

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยเรื่อง การศึกษากลวิธีการสื่อสารในการขายสินค้าของผู้ขายสินค้าแบบแฟลลยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษที่ผู้ขายสินค้าแบบแฟลลยชาวไทยใช้สนทนาในการขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยจำแนกตามหน้าที่ทางภาษา และศึกษาลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษที่ผู้ขายสินค้าแบบแฟลลยชาวไทยใช้สนทนาในการขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้ขายสินค้าต่าง ๆ แบบแฟลลยชาวไทย จำนวน 30 คน โดยแบ่งเป็นเขตพัทยาเหนือ เขตพัทยากลาง และเขตพัทยาใต้ จำนวนเขตละ 10 คน โดยใช้วิธีการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (วัณญา วิชาลาภรณ์, 2540, หน้า 84)

การเก็บข้อมูลใช้วิธีบันทึกเสียงบทสนทนาที่เกิดขึ้นในการขายสินค้าระหว่างผู้ขายสินค้าแบบแฟลลยชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ร่วมกับการใช้แบบสอบถามและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ขายสินค้าแบบแฟลลยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ขายสินค้าแบบแฟลลยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษของผู้ขายสินค้าแบบแฟลลยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษและการใช้ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษแต่ละตอนทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้สัญลักษณ์ดังต่อไปนี้

$\bar{x}$  แทน ค่าเฉลี่ย

$SD$  แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$n$  แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทย

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม  
แสดงได้ดังข้อมูลในตารางที่ 1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลด้านเพศ ระดับการศึกษา ประเภทสินค้าที่ขาย และระยะเวลาในการขายสินค้าแบบแผงลอยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทย (n = 30)

| เพศ    |       |        | ระดับการศึกษา |       |        | ประเภทสินค้าที่ขาย    |       |        | ระยะเวลาในการขายสินค้า |       |        |
|--------|-------|--------|---------------|-------|--------|-----------------------|-------|--------|------------------------|-------|--------|
| ข้อมูล | จำนวน | ร้อยละ | ข้อมูล        | จำนวน | ร้อยละ | ข้อมูล                | จำนวน | ร้อยละ | ข้อมูล                 | จำนวน | ร้อยละ |
| หญิง   | 20    | 66.67  | ต่ำกว่า ม.ต้น | 4     | 13.33  | ของที่ระลึก           | 9     | 30     | 1-5 ปี                 | 14    | 46.67  |
| ชาย    | 10    | 33.33  | ม.6           | 14    | 46.67  | เครื่องประดับ         | 2     | 6.67   | 6-10 ปี                | 4     | 13.33  |
|        |       |        | อนุปริญญา     | 3     | 10.00  | ผักและผลไม้           | 3     | 10     | 11-15 ปี               | 6     | 20     |
|        |       |        | ปริญญาตรี     | 5     | 16.67  | เสื้อผ้าและอุปกรณ์ที่ | 12    | 40     | 16-20 ปี               | 2     | 6.67   |
|        |       |        | อื่น ๆ        | 4     | 13.33  | เกี่ยวกับร่างกาย      | 4     | 13.33  | อื่น ๆ                 | 4     | 13.33  |
|        |       |        |               |       |        | อุปกรณ์เครื่องใช้     |       |        |                        |       |        |

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิงจำนวน 20 คน เพศชาย จำนวน 10 คน ในด้านระดับการศึกษาพบว่า ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยจบการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มากที่สุด จำนวน 14 คน รองลงมาได้แก่ระดับชั้นปริญญาตรี จำนวน 5 คน ระดับต่ำกว่าชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและระดับอื่น ๆ จำนวน 4 คน เท่ากัน และระดับอนุปริญญาน้อยที่สุด จำนวน 3 คน ในด้านประเภทสินค้าที่ขายพบว่า ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทย ขายสินค้าประเภทเสื้อผ้าและอุปกรณ์ที่ใช้เกี่ยวกับร่างกายมากที่สุด จำนวน 12 คน รองลงมา ได้แก่ ของที่ระลึก จำนวน 9 คน อุปกรณ์เครื่องใช้ จำนวน 4 คน ผักและผลไม้ จำนวน 3 คน และเครื่องประดับน้อยที่สุด จำนวน 2 คน และผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยที่ขายสินค้าในเขตพัทยามีระยะเวลา 1-5 ปี มีจำนวนมากที่สุด 14 คน ระยะเวลา 11-15 ปี จำนวน 6 คน ระยะเวลา 6-10 ปี และระยะเวลาอื่น ๆ จำนวน 4 คนเท่ากัน และระยะเวลา 16-20 ปี น้อยที่สุด จำนวน 2 คน

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทย ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณของการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยจำแนกตามหน้าที่ทางภาษาของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทย ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จากการสังเกต

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสังเกตพบว่า บทสนทนาทั้งหมดที่นำมาวิเคราะห์มีจำนวนทั้งหมด 136 บทสนทนา จำนวนช่วงการพูดทั้งหมด 998 ช่วงการพูด จากการใช้น้ำที่ทางภาษาจำนวน 12 หน้าที่ โดยจำนวนความถี่ของการใช้แต่ละหน้าที่ทางภาษาในการขายสินค้านี้แสดงในตารางที่ 2 และใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษจำนวน 18 กลวิธี โดยจำนวนความถี่ของการใช้แต่ละกลวิธีการสื่อสารนี้แสดงในตารางที่ 3 การวิเคราะห์หาความถี่รวมของการใช้กลวิธีการสื่อสาร โดยจำแนกตามหน้าที่ต่าง ๆ ทางภาษาในการขายสินค้านี้มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. นำช่วงการพูดที่คัดเลือกแล้วจากแต่ละบทสนทนาของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยมาจำแนกตามการใช้น้ำที่ทางภาษาในการขายสินค้า
2. นำช่วงการพูดที่จำแนกการใช้น้ำที่ทางภาษาในการขายสินค้าแล้ว มาวิเคราะห์หาการใช้กลวิธีการสื่อสาร
3. นำช่วงการพูดที่จำแนกตามหน้าที่ทางภาษาในการขายสินค้านี้พร้อมทั้งวิเคราะห์หาการใช้กลวิธีการสื่อสารแล้ว บันทึกในแบบสังเกต

4. นับจำนวนรวมทั้งหมดของช่วงการพูดที่ใช้ในแต่ละกลวิธีการสื่อสารโดยจำแนกตามแต่ละหน้าที่ทางภาษาของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยแต่ละรายเป็น 1 ความถี่
5. นำความถี่ของการใช้กลวิธีการสื่อสารแต่ละกลวิธีโดยจำแนกตามแต่ละหน้าที่ทางภาษาของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยแต่ละรายที่ได้ในข้อ 4 ไปบันทึกความถี่ลงในแบบสังเกตอีกอันหนึ่งเพื่อหาความถี่รวมของการใช้กลวิธีการสื่อสารทุกกลวิธีโดยจำแนกตามแต่ละหน้าที่ทางภาษาของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยทั้ง 30 คน
6. นับจำนวนความถี่รวมของการใช้กลวิธีการสื่อสารทุกกลวิธีในแต่ละหน้าที่ทางภาษา
7. ความถี่รวมของการใช้ทุกกลวิธีการสื่อสารในทุกหน้าที่ทางภาษาในการขายสินค้า มีค่าเท่ากับ 442

ตารางที่ 2 ความถี่และร้อยละของหน้าที่ทางภาษาที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้สนทนาในการขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี  
(n = 30)

| หน้าที่ทางภาษาในการขายสินค้า               | ความถี่ | ร้อยละ | อันดับที่ |
|--------------------------------------------|---------|--------|-----------|
| การแนะนำคุณภาพของสินค้า                    | 166     | 37.56  | 1         |
| การบอกและต่อรองราคา                        | 89      | 20.14  | 2         |
| การสอบถามความต้องการของลูกค้า              | 87      | 19.68  | 3         |
| การกล่าวลา                                 | 30      | 6.79   | 4         |
| การทักทาย                                  | 27      | 6.11   | 5         |
| การเชิญชวนลูกค้าให้เข้ามาชมสินค้า          | 20      | 4.52   | 6         |
| การเชิญชวนให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าอีก     | 17      | 3.85   | 7         |
| การรับคืนและเปลี่ยนสินค้า                  | 6       | 1.36   | 8         |
| การขายส่งสินค้าเป็นจำนวนมาก                | 0       | 0      | 0         |
| การชำระเงินด้วยบัตรเครดิตหรือเช็ค          | 0       | 0      | 0         |
| การคิดราคาสินค้าผิดหรือทอนเงินให้ลูกค้าผิด | 0       | 0      | 0         |
| การบริการส่งสินค้า                         | 0       | 0      | 0         |
| รวม                                        | 442     | 100    |           |

จากตารางที่ 2 พบว่า หน้าที่ทางภาษาที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้สนทนาในการขายสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีจำนวน 8 หน้าที่ โดยหน้าที่ที่ใช้มากเป็น 3 อันดับแรก ได้แก่ การแนะนำคุณภาพของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 37.56 รองลงมาได้แก่ การบอกและต่อรองราคา คิดเป็นร้อยละ 20.14 และการสอบถามความต้องการของลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 19.68 หน้าที่ทางภาษาที่พบน้อยที่สุด คือ การรับคืนและเปลี่ยนสินค้า คิดเป็นร้อยละ 1.36 หน้าที่ทางภาษาในการขายสินค้าที่ไม่พบว่า ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้ มี 4 หน้าที่ ได้แก่ การขายส่งสินค้าเป็นจำนวนมาก การชำระเงินด้วยบัตรเครดิตหรือเช็ค การคิดราคา สินค้าผิดหรือทอนเงินให้ลูกค้าผิด และการบริการส่งสินค้า

ตัวอย่างหน้าที่ทางภาษาที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีใช้เป็น 3 อันดับแรก มี ดังต่อไปนี้

อักษรย่อที่ใช้ในตัวอย่างบทสนทนา

TFS = Thai Female Street Vendor = ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเพศหญิง

TMS = Thai Male Street Vendor = ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเพศชาย

FC = Female Customer = ลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ  
เพศหญิง

MC = Male Customer = ลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ  
เพศชาย

<uc> = Unclear = ช่วงการพูดที่ไม่ชัดเจน

ตัวอย่างที่ 1 การแนะนำคุณภาพของสินค้า

ตัวอย่างหน้าที่ทางภาษาในการแนะนำคุณภาพของสินค้า ของผู้ขายสินค้าเพศชาย ซึ่งขายสินค้าประเภทเครื่องประดับประเภทสร้อยข้อมือและสร้อยคอในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี อยู่ในช่วงเวลา 11-15 ปี

TMS: Hello, my friend. This is a snake bone and this is a fish bone. This is a tiger tooth.

MC: Tiger?

จากตัวอย่างข้างต้นผู้ขายสินค้าพูดว่า “This is a snake bone and this is a fish bone. This is a tiger tooth.” ซึ่งมีความหมายเป็นภาษาไทยว่า “สร้อยเส้นนี้ทำจากกระดูกงูและเส้นนี้ทำจากก้างปลา ส่วนเส้นนี้ทำจากฟันเสือ” ซึ่งแสดงถึงการแนะนำคุณภาพของสินค้าประเภทเครื่องประดับ

ตัวอย่างที่ 2 การบอกและต่อรองราคา

ตัวอย่างหน้าที่ทางภาษาในการบอกและต่อรองราคาของผู้ขายสินค้าพิเศษ ซึ่งขายสินค้าประเภทของที่ระลึกในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี อยู่ในช่วงเวลา 1-5 ปี

FC: One hundred fifty for one?

TFS: I discount for you . One hundred one hundred.

จากตัวอย่างข้างต้นผู้ขายสินค้าพูดว่า “I discount for you . One hundred one hundred.” ซึ่งมีความหมายเป็นภาษาไทยว่า “ลดราคาให้ละ หนึ่งร้อยบาทเท่านั้น” ซึ่งแสดงถึงหน้าที่ทางภาษาในการบอกและต่อรองราคา

ตัวอย่างที่ 3 การสอบถามความต้องการลูกค้า

ตัวอย่างหน้าที่ทางภาษาในการสอบถามความต้องการลูกค้าของผู้ขายสินค้าพิเศษ ซึ่งขายสินค้าประเภทของที่ระลึกในเขตเมืองพัทยาอยู่ในช่วงเวลา 1-5 ปี

TFS: What will you take?

FC: Elephant

จากตัวอย่างข้างต้นนี้ ผู้ขายสินค้าพูดว่า “What will you take?” ซึ่งมีความหมายเป็นภาษาไทยว่า “คุณจะรับ/ ซื้ออะไรดีคะ?” ซึ่งแสดงถึงหน้าที่ทางภาษาในการสอบถามความต้องการของลูกค้า

ตารางที่ 3 ความถี่และร้อยละของการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้สนทนาในการขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี (n = 30)

| กลวิธีการสื่อสาร               | ความถี่ | ร้อยละ | อันดับที่ |
|--------------------------------|---------|--------|-----------|
| การพูดตามแบบแผน                | 88      | 19.91  | 1         |
| การใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ       | 79      | 17.87  | 2         |
| การแปลความหมายตามภาษาแม่       | 76      | 17.19  | 3         |
| การสลับรหัสและการปนรหัส        | 68      | 15.38  | 4         |
| การกล่าวซ้ำ                    | 63      | 14.25  | 5         |
| การบรรยายทางด้านกายภาพ         | 19      | 4.30   | 6         |
| การบอกคุณสมบัติด้านสถานที่ตั้ง | 16      | 3.62   | 7         |

ตารางที่ 3 (ต่อ)

| กลวิธีการสื่อสาร                     | ความถี่ | ร้อยละ | อันดับที่ |
|--------------------------------------|---------|--------|-----------|
| การถามเพื่อความเข้าใจ                | 15      | 3.39   | 8         |
| การแสดงท่าทางประกอบการพูด            | 9       | 2.04   | 9         |
| การพูดยืนยันเพื่อความเข้าใจ          | 7       | 1.58   | 10        |
| การใช้คำจำกัดกลุ่ม                   | 1       | 0.23   | 11        |
| การขอความร่วมมือ                     | 1       | 0.23   | 11        |
| การแสดงท่าทางแทนคำพูด                | 0       | 0      | 0         |
| การแก้ไขด้วยตนเอง                    | 0       | 0      | 0         |
| การเปรียบเทียบโดยใช้คำเหมือน         | 0       | 0      | 0         |
| การพูดความหมายตรงข้าม                | 0       | 0      | 0         |
| การบอกลักษณะส่วนประกอบ               | 0       | 0      | 0         |
| การบอกคุณสมบัติด้านประวัติความเป็นมา | 0       | 0      | 0         |
| รวม                                  | 442     | 100    |           |

จากตารางที่ 3 พบว่า กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษที่ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทย ใช้สนทนาในการขายสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มากเป็น 3 อันดับแรก ได้แก่ การพูดตามแบบแผน คิดเป็นร้อยละ 19.91 การใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ คิดเป็นร้อยละ 17.87 และการแปลความหมายตามภาษาแม่ คิดเป็นร้อยละ 17.19 กลวิธีการสื่อสารที่พบว่า ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทย ใช้น้อยที่สุด ได้แก่ การใช้คำจำกัดกลุ่มและการขอความร่วมมือ กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษที่ไม่พบว่าผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยใช้มี 6 กลวิธี ได้แก่ การแสดงท่าทางแทนคำพูด การแก้ไขด้วยตนเอง การเปรียบเทียบโดยใช้คำเหมือน การพูดความหมายตรงข้าม การบอกลักษณะของส่วนประกอบ และการบอกคุณสมบัติทางด้านประวัติความเป็นมา

ตัวอย่างกลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษที่ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีใช้เป็น 3 อันดับแรก มีดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1 กลวิธีการพูดตามแบบแผน

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการพูดตามแบบแผนของผู้ขายสินค้าเพศชายซึ่งขายสินค้าประเภทเครื่องประดับประเภทสร้อยข้อมือและสร้อยคอในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี อยู่ในช่วงเวลา 11-15 ปี

TMS: OK, goodbye, my friend.

MC: OK. Bye

จากตัวอย่างข้างต้นนี้ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทย ใช้การพูดตามแบบแผนเพื่อกล่าวลาลูกค้าว่า “goodbye” ซึ่งมีความหมายเป็นภาษาไทยว่า “สวัสดี/ ลาก่อน”

ตัวอย่างที่ 2 กลวิธีการใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ ของผู้ขายสินค้าเพศหญิง ซึ่งขายสินค้าประเภทของที่ระลึกในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี อยู่ในช่วงเวลา 1-5 ปี

FC: Wood?

TFS: Wood, small bag, magnet.

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยพูดโดยใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ ว่า “Wood, small bag, magnet.” ซึ่งหมายความว่าภาษาไทยว่า “อันนี้ทำจากไม้ นี่กระเป๋าใส่เศษสตางค์ นี่แม่เหล็กติดตู้เย็นค่ะ”

ตัวอย่างที่ 3 กลวิธีการแปลความหมายตามภาษาแม่

ตัวอย่างการใช้กลวิธีแปลความหมายตามภาษาแม่ของผู้ขายสินค้าเพศชายซึ่งขายสินค้าประเภทของเล่น ในเขตเมืองพัทยา อยู่ในช่วงเวลา 1-5 ปี

TMS: You look you look. I give battery you free.

MC: OK OK.

จากตัวอย่างข้างต้นผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยพูดโดยใช้กลวิธีการแปลความหมายตามภาษาแม่ว่า “I give battery you free.” โดยเรียบเรียงตามโครงสร้างประโยคภาษาไทยที่คิดขึ้นก่อนว่า “ผมแถมแบตเตอรี่ให้คุณฟรี” จากนั้นจึงพูดประโยคภาษาอังกฤษเรียงตามความหมายภาษาไทยที่คิดขึ้นก่อนนั้น ซึ่งแสดงถึงการใช้กลวิธีการแปลความหมายตามภาษาแม่

ผู้วิจัยได้แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับคำความถี่และร้อยละของการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยจำแนกตามหน้าที่ทางภาษาต่าง ๆ ในการขายสินค้าของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทย ดังปรากฏในตารางที่ 14 ในภาคผนวก ค

จากตารางที่ 14 พบว่า การใช้หน้าที่ทางภาษาในการขายสินค้าของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทย เรียงตามลำดับความถี่ในการใช้จากมากไปน้อย พร้อมทั้งกลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษที่พบการใช้มากที่สุด ในแต่ละหน้าที่ทางภาษา มีดังต่อไปนี้

1. การแนะนำคุณภาพของสินค้า พบการใช้กลวิธีการสื่อสารทั้งหมด 12 กลวิธี โดยกลวิธีที่พบการใช้มากที่สุด คือ การใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ
2. การบอกและต่อรองราคา พบการใช้กลวิธีการสื่อสารทั้งหมด 8 กลวิธี โดยกลวิธีที่พบการใช้มากที่สุด คือ การใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ
3. การสอบถามความต้องการของลูกค้า พบการใช้กลวิธีการสื่อสารทั้งหมด 7 กลวิธี โดยกลวิธีที่พบการใช้มากที่สุด คือ การแปลความหมายตามภาษาแม่
4. การกล่าวลา พบการใช้กลวิธีการสื่อสารทั้งหมด 3 กลวิธี โดยกลวิธีที่พบการใช้มากที่สุด คือ การพูดตามแบบแผน
5. การทักทาย พบการใช้กลวิธีการสื่อสารทั้งหมด 2 กลวิธี โดยกลวิธีที่พบการใช้มากที่สุด คือ การพูดตามแบบแผน
6. การเชิญชวนให้ลูกค้าเข้ามาชมสินค้า พบการใช้กลวิธีการสื่อสารทั้งหมด 6 กลวิธี โดยกลวิธีที่พบการใช้มากที่สุด คือ การพูดตามแบบแผน
7. การเชิญชวนให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าอีก พบการใช้กลวิธีการสื่อสารทั้งหมด 5 กลวิธี โดยกลวิธีที่พบการใช้มากที่สุด คือ การพูดตามแบบแผน
8. การรับคืนและเปลี่ยนสินค้า พบการใช้กลวิธีการสื่อสารทั้งหมด 4 กลวิธี โดยกลวิธีที่พบการใช้มากที่สุด คือ การกล่าวซ้ำและการพูดยืนยันเพื่อความเข้าใจ

ความถี่และร้อยละของการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยจำแนกตามหน้าที่ทางภาษาของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทย ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ดังแสดงในตารางที่ 4 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4 ความถี่และร้อยละของการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยจำแนกตามหน้าที่  
การแนะนำคุณภาพของสินค้าของผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา  
จังหวัดชลบุรี

| กลวิธีการสื่อสาร               | ความถี่ | ร้อยละ | อันดับที่ |
|--------------------------------|---------|--------|-----------|
| การใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ       | 30      | 18.07  | 1         |
| การกล่าวซ้ำ                    | 28      | 16.87  | 2         |
| การแปลความหมายตามภาษาแม่       | 26      | 15.66  | 3         |
| การปนรหัส                      | 20      | 12.05  | 4         |
| การบรรยายด้านกายภาพ            | 19      | 11.45  | 5         |
| การบอกคุณสมบัติด้านสถานที่ตั้ง | 16      | 9.64   | 6         |
| การพูดตามแบบแผน                | 12      | 7.23   | 7         |
| การแสดงท่าทางประกอบการพูด      | 7       | 4.22   | 8         |
| การพูดยืนยันเพื่อความเข้าใจ    | 3       | 1.81   | 9         |
| การถามเพื่อความแน่ใจ           | 3       | 1.81   | 9         |
| การใช้คำจำกัดกลุ่ม             | 1       | 0.60   | 10        |
| การขอความร่วมมือ               | 1       | 0.60   | 10        |
| รวม                            | 166     | 100    |           |

จากตารางที่ 4 เมื่อจำแนกตามหน้าที่ทางภาษาในการแนะนำคุณภาพของสินค้า ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีการสื่อสารที่ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยใช้ มีทั้งหมด 12 กลวิธี โดยกลวิธีการสื่อสารที่ผู้ขายสินค้า ใช้นามากเป็น 3 อันดับแรก ได้แก่ การใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ คิดเป็นร้อยละ 18.07 รองลงมา คือ การกล่าวซ้ำ คิดเป็นร้อยละ 16.87 และการแปลความหมายตามภาษาแม่ คิดเป็นร้อยละ 15.66 กลวิธีการสื่อสารที่พบการใช้น้อยที่สุด คือ การใช้คำจำกัดกลุ่มและการขอความร่วมมือ คิดเป็นร้อยละ 0.60 เท่ากัน ในหน้าที่การแนะนำคุณภาพของสินค้า พบกลวิธีการสื่อสารเพิ่มเติม 2 กลวิธี นอกเหนือจากกลวิธีการสื่อสารต่างๆที่ใช้เป็นกรอบความคิดในการวิจัย ได้แก่ การพูดยืนยันเพื่อความเข้าใจและการถามเพื่อความแน่ใจ โดยคิดเป็นร้อยละ 1.81 เท่ากัน

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการสื่อสารที่ใช้นามากเป็น 3 อันดับแรก ในหน้าที่การแนะนำคุณภาพของสินค้า

ตัวอย่างที่ 1 กลวิธีการใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ ของผู้ขายสินค้าเทศหญิง ซึ่งขายสินค้าประเภทของที่ระลึกในเขตเมืองพัทยา อยู่ในช่วงเวลา 1-5 ปี

TFS: Elephant wood.

FC: Uh huh

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยพูดแนะนำคุณภาพของสินค้าว่า “Elephant wood” โดยมีความหมายในภาษาไทยว่า “ช้างตัวนี้ทำจากไม้”

ตัวอย่างที่ 2 กลวิธีการกล่าวซ้ำ

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการกล่าวซ้ำ ของผู้ขายสินค้าเทศหญิง ซึ่งขายสินค้าประเภทของที่ระลึกในเขตเมืองพัทยา อยู่ในช่วงเวลา 1-5 ปี

FC: One hundred fifty?

TFS: Yes, wood wood.

จากตัวอย่างข้างต้นผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทย พูดแนะนำคุณภาพของสินค้าว่า “Yes, wood wood.” ซึ่งผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้การกล่าวซ้ำ โดยมีจุดประสงค์เพื่อต้องการการเน้นย้ำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทราบถึงคุณภาพของสินค้าว่าทำจากไม้

ตัวอย่างที่ 3 การแปลความหมายตามภาษาแม่

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการแปลความหมายตามภาษาแม่ของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเพศชาย ซึ่งขายสินค้าประเภทเครื่องประดับประเภทสร้อยข้อมือและสร้อยคอ ในเขตเมืองพัทยา อยู่ในช่วงเวลา 11-15 ปี

MC: How much?

TMS: This a handmade from Thailand.

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยพูดแนะนำคุณภาพของสินค้าว่า “This a handmade from Thailand.” ซึ่งเป็นการสร้างประโยคภาษาอังกฤษตามการเรียงลำดับคำในภาษาแม่หรือภาษาไทยที่คิดขึ้นก่อนหน้าว่า “สร้อยเส้นนี้ทำด้วยมือจากประเทศไทย”

ตารางที่ 5 ความถี่และร้อยละของการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยจำแนกตามหน้าที่การบอกและต่อรองราคาของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

| กลวิธีการสื่อสาร            | ความถี่ | ร้อยละ | อันดับที่ |
|-----------------------------|---------|--------|-----------|
| การใช้คำสั้น ๆ และคำง่าย ๆ  | 21      | 23.60  | 1         |
| การกล่าวซ้ำ                 | 20      | 22.47  | 2         |
| การปนรหัส                   | 19      | 21.35  | 3         |
| การแปลความหมายตามภาษาแม่    | 18      | 20.22  | 4         |
| การพูดตามแบบแผน             | 6       | 6.74   | 5         |
| การถามเพื่อความแน่ใจ        | 3       | 3.37   | 6         |
| การแสดงท่าทางประกอบการพูด   | 1       | 1.12   | 7         |
| การพูดยืนยันเพื่อความเข้าใจ | 1       | 1.12   | 7         |
| รวม                         | 89      | 100    |           |

จากตารางที่ 5 เมื่อจำแนกตามหน้าที่ทางภาษาในการบอกและต่อรองราคา ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีการสื่อสารที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้มีทั้งหมด 8 กลวิธี โดยกลวิธีการสื่อสารที่ผู้ขายสินค้าใช้มากเป็น 3 อันดับแรก ได้แก่ การใช้คำสั้น ๆ และ คำง่าย ๆ คิดเป็นร้อยละ 23.60 รองลงมา คือ การกล่าวซ้ำ คิดเป็นร้อยละ 22.47 และการปนรหัส คิดเป็นร้อยละ 21.35 กลวิธีการสื่อสารที่พบการใช้บ่อยที่สุดมี 2 กลวิธี ได้แก่ การแสดงท่าทางประกอบการพูดและการพูดยืนยันเพื่อความเข้าใจ คิดเป็นร้อยละ 1.12 เท่ากัน โดยในหน้าที่การบอกและต่อรองราคา พบกลวิธีการสื่อสารเพิ่มเติมอีก 2 กลวิธี นอกเหนือจากกลวิธีการสื่อสารต่างๆที่ใช้เป็นกรอบความคิดในการวิจัย ได้แก่ การถามเพื่อความแน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 3.37 การและพูดยืนยันเพื่อความเข้าใจ คิดเป็นร้อยละ 1.12

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการสื่อสารที่ใช้มากเป็น 3 อันดับแรกในหน้าที่การบอกและต่อรองราคา

ตัวอย่างที่ 1 กลวิธีการใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ ของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเพศหญิงซึ่งขายสินค้าประเภทของที่ระลึกในเขตเมืองพัทยา อยู่ในช่วงเวลา 1-5 ปี

FC: No discount?

TFS: Yes, very cheap.

จากตัวอย่างข้างต้นผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยพูดบอกและต่อรองราคาสินค้าโดยใช้กลุ่มคำ “Yes, very cheap.” ซึ่งเป็นการใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ ที่น่าจะมาจากรูปประโยคเดิมในภาษาอังกฤษว่า “Yes, this (one)/ it is very cheap.”

ตัวอย่างที่ 2 กลวิธีการกล่าวซ้ำ

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการกล่าวซ้ำของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเพศชาย ซึ่งขายสินค้าประเภทเครื่องประดับประเภทสร้อยข้อมือและสร้อยคอ ในเขตเมืองพัทยา อยู่ในช่วงเวลา 11-15 ปี

FC: Oh! Beautiful.

TMS: Discount discount.

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยพูดบอกและต่อรองราคาว่า “Discount discount.” โดยใช้การกล่าวซ้ำเพื่อเน้นย้ำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ทราบว่า “สามารถลดราคาสินค้าได้”

ตัวอย่างที่ 3 กลวิธีการปนรหัส

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการปนรหัสของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเพศหญิง ประเภทของที่ระลึกในเขตเมืองพัทยา อยู่ในช่วงเวลา 1-5 ปี

FC: Price? How much?

TFS: อันนี้ one hundred.

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยพูดบอกราคาสินค้าว่า “อันนี้ one hundred” โดยใช้การปนรหัสโดยมาจากประโยคภาษาอังกฤษว่า “This (one) is one hundred.”

ตารางที่ 6 ความถี่และร้อยละของการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษ โดยจำแนกตามหน้าที่การสอบถามความต้องการของลูกค้าของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

| กลวิธีการสื่อสาร         | ความถี่ | ร้อยละ | อันดับที่ |
|--------------------------|---------|--------|-----------|
| การแปลความหมายตามภาษาแม่ | 26      | 29.89  | 1         |
| การใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ | 20      | 22.99  | 2         |

ตารางที่ 6 (ต่อ)

| กลวิธีการสื่อสาร            | ความถี่ | ร้อยละ | อันดับที่ |
|-----------------------------|---------|--------|-----------|
| การปณรหัส                   | 19      | 21.84  | 3         |
| การถามเพื่อความแน่ใจ        | 9       | 10.34  | 4         |
| การสื่อสารแบบกล่าวซ้ำ       | 8       | 9.20   | 5         |
| การพูดตามแบบแผน             | 4       | 4.60   | 6         |
| การพูดยืนยันเพื่อความเข้าใจ | 1       | 1.15   | 7         |
| รวม                         | 87      | 100    |           |

จากตารางที่ 6 เมื่อจำแนกตามหน้าที่ทางภาษาในการสอบถามความต้องการของลูกค้า ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีการสื่อสารที่ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยใช้มีทั้งหมด 7 กลวิธี โดยกลวิธีการสื่อสารที่ผู้ขายสินค้าใช้มากเป็น 3 อันดับแรก ได้แก่ การแปลความหมายตามภาษาแม่ คิดเป็นร้อยละ 21.89 รองลงมาคือ การใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ คิดเป็นร้อยละ 22.99 และการปณรหัส คิดเป็นร้อยละ 21.84 โดยในหน้าที่การสอบถามความต้องการของลูกค้า พบกลวิธีการสื่อสารเพิ่มเติมอีก 2 กลวิธี นอกเหนือจากกลวิธีการสื่อสารต่างๆที่ใช้เป็นกรอบความคิดในการวิจัย ได้แก่ การถามเพื่อความแน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 10.34 และการพูดยืนยันเพื่อความเข้าใจ ใช้น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.15

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการสื่อสารที่ใช้มากเป็น 3 อันดับแรกในหน้าที่การสอบถามความต้องการของลูกค้า

ตัวอย่างที่ 1 กลวิธีการแปลความหมายตามภาษาแม่

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการแปลความหมายตามภาษาแม่ของผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยเพศหญิงที่ขายสินค้าประเภทของที่ระลึกในเขตเมืองพัทยา อยู่ในช่วงเวลา 1-5 ปี

FC: Black color?

TFS: No black. You want white?

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยพูดสอบถามความต้องการของลูกค้าว่า “You want white?” ซึ่งเป็นการสร้างประโยคภาษาอังกฤษตามการเรียงลำดับคำในภาษาแม่หรือภาษาไทยที่คิดขึ้นก่อนหน้าว่า “คุณต้องการอันสีขาวไหม?”

ตัวอย่างที่ 2 กลวิธีการใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ ของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเพศหญิงที่ขายสินค้าประเภทกางเกงขาสั้น ในเขตเมืองพัทยา อยู่ในช่วงเวลา 1 สัปดาห์

MC: Black?

TFS: Black? It's black

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยทดสอบตามความต้องการของลูกค้าว่า "Black?" โดยมีความหมายเป็นภาษาไทยว่า "คุณต้องการกางเกงสีดำไหม?"

ตัวอย่างที่ 3 กลวิธีการปนรหัส

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการปนรหัสของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเพศหญิงที่ขายสินค้าประเภทของที่ระลึกในเขตเมืองพัทยา อยู่ในช่วงเวลา 1-5 ปี

TFS: Five?

FC: Ah, five.

TFS: For one, thirty. อันนี้ right? I show, two hundred fifty.

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทย ทดสอบตามความต้องการของลูกค้าว่า "อันนี้ right?" โดยใช้การปนรหัส โดยมีความหมายเป็นภาษาไทยว่า "อันนี้ใช่ไหม?"

ตารางที่ 7 ความถี่และร้อยละของการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยจำแนกตามหน้าที่การกล่าวหาของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

| กลวิธีการสื่อสาร | ความถี่ | ร้อยละ | อันดับที่ |
|------------------|---------|--------|-----------|
| การพูดตามแบบแผน  | 26      | 86.67  | 1         |
| การสลับรหัส      | 3       | 10.00  | 2         |
| การกล่าวซ้ำ      | 1       | 3.33   | 3         |
| รวม              | 30      | 100    |           |

จากตารางที่ 7 เมื่อจำแนกตามหน้าที่การกล่าวหา ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีการสื่อสารที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้ มีทั้งหมด 3 กลวิธี โดยกลวิธีที่ใช้มากที่สุด คือ การพูดตามแบบแผน คิดเป็นร้อยละ 86.67 รองลงมา คือ การสลับรหัส คิดเป็นร้อยละ 10 และการกล่าวซ้ำ คิดเป็นร้อยละ 3.33

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการสื่อสารทั้ง 3 วิธี ในหน้าที่การกล่าวหา

ตัวอย่างที่ 1 กลวิธีการพูดตามแบบแผน

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการพูดตามแบบแผนของผู้ขายสินค้าแฟชั่น ซึ่งขายสินค้าประเภทของที่ระลึกในเขตเมืองพัทยา อยู่ในช่วงเวลา 1-5 ปี

TFS: Please give me two hundred fifty baht, OK?

MC: OK

TFS: OK. I give you change. OK. Bye-bye.

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยพูดกล่าวลาลูกค้าว่า “Bye-bye.” ซึ่งเป็นคำพูดตามแบบแผนที่ใช้ในการกล่าวลาแบบไม่เป็นทางการ

ตัวอย่างที่ 2 กลวิธีการสลับรหัส

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการสลับรหัสของผู้ขายสินค้าแฟชั่น ซึ่งขายสินค้าประเภทเสื้อผ้าและรองเท้าในเขตเมืองพัทยา อยู่ในช่วงเวลา 6-10 ปี

TFS: Two hundred eighty.

FC: <Speaking Russian>

TFS: ขอบคุณค่ะ

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยพูดกล่าวลาลูกค้าโดยใช้ภาษาไทยว่า “ขอบคุณค่ะ” เป็นการสลับรหัสในระดับการผลัดกันพูด (Complete Turns) ของคู่สนทนาแต่ละฝ่ายซึ่งผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยคิดว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะเข้าใจในความหมาย ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอาจจะเข้าใจความหมายของคำว่า “ขอบคุณค่ะ” จากบริบทแวดล้อมที่เกิดขึ้นในการสนทนาขายสินค้า

ตัวอย่างที่ 3 กลวิธีการกล่าวซ้ำ

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการกล่าวซ้ำของผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยแฟชั่น ซึ่งขายสินค้าประเภทเสื้อผ้าและรองเท้า ในเขตเมืองพัทยา อยู่ในช่วงเวลา 11-15 ปี

FC: See you later.

TFS: OK, thank you. See you see you.

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยพูดกล่าวลานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยกล่าวซ้ำว่า “See you see you.” โดยถ้อยคำ “See you.” เป็นถ้อยคำที่ใช้ในการกล่าวลาแบบไม่เป็นทางการ

ตารางที่ 8 ความถี่และร้อยละของการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยจำแนกตามหน้าที่  
การทักทายของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

| กลวิธีการสื่อสาร | ความถี่ | ร้อยละ | อันดับที่ |
|------------------|---------|--------|-----------|
| การพูดตามแบบแผน  | 24      | 88.88  | 1         |
| การสลับรหัส      | 3       | 11.11  | 2         |
| รวม              | 27      | 100    |           |

จากตารางที่ 8 เมื่อจำแนกตามหน้าที่ทางภาษาในการทักทาย ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีการสื่อสารที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้ มีจำนวน 2 กลวิธี ได้แก่ การพูดตามแบบแผน คิดเป็นร้อยละ 88.88 และการสลับรหัส คิดเป็นร้อยละ 11.11

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการสื่อสารทั้ง 2 กลวิธี ในหน้าที่การทักทาย

ตัวอย่างที่ 1 กลวิธีการพูดตามแบบแผน

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการพูดตามแบบแผนของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเพศหญิง ซึ่งขายสินค้าประเภทของที่ระลึก ในเขตเมืองพัทยา อยู่ในช่วงเวลา 1-5 ปี

TFS: Hello, madam.

FC: How much?

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยพูดทักทายว่า “Hello, madam.” ซึ่งเป็นคำพูดตามแบบแผนที่ใช้ในการทักทายแบบเป็นทางการ

ตัวอย่างที่ 2 กลวิธีการสลับรหัส

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการสลับรหัสของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเพศหญิง ซึ่งขายสินค้าประเภทของที่ระลึก ในเขตเมืองพัทยา อยู่ในช่วงเวลา 1-5 ปี

TFS: สวัสดีค่ะ Have a look.

FC: How much?

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทย พูดทักทายนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยใช้การสลับรหัสว่า “สวัสดีค่ะ Have a look.” ซึ่งเป็นการพูดโดยใช้สองภาษาร่วมกันระหว่างประโยค โดยผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยคิดว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะเข้าใจในความหมายของคำว่า “สวัสดีค่ะ” ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอาจจะเข้าใจคำว่า “สวัสดีค่ะ” ได้ จากบริบทแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในระหว่างการสนทนาขายสินค้า

ตารางที่ 9 ความถี่และร้อยละของการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยจำแนกตามหน้าที่  
การเชิญชวนให้ลูกค้าเข้ามาชมสินค้าของผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยในเขตเมือง  
พัทยา จังหวัดชลบุรี

| กลวิธีการสื่อสาร          | ความถี่ | ร้อยละ | อันดับที่ |
|---------------------------|---------|--------|-----------|
| การพูดตามแบบแผน           | 7       | 35     | 1         |
| การใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ  | 5       | 25     | 2         |
| การกล่าวซ้ำ               | 3       | 15     | 2         |
| การแปลความหมายตามภาษาแม่  | 3       | 15     | 3         |
| การแสดงท่าทางประกอบการพูด | 1       | 5      | 4         |
| การสลับรหัส               | 1       | 5      | 4         |
| รวม                       | 20      | 100    |           |

จากตารางที่ 9 เมื่อจำแนกตามหน้าที่ทางภาษาในการเชิญชวนลูกค้าให้เข้ามาชมสินค้า ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีการสื่อสารที่ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยใช้มีทั้งหมด 6 กลวิธี โดย กลวิธีการสื่อสารที่ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยใช้มากเป็น 3 อันดับแรก ได้แก่ การพูดตามแบบแผน คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมา คือ การใช้คำสั้น ๆ และ ง่าย ๆ คิดเป็นร้อยละ 25 การกล่าวซ้ำ และการแปลความหมายตามภาษาแม่คิดเป็นร้อยละ 15 เท่ากัน กลวิธีการสื่อสารที่พบการใช้น้อยที่สุด ได้แก่ การแสดงท่าทางประกอบการพูดและการสลับรหัส คิดเป็นร้อยละ 5 เท่ากัน

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการสื่อสารที่ใช้มากเป็น 3 อันดับแรกในหน้าที่การเชิญชวนลูกค้าให้เข้ามาชมสินค้า

ตัวอย่างที่ 1 กลวิธีการพูดตามแบบแผน

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการพูดตามแบบแผนของผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยเพศหญิง ซึ่งขายสินค้าประเภทเสื้อผ้าและรองเท้า ในเขตเมืองพัทยายู่ในช่วงเวลา 11-15 ปี

TFS: You look inside. Have many color.

MC: Have a <uc>?

จากตัวอย่างข้างต้นผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยพูดเชิญชวนลูกค้าให้เข้ามาชมสินค้าว่า “You look inside.” ซึ่งเป็นโครงสร้างประโยคบอกเล่าที่ถูกต้องตามหลักภาษาอังกฤษ โดยมี ความหมายเป็นภาษาไทยว่า “เชิญชมด้านในค่ะ”

ตัวอย่างที่ 2 กลวิธีการใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ ของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเพศหญิงซึ่งขายสินค้าประเภทของที่ระลึกในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี อยู่ในช่วงเวลา 1-5 ปี

TFS: Just to look.

MC: <uc> Pattaya?

จากตัวอย่างข้างต้นผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเพศหญิงชวนลูกค้าให้เข้ามาชมสินค้าว่า “Just to look.” โดยใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ ซึ่งมีความหมายเป็นภาษาไทยว่า “เชิญชมก่อนค่ะ”

ตัวอย่างที่ 3 กลวิธีการกล่าวซ้ำ

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการกล่าวซ้ำของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเพศหญิงซึ่งขายสินค้าประเภทผลไม้ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี อยู่ในช่วงเวลา 6-10 ปี

TFS: This way this way. This mangosteen.

MC: <Speaking Russian>

จากตัวอย่างข้างต้นผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเรียกลูกค้าให้เข้ามาชมสินค้าว่า “This way this way” เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจที่จะซื้อสินค้าซึ่งมีความหมายเป็นภาษาไทยว่า “เชิญทางนี้ค่ะ เชิญทางนี้ค่ะ”

ตัวอย่างที่ 4 การแปลความหมายตามภาษาแม่

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการแปลความหมายตามภาษาแม่ของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเพศหญิงซึ่งขายสินค้าประเภทเสื้อผ้าและรองเท้าในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี อยู่ในช่วงเวลา 1-5 ปี

TFS: Have size, madam

MC: (Speaking Russian)

จากตัวอย่างข้างต้นผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเรียกลูกค้าให้เข้ามาชมสินค้าว่า “Have size, madam” ซึ่งต้องการสื่อความหมายเป็นภาษาไทยว่าสินค้าตนเองขายนั้นมีขนาดที่ลูกค้ารายนี้สามารถสวมใส่ได้ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจที่จะซื้อสินค้า

ตารางที่ 10 ความถี่และร้อยละของการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยจำแนกตามหน้าที่  
การเชิญชวนให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าอีกของผู้ขายสินค้าแบบแฟลตลอยชาวไทยใน  
เขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

| กลวิธีการสื่อสาร         | ความถี่ | ร้อยละ | อันดับที่ |
|--------------------------|---------|--------|-----------|
| การพูดตามแบบแผน          | 9       | 52.94  | 1         |
| การปนรหัส                | 3       | 17.65  | 2         |
| การใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ | 2       | 11.76  | 3         |
| การแปลความหมายตามภาษาแม่ | 2       | 11.76  | 3         |
| การกล่าวซ้ำ              | 1       | 5.88   | 4         |
| รวม                      | 17      | 100    |           |

จากตารางที่ 10 เมื่อจำแนกตามหน้าที่ทางภาษาในการเชิญชวนให้ลูกค้ากลับมาซื้อ  
สินค้าอีก ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีการสื่อสารที่ผู้ขายสินค้าแบบแฟลตลอยชาวไทยใช้ มีทั้งหมด 5  
กลวิธี โดยกลวิธีการสื่อสารที่ผู้ขายสินค้าใช้มากที่สุดเป็น 3 อันดับแรก ได้แก่ การพูดตามแบบแผน คิด  
เป็นร้อยละ 52.94 รองลงมา คือ การสลับรหัส คิดเป็นร้อยละ 17.65 และอันดับที่ 3 ได้แก่ การใช้คำ  
สั้น ๆ ง่าย ๆ และการแปลความหมายตามภาษาแม่ คิดเป็นร้อยละ 11.76 เท่ากัน กลวิธีการสื่อสารที่  
พบการใช้น้อยที่สุด ได้แก่ การกล่าวซ้ำ คิดเป็นร้อยละ 5.88

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการสื่อสารที่ใช้มากที่สุดเป็น 3 อันดับแรกในหน้าที่การเชิญชวนให้ลูกค้า  
กลับมาซื้อสินค้าอีก

ตัวอย่างที่ 1 กลวิธีการพูดตามแบบแผน

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการพูดตามแบบแผนของผู้ขายสินค้าแบบแฟลตลอยชาวไทยเพศชาย  
ซึ่งขายอุปกรณ์เครื่องใช้ประเภทกล้องส่องทางไกลในเขตเมืองพัทยา อยู่ในช่วงเวลา 11-15 ปี

MC: OK. I' ll come again tomorrow.

TMS: Yeah yeah. Come tomorrow.

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้ขายสินค้าพูดเชิญชวนให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าอีก โดยพูดว่า  
“Come tomorrow.” ซึ่งเป็นการพูดตามแบบแผนที่ต้องตามหลักไวยากรณ์ภาษาอังกฤษในเรื่อง  
โครงสร้างประโยคคำสั่ง (Imperative) ซึ่งสื่อความหมายเป็นภาษาไทยว่าให้ลูกค้ากลับมาชมสินค้า  
อีกครั้งในวันต่อไป

## ตัวอย่างที่ 2 กลวิธีการปนรหัส

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการปนรหัสของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเพศหญิงซึ่งขายสินค้าประเภทเสื้อผ้าและรองเท้าในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี อยู่ในช่วงเวลา 1-5 ปี

TFS: I have forty (shoe size). No have thirty-nine. You come back แล้วกัน.

MC: OK. Bye.

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเพศหญิงชวนให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าอีกโดยใช้วิธีการปนรหัสโดยใช้คำภาษาไทยว่า “แล้วกัน” ลงท้ายประโยคภาษาอังกฤษเพื่อสื่อความหมายให้ลูกค้ากลับมาเลือกชมและซื้อสินค้าอีกในวันต่อไป

## ตัวอย่างที่ 3 กลวิธีการใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ ของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเพศชาย ซึ่งขายเครื่องประดับประเภทสร้อยข้อมือและสร้อยคอ ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีอยู่ในช่วงเวลา 11-15 ปี

MC: I'll look. OK, tomorrow.

TMS: Yeah, tomorrow night time.

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเพศชายชวนให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าอีก โดยพูดว่า “tomorrow night time.” โดยเป็นการใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ ซึ่งสื่อความหมายเป็นภาษาไทยว่า ให้ลูกค้ากลับมาเลือกซื้อสินค้าอีกครั้งในวันต่อไปช่วงเวลากลางคืน

## ตัวอย่างที่ 4 กลวิธีการแปลความหมายตามภาษาแม่

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการแปลความหมายตามภาษาแม่ ของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเพศหญิง ซึ่งขายผลไม้ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี อยู่ในช่วงเวลา 6-10 ปี

TFS: Three hundred sixty baht, madam. Tomorrow come back again.

FC: (Speaking Russian)

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเพศหญิงชวนให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าอีก โดยพูดว่า “Tomorrow come back again.” ซึ่งเป็นการสร้างประโยคภาษาอังกฤษตามความหมายที่คิดขึ้นในภาษาไทยก่อนว่า “พรุ่งนี้กลับมาซื้ออีกนะค่ะ”

ตารางที่ 11 ความถี่และร้อยละของการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยจำแนกตามหน้าที่การรับคืนและเปลี่ยนสินค้าของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

| กลวิธีการสื่อสาร            | ความถี่ | ร้อยละ | อันดับที่ |
|-----------------------------|---------|--------|-----------|
| การกล่าวซ้ำ                 | 2       | 33.33  | 1         |
| การพูดยืนยันเพื่อความเข้าใจ | 2       | 33.33  | 1         |
| การใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ    | 1       | 16.67  | 2         |
| การแปลความหมายตามภาษาแม่    | 1       | 16.67  | 2         |
| รวม                         | 6       | 100    |           |

จากตารางที่ 11 เมื่อจำแนกตามหน้าที่ทางภาษาในการรับคืนและเปลี่ยนสินค้า ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีการสื่อสารที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้ มีทั้งหมด 4 กลวิธี โดยกลวิธีที่ใช้มากที่สุด คือ การกล่าวซ้ำและการพูดยืนยันเพื่อความเข้าใจ คิดเป็นร้อยละ 33.33 เท่ากัน รองลงมา คือ การใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ และการแปลความหมายตามภาษาแม่ คิดเป็นร้อยละ 16.67 เท่ากัน โดยในหน้าที่การรับคืนและเปลี่ยนสินค้า พบกลวิธีการสื่อสารเพิ่มเติม นอกเหนือจากกลวิธีการสื่อสารที่ใช้เป็นกรอบความคิดในการวิจัย 1 กลวิธีคือ การพูดยืนยันเพื่อความเข้าใจ ซึ่งใช้เป็นอันดับที่ 1

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษ ทั้ง 2 อันดับ ในหน้าที่การรับคืนและเปลี่ยนสินค้า

ตัวอย่างที่ 1 กลวิธีการกล่าวซ้ำ

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการกล่าวซ้ำของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเพศชาย ซึ่งขายสินค้าประเภทกางเกงขาสั้นในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี อยู่ในเขตช่วงเวลา 1-5 ปี

MC: Can I change this one?.

TMS: อ้อ Change Change. Yes Yes.

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยกล่าวซ้ำว่า “ Change change. Yes yes.” ซึ่งเป็นการสื่อความหมายในเชิงรับรู้ เข้าใจ และยอมรับในการที่ลูกค้าต้องการจะเปลี่ยนสินค้า ซึ่งช่วงการพูดดังกล่าวยังสามารถจัดเป็น กลวิธีการพูดยืนยันเพื่อความเข้าใจได้อีกด้วย ดังแสดงในตัวอย่างที่ 2

ตัวอย่างที่ 2 กลวิธีการพูดยืนยันเพื่อความเข้าใจ

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการพูดยืนยันเพื่อความเข้าใจของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเทศชาย ซึ่งขายสินค้าประเภทกางเกงขาสั้น ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี อยู่ในช่วงเวลา 1-5 ปี

MC: Can I change this one?.

TMS: อ้อ Change Change. Yes Yes.

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยพูดว่า “อ้อ Change change” เพื่อแสดงถึงการรับรู้และเข้าใจว่าลูกค้าต้องการจะเปลี่ยนสินค้า

ตัวอย่างที่ 3 กลวิธีการใช้คำสั้น ๆ และง่าย

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ ของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเทศหญิง ซึ่งขายสินค้าประเภทของที่ระลึกในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี อยู่ในช่วงเวลา 1-5 ปี

FC: I don't want. Cannot change?

TFS: Change? Bought no change.

จากตัวอย่างข้างต้น เมื่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพูดเพื่อแสดงความต้องการที่จะเปลี่ยนสินค้า ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยพูดตอบโดยการถามลูกค้ากลับว่า “Change?” โดยการใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ ซึ่งมีความหมายในภาษาไทยว่า “คุณต้องการเปลี่ยนสินค้าใช่ไหม?”

ตัวอย่างที่ 4 กลวิธีการแปลความหมายตามภาษาแม่

ตัวอย่างการใช้กลวิธีการแปลความหมายตามภาษาแม่ของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยเทศหญิง ซึ่งขายสินค้าประเภทของที่ระลึกในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี อยู่ในช่วงเวลา 1-5 ปี

FC: I don't want. Cannot Change?

TFS: Change? Bought no change.

จากตัวอย่างข้างต้น ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทย พูดว่า “Bought no change” ซึ่งเป็นการสร้างประโยคในภาษาอังกฤษหรือภาษาเป้าหมายตามการเรียงคำหรือโครงสร้างประโยคในภาษาไทยหรือภาษาแม่ที่คิดขึ้นก่อนว่า “ซื้อแล้วไม่รับเปลี่ยน”

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยการให้ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นการรายงานการใช้กลวิธีการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษด้วยตนเอง เพื่อประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสังเกต รายละเอียดของผลการวิเคราะห์ดังปรากฏในตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จากแบบสอบถาม (n = 30)

| กลวิธีการสื่อสาร                                                                                         | จำนวนและร้อยละของการใช้<br>กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษ |              |                    |              |                                           | $\bar{X}$ | SD    | ระดับ<br>การใช้ |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|--------------|--------------------|--------------|-------------------------------------------|-----------|-------|-----------------|
|                                                                                                          | 5                                                     | 4            | 3                  | 2            | 1                                         |           |       |                 |
|                                                                                                          | ใช้<br>มาก<br>ที่สุด                                  | ใช้<br>มาก   | ใช้<br>ปาน<br>กลาง | ใช้<br>น้อย  | ใช้<br>น้อย<br>ที่สุด<br>ถึงไม่<br>ใช้เลย |           |       |                 |
| 1. ฉันใช้คำที่มีความหมายทั่วไปหากฉันไม่รู้คำศัพท์ที่มีความหมายเฉพาะเจาะจง เช่น ใช้คำว่า fruit แทน orange | 1<br>(3.3)                                            | 6<br>(20.0)  | 8<br>(26.7)        | 12<br>(40.0) | 3<br>(10.0)                               | 2.67      | 1.028 | ปาน<br>กลาง     |
| 2. ฉันใช้คำหรือข้อความที่มีความหมายใกล้เคียงกันหรือเหมือนกัน หากฉันไม่รู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษที่ต้องการ     | 3<br>(10.0)                                           | 8<br>(26.7)  | 13<br>(43.3)       | 5<br>(16.7)  | 1<br>(3.3)                                | 3.23      | .971  | ปาน<br>กลาง     |
| 3. ฉันใช้คำหรือข้อความภาษาอังกฤษที่มีความหมายตรงกันข้าม หากฉันไม่รู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษที่ต้องการ          | -                                                     | 5<br>(16.7)  | 6<br>(20.0)        | 13<br>(43.3) | 6<br>(20.0)                               | 2.33      | .994  | น้อย            |
| 4. ฉันพูดบรรยายลักษณะภายนอกของสินค้า เพื่ออธิบายถึงสินค้าที่ต้องการขาย                                   | 10<br>(33.3)                                          | 11<br>(36.7) | 4<br>(13.3)        | 4<br>(13.3)  | 1<br>(3.3)                                | 3.83      | 1.147 | มาก             |
| 5. ฉันพูดบอกส่วนประกอบของสินค้าเพื่อหมายถึงสินค้าที่ต้องการขาย                                           | 10<br>(33.3)                                          | 11<br>(36.7) | 5<br>(16.7)        | 3<br>(10.0)  | 1<br>(3.3)                                | 3.87      | 1.106 | มาก             |

ตารางที่ 12 (ต่อ)

| กลวิธีการสื่อสาร                                                                                      | จำนวนและร้อยละของการใช้    |              |                    |              |                                           | $\bar{X}$ | SD    | ระดับการใช้ |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|--------------|--------------------|--------------|-------------------------------------------|-----------|-------|-------------|
|                                                                                                       | กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษ |              |                    |              |                                           |           |       |             |
|                                                                                                       | 5                          | 4            | 3                  | 2            | 1                                         |           |       |             |
|                                                                                                       | ใช้<br>มาก<br>ที่สุด       | ใช้<br>มาก   | ใช้<br>ปาน<br>กลาง | ใช้<br>น้อย  | ใช้<br>น้อย<br>ที่สุด<br>ถึงไม่<br>ใช้เลย |           |       |             |
| 6. ฉันพูดบอกสถานที่ตั้งที่<br>เกี่ยวข้องกับสินค้าเพื่อหมายถึง<br>สินค้าที่ต้องการขาย                  | 3<br>(10.0)                | 6<br>(20.0)  | 6<br>(20.0)        | 11<br>(36.7) | 4<br>(13.3)                               | 2.77      | 1.223 | ปาน<br>กลาง |
| 7. ฉันจะเล่าประวัติความเป็น<br>มาที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเพื่อ<br>หมายถึงสินค้าที่ต้องการขาย            | 3<br>(10.0)                | 2<br>(6.7)   | 6<br>(20.0)        | 9<br>(30.0)  | 10<br>(33.3)                              | 2.30      | 1.291 | น้อย        |
| 8. ในการขายสินค้าฉันใช้ภาษา<br>ท่าทาง หากฉันไม่สามารถ<br>สื่อสารสิ่งที่ต้องการเป็นภาษา<br>อังกฤษได้   | 6<br>(20.0)                | 8<br>(26.7)  | 9<br>(30.0)        | 6<br>(20.0)  | 1<br>(3.3)                                | 3.40      | 1.133 | ปาน<br>กลาง |
| 9. ฉันใช้ท่าทางพร้อมคำพูดเพื่อ<br>หมายถึงสินค้าที่ต้องการขาย                                          | 8<br>(26.7)                | 11<br>(36.7) | 6<br>(20.0)        | 2<br>(6.7)   | 3<br>(10.0)                               | 3.63      | 1.245 | มาก         |
| 10. ฉันจะพูดซ้ำคำ เพื่อเน้น<br>คุณภาพสินค้าที่ต้องการขาย<br>เช่น cheap cheap cheap (ราคา<br>ถูกมาก ๆ) | 8<br>(26.7)                | 10<br>(33.3) | 4<br>(13.3)        | 5<br>(16.7)  | 3<br>(10.0)                               | 3.50      | 1.333 | มาก         |
| 11. ฉันใช้คำในภาษาไทยแทน<br>หากฉันไม่สามารถสื่อสารสิ่ง<br>ที่ต้องการเป็นภาษาอังกฤษได้                 | 3<br>(10.0)                | 4<br>(13.3)  | 6<br>(20.0)        | 13<br>(43.3) | 4<br>(13.3)                               | 2.63      | 1.189 | ปาน<br>กลาง |

ตารางที่ 12 (ต่อ)

| กลวิธีการสื่อสาร                                                                     | จำนวนและร้อยละของการใช้    |              |              |              |                           | $\bar{X}$ | SD    | ระดับการใช้ |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|--------------|--------------|--------------|---------------------------|-----------|-------|-------------|
|                                                                                      | กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษ |              |              |              |                           |           |       |             |
|                                                                                      | 5                          | 4            | 3            | 2            | 1                         |           |       |             |
|                                                                                      | ใช้มากที่สุด               | ใช้มาก       | ใช้ปานกลาง   | ใช้น้อย      | ใช้น้อยที่สุดถึงไม่ใช้เลย |           |       |             |
| 12. ฉันขอความช่วยเหลือจากผู้อื่นเมื่อไม่สามารถสื่อสารสิ่งที่ต้องการเป็นภาษาอังกฤษได้ | 2<br>(6.7)                 | 1<br>(3.3)   | 10<br>(33.3) | 14<br>(46.7) | 3<br>(10.0)               | 2.50      | .974  | น้อย        |
| 13. ฉันพยายามพูดแก้ไขใหม่ให้ถูกต้อง เมื่อรู้ว่าตนเองกำลังพูดผิด                      | 5<br>(16.7)                | 6<br>(20.0)  | 13<br>(43.3) | 6<br>(20.0)  | -                         | 3.33      | .994  | ปานกลาง     |
| 14. ฉันใช้คำหรือข้อความภาษาอังกฤษที่สั้นๆง่ายในการขายสินค้า                          | 11<br>(36.7)               | 11<br>(36.7) | 3<br>(10.0)  | 5<br>(16.7)  | -                         | 3.93      | 1.081 | มาก         |
| 15. ฉันคิดข้อความเป็นภาษาไทยก่อนแล้วจึงพูดเรียงคำภาษาอังกฤษตามภาษาไทยนั้นทีละคำ      | 3<br>(10.0)                | 6<br>(20.0)  | 8<br>(26.7)  | 7<br>(23.3)  | 6<br>(20.0)               | 2.77      | 1.278 | ปานกลาง     |
| 16. ฉันใช้คำพูดที่นิยมพูดตามแบบแผน เช่น Hi , Hello, Thank you, See you เป็นต้น       | 25<br>(83.3)               | 3<br>(10.0)  | 1<br>(3.3)   | 1<br>(3.3)   | -                         | 4.73      | .691  | มากที่สุด   |

จากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้กลวิธีการสื่อสารของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยจากการตอบแบบสอบถามพบว่า กลวิธีการสื่อสารที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทย

ใช้ในระดับมากที่สุด คือ การพูดตามแบบแผน มีค่าเฉลี่ย 4.73 ในระดับมาก ได้แก่ การใช้คำสั้น ๆ และง่าย ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.93 การบอกลักษณะของส่วนประกอบ มีค่าเฉลี่ย 3.87 การบรรยายทางด้านกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.83 การแสดงท่าทางประกอบการพูด มีค่าเฉลี่ย 3.63 และการกล่าวซ้ำ มีค่าเฉลี่ย 3.50 ตามลำดับ กลวิธีการสื่อสารที่พบว่าผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้น้อยเป็นลำดับสุดท้าย คือ การบอกคุณสมบัติทางด้านประวัติความเป็นมา มีค่าเฉลี่ย 2.30

## 2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพจากการสังเกตการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผลการวิจัยจากการสังเกตพบว่า ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีใช้กลวิธีการสื่อสารที่อยู่นอกเหนือจากกรอบการวิจัย จำนวน 2 กลวิธี ในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ กลวิธีการสร้างสิ่งแวดล้อมทางภาษาในการขายสินค้า (Linguistic Environments) และกลวิธีการสื่อสาร โดยใช้เรื่องทั่วไป (Small Talk) ดังต่อไปนี้

### 1. กลวิธีการสร้างสิ่งแวดล้อมทางภาษาในการขายสินค้า

จากการสังเกตลักษณะของร้านค้าแบบแผงลอยส่วนใหญ่ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จะมีลักษณะการจัดส่วนที่ใช้วางขายสินค้าเป็นชั้น ๆ ถัดหล่นกันไปเพื่อใช้วางสินค้าให้ดูสวยงาม มีความน่าซื้อ เช่น ร้านขายผลไม้จะมีการจัดร้านในลักษณะดังกล่าวซึ่งเป็นกลวิธีการสร้างสิ่งแวดล้อมทางภาษาในการขายสินค้าลักษณะหนึ่ง โดยจะมีรูปแบบการจัดแสดงสินค้าซึ่งได้แก่การนำผลไม้ประเภทเดียวกันมาจัดวางรวมกันในลักษณะถนัดหล่นกันไปเพื่อให้เห็นผลไม้แต่ละประเภทอย่างชัดเจน และมีป้ายบอกชื่อผลไม้พร้อมด้วยราคาต่อน้ำหนักที่ขาย เช่น “Dragon Fruit / 150 Baht / a kilo” (แก้วมังกร กิโลกรัมละ 150 บาท) นอกจากนี้ในการขายสินค้าประเภทของที่ระลึก ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยใช้กลวิธีการสร้างสิ่งแวดล้อมทางภาษาโดยมีรูปแบบและลักษณะของการจัดร้านเป็นมุมขายสินค้า โดยจัดแสดงสินค้าไว้เป็นหมวดหมู่ เช่น สินค้าประเภทแม่เหล็กติดตู้เย็นจะถูกห่อพลาสติกรวมกันจำนวน 3 อันใน 1 ห่อ และวางรวมกันจำนวนหลายห่อ โดยมีป้ายบอกราคาสินค้าว่า “3 For 100 (Baht)” ซึ่งหมายถึง 3 อันหรือ 1 ห่อ ราคา 100 บาท นอกจากนี้ในการขายสินค้าประเภทเสื้อผ้า ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยใช้รูปแบบการจัดแสดงสินค้าโดยนำเสื้อผ้าในแต่ละแบบและแต่ละขนาดมาจัดแสดงในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การใส่ไม้แขวนเสื้อ การสวมใส่ให้หุ่น และการวางพับไว้อย่างเป็นระเบียบสวยงาม เพื่อดึงดูดใจให้ลูกค้าเข้ามาชมและเลือกซื้อสินค้า โดยจะมีป้ายบอกขนาดของเสื้อผ้า เช่น XXL XL L M และ S เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทราบได้อย่างทันทีว่ามีเสื้อผ้าขนาดใดบ้าง เมื่อลูกค้าเห็นและทราบว่าเสื้อผ้าในแบบและขนาดที่ตนต้องการก็จะหยุดชมและเลือกซื้อ นอกจากนี้หากบางร้านค้ามีการลดราคาของสินค้า ผู้ขายสินค้า

แบบแฟงลอยจะใช้ป้ายบอก โดยใช้คำว่า “Sale” ตามด้วยราคาที่ขาย เช่น “Sale 100 (Baht)” การสร้างสิ่งแวดล้อมทางภาษาในการขายสินค้าโดยการจัดวางเรียงแสดงสินค้าในรูปแบบต่างๆและการใช้ป้ายบอกข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับสินค้า ทำให้เกิดความสะดวกรับรู้กับผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีเป็นอย่างมาก จึงส่งผลให้ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยแต่ละรายสามารถขายสินค้าได้เป็นส่วนใหญ่

## 2. กลวิธีการสื่อสารโดยใช้เรื่องทั่วไป

จากการสังเกตการณ์สนทนาขายสินค้าของผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีพบว่า ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยใช้กลวิธีการสื่อสารโดยใช้เรื่องทั่วไปโดยใช้วิธีการคือ เมื่อผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยเห็นว่ามีลูกค้าชาวต่างประเทศเข้ามาเลือกชมสินค้า ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยจะไม่รีบสนทนาเพื่อเสนอขายสินค้าในทันทีแต่จะสนทนากับลูกค้าในเรื่องทั่วไปอย่างเป็นกันเองก่อนที่จะสนทนาเสนอขายสินค้า เช่น ถามว่าลูกค้าชาวต่างประเทศเดินทางมาจากประเทศใด ลูกค้าจะพักอยู่ในเขตเมืองพัทยานานเท่าไร ลูกค้าชาวต่างประเทศไปสถานที่ใดมาและจะไปสถานที่ใดต่อหลังจากเลือกชมหรือซื้อสินค้าเสร็จแล้ว เป็นต้น ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยใช้กลวิธีนี้ควบคู่เพื่อสร้างความเป็นมิตรและความเป็นกันเองกับลูกค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและต้องการกลับมาซื้อสินค้าอีกในครั้งต่อไป เมื่อลูกค้าชาวต่างประเทศรายเดิม ทั้งผู้ที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อสินค้า กลับมาเลือกชมหรือซื้อสินค้าอีก ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยจะทักทายและพูดคุยกับลูกค้าเหล่านั้นอย่างเป็นกันเองมาก ดังตัวอย่างเช่น ผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยเพศชายที่ขายสินค้าประเภทเครื่องประดับจะใช้กลวิธีการสื่อสารโดยใช้เรื่องทั่วไปโดยถามลูกค้าว่า “Where’re you from? หรือ Where do you come from?” ซึ่งมีความหมายเป็นภาษาไทยว่า “คุณเดินทางมาจากประเทศใด? และถามว่า “How long are you here?” ซึ่งมีความหมายเป็นภาษาไทยว่า “คุณจะพักอยู่ในเขตพัทยานานเท่าไร?” จากนั้นจึงค่อยสนทนาเสนอขายสินค้าตามหน้าที่ต่างๆ ทางภาษาตามขั้นตอนต่อไป

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษของผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณของการใช้ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษของผู้ขายสินค้าแบบแฟงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีจากแบบสอบถาม

ตารางที่ 13 ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายการใช้  
ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทย ในเขต  
เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จากแบบสอบถาม (n = 30)

| การใช้ลักษณะเฉพาะของ<br>ภาษาอังกฤษ                                           | จำนวนและร้อยละของการใช้  |              |                 |              |                                | $\bar{X}$ | SD    | ระดับ<br>การใช้ |
|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------|-----------------|--------------|--------------------------------|-----------|-------|-----------------|
|                                                                              | ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษ |              |                 |              |                                |           |       |                 |
|                                                                              | 5<br>ใช้มากที่สุด        | 4<br>ใช้มาก  | 3<br>ใช้ปานกลาง | 2<br>ใช้น้อย | 1<br>ใช้น้อยที่สุดถึงไม่ใช้เลย |           |       |                 |
| 1. ท่านสามารถพูดรูปแบบภาษาอังกฤษด้วยประโยคต่อไปนี้                           |                          |              |                 |              |                                |           |       |                 |
| 1.1 ประโยคบอกเล่า เช่น<br>I have a yellow shirt.                             | 7<br>(23.3 )             | 7<br>(23.3 ) | 10<br>(33.3)    | 2<br>(6.7)   | 4<br>(13.3)                    | 3.37      | 1.299 | ปานกลาง         |
| 1.2 ประโยคปฏิเสธ เช่น<br>I do not sell eggs.                                 | 3<br>(10.0)              | 5<br>(16.7)  | 11<br>(36.7)    | 7<br>(23.3)  | 4<br>(13.3)                    | 2.87      | 1.167 | ปานกลาง         |
| 1.3 ประโยคคำถาม เช่น<br>Do you want to buy it?                               | 8<br>(26.7)              | 5<br>(16.7)  | 8<br>(26.7)     | 6<br>(20.0)  | 3<br>(10.0)                    | 3.30      | 1.343 | ปานกลาง         |
| 2. ท่านพูดภาษาอังกฤษโดยใช้คำว่า “no” เพื่อแสดงการปฏิเสธด้วยรูปแบบดังต่อไปนี้ |                          |              |                 |              |                                |           |       |                 |
| 2.1 no + คำนาม เช่น<br>no color, no money เป็นต้น                            | 11<br>(36.7)             | 10<br>(33.3) | 4<br>(13.3)     | 4<br>(13.3)  | 1<br>(3.3)                     | 3.87      | 1.167 | มาก             |
| 2.2 no + คำกริยา เช่น<br>no have, no sell เป็นต้น                            | 12<br>(40.0)             | 10<br>(33.3) | 6<br>(20.0)     | 1<br>(3.3)   | 1<br>(3.3)                     | 4.03      | 1.033 | มาก             |
| 2.3 no + คำวิเศษณ์ เช่น<br>no free, no good เป็นต้น                          | 9<br>(30.0)              | 12<br>(40.0) | 2<br>(6.7)      | 4<br>(13.3)  | 2<br>(6.7)                     | 3.76      | 1.244 | มาก             |



ตารางที่ 13 (ต่อ)

| การใช้ลักษณะเฉพาะของ<br>ภาษาอังกฤษ                                                | จำนวนและร้อยละของการใช้<br>ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษ |             |                    |             |                                       | $\bar{X}$      | SD    | ระดับ<br>การใช้ |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-------------|--------------------|-------------|---------------------------------------|----------------|-------|-----------------|
|                                                                                   | 5                                                   | 4           | 3                  | 2           | 1                                     |                |       |                 |
|                                                                                   | ใช้มาก<br>ที่สุด                                    | ใช้มาก      | ใช้<br>ปาน<br>กลาง | ใช้น้อย     | ใช้น้อย<br>ที่สุดถึง<br>ไม่ใช้<br>เลย |                |       |                 |
| - Give you special price.                                                         | 16<br>(53.3)                                        | 5<br>(16.7) | 7<br>(23.3)        | 1<br>(3.3)  | 1<br>(3.3)                            | 4.13           | 1.106 | มาก             |
| - Give me two twenty.                                                             | 10<br>(33.3)                                        | 5<br>(16.7) | 4<br>(13.3)        | 6<br>(20.0) | 4<br>(13.3)                           | 3.38           | 1.498 | ปาน<br>กลาง     |
| 6. ท่านพูดโดยใช้คำว่า "you know" และ "you see" ใน<br>รูปแบบต่าง ๆ ดังนี้          |                                                     |             |                    |             |                                       |                |       |                 |
| 6.1 ใช้คำว่า "You know"<br>ขึ้นต้นประโยค เช่น You<br>know made this same same.    | 7<br>(23.3)                                         | 8<br>(26.7) | 8<br>(26.7)        | 4<br>(13.3) | 3<br>(10.0)                           | 3.40           | 1.276 | ปาน<br>กลาง     |
| 6.2 ใช้คำว่า "you know" ลง<br>ท้ายประโยค เช่น This good,<br>you know?             | 7<br>(23.3)                                         | 7<br>(23.3) | 7<br>(23.3)        | 7<br>(23.3) | 2<br>(6.7)                            | 3.33           | 1.269 | ปาน<br>กลาง     |
| 6.3 ใช้คำว่า "You see"<br>ขึ้นต้นประโยค เช่น You<br>see, one hour, you come back. | 7<br>(23.3)                                         | 7<br>(23.3) | 5<br>(16.7)        | 7<br>(23.3) | 4<br>(13.3)                           | 3.20           | 1.400 | ปาน<br>กลาง     |
| 6.4 ใช้คำว่า "you see"<br>ลงท้ายประโยค เช่น This<br>same same shirt, you see.     | 5<br>(16.7)                                         | 5<br>(16.7) | 9<br>(30.0)        | 9<br>(30.0) | 2<br>(6.7)                            | 3.07<br>(16.7) | 1.202 | ปาน<br>กลาง     |

จากตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้มากเป็น 3 อันดับแรก ได้แก่ การพูดต่อรองราคาสินค้าโดยขึ้นต้นประโยคด้วยคำกริยาและละประธาน มีค่าเฉลี่ย 4.13 รองลงมา คือ การแสดงการปฏิเสธด้วย no + คำกริยา มีค่าเฉลี่ย 4.03 และอันดับที่สามมี 2 ลักษณะ คือ การแสดงการปฏิเสธด้วย no + คำนามและการใช้ประโยคที่ขึ้นต้นคำกริยาและไม่มีประธาน (ผู้กระทำ) มีค่าเฉลี่ย 3.87 เท่ากัน ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้น้อยที่สุดคือ การใช้ประโยคปฏิเสธ มีค่าเฉลี่ย 2.87

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพที่ได้จากการสังเกตการใช้ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษของผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผลจากการสังเกตพบว่า ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยที่สนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษตามกรอบการวิจัย 3 ลักษณะ โดยมีลักษณะของการใช้ที่อาจจะถูกต้องหรือไม่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ ได้แก่ การปนรหัส (Code-mixing) ประโยคไม่สมบูรณ์ (Incomplete Sentence) และการไม่เติมปัจจัยลงในคำนามพหูพจน์ (The absence of plural noun inflection) ดังต่อไปนี้

#### 1. การปนรหัส

ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษแบบการปนรหัสที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้ในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เป็นการใช้คำภาษาไทยขึ้นต้นหรือลงท้าย คำ กลุ่มคำหรือประโยคภาษาอังกฤษในลักษณะต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1.1 การใช้คำว่า “อันนี้” ขึ้นต้นคำหรือกลุ่มคำ ดังตัวอย่างเช่น

อันนี้ six hundred

อันนี้ right?

อันนี้ no discount

อันนี้ very cheap แล้ว

อันนี้ adapter

จากตัวอย่างการปนรหัสดังกล่าวข้างต้น ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้คำภาษาไทย “อันนี้” แทนกลุ่มคำภาษาอังกฤษว่า “This one” ขึ้นต้นคำหรือกลุ่มคำภาษาอังกฤษที่ใช้ในหน้าที่ต่างๆทางภาษาในการขายสินค้า เช่น ในการบอกและต่อรองราคา ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยพูดว่า “อันนี้ six hundred” “อันนี้ very cheap แล้ว” “อันนี้ no discount” ในการ

สอบถามความต้องการของลูกค้า ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยพูดว่า “อันนี้ right?” และในการแนะนำคุณภาพของสินค้า ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยพูดว่า “อันนี้ adapter” เป็นต้น

### 1.2 การใช้คำว่า “แล้วกัน” ลงท้ายกลุ่มคำหรือประโยค ดังตัวอย่างเช่น

Two twenty แล้วกัน

I give you three hundred แล้วกัน

จากตัวอย่างกลุ่มคำและประโยคข้างต้น ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้คำว่า “แล้วกัน” ลงท้ายกลุ่มคำหรือประโยคภาษาอังกฤษ เพื่อสื่อความหมายในเชิงประนีประนอมในหน้าที่ทางภาษาการบอกและต่อรองราคากับลูกค้าชาวต่างประเทศและเพื่อว่าลูกค้าชาวต่างประเทศอาจตัดสินใจซื้อสินค้าได้เร็วขึ้น เช่น พูดว่า “Two twenty แล้วกัน” ซึ่งมาจากประโยคภาษาไทยว่า “คิดราคาไป 220 บาท แล้วกัน”

### 1.3 การใช้คำว่า “แล้ว” ลงท้ายกลุ่มคำหรือประโยค ดังตัวอย่างเช่น

อันนี้ very cheap แล้ว

I discount แล้ว

No discount แล้ว

Cheap cheap แล้ว

จากตัวอย่างประโยคต่าง ๆ ดังกล่าวผู้ขายสินค้าต่าง ๆ แบบแผงลอยชาวไทยใช้คำว่า “แล้ว” ลงท้ายกลุ่มคำหรือประโยคภาษาอังกฤษในหน้าที่ทางภาษาการบอกและต่อรองราคาสินค้า เช่นเดียวกับที่ใช้ลงท้ายกลุ่มคำหรือประโยคภาษาไทย เช่น ราคาถูกแล้ว โดยผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้คำว่า “แล้ว” ลงท้ายประโยคภาษาอังกฤษ เพื่อให้ความมั่นใจกับลูกค้าชาวต่างประเทศว่าสินค้านั้นมีราคาที่ไม่แพงจึงไม่สามารถลดราคาได้

## 2. ประโยคไม่สมบูรณ์

ลักษณะโครงสร้างประโยคส่วนใหญ่ที่ผู้ขายสินค้าต่าง ๆ แบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้ในการสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เป็นการใช้ลักษณะภาษาที่ไม่คำนึงถึงความถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ภาษาอังกฤษโดยเป็นลักษณะของภาษาพูด (Spoken Language) ซึ่งมีลักษณะต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

### 2.1 การละกริยา be ในโครงสร้างประโยคที่ต้องใช้กริยาดังกล่าว ดังตัวอย่างเช่น

This one from Thailand.

The small six hundred fifty baht.

This same.

This one expensive.

This one thirty-four.

ในประโยคตัวอย่างต่าง ๆ ข้างต้นนี้ไม่มีการใช้กริยา be ในตำแหน่งระหว่างประธานและส่วนขยายประธาน เช่น พูดว่า “This one from Thailand.” และ “The small six hundred fifty baht.” ซึ่งประโยคที่สมบูรณ์ถูกต้องคือ “This one is from Thailand”. และ “The small is six hundred fifty baht.” ตามลำดับ

2.2 การละกริยาช่วยที่ต้องวางไว้หน้าประธานในประโยคคำถามที่ขึ้นต้นด้วยคำแสดงคำถาม (Question Words) ดังตัวอย่างเช่น

What you want?

How much you want to pay?

What size you want?

What you like?

How many kilo you want?

จากประโยคตัวอย่างต่าง ๆ ข้างต้น ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยไม่ใช่กริยาช่วย do ในตำแหน่งระหว่างประธานกับคำแสดงคำถาม เช่น พูดว่า “What you want?” และ “How much you want to pay?” ซึ่งประโยคที่สมบูรณ์ถูกต้องคือ “What do you want?” และ “How much do you want to pay?” ตามลำดับ

2.3 การละกริยาช่วย “Do” ที่ต้องวางไว้หน้าประธานในคำถามตอบรับ-ปฏิเสธ (Yes-no Question) เช่น

You like this color?

You like dragon?

You like?

You like something?

You like new style?

You want this one?

จากตัวอย่างประโยคต่าง ๆ ข้างต้น เป็นประโยคที่ไม่ใช้กริยาช่วย Do ขึ้นต้นประโยค ซึ่งเป็นประโยคที่ผู้ขายสินค้าแบบแผงลอยชาวไทยใช้เพื่อสอบถามความต้องการของลูกค้า

### 3. การไม่เติมปัจจัยคงในคำนามพหูพจน์

ผู้ขายสินค้าต่าง ๆ แบบแผงลอยชาวไทยในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีสนทนาขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยใช้ลักษณะเฉพาะของภาษาอังกฤษแบบการไม่เติมปัจจัยคงในคำนามพหูพจน์ซึ่งเป็นการไม่เปลี่ยนแปลงรูปคำนามที่เป็นพหูพจน์โดยการเติมหน่วยคำเติมท้าย “-s” ที่แสดงความเป็นพหูพจน์ ดังตัวอย่างเช่น

I have this so many color.

One two three piece.

I have many many style.