

ความต้องการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารของพนักงานร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่

The Demand for Chinese Language Communication Skills among Restaurant Employees in Chiang Mai Province

Liang Jialin, Luo Yadan, อีริวีร์ ดิษยะไชยพงษ์

คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, pallanit.ub@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความต้องการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารของพนักงานร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่และ 2) เปรียบเทียบการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารของพนักงานร้านอาหาร จังหวัดเชียงใหม่เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย เก็บตัวอย่างจำนวน 260 คน จากการคำนวณจากสูตรทาร์โอมานเน่ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test (ANOVA) หาความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ่

ผลการวิจัย พบว่า 1) ความต้องการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารของพนักงานร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่โดยภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการพูด ด้านการฟัง ด้านการเขียน และด้านการอ่าน ตามลำดับ และ 2) เปรียบเทียบการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารของพนักงานร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า เพศต่างกันมีความต้องการในการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารโดยภาพรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน มีความต้องการในการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร โดยภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำหลัก: ความต้องการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร, พนักงานร้านอาหาร, จังหวัดเชียงใหม่

Abstract

This research aims to study: 1) the demand for Chinese language use among restaurant employees in Chiang Mai Province, and 2) a comparison of Chinese language use among restaurant employees in Chiang Mai Province. This study is quantitative research, utilizing questionnaires distributed to 260 restaurant employees in Chiang Mai Province, with the sample size calculated using the Taro Yamane formula. Basic data analysis was conducted using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation. Additionally, t-tests and F-tests (ANOVA) were employed to examine differences, with pairwise comparisons made using Scheffe's method.

The research found that 1) The overall demand for Chinese language use among restaurant employees in Chiang Mai Province, as well as in each individual aspect, was at a high level. The aspects were ranked from highest to lowest as follows: speaking, listening, writing, and reading. 2) A comparison of Chinese language use among restaurant employees in Chiang Mai Province showed that different genders did not exhibit differences in overall or individual aspects of Chinese language communication needs. However, age, education level, and monthly income significantly influenced the overall demand for Chinese language communication at a statistical significance level of 0.05.

Keywords: Requirements for the Chinese language, restaurant staff, Chiang Mai province.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถานการณ์ตลาดการท่องเที่ยวของจีน นับว่าเป็นหนึ่งในตลาดนักท่องเที่ยวขนาดใหญ่ของโลก จากพื้นฐานประชากรจำนวนมาก การพัฒนาทางเศรษฐกิจและการขยายความเป็นเมือง ประกอบกับการคมนาคมที่ได้รับการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวมีความสะดวก ตั้งแต่ในปี 2566 เป็นต้นมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจีนฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งด้วยแรงหนุนจากปัจจัยหลายด้านทั้งความต้องการที่จะออกเดินทางท่องเที่ยวของชาวจีนหลังจากหลังถูกระงับมาเป็นเวลา 3 ปีในช่วงโควิด และนโยบายจีนที่เอื้อต่อการเดินทางท่องเที่ยวเข้าและขาออก นอกจากนี้ หลายประเทศรวมทั้งประเทศไทย ได้ออกนโยบายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีน อาทิ การยกเว้นวีซ่า หรือการลดขั้นตอนลดระยะเวลาในการขอวีซ่า ทำให้การออกเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นที่นิยมอย่างมากของชาวจีน ชาวจีนเดินทางท่องเที่ยวในประเทศรวม 4,891 ล้านครั้ง เพิ่มขึ้น 23.61 ล้านครั้งจากปีก่อน โดยในปี 2567 (มกราคม – กรกฎาคม) จีนมีคนเดินทางเข้าออกประเทศจำนวน 341 ล้านครั้ง ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 62.34 (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองชิงเต่า, 2567) โดยภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยวจีนในช่วงวันหยุดตรุษจีน Airbnb (2567) ได้เผยแพร่ข้อมูลของจีนว่า ชาวจีนมีการค้นหาเกี่ยวกับการเดินทางออกไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศในช่วงวันหยุดตรุษจีนเพิ่มขึ้น 3 เท่า โดยจุดหมายปลายทาง 10 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น ไทย นิวซีแลนด์ นอร์เวย์ ออสเตรเลีย เกาหลีใต้ มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา อิตาลี และอินโดนีเซีย ซึ่งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกครองสัดส่วนถึงร้อยละ 70

ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ได้กล่าวถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนได้เข้ามาลงทุนในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหลากหลายธุรกิจ ได้แก่ ภาคการท่องเที่ยว ภาคอสังหาริมทรัพย์ จนเกิดเป็นกลุ่มของคนจีน จากปัจจัยดังกล่าวจึงส่งผลให้จังหวัดเชียงใหม่เปลี่ยนจากเมืองท่องเที่ยวยอดนิยมของคนจีน กลายเป็นบ้านหลังที่ 2 โดยวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2566 นายพัลลภ แซ่จิว ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ได้ให้ข้อมูลแก่ประชาชาติธุรกิจว่า ปัจจุบันกลุ่มทุนจีนยังคงทยอยเข้ามาลงทุนในจังหวัดเชียงใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังรัฐบาลจีนเริ่มผ่อนคลายมาตรการและเปิดประเทศ ทำให้กลุ่มทุนจีนเริ่มขยายการลงทุนออกนอกประเทศมากขึ้น ซึ่งจังหวัดเชียงใหม่เป็นหนึ่งในเป้าหมายของกลุ่มทุนจีน ทั้งนี้ พบว่ามีการลงทุนใน 5 ธุรกิจหลัก ๆ

ประกอบด้วย ธุรกิจโรงแรม-ที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจทัวร์ ธุรกิจขนส่งหรือโลจิสติกส์ และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ทั้งนี้ พบว่ามีการลงทุนใน 5 ธุรกิจหลัก ๆ คือ ธุรกิจโรงแรม-ที่พัก, ธุรกิจร้านอาหาร, ธุรกิจทัวร์, ธุรกิจขนส่งหรือโลจิสติกส์ และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จากข้อมูลจากในพื้นที่ยังพบว่า การลงทุนธุรกิจโรงแรม-ที่พักในเขตตัวเมืองเชียงใหม่ของนักลงทุนจีนมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยมีการรวมตัวกันของทุนจีน 5-6 คน ที่นำเงินมาลงทุนร่วมกันคนละ 10 ล้านบาท หรือรวมกัน 50-60 ล้านบาท (ประมาณ 240-280 ล้านบาท) เพื่อซื้อกิจการโรงแรมย่านถนนท่าแพ รวมทั้งสร้างโรงแรมขนาดเล็กสไตล์บูติก ขนาด 10 ห้อง ทั้งนี้ ย่านที่ทุนจีนปักหมุดลงทุนมากที่สุดคือถนนท่าแพ ถนนมูลเมือง และเขตคูเมืองเชียงใหม่ ซึ่งเป็นย่านที่นักท่องเที่ยวจีนนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด (ประชาชาติธุรกิจ, 2566)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวสำคัญของประเทศไทย โดยเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารและบริการต่าง ๆ มีความต้องการแรงงานที่มีทักษะภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเพิ่มมากขึ้น โดยทักษะภาษาจีนเพื่อการสื่อสารที่จำเป็นที่สุด ได้แก่ การพูดและการฟัง เนื่องจากพนักงานต้องสื่อสารกับลูกค้าโดยตรง และปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการ เช่น อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ส่งผลต่อระดับการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในงาน รวมภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของนักท่องเที่ยวจีน ทำให้ธุรกิจร้านอาหารในเชียงใหม่ต้องปรับตัวเพื่อรองรับตรงกับงานวิจัย Zhang & Li (2020) ที่พบว่า ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในด้านการพูด ด้านการฟัง ด้านการเขียน และด้านการอ่านมีความสำคัญต่อการสื่อสาร และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ที่กล่าวว่า สามารถดำรงชีวิตได้โดยปราศจากปฏิสัมพันธ์และการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ในบริบทของการดำเนินธุรกิจ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ มีความต่อเนื่อง และสามารถดำเนินไปอย่างรวดเร็ว นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันพบว่าพนักงานส่วนใหญ่ยังขาดทักษะด้านการสื่อสารภาษาจีนเพื่อการสื่อสารซึ่งเป็นประเด็นเร่งด่วนที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญและดำเนินการแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากปัญหาดังกล่าวส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจ ชื่อเสียงองค์กร ภาพลักษณ์ของธุรกิจ ตลอดจนโอกาสในการขยายตัวในอนาคตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและภาคธุรกิจอื่น ๆ นอกจากนี้ การพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาจีนเพื่อการสื่อสารยังมีบทบาทสำคัญต่อการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

จากปัจจัยและเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาดังกล่าวและเล็งเห็นถึงความจำเป็นในการประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้รับจากการศึกษา เพื่อนำมาพัฒนาทักษะการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเพื่อการสื่อสารในด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน โดยมุ่งศึกษาความแตกต่างของระดับความต้องการพัฒนาในแต่ละทักษะ ตลอดจนสำรวจแนวทางการพัฒนาศักยภาพของพนักงานในด้านที่มีความจำเป็นต่อการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ ผลการศึกษาที่ได้รับสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อสนับสนุนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาศักยภาพด้านภาษาของพนักงานให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการในบริบทของธุรกิจต่อไป

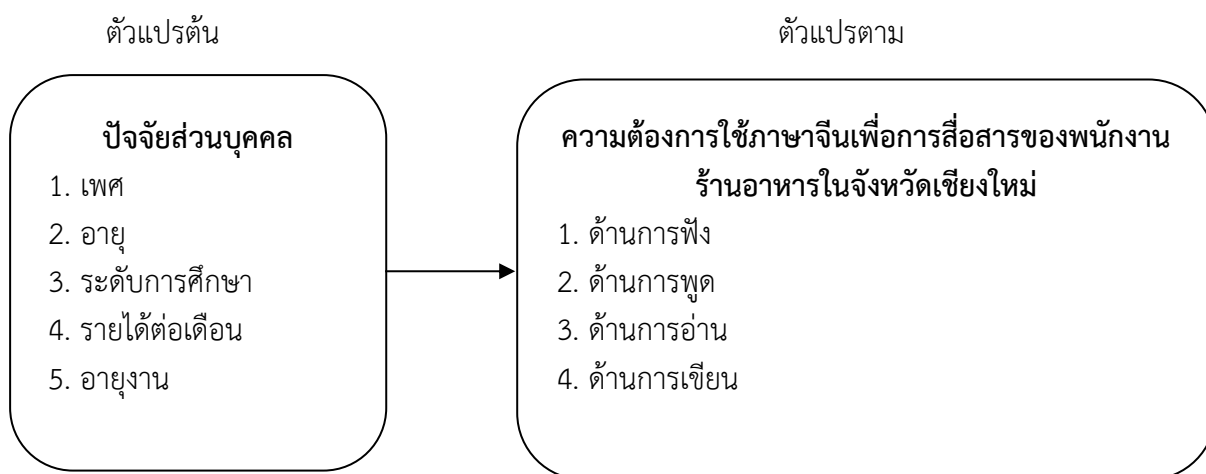
วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาความต้องการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารของพนักงานร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่
 - 2) เพื่อเปรียบเทียบความต้องการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารของพนักงานร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่
- จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาที่ได้จากงานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาทักษะการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเพื่อการสื่อสารของพนักงานในภาคธุรกิจ โดยเฉพาะในด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน ตามระดับความต้องการที่แตกต่างกัน หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการกำหนดนโยบายหรือแผนพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน นอกจากนี้ผู้ประกอบการสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมหรือพัฒนาโปรแกรมการเรียนรู้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารที่ตรงกับความต้องการของพนักงานมากยิ่งขึ้น เพื่อเสริมสร้างศักยภาพด้านภาษาที่จะส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานและความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระดับสากล

กรอบแนวคิด



สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ความต้องการการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารของพนักงานร้านอาหาร ในจังหวัดเชียงใหม่แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรคือ พนักงานร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 735 คน (Kaewsuan, 2021) หาขนาดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการของทาร์โร ยามาเน่ ได้จำนวน 260 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายด้วยวิธีการจับสลาก เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม จำนวน 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานร้านอาหารใน

จังหวัดเชียงใหม่เป็นแบบตรวจสอบรายการ และตอนที่ 2 เกี่ยวกับความต้องการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารของพนักงานร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นมาตราส่วนประมาณค่าจัดอันดับ 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert scale) มีค่าความเที่ยงตรง(Validity) อยู่ระหว่าง 0.6-1.0 มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ(Reliability) เท่ากับ 0.901 สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t-test เพื่อเปรียบเทียบตัวแปรด้านเพศ และการทดสอบ one way ANOVA สำหรับตัวแปรด้านอายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอายุงาน หลังจากพบความแตกต่างแล้วหาความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheff's Post Hoc Comparison method)

ผลการวิจัย (ตอนที่ 1 ผู้ทรงบางคนบอกว่าดีแล้ว บางคนให้ใส่ตารางผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และอธิบายได้ตารางพอ ที่เห็นว่าควรมีตารางสรุปภาพรวม ดีกว่าใส่ผลรายได้ แต่ที่ไม่มีตารางให้ ให้หลินใส่เพิ่ม)

ตอนที่ 1 ความต้องการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารของพนักงานร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ ภาพรวมและรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับความต้องการมากทุกด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการพูด ด้านการฟัง ด้านการเขียน และด้านการอ่าน ตามลำดับ

1. ด้านการฟัง โดยภาพรวม พบว่าอยู่ในระดับความต้องการมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อพบว่า อยู่ในระดับความต้องการมากที่สุด จำนวน 3 ข้อ และอยู่ในระดับความต้องการมาก จำนวน 4 ข้อ เรียงลำดับจากมากไป ดังนี้ ฟังเพื่อกรอกข้อมูลชาวจีน ฟังเพื่อตอบโต้การสนทนาทั่วไป ฟังรับคำสั่งและนำไปปฏิบัติ ฟังเทป วีดิโอ และภาพยนตร์เป็นภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร ฟังเป็นเรื่องทั่วไปเป็นภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร เช่น ภูมิอากาศ ความเป็นอยู่ และฟังข่าว ตามลำดับ

2. ด้านการพูด โดยภาพรวม พบว่าอยู่ในระดับความต้องการมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อพบว่า อยู่ในระดับความต้องการมากที่สุด จำนวน 4 ข้อ และอยู่ในระดับความต้องการมาก จำนวน 3 ข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ถามตอบเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว อธิบายถึงกฎระเบียบข้อบังคับของสถานที่ ทักทาย กล่าวต้อนรับ และอำลา ถามต้องการทราบข้อมูลจากผู้มาพัก (ชาวจีน) คุยเรื่องทั่วไปเป็นภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร เช่น ภูมิอากาศ ความเป็นอยู่ ขอร้องให้พูดซ้ำอีกครั้ง และถามตอบเกี่ยวกับระยะเวลา หรือเวลา ตามลำดับ

3. ด้านการอ่าน โดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับความต้องการมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อพบว่า อยู่ในระดับความต้องการมากที่สุด จำนวน 1 ข้อ และอยู่ในระดับความต้องการมาก จำนวน 6 ข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ อ่านแผนที่เส้นทาง อ่านชื่อข้อมูลและสถานที่ท่องเที่ยว อ่านจดหมายทางธุรกิจ อ่านจดหมายทางธุรกิจ อ่านหนังสือเดินทาง (Passport) อ่านประกาศ หรือข่าวสารต่างๆ อ่านบันทึกข้อความที่เป็นคำสั่ง และอ่านหนังสือพิมพ์ วารสาร และนิตยสารทั่วไป ตามลำดับ

4. ด้านการเขียน โดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับความต้องการมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อพบว่า อยู่ในระดับความต้องการมากที่สุด จำนวน 2 ข้อ และอยู่ในระดับความต้องการมาก จำนวน 5 ข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ เขียนรายการอาหาร / เครื่องดื่ม เขียนแผนที่และเส้นทางทางการท่องเที่ยว เขียน

บรรยาย / รายงานต่าง ๆ เขียนบันทึกข้อความจากการสนทนาทางโทรศัพท์ เขียนโน้ตการสนทนา ได้ตอบ ชักถาม เขียนคำสั่งที่ได้ฟังเพื่อไปปฏิบัติ และเขียนจดหมายส่วนตัวเป็นทางการ เช่น จดหมายขอบคุณ จดหมายแสดงความยินดี ตามลำดับ

ตอนที่ 2 เปรียบเทียบความต้องการในการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารของพนักงานร้านอาหารในจังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า

1. จำแนกตามเพศ พบว่า พนักงานร้านอาหารที่มีเพศต่างกัน มีความต้องการในการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร โดยภาพรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน

2. จำแนกตามอายุ พบว่า พนักงานร้านอาหารที่มีอายุต่างกัน มีความต้องการในการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร โดยภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อายุที่มีความแตกต่างกัน ด้านการพูด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความต้องการในการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร ด้านการฟัง ด้านการอ่าน และด้านการเขียน ไม่แตกต่างกัน

3. จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า พนักงานร้านอาหารที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความต้องการในการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร โดยภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นระดับการศึกษา ที่มีความแตกต่างกัน ด้านการฟัง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความต้องการในการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเพื่อการสื่อสาร ด้านการพูด ด้านการอ่าน และด้านการเขียน ไม่แตกต่างกัน

4. จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า พนักงานร้านอาหารที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความต้องการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร โดยภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน รายได้ต่อเดือนที่มีความแตกต่างกัน ด้านการฟัง ด้านการพูด และด้านการเขียน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 และมีความต้องการในการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเพื่อการสื่อสาร ด้านการอ่าน ไม่แตกต่างกัน

5. จำแนกตามอายุงาน พบว่าพนักงานร้านอาหารที่มีอายุงานต่างกันมีความต้องการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาแยกตามทักษะ พบว่า ความต้องการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเพื่อการสื่อสารด้านการฟังและการอ่านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ความต้องการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเพื่อการสื่อสารด้านการพูดและการเขียนไม่มีความแตกต่างกัน

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาสถานภาพและความต้องการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารของพนักงานร้านอาหารในจังหวัด เชียงใหม่ พบข้อมูลสำคัญดังนี้

1. ความต้องการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารของพนักงานร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ ภาพรวม และรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับความต้องการมากทุกด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการพูด ด้านการฟัง ด้านการเขียน และด้านการอ่าน ตามลำดับ
2. ความต้องการการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารของพนักงานร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ ไม่แตกต่างกัน ส่วน อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอายุงานที่แตกต่างกัน ความต้องการในการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารของพนักงานร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

เพื่อความต้องการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารของพนักงานร้านอาหาร จังหวัดเชียงใหม่ ความต้องการในการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเพื่อการสื่อสารอยู่ในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ เจนจิรา และคณะ (2565) ที่พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจบริการในจังหวัดเชียงใหม่ร้อยละ 82% ยืนยันความจำเป็นต้องใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในการทำงาน โดยเฉพาะในภาคการท่องเที่ยวและโรงแรม นอกจากนี้ วีรวรรณ (2564) ยังระบุว่าทักษะภาษาจีนเพื่อการสื่อสารของพนักงานบริการส่วนหน้าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจีน ซึ่งมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นถึง 35% ในพื้นที่ท่องเที่ยวหลักของไทยระหว่างปี 2562-2564

การศึกษาของ อรุณา และพันธกานต์ (2566) เกี่ยวกับการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมในธุรกิจโรงแรมพบว่าพนักงานที่ผ่านการฝึกอบรมภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเฉพาะทาง (เช่น ภาษาเพื่อการบริการโรงแรม) สามารถสร้างประสบการณ์เชิงบวกให้กับนักท่องเที่ยวได้มากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้ฝึกถึง 2.3 เท่า สอดคล้องกับแนวคิดของ บุษราคัม (2565) ที่ปรับปรุงกรอบ 6A's ของ Buhalis สำหรับยุคหลังโควิด-19 โดยเพิ่ม "ความสามารถทางภาษา (Language Proficiency)" เป็นองค์ประกอบที่ 7 ใน Ancillary Services เนื่องจากพบว่า 89% ของนักท่องเที่ยวจีนให้คะแนนความสำคัญของภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในบริการโรงแรมอยู่ในระดับสูงถึงสูงมากเพื่อเปรียบเทียบความต้องการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารของพนักงานร้านอาหาร จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารของพนักงานร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าพนักงานแผนกบริการส่วนหน้าของโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี มีความต้องการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวในระดับสูง โดยเฉพาะทักษะการพูดและการฟัง ซึ่งมีความจำเป็นต่อการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวจีน ทั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของวันเฉลิม พ่วงธรรมรงค์ (2561) และพนิดา เจียมสมัย (2561) ที่เน้นย้ำถึงความสำคัญของทักษะภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในภาคธุรกิจบริการ

เมื่อเปรียบเทียบกับพนักงานร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าความต้องการทักษะ ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารมีแนวโน้มสอดคล้องกับภาคธุรกิจบริการอื่น ๆ โดยเฉพาะในด้านการสื่อสารกับลูกค้าและการประสานงาน การพัฒนาทักษะการฟังและการพูดภาษาจีนเพื่อการสื่อสารของพนักงานร้านอาหารจึงเป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีภาษาอื่นๆ เช่น ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารกลาง ภาษาเกาหลี และภาษารัสเซีย เพื่อได้นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ ตามแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ
2. การวิจัยเพื่อพัฒนาการผลิตสื่อออกแบบเนื้อหาเป็นภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในรูปแบบบทสนทนาสำหรับภาคอุตสาหกรรมบริการ เพื่อแนะนำสถานที่ การโต้ตอบ แนะนำอธิบายสถานที่ต่าง ๆ ของจังหวัดเชียงใหม่
3. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การทำงานและความสามารถในการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารของพนักงานในร้านอาหาร รวมการสำรวจความต้องการในการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในด้านต่างๆ โดยพิจารณาจากปัจจัยทางด้านการฝึกอบรมหรือการพัฒนาทักษะภาษา

กิตติกรรมประกาศ

ในการดำเนินวิจัยฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงได้ ผู้วิจัยขอแสดงความกตัญญูอย่างยิ่งต่อผู้มีพระคุณทุกท่าน ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลในพื้นที่ศึกษาทุกท่านที่เสียสละเวลาให้สัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามอย่างเต็มที่ ซึ่งประสบการณ์ตรงของท่านเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ ทั้งนี้ความสำเร็จส่วนหนึ่งยังมาจากกำลังใจสำหรับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และผู้ทรงตรวจสอบเครื่องมือ ผู้วิจัยตระหนักดีว่าผลงานนี้จะไม่บรรลุเป้าหมายได้หากปราศจากความร่วมมือของทุกท่าน จึงขออาราธนาคุณความดีจากงานวิจัยนี้เป็นเครื่องตอบแทนบุญคุณแก่ผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพอย่างสูง

เอกสารอ้างอิง

- เจนจิรา วัฒนศิริ, สุทธิพร โชติวรรณ, และคณะ.(2565). ความต้องการทักษะภาษาจีนเพื่อการสื่อสารในธุรกิจบริการเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-จีน. วารสารวิจัยทางธุรกิจและการจัดการ, 12(3), 45-62.
- บุษราคัม เกียรติศักดิ์ (2565). การปรับปรุงโมเดล 6A's สำหรับการท่องเที่ยวหลังยุคโควิด: มิติใหม่ของการบริการภาษา.การประชุมวิชาการนานาชาติด้านการจัดการการท่องเที่ยว ครั้งที่ 10. ประชาชาติธุรกิจ. (2566, 5 กุมภาพันธ์). เชียงใหม่ จากเมืองท่องเที่ยวยอดฮิต เป็น “บ้านหลังที่ 2” ของคนจีน.ออนไลน์ <https://www.prachachat.net/local-economy/news-1195722>.
- พนิดา เจียมสมัย(2561) การศึกษาการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเพื่อการสื่อสาร: กรณีศึกษาพนักงานขายสินค้าชาวไทย บริษัท คิง เพาเวอร์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด
- วันเฉลิม พ่วงธรรมรงค์. (2561). ความต้องการใช้ภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวของพนักงานแผนกบริการส่วนหน้าของโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี. วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ, 6(2), 74-79.

- วีรวัฒน์ สิทธิพันธ์ (2564). ผลกระทบของความสามารถทางภาษาต่างประเทศต่อความพึงพอใจ ของ
นักท่องเที่ยวจีนกรณีศึกษา 3 จังหวัดท่องเที่ยวหลัก.การท่องเที่ยวและบริการสมัยใหม่, 8(2), 112-1 130.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค, สำนักพิมพ์ บริษัทธีระฟิล์ม และไซเท็ก จำกัด, กรุงเทพฯ
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองชิงต่าว. (2567, 24 ธันวาคม). ข้อมูลของสำนักงาน
ตรวจคนเข้าเมืองแห่งชาติจีน. <https://www.chinairn.com/hyzx/20241212/105637580.shtml>
- Kaewsuwan, S., et al. (2021). Labor Market Needs in Chiang Mai's Service Sector. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*.
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*.
- อรุณา เมตตาทธรรม และพันธกานต์ ศรีสุข (2566). การสื่อสารข้ามวัฒนธรรมในธุรกิจบริการ: การศึกษาผลการฝึก
อบรมภาษาจีนเพื่อการสื่อสารเฉพาะทาง.วารสารภาษาศาสตร์ประยุกต์, 20(1), 78-95.
- Zhang, Y., & Li, X. (2020). Chinese Language Demand in Southeast Asia's Tourism
Industry. *Journal of Hospitality and Tourism Research*.