การพัฒนาคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้า ถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน

DEVELOPMENT OF ENGLISH COMMUNICATION MANUAL FOR SALESPEOPLE AT WALKING STREET IN MUANG NAN, NAN PROVINCE

นัฟทาลี ภูพาน

การศึกษาอิสระ เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล
ปีการศึกษา 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน

การพัฒนาคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้า ถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน

DEVELOPMENT OF ENGLISH COMMUNICATION MANUAL FOR SALESPEOPLE AT WALKING STREET IN MUANG NAN, NAN PROVINCE

นัฟทาลี ภูพาน

การศึกษาอิสระ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล
ปีการศึกษา 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน

อาจารย์ที่ปรึกษา หัวหน้าหลักสูตรภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล และหัวหน้าสาขาศิลปศาสตร์ ได้พิจารณาการศึกษาอิสระ เรื่อง “การพัฒนาคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน” เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน

....

(อาจารย์ศิวลี ไชยคำ)

อาจารย์ที่ปรึกษา

....

(อาจารย์ศิริลักษณ์ นรินทร์รัตน์)

หัวหน้าหลักสูตรภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล

....

(ดร.กิจจาณัฏฐ์ ตั้งจิตนุสรณ์)

หัวหน้าสาขาศิลปศาสตร์

ตุลาคม 2566

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอิสระฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก อาจารย์ ศิวลี ไชยคำ อาจารย์ที่ปรึกษาและคณะอาจารย์ทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำปรึกษาแก่ผู้วิจัย และได้ให้คำแนะนำปรึกษาตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างยิ่ง จน การศึกษาอิสระสำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน จำนวน 123 คน ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างยิ่ง ในการตอบแบบประเมิน และเก็บรวบรวม ข้อมูลในการทำงานวิจัย

ขอขอบพระคุณผู้ที่ได้กล่าวนามและไม่ได้กล่าวนาม ที่มีส่วนช่วยเหลือในการศึกษาครั้งนี้ให้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และสุดท้าย ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา ครอบครัว และเพื่อนๆ ที่ให้กำลังใจ และให้โอกาสทางการศึกษาแก่ข้าพเจ้าอย่างดีมาตลอด

นัฟทาลี ภูพาน

ชื่อเรื่อง	การพัฒนาคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน
ผู้ศึกษาค้นคว้า	นัฟทาลี ภูพาน
ที่ปรึกษา	ศิวลี ไชยคำ
ประเภทสารนิพนธ์	การศึกษาอิสระ ศศ.บ. สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน, 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. การเพื่อพัฒนาคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน 2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินที่มีต่อคู่มือการสื่อสาภาษาอังกฤษ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการร้านอาหาร จำนวน 69 คน และ ผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก จำนวน 54 คน สุ่มแบบตามความสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ 1. แบบสัมภาษณ์ปัญหาและความต้องการเกี่ยวกับเนื้อหาในคู่มือ 2.คู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน 3. แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินที่มีต่อคู่มือการสื่อสาภาษาอังกฤษ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินมีความพึงพอใจต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ($\bar{x}$ = 4.46) ด้านรูปเล่ม ($\bar{x}$ = 4.48) ด้านเนื้อหา ($\bar{x}$ = 4.46) และด้านการนำไปใช้ประโยชน์ ($\bar{x}$ = 4.45)

Title	DEVELOPMENT OF ENGLISH COMMUNICATION MANUAL FOR SALESPEOPLE AT WALKING STREET IN MUANG NAN, NAN PROVINCE
Author	Naphtalee Poopan
Advisor	Siwalee Chaikham
Academic Paper	Independent Study B.A. in English for International Communication, Rajamangala University of Technology Lanna Nan, 2023

ABSTRACT

The objectives of this research are: 1. To develop an English communication manual for walking street salespeople in Mueang Nan District, Nan Province 2. To study the satisfaction of Walking Street salespeople with the English communication manuals. The sample were 69 food salespeople and 54 souvenir salespeople, randomly selected by using convenience sampling. The tools used in the research were: 1. The interview form for asking about communication problems and the matter that the salepeople want to have in the manuals. 2. An English communication manual for Walking Street salespeople in Mueang Nan. 3. The operator satisfaction survey. The statistics used in data analysis are percentage, mean, and standard deviation. The research results found that Satisfaction assessment of the Walking Street salespeople have with the high level satisfaction of English communication manuals at the high levely ($\bar{x}$ = 4.46); manual format ($\bar{x}$= 4.48). content ($\bar{x}$= 4.46) and utilization ($\bar{x}$= 4.45) respectively.Click here to type

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	**บทนำ**	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
	ขอบเขตของการวิจัย	3
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
	นิยามศัพท์เฉพาะ	4
2	**เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**	5
	การสื่อสารภาษาอังกฤษ	5
	สิ่งพิมพ์ประเภทคู่มือ	8
	บริบททั่วไปของจังหวัดน่าน	11
	แนวคิดเกี่ยวกับถนนคนเดิน	12
	แนวคิดเกี่ยวกับถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน	14
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
3	**วิธีดำเนินการวิจัย**	20
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	20
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	20
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	23
	การวิเคราะห์ข้อมูล	24

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ หน้า

4 ผลการวิจัย...

ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน.. 25

ข้อมูลทั่วไป.. 26

ความพึงพอใจต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินที่มีต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ.. 28

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ.......................... 30

5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.. 31

สรุปผลการวิจัย... 31

อภิปรายผล.. 32

ข้อเสนอแนะ.. 34

บรรณานุกรม.. 37

ภาคผนวก.. 40

ประวัติผู้วิจัย... 58

สารบัญตาราง

ตาราง **หน้า**

1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ............................ 26

2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของอายุผู้ตอบแบบประเมิน จำแนกตามอายุ...................... 27

3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบประเมิน จำแนกตามสินค้าที่ขาย................ 27

4 แสดงความพึงพอใจต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ ด้านรูปเล่ม................................. 28

5 แสดงความพึงพอใจต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ ด้านเนื้อหา................................. 29

6 แสดงความพึงพอใจต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ ด้านการนำไปใช้ประโยชน์.......... 30

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอีกด้านหนึ่งที่พัฒนาประเทศไทยให้เจริญก้าวหน้าขึ้น ในประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายที่ได้รับความนิยมจากคนในประเทศและนอกประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คาดว่าปี 2566 มูลค่าการท่องเที่ยวไทยจะเติบโตในอัตรา 2.25 ล้านล้านบาท และนักท่องเที่ยวต่างชาติจะเพิ่มขึ้นเป็น 28 ล้านคน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ ttb analytics, 2566) ประเทศไทยถือว่าเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าดึงดูดและน่าสนใจในมุมมองของชาวต่างชาติ โดยการท่องเที่ยวในประเทศไทยแบ่งได้เป็นหลายประเภท อาทิ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ การท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ และการท่องเที่ยวอื่นๆ อีกมากมาย จึงเป็นที่ดึงดูดความสนใจของชาวต่างชาติที่อยากจะเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีเงินหมุนเวียนในประเทศเพิ่มมากขึ้นและไม่รั่วไหลออกนอกประเทศ

จังหวัดน่านเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหลายแห่ง และเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ แต่เนื่องจากการระบาดของ Covid-19 ทำให้ในปี พ.ศ. 2563 มีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงเรื่อยมา และในปี 2566 ที่สถานการณ์ Covid-19 มีแนวโน้มคลี่คลายลงรวมถึงมีการกระตุ้นทางเศรษฐกิจทั้งภายในและภายนอกจังหวัด ตลอดจนนโยบายการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล ทำให้การท่องเที่ยวจังหวัดน่านได้รับความนิยมและกลับมามีบทบาทในการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของจังหวัดน่านได้อีกครั้ง (จังหวัดน่าน, 2564) ถนนคนเดิน ถือว่าเป็นแหล่งหนึ่งที่สร้างรายได้ให้กับการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน ถนนคนเดินเป็นถนนที่ปิดไว้สำหรับให้คนเดินทางเท้าเท่านั้น พาหนะต่างๆ ไม่สามารถใช้สัญจรเข้ามาได้ ภายในถนนคนเดินจะมีสินค้ามากมายจำหน่าย เช่น อาหาร ของที่ระลึก เสื้อผ้า และนอกจากนี้สินค้าที่กล่าวมาข้างต้นรวมไปถึงอาหาร ทำให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ และสินค้าบางประเภทที่ขึ้นชื่อสามารถส่งออกไปต่างประเทศได้ เป็นการช่วยสร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดและช่วยให้เงินจากนอกประเทศไหลเวียนเข้ามาภายในประเทศ ซึ่งเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดิน

ด้วย ถนนคนเดินของแต่ละจังหวัดก็จะมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นแตกต่างกันไป สำหรับถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน จังหวัดน่าน มีจุดเริ่มต้นบริเวณสี่แยกวัดพระธาตุช้างค้ำ บนถนนผากอง ระหว่างลานข่วงเมือง หน้าศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ไปถึงสามแยกถนนจัทรประโชติ หน้าวัดภูมินทร์ โดยภายในถนนคนเดินมีการแสดงพื้นเมืองมากมาย เช่น การเล่นดนตรีพื้นเมือง ซะล้อ ซอ พิณ พร้อมขับร้องเพลงซอ มีอาหารพื้นเมืองที่ขึ้นชื่อของจังหวัดน่านจำหน่าย เช่น น้ำพริกหนุ่ม ไกยี ใส้อั่ว แกงโฮะ ข้าวซอยน้ำเงี้ยว ไข่ป่าม ข้าวกั้นจิ้น มีของที่ระลึกที่ขึ้นชื่อของจังหวัดน่าน เช่น ผ้าซิ่นลายน้ำไหล งานผ้าทอมือ มะไฟจีนเชื่อม และอื่นๆ อีกมากมาย นี่จึงเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ต้องการมาเที่ยวชม ศิลปทางวัฒนธรรม การแสดงพื้นบ้าน สินค้าหัตถกรรม หรือ ลองทานอาหารท้องถิ่น

เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ก็ทำให้เกิดปัญหาด้านการสื่อสารมากขึ้น ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะได้ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้ภาษาอังกฤษมาโดยตลอด โดยการเพิ่มทักษะ ภาษาอังกฤษทางด้านการฟัง พูด อ่าน และ เขียน ในวิชาภาษาอังกฤษของทุกระดับชั้นตั้งแต่ระดับประถมศึกษาจนถึงระดับมัธยมศึกษา และในปัจจุบันได้มีการส่งเสริมในด้านภาษาอังกฤษมากขึ้น โดยจัดอบรมการใช้ภาษาอังกฤษแก่บุคลากรในสถานที่ต่างๆ เช่น โรงเรียน สถานีตำรวจ ไปรษณีย์ ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ อีกมากมาย แต่ก็ยังคงพบว่าคนไทยส่วนมากก็ยังไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษกับชาวต่างชาติได้อย่างมั่นใจ สาเหตุหลักที่คนไทยไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษกับชาวต่างชาติได้อย่างมั่นใจ คือ คนไทยมักไม่ค่อยได้ใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวันบ่อยๆ เช่น การสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษกับชาวต่างชาติที่แทบจะไม่ได้เจอได้ทุกวัน เมื่อได้สื่อสารกับชาวต่างชาติจึงทำให้คนไทยรู้สึกประหม่าและเกิดความกังวลเช่นเดียวกัน ปัญหาที่พบในระหว่างการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์มา พบว่ามีปัญหาดังนี้ เช่น การที่ผู้ประกอบการร้านค้าต่างๆ ไม่สามารถฟังหรือพูดภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพราะถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ แต่สำเนียงของแต่ละประเทศเมื่อสื่อสารภาษาอังกฤษก็มีความแตกต่างกันในแต่ละประเทศ หรือ ไม่สามารถเข้าใจความหมายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่กำลังจะสื่อสารได้ แต่เมื่อผู้ประกอบการจะสื่อสารกลับไปหานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลับไม่รู้คำศัพท์บางคำ หรือไม่รู้ว่าจะเริ่มต้นพูดอย่างไร หรือ ไม่สามารถแนะนำหรือเสนอสิ่งที่ต้องการให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะพัฒนาคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน ขึ้นมาเพื่อเป็นแนวทางการสื่อสารสำหรับการขายสินค้าให้กับผู้ประกอบการร้านค้าให้สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินที่มีต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากร คือ ผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดิน บริเวณข่วงเมืองน่าน อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน จำนวน 177 ร้าน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการร้านอาหาร จำนวน 69 ร้าน และ ผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก จำนวน 54 ร้าน (สุ่มตามทฤษฎีของ Krejcie & Morgan)

ขอบเขตด้านเนื้อหา คู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินมีเนื้อหาดังนี้

1. การทักทาย
2. การต่อรองราคา
3. การแนะนำสินค้า
4. การบอกลาและชักชวนให้มาท่องเที่ยวจังหวัดน่านอีกครั้ง
5. คำศัพท์เพิ่มเติม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้คู่มือสำหรับการพัฒนาการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดิน

2. ได้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินที่มีต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ

3. ได้ทราบถึงปัญหาและความต้องการด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดิน

นิยามศัพท์เฉพาะ

คู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ หมายถึง เอกสารที่รวบรวมเนื้อหา ประโยค และคำศัพท์ เพื่ออำนวยความสะดวกในการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน โดยการจัดทำเป็นรูปเล่ม มีเนื้อหาเกี่ยวกับ การทักทาย สำนวนภาษาที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขาย การต่อรองราคา การแนะนำสินค้า วิธีการดูแลรักษาสินค้า การชักชวนให้มาท่องเที่ยวที่จังหวัดน่านอีกครั้ง การลาจาก และตัวอย่างบทสนทนาภาษาอังกฤษที่คาดว่าจะได้ใช้สำหรับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินพร้อมภาพประกอบการ

ผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดิน หมายถึง บุคคลที่ประกอบธุรกิจขายอาหารและของที่ระลึกบริเวณถนนคนเดินข่วงเมืองน่าน อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน มีทฤษฎี แนวคิดต่างๆ เอกสาร และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผู้วิจัยได้ค้นคว้าและศึกษารวบรวมเพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับการศึกษางานวิจัย ดังนี้

1. การสื่อสารภาษาอังกฤษ
2. สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทคู่มือ
3. บริบททั่วไปของจังหวัดน่าน
4. แนวคิดเกี่ยวกับถนนคนเดิน
5. แนวคิดเกี่ยวกับถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การสื่อสารภาษาอังกฤษ

ปรมะ สตะเวทิน (2537) อธิบายว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)

การฟังภาษาอังกฤษ

รุ่งพนอ รักอยู่ (2559) อธิบายว่าการฟังเป็นกระบวนการรับข้อมูลและแปล ความหมายข้อมูลของผู้ฟังที่ซับซ้อนและไม่หยุดนิ่ง ผู้ฟังใช้ความรู้ทางภาษา ความรู้เดิมและ ประสบการณ์ที่มีอยู่ทำความเข้าใจข้อมูล ข่าวสาร ที่ผู้พูดส่งสารมา และหากผู้ฟังไม่มีความรู้ในภาษาที่ฟังหรือมีความรู้ในภาษานั้นน้อยก็อาจส่งผลให้ไม่สามารถเข้าใจสิ่งที่ผู้พูดสื่อออกมาด้วยการฟังได้

ฤทัยรัตน์ ศรีพวงมาลัย (2561) อธิบายว่า การฟัง คือการได้ยินเรื่องราวต่างๆ หรือ รับสารผ่านทางหู จากผู้พูดโดยตรงหรือผ่านทางสื่ออุปกรณ์ทางเสียงต่างๆ ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการคิด

ตีความ วิเคราะห์ความหมายจากการได้ฟังให้เข้าใจเพื่อจับใจความสำคัญของสาร และ สามารถนำสารที่ได้ฟังไปปฏิบัติตามจุดมุ่งหมายของการฟังได้ถูกต้อง

สรุปได้ว่าการฟัง เป็นการได้ยินเรื่องราวต่างๆ หรือความหมายจะเป็นการรับสารทางหู โดยผู้ฟังจะต้องใช้สิ่งที่ได้ยิน หรือความรู้ ประสบการณ์เดิม ในการตีความ หรือวิเคราะห์ เพื่อนำสารที่ได้จากการฟังไปใช้ให้ตรงกับจุดมุ่งหมาย

การพูดภาษาอังกฤษ

ภัทรภร บุญศรี (2562) อธิบายว่า การพูด หมายถึง การใช้ความสามารถทางด้านภาษารวมถึงท่าทาง ความรู้สึกนึกคิด ทีจะถ่ายทอดให้ผู้ฟังเข้าใจ โดยมีจุดมุ่งหมายที่สำคัญคือ เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลระหว่างบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป การพูดที่มีประสิทธิภาพนั้นผู้พูดจะต้องเลือกใช้ถ้อยคำ น้ำเสียง รวมถึงอากัปกริยา ในการพูด (Non-Verbal Language) เพื่อประกอบการพูดให้สอดคล้องได้อย่างเหมาะสมถูกต้องกับ โอกาส และวัฒนธรรมตลอดจนประเพณีนิยมของสังคม

อาภัสรา สังขวาสี (2564) อธิบายว่า การพูด หมายถึง การถ่ายทอดความรู้สึก ความคิด ไม่ว่าจะเป็นภาษาใดๆก็ตาม การพูดทำให้เข้าใจถึงสิ่งที่ผู้พูดถ่ายทอดออกมาหรือเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูล การทำให้ผู้อื่นเข้าใจในสิ่งที่พูดด้วยน้ำเสียงกิริยาท่าทางและภาษา

สรุปได้ว่า การพูดเป็นการถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด ความเข้าใจและข่าวสารโดยใช้น้ำเสียงและอากัปกิริยาที่เหมาะสมประกอบ เพื่อให้ผู้ฟังเข้าใจและได้รับรู้จุดประสงค์ของผู้พูด การพูดที่มีประสิทธิภาพนั้น ผู้พูดจะต้องสามารถใช้น้ำเสียง ถ้อยคำ และมีความรู้เกี่ยวกับจรรยามารยาท ประเพณีนิยมของสังคมเป็นอย่างดีและอย่างถูกต้อง ทักษะการพูดจึงต้องอาศัยการฝึกฝนจึงสามารถทำให้การพูดนั้นมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การอ่านภาษาอังกฤษ

สำนักอุทยานการเรียนรู้ (2556) ได้ให้ความหมายการอ่านว่า การอ่านเป็นกระบวนการรับรู้สองอย่างที่สัมพันธ์กัน คือ จำ และทำความเข้าใจใน คำ ประโยค ข้อความที่ต่อเนื่องกัน ให้เข้าใจในสิ่งที่อ่าน นอกจากนี้ การอ่านยังเป็นการรับรู้การสื่อความหมายจากตัวอักษร และสัญลักษณ์จากความคิดประสบการณ์ ความเชื่อของผู้ส่งสารมายังผู้อ่าน

มาธวี กันทะสอน (2564) อธิบายว่า การอ่าน หมายถึง ความสามารถที่จะจดจำ จับใจความสำคัญและเข้าใจสิ่งที่อ่านได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งต้องอาศัยความรู้และประสบการณ์เดิมของแต่ละคน การที่ผู้อ่านมีความเข้าใจในการอ่านได้ดีนั้น ผู้อ่านจะต้องมีความรู้เรื่องความหมายของคำ เข้าใจความคิดของผู้เขียน มีปฏิกิริยาโต้ตอบความคิดของผู้เขียนและทักษะในการผสมผสานความคิดใหม่กับความคิดเก่าให้เข้าใจและเกิดเป็นความรู้

สรุปได้ว่า การอ่านเป็นกระบวนการรับรู้สองทาง ระหว่างผู้อ่านและผู้เขียน โดยผ่านการรับรู้ในสิ่งที่อ่าน สามารถจับใจความสำคัญ และเข้าใจสิ่งที่อ่านได้ โดยผสมผสานความรู้เก่ากับความรู้ที่อ่านเกิดเป็นความเข้าใจ

การเขียนภาษาอังกฤษ

รัชดาภรณ์ พิมพ์พิสิฐถาวร (2561) อธิบายว่า การเขียน หมายถึง การเรียบเรียงความคิดของผู้เขียนแล้ว ถ่ายทอดความคิดออกมาด้วยในรูปประโยคตามหลักไวยากรณ์และสื่อความหมายได้ การเขียนจึงควรเริ่มจากง่ายไปสู่ระดับซับซ้อนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการสื่อสาร

ทีมวิชาการติวเตอร์ (2564) อธิบายว่า การเขียน หมายถึง การสื่อสารด้วยอักษร ผ่านการถ่ายทอด ความรู้ ความคิด อารมณ์ ประสบการณ์ของผู้เขียนไปสู่ผู้อ่าน การเขียนจึงเป็นวิธีการใช้ภาษาอย่างหนึ่ง ที่ผู้เขียนจำเป็นจะต้องมีความรู้ในเรื่องหลักการใช้ภาษาที่สำคัญ ที่เกี่ยวข้องกับกับการเขียนโดยตรง

วรรณาภรณ์ พระเมเด (2562) อธิบายว่า การเขียนเป็นกระบวนการทางความคิดเป็นภาษาของผู้เขียนที่ต้องการสื่อความหมายของตน ทั้งด้านความรู้ ความคิด ความรู้สึกและเรื่องราวต่างๆ โดยมีความ ต้องการให้ผู้อ่านเข้าใจจุดประสงค์ในการเขียนของตน

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การเขียน คือ การถ่ายทอดเรื่องราว ความรู้ ความคิด ความรู้สึก ความต้องการตลอดจนประสบการณ์ต่างๆ ออกมาเป็นลายลักษณ์อักษรหรือสัญลักษณ์ไปยังผู้อ่านให้เข้าใจตามจุดประสงค์ที่ต้องการ

กล่าวโดยสรุปว่า การสื่อสารภาษาอังกฤษล้วนมีความสำคัญทั้งสิ้น เพราะต้องอาศัยความเชื่อมโยงกันและกันจะขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่ได้ เพราะในปัจจุบันการดำรงค์ชีวิตย่อมต้องมีการสื่อสารกัน ไม่ว่าจะเป็นการทำงาน การศึกษา หรือการใช้สื่อโซเชียลต่างๆ ซึ่งจำเป็นต้องใช้ทั้งทักษะ การฟัง การพูด การอ่าน และ การเขียน

สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทคู่มือ

คู่มือเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่นิยมใช้กันอย่างกว้างขวางและแพร่หลาย ทั้งนี้จะกล่าวถึงความหมายและความสำคัญของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทคู่มือ รวมทั้งการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทคู่มือ

ความหมายและความสำคัญของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทคู่มือ

พระราชบัณฑิตสถาน พ.ศ. 2542 ให้ความหมายของคำว่า "พิมพ์" หมายถึง การถ่ายแบบ ใช้เครื่องจักรกดตัวหนังสือหรือภาพเป็นต้นให้ติดบนวัตถุ เช่น แผ่นกระดาษ ผ้า เช่น พิมพ์ผ้า พิมพ์โดยการกดหรือการใช้พิมพ์หิน เครื่องกล วิธีเคมีหรือวิธีอื่นใดอันอาจให้เกิดเป็น สิ่งพิมพ์ขึ้นหลายสำเนา

พระราชบัญญัติการพิมพ์ พ.ศ. 2484 ได้ให้ความหมายไว้ว่า สิ่งพิมพ์ หมายถึง สมุด แผ่นกระดาษ หรือวัตถุใด ๆ ที่พิมพ์ขึ้น รวมตลอดทั้งบทเพลง แผนที่ แผนผัง แผนภาพ ภาพระบายสี ใบประกาศ แผ่นเสียง คู่มือ หรือสิ่งอื่นใดอันมีลักษณะเช่นเดียวกัน ความหมายของคำว่า "สื่อ" ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 หมายถึง ติดต่อให้ถึงกัน เช่น สื่อความหมาย ชักนำให้รู้จักกัน หากเป็นคำนาม หมายถึง ผู้หรือสิ่งที่ติดต่อให้ถึงกันหรือชักนำให้รู้จักกัน เช่น เขาใช้จดหมายเป็นสื่อติดต่อกัน กุหลาบแดงเป็นสื่อของความรัก เรียกผู้ที่ทำหน้าที่ชักนำเพื่อให้ ชายหญิงได้แต่งงานกันว่า พ่อสื่อ หรือ แม่สื่อ (ศิลปะ) วัสดุต่าง ๆ ที่นำมาสร้างสรรค์งานศิลปกรรม ให้มี ความหมายตามแนวคิดซึ่งศิลปินประสงค์แสดงออกเช่นนั้น ดังนั้น "สื่อ" เป็นคำกลางๆ ที่มีความหมายครอบคลุมไปยังสื่อทุกสื่อทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

กำธร สถิรกุล (2531) ได้กล่าวว่า สื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง สื่อที่ได้ผ่านกระบวนการผลิตลงบนกระดาษ โดยการพิมพ์ จากต้นฉบับให้ได้เหมือนกันจำนวนมากๆ ในเวลาที่รวดเร็ว สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่ใช้การพิมพ์เป็นหลัก จึงไม่ได้หมายถึงแต่หนังสือพิมพ์ และ นิตยสารเท่านั้น แต่อาจหมายรวมไปถึงสื่อสิ่งพิมพ์ทุกประเภท เช่น ใบปลิว คู่มือ แผ่นพับ แผนที่ แผนผัง ใบประกาศ เป็นต้น

ราชบัณฑิตยสถาน (2546) คู่มือ หมายถึง สมุดหรือหนังสือที่เป็นสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ จัดทำขึ้นเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่ต้องการรู้เพื่อใช้ประกอบตำรา รวมทั้งเพื่ออำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการศึกษาหรือการปฏิบัติเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเพื่อแนะนำวิธีใช้อุปกรณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง

ดังนั้นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทคู่มือ คือ สื่อที่ได้ผ่านกระบวนการผลิตลงบนกระดาษ โดยการพิมพ์ เพื่อให้ความรู้ และมีเนื้อหาเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือให้คำแนะนำที่เฉพาะเจาะจงแก่ผู้อ่าน มีเนื้อหาชัดเจน กะทัดรัดเข้าใจง่ายไม่ยืดยาวเกินไป สามารถใช้งานได้สะดวกและพกพาได้ง่าย

ลักษณะของคู่มือที่ดีมีดังนี้ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบข้าราชการ (2549)

1. กระชับ ชัดเจน เข้าใจได้ง่าย
2. เป็นประโยชน์สำหรับการทำงานและการฝึกอบรม
3. เหมาะสำหรังองค์กรและผู้ใช้งานแต่ละกลุ่ม
4. มีความน่าสนใจ น่าติดตาม
5. มีความเป็นปัจจุบัน (Update) ไม่ล้าสมัย
6. แสดงหน่วยงานที่จัดทำ วันที่บังคับใช้
7. มีตัวอย่างประกอบ

สรุปได้ว่า สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทคู่มือ เป็นสื่อที่มีความกะทัดรัด พกพาง่าย ให้ความรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อีกทั้งยังเป็นข่าวสารที่น่าสนใจมีความเป็นปัจจุบันและชักจูงผู้อ่านได้ดี

ขั้นตอนการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทคู่มือ

ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์ (2540) อธิบายว่า ในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ถือเป็นกระบวนการสำคัญที่สุดในกระบวนการสร้างสรรค์สิ่งพิมพ์ให้ปรากฏต่อผู้รับสาร เพราะในขั้นตอนนี้จะรวมส่วนประกอบในการนำเสนอ รูปแบบและเนื้อหา ชนิดของภาพประกอบ แบบตัวอักษร ชนิดกระดาษ และเทคนิคการพิมพ์ต่างๆ เข้ามาดำเนินการโดยไม่ให้ละเลยหรือละทิ้งส่วนใดให้หลุดหายไปจากแนวคิดที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์สามารถแบ่งได้เป็น 6 ขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นศึกษาข้อมูลหรือขั้นตีโจทย์ (Identify) หมายถึง ขั้นพินิจพิจารณาเกี่ยวกับปัญหาของโจทย์เพื่อให้เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย โดยกำหนดรายละเอียด ปลีกย่อยที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ลูกค้าหรือโจทย์กำหนด รวมทั้งข้อจำกัดวิธีการในการสื่อสาร
2. ขั้นร่างแบบจิ๋วหรือขั้นระดมคำตอบ (Preliminary) หมายถึง ขั้นตอนในการแสวงหาคำตอบในหลายๆ หนทางและหลายๆ วิธีการ เพื่อขยายแนวความคิดในการตอบปัญหานั้นๆ ให้กว้างขึ้น วิธีการหาคำตอบในขั้นนี้ ถือเป็นขั้นตอนแรกที่จะปรากฏออกมาเป็นรูปวาดคร่าวๆ ขนาดเล็ก (Thumbnail) บางกลุ่มนิยมเรียกว่า “แบบสเก็ตซ์ ขนาดเล็ก” (Thumbnail sketch) หรือ บางกลุ่มเรียกว่า “เลย์เอาท์ขนาดเล็ก” (Thumbnail layout)
3. ขั้นร่างแบบหยาบ หรือขั้นจัดกลุ่มคำตอบ (Refinement) หมายถึง ขั้นตอนคัดเลือกคำตอบที่มีลักษณะ ใกล้เคียงกันเข้ากลุ่มเดียวกัน โดยคัดเลือกอันที่เด่นที่สุดในแต่ละกลุ่มมาออกแบบ

ใหม่เพิ่มเติม เพื่อแสดงรายละเอียด เพิ่มขึ้น เช่น ขนาด การจัดวาง แบบตัวอักษรชนิดคร่าวๆ และการใช้สี เรียกขั้นตอนการจัดกลุ่มคำตอบในขั้นนี้ว่า “สเก็ตซ์หยาบ” (Rough sketch) หรือ “เลย์เอาท์แบบหยาบ” (Rough layout) ก็ได้

4. ขั้นร่างแบบละเอียดหรือขั้นคำตอบที่สมบูรณ์ (Analyze) หมายถึง ขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการประเมิน และตรวจสอบเกี่ยวกับรายละเอียดของรูปแบบทั้งหมด ในส่วนของรายละเอียดเกี่ยวกับตัวอักษร การจัดวางภาพ ประกอบ การใช้สี การเจียนตัด และการประกอบหน้า ฯลฯ โดยนักออกแบบกราฟิก จะต้องทำการออกแบบให้มี ลักษณะใกล้เคียงความจริง เรียกว่า Comprehensive Sketch หรือ Comprehensive Layou เพื่อเลือกคำตอบที่ดีที่สุดจากขั้นที่ดีที่สุดจากขั้นจัดกลุ่มคำตอบโดยวิธีการเปรียบเทียบและตัดสินใจเพียงคำตอบเดียว

5. ขั้นจัดทำต้นฉบับงานออกแบบสิ่งพิมพ์หรือกราฟิก เรียกว่าขั้นตัดสินใจ (Decide) เป็นขั้นตอนสุดท้าย ในกระบวนการออกแบบที่นักออกแบบและผู้เกี่ยวข้องตัดสินใจเลือกใช้ชิ้นงานใดชิ้นงานหนึ่งที่ปรากฏอยู่ตรงหน้า ชิ้นงานที่ได้รับการคัดเลือกจะถูกนำไปสู่การจัดทำต้นฉบับทางการพิมพ์ (Artwork) ที่เปรียบเสมือนคำตอบที่ตรงกับโจทย์ในขั้นตอนแรก

6. ขั้นงานพิมพ์สำเร็จ หรือขั้นการนำไปใช้ (Implement) เป็นขั้นตอนของการนำคำตอบซึ่งผ่านการพิจารณาและคัดเลือกแล้วอย่างพิถีพิถันว่าเป็นคำตอบที่ดีและสมบูรณ์ที่สุดเพื่อนำออกเผยแพร่ด้วยสื่อชนิดต่างๆ เช่น ใบปลิว โปสเตอร์ นิตยสาร แผนที่ คู่มือ ฯลฯ

สรุปได้ว่าการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นขั้นตอนที่จะรวบรวมสิ่งต่างๆที่ได้ออกแบบไว้ในความคิด เนื้อหา การวางโครงร่าง ภาพประกอบ อื่นๆ มารวมกันโดยไม่ตัดสิ่งใดออก เพื่อใช้ออกแบบตามขั้นตอนของสื่อสิ่งพิมพ์ ให้ได้ตามวัตถุประสงค์ที่ผู้สร้างและผู้รับต้องการจากสื่อสิ่งพิมพ์นั้น

สรุปได้ว่าคู่มือเป็นสิ่งที่ให้ความรู้และข้อมูลแก่ผู้อ่าน โดยคำนึงถึงเนื้อหาที่จะสื่อไปยังผู้อ่านคู่มือเป็นสำคัญ ควรมีขนาดกระทัดรัด หยิบใช้งานง่ายและสะดวกในการพกพา นอกจากนี้ผู้อ่านยังสามารถใช้ได้ บ่อยเท่าที่ต้องการ ควรออกแบบปกและรูปเล่มให้สวยสะดุดตาและจูงใจผู้อ่าน ควรมีเนื้อหาสาระตรงกับความต้องการของผู้อ่าน ข้อความตรงไปตรงมา เขียนให้อ่านง่าย เข้าใจง่าย มีการออกแบบที่ดีเป็นไปตามขั้นตอน ควรมีการวางแผนก่อนล่วงหน้าก่อนการจัดทำคู่มือ หรือออกแบบคู่มือและควรมีการตรวจสอบความเรียบร้อย ความถูกต้องก่อนที่จะส่งต่อให้แก่ผู้อ่าน

บริบททั่วไปของจังหวัดน่าน

จังหวัดน่านมีพื้นที่ 12,163.04 ตารางกิโลเมตรเป็น 1 ใน 17 จังหวัดภาคเหนือ พื้นที่แบ่งการปกครองออกเป็น 15 อำเภอ 99 ตำบล 893 หมู่บ้าน พื้นที่ 12,163.04 ตารางกิโลเมตรของน่านส่วนใหญ่เป็นเทือกเขาสลับซับซ้อน มีประชากร 478,227 คนเป็นคนไทยและมีกลุ่มชาติพันธุ์อาศัยอยู่มากมายได้แก่ม้ง เมี่ยน ขมุ มลาบรี มูเซอ ไทลื้อ ไทพวน และไทยวนหรือคนเมือง อาศัยอยู่ร่วมกันและมีพื้นที่ป่ามากถึง 6,496,231.62 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 85.45 ของพื้นที่ทั้งหมดของจังหวัด โดยจำแนกเป็นป่าอนุรักษ์ 2,781,676.12 ไร่ และป่าสงวนแห่งชาติ 17 แห่ง 3,714,555.50 ไร่ ด้วยความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรป่าและน้ำ ประชากรส่วนใหญ่ของจังหวัดน่านจึงมีอาชีพเกษตรกร โดยจังหวัดน่านมีพื้นที่ทางการเกษตรถึง 1,414,693 ล้านไร่ 16.78% เป็นนาพื้นที่ปลูกข้าว 55.54% ปลูกพืชไร่ 20.18% เป็นสวนไม้ผลและไม้ยืนต้น 7.22% คือที่ดินทางการเกษตรอื่นๆและ 0.27% เป็นที่ดินทางการเกษตรอื่นๆเช่นสวนผักไม้ดอก ไม้ประดับ โดยจังหวัดน่านมีรายได้จากภาคการเกษตร 8,582 ล้านบาทต่อปี นอกจากภาคการเกษตรจังหวัดน่านยังมีรายได้จากภาคอุตสาหกรรม (เกี่ยวกับผ้าทอ เครื่องเงินและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร) 18,564,631 ล้านบาทต่อปี (จังหวัดน่าน, 2562, ออนไลน์) ด้วยความสวยงามและความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติในจังหวัดน่าน ได้พัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โดยมีอุทยานแห่งชาติที่มีชื่อเสียงหลายแห่งในจังหวัดน่านที่ดึงดูดนักเที่ยวเที่ยวให้มาสัมผัสกับธรรมชาติ หรือวิถีชีวิตของคนในจังหวัดน่านที่มีเอกลัษณ์ไปพร้อมๆกัน ทำให้สินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดน่านกลายเป็นที่ต้องการเพิ่มมากขึ้นทั้งในจังหวัดน่านและส่งออกไปที่อื่นๆ อีกมากมาย ทำให้จังหวัดน่านเป็นอีกจุดมุ่งหมายหนึ่งที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต้องการจะมาเที่ยวชมธรรมชาติและสัมผัสกับวิถีชีวิตท้องถิ่น ส่งผลให้จังหวัดน่านมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นเงินจำนวนมากในทุกๆ ปี

แนวคิดเกี่ยวกับถนนคนเดิน

ระวิวรรณ โอฬารรัตน์มณี และรุจิยา มุสิกะลักษณ์ (2547) ถนนคนเดินเป็นแนวคิดที่ว่าถนนเป็นพื้นที่สาธารณะขนาดใหญ่ของเมืองที่ทุกคนเข้าถึงและใช้ทำกิจกรรมสาธารณะได้ มีความสำคัญในฐานะเป็นพื้นที่ทางสังคม วัฒนธรรมของชุมชนที่มิควรถูกใช้สำหรับเป็นทางรถยนต์ แรงผลักดันให้เกิดถนนคนเดินในโลกเกิดจากการเรียกร้องสิทธิและความต้องการใช้พื้นที่สาธารณะเพื่อกิจกรรมของคนทั้งทางกายภาพ สังคม การเมือง นันทนาการ เป็นการต่อต้านบทบาท ปัญหา และผลกระทบของรถยนต์ที่มีต่อการอยู่อาศัย ได้แก่ มลภาวะ (เสียง ควัน ฝุ่นละออง ภาวะโลกร้อน) การจราจรแออัดและติดขัด อุบัติเหตุทางการจราจร การสิ้นเปลืองทรัพยากรน้ำมัน นอกจากนี้เกิดจากความต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของเมือง โดยมองว่าภาพลักษณ์ของเมืองอยู่ที่ภาพลักษณ์ของพื้นที่คนเดิน (Image of the City is the Image of Space Where People Walk) และการสร้างระบบขนส่งมวลชนที่มีประสิทธิภาพ และการรณรงค์ให้เดินทางด้วยการเดินเท้า จะเป็นแรงผลักดันที่ทำให้คนหันมาใช้ขนส่งมวลชนแทนรถยนต์ มากขึ้น การปิดถนนเพื่อคืนถนนให้คนเดินเท้าเกิดขึ้นครั้งแรกในประเทศอุตสาหกรรม และแนวคิดนี้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนกำลังเป็นแนวโน้มของการพัฒนาเมืองโดยเฉพาะเมืองประวัติศาสตร์ในยุโรป ในกลุ่มตลาดร่วม ยุโรปกำลังคิดถึงการมีเมืองที่ปลอดรถยนต์มีแต่คนเดินเท้าและจักรยานเท่านั้น ข้าหลวงใหญ่ฝ่ายสิ่งแวดล้อมของ EEC (Environmental Education Center) เป็นองค์กรที่ดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมศึกษาโดยตรง

ได้เสนอผลการศึกษาว่า การใช้ชีวิตในเมืองที่ปลอดรถยนต์จะทำให้ค่าครองชีพถูกลง 2 ถึง 5 เท่า ในประเทศญี่ปุ่นมีการปิดถนนชินจูกุ ซึ่งเป็นย่านธุรกิจในนครโตเกียวในช่วงวันอาทิตย์มานานกว่า 20 ปี และหลวงพระบางก็กำลังจะปิดถนนอนุรักษ์อย่างถาวร ห้ามมิให้ยวดย่านใดๆ ยกเว้นจักรยานเข้าไป สาเหตุที่ทำให้เกิดแนวคิดการปิดถนนให้คนเดิน คือปัญหาที่สั่งสมมาจากการจราจรติดขัดบนถนนสายนั้นเป็นปัจจัยผลักดันให้เกิดกระแสการปฏิเสธรถยนต์ การจราจรที่แออัดพลุกพล่านได้ทำลายสังคม เศรษฐกิจของยานนั้น และบ่อนทำลายสุขภาพและความปลอดภัยของคนเดินถนนจนทำให้เขาเหล่านั้นปราศจากความสุขในแง่สังคม การจราจรที่พลุกพล่านตัดขาดการติดต่อของคนสองฟากฝั่งถนนจากในอดีตที่เคยข้ามไปมาหาสู่กัน เมื่อการจราจรทำให้คนสองฟากถนนติดต่อกันยากและไม่ปลอดภัย ทำลายจิตวิญญาณของชุมชน (community spirit) และทำให้ชุมชนอ่อนแอ ในแง่เศรษฐกิจการค้าขายของห้างร้านต่างๆ ถดถอยลงเนื่องจากลูกค้าหาที่จอดรถไม่ได้ สินค้าที่ตั้งโชว์สกปรกไปด้วยเขม่าควันจากการจราจร ยากที่จะขายได้กำไร ในแง่สุขภาพ คนเดินเท้าต้องผจญ ฝุ่นละเอียด ก๊าซพิษ

และควันจากท่อไอเสียรถยนต์จำนวนมาก ปอดและระบบทางเดินหายใจถูกทำร้ายจากฝุ่น หูเฝื่อนจากเสียงดังเกินระดับของการจราจรทำให้เจ็บป่วย สุขภาพถูกบันทอน และเสียชีวิตหรือบาดเจ็บจากการถูกรถเฉี่ยวชน การปิดถนนเพื่อให้คนเดินเท้าเป็นส่วนหนึ่งของแนวคิดของการพัฒนาเมืองอย่างยังยืนที่ต้องการให้คนในเมืองเดินทางแบบไร้เครื่องยนต์ เพื่อประหยัดพลังงาน ลดมลภาวะทางอากาศ และประชาชนมีโอกาสออกกำลังโดยไม่ได้ตั้งใจ มีทางเลือกในการสัญจร และมีโอกาสพบปะพูดคุยกับคนอื่นๆ สามารถสร้างสัมพันธภาพกับคนอื่นๆ และเป็นการฟื้นฟูจิตวิญญาณของชุมชนทำให้ชุมชนเข้มแข็ง โครงการปิดถนนให้คนเดินในทุกเมือง เริ่มแรกมักได้รับการคัดค้านหรือต่อต้านจากห้างร้านที่เรียงรายริมถนน เพราะเกรงจะกระทบธุรกิจของตน หรือจากผู้ใช้ถนนที่ไม่คุ้นชินกับการเปลี่ยนแปลงเส้นทาง หรือได้รับความไม่สะดวกจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น แต่เมื่อดำเนินไปได้ระยะหนึ่งผู้ประกอบการกลับพบว่าถนนคนเดินทำให้เศรษฐกิจของพวกเขาดีขึ้น ประชาชนมีความสุขกับการเดินซื้อของในบรรยากาศที่ดี และปลอดภัยและเป็นแหล่งพักผอนหย่อนใจแห่งใหม่ของเมืองเพราะชาวเมืองสามารถมาร้องรำทำเพลงบนถนนอย่างสนุกสนาน หรือแสดงความสามารถด้านศิลปะแขนงต่างๆ ได้อยางเต็มที่

สรุปได้ว่า ถนนคนเดินเกิดจากการที่คนในชุมชนได้สังเกตุเห็นถึงปัญหาเกี่ยวกับการจราจรที่ติดขัด และนำมาซึ่งปัญหาทางกายภาพ และสุขภาพจิตที่แย่ลงของคนในชุมชน จึงได้มีการจัดตั้งถนนคนเดินไว้สำหรับคนเดินเท้ากับจักรยานเท่านั้น ส่งผลให้ค่าครองชีพคนในชุมชนถูกลงและกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ส่งผลให้เศรษฐกิจดีขึ้นกว่าเดิมและเป็นต้นแบบให้กับชุมชนอื่นได้ปรับใช้ตามกันมา

แนวคิดเกี่ยวกับถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน

กาดข่วงเมืองน่านหรือถนนคนเดินวัดภูมินทร์ เกิดจากการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐส่วนกลางและส่วนท้องถิ่นที่ทำงานบูรณาการร่วมกันเปิดตลาดประชารัฐต้องชมขึ้น เพื่อสร้างตลาดชุมชนที่มีเอกลักษณ์ของชาวน่าน ตั้งอยู่บริเวณถนนผากองด้านข้างวัดภูมินทร์และมีลานข่วงเมืองน่านขนาดใหญ่อยู่บริเวณด้านหน้าวัดภูมินทร์ไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป ผสมผสานเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งยังเป็นการส่งเสริมให้เป็นแหล่งช่องทางการกระจายสินค้าเกษตร สินค้าหัตถกรรม OTOP สินค้าของชุมชน และอาหารพื้นเมือง อาทิ ผลไม้ ส้มสีทอง ข้าวกล้องอินทรีย์ ขนมข้าวซี่ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสาหร่ายน้ำจืด ผ้าทอมือลายโบราณ เครื่องเงิน จากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรถึงมือผู้บริโภคในราคายุติธรรม เป็นการเชื่อมการค้ากับการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน ช่วยกระตุ้นระบบเศรษฐกิจชุมชนโดยใช้การบริโภคภายในพื้นที่และชุมชนใกล้เคียงเป็นตัวขับเคลื่อน (เทศบาลนครน่าน, 2560) ทั้งนี้กาดข่วงเมืองน่าน (ถนนคนเดินวัดภูมินทร์) มีร้านค้าทั้งหมด 357 ร้านค้า โดยแบ่งออกเป็น 2 โซนคือ โซน อาหาร 160 ร้าน และโซนเสื้อผ้า ของที่ระลึก 197 ร้าน ซึ่งอาหารที่ได้รับการตอบรับดีส่วนมากจะเป็นอาหารพื้นเมือง อาทิ น้ำพริกอ่อง ไส้อั่ว ไกยี แกงฮังเล และ แกงแค ส่วนเสื้อผ้าและของที่ระลึก ส่วนมากจะเป็นเสื้อผ้าฝ้ายสีดำ สีขาว สินค้าทำมือที่มาจากผ้าฝ้ายก็ได้รับการตอบรับดีเช่นเดียวกัน

กาดข่วงเมืองน่าน เปิดทุกศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 17.00 - 22.00 น. โดยจะมีจุดเริ่มต้นบริเวณสี่แยกวัดพระธาตุช้างค้ำ บนถนนผากองระหว่างลานข่วงเมือง หน้าศูนย์บริการนักท่องเที่ยวไปถึงสามแยกถนนจัทรประโชติเยื้องๆ หน้าวัดภุมินทร์ นักท่องเที่ยวสามารถมาเดินเที่ยวชมวัดวาอารามย่านข่วงเมืองน่าน และแวะซื้อสินค้าจากร้านค้าต่างๆ ของสองฝากจากเมืองน่าน ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร เครื่องดื่ม ร้านเสื้อผ้า ร้านขายของฝากของที่ระลึก ฯลฯ (กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด กรมการค้าภายใน, 2556)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จริยา ภักดี และคณะ (2556) ได้ทำการสำรวจปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของผู้ประกอบการร้านค้า บริเวณหาดเฉวง เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อสำรวจปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของผู้ประกอบการร้านค้า กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ เจ้าของกิจการหรือพนักงานร้านค้าของที่ระลึก บริเวณหาดเฉวง เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม จำนวน 19 ข้อ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าร้อยละ ผลการวิจัย พบว่า ระดับปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในด้านต่างๆ ทักษะด้านการพูด โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างถูกหลักไวยากรณ์ในการบริการลูกค้า รองลงมาคือ ไม่สามารถสื่อสารและเข้าใจความต้องการของลูกค้าได้ มีประสบการณ์น้อยในการพูดภาษาอังกฤษ ไม่มีความมั่นใจในการพูดภาษาอังกฤษ และไม่สามารถพูดเชื้อเชิญลูกค้าชาวต่างชาติให้เข้าร้านได้ ไม่สามารถพูดโน้มน้าวใจให้ลูกค้าซื้อสินค้าในร้านได้ และไม่สามารถบอกรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลของสินค้าภายในร้านได้ ไม่สามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสนทนากับลูกค้าได้อย่างคล่องแคล่ว ไม่สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เมื่อเกิดปัญหาหรือสถานการณ์ต่างๆในการบริการลูกค้า และ รู้สึกตื่นเต้นทุกครั้งเมื่อต้องสนทนากับชาวต่างชาติ ไม่สามารถสนทนาเป็นภาษาอังกฤษเมือลูกค้าต่อรองสินค้า ไม่สามารถให้คำตอบแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ไม่สามารถใช้คำศัพท์ได้อย่างถูกต้อง ไม่สามารถใช้สำนวนภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้องตามลำดับระดับปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในด้านต่างๆ ทักษะด้านการฟัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีปัญหาในการฟังสำเนียงภาษาอังกฤษของลูกค้าชาวต่างชาติ รองลงมาคือ ไม่สามารถฟังคำถามของลูกค้าได้อย่างเข้าใจ ไม่สามารถ แปลความหมายที่ลูกค้าชาวต่างชาติพูด ไม่สามารถจับใจความสำคัญเมื่อมีการสื่อสารกับลูกค้า และไม่สามารถเข้าใจภาษาท่าทางที่ลูกค้าชาวต่างชาติต้องการสื่อ ตามลำดับ

ชัยฤทธิ์ บุญศรีกุล (2559) ได้ทำการศึกษาการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ถนนคนเดินเชียงใหม่ของเทศบาลนครเชียงใหม่ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. กระบวนการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ถนนคน เดินเชียงใหม่ 2. การใช้สื่อในการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ถนนคนเดินเชียงใหม่ 3. ปัญหาและอุปสรรค ในการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ถนนคนเดินเชียงใหม่ และ4. เสนอแนะแนวทางการดำเนินงานการประชา สัมพันธ์ถนนคนเดินเชียงใหม่ของเทศบาลนครเชียงใหม่ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ได้แก่ผู้บริหาร เทศบาลนครเชียงใหม่ เจ้าหน้าที่ฝ่ายการท่องเที่ยวเทศบาลนครเชียงใหม่ เจ้าหน้าที่เทศกิจและกรรมการถนนคนเดินเชียงใหม่จำนวน 4 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ประกอบการค้าบนถนนคนเดินเชียงใหม่จำนวน 100 คน เลือกตัวอย่างแบบโควตาและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวถนนคนเดินเชียงใหม่จำนวน 400 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกเครื่องมือวิจัยคือแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนาส่วนการวิเคราะห์ข้อมูล เชิงปริมาณใช้สถิติค่าความถี่ค่าร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า 1. กระบวนการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ถนนคนเดินเชียงใหม่ ยังไม่เป็นระบบ ขาดการวางแผนการประชาสัมพันธ์และการติดตามและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ 2. การใช้สื่อในการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ถนนคนเดินเชียงใหม่เป็นการใช้สื่อแบบผสมผสาน คือ สื่อบุคคล ป้ายประชาสัมพันธ์ เสียงตามสายและเฟซบุ๊กของเทศบาลนครเชียงใหม่ 3. ปัญหาและอุปสรรคในการ ดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ถนนคนเดินเชียงใหม่ได้แก่การดำเนินประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึงเจ้าหน้าที่ ผู้ปฏิบัติงานขาดความรู้และความเข้าใจในหลักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์และจำนวนไม่เพียงพอขาดงบประมาณ และ มีการปรับเปลี่ยนนโยบายและเปลี่ยนผู้บริหารที่ส่งผลให้ขาดความต่อเนื่องในการ ดำเนินงาน และ 4. แนวทางการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ถนนคนเดินเชียงใหม่ ควรมีการวางแผนและดำเนินงานการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ ควรเพิ่มและพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ ควรจัดสรรงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ให้เพียงพอ

พิกุล สายดวง และชญาณ์นันท์ ปิติกรพวงเพชร (2560) ได้ทำการการศึกษาความต้องการในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อใช้ในการสื่อสารทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของกลุ่มอาชีพท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ กรณีศึกษาชุมชนบ้านซะซอม อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. สำรวจสภาพการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของนักท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี 2. ศึกษาความต้องการในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อใช้ในการสื่อสารเชิงอนุรักษ์ของกลุ่มอาชีพท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยแบบผสม (Mix Method) กลุ่มผู้ให้ข้อมูล (Key Informants) คือ กลุ่มอาชีพท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี โดยการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (Independent Interview) แบบบันทึกการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participant Observation) แบบบันทึกการสังเกตอย่างไม่มีส่วนร่วม (Non Participant

Observation) แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม (Focus group Discussion) และ แบบสอบถามความต้องการในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์และสรุปผลด้วยการบรรยาย ผลการวิจัยพบว่า สภาพการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของนักท่องเที่ยวที่เกิดกับกลุ่มอาชีพท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ยังมีปัญหาในหลายด้าน โดยเฉพาะด้านการสื่อสารพบว่าเมื่อกลุ่มอาชีพท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์สื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่นักท่องเที่ยวกลับไม่เข้าใจภาษาอังกฤษที่กลุ่มอาชีพท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์สื่อสาร ทำให้เกิดความเข้าใจที่ไม่ตรงกัน นักท่องเที่ยวพูดรัวและเร็วเกินไป ทำให้ฟังยาก จับใจความไม่ได้ ส่วนปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการใช้บริการ พบว่า สำเนียงหรือโทนเสียง ที่ใช้ในการสื่อสารของกลุ่มอาชีพท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ยังไม่มีความเป็นธรรมชาติ เหมือนเจ้าของภาษาทำให้ยากในการทำความเข้าใจ บางครั้งคำศัพท์หรือประโยคที่กลุ่มอาชีพท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์สื่อสารยากในการทำความเข้าใจ เพราะเป็นคำศัพท์ที่เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้านและเป็นคำศัพท์เฉพาะถิ่น โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเสนอแนะว่า ควรมีการจัดทำคู่มืออธิบายคำศัพท์ประโยคและมีรูปภาพประกอบในกิจกรรมต่างๆเพื่อใช้ในการอธิบายกิจกรรมที่เกิดขึ้นในชุมชน โดยควรจัดทำเอกสารสำหรับชาวต่างชาติด้วย เพื่อจะได้นำไปศึกษาก่อนทำกิจกรรมร่วมกันกับชุมชน นอกจากนี้ควรมีผู้เชี่ยวชาญเข้ามาให้ความช่วยเหลือในการฝึกฝนทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษให้กับเยาวชน และคนในชุมชนอย่างสม่ำเสมอเนื่องจากมีรูปแบบที่เฉพาะเจาะจง จึงต้องอาศัยทักษะและการฝึกฝนเป็นเวลานานจึงจะเกิดความชำนาญ นอกจากนี้กลุ่มอาชีพท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานียังต้องการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษด้านการพูดเพื่อให้สามารถโต้ตอบ ตอบคำถามให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยมีสาเหตุมาจากขาดทักษะทางภาษา ส่วนด้านข้อมูลคำศัพท์ที่ผู้ให้บริการมีความต้องการใช้ในสื่อสารภาษาอังกฤษแยกตามหมวดคำศัพท์ที่ต้องการใช้ในการสื่อสาร พบว่า การให้คำแนะนำ เสนอแนะ และ หมวดอาหาร เป็นประเด็นที่ต้องการนำมาพัฒนาตนเองมากที่สุด

ชมพู อสิริยาวัฒน์ (2561) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาคู่มือภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสำหรับชุมชนท่องเที่ยว กรณีศึกษาบ้านหนองตาไก้ ตำบลหนองกง อำเภอนางรอง จังหวดับุรีรัมย์ การวิจัยแบบผสมผสานครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อสำรวจปัญหาและความต้องการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสำหรับชุมชนท่องเที่ยวบ้านหนองตาไก้ ตำบลหนองกง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ 2. เพื่อพัฒนาคู่มือภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสำหรับชุมชนท่องเที่ยวบ้านหนองตา ไก้ตำบลหนองกง อำภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ และ 3. เพื่อสำรวจความพึงพอใจต่อคู่มือ ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสำหรับชุมชนท่องเที่ยวบ้านหนองตาไก้ ตำบลหนองกง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาแบบเจาะจงจำนวน 50 คน ประกอบด้วย 1. กลุ่มผู้ประกอบ อาชีพปลูกหม่อน เลี้ยงหม่อน สาวไหม ย้อมไหม และทอผ้าไหม โดยไม่แยกเพศอายุและระดับการศึกษา จำนวน 25 คน และ 2. ผู้นำเยาวชนโดยไม่แยกเพศอายุและระดับการศึกษาจำนวน 25 คน เครื่องมือวิจัย ได้แก่ 1. แบบสอบถามปัญหาและความต้องการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร สำหรับชุมชนท่องเที่ยว 2. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง 3. คู่มือภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสำหรับชุมชนท่องเที่ยว และ 4. แบบสอบถามความพึงพอใจต่อคู่มือภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสำหรับชุมชนท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า 1. กลุ่มตัวอย่างมีปัญหาภาษาอังกฤษทุกทักษะทั้งฟัง พูด อ่าน และเขียน แต่ต้องการฝึกทักษะการพูดและการฟังมากกว่า อีกสองทักษะ 2. หัวข้อภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างต้องการคือ การทักทายการขอบคุณและการกล่าวลาและฐานเรียนรู้เกี่ยวกับการผลิตไหม เป็นต้น 3. กลุ่มตัวอย่างต้องการคู่มือภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสำหรับชุมชนท่องเที่ยวในรูปแบบหนังสือเล่มเล็กมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.92 และผู้เชี่ยวชาญประเมินคู่มือภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสำหรับชุมชนท่องเที่ยวด้านรูปเล่มโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.67 และด้านเนื้อหาโดยรวม อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.44 และ 4. ด้านความพึงพอใจกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อมือภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสำหรับชุมชนท่องเที่ยวด้านรูปเล่มโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.83 และด้านเนื้อหาโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกันด้วยค่าเฉลี่ย 4.53

ภัชญาภา ทองใส และคณะ (2563) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาคู่มือภาษาอังกฤษสำหรับผู้ขับขี่รถสาธารณะ อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความต้องการใช้ภาษาอังกฤษสำหรับผู้ขับขี่ รถสาธารณะ เพื่อพัฒนาคู่มือภาษาอังกฤษสำหรับผู้ขับขี่รถสาธารณะและเพื่อศึกษาระดับความ พึงพอใจของผู้ขับขี่รถสาธารณะในอำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีต่อคู่มือ ภาษาอังกฤษ จำนวน 53 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง การวิจัยนี้เป็นแบบผสมผสาน

ประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสำรวจความต้องการใช้ภาษาอังกฤษ แบบประเมินคู่มือภาษาอังกฤษ คู่มือภาษาอังกฤษ แบบสอบถามความพึงพอใจและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ขับขี่รถสาธารณะมีความต้องการใช้ภาษาอังกฤษอยู่ในระดับ มาก เพราะบางคนไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษกับชาวต่างชาติได้ หรือบางคนสามารถ สื่อสารภาษาอังกฤษได้บ้าง แต่ใช้ภาษาอังกฤษได้ไม่ถูกต้อง ผู้เชี่ยวชาญประเมินคู่มือ ภาษาอังกฤษสรุปผลการพัฒนาคู่มือภาษาอังกฤษในด้านเนื้อหา โดยมีหัวข้อเรื่องการทักทายผู้โดยสาร การกล่าวขอบคุณและกล่าวอำลาผู้โดยสาร การสอบถามจุดหมายปลายทาง การบอกราคาและการบอกทางให้ผู้โดยสาร อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 5.00, 5.00, 4.67, 4.67 และ 4.33) ตามลำดับ และผู้ขับขี่รถสาธารณะมีความพึงพอใจต่อคู่มือภาษาอังกฤษในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.37) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าผู้ขับขี่รถสาธารณะมีความพึงพอใจในด้านการนำไปใช้ ด้านเนื้อหาของคู่มือและด้านรูปเล่มของคู่มืออยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.48 4.40 และ 4.23) ตามลำดับ ส่วนแนวทางในการพัฒนาคู่มือภาษาอังกฤษสำหรับ ผู้ขับขี่รถสาธารณะ คือจัดทำคู่มือภาษาอังกฤษในรูปแบบออนไลน์เพื่อการเข้าถึงข้อมูลที่สะดวกและง่ายขึ้น

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน ผู้วิจัยได้ดำเนินตามขั้นตอน ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดิน บริเวณข่วงเมืองน่าน อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน จำนวน 177 ร้าน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการร้านอาหาร จำนวน 69 ร้าน และ ผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก จำนวน 54 ร้าน (สุ่มตามทฤษฎีของ Krejcie & Morgan)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์ปัญหาและความต้องการเกี่ยวกับเนื้อหาในคู่มือ มีข้อคำถาม ดังนี้
    1.1 ปัญหาที่เกิดขึ้นขณะสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติ
    1.2 ประโยคหรือคำศัพท์ที่ต้องการให้มีในคู่มือ
2. คู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นโดยเนื้อหาในคู่มือ มีดังนี้

    บทที่ 1 คือ เรื่องการทักทาย ในบทนี้มีรูปประโยคการทักทาย และ คำศัพท์เสริมเกี่ยวกับการทักทาย

    บทที่ 2 คือ เรื่องการเจรจาต่อรองราคา ในบทนี้จะมีรูปประโยคการต่อรองราคา และ คำศัพท์เสริมเกี่ยวกับการต่อรองราคา

    บทที่ 3 คือ เรื่องการแนะนำสินค้า ในบทนี้จะมีรูปประโยคการแนะนำสินค้า และ คำศัพท์เสริมเกี่ยวกับการแนะนำสินค้า

บทที่ 4 คือ คือ เรื่องการบอกลาและชักชวนให้มาท่องเที่ยวจังหวัดน่านอีกครั้ง ในบทนี้จะมีรูปประโยคการบอกลาและชักชวนให้มาท่องเที่ยวจังหวัดน่านอีกครั้ง และ คำศัพท์เสริมเกี่ยวกับการบอกลาและชักชวนให้มาท่องเที่ยวจังหวัดน่านอีกครั้ง

บทที่ 5 คือ เรื่องคำศัพท์เพิ่มเติมเกี่ยวกับอาหารและของที่ระลึก ในบทนี้จะมีคำศัพท์เพิ่มเติมเกี่ยวกับอาหารและของที่ระลึก

3. แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินที่มีต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน ข้อมูล เพศ อายุ ประเภทสินค้าที่จำหน่าย

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินที่มีต่อคู่มือการสื่อสาภาษาอังกฤษ (โดยใช้แบบประเมินชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ช่วงคะแนน) แบบประเมินความพึงพอใจ ประกอบด้วย ด้านรูปเล่ม ด้านเนื้อหา และ ด้านการนำไปใช้ประโยชน์

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ข้อเสนอแนะนี้จะอยู่ในตอนสุดท้ายของแบบประเมินซึ่งข้อเสนอแนะนี้ต้องการทราบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินมีความคิดเห็นอย่างไรต่อคู่มือนี้โดยวิธีการเขียนความคิดเห็นลงในข้อเสนอแนะท้ายแบบประเมินนั้น

วิธีสร้างเครื่องมือ

1. คู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน มีวิธีสร้าง ดังนี้

1.1 ศึกษาเอกสารและบทความที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคู่มือเพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษ

1.2 สอบถามปัญหาของผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่านเกี่ยวกับการสื่อสารภาษาอังกฤษกับชาวต่างชาติ

1.3 จัดทำคู่มือเพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน ซึ่งมีเนื้อหาประกอบไปด้วย การทักทาย การต่อรองราคา การแนะนำสินค้า การบอกลาและชักชวนให้มาท่องเที่ยวจังหวัดน่านอีกครั้ง คำศัพท์เพิ่มเติม

1.4 นำคู่มือที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม จากนั้นนำมาปรับแก้ตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

1.5 นำคู่มือที่ปรับแก้แล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบ ความถูกต้องเหมาะสม ปรับแก้ตามคำแนะนำ

1.6 จัดทำคู่มือเพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษ แล้วนำไปเก็บข้อมูล

2. แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินที่มีต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ มีขั้นตอนในการสร้าง ดังนี้

2.1 ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2 ศึกษาวิธีและขั้นตอนการสร้างแบบประเมินความพึงพอใจ

2.3 จัดทำร่างแบบประเมินที่สอดคล้องกับบริบทของเนื้อหาการวิจัย

2.4 นำร่างแบบประเมินถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบ และ ให้ข้อเสนอแนะ

2.5 นำแบบประเมินที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบแก้ไขความ ถูกต้องของเนื้อหาและหาค่าความเที่ยงตรงของแบบประเมิน IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยมีให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน +1 หากแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 หากไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 หากแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

2.6 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและความครอบคลุมเนื้อหาของแบบประเมินอีกครั้ง

2.7 นำแบบประเมินที่ผ่านการพิจารณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ไปสร้างแบบประเมินฉบับจริงแล้วจึงนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง มีให้เลือก 5 ระดับ เกณฑ์การให้คะแนน

ระดับที่ 5 หมายถึง ความพึงพอใจมากที่สุด

ระดับที่ 4 หมายถึง ความพึงพอใจมาก

ระดับที่ 3 หมายถึง ความพึงพอใจปานกลาง

ระดับที่ 2 หมายถึง ความพึงพอใจน้อย

ระดับที่ 1 หมายถึง ความพึงพอใจน้อยที่สุด

โดยผู้ออกแบบเครื่องมือวัด จะต้องกำหนดเกณฑ์ 5 ระดับของผลการวัดไว้ก่อนล่วงหน้าและผ่านกระบวนการพัฒนาเครื่องมือก่อนการนำไปใช้ โดยกำหนดเกณฑ์ 5 ระดับ ดังนี้

4.50-5.00 อยู่ในระดับ มากที่สุด

3.50-4.49 อยู่ในระดับ มาก

2.50-3.49 อยู่ในระดับ ปานกลาง

1.50-2.49 อยู่ในระดับ น้อย

0.00-1.49 อยู่ในระดับ น้อยที่สุด

ในเนื้อหาแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินที่มีต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ แบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ อายุ

ตอนที่ 2 เนื้อหาแบบประเมินความพึงพอใจประกอบด้วย ด้านรูปเล่ม ด้านเนื้อหา และ ด้านการนำไปใช้ประโยชน์

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ข้อเสนอแนะดังกล่าว คือ การที่ผู้วิจัยต้องการทราบว่าผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินมีความคิดเห็นอย่างไรต่อคู่มือนี้

การเก็บรวมรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยนำคู่มือไปแจกให้กับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดิน พร้อมกับอธิบายเนื้อหาในคู่มือแบบคร่าวๆ
2. ผู้ประกอบการมีเวลาศึกษาคู่มือ 1 วัน
3. หลังจากผู้ประกอบการศึกษาคู่มือแล้ว ผู้วิจัยนำแบบประเมินความพึงพอใจไปให้ผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินทำ
4. นำผลที่ได้จากแบบประเมินความพึงพอใจมาวิเคราะห์
5. นำผลการศึกษาที่ได้มาเขียนรายงานการวิจัยและสรุปผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ข้อมูลจากแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินที่มีต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ วิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อคิดเห็นใช้การวิเคราะห์สรุปเนื้อหาแบบบรรยาย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ในบทนี้ เกี่ยวกับการพัฒนาคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน และ แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินที่มีต่อคู่มือการสื่อสาภาษาอังกฤษ จะขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน

ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง เป็นการศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นขณะสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติ และประโยคหรือคำศัพท์ที่ต้องการให้มีในคู่มือสามารถสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

ปัญหาที่เกิดขึ้นขณะสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติ

1. จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบปัญหาด้านการแนะนำสินค้าให้แก่ชาวต่างชาติ เช่น ไม่สามารถแนะนำสินค้าแก่ชาวต่างชาติเป็นภาษาอังกฤษได้ ไม่สามารถแนะนำรสชาติอาหารได้ หรือ ไม่สามารถแนะนำความแตกต่างของสินค้าแต่ล่ะสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้
2. จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบปัญหาเกี่ยวกับด้านคำศัพท์ต่างๆ เช่น การคิดคำศัพท์ไม่ออก การออกเสียงคำศัพท์บางคำที่พูดไม่ถูก ไม่ทราบคำศัพท์เกี่ยวกับสินค้าที่ตนเองขายเป็นไม่ทราบคำศัพท์เกี่ยวกับสถานที่เที่ยวในน่าน
3. จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบปัญหาด้านการบอกราคาหรือต่อรองราคา เช่น ไม่สามารถพูดประโยคต่อรองราคาสินค้ากับชาวต่างชาติได้ ไม่สามารถปฏิเสธชาวต่างชาติเป็นภาษาอังกฤษได้ เมื่อไม่สามารถลดราคาได้ ไม่สามารถบอกโปรโมชันพิเศษหรือการลดราคาของร้านได้
4. จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบปัญหาด้านการการทักทาย เช่น ไม่สามารถพูดทักทายชาวต่างชาติมากกว่าคำว่า Good evening ได้

5. จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบปัญหาด้านการกล่าวลา เช่น ไม่สามารถพูดประโยคบอกลากับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลังจากซื้อสินค้าแล้วได้ไม่สามารถพูดประโยคที่ชวนให้ชาวต่างชาติกลับมาเที่ยวจังหวัดน่านได้

ประโยคหรือคำศัพท์ที่ต้องการให้มีในคู่มือ

1. จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่าประโยคหรือคำศัพท์ที่ต้องการให้มีในคู่มือด้านการแนะนำ เช่น ประโยคหรือคำศัพท์เกี่ยวกับการแนะนำสินค้า ประโยคแนะนำรสชาติอาหาร

2. จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่าประโยคหรือคำศัพท์ที่ต้องการให้มีในคู่มือด้านคำศัพท์ เช่น ต้องการรู้จักคำศัพท์เกี่ยวกับรสชาติอาหารและต้องการรู้จักคำศัพท์ที่เกี่ยวกับสถานที่เที่ยวในจังหวัด

3. จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่าประโยคหรือคำศัพท์ที่ต้องการให้มีในคู่มือด้านการต่อรองราคาหรือบอกราคา เช่น ประโยคหรือคำศัพท์เกี่ยวกับการลดราคาสินค้า ประโยคการต่อรองราคา คำศัพท์ที่เกี่ยวกับการต่อรองราคา ประโยคการบอกราคาเป็นภาษาอังกฤษ

4. จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่าประโยคหรือคำศัพท์ที่ต้องการให้มีในคู่มือด้านการจากลา เช่นประโยคที่บอกลาหรือประโยคที่ถามว่าไปเที่ยวไหนมาบ้างแล้วบ้าง

5. จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่าประโยคหรือคำศัพท์ที่ต้องการให้มีในคู่มือด้านการการทักทาย เช่น ประโยคทักทายนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหรือประโยคทักทายในการจูงใจ

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไป

จากการสำรวจแบบประเมินความพึงพอใจ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมินความพึงพอใจได้ตามตาราง 1, 2 และ 3 สำรวจพบว่า

ตาราง 1 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบประเมิน จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	41	33
หญิง	82	67
รวม	**123**	**100**

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบประเมินเป็นเพศชาย จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 33 เพศหญิงจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 67

ตาราง 2 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบประเมิน จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18-30 ปี	15	12.20
31-40 ปี	39	31.71
41-50 ปี	45	36.59
51-60 ปี	20	16.26
60 ปีขึ้นไป	4	3.25
รวม	**123**	**100**

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี มากที่สุด มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 36.59 รองลงมาคือ อายุ 31-40 ปี มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 31.71 รองลงมา คือ อายุ 51-60 ปี มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 16.26

ตาราง 3 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบประเมิน จำแนกตามสินค้าที่ขาย

สินค้าที่ขาย	จำนวน	ร้อยละ
อาหาร	69	56.10
ของที่ระลึก	54	43.90
รวม	**123**	**100**

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบประเมินขายสินค้าประเภทอาหาร จำนวน 69 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 56.10 ขายสินค้าประเภทของที่ระลึก จำนวน 54 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 43.90

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้าถนนนคนเดินที่มีต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ

จากการวิเคราะห์แบบประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน ได้ตามตาราง 4, 5 และ 6 พบว่า

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจที่มีต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ ด้านรูปเล่ม

รูปเล่ม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. รูปเล่มคู่มือมีความน่าสนใจ น่าอ่าน มีสีสันสวยงาม	4.50	0.64	มากที่สุด
2. ขนาดตัวอักษรเหมาะสม อ่านง่าย	4.37	0.68	มาก
3. ขนาดรูปเล่มมีความเหมาะสม กระทัดรัด	4.58	0.66	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	**4.48**	**0.66**	**มาก**

จากตาราง 4 พบว่า ความพึงพอใจต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ ด้านรูปเล่ม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 โดยความพึงพอใจด้านรูปเล่มที่มีระดับมากที่สุด คือ ขนาดรูปเล่มมีความเหมาะสม กระทัดรัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 รองลงมา คือ รูปเล่มคู่มือมีความน่าสนใจ น่าอ่าน มีสีสันสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และ ขนาดตัวอักษรเหมาะสม อ่านง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37

ตารางที่ 5 ความพึงพอใจต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ ด้านเนื้อหา

เนื้อหา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. เนื้อหาของคู่มืออ่าน แล้วเข้าใจง่าย	4.48	0.60	มาก
2. เนื้อหาของคู่มือตรงต่อความต้องการ	4.50	0.59	มากที่สุด
3. การจัดเนื้อหาเป็นหมวดหมู่ เข้าใจง่าย	4.50	0.67	มากที่สุด
4. มีภาพประกอบที่สื่อความหมาย ตรงกับเนื้อหา	4.47	0.68	มาก
5. เนื้อหาของคู่มือครอบคลุมประเด็น	4.35	0.72	มาก
ค่าเฉลี่ย	**4.46**	**0.65**	**มาก**

จากตารางที่ 5 พบว่า ความพึงพอใจต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ ด้านเนื้อหา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 โดยความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่มีระดับมากที่สุด คือ เนื้อหาของคู่มือตรงต่อความต้องกา รและ การจัดเนื้อหาเป็นหมวดหมู่ เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 รองลงมา คือ เนื้อหาของคู่มืออ่านแล้วเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมา คือ ภาพประกอบที่สื่อความหมายตรงกับเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และ เนื้อหาของคู่มือครอบคลุมประเด็นสำคัญครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35

ตารางที่ 6 ความพึงพอใจต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ ด้านการนำไปใช้ประโยชน์

การนำไปใช้ประโยชน์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. เนื้อหาจากคู่มือสามารถนำไปใช้ในการสื่อสารภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	4.54	0.64	มากที่สุด
2. สามารถนำคู่มือไปใช้เพื่อศึกษาเพิ่มเติม ยามว่าง เกี่ยวกับคำศัพท์และประโยคสนทนาภาษาอังกฤษ ที่ใช้ในการสื่อสารระหว่าง ผู้ประกอบการร้านค้ากับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	4.36	0.65	มาก
ค่าเฉลี่ย	**4.45**	**0.65**	**มาก**

จากตารางที่ 6 พบว่า ความพึงพอใจต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 โดยความพึงพอใจด้านการนำไปใช้ประโยชน์ ที่มีระดับมากที่สุด คือ เนื้อหาจากคู่มือสามารถนำไปใช้ในการสื่อสารภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้จริงในอนาคต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 และ สามารถนำคู่มือไปใช้เพื่อศึกษาเพิ่มเติมยามว่าง เกี่ยวกับคำศัพท์และประโยคสนทนาภาษาอังกฤษที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการร้านค้ากับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ

1. ผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินต้องการให้เพิ่มจำนวนคู่มือให้มากขึ้น
2. ผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินต้องการให้เพิ่มคำศัพท์และประโยคมากขึ้น
3. ผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินต้องการให้เพิ่มขนาดของตัวอักษร
4. ผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินต้องการให้ใช้กระดาษที่แข็งกว่านี้ในการทำคู่มือ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การพัฒนาคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน อำเภอเมือง จังหวัดน่าน สรุปผลการวิจัย ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน พบว่าผู้ตอบแบบประเมินทั้ง 123 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 100 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67 และ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 82 มีอายุในช่วง 41-50 ปี มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 36.59 รองลงมาคือ อายุ 31-40 ปี มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 31.71 รองลงมา คือ อายุ 51-60 ปี มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 16.26 รองลงมา คือ 18-30 ปี มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.20 รองลงมา 60 ปีขึ้นไป มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 และพบว่า เมื่อแยกตามประเภทสินค้าที่ขาย ได้แก่ อาหาร มีจำนวน 69 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 56.10 และ ของที่ระลึก มีจำนวน 54 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 43.90

ผลจากการวิเคราะห์แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดิน เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่าผู้ประกอบการมีความพึงพอใจ ด้านรูปเล่ม มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 โดยความพึงพอใจด้านรูปเล่มที่มากที่สุด คือ ขนาดรูปเล่มมีความเหมาะสม กระทัดรัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 รองลงมา คือ รูปเล่มคู่มือมีความน่าสนใจ น่าอ่าน มีสีสันสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และ ขนาดตัวอักษรเหมาะสม อ่านง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดิน มีความพึงพอใจด้านเนื้อหา รองลงมาจากด้านรูปเล่ม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 โดยความพึงพอใจด้านเนื้อหาที่มีระดับมากที่สุด คือ เนื้อหาของคู่มือตรงต่อความต้องการ การจัดเนื้อหาเป็นหมวดหมู่ เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 รองลงมา คือ เนื้อหาของคู่มืออ่านแล้วเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมา คือ ภาพประกอบที่สื่อความหมายตรงกับเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และ เนื้อหาของคู่มือครอบคลุมประเด็นสำคัญครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ความพึงพอใจคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 โดยความพึงพอใจด้านการนำไปใช้ประโยชน์ ที่มีระดับมากที่สุด คือ เนื้อหาจากคู่มือสามารถนำไปใช้ในการสื่อสารภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้จริงในอนาคต มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 และ สามารถนำคู่มือไปใช้เพื่อศึกษาเพิ่มเติมยามว่าง เกี่ยวกับคำศัพท์และประโยคสนทนาภาษาอังกฤษที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการร้านค้ากับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36

อภิปรายผล

ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาขณะสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าชาวต่างชาติ เช่น ไม่สามารถบอกคุณลักษณะ สรรพคุณ หรือส่วนประกอบของสินค้าที่ตนเองขายได้ คิดคำศัพท์ภาษาอังกฤษไม่ออก ออกเสียงคำศัพท์ไม่ถูกต้อง ทำให้ชาวต่างชาติไม่เข้าใจสิ่งที่ต้องการจะสื่อ ไม่ทราบคำศัพท์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน เช่นคำว่า พิพิธภัณฑ์ เมืองเก่า อุทยานแห่งชาติ เป็นต้น และนอกจากนี้ผู้ประกอบการบางส่วนยังไม่สามรถบอกราคาที่ซับซ้อนหรือมากกว่าหลักร้อยได้ ผู้ประกอบการจะใช้วิธีแสดงตัวเลขจากเครื่องคิดเลขให้ลูกค้าชาวต่างชาติดู การต่อรองราคาก็เป็นอีกหนึ่งปัญหาสำหรับผู้ประกอบการเช่นกัน เพราะบางครั้งผู้ประกอบการไม่สามารถลดราคาให้ได้หรือลดให้ได้แค่เล็กน้อยแต่ไม่รู้ว่าจะพูดเป็นภาษาอังกฤษอย่างไร ส่วนการทักทายและการกล่าวลาก็เป็นปัญหาอยู่บ้างเล็กน้อย เช่น เมื่อลูกค้าชาวต่างชาติเดินเข้ามาในร้าน ผู้ประกอบการกล่าวทักทายแล้วต้องการเชิญชวนให้ดูสินค้าหรือลองชิมอาหาราแต่ก็ไม่ทราบว่าจะพูดอย่างไรดี ส่วนการบอกลานั้นก็คล้ายกัน คือเมื่อกล่าวลาหรือขอบคุณลูกค้าแล้วอยากจะทิ้งท้ายด้วยประโยค เช่น กลับมาเที่ยวจังหวัดน่านอีกนะคะ/ครับ เที่ยวให้สนุกนะคะ/ครับ แต่ไม่ทราบว่าจะพูดเป็นภาษาอังกฤษอย่างไร ปัญหาที่พบเหล่านี้สอดคล้องกับปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารที่พบกับผู้ประกอบการร้านค้าบริเวณหาดเฉวง เกาะสมุย ที่ จริยา ภักดี และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษาไว้ ปัญหาที่พบสูงสุดคือ ผู้ประกอบการไม่สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้อย่างถูกหลักไวยากรณ์ในการบริการลูกค้า รองลงมาคือ ไม่สามารถสื่อสารและเข้าใจความต้องการของลูกค้าได้ มีประสบการณ์น้อยในการพูดภาษาอังกฤษ ไม่มีความมั่นใจในการพูดภาษาอังกฤษ และไม่สามารถพูดเชื้อเชิญลูกค้าชาวต่างชาติให้เข้าร้านได้ ไม่สามารถพูดโน้มน้าวใจให้ลูกค้าซื้อสินค้าในร้านได้ และไม่สามารถบอกรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลของสินค้าภายในร้านได้ ไม่สามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสนทนากับลูกค้าได้อย่างคล่องแคล่ว ไม่สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เมื่อเกิดปัญหาหรือสถานการณ์ต่างๆในการบริการลูกค้า และรู้สึกตื่นเต้นทุกครั้งเมื่อต้องสนทนากับชาวต่างชาติ ไม่สามารถสนทนาเป็นภาษาอังกฤษเมื่อลูกค้าต่อรองสินค้า ไม่

สามารถให้คำตอบแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ไม่สามารถใช้คำศัพท์และสำนวนภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้อง ตามลำดับ ซึ่งคล้ายคลึงกับปัญหาที่ผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่านพบเจอเมื่อต้องสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษ นอกจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาการสื่อสารแล้ว ผู้วิจัยยังได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบเกี่ยวกับประโยคหรือคำศัพท์ที่ผู้ประกอบการต้องการให้มีในคู่มืออีกด้วย ผลจากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการให้มีประโยคหรือคำศัพท์ที่ใช้ในการแนะนำสินค้า เช่น ลักษณะ สรรพคุณ จุดเด่น สีสัน วัตถุดิบ รวมถึงคำศัพท์เกี่ยวกับรสชาติอาหาร เพราะสิ่งเหล่านี้มีส่วนอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า อีกประการที่สำคัญอย่างมากในการค้าขายนั่นก็คือการบอกราคาและการต่อรองราคา ผู้ประกอบการต้องการให้มีประโยคเช่น ลดไม่ได้แล้วค่ะ/ครับของมาแพงจริงๆ ลดได้นิดหน่อย ลดได้เท่านี้โอเคมั้ยคะ/ครับ สินค้านี้ไม่แพงเลยนะคะ/ครับถ้าเทียบกับคุณภาพ เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังต้องการประโยคที่ใช้เพื่อชวนลูกค้าคุย เช่น คุณอยู่จังน่านกี่วันแล้วคะ/ครับ ไปเที่ยวที่นี่มาหรือยัง ลองไปเที่ยวที่นี่ดูซิสวยมากเลย ไปเที่ยวที่ไหนมาแล้วบ้าง นอกจกานี้ผู้ประกอบยังต้องการประโยคที่ใช้พูดเมื่อมีลูกค้าชาวต่างชาติเข้ามาในร้าน เช่น มองหาอะไรอยู่คะ/ครับ มีอะไรให้ช่วยไหมคะ/ครับ เชิญเลือกชมสินค้าได้ตามสบายนะคะ/ครับ สนใจสินค้าชิ้นไหนสอบถามได้นะคะ/ครับ ขนม/อาหารตรงนี้ชิมฟรีนะคะ/ครับ ลองชิมดูก่อนได้ค่ะ/ครับ ซึ่งจะเห็นว่าสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการให้มีในคู่มือก็คือสิ่งที่เป็นปัญหาเวลาที่ผู้ประกอบการสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าชาวต่างชาตินั่นเอง ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทั้งหมดมาจัดกลุ่มเพื่อแบ่งหัวข้อและทำเนื้อหาให้ตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการมากที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้คู่มือที่พัฒนาขึ้นมานี้ตอบโจทย์ของผู้ประกอบการในทุกๆด้าน

เมื่อผู้วิจัยจัดทำคู่มือสำเร็จแล้ว ขั้นต่อไปผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินที่มีต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ พบว่า ด้านรูปเล่ม ด้านเนื้อหา และด้านการนำไปใช้ประโยชน์ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยด้านรูปเล่ม มีคะแนนเฉลี่ยและความพึงพอใจมากที่สุด ชมพู อสิรยาวัฒน์ (2561) กล่าวว่า การพัฒนาคู่มือภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสำหรับชุมชนท่องเที่ยว:กรณีศึกษาบ้านหนองตาไก้ ตำบลหนองกงอำเภอนางรอง จังหวดับุรีรัมย์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการพัฒนาคู่มือที่พกพาได้สะดวก ง่ายต่อการใช้งานและสามารถใช้คู่มือได้ตลอดตลอดเวลาในเวลาที่สะดวก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า การที่คู่มือมีรูปเล่มน่าสนใจ มีขนาดตัวอักษรที่เหมาะสม อ่านง่ายและรูปเล่มมีความกระทัดรัดจึงเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดิน

ด้านเนื้อหา เป็นด้านที่ได้รับความพึงพอใจมาก รองมาจาก ด้านรูปเล่ม เนื่องจากเนื้อหาในคู่มือเข้าใจง่าย มีภาพประกอบ และเนื้อหาที่ครอบคลุม ภัชญาภา ทองใส (2563) กล่าวว่า การพัฒนาคู่มือภาษาอังกฤษสำหรับผู้ขับขี่รถสาธารณะ ในอำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ผู้เชี่ยวชาญประเมินคู่มือภาษาอังกฤษสำหรับผู้ขับขี่รถสาธารณะในด้านการนำไปใช้งาน ซึ่งมีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินที่จะสามารถนำมาใช้งานได้จริงเนื่องจากเนื้อหามีความเข้าใจง่ายและมีเนื้อหาที่ครอบคลุมประเด็นที่ได้ใช้จริง

และอีกด้านคือ ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ ผู้ประกอบการสามารถนำคำศัพท์ และประโยคไปใช้สื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้จริง และมีคำศัพท์ประโยคสนทนาที่ใช้ระหว่างผู้ประกอบการร้านค้าและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อีกทั้งเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบร้านค้ากับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อให้สามารถพูดคุยและสื่อสารกันได้อย่างง่ายดายมากยิ่งขึ้น

จากการทำวิจัยครั้งนี้ พบว่า ปัญหาผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินมีความพึงพอใจต่อคู่มือทั้ง 3 ด้านอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยเสนอแนวคิดว่าควรมีการจัดทำคู่มือง่ายต่อการใช้งานและสามารถใช้คู่มือได้ตลอดเวลาในเวลาที่สะดวก สามารถนำไปใช้ได้จริงกับทุกสถานการณ์ที่ได้เจอในขณะทำงานและ ศึกษาด้วยตนเองในช่วงเวลาว่างได้

ข้อเสนอแนะ

1. บทสนทนาในแต่ละบทควรเพิ่มสถานการณ์ ประโยค และคำศัพท์ให้หลากหลายมากขึ้น
2. ควรมีการพัฒนาคู่มือในรูปแบบภาษาจีน

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กองส่งเสริมและบริหารระบบตลาด กรมการค้าภายใน. (2556). *ระบบตลาดและเครื่องมือทางการตลาด.* https://mwsc.dit.go.th.

กำธร สถิรกุล. (2531). *หนังสือและการพิมพ์* (พิมพ์ครั้งที่ 7). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ ttb analytics. (2566). *ttb analytics คาดรายได้การท่องเที่ยวไทยเพิ่มขึ้นปี 2566.* ttb.https://www.ttbbank.com/th/analytics/businessIndustry/tourismhealthcare/20230112-ttb-analytics-thai-tourism outlook2023.

จริยา ภักดี, ภาวิณี ยอดอ่อน และรินรดา บินสมะ. (2556). *การสำรวจปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของผู้ประกอบการร้านค้า บริเวณหาดเฉวง เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎธานี* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย]. https://libarts.rmutsv.ac.th/fl/sites/default/files/vijai_08_th.pdf.

จังหวัดน่าน. (2564). *แผนพัฒนาจังหวัดน่าน.* http://www.nan.go.th/index.php.

จังหวัดน่าน. (2562). *แผนพัฒนาจังหวัดน่าน.* https://www.opsmoac.go.th/nan-strategic-files-431691791815.

ชมพู อสิริยาวัฒน์. (2561). การศึกษาการพัฒนาคู่มือภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสำหรับชุมชนท่องเที่ยว:กรณีศึกษาบ้านหนองตาไก้ ตำบลหนองกง อำเภอนางรอง จังหวดับุรีรัมย์. *รมยสาร, 16*(2), 128-145.

ชัยฤทธิ์ บุญศรี. (2559). การศึกษาการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ถนนคนเดินเชียงใหม่ของเทศบาลนครเชียงใหม่ [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช]. https://www.stou.ac.th /thai /grad stdy/Masters.

ทีมวิชาการติวเตอร์. (2564). *Super Easy ภาษาไทยระดับ ม.1-ม.6*. ใน รชยา นอสิทธิ์ (บ.ก.), SuperEasy ภาษาไทยระดับ ม.1-ม.6 เลกเชอร์ให้ อ่านง่ายสุดๆ ฉบับพกพา. Life Balance.

บรรณานุกรม (ต่อ)

เทศบาลนครน่าน. (2560). *ปฏิทินแอ่วน่าน ลานวัฒนธรรม ปี ๒๕๖๐ โครงการพัฒนาอัตลักษณ์ฯ.* https://www.facebook.com/teeneemuangnan/posts/1272531886127496/.

ปรมะ สตะเวทิน. (2537). *เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 1-8* (พิมพ์ครั้งที่10). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์. (2540). *การออกแบบนิเทศน์ศิลป์.* สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.

พระราชบัญญัติการพิมพ์. (2484). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2484*. https://tja.or.th/view/media-law/830.

พิกุล สายดวง และชญาณ์นันท์ ปิติกรพวงเพชร. (2560). การศึกษาความต้องการในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อใช้ในการสื่อสารทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของกลุ่มอาชีพท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ กรณีศึกษาชุมชนบ้านซะซอม อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารมนุษยศาสตรและสังคมศาสตร มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 8*(1), 285-300.

ภัชญาภา ทองใส, คมสิทธิ์ สิทธิประการ, ลดาวัลย์ จันทวงค์ และโสพิศพิไล ทองใส. (2563). การศึกษาการพัฒนาคู่มือภาษาอังกฤษสำหรับผู้ขับขี่รถสาธารณะ อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ, 5*(9), 371-380.

ภัทรภร บุญศรี. (2562). *การพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวันโดยใช้บทฝึกการสนทนาภาษาอังกฤษ.* [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม]. http://research.rmu.ac.th/rdi-mis//upload/fullreport/1632636122.pdf.

มาธวี กันทะสอน. (2564). *การพัฒนาแบบฝึกทักษะการอ่านภาษาอังกฤษด้วยกระบวนการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานเป็นฐานร่วมกับเทคนิค STAD สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์]. http://202.29.52.112/dspace/bitstream/123456789/102/1/62551101105.pdf.

ระวิวรรณ โอฬารรัตน์มณี และรุจิยา มุสิกะลักษณ์. (2547). *ถนนคนเดินในเขตเมืองเชียงใหม่.* คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บรรณานุกรม (ต่อ)

รัชดาภรณ์ พิมพ์พิสิฐถาวร. (2561). การพัฒนาความสามารถในการเขียนภาษาอังกฤษด้วยแบบฝึก *ทักษะสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. http://ithesisir. su.ac.th /dspace /bitstream /12345678 9/2411/1/57.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542*. https://vichsuda. wordpress.com/2016/02/13/%E0.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2546*. https://vichsuda. wordpress.com/2016/02/13/%E0.

รุ่งพนอ รักอยู่. (2559). ความสามารถด้านการฟังภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจของนักศึกษาไทยที่เรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ : กรณีศึกษาสถาบันพลศึกษาในเขตภาคกลาง. *วารสารชุมชนวิจัย, 11*(3), 81-94.

ฤทัยรัตน์ ศรีพวงมาลัย. (2561). *การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ด้านการฟังภาษาอังกฤษเพื่อความเข้าใจโดยการจัดการเรียนรู้ผ่านพอดคาสต์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนหนองกุงศาลาน้ำเที่ยงวิทยากร* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/2238/1/57254403.pdf.

วรรณาภรณ์ พระเมเด. (2562). การพัฒนาชุดฝึกทักษะการอ่านและการเขียนภาษาไทยเพื่อแก้ปัญหาการอ่านไม่ออกเขียนไม่ได้ของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 5. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, 13*(3), 85–93.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบข้าราชการ. (2549). *คู่มือการปฏิบัติงาน (Work Manual).* เอกสารประกอบการฝึกอบรมวิทยากรต้นแบบโครงการพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้. https://teacher.chandra.ac.th/empl/images/scan_pdf/2560/a005.pdf.

สำนักงานอุทยานการเรียนรู้. (2556). *อ่านเขา อ่านเรา*. มาตาการพิมพ์.

อาภัสรา สังขวาสี. (2564). *การพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1 โดยใช้การเรียนรู้แบบทีมเป็นฐาน (Team-Based Learning)* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครนทรวิโรฒ].

http://irithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1624/1/gs611130050.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์ปัญหาที่เกิดขึ้นขณะสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติ และประโยคหรือคำศัพท์ที่ต้องการให้มีในคู่มือ

แบบสัมภาษณ์ปัญหาที่เกิดขึ้นขณะสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติ และประโยคหรือคำศัพท์ที่ต้องการให้มีในคู่มือ

แบบสัมภาษณ์ปัญหาที่เกิดขึ้นขณะสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติ

แม่ค้า ก ให้คำตอบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติถามเกี่ยวกับสินค้า แม่ค้าพยายามอธิบายว่าสินค้าคืออะไร ใช้ทำอะไรแต่ชาวต่างชาติไม่เข้าใจ และ นึกคำศัพท์ไม่ออก

แม่ค้า ข ให้คำตอบว่า ไม่สามารถแนะนำประโยคให้ชาวต่างชาติได้ เมื่อถามถึงความแตกต่างของกระเป๋าแต่ละใบ และ ไม่สามารถบอกราคาโปรโมชันได้ เช่น ลด 50% หรือ ซื้อ 3 ฟรี 1

แม่ค้า ค ให้คำตอบว่า ไม่สามารถพูดทักทายชาวต่างชาติมากกว่าคำว่า Good evening ได้

แม่ค้า ง ให้คำตอบว่า ไม่สามารถบอกโปรโมชันพิเศษของร้านได้ และ ใช้คำศัพท์ผิด ทำให้สื่อความหมายกันคนล่ะอย่าง

แม่ค้า จ ให้คำตอบว่า จำคำศัพท์ไม่ได้ เช่น นาฬิกาข้อมือ หรือ กำไลข้อมือ

แบบสัมภาษณ์ประโยคหรือคำศัพท์ที่ต้องการให้มีในคู่มือ

แม่ค้า ก ให้คำตอบว่า ประโยค หรือ คำศัพท์เกี่ยวกับการแนะนำสินค้า มันมาแพง ลดราคาไม่ได้แล้ว และขอบคุณค่ะ ขอให้เที่ยวให้สนุก

แม่ค้า ข ให้คำตอบว่า ประโยคทักทายให้น่าสนใจในการจูงใจชาวต่างชาติให้ซื้อสินค้า และ ประโยคการต่อรองราคา

แม่ค้า ค ให้คำตอบว่า คำศัพท์ กับ ประโยคเกี่ยวกับต่อรองราคาสินค้ากับชาวต่างชาติ

แม่ค้า ง ให้คำตอบว่า ประโยค คำศัพท์ ไม่สามารถลดได้แล้ว ไม่ให้ต่อราคา

แม่ค้า จ ให้คำตอบว่า ประโยคที่ชวนให้ชาวต่างชาติมาเที่ยวอีกครั้ง ประโยคถามว่าไปเที่ยวไหนมาบ้างแล้ว และ คำศัพท์สถานที่เที่ยวในน่าน เช่น วัดภูมินทร์ พระธาตุเขาน้อย

ภาคผนวก ข

บันทึกข้อความขออนุเคราะห์ตรวจสอบเครื่องที่ใช้ในการวิจัย

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สาขาศิลปศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน

ที่ พิเศษ **วันที่** ๑๑ กันยายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน Mr. Stuart Cornelis Ransom

ข้าพเจ้า นางสาวนัฟทาลี ภูพาน นักศึกษาชั้นปีที่ ๔ หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต ได้ทำการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องการพัฒนาคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน อำเภอเมืองน่าน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน และศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินที่มีต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ

ข้าพเจ้าจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน Mr. Stuart Cornelis Ransom เป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยและให้คำปรึกษาแนะนำเพื่อให้การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ดำเนินการไปด้วยความสมบูรณ์ถูกต้อง และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(นางสาวนัฟทาลี ภูพาน)

นักศึกษาสาขาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สาขาศิลปศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน

ที่ พิเศษ **วันที่** ๑๔ กันยายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ จุไรรัตน์ สวัสดิ์

ข้าพเจ้า นางสาวนัฟทาลี ภูพาน นักศึกษาชั้นปีที่ ๔ หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต ได้ทำการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องการพัฒนาคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน อำเภอเมืองน่าน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน และศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินที่มีต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ

ข้าพเจ้าจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน อาจารย์ จุไรรัตน์ สวัสดิ์ เป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยและให้คำปรึกษาแนะนำเพื่อให้การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ดำเนินการไปด้วยความสมบูรณ์ถูกต้อง และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(นางสาวนัฟทาลี ภูพาน)

นักศึกษาสาขาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล

ภาคผนวก ค

แบบประเมินความพึงพอใจ

แบบประเมินความพึงพอใจ

คู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน

อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน

....

<u>ส่วนที่ 1</u> กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างหน้าข้อความที่เป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ ☐ 18-30 ☐ 31-40 ☐ 41-50 ☐ 51-60 ☐ 60 ขึ้นไป

3. สินค้าที่ขาย ☐ อาหาร ☐ ของที่ระลึก

<u>ส่วนที่ 2</u> กรุณาทำเครื่องหมาย✓ในช่องระดับความพึงพอใจที่ท่านมีต่อคู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษ

รายการ	**ระดับความพึงพอใจ**				
	มากที่สุด **5**	**มาก** **4**	**ปานกลาง** **3**	**น้อย** **2**	**น้อยที่สุด** **1**
ด้านรูปเล่ม					
1. รูปเล่มคู่มือมีความน่าสนใจ น่าอ่าน มีสีสันสวยงาม					
2. ขนาดตัวอักษรเหมาะสม อ่านง่าย					
3. ขนาดรูปเล่มมีความเหมาะสม กระทัดรัด					
ด้านเนื้อหา					
1. เนื้อหาของคู่มืออ่านแล้วเข้าใจง่าย					
2. เนื้อหาของคู่มือตรงต่อความต้องการ					
3. การจัดเนื้อหาเป็นหมวดหมู่ เข้าใจง่าย					
4. มีภาพประกอบที่สื่อความหมายตรงกับเนื้อหา					
5. เนื้อหาของคู่มือครอบคลุมประเด็นสำคัญ ครบถ้วน					

ด้านการนำไปใช้ประโยชน์					
1. เนื้อหาจากคู่มือสามารถนำไปใช้ในการสื่อสารภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้จริง					
2. สามารถนำคู่มือไปใช้เพื่อศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับคำศัพท์ และประโยคสนทนาภาษาอังกฤษ ที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการร้านค้ากับ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ					

<u>ส่วนที่ 3</u> ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

....

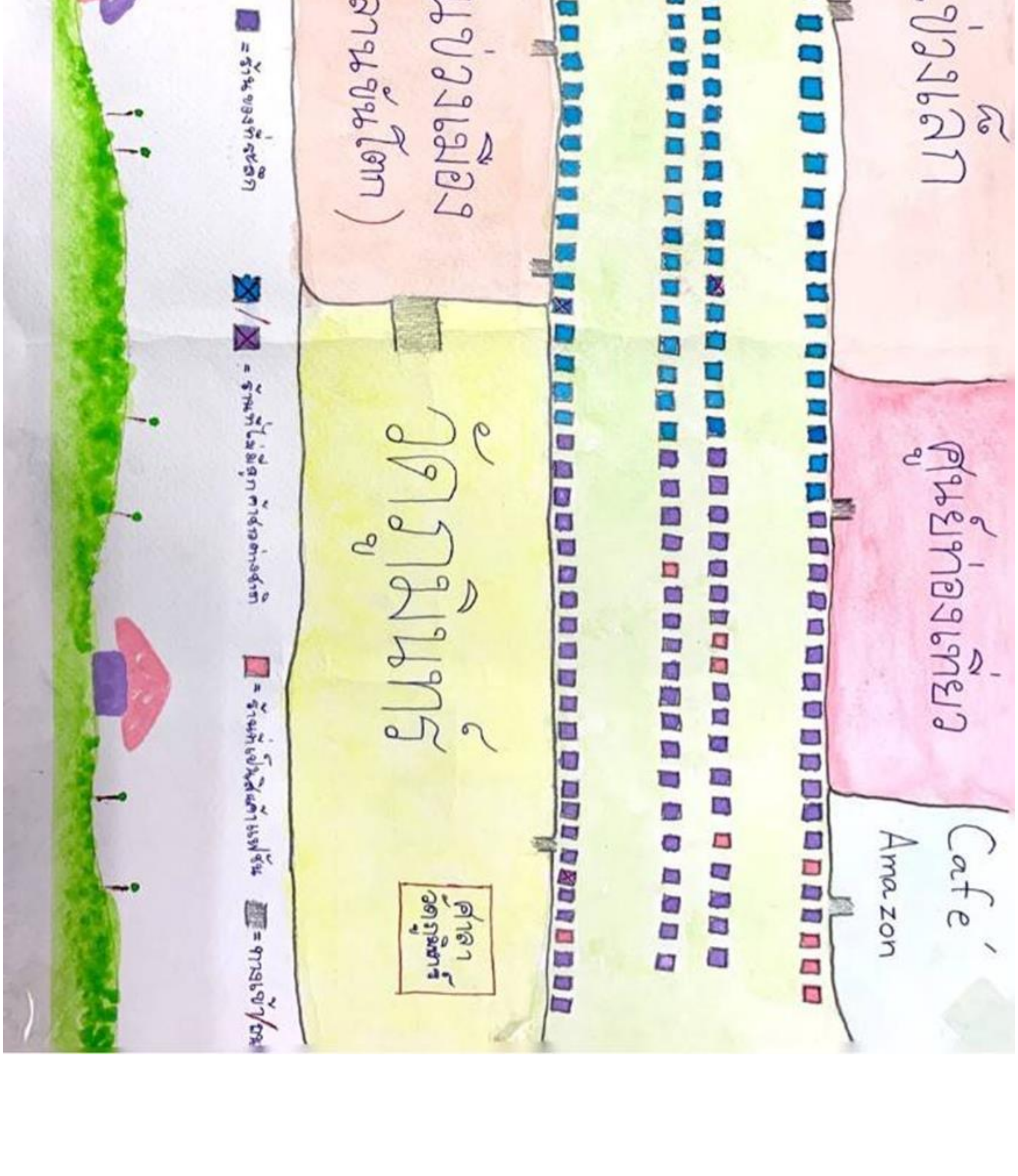
....

....

....

ภาคผนวก ง

แผนผังถนนคนเดินบริเวณข่วงเมืองน่าน อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน


ซุ้มลีลาวดี
ลานข่วงเมือง
(ลานขันโตก)
ศูนย์ท่องเที่ยว
Café Amazon

ภาคผนวก จ

ภาพรวมระหว่างลงพื้นที่จริง

จุดจำหน่าย
บัตรรถราง

ภาคผนวก ฉ

ตัวอย่างคู่มือ

คู่มือการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าถนนคนเดิน บริเวณข่วงเมืองน่าน

The Communication Manual For Salespeople At Khuang Muang Nan Walking Street

การทักทาย

(Greeting)

Example 1

Good evening. May I help you?
กูด อิฟนิ่ง เม ไอ เฮลพ์ ยู
สวัสดีตอนเย็น มีอะไรให้ช่วยไหม

1

Yes, I do. เยส ไอ ดู
มีค่ะ

3

Do you have any pork rinds?
ดู ยู แฮ็ฝ เอน นี พอร์ค ไรดส์
คุณมีแคบหมูไหม

2

การทักทาย

(Greeting)

Example 2

Good evening. What are you looking for?

กูด อิฟนิ่ง วอท อาร์ ยู ลุค อิง ฟอร์

สวัสดีตอนเย็น คุณกำลังมองหาอะไรอยู่

1

I am looking for a white dress.

ไอ แอม ลุค อิง ฟอร์ อะ ไวท์ เดรส

ฉันกำลังมองหาเดรสสีขาว

2

It’s here.

อิทซ์ เฮียร์

นี่ค่ะ

3

ประโยคเพิ่มเติม

ประโยค	คำอ่าน	ความหมาย
May I help you?	เม ไอ เฮ้ลพ์ ยู	มีอะไรให้ช่วยไหม
Can I help you?	แคน ไอ เฮลพ์ ยู	มีอะไรให้ช่วยไหม
Would you like any help?	วูด ยู ไลค์ เอน นี เฮลพ์	คุณต้องการให้ฉันช่วยไหม
Would you like me to help you?	วูด ยู ไลค์ มี ทู เฮลพ์ ยู	คุณต้องการให้ฉันช่วยไหม
What can I do for you?	วอท แคน ไอ ดู ฟอร์ ยู	ให้ฉันช่วยอะไรไหม

คำศัพท์เพิ่มเติม

คำศัพท์	คำอ่าน	ความหมาย
Steamed rice	สตีมด์ ไรซ	ข้าวสวย
Sticky rice	สทิคคี ไรซ	ข้าวเหนียว
Northern style chilli dip	นอร เธริน สไตล ชิล ลี ดิพ	น้ำพริกอ่อง
Papaya salad	พา พา ยา แซล เลิด	ส้มตำ
Roasted chicken	โรสท ชิค เคิน	ไก่ย่าง
Skirt	สเคิท	กระโปรง
Coat	โคท	เสื้อคลุม
T-shirt	ที เชิ๊ต	เสื้อยืด

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – ชื่อสกุล	นัฟทาลี ภูพาน
วัน เดือน ปี เกิด	3 พฤษภาคม 2544
ที่อยู่ปัจจุบัน	19 ตำบลในเวียง อำเภอเมือง
	จังหวัดน่าน 55000
	โทรศัพท์ 082-1648196
	E-mail NadearPhoopan32@gmail.com