

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาษาเป็นเครื่องมือที่มนุษย์ใช้ในการสื่อสาร การใช้ภาษามีการเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ตามบริบทของสังคม ในการสื่อสารของมนุษย์ด้วยวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไปจะมีข้อแตกต่างในเรื่องของคำศัพท์ สำนวน ภาษายังเป็นเครื่องบ่งชี้ความเจริญของมนุษยชาติและเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมของทุกชาติ

การใช้ภาษาให้ถูกต้องเหมาะสมกับกาลเทศะและโอกาส เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ดังเช่นในทางวิชาชีพ ผู้สื่อสารต้องพยายามเรียนรู้ลักษณะภาษาเฉพาะที่ใช้ในแวดวงวิชาชีพต่าง ๆ เพื่อให้สามารถใช้ภาษาได้เป็นอย่างดีและบรรลุวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร

ในทุกสาขาอาชีพ ผู้ใช้ภาษาหรือผู้สื่อสารต้องให้ความสำคัญในเรื่องการใช้ภาษาในการสื่อสารเป็นอย่างดี ผู้ใช้ภาษาหรือผู้สื่อสารต้องตระหนักในการใช้ภาษาให้เหมาะสมแก่กาลเทศะและกลุ่มเป้าหมาย ต้องเรียนรู้ถ้อยคำและเลือกใช้ภาษาให้เหมาะสมกับรูปแบบในการสื่อสาร (วาทัญญมุงหมาย, 2551) โดยเฉพาะการประกอบอาชีพทางด้านธุรกิจระหว่างประเทศ ที่บรรดาผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ ในด้านนี้ ต้องติดต่อสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างประเทศที่มาจากหลากหลายชนชาติ หลายภาษา ทำให้ภาษาที่ใช้ติดต่อสื่อสารระหว่างกันมีความสำคัญมาก เนื่องจากส่วนใหญ่แล้วทั้งสองฝ่ายต้องใช้ภาษาสากล (Global Language) หรือภาษานานาชาติ (International Language) ในการติดต่อสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน เพื่อนำไปสู่การประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ ทั้งนี้ภาษาสากลที่ใช้สื่อสารกันอย่างกว้างขวางและเป็นที่ยอมรับของนานาชาติประเทศมากที่สุด ในยุคปัจจุบันคือ ภาษาอังกฤษ (เรียนสิงคโปรคอตคอม, 2552)

ในประเทศไทยมีธุรกิจหลายประเภทที่ผู้ประกอบการชาวไทยติดต่อสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างประเทศ ธุรกิจประเภทหนึ่งที่ผู้ประกอบการต้องใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลหรือภาษากลางในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างประเทศ ได้แก่ ธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งเป็นธุรกิจหนึ่งที่ทำรายได้เข้าประเทศไทยเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ธุรกิจท่องเที่ยวเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อฐานะทางเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นตลาดใหญ่ติดอันดับต้น ๆ ของภูมิภาคเอเชีย โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ 4 ของเอเชียและสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศจากการท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ 3 ของเอเชีย (วัลยา โอฬารรัตนมณี และอารัญ บุญชัย, 2546, หน้า 7) จากสถิติในเดือนพฤศจิกายน ปี พ.ศ. 2550 นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้า

มาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวนประมาณ 14,460,000 คน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2549 คิดเป็น 4.65% และสร้างรายได้เข้าประเทศไทยประมาณ 547,782,000,000 บาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551) ธุรกิจท่องเที่ยวยังประกอบด้วยธุรกิจต่าง ๆ เช่น ธุรกิจขายสินค้าต่าง ๆ เช่นของที่ระลึก เครื่องแต่งกาย อาหาร เป็นต้นและธุรกิจการให้บริการ เช่น โรงแรม การนำเที่ยว เป็นต้น โดยในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและจับจ่ายซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย เดินทางมาจากหลายประเทศ เช่น ประเทศต่าง ๆ ที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่และเป็นภาษาแรก (First Language) เช่น อังกฤษ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ เป็นต้น ประเทศต่าง ๆ ในแถบทวีปยุโรป เช่น ฝรั่งเศส เยอรมัน อิตาลี เป็นต้น และประเทศต่าง ๆ ที่อยู่ในแถบทวีปเอเชีย เช่น อินเดีย รัสเซีย จีน ญี่ปุ่น เกาหลี เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยว จำเป็นอย่างยิ่งต่อการใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใน 4 ทักษะการสื่อสาร อันได้แก่ การฟัง พูด อ่าน และเขียน เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและเพื่อให้ลูกค้าชาวต่างประเทศเกิดความประทับใจและพึงพอใจในการขายสินค้าหรือการบริการที่ได้รับอีกด้วย

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ ของประเทศไทย เช่น จังหวัดชลบุรี กรุงเทพมหานคร จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดภูเก็ต เป็นต้น ซึ่งบรรดาผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ ต้องใช้ภาษาอังกฤษในการสนทนาเพื่อขายสินค้าและบริการต่าง ๆ ให้สำเร็จ ดังเช่นในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากแห่งหนึ่งทั้งในระดับประเทศและระดับสากล จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก (ธวัชชัย วงศ์กัณหา, 2548, หน้า 14) เมื่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเหล่านี้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยาแล้ว ก็จะนิยมซื้อสินค้าต่าง ๆ เช่น ของที่ระลึก งานหัตถกรรม เป็นต้น กลับไปยังประเทศของตนอีกด้วย

ในเขตเมืองพัทยามีผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าประเภทต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ทั้งแบบร้านค้าประจำและแบบแผงลอย ผู้ขายสินค้าชาวไทยเหล่านี้มีความจำเป็นมากในการใช้ภาษาอังกฤษในการสนทนาเพื่อให้ขายสินค้าต่าง ๆ กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ และจากการที่มีนักวิจัยหลายท่านได้ทำการศึกษาวิจัยการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ของประเทศไทย ซึ่งได้แก่ สุปัญญา ชมจินดา (2538) ได้ศึกษากลวิธีในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทยย่านถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร พินทอง คำแสน (2544) ได้ศึกษา

กลวิธีการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ค้าแผงลอยชาวไทยย่านไนท์บาซาร์ในจังหวัด เชียงใหม่ นิภาพร เล่าเทียนชัย (2547) ได้ศึกษากลวิธีการสื่อสารของผู้ขายสินค้าแผงลอยบริเวณ พัฒน์พงศ์ กรุงเทพมหานคร และสมยศ สุภาวี (2548) ได้ศึกษาการใช้ภาษาอังกฤษของผู้ประกอบการค้าแผงลอยบริเวณไนท์บาซาร์ จังหวัดเชียงราย โดยในแต่ละงานวิจัยดังกล่าว พบว่า ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษในการสนทนาขายสินค้าให้กับ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นอกจากนี้จากผลการวิจัยของสุปัญญา ชมจินดา (2538, บทคัดย่อ) และนิภาพร เล่าเทียนชัย (2547, บทคัดย่อ) ผลการวิจัยได้พบตรงกันว่า ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้ภาษาอังกฤษที่มีลักษณะเฉพาะในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

เนื่องด้วยความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษในการ สนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ดังได้กล่าวข้างต้น และจากการที่ยังไม่มีผู้ทำ การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษและลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษใน การสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใน เขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีมาก่อน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการใช้กลวิธีการสื่อสาร ภาษาอังกฤษโดยจำแนกตามหน้าที่ทางภาษาในการขายสินค้าและศึกษาการใช้ลักษณะเฉพาะของ ภาษาอังกฤษของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา อันจะนำไปสู่ประโยชน์ต่อการ พัฒนาการใช้ภาษาอังกฤษในการสนทนาขายสินค้าและบริการให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ของประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้สนทนาใน การขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยจำแนกตามหน้าที่ ทางภาษา
2. ศึกษาลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้สนทนา ในการขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

คำถามการวิจัย

1. กลวิธีการสื่อสารประเภทใดบ้างที่ผู้ขายสินค้าต่าง ๆ แบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมือง พัทยา จังหวัดชลบุรีใช้สนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
2. ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษลักษณะใดบ้างที่ผู้ขายสินค้าต่าง ๆ แบบแผงลอยชาว ไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีใช้สนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงกลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษที่ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยใช้ สนทนาในการขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดย จำแนกตามหน้าที่ทางภาษา

2. ทำให้ทราบถึงลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษที่ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยใช้ สนทนาในการขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผู้วิจัยคาดว่าประโยชน์ที่ได้รับดังกล่าวจะนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรในการการเรียนการสอนและการฝึกอบรมภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าและการให้บริการกับ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งในเขตเมืองพัทยาและ สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ของประเทศไทยต่อไป ซึ่งจะช่วยให้ผู้ที่ประกอบอาชีพขายสินค้า การให้บริการ หรือผู้ที่ประกอบอาชีพในด้านอื่น ๆ ซึ่งต้องใช้ภาษาอังกฤษในการสนทนากับชาวต่างประเทศ สามารถสนทนาภาษาอังกฤษได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทำให้การขายสินค้าหรือการให้บริการกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ประสบผลสำเร็จ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเกิดความประทับใจในการขายสินค้าและการให้บริการที่ได้รับและต้องการที่จะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกในครั้งต่อไป

ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรในงานวิจัยนี้ ได้แก่ ผู้ขายสินค้าต่าง ๆ แบบแฟงลอยชาวไทย ที่ขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

1.2 กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ ได้แก่ ผู้ขายสินค้าต่าง ๆ แบบแฟงลอยชาวไทย จำนวน 30 คน ที่ขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในเขตพัทยาเหนือ เขตพัทยากลาง และเขตพัทยาใต้ จังหวัดชลบุรี ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบเจาะจง (วัณญา วิศาลาภรณ์, 2540, หน้า 84) เขตละ 10 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 งานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ขายสินค้าต่าง ๆ แบบแฟงลอยชาวไทย ที่ขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

2.2 การแบ่งประเภทกลวิธีการสื่อสารที่ใช้เป็นกรอบความคิดในการสร้างเครื่องมือวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้ ใช้การจัดแบ่งประเภทกลวิธีการสื่อสาร โดย นักภาษาศาสตร์ต่าง ๆ ได้แก่ ปารีบาห์ (Paribakht, 1985, pp. 132-146) แฟร์ชและคาสเปอร์ (Faerch & Kasper, 1984, pp. 45-53) สี-ชิง (Si-Qing, 1990, pp. 155-187) สมยศ สุภาภี (2548, หน้า

59) และนิภาพร เล่าเทียนชัย (2547, หน้า 89-90)

2.3 บทสนทนาที่ใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์เป็นบทสนทนาโต้ตอบ (Turn Taking) ระหว่างผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ อย่างต่ำฝ่ายละ 2 ครั้งขึ้นไป

2.4 งานวิจัยนี้ศึกษาวิเคราะห์เฉพาะบทสนทนาที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้ภาษาอังกฤษหรือภาษาอังกฤษปนภาษาไทยเท่านั้น ในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

2.5 งานวิจัยนี้ไม่สามารถควบคุมจำนวนบทสนทนาที่ได้ในขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.6 หน้าที่ทางภาษาในการขายสินค้าที่ใช้เป็นกรอบความคิดในการสร้างเครื่องมือวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 12 หน้าที่โดยใช้หลักเกณฑ์การจัดหัวข้อบทสนทนาในการขายสินค้าของสำนักงานการศึกษานอกโรงเรียน จังหวัดสมุทรปราการ เป็นกรอบความคิดหลัก (สำนักงานการศึกษานอกโรงเรียน [กศน.] จังหวัดสมุทรปราการ, 2552)

3. ขอบเขตด้านเวลา

งานวิจัยนี้ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลเป็นระยะเวลา 30 วัน

นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทย หมายถึง ผู้ขายสินค้าชาวไทยที่ขายสินค้าประเภทต่าง ๆ แบบแผงลอยให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นสินค้าต่าง ๆ ที่ถูกกฎหมาย และไม่ขัดต่อศีลธรรมโดยจำหน่ายสินค้าแบบแผงลอยชั่วคราวเฉพาะในช่วงเวลาตั้งแต่ 18.00 น. จนถึงเวลา 23.00 น. เป็นประจำทุกวัน

กลวิธีการสื่อสาร หมายถึง วิธีการที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้ในการสนทนาภาษาอังกฤษ เพื่อให้ประสบความสำเร็จในการขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

หน้าที่ทางภาษา หมายถึง หัวข้อต่าง ๆ จำนวน 12 หัวข้อที่เกิดขึ้นในการสนทนาภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้านระหว่างผู้ขายสินค้าต่าง ๆ แบบแผงลอยชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยเรียงตามลำดับการเกิดขึ้นก่อน-หลัง ดังนี้ การทักทาย การเชิญชวนลูกค้าให้เข้ามาชมสินค้า การสอบถามความต้องการและการเสนอให้บริการแก่ลูกค้า การแนะนำคุณภาพของสินค้า การขายส่งหรือขายสินค้าเป็นจำนวนมาก การบอกและต่อราคา การชำระเงินด้วยบัตรเครดิตหรือเช็ค การคิดราคาสินค้าผิดหรือการทอน

เงินให้ลูกค้าผิด การเชิญชวนให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าอีก การบริการส่งสินค้า การรับคืนและเปลี่ยนสินค้า การกล่าวลา (สำนักงานการศึกษานอกโรงเรียน [กศน.] จังหวัดสมุทรปราการ, 2552)

ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอย หมายถึง คำศัพท์และโครงสร้างประโยคภาษาอังกฤษที่ใช้สนทนาในบริบทของการขายสินค้าและบริการ (นิภาพร เล่าเทียนไชย, 2547, หน้า 7) ของผู้ขายสินค้าต่าง ๆ แบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยมีลักษณะของการใช้ที่อาจจะถูกต้องหรือไม่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างประเทศที่ถือหนังสือเดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรไทยเพื่อการท่องเที่ยวและได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยใช้ภาษาอังกฤษในการสนทนาสื่อสารเมื่อซื้อสินค้าจากผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทย (สมยศ สุภาชี, 2548, หน้า 6)

สินค้า หมายถึง สิ่งของที่ผู้ประกอบการค้าต่าง ๆ แบบแผงลอยชาวไทยนำมาจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นสิ่งของต่าง ๆ ที่ถูกกฎหมาย และไม่ขัดต่อศีลธรรม โดยใช้เงินเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้า (สมยศ สุภาชี, 2548, หน้า 6)

อักษรย่อที่ใช้ในการวิจัย

TFS	=	Thai Female Street Vendor	=	ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเพศหญิง
TMS	=	Thai Male Street Vendor	=	ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเพศชาย
FC	=	Female Customer	=	ลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพศหญิง
MC	=	Male Customer	=	ลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพศชาย
<uc>	=	Unclear	=	ช่วงการพูดที่ไม่ชัดเจน