

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยจำแนกตามหน้าที่ทางภาษาในการขายสินค้าและศึกษาการใช้ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษของผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยาในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีจำนวน 30 คน โดยแบ่งเป็นเขตพัทยาเหนือ เขตพัทยากลางและเขตพัทยาใต้ เขตละ 10 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการบันทึกเสียงบทสนทนา การใช้แบบสอบถามและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการทางสถิติได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผู้วิจัยนำเสนอสรุปผลการวิจัยการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษและลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ

#### สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์การใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษ โดยจำแนกตามหน้าที่ทางภาษาของผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตพบว่า กลวิธีการสื่อสารที่ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยใช้ มีความแตกต่างกันเมื่อมีการใช้หน้าที่ทางภาษาที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างใช้กลวิธีการสื่อสารจำนวน 12 กลวิธีและใช้หน้าที่ทางภาษาจำนวน 8 หน้าที่ กลวิธีการสื่อสารที่พบการใช้มากเป็น 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับการใช้จากมากไปน้อยได้แก่ การพูดตามแบบแผน การใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ และการแปลความหมายตามภาษาแม่ กลวิธีการสื่อสารที่พบการใช้น้อยที่สุดมี 2 กลวิธีคือ การใช้คำจำกัดกลุ่มและการขอความร่วมมือ หน้าที่ทางภาษาที่พบการใช้มากเป็น 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับการใช้จากมากไปน้อยได้แก่ การแนะนำคุณภาพสินค้า การบอกและต่อรองราคาและ การสอบถามความต้องการของลูกค้า หน้าที่ทางภาษาที่พบการใช้น้อยที่สุดได้แก่ การรับคืนและเปลี่ยนสินค้า

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยใช้ลักษณะภาษาอังกฤษครบทั้ง 16 ลักษณะและใช้กลวิธีการสื่อสารครบทั้ง 16 กลวิธี โดย

ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษที่พบการใช้มากเป็น 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับการใช้จากมากไปน้อยได้แก่ การขึ้นต้นประโยคด้วยคำกริยาโดยละประธานในการต่อรองราคา การพูดปฏิเสธโดยใช้โครงสร้าง *no + คำกริยา* และการพูดปฏิเสธโดยใช้โครงสร้าง *no + คำนาม* ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษที่พบการใช้ที่น้อยที่สุดได้แก่ การใช้ประโยคปฏิเสธ กลวิธีการสื่อสารที่พบการใช้มากเป็น 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับการใช้จากมากไปน้อยได้แก่ การพูดตามแบบแผน การใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ และการบอกลักษณะส่วนประกอบ กลวิธีการสื่อสารที่พบการใช้ที่น้อยที่สุดได้แก่ การบอกคุณสมบัติทางด้านประวัติความเป็นมา

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพที่ได้จากการสังเกตพบว่า ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้กลวิธีการสื่อสารที่อยู่นอกเหนือจากกรอบการวิจัย 2 กลวิธีได้แก่ การสร้างสิ่งแวดล้อมทางภาษาในการขายสินค้า และการสื่อสารโดยใช้เรื่องทั่วไปและพบลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษตามกรอบการวิจัย 3 ลักษณะได้แก่ การปนรหัส ประโยคไม่สมบูรณ์และการไม่เต็มปัจจัยคงในคำนามพหูพจน์

### อภิปรายผล

1. การใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยจำแนกตามหน้าที่ทางภาษาของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

จากผลการวิจัยการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยจำแนกตามหน้าที่ทางภาษาของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

เมื่อพิจารณาถึงรูปแบบการสนทนาสื่อสารระหว่างผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี สามารถกล่าวได้ว่า ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยมีแรงจูงใจในการใช้ภาษาอังกฤษในการสนทนาขายสินค้า เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต้องการที่จะซื้อสินค้า ในขณะที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยก็ต้องการขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเช่นกัน ด้วยแรงจูงใจนี้ ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยจึงต้องใช้ภาษาอังกฤษในการสนทนาสื่อสารเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการขายสินค้า โดยกลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีใช้มากเป็น 3 อันดับแรก ในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เรียงตามลำดับการใช้จากมากไปน้อยได้แก่ การพูดตามแบบแผน การใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ และการแปลความหมายตามภาษาแม่ ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

## 1. กลวิธีการพูดตามแบบแผน

ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้กลวิธีการพูดตามแบบแผนใน 2 รูปแบบ ได้แก่ คำพูดสุภาพตามแบบแผน (Biber et al., 1999, p. 1093) ซึ่งเป็นถ้อยคำภาษาอังกฤษที่ถูกต้องตามแบบแผนที่ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยใช้สนทนาโต้ตอบกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในหน้าที่ต่าง ๆ ทางภาษา เช่น การพูดว่า “Hi” “Hello” “How are you?” ในหน้าที่การทักทาย การพูดว่า “Thank you” “See you” หรือ “Bye bye” ในหน้าที่การกล่าวลาและกลวิธีการพูดตามแบบแผนในอีกรูปแบบหนึ่งได้แก่ การใช้ถ้อยคำภาษาอังกฤษที่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ (Prefabricated Pattern) ในหน้าที่ต่าง ๆ ทางภาษา เช่น การพูดว่า “May I help you (madam/sir)?” ในหน้าที่การสอบถามความต้องการของลูกค้า การพูดว่า “This is good.” หรือ “It’s not heavy.” ในหน้าที่การแนะนำคุณภาพของสินค้า การพูดว่า “I’ll give you a discount.” ในหน้าที่การบอกและต่อรองราคา เป็นต้น การที่ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้กลวิธีการพูดตามแบบแผนในรูปแบบของคำพูดสุภาพตามแบบแผนในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ สืบเนื่องมาจากคำพูดสุภาพตามแบบแผนที่ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยใช้เป็นถ้อยคำภาษาอังกฤษที่ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยเคยได้รับการศึกษาในการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษในระดับการศึกษาภาคบังคับของประเทศไทย ได้แก่ ระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551) นอกจากนี้ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยยังได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมกับผู้วิจัยว่า การที่ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี สามารถใช้ถ้อยคำภาษาอังกฤษที่ถูกต้องตามแบบแผนในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ อาจสืบเนื่องมาจากผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยได้ไปเข้ารับการอบรมทางด้านการสนทนาภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าที่จัดขึ้นโดยภาครัฐเป็นครั้งคราวและผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยที่ไปเข้ารับการอบรมได้นำความรู้ที่ได้รับจากการอบรมมาถ่ายทอดโดยการสอนหรือแนะนำให้แก่ ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยรายอื่นๆต่อไป

## 2. กลวิธีการใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ

ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้กลวิธีการใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ มากเป็นอันดับที่สองในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ นิภาพร เล่าเทียนไชย (2547, บทคัดย่อ) ซึ่งศึกษาวิจัยการใช้กลวิธีการสื่อสารของผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยบริเวณพัฒนาพงศ์ กรุงเทพมหานครพบว่า ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยจบการศึกษาสูงสุดในระดับต่ำกว่าชั้นมัธยมศึกษาเป็นส่วนใหญ่และใช้กลวิธีการใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ ในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมากเป็นอันดับที่สอง การที่ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยทั้งในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้กลวิธีการใช้คำสั้น ๆ

และง่าย ๆ ในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ อาจสืบเนื่องมาจากผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยต้องการให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกิดความเข้าใจในการสนทนาขายสินค้าจากการสนทนาที่รวดเร็วและถูกต้อง ซึ่งการเลือกใช้กลวิธีการสื่อสารให้เหมาะสมกับการสนทนาขายสินค้าจะส่งผลให้สื่อความหมายได้รวดเร็วและทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความประทับใจในตัวผู้ประกอบการค้า (สมยศ สุภาชี, 2548, หน้า 61) ดังนั้นหากผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี สนทนาขายสินค้าโดยใช้โครงสร้างประโยคที่ซับซ้อนหรือมีความยาวซึ่งต้องใช้พื้นฐานความรู้ภาษาอังกฤษและเวลามากที่มากขึ้นในการคิดสร้างประโยค อาจทำให้เกิดข้อผิดพลาดและสื่อสารได้ไม่ตรงความหมายที่ต้องการ เนื่องจากผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเหล่านี้มีความจำกัดทางความรู้ด้านภาษาอังกฤษ ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอาจไม่เข้าใจความหมายในการสนทนา ส่งผลให้ขายสินค้าไม่ได้และจากการที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติม โดยบอกเล่ากับผู้วิจัยว่า จากประสบการณ์ในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี การใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ ในการสนทนาขายสินค้าสามารถทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้าใจความหมายของถ้อยคำที่ใช้ในการสนทนาขายสินค้า ทำให้ขายสินค้าได้ ทั้งนี้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ ที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้ในการสนทนาขายสินค้าเป็นคำหรือกลุ่มคำสำคัญของความหมายที่ต้องการสื่อสาร เมื่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ฟังจึงสามารถเข้าใจในคำหรือกลุ่มคำที่สั้นๆง่าย ๆ เหล่านี้ได้ เช่น เมื่อผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยรายหนึ่งต้องการพูดว่าสินค้านั้นมีคุณภาพดี ผู้ขายสินค้าจะใช้คำพูดสั้น ๆ และง่าย ๆ ว่า “good” หรือ “very nice” หรือเมื่อต้องการพูดว่าสินค้านั้นมีราคาถูกก็ใช้คำพูดสั้น ๆ และง่าย ๆ ว่า “cheap cheap” หรือ “not expensive” หรือเมื่อต้องการพูดสื่อความหมายว่า “ลดราคาได้” ก็จะใช้คำพูดสั้น ๆ และง่าย ๆ ว่า “discount” เป็นต้น

จากการที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้คำหรือกลุ่มคำที่สั้น ๆ และง่าย ๆ ซึ่งเป็นใจความสำคัญของความหมายที่ต้องการสื่อสารในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับการใช้กลวิธีการใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ ของนิภาพร เล่าเทียนไชย (2547, หน้า 106) ที่กล่าวว่า กลวิธีการใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ เป็นกลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษในชั้นพื้นฐานที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้สนทนากับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและเป็นกลวิธีการสื่อสารที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยสามารถใช้ได้ง่าย อีกทั้งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเองอาจจะเข้าใจในความหมายที่สื่อสารได้จากบริบทแวดล้อม (Surrounding Context) ในการสนทนาขายสินค้า โดยคำสั้น ๆ และง่าย ๆ ที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้เป็นคำสำคัญเกี่ยวกับความหมายที่จำเป็นในการสนทนาและผู้ขายสินค้า

แบบแปลนชาวไทยจะไม่คำนึงถึงความถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ภาษาอังกฤษในการสนทนาสื่อสาร โดยกลวิธีการใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ

### 3. กลวิธีการแปลความหมายตามภาษาแม่

ผู้ขายสินค้าแบบแปลนชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้กลวิธีการสื่อสารการแปลความหมายตามภาษาแม่ ในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ สอดคล้องกับผลการวิจัยของนิภาพร เล่าเทียนไชย (2547, หน้า 93) ที่พบว่า ผู้ขายสินค้าแบบแปลนบริเวณพัฒนาพงศ์ กรุงเทพมหานคร สนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยใช้กลวิธีการแปลความหมาย (Literal Translation) และยังคงสอดคล้องกับผลการวิจัยของสมยศ สุภาภี (2548, หน้า 43) ที่พบว่า ผู้ประกอบการแบบแปลนบริเวณไนท์บাজার จังหวัดเชียงราย ใช้กลวิธีการแปลความหมายตรงตัวในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของพินทอง คำแสน (2544, บทคัดย่อ) ที่พบว่า ผู้ขายสินค้าแบบแปลนชาวไทยย่านไนท์บাজার จังหวัดเชียงใหม่ ใช้กลวิธีการแปลตามตัวอักษรในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอันเป็นผลมาจากการขาดความรู้ด้านคำศัพท์ภาษาอังกฤษ

กลวิธีการแปลความหมายเป็นกลวิธีการสื่อสารที่ผู้ขายสินค้าแบบแปลนชาวไทยแปลความหมายจากภาษาแม่ไปสู่ภาษาเป้าหมาย ผู้ขายสินค้าแบบแปลนชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้กลวิธีการแปลความหมายตามภาษาแม่โดยใช้วิธีการนี้ถึงใจความในโครงสร้างประโยคที่เป็นภาษาไทยก่อนแล้วจึงเรียงและพูดแปลใจความนั้นเป็นภาษาอังกฤษตามลำดับโครงสร้างของประโยคภาษาไทยที่คิดขึ้นก่อนหน้า เช่น ผู้ขายสินค้าประเภทของเล่นพูดกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยใช้กลวิธีการแปลความหมายตามภาษาแม่เพื่อแนะนำคุณภาพของสินค้าว่า "I give battery you free." โดยผู้ขายสินค้าแบบแปลนชาวไทยคิดประโยคภาษาไทยขึ้นก่อนว่า "ผมแถมแบตเตอรี่ให้คุณฟรี" แล้วจึงถ่ายทอดเป็นประโยคภาษาอังกฤษโดยเรียงตามใจความในโครงสร้างประโยคภาษาไทยนั้น ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของกลวิธีการแปลความหมายซึ่งนิภาพร เล่าเทียนไชย (2547, หน้า 107) และทาโรนและยูล (Tarone & Yule, 1989, p. 111) ได้กล่าวตรงกันว่า กลวิธีการแปลความหมายเป็นกลวิธีการสื่อสารที่ใช้การแปลความหมายจากภาษาแม่ไปสู่ภาษาอังกฤษหรือภาษาที่สองในลักษณะการแปลแบบคำต่อคำ (Word-by-word Translation)

ผู้ขายสินค้าแบบแปลนชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้กลวิธีการแปลความหมายตามภาษาแม่ในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ อาจสืบเนื่องมาจากระดับการศึกษาที่จำกัดของผู้ขายสินค้าแบบแปลนชาวไทย กล่าวคือ ผู้ขายสินค้าแบบแปลนชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาสูงสุดในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มากเป็นอันดับหนึ่ง จึงทำให้ผู้ขายสินค้าแบบแปลนชาวไทยอาจจะมี

พื้นฐานความรู้ภาษาอังกฤษที่จำกัดจึงอาจไม่สามารถใช้โครงสร้างของกลุ่มคำหรือประโยคภาษาอังกฤษที่มีความยาวหรือซับซ้อนและถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ภาษาอังกฤษได้ ดังนั้นเมื่อผู้ขายสินค้าแบบแฟลตลอยชาวไทยต้องการพูดกลุ่มคำหรือประโยคภาษาอังกฤษในหน้าที่ต่าง ๆ ทางภาษาในการขายสินค้า ผู้ขายสินค้าแบบแฟลตลอยชาวไทยจึงสร้างประโยคภาษาอังกฤษเพื่อใช้ในการสนทนาโดยใช้วิธีเดียวกันกับที่ใช้สร้างประโยคในภาษาไทย โดยเป็นผลมาจากการแทรกซ้อนทางภาษา (Language Interference) ซึ่งในบางครั้งเป็นการถ่ายโยงทางความหมายจากภาษาไทยไปสู่ภาษาอังกฤษโดยไม่คำนึงถึงหลักไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ ซึ่งสอดคล้องกับที่ดัสโควา (Duskova, 1969 อ้างถึงใน นิภาพร เล่าเทียนไชย, 2547, หน้า 102) กล่าวว่า ผู้เรียนชาวเช็กไม่คำนึงถึงหลักไวยากรณ์ภาษาอังกฤษในการเรียงลำดับคำภาษาอังกฤษและผลการวิจัยของดัสโควา ยังพบด้วยการแทรกซ้อนทางภาษาจากภาษาแม่เป็นปัจจัยสำคัญของความผิดพลาดในการใช้โครงสร้างของภาษาเป้าหมาย ดังตัวอย่างประโยคที่ผู้ขายสินค้าแบบแฟลตลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยาที่ขายสินค้าประเภทของที่ระลึกพูดต่อรองราคาว่า “I discount for you.” ตามการเรียงลำดับโครงสร้างของประโยคภาษาไทยที่คิดขึ้นก่อนหน้าว่า “ฉันลดให้คุณ” หรือพูดแนะนำคุณภาพสินค้าว่า “I made myself.” ตามลำดับโครงสร้างของประโยคภาษาไทยที่คิดขึ้นก่อนหน้าว่า “ผมทำด้วยตัวเอง” การเรียงลำดับคำในประโยคภาษาอังกฤษตัวอย่างทั้งสองนี้มีความผิดพลาดในการเรียงลำดับคำตามหลักไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ (นิภาพร เล่าเทียนไชย, 2547, หน้า 102)

แม้ว่าผู้ขายสินค้าแบบแฟลตลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีจะมีพื้นฐานความรู้ภาษาอังกฤษที่จำกัด ผู้ขายสินค้าแบบแฟลตลอยชาวไทยเหล่านี้ยังคงมีความจำเป็นต้องใช้ภาษาอังกฤษในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สามารถขายสินค้าได้และเมื่อผู้ขายสินค้าแบบแฟลตลอยชาวไทยต้องเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคในการสนทนาขายสินค้า ผู้ขายสินค้าแบบแฟลตลอยชาวไทยจึงต้องพยายามใช้กลวิธีการสื่อสารต่าง ๆ เพื่อช่วยแก้ปัญหาและเอาชนะอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการสนทนาขายสินค้า การใช้กลวิธีการสื่อสารต่าง ๆ ส่วนใหญ่แล้วจะเกี่ยวเนื่องกับความคิดของผู้ขายสินค้าแบบแฟลตลอยชาวไทยในการตัดสินใจเลือกใช้กลวิธีการสื่อสารที่ทำให้เกิดความสะดวกและประสบความสำเร็จในการสนทนาขายสินค้าหรือไม่ทำให้เกิดความล้มเหลวในการสนทนาขายสินค้าในสถานการณ์ต่าง ๆ (นิภาพร เล่าเทียนไชย, 2547, หน้า 105-106)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตพบว่า ผู้ขายสินค้าแบบแฟลตลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีไม่ใช้กลวิธีการสื่อสารจำนวน 6 กลวิธีในการสนทนาขายสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ การแสดงท่าทางแทนคำพูด การเปรียบเทียบโดยใช้คำเหมือน

การพูดความหมายตรงข้าม การบอกลักษณะส่วนประกอบ การบอกคุณสมบัติด้านประวัติความเป็นมาและการแก้ไขด้วยตนเอง ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีไม่ใช้กลวิธีการแสดงท่าทางแทนคำพูดอาจสืบเนื่องมาจากการใช้กลวิธีการแสดงท่าทางแทนคำพูดเป็นการใช้ท่าทางเพียงอย่างเดียวโดยไม่ใช้คำพูด ดังนั้นหากผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้กลวิธีนี้ในการสนทนาขายสินค้า อาจทำให้เกิดความสับสนและผิดพลาดในการสนทนาขายสินค้าระหว่างผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ (สมยศ สุภาณี, 2548, หน้า 63)

ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีไม่ใช้กลวิธีการสื่อสาร 5 กลวิธี ได้แก่ การเปรียบเทียบโดยใช้คำเหมือน การพูดความหมายตรงข้าม การบอกลักษณะส่วนประกอบ การบอกคุณสมบัติด้านประวัติความเป็นมาและการแก้ไขด้วยตนเอง เนื่องจากกลวิธีการสื่อสารทั้ง 5 กลวิธีดังกล่าวเป็นกลวิธีการสื่อสารที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยต้องใช้พื้นฐานความรู้ภาษาอังกฤษในการสร้างประโยคเพื่อสื่อความหมาย (Paribakht, 1985, pp. 135-136) ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยจึงอาจต้องใช้เวลาที่มากขึ้นในการคิดโครงสร้างประโยคที่ซับซ้อนหรือยาวขึ้นซึ่งอาจจะทำให้สื่อสารได้ไม่ตรงตามความหมายที่ต้องการ ส่งผลให้ผู้ขายสินค้าไม่ได้ ทั้งนี้ผู้ประกอบการค้าแผงลอยควรเลือกวิธีการสื่อสารให้เหมาะสมกับการสื่อสารซึ่งจะส่งผลให้สื่อความหมายได้รวดเร็วและทำให้นักท่องเที่ยวที่มีความประทับใจผู้ประกอบการค้า (สมยศ สุภาณี, 2548, หน้า 61)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตพบว่า หน้าที่ทางภาษาที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้ในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมากเป็น 3 อันดับแรก ได้แก่ การแนะนำคุณภาพของสินค้า การบอกและต่อรองราคา และการสอบถามความต้องการของลูกค้า ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

หน้าที่ทางภาษาในการขายสินค้าทั้ง 3 หน้าที่ ได้แก่ การแนะนำคุณภาพของสินค้า การบอกและต่อรองราคาและการสอบถามความต้องการของลูกค้า เป็น 3 หน้าที่ทางภาษาหลักที่มีความสำคัญและจำเป็นในการสนทนาขายสินค้า อีกทั้งยังมีผลต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ในการสนทนาขายสินค้านั้นคือการขายสินค้าได้ ทั้งนี้ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี สนทนาขายสินค้าโดยใช้หน้าที่ทางภาษาทั้ง 3 หน้าที่ดังกล่าวข้างต้นเรียงตามลำดับ ได้แก่ การสอบถามความต้องการของลูกค้า การแนะนำคุณภาพของสินค้าและการบอกและต่อรองราคา

จากการสังเกตการใช้หน้าที่ทางภาษาในการสนทนาขายสินค้าไม่พบว่า ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีใช้หน้าที่ทางภาษา 4 หน้าที่ในการสนทนา

ขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้แก่ การขายส่งสินค้าเป็นจำนวนมาก การชำระเงินด้วยบัตรเครดิตหรือเช็ค การคิดราคาผิดหรือทอนเงินให้ลูกค้าผิดและการบริการส่งสินค้า อาจสืบเนื่องมาจากว่า การขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเป็นการขายสินค้าแบบปลีก นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมซื้อสินค้าจากผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในจำนวนไม่มากจึงทำให้ไม่พบการใช้หน้าที่ทางภาษากการขายส่งสินค้าเป็นจำนวนมากและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทุกรายจะชำระค่าสินค้าเป็นเงินสดทั้งสิ้นจึงทำให้ไม่พบการใช้หน้าที่ทางภาษากการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตหรือเช็ค อีกทั้งผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยจะมีความระมัดระวังและรอบคอบเป็นอย่างมากในการรับเงินสดค่าสินค้าและการทอนเงินคืน ทำให้ไม่พบว่าผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยคิดราคาสินค้าผิดหรือทอนเงินให้ลูกค้าผิด นอกจากนี้จากการที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซื้อสินค้าในจำนวนไม่มากและสินค้านั้นมีขนาดเล็กหรือไม่ใหญ่มากดังนั้นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจึงสามารถนำสินค้ากลับเองได้ ด้วยเหตุนี้จึงไม่พบการใช้หน้าที่การบริการส่งสินค้า

จากการสังเกตการณ์สนทนาขายสินค้าของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยที่ขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีพบว่า ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้กลวิธีการสื่อสารที่อยู่นอกเหนือจากกรอบการวิจัย 2 กลวิธี ได้แก่ กลวิธีการสร้างสิ่งแวดล้อมทางภาษาในการขายสินค้า และกลวิธีการสื่อสารโดยใช้เรื่องทั่วไป ซึ่งกลวิธีการสร้างสิ่งแวดล้อมทางภาษาในการขายสินค้าของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยที่ขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ได้แก่ การจัดวางเรียงสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ ในบริเวณร้านค้าเพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเกิดความสนใจและต้องการซื้อสินค้า (คณิต สันทบ, 2552) เช่น การจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่อย่างเป็นระเบียบและวางเป็นชั้นลดหลั่นกันไปเพื่อให้โอกาสลูกค้าได้เห็นสินค้าได้มากและให้ลูกค้าสามารถเลือกดูสินค้าได้เองเพื่อเพิ่มความต้องการซื้อ (โซห่วยสุดเฉียบ, 2552) หรือการใช้ป้ายเพื่อบอกข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้าเพื่อช่วยให้เกิดความสะดวกในการขายสินค้า (หน้าที่ของป้ายฉลาก, 2552) ได้แก่ ป้ายบอกราคาหรือลดราคาเช่น “3 FOR 100” “SALE” เป็นต้น ป้ายบอกประเภทสินค้า ได้แก่ ป้ายบอกประเภทผลไม้ เช่น “Durian 1 kilo/ 100” เป็นต้น ป้ายบอกขนาดเครื่องแต่งกาย เช่น “S M L XL XXL” เป็นต้น การที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีใช้กลวิธีการสร้างสิ่งแวดล้อมทางภาษาในการขายสินค้า เนื่องมาจากการสร้างสิ่งแวดล้อมทางภาษาในการขายสินค้าโดยการจัดวางเรียงสินค้าและการใช้ป้ายบอกข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าเป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญในการช่วยให้ขายสินค้าได้ นอกจากนี้ยังทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าได้เร็วขึ้น (หน้าที่ของป้ายฉลาก, 2552) หากผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยจัดร้านไม่สวยงาม หรือไม่มีป้ายบอกข้อมูล

ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสินค้า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอาจจะไม่สนใจหรือไม่ต้องการที่จะซื้อสินค้า เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอาจคิดว่าสินค้านั้นมีราคาแพงหรือในสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอาจคิดว่าเครื่องแต่งกายที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยจำหน่าย ไม่มีขนาดที่ตนเองจะสวมใส่ได้ ทั้งนี้กลวิธีการสร้างสิ่งแวดล้อมทางภาษาในการขายสินค้าสามารถจัดอยู่ในหน้าที่ทางภาษาในการขายสินค้า ได้แก่ การแนะนำคุณภาพของสินค้า นอกจากนี้ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้กลวิธีการสื่อสารโดยใช้เรื่องทั่วไปในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเป็นมิตรและความเป็นกันเองกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยคาดหวังที่จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ รู้สึกประทับใจในการขายสินค้าและชักชวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศรายอื่น ๆ ให้มาซื้อสินค้าที่ร้านของตนอีก การสื่อสารโดยใช้เรื่องทั่วไปเป็นการสนทนาที่ช่วยเสริมสร้างบรรยากาศในการสนทนาระหว่างผู้ที่ไม่คุ้นเคยกันหรือผู้ที่พบกันเป็นครั้งแรกให้ดีขึ้น แม้ว่าบุคคลจะรู้สึกเหนื่อยในขณะที่สนทนาโดยใช้ภาษาที่สองหรือภาษาเป้าหมายซึ่งได้แก่ภาษาอังกฤษ หัวข้อที่เหมาะสมของการพูดเรื่องทั่วไป ได้แก่ สภาพดินฟ้าอากาศ เหตุการณ์ปัจจุบัน เช่น ข่าวกีฬาหรือข่าวบันเทิง เป็นต้น เรื่องทั่วไปที่คู่สนทนาเข้าใจตรงกัน การชมเกี่ยวกับเสื้อผ้าและทรงผมของกลุ่มสนทนาหรือการถามว่าคู่สนทนาเดินทางมาจากสถานที่ใด เป็นต้น (Small Talk, 2009)

2. การใช้ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตพบว่า ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีใช้ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษตามกรอบการวิจัยในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 3 ลักษณะ ได้แก่ การปนรหัส ประโยคไม่สมบูรณ์ และการไม่เติมปัจจัยคงในคำนามพหูพจน์ การที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีใช้ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษแบบการปนรหัสโดยใช้คำภาษาไทยขึ้นต้นหรือลงท้ายคำ กลุ่มคำหรือประโยคภาษาอังกฤษ ได้แก่ การใช้คำว่า “อันนี้” ขึ้นต้นคำหรือกลุ่มคำ เช่น “อันนี้ six hundred” “อันนี้ no discount” เป็นต้น การใช้คำว่า “แล้ว” “แล้วกัน” ลงท้ายกลุ่มคำหรือประโยค เช่น “cheap cheap แล้ว” “Two twenty แล้วกัน” เป็นต้น ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษในการใช้คำภาษาไทยขึ้นต้นหรือลงท้ายคำ กลุ่มคำหรือประโยคภาษาอังกฤษนี้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุปัญญา ชมจินดา (2538, หน้า 47-54) ที่พบว่า ผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย ย่านถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร ใช้ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษแบบการปนรหัสในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยใช้คำภาษาไทยขึ้นต้นหรือลงท้ายประโยค

ภาษาอังกฤษ โดยคำว่า “อันนี้” ที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้ขึ้นต้นประโยคภาษาอังกฤษมีหน้าที่เป็นประธานของประโยคเช่นเดียวกับที่ใช้ในประโยคภาษาไทย และอาจเป็นเครื่องหมายที่แสดงว่าผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยต้องการให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศหันมาสนใจในเรื่องที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยกำลังจะสนทนาต่อไป (Attention Marker) (สุปัญญา ชมจินดา, 2538, หน้า 48) การใช้คำว่า “แล้ว” ของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีลงท้ายกลุ่มคำหรือประโยคภาษาอังกฤษโดยทำหน้าที่ขยายคำวิเศษณ์ในภาษาอังกฤษ เป็นการสื่อความหมายเช่นเดียวกับที่ใช้ในประโยคภาษาไทย โดยผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยต้องการสื่อความหมายในเชิงให้ความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศว่าสินค้าที่ตนเองจำหน่ายมีราคาถูก (สุปัญญา ชมจินดา, 2538, หน้า 52) เช่น พูดว่า “cheap cheap แล้ว” หรือ “I discount แล้ว” เป็นต้น ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้คำว่า “แล้วกัน” ลงท้ายกลุ่มคำหรือประโยคภาษาอังกฤษ เช่น “Two twenty แล้วกัน” “I give you three hundred แล้วกัน” เป็นต้น ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีใช้คำว่า “แล้วกัน” เพื่อสื่อความหมายในเชิงประนีประนอม (Compromise) หรือเพื่อให้ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ตัดสินใจในการซื้อสินค้าเช่นเดียวกับเมื่อใช้ในภาษาไทย (สุปัญญา ชมจินดา, 2538, หน้า 51) นอกจากนี้การที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีใช้ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษแบบการปนรหัสโดยใช้ภาษาไทยขึ้นต้นหรือลงท้ายคำ กลุ่มคำหรือประโยคภาษาอังกฤษ อาจสืบเนื่องมาจากผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยต้องการสื่อความหมายในการสนทนาขายสินค้าให้เป็นที่เข้าใจต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซึ่งผู้พูดชาวไทยมักสนทนาภาษาอังกฤษโดยใช้การปนรหัสในระดับคำศัพท์ นอกจากนี้พื้นฐานความรู้ทางภาษาที่จำกัดของผู้พูดเป็นผลให้ผู้พูดต้องใช้การปนรหัสหรือการสลับรหัสในการสนทนา (Jeeramongkol, 1997) และผู้พูดสื่อสารโดยใช้การปนรหัสหรือการสลับรหัสเนื่องจากการขาดความรู้ความเข้าใจในหลักของภาษาเป้าหมาย (Hoffman, 1991, p. 115)

การใช้ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษแบบการปนรหัสที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีใช้ในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นการใช้สองภาษาซึ่งได้แก่ภาษาอังกฤษและภาษาไทยร่วมกันหรือสลับกันภายในขอบเขตของประโยค หรือเรียกว่าการปนรหัส (Grosjean, 1982; Romaine, 1994 อ้างถึงใน จารุพรรณ แก่นจันทร์, 2552, หน้า 13) การปนรหัสเป็นกลวิธีการสื่อสารที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้วิชันภาษาระหว่างภาษา 2 ภาษาได้แก่ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยพูดสอดแทรกคำภาษาไทยในภาษาอังกฤษ ซึ่งอาจจะเป็นการพูดภาษาอังกฤษปน

ภาษาไทยอย่างไม่ได้ตั้งใจ การพูดภาษาอังกฤษปนภาษาไทยในลักษณะนี้อาจจะเป็นนิสัยส่วนบุคคลหรือเป็นนิสัยในการใช้ภาษาไทยที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยคุ้นเคยกับการใช้คำอนุภาคภาษาไทย (Thai Particles) เช่น คำว่า ครับ หน้า นะ หล่ะ ค่ะ ฯลฯ ลงท้ายประโยค (นิภาพร เล่าเทียนไชย, 2547, หน้า 104) นอกจากนี้ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีใช้ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษแบบประโยคไม่สมบูรณ์ในการขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งอยู่ในรูปแบบของ “การละ (Ellipsis)” ในลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ การละกริยา be ในโครงสร้างประโยคที่ต้องใช้กริยาดังกล่าว เช่น “This one from Thailand.” หรือ “The small six hundred fifty baht.” เป็นต้น การละกริยาช่วยที่ต้องวางไว้หน้าประธานในประโยค คำถามที่ขึ้นต้นด้วยคำแสดงคำถาม (Question Words) เช่น “What you want?” หรือ “How much kilo you want?” เป็นต้นและการละกริยาช่วยที่ต้องวางไว้หน้าประธานในคำถามตอบรับ-ปฏิเสธ (Yes-no Question) เช่น “You like this color?” หรือ “You like new style?” เป็นต้น การละที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีใช้สร้างประโยคภาษาอังกฤษในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุปัญญา ชมจินดา (2538, หน้า 101-102) และนิภาพร เล่าเทียนไชย (2547) ที่พบว่า ผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทยย่านถนนข้าวสารและผู้ขายสินค้าแผงลอยบริเวณพัฒนาพงศ์ กรุงเทพมหานคร ตามลำดับ ใช้การละในการสร้างประโยคเพื่อสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและ คำศัพท์ที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้ในประโยคที่ไม่สมบูรณ์เป็นคำศัพท์ที่เป็นใจความสำคัญของความหมายที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยต้องการสนทนาสื่อสาร(นิภาพร เล่าเทียนไชย, 2547, หน้า 56) การที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีใช้ประโยคไม่สมบูรณ์ในรูปแบบของการละในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ อาจสืบเนื่องมาจาก ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยมีภูมิหลังการศึกษาที่จำกัดส่งผลให้ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยมีพื้นฐานความรู้ภาษาอังกฤษที่จำกัดหรือไม่เพียงพอทางด้านคำศัพท์และการสร้างประโยคต่าง ๆ ให้มีโครงสร้างที่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ (นิภาพร เล่าเทียนไชย, 2547, หน้า 55) ท้ายสุดพบว่า ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีใช้ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษแบบการไม่เติมปัจจัยคงในคำนามพหูพจน์ในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในลักษณะของ การไม่เปลี่ยนแปลงรูปคำนามที่เป็นพหูพจน์โดยการเติมหน่วยคำเติมท้าย “-s” ที่แสดงความเป็นพหูพจน์ เช่น “This one I have more color.” “I have many many style.” เป็นต้น ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษที่ไม่เปลี่ยนแปลงรูปคำนามที่เป็นพหูพจน์นี้สอดคล้องกับหลักการเปรียบเทียบระหว่างหน่วยคำภาษาอังกฤษกับภาษาไทยซึ่งวิทยานาทอง (2536, หน้า 51-52) อธิบายว่า ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่มีวิภัตปัจจัย (Inflectional Language)

คือ มีการเปลี่ยนแปลงคำศัพท์หรือเติมท้ายศัพท์ในลักษณะต่าง ๆ กัน เพื่อแสดงลักษณะไวยากรณ์ เช่น พจน์ เพศ กาล การก และอื่น ๆ แต่ภาษาไทยเป็นคำโดด ไม่มีการเปลี่ยนแปลงภายในศัพท์หรือท้ายศัพท์อย่างในภาษาอังกฤษ การแสดงพหูพจน์ของคำนามภาษาอังกฤษโดยปกติจะเติมปัจจัยคงในคำนามพหูพจน์ (Plural Noun Inflection) ซึ่งได้แก่ ปัจจัย -s ลงที่ท้ายคำนามพหูพจน์ ลักษณะดังกล่าวนี้ไม่เหมือนกับวิธีบอกพจน์ของภาษาไทย ซึ่งโดยทั่วไปอาศัยจำนวนกับลักษณะนามเป็นเครื่องแสดงพจน์ เช่น หนังสือสองเล่ม คนสองคน เป็นต้น ซึ่งนักเรียนไทยที่เรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศจะประสบปัญหาเรื่องการแสดงพจน์ในภาษาอังกฤษ เช่น “I bought some book.” “They own two car.” “There are house in the wood.” เป็นต้น ทั้งนี้กล่าวได้ว่า การที่ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษแบบการไม่เปลี่ยนแปลงรูปคำนามที่เป็นพหูพจน์เป็นการใช้ภาษาที่ผิดจากหลักภาษาอังกฤษที่ถูกต้อง โดยมีสาเหตุมาจากการแทรกซ้อนทางภาษาที่เกิดจากภาษาแม่ (Language Interference from the Mother Tongue) หรือเป็นการใช้ลักษณะภาษาอังกฤษตามลักษณะภาษาไทยหรือภาษาแม่ โดยการแทรกซ้อนทางภาษาที่เกิดจากภาษาแม่สามารถเป็นสาเหตุหลักของความผิดพลาดในการใช้ภาษาเป้าหมายซึ่งได้แก่ภาษาอังกฤษได้ (นิภาพร เล่าเทียนไชย, 2547, หน้า 62)

ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษแบบการไม่เปลี่ยนแปลงรูปคำนามที่เป็นพหูพจน์นี้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุปัญญา ชมจินดา (2538, หน้า 102) ที่พบว่า ผู้ค้าแบบแฟงลอยชาวไทยย่านถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร ใช้ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซึ่งลักษณะเฉพาะหนึ่งได้แก่ การไม่เปลี่ยนแปลงรูปคำนามที่เป็นพหูพจน์ด้วยการเติมหน่วยคำเติมท้าย “-s” ที่แสดงความเป็นพหูพจน์ไว้ท้ายคำ เช่น “I’m paint many year.” “Lot work, many hour to paint.” เป็นต้น การใช้ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษแบบการไม่เติมปัจจัยคงในคำนามพหูพจน์นี้ ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของนิภาพร เล่าเทียนไชย (2547, หน้า 62) ที่พบว่า ผู้ขายสินค้าแฟงลอยบริเวณพัฒนาพงษ์ กรุงเทพมหานคร ใช้ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษแบบการไม่เปลี่ยนแปลงรูปคำนามที่เป็นพหูพจน์ (Absence of Agreement Markers for Number) ในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเช่น “How much you can for three piece?” “My boss have two shop.” เป็นต้น นอกจากนี้การใช้ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษแบบการไม่เติมปัจจัยคงในคำนามพหูพจน์อาจสืบเนื่องมาจากการแทรกซ้อนทางภาษา (Language Interference) ซึ่งเป็นความผิดพลาดที่เกิดจากการใช้กฎของภาษาแรกหรือภาษาแม่แทนที่กฎที่ถูกต้องในภาษาที่สองหรือภาษาเป้าหมาย (Broselow, 1987, p. 261 อ้างถึงใน พินทอง คำแสน, หน้า 16) โดยผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีใช้กฎของภาษาแรกหรือภาษาแม่หรือภาษาไทยซึ่งได้แก่ การที่ภาษาไทยไม่มี

การเปลี่ยนแปลงรูปคำนามที่เป็นพหูพจน์โดยการเติมหน่วยคำเติมท้าย “-s” ที่แสดงความเป็นพหูพจน์ซึ่งตรงข้ามกับหลักภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษาเป้าหมายหรือภาษาที่สองที่ใช้หน่วยคำเติมท้าย “-s” เติมท้ายคำนามเพื่อแสดงความเป็นพหูพจน์

การสนทนาสื่อสารในการขายสินค้าจะประสบผลสำเร็จหรือไม่นั้น ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยต้องมีความสามารถที่จะปรับการใช้ภาษาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในการสนทนาขายสินค้าโดยคำนึงถึงสถานภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและวัตถุประสงค์ของการสนทนาสื่อสาร ซึ่งภาษาอังกฤษที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้ในกลวิธีการสื่อสารและลักษณะภาษาอังกฤษเป็นลักษณะที่ง่ายไม่มีความซับซ้อนและในบางครั้งมีความเบี่ยงเบนไปจากหลักภาษาอังกฤษที่เจ้าของภาษาใช้ แต่ส่วนใหญ่แล้วผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยสามารถขายสินค้าได้เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้าใจการสื่อสารความหมายในการสนทนาขายสินค้าจากการใช้กลวิธีการสื่อสารซึ่งในบางครั้งอาจมีบริบทหรือสิ่งแวดล้อมประกอบที่เกิดขึ้นในการสนทนาขายสินค้าเป็นตัวช่วยสนับสนุนให้ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยประสบความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายในการขายสินค้าได้ในอีกทางหนึ่ง แต่ทั้งนี้หากผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยทั้งในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีและผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ของประเทศไทยสามารถพัฒนาตนเองให้มีพื้นฐานความรู้ภาษาอังกฤษที่ดี ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเหล่านี้จะประสบความสำเร็จในการสนทนาขายสินค้ามากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังทำให้ลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในการขายสินค้าและต้องการที่จะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทย และซื้อสินค้าอีกในครั้งต่อไป นอกจากนี้ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยยังสามารถใช้ทักษะภาษาอังกฤษเพื่อสนทนาสื่อสารในสถานการณ์อื่น ๆ ได้ตรงตามความหมายอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร

จากผลการวิจัยการใช้กลวิธีการสื่อสารในการสนทนาขายสินค้าของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยที่ขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีซึ่งพบว่า ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษต่าง ๆ และลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษต่าง ๆ ในการสนทนาขายสินค้า จึงเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีประสบปัญหาและอุปสรรคในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ดังนั้นผลการวิจัยที่ได้จากงานวิจัยนี้ น่าจะเป็นข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงและจัดหลักสูตรเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนหรือการอบรมทางการสนทนาสื่อสารภาษาอังกฤษทั้งในเรื่องของการขายสินค้าและสาขาอาชีพอื่น ๆ ต่อไปเพื่อแก้ปัญหาและจัดอุปสรรคที่เกิดขึ้นและเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการสนทนาสื่อสาร

## ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะต่อการจัดการเรียนการสอนและการอบรมการสนทนาสื่อสารภาษาอังกฤษที่สัมพันธ์กับหน้าที่ทางภาษา

1. ควรจัดการเรียนการสอนและการอบรมเพื่อให้ผู้เรียนหรือผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหน้าที่ทางภาษาต่าง ๆ ตามลำดับความสำคัญทั้งในการสนทนาขายสินค้าและการสนทนาสื่อสารในสถานการณ์อื่น ๆ โดยมีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนหรือกิจกรรมในการอบรมที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนหรือผู้เข้ารับการอบรมได้มีความรู้ความเข้าใจและสามารถนำความรู้เกี่ยวกับหน้าที่ทางภาษาไปใช้สื่อสารได้ในชีวิตประจำวันและการประกอบอาชีพ ได้อย่างถูกต้องเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

2. ควรจัดการเรียนการสอนและการอบรมที่มุ่งเน้นการใช้โครงสร้างประโยคภาษาอังกฤษที่ถูกต้องเหมาะสมกับการสื่อสารในแต่ละหน้าที่ทางภาษา ทั้งหน้าที่ทางภาษาในการขายสินค้าและหน้าที่ทางภาษาในสถานการณ์อื่น ๆ

3. ควรมีการจัดรูปแบบการเรียนการสอนหรือกิจกรรมการอบรมที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนหรือผู้เข้าอบรมเกิดทักษะความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในการสนทนาสื่อสารโดยใช้โครงสร้างประโยคภาษาอังกฤษได้อย่างเหมาะสมถูกต้องและสอดคล้องกับแต่ละหน้าที่ทางภาษาตามลำดับความสำคัญ ทั้งหน้าที่ทางภาษาในการขายสินค้าและหน้าที่ทางภาษาในสถานการณ์อื่น ๆ

## ข้อเสนอแนะต่อการวิจัย

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยจำแนกตามหน้าที่ทางภาษาของผู้ที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ ที่ต้องใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษในการประกอบอาชีพเช่น พนักงานต้อนรับของ โรงแรม มัคคุเทศก์ เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง หรือผู้ที่ทำงานด้านการทูต เป็นต้น ว่ามีผลเป็นอย่างไรบ้าง

2. ควรมีการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยจำแนกตามหน้าที่ทางภาษา ระหว่างผู้ประกอบการที่ต้องใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษเช่นเดียวกัน เช่น ระหว่างผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยที่ขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวต่างประเทศกับพนักงานต้อนรับของ โรงแรม เป็นต้น เพื่อศึกษาว่ามีการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยจำแนกตามหน้าที่ทางภาษาที่มีความคล้ายคลึงหรือแตกต่างกันอย่างไรบ้าง

3. ควรมีการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยที่อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ของประเทศไทย เช่น ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีกับย่านถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาว่าผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทย

ที่อยู่ในแต่ละสถานที่ ใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษที่คล้ายคลึงหรือแตกต่างกันอย่างไรและในลักษณะใดบ้าง

ผลที่ได้จากการวิจัยต่าง ๆ ที่ได้เสนอแนะข้างต้นจะเป็นข้อมูลอันเป็นประโยชน์ที่จะนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรในการจัดการเรียนการสอนและการฝึกอบรมการสื่อสารภาษาอังกฤษในทั้ง 4 ทักษะ ได้แก่ การฟัง พูด อ่านและ เขียน ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ที่ต้องใช้ภาษาอังกฤษเพื่อสื่อสารในการประกอบอาชีพสามารถใช้ภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้องเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร