

การศึกษาทักษะการสื่อสารภาษาจีนกลางของมัคคุเทศก์ไทย กรณีศึกษา: วัดพระศรีรัตนศาสดาราม  
A study of Thai guides in Mandarin communication skills. Case study: Temple of the  
Emerald Buddha

นางสาวอารีภา โชติทัตต์

Miss Areepa Chotitat

ภาษาจีนธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาทักษะการสื่อสารภาษาจีนกลางของมัคคุเทศก์ไทย 2) เพื่อเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับทักษะการสื่อสารภาษาจีนกลางในด้านความสามารถในการใช้ภาษา ด้านภาษาสำหรับการนำเที่ยว และด้านความถูกต้องและความชัดเจนของภาษา กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่วัดพระศรีรัตนศาสดาราม จำนวน 200 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้น วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการหา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าสถิติ t-test และ F-test

### ผลการวิจัยพบว่า

ทักษะการสื่อสารภาษาจีนกลางของมัคคุเทศก์ไทยโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี โดยหากพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความสามารถในการใช้ภาษามีค่าเฉลี่ยสูงสุดและอยู่ในระดับดี รองลงมาคือด้านภาษาสำหรับการนำเที่ยวและด้านความถูกต้องและความชัดเจนของภาษา

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเรื่องทักษะการสื่อสารของมัคคุเทศก์ไทย ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความเห็นด้านความถูกต้องและความชัดเจนของการใช้ภาษา และด้านภาษาสำหรับการนำเที่ยวไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านความสามารถในการใช้ภาษานักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันมีความเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความเห็นด้านความถูกต้องและความชัดเจนของการใช้ภาษาไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านความสามารถในการใช้ภาษาและด้านภาษาสำหรับการนำเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความเห็นด้านความถูกต้องและความชัดเจนของการใช้ภาษาไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านความสามารถในการใช้ภาษานักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านภาษาสำหรับการนำเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4. นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกันมีความเห็นด้านความสามารถในการใช้ภาษา ด้านความถูกต้องและความชัดเจนของการใช้ภาษาไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านภาษาสำหรับการนำเที่ยวนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกันมีความเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำหลัก: มัคคุเทศก์, นักท่องเที่ยวที่ใช้ภาษาจีนกลาง, วัดพระศรีรัตนศาสดาราม

### Abstract

A study of Thai guides in Mandarin communication skills. Case study: Temple of the Emerald Buddha. The sample group comprise of native Mandarin tourists at the Temple of The Emerald Buddha, amounting totally 200 participants. The survey was done using the method of accidental random sampling. The instrument was collected by the questionnaire created by the researcher. The information is analyzed by a readymade program called SPSS in order to identify the percentage, mean, standard deviation, t-test and F-test at the level of the statistically significance difference of 0.05

### **The research showed that**

The Thai guides Mandarin communication skills the overall was at good level. When considering the individual aspect showed that the language tone in abilities of using language, the extra knowledge in language for tourism, and the correctly and fluently of communication in the accuracy and clarity of language usage were at good level, respectively.

The results of hypothesis testing showed that the different of demographic factors have affect to attitude level of native Mandarin tourists in aspect of the Mandarin communication skill of Thai guide as data analysis are described in the following sections.

1. Mandarin-speaking tourists with different gender made no difference attitude for aspect of the accuracy and clarity of language usage and aspect of the language for tourism. While aspect of the abilities of using language had different attitude making level when the level of statistical significance was set at 0.05

2. Mandarin-speaking tourists with different age made no difference attitude for aspect of the accuracy and clarity of language usage. While aspect of the abilities of using language and aspect of the language for tourism had different attitude making level when the level of statistical significance was set at 0.01

3. Mandarin-speaking tourists with different occupations made no difference attitude for aspect of the accuracy and clarity of language usage. While aspect of the abilities of using language had different attitude making level when the level of statistical significance was set at 0.05 and aspect of the language for tourism had different attitude making level when the level of statistical significance was set at 0.01

4. Mandarin-speaking tourists with different domiciles had different attitude making level for aspect of the abilities of using language, aspect of the accuracy and clarity of language usage and aspect of the language for tourism when the level of statistical significance was set at 0.01

**Keywords:** Tour guides, Mandarin-speaking tourists, Temple of the Emerald Buddha

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญอุตสาหกรรมหนึ่งในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ ซึ่งในปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถึงถือเป็นปัจจัยที่ช่วยในการขับเคลื่อนและกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจของประเทศ ที่จะนำไปสู่การลงทุน การจ้างงาน การสร้างอาชีพ และการกระจายรายได้ สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี และเมื่อพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางไปเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นผลมาจากการขยายตัวของเศรษฐกิจจีนตลอดหลายปีที่ผ่านมา ระบุว่ารายได้ที่เพิ่มขึ้นตลอดจนการผ่อนคลายนโยบายควบคุมนักท่องเที่ยวของรัฐบาลจีน ทั้งนี้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางไปต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นจาก 31 ล้านคน ในปี 2548 เป็นกว่า 80 ล้านคน ในปี 2555 และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 100 ล้านคน ในปี 2563 (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2556 : ออนไลน์)

เนื่องด้วยประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางภูมิศาสตร์มาก กล่าวคือมีทั้งที่ราบลุ่ม ภูเขา และทะเล ก่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาสัมผัสด้วยตาตนเอง ซึ่งนอกจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแล้ว นักท่องเที่ยวยังมุ่งหวังที่จะมาศึกษาประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแต่งดงามของคนไทยอีกด้วย (ไพบูลย์ คุ่มคำ, 2548 : 1) ความหลากหลายดังที่กล่าวมาแล้วนั้นทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมของไทยเป็นอย่างมาก เป็นผลให้สามารถทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศเป็นอันดับหนึ่ง นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมา (คู่มือมัคคุเทศก์, 2541 : 6) และเนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ ได้แสดงออกถึงแรงศรัทธาด้วยการสร้างและบูรณะวัดวาอารามซึ่งเป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา โดยวัดในแต่ละภาคก็มีสถาปัตยกรรมแตกต่างกันไป ทำให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวที่นิยมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม จนในปัจจุบันบริษัทท่องเที่ยวต่างๆ ได้จัดโครงการท่องเที่ยวประเภทการไหว้พระตามวัดที่สำคัญและมีชื่อเสียง เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวนี้ อนึ่ง หากจะกล่าวถึงวัดที่มีความสำคัญมากและเป็นสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวประเทศไทยและพำนักในกรุงเทพมหานครต้องมาเยี่ยมชมก็คือ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม อันเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมือง คือ พระพุทธมหามณีรัตนปฏิมากร หรือพระแก้วมรกต วัดนี้จึงเป็นที่รู้จักกันในนาม “วัดพระแก้ว” หรือวัดพระศรีรัตนศาสดาราม เป็นพระอารามหลวง ตั้งอยู่ตรงมุมด้านตะวันออกเฉียงเหนือของพระบรมมหาราชวัง เป็นที่ประดิษฐานพระมหามณีรัตนปฏิมากร หรือพระแก้วมรกตและใช้เป็นที่ประกอบพระราชพิธีทางศาสนาที่สำคัญ วัดพระแก้วสร้างแล้วเสร็จในปี พ.ศ.2327 และได้รับการบูรณะปฏิสังขรณ์มาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 3, 5, 7 และ 9 ตามลำดับ (คู่มือมัคคุเทศก์, 2546: 225-239) ภายในพระอุโบสถ และระเบียงรอบวัดมีภาพจิตรกรรมฝาผนังสวยงามมาก สิ่งที่น่าสนใจอื่นๆ ภายในวัด ได้แก่ พระปราสาท 8 องค์ พระศรีรัตนเจดีย์ ปราสาทนครวัดจำลอง ปราสาทพระเทพบิดรและประติมากรรมทวารบาลรูปยักษ์จากวรรณคดีเรื่องรามเกียรติ์ ความวิจิตรประณีตและสง่างามของวัดพระแก้ว ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมวันละนับหมื่นคน เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เมื่อเข้าสู่บริเวณพระบรมมหาราชวัง ชมหมู่พระที่นั่งปราสาทราชมนเียรต่างๆ แล้ว ก็นิยมเข้าชมมัสการพระแก้วมรกตที่วัดพระแก้วด้วย โดยนักท่องเที่ยวจะนิยมมีเที่ยวเป็นกลุ่มและมีมัคคุเทศก์เป็นผู้บรรยายประวัติความเป็นมาและความงดงามวิจิตรตระการตาของพระบรมมหาราชวังและวัดพระแก้ว ความรู้ความเข้าใจและความประทับใจเหล่านี้เป็นผลได้จากการนำพาของมัคคุเทศก์เป็นสำคัญ ซึ่งคำว่า “มัคคุเทศก์” นั้นหมายความว่า “ผู้นำทาง” ซึ่งใช้เรียกบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่เป็นผู้คอยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวตลอดจนคอยชี้แนะอธิบายสิ่งต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวทราบ (คู่มือมัคคุเทศก์, 2541: 3) มัคคุเทศก์ถือว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดในบรรดาบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศมากมาย (บุญเลิศ จิตต์วัฒนา, 2549) ได้กล่าวว่า มัคคุเทศก์เปรียบเสมือนตัวแทนของคนในท้องถิ่นในการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น นับเป็นอาชีพที่ต้องใช้ความรู้ความสามารถในการติดต่อสื่อสารทางภาษาให้ผู้อื่นเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวที่จะเข้าชมได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ Holloway (2002) กล่าวว่า มัคคุเทศก์เป็นผู้เผยแพร่ขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงาม เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ประสบการณ์ ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลินระหว่างการเดินทางในการท่องเที่ยว ดังนั้นมัคคุเทศก์จึงต้องเป็นคนในท้องถิ่นที่สามารถใช้ภาษาของตนและภาษาของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศหรือภาษาอื่นที่

สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้ มีความสามารถในการบอกเล่า บรรยายเรื่องราวต่างๆในท้องถิ่นของตนไม่ว่าจะเป็นด้าน ประวัติศาสตร์ ศาสนา สถาปัตยกรรม ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น เป็นต้น รวมไปถึงมีหน้าที่บรรยาย ให้ความรู้ ตอบคำถาม และอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในระหว่างการเดินทาง (รวิวรรณ โปรรุ่งโรจน์, 2550) มัคคุเทศก์เป็น บุคคลที่ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวที่สุดจึงเปรียบเสมือนตัวแทนสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยในสายตาของ นักท่องเที่ยวได้ หากมัคคุเทศก์เป็นผู้พร้อมและรอบรู้ในด้านสถานที่ท่องเที่ยว ขนบธรรมเนียมประเพณี รวมทั้งให้บริการที่ ประทับใจทั้งด้านความสะดวกสบายและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวแล้ว ก็ย่อมจะเป็นกลไกสำคัญที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมา เที่ยวประเทศไทยอีก และบอกต่อไปยังเพื่อนฝูง และญาติพี่น้องให้มาเที่ยวประเทศไทย เป็นการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืนอีกทางหนึ่ง (คู่มือมัคคุเทศก์. 2541: 7-8)

กลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนถูกคาดหวังว่าจะเป็นตลาดนักท่องเที่ยวขาเข้าที่มีศักยภาพสำหรับประเทศไทยในอนาคต ตลาดกลุ่มนี้มีโอกาสเติบโตดี เนื่องจากมีสภาพเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง ปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและรัฐบาลให้ความสำคัญกับตลาดจีนมากขึ้น โดยได้กำหนดแผนการตลาดและการท่องเที่ยวให้ประเทศจีนเป็นกลุ่มเป้าหมายในตลาด ต่างประเทศ และเร่งให้มีการทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงถือได้ว่าเป็นโอกาสของมัคคุเทศก์ที่จะช่วยเพิ่มภาพลักษณ์ ส่งเสริม การท่องเที่ยวให้กับประเทศไทย (อรณิชา ชูเชิด, 2556) มัคคุเทศก์มีบทบาทที่สำคัญในฐานะที่เป็นผู้สื่อความหมาย ดังนั้นหาก มัคคุเทศก์มีความรอบรู้ในสถานที่ท่องเที่ยวและสามารถบรรยายและสื่อความหมายของสถาปัตยกรรม ประวัติความเป็นมาของ สถานที่และเกร็ดความรู้ต่างๆ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดมโนภาพในสิ่งที่มัคคุเทศก์นำเสนอ เกิดความรู้สึกชื่นชมและประทับใจในสิ่ง นั้นๆ หรือสถานที่นั้นๆ และการที่มัคคุเทศก์สามารถเป็นผู้สื่อความหมายที่ดี จำเป็นต้องใช้ภาษาเป็นตัวกลางหรือเป็นเครื่องมือใน การติดต่อสื่อสาร และในปัจจุบันนี้นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก สืบเนื่องด้วยการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว การขยายตัวอย่างต่อเนื่องของเศรษฐกิจจีน และการกำหนด แผนการตลาดและการท่องเที่ยวของประเทศไทย ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนหลั่งไหลเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น เนื่องจากภาษาจีนกลางเป็นภาษาสากลที่ใช้กันในกลุ่มชาวจีน ไม่เพียงแต่สาธารณรัฐประชาชนจีนเท่านั้น แต่ยังคงครอบคลุมถึงประเทศ ใต้หวัน สิงคโปร์ ฮองกง มาเก๊า และชาวจีนโพ้นทะเลที่ยังใช้ภาษาจีนกลางในการสื่อสารอยู่ ดังนั้นการศึกษาการศึกษาทักษะการ สื่อสารภาษาจีนกลางของมัคคุเทศก์ไทยจึงเป็นการศึกษาที่น่าสนใจในการทราบถึงระดับความสามารถในการสื่อสารของมัคคุเทศก์ กับกลุ่มผู้ใช้ภาษาจีนกลาง ในสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยอย่างวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ซึ่งเป็นประอาราม ที่พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกทรงโปรดเกล้าฯให้สร้างขึ้นพร้อมกับการสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์ ดังนั้นทักษะทางการ สื่อสารสำหรับการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์จึงเป็นเรื่องสำคัญอันจะนำไปสู่ความเข้าใจและการพัฒนาปรับปรุงการใช้ภาษาจีนกลาง ของมัคคุเทศก์ให้ดีขึ้นและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

#### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ทักษะการสื่อสาร หมายถึงทักษะการสื่อสารสำหรับการนำเที่ยวของมัคคุเทศก์ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสามารถในการใช้ภาษา ด้านความถูกต้องและความชัดเจนของภาษา ด้านภาษาสำหรับการนำเที่ยว
2. ภาษาจีน หมายถึง ภาษาจีนกลางที่สาธารณรัฐประชาชนจีนใช้อยู่ในปัจจุบัน
3. มัคคุเทศก์ หมายถึง ผู้นำเที่ยวชาวไทย ที่นำเที่ยวที่วัดพระศรีรัตนศาสดาราม
4. นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่ใช้ภาษาจีนกลางเป็นภาษาแม่ สำหรับการติดต่อสื่อสาร

#### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาทักษะการสื่อสารภาษาจีนกลางของมัคคุเทศก์ไทย



1. ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ตลอดจนความเหมาะสมของภาษา (Wording) แล้วนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข
2. หาความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบทดสอบทั้งฉบับ โดยวิธีของครอนบาค (Cronbach alpha Procedure) ในรูปสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.928
3. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยต่อไป

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยนำแบบสอบถามไปสอบถามกับนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวในวัดพระศรีรัตนศาสดาราม จำนวน 200 คน เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา มีการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อทักษะการใช้ภาษาจีนกลางของมัคคุเทศก์ที่วัดพระศรีรัตนศาสดารามของนักท่องเที่ยว โดยใช้ ANOVA และเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการ LSD (Least significant difference test) มาวิเคราะห์เปรียบเทียบ โดยดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามตอนที่ 1 โดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ
2. วิเคราะห์เกี่ยวกับทักษะการใช้ภาษาจีนกลางของมัคคุเทศก์ที่วัดพระศรีรัตนศาสดารามของนักท่องเที่ยวทั้งด้านความสามารถในการใช้ภาษา ด้านความถูกต้องและความชัดเจนของภาษา และด้านภาษาสำหรับการนำเที่ยวโดยการคำนวณค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. เปรียบเทียบปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันส่งผลต่อระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเรื่องทักษะการสื่อสารของมัคคุเทศก์ไทย โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (t-test) และระหว่างกลุ่มเป้าหมายมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) ในกรณีนี้ที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยวิธีการ LSD (Least significant difference test)

### ผลการวิจัย

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และเพศหญิงจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 84 สำหรับอายุส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปี มากที่สุด มีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41-60 ปี มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 23 อายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และอายุ 60 ขึ้นไป มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 สำหรับอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียนมากที่สุด มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือพนักงานเอกชนมีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 ธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 เกษียณอายุมีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 ข้าราชการมีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 พนักงานขายและเกษตรกรมีจำนวนเท่ากันคืออาชีพละ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 สำหรับภูมิลำเนาส่วนใหญ่มีอยู่ที่ สิงคโปร์ มากที่สุด มีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00

รองลงมาคือได้ห้วน มีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 อื่นๆ มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 และเงินแผ่นดินใหญ่มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50

## ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ใช้ภาษาจีนกลางต่อทักษะการสื่อสารของมัคคุเทศก์ไทย

จากการวิจัยพบว่าความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ใช้ภาษาจีนกลางต่อทักษะการสื่อสารของมัคคุเทศก์ไทยโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.28, S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านความสามารถในการใช้ภาษา มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.33, S.D. = 0.72) รองลงมาคือด้านภาษาสำหรับการนำเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.30, S.D. = 0.75) และข้อที่น้อยที่สุดคือด้านความถูกต้องและความชัดเจนของภาษา มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.22, S.D. = 0.71)

1. ด้านความสามารถในการใช้ภาษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.33, S.D. = 0.72) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการใช้สำเนียง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.37, S.D. = 0.76) รองลงมาคือวาทศิลป์ในการสื่อสาร มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.34, S.D. = 0.75) และข้อที่น้อยที่สุดคือการใช้ภาษาอย่างเหมาะสม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.29, S.D. = 0.75)

2. ด้านความถูกต้องและความชัดเจนของภาษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.22, S.D. = 0.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการใช้ภาษาอย่างถูกต้องคล่องแคล่ว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.23, S.D. = 0.73) รองลงมาคือคำศัพท์และไวยากรณ์และสำเนียง การออกเสียง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.21, S.D. = 0.72)

3. ด้านภาษาสำหรับการนำเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.28, S.D. = 0.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือเกร็ดความรู้เสริมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.32, S.D. = 0.77) รองลงมาคือการให้ข้อมูล มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.30, S.D. = 0.78) ความรู้ด้านสถานที่ท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.30, S.D. = 0.76) และข้อที่น้อยที่สุดคือการกล่าวทักทาย ต้อนรับ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.28, S.D. = 0.76)

## ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ใช้ภาษาจีนกลางในเรื่องทักษะการสื่อสารของมัคคุเทศก์ไทย จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพและภูมิลำเนา

จากการทดสอบสมมติฐานนักท่องเที่ยวที่ใช้ภาษาจีนกลางในเรื่องทักษะการสื่อสารของมัคคุเทศก์ไทย ที่มีเพศที่ต่างกัน พบว่า ด้านความถูกต้องและความชัดเจนของการใช้ภาษา และ ด้านภาษาสำหรับการนำเที่ยวไม่แตกต่างกัน และด้านความสามารถในการใช้ภาษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐานนักท่องเที่ยวที่ใช้ภาษาจีนกลางในเรื่องทักษะการสื่อสารของมัคคุเทศก์ไทย ที่มีอายุที่ต่างกัน พบว่า โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านความถูกต้องและความชัดเจนของการใช้ภาษาไม่แตกต่างกัน และความสามารถในการใช้ภาษา ด้านภาษาสำหรับการนำเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากการทดสอบสมมติฐานนักท่องเที่ยวที่ใช้ภาษาจีนกลางในเรื่องทักษะการสื่อสารของมัคคุเทศก์ไทย ที่มีอาชีพที่ต่างกัน พบว่า โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านความถูกต้องและความชัดเจนของการใช้ภาษาไม่

แตกต่างกัน และความสามารถในการใช้ภาษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านภาษาสำหรับการนำเที่ยว  
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากการทดสอบสมมติฐานนักท่องเที่ยวที่ใช้ภาษาจีนกลางในเรื่องทักษะการสื่อสารของมัคคุเทศก์ไทย ที่มีภูมิลำเนาที่  
แตกต่างกัน พบว่า โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านความสามารถ  
ในการใช้ภาษา ด้านความถูกต้องและความชัดเจนของการใช้ภาษา และด้านภาษาสำหรับการนำเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ  
ทางสถิติที่ระดับ 0.01

### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

**ลักษณะทั่วไปของประชากรศาสตร์**พบว่านักท่องเที่ยวที่ใช้ภาษาจีนกลางที่มาท่องเที่ยวที่วัดพระศรีรัตนศาสดาราม ส่วน  
ใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 84 มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 57 ส่วนใหญ่เป็น  
นักเรียน จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 มีภูมิลำเนาอยู่ที่ สิงคโปร์ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00

จากการวิจัยพบว่าระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจากภูมิลำเนาต่างๆ ที่ใช้ภาษาจีนกลาง ที่มีต่อทักษะการสื่อสาร  
ภาษาจีนกลางของมัคคุเทศก์ไทยในวัดพระศรีรัตนศาสดารามโดยภาพรวมทั้ง 3 ด้านอยู่ในระดับดี และพิจารณารายด้านเป็นรายข้อ  
พบว่าด้านความสามารถในการใช้ภาษา ข้อการใช้น้ำเสียง ด้านภาษาสำหรับการนำเที่ยว ข้อเกร็ดความรู้เสริมและด้านความถูกต้อง  
และความชัดเจนของภาษา ข้อการสื่อสารอย่างถูกต้องคล่องแคล่ว อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ จากการประเมินในด้านต่างๆ ของ  
นักท่องเที่ยวได้สอดคล้องกับการศึกษาค้นคว้า และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวครั้งนี้ ด้านความสามารถ  
ในการใช้ภาษา สอดคล้องกับงานวิจัยของชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์ (2540) ที่กล่าวว่ามัคคุเทศก์จะต้องมีความรู้ด้านการใช้ภาษาและมี  
ความสามารถที่จะถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยวฟัง สำหรับด้านภาษาสำหรับการนำเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาวดี ล้อมหา  
มงคล (2545) ที่เห็นว่ามัคคุเทศก์จำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในแง่มุมต่างๆ และมัคคุเทศก์ควรมีความใฝ่รู้  
และรู้จักพัฒนาตนเองอยู่เสมอและต้องสามารถถ่ายทอดข้อมูลต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวฟัง

ทั้งนี้เนื่องจากหลักสำคัญสำหรับการสื่อสารด้านการนำเที่ยวคือการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวควบคู่กับความ  
เพลิดเพลินในการเยี่ยมชม แม้ว่าด้านความถูกต้องและความชัดเจนของภาษาจะได้คะแนนต่ำสุด แต่หากจากการประเมินของ  
นักท่องเที่ยวแล้ว โดยภาพรวมไม่ได้ส่งผลให้ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวลดลง ซึ่งสอดคล้องกับ อรณิชา ชูเชิด (2555) ที่ได้  
ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการบริการ กรณีศึกษา บริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ใช้ภาษาจีนกลาง  
ในเรื่องทักษะการสื่อสารของมัคคุเทศก์ไทย พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความเห็นต่อทักษะในการใช้ภาษาจีนไม่  
แตกต่างกัน ยกเว้นด้านความสามารถในการใช้ภาษา โดยเพศหญิงให้คะแนนทักษะด้านความสามารถในการใช้ภาษาสูงกว่าเพศ  
ชาย นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความเห็นด้านความถูกต้องและความชัดเจนของการใช้ภาษาไม่แตกต่างกัน แต่ให้  
คะแนนด้านความสามารถในการใช้ภาษาและด้านภาษาสำหรับการนำเที่ยว แตกต่างกัน โดยด้านความสามารถในการใช้ภาษา  
นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-40 ปี ให้คะแนนสูงสุด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41-60  
ปี ตามลำดับ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพที่ต่างกันมีความเห็นด้านความถูกต้องและความชัดเจนของการใช้ภาษาไม่แตกต่าง  
กัน แต่ให้คะแนนด้านความสามารถในการใช้ภาษาและด้านภาษาสำหรับการนำเที่ยว แตกต่างกัน โดยด้านความสามารถในการใช้  
ภาษา อาชีพข้าราชการให้คะแนนสูงสุด รองลงมาคือนักเรียน นักธุรกิจ และผู้เกษียณอายุ ตามลำดับ สำหรับด้านภาษาสำหรับการ  
นำเที่ยวอาชีพพนักงานเอกชนให้คะแนนสูงสุด รองลงมาคือนักธุรกิจและผู้เกษียณอายุ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาที่  
แตกต่างกันมีความเห็นต่อทักษะการสื่อสารในทุกด้านแตกต่างกัน ได้แก่ด้านความสามารถในการใช้ภาษา ด้านความถูกต้องและ



ความชัดเจนของการใช้ภาษา และด้านภาษาสำหรับการนำเที่ยวโดยด้านความสามารถในการใช้ภาษาภูมิสำเนาที่ให้คะแนนสูงสุดคือได้หัววัน รองลงมาคือจีนแผ่นดินใหญ่ สิงคโปร์ และอื่นๆ ตามลำดับ

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาค้นคว้าวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### 1. การนำผลวิจัยไปใช้

มัคคุเทศก์สามารถใช้ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ในการพัฒนาการใช้ภาษาจีนกลางของตนสำหรับการสื่อสารได้ตรงกับความต้องการหรือจุดอ่อนของตนได้อย่างเหมาะสม โดยการเรียนรู้ด้วยตนเองจากการประกอบอาชีพ การเข้าอบรมสำหรับหลักสูตรมัคคุเทศก์ หรือการเรียนภาษาจีนเพิ่มเติม จากการวิจัยพบว่ามัคคุเทศก์ส่วนใหญ่มีปัญหาด้านความถูกต้องและความชัดเจนของภาษามากที่สุด โดยเฉพาะคำศัพท์และไวยากรณ์ และสำเนียง การออกเสียง ที่ยังคงเป็นปัญหาสำหรับมัคคุเทศก์ไทย

ในการจัดการเรียนการสอนสำหรับหลักสูตรมัคคุเทศก์ ควรให้ความสำคัญต่อปัญหาการใช้ภาษาจีนกลางในด้านต่างๆ ดังที่กล่าวมาข้างต้น เน้นการใช้ภาษาสำหรับการสื่อสาร เพิ่มเติมศัพท์เฉพาะ ไวยากรณ์ และสำนวนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และมีการฝึกฝนการออกเสียงและประโยคที่ถูกต้องในการพูด เน้นผู้เรียนได้ใช้ภาษาในสถานการณ์จริงเพื่อเป็นการเตรียมพร้อมสู่อาชีพผู้นำเที่ยว

#### 2. การทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการวิจัยเรื่องเดียวกันกับสถานที่ในเขตพื้นที่จังหวัดอื่น หรือในพื้นที่ที่มีลักษณะการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.2 ควรมีการวิจัยกับอาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอื่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว เช่น พนักงานในโรงแรม ร้านอาหารของที่ระลึก พนักงานที่ให้บริการสอบถามข้อมูลในสนามบิน เป็นต้น

2.3 ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Study) ถึงปัจจัยและอิทธิพลที่มีต่อการใช้ภาษาจีนกลางในการสื่อสารในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

### เอกสารอ้างอิง

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2556). **นักท่องเที่ยวจีน กำลังซื้อสำคัญของโลก.(ออนไลน์).** แหล่งที่มา:

[http://www.exim.go.th/eximenews/enews\\_june2013\\_tips.html](http://www.exim.go.th/eximenews/enews_june2013_tips.html) [2557, 1 มีนาคม].

รวีวรรณ โปรงรุ่งโรจน์. (2550). มัคคุเทศก์. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. (2540). **ลักษณะของบุคลากรที่เหมาะสมกับการทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.** จุลสารการท่องเที่ยว.

6(2), 45-56.

ไพบูลย์ คุ่มคำ. (2548). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการที่มัคคุเทศก์จัดให้ในจังหวัดกาญจนบุรี.**

ปริญญาานิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

มหาวิทยาลัยศิลปากร. (2541). **คู่มือมัคคุเทศก์.** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2549). **หลักการมัคคุเทศก์.** กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือท่องเที่ยว.

พิมพ์พรรณ สุจารินพงศ์. (2549). **มัคคุเทศก์.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุภาวดี ถ่อมหมงคง (2545). คุณลักษณะนักศึกษาฝึกงานที่พึงประสงค์ของธุรกิจนำเที่ยว การค้นคว้าแบบอิสระ ศศ.ม. (การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อรณิชา ชูเชิด. 2555. “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการบริการ กรณีศึกษา บริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์.” **วารสารสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น : บริหารธุรกิจและภาษา** ปีที่ 1, ฉบับที่ 1 (เดือนตุลาคม 2555 – มีนาคม 2556): 4.

Holloway, C.J. (2002). *The Business of Tourism*. New York: Prentice Hall.

Richards, J.C. & Schmidt, R. W. (1983). *Language and Communication*. New York: Longman.