนอแนะด้านยุทธศาสตร์การพัฒนาการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ ปี 2564–2568. In *รายงานการประชุม Graduate School Conference* (Vol. 2, No. 1, pp. 235–241).
- ญาณิศา สู่ทรงดี, วิโรจน์ ทองปลิว, จงกิจ วงษ์พิณีจ, ทองพูล ชุมคำ และศิริประภา รัตนรวมการ. (2566). การจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษแห่งศตวรรษที่ 21. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 25(1), 273–292.
- ณัฐวดี ไกรเทพ, ชลกร คงกระพันธ์, เพชรภรณ์ ประทีป ณ ถลาง และเจนใจ นิพัทธมานนท์. (2564). การใช้ทักษะภาษาอังกฤษในอุตสาหกรรมบริการโรงแรม และการท่องเที่ยว. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*. 17(1), 1–23.
- ธนาพันธุ์ ณ เชียงใหม่. (2567). การ ใช้กิจกรรมการจัดการเรียนรู้แบบเชิงรุก (Active Learning) เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารในด้านวรรณกรรมเพื่อการสอนภาษาอังกฤษของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู. *วารสารครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา*, 18(2), 87–99.
- ธีรภัท ชัยพิพัฒน์. (2562). *การจัดการความรู้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ท่องเที่ยวสามเหลี่ยมทองคำ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย*. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 10). สุวีริยาสาส์น.
- ปานจิต จุลกาญจน์. (2556). *การจัดการความรู้และการจัดการความรู้ลูกค้าในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว*. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ปิยะดา ดาวล้อมจันทร์, ศศิพิมล ประพินพงศกร และแววตา เตชะทวีวรรณ. (2564). พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศของนักท่องเที่ยวไทยเจนเนอเรชันวาย. *วารสารสารสนเทศศาสตร์*, 39(1), 38–58.
- ปิยนุช แก้วกลี และรัศมีศักดิ์ย์ เหตุทอง. (2563). ปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษของมัคคุเทศก์ในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 11(1), 135–150.
- รัตนา กลิ่นจ้อย, ชวนพบ เอื้อยวานุรักษ์, ศิริกร โรจนศักดิ์ และวาสนา จักรแก้ว. (2566). ประสิทธิภาพของการจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษแบบปรับเหมาะตามลีลาการเรียนรู้และบุคลิกภาพของนักศึกษา. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์*, 25(4), 287–298.
- สุชาติ คณานนท์, กล้า สมตระกูล และ ไพรัช ฤทธิย์ผาด. (2562). วัฒนธรรมสร้างสรรค์: ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเมืองพัทยา. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 27(54), 121–143.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง. (2565). *แนวทางการดำเนินงานการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ของสำนักงานปลัดกระทรวงการคลังและสำนักงานรัฐมนตรี กระทรวงการคลัง ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565*. สำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง กระทรวงการคลัง.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570)*. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี.
- Agustiana, V., Thamrin, N., & Oktoma, E. (2024). The role of English language proficiency in the global economy and business communication. *International Journal Administration, Business & Organization*, 5(4), 82–90.
- Bobanovic, M. K., & Grzanic, J. (2011). The importance of English language skills in the tourism sector: A comparative study of students/employees perceptions in Croatia. *Almatourism–Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 2(4), 10–23.
- Botir, K. (2024). The needs analysis of using English in travel agencies in urban cities in Uzbekistan: focusing on the language use difficulties. In *The Paris Conference on Education 2024 Official Conference Proceedings* (pp. 453–467). IAFOR. <https://doi.org/10.22492/issn.2758-0962.2024.35>.
- Burns, A., & Siegel, J. (Eds.). (2017). *International perspectives on teaching the four skills in ELT: Listening, speaking, reading, writing*. Springer.
- Chen, D. (2023). How visitors perceive heritage value—a quantitative study on visitors' perceived value and satisfaction of architectural heritage through SEM. *Sustainability*, 15, 9002. <https://doi.org/10.3390/su15119002>.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297–334.
- Education First. (2023). *EF English Proficiency Index. A Ranking of 113 Countries and Regions by English Skills*. <https://www.ef.com/assetscdn/WIBlwq6RdJvcD9bc8RMd/cefcom-epi-site/reports/2023/ef-epi-2023-english.pdf>.
- Fierro, R., & Benalil, G. (2024). Benefits, process and challenges of knowledge management. *Journal of Enterprise and Business Intelligence*, 4(2), 83–94.
- Haleem, A., Javaid, M., Qadri, M. A., & Suman, R. (2022). Understanding the role of digital technologies in education: A review. *Sustainable Operations and Computers*, 3, 275–285.

- Oktoma, E., Solihat, D., & Masruroh, R. (2024). The role of English language Skills in the tourism industry in the 4.0 era in Kuningan district, West Java province. *International Journal Administration, Business & Organization*, 5(4), 71-81.
- Wurzburger, R., Ageson, T., Pattakos, A., & Pratt, S. (Eds.). (2009). *Creative tourism: A global conversation*. Sunstone Press.