RMUTSV
SK074135

65897

รายงานการวิจัย

เรื่อง

ศึกษาการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร เพื่อเสริมสร้างมาตรฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว กรณีศึกษา : ตลาดน้ำเทศบาลเมืองคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

A Study of English for Communication to Enhance the Standardization of Tourism Information Case Study: The Klonghae Floating Market, Had Yai, Songkhla

ไพพรรณ มุ่งศิริ Paipun Mungsiri
จินตนา เจริญเนตรกุล Jintana Chareonnetkul
รวิวรรณ พวงสอน Rawiwan Poungsorn

910.08
W967
2554

คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
งบประมาณแผ่นดินประจำปี พ.ศ. 2554

ศึกษาการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างมาตรฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว กรณีศึกษา : ตลาดน้ำเทศบาลเมืองคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ไพพรรณ มุ่งศิริ[1] จินตนา เจริญเนตรกุล[2] รวิวรรณ พวงสอน[3]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทของตลาดน้ำคลองแหที่เชื่อมโยงสู่การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล รวมทั้งศึกษาการจัดทำข้อมูลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล และศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ในปีที่ทำการศึกษา (กันยายน 2553-สิงหาคม 2555) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยพบว่า บริบทของตลาดน้ำคลองแหในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในด้านแหล่งหรือกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ป้ายบอกทางหรือป้ายแสดงข้อมูลจำเพาะ ด้านการบริการการท่องเที่ยว ได้แก่ป้ายสื่อความหมายต่างๆ และแผ่นพับ ประเด็นสุดท้ายด้านการตลาด ด้วยสื่อสิ่งพิมพ์และข้อมูลบนอินเตอร์เน็ต ผลจากการสำรวจตลาดน้ำคลองแหในภาพรวมยังมีการบริการข้อมูลในด้านต่างๆ ได้แก่ป้ายประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย และใบปลิวและแผ่นพับ มีภาษาไทยปนภาษาอังกฤษ บ้างการบริการบนอินเตอร์เน็ต ส่วนใหญ่เป็นการลงข้อความด้วยภาษาไทยจากนักท่องเที่ยว การจัดทำข้อมูลภาษาอังกฤษ ด้วยสื่อ 3 ประเภท คือ ข้อมูลบนอินเตอร์เน็ต ข้อมูลบนป้ายสื่อความหมายและข้อมูลบนใบปลิวและแผ่นพับ ระดับความพึงพอใจของชาวต่างชาติที่ใช้ข้อมูลทั้ง 3 ประเภท พบว่าระดับความพึงพอใจในการใช้ข้อมูลในภาพรวมอยู่ในระดับต่ำ จากข้อมูลในแบบสอบถามนักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำคลองแหจากปากต่อปาก (40%) รองลงมาคือ ทราบจากบริษัททัวร์เที่ยวหรือโรงแรม (33%) คำแนะนำที่สามารถนำมาปรับปรุงศักยภาพตลาดน้ำคลองแหเป็นในด้านข้อมูลและการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว เช่นการเพิ่มภาษามลายูและภาษาจีนกลางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: มาตรฐาน ข้อมูล

[1-3]คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

A Study of English for Communication to Enhance the Tourism Information Case Study: The Klonghae Floating Market, Had Yai, Songkhla

Paipun Mungsiri[1] Jintana Charoennetkul[2] Rawiwan Poungsorn[3]

Abstract

The objectives of this research were to study the context of Klonghae Floating Market which relates to the potentiality to become internationally known market including studying information services to promote the market to the world tourism standard. The foreign tourist satisfaction with information services was conducted (September 2010- August 2012). The SPSS/PC was used in the analysis of data, percentage, arithmetic mean and S.D. The descriptive analysis of related data was also presented.

It was found that the context of Klonghae Floating Market to communicate in English for facility in the resources and activities; the signs of the tourist location, the warning signs and the leaflet, and the market destination in the form of brochures and internet. It was found that most of the information at Klonghae Floating Market was written in Thai with little English. The information on the leaflet and brochures was written in both Thai and English. In addition, the information on the internet was mostly written in Thai posted by the tourists. The researcher designed three types of English information; internet ,the facility signs, leaflets and brochures. The level of satisfaction of the tourists for the internet was at moderate level. The facility signs were at low level. Finally, the satisfaction with the information on the leaflets and brochures was also at low level. Most of the foreign tourists got the information about Klonghae Floating Market from mouth to mouth (40%) and from tour company/hotel (33%) respectively. The suggestions and recommendations to improve the quality of the Market were; the management of information and the tourism resources. It was suggested that Malay and Mandarin should include in the information services.

Key words: standard information

[1-3]Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology srivijaya Songkhla

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ข
สารบัญ ค
สารบัญตาราง ง
สารบัญภาพ จ
บทที่ 1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1
ความเป็นมา 1
วัตถุประสงค์ 2
ขอบเขตของการวิจัย 3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 3
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 4
ความสำคัญของภาษาอังกฤษในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 4
ความสำคัญของการสื่อสารและประเภทของการสื่อสารในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 5
เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว 6
เกณฑ์มาตรฐานข้อมูลการท่องเที่ยว 9
บริบทของตลาดน้ำคลองแห้านข้อมูลที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน 12
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 28
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย 30
การสำรวจข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว 31
การกำหนดประชากรและการสุ่มตัวอย่างแบบสอบถาม 32
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 32
การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม 33
การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม 34

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 35

ผลการศึกษาบริบทของตลาดน้ำคลองแหที่เชื่อมโยงสู่การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวตาม มาตรฐานสากล พร้อมภาพประกอบ 35

วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้ข้อมูลภาษาอังกฤษ 39

วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อการบริการข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำที่เป็นภาษาอังกฤษ 45

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวเพื่อการปรับปรุงคุณภาพข้อมูลภาษาอังกฤษ ของตลาดน้ำคลองแห 48

บทที่ 5 อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ 49

ด้านบริบทของตลาดน้ำคลองแหที่เชื่อมโยงสู่การพัฒนาศักยภาพตามมาตรฐานสากล 49

ด้านการจัดทำข้อมูลภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล 50

ด้านการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ 50

บรรณานุกรม 57

ภาคผนวก

ก แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ต่อการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างมาตรฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว 56

ข ข้อมูลภาษาอังกฤษบนแผ่นพับ 57

ค ข้อมูลภาษาอังกฤษบนใบปลิว 58

ง ข้อมูลภาษาอังกฤษบนอินเตอร์เน็ต 59

จ ป้ายทางเข้าบอกทางเข้าถึงตลาดน้ำคลองแห 60

ฉ ป้ายแผนผัง 61

ช ป้ายลูกศรชี้ไปยังสถานที่ต่าง ๆ 62

ซ ตารางค่าดัชนีความสอดคล้องแบบสอบถามและค่า Reliability 63

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	39
2	อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	39
3	การศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม	40
4	อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	40
5	เชื้อชาติของผู้ตอบแบบสอบถาม	41
6	จำนวนครั้งที่มาเที่ยวตลาดน้ำคลองแห	42
7	จำนวนคนในกลุ่มที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำคลองแห	42
8	ประเภทกลุ่มของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
9	จำนวนวันที่พักในหาดใหญ่	43
10	การทราบข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำคลองแห	44
11	ระดับความพึงพอใจต่อการบริการข้อมูลบนอินเตอร์เน็ต	45
12	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้ป้ายข้อมูลแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	46
13	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้ข้อมูลบนใบปลิวและแผ่นพับ	47

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ **หน้า**

1 บรรยากาศภายในบริเวณตลาดน้ำ 13

2 นักท่องเที่ยวบริเวณตลาดในเรือ 14

3 การแสดงรำมโนราห์ที่ตลาดน้ำคลองแห 15

4 นักท่องเที่ยวบริเวณตลาดในเรือ 15

5 บริเวณทางเข้าตลาดน้ำคลองแหฝั่งถนนลพบุรีราเมศวร์ 17

6 ป้ายต้อนรับนักท่องเที่ยว 18

7 บริเวณทางลงตลาดในเรือไม่มีป้ายเตือนระวังอันตราย 18

8 ป้ายสื่อความหมายที่เป็นภาษาไทย 19

9 ป้ายสื่อความหมายที่เป็นภาษาไทย 19

10 ป้ายห้องสุขาเขียนด้วยภาษาไทยและมีภาษาอังกฤษกำกับ 20

11 ป้ายชื่อตลาดน้ำคลองแหด้านหน้ากองอำนวยการ 20

12 ป้ายชื่อศูนย์อำนวยการนักท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห 21

13 ป้ายภาษาอังกฤษต้อนรับนักท่องเที่ยว 21

14 ป้ายภาษาอังกฤษต้อนรับนักท่องเที่ยว 22

15 บริเวณร้านค้าภายในตลาดน้ำ 22

16 บริเวณลานจอดรถ 23

17 บริเวณลานจัดกิจกรรม 23

18 ป้ายภาษาอังกฤษบริเวณทางเข้าตลาดน้ำคลองแหฝั่งถนนลพบุรีราเมศวร์ 36

19 บริเวณลานจอดรถมีป้ายแสดงผังรวมของจุดท่องเที่ยว 36

20 ป้ายแสดงที่ตั้งของสถานที่ต่างๆ ภายในตลาดน้ำจำนวน 3 จุด 37

บทที่ 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

1. ความเป็นมา

ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ได้กำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ (National Agenda) เพราะอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญ นำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการค้าและการลงทุน เมื่อประเทศประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ สามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่นๆ อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มการแข่งขันรุนแรงขึ้นตามลำดับ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความอ่อนไหวง่ายจากปัจจัยลบทั้งภายในและภายนอกประเทศโดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ สถานการณ์และผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงที่เป็นความท้าทายต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยมาจากหลายประเด็น (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559) ดังนั้นนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยจะต้องพัฒนาให้มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานคุณภาพด้านความปลอดภัยและการให้บริการระดับสากล โดยการเน้นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมไทยควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ส่งเสริมการตลาด ท่องเที่ยวเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพจากทั่วโลก รวมทั้งกำหนดแนวทางการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและการบริการให้มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ประเทศไทยจึงเป็นหนึ่งในหลายประเทศที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นการบริการที่มีศักยภาพเพื่อสร้างงาน กระจายรายได้ และหารายได้จากเงินตราต่างประเทศ พร้อมทั้งตั้งเป้าหมายที่จะทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว (www. Masci.or.th retrieved 21/8/2010) แต่ปัจจุบันการขยายตัวทางการท่องเที่ยวยังประสบอุปสรรค ประเด็นหนึ่งคือการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบอีเล็กทรอนิกส์ ความรู้ สาระและสารสนเทศกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความแตกต่างและสร้างคุณค่าของสินค้า และเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ได้กำหนดนโยบายที่จะสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวตลอดจนปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล โดยมีแนวทางดำเนินการในการปรับปรุงป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมายให้ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวหลักเป็น

ระบบเดียวกันทั่วประเทศและถูกต้องตามหลักสากลโดยสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งพัฒนาเครือข่ายระบบสารสนเทศ ส่งเสริมการจัดทำข้อมูลการท่องเที่ยวออนไลน์ และการเชื่อมโยงระบบบริการต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวทางเว็บไซต์

ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ตลาดน้ำนับเป็นอีกสถานที่หนึ่งที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยว ซึ่งนับเป็นรายได้หลักสู่ประเทศ การที่นักท่องเที่ยวนิยมไปพักผ่อน ทำให้เกิดรายได้แก่ชุมชนและสามารถพัฒนาไปสู่มาตรฐานสากลเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและก่อเกิดรายได้เข้าสู่ประเทศ

ตลาดน้ำคลองแหก่อกำเหนิดขึ้นในปี พ.ศ. 2552 โดยมีจุดประสงค์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวทางน้ำในวิถีอนุรักษ์ธรรมชาติ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ดึงดูดนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจากประเทศเพื่อนบ้านในประชาคมอาเซียน รวมทั้งนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่นๆ นิยมเดินทางมาพักผ่อนในวันหยุด เป็นแหล่งก่อเกิดรายได้แก่ชุมชน จึงนับว่าการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจโดยรวมของชุมชนเพราะเป็นแหล่งก่อให้เกิดการกระจายรายได้แก่ชุมชน

อย่างไรก็ตามการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแห โดยทั่วไปดำเนินการโดยเทศบาลเมืองคลองแห การแข่งขันด้านสถานที่ท่องเที่ยวตลาดน้ำจะทำให้ตลาดน้ำคลองแหซบเซาลงและนักท่องเที่ยวจะหันเหไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่มีการจัดการที่ดีกว่า การพัฒนาตลาดน้ำคลองแห เพื่อนำไปสู่มาตรฐานการท่องเที่ยวระดับสากลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและการจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ดังนั้นการศึกษาเกี่ยวกับการเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อนำผลที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับเทศบาลเมืองคลองแหนำไปกำหนดเป็นจุดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาตลาดน้ำคลองแหให้มีศักยภาพในการบริการการท่องเที่ยวและใช้ข้อมูลประเมินความเป็นไปได้ของการพัฒนาไปสู่มาตรฐานสากล

2. วัตถุประสงค์

2.1 ศึกษาบริบทของตลาดน้ำคลองแหที่เชื่อมโยงสู่การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล

2.2 ศึกษาการจัดทำข้อมูลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล

2.3 ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ข้อมูลประชาสัมพันธ์

3. ขอบเขตของการวิจัย

3.1 ด้านประชากร ได้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 100 คน

3.2 ด้านเนื้อหา ศึกษาเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำคลองแหและกิจกรรมที่จัดทำช่วงระยะเวลาที่ทำการวิจัยคือปี พ.ศ. 2553-2555

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

4.1 ได้ข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเป็นภาษาอังกฤษตามมาตรฐานสากล

4.2 ได้ป้ายบอกทางที่เป็นภาษาอังกฤษ

4.3 การท่องเที่ยวตลาดน้ำเผยแพร่สู่วงกว้าง

4.4 เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงมาตรฐานการท่องเที่ยวให้ได้คุณภาพมาตรฐานและเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็ง

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้า รวบรวมแนวความคิดจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษา ดังนี้

1. ความสำคัญของภาษาอังกฤษในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
2. ความสำคัญของการสื่อสารและประเภทของการสื่อสารในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
3. เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว
4. เกณฑ์มาตรฐานข้อมูลการท่องเที่ยว
5. บริบทของตลาดน้ำคลองแหด้านข้อมูลที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความสำคัญของภาษาอังกฤษในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การเตรียมความพร้อมของประเทศไทยในการก้าวสู่การเปิดประตูสู่ประชาคมอาเซียนคือการเน้นการใช้ภาษาอังกฤษ เพราะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นองค์กรที่เกี่ยวข้องกับภาษาอังกฤษในการถ่ายทอดวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของแหล่งท่องเที่ยว แนวทางหนึ่งในการเสริมสร้างผู้ประกอบการไทยให้พร้อมกับการแข่งขันกับประเทศอื่นในอาเซียน คือการพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะและได้มาตรฐาน และมีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ ปัจจุบันภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางในการติดต่อธุรกิจการค้าต่างๆ นโยบายด้านหนึ่งของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาคือการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวด้วยการเพิ่มป้ายบอกทางที่เป็นภาษาอังกฤษเพื่ออำนวยความสะดวกให้คนต่างชาติในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว การใช้ภาษาอังกฤษยังมีบทบาทสำคัญกับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว เช่นผู้ประกอบการ มัคคุเทศก์ พนักงานโรงแรม บริษัทท่องเที่ยว ซึ่งล้วนแต่ต้องใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพราะในการท่องเที่ยวต้องมีการสื่อสารข้อมูล เพื่อความเข้าใจที่ตรงกัน (Gupta V.Neena. www.insight.org.uk/ar. Retrieved 12/12/2011) หลักสูตรในมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั้งในประเทศไทยและของต่างประเทศจึงฝึกฝนทักษะทางด้านภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ความสามารถทางการใช้ภาษาอังกฤษการสื่อสารจึงเป็นศักยภาพหนึ่งในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับการท่องเที่ยว

2. ความสำคัญของการสื่อสารและรูปแบบของการสื่อสารในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

กนกพร ปิมแปง (2552 อ้างใน www.coursewares.mju.ac.th:81TD335/chapter2.retrieved 12/12/2011) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการสื่อสารว่ามีความสำคัญต่อมนุษย์มาตั้งแต่กำเนิด เนื่องจากมนุษย์ต้องอยู่ในสังคมและใช้การสื่อสาร เป็นเครื่องมือในการบอกความต้องการของตนเองต่อผู้อื่น การสื่อสารจึงเป็นสื่อกลางที่ทำให้มนุษย์สามารถอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างราบรื่น ในการประกอบธุรกิจ การติดต่อสื่อสารที่ดี มีความต่อเนื่องและรวดเร็วนับเป็นกุญแจที่สำคัญมาก การสื่อสารที่ดีนั้นคือ การส่งความหมายจากผู้ส่งไปยังผู้รับ ซึ่งผู้รับจะเข้าใจความหมายนั้นได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ยังประกอบด้วยปัจจัยอื่นๆ อีก เช่น ความชัดเจนของคำพูด ความต่อเนื่องในการติดต่อสื่อสาร น้ำเสียงในการสื่อสารที่ตรงกับความตั้งใจและสอดคล้องกับสถานการณ์ วัตถุประสงค์ของการสื่อสารมีหลายอย่าง เช่น เพื่อให้ข้อมูล เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เพื่อให้เกิดการยอมรับและได้รับความร่วมมือจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

กระบวนการสื่อสารจะเกิดจากผู้ส่ง (Sender) เป็นผู้เริ่มกระบวนการโดยการส่องข้อมูลข่าวสาร (Message Transmission) ไปยังผู้รับ (Receiver) ที่อาจเป็นคนเดียวหรือกลุ่ม ทั้งนี้ข้อมูลที่ส่งจะเป็น ข้อเท็จจริง (Facts) รวมทั้งความรู้สึก (Feelings) และทัศนคติ (Attitude) ของผู้ส่ง จากนั้นผู้รับจะส่งข้อมูลกลับ (Return Message) ไปยังผู้ส่ง ทั้งนี้ กระบวนการรับ-ส่ง จะดำเนินไปจนกว่าจะเข้าใจข่าวสารอย่างเต็มที่หรือพอใจ (www.coursewares.mju.ac.th:81TD335/chapter2.retrieved 12/12/2011)

จากนิยามดังกล่าวจะเห็นได้ว่า การสื่อสารจะเป็นกระบวนการส่งผ่านข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ภายใต้สภาพแวดล้อมหนึ่ง การส่งผ่านนี้จะดำเนินไปจนกว่าทั้งผู้ส่งและผู้รับจะเข้าใจข่าวสารหรือพอใจจึงจะยุติกระบวนการ

การบอกเล่ากันปากต่อปากหรือการสื่อสารด้วยคำพูดเป็นการสื่อสารพื้นฐานที่สุดในการให้ข้อมูล เมื่อนักท่องเที่ยวได้มาเยือนแหล่งท่องเที่ยว การบอกเล่ากันต่อๆ ไป เป็นการกระจายข่าวอีกทางหนึ่ง แต่การจะให้เกิดผลดีทางการจัดการอุตสาหกรรมที่มีประสิทธิภาพของแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยช่องทางอื่นอีกในการสื่อสารข้อมูลการท่องเที่ยว แหล่งสำคัญของข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. สิ่งพิมพ์ ได้แก่หนังสือพิมพ์ วารสาร ป้ายโฆษณา
2. สื่อที่ไม่ใช่สิ่งพิมพ์ ได้แก่ รายการโทรทัศน์ สื่อบนอินเตอร์เน็ต ภาพยนตร์

แหล่งข้อมูลเหล่านี้จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ตั้ง การเดินทาง แหล่งซื้อของ และแหล่งรับประทานอาหาร เป็นต้น (www.Egyankosh.ac.in/ retrieved 12/12/2011)

2.1 วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร	วัตถุประสงค์ของผู้รับสาร	ตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
เพื่อแจ้งให้ทราบ	เพื่อทราบ	การจัดทำเอกสาร แผ่นพับ เว็บไซต์ แนะนำบริษัททัวร์ท่องเที่ยว
เพื่อให้การศึกษา	เพื่อเรียนรู้	การทำหนังสือแนะนำแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด เส้นทางการท่องเที่ยว ข้อมูลที่พัก ร้านอาหาร
เพื่อชักจูง	เพื่อตัดสินใจ	การทำใบเสนอราคาและรายการท่องเที่ยวนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยว หรือจัดทำเว็บไซต์ในลักษณะ Multimedia ของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างความมั่นใจและเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้สนใจ
เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง	เพื่อสนุกสนาน	การสร้างภาพยนตร์สารคดีท่องเที่ยวประเภทต่างๆ หรือจัดทำเพลงประกอบมิวสิควีดิโอโดยมีนักร้องระดับซุปเปอร์สตาร์มาเป็นพรีเซนเตอร์

3. เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยกรมการท่องเที่ยว มีภารกิจในการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้มาตรฐานเป็นเครื่องมือในการยกระดับคุณภาพการบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้อยู่ระดับสากล แนวคิดในการจัดทำมาตรฐานการท่องเที่ยวของประเทศไทยเกิดจากความมุ่งหวังพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศให้ก้าวสู่ความมี "คุณภาพ" โดยใช้มาตรฐานเป็นรากฐานหรือเป็นเครื่องมือสำคัญ

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงมีเป้าหมายหลักในการยกระดับการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันกับเพื่อนบ้านได้ โดยต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้นและทำให้นักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำอีก "มาตรฐานการท่องเที่ยว" จึงถูกใช้เป็นเครื่องยืนยันให้กับนักท่องเที่ยวผู้ใช้บริการว่า ประเทศไทย

ไม่ได้พัฒนาการท่องเที่ยวแบบฉาบฉวย แต่เน้นการพัฒนาที่รองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพ ดังนั้น การจัดทำมาตรฐานการท่องเที่ยวของประเทศไทย จึงได้จัดทำระบบการตรวจสอบและรับรองที่เป็นมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล นอกจากนั้น มาตรฐานการท่องเที่ยว ยังให้ความสำคัญกับหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การจัดการท่องเที่ยวที่ปราศจากอุปสรรคสำหรับคนทั้งมวล (Barrier Free) การมีส่วนร่วมของประชาชนและชุมชนในท้องถิ่น การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยของผู้ใช้บริการและคุณภาพชีวิตของพนักงาน (www. Tourism.go.th/Thailand Tourism Standard.com retrieved 10 Jan.2012)

การพัฒนามาตรฐานด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 โดยกรมการท่องเที่ยวเป็นหน่วยดำเนินการ ใช้ชื่อเรียกว่า "มาตรฐานการท่องเที่ยวไทย" หรือ THAILAND TOURISM STANDARD เรียกย่อว่า มทท.หรือ TTS

ปัจจุบันมีการจัดทำมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยแล้ว จำนวน 42 มาตรฐาน ครอบคลุมภาคการบริการท่องเที่ยวสาขาต่างๆ แหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท รวมถึงธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์และมีการดำเนินการพัฒนามาตรฐานเพิ่มเติมรวมถึงการปรับปรุงมาตรฐานเดิมให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์การท่องเที่ยวอยู่เสมอและมีการตรวจประเมินและรับรองตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 เป็นต้นมา

เกณฑ์สำคัญของมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย

หลักการหรือหัวใจสำคัญของมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ได้แก่

1. ถูกต้องตามกฎหมาย
2. ถูกต้องตามหลักสุขาภิบาล ถูกหลักอนามัย ต้องคำนึงถึงความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย
3. มีความปลอดภัยในการเข้าใช้บริการ
4. คำนึงถึงการดูแลสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม เช่น การสนับสนุนสินค้าในท้องถิ่นหรือการใช้แรงงานในท้องถิ่น เป็นต้น เพื่อก่อให้เกิดการกระจายรายได้ คนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
5. คุณธรรม จริยธรรมและสิทธิมนุษยชน เช่นการจ่ายค่าจ้างแรงงาน ความเท่าเทียมกันของเพศหญิงกับเพศชาย การใช้แรงงานต่างด้าวที่ถูกต้องตามกฎหมาย
6. บุคลากรและการให้บริการที่ดีเยี่ยม น่าประทับใจ

7. ในส่วนของฮาลาล คือ การถูกต้องตามหลักศาสนบัญญัติอิสลาม ทั้งการเตรียม/ปรุง จัดเก็บและระบบการป้องกันการปนเปื้อน

ซึ่งอาจสรุปได้ว่า การจัดทำมาตรฐานให้ความสำคัญกับคุณภาพ 3 ด้าน คือ

1. คุณภาพของ HARDWARE เช่น สถานที่ FACILITIES ที่มีอยู่
2. คุณภาพของระบบ ต้องมีการสร้างระบบบริหารจัดการที่ดี เป็นธรรมในองค์กร
3. คุณภาพของผู้ให้บริการที่สามารถให้บริการได้อย่างมืออาชีพ

ในปีพ.ศ. 2553 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยกรมการท่องเที่ยว ได้จัดให้มีการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐาน 17 มาตรฐาน ได้แก่

1. มาตรฐานที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay)
2. มาตรฐานโรงแรม (Hotel)
3. มาตรฐานที่พักตากอากาศ (Resort)
4. มาตรฐานบริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว
5. มาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว
6. มาตรฐานห้องน้ำสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวระดับสากล
7. มาตรฐานเรือรับจ้างนำเที่ยว
8. มาตรฐานเรือภัตตาคาร
9. มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป)
10. มาตรฐานกิจกรรมล่องแก่ง
11. มาตรฐานกิจกรรมเดินป่า
12. มาตรฐานกิจกรรมดูนก
13. มาตรฐานกิจกรรมปีนหน้าผา
14. มาตรฐานกิจกรรมดำน้ำ
15. มาตรฐานกิจกรรมแคนู-คายัค
16. มาตรฐานการจัดกิจกรรมปางช้างเพื่อการท่องเที่ยว
17. มาตรฐานการจัดกิจกรรมค่ายพักแรม (Camping)

นอกจากนี้ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้มีการนำคู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จำนวน 12 รายการคือ

1. การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
2. การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ

3. การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
4. การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
5. การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
6. การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ
7. การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ
8. การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทชายหาด
9. การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทแก่ง
10. การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทน้ำตก
11. การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติ
12. การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ

การเสริมสร้างมาตรฐานด้านข้อมูลโดยการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารจึงเป็นปัจจัยหนึ่งในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักและเป็นการอำนวยความสะดวกของทรัพยากรการท่องเที่ยวขั้นพื้นฐานในการแสดงป้ายข้อมูลด้วยภาษาอังกฤษ

4. เกณฑ์มาตรฐานข้อมูลการท่องเที่ยว

องค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization-ISO) ได้ให้นิยามศัพท์ การมาตรฐาน (Standardization) คือ กิจกรรมในการวางข้อกำหนดที่เกี่ยวเนื่องกับปัญหาสำคัญ ที่มีอยู่หรือที่จะเกิดขึ้นเพื่อให้เป็นหลักเกณฑ์ที่ใช้กันทั่วไปจนเป็นปกติวิสัย โดยมุ่งให้บรรลุถึงความสำเร็จสูงสุดตามข้อกำหนดที่วางไว้และการนำมาตรฐานต่างๆ ไปใช้ประโยชน์ (www. Prakaew.com retrieved 12-12-2011)

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2552 ได้ให้คำนิยามของมาตรฐานว่า สิ่งที่ถือเอาเป็นเกณฑ์ที่รับรองกันทั่วไป เช่น เวลามาตรฐานกรีนิช สิ่งที่ถือเอาเป็นเกณฑ์สำหรับเทียบกำหนดทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ (www.rirs3.royin.go.th/word19/word-19-a0.asp retrieved 12/12/2011)

บุญหลิบ พานิชชาติ (2550) ได้กล่าวถึง มาตรฐาน (Standard) ว่าหมายถึงสิ่งที่ถือเป็นหลักสำหรับเทียบกำหนด หรือหมายถึงข้อกำหนดรายการอย่างหนึ่งอย่างใด หรือหลายอย่างเกี่ยวกับ

1. จำพวก แบบ รูปร่าง มิติ การทำเครื่องประกอบ คุณภาพ ชั้น ส่วนประกอบ ความสามารถ ความทดแทนและความปลอดภัยของธุรกิจอุตสาหกรรม

2. วิธีทำ วิธีออกแบบ วิธีเขียน รายละเอียดและรูปภาพ วิธีใช้วัตถุที่จะนำมาทำผลิตภัณฑ์ของบริการและความปลอดภัยของธุรกิจบริการ

3. รูปแบบ มิติของภาชนะที่จะใช้ในการบริการ

4. วิธีทดลอง วิธีวิเคราะห์ วิธีเปรียบเทียบ วิธีตรง วิธีทดสอบ วิธีชั่งตวงวัด เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

5. คำเฉพาะ คำย่อ สัญลักษณ์ เครื่องหมาย สี เลขหมาย และหน่วยที่ใช้ในทางวิชาการ และการบริการที่เกี่ยวกับสินค้าบริการ

6. ข้อกำหนดหรือรายการอย่างอื่นอันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธุรกิจบริการที่ทางราชกประกาศใช้

การกำหนดมาตรฐานของข้อมูลการท่องเที่ยวจึงต้องยึดหลักข้อกำหนดที่มีอยู่ตามแผนยุทธ์ศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นมาตรฐานเดียวกัน

ในปี 2554 ประเทศไทยตั้งเป้าหมายนักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศ 18 ล้านคน (www.thaifta.com/retrieved 11/01/2011) คาดว่าจะมีรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 7 แสนล้านบาท โดยที่ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศสูงเป็นอันดับที่ 2 .ในอาเซียน รองจากมาเลเซีย นอกจากนี้ การรวมตัวกันทางด้านเศรษฐกิจของประเทศในประชาคมอาเซียน หรือ ASEAN Economics Community (AEC) ซึ่งจะมีผลในวันที่ 1 มกราคม 2558 โดยแต่ละประเทศจะมีจุดเด่นต่างๆ กันซึ่งสาขาการท่องเที่ยวจะเป็นจุดเด่นของประเทศไทย (www. Thai-aec.com/retrieved 12/12/2011) และในตอนนั้น ภาษาอังกฤษจะเป็นภาษากลางใน AEC และสิ่งแวดล้อมต่างๆ ป้ายในแหล่งท่องเที่ยว จะมีภาษาอังกฤษมากขึ้น เนื่องจากจะเป็นดินแดนที่มีชนชาติต่างๆ ในอาเซียนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ภาษาอังกฤษจึงเป็นช่องทางเดียวในการเข้าใจวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งภาษาอังกฤษจะทำให้ชาวต่างชาติเข้าใจวัฒนธรรมไทย การเผยแพร่ข้อมูลด้วยภาษาอังกฤษจึงเป็นโอกาสขยายการตลาด ผ่านสื่อประเภทต่างๆ ที่แหล่งท่องเที่ยวจัดทำขึ้นมาอย่างมีคุณภาพ การดำเนินงานของหอการค้าไทย (www.thaichamber.org./retrieved 12/12/2011) เห็นความจำเป็นในการปรับยุทธศาสตร์ เพื่อเตรียมพร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลง โดยมีโครงการส่งเสริมคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว (Quality Tourism Services) เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวสะดวกต่อการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกขึ้น นอกจากนี้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ยุทธศาสตร์ที่ 1 ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (www.thailand tourism.go.th/retrieved 12/12/2011) ได้กำหนดมาตรฐานข้อมูลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไว้ดังต่อไปนี้

1. มาตรฐานด้านแหล่งหรือกิจกรรมท่องเที่ยว
   1.1 จัดให้มีป้ายบอกทางหรือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว โดยมีป้ายติดตั้งในตำแหน่งที่เห็นเด่นชัดและนักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นได้ง่ายและป้ายดังกล่าวต้องมีเนื้อหาถูกต้อง ชัดเจนและมีจำนวนเพียงพอ
   1.2 สนับสนุนหรือจัดให้มีป้ายแสดงข้อมูลจำเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว โดยมีเพื่อให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวก่อนที่จะเดินทางเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยว โดยรายละเอียดของป้ายควรแสดงถึงความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว รายละเอียดภายในแหล่งท่องเที่ยว แผนที่แสดงจุดต่างๆ เบอร์โทรศัพท์ติดต่อเป็นต้น
2. มาตรฐานข้อมูลด้านการบริการท่องเที่ยว
   2.1 สนับสนุนหรือจัดให้มีการจัดทำป้ายประกาศเตือนจุดที่อาจเกิดอันตราย โดยมีป้ายเตือนจุดอันตรายให้เห็นชัดเจน โดยใช้ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศที่นักท่องเที่ยวเข้าใจได้ เช่น ระวังทางลื่น ระวังรถ ระวังกลุ่มมิจฉาชีพ เป็นต้น
   2.2 สนับสนุนหรือจัดให้มีเอกสาร แผ่นพับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยว โดยมีระบบการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เช่น เอกสาร แผ่นพับ เพื่อบริการนักท่องเที่ยว โดยจัดทำเน้นการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว
3. มาตรฐานด้านการตลาดการท่องเที่ยว
   3.1 สนับสนุน หรือจัดให้มีการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยมีการจัดทำระบบโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ นิตยสาร จุลสาร จดหมายตรงเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวรับรู้รับทราบ
   3.2 สนับสนุนหรือจัดให้มีการจัดทำเว็บไซต์เพื่อแนะนะสถานที่ท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยใช้รูปภาพประกอบคำอธิบายแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ รวมทั้งข้อมูลที่สำคัญน่าสนใจและการติดต่อสื่อสารที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้หากสนใจที่จะเดินทางมาเที่ยว

ด้วยเหตุนี้การพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวด้วยการบริการข้อมูลภาษาอังกฤษให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในอนาคตจึงนับเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง

5. บริบทของตลาดน้ำคลองแหด้านข้อมูลที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

บริบท (บอ-ริ-บด) หรือ ปริบท (ปะ-ริ-บด) เป็นคำที่ใช้ในการอธิบายความหมายของภาษา, หมายถึง คำหรือข้อความแวดล้อมที่ช่วยให้เข้าใจความหมายของคำบางคำ ตรงกับที่ภาษาอังกฤษใช้ว่า context ในการใช้ภาษา บางครั้งข้อความที่กล่าวจะไม่กระจ่างชัดเจน, ต้องอาศัยข้อความข้างเคียง หรือในบางครั้งต้องอาศัยสถานการณ์แวดล้อม หรือความรู้เกี่ยวกับตัวผู้พูดผู้ฟังทำให้เข้าใจความหมายของถ้อยคำที่พูดนั้น. คำหรือข้อความแวดล้อม รวมทั้งสถานการณ์แวดล้อมนั้น เรียกรวมกันว่า context หรือ context of situation. ในภาษาไทยใช้คำว่า บริบท หรือ ปริบท. ปัจจุบันมีการใช้คำว่า บริบท กับสิ่งอื่นด้วย เช่น บริบททางการเมือง บริบททางสังคม (ดร.กาญจนา นาคสกุล ราชบัณฑิต สำนักศิลปกรรม ราชบัณฑิตยสถาน www.royin.go.th/th/knowledge/detail.php?ID=67 retrieved 12/12/2011)

ส่วนบริบทในความหมายที่มีขอบเขตกว้างขึ้น บริบท (Context) หมายถึง เงื่อนไขและสภาพแวดล้อมของปรากฏการณ์ที่ให้ความหมาย และมีผลต่อการดำรงอยู่ของปรากฏการณ์นั้นๆ เช่น เงื่อนไขด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจและการเมืองที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์อันเป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละสังคม (www.thaiblogonline.com/sodpichai.blog?PostID=43720 retrieved 12/12/2011)

5.1 ข้อมูลทั่วไปของตลาดน้ำคลองแห

ตลาดน้ำคลองแห ตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดสงขลา ซึ่งนับว่าเป็นตลาดน้ำแห่งแรกของภาคใต้ และจังหวัดสงขลาเป็นเมืองหลักของภาคใต้ตอนล่าง ศูนย์กลางธุรกิจการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีเรือจำหน่ายสินค้าเริ่มต้นจำนวน 40 ลำเริ่มดำเนินการเมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2552 เป็นต้นมาในปัจจุบันตลาดน้ำคลองแหอยู่ในช่วงดำเนินการในระยะที่ 2 โดยเทศบาลเมืองคลองแหได้จัดระเบียบร้านค้าบนบกขึ้นใหม่ เน้นรูปแบบเป็นตลาดโบราณ จัดแบ่งพื้นที่ขายให้มีความเป็นระเบียบสวยงาม แบ่งเป็นซุ้มจำหน่ายสินค้าประเภทต่างๆ ปัจจุบันเรือจำหน่ายสินค้าของตลาดน้ำคลองแหได้เพิ่มมากขึ้นเป็น 89 ลำและร้านค้าของตลาดโบราณมีจำนวนมากถึง 232 ร้าน สินค้าส่วนใหญ่จะเน้นอยู่ที่อาหารคาวหวาน ซึ่งเป็นอาหารพื้นบ้านแท้ๆ เช่น เถ้าคั่ว ขนมจีน ข้าวยำปักษ์ใต้ ก๋วยจั๊บกะลา ขนมมด ขนมโค และขนมไทยนานาชนิด ซึ่งเป็นขนมภาคใต้ดั้งเดิม

จากเริ่มต้นผู้ก่อตั้งคือ นายอภิชาติ สังขชาติได้ตั้งจุดประสงค์ในการก่อตั้งตลาดน้ำคลองแหว่าเพื่อ “แสดงวัฒนศิลป์ถิ่นใต้” ปัจจุบันนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ เช่น มาเลเซีย

สิงคโปร์ รวมไปถึงพี่น้องไทยพุทธและไทยมุสลิมจากสามจังหวัดชายแดน ต่างพร้อมใจกันมาเยือนตลาดน้ำแห่งนี้จนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ สามารถสร้างงานสร้างรายได้ ให้กับชาวบ้านในชุมชนอย่างเป็นกอบเป็นกำ (www. http://moohin.com/trips/songkhla/klonghae/ retrieved 12/11/2010)

นายอภิชาติ สังขชาติ นายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองคลองแหในสมัยนั้น (ปัจจุบันเสียชีวิต) ได้ทุ่มเททั้งความมุ่งมั่นและตั้งใจเพื่อให้งานนี้ประสบความสำเร็จ โดยเริ่มแรกได้พาคณะไปศึกษาดูงานตลาดน้ำอัมพวาทั้งในพื้นที่และจากส่วนกลางทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อผลักดันโครงการตลาดน้ำคลองแหให้เกิดขึ้น จากสภาพของลำคลองเดิมที่ตื้นเขินด้วยขยะและโคลนตม น้ำที่เริ่มส่งกลิ่นเหม็นก็เปลี่ยนเป็นลำน้ำที่ใสสะอาด เป็นศูนย์รวมของการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านให้คงอยู่สืบต่อไป โดยใช้ศาลาวัดคลองแหเป็นสถานที่ฝึกสอนเด็กๆ รำมโนราห์ในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ สร้างความสามัคคีให้ชาวบ้านโดยเฉพาะอย่างยิ่งคือการหันมาอนุรักษ์ประเพณีและวิถีชีวิตดั้งเดิม รวมถึงการรณรงค์ให้ชุมชนร่วมกันอนุรักษ์คลองแหอย่างยั่งยืนต่อไป

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)บรรจุ “ตลาดน้ำคลองแห” ไว้ในตารางการท่องเที่ยวทางน้ำซึ่งได้รับความนิยมอย่างมาก จะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวจากจังหวัดใกล้เคียงและประเทศเพื่อนบ้านในวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์

5.2 บรรยากาศการท่องเที่ยวตลาดน้ำ

ภาพประกอบ 1 บรรยากาศภายในบริเวณตลาดน้ำ

ภาพประกอบ 2 นักท่องเที่ยวบริเวณตลาดในเรือ

5.2 คุณค่าของตลาดน้ำคลองแหในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ตลาดน้ำคลองแหสามารถถ่ายทอดวิถีชุมชน และการรณรงค์เรื่องขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิมของชุมชนคลองแห การตั้งอยู่ในสถานที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ง่ายเช่น มีนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านคือมาเลเซียและสิงคโปร์ ซึ่งสามารถเดินทางมาในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ความมีน้ำใจและการต้อนรับที่อบอุ่นผ่านผู้จำหน่ายสินค้า รวมทั้งการรื้อฟื้นประเพณีที่แสดงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นในช่วงเทศกาลต่างๆ ล้วนเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น

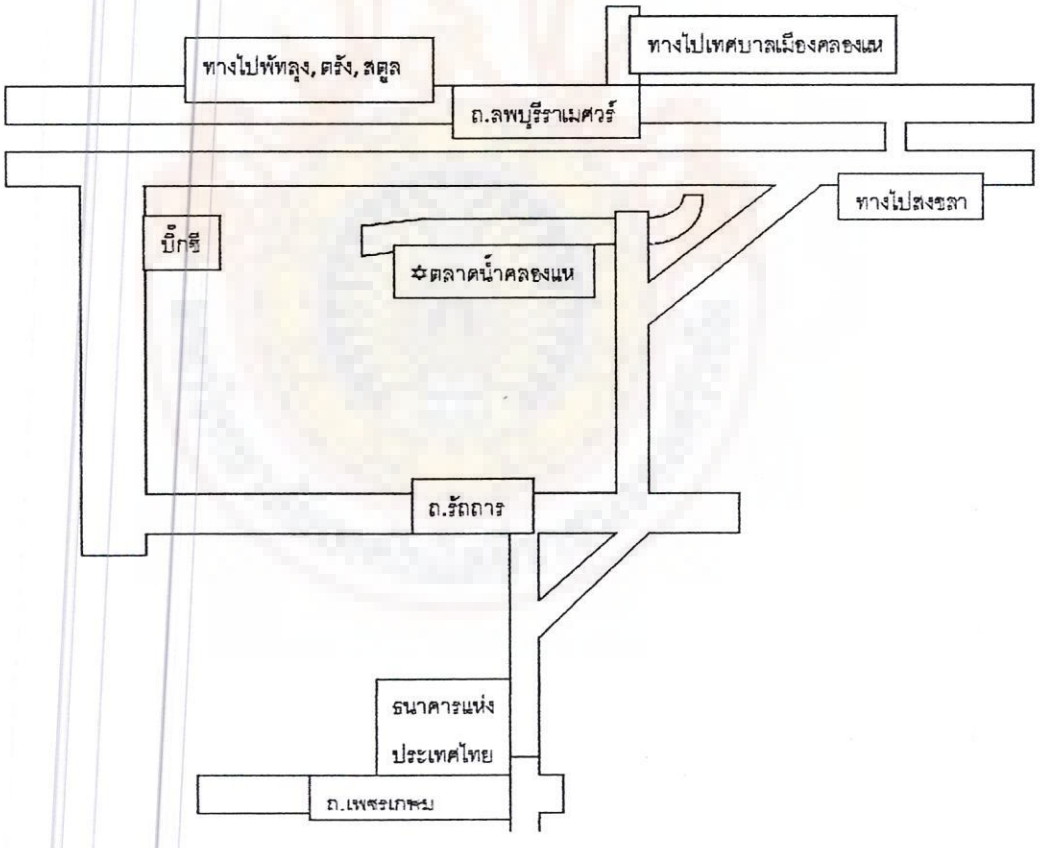
ภาพประกอบ 3 การแสดงรำมโนราห์ที่ตลาดน้ำคลองแห

ภาพประกอบ 4 การจำหน่ายขนมโคซึ่งเป็นขนมพื้นบ้านของภาคใต้

5.3 ที่ตั้งของตลาดน้ำคลองแห

ตลาดน้ำคลองแหมีด้วยกันสองฝั่ง ฝั่งหนึ่งคือที่วัดคลองแหบริเวณลานจอดรถ ผู้มาเที่ยวก็แวะกราบนมัสการรูปปั้นหลวงพ่อทองเจ้าอาวาสวัดคลองแหองค์ก่อนซึ่งมรณภาพแล้วเพื่อความเป็นสิริมงคล จากนั้นก็ไปอีกฝั่ง เป็นริมตลิ่งจะมีเรือของพ่อค้าแม่ค้ามาจอดเทียบเพื่อขายของกินของใช้มากมาย วัสดุอุปกรณ์ที่นำมาใช้เป็นของใช้ทำมาจากธรรมชาติทั้งสิ้น เช่น กระบอกไม้ไผ่ใส่น้ำดื่ม น้ำหวานต่างๆ กะลามะพร้าวแทนชามใส่ก๋วยเตี๋ยว ใบตองใช้ทำกระทงใส่ขนม ซึ่งเป็นการช่วยกันลดภาวะโลกร้อนที่กำลังรณรงค์กันในปัจจุบันนี้ด้วย (อุดม เชยกีวงศ์, 2552)

การเดินทางไปตลาดน้ำคลองแหจากหาดใหญ่ การไปตลาดน้ำสามารถไปได้สองทางคือ ทางแรก เข้าถนนนิพัทธ์สงเคราะห์ 5 และทางที่สอง ให้ใช้ถนนลพบุรีราเมศวร์ (ทาง115) จากนั้นให้วิ่งทางที่จะไปสงขลา สังเกตเห็น ป้ายบอกทางเข้าตลาดน้ำคลองแหอย่างชัดเจน



5.4 ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแห

การศึกษาบริบทของตลาดน้ำคลองแหที่เชื่อมโยงกับการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างมาตรฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว จึงมีจุดมุ่งหมายในการแยกแยะและอธิบายองค์ประกอบและความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ดังนั้น จึงเป็นการมองภาพองค์รวมและอธิบายสภาพแวดล้อมทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สำรวจข้อมูลในพื้นที่ตลาดน้ำคลองแห สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. มาตรฐานข้อมูลด้านแหล่งหรือกิจกรรมท่องเที่ยว

1.1 ไม่มีป้ายบ่งบอกทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

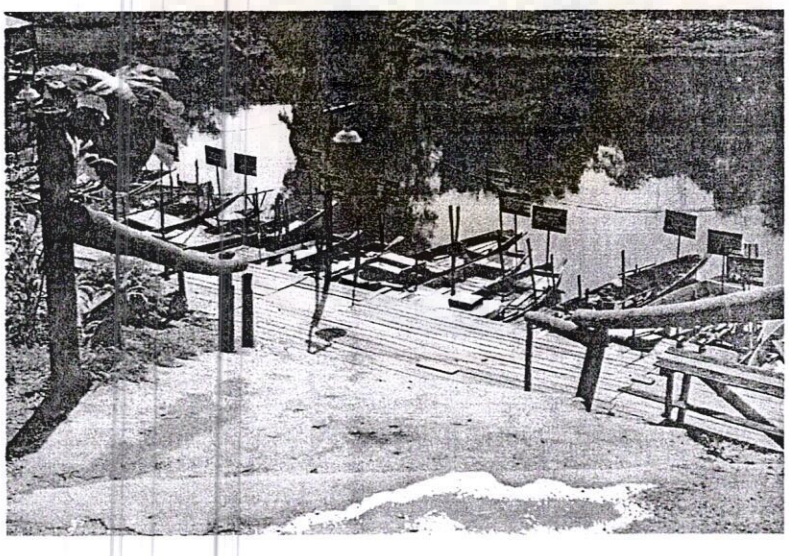
ภาพประกอบ 5 บริเวณทางเข้าตลาดน้ำคลองแหฝั่งถนนลพบุรีราเมศวร์

1.2 มีป้ายต้อนรับนักท่องเที่ยวภายในตลาดน้ำเขียนด้วยภาษาอังกฤษและภาษาไทย

ภาพประกอบ 6 ป้ายต้อนรับนักท่องเที่ยว

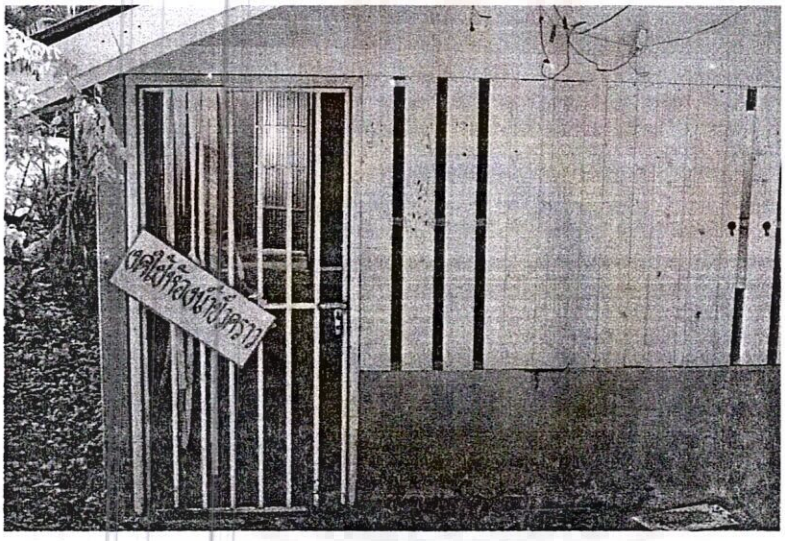
2. มาตรฐานข้อมูลด้านการบริการท่องเที่ยว

2.1 ป้ายประกาศเตือนจุดอันตรายที่อาจเกิดอันตราย ป้ายสื่อความหมาย ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว ห้องน้ำ



ภาพประกอบ 7 บริเวณทางลงตลาดในเรือไม่มีป้ายเตือนระวังอันตราย

ภาพประกอบ 8 ป้ายสื่อความหมายที่เป็นภาษาไทย



ภาพประกอบ 9 ป้ายสื่อความหมายที่เป็นภาษาไทย

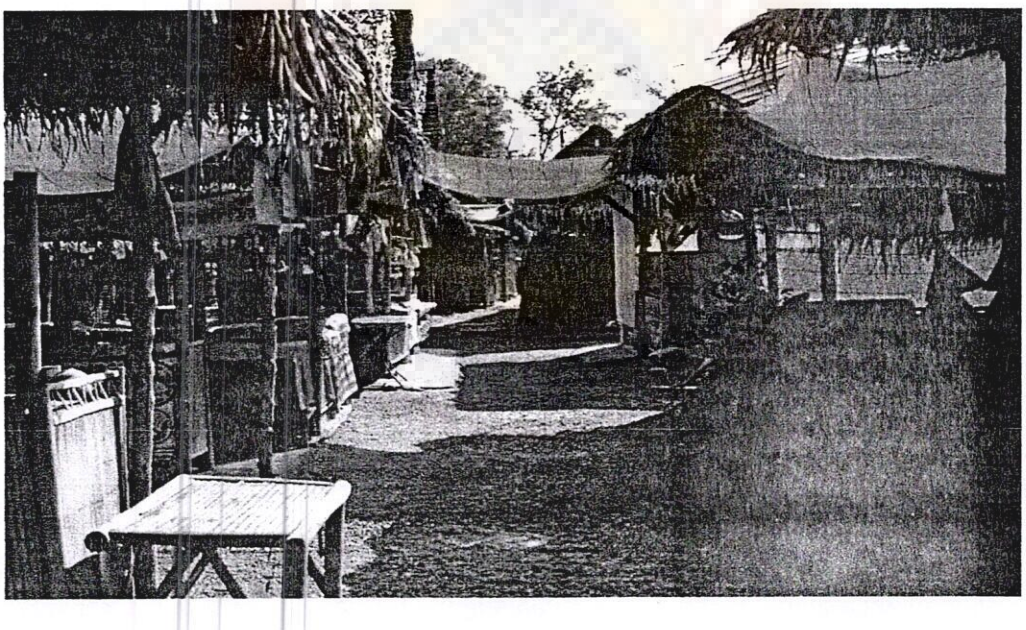
ภาพประกอบ 10 ป้ายห้องสุขาเขียนด้วยภาษาไทยและมีภาษาอังกฤษกำกับ

ภาพประกอบ 11 ป้ายชื่อตลาดน้ำคลองแหด้านหน้ากองอำนวยการ

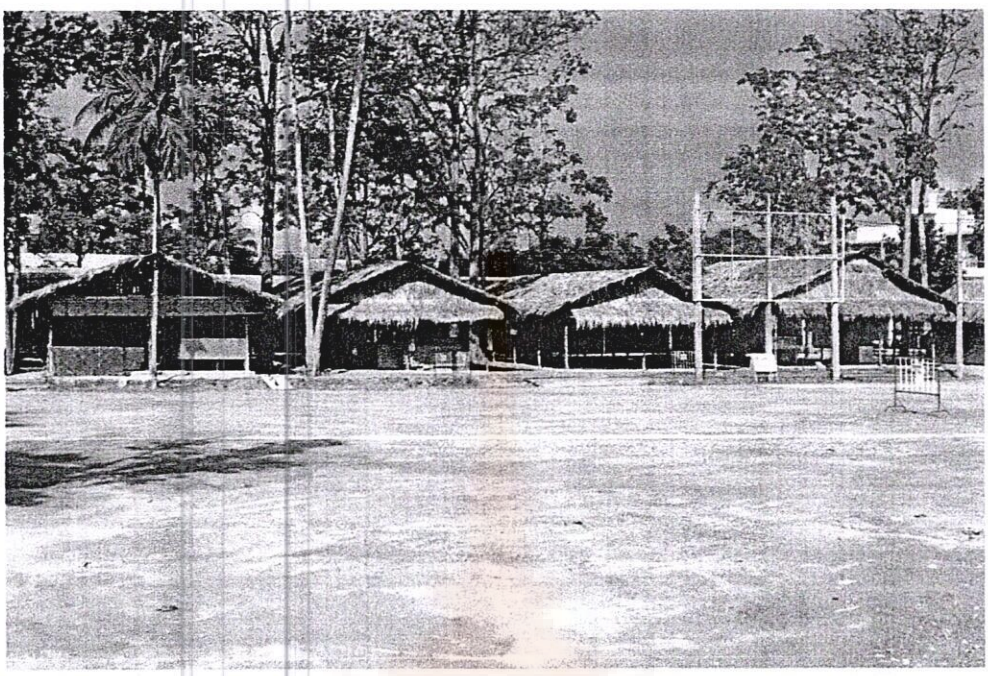
ภาพประกอบ 12 ป้ายชื่อศูนย์อำนวยการนักท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห

ภาพประกอบ 13 ป้ายภาษาอังกฤษต้อนรับนักท่องเที่ยว

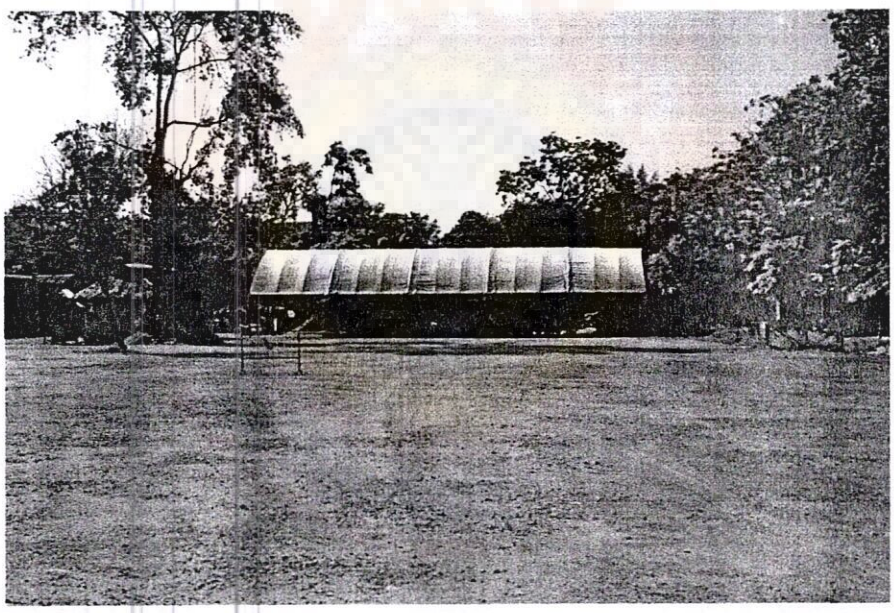
ภาพประกอบ 14 ป้ายภาษาอังกฤษต้อนรับนักท่องเที่ยว



ภาพประกอบ 15 บริเวณร้านค้าภายในตลาดน้ำ



ภาพประกอบ 16 บริเวณลานจอดรถ



ภาพประกอบ 17 บริเวณลานจัดกิจกรรม

ในภาพรวมตลาดน้ำคลองแห ไม่มีการแบ่งพื้นที่ตำแหน่งสถานที่ต่างๆ อย่างเด่นชัด และขาดแผนผังในการแสดงตำแหน่งของสถานที่ต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่อง

2.2 บริการเอกสาร แผ่นพับข้อมูลบริการแก่นักท่องเที่ยว

ปัจจุบันตลาดน้ำคลองแหมีการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำในรูปแบบใบปลิว ดังตัวอย่างข้างล่างนี้

3. มาตรฐานด้านการตลาดการท่องเที่ยว

3.1 สื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น แผ่นพับ นิตยสาร จุลสาร จดหมายตรง ฯลฯ ตัวอย่างแผ่นพับของตลาดน้ำคลองแห ที่บริการนักท่องเที่ยวด้วยข้อมูลภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

วันเดียวเที่ยวคลองแห ล่องเรือชมตลาดน้ำ...ล้มผัสวัฒนธรรมใต้

หลากหลายด้วยแหล่งท่องเที่ยวเชื่องโยง...

Klonghae's One-day Trip

Boating at Floating Market, expenence southern cultures and variety of nearby attractions.

เช้า

เติมพลังด้วยอาหารพื้นบ้านข้าวยำมุนไพรโบราณ แล้วพร้อมกันที่วัดคลองแห นมัสการพระอาจารย์ทอง อดีตเจ้าอาวาสผู้เป็นที่เคารพนับถือของคนในพื้นที่ จากนั้นล่องเรือ ณ บริเวณท่าน้ำวัดคลองแห ล่องชมวิถีชีวิตของชาวบ้านผลผลิตในสวน อาทิ หญ้าแพรกประมงและเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ชมการจับปลาด้วยเครื่องมือจับปลาโบราณ ที่เรียกว่าเครื่องดักปลา "บาง" การทำนาเกลือสมุทร ผักบุ้ง ผักกะเฉด และชมสวนบ้านนิยมปลูกผักบุ้งเป็นอันจากนั้นล่องเรือต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานที่เก่าแก่ วัดบางคันยก เป็นวัดเก่าแก่ของ อ.สะทิงพระ ซึ่งมีตำนานอภินิหารการสร้างเจดีย์ และชมความงดงามของพระพุทธรูปเก่า ล่องเรือผ่านชายน้ำที่แปลกตาพื้นที่ของ อบต.ดูนด้า และวัดที่มีหลักฐานการสร้างเป็นวัดเก่าแก่ ที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ "วัดดูนด้า" ดูแลรักษาเป็นโบราณสถานสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย ชมปฏิมากรรมที่งดงามแบบฝีมือช่างโบราณ ผนังโบสถ์ อายุกว่า 300 ปี หลังจากเดินชมวัดโบราณสถานเก่าแก่แล้ว ล่องเรือสู่แหลมสิงห์ ชิมอาหารทะเลสดๆ อาหารทะเลสด ๆ จากทะเลสงขลาตอนล่างพร้อมชิมกับกุ้งแม่น้ำวิมทะเล

Morning

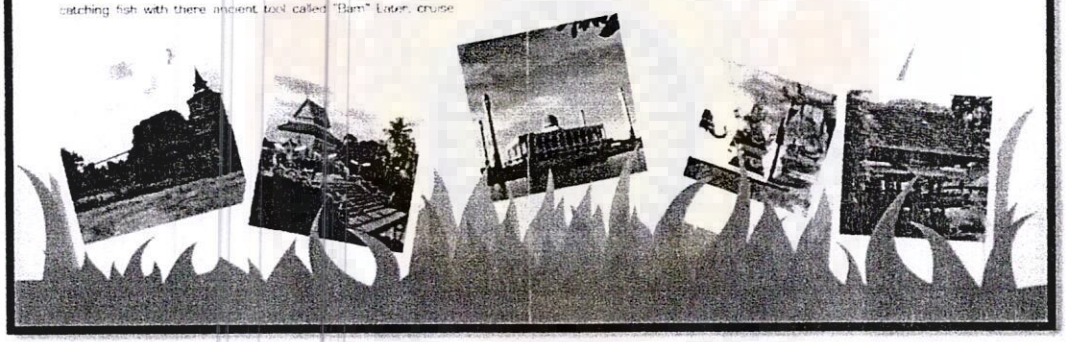
Take "Khao Yum", mixed herbal rice with salty sauce, as a breakfast in local style and be gather at Wat Klonghae. Pay respect to Phra Apom Thong, the late venerable abbot for the locals. Then, board on a boat at Wat Klonghae Pier, cruising for the folkways along the riverside such as morning glory and water mimosa farming where farmers take boat to harvest them, fishing village where fresh fish are on sale, and view local wisdom of catching fish with there ancient tool called "Bam". Later, cruise further to ancient remains, the firt stop will be at an old temple of Mae Thom Sub-district Administration Organization, Wat Na Pung Nok, where the tale about elimination crocodiles and the sacredness of Luang Po Lin Dam are available. Then cruise further into the are of Khu Tao Sub-district Administration and visit another ancient temple Wat Khu Tao which was built in the Ayutthaya period and view its mural paintings in its Ubosot which is about 300 years of age. After admiring the value of ancient remains, cruise further to Laem Bodhi and take seafood, the fresh produce of Songkhla Lake, while enjoying the scenic view of the lake.

บ่าย

เดินทางออกจากแหลมสิงห์ ล่องเรือชมทัศนียภาพทะเลสงขลาตอนล่าง เข้าสู่ชุมชนดูนด้า แวะชิมและชมการทำขนมโบราณจากชาวบ้าน อาทิ ขนมท้องม้วน ขนมลาขาว ฯลฯ ต่อด้วยขนมแปลกปิด เป็นต้น จากนั้นล่องเรือกลับสู่คลองแห เยี่ยมชมผลงานกับการจักปี่นสิ่นค้าพื้นบ้านอาทิเช่น ในตาลน้ำตาลสด พร้อมชิมผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ทำจากน้ำตาลสด แต่ยังไม่ได้ด้วยความเรียบง่ายอย่างแท้จริง

Afternoon

Depart Laem Bodhi and cruising around Songkhla Lake to Khu Tao community. Visit to taste and see the production of dated desserts from local people such as "Thong Muan", "Nga Khao Nga Dam", "Khor Ped" etc. Then proceed on the cruise back to Klonghae and enjoy shopping local products and foods at Klonghae Floating Market that are provided along with cultural performances and experience the southern culture that is diverse but hidden with simplicity.



3.2 จัดทำให้มีเว็บไซต์เพื่อแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว

ปัจจุบันเทศบาลเมืองคลองแหซึ่งเป็นองค์กรส่วนท้องถิ่นที่รับผิดชอบดูแลพื้นที่ของตลาดน้ำได้มีการดำเนินการในส่วนของระบบสารสนเทศเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบดังต่อไปนี้

1. นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพทั้งระบบ เช่นการมีหน้าโฮมเพจของหน่วยงานเพื่อให้การบริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว

   http://www.klonghaecity.go.th

   yutphuket.wordpress.com/2009/03/19/klonghae-hadyai/

   www.moohin.com/trips/songkhla/klonghae/

   www.likemax.com/travel/?id=22

   travel.edtguide.com/308089

   www.hotsia.com/songkhla/2697.shtml

   travel.thaiza.com/ตลาด

   เว็บไซต์ที่กล่าวถึงข้างบนบริการข้อมูลภาษาไทยเกี่ยวกับตลาดน้ำคลองแห ส่วนเว็บไซต์ที่บริการข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษมีดังต่อไปนี้

   www.moohin.com/eng/trips/**klonghae-floating-market**.shtml

   www.paknamweb.com/.../**floating-market**-in-songk

   viewology.net/...**klonghae-floating**

   wikimapia.org/12933686/**Klonghae-Floating-Market**

   mygj.net/aramzani/?p=1850
2. ปรับปรุงข้อมูลที่เชื่อมต่อการท่องเที่ยวเข้ากับหน่วยงานอื่นๆ
3. จัดให้มีบริการแผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภาษาไทยควบคู่กับภาษาอังกฤษ และแผนที่แหล่งท่องเที่ยว
4. จัดสถานที่สำหรับอำนวยความสะดวกและให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ณ ตลาดน้ำโดยมีเจ้าหน้าประจำและสามารถสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ

แต่อย่างไรก็ตาม การจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวยังขาดประสิทธิภาพของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศด้านต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลของไทยได้อย่างมีปฏิสัมพันธ์โดย ภาพรวมการบริการเทคโนโลยีสารสนเทศอาจครอบคลุมประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพทั้งระบบ
2. ปรับปรุงข้อมูลท่องเที่ยวระหว่างชุมชนกับหน่วยงานอื่นหรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่ใกล้เคียงกันและจัดให้มีแผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นภาษาต่างๆ และแผนที่แหล่งท่องเที่ยว โดยจัดวางไว้ตามแหล่งที่นักท่องเที่ยวเข้าถึงง่ายเช่น เคาน์เตอร์ผู้โดยสารสนามบิน ที่พักในเมืองและสำนักงานการท่องเที่ยว
3. จัดระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับกลุ่มตลาด
4. ปรับปรุงข้อมูลการท่องเที่ยวให้ทันสมัย เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน
5. พัฒนาสื่อ ข้อมูลประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวเป็นภาษาอังกฤษ

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Nath (2010) Role of Information Technology in Tourism ได้สรุปบทบาทของข้อมูลข่าวสารที่มีต่อการท่องเที่ยวว่าในยุคปัจจุบันในยุคที่ข้อมูลปรากฏบนเวิลด์ไวด์เว็บ ทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้การเผยแพร่ข้อมูลบนอินเตอร์เน็ตจึงไม่เป็นที่น่าสนใจอีกต่อไป แต่การเผยแพร่ข้อมูลท่องเที่ยวควรกระทำควบคู่ไปกับหน่วยงานเพื่อส่งเสริมการตลาด การศึกษานี้สอดคล้องกับงานของ Jose,Junqueira & Paulo ที่พบว่าต่อไปการท่องเที่ยวควรเชื่อมโยงเป็น E-tourism ที่เน้นการบริการต่างๆ เข้าไว้ด้วยกันและให้ผู้ค้นหาสืบค้นข้อมูลได้หลากหลายและรวดเร็วและมีราคาถูก

จากผลการศึกษาของ Akama S. (2003) ถึงผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวซาฟารีในเคนยา ผู้วิจัยพบว่าคุณภาพของข้อมูลประชาสัมพันธ์มีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวและเมื่อตัดสินใจมาเที่ยวนักท่องเที่ยวเหล่านั้นต่างมีประสบการณ์ที่ดีในสถานที่ท่องเที่ยวทั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Buhalis. D (2011) ได้เน้นย้ำถึงบทบาทของเทคโนโลยีในการจัดการการท่องเที่ยวว่าเป็นเส้นเลือดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หน่วยงานที่จัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจะต้องตระหนักถึงบทบาทที่เพิ่มขึ้นและเปลี่ยน ทุกหน่วยงานจะต้องแข่งขัน

โดยการใช้เทคโนโลยีที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว

ในประเทศไทยการศึกษาของ จริยาวัฒน์ โลหะพูนตระกูล (2553) เรื่องการพัฒนาและแก้ไขปัญหาชุมชนด้วยการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่าการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้งดำเนินการโดยองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง สามารถแก้ไขปัญหาให้แก่ชุมชนเรื่องผลผลิตทางการเกษตรได้ เพราะเป็นการสร้างอาชีพและรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ ความสำเร็จดังกล่าวเป็นผลสืบเนื่องจากปัจจัยภายนอกซึ่งได้แก่กระแสการส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ของภาครัฐ ที่สร้างความต้องการในการท่องเที่ยวของภาคประชาชนอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น ในส่วนของกระบวนการจัดการเพื่อบรรลุตามองค์ประกอบ ทั้งสี่ด้านของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้แก่ (1) องค์ประกอบด้านพื้นที่ท่องเที่ยว (2) องค์ประกอบด้านการจัดการ (3) องค์ประกอบด้านกิจกรรมกระบวนการ และ (4) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม รวมถึงการประชาสัมพันธ์และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งในและนอกพื้นที่ พบว่าทำได้ดีในองค์ประกอบที่ 1-3 หากแต่ต้องพัฒนาเพิ่มเติมในองค์ประกอบที่ 4 ด้านการมีส่วนร่วม และควรสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวกับพื้นที่ตำบลใกล้เคียงให้มากขึ้น

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์คือเพื่อศึกษาบริบทของตลาดน้ำคลองแหที่เชื่อมโยงสู่การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล และจัดทำข้อมูลพร้อมทั้งสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ มีวิธีการวิจัยและดำเนินงานดังนี้

1. การสำรวจข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว
   - 1.1 มาตรฐานด้านแหล่งหรือกิจกรรมท่องเที่ยว
     - 1.1.1 ป้ายบอกทางหรือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว
     - 1.1.2 ป้ายแสดงข้อมูลจำเพาะของแหล่งท่องเที่ยว
   - 1.2 มาตรฐานข้อมูลด้านการบริการท่องเที่ยว
     - 1.2.1 ป้ายประกาศเตือนจุดที่อาจเกิดอันตราย ป้ายสื่อความหมาย ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว ห้องน้ำ
     - 1.2.2 บริการเอกสาร แผ่นพับข้อมูลบริการแก่นักท่องเที่ยว
   - 1.3 มาตรฐานด้านการตลาดการท่องเที่ยว
     - 1.3.1 สื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น แผ่นพับ นิตยสาร จุลสาร จดหมายตรง ฯลฯ
     - 1.3.2 จัดทำให้มีเว็บไซต์เพื่อแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว
2. การกำหนดประชากรและการสุ่มตัวอย่างแบบสอบถาม
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
   - 3.1 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (แบบสอบถาม)
   - 3.2 วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือ (แบบสอบถาม)
4. การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม
5. การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม

1. การสำรวจข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

โดยทีมผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2553 เพื่อสำรวจแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำเทศบาลเมืองคลองแห และขอข้อมูลจากเทศบาลเมืองคลองแหเพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาประกอบในการสร้างแบบสอบถาม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 มาตรฐานด้านแหล่งหรือกิจกรรมท่องเที่ยว

1.1.1 ป้ายบอกทางหรือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้จัดทำป้ายภาษาอังกฤษจำนวน 13 ป้าย คือ ป้ายบอกทางเข้า จำนวน 1 ป้าย ป้ายแผนผังจำนวน 1 ป้าย และป้ายแสดงสถานที่ต่างๆ ภายในตลาดน้ำจำนวน 11 ป้าย

1.1.2 ป้ายแสดงข้อมูลจำเพาะของแหล่งท่องเที่ยว - ไม่มี

1.2 มาตรฐานข้อมูลด้านการบริการท่องเที่ยว

1.2.1 ป้ายประกาศเตือนจุดที่อาจเกิดอันตราย ป้ายสื่อความหมาย ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว ห้องน้ำ - ไม่มีเนื่องจากบริเวณตลาดน้ำอยู่ในช่วงปรับปรุงที่ตั้งของสถานที่ต่างๆ ยังไม่แน่นอน ปัจจุบันเป็นการเช่าที่ของเอกชนอยู่และสัญญาจะสิ้นสุดในเดือนตุลาคม 2555 สถานที่แห่งใหม่จึงยังไม่กำหนดลงไปแน่ชัด

1.2.2 บริการเอกสาร แผ่นพับข้อมูลบริการแก่นักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้จัดทำใบปลิว ‘ตลาดน้ำคลองแห’ ขนาด A4 หนึ่งหน้า กระดาษอาร์ตมัน 130 กรัม จำนวน 3,000 ใบ และแจกจ่ายแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เช่นโรงแรม บริษัทนำเที่ยว ศูนย์การค้าอำเภอหาดใหญ่ ชายทะเลจังหวัดสงขลา เป็นต้น

1.3 มาตรฐานด้านการตลาดการท่องเที่ยว

1.3.1 สื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น แผ่นพับ นิตยสาร จุลสาร จดหมายตรง ผู้วิจัยได้จัดทำแผ่นพับ ‘ตลาดน้ำคลองแห’ ขนาด A4 พับ 3 ตอน พิมพ์สี่สีสองหน้าจำนวน 2,000 ใบ และแจกจ่ายแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เช่นโรงแรม บริษัทนำเที่ยว ศูนย์การค้าอำเภอหาดใหญ่ ชายทะเลจังหวัดสงขลา เป็นต้น

1.3.2 มีเว็บไซต์เพื่อแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้จัดทำเว็บไซต์เพื่อแนะนำ ‘ตลาดน้ำคลองแห’ ไว้ที่หน้าโฮมเพจ www. Klognhaetoday.co.cc/

2. การกำหนดประชากรและการสุ่มตัวอย่างแบบสอบถาม

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห ระหว่างปีที่ทำการวิจัยคือ ตุลาคม 2553 – กรกฎาคม 2555 จำนวน 100 คน โดยวิธีสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (แบบสอบถาม)

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว ซึ่งในการสร้างแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นนั้น โดยอาศัยข้อมูลจาก ตำรา เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) และระบุได้แก่ข้อมูล เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เชื้อชาติ จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยว ประเภทของกลุ่มทัวร์ จำนวนวันที่พักในพื้นที่ และแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำ

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการข้อมูลประชาสัมพันธ์ของตลาดน้ำคลองแห โดยแบ่งประเภทของข้อมูลประชาสัมพันธ์เป็น 4 ประเภทดังนี้

1. ป้ายข้อมูลแนะนำแหล่งท่องเที่ยว
2. ข้อมูลในแผ่นพับและใบปลิว
3. ข้อมูลบนอินเตอร์เน็ต

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

3.2 วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือ (แบบสอบถาม)

นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปหาคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

1. นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเนื้อหา (Reliability) และหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item-objective Congruence) หรือ IOC) เพื่อการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและความชัดเจนของภาษาที่ใช้โดยผู้เชี่ยวชาญพิจารณาลงความเห็น โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ให้คะแนน +1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามหรือข้อความนั้นวัดคุณลักษณะตรงตามจุดประสงค์การวิจัย

ให้คะแนน 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามหรือข้อความนั้นวัดคุณลักษณะตรงตามจุดประสงค์การวิจัย

ให้คะแนน -1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามหรือข้อความนั้นวัดคุณลักษณะไม่ตรงตามจุดประสงค์

โดยในการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญพิจารณาแบบสอบถามนั้น ผู้วิจัยดำเนินการโดยส่งหัวข้อการวิจัย ความมุ่งหมายของการวิจัย พร้อมกับเครื่องมือการวิจัย คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งลักษณะตามตาราง IOC มีดังนี้

ข้อความ	+1	0	-1	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
1. ข้อมูลแนะนำแหล่งท่องเที่ยว				
1.1 ตัวอักษรบนป้ายเห็นเด่นชัด				
1.2 สัญลักษณ์บนป้ายแผนผังสื่อความหมายได้ชัดเจน				
1.3 ป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งเข้าใจได้ง่าย				
1.4 จำนวนป้ายมีเพียงพอ				
1.5 ข้อมูลบนป้ายมีความถูกต้อง				
1.6 ข้อมูลบนป้ายเป็นปัจจุบัน				
1.7 มีข้อมูลครบถ้วน				

เมื่อผู้เชี่ยวชาญส่งแบบสอบถามกลับคืนมา ผู้วิจัยนำผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านมาลงตารางแล้วคำนวณค่าของ IOC ข้อคำถามที่ใช้ได้คือข้อที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน ที่ตลาดน้ำคลองแห ตำบลคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แล้วนำมาปรับปรุงเพิ่มเติมในแต่ละประเด็นที่ยังไม่สมบูรณ์

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำหนังสือถึงนายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองคลองแห เพื่อขอความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่กำหนดไว้ในกลุ่มตัวอย่าง

3. ผู้วิจัยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนมกราคม 2555- กรกฎาคม 2555 โดยกำหนดเวลาในการแจกแบบสอบถาม ตั้งแต่เวลา 16.00 น-20.00 น. โดยขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มาท่องเที่ยวยังตลาดน้ำคลองแห โดยผู้วิจัยพิจารณาเลือกนักท่องเที่ยวครอบคลุมทุกกลุ่มอายุและเชื้อชาติ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีอิสระในการตอบและผู้วิจัยรอรับทันที

5. การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนและรายละเอียดดังนี้

1. กำหนดรหัสให้กับตัวแปร ค่าของตัวแปร กรอกตัวเลขลงในกระดาษรหัส
2. กรอกข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์ เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล
3. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เสนอแบบตารางประกอบความเรียง สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ (Percentage)
4. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการข้อมูลประชาสัมพันธ์ที่เป็นภาษาอังกฤษของตลาดน้ำคลองแห นำเสนอแบบตารางประกอบความเรียง สถิติที่ใช้คือ คะแนนเฉลี่ย (Mean หรือ $\overline{X}$ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation หรือ S.D.)

โดยการแปลความหมายในแบบสอบถามตอนที่ 2 นั้นกำหนดเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย	**ระดับความคิดเห็น**
4.50 - 5.00	หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับสูงที่สุด
3.50 - 4.49	หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับสูง
2.50 - 3.49	หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
1.50 - 2.49	หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับต่ำ
1.00 - 1.49	หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับต่ำที่สุด

5. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการให้บริการข้อมูลประชาสัมพันธ์ (Content Analysis) โดยใช้ค่าความถี่แล้วเสนอในรูปแบบความเรียง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่อง บริบทของตลาดน้ำคลองแหที่เชื่อมโยงสู่การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล ศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยวตลาดน้ำเพื่อแปลเป็นภาษาอังกฤษ รวมทั้งการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยได้เดินสำรวจการจัดกิจกรรมและเก็บข้อมูลจากตลาดน้ำคลองแห ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2553 –กรกฎาคม 2555 และเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 100 คน ผลการศึกษาและผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยขอเสนอดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาบริบทของตลาดน้ำคลองแหที่เชื่อมโยงสู่การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล พร้อมภาพประกอบ

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้ข้อมูลภาษาอังกฤษ

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้ข้อมูลภาษาอังกฤษ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวเพื่อการปรับปรุงคุณภาพข้อมูลภาษาอังกฤษของตลาดน้ำคลองแห

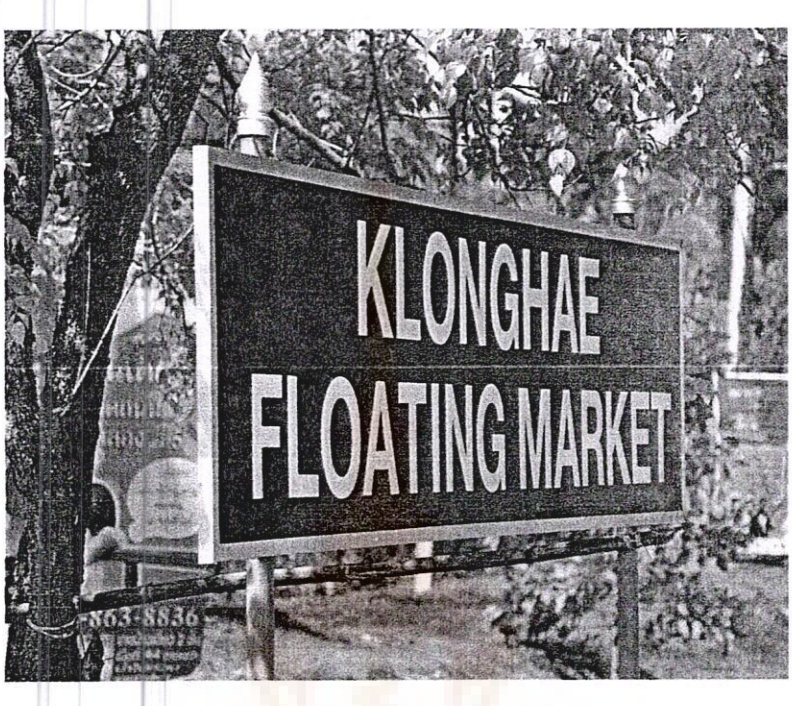
ตอนที่ 1 ผลการศึกษาบริบทของตลาดน้ำคลองแหที่เชื่อมโยงสู่การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล พร้อมภาพประกอบ

ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

ตลาดน้ำคลองแห ตั้งอยู่ที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อยู่ห่างจากจุดศูนย์กลางอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ประมาณ 5 กิโลเมตร มีทางเข้าออกตลาดน้ำได้ 2 ทาง คือเส้นทางถนนคลองเตย-คูเต่า ข้ามสะพานตรงวัดคลองแห หรือจะเข้าสู่ตลาดน้ำทางด้านถนนลพบุรีราเมศวร์เลยสี่แยกไฟแดงคลองแห

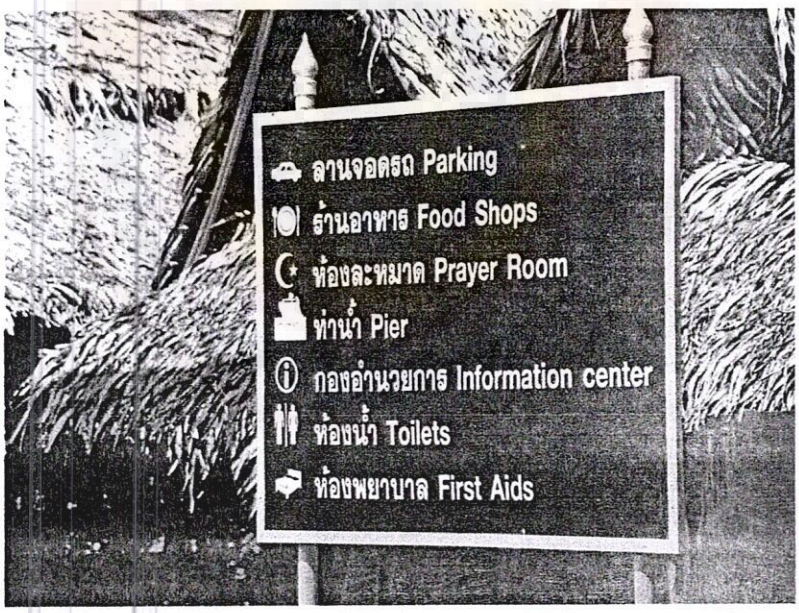
ไปประมาณ 200 เมตร ลานจอดรถกว้างขวางสามารถรองรับรถบัสขนาดใหญ่สามารถเข้าจอดได้ รวมทั้งรถของนักท่องเที่ยว ปัจจุบันมีข้อมูลภาษาอังกฤษดังต่อไปนี้

1. ป้ายบอกทางเข้า



ภาพประกอบ 18 ป้ายภาษาอังกฤษบริเวณทางเข้าตลาดน้ำคลองแหฝั่งถนนลพบุรีราเมศวร์

2. ป้ายแผนผังบริเวณลานจอดรถ

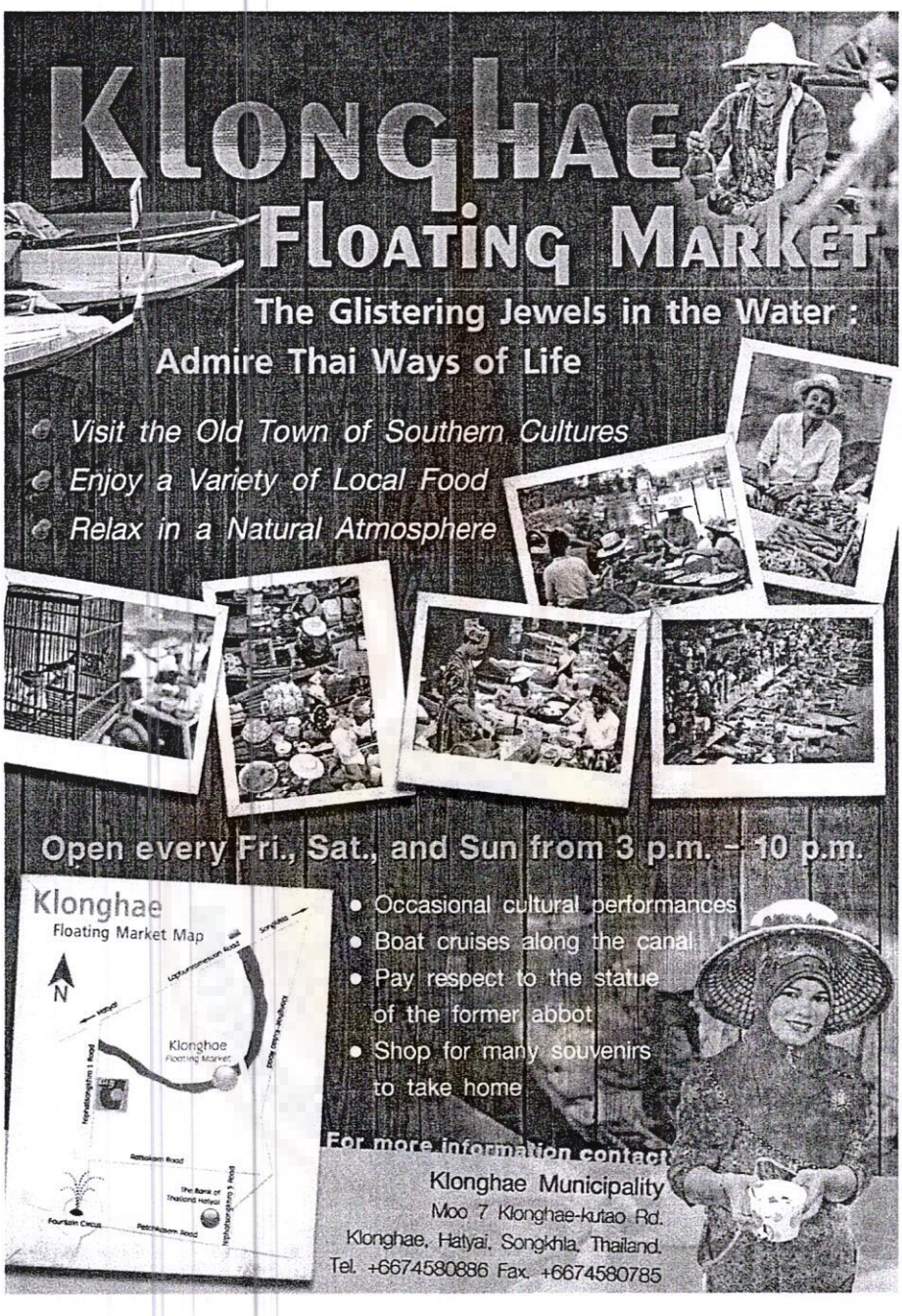


ภาพประกอบ 19 บริเวณลานจอดรถมีป้ายแสดงผังรวมของจุดท่องเที่ยว

3. ป้ายสื่อความหมายแสดงที่ตั้งของสถานที่ภายในตลาดน้ำ

ภาพประกอบ 20 ป้ายแสดงที่ตั้งของสถานที่ต่างๆภายในตลาดน้ำ จำนวน 3 จุด

4. ข้อมูลบนใบปลิว



5. ข้อมูลบนแผ่นพับ (ภาคผนวก ข)

6. ข้อมูลอินเตอร์เน็ต (ภาคผนวก ค)

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้ข้อมูลภาษาอังกฤษ

ตารางที่ 1 เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายละเอียด	ร้อยละ
ชาย	72.0
หญิง	28.0
รวม	100

จากตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปที่รวบรวมได้แสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าเพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังตลาดน้ำคลองแห ส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ72.0 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 28.0

ตารางที่ 2 อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายละเอียด	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	38.0
25-34 ปี	33.0
35-44 ปี	11.0
45-54 ปี	11.0
55-64 ปี	4.0
มากกว่า 64 ปี	3.0
รวม	100

จากตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปที่รวบรวมได้แสดงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาคืออายุระหว่าง 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.0 และอายุระหว่าง 35-44 ปี และ 45-54 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.0 อายุ 55-64 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.0 และอายุ 64 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตารางที่ 3 การศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายละเอียด	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	35.0
ระดับปริญญาตรี	60.0
สูงกว่าปริญญาตรี	5.0
รวม	100

จากตารางที่ 3 ข้อมูลทั่วไปที่รวบรวมได้แสดงระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 35.0 และสูงกว่าปริญญาตรี 5.0

ตารางที่ 4 อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายละเอียด	ร้อยละ
อยู่กับบ้าน	8.0
ขายปลีก	1.0
นักศึกษา	34.0
งานบริการ	6.0
งานเกี่ยวกับไอที	4.0
การศึกษา	5.0
ข้าราชการ	6.0
การแพทย์	2.0
สถานประกอบการ	3.0
เจ้าของกิจการขนาดเล็ก	26.0
อื่นๆ (ระบุ)	7.0
รวม	100

จากตารางที่ 4 ข้อมูลทั่วไปที่รวบรวมได้แสดงอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหมีอาชีพแตกต่างกันไป ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือ เจ้าของกิจการขนาดเล็ก คิดเป็นร้อยละ 26.0 และอยู่กับบ้านคิดเป็นร้อยละ 8.0 งานราชการและงานบริการ คิดเป็นร้อยละ 6.0 งานเกี่ยวกับการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 5.0 งานเกี่ยวกับไอที คิดเป็นร้อยละ 4.0 งานในสถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 3.0 งานเกี่ยวกับการแพทย์ คิดเป็นร้อยละ 2.0 รองลงมาเป็นอาชีพขายปลีก ช่างไฟฟ้า นักออกแบบ ขายประกันและขับรถ

ตารางที่ 5 เชื้อชาติของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายละเอียด	ร้อยละ
มาเลเซียและสิงคโปร์	60.0
จีน	27.0
ยุโรป	1.0
แอฟริกัน	5.0
ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์	6.0
อเมริกาเหนือ	1.0
อเมริกาใต้	0.0
อื่นๆ	0.0
รวม	100

จากตารางที่ 5 ข้อมูลทั่วไปที่รวบรวมได้แสดงเชื้อชาติของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหส่วนใหญ่มีเชื้อชาติมาเลเซียและสิงคโปร์ คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ เชื้อชาติจีน คิดเป็นร้อยละ 27.0 รองลงมาเป็นเชื้อชาติออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ คิดเป็นร้อยละ 6.0 เชื้อชาติแอฟริกัน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และสุดท้ายเป็นเชื้อชาติอเมริกาเหนือ 1.0

ตารางที่ 6 จำนวนครั้งที่มาเที่ยวตลาดน้ำคลองแห

รายละเอียด	ร้อยละ
มาเที่ยวครั้งแรก	68.0
สองครั้ง	15.0
สามครั้ง	8.0
สี่ครั้ง	2.0
ห้าครั้งหรือมากกว่า	7.0
รวม	100

จากตารางที่ 6 ข้อมูลทั่วไปที่รวบรวมได้แสดงจำนวนครั้งที่มาเที่ยวตลาดน้ำคลองแหของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เพิ่งเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 68.0 เคยมาเที่ยวแล้วสองครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.0 มาเที่ยวแล้วสามครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.0 มาเที่ยวแล้วสี่ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.0 และเคยมาเที่ยวแล้วเกินห้าครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.0

ตารางที่ 7 จำนวนคนในกลุ่มที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำคลองแห

รายละเอียด	ร้อยละ
1-2 คน	32.0
3-4 คน	36.0
มากกว่า 4 คน	32.0
รวม	100

จากตารางที่ 7 ข้อมูลทั่วไปที่รวบรวมได้แสดงจำนวนคนในกลุ่มที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำคลองแหของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าจำนวนคนในกลุ่มที่เดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะอยู่ระหว่าง 3-4 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 จำนวน 1-2 และมีจำนวนมากกว่า 4 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0

ตารางมที่ 8 ประเภทกลุ่มของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายละเอียด	ร้อยละ
กับเพื่อน	35.0
กับครอบครัว	31.0
กับกลุ่มทัวร์	14.0
รวม	100

จากตาราง 8 ข้อมูลทั่วไปที่รวบรวมได้แสดงประเภทกลุ่มของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าประเภทของกลุ่มที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำ ส่วนใหญ่มากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 35.0 มากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 31.0 และมากับกลุ่มทัวร์ คิดเป็นร้อยละ 14.0

ตารางที่ 9 จำนวนวันที่พักในหาดใหญ่

รายละเอียด	ร้อยละ
1 วัน	31.0
2 วัน	27.0
3 วัน	14.0
มากกว่า 4 วัน	28.0
รวม	100

จากตารางที่ 9 ข้อมูลทั่วไปที่รวบรวมได้แสดงจำนวนวันที่พักในหาดใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวพักในอำเภอหาดใหญ่ ส่วนใหญ่จะพักเพียงวันเดียว คิดเป็นร้อยละ 31.0 จำนวนวันเกินกว่า 4 วัน คิดเป็นร้อยละ 28.0 และพักจำนวน 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 27.0 จำนวน 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 14.0

ตารางที่ 10 การทราบข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำคลองแห

รายละเอียด	ร้อยละ
จากอินเตอร์เน็ต	17.0
จากปากต่อปาก	40.0
บริษัททัวร์หรือโรงแรม	33.0
ใบปลิวและแผ่นพับ	5.0
เพื่อนฝูง	1.0
มัคคุเทศก์	2.0
ครอบครัว	1.0
คนขับรถ	1.0
รวม	100

จากตารางที่ 10 ข้อมูลทั่วไปที่รวบรวมได้แสดงแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำคลองแหของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวทราบจากปากต่อปาก คิดเป็นร้อยละ 40.0 ทราบจากบริษัททัวร์หรือโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 33.0 ทราบจากอินเตอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 17.0 ทราบจากใบปลิวและแผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 : วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อการบริการข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำที่เป็นภาษาอังกฤษ

ตารางที่ 11 ระดับความพึงพอใจต่อการบริการข้อมูลบนอินเตอร์เน็ต

ท่านเคยใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับตลาดน้ำคลาดน้ำคลองแหหรือไม่

☐ เคยใช้ ☐ ไม่เคยใช้

หากไม่เคยใช้ให้ข้ามไปข้อ 2

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	N	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	ไม่ได้ใช้
1. ข้อมูลบนอินเตอร์เน็ต					
1.1 สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย	29	3.24	.95	ปานกลาง	71
1.2 มีข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมและการแสดง	29	3.03	.98	ปานกลาง	
1.3 มีข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	29	3.13	1.12	ปานกลาง	
1.4 มีข้อมูลเกี่ยวกับที่ตั้งของตลาดน้ำและการเดินทาง	29	3.48	.87	ปานกลาง	
1.5 มีข้อมูลเกี่ยวกับเวลาเปิดทำการของตลาดน้ำ	29	3.13	..91	ปานกลาง	
1.6 มีข้อมูลเกี่ยวกับแผนผังและเส้นทางเดินในตลาดน้ำ	29	2.96	.68	ปานกลาง	
1.7 ในภาพรวมข้อมูลมีรายละเอียดและง่ายต่อการเข้าใจ	29	3.10	1.01	ปานกลาง	
รวม	29	3.15	.95	ปานกลาง	

จากตารางที่ 11 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ไม่ได้ใช้ข้อมูลบนอินเตอร์เน็ตจำนวน 71 คน และมีนักท่องเที่ยวจำนวน 29 คนที่ใช้ข้อมูลบนอินเตอร์เน็ตพบว่าระดับความพึงใจเกี่ยวกับที่ตั้งของตลาดน้ำและการเดินทางมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\overline{X}$ = 3.48) ข้อมูลสามารถเข้าถึงได้ง่ายเป็นข้อรองลงมา ($\overline{X}$ = 3.24) และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจข้อมูลเกี่ยวกับแผนผังและเส้นทางเดินในตลาดน้ำมีระดับความพึงพอใจต่ำสุด ($\overline{X}$ = 2.96) ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.15)

ตารางที่ 12 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้ป้ายข้อมูลแนะนำแหล่งท่องเที่ยว

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	N	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	ไม่ได้ใช้
2. ป้ายข้อมูลแนะนำแหล่งท่องเที่ยว					
2.1 ตัวอักษรบนป้ายบอกทางเห็นเด่นชัด	92	2.33	1.25	ต่ำ	8
2.2 สัญลักษณ์บนป้ายแผนผังสื่อความหมายได้ชัดเจน	92	2.20	1.15	ต่ำ	
2.3 ป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งเข้าใจได้ง่าย	92	2.50	1.13	ปานกลาง	
2.4 จำนวนป้ายมีเพียงพอ	92	2.07	1.20	ต่ำ	
2.5 ข้อมูลบนป้ายมีความถูกต้อง	92	1.97	1.15	ต่ำ	
2.6 ข้อมูลบนป้ายเป็นปัจจุบัน	92	2.03	1.24	ต่ำ	
2.7 มีข้อมูลครบถ้วน	92	2.29	1.20	ต่ำ	
รวม		2.18	1.25	ต่ำ	

จากตารางที่ 12 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ไม่ได้ใช้ป้ายข้อมูลแนะนำแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 8 คน และมีนักท่องเที่ยวจำนวน 92 คนที่ใช้ป้ายข้อมูลแนะนำแหล่งท่องเที่ยว พบว่าระดับความพึงพอใจในประเด็นต่างๆ อยู่ในระดับต่ำโดยมีประเด็นของป้ายแสดงตำแหน่งที่ตั้งเข้าใจได้ง่ายมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$ = 2.50) ประเด็นตัวอักษรบนป้ายบอกทางเห็นเด่นชัดมีค่าเฉลี่ยรองลงมา ($\bar{X}$ = 2.33) และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจประเด็นข้อมูลบนป้ายมีความถูกต้องอยู่ระดับต่ำที่สุด ($\bar{X}$ = 1.97) ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ ($\bar{X}$ = 2.18)

ตารางที่ 13 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้ข้อมูลบนใบปลิวและแผ่นพับ

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	N	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	ไม่ได้ใช้
3. ข้อมูลบนใบปลิวและแผ่นพับ					
3.1 ข้อมูลมีความชัดเจน	76	2.61	.99	ปานกลาง	24
3.2 ข้อมูลมีรายละเอียดและถูกต้อง	76	2.35	.98	ต่ำ	
3.3 มีการเสนอข้อมูลที่เป็นปัจจุบันและเชื่อถือได้	76	2.21	1.19	ต่ำ	
3.4 มีข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง กิจกรรม เวลาปิด-เปิดและผลิตภัณฑ์	76	2.57	1.07	ปานกลาง	
3.5 ภาพถ่ายสื่อถึงภาพลักษณ์ของตลาดน้ำที่แท้จริง	76	2.30	.97	ต่ำ	
รวม		2.40	1.04	ต่ำ	

จากตารางที่ 13 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ไม่ได้ใช้ข้อมูลบนใบปลิวและแผ่นพับมีจำนวน 24 คน และมีนักท่องเที่ยวจำนวน 76 คนที่ใช้ข้อมูลบนใบปลิวและแผ่นพับพบว่าระดับความพึงพอใจในประเด็นต่างๆ อยู่ในระดับต่ำโดยมีประเด็นข้อมูลมีความชัดเจน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$ = 2.61) มีข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง กิจกรรม เวลาปิด-เปิดและผลิตภัณฑ์ มีระดับความพึงพอใจระดับรองลงมา ($\bar{X}$ = 2.57) และประเด็นการเสนอข้อมูลที่เป็นปัจจุบันและเชื่อถือได้มีระดับความพึงพอใจต่ำสุด ($\bar{X}$ = 2.21) ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ ($\bar{X}$ = 2.40)

กล่าวโดยสรุป ความพึงพอใจในการบริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหที่เป็นภาษาอังกฤษในภาพรวมยังอยู่ในระดับต่ำจำเป็นต้องพัฒนาข้อมูลด้านภาษาอังกฤษเพิ่มเติมเพื่อพัฒนาให้ตลาดน้ำคลองแหเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวเพื่อการปรับปรุงคุณภาพข้อมูลภาษาอังกฤษของตลาดน้ำคลองแห

ข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงคุณภาพของตลาดน้ำ นักท่องเที่ยวได้เสนอแนะข้อคิดเห็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลที่ต้องการเพิ่มเติม ได้แก่เส้นทางการเดินเรือ ป้ายรักษาความสะอาด ป้ายเส้นทางเดิน ข้อมูลยานพาหนะ ป้ายโฆษณาทั่วไป ที่อยู่ของอินเตอร์เน็ต เส้นทางเข้า-ออก
2. รูปแบบภาษาในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยว มีคำแนะนำภาษาอังกฤษ ภาษาจีนแมนดาริน ภาษามลายู ภาษาอารบิค และภาษาทมิล
3. คำแนะนำเพิ่มเติม เช่น ข้อมูลประชาสัมพันธ์ที่เป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาจีน เพิ่มป้ายบอกทางมากขึ้น

จากคำแนะนำของนักท่องเที่ยว ในการพัฒนาตลาดน้ำคลองแหเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล จึงยังมีประเด็นต่างๆ ที่ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำมากำหนดเป็นแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำคลองแห ในประเด็นการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวด้วยข้อมูลภาษาต่างๆ เพื่อพัฒนาตลาดน้ำคลองแหตามมาตรฐานสากล

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาเรื่องการใช้ข้อมูลภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างมาตรฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว กรณีศึกษา : ตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทของตลาดน้ำคลองแหที่เชื่อมโยงสู่การพัฒนาศักยภาพตามมาตรฐานสากล การจัดทำข้อมูลภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล และศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยการสำรวจพื้นที่ตลาดน้ำคลองแห และจัดทำข้อมูลภาษาอังกฤษใน 3 ด้าน คือข้อมูลบนอินเตอร์เน็ต ป้ายข้อมูลแนะนำแหล่งท่องเที่ยว และข้อมูลบนใบปลิวและแผ่นพับ กลุ่มประชากรที่ใช้เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 100 คน ผู้วิจัยใช้เครื่องมือคือแบบสอบถาม โดยใช้มาตรวัดค่า 5 ระดับ (Rating Scales) ใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าร้อยละในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาผู้วิจัยขอเสนอประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการศึกษา
2. อภิปรายผลการศึกษา
3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. สรุปผลการศึกษา

1.1 ด้านบริบทของตลาดน้ำคลองแหที่เชื่อมโยงสู่การพัฒนาศักยภาพตามมาตรฐานสากล

ตลาดน้ำคลองแหได้เริ่มก่อตั้งมาในปี พ.ศ. 2551 ในชื่อ "ตลาดน้ำคลองแหวัฒนศิลป์ถิ่นใต้" (อุดม เชยกีวงศ์, 2552) ปัจจุบันได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศใกล้เคียงคือประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์ ผลการสำรวจด้านข้อมูลตลาดน้ำคลองแหใน 3 ด้าน คือ ด้านแหล่งหรือกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านการบริการท่องเที่ยวและด้านการตลาดการท่องเที่ยว พบว่าส่วนใหญ่ไม่ได้จัดทำข้อมูลหรือมีไม่ครบและบริการโดยใช้ภาษาไทยในการสื่อสาร เนื่องจากข้อจำกัดด้านที่ตั้งที่ยังไม่แน่นอน และต้องเช่าที่ดินของเอกชนเป็นที่ตั้งของตลาดน้ำในปัจจุบัน ทำให้ไม่สามารถติดตั้งป้ายเป็นการถาวรได้ ทางเทศบาลเมืองคลองแหซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบการดำเนินการของตลาดน้ำจึงไม่มีการติดตั้งข้อมูลที่ได้มาตรฐานและเป็นการถาวร

1.2 ด้านการจัดทำข้อมูลภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของสำนักงานการพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ผู้วิจัยได้จัดทำข้อมูลตลาดน้ำคลองแหเป็นภาษาอังกฤษ 3 ประเภทคือ ข้อมูลบนอินเตอร์เน็ต บนหน้าโฮมเพจ www. Klonghaetoday.co.cc/ ป้ายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวได้แกป้ายบอกทางเข้า ป้ายแผนผัง และป้ายแสดงตำแหน่งของสถานที่ต่างๆ ในตลาดน้ำคลองแห และรูปแบบข้อมูลบนใบปลิวและแผ่นพับ เพื่อแจกจ่ายแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแหล่งศูนย์การค้าของอำเภอหาดใหญ่ สนามบิน โรงแรมและบริษัทท่องเที่ยว ผลการศึกษาค้นพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบข้อมูลตลาดน้ำคลองแหจากปากต่อปากและจากบริษัทท่องเที่ยว

1.3 ด้านการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ข้อมูลประชาสัมพันธ์

จากข้อมูลแบบสอบถามพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแหส่วนใหญ่เป็นเพศชายและมีอายุไม่สูงมากนัก ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี นักท่องเที่ยวที่มาเยือนตลาดน้ำคลองแห โดยส่วนใหญ่มีเชื้อชาติมาเลเซียและสิงคโปร์ ที่มาพักผ่อนในวันหยุดสุดสัปดาห์ ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารจึงเป็นภาษาจีน และภาษามลายู ในด้านข้อมูลภาษาอังกฤษที่บริการเกี่ยวกับตลาดน้ำคลองแหทั้ง 3 ด้าน คือ ข้อมูลบนอินเตอร์เน็ต ป้ายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลบนใบปลิวและแผ่นพับที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเคยใช้ในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองแห พบว่าข้อมูลต่างๆ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำ อาจเป็นเพราะว่าปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวของตลาดน้ำคลองแหยังไม่แพร่หลายสู่นักท่องเที่ยวในวงกว้าง และส่วนใหญ่จะใช้ภาษาไทยในการสื่อสาร จากการศึกษาด้านข้อมูลประชาสัมพันธ์อีกประเด็นหนึ่งคือนักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลประชาสัมพันธ์จากการบอกกันปากต่อปากเป็นส่วนใหญ่ จึงนับว่าการสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือน และบอกเล่ากันต่อในหมู่ครอบครัว เพื่อนฝูงเป็นการสื่อสารอีกหนทางหนึ่งในการเผยแพร่การท่องเที่ยว

ในภาพรวมการสื่อสารข้อมูลการท่องเที่ยวในรูปแบบบนอินเตอร์เน็ต บนใบปลิวและแผ่นพับ รวมทั้งป้ายข้อมูลต่างๆ รวมทั้งข้อมูลทั่วไปบริเวณตลาดน้ำคลองแหมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำ ทั้งนี้ผลการศึกษาสามารถนำมาปรับปรุงและเพิ่มข้อมูลประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Akam S. (2003) ที่เน้นย้ำถึงการใช้เทคโนโลยีในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อประสิทธิภาพสูงสุดในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืนต่อไป

2. อภิปรายผลการศึกษา

การเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและความสำคัญของภาษาอังกฤษที่มีบทบาทสำคัญในการสื่อสาร รวมทั้งความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ทำให้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวต้องมีการปรับเปลี่ยน เพื่อพัฒนาไปสู่ความยั่งยืน ตลาดน้ำนับได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่ได้รับความนิยม เพราะทำให้นักท่องเที่ยวได้พบกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนที่อยู่ริมน้ำ การเปิดประตูสู่ประชาคมอาเซียน (AEC) และการใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางในการติดต่อระหว่างเชื้อชาติต่างวัฒนธรรม ทำให้ประเทศไทยต้องพัฒนาความพร้อมให้บริการระดับสากล โดยการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสะดวกและมีคุณภาพ มาตรฐานทางด้านข้อมูลที่เป็นภาษาอังกฤษจึงเป็นประเด็นหนึ่งที่ควบคุมคุณภาพของการท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว นั่นคือการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษต้องมีคุณลักษณะและคุณสมบัติที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าคือนักท่องเที่ยวได้

การบริการข้อมูลภาษาอังกฤษของตลาดน้ำคลองแห ยังสามารถปรับปรุงมาตรฐานเพื่อพัฒนาให้ตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและเกิดความยั่งยืน และโดยการเพิ่มรูปแบบและภาษาอื่นอีกในการสื่อสาร

3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

อย่างไรก็ตามในการพัฒนาตลาดน้ำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล ผู้วิจัยขอเสนอแนะในประเด็นต่างๆ ต่อไปนี้

1. หน่วยงานของรัฐบาลหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพิ่มช่องทางการสื่อสารมากขึ้น
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพิ่มข้อมูลภาษาอื่นเพื่อพัฒนาตลาดน้ำคลองแหและแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียงให้มีศักยภาพตามมาตรฐานสากล
3. จัดทำแผ่นพับ โปสเตอร์และซีดีรอม ข้อมูลการจัดการท่องเที่ยวเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยว
4. ส่งเสริมให้ชุมชนและนักวิชาการได้ร่วมกันค้นหาคุณค่าของเอกลักษณ์ และรวบรวมข้อมูลทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญา ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมของชุมชน
5. การท่องเที่ยวเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานหลายหน่วยงานและเป็นการสร้างรายได้หากองค์กรที่เกี่ยวข้องสามารถพัฒนาให้ใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน ตกทอดถึงคนรุ่นต่อไป กิจกรรมการท่องเที่ยวจะเป็นแหล่งรายได้ของชุมชน

6. โดยการสื่อสารด้วยข้อมูล ขยายการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวสัมผัสกับวิถีชีวิตชุมชน อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น

ดังนั้นการท่องเที่ยวตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน การเปลี่ยนแปลงของการสืบค้นข้อมูลและการสื่อสารด้วยภาษากลางในธุรกิจการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรฐาน เพื่อเป็นการสร้างงานสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชน โดยมีการจัดการด้านข้อมูลที่มีประสิทธิภาพเพื่อการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนพร้อมที่จะแข่งขันในตลาดโลกได้

บรรณานุกรม

ข้อมูลสิ่งพิมพ์

จริยาวัฒน์ โลหะพูนตระกูล . 2553. **การพัฒนาและแก้ไขปัญหาชุมชน ด้านการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อ.พระประแดง จ.สมุทรปราการ.** วารสารมฉก. วิชาการ. ปีที่ 14 ฉบับที่ 27 กรกฎาคม – ธันวาคม 2553.

บุญหลิบ พานิชชาติ. 2550. **การท่องเที่ยวโลกและมาตรฐานการท่องเที่ยวสากล.** ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หน่วยที่ 8-15. นนทบุรี: มหาสุโขทัยธรรมาธิราช.

สำนักงานการท่องเที่ยว ม.ป.ป.

อุดม เชยกีวงศ์ . 2552. **ตลาดน้ำ.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ภูมิปัญญาสร้างสรรค์.

Jose,Junqueira & Paulo. **The E-tourism and the Virtual Enterprise.** Proceeding of the twelfth Annual Conference of the Production and Operations Management Society. POM-2001. March 30-April 2,2001.

Nath . 2010. Role of Information Technology in Tourism. **Information Technology andTourism: A Challenging Relationship.** New York: Hein & Hein.

ข้อมูลออนไลน์

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 www.nesdb.go.th/portals/0/news/article/plan1- retrieved 11 /07/2011

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ.
http://coursewares.mju.ac.th:81/TD335/td335/chapter1/chapter1_1.htm

www.Masci.or.th. Retrieved 21/8/2010.

http://tourism.go.th/2010/th/standard/index.php retrieved 01 /02/2012.

องค์การการท่องเที่ยวโลก www.2unwto.org/ retrieved 01 /12/2011

ข้อมูลการท่องเที่ยว www.Mots.go.th/ retrieved 12 /08/2010

www.tourism.go.th retrieved 01 /02/2012

http://www.etatjournal.com/web/etat-journal/2011/2011-apr-jun/319-situation-travel-2010 retrieved 01 /12/2011

www. Tourism.go.th/Thailand Tourism Standard.com retrieved 10 Jan.2012

มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม www. tourism.go.th/2010/th/standard/index.php retrieved 1/12/2011

ข้อมูลตลาดน้ำคลองแหออนไลน์ www. http://moohin.com/trips/songkhla/klonghae/ retrieved 12/11/2010.

จำนวนนักท่องเที่ยว www. Ryl9.com retrieved 12/8/2010.

ข้อมูลนักท่องเที่ยวออนไลน์ www. wikipedia.com retrieved 12/8/2010.

www. Ru.ac.th. retrieved 12/08/2010.

www. Thailocaladmin.go.th retrieved 12/08/2010.

www. praveetelearning.com /retrieved 12/11/2011.

www.prakaew.com/ 12/11/2011.

Akama S. John. 2003. Measuring tourist satisfaction with Kenya's wildlife safari: a case study of Tsavo West National Park. Science Direct.com. Tourism Management. Vol. 24, Issue 1.Feb.2003, P.73-81.

แสนศักดิ์ ศิริพานิชและ ราเดส ปาลาคุธี. 2550. **Factors Affecting Selection of Songkhla Lagoon of Thailand as a Cultural Tourism Destination.** www. ttresearch.org

ศักยภาพและสถานะความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย. www.thaifta.com/retrieved 11/01/2011.

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559.www.thailand tourism.go.th/retrieved 12/12/2011.

หอการค้าไทย. www.thaichamber.org./12/12/2011.

ความหมายของการมาตรฐาน. www. Prakaew.com retrieved 12-12-2011.

Gupta V. Neena.**Tourism as Communication: The Role of Language in Tourism.** www.insight.org.uk/articleleitem. Retrieved 12/12/2011.

การสื่อสาร. www.coursewares.mju.ac.th:81TD335/chapter2.retrieved 12/12/2011.

www. Thai-aec.com/retrieved 12/12/2011.

พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน.www.rirs3.royin.go.th/word19/word-19-a0.asp retrieved 12/12/2011.

กาญจนา นาคสกุล. ราชบัณฑิต สำนักศิลปกรรม ราชบัณฑิตยสถาน. www.royin.go.th/th/knowledge/retrieved 12/12/2011.

ความหมายของบริบท. www.thaiblogonline.com/sodpichai.blog?PostID=43720 retrieved 12/12/2011.

Tourism Information Sources. (www. Egyankosh.ac.in/ retrieved 12/12/2011)

www.thaifta.com/retrieved 11/01/2011.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างมาตรฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

Questionnaire

A Study of English for Communication to Enhance the Standardization of Tourism Information Case Study: The Klonghae Floating Market, Hadyai, Songkhla

Directions:

- The purpose of this study is to investigate the tourists' satisfaction with the English information services of Klonghae Floating Market.

- Reponses are for developing the English information services of Klonghae Floating Market to meet the international standards.

- There are three parts of the questionnaire. Please answer all the questions.

Conducted by: Ms. Paipun Mungsiri
Department of Foreign Languages
Rajamangala University of Technology Srivijaya Songkhla

Thank you for your cooperation

Part I: General Information

1. Sex ☐ male ☐ female

2. Age ☐ below 25 yrs, ☐ 25-34 yrs,
☐ 35-44 yrs, ☐ 45-54 yrs.
☐ 55-64 yrs, ☐ above 64 yrs,

3. Education ☐ below bachelor's degree
☐ bachelor's degree
☐ above bachelor's degree

4. Occupation ☐ Home maker ☐ Retail
☐ Student ☐ Hospitality
☐ IT ☐ Education
☐ Civil Service ☐ Medical
☐ Manufacturing ☐ Small Business Owner
☐ Other (Please specify).....

5. Nationality ☐ Malaysian & Singaporean ☐ Chinese
☐ Australian & New Zealander ☐ European
☐ North American ☐ South American
☐ Others.....

6. Including this current visit, how many times have you visited this place?

☐ once (first visit) ☐ twice
☐ three times ☐ four times
☐ five times or more

7. Number of people in your group
☐ 1-2 persons ☐ 3-4 persons
☐ more than 4 persons

8. Your group type
☐ friends ☐ family
☐ group tours

9. Length of stay in Had Yai
☐ 1 day ☐ two days
☐ three days ☐ more than four days

10. How did you learn about the Klonghae Floating Market?
☐ internet ☐ word of mouth
☐ tour company/hotel ☐ leaflet/brochure
☐ Other (Please specify).....

Part II: The level of satisfaction with English information services of Klonghae Floating Market

Please circle the number according to your satisfaction with English information services of Klonghae Floating Market.

5 = Very high 4 = high 3 = Moderate 2 = Low 1 = Very low

A. Internet Services

Did you use the internet to find information about Klonghae Floating Market?

☐ **Yes** ☐ **No**

If no, proceed to item 2.

Items of Satisfaction	Level of satisfaction					Not Applicable
1. Internet services						
1.1 The information is easily accessible.	5	4	3	2	1	
1.2 Information about activities and performances is provided.	5	4	3	2	1	
1.3 Information about products is provided.	5	4	3	2	1	
1.4 Information about location and transport is provided.	5	4	3	2	1	
1.5 Information about hours of operation is provided.	5	4	3	2	1	
1.6 Information about the layout and flowchart is provided.	5	4	3	2	1	
1.7 Overall the information is detailed and easy to understand.	5	4	3	2	1	
2. Information about tourist attractions						
2.1 The signs are easily seen.	5	4	3	2	1	
2.2 The symbols on the flowchart clearly convey the meaning.	5	4	3	2	1	
2.3 The sign posts are easy to understand.	5	4	3	2	1	
2.4 There are enough signs.	5	4	3	2	1	
2.5 The information on the signs is correct.	5	4	3	2	1	
2.6 The information is up-to-date.	5	4	3	2	1	
2.7 The information is complete.	5	4	3	2	1	
3. Leaflets and Brochures						
3.1 The information in the leaflets and brochures is clear.	5	4	3	2	1	
3.2 The information about Klonghae Floating Market in the leaflet and brochures is detailed and correct.	5	4	3	2	1	
3.3 The information is up-to-date and reliable.	5	4	3	2	1	
3.4 Information about transport, activities, hours of operation, products is included.	5	4	3	2	1	
3.5 The pictures in the leaflet and brochure clearly illustrate the services at the market.	5	4	3	2	1	

Part III: Suggestions and Recommendations

1. What other information about Klonghae Floating Market would you like to have available?

---

2. Would you like information in other formats or languages?

---

3. Would you recommend Klonghae Floating Market to your family or friends?

---

4. Do you have any other suggestions or recommendations to improve the quality of tourist information for Klonghae Floating Market?

ภาคผนวก ข

ข้อมูลภาษาอังกฤษบนแผ่นพับ

Travelers can take a long-tailed boat trip along the canal up to Laem Bodhi where the canal is connected to the sea. Along both banks you can admire the shade of water trees. The sacred temples along the canal are also valuable to visit. Boat cruises are ready for your service at the pier of the market.

Open every Fri., Sat., and Sun from 3 p.m.-10 p.m.
Contact : Klonghae Municipality
Moo 7 Klonghae-kutao Rd.
Klonghae, Hatyai, Songkhla, Thailand
Tel. +6674580886 Fax. +6674580785

Klonghae Floating Market

Had Yai, Songkhla, Thailand

ภาคผนวก ค

ข้อมูลภาษาอังกฤษบนใบปลิว

KlongHae
Floating Market

The Glittering Jewels in the Water :
Admire Thai Ways of Life

Visit the Old Town of Southern Cultures
Enjoy a Variety of Local Food
Relax in a Natural Atmosphere

Open every Fri., Sat., and Sun from 3 p.m. – 10 p.m.

- Occasional cultural performances
- Boat cruises along the canal
- Pay respect to the statue of the former abbot
- Shop for many souvenirs to take home

For more information contact

Klonghae Municipality
Moo 7 Klonghae-kutao Rd.
Klonghae, Hatyai, Songkhla, Thailand.
Tel. +6674580886 Fax. +6674580785

ภาคผนวก ง

ข้อมูลภาษาอังกฤษ

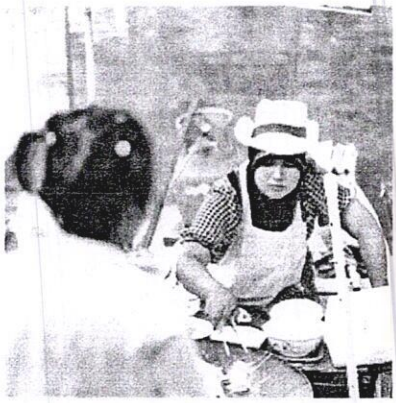
บนอินเตอร์เน็ต www. Klonghaetoday.co.cc/

Opening Hours
Fri., Sat., and Sun from 3 p.m.-10 p.m.

Klonghae Floating Market

HOME CONTACT US LOGIN

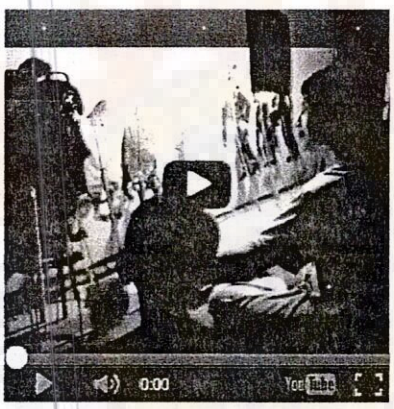
GENERAL INFORMATION



Klonghae Floating Market is the first floating market in the South of Thailand. It's one of the most popular places for local and foreign visitors Hundreds flow on the floating market every weekend for the local market, food and atmosphere.

MORE

TOURIST ATTRACTIONS



You can take a boat trip along the canal to admire Thai ways of life. WatKlonghae is also famous for a cultural center. Every Sunday evening, there will be Nora Performance on the bank of the temple. Southern shows are also organized on special holidays for both Thai and overseas travelers.

MORE

Latest News

Duis placerat justo eu nunc interdum ultrices.

Tourist Attractions

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Opening Hours

Open every Fri., Sat., and Sun from 3 p.m. - 10 p.m.

more

Transportation

Etiam pharetra, tellus sit amet congue vulputate.

Activities

Cras elit nisl, rhoncus nec iaculis ultricies.

Copyright © Klonghae Floating Market. All right reserved

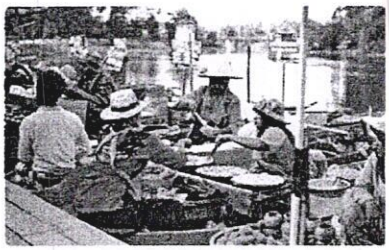
Opening Hours
Fri., Sat., and Sun from 3 p.m.-10 p.m.

Klonghae Floating Market

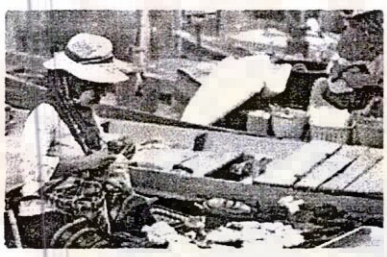
HOME | CONTACT US | LOGIN

GENERAL INFORMATION

"Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.



Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum."



Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem.

Latest News

Duis placerat justo eu nunc interdum ultrices.

Tourist Attractions

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Opening Hours

Open every Fri., Sat., and Sun from 3 p.m. - 10 p.m. more.

Transportation

Etiam pharetra, tellus sit amet congue vulputate.

Activities

Cras elit nisl, rhoncus nec iaculis ultricies.

Copyright © Klonghae Floating Market. All right reserved

ภาคผนวก จ

ป้ายทางเข้าบอกทางเข้าถึงตลาดน้ำคลองแห

ภาพป้ายชื่อตลาดน้ำคลองแหที่เป็นภาษาอังกฤษตรงทางเข้าถนนลพบุรีราเมศร์

ภาคผนวก ฉ

ป้ายแผนผัง

ภาพแผนผังภายในตลาดน้ำคลองแห

ภาคผนวก ช

ป้ายลูกศรชี้ไปยังที่ต่างๆ

ภาพป้ายชี้จุดตำแหน่งที่ตั้งของสถานที่ภายในตลาดน้ำคลองแห

ภาคผนวก ซ

ตารางค่าดัชนีความสอดคล้องแบบสอบถามที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ (IOC)
และค่า Reliability ของแบบสอบถาม

ตาราง ค่าดัชนีความสอดคล้องแบบสอบถามที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ (IOC)

ข้อ	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่าเฉลี่ย (IOC)	สรุปผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
ด้านข้อมูลบนอินเตอร์เน็ต						
1	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
3	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
4	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
5	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
6	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
7	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ด้านป้ายข้อมูลแนะนำแหล่งท่องเที่ยว						
1	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
3	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
4	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
5	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
6	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
7	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ด้านข้อมูลบนใบปลิวและแผ่นพับ						
1	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
3	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
4	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
5	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

ค่า Reliability ของแบบสอบถาม เรื่อง ศึกษาการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างมาตรฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวกรณีศึกษา: ตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำแนกตามด้านและภาพรวมของแบบสอบถาม

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.917	7

ด้านข้อมูลบนอินเตอร์เน็ต ค่าแอลฟา = 0.917

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.958	7

ด้านป้ายข้อมูลแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ค่าแอลฟา = 0.958

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.912	5

ด้านข้อมูลบนใบปลิวและแผ่นพับ ค่าแอลฟา = 0.912

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.955	19

รวมทุกด้าน ค่าแอลฟา = 0.955