



รายงานผลการวิจัย

เรื่อง

ความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดในกรุงเทพมหานคร

The Requirement of Foreign Languages of Buddhist Temples in Bangkok

โดย

ดร. เสน่ห์ เดชะวงศ์

ผศ. ดร. สมพร โกมารทัต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

รายงานผลการวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2557

ชื่อเรื่อง: ความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย: ดร.เสนห์ เดชะวงศ์ และ ผศ.ดร.สมพร โกมารทัต

สถาบัน: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ปีที่พิมพ์: 2557

สถานที่พิมพ์: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

แหล่งที่เก็บรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

จำนวนหน้างานวิจัย: 79 หน้า

ลิขสิทธิ์: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

คำสำคัญ: ภาษาต่างประเทศ ความต้องการ ความต้องการภาษาต่างประเทศ วัด วัดที่เป็นแหล่ง
ท่องเที่ยว วัดสำคัญในกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดที่จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร และเพื่อสำรวจประเด็นหัวข้อและเนื้อหาในการนำชมวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ตัวอย่างที่ให้ข้อมูล คือ เจ้าอาวาสและ/หรือเจ้าหน้าที่ของวัดที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 9 วัด ได้แก่ 1. วัดกัลยาณมิตร 2. วัดชนะสงคราม 3. วัดบวรนิเวศวิหาร 4. วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม 5. วัดพระศรีรัตนศาสดาราม 6. วัดระฆังโฆสิตาราม 7. วัดสุทัศนเทพวราราม 8. วัดสระเกศ 9. วัดอรุณราชวราราม จำนวนวัดละ 5 ชุด รวม 45 ชุด และสัมภาษณ์นักเทศก์ที่มีโปรแกรมท่องเที่ยววัดใดวัดหนึ่งใน 9 วัด จำนวน 5 คน

ผลการศึกษา พบว่า ภาษาต่างประเทศที่วัดทั้ง 9 วัดต้องการมากที่สุด คือ ภาษาอังกฤษ รองลงมาคือ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น และภาษาเกาหลี ตามลำดับ เพื่อจัดทำป้ายบอกทางภายในวัด ป้ายอธิบายสถานที่แต่ละจุดภายในวัด ป้ายอธิบายข้อปฏิบัติต่างๆในการเยี่ยมชมวัด แผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด และบทบรรยายประวัติ และแนะนำสถานที่ภายในวัด ส่วนประเด็นหัวข้อและเนื้อหาในการนำชมวัดที่วัดทั้ง 9 แห่งต้องการ ประกอบด้วย คำอธิบายในการเยี่ยมชมพระอุโบสถ พระประธานและภาพจิตรกรรมฝาผนัง คำอธิบายในการเยี่ยมชมสิ่งก่อสร้างในเขตพุทธาวาส คำอธิบายในการเยี่ยมชมสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัด คำอธิบายในการเข้าชื่อวัดอุ้มงคลของวัด และการให้คำแนะนำทั่วไป

Title: The Requirement of Foreign Languages of Buddhist Temples in Bangkok

Researcher: Dr. Saneh Dechawongse and Asst.Prof. Dr. Somporn Gomaratur

Institution: Dhurakij Pundit University Year of Publication: 2014

Publisher: Dhurakij Pundit University Sources: Dhurakij Pundit University

No. of Page: 79 Pages Copyright: Dhurakij Pundit University

Key Words: Foreign languages, Requirement, Requirement of foreign languages, Wat/Temple, Tourist attraction temples, Important temples in Bangkok

Abstract

The research entitled “The Requirement of Foreign Languages of Buddhist Temples in Bangkok” was a quantitative and qualitative study with its objectives to investigate the requirement of foreign languages of tourist attraction temples in Bangkok and to study topics and contents in guiding tourists to visit the tourist attraction temples in Bangkok. The data were collected through questionnaires from the abbots and / or the temple personnel whose duty was related to tourists visiting 9 temples in Bangkok: Wat Kanlayanamit, Wat Chanasongkhram, Wat Bovornivesvihar, Wat Phrachetuphon vimolmangharam, Wat Phrasrirattanasasadaram, Wat Rakhangkhositaram, Wat Suthatthepvararam, Wat Saket and Wat Arunrajavararam, and 5 questionnaires were used to collect the data from each temple, and interviewed 5 certified tourist guides leading tourists to visit any one of the 9 temples to confirm the results of quantitative data analysis.

The results of the study found that the foreign language most needed for all 9 temples was English followed by Chinese, Japanese and Korean respectively. Direction signs, signs giving details of places in the temples, signs for rules and regulations in temple visit, temple brochures, and scripts for temple backgrounds and introducing significant places in the temples all need to be made and displayed in English.

Topics and contents in guiding the temple visit of the 9 temples were composed of an explanation in visiting the ordination hall, the principal Buddha image, mural paintings, constructions in Buddha Vasa area, sacred places or objects in the temples, buying Buddhist sacred objects, and giving general information.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยการสนับสนุนทุนวิจัยจากศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ผู้วิจัยขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. สรชัย พิศาลบุตร ที่ให้คำปรึกษาในการจัดทำโครงการวิจัยนี้ ขอกราบขอบพระคุณ พระสุธีธรรมานุวัตร (เทียบ สิริวัฒน์ โณ ป.ธ. 9 ผศ.ดร.) ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม พระครูโสภณวิราภรณ์ ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดชนะสงคราม พระมหาสุววรรณ สุวณฺเฑียรังสี วัดอรุณราชวราราม พระมหาตะวัน ปัญญาวิบุโล วัดสระเกศ และ พระเกียรติ ไกร วัดกัลยาณมิตร ที่กรุณาให้ข้อมูลเบื้องต้นเพื่อใช้ในการจัดทำแบบสอบถาม

ขอกราบขอบพระคุณและขอขอบคุณ พระเทพวิสุทธิกวี (เกษม สัจญฺญโต ป.ธ. 9 Ph.D.) วัดราชาธิวาส พระเมธาวิเชียร (สุเทพ ปสฺสฺวิโก ผศ. ดร.) วัดราชประดิษฐสถิตมหาสีมาราม พระมหาบุญศรี ญาณวฑฺฒโน ผศ. ดร. วัดปทุมคงคา รศ.ดร. จ่านง คันทิก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย และ รศ. ดร. ธวัช หอมทวนลม คณะศาสนาและปรัชญา มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย ที่กรุณาตรวจประเมินแบบสอบถาม

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณ พระมหาสมศักดิ์ ญาณ โภ โธ รศ. ดร. ดร.พระมหาไพเราะเดช ฐิต เตโช พระกมล กมโล คุณอมรา ทิมดี และคุณบุญเพ็ญ หว่านณรงค์ ที่ช่วยประสานงานในการเข้าไปเก็บข้อมูลในวัดที่อยู่ในโครงการวิจัย

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผลการวิจัยครั้งนี้จะนำไปสู่การวางแผนพัฒนาทักษะภาษาต่างประเทศให้กับพระสงฆ์และบุคลากรของวัด ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวต่อไป

ดร. เสน่ห์ เดชะวงศ์

ผศ. ดร. สมพร โกมารทัต

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	(1)
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญแผนภูมิ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	3
1.3 นิยามศัพท์	3
1.4 ขอบเขตการวิจัย	4
1.5 ประโยชน์ที่จะได้รับ	4
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	5
2.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย	10
2.3 ภาษาต่างประเทศกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	13
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย	15
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	16
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	16
3.3 วิธีดำเนินการวิจัย	17
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	18
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	19

บทที่ 4 ผลการวิจัย

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและผู้มาเยี่ยมชมวัด 20
- 4.2 ความต้องการภาษาต่างประเทศของวัด 9 แห่ง 32
- 4.3 ประเด็นหัวข้อและเนื้อหาในการนำชมวัด 47

บทที่ 5 บทสรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

- 5.1 บทสรุป 56
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย 58
- 5.3 ข้อเสนอแนะ 61
- บรรณานุกรม 63
- ภาคผนวก 66
- ประวัติผู้วิจัย 78

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ข้อมูลเกี่ยวกับวัดทั้ง 9 แห่ง	23
2	ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัด 9 แห่ง	24
3	ผลการวิเคราะห์ลำดับชนชาติของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดกัลยาณมิตร	25
4	ผลการวิเคราะห์ลำดับชนชาติของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดชนะสงคราม	25
5	ผลการวิเคราะห์ลำดับชนชาติของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม	26
6	ผลการวิเคราะห์ลำดับชนชาติของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดพระศรีรัตนศาสดาราม	26
7	ผลการวิเคราะห์ลำดับชนชาติของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดระฆังโฆสิตาราม	27
8	ผลการวิเคราะห์ลำดับชนชาติของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดสุทัศนเทพวราราม	27
9	ผลการวิเคราะห์ลำดับชนชาติของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดอรุณราชวราราม	28
10	ผลการวิเคราะห์ลำดับชนชาติของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดบวรนิเวศวิหาร	28
11	ผลการวิเคราะห์ลำดับชนชาติของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดสระเกศ	29
12	ผลการวิเคราะห์ลำดับชนชาติของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดแยกตามประเภทของวัด	29
13	ผลการวิเคราะห์ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดในเส้นทางการจัดนำ เที่ยว	33
14	ผลการวิเคราะห์ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดนอกเส้นทางการจัดนำ เที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว	34
15	ผลการวิเคราะห์ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม	38
16	ผลการวิเคราะห์ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดพระเชตุพนวิมลมังคลา ราม	39
17	ผลการวิเคราะห์ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดอรุณราชวราราม	40
18	ผลการวิเคราะห์ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดกัลยาณมิตร	41
19	ผลการวิเคราะห์ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดชนะสงคราม	42
20	ผลการวิเคราะห์ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดระฆังโฆสิตาราม	43
21	ผลการวิเคราะห์ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดสุทัศนเทพวราราม	44
22	ผลการวิเคราะห์ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดบวรนิเวศวิหาร	45
23	ผลการวิเคราะห์ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดสระเกศ	46
24	ผลการวิเคราะห์รายการความต้องการการใช้ภาษาต่างประเทศแยกตามประเภทของวัด	47
25	ผลการวิเคราะห์หัวข้อ ประเด็น เนื้อหาในการนำชมวัดแยกตามประเภทของวัด	52

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
26 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัด 9 แห่ง	53
27 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับจุดประสงค์ที่วัดต้องการภาษาต่างประเทศ	54
28 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับระดับความเห็นของจุดประสงค์ที่วัดต้องการภาษาต่างประเทศ	54
29 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับสิ่งจำเป็นที่วัดควรจัดให้บริการนักท่องเที่ยว	55
30 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับหัวข้อและเนื้อหาในการใช้ภาษาต่างประเทศในการนำชมวัด	56

สารบัญแผนภาพ

ภาพที่		หน้า
1	คำร้อยละของเพศ	21
2	คำร้อยละของอายุ	21
3	คำร้อยละของการศึกษา	22
4	คำร้อยละของระยะเวลาปฏิบัติงาน	22
5	คำร้อยละของเหตุผลของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยี่ยมชมวัดในเส้นทางการจัดนำเที่ยว	30
6	คำร้อยละของเหตุผลของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยี่ยมชมวัดนอกเส้นทางการจัดนำเที่ยว	31
7	ลำดับของจุดประสงค์ของความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดในเส้นทางการจัดนำเที่ยว	36
8	ลำดับของจุดประสงค์ของความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดนอกเส้นทางการจัดนำเที่ยว	37
9	ผลการวิเคราะห์หัวข้อประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดพระศรีรัตนศาสดาราม	48
10	ผลการวิเคราะห์หัวข้อประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม	48
11	ผลการวิเคราะห์หัวข้อประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดอรุณราชวราราม	49
12	ผลการวิเคราะห์หัวข้อประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดกัลยาณมิตร	49
13	ผลการวิเคราะห์หัวข้อประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดชนะสงคราม	50
14	ผลการวิเคราะห์หัวข้อประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดระฆังโฆสิตาราม	50
15	ผลการวิเคราะห์หัวข้อประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดสุทัศนเทพวราราม	51
16	ผลการวิเคราะห์หัวข้อประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดบวรนิเวศวิหาร	51
17	ผลการวิเคราะห์หัวข้อประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดสระเกศ	52

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงของโลกเป็นไปอย่างรวดเร็วทั้งด้านสังคม การเมือง เศรษฐกิจ เทคโนโลยี ในส่วนของเศรษฐกิจซึ่งเป็นตัวชี้วัดตัวสำคัญของความเจริญก้าวหน้าความมั่นคงของประเทศนั้น ในหลายประเทศเดิมที่เป็นประเทศเกษตรกรรม ต่อมาความเจริญของเครื่องจักร เครื่องกลเทคโนโลยีมีมากขึ้น โลกเกิดการปฏิวัติเปลี่ยนเป็นเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ส่วนในบางประเทศที่ไม่สามารถเปลี่ยนประเทศของตนเป็นประเทศเศรษฐกิจอุตสาหกรรมได้ เพราะปัจจัยบางประการ ประเทศเหล่านั้นจึงหันมามองสิ่งที่มีในประเทศของตน เช่น ธรรมชาติแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งต่างๆที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศตนเป็นต้น โดยจัดการสิ่งดีๆที่มีอยู่ในประเทศของตนให้มีมูลค่าเป็นสินค้าขายเพื่อทำรายได้ให้แก่ประเทศ ปัจจุบันสินค้าประเภทการท่องเที่ยวแพร่ขยายเติบโตในมูกว้างขึ้นเรื่อยๆจนกลายเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจโลกในปัจจุบัน เป็นที่ยอมรับของโลกว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการพัฒนาสถาบันหลักของสังคมโลก ทั้งด้านการพัฒนา ด้านสังคมและด้านเศรษฐกิจ ด้านการพัฒนา กล่าวคือ เมื่อมีการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ก็จะเกิดการพัฒนาความเจริญหลายด้านตามเข้าไปถึงแหล่งนั้นชุมชนนั้นสังคมนั้น ความเจริญที่ว่าคือระบบสาธารณสุข ภัตตาคาร โรงแรม ร้านอาหารและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ด้านสังคมในระดับท้องถิ่นเกิดการกินอยู่ดีมีความสุข ก่อให้เกิดการพัฒนาอนุรักษ์ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว ขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ทำให้คนรักถิ่นเกิด ระดับประเทศ การท่องเที่ยวเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมสร้างความสัมพันธ์ความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศเจ้าของบ้านและผู้มาท่องเที่ยว ด้านเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก รายได้จากการท่องเที่ยวเป็นการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ ทำให้มีการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพสร้างรายได้ให้แก่ประชาชน ทำให้ผลผลิตมวลรวมของประเทศมีมูลค่าสูงขึ้น เมื่อประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ประเทศได้รับรายได้ในรูปภาษีอากรต่างๆ ทำให้มีเงินในรูปแบบประมาณกลับมาใช้พัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าได้รวดเร็วขึ้น นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีความสำคัญต่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงของประเทศให้เป็นที่รู้จักของสังคมโลก (บุญเลิศ จิตต์วัฒนา, 2548: 20) ดังนั้นเมื่อการท่องเที่ยวมีความสำคัญ ประเทศต่างๆทั่วโลกจึงใช้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือช่วยพัฒนาประเทศกันอย่างกว้างขวางและกำหนดเป็นนโยบายมีการส่งเสริมอย่างจริงจัง (ปรีชา แดงโรจน์, 2544: 30)

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีการขยายตัวในด้านต่างๆอย่างรวดเร็ว มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างไปสู่การผลิตเพื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทย สร้างชื่อเสียง สร้างรายได้เข้าประเทศ จากสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ภาพรวมการท่องเที่ยวในปี 2556 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 26 ล้านคน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2555 ถึง 19.60 เปอร์เซ็นต์ และรายได้จากการท่องเที่ยวในปีดังกล่าว มีรายได้รวมทั้งสิ้น 1 ล้าน 1 แสน 7 หมื่น 1 พันล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ถึง 19.08 เปอร์เซ็นต์ ในจำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าว เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน รัสเซีย มาเลเซีย ลาว ญี่ปุ่น เกาหลี เยอรมัน อังกฤษ อินเดีย และอเมริกาตามลำดับ แม้ว่าสถานการณ์การเมืองในประเทศซึ่งเริ่มมาตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2556 ได้มีผลกระทบต่อความมั่นใจของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยก็ตาม แต่จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวกลับมีจำนวนที่มากขึ้นกว่าปีที่ผ่านมาถึง 19.60 เปอร์เซ็นต์ เมื่อสถานการณ์การเมืองคลี่คลายเร็ว นักท่องเที่ยวก็มีความมั่นใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี พ.ศ.2558 ซึ่งเป็นปีที่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะเปิดเป็นเขตเสรีด้านการค้า อาชีพ และการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศอาเซียน 10 ประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้อย่างเสรี

นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกระทรวงวัฒนธรรม ได้ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยจัดกิจกรรม “ไหว้พระ 9 วัด” เพื่อให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวที่สนใจได้เดินทางท่องเที่ยวสักการะสถานที่อันเป็นมรดกในแต่ละจังหวัดทั่วประเทศ สำหรับในเขตกรุงเทพมหานครได้กำหนดพระอารามหลวง 9 แห่งเป็นเส้นทางไหว้พระ 9 วัด และเป็นแหล่งศึกษาศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ประกอบด้วย 1. วัดกัลยาณมิตร 2. วัดชนะสงคราม 3. วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม 4. วัดพระศรีรัตนศาสดาราม 5. วัดระฆังโฆสิตาราม 6. วัดสุทัศนเทพวราราม 7. วัดอรุณราชวราราม 8. วัดบวรนิเวศวิหาร 9. วัดสระเกศ

นักท่องเที่ยวที่ไปเยี่ยมชมวัดดังกล่าวนอกจากจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยแล้ว ยังมีนักท่องเที่ยวต่างชาติอีกเป็นจำนวนมาก สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนนั้น นอกเหนือจากที่ไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัดแล้ว ควรจะได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานที่นั้นด้วย ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเองโดยไม่ผ่านช่องทางของบริษัทนำเที่ยวควรจะได้รับความรู้ที่ถูกต้องของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆเช่นกัน แม้ว่าบางแหล่งท่องเที่ยวจะมีป้ายประกาศ ป้ายบอกข้อมูลและแผ่นพับ เป็นต้น แต่พบว่า อาจยังมีข้อบกพร่องทางด้านภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ นอกจากนั้น มีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อยที่ไม่มีข้อมูลหรือบุคลากรที่ให้

ข้อมูลเพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยว จากข้อมูลของ Watts, Noell (1994:73-84) ที่ศึกษาเรื่องการใช้ภาษาต่างประเทศในกิจกรรมการท่องเที่ยวในประเทศออสเตรเลียและประเทศนิวซีแลนด์ พบว่าเอกสารการท่องเที่ยวเพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญมาก แต่ในประเทศทั้งสองยังขาดเอกสารที่เป็นข้อมูลเพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวที่ไม่สามารถใช้ภาษาอังกฤษสื่อสารได้ ซึ่งก็สอดคล้องกับงานวิจัยของHuisman S. and Moore K.(1999:445-448) ที่ว่านักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นภาษาของตนเอง และถึงแม้ว่าภาษาอังกฤษจะเป็นภาษาของโลกก็ตาม แต่นักท่องเที่ยวยังต้องการให้เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวสามารถสื่อสารด้วยภาษาอื่นๆ ได้ (Blunkett,1998:1) ดังนั้นวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวจะต้องตระหนักถึงความจำเป็นในการให้บริการข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับสถานที่สำคัญภายในวัดที่เป็นภาษาต่างประเทศแก่นักท่องเที่ยว

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดที่จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของกรุงเทพมหานครจำนวน 9 วัด และสำรวจประเด็นหัวข้อเนื้อหาของป้ายบอกข้อมูลและภาษาที่ใช้ในการนำชมแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของวัด นอกจากนี้ผลการวิจัยนี้จะนำไปสู่การจัดทำป้ายประกาศ ป้ายบอกข้อมูล คู่มือการนำชมแหล่งท่องเที่ยวและหลักสูตรการอบรมภาษาต่างประเทศให้กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ อันก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องต่อแหล่งท่องเที่ยวและความซาบซึ้งในศิลปวัฒนธรรมของชาติ

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.2.1 เพื่อสำรวจความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดที่จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร
- 1.2.2 เพื่อสำรวจประเด็นหัวข้อและเนื้อหาในการนำชมวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร

1.3 นิยามศัพท์

1.3.1 วัดในกรุงเทพมหานคร หมายถึง วัดที่เป็นพระอารามหลวง 9 แห่งที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและกระทรวงวัฒนธรรมกำหนดให้เป็นวัดในโครงการส่งเสริมให้ประชาชนไปไหว้พระ 9 วัด ได้แก่ 1.วัดกัลยาณมิตร 2.วัดชนะสงคราม 3.วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม 4.วัดพระศรีรัตนศาสดาราม 5.วัดระฆังโฆสิตาราม 6.วัดสุทัศนเทพวราราม 7.วัดอรุณราชวราราม 8.วัดบวรนิเวศวิหาร 9.วัดสระเกศ

1.3.2 ภาษาต่างประเทศ หมายถึง ภาษาต่างประเทศที่วัด 9 แห่งต้องการนำไปใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าไปเยี่ยมชมวัด

1.3.3 ความต้องการภาษาต่างประเทศ หมายถึง ประเด็นที่จะจัดทำเป็นภาษาต่างประเทศ ได้แก่ ป้ายบอกเส้นทางภายในวัด ป้ายอธิบายเกี่ยวกับสถานที่แต่ละจุดภายในวัด ป้ายอธิบายข้อปฏิบัติต่างๆในการเยี่ยมชมวัด ป้ายอธิบายการไหว้พระขอพร แผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด แผ่นพับประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัด บทบรรยายประวัติและแนะนำสถานที่ภายในวัด ผู้บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ภายในวัด สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ผู้คอมพิวเตอร์) ห้องนิทรรศการให้ความรู้สถานที่ต่างๆในวัด

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ด้านเนื้อหา ศึกษาความต้องการภาษาต่างประเทศของวัด และประเด็นหัวข้อและเนื้อหาในการนำชมวัด

1.4.2 ด้านพื้นที่และประชากร พื้นที่ศึกษาจากวัด 9 แห่งในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นวัดที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและกระทรวงวัฒนธรรมได้กำหนดพระอารามหลวง 9 แห่งเป็นเส้นทางไหว้พระ 9 วัดและเป็นแหล่งศึกษาศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นประกอบด้วย 1. วัดกัลยาณมิตร 2. วัดชนะสงคราม 3. วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม 4. วัดพระศรีรัตนศาสดาราม 5. วัดระฆังโฆสิตาราม 6. วัดสุทัศนเทพวราราม 7. วัดอรุณราชวราราม 8. วัดบวรนิเวศวิหาร 9. วัดสระเกศ ประชากรในงานวิจัยครั้งนี้ คือเจ้าอาวาสและ/หรือเจ้าหน้าที่ของวัดที่ทำงานเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 9 วัด ได้แก่ 1. วัดกัลยาณมิตร 2. วัดชนะสงคราม 3. วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม 4. วัดพระศรีรัตนศาสดาราม 5. วัดระฆังโฆสิตาราม 6. วัดสุทัศนเทพวราราม 7. วัดอรุณราชวราราม 8. วัดบวรนิเวศวิหาร 9. วัดสระเกศราช และมัคคุเทศก์หรือตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่มีโปรแกรมท่องเที่ยววัดใดวัดหนึ่งในจำนวน 9 วัด

1.5 ประโยชน์ที่จะได้รับ

1.5.1 ได้ทราบความต้องการและระดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัด 9 แห่งในกรุงเทพมหานคร

1.5.2 ได้ทราบประเด็นหัวข้อและเนื้อหาในข้อมูลที่จะใช้ในการเที่ยวชมวัด

1.5.3 ได้คู่มือในการเที่ยวชมวัด 9 แห่ง

1.5.4 ได้ขอบเขตของหลักสูตรภาษาต่างประเทศสำหรับใช้ในการอบรมบุคลากรของวัดให้มีความรู้ภาษาต่างประเทศ

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวทางในการวิจัยดังหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
2. สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย
3. ภาษาต่างประเทศกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ความหมายของการท่องเที่ยวและความสำคัญ

วิกิพีเดีย (www.wikipedia.org) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานหรือเพื่อหาความรู้

สมบัติ กาญจนกิจ (2544, น. 84-85) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการนันทนาการที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาว่างและมีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากแหล่งท่องเที่ยวที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่ง เพื่อการเปลี่ยนแปลงบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยจะมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะเข้ามาพร้อมด้วย

วรรณภา วงษ์วานิช (2546, น. 7) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุก นอกจากนี้แล้วยังเป็นการเคลื่อนย้ายจากแหล่งหนึ่ง ไปสู่แหล่งหนึ่งไม่ว่าจะเป็นการเดินทางในประเทศ และการเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน ได้รับความรู้ สนุกสนานและเพลิดเพลินร่วมกัน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, น. 6) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางชั่วคราวด้วยความสมัครใจ

ประภัสสร ศรีภักดี (2548, น. 13-14) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อนเพื่อหาความสุข เพื่อทำธุรกิจ ประชุม สัมมนา การศึกษาหาความรู้ ตลอดจนเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้อง

สรุปว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากแหล่งท่องเที่ยวที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่งเพื่อวัตถุประสงค์ใดวัตถุประสงค์หนึ่ง เช่นพักผ่อน ทำธุรกิจ ประชุมสัมมนา เป็นต้น ซึ่งผลของการเดินทางนั้นก่อให้เกิดความรู้ ความสนุกสนาน ความสบายใจ ความสัมพันธ์กับผู้อื่น

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

สมพร โกมารทัต (2555, น. 112) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ผสมผสานสินค้าและบริการ โดยมีองค์ประกอบที่แยกออกเป็นอุตสาหกรรมประเภทสินค้าและอุตสาหกรรมบริการ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบประเภทสินค้า ได้แก่ สถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยว ประเภทบริการ ได้แก่ องค์ประกอบเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกสบาย การเข้าถึงแหล่ง และการบริการต้อนรับที่ดี สิ่งทีกล่าวมานั้น คือ ปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจประทับใจ เดินทางกลับมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นซ้ำอีก ทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นอุตสาหกรรมของประเทศ ทำรายได้เข้าประเทศจำนวนมาก ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวมากมายประเทศหนึ่ง เกิดเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศ เมื่อประเทศมีรายได้ทำให้คนในประเทศมีงานทำ คนมีรายได้ ความเป็นอยู่และสังคมก็เจริญก้าวหน้า ดังนั้นความสำคัญของการท่องเที่ยวมีผลต่อเศรษฐกิจและสังคม ดังนี้

1. ความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ สามารถสรุปได้ ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548; นิสา ชัชกุล, 2551 ; ปรีชา แดงโรจน์, 2544)
 - 1.1 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก
 - 1.2 ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ
 - 1.3 ทำให้ภาวะการมีงานทำมากขึ้น รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายสู่ประชากรทั่วประเทศ
 - 1.4 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้อย่างสูงสุด เป็นอุตสาหกรรมเชิงซ้อนที่มีผลต่อเศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม
 - 1.5 ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่น กล่าวคือระยะเริ่มแรกประชาชนในท้องถิ่นไม่สามารถผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวได้ ต่อมามีการขยายตัวมากขึ้น ประชากรในท้องถิ่นผลิตสินค้าและบริการได้เอง จึงส่งผลกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจ
2. ความสำคัญต่อสังคม การเมือง วัฒนธรรม สรุปได้ดังนี้
 - 2.1 ช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่นให้ดีขึ้น สืบเนื่องจากผลของการกระจายรายได้และการจ้างงานไปสู่คนในท้องถิ่น ทำให้คนในท้องถิ่นมีอาชีพมีรายได้ในการซื้อสินค้าและการดำเนินชีวิตดีขึ้น เป็นการยกมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่น
 - 2.2 ช่วยสร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่น กล่าวคือ เมื่อเกิดการเดิน

ทางเข้าไปท่องเที่ยวในท้องถิ่นใด ย่อมก่อให้เกิดความเจริญแก่ท้องถิ่นนั้นๆ เช่น มีการสร้างโรงแรม
ร้านอาหาร ถนนหนทาง การคมนาคมที่ทันสมัย

2.3 ช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมและรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของ
ชาตินั้นๆ

2.4 ช่วยลดปัญหาการอพยพเข้ามาใช้ชีวิตในเมืองใหญ่ เพราะในท้องถิ่นมีรายได้
ขึ้น

2.5 ช่วยสร้างสันติภาพและความสามัคคีของคนในประเทศและผู้ท่องเที่ยวที่
เดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทย

2.6 ช่วยให้สภาพแวดล้อมของท้องถิ่นดีขึ้นหมด หรือปราศจากความสกปรก ความ
เสื่อมโทรม ความไม่ปลอดภัย

2.7 ก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม อนุรักษ์และ
รักษาความเป็นเอกลักษณ์ของชาติ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

วิกิพีเดีย กล่าวถึง ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวและเยี่ยมชม
ชมสถานที่แสดงถึงความเป็นวัฒนธรรมเช่น การชมโบราณวัตถุ โบราณสถาน ปราสาท พระราชวัง
วัด ประเพณี รวมถึงวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย

ขึ้น ศรีสวัสดิ์ และคณะ (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อ
ชมสิ่งที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี
วิถีการดำรงชีวิต ศิลปะทุกแขนงและสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้
เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับทราบ
ประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมองความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอด
มาถึงปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่เน้น
การพัฒนาด้านภูมิปัญญา สร้างสรรค์ ไม่ทำลายสภาพแวดล้อม ไม่มีการซื้อขายวัฒนธรรมและชีวิต
ผู้คน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมไว้
ว่าเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีการให้ความรู้และความภูมิใจที่เน้น
ลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดีและสถานที่ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเกี่ยวเนื่องกับ
ความเป็นอยู่ของสังคมและให้ทุกฝ่ายร่วมรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ได้อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิง
ศิลปวัฒนธรรมประกอบด้วย 1. ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ 2. โบราณคดีและ

พิพิธภัณฑ์ 3. งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิม 4. ศิลปะหัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้น และแกะสลัก 5. ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆทางศาสนา 6. ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ 7. ภาษาและวรรณกรรม 8. วิถีชีวิต เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย อาหาร 9. ประเพณีวัฒนธรรมพื้นบ้าน เทศกาลต่างๆ 10. ลักษณะงานและเทคโนโลยี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น

ชวลิต ตั้งสมบุญกิตติ (2554, น 12) กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการเดินทางเพื่อเรียนรู้ ศึกษา สังเกต ให้เข้าใจและซาบซึ้ง หรือร่วมกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว มุ่งเสนอลักษณะทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดีและสถานที่ต่างๆที่มนุษย์สร้างขึ้นและเกี่ยวเนื่องกับความ เป็นอยู่ของสังคม เป็นการท่องเที่ยวในเชิงการให้ความรู้และความภาคภูมิใจทรัพยากรที่มีคุณค่าทาง ศิลปะ ขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้ถ่ายทอด

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่แสดง ถึงแสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี รวมถึงวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย เพื่อชม หาคำความรู้ หรือได้รับความเพลิดเพลิน จากแหล่งท่องเที่ยวนั้น

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้แบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 7 ประเภท คือ (อุษณีย์ ศรี ภูมิ, 2544 น 15)

1. แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน ได้แก่ พระราชวัง สิ่งก่อสร้าง และอาคารที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ รวมทั้งอนุสาวรีย์ต่างๆ
2. แหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนสถาน ได้แก่ วัด โบสถ์ เจดีย์ ศูนย์กิจกรรมทางศาสนา
3. แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล ป่าไม้ ภูเขา น้ำตก
4. แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมและการศึกษา ได้แก่ พิพิธภัณฑ์ ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม
5. แหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานเริงรมย์ ได้แก่ โรงภาพยนตร์ โรงละคร
6. แหล่งท่องเที่ยวประเภทอุตสาหกรรมและหัตถกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องจักรสาน การทอผ้า ทำร่ม เป็นต้น
7. แหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ได้แก่ สวนสัตว์ สวนสาธารณะ สวนสนุก สวนกีฬา เป็นต้น

วัด เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนสถานที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (เช่น ศรี สวัสดิ์และคณะ, 2550 น 63) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชม เพื่อชมความงามทางพุทธศิลป์ และความเป็นมาของศาสนาและประวัติศาสตร์ วัดหมายถึง

สถานที่ทางศาสนาซึ่งมีเสนาสนะและอาคารถาวรวัตถุต่างๆเป็นที่พำนักอยู่อาศัย ศึกษาปฏิบัติธรรม วินัยและประกอบศาสนกิจของพระภิกษุสงฆ์ ตลอดจนเป็นที่บำเพ็ญกุศลต่างๆของพุทธศาสนิกชน ทั้งทางด้านจิตใจและกิจกรรมตามประเพณีนิยม รวมทั้งเป็นศูนย์กลางการบริการทางการศึกษาและ ทางสังคม (มหาวิทยาลัยศิลปากร 2550 อ้างในพระมหานุกูญพิเชษฐ จันทรเมือง 2553 หน้า 10)

พระมหานุกูญพิเชษฐ จันทรเมือง (2553, น 10-11) กล่าวว่า วัดในประเทศไทยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ วัดหลวง หรือพระอารามหลวง หมายถึงวัดที่พระมหากษัตริย์ หรือพระบรมวงศานุ วงศ์ทรงสร้าง หรือวัดที่รัฐบาล หรือราษฎรทั่วไปสร้างขึ้นแล้วทรงรับไว้ในพระบรมราชูปถัมภ์ และวัดราษฎร์ หมายถึง วัดที่ราษฎรทั้งหลายสร้างขึ้นตามศรัทธา และได้รับพระราชทาน วิสุงคามสีมาถูกต้องตามกฎหมายจากทางราชการแล้ว และช่วยกันทานุบำรุงวัดสืบต่อกันมา

พระอารามหลวงแบ่งตามระดับออกเป็น 3 ชั้น

1. พระอารามหลวงชั้นเอก หมายถึง วัดที่บรรจุพระบรมอัฐิ หรือวัดที่มีเกียรติอย่างสูงมี 3 ชนิด คือ ราชวรมหาวิหาร ราชวรวิหาร และวรมหาวิหาร

2. พระอารามหลวงชั้นโท หมายถึง วัดที่มีเจดีย์สถานสำคัญ หรือวัดที่มีเกียรติมี 4 ชนิดคือ ราชวรมหาวิหาร ราชวรวิหาร วรมหาวิหาร และวรวิหาร

3. พระอารามหลวงชั้นตรี หมายถึง วัดที่มีเกียรติ วัดประจำหัวเมือง หรือวัดสามัญมี 3 ชนิด คือราชวรวิหาร วรวิหาร และสามัญไม่มีสร้อยต่อท้ายชื่อ

พระอารามหลวงแบ่งตามฐานันดรศักดิ์คือออกเป็น 4 ชนิดคือ

1. ราชวรวิหาร หมายถึง พระอารามที่พระมหากษัตริย์ สมเด็จพระราชินี สมเด็จพระยุพราช ทรงสร้างหรือปฏิสังขรณ์เป็นการส่วนพระองค์

2. วรวิหาร หมายถึง พระอารามที่พระมหากษัตริย์ สมเด็จพระราชินี สมเด็จพระยุพราชทรง สร้างหรือปฏิสังขรณ์พระราชทานเป็นเกียรติยศแก่ผู้ต่ำศักดิ์ลงมา ทั้งป็นวัดที่ประชาชนสร้างหรือ ปฏิสังขรณ์ และทรงรับไว้เป็นพระอารามหลวงและยกเป็นเกียรติยศจัดว่าเป็นวัดมีเกียรติ

3. ราชวรมหาวิหาร หมายถึงพระอารามที่พระมหากษัตริย์ สมเด็จพระราชินี สมเด็จพระ ยุพราชทรงสร้างหรือปฏิสังขรณ์เป็นการส่วนพระองค์ เป็นพระอารามใหญ่โดยที่สิ่งปลูกสร้างมี ขนาดใหญ่โตสมพระเกียรติ

4. วรมหาวิหาร หมายถึงพระอารามลักษณะเดียวกับชนิดราชวรมหาวิหาร แต่มี ความสำคัญน้อยกว่าและทรงสร้างหรือปฏิสังขรณ์แล้วพระราชทานเป็นเกียรติแก่ผู้อื่น

ความสำคัญของวัด แสง จันทรังาม (2530) กล่าวว่าวัดเป็นศูนย์รวมจิตใจของประชาชน ส่วนพระสงฆ์ที่เป็นตัวแทนของวัดในบทบาทเหล่านี้ก็กลายเป็นผู้นำจิตใจของประชาชน เป็นศูนย์

รวมแห่งความเคารพเชื่อถือนี้อะและร่วมมือ โดยนัยนี้ วัดก็เป็นหลักประกันความมั่นคงของประเทศชาติ ในฐานะวัดเป็นที่ยึดเหนี่ยวของประชาชนให้มีความสามัคคีและรวมตัวกันเข้าเป็นหน่วยหนึ่งได้

สุรศักดิ์ ศิลาวรรณา (2550) วัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับศึกษาถึงสถาปัตยกรรมและ พุทธศิลป์ต่างๆของคนในชาติและชาวต่างชาติ ส่งผลให้วัดสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ ต่างศาสนาเดินทางมาเที่ยวชมศิลปะความงามต่างๆภายในวัด ซึ่งวัดจะได้รับความนิยมนจนกลายเป็น สถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับประวัติศาสตร์ความสำคัญของวัดศิลปกรรมต่างๆและ ชื่อเสียงของวัดด้วย

สุภาภรณ์ วรพล (2546, หน้า 48) กล่าวว่าวัดเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญเพราะ มีพุทธศิลป์เป็นแหล่งจูงใจ พุทธศิลป์เป็นทัศนูปกรณ์ในการสอนธรรมะได้อย่างยอดเยี่ยม ฉะนั้น เมื่อศึกษาความหมายของพุทธศิลป์ให้ลึกซึ้งลงไปแล้ว จะเห็นว่าเป็นเรื่องของธรรมะทั้งสิ้น จึงเห็น ว่าการอนุรักษ์ไว้วันนั้นมีคุณค่าทางการดำรงพระพุทธศาสนาไว้และเป็นการเผยแพร่พระพุทธศาสนา ด้วยและยังเป็นแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถทำให้เศรษฐกิจโดยรวมของชาติดีขึ้นได้

สรุป ความสำคัญของวัด วัดเป็นแหล่งที่มีศิลปกรรม สถาปัตยกรรม ประติมากรรมและ จิตรกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน มีตำนานและมีความสำคัญทาง ประวัติศาสตร์ มีวัฒนธรรม ประเพณี พิธีกรรม ที่สืบทอดมาอย่างยาวนานในชุมชนที่นักท่องเที่ยว สามารถมีส่วนร่วมได้ นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและเดินทางเข้าชมอย่างสม่ำเสมอ เป็นแหล่ง เรียนรู้ของชุมชน

2. สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย

ชื่น ศรีสวัสดิ์ และคณะ (2550, น63) กล่าวว่า ประเทศไทยเมื่อก้าวในสายตาของ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยส่วนใหญ่จะมองว่าเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม มี ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณีที่งดงาม โดยเฉพาะเป็นดินแดนแห่งพระพุทธศาสนาซึ่ง นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งได้ให้ความสนใจและต้องการที่จะศึกษา ปฏิบัติธรรม และจากบทสรุปของ โครงการศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในสายตาของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ กล่าวว่า นักท่องเที่ยวที่มาจากแต่ละประเทศ มีความนิยมในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ แตกต่างกัน แต่ส่วนใหญ่แล้ว รูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมมาประเทศไทย คือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณี และประวัติศาสตร์ (Cultural and Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural – based Tourism) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม (Health-Wellness Tourism) นักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน ยุโรป ญี่ปุ่นนิยมไปแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด และสถานที่ทางประวัติศาสตร์ของประเทศ

จากบทสรุปสถานการณ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ปี 2555 และทิศทางในอนาคต (กรมการท่องเที่ยว: www.tourismkm-asean.org.) กล่าวว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวโลก การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: UNWTO) ได้พยากรณ์ว่าเมื่อถึงปีพ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวน 1,600 ล้านคน ภูมิภาคที่มีแนวโน้มเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมคือภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงและแปซิฟิก และกลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ กลุ่มประเทศ BRIC (บราซิล รัสเซีย อินเดียและจีน) มีรายได้เพิ่มขึ้นและมีศักยภาพในการส่งออกนักท่องเที่ยวในอนาคตการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวสูงขึ้น การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรโลก นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มสนใจการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Spiritual Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) เป็นต้น โดยที่นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงและยุโรปเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของไทย

ธนัชชัย สิงห์มาตย์ (<http://www.gotoknow.org/posts/500987>) กล่าวว่า วิกฤตหรือโอกาสการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปัจจุบันนั้น โลกกำลังให้ความสำคัญกับการนำเอาวัฒนธรรมมาเป็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศ หลายประเทศให้ความสำคัญในการรื้อฟื้นวัฒนธรรมของตนเองขึ้นมา เพื่อเป็นการถ่ายทอดและพยายามบอกเล่าให้ต่างชาติได้รับรู้และให้ความสนใจ เกาหลีเป็นประเทศที่สามารถถ่ายทอดวัฒนธรรมของตนเองออกสู่ภายนอกประเทศได้ดีที่สุด จากซีรีส์เกาหลีบันเทิงหลังจากการถ่ายทอดวัฒนธรรมเหล่านั้นออกไปแล้ว สิ่งก็ตามมาคือการที่ประเทศเกาหลีมีศักยภาพของการแข่งขันที่มากขึ้น ผู้คนให้ความสนใจในประเทศเกาหลีมากขึ้น และการท่องเที่ยวตลอดจนสินค้าของประเทศเกาหลีได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น จากสถานการณ์ดังกล่าว ทำให้เห็นได้ว่าการที่จะพัฒนาเศรษฐกิจให้มีความเจริญรุ่งเรืองนั้น ข้อสำคัญคือ จะต้องถ่ายทอดวัฒนธรรมของประเทศนั้นๆ ให้ชาวต่างชาติได้ยอมรับ หากชาวต่างชาติยอมรับได้ ในอนาคตก็หมายความว่าประเทศย่อมจะสร้างเศรษฐกิจให้ดีขึ้นด้วยเช่นกัน เมื่อหันกลับมามองประเทศไทย เรามีศิลปวัฒนธรรมประเพณีการอยู่การกินที่ประณีตงดงามเป็นอย่างมาก ในการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น หากมองว่าประเทศไทยอยู่ในฐานะเป็นประเทศที่มีความเข้มแข็งในการท่องเที่ยว และหากมองตามภูมิศาสตร์นั้น ประเทศไทยตั้งอยู่ศูนย์กลาง ประกอบกับมีสนามบินสุวรรณภูมิในการที่จะรองรับการท่องเที่ยวในภูมิภาคของอาเซียน หากเราสามารถปรับตัว มีการร่วมมือร่วมแรงกัน การท่องเที่ยวในประเทศก็สามารถที่จะสร้างเม็ดเงินได้อย่างแน่นอน

ดร.กาญจนา แสงล้อมสุวรรณและ ศรีนยา แสงล้อมสุวรรณ (2555) กล่าวว่าในประเทศไทย นอกจากการท่องเที่ยวจะเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้และนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทยแล้ว การท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการสร้างอาชีพสืบเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้านหรือการให้บริการด้านต่างๆ นับได้ว่าการท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและการนำทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสถานการณ์ตลาดการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการแข่งขันอย่างรุนแรง ประเทศไทยจึงควรส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญกับการใช้วัฒนธรรมเป็นจุดขายในการแข่งขัน แหล่งท่องเที่ยว จัดได้ว่าเป็นแหล่งมรดกโลกที่ได้รับการขึ้นทะเบียนแล้วจำนวน 5 แห่งด้วยกันและรอการขึ้นทะเบียนจำนวน 2 แห่ง (กระทรวงวัฒนธรรม, 2555) นอกจากนี้ยังมีมรดกทางวัฒนธรรมอีกจำนวนมากเช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณีและวิถีการดำเนินชีวิต ทั้งนี้ หัวใจสำคัญของการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืน คือการรักษาสมดุลระหว่างการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและการส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งจะสำเร็จลุล่วงไปได้จะต้องอาศัยความร่วมมือกันจากทุกฝ่าย ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรอิสระและชุมชน ขั้นตอนของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้น ประกอบด้วยการตลาดที่จะต้องตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว การวางแผนโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งรวมถึงการวางแผนการใช้พื้นที่ การวางแผนการขนส่ง การประเมินผลกระทบและศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังรวมถึงการจัดการโครงสร้างองค์กรและการจัดการที่เหมาะสมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พร้อมกับการอนุรักษ์พัฒนาวัฒนธรรมให้ยั่งยืนในระยะยาวต่อไป

พระครูปลัดสุวัฒนจริยคุณ (2556) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจเดินทางไปท่องเที่ยวตามวัดสำคัญต่างๆเป็นจำนวนมาก ดังนั้น วัดจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการจัดการด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสม การจัดการภายในวัดส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับนโยบายของเจ้าอาวาสของแต่ละวัด บางวัดให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวมาก แต่บางวัดไม่ได้เน้นเรื่องการท่องเที่ยวเท่าที่ควร การจัดการของแต่ละวัดก็ขึ้นอยู่กับปริมาณของนักท่องเที่ยวด้วย วัดที่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปเป็นจำนวนมาก จะมีระบบการจัดการด้านสาธารณูปโภคที่ดี เช่น มีการจัดทำแผนที่บอกทาง ป้ายอธิบาย ลานจอดรถและห้องน้ำสำหรับนักท่องเที่ยว แต่วัดที่ไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวก็จะไม่ค่อยพัฒนาระบบสาธารณูปโภค

3. ภาษาต่างประเทศกับการท่องเที่ยว

ภาษาต่างประเทศ คือ ภาษาอื่นๆที่บุคคลหนึ่งไม่ได้ใช้สื่อสาร พุฒกัยกันในชีวิตประจำวัน เป็นภาษาที่ใช้เพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ หรือการติดต่อกันเพื่อความสัมพันธ์หรือผลประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่นการค้าขาย การทูต การทหาร การท่องเที่ยว เป็นต้น ในโลกยุคปัจจุบันซึ่งเป็นยุคของการติดต่อสื่อสารกันอย่างไร้พรมแดน ดังนั้น ภาษาต่างประเทศมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะภาษาต่างประเทศจะเป็นสื่อกลางของการติดต่อนั้น

อย่างที่ทราบกันว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศมากเป็นอันดับหนึ่ง เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้มากขึ้นและขณะเดียวกันเป็นการรักษารายได้ให้คงที่และต่อเนื่องเมื่อเกิดภาวะวิกฤต นอกจากส่วนรัฐจะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแล้ว คนหรือบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องต้องพัฒนาความรู้ ความสามารถ และทักษะต่างๆที่จะสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นมัคคเทศก์ คนในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ของวัด วัง พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น ควรสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศได้ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการสร้างรายได้ เนื่องจากต้องมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยตรง ดังนั้น ความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับนักท่องเที่ยว และณรงค์ฤทธิ์ โสภกา (2553, น 42-43) กล่าวว่า เนื่องจากในปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูงในระดับโลก ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้ประเทศไทยแข่งขันได้ในเวทีโลก คือ ความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ เพราะภาษาอังกฤษจัดเป็นภาษาสากลที่มีการเรียนรู้กันแพร่หลายที่สุดและใช้กันมากที่สุดภาษาหนึ่ง (ธีรวิทย์ ภิญ โณณัฐกานต์, 2538)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผาณิต บุญยะวรรณะ (2542, หน้า7-12) ได้ศึกษาความต้องการภาษาอังกฤษสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ภูเก็ต และพัทยา พบว่า บุคลากรด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ มัคคเทศก์ ตำรวจท่องเที่ยว บุคลากรที่ทำงานในแหล่งท่องเที่ยว พนักงานโรงแรม เป็นต้น ร้อยละ 91.25 เห็นว่าภาษาอังกฤษมีความจำเป็นสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว ทักษะฟังและทักษะพูดนอกจากจะเป็นทักษะที่มีความสำคัญแล้ว ยังเป็นทักษะที่มีปัญหามากที่สุดสำหรับบุคลากรที่ทำงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยที่การออกเสียงให้ถูกต้องร้อยละ 53.33

ยลรวี อินตะ (2548) ได้ศึกษาปฏิสัมพันธ์ทางภาษาระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้นำเที่ยว พบว่า ผู้นำเที่ยวใช้คำศัพท์ภาษาอังกฤษไม่เหมาะสมและไม่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ ใช้คำแสดงและภาษาที่ขบเคียงระหว่างภาษาแม่กับภาษาเป้าหมาย และออกเสียงภาษาอังกฤษไม่ถูกต้อง และผล

การศึกษาชี้ให้เห็นว่า มัคคุเทศก์ที่มีประสิทธิภาพต้องมีความรู้ ความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศและรู้วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายด้วย

เพทาย บำรุงจิตต์และคณะ (2549) ศึกษาเรื่องศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย พบว่าวัดควรจัดทำแผ่นป้ายให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาประกอบการเยี่ยมชมและมีมัคคุเทศก์ประจำวัด

ณัฐพงศ์ ถือคำและสมหมาย ปิ่นพุทธศิลป์ (2550) ศึกษาเรื่องระบบการจัดพิพิธภัณฑ์โบราณสถาน ศาสนสถาน ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน พบว่า ศาสนสถานต้องจัดการด้านศาสนมรดก จุดขายต้องชัดเจน สถานที่จอดรถเพียงพอ ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม สะอาดและปราศจากแมลงและสุนัขจรจัด มีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอ มีที่นั่งพัก มีสถานที่สำหรับกราบนมัสการพระ สันทนาธรรมและประพรมน้ำพุทธมนต์เป็นส่วน มีเอกสารแนะนำการใช้ภาษาในการสนทนาธรรมกับพระ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นควรจัดบุคลากรที่สามารถใช้ภาษาอังกฤษสื่อสารได้ให้คำแนะนำกับนักท่องเที่ยวและเป็นประชาสัมพันธ์ของศาสนสถาน ทางศาสนสถานควรกำหนดกิจกรรมที่ชัดเจนเพื่อให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมและจัดสร้างเว็บไซต์ของวัดเพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว

โคลิโออุ อูตามันเทีย (Koliou, Adamantier, 1997: 71-76) ศึกษาเรื่องภาษาต่างประเทศและบทบาทของภาษาต่างประเทศในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์ในสหราชอาณาจักร พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักจะมีปัญหาในการสื่อสารเมื่อเข้าชมพิพิธภัณฑ์ ฉะนั้นจึงควรเตรียมเจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศอื่นไว้ด้วย

วัตส์ โนเอล (Watts, Noel, 1994: 73-84) ศึกษาเรื่องการใช้ภาษาต่างประเทศกับการท่องเที่ยว ทำการศึกษาในประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ พบว่าทั้งประเทศออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ยังขาดข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นภาษาต่างประเทศอื่นสำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษ

บลันเกตต์ดี (Blunkett, D., 1998: 1) ศึกษาเรื่องภาษาต่างประเทศยุคใหม่ พบว่าแม้ว่าภาษาอังกฤษจะใช้สื่อสารกันทั่วโลกก็ตาม แต่ความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาอื่นได้เป็นเรื่องสำคัญขึ้นเรื่อยๆ ในธุรกิจที่มีการแข่งขันและธุรกิจของโลก

เดวิด เลสลีย์และฮิลารี รัสเซล (David Leslie and Hilary Russell, 2004: 261) ศึกษาเรื่องความสำคัญของทักษะภาษาต่างประเทศ ศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ของนักศึกษาในสหราชอาณาจักรและทวีปยุโรป พบว่าการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยภาษาที่นักท่องเที่ยวพูด จะทำให้นักท่องเที่ยวผ่อนคลาย และนักท่องเที่ยวนิยมเลือกใช้สถานที่พักแรมที่พนักงานสามารถสื่อสารด้วยภาษาของนักท่องเที่ยวได้

เทน โคล เอส และครอมตัน เจ เอล (Tain Cole S. and Crompton J.L.,2003: 65-80) ศึกษาเรื่องแนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการเลือกแหล่งท่องเที่ยว พบว่าความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศกับนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการในภาพรวม ซึ่งจะส่งผลโดยตรงให้กับนักท่องเที่ยวเลือกกลับมาเที่ยวยังสถานที่นั้นอีกในอนาคต

เคนเน็ตต์ เอฟ (Kennett, F. 1997: 557-559) ศึกษาผู้เรียนภาษาในฐานะนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่าความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศสร้างประโยชน์ให้กับหน่วยงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคการท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ แนวคิดหลักที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยแนวคิดของ Cocoa & Turner (1997) ที่ว่าความสามารถในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยภาษาของนักท่องเที่ยวเองเป็นสิ่งสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อนักท่องเที่ยวประสบปัญหา แนวคิดของ Devereux (1998) ที่ว่าสัมพันธภาพที่ดีจะคงอยู่ได้ด้วยการสื่อสารที่ดีระหว่างเจ้าของประเทศกับนักท่องเที่ยว แนวคิดของ Chen & Hsu (2000) ที่ว่าอุปสรรคในการใช้ภาษามีผลต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว แนวคิดของ Kennett (2000) ที่ว่าความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศจะสร้างคุณประโยชน์อย่างมากให้กับองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรทางการท่องเที่ยว แนวคิดของ Tain-Cole & Crompton (2003) ที่ว่าภาษาต่างประเทศเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่นั่น และแนวคิดของ David Leslie & Hilary Russell (2004) ที่ว่าการใช้ภาษาต่างประเทศสื่อสารกับนักท่องเที่ยวจะทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกผ่อนคลายและความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศของบุคลากรในองค์กรนอกจากเป็นการสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับนักท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อประเทศนั้นด้วย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1. เพื่อสำรวจความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดที่จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อสำรวจประเด็นหัวข้อและเนื้อหาในการนำชมวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร โดยมีระเบียบวิธีวิจัยตามหัวข้อต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในงานวิจัยครั้งนี้ คือเจ้าอาวาสและ/หรือเจ้าหน้าที่ของวัดที่ทำงานเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 9 วัด ได้แก่ 1. วัดกัลยาณมิตร 2. วัดชนะสงคราม 3. วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม 4. วัดพระศรีรัตนศาสดาราม 5. วัดระฆังโฆสิตาราม 6. วัดสุทัศนเทพวราราม 7. วัดอรุณราชวราราม 8. วัดบวรนิเวศวิหาร 9. วัดสระเกศราช และมัคคุเทศก์หรือตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่มีโปรแกรมท่องเที่ยววัดใดวัดหนึ่งในจำนวน 9 วัด

สำหรับตัวอย่างในงานวิจัยนี้ ใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Targeting Sample) จากเจ้าอาวาสและ/หรือเจ้าหน้าที่ของวัดที่ทำงานเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 9 วัดๆละ 5 รูป/คนและมัคคุเทศก์หรือตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่มีโปรแกรมท่องเที่ยววัดใดวัดหนึ่งในจำนวน 9 วัด จำนวน 5 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีกระบวนการสร้างเครื่องมือวิจัย ดังนี้

3.2.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์เบื้องต้นพระภิกษุ หรือเจ้าหน้าที่ของวัดที่ทำงานเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวจำนวน 4 วัด คือ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดอรุณราชวราราม วัดกัลยาณมิตร และวัดสระเกศ เพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม

3.2.2 นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จ ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่านตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ซึ่งเป็นการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาความเหมาะสมของคำถาม ความเข้าใจของผู้ตอบ และการสื่อความหมายได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.2.3 ปรับแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แบบสอบถามที่เป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ แบบสอบถาม ประกอบด้วย เนื้อหาดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัด ลักษณะของแบบสอบถามเป็นการจัดลำดับ (Ranking Questions)

ตอนที่ 3 ประเด็นหัวข้อ และเนื้อหาในการนำชมวัด ลักษณะของแบบสอบถามเป็นการจัดลำดับ (Ranking Questions)

3.2.3 แบบสัมภาษณ์เพื่อยืนยันข้อมูลเชิงปริมาณ ได้จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

3.3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่องความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดในกรุงเทพมหานคร มีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย 2 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ข้อมูลภาษาต่างประเทศที่วัดในกรุงเทพมหานคร 9 แห่งต้องการ สาระของความต้องการ และได้ข้อมูลประเด็นหัวข้อ เนื้อหาในการนำชม ดำเนินการดังนี้

1.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์เบื้องต้นพระภิกษุหรือเจ้าหน้าที่ของวัดที่ทำงานเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวจำนวน 4 วัด คือวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดอรุณราชวราราม วัดกัลยาณมิตร และวัดสระเกศ เพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม

1.2 นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จ ทำการตรวจสอบคุณภาพความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยดำเนินการ ดังนี้ คือ นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน (ดูรายละเอียดในภาคผนวก) ประเมินให้เห็นและประเมินความตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผู้เชี่ยวชาญให้คะแนนตามเกณฑ์ ดังนี้

คะแนน + 1 หมายถึง ผู้ประเมินแน่ใจว่าข้อความดังกล่าววัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

คะแนน 0 หมายถึง ผู้ประเมินไม่แน่ใจว่าข้อความดังกล่าววัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

คะแนน - 1 หมายถึง ผู้ประเมินแน่ใจว่าข้อความดังกล่าววัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3 นำคะแนนการประเมินที่ผู้เชี่ยวชาญประเมินในแต่ละข้อมาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC)

$$\text{สูตรการหาค่า IOC} = \frac{\Sigma R}{n}$$

ΣR หมายถึงผลรวมของคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญทุกคน

n หมายถึงจำนวนผู้เชี่ยวชาญ (5 ท่าน)

ผู้วิจัยตั้งเกณฑ์การคัดเลือกข้อคำถาม ดังนี้ ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.80-1.00 จะคัดเลือกไว้ แต่หากข้อคำถามใดที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.80 จะพิจารณาปรับปรุงหรือไม่คัดเลือกไว้ ข้อคำถามที่ผู้เชี่ยวชาญมีข้อเสนอแนะ จะนำมาพิจารณาปรับปรุง ผลการตรวจสอบพบว่าข้อคำถามทุกข้อมีค่า IOC ที่ระดับ 1.00

1.4 นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับตัวอย่างวิจัยซึ่งใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง ประกอบด้วยเจ้าอาวาสและ/หรือเจ้าทำหน้าที่ของวัดที่ทำงานเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 9 วัดๆละ 5 รูป/คน

1.5 นำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากวัดทั้ง 9 วัด จำนวน 45 ชุดวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ คือ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ และการคำนวณผลรวม

1.6 ประมวลผล และสรุปผลการศึกษา

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาเชิงคุณภาพ ดำเนินการ ดังนี้

2.1 สัมภาษณ์เพื่อยืนยันผลการศึกษาเชิงปริมาณและข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงยิ่งขึ้น โดยทำการสัมภาษณ์ตัวอย่างวิจัยซึ่งใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง ประกอบด้วย มัคคุเทศก์หรือตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่มีโปรแกรมท่องเที่ยววัดใดวัดหนึ่งในจำนวน 9 วัดจำนวน 5 คน

2.2 ประมวลผล และสรุปผลโดยเขียนเป็นรายงานเชิงพรรณนา

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

3.4.1 ติดต่อขอความร่วมมือจากวัดทั้ง 9 วัดที่เป็นประชากรในการวิจัยนี้

3.4.2 เดินทางไปส่งและรับแบบสอบถามด้วยตนเองเมื่อเดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม 2557 ได้รับแบบสอบถามกลับคืน 45 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100

3.4.3 เดินทางไปสัมภาษณ์มัคคุเทศก์หรือตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่มีโปรแกรมท่องเที่ยววัดใดวัดหนึ่งในจำนวน 9 วัดจำนวน 5 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยรวบรวมได้จากผลการศึกษาเชิงปริมาณทำการสัมภาษณ์เมื่อเดือนพฤษภาคม 2557

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามดังนี้

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือความถี่และร้อยละ

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัด และประเด็นหัวข้อและเนื้อหาในการนำชมวัด ซึ่งเป็นข้อคำถามที่ต้องการคำตอบแบบเรียงลำดับความสำคัญ ใช้การคำนวณผลรวม (Sum) โดยดำเนินการดังนี้ คือ ตั้งเกณฑ์การแปลค่าโดยให้อันดับที่ 1 เป็นคะแนนสูงสุดของตัวเลือกในข้อนั้นๆ และลดหลั่นตามลำดับความสำคัญเช่น

ตัวอย่าง ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดท่าน(กรุณาใส่ลำดับ 1 2 3.....)

- (1) ภาษาอังกฤษ
- (2) ภาษาจีน
- (3) ภาษาญี่ปุ่น
- (4) ภาษาเกาหลี
- () ภาษาอื่นๆ โปรดระบุ.....

การกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนเป็นดังนี้ ลำดับ 1 มีค่าเท่ากับ 4
 ลำดับ 2 มีค่าเท่ากับ 3
 ลำดับ 3 มีค่าเท่ากับ 2
 ลำดับ 4 มีค่าเท่ากับ 1

แล้วคำนวณผลรวมนั้นๆ

3.5.3 ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยแบบสัมภาษณ์ ทำการรวบรวมข้อมูล สรุปและรายงานเป็นความเรียง

บทที่ 4

ผลการวิจัย

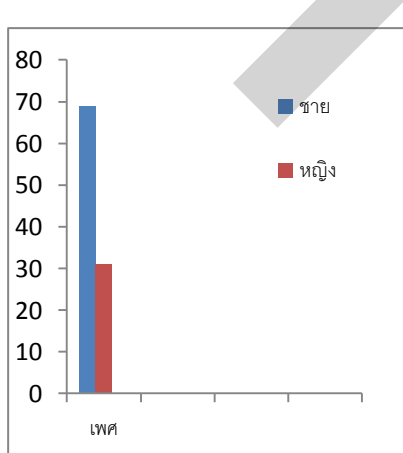
การวิจัย เรื่อง ความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดในกรุงเทพมหานคร มีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอนคือ ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาเชิงปริมาณ ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาเชิงคุณภาพ ในบทนี้ขอนำเสนอผลการวิจัยตามขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผลการศึกษาเชิงปริมาณ ได้ข้อมูล 3 ส่วน ได้แก่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และผู้มาเยี่ยมชมวัดทั้ง 9 แห่ง 2. ความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดทั้ง 9 แห่ง และ 3. ประเด็นหัวข้อและเนื้อหาในการนำชมวัดทั้ง 9 แห่ง

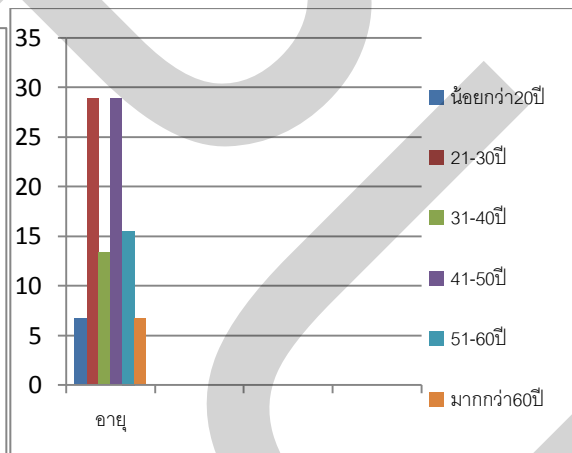
1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และผู้มาเยี่ยมชมวัดทั้ง 9 แห่ง

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ที่ตอบแบบสอบถามจากวัด 9 แห่ง เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาของการปฏิบัติหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว

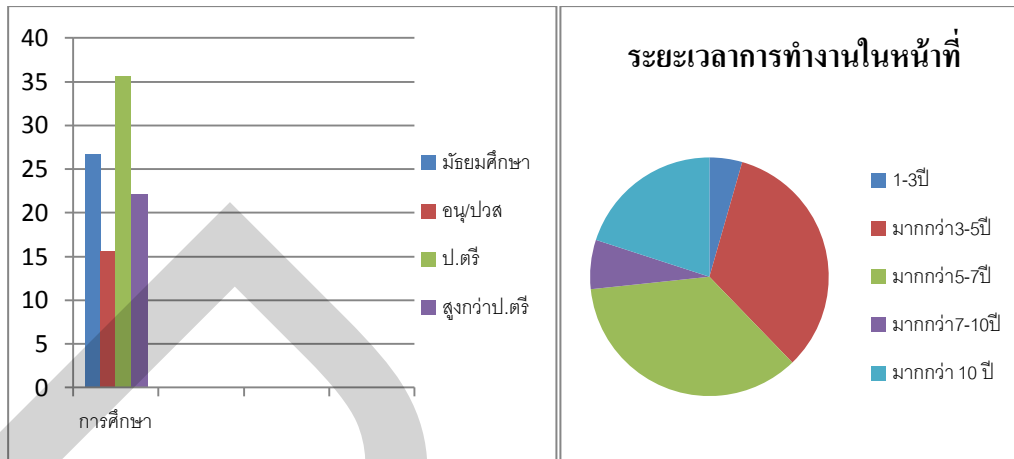


ภาพที่ 4.1 ค่าร้อยละของเพศ



ภาพที่ 4.2 ค่าร้อยละของอายุ

จากภาพที่ 4.1 และ 4.2 แสดงให้เห็นว่าตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ร้อยละ 68.88 เป็นเพศชาย ร้อยละ 31.12 เป็นเพศหญิง และ ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 21-30 ปีและ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.89 อายุระหว่าง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.55 อายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.33 และอายุน้อยกว่า 20 ปี และมากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.67



ภาพที่ 4.3 ค่าร้อยละของการศึกษา

ภาพที่ 4.4 ค่าร้อยละของระยะเวลาปฏิบัติงาน

จากภาพที่ 4.3 และ 4.4 แสดงให้เห็นว่าตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ร้อยละ 35.56 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 26.66 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 22.22 จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และร้อยละ 15.58 จบการศึกษาระดับอนุบาลหรือ อนุบาล. ระยะเวลาการทำงานในหน้าที่มากกว่า 5 – 7 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.56 ร้อยละ 33.33 ทำงานในหน้าที่มากกว่า 3-5 ปี และมากกว่า 10ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 20

1.2 ข้อมูลทั่วไปของวัด 9 แห่ง และผู้มาเยี่ยมชมวัด

ในส่วนนี้เป็นข้อมูลเกี่ยวกับวัดทั้ง 9 แห่ง จำนวน ลักษณะ และเหตุผลของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัด 9 แห่ง

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับวัดทั้ง 9 แห่ง

ชื่อวัด	ลักษณะที่ตั้งของวัด			
	ในเกาะรัตนโกสินทร์	รอบเกาะรัตนโกสินทร์	ในเส้นทางท้าว	นอกเส้นทางท้าว
วัดกัลยาณมิตร		✓		✓
วัดชนะสงคราม	✓			✓
วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม	✓		✓	
วัดพระศรีรัตนศาสดาราม	✓		✓	
วัดระฆังโฆสิตาราม		✓		✓
วัดสุทัศนเทพวราราม	✓			✓
วัดอรุณราชวราราม		✓	✓	
วัดบวรนิเวศวิหาร	✓			✓
วัดสระเกศ		✓		✓

จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่าวัดทั้ง 9 แห่งที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นพระอารามหลวงตั้งอยู่ในเกาะรัตนโกสินทร์ 5 วัด คือ วัดชนะสงคราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดสุทัศนเทพวราราม และวัดบวรนิเวศวิหาร ส่วนอีก 4 วัดตั้งอยู่รอบเกาะรัตนโกสินทร์ คือ วัดกัลยาณมิตร วัดระฆังโฆสิตาราม วัดอรุณราชวราราม และวัดสระเกศ ใน 9 วัดนี้ 3 วัดถูกจัดให้อยู่ในเส้นทางการจัดนำเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว ได้แก่ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดพระศรีรัตนศาสดาราม และวัดอรุณราชวราราม ส่วนอีก 6 วัดที่เหลือไม่จัดอยู่ในเส้นทางการจัดนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว แต่จัดอยู่ในเส้นทางไหว้พระ 9 วัดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวที่มาชมวัด 9 แห่ง

ชื่อวัด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ลักษณะนักท่องเที่ยว	
	นักท่องเที่ยว / วัน	นักท่องเที่ยว / ปี	ชาวไทย (%)	ชาวต่างชาติ (%)
วัดกัลยาณมิตร	200-300 คน	100,000 คน	70	30
วัดชนะสงคราม	100-200 คน	60,000 คน	70	30
วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม	มากกว่า 300 คน	2,000,000 คน	20	80
วัดพระศรีรัตนศาสดาราม	มากกว่า 300 คน	3,000,000 คน	20	80
วัดระฆังโฆสิตาราม	100-150 คน	50,000 คน	70	30
วัดสุทัศนเทพวราราม	200-300 คน	80,000 คน	60	40
วัดอรุณราชวราราม	มากกว่า 300 คน	500,000 คน	60	40
วัดบวรนิเวศวิหาร	มากกว่า 300 คน	500,000 คน	80	20
วัดสระเกศ	มากกว่า 300 คน	400,000 คน	60	40

จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่า วัดทั้ง 9 แห่งส่วนใหญ่มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมค่าเฉลี่ยปีมากกว่าหนึ่งแสนคน ยกเว้นวัดชนะสงคราม วัดระฆังโฆสิตารามและวัดสุทัศนเทพวรารามมีจำนวนเฉลี่ย หกหมื่นคน ห้าหมื่นคน และแปดหมื่นคนตามลำดับ ในจำนวนวัดทั้ง 9 แห่ง ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 60-80% ยกเว้นวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม และวัดพระศรีรัตนศาสดาราม นอกจากจำนวนท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อปีมีจำนวนมากกว่าสองล้านคน และในจำนวนดังกล่าวร้อยละ 80 เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปริมาณของนักท่องเที่ยวมีส่วนสัมพันธ์กับวัดในเส้นทางการจัดนำเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่า วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดพระศรีรัตนศาสดาราม และวัดอรุณราชวราราม จะมีปริมาณนักท่องเที่ยวมากกว่าวัดที่อยู่นอกเส้นทางการจัดนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวอีก 6 วัด คือวัดกัลยาณมิตร วัดชนะสงคราม วัดบวรนิเวศวิหาร วัดระฆังโฆสิตาราม วัดสระเกศ และวัดสุทัศนเทพวราราม

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ลำดับชนชาติของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดกัลยาณมิตร

ชนชาติ	วัดกัลยาณมิตร	คะแนน	ลำดับ
จีน		27	1
ญี่ปุ่น		18	3
เกาหลี		15	5
อินเดีย		1	6
กลุ่มอาเซียน		16	4
ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย		22	2

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมวัดกัลยาณมิตรมากเป็นอันดับที่ 1 คือ ชนชาติจีน รองลงมาคือ ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น กลุ่มอาเซียน อินเดีย และเกาหลี ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ลำดับชนชาติของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดชนะสงคราม

ชนชาติ	วัดชนะสงคราม	คะแนน	ลำดับ
จีน		23	1
ญี่ปุ่น		20	2
เกาหลี		17	3
อินเดีย		10	5
กลุ่มอาเซียน		10	5
ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย		16	4

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมวัดชนะสงครามมากเป็นอันดับที่ 1 คือ ชนชาติจีน รองลงมา คือ ญี่ปุ่น เกาหลี ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย อินเดีย และกลุ่มอาเซียน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ลำดับชนชาติของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม

วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม	คะแนน	ลำดับ
ชนชาติ		
จีน	14	3
ญี่ปุ่น	14	3
เกาหลี	16	2
อินเดีย	12	4
กลุ่มอาเซียน	9	5
ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย	30	1

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามมากเป็นอันดับที่ 1 คือ ชนชาติยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย รองลงมา คือ เกาหลี ญี่ปุ่น จีน อินเดีย และกลุ่มอาเซียน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ลำดับชนชาติของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดพระศรีรัตนศาสดาราม

วัดพระศรีรัตนศาสดาราม	คะแนน	ลำดับ
ชนชาติ		
จีน	24	1
ญี่ปุ่น	3	6
เกาหลี	9	4
อินเดีย	8	5
กลุ่มอาเซียน	21	2
ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย	19	3

จากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดพระศรีรัตนศาสดารามมากเป็นอันดับที่ 1 คือ จีน รองลงมา คือ กลุ่มอาเซียน ชนชาติยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย เกาหลี อินเดีย และญี่ปุ่น ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ลำดับชนชาติของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดระฆังโฆสิตาราม

วัดระฆังโฆสิตาราม	คะแนน	ลำดับ
ชนชาติ		
จีน	28	1
ญี่ปุ่น	19	2
เกาหลี	9	3
อินเดีย	1	4
กลุ่มอาเซียน	19	2
ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย	9	3

จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดระฆังโฆสิตารามมากเป็นอันดับที่ 1 คือ จีน รองลงมา คือ ญี่ปุ่น กลุ่มอาเซียน เกาหลี ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย อินเดีย ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ลำดับชนชาติของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดสุทัศนเทพวราราม

วัดสุทัศนเทพวราราม	คะแนน	ลำดับ
ชนชาติ		
จีน	30	1
ญี่ปุ่น	21	2
เกาหลี	7	4
อินเดีย	1	6
กลุ่มอาเซียน	4	5
ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย	17	3

จากตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดสุทัศนเทพวรารามมากเป็นอันดับที่ 1 คือ จีน รองลงมา คือ ญี่ปุ่น ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย เกาหลี กลุ่มอาเซียน และอินเดีย ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ลำดับชนชาติของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดอรุณราชวราราม

วัดอรุณราชวราราม	คะแนน	ลำดับ
ชนชาติ		
จีน	26	1
ญี่ปุ่น	20	3
เกาหลี	10	5
อินเดีย	4	6
กลุ่มอาเซียน	27	2
ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย	13	4

จากตารางที่ 4.9 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดอรุณราชวรารามมากเป็นอันดับที่ 1 คือ จีน รองลงมา คือ กลุ่มอาเซียน ญี่ปุ่น ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย เกาหลี และอินเดีย ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ลำดับชนชาติของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดบวรนิเวศวิหาร

วัดบวรนิเวศวิหาร	คะแนน	ลำดับ
ชนชาติ		
จีน	23	2
ญี่ปุ่น	21	3
เกาหลี	17	4
อินเดีย	7	6
กลุ่มอาเซียน	11	5
ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย	26	1

จากตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดบวรนิเวศวิหารมากเป็นอันดับที่ 1 คือ ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย รองลงมา คือ จีน ญี่ปุ่น เกาหลี กลุ่มอาเซียนและอินเดีย ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ลำดับชนชาติของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดสระเกศ

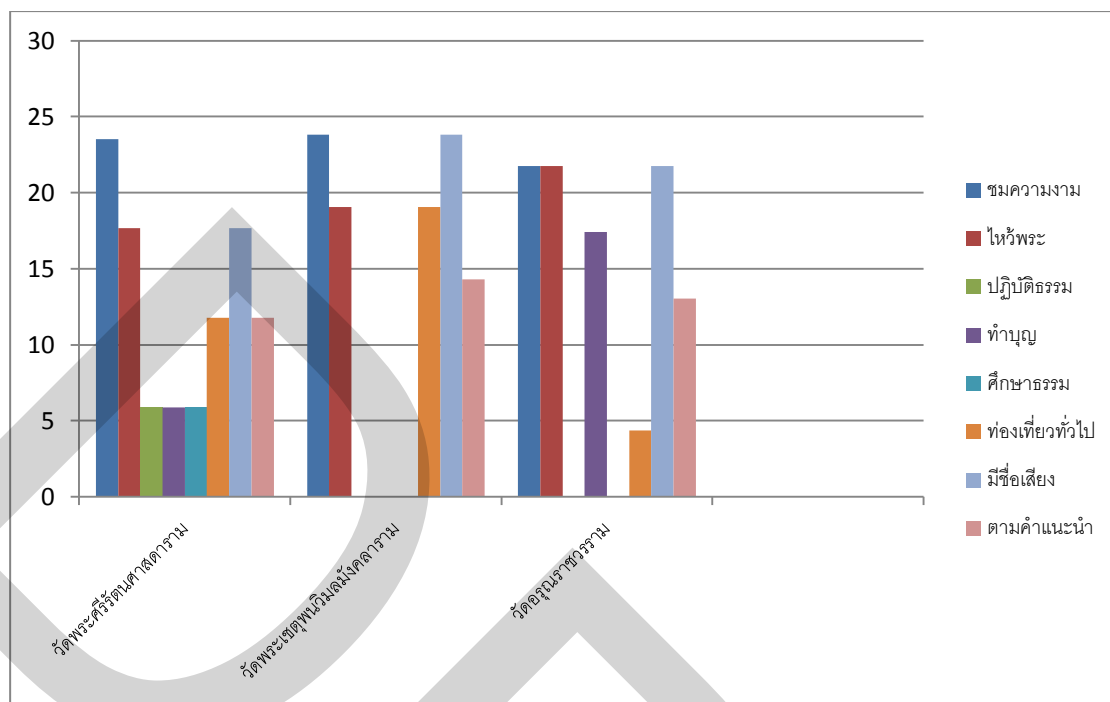
ชนชาติ	วัดสระเกศ	คะแนน	ลำดับ
จีน		15	2
ญี่ปุ่น		7	3
เกาหลี		2	4
อินเดีย		1	5
กลุ่มอาเซียน		15	2
ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย		28	1

จากตารางที่ 4.11 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมวัดสระเกศมากเป็นอันดับที่ 1 คือ ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย รองลงมา คือ จีนและกลุ่มอาเซียน ญี่ปุ่น เกาหลี และอินเดีย ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ลำดับชนชาติของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดแยกตามประเภทของวัด

ชนชาติ	วัดในเส้นทางกรจัดนำเที่ยว		วัดนอกเส้นทางกรจัดนำเที่ยว	
	คะแนน	ลำดับ	คะแนน	ลำดับ
จีน	64	1	146	1
ญี่ปุ่น	37	4	126	2
เกาหลี	35	5	67	5
อินเดีย	24	6	21	6
กลุ่มประเทศอาเซียน	57	3	75	4
ยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย	62	2	118	3

จากตารางที่ 4.12 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยี่ยมชมวัดทั้ง 9 แห่งเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนมากที่สุด เมื่อพิจารณาจากวัดที่อยู่ในเส้นทางกรจัดนำเที่ยว พบว่า วัดเหล่านั้นได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวจากประเทศยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย กลุ่มประเทศอาเซียน ญี่ปุ่น เกาหลี และอินเดียตามลำดับ ส่วนวัดที่อยู่นอกเส้นทางกรจัดนำเที่ยว พบว่า เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย กลุ่มประเทศอาเซียน เกาหลี และอินเดียตามลำดับ



ภาพที่ 4.5 ค่าร้อยละของเหตุผลของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยี่ยมชมวัดในเส้นทางการจัดนำเที่ยว

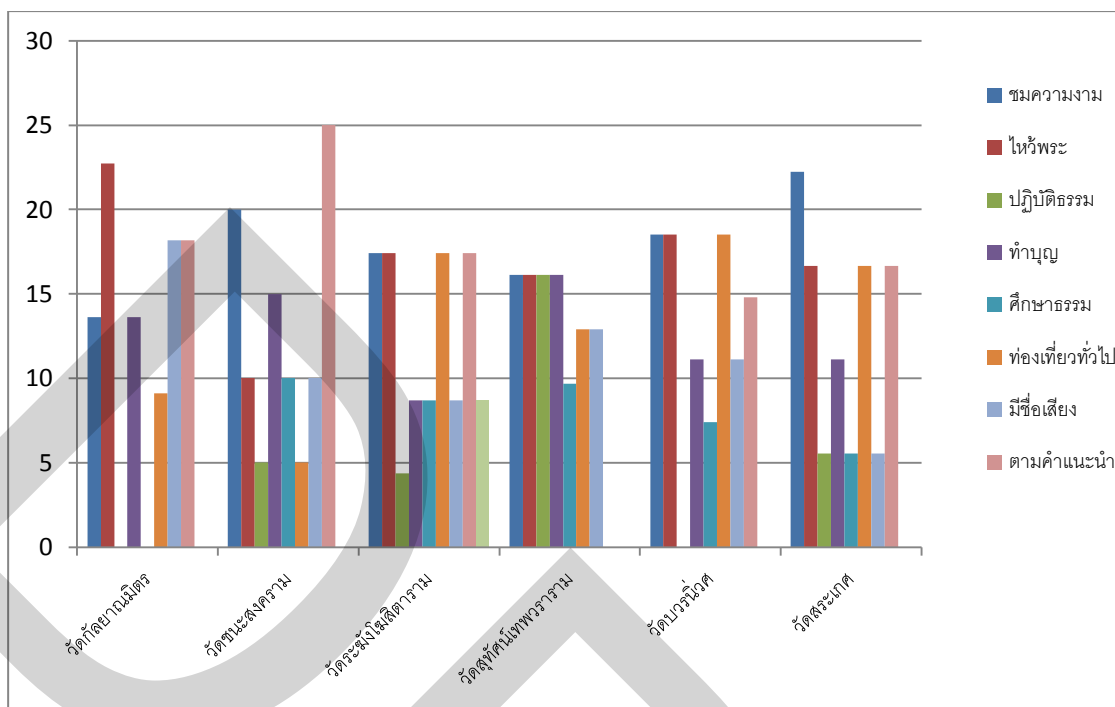
จากภาพที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่าเหตุผลของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยี่ยมชมวัดในเส้นทางการจัดนำเที่ยวของทั้งสามวัดพบที่มีความสอดคล้องกัน คือนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยี่ยมชมวัดเพราะต้องการชมความงามของวัดและศิลปะของวัด ไหว้พระและสิ่งศักดิ์สิทธิ์และมาตามคำแนะนำจากเอกสารการท่องเที่ยวตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการของเหตุผลดังกล่าวพบว่า

1. วัดพระศรีรัตนศาสดาราม นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยี่ยมชมเพราะต้องการชมความงามของวัดและศิลปะของวัดมากที่สุด (ร้อยละ 23.53) ต้องการไหว้พระและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัดและความมีชื่อเสียงของวัด (ร้อยละ 17.65) มาเพื่อท่องเที่ยวทั่วไปและมาตามคำแนะนำของเอกสารการท่องเที่ยว (ร้อยละ 11.76)

2. วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยี่ยมชมเพราะต้องการชมความงามของวัดและศิลปะของวัดและความมีชื่อเสียงของวัดมากที่สุด (ร้อยละ 23.81) ต้องการไหว้พระและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัด (ร้อยละ 19.05) ท่องเที่ยวทั่วไป (ร้อยละ 19.05) และมาตามคำแนะนำของเอกสารการท่องเที่ยว (ร้อยละ 14.28)

3. วัดอรุณราชวราราม นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยี่ยมชมเพราะต้องการชมความงามของวัดและศิลปะของวัด ต้องการไหว้พระและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัดและความมีชื่อเสียงของวัด (ร้อยละ 21.74)



ภาพที่ 4.6 คำร้อยละของเหตุผลของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยี่ยมชมวัดนอกเส้นทางการจัดนำเที่ยว

จากภาพที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่าเหตุผลของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยี่ยมชมวัดนอกเส้นทางการจัดนำเที่ยวพบว่าส่วนใหญ่มีเหตุผลที่สอดคล้องกัน เหตุผลที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมาตามคำแนะนำของเอกสารการท่องเที่ยวจะปรากฏให้เห็นเกือบทุกวัด ยกเว้นวัดสุทัศน์เทพวราราม

เมื่อพิจารณาในแต่ละรายการของเหตุผลดังกล่าวพบว่า

1. วัดกัลยาณมิตร นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยี่ยมชมเพราะต้องการไหว้พระและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัด (ร้อยละ 22.72) ความมีชื่อเสียงของวัดและมาตามคำแนะนำของเอกสารการท่องเที่ยว (ร้อยละ 18.18)

2. วัดชนะสงคราม นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยี่ยมชมเพราะคำแนะนำของเอกสารการท่องเที่ยว (ร้อยละ 25) ต้องการชมความงามของวัดและศิลปะของวัด (ร้อยละ 20)

3. วัดระฆังโฆสิตาราม นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยี่ยมชมเพราะต้องการชมความงามของวัดและศิลปะของวัด ต้องการไหว้พระและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัด ท่องเที่ยวทั่วไปตามคำแนะนำของเอกสารการท่องเที่ยว (ร้อยละ 17.40)

4. วัดสุทัศน์เทพวราราม นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยี่ยมชมเพราะต้องการชมความงามของวัดและศิลปะของวัด ต้องการไหว้พระและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัด (ร้อยละ 16.13)

5. วัดบวรนิเวศวิหาร นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยี่ยมชมเพราะต้องการชมความงามของวัดและศิลปะของวัด ต้องการไหว้พระและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัด ท่องเที่ยวทั่วไป (ร้อยละ 18.52) มาตามคำแนะนำของเอกสารการท่องเที่ยว (ร้อยละ 14.81)

6. วัดสระเกศ นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยี่ยมชมเพราะต้องการชมความงามของวัดและศิลปะของวัด (ร้อยละ 22.22) ต้องการไหว้พระและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัด ท่องเที่ยวทั่วไปและมาตามคำแนะนำของเอกสารการท่องเที่ยว (ร้อยละ 16.66)

2. ความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดทั้ง 9 แห่ง

ในส่วนนี้เป็นข้อมูลเกี่ยวกับลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศ จุดประสงค์ของความ ต้องการ รายละเอียดของความ ต้องการภาษาต่างประเทศ โดยจะนำเสนอข้อมูลแยกวัดตามเส้นทางการจัดนำเที่ยวและนอกเส้นทางการจัดนำเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดในเส้นทางการจัดนำเที่ยว

วัด / ภาษาต่างประเทศ	คะแนน	ลำดับที่
วัดพระศรีรัตนศาสดาราม		
ภาษาอังกฤษ	19	1
ภาษาจีน	16	2
ภาษาญี่ปุ่น	12	3
ภาษาเกาหลี	6	4
ภาษาอื่น(ฝรั่งเศส อิตาลี สเปน เยอรมัน)	3	5
วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม		
ภาษาอังกฤษ	20	1
ภาษาจีน	13	2
ภาษาญี่ปุ่น	11	3
ภาษาเกาหลี	6	4
ภาษาอื่น(ระบุ)	-	
วัดอรุณราชวราราม		
ภาษาอังกฤษ	20	1
ภาษาจีน	16	2
ภาษาญี่ปุ่น	12	3
ภาษาเกาหลี	1	4
ภาษาอื่น(ระบุ)	-	-

จากตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นว่าวัดในเส้นทางการจัดนำเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว ได้แก่ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดพระศรีรัตนศาสดาราม และวัดอรุณราชวรารามมีความต้องการ

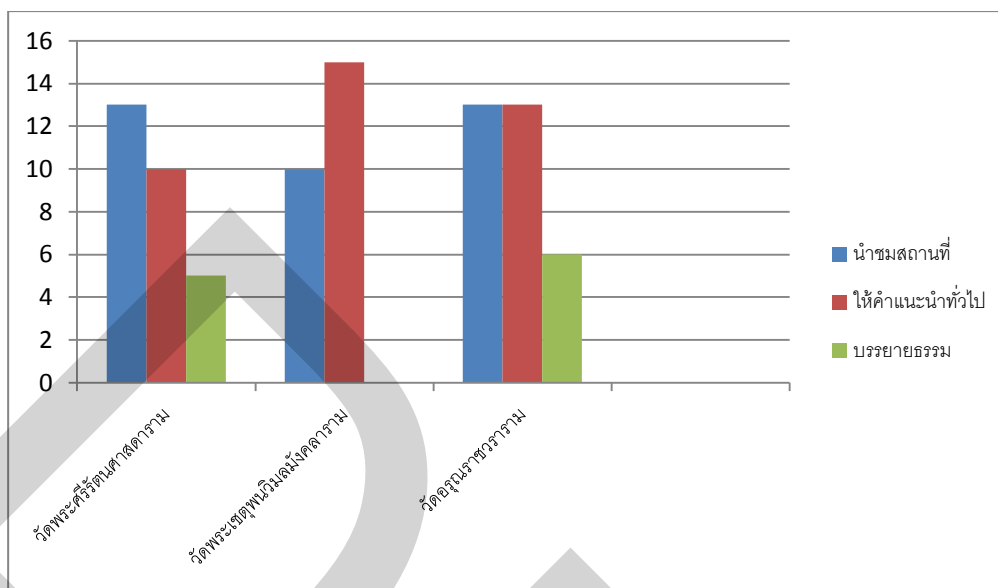
ภาษาอังกฤษมากเป็นอันดับที่หนึ่ง รองลงมา คือภาษาจีนและภาษาญี่ปุ่น และในขณะที่วัดพระศรีรัตนศาสดารามมีความต้องการภาษาฝรั่งเศส อิตาลี สเปน และเยอรมันด้วย

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดนอกเส้นทางการจัดนำเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยว

วัด / ภาษาต่างประเทศ	คะแนน	ลำดับที่
วัดกัลยาณมิตร		
ภาษาอังกฤษ	20	1
ภาษาจีน	12	2
ภาษาญี่ปุ่น	6	3
ภาษาเกาหลี	2	4
ภาษาอื่น(ระบุ)	-	-
วัดชนะสงคราม		
ภาษาอังกฤษ	20	1
ภาษาจีน	15	2
ภาษาญี่ปุ่น	10	3
ภาษาเกาหลี	4	4
ภาษาอื่น(ระบุ)	-	-
วัดสุทัศนเทพวราราม		
ภาษาอังกฤษ	20	1
ภาษาจีน	15	2
ภาษาญี่ปุ่น	6	3
ภาษาเกาหลี	2	4
ภาษาอื่น(ระบุ)	-	-

วัด / ภาษาต่างประเทศ	คะแนน	ลำดับที่
วัดระฆังโฆสิตาราม		
ภาษาอังกฤษ	18	1
ภาษาจีน	17	2
ภาษาญี่ปุ่น	9	3
ภาษาเกาหลี	3	4
ภาษาอื่น(ระบุ)	-	-
วัดสระเกศ		
ภาษาอังกฤษ	20	1
ภาษาจีน	9	2
ภาษาญี่ปุ่น	5	3
ภาษาเกาหลี	0	0
ภาษาอื่น(รัสเซีย)	3	4
วัดบวรนิเวศ		
ภาษาอังกฤษ	16	1
ภาษาจีน	15	2
ภาษาญี่ปุ่น	11	3
ภาษาเกาหลี	8	0
ภาษาอื่น	-	-

จากตารางที่ 4.14 แสดงให้เห็นว่าวัดนอกเส้นทางการจัดนำเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยวได้แก่ วัดกัลยาณมิตร วัดชนะสงคราม วัดสุทัศนเทพวราราม วัดระฆังโฆสิตาราม วัดสระเกศ และวัดบวรนิเวศวิหาร มีความต้องการภาษาอังกฤษมากเป็นลำดับที่หนึ่งเช่นกัน รองลงมาคือภาษาจีนและภาษาญี่ปุ่น แต่ในขณะที่วัดสระเกศมีความต้องการภาษารัสเซียอีกภาษาหนึ่ง



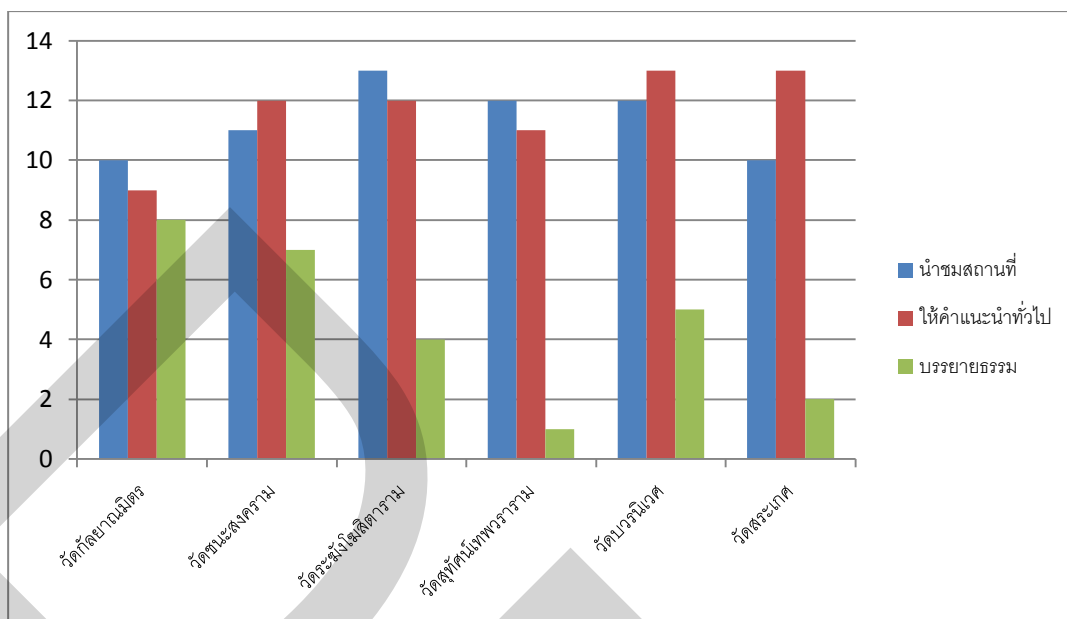
ภาพที่ 4.7 ลำดับของจุดประสงค์ของความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดในเส้นทางการจัดนำเที่ยว

จากภาพที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่า วัดในเส้นทางการจัดนำเที่ยวของบริษัทท่องเที่ยวมีจุดประสงค์ของความต้องการภาษาต่างประเทศตามรายการการข้างต้นทุกรายการ แต่ลำดับของความต้องการค่อนข้างแตกต่างกัน กล่าวคือ

วัดพระศรีรัตนศาสดารามต้องการภาษาต่างประเทศ ลำดับที่ 1 เพื่อนำชมสถานที่ รองลงมาคือ ให้คำแนะนำทั่วไปและการบรรยายธรรม

วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามต้องการภาษาต่างประเทศ ลำดับที่ 1 เพื่อให้คำแนะนำทั่วไป รองลงมา คือนำชมสถานที่ภายในวัด

วัดอรุณราชวรารามต้องการภาษาต่างประเทศ เพื่อนำชมสถานที่ภายในวัดและให้คำแนะนำทั่วไปมีลำดับความต้องการเท่ากัน ในส่วนของการบรรยายธรรมมีความต้องการในระดับที่มากกว่าวัดพระศรีรัตนศาสดาราม



ภาพที่ 4.8 ลำดับของจุดประสงค์ของความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดนอกเส้นทางการจัดนำเที่ยว

จากภาพที่ 4.8 แสดงให้เห็นว่าพระอารามหลวงนอกเส้นทางการจัดนำเที่ยวมีลำดับของความต้องการภาษาต่างประเทศในจุดประสงค์ที่ค่อนข้างจะคล้ายคลึงกัน ความต้องการภาษาต่างประเทศในอันดับที่ 1 และ 2 คือ เพื่อนำชมสถานที่ภายในวัด และให้คำแนะนำทั่วไป

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละวัด พบว่า

วัดกัลยาณมิตรต้องการภาษาต่างประเทศ ลำดับที่ 1 เพื่อนำชมสถานที่ภายในวัด ลำดับที่ 2 ให้คำแนะนำทั่วไป ลำดับที่ 3 บรรยายธรรม

วัดชนะสงครามต้องการภาษาต่างประเทศลำดับที่ 1 เพื่อให้คำแนะนำทั่วไป ลำดับที่ 2 นำชมสถานที่ภายในวัด ลำดับที่ 3 การบรรยายธรรม

วัดระฆังโฆสิตารามต้องการภาษาต่างประเทศลำดับที่ 1 เพื่อนำชมสถานที่ภายในวัด ลำดับที่ 2 ให้คำแนะนำทั่วไป ลำดับที่ 3 บรรยายธรรม

วัดสุทัศนเทพวรารามต้องการภาษาต่างประเทศลำดับที่ 1 เพื่อนำชมสถานที่ภายในวัดลำดับที่ 2 ให้คำแนะนำทั่วไปลำดับที่ 3 บรรยายธรรม

วัดบวรนิเวศต้องการภาษาต่างประเทศลำดับที่ 1 เพื่อให้คำแนะนำทั่วไป ลำดับที่ 2 นำชมสถานที่ภายในวัด ลำดับที่ 3 การบรรยายธรรม

วัดสระเกศต้องการภาษาต่างประเทศลำดับที่ 1 เพื่อให้คำแนะนำทั่วไป ลำดับที่ 2 นำชมสถานที่ภายในวัด ลำดับที่ 3 การบรรยายธรรม

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดพระศรีรัตนศาสดาราม

รายการความต้องการ	คะแนน	ลำดับ
ป้ายบอกทางภายในวัด	38	2
ป้ายอธิบายเกี่ยวกับสถานที่แต่ละจุดภายในวัด	41	1
ป้ายอธิบายข้อปฏิบัติต่างๆในการเยี่ยมชมวัด	20	5
ป้ายอธิบายการไหว้พระขอพร	20	5
แผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด	37	3
แผ่นพับประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัด	13	6
บทบรรยายประวัติและแนะนำสถานที่ภายในวัด	33	4
ผู้บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ภายในวัด	7	8
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ตู้คอมพิวเตอร์)	10	7
ห้องนิทรรศการให้ความรู้สถานที่ต่างๆในวัด	13	6

จากตารางที่ 4.15 แสดงให้เห็นว่าวัดพระศรีรัตนศาสดารามมีความต้องการภาษาต่างประเทศตามรายการข้างต้นทุกรายการ แต่มีความต้องการในลำดับที่แตกต่างกัน ดังนี้ ลำดับที่ 1 คือป้ายอธิบายเกี่ยวกับสถานที่แต่ละจุดภายในวัด ลำดับที่ 2 ป้ายบอกทางในวัด ลำดับที่ 3 แผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด ลำดับที่ 4 บทบรรยายประวัติและแนะนำสถานที่ภายในวัด ลำดับที่ 5 ป้ายอธิบายข้อปฏิบัติต่างๆในการเยี่ยมชมวัด และป้ายอธิบายการไหว้พระขอพร

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม

รายการความต้องการ	คะแนน	ลำดับ
ป้ายบอกทางภายในวัด	0	
ป้ายอธิบายเกี่ยวกับสถานที่แต่ละจุดภายในวัด	50	1
ป้ายอธิบายข้อปฏิบัติต่างๆในการเยี่ยมชมวัด	16	5
ป้ายอธิบายการไหว้พระขอพร	0	
แผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด	41	2
แผ่นพับประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัด	0	
บทบรรยายประวัติและแนะนำสถานที่ภายในวัด	28	4
ผู้บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ภายในวัด	32	3
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ผู้คอมพิวเตอร์)	8	6
ห้องนิทรรศการให้ความรู้สถานที่ต่างๆในวัด	0	

จากตารางที่ 4.16 แสดงให้เห็นว่าวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามมีความต้องการภาษาต่างประเทศตามรายการข้างต้นเพียงบางรายการ โดยมีความต้องการในลำดับที่แตกต่างกันดังนี้ ลำดับที่ 1 ป้ายอธิบายเกี่ยวกับสถานที่แต่ละจุดภายในวัด ลำดับที่ 2 แผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด ลำดับที่ 3 ผู้บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ภายในวัด ลำดับที่ 4 บทบรรยายประวัติและแนะนำสถานที่ภายในวัด ลำดับที่ 5 ป้ายอธิบายข้อปฏิบัติต่างๆในการเยี่ยมชมวัด

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดอรุณราชวราราม

รายการความต้องการ	คะแนน	ลำดับ
ป้ายบอกทางภายในวัด	29	4
ป้ายอธิบายเกี่ยวกับสถานที่แต่ละจุดภายในวัด	40	2
ป้ายอธิบายข้อปฏิบัติต่างๆในการเยี่ยมชมวัด	12	7
ป้ายอธิบายการไหว้พระขอพร	4	10
แผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด	41	1
แผ่นพับประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัด	23	5
บทบรรยายประวัติและแนะนำสถานที่ภายในวัด	14	6
ผู้บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ภายในวัด	33	3
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ตู้คอมพิวเตอร์)	9	8
ห้องนิทรรศการให้ความรู้สถานที่ต่างๆในวัด	8	9

จากตารางที่ 4.17 แสดงให้เห็นว่าวัดอรุณราชวรารามมีความต้องการภาษาต่างประเทศตามรายการข้างต้นทุกรายการ แต่มีความต้องการในลำดับที่แตกต่างกันดังนี้ ลำดับที่ 1 แผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด ลำดับที่ 2 ป้ายอธิบายเกี่ยวกับสถานที่แต่ละจุดภายในวัด ลำดับที่ 3 ผู้บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ภายในวัด ลำดับที่ 4 ป้ายบอกทางภายในวัด ลำดับที่ 5 แผ่นพับประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัด

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดกัลยาณมิตร

รายการความต้องการ	คะแนน	ลำดับ
ป้ายบอกทางภายในวัด	29	3
ป้ายอธิบายเกี่ยวกับสถานที่แต่ละจุดภายในวัด	43	1
ป้ายอธิบายข้อปฏิบัติต่างๆในการเยี่ยมชมวัด	26	4
ป้ายอธิบายการไหว้พระขอพร	34	2
แผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด	13	7
แผ่นพับประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัด	16	6
บทบรรยายประวัติและแนะนำสถานที่ภายในวัด	21	5
ผู้บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ภายในวัด	11	8
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ตู้คอมพิวเตอร์)	7	9
ห้องนิทรรศการให้ความรู้สถานที่ต่างๆในวัด	11	8

จากตารางที่ 4.18 แสดงให้เห็นว่าวัดกัลยาณมิตรมีความต้องการภาษาต่างประเทศตามรายการข้างต้นทุกรายการ แต่มีความต้องการในลำดับที่แตกต่างกันดังนี้ ลำดับที่ 1 ป้ายอธิบายเกี่ยวกับสถานที่แต่ละจุดภายในวัด รองลงมา ป้ายอธิบายการไหว้พระขอพร ป้ายบอกทางภายในวัด ป้ายอธิบายข้อปฏิบัติต่างๆในการเยี่ยมชมวัด และบทบรรยายประวัติและแนะนำสถานที่ภายในวัด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดชนะสงคราม

รายการความต้องการ	คะแนน	ลำดับ
ป้ายบอกทางภายในวัด	29	3
ป้ายอธิบายเกี่ยวกับสถานที่แต่ละจุดภายในวัด	35	1
ป้ายอธิบายข้อปฏิบัติต่างๆในการเยี่ยมชมวัด	24	6
ป้ายอธิบายการไหว้พระขอพร	7	8
แผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด	32	2
แผ่นพับประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัด	18	7
บทบรรยายประวัติและแนะนำสถานที่ภายในวัด	27	4
ผู้บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ภายในวัด	25	5
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ตู้คอมพิวเตอร์)	5	9
ห้องนิทรรศการให้ความรู้สถานที่ต่างๆในวัด	2	10

จากตารางที่ 4.19 แสดงให้เห็นว่าวัดชนะสงครามมีความต้องการภาษาต่างประเทศตามรายการข้างต้นทุกรายการ แต่มีความต้องการในลำดับที่แตกต่างกันดังนี้ ลำดับที่ 1 ป้ายอธิบายเกี่ยวกับสถานที่แต่ละจุดภายในวัด รองลงมาแผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด ป้ายบอกทางภายในวัด บทบรรยายประวัติและแนะนำสถานที่ภายในวัด ผู้บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ภายในวัดตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดระฆังโฆสิตาราม

รายการความต้องการ	คะแนน	ลำดับ
ป้ายบอกทางภายในวัด	49	1
ป้ายอธิบายเกี่ยวกับสถานที่แต่ละจุดภายในวัด	32	2
ป้ายอธิบายข้อปฏิบัติต่างๆในการเยี่ยมชมวัด	32	2
ป้ายอธิบายการไหว้พระขอพร	24	3
แผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด	12	6
แผ่นพับประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัด	17	5
บทบรรยายประวัติและแนะนำสถานที่ภายในวัด	21	4
ผู้บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ภายในวัด	2	8
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ตู้คอมพิวเตอร์)	1	9
ห้องนิทรรศการให้ความรู้สถานที่ต่างๆในวัด	11	7

จากตารางที่ 4.20 แสดงให้เห็นว่าวัดระฆังโฆสิตารามมีความต้องการภาษาต่างประเทศตามรายการข้างต้นทุกรายการ แต่มีความต้องการในลำดับที่แตกต่างกันดังนี้ ลำดับที่ 1 ป้ายบอกทางภายในวัด รองลงมา คือ ป้ายอธิบายเกี่ยวกับสถานที่แต่ละจุดภายในวัด ป้ายอธิบายข้อปฏิบัติต่างๆในการเยี่ยมชมวัด ป้ายอธิบายการไหว้พระขอพร บทบรรยายประวัติและแนะนำสถานที่ภายในวัด และแผ่นพับประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัดตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดสุทัศนเทพวราราม

รายการความต้องการ	คะแนน	ลำดับ
ป้ายบอกทางภายในวัด	50	1
ป้ายอธิบายเกี่ยวกับสถานที่แต่ละจุดภายในวัด	45	2
ป้ายอธิบายข้อปฏิบัติต่างๆในการเยี่ยมชมวัด	43	3
ป้ายอธิบายการไหว้พระขอพร	14	5
แผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด	22	4
แผ่นพับประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัด	0	-
บทบรรยายประวัติและแนะนำสถานที่ภายในวัด	10	6
ผู้บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ภายในวัด	0	-
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ตู้คอมพิวเตอร์)	0	-
ห้องนิทรรศการให้ความรู้สถานที่ต่างๆในวัด	0	-

จากตารางที่ 4.21 แสดงให้เห็นว่าวัดสุทัศนเทพวราราม มีความต้องการภาษาต่างประเทศตามรายการข้างต้นเพียงบางรายการโดยมีความต้องการในลำดับที่แตกต่างกันดังนี้ ลำดับที่ 1 คือป้ายบอกทางภายในวัด ลำดับที่ 2 ป้ายอธิบายเกี่ยวกับสถานที่แต่ละจุดภายในวัด ลำดับที่ 3 ป้ายอธิบายข้อปฏิบัติต่างๆในการเยี่ยมชมวัด ลำดับที่ 4 แผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด ลำดับที่ 5 ป้ายอธิบายการไหว้พระขอพร

ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดบวรนิเวศวิหาร

รายการความต้องการ	คะแนน	ลำดับ
ป้ายบอกทางภายในวัด	41	1
ป้ายอธิบายเกี่ยวกับสถานที่แต่ละจุดภายในวัด	37	2
ป้ายอธิบายข้อปฏิบัติต่างๆในการเยี่ยมชมวัด	36	3
ป้ายอธิบายการไหว้พระขอพร	26	6
แผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด	21	8
แผ่นพับประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัด	9	10
บทบรรยายประวัติและแนะนำสถานที่ภายในวัด	22	7
ผู้บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ภายในวัด	31	5
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ตู้คอมพิวเตอร์)	33	4
ห้องนิทรรศการให้ความรู้สถานที่ต่างๆในวัด	19	9

จากตารางที่ 4.22 แสดงให้เห็นว่าวัดบวรนิเวศวิหารมีความต้องการภาษาต่างประเทศตามรายการข้างต้นทุกรายการ แต่มีความต้องการในลำดับที่แตกต่างกันดังนี้ ลำดับที่ 1 ป้ายบอกทางภายในวัด รองลงมา คือ ป้ายอธิบายเกี่ยวกับสถานที่แต่ละจุดภายในวัด ป้ายอธิบายข้อปฏิบัติต่างๆในการเยี่ยมชมวัด สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ตู้คอมพิวเตอร์) ผู้บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ภายในวัด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดสระเกศ

รายการความต้องการ	คะแนน	ลำดับ
ป้ายบอกทางภายในวัด	9	4
ป้ายอธิบายเกี่ยวกับสถานที่แต่ละจุดภายในวัด	9	4
ป้ายอธิบายข้อปฏิบัติต่างๆในการเยี่ยมชมวัด	8	5
ป้ายอธิบายการไหว้พระขอพร	0	-
แผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด	36	1
แผ่นพับประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัด	9	4
บทบรรยายประวัติและแนะนำสถานที่ภายในวัด	10	3
ผู้บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ภายในวัด	20	2
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ผู้คอมพิวเตอร์)	10	3
ห้องนิทรรศการให้ความรู้สถานที่ต่างๆในวัด	0	-

จากตารางที่ 4.23 แสดงให้เห็นว่าวัดสระเกศมีความต้องการภาษาต่างประเทศตามรายการข้างต้นเพียงบางรายการ โดยมีความต้องการในลำดับที่แตกต่างกันดังนี้ ลำดับที่ 1 คือแผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด ลำดับที่ 2 ผู้บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ภายในวัด ลำดับที่ 3 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ผู้คอมพิวเตอร์) ลำดับที่ 4 แผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด ลำดับที่ 5 ป้ายอธิบายข้อปฏิบัติต่างๆในการเยี่ยมชมวัด

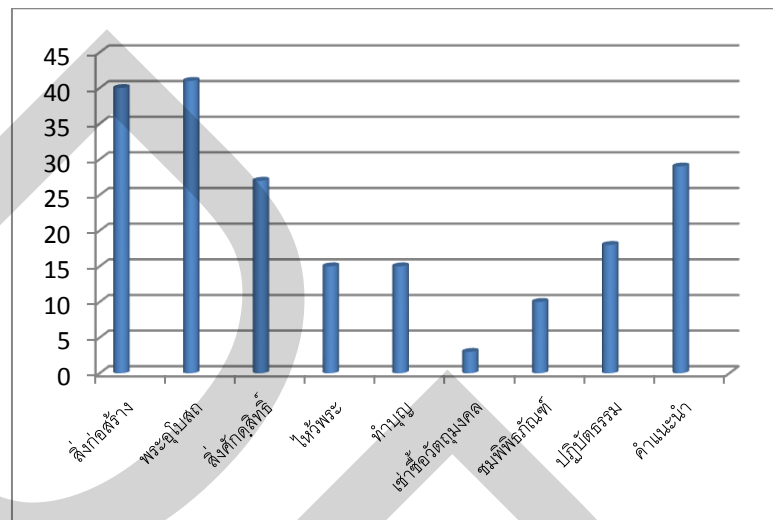
ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์รายการความต้องการการใช้ภาษาต่างประเทศแยกประเภทวัด

รายการความต้องการการใช้ภาษาต่างประเทศ	วัดในเส้นทางการจัดนำเที่ยว		วัดนอกเส้นทางการจัดนำเที่ยว	
	คะแนน	ลำดับ	คะแนน	ลำดับ
ป้ายบอกทางภายในวัด	67	5	207	1
ป้ายอธิบายเกี่ยวกับสถานที่แต่ละจุดภายในวัด	131	1	201	2
ป้ายอธิบายข้อปฏิบัติต่างๆในการเยี่ยมชมวัด	48	6	169	3
ป้ายอธิบายการไหว้พระขอพร	24	9	105	6
แผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด	118	2	136	4
แผ่นพับประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัด	36	7	69	8
บทบรรยายประวัติและแนะนำสถานที่ภายในวัด	75	3	111	5
ผู้บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ภายในวัด	72	4	89	7
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (คู่มือพิวดอร์)	27	8	56	9
ห้องนิทรรศการให้ความรู้สถานที่ต่างๆในวัด	21	10	43	10

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า วัดที่อยู่ในเส้นทางและนอกเส้นทางการจัดนำเที่ยวมีความต้องการภาษาต่างประเทศตามรายการข้างต้นทุกรายการ เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า วัดที่อยู่ในเส้นทางการจัดนำเที่ยว ต้องการภาษาต่างประเทศ เพื่อจัดทำป้ายอธิบายเกี่ยวกับสถานที่แต่ละจุดภายในวัดเป็นลำดับแรก รองลงมา คือ การจัดทำแผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด บทบรรยายประวัติ และแนะนำสถานที่ภายในวัด ผู้บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ภายในวัด และป้ายบอกทางภายในวัดตามลำดับ ส่วนวัดที่อยู่นอกเส้นทางการจัดนำเที่ยวต้องการใช้ภาษาต่างประเทศ เพื่อทำป้ายบอกทางภายในวัดเป็นลำดับแรก รองลงมา คือ ป้ายอธิบายเกี่ยวกับสถานที่แต่ละจุดภายใน ป้ายอธิบายข้อปฏิบัติต่างๆในการเยี่ยมชมวัด แผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด และบทบรรยายประวัติและแนะนำสถานที่ภายในวัดตามลำดับ

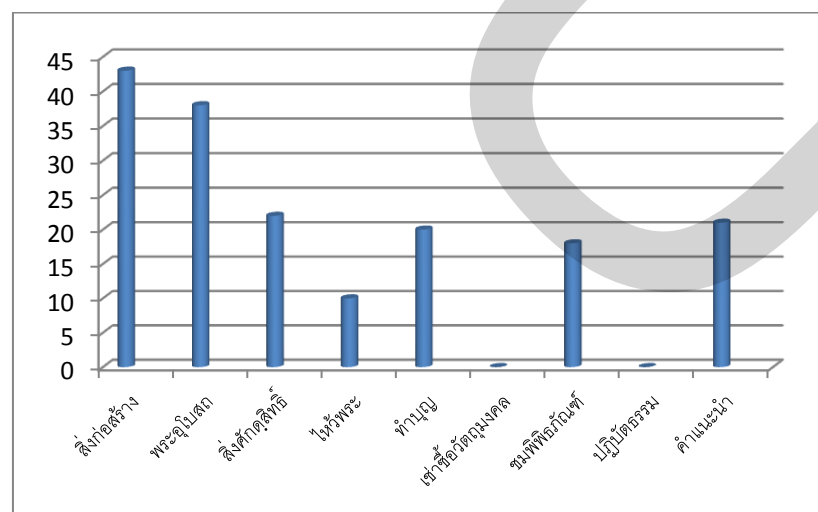
3. ประเด็นหัวข้อ และเนื้อหาในการนำชมวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว 9 วัด

ภาพที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์หัวข้อประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดพระศรีรัตนศาสดาราม



จากภาพที่ 4.9 แสดงให้เห็นว่า วัดพระศรีรัตนศาสดารามมีความต้องการประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดตามรายการข้างต้นทุกรายการ เมื่อพิจารณาตามลำดับความสำคัญ 3 ลำดับแรก พบว่า ลำดับที่ 1 ต้องการคำอธิบายในการเยี่ยมชมพระอุโบสถ พระประธานและภาพจิตรกรรมฝาผนัง รองลงมา คือ คำอธิบายในการเยี่ยมชมสิ่งก่อสร้างในเขตพุทธาวาสและการให้คำแนะนำทั่วไปตามลำดับ

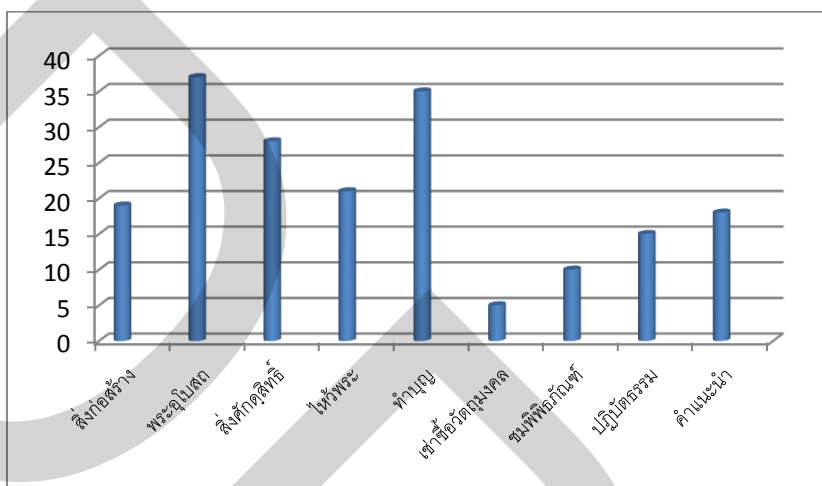
ภาพที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์หัวข้อประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม



จากภาพที่ 4.10 แสดงให้เห็นว่าวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามมีความต้องการประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดตามรายการข้างต้นเกือบทุกรายการ เมื่อพิจารณาตามลำดับความสำคัญ 3

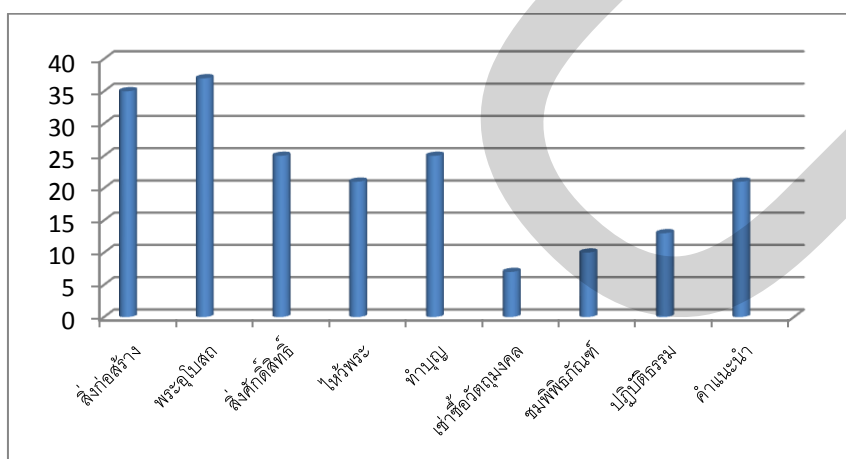
ลำดับพบว่า ลำดับที่ 1 ต้องการคำอธิบายในการเยี่ยมชมสิ่งก่อสร้างในเขตพุทธาวาส รองลงมา คือ คำอธิบายในการเยี่ยมชมพระอุโบสถ พระประธานและภาพจิตรกรรมฝาผนัง และคำอธิบายในการเยี่ยมชมสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัด ตามลำดับ

ภาพที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์หัวข้อประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดอรุณราชวราราม



จากภาพที่ 4.11 แสดงให้เห็นว่าวัดอรุณราชวรารามมีความต้องการประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดตามรายการข้างต้นทุกรายการ เมื่อพิจารณาตามลำดับความสำคัญ 3 ลำดับพบว่า ลำดับที่ 1 ต้องการคำอธิบายในการเยี่ยมชมพระอุโบสถ พระประธานและภาพจิตรกรรมฝาผนัง รองลงมา คือคำอธิบายในการทำบุญและคำอธิบายในการเยี่ยมชมสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัด ตามลำดับ

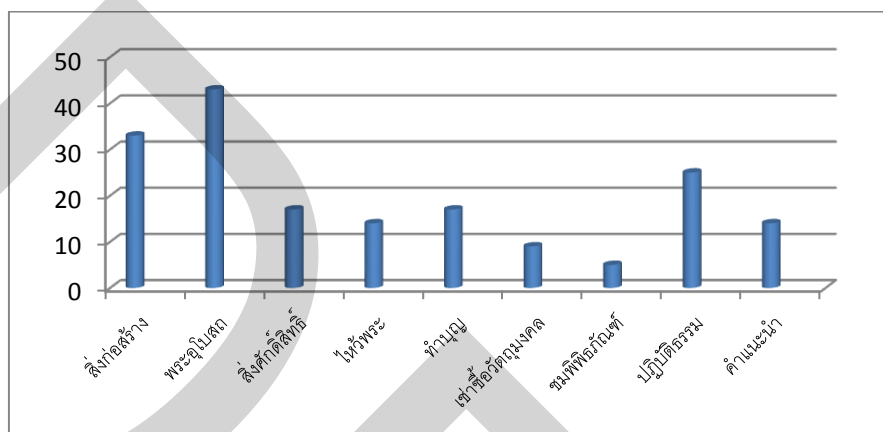
ภาพที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์หัวข้อประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดกัลยาณมิตร



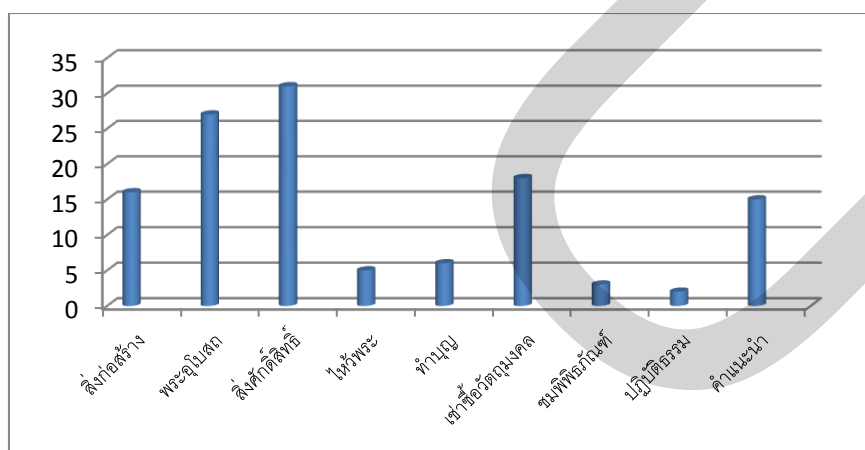
จากภาพที่ 4.12 แสดงให้เห็นว่าวัดกัลยาณมิตรมีความต้องการประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดตามรายการข้างต้นทุกรายการ เมื่อพิจารณาตามลำดับความสำคัญ 3 ลำดับ พบว่าลำดับที่ 1 ต้องการคำอธิบายในการเยี่ยมชมพระอุโบสถ พระประธานและภาพจิตรกรรมฝาผนัง รองลงมาคือ

คำอธิบายในการเยี่ยมชมสิ่งก่อสร้างในเขตพุทธาวาสและคำอธิบายในการเยี่ยมชมสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัดและการทำบุญตามลำดับ

ภาพที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์หัวข้อประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดชนะสงคราม



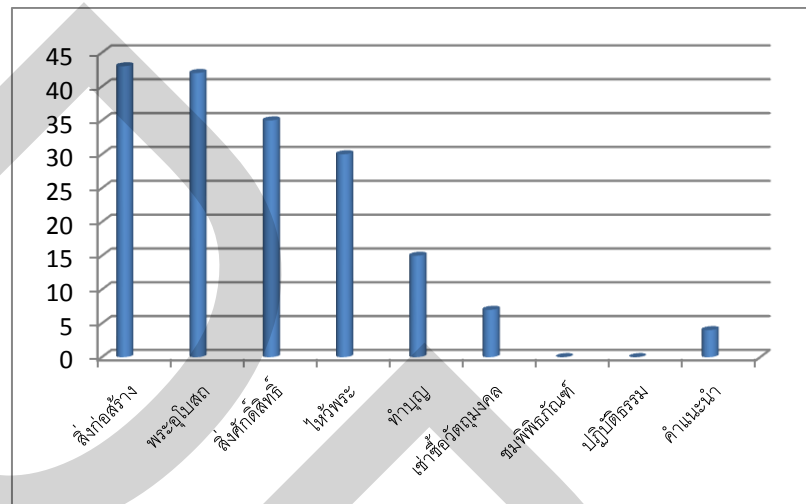
จากภาพที่ 4.13 แสดงให้เห็นว่าวัดชนะสงครามมีความต้องการประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดตามรายการข้างต้นทุกรายการ เมื่อพิจารณาตามลำดับความสำคัญ 3 ลำดับ พบว่าลำดับที่ 1 ต้องการคำอธิบายในการเยี่ยมชมพระอุโบสถ พระประธานและภาพจิตรกรรมฝาผนัง รองลงมาคือคำอธิบายในการเยี่ยมชมสิ่งก่อสร้างในเขตพุทธาวาสและคำอธิบายในการปฏิบัติธรรมตามลำดับ ภาพที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์หัวข้อประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดระฆังโฆสิตาราม



จากภาพที่ 4.14 แสดงให้เห็นว่าวัดระฆังโฆสิตารามมีความต้องการประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดตามรายการข้างต้นทุกรายการ เมื่อพิจารณาตามลำดับความสำคัญ 3 ลำดับ พบว่าลำดับที่ 1 คำอธิบายในการเยี่ยมชมสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัด รองลงมาคือคำอธิบายในการเยี่ยมชมพระ

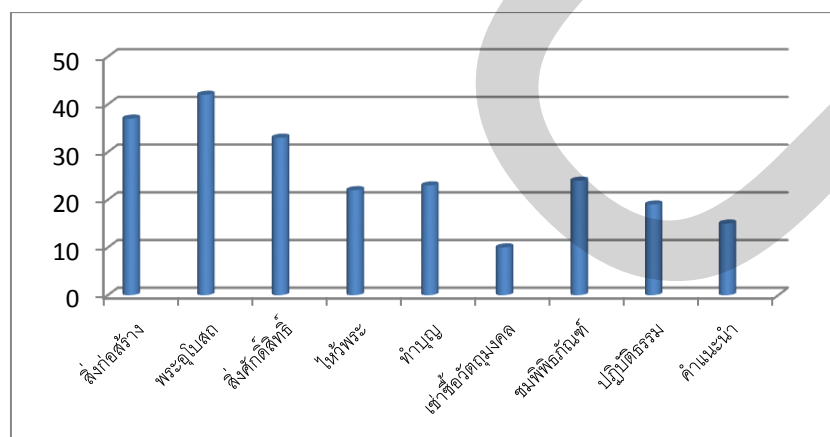
อุโบสถ พระประธานและภาพจิตรกรรมฝาผนัง และคำอธิบายในการเข้าซื้อวัตถุมงคลของวัดตามลำดับ

ภาพที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์หัวข้อประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดสุทัศนเทพวราราม



จากภาพที่ 4.15 แสดงให้เห็นว่าวัดสุทัศนเทพวรารามมีความต้องการประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดตามรายการข้างต้นเกือบทุกรายการ เมื่อพิจารณาตามลำดับความสำคัญ 3 ลำดับพบว่า ลำดับที่ 1 ต้องการคำอธิบายในการเยี่ยมชมสิ่งก่อสร้างในเขตพุทธาวาส รองลงมาคือคำอธิบายในการเยี่ยมชมพระอุโบสถ พระประธานและภาพจิตรกรรมฝาผนัง และคำอธิบายในการเยี่ยมชมสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัดตามลำดับ

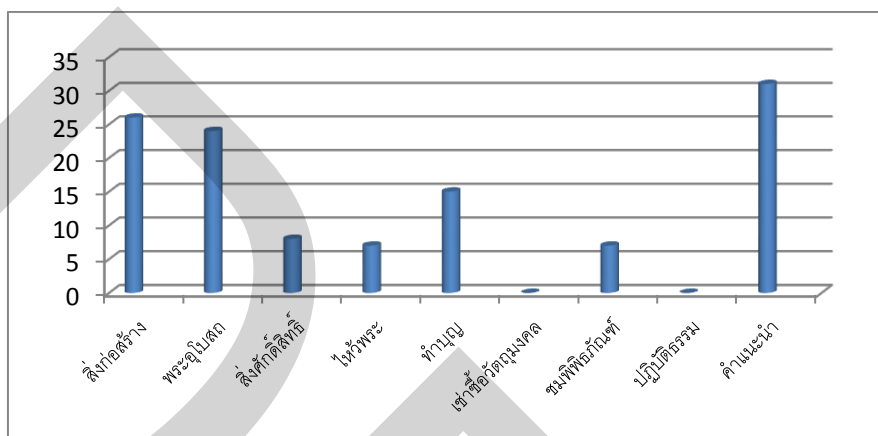
ภาพที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์หัวข้อประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดบวรนิเวศวิหาร



จากภาพที่ 4.16 แสดงให้เห็นว่าวัดบวรนิเวศวิหารมีความต้องการประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดตามรายการข้างต้นทุกรายการ เมื่อพิจารณาตามลำดับความสำคัญ 3 ลำดับพบว่า ลำดับที่ 1 คำอธิบายในการเยี่ยมชมพระอุโบสถ พระประธานและภาพจิตรกรรมฝาผนัง รองลงมาคือ

คำอธิบายในการเยี่ยมชมสิ่งก่อสร้างในเขตพุทธาวาส และคำอธิบายในการเยี่ยมชมสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัดตามลำดับ

ภาพที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์หัวข้อประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดสระเกศ



จากภาพที่ 4.17 แสดงให้เห็นว่าวัดสระเกศมีความต้องการประเด็นและเนื้อหาในการนำชมวัดตามรายการข้างต้นเกือบทุกรายการ เมื่อพิจารณาตามลำดับความสำคัญ 3 ลำดับพบว่า ลำดับที่ 1 การให้คำแนะนำทั่วไป รองลงมา คือคำอธิบายในการเยี่ยมชมสิ่งก่อสร้างในเขตพุทธาวาส และคำอธิบายในการเยี่ยมชมพระอุโบสถ พระประธานและภาพจิตรกรรมฝาผนังตามลำดับ ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์หัวข้อ ประเด็น เนื้อหาในการนำชมวัดแยกตามประเภทของวัด

รายการประเด็น เนื้อหาในการนำชมวัด	วัดในเส้นทางรถจักรยานี่เที่ยว		วัดนอกเส้นทางรถจักรยานี่เที่ยว	
	คะแนน	ลำดับ	คะแนน	ลำดับ
คำอธิบายในการเยี่ยมชมสิ่งก่อสร้างในเขตพุทธาวาส	102	2	190	2
คำอธิบายในการเยี่ยมชมพระอุโบสถ พระประธานและภาพจิตรกรรมฝาผนัง	116	1	215	1
คำอธิบายในการเยี่ยมชมสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัด	77	3	149	3
คำอธิบายในการไหว้พระขอพร	46	6	99	6
คำอธิบายในการทำบุญ	70	4	101	4
คำอธิบายในการเข้าสู่วัดมณฑลของวัด	8	9	51	8
คำอธิบายในการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ของวัด	38	7	49	9
คำอธิบายในการปฏิบัติธรรม	33	8	59	7
การให้คำแนะนำทั่วไป	68	5	100	5

จากตารางที่ 4.25 แสดงให้เห็นว่า วัดที่อยู่ในเส้นทางและนอกเส้นทางการจัดนำเที่ยวมีความต้องการประเด็น หัวข้อและเนื้อหาในการนำชมวัดสามลำดับแรกเหมือนกัน คือ คำอธิบายในการเยี่ยมชมพระอุโบสถ พระประธานและภาพจิตรกรรมฝาผนัง คำอธิบายในการเยี่ยมชมสิ่งก่อสร้างในเขตพุทธาวาส คำอธิบายในการเยี่ยมชมสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัด แต่ในประเด็นหัวข้อและเนื้อหาอื่นจะมีลำดับที่แตกต่างกัน

ขั้นตอนที่ 2 ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ

การสัมภาษณ์ เพื่อเป็นยืนยันคำตอบในประเด็นของความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดทั้ง 9 แห่งและประเด็นหัวข้อและเนื้อหาในการนำชมวัดทั้ง 9 แห่ง โดยผู้วิจัยขอรายงานผลการศึกษาแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

1. ข้อมูลของผู้รับการสัมภาษณ์

ร้อยละ 75 เป็นมัคคุเทศก์ที่สังกัดบริษัทท่องเที่ยวและร้อยละ 25 เป็นมัคคุเทศก์อิสระ ระยะเวลาการประกอบอาชีพมัคคุเทศก์เฉลี่ย 23.4 ปี

2. ความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว 9 วัด และประเด็นหัวข้อและเนื้อหาในการนำชมวัดทั้ง 9 แห่งรายงานการศึกษา ดังนี้

2.1 ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว 9 วัด

จากผลการศึกษาเชิงปริมาณ พบว่า วัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว 9 วัดมีความต้องการภาษาต่างประเทศเรียงตามลำดับดังนี้ ลำดับที่ 1 คือภาษาอังกฤษ ลำดับที่ 2 คือภาษาจีน ลำดับที่ 3 คือภาษาญี่ปุ่น ท่านเห็นด้วยหรือไม่

ตารางที่ 4.26 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัด 9 แห่ง

ผู้ให้สัมภาษณ์	ความเห็น		ความคิดเห็นเพิ่มเติม
	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
คนที่ 1	✓		
คนที่ 2	✓		
คนที่ 3	✓		ในสภาพเหตุการณ์ปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นลดจำนวนลงไปมาก
คนที่ 4	✓		
คนที่ 5	✓		

จากตารางที่ 4.26 สรุปผลการสัมภาษณ์ได้ว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 5 คน เห็นด้วยกับลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศ คือ ลำดับที่ 1 คือ ภาษาอังกฤษ ลำดับที่ 2 คือภาษาจีน ลำดับที่ 3 คือ

ภาษาญี่ปุ่น แต่มีความเห็นเพิ่มเติม คือ สภาพเหตุการณ์ทางการเมืองของประเทศในปัจจุบันทำให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นลดจำนวนลง

2.2 จุดประสงค์ที่วัดต้องการภาษาต่างประเทศ

จากผลการศึกษาเชิงปริมาณ พบว่าวัดทั้ง 9 แห่งมีจุดประสงค์ของความต้องการภาษาต่างประเทศ เพื่อให้คำแนะนำทั่วไป การนำชมสถานที่ภายในวัด และการบรรยายธรรม แต่ลำดับของความต้องการแตกต่างกัน ท่านมีความเห็นอย่างไร

ตารางที่ 4.27 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับจุดประสงค์ที่วัดต้องการภาษาต่างประเทศ

ผู้ให้สัมภาษณ์	ความเห็น		ความคิดเห็นเพิ่มเติม
	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
คนที่ 1	✓		การบรรยายธรรม อาจไม่จำเป็น เพราะอาจจะมีนักท่องเที่ยวเพียงจำนวนหนึ่งเท่านั้นที่มีความต้องการ
คนที่ 2	✓		
คนที่ 3	✓		
คนที่ 4	✓		
คนที่ 5	✓		

จากตารางที่ 4.27 สรุปผลการสัมภาษณ์ได้ว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 5 คน มีความเห็นด้วยกับจุดประสงค์ดังกล่าว

ตารางที่ 4.28 ระดับความเห็นของจุดประสงค์ที่วัดต้องการภาษาต่างประเทศ

จุดประสงค์ที่ต้องการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความเห็นด้วย
การให้คำแนะนำทั่วไป	3.00	ปานกลาง
การนำชมสถานที่ภายในวัด	5.00	มาก
การบรรยายธรรม	2.25	ค่อนข้างน้อย

จากตารางที่ 4.28 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับระดับความเห็นที่มีต่อจุดประสงค์ดังกล่าว พบว่า มีระดับความเห็นที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพื่อการนำชมสถานที่ภายในวัดมีระดับความเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 5.00$) ให้คำแนะนำทั่วไปมีความเห็นด้วยในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.00$) ในขณะที่เพื่อการบรรยายธรรมมีความเห็นด้วยในระดับค่อนข้างน้อย ($\bar{X} = 2.25$)

2.3 สิ่งจำเป็นเบื้องต้น 5 ลำดับแรกที่วัดในแหล่งท่องเที่ยวควรมี เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ

จากผลการศึกษาเชิงปริมาณ พบว่า สิ่งจำเป็นที่วัดควรจัดบริการแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ 5 ลำดับ คือ 1. ป้ายบอกทางภายในวัด 2. ป้ายบอกข้อมูลสถานที่แต่ละจุดภายในวัด 3. แผ่นพับเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด 4. บุคลากรที่สามารถให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ภายในวัด 5. ป้ายประกาศข้อปฏิบัติในการเยี่ยมชมวัด ท่านเห็นด้วยหรือไม่

ตารางที่ 4.29 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับสิ่งจำเป็นที่วัดควรจัดให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

ผู้ให้สัมภาษณ์	ความเห็น		ความคิดเห็นเพิ่มเติม
	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
คนที่ 1	✓		
คนที่ 2	✓		
คนที่ 3	✓		
คนที่ 4	✓		
คนที่ 5	✓		สิ่งดังกล่าวจำเป็นมากสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตนเอง

จากตารางที่ 4.29 สรุปผลสัมภาษณ์ได้ว่า ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นด้วยกับสิ่งจำเป็น 5 ลำดับแรกที่วัดควรจัดให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

2.4 หัวข้อและเนื้อหาในการใช้ภาษาต่างประเทศในการนำชมวัด

จากผลการศึกษาเชิงปริมาณ พบว่า หัวข้อและเนื้อหาในการใช้ภาษาต่างประเทศในการนำชมวัด พบว่า 6 ลำดับของความถี่ คือ 1. อธิบายสิ่งก่อสร้างในเขตพุทธาวาส 2. อธิบายโครงสร้างและศิลปะของพระอุโบสถ 3. อธิบายพุทธลักษณะของพระประธาน 4. อธิบายรายละเอียดของภาพจิตรกรรมฝาผนัง 5. การให้คำแนะนำทั่วไป 6. อธิบายการปฏิบัติธรรม ท่านเห็นด้วยหรือไม่และมีความคิดเห็นเพิ่มเติมอย่างไร

ตารางที่ 4.30 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับหัวข้อและเนื้อหาในการใช้ภาษาต่างประเทศในการนำชมวัด

ผู้ให้สัมภาษณ์	ความเห็น		ความคิดเห็นเพิ่มเติม
	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
คนที่ 1	✓		แต่ในลำดับที่ 5 และ 6 อาจมีความจำเป็นที่น้อย
คนที่ 2	✓		
คนที่ 3	✓		
คนที่ 4	✓		ในลำดับที่ 6 อาจไม่มีความจำเป็น คงมีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนน้อยมากๆที่จะเดินทางมาปฏิบัติธรรม
คนที่ 5	✓		ลำดับที่ 6 ไม่มีก็ได้ และคิดว่านอกจากเป็นป้ายอธิบาย วัด ควรจัดเจ้าหน้าที่อธิบายเมื่อนักท่องเที่ยวร้องขอก็จะสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวทางหนึ่ง

จากตารางที่ 4.30 สรุปผลสัมภาษณ์ได้ว่าผู้ให้สัมภาษณ์เห็นด้วยกับหัวข้อและเนื้อหาในการใช้ภาษาต่างประเทศในการนำชมวัดในลำดับ 1-4 โดยไม่มีความเห็นเพิ่มเติม แต่ในประเด็นของการให้คำแนะนำทั่วไปและอธิบายการปฏิบัติธรรม มีบางท่านให้ความเห็นว่าควรให้คำแนะนำทั่วไป อาจไม่มีความจำเป็นถ้านักท่องเที่ยวเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว ในรายการของการอธิบายการปฏิบัติธรรม นักท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายด้านนี้มักจะศึกษาและเตรียมข้อมูลไว้แล้ว นอกจากนั้นยังมีความเห็นเพิ่มเติมว่าควรจัดเจ้าหน้าที่อธิบายไว้บริการเมื่อนักท่องเที่ยวร้องขอ

บทที่ 5

บทสรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

5.1 บทสรุป

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดที่จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร และเพื่อสำรวจประเด็นหัวข้อและเนื้อหาในการนำชมวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลกับเจ้าอาวาสและ/หรือเจ้าหน้าที่ของวัดที่ทำงานเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 9 วัด ได้แก่ 1. วัดกัลยาณมิตร 2. วัดชนะสงคราม 3. วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม 4. วัดพระศรีรัตนศาสดาราม 5. วัดระฆังโฆสิตาราม 6. วัดสุทัศนเทพวราราม 7. วัดอรุณราชวราราม 8. วัดบวรนิเวศวิหาร 9. วัดสระเกษ และมัคคุเทศก์หรือตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่มีโปรแกรมท่องเที่ยววัดใดวัดหนึ่งในจำนวน 9 วัด ใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Targeting Sample) เจ้าอาวาสและ/หรือเจ้าหน้าที่ของวัดที่ทำงานเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 9 วัดๆละ 5 รูป/คน และมัคคุเทศก์หรือตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่มีโปรแกรมท่องเที่ยววัดใดวัดหนึ่งในจำนวน 9 วัด จำนวน 5 คน สำหรับเครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถามเรื่องความต้องการภาษาต่างประเทศของวัด ซึ่งได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน วิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) เป็นรายข้อได้ค่า IOC เท่ากับ 0.98 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การคำนวณผลรวม (Sum) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสรุปเป็นความเรียง

ผลการวิจัย พบว่า

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วัดและนักท่องเที่ยว

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชายและเป็นบรรพชิต อายุระหว่าง 21-50 ปี ระยะเวลาทำงานในตำแหน่งประมาณ 3-7 ปีและส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี

ข้อมูลเกี่ยวกับวัดทั้ง 9 แห่งเป็นพระอารามหลวง หมายถึง วัดที่พระมหากษัตริย์หรือพระบรมวงศานุวงศ์ทรงสร้าง หรือวัดที่รัฐบาลหรือราษฎรทั่วไปสร้างขึ้นแล้วทรงรับไว้ในพระบรมราชูปถัมภ์ แบ่งตามระดับและฐานันดรศักดิ์ ดังนี้

ชื่อวัด	แบ่งตามระดับ			แบ่งตามฐานันดรศักดิ์		
	ชั้นเอก	ชั้นโท	ชั้นตรี	ราช วรมหาวิหาร	ราชวร วิหาร	วรมหา วิหาร
วัดกัลยาณมิตร		✓				✓
วัดชนะสงคราม		✓		✓		
วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม	✓			✓		
วัดพระศรีรัตนศาสดาราม	✓			✓		
วัดระฆังโฆสิตาราม		✓				✓
วัดสุทัศนเทพวราราม	✓			✓		
วัดอรุณราชวราราม	✓			✓		
วัดบวรนิเวศวิหาร	✓				✓	
วัดสระเกศ		✓		✓		

เมื่อแบ่งตามการจัดเส้นทางรถจักรยานยนต์ของบริษัทยูนิคอปได้ดังนี้ วัดที่อยู่ในเส้นทางรถจักรยานยนต์ของบริษัทยูนิคอป คือ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม และวัดอรุณราชวราราม วัดที่อยู่นอกเส้นทางรถจักรยานยนต์ของบริษัทยูนิคอป คือ วัดกัลยาณมิตร วัดชนะสงคราม วัดระฆังโฆสิตาราม วัดสุทัศนเทพวราราม วัดบวรนิเวศวิหาร และวัดสระเกศ

ข้อมูลของผู้มาเยี่ยมชมวัด 9 แห่ง พบว่า วัดที่อยู่ในเส้นทางรถจักรยานยนต์ของบริษัทยูนิคอป คือ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม และวัดอรุณราชวราราม มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมวัดวันละมากกว่า 300 คน ส่วนวัดที่อยู่นอกเส้นทางรถจักรยานยนต์ของบริษัทยูนิคอป คือ วัดกัลยาณมิตร วัดชนะสงคราม วัดระฆังโฆสิตาราม วัดสุทัศนเทพวราราม วัดบวรนิเวศวิหาร และวัดสระเกศ มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมวันละต่ำกว่า 300 คน ลักษณะของนักท่องเที่ยว พบว่า วัดที่อยู่ในเส้นทางรถจักรยานยนต์ โดยเฉพะอย่างยิ่งวัดพระศรีรัตนศาสดาราม และวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ร้อยละ 80 เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนวัดที่อยู่นอกเส้นทางรถจักรยานยนต์ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย (ร้อยละ 70) ร้อยละ 30 เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ เมื่อจำแนกชนชาติของนักท่องเที่ยว พบว่า

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยี่ยมชมวัดทั้ง 9 แห่งเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนมากที่สุด เมื่อพิจารณาจากวัดที่อยู่ในเส้นทางการจัดนำเที่ยว พบว่า วัดเหล่านั้นได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวจากประเทศยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย กลุ่มประเทศอาเซียน ญี่ปุ่น เกาหลี และอินเดียตามลำดับ ส่วนวัดที่อยู่นอกเส้นทางการจัดนำเที่ยว พบว่า เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น ประเทศยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย กลุ่มประเทศอาเซียน เกาหลี และอินเดียตามลำดับ นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยี่ยมชมวัดทั้ง 9 แห่ง เพราะต้องการชมความงามของวัดและศิลปะของวัด ไหว้พระและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และมาตามคำแนะนำจากเอกสารการท่องเที่ยว

5.1.2 ความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดทั้ง 9 แห่ง

วัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว 9 วัด มีความต้องการภาษาต่างประเทศเรียงตามลำดับดังนี้ ลำดับที่ 1 คือ ภาษาอังกฤษ ลำดับที่ 2 คือ ภาษาจีน ลำดับที่ 3 คือ ภาษาญี่ปุ่น จุดประสงค์ของความต้องการภาษาต่างประเทศ เพื่อการนำชมสถานที่ภายในวัดมีระดับความเห็นด้วยมาก ให้คำแนะนำทั่วไปมีความเห็นด้วยระดับปานกลาง ในขณะที่เพื่อการบรรยายธรรมมีความเห็นด้วยระดับค่อนข้างน้อย สิ่งจำเป็นที่วัดควรจัดบริการแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ 5 ลำดับ คือ 1. ป้ายบอกทางภายในวัด 2. ป้ายบอกข้อมูลสถานที่แต่ละจุดภายในวัด 3. แผ่นพับเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด 4. บุคลากรที่สามารถให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ภายในวัด 5. ป้ายประกาศข้อปฏิบัติในการเยี่ยมชมวัด

5.1.3 ประเด็น หัวข้อและเนื้อหาในการใช้ภาษาต่างประเทศในการนำชมวัด

พบว่า 6 ลำดับของประเด็น หัวข้อเนื้อหาในการใช้ภาษาต่างประเทศในการนำชมวัด คือ 1. อธิบายสิ่งก่อสร้างในเขตพุทธาวาส 2. อธิบายโครงสร้างและศิลปะของพระอุโบสถ 3. อธิบายพุทธลักษณะของพระประธาน 4. อธิบายรายละเอียดของภาพจิตรกรรมฝาผนัง 5. การให้คำแนะนำทั่วไป 6. อธิบายการปฏิบัติธรรม

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษา พบว่า วัดทั้ง 9 แห่งมีความต้องการภาษาอังกฤษเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ภาษาเกาหลี และ ภาษาอื่นๆ ซึ่งได้แก่ ภาษาฝรั่งเศส ภาษาอิตาลี ภาษาสเปน และ ภาษาเยอรมัน แม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดทั้ง 9 แห่งมากที่สุด คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนก็ตาม รองลงมา เป็นนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศในยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย ประเทศญี่ปุ่นและประเทศในกลุ่มอาเซียน ซึ่งก็สอดคล้องกับสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติปี พ.ศ.2556 ของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ที่ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับ

ประเทศมากเป็นอันดับหนึ่ง และรายได้ส่วนใหญ่มาจากการเข้ามาท่องเที่ยวและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้มากขึ้นและขณะเดียวกันเป็นการรักษารายได้ให้คงที่และต่อเนื่อง เมื่อเกิดภาวะวิกฤตต่างๆ นอกจากภาครัฐจะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแล้ว คนหรือบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องต้องพัฒนาความรู้ ความสามารถ และทักษะต่างๆที่จะสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นมัคคุเทศก์ คนในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ของวัด วัง พิพิธภัณฑสถาน เป็นต้น ควรสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศได้ เพราะบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการสร้างรายได้ เนื่องจากต้องมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยตรง ดังนั้น ความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับนักท่องเที่ยว และณรงค์ฤทธิ์ โสภากา (2553, น 42-43) กล่าวว่า เนื่องจากในปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูงในระดับโลก ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้ประเทศไทยแข่งขันได้ในเวทีโลก คือ ความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ แต่ที่วัดมีความต้องการภาษาอังกฤษมากที่สุด เพราะว่าภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของธีระวิทย์ ภิญญโณณัฐกานต์ (2538) ที่ว่า ภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลที่มีการเรียนรู้กันแพร่หลายที่สุดและใช้กันมากที่สุด และ ชีราภรณ์ พลายเล็ก (2554) ที่กล่าวว่า ภาษาต่างประเทศที่ทั่วโลกยอมรับว่าเป็นภาษากลางในการสื่อสารของมนุษย์คือภาษาอังกฤษ และนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศก็สามารถใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อกลางในการสื่อสารได้ ในขณะที่วัดต้องเตรียมความพร้อมด้านภาษาจีน และภาษาญี่ปุ่น เนื่องจากว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจากสองประเทศนี้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอยู่ในลำดับต้นของนักท่องเที่ยวทั้งหมดในแต่ละปี และมีปริมาณเพิ่มขึ้นทุกปี จากสถิตินักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยระบุว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 ถึง 2556 นักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเพิ่มจาก 1,721,247 คน ในปี พ.ศ. 2554 เป็น 2,786,860 และ 4,705,173 คนตามลำดับ ในขณะที่เดียวกัน นักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นก็เพิ่มจาก 1,127,893 คน ในปี พ.ศ. 2554 เป็น 1,373,716 และ 1,537,979 คน การให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวด้วยภาษาของนักท่องเที่ยวชาตินั้นๆเป็นความจำเป็นมาก และสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างมากซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Watts, Noel I (1994: 73-74) ที่ศึกษาเรื่องการใช้ภาษาต่างประเทศในกิจกรรมการท่องเที่ยวในประเทศออสเตรเลียและประเทศนิวซีแลนด์ พบว่าเอกสารการท่องเที่ยวเพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวมีความสำคัญมาก แต่ในทั้งสองประเทศนี้ยังขาดเอกสารที่เป็นข้อมูลเพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวที่ไม่สามารถใช้ภาษาอังกฤษสื่อสารได้ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Huisman S. and Moore K. (1999: 445 - 448) ที่ว่านักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลของแหล่ง

ท่องเที่ยวที่เป็นภาษาของตนเอง และถึงแม้ว่าภาษาอังกฤษจะเป็นภาษาสากลก็ตาม แต่นักท่องเที่ยวยังต้องการให้เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวสามารถสื่อสารด้วยภาษาอื่นๆ ได้ด้วย

จุดประสงค์ของความต้องการภาษาต่างประเทศเพื่อนำชมสถานที่ภายในวัด ให้คำแนะนำทั่วไปและการบรรยายธรรม ในประเด็นของการบรรยายธรรมนั้น เมื่อพิจารณาอย่างผิวเผินอาจเป็นประเด็นที่ไม่สำคัญก็ได้ แต่เมื่อพิจารณาจากกิจกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า มีนักท่องเที่ยวจำนวน 8.74% ให้ความสนใจในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำสมาธิและนั่งวิปัสสนา และในจำนวนนั้นส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย ได้แก่ ใต้หวัน สิงคโปร์ มาเลเซีย และญี่ปุ่น เป็นต้น ซึ่งภาษาต่างประเทศที่จำเป็นกับนักท่องเที่ยวเหล่านั้น คือ ภาษาจีน และภาษาญี่ปุ่น

ส่วนประเด็นหัวข้อและเนื้อหาในการนำชมวัดนั้น วัดที่อยู่ในเส้นทางและนอกเส้นทางการจัดนำเที่ยวมีความสอดคล้องกันในสามประเด็นหลัก คือ คำอธิบายในการเยี่ยมชมพระอุโบสถ พระประธานและภาพจิตรกรรมฝาผนัง คำอธิบายในการเยี่ยมชมสิ่งก่อสร้างในเขตพุทธาวาส คำอธิบายในการเยี่ยมชมสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัด ทั้งนี้เป็นเพราะว่าสิ่งก่อสร้างในเขตพุทธาวาสจะมีความวิจิตรสวยงามบ่งบอกถึงประวัติความเป็นมาของวัดนั้น นอกจากนั้นในเขตพุทธาวาสยังเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปสำคัญ และ โบราณวัตถุและสิ่งศักดิ์สิทธิ์อื่นๆ อีกด้วย เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดมีจุดประสงค์เพื่อเยี่ยมชมโบราณสถานและ โบราณวัตถุภายในวัดมากกว่าการเดินทางเพื่อจาริกแสวงบุญ จึงให้ความสนใจต่อสิ่งก่อสร้างและ โบราณวัตถุมากกว่าการปฏิบัติธรรมและพิธีกรรมภายในวัด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมจังหวัดเชียงรายของเพทาย บำรุงจิตต์ และคณะ (2549) ที่ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้นำหนักเหตุผลในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายในเรื่องธรรมชาติ ภูเขา ประวัติความเป็นมาของสถานที่ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสนใจกับการเยี่ยมชมวัดเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สร้างสิริมงคลให้กับชีวิตของตนเองและครอบครัว

ในเรื่องของนักท่องเที่ยวต่างชาติ แม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดทั้ง 9 แห่งนั้น จะเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเป็นส่วนใหญ่ แต่ผลจากการศึกษา พบว่า วัดมีความต้องการภาษาต่างประเทศ คือ ภาษาอังกฤษมากเป็นลำดับหนึ่ง ทั้งนี้เป็นเพราะนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาบริษัทท่องเที่ยวจะมีมัคคุเทศก์คอยให้บริการด้านข้อมูลต่างๆ แล้ว ส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเองส่วนใหญ่จะมีทักษะในการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้

ประเด็นชื่อเสียงของวัดกับปริมาณนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต่างชาติโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย นิยมไปเยี่ยมชมวัดที่มีชื่อเสียงในเรื่องความสวยงามด้านสิ่งก่อสร้างและศิลปะภายในวัด จึงส่งผลให้สัดส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติในวัดที่อยู่ในเส้นทางของการจัดนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยคิดเป็น ร้อยละ 80 ของจำนวนนักท่องเที่ยวในภาพรวม แต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นนิยมไปวัดที่มีสิ่งศักดิ์สิทธิ์และวัดที่มีชื่อเป็นมงคล เช่น วัดระฆังโฆสิตาราม วัดกัลยาณมิตร และวัดชนะสงคราม เป็นต้น จึงทำให้วัดดังกล่าวนี้มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยมากถึงร้อยละ 70 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่มาเยี่ยมชมวัด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอในเชิงนโยบาย

1. รัฐควรประชาสัมพันธ์วัดที่อยู่นอกเส้นการจัดนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว ได้แก่ วัดกัลยาณมิตร วัดชนะสงคราม วัดบวรนิเวศวิหาร วัดระฆังโฆสิตาราม วัดสุทัศนเทพวราราม และวัดสระเกศ ให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ
2. รัฐควรจัดเส้นทางการท่องเที่ยวประเภทวัดในรูปแบบอื่นๆ เช่น ชมวัดที่มีศิลปะแบบอยุธยา วัดที่มีศิลปะแบบรัตนโกสินทร์ วัดที่มีบรรยากาศเป็นสวนอุทยาน วัดที่เป็นศูนย์การแพทย์แผนไทย เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับวัด

1. จากผลการวิจัย พบว่า วัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 9 วัดต้องการภาษาอังกฤษในการสื่อสารและให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวมากเป็นลำดับแรก แต่ในขณะเดียวกันวัดควรเตรียมการภาษาอื่นๆ เช่น ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่นและภาษาของประเทศในกลุ่มอาเซียนด้วย
2. จากผลการวิจัย พบว่า วัดทั้ง 9 แห่งมีความต้องการใช้ภาษาต่างประเทศเพื่ออบรมเจ้าหน้าที่ของวัดให้เป็นผู้บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ภายในวัด ดังนั้น วัดควรจัดทำหลักสูตรกลางการฝึกอบรมเพื่อให้วัดทั้ง 9 แห่งใช้ร่วมกัน
3. จากผลการวิจัย พบว่า วัดทั้ง 9 แห่งมีความต้องการภาษาอังกฤษเพื่อใช้ในการจัดทำป้ายบอกทางภายในวัดและจัดทำแผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด ดังนั้น วัดควรจัดทำป้ายและแผ่นพับดังกล่าวเป็นภาษาอังกฤษ และภาษาจีน หรือ ภาษาอังกฤษ และภาษาญี่ปุ่น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากงานวิจัยนี้เน้นที่การศึกษาความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดในกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้ข้อมูลภาพรวมว่า วัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครทั้ง 9 วัดมีความต้องการภาษาต่างประเทศอะไร และมีประเด็น หัวข้อ และเนื้อหาในการชมวัดอะไรบ้าง เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้วัดวางแผนในการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานภายในวัด และ พัฒนาคู่มือของวัด เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัด

ในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่า

1. ควรทำการศึกษาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่วัดควรจัดบริการแก่นักท่องเที่ยว
2. ควรศึกษาความต้องการของวัดที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมในจังหวัดอื่น เช่น พระนครศรีอยุธยา เชียงใหม่ และ อุบลราชธานี เป็นต้น
3. ควรศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

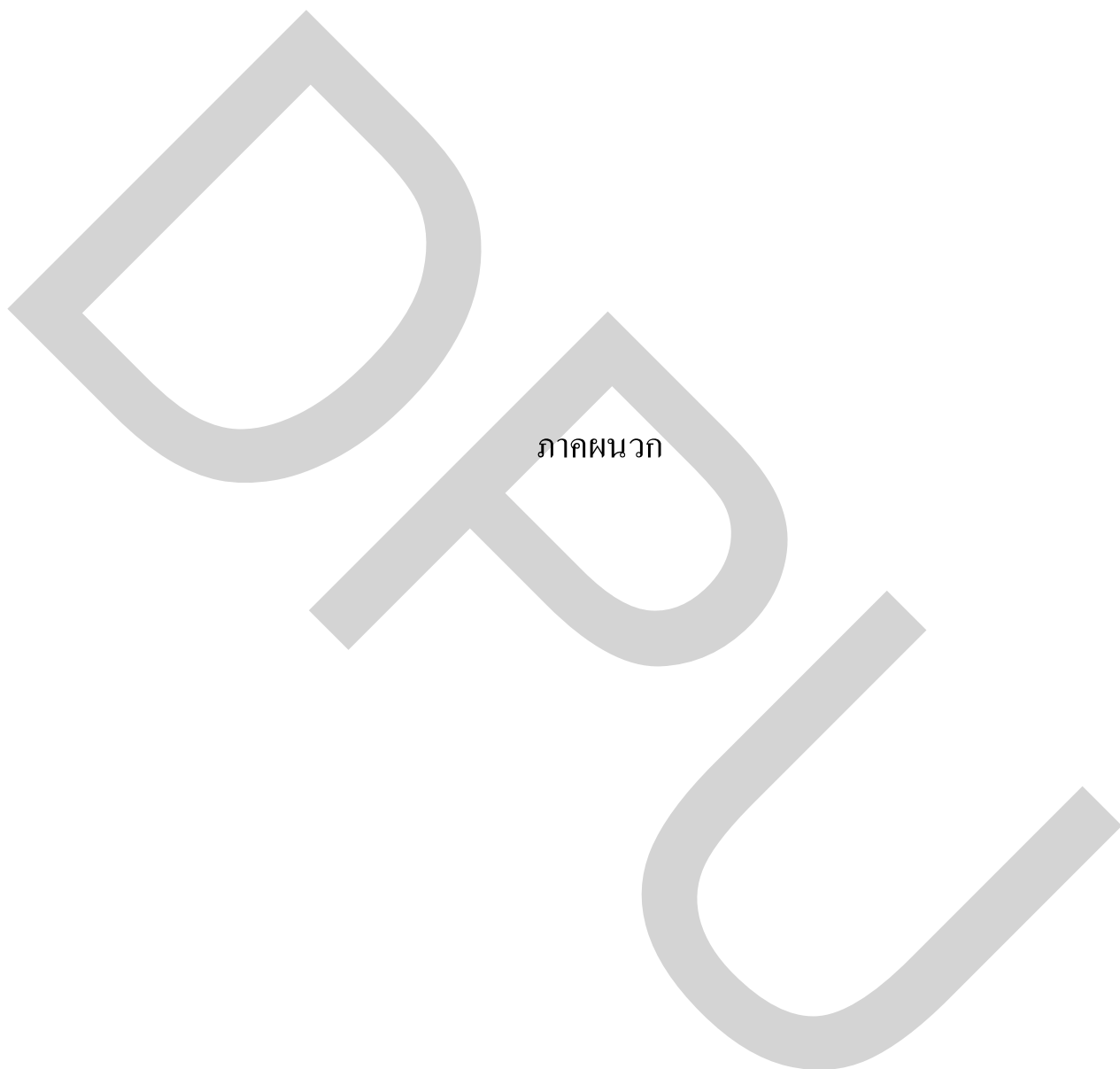
ภาษาไทย

- กาญจนา แสงลิมสุวรรณ. (2555). การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน. *วารสารนักบริหาร*, 32(4), 139-146.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). *สถิตินักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย พ.ศ. 2555-2556*. สืบค้น 6 มิถุนายน 2557, จาก www.service.nso.go.th.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2552). *ไหว้พระ 9 วัด*. สืบค้น 11 มิถุนายน 2556, จาก www.travel.kapook.com/view8373.html.
- ชวลิต ตั้งสมบูรณ์เกิดติ. (2554). *การศึกษาการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมภายในตลาดเก่าบ้านแหลมจังหวัดเพชรบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). *วิถีไทยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: โครงการวิทยทรรศน์.
- ชื่น ศรีสวัสดิ์และคณะ. (2550). *การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัฒนธรรมของชุมชนชาวกวยในเขตอีสานใต้และลาวใต้*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ณรงค์ฤทธิ์ โสภกา. (2553). *การพัฒนาความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศของมัคคุเทศก์ทางด้านธรณีวิทยาและซากดึกดำบรรพ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพนธ์สาขาวิทยาศาสตร์การพัฒนากุมิภาค, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ณัฐพงษ์ ถือคำ และ สมหมาย ปิ่นพุทธศิลป์. (2550). *โครงการระบบการจัดการจัดพิพิธภัณฑ์โบราณสถาน ศาสนสถานให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ธีรวิทย์ ภิญญโณณัฐกานต์. (2538). *การเรียนภาษาต่างประเทศสำหรับคนไทย: ทำไมและอย่างไร?*. *วารสารเทคโนโลยีสุรนารี*, 2, 203-206.
- ธีราภรณ์ พลายเล็ก. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการพูดภาษาอังกฤษของนักศึกษาชั้นปีที่ 2 สาขาวิชาภาษาอังกฤษ*. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 3.
- นิตา ชัชกุล. (2551). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

- ประภัสสร ศรีภักดี.(2548). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการและกิจกรรม
นันทนาการของค่ายฝึกนักศึกษาวิชาทหารเขาชนไก่ จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการนันทนาการ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544).อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่21. กรุงเทพฯ:ไฟว์เอนด์โฟร์พริ้นติ้ง.
ผาณิต บุญยะวรรณะ. (2542).รายงานการวิจัย เรื่อง ความต้องการภาษาอังกฤษสำหรับธุรกิจการ
ท่องเที่ยว.คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พระครูปลัดสุวัฒนจริยคุณ. (2556). บทความวิจัยเรื่องยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมโดยใช้วัดเป็นศูนย์กลางในกลุ่มจังหวัดล้านนาตะวันออก. สืบค้นเมื่อวันที่ 20
มีนาคม 2557, จาก www.gotoknow.org.
- พระมหาบุญพิเชษฐ จันทรเรือง. (2553).การจัดการท่องเที่ยวในพระอารามหลวงชั้นเอกในเกาะ
รัตนโกสินทร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
เพทาย บำรุงจิตต์และคณะ. (2549). ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิง
ศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุน
การวิจัย.
- ยลรวี อินตะ. (2548). ปฏิสัมพันธ์ทางภาษาระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้นำเที่ยว. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- วรรณภา วงศ์วานิช. (2546). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ:วิรัตน์ เอ็ดดูลักษณ์.
วิกิพีเดีย. (2556). การท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 เมษายน 2556, จาก www.wikipedia.org/
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2544).นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมพร โกมารทัต. (2555). รูปแบบการจัดการโปรแกรมภาษาญี่ปุ่นในระดับอุดมศึกษาเพื่อธุรกิจนำ
เที่ยว. วิทยานิพนธ์ สาขาการจัดการการศึกษา, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- สุภาภรณ์ วรรณ. (2546). วัด: แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปกรรม. จุลสารการท่องเที่ยว, 22(3), 46-63.
สุรศักดิ์ ศิลาวรรณา. (2550). การท่องเที่ยวและการเผยแผ่พระพุทธศาสนา บทบาทของวัดในเขต
กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาวัดบวรนิเวศวิหารและวัดเบญจมบพิตรดุสิตวนาราม. สาร
นิพนธ์วิทยาลัยศาสนศึกษา, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- แสง จันทรังาม. (2530). พุทธศาสนากับสังคมไทย. วารสารสังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 6 (3).
- อุษณีย์ ศรีภูมิ. (2544). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวทัศนศึกษาในเขตอุทยานทัพเรือ
สัตหีบ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ภาษาต่างประเทศ

- Blunkett, D. (1998). Foreword Modern Foreign Languages. London: Department of Education and Employment.
- Chen, J.S. and Hsu, C.H.U. (2000). Measurement of Korean Tourists' Perceived Images of Overseas Destinations. *Journal of Travel Research*, 38, 411-416.
- Cocoa, M. and Turner, K. (1997). Needs and Expectations of Abolition Learners of Spanish in British Universities. *The Journal for Teachers and Learners*, 15, 23-26.
- Devereux, C. (1998). *More than 'Have a Nice Day': Cross Cultural Service Competence and the Tourist Industry in G. Richards: Development in the European Tourism Curriculum*. The Netherlands: ATLAS. Tilburg University.
- Huisman, S. and Moore, K. (1999). Natural Language and that of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 445-448.
- Kennett, F. (2002). Language Learners as Cultural Tourists. *Annals of Tourism Research*, 29 (2), 557-559.
- Koliou, A. (1997). Foreign Languages and Their Role in Access to Museums. *Museum Management and Curatorship*, 16(1), 71-76.
- Leslie David and Russell Hilary. (2004). The Importance of Foreign Language skills in the Tourism Sector: A Comparative Study of Student Perceptions in the UK and Continental Europe. *Tourism Management*, 27 (2006).
- Tain-Cole, S. and Crompton, J.L. (2003). A Conceptualization of the Relationships between Service Quality and Visitor Satisfaction and their links to Destination Selection. *Leisure Studies*, 22, 65-80.
- Watts, Noel. (1994). The Use of Foreign Languages in Tourism. *Research Needs: Australian Review of Applied Linguistics*, 17(1), 73-84.



แบบสัมภาษณ์เบื้องต้น

ความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดในกรุงเทพมหานคร

1. ชื่อวัด.....
2. วันที่สัมภาษณ์.....เวลา.....
3. เนื้อหาการสัมภาษณ์
 1. นักท่องเที่ยวที่มาชมวัดเป็น
 - คนไทย
 - คนต่างชาติ 1.....2.....3.....
 2. จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ
 - วันธรรมดา ประมาณ.....คน
 - วันเสาร์-อาทิตย์ ประมาณ.....คน
 - วันหยุดนักขัตฤกษ์ ประมาณ.....คน
 3. สัดส่วนของวันธรรมดา วันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์.....
 4. วัย
 - คนไทย.....
 - คนต่างชาติ.....
 5. เพศ
 - คนไทย.....
 - คนต่างชาติ.....
 6. ลักษณะของนักท่องเที่ยว
 - แบบเดี่ยว
 - คู่สมรส ครอบครัว
 - กลุ่มเพื่อน
 - กลุ่มทัวร์
 - อื่นๆ.....
7. วัดอุปสงค์ของการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติตามที่สนทนากับท่าน
8. จุดสนใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
9. คำถามที่นักท่องเที่ยวต่างชาติสนใจถาม
10. วัดให้ข้อมูลอะไรบ้างแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ
11. ความต้องการภาษาต่างประเทศของวัด มาก ปานกลาง น้อย ไม่ต้องการ
 ภาษาต่างประเทศเรียงลำดับมากไปหาน้อย 1.....2.....3.....
 สิ่งที่ต้องการให้เป็นภาษาต่างประเทศ
 - ป้ายบอกทาง แผ่นพับประวัติและสถานที่ของวัด แผ่นพับประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัด
 - บทอธิบายประวัติและแนะนำสถานที่ นิทรรศการเกี่ยวกับวัดเป็นภาษาต่างประเทศ
 - ต้องการอบรมพระภิกษุและบุคคลที่เกี่ยวข้องด้านบริการนักท่องเที่ยว
 - อื่นๆ.....
12. เรื่องอื่นๆที่วัดต้องการเป็นภาษาต่างประเทศ ได้แก่ 1.....2.....3.....

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

1. พระเทพวิสุทธิกวี (เกษม สัจญญโต ป.ธ.9 , Ph.D.)
วัดราชาธิวาส เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร
2. พระเมธาวิเชียร (สุเทพ ปสิวิโก Ph.D.)
วัดราชประดิษฐสถิตมหาสีมาราม เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร
3. พระมหาบุญศรี ญาณวุฑฒ โศ.ค
วัดปทุมคงคา เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร
4. รองศาสตราจารย์ ดร.จ่านง คันทิก
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย อำเภอสาลายา จังหวัดนครปฐม
5. รองศาสตราจารย์ ดร.วิช หอมทวนลม
คณะศาสนาและปรัชญา มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย อำเภอสาลายา จังหวัดนครปฐม

ตัวอย่าง
จดหมายขอความอนุเคราะห์ประเมินแบบสอบถาม

7 กุมภาพันธ์ 2557

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ประเมินแบบสอบถาม
เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.ชวีช หอมทวนลม
สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย

ด้วยกระผม นายเสน่ห์ เศษวงค์ อาจารย์ประจำคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ได้ทำวิจัยเรื่อง ความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดใน กรุงเทพมหานคร

ในการวิจัยครั้งนี้ กระผมเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความชำนาญด้านนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจประเมินและให้ข้อเสนอแนะแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัยที่แนบมาพร้อมจดหมายนี้ กระผมหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(นายเสน่ห์ เศษวงค์)

ผู้วิจัย

กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวและการโรงแรม

โทร 02-954-7300 ต่อ 825

มือถือ 081-701-1667

ผลการประเมินความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัย	เนื้อหาคำถาม	จำนวนผู้ประเมิน			ค่าดัชนี IOC	ผลการประเมิน	
		+1	0	-1		ใช้ได้	ใช้ไม่ได้
หาคำตอบความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดในกรุงเทพฯ	1.นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยี่ยมชมวัดของท่านเป็นชนชาติใด กรุณาใส่ลำดับ 1 2 3.... () จีน () ญี่ปุ่น () เกาหลี () อินเดีย () กลุ่มอาเซียน () ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย () อื่นๆ ระบุ.....	5			1	✓	
	2.ความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดท่าน กรุณาใส่ลำดับ 1 2 3..... () ภาษาอังกฤษ () ภาษาจีน () ภาษาญี่ปุ่น () ภาษาเกาหลี () ภาษาอื่นๆโปรดระบุ	5			1	✓	
	3. วัดของท่านต้องการภาษาต่างประเทศเพื่อ..... กรุณาใส่ลำดับ 1 2 3..... () นำชมสถานที่ภายในวัด () ให้คำแนะนำทั่วไป () บรรยายธรรม () อื่นๆ โปรดระบุ.....	5			1	✓	
4. ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดท่าน กรุณาใส่ลำดับ 1 2 3..... ในรายการต่อไปนี้ () ป้ายบอกทางภายในวัด () ป้ายอธิบายเกี่ยวกับสถานที่แต่ละจุดภายในวัด () ป้ายอธิบายข้อปฏิบัติต่างๆในการเยี่ยมชมวัด () ป้ายอธิบายการไหว้พระขอพร () แผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด () แผ่นพับประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัด () บทบรรยายประวัติและแนะนำสถานที่ภายในวัด () ผู้บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ภายในวัด () สื่ออิเล็กทรอนิกส์ () ห้องนิทรรศการที่ให้ความรู้สถานที่ต่างๆในวัด	5			1	✓		

วัตถุประสงค์การวิจัย	เนื้อหาคำถาม	จำนวนผู้ประเมิน			ค่าดัชนี IOC	ผลการประเมิน	
		+1	0	-1		ใช้ได้	ใช้ไม่ได้
2.หาคำตอบประเด็นหัวข้อและเนื้อหาในการนำมวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว	<p>ท่านมีความต้องการในประเด็นหัวข้อและเนื้อหาในการนำมวัดของท่านมากน้อยเพียงใด</p> <p>กรุณาใส่ลำดับ 1 2 3..... ในรายการต่อไปนี้</p> <p>() คำอธิบายในการเยี่ยมชมสิ่งก่อสร้างในเขตพุทธาวาส</p> <p>() คำอธิบายในการเยี่ยมชมพระอุโบสถพระประธาน แลภาพจิตรกรรมฝาผนัง</p> <p>() คำอธิบายในการเยี่ยมชมสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัด</p> <p>() คำอธิบายในการไหว้พระขอพร</p> <p>() คำอธิบายในการทำบุญ</p> <p>() คำอธิบายในการเช่าซื้อวัดมณฑลของวัด</p> <p>() คำอธิบายในการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ของวัด</p> <p>() คำอธิบายในการปฏิบัติธรรม</p> <p>() การให้คำแนะนำทั่วไป</p> <p>() อื่น ๆ โปรดระบุ.....</p>	5			1	✓	

แบบสอบถามการวิจัย เรื่อง
ความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดในกรุงเทพมหานคร
 ★★★★★★★★★★★★★★★★★★

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำเพื่อการศึกษาวิจัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความต้องการภาษาต่างประเทศและประเด็นหัวข้อและเนื้อหาในการนำชมวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร ดังนั้น จึงขอความร่วมมือจากท่านให้ข้อมูลตามความเป็นจริงหรือตามความคิดเห็นของท่าน แบบสอบถามชุดนี้มี 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม และ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวัดและผู้มาเยี่ยมชมวัดของท่าน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดท่าน

ตอนที่ 3 ประเด็นหัวข้อ และเนื้อหาในการนำชมวัดของท่าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป กรุณาทำ X ลงในช่อง ที่ตรงกับข้อเท็จจริงหรือความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

น้อยกว่า 20 ปี 21-30 ปี 31-40 ปี
 41-50 ปี 51-60 ปี มากกว่า 60 ปี

3. ระดับการศึกษา

ประถมศึกษา มัธยมศึกษา อนุปริญญา / ปวส
 ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี อื่นๆระบุ.....

4. ท่านปฏิบัติงานในวัดแห่งนี้ในตำแหน่งหน้าที่ใด

เจ้าอาวาส รอง/ ผู้ช่วยเจ้าอาวาส พระลูกวัด
 เจ้าหน้าที่ของวัด อาสาสมัคร อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. ระยะเวลาของการปฏิบัติหน้าที่ หรืองานดังกล่าว

น้อยกว่า 1 ปี 1-3 ปี มากกว่า 3 ปี – 5 ปี
 มากกว่า 5 ปี – 7 ปี 7- 10 ปี มากกว่า 10 ปี

เกี่ยวกับวัดของท่านและผู้มาเยี่ยมชมวัดของท่าน

1. ชื่อวัด.....จัดอยู่ในกลุ่ม
 - ในเกาะรัตนโกสินทร์
 - รอบเกาะรัตนโกสินทร์ ชานเมือง
 - และ ในเส้นทางท้าว นอกเส้นทางท้าว
2. จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดของท่าน โดยเฉลี่ยต่อวัน (กรณีบ้านเมืองอยู่ในสภาพปกติ)

วันธรรมดา (วันจันทร์ – วันศุกร์)	<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 100 คน	<input type="checkbox"/> 100 – 200 คน
	<input type="checkbox"/> 200 – 300 คน	<input type="checkbox"/> มากกว่า 300 คน
วันพระ	<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 100 คน	<input type="checkbox"/> 100 – 200 คน
	<input type="checkbox"/> 200 – 300 คน	<input type="checkbox"/> มากกว่า 300 คน
วันเสาร์ – อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์	<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 100 คน	<input type="checkbox"/> 100 – 200 คน
	<input type="checkbox"/> 200 – 300 คน	<input type="checkbox"/> มากกว่า 300 คน
3. ในปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมวัดของท่าน โดยประมาณ _____ คน
4. ในจำนวนดังกล่าวข้างต้นเป็น นักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณ _____ %
 นักท่องเที่ยวต่างชาติ _____ %
5. นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยี่ยมชมวัดของท่านเป็นชนชาติใด (กรุณาใส่ลำดับ 1 2 3.....)
 - () จีน
 - () ญี่ปุ่น
 - () เกาหลี
 - () อินเดีย
 - () กลุ่มอาเซียน
 - () ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย
 - () อื่นๆ ระบุ.....
6. ลักษณะของนักท่องเที่ยวต่างชาติดังกล่าว
 - เดินทางมาด้วยตนเอง
 - เดินทางมากับคณะทัวร์
7. ท่านคิดว่า เหตุผลของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยี่ยมชมวัดของท่าน คือ ข้อใด (ตอบได้หลายข้อ)

<input type="checkbox"/> ชมความงามของวัดและศิลปะของวัด	<input type="checkbox"/> ไหว้พระและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัด
<input type="checkbox"/> ปฏิบัติธรรมและฝึกนั่งสมาธิ	<input type="checkbox"/> ทำบุญขอพร
<input type="checkbox"/> ศึกษาหาความรู้ทางพระพุทธศาสนา	<input type="checkbox"/> ท่องเที่ยวทั่วไป
<input type="checkbox"/> ความมีชื่อเสียงของวัด	<input type="checkbox"/> ตามคำแนะนำจากเอกสารการท่องเที่ยว
<input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ.....	

ตอนที่ 2 ความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดของท่าน

1. ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดท่าน (กรุณาใส่ลำดับ 1 2 3.....)

- () ภาษาอังกฤษ
- () ภาษาจีน
- () ภาษาญี่ปุ่น
- () ภาษาเกาหลี
- () ภาษาอื่นๆ โปรดระบุ

2. วัดของท่านต้องการภาษาต่างประเทศเพื่อ (กรุณาใส่ลำดับ 1 2 3..... ตามความต้องการมากที่สุด)

- () นำชมสถานที่ภายในวัด
- () ให้คำแนะนำทั่วไป
- () บรรยายธรรม
- () อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. ลำดับความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดท่าน (กรุณาใส่ลำดับ 1 2 3..... ในรายการต่อไปนี้)

- () ป้ายบอกทางภายในวัด
- () ป้ายอธิบายเกี่ยวกับสถานที่แต่ละจุดภายในวัด
- () ป้ายอธิบายข้อปฏิบัติต่างๆในการเยี่ยมชมวัด
- () ป้ายอธิบายการไหว้พระขอพร
- () แผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับการเยี่ยมชมวัด
- () แผ่นพับประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัด
- () บทบรรยายประวัติและแนะนำสถานที่ภายในวัด
- () ผู้บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ภายในวัด.
- () สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ตู้คอมพิวเตอร์ที่นักท่องเที่ยวสามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ต่างๆภายในวัดด้วยตนเองได้)
- () ห้องนิทรรศการที่ให้ความรู้สถานที่ต่างๆในวัด

ตอนที่ 3 ประเด็นหัวข้อ และเนื้อหาในการนำชมวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

ท่านมีความต้องการในประเด็นหัวข้อและเนื้อหาในการนำชมวัดของท่านมากที่สุดเพียงใด(กรุณาใส่ลำดับ 1 2 3..... ในรายการต่อไปนี้)

- () คำอธิบายในการเยี่ยมชมสิ่งก่อสร้างในเขตพุทธาวาส
- () คำอธิบายในการเยี่ยมชมพระอุโบสถ พระประธาน และ ภาพจิตรกรรมฝาผนัง
- () คำอธิบายในการเยี่ยมชมสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัด
- () คำอธิบายในการไหว้พระขอพร
- () คำอธิบายในการทำบุญ
- () คำอธิบายในการเข้าชื่อวัดมงคลของวัด

- () คำอธิบายในการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ของวัด
- () คำอธิบายในการปฏิบัติธรรม
- () การให้คำแนะนำทั่วไป
- () อื่นๆ โปรดระบุ.....

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามนี้

ตัวอย่าง
จดหมายขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัย

31 มีนาคม 2557

เรื่อง ขออนุญาตและความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลงานวิจัย
เรียน ท่านเลขาธิการพระราชวัง
สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเรื่องความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดในกรุงเทพมหานคร

ด้วยดิฉัน ผศ. ดร.สมพร โกมารทัต อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัย
ธุรกิจบัณฑิตได้ทำวิจัยเรื่องความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดในกรุงเทพมหานคร โดยศึกษา
วัด 9 วัดที่อยู่ในเส้นทางของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งวัดพระศรีรัตนศาสดารามเป็นหนึ่งใน
ในจำนวนดังกล่าวข้างต้น

เพื่อให้การดำเนินการวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เข้าทำการ
เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์และเผยแพร่เกี่ยวกับการ
ท่องเที่ยวของชาวต่างชาติในวัดจำนวน 5 ท่านเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัด
ของท่าน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วยจักเป็นพระ
คุณยิ่งและกราบขอบพระคุณ ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผศ.ดร.สมพร โกมารทัต)

ผู้วิจัย

โทร 02-954-7300 ต่อ 826

มือถือ 081-835-5431

ตัวอย่าง
จดหมายขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัย

31 มีนาคม 2557

เรื่อง ขออนุญาตและความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลงานวิจัย
กราบมนัสการ ท่านเจ้าอาวาสวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร
สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเรื่องความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดในกรุงเทพมหานคร

ด้วยกระผม ดร.เสนห์ เดชะวงศ์ อาจารย์ประจำคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ได้ทำวิจัยเรื่องความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดใน
กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาวัด 9 วัดที่อยู่ในเส้นทางของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งวัดของ
ท่านเป็นวัดหนึ่งในวัดดังกล่าวข้างต้น

เพื่อให้การดำเนินการวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ทำการ
เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามถามพระภิกษุหรือเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบสถานที่ภายในวัดที่
จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยี่ยมชมวัดของท่านจำนวน 5 ท่าน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลวิจัยด้วยจักเป็นพระ
คุณยิ่งและกราบขอบพระคุณ ณ โอกาสนี้

กราบมนัสการด้วยความนับถือ

(ดร.เสนห์ เดชะวงศ์)

ผู้วิจัย

กลุ่มวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวและการโรงแรม

โทร 02-954-7300 ต่อ 825

มือถือ 081-701-1667

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อผู้วิจัย	ดร. เสน่ห์ เดชะวงศ์
วุฒิการศึกษา	ประกาศนียบัตร (การท่องเที่ยวและการโรงแรม) นอร์ธเทิร์น ซิดนีย์ ออสเตรเลีย ออสเตรเลีย ศาสตราจารย์บัณฑิต เกียรตินิยม (ศาสนาและปรัชญา) มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย อักษรศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาศาสตร์) มหาวิทยาลัยไมซอร์ อินเดีย ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ภาษาศาสตร์) มหาวิทยาลัยไมซอร์ อินเดีย ศาสตราจารย์บัณฑิต กิตติมศักดิ์ (พุทธศาสนาและปรัชญา) มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
สถานที่ทำงาน	กลุ่มภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Email: saneh@dpu.ac.th
ผลงานวิจัย	พ.ศ. 2555 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศาสนาที่ยั่งยืน (ทุนสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย)
บทความที่พิมพ์เผยแพร่	พ.ศ. 2552 Pariyatti Dhamma and Patipatti Dhamma in Thailand, The 2 nd Conference of the Association of Theravada Buddhist Universities, Sagaing, Myanmar พ.ศ. 2552 ลาว: มุมมองด้านภาษา, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย พ.ศ. 2553 ลีปสองปีนนา: มุมมองด้านการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย พ.ศ. 2554 How to Improve Your English, วารสารคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อผู้วิจัย	ผศ.ดร. สมพร โกมารทัต
วุฒิการศึกษา	ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต การจัดการการศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ครุศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ครุศาสตรบัณฑิต เกียรตินิยม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย Cert. in Audio Visual Equipment, University of Tsukuba, Japan. Cert. in Long Term Training Program of Foreign Teachers of Japanese Language, Japan.
สถานที่ทำงาน	ภาควิชาภาษาญี่ปุ่น คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Email: somporn@dpu.ac.th
ผลงานวิจัย	พ.ศ. 2548 การศึกษาเปรียบเทียบวัฒนธรรมการสอนภาษาญี่ปุ่นในฐานะภาษาที่สองระหว่างมหาวิทยาลัยในประเทศไทยกับมหาวิทยาลัยในประเทศญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต พ.ศ. 2550 การศึกษาการสอนภาษาญี่ปุ่นในประเทศไทย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต พ.ศ. 2553 การศึกษาคุณลักษณะบัณฑิตภาษาญี่ปุ่นที่พึงประสงค์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ตำรา	ภาษาญี่ปุ่นสำหรับพนักงานบริการในร้านอาหาร โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ภาษาญี่ปุ่นสำหรับมัคคุเทศก์ โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ภาษาญี่ปุ่น 3 โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ภาษาญี่ปุ่น 2 โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ภาษาญี่ปุ่น 1 โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการโรงแรม + CD สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
บทความ ที่พิมพ์เผยแพร่	พ.ศ. 2550 วัฒนธรรมการสอนภาษาญี่ปุ่นในฐานะภาษาที่สองระหว่างมหาวิทยาลัยในประเทศไทยกับมหาวิทยาลัยในประเทศญี่ปุ่น วารสารเจแปนฟาวน์เดชั่น พ.ศ. 2555 รูปแบบการจัดการโปรแกรมภาษาญี่ปุ่นระดับอุดมศึกษาเพื่อธุรกิจนำเข้า เทียว วารสารสุทธิปริทัศน์.26 (79)