

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ตอนคือ

1. สรุปผล
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

#### 1. สรุปผล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 4 ข้อคือ 1) เพื่อศึกษาความต้องการใช้ภาษาอังกฤษของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวคือเจ้าหน้าที่ และผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึกและร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ที่วนอุทยานภูเขาไฟกระโดง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 2) เพื่อพัฒนานวัตกรรมสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่วนอุทยานภูเขาไฟกระโดง 3) เพื่อพัฒนาป้าย แผ่นพับประชาสัมพันธ์ และรายการสินค้าเป็นภาษาอังกฤษที่วนอุทยานภูเขาไฟกระโดง และ 4) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่วนอุทยานภูเขาไฟกระโดงต่อนวัตกรรมสื่อสารภาษาอังกฤษและป้าย แผ่นพับประชาสัมพันธ์ และรายการสินค้าภาษาอังกฤษ

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่เจ้าหน้าที่ ผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึกและร้านอาหาร/เครื่องดื่มที่วนอุทยานภูเขาไฟกระโดง และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กลุ่มตัวอย่างได้แก่เจ้าหน้าที่ของวนอุทยานภูเขาไฟกระโดง จำนวน 13 คน ผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก จำนวน 15 คน และผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 7 คน รวมกลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนไทยทั้งหมด 35 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 5 คน รวมกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 40 คน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม มีทั้งหมด 10 คน ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ของวนอุทยานภูเขาไฟกระโดง จำนวน 5 คน ผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก จำนวน 3 คน และผู้ประกอบการร้านอาหาร/เครื่องดื่ม จำนวน 2 คน

เครื่องมือวิจัยประกอบด้วย 1) แบบสอบถาม (Questionnaire) 2) แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion form) 3) นวัตกรรมสื่อสารภาษาอังกฤษ (Innovation for English communication) 4) แบบประเมินนวัตกรรม (Innovation assessment form) 5) แบบเก็บข้อมูลภาษาต้นฉบับและภาษาแปล (SL-TL form) และ 6) แบบสอบถามความพึงพอใจ (Satisfaction questionnaire)

การสร้างและตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนคือ 1) การสร้างแบบสอบถาม 2) การสร้างแบบสนทนากลุ่ม 3) การสร้างนวัตกรรมสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว 4) การสร้างแบบเก็บข้อมูลภาษาต้นฉบับและภาษาแปล (SL-TL form) และ 5) การสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยตามขั้นตอนต่างๆ ดังนี้คือ 1) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการด้านภาษาอังกฤษ และการพัฒนานวัตกรรมสื่อสารภาษาอังกฤษ 2) นำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 มาพัฒนาเป็นแบบสอบถาม แบบสนทนากลุ่ม นวัตกรรมที่เป็นหนังสือเล่มเล็กและซีดีเสียงภาษาอังกฤษ ป้ายและแผ่นพับประชาสัมพันธ์และรายการสินค้าภาษาอังกฤษ แบบประเมินนวัตกรรม และแบบประเมินความพึงพอใจ 3) นำเครื่องมือวิจัยที่สร้างเสร็จแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ

จำนวน 3 คนตรวจสอบความเหมาะสมของภาษาที่ใช้และความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) แล้วนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) และได้ค่า IOC ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำเครื่องวิจัยไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้ และได้จัดประชุมวิพากษ์นวัตกรรมโดยผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ได้นวัตกรรมที่มีความถูกต้องและเหมาะสม 4) ปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือวิจัยตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำไปทดลอง (Try out) กับประชากรที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึกและร้านอาหาร/เครื่องดื่มและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ปราสาทพนมรุ้ง 5) นำผลที่ได้จากการทดลองมาวิเคราะห์และปรับปรุงแก้ไข แล้วนำไปสอบถามและประเมินเจ้าหน้าที่ ผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึกและร้านอาหาร/เครื่องดื่มและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่วนอุทยานภูเขาไฟกระโดง และ 6) สํารวจความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

คณะผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยการใช้สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) คือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

## 5.2 อภิปรายผล

ผลวิจัยที่ได้จากบทที่ 4 สามารถนำมาอภิปรายตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ด้านความต้องการใช้ภาษาอังกฤษ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าหน้าที่เห็นว่าภาษาอังกฤษมีความสำคัญสำหรับเจ้าหน้าที่มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 5.00) และผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึกและร้านอาหาร/เครื่องดื่มเห็นว่าภาษาอังกฤษมีความจำเป็นเพื่อการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.95) นักท่องเที่ยวต่างชาติก็มีความเห็นสอดคล้องและคล้ายคลึงกันว่าภาษาอังกฤษมีความสำคัญสำหรับเจ้าหน้าที่และผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึกและร้านอาหาร/เครื่องดื่มมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 5.00) นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างจากการสนทนาก็เห็นว่าภาษาอังกฤษมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งเพราะเป็นภาษาหลักที่ใช้ในการสื่อสาร ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถวิเคราะห์ได้ว่าภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลที่คนประมาณ 1.5 พันล้านคนจาก 75 ประเทศทั่วโลกใช้สื่อสารกัน (Naunton, 2005: 7) และภาษาอังกฤษยังเป็นภาษาราชการหรือภาษาทำงาน (Working language) ของประชาชนในประชาคมอาเซียนด้วย นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลวิจัยต่างๆ ดังนี้คือ ภาษาอังกฤษใช้เพื่อการสื่อสารกันอย่างแพร่หลายในหลายๆ วงการ เช่น ธุรกิจ การโรงแรม การท่องเที่ยว หรือวงวิชาการ เป็นต้น และในด้านธุรกิจการผลิต ขนส่งและการท่องเที่ยวก็มีความต้องการภาษาอังกฤษสูงสุด (ปราณี กุลละวณิช และสุภาณี สุรเสียงสังข์, 2549: 14) บุคลากรทางการท่องเที่ยว ได้แก่ มัคคุเทศก์ ตำรวจท่องเที่ยว บุคลากรในโรงพยาบาล พนักงานโรงแรม และเกสต์เฮาส์ พนักงานบริษัททัวร์ พนักงานร้านอาหาร และพนักงานธนาคาร ร้อยละ 91.25 เห็นว่าภาษาอังกฤษมีความจำเป็นมากที่สุด (ผาณิต บุญยะวรรณนะ, 2542: 7-12) บุคลากรท่องเที่ยวในประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวต้องการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ (สุนันทา แก้วพันธ์ช่วง, 2553) บุคลากรที่ทำงานการท่องเที่ยวในจังหวัดมหาสารคาม ขอนแก่น ร้อยเอ็ดและกาฬสินธุ์ให้ความสำคัญกับการใช้ภาษาอังกฤษ โดยอาชีพข้าราชการประจำ ลูกจ้างชั่วคราว และนักศึกษา เห็นว่าภาษาอังกฤษมีความจำเป็นมากสำหรับงานและหน้าที่ที่ทำอยู่ในปัจจุบันและอนาคตมากที่สุด (ณรงค์ฤทธิ์ โสภา, 2550)

2. ด้านทักษะภาษาอังกฤษ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าหน้าที่เห็นว่าสองทักษะมีความจำเป็นมากที่สุดคือทักษะการพูด (ค่าเฉลี่ย 4.92) และทักษะการฟัง (ค่าเฉลี่ย 4.85) ผู้ประกอบการเห็นว่าทักษะการพูดมีความจำเป็นมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.86) ตามด้วยทักษะการฟัง (ค่าเฉลี่ย 4.85) และ

ต้องการฝึกทักษะการฟัง มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.73) ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติอยากให้เจ้าหน้าที่และผู้ประกอบการฝึกทักษะการฟังและการพูดมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 5.00) ขณะที่ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มมีปัญหาภาษาอังกฤษทุกทักษะ แต่ต้องการฝึกทักษะฟังและการพูดมากที่สุด เพราะทักษะการอ่านและเขียนมีโอกาสใช้น้อยมาก ผลวิจัยปรากฏเป็นแบบนี้เพราะว่า กลุ่มตัวอย่างมีหน้าที่ในการต้อนรับและให้บริการแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยใช้การสนทนาสื่อสารเพื่อให้ข้อมูล คำแนะนำ และขายสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่วนอุทยานภูเขาไฟกระโดง ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยต่างๆ ดังนี้คือ กลุ่มตัวอย่างต้องการฝึกทักษะการฟังและการพูดมากกว่าทักษะการอ่านและการเขียน โดยต้องการเรียนทั้งคำศัพท์และบทสนทนาที่เกี่ยวข้องกับการค้าขายและภาษาอังกฤษที่ใช้ในชีวิตประจำวันมากที่สุด แต่กลุ่มตัวอย่างไม่ต้องการเรียนรู้ไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ ทักษะการฟังและการพูดเป็นทักษะที่จำเป็นต้องฝึกฝน (อัครพนธ์ เนื้อไม้หอม, 2558) กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าทักษะการพูด (ค่าเฉลี่ย 4.95) และทักษะการฟัง (ค่าเฉลี่ย 4.76) มีความจำเป็นมากกว่าทักษะการอ่านและการเขียน (ดรุณี โยธิมาศ, 2558) ชาวศรีวิ้งต้องการเรียนภาษาอังกฤษทักษะการฟังและการพูดมากที่สุดร้อยละ 86.8 (อรดา โอภาสรัตนกร และคณะ, 2548) ทักษะฟังและทักษะพูดนอกจากจะเป็นทักษะที่มีความสำคัญแล้วยังเป็นทักษะที่มีปัญหาที่สุดสำหรับบุคลากรที่ทำงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (ผาณิต บุญยะวรรณนะ, 2542)

3. ด้านเนื้อหาเพื่อการฝึกทักษะภาษาอังกฤษพบว่าทั้งคำศัพท์และบทสนทนาเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่การงานของเจ้าหน้าที่และผู้ประกอบการมีความจำเป็นในการฝึกทักษะภาษาอังกฤษสำหรับเจ้าหน้าที่และผู้ประกอบการมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.92 ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่วนอุทยานภูเขาไฟกระโดง ด้วยค่าเฉลี่ย 4.86 ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ และด้วยค่าเฉลี่ย 5.00 ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพราะผู้ประกอบการได้ใช้เนื้อหาเหล่านี้จริงในการขายสินค้าและบริการ ส่วนคำศัพท์ทั่วไปและไวยากรณ์ไม่มีความจำเป็น และนักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการให้เจ้าหน้าที่และผู้ประกอบการเรียนทั้งคำศัพท์และบทสนทนาเฉพาะสำหรับการค้าขายมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.90) เช่นเดียวกัน ขณะที่ผู้เข้าร่วมสนทนาก็มีความเห็นคล้ายกับ 2 กลุ่มแรก โดยบอกว่าอยากฝึกฝนภาษาอังกฤษเฉพาะคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่การงานและอาชีพที่ทำอยู่ อย่างไรก็ตาม อาจจะเพิ่มคำศัพท์หรือเนื้อหาภาษาอังกฤษที่ใช้ในชีวิตประจำวันด้วยก็ได้ ผลวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างได้ใช้คำศัพท์และบทสนทนาที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่การงานและอาชีพของตนจริงๆ เพื่ออธิบายและให้ข้อมูลข่าวสารและขายสินค้าต่างๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ผลวิจัยที่ได้ี้มีความคล้ายกับผลวิจัยของดรุณี โยธิมาศ (2558) ที่พบว่าเนื้อหาภาษาอังกฤษที่รวมทั้งคำศัพท์และบทสนทนาที่เกี่ยวข้องกับอาชีพค้าขายมีความจำเป็นในการฝึกทักษะภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก ยานูมาศ แสงใส (2547: 19) ที่ศึกษาความต้องการจำเป็นในการเรียนภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะโดยเน้นภาษาตามหน้าที่ (Language function) เพราะอาชีพต่างกันก็ย่อมใช้ภาษาต่างกันตามหน้าที่ (Language function preference) ไรท์ (Wright: 2004) ที่กล่าวว่าหน้าที่ของภาษาต่างกันออกไปเพราะระดับการใช้ภาษาต่างกัน (Different registers) และ คินนีวี (Kinneavy, 1982) ที่กล่าวคล้ายๆ กันว่าหน้าที่ของภาษาเป็นมิติที่สำคัญในการเรียนภาษาเพราะเป็นตัวที่บอกให้ทราบได้ว่าผู้เรียนอยากจะเรียนอะไรที่ตรงกับอาชีพของตัวเอง

4. ด้านการพัฒนาวัฒนธรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับเจ้าหน้าที่และผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึกและร้านอาหาร/เครื่องดื่มที่วนอุทยานภูเขาไฟกระโดงพบว่ากลุ่มตัวอย่างจากทั้ง 3 กลุ่มมีความเห็นสอดคล้องและคล้ายคลึงกันว่าหนังสือเล่มเล็ก และ เทปเสียง/ซีดีมีความเหมาะสมกับการฝึกฝนทักษะภาษาอังกฤษมากที่สุด ตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่วนอุทยานภูเขาไฟ

กระโดดด้วยค่าเฉลี่ย 4.92 สำหรับหนังสือเล่มเล็ก และ 4.77 สำหรับเทปเสียง/ซีดี ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.86 สำหรับหนังสือเล่มเล็ก และ 4.95 สำหรับเทปเสียง/ซีดี และตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวดังชาติด้วยค่าเฉลี่ย 5.00 สำหรับหนังสือเล่มเล็ก และ 4.80 สำหรับเทปเสียง/ซีดี ขณะที่ผู้เข้าร่วมสนทนาเห็นว่านวัตกรรมที่เหมาะสมคือหนังสือเล่มเล็กขนาด A5 เพราะพกพาสะดวก และต้องการแผ่นซีดีเสียงภาษาอังกฤษด้วยเพราะจะได้ฝึกฟังเสียงและสำเนียงภาษาอังกฤษของชาวต่างชาติ ผลวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างต้องการสื่อหรือนวัตกรรมที่พกพาสะดวก และต้องการฝึกฟังเสียงภาษาอังกฤษของชาวต่างชาติด้วย ซึ่งสามารถศึกษาและฝึกฝนภาษาอังกฤษได้ตามต้องการในทุกที่และเวลาที่ว่าง ผลวิจัยในส่วนนี้สอดคล้องกับอัครพนท์ เนื้อไม้หอม (2558) ที่พบว่านวัตกรรมการเรียนภาษาอังกฤษที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุดคือหนังสือเล่มเล็ก และซีดีเสียงภาษาอังกฤษ ดรุณี โยธิมาศ (2558) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างต้องการสื่อการเรียนและฝึกฝนทักษะภาษาอังกฤษในรูปแบบของหนังสือเล่มเล็กมากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 4.88 และตามด้วยเทปเสียง/ซีดีด้วยค่าเฉลี่ย 4.75 และ สุนันทา แก้วพันธ์ช่วง (2553) ที่กล่าวว่านวัตกรรมที่ถนัดสำหรับบุคลากรท่องเที่ยวต้องการสื่อหรืออุปกรณ์ในการส่งเสริมการใช้ภาษาอังกฤษควรเป็นหนังสือเล่มเล็ก หรือหนังสือพกพา (Pocket book) ที่มีขนาดกะทัดรัด และสามารถพกพาติดตัวได้

5. ด้านหัวข้อเพื่อฝึกทักษะภาษาอังกฤษพบว่าเจ้าหน้าที่วิทยากรที่สอนภาษาอังกฤษต้องการฝึกฝนหัวข้อภาษาอังกฤษจำนวน 10 หัวข้อจากทั้งหมด 12 หัวข้อ ผู้ประกอบการต้องการฝึกหัวข้อภาษาอังกฤษจำนวน 18 หัวข้อจากทั้งหมด 29 หัวข้อ และนักท่องเที่ยวดังชาติต้องการให้เจ้าหน้าที่ฝึกหัวข้อภาษาอังกฤษจำนวน 11 หัวข้อจากทั้งหมด 12 หัวข้อ และต้องการให้ผู้ประกอบการฝึกหัวข้อภาษาอังกฤษจำนวน 19 หัวข้อจากทั้งหมด 29 หัวข้อ ในการสนทนากลุ่ม ผู้เข้าร่วมสนทนาส่วนมากบอกว่าหัวข้อที่นักวิจัยแสดงให้เห็นทั้งหมดล้วนมีความจำเป็นและมีประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน แต่อยากฝึกเฉพาะหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่การงานและอาชีพที่ทำอยู่ อย่างไรก็ตาม อาจจะมีหัวข้อภาษาอังกฤษพื้นฐานอื่นๆ ที่ใช้ในชีวิตประจำวันด้วยก็ได้ การที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้อธิบายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างต้องการหัวข้อเหล่านี้เพราะมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับหน้าที่และอาชีพการงานของตัวเองโดยตรง ซึ่งช่วยให้เกิดความเข้าใจได้ง่ายและหัวข้อเหล่านี้สามารถสนองต่อความต้องการของผู้เรียน และช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น ผลการวิจัยในข้อนี้สอดคล้องกับ Kemp และคณะ (Kemp et al., 1994) ที่กล่าวว่าความต้องการจำเป็นในการเรียนภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะมีหลักการวิเคราะห์ 4 ประการคือ 1) การวิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียนโดยจะระบุถึงความต้องการที่สัมพันธ์กับอาชีพหรือการงานเฉพาะ และปัญหาอะไรที่ส่งผลต่อการทำงาน 2) การวิเคราะห์ความต้องการจะบอกถึงความต้องการเร่งด่วนที่ต้องรีบทำ 3) การวิเคราะห์ความต้องการจะเป็นตัวกำหนดลำดับก่อนหลังของการแก้ปัญหาและปรับปรุงการเรียนการสอน และ 4) การวิเคราะห์ความต้องการจะให้ข้อมูลที่จำเป็นต่อการเรียนการสอนเพื่อให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จอห์นสัน และ จอห์นสัน (Johnson & Johnson, 1998) ที่กล่าวว่าแนวคิดในการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นพัฒนาคู่ไปกับการสร้างวิธีการสอนภาษาเพื่อการสื่อสาร โดยเน้นไปที่วิธีสอนภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ ฮัทชินสันและวอเตอร์ส (Hutchinson & Waters, 1996) คินเนวี (Kinneavy, 1982) ที่กล่าวว่าหน้าที่ของภาษาเป็นมิติที่สำคัญในการเรียนภาษาเพราะเป็นตัวที่บอกให้ทราบได้ว่าผู้เรียนอยากจะเรียนอะไรที่ตรงกับอาชีพของตัวเอง แกลโลเวย์ (Galloway, 1993) ที่กล่าวว่าภาษาและเนื้อหาที่นำมาใช้ในการจัดสถานการณ์การสื่อสารควรเป็นภาษาที่ใช้จริงในชีวิตประจำวัน จึงจะช่วยให้การเรียนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สเตรเวนส์ (Stevens, 1988: 12) ที่กล่าวว่าภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะคือภาษาอังกฤษที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน หัวข้อและเนื้อหาที่เรียนจะอยู่ในขอบเขตที่ผู้เรียนต้องการ มีความสัมพันธ์กับอาชีพ หรือวัตถุประสงค์เฉพาะ การสอนอาจจะมุ่งเน้นไปที่ทักษะเฉพาะด้าน เช่น

การฟัง การอ่าน เป็นต้น และมีฉันทนา มีมาก (2545) ที่กล่าวว่าเนื้อหาหรือวิธีการสอนที่ปรากฏในแบบเรียน นั้นสอดคล้องกับความต้องการและความจำเป็นในการใช้ภาษาอังกฤษของตำรวจท่องเที่ยวมากที่สุด

6. ด้านความต้องการป้ายและแผ่นพับประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวของเจ้าหน้าที่ผู้ประกอบการร้านอาหารของที่ระลึกและร้านอาหาร/เครื่องดื่ม และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่วนอุทยานภูเขาไฟกระโดง พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนไทยต้องการป้ายประชาสัมพันธ์ที่มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษคู่กัน มากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 4.86 ตามด้วยความจำเป็นของป้ายและแผ่นพับประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษที่มีต่อการท่องเที่ยว และความต้องการป้ายและแผ่นพับประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.74 กลุ่มตัวอย่างต้องการให้พัฒนาป้ายห้ามต่างๆ เช่น ป้ายห้ามจอด มากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.71 ตามด้วยป้ายสุขา เช่น สุขาหญิง สุขาชาย ด้วยค่าเฉลี่ย 4.69 และสุดท้ายคือ ป้ายบอกทาง และป้ายที่จอดรถ/ป้ายที่จอดรถนักท่องเที่ยว ซึ่งมีคะแนนเท่ากัน ด้วยค่าเฉลี่ย 4.63 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการป้ายประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวและป้ายบอกทางมากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 5.00 รองลงมาคือความต้องการป้ายชื่อสินค้า ป้ายห้ามต่างๆ เช่น ป้ายห้ามจอด และป้ายประชาสัมพันธ์ที่มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษคู่กัน ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.60 และกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการแผ่นพับประชาสัมพันธ์ที่มีทั้งภาษาไทยและอังกฤษอยู่ในชุดเดียวกัน ด้วยค่าเฉลี่ย 4.57 ตามลำดับ ส่วนผลจากการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการป้ายและแผ่นพับประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว พบว่าผู้เข้าร่วมสนทนาส่วนมากบอกว่าป้ายและแผ่นพับประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวมีความจำเป็นต่อการท่องเที่ยวที่วนอุทยานภูเขาไฟกระโดงเพราะเป็นการอำนวยความสะดวกด้านภาษาอังกฤษให้กับชาวต่างชาติ ป้ายที่ผู้เข้าร่วมสนทนาต้องการมากที่สุดคือ ป้ายต้อนรับ ป้ายบอกทาง ป้ายชื่อร้านค้า ป้ายรายการอาหารและเครื่องดื่ม ป้ายสุขา ป้ายที่จอดรถ ป้ายห้ามต่างๆ และต้องการป้ายที่มีทั้งภาษาไทยและอังกฤษคู่กัน นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มต้องการข้อมูลการแปลป้ายและแผ่นพับประชาสัมพันธ์รวมทั้งรายการอาหารและเครื่องดื่มในรูปแบบไฟล์และเอกสาร ที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เพราะว่าสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น แผ่นปลิว แผ่นพับ และ โปสเตอร์ เป็นต้น เป็นสื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงาน องค์กร หรือสินค้าไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ตรงวัตถุประสงค์ การเลือกสื่อประชาสัมพันธ์จึงควรพิจารณาถึงวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย สภาพเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง รวมทั้งศักยภาพของหน่วยงานเป็นสำคัญ ซึ่งต้องเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับงานและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (เกษมจันทร์น้อย, 2537) ผลการวิจัยนี้มีความความคล้ายคลึงและสอดคล้องกับงานวิจัยต่างๆ ดังนี้คือการศึกษาและพัฒนาป้ายและแผ่นพับประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวที่ปราสาทพนมรุ้ง และปราสาทเมืองต่ำของพุทธชาติ ลิ้มศิริเรืองโร (2558) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการป้ายประชาสัมพันธ์ที่มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษคู่กันมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.72) ส่วนป้ายประชาสัมพันธ์ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้พัฒนามากที่สุดคือป้ายที่จอดรถ/ป้ายที่จอดรถนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.52) ตามด้วยป้ายบอกทาง (ค่าเฉลี่ย 4.50) และป้ายสุขา (ค่าเฉลี่ย 4.42) ตามลำดับ และผู้เข้าร่วมสนทนาส่วนมากมีความเห็นว่าป้ายและแผ่นพับประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวมีความจำเป็นต่อการท่องเที่ยวปราสาทพนมรุ้ง และปราสาทเมืองต่ำ จังหวัดบุรีรัมย์เป็นอย่างมาก ชลิตา อาภาทิพยานุกุล (2553) ทำการวิจัยเรื่อง การจัดการทรัพยากรกายภาพเพื่อการท่องเที่ยวของอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวมี

ความต้องการด้านสถานที่อยู่ในระดับมากที่สุด และอยากให้อุทยานฯ มีความสวยงามและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ส่วนด้านสถานที่จอดรถ ด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมากในเรื่องการจัดให้มีเจ้าหน้าที่เพื่อรักษาความปลอดภัย มีป้ายบอกเส้นทาง มีแผนผัง และมีคู่มือในการเข้าชมแหล่งโบราณสถาน ผลการศึกษาของพิบูล วจิตรกรรม (2552) พบว่ารูปแบบป้ายที่พึงประสงค์ คือ ควรสื่อสารแบบสากลและมีความเป็นไทย ควรใช้ข้อความภาษาไทยและอังกฤษคู่กัน และควรมีป้ายสัญลักษณ์ประเภทบอกทิศทาง ประเภทระบุสถานที่และประเภทให้ข้อมูลข่าวสาร ผลการศึกษาของ นวรัตน์ หมู่เย็น และปฐมภรณ์ ศิลปเจริญ (2552) พบว่าควรปรับปรุงคุณภาพและจำนวนป้ายสื่อความหมายในบริเวณที่ขาด ควรจัดทำป้ายสองภาษาคือภาษาไทยและ

ภาษาอังกฤษ ถ้าเป็นไปได้ควรมีหลายๆ ภาษา และจัดอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น คัง และ จาง (Kang and Zhang, 2008) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการแปลคำที่ใช้ในป้ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งแปลจากภาษาจีนเป็นภาษาอังกฤษ ผลการวิจัยพบว่า ป้ายประชาสัมพันธ์มีหน้าที่ 1) ให้ข้อมูล เช่น ป้าย Public Toilet (ห้องน้ำสาธารณะ) 2) เตือน เช่น ป้าย For your personal safety and security, CCTV is in operation at this station (เพื่อความปลอดภัยของท่าน สถานีนี้จึงมีกล้องวงจรปิดทำงานอยู่) 3) บอกข้อจำกัด เช่น ป้าย Handicapped Only (สำหรับผู้พิการเท่านั้น) และ 4) สั่งห้าม เช่น ป้าย No Photography (ห้ามถ่ายรูป) จี้เฟิง (Ji-feng, 2012) ได้ศึกษาการแปลป้ายประชาสัมพันธ์จากภาษาจีนเป็นภาษาอังกฤษในมุมมองทางด้านหน้าที่ ผลการวิจัยพบว่า หน้าที่ของป้ายประชาสัมพันธ์ คือ 1) ให้ข้อมูล 2) เตือน 3) บอกข้อจำกัด 4) สั่งห้าม เมื่อเปรียบเทียบป้ายประชาสัมพันธ์ภาษาจีนกับป้ายภาษาอังกฤษจะพบว่ามี ความแตกต่างกันในด้าน

1) การเรียงลำดับคำในประโยค 2) ประโยคคำสั่ง ภาษาจีนจะใช้คำกริยา แต่ภาษาอังกฤษจะใช้คำนาม/กริยานาม 3) ให้อารมณ์ความรู้สึกที่แตกต่างกัน 4) ประธานของประโยคต่างกัน ในภาษาจีนประธานเป็นผู้กระทำกริยา แต่ในภาษาอังกฤษบนป้ายประชาสัมพันธ์ ประธานเป็นผู้ถูกกระทำ ซาเลห์ (Saleh, 2011) ได้ศึกษาการแปลรายการอาหารของร้านอาหารจากอังกฤษเป็นภาษาไทย: ปัญหาและกลวิธี ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาหลักที่พบคือ การแปลรายการอาหารที่มีคำที่เกี่ยวกับชื่อยี่ห้อ ชื่อเฉพาะ คำที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม และที่มีความหมายกำกวม กลวิธีที่ใช้ในการแก้ปัญหาคือ การทับศัพท์ หรือใช้คำยืม ณิชชา กลิ่นขจร (2544) ได้ศึกษา กลวิธีในการแปลตำราอาหารไทยเป็นภาษาอังกฤษ กรณีศึกษาตำราอาหาร SPICY THAI CUISINE ผลการศึกษาพบว่า ผู้แปลใช้กลวิธีในการแปลประเภทอาหาร 2 วิธี คือ การแทนที่ทางวัฒนธรรมร่วมกับการอธิบายรสชาติอาหาร และการแทนที่ทางวัฒนธรรมร่วมกับการบอกส่วนผสม ในการแปลชื่ออาหาร ผู้แปลใช้กลวิธีในการแปล 5 วิธี คือ การแปลตรงตัว การเพิ่ม การละ การขยายความ และการตีความ ปณิตา วรเจริญศรี (2545) ได้ทำวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์กลวิธีในการแปลรายการอาหาร (เมนู) จากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ ผลการวิจัยพบว่ากลวิธีในการแปล 3 แบบที่พบในทุกระดับมากที่สุดคือ การแปลมุ่งเน้นอธิบายและสร้างภาพโดยอ้างถึงวัฒนธรรมที่กลุ่มเป้าหมายรู้จักดี (39.5%) รองลงมาคือการแปลแบบตรงตัว (25.9%) สุดท้ายคือการแปลแบบทับศัพท์ประกอบคำอธิบายเพิ่มเติม (17.5%)

7. ด้านการวิพากษ์นวัตกรรมและป้ายและแผนผังประชาสัมพันธ์ รายการสินค้า และรายการอาหาร/เครื่องดื่มภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว

ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 คนที่เข้าร่วมประชุมวิพากษ์นวัตกรรม โดยภาพรวม ผู้เชี่ยวชาญประเมินนวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษอยู่ในระดับมากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 4.86 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านรูปเล่มมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 4.88 ตามด้วยด้านซีดีเสียงภาษาอังกฤษ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.83

และด้านเนื้อหาที่มีค่าเฉลี่ย ด้วยค่าเฉลี่ย 4.75 ตามลำดับ ด้านผลการประเมินการพัฒนาป้ายและแผ่นพับ ประชาสัมพันธ์ รายการสินค้า และรายการอาหาร/เครื่องดื่มภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวพบว่า โดยภาพรวมผู้เชี่ยวชาญประเมินผลการประเมินการพัฒนาป้ายและแผ่นพับประชาสัมพันธ์ รายการสินค้า และ รายการอาหาร/เครื่องดื่มภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 4.64 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าข้อที่ 5 และ 6 มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากันคือ 4.75 ตามด้วยข้อที่ 1 ด้วยค่าเฉลี่ย 4.74 และข้อที่ 2 ด้วยค่าเฉลี่ย 4.69 ตามลำดับ ผลวิจัยที่ปรากฏเป็นเช่นนี้เป็นเพราะว่าการพัฒนานวัตกรรมและป้ายและแผ่นพับประชาสัมพันธ์ รายการสินค้า และรายการอาหาร/เครื่องดื่มภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวได้ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดรวมถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วย ประกอบกับข้อมูลได้ผ่านการศึกษาวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นของกลุ่มตัวอย่าง และมีการตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหา ภาษาที่ใช้และความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งสอดคล้องกับจอร์แดน (Jordan, 1997) ที่กล่าวว่า การวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นคือขั้นตอนแรกของการออกแบบหลักสูตร วิธีการสอน และสื่อต่างๆ การเลือกกลุ่มตัวอย่าง และการออกแบบสอบถาม เอลลิส และ จอห์นสัน (Ellis & Johnson, 2009) กล่าวว่า การวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นคือกระบวนการพื้นฐานในการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล พัฒนาออกแบบหลักสูตร และศึกษาความต้องการเฉพาะของภาษาที่มีต่อผู้เรียน เบลเชอร์ (Belcher, 2006) ที่กล่าวว่าภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะมีขั้นตอนการออกแบบและนำไปทดลองใช้โดยต้องผ่านกระบวนการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นก่อน การวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นในภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ จึงเป็นแนวคิดพื้นฐานในขั้นตอนการตัดสินใจเลือกใช้วิธีสอนและเนื้อหาการสอน อัครพนธ์ เนื้อไม้หอม (2558) ได้ศึกษาและพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่ปราสาทพนมรุ้ง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการวิจัยพบว่าผู้เชี่ยวชาญประเมินนวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ย 4.41 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน โดยด้านรูปเล่มมีค่าเฉลี่ย 4.50 ด้านซีดีเสียงภาษาอังกฤษ มีค่าเฉลี่ย 4.42 และด้านเนื้อหาที่มีค่าเฉลี่ย 4.31 ตามลำดับ และพุทธชาติ ลิ้มศิริเรืองโร (2558) ได้ศึกษาและพัฒนาป้ายและแผ่นพับประชาสัมพันธ์ ภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวที่ปราสาทพนมรุ้ง และปราสาทเมืองต่ำ จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมผู้เชี่ยวชาญประเมินความเที่ยงตรงของเนื้อหาป้ายและแผ่นพับประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 4.53

8. ด้านความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่และผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึกและร้านอาหาร/เครื่องดื่มต่อนวัตกรรม การป้ายและแผ่นพับประชาสัมพันธ์ รายการสินค้า และรายการอาหาร/เครื่องดื่มภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว

โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าหน้าที่ที่มีความพึงพอใจต่อนวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.76) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านเนื้อหา มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.84) ตามด้วยด้านด้านรูปเล่ม (ค่าเฉลี่ย 4.73) และด้านซีดีเสียงภาษาอังกฤษ (ค่าเฉลี่ย 4.72) ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการมีความพึงพอใจต่อนวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.79) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่างมี

ความพึงพอใจในด้านรูปเล่มและด้านเนื้อหามากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.81 ตามด้วยด้านซีดีเสียงภาษาอังกฤษด้วยค่าเฉลี่ย 4.76 การพัฒนาป้ายและแผ่นพับประชาสัมพันธ์ รายการสินค้า และรายการอาหาร/เครื่องดื่มภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว ที่วนอุทยานภูเขาไฟกระโดง พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดต่อข้อที่ 1 คือเนื้อหาของป้ายและแผ่นพับประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวมีประโยชน์ซึ่งเท่ากันกับข้อที่ 11 คือป้ายและแผ่นพับประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวจัดเป็นหมวดหมู่จึงสะดวกต่อการนำไปใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.49) ตามด้วยข้อ 13 (ค่าเฉลี่ย 4.34) และข้อ 14 (ค่าเฉลี่ย 4.31) ตามลำดับ ผลการวิจัยที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมากและมากที่สุดต่อนวัตกรรม ป้ายประชาสัมพันธ์ รายการสินค้า และรายการอาหาร/เครื่องดื่มภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว เป็นเพราะว่านวัตกรรมและสื่อประชาสัมพันธ์เหล่านี้ได้รับการพัฒนาตรงตามความต้องการของผู้ใช้อย่างแท้จริงผ่านแบบสอบถามและการสนทนากลุ่ม ประกอบกับเนื้อหาในนวัตกรรม และข้อความป้ายประชาสัมพันธ์ ตลอดถึงการแปลรายการสินค้า และรายการอาหาร/เครื่องดื่มเป็นภาษาอังกฤษนั้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่การงาน รายการสินค้าและบริการของกลุ่มตัวอย่าง และนวัตกรรมพร้อมสื่อเหล่านี้ก็สามารถใช้ได้ ณ สถานที่และเวลาที่สะดวก ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่เกิดขึ้นเป็นความรู้สึกด้านบวกของบุคคล ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเกิดขึ้นจากความคาดหวัง หรือเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลได้ (Hornby, 2000) ผลการวิจัยนี้มีความเหมือนและสอดคล้องกับงานวิจัยต่างๆ ดังนี้คือผลวิจัยของดร.ณิธิ โยธิตมาศ (2558) ที่พบว่าด้านความพึงพอใจต่อนวัตกรรมนวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ปราสาทเมืองต่ำ อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อนวัตกรรมนวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษในระดับมาก (ร้อยละ 4.17) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจใน 3 ด้านระดับมากเท่ากันคือด้านด้านซีดีเสียงภาษาอังกฤษ (ร้อยละ 4.38) ด้านรูปเล่ม (ร้อยละ 4.13) และด้านเนื้อหา (ร้อยละ 4.11) ตามลำดับ ผลวิจัยของ อัครพนธ์ เนื้อไม้หอม (2558) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อนวัตกรรมนวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่ปราสาทพนมรุ้ง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.49) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความพึงพอใจในด้านเนื้อหามากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.52) ตามด้วยด้านรูปเล่ม (ค่าเฉลี่ย 4.48) และด้านซีดีเสียงภาษาอังกฤษ (ค่าเฉลี่ย 4.47) ตามลำดับ ผลวิจัยของพุทธชาติ ลิ้มศิริเรืองโร (2558) ที่ได้ศึกษาและพัฒนาป้ายและแผ่นพับประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวที่ปราสาทพนมรุ้ง และปราสาทเมืองต่ำ จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมต่อป้าย แผ่นพับประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวๆ ที่ได้รับการพัฒนาแล้วในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.49) และเมื่อพิจารณารายหมวดพบว่ามีความพึงพอใจต่อรายการอาหารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาแล้วมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.68) และผลวิจัยของปีทมา สุวรรณเทศ (2555) ที่พบว่าผู้ประกอบการโฮมสเตย์และผู้เกี่ยวข้องมีความคิดเห็นต่อคุณภาพของคู่มือโดยภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับดีมาก โดยประเมินจาก 1) ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ 2) ประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในการประกอบอาชีพ 3) ความถูกต้องและความชัดเจนของเนื้อหา และ 4) ความเหมาะสมของรูปเล่ม

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้



5.3.1.1 หน่วยงานราชการหรือองค์กรเอกชนที่ต้องการพัฒนาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร และเพื่อการประชาสัมพันธ์ สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้พัฒนาบุคลากรของหน่วยงานให้มีความสามารถด้านภาษาอังกฤษได้ และใช้สื่อประชาสัมพันธ์จากงานวิจัยไปเพื่อเผยแพร่ข้อมูล ขายสินค้าและให้บริการได้อีกด้วย

5.3.1 2 โรงเรียนและสถาบันการศึกษาสามารถประยุกต์ใช้ผลวิจัยนี้ไปพัฒนาเป็นหลักสูตรหรือรายวิชาที่เกี่ยวกับภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว ภาษาอังกฤษเพื่อการประชาสัมพันธ์ หรือภาษาอังกฤษเฉพาะกิจ (English for Specific Purposes: ESP) ได้

5.3.1 3 ผู้สนใจทั่วไปสามารถนำนวัตกรรมหรือสื่อประชาสัมพันธ์ ตลอดถึงรายการสินค้า และรายการอาหาร/เครื่องดื่มจากงานวิจัยนี้ไปศึกษาเรียนรู้ได้ด้วยตัวเอง (Self-learning) เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านภาษาอังกฤษ

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยและพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวหรือสื่อประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษสำหรับกลุ่มอาชีพอื่นๆ ด้วย เช่น พนักงานโรงแรม เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ คนขับรถบริการ หรือผู้ประกอบการบ้านพักโฮมสเตย์ เป็นต้น

5.3.2.2 ควรมีการพัฒนานวัตกรรมหรือสื่อประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ในรูปของสื่อออนไลน์ หรือ สื่อ Social Media อื่นๆ

5.3.2.3 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบประเภทหรือรูปแบบต่างๆ ของนวัตกรรมหรือสื่อประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษเพื่อวิเคราะห์ว่าสื่อประเภทใดบ้างที่เหมาะสมกับหน้าที่การทำงานของกลุ่มอาชีพต่างๆ