กลวิธีการใช้ภาษาอังกฤษในการขายสินค้าของผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย กรณีศึกษา ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ENGLISH COMMUNICATION STRATEGIES OF AYUTTHAYA NIGHT MARKET CASE STUDY: TELEPHONE ORGANIZATION STALL VENDORS IN PHRANAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE

วันวิสาข์ มาสูตร์ และ ศีตกาล ศรีฉัตร
Wanvisa Masoot and Sritakan Srichat
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi
E-mail: wanvisa.m@rmutsb.ac.th, sritakan.s@rmutsb.ac.th
Received September 4, 2023; Revised October 6, 2023; Accepted December 28, 2023

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษากลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้วิธีวิจัยเชิงผสานวิธี ประชากรในการวิจัย คือ ผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย จำนวน 110 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) ตารางบันทึกข้อมูลการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้แนวคิดเรื่องกลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษ (English Communication Strategies) ของทาโรน (Tarone) ดอร์นเย (Zolton Donyei) และเบียลีสต็อค (Bialystok) 2) แบบสัมภาษณ์การใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย 3) แบบสอบถามกลวิธีการใช้ภาษาอังกฤษในการขายสินค้าของผู้ค้าแผงลอยชาวไทย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ จำนวนและร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Mean and Standard Deviation)

ผลการวิจัย พบว่า จากการสัมภาษณ์ผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า มีการใช้กลวิธีการสื่อสารโดยการใช้อวัจนภาษา (use of nonlinguistic means) มากที่สุด ร้อยละ 60.97 รองลงมา คือ กลวิธีการพูดภาษาแม่ปนกับภาษาที่สอง (foreignizing) ร้อยละ 9.75 และกลวิธีที่ใช้น้อยที่สุด ได้แก่ กลวิธีการสร้างคำใหม่ (word coinage) และกลวิธีการใช้ความหมายใกล้เคียง (semantic contiguity) ร้อยละ 2.44 และผลจากแบบสอบถามกลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย พบว่า มีการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 จากการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ผู้ค้าแผงลอยควรได้รับการพัฒนาทักษะด้านการพูดภาษาอังกฤษเพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จด้านอาชีพ

คำสำคัญ: กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษ, ผู้ค้าแบบแผงลอย, ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์

Abstract

This article aimed to study English communication strategies used by Thai stall vendors at Ayutthaya night market (Telephone Organization Market), Phranakorn Si Ayutthaya province. This research was mixed methods research. The population of this research was 110 Thai stall vendors. The instruments for collecting data were 1) the table on English communication strategies used by Thai stall vendors at Ayutthaya night market based on the concept of English Communication Strategies framework proposed by Tarone, Zolton Donyei, and Bialystok 2) the semi-structured interviews on the use of English communication strategies by Thai stall vendors. The data obtained from the interview transcripts which were classified in the Table on English Communication Strategies used by Thai stall vendors at Ayutthaya night market 3) the questionnaire on the use of English communication strategies by Thai stall vendors. Statistical methods used for data analysis included content analysis and descriptive statistics by percentages, mean, and standard deviation.

The study's results from the interviews indicated that the most frequently employed communication strategy was using the use of nonlinguistic means at 60.97%, followed by the foreignizing strategy at 9.75%. The least frequently used communication strategies word coinage and semantic contiguity were the least frequently used communication strategies, both at 2.44%. In addition, the findings from the questionnaire revealed that the overall of communication strategies used by the Thai stall vendors are rated at the high level with a mean score of 4.20. These findings showed that Thai stall vendors should be trained and develop English speaking skill to enhance effective communication and achieve professional success.

Keywords: English Communication Strategies, Stall Vendors, Ayutthaya Night Market (Telephone Organization Market)

บทนำ

ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการสื่อสารในระดับโลก ทั้งในด้านการศึกษา เศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรม การคมนาคม และการท่องเที่ยว ดังนั้น การมีทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษที่ดีจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการศึกษา การแสวงหาความรู้ และการประกอบอาชีพ จากรายงานดัชนีความสามารถด้านภาษาอังกฤษ (EF English Proficiency Index) ในปี พ.ศ.2562 ของสถาบัน Education First (EF) ประเทศสวิสเซอร์แลนด์ ประเทศไทยได้ 47.61 คะแนน อยู่ในอันดับที่ 74 จาก 100 ประเทศที่เข้าร่วมการทดสอบ และจัดอยู่ในกลุ่มที่มีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ ‘ระดับต่ำมาก’ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเอเชียที่มีประเทศเข้าร่วมการทดสอบ 25 ประเทศ ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 17 และเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในอาเซียน พบว่าคะแนนของประเทศไทยอยู่ใน 3 อันดับรั้งท้าย (EF: English Proficiency Index, 2019)

ดังนั้น ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการใช้ภาษาอังกฤษจึงควรได้รับการพัฒนาให้มีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษทัดเทียมกับนานาประเทศ โดยเฉพาะผู้ใช้ภาษาอังกฤษในแหล่งท่องเที่ยว

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งหนึ่งที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาเป็นจำนวนมาก จากการรายงานสถิติของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในปี 2563 เห็นได้ชัดว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 288,629 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวนมากนิยมมาซื้อของที่ตลาดขายอาหารแผงลอย (Street food) ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ ซึ่งเป็นตลาดขายอาหารแผงลอยช่วงกลางคืนที่สำคัญที่สุดในเกาะเมือง ซึ่งจากงานวิจัยเรื่องแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอยุธยาเมืองมรดกโลก ในมุมมองของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว (วันทนีย์ แสนภักดี, 2563) พบว่ามีการบูรณาการระหว่างภาครัฐและเอกชนเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการหลายประเภทรวมถึง ผู้ประกอบการแผงลอย ในหลาย ๆ ด้าน ซึ่งในข้อเท็จจริง ยังมีมุมมองหนึ่งที่สำคัญที่ยังไม่ได้มีการวิจัยอย่างแท้จริง คือ มุมมองเรื่องการสื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นและเป็นส่วนสำคัญในการประกอบอาชีพ ของผู้ค้าแบบแผงลอย ด้วยเหตุนี้ คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษากลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ค้าแผงลอยย่านตลาดองค์การโทรศัพท์เพื่อที่จะทราบว่าผู้ใช้ภาษาใช้วิธีใดในการสื่อสาร ซึ่งจะทำให้สามารถหาแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษให้มีประสิทธิภาพได้ สอดคล้องกับ แฟร์ช และ คาสเปอร์ (Faerch and Kasper, 1983) ที่กล่าวว่า ถ้าผู้สอนทราบว่าผู้เรียนใช้ภาษาผิดเพราะอะไร หรือใช้กลวิธีใด ก็จะสามารถช่วยแก้ปัญหาได้ง่ายขึ้น เพื่อนำไปหาแนวทางหรือสร้างนวัตกรรมในการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ค้าแผงลอยให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาและวิเคราะห์กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษในการขายสินค้าของผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยโดยใช้วิธีการบันทึกเสียงสัมภาษณ์ผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 30 คน โดยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างและตารางบันทึกข้อมูลการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษในการขายสินค้าโดยใช้แนวคิดเรื่องกลวิธีในการสื่อสาร (Communication strategies) ของทาโรน (Tarone) ดอร์นเย (Zolton Donyei) และเบียลีสต็อค (Bialystok) ข้อมูลจากงานวิจัยสามารถทำให้เข้าใจถึงรูปแบบการสื่อสารหรือกลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ค้าแผงลอยชาวไทยในย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ซึ่งจะสามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษากลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษในการขายสินค้าของผู้ค้าแบบแผงลอย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การทบทวนวรรณกรรม

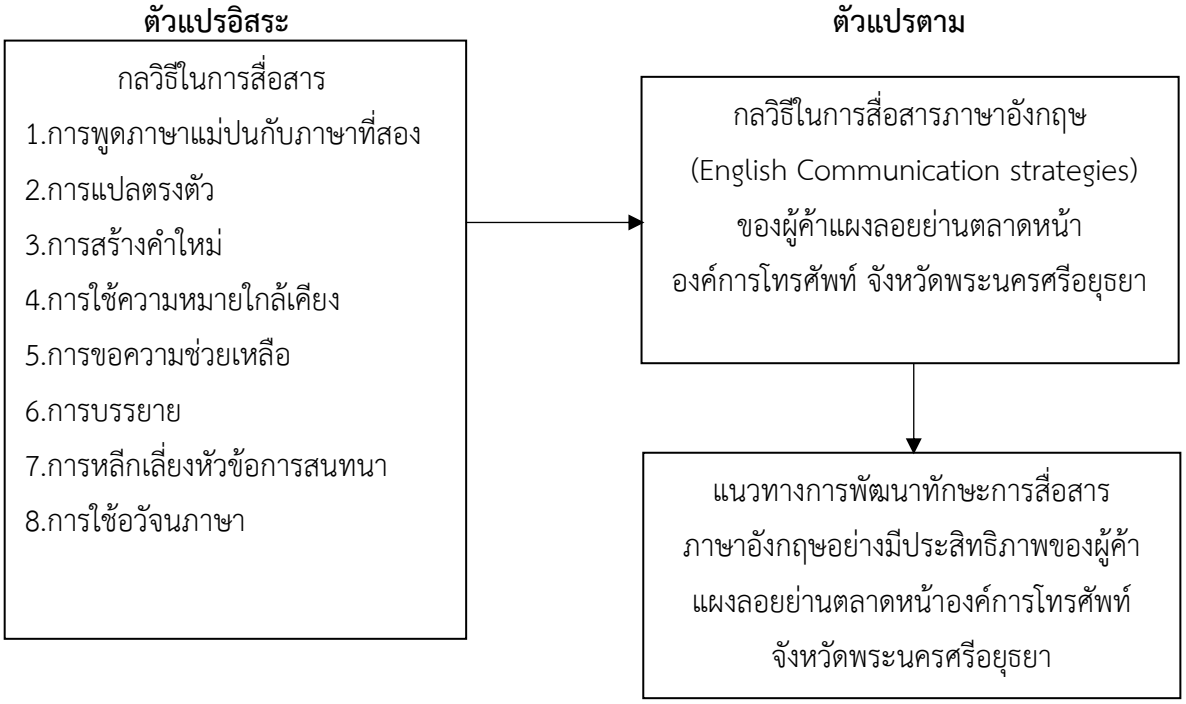
งานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาและวิเคราะห์กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษในการขายสินค้าของผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากการสังเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับกลวิธีในการสื่อสารของ ทาโรน (Tarone 1981) และดอร์นเย (Dornyei 1995)

พบว่าความหมายของกลวิธีในการสื่อสาร คือ ความพยายามที่จะแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในระหว่างการสื่อสารของคู่สนทนาเพื่อสื่อความหมายให้เข้าใจตรงกัน นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยยังได้สังเคราะห์องค์ความรู้ทางด้านแนวคิดเรื่องกลวิธีในการสื่อสาร (Communication strategies) ของทาโรน (Tarone, 1981) ดอร์นเย (Donyei, 1995) และเบียลีสต็อค (Faerch & Kasper, 1984) ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรม สามารถสรุปประเภทกลวิธีในการสื่อสารได้ดังนี้ 1) การพูดภาษาแม่ปนกับภาษาที่สอง (foreignizing) ได้แก่ การใช้คำในภาษาที่หนึ่งด้วยการออกเสียงแบบภาษาที่สอง หรือใช้หน่วยคำแบบภาษาที่สอง เช่น เติมปัจจัยในภาษาที่สอง เพื่อใช้ในภาษาที่หนึ่ง 2) การแปลตรงตัว (transliteration) คือ การแปลจากภาษาแม่มาเป็นภาษาที่สอง เช่น place du fea ในภาษาฝรั่งเศสและเป็นภาษาอังกฤษได้ว่า fireplace 3) การสร้างคำใหม่ (word coinage) เป็นการใช้คำที่ผู้พูดคิดขึ้นมาใหม่เพื่อใช้สื่อความหมายตามที่ต้องการ เช่น ใช้คำว่า "airball แทนคำว่า "balloon" เป็นต้น 4) การใช้ความหมายใกล้เคียง (semantic contiguity) คือ การใช้คำที่มีลักษณะทางความหมายบางประการคล้ายกัน เช่น การใช้ chaise (chair) แทน tabouret (stool) 5) การขอความช่วยเหลือ (appeal for help) ได้แก่ การเปลี่ยนบทบาทของการสนทนาให้กับคู่สนทนาโดยการขอความช่วยเหลือโดยตรง เช่น "What do you call...? หรือโดยอ้อม เช่น พูดด้วยน้ำเสียงในระดับสูง หยุดพูด ใช้การสัมผัสทางสายตา แสดงสีหน้าด้วยความสงสัย เป็นต้น 6) การบรรยาย (description) โดยใช้พื้นความรู้ภาษาที่สอง เช่น การบรรยายลักษณะทั่วไป ได้แก่ สี ขนาด วัสดุ รูปทรง รูปร่าง รสชาติ 7) การหลีกเลี่ยงหัวข้อการสนทนา (topic avoidance) เป็นการที่ผู้พูดพยายามไม่พูดเกี่ยวกับหัวข้อสนทนาที่ตนเองไม่มีความรู้ด้านคำศัพท์หรือโครงสร้างประโยค 8) การใช้อวัจนภาษา (use of nonlinguistic means) ได้แก่ การใช้ท่าทางการแสดงออกทางสีหน้า หรือการเลียนเสียง เป็นต้น

จากการทบทวนวรรณกรรม คณะผู้วิจัย พบว่า มีการศึกษากลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษในกลุ่มผู้ประกอบอาชีพด้านการบริการแต่ยังไม่ได้มีการศึกษากลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ค้าแผงลอยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งมีจำนวนมาก ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษากลวิธีในการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ค้าแผงลอยโดยนำทฤษฎีที่ศึกษาข้างต้นมาใช้ในการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิธีวิจัยเชิงผสานวิธี โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด/ทฤษฎีของทาโรน (Tarone) ดอร์นเย (Donyei) และ เบียลีสต็อค (Bialystok) ประกอบด้วย กลวิธีในการสื่อสารภาษาอังกฤษ โดยมีรายละเอียด ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงผสานวิธี พื้นที่วิจัย คือ ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประกอบด้วยการดำเนินการวิจัยใน 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษากลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้ค้าแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จำนวน 30 คน ซึ่งคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเลือกจากร้านค้าที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาซื้อสินค้าจำนวนมากเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยที่ต้องการศึกษากลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษในการขายสินค้าของผู้ค้าแบบแผงลอย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) ตารางบันทึกข้อมูลการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษในการขายสินค้าของผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้แนวคิดเรื่องกลวิธีในการสื่อสาร (Communication strategies) ของทาโรน (Tarone) ดอร์นเย (Donyei) และเบียลีสต็อค (Bialystok) เป็นกรอบ ใช้ศึกษากลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษในการขายสินค้า 2) แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง จำนวน 2 ข้อ โดยสอบถามถึงการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษในการขายสินค้าของผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใช้ศึกษากลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยออกเป็นขั้นตอนต่อไปนี้

1.1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีกลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษ เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.2 พัฒนาเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยดำเนินการดังนี้ 1) กำหนดโครงสร้างเครื่องมือ ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่ ตารางบันทึกข้อมูลการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าของผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จังหวัด

พระนครศรีอยุธยา โดยใช้แนวคิดเรื่อง กลวิธีในการสื่อสาร (Communication strategies) ของทาโรน (Tarone) ดอร์นเย (Donyei) และเบียลีสต็อค (Bialystok) เป็นกรอบ และแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง จำนวน 2 ข้อ 2) ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามโครงสร้าง ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย 3) ตรวจสอบเครื่องมือในการศึกษา: การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ผลการตรวจสอบคุณภาพในด้านความเที่ยงตรง พบว่า ทุกข้อคำถามมีค่า IOC มากกว่า 0.50 ขึ้นไป 4) นำข้อแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือ และ 5) นำเครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและแบบสอบถามไปใช้กับผู้ค้าแผงลอยที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ เพื่อตรวจสอบคุณภาพในด้านความเชื่อมั่น ผลการตรวจสอบ พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือมีค่ามากกว่า 0.70 ขึ้นไป

1.3 เก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง จำนวน 2 ข้อ โดยการบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากบทถอดความมาวิเคราะห์และบันทึกในตารางบันทึกข้อมูลการใช้กลวิธีการสื่อสาร ซึ่งคณะผู้วิจัยรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือน พฤษภาคม ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2565

1.4 วิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากมาทำการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis)

1.4.1 สร้างเกณฑ์วิเคราะห์กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษโดยสร้างตารางบันทึกข้อมูลการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษในการขายสินค้าของผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้แนวคิดเรื่องกลวิธีในการสื่อสาร (Communication strategies) ของทาโรน (Tarone) ดอร์นเย (Donyei) และเบียลีสต็อค (Bialystok) เป็นกรอบ ได้แก่

1. การพูดภาษาแม่ปนกับภาษาที่สอง
2. การแปลตรงตัว
3. การสร้างคำใหม่
4. การใช้ความหมายใกล้เคียง
5. การขอความช่วยเหลือ
6. การบรรยาย
7. การหลีกเลี่ยงหัวข้อการสนทนา
8. การใช้อวัจนภาษา

1.4.2 วิเคราะห์กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ค้าแผงลอยจากบทถอดความแล้วนำมาจำแนกลงในตารางบันทึกข้อมูลการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษในการขายสินค้าของผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.4.3 นับจำนวนความถี่และคำนวณเป็นร้อยละ

ขั้นตอนที่ 2 การสำรวจกลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ค้าแผงลอยชาวไทยย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามกลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยประชากรในการวิจัย คือ ผู้ค้าแผงลอยชาวไทยย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จำนวน 110 คน (ข้อมูลจากการลงพื้นที่สำรวจ วันที่ 24 กรกฎาคม

2563) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ค้าแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จำนวน 86 คน ซึ่งคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (simple random sampling) และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yaman ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ (TaroYamane, 1973) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดของประชากร

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

เมื่อ N = 110

e = 0.05

เมื่อแทนค่า จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ $n = \frac{110}{1+110(0.05)^2}$

n = 86.27

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ 86 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามกลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยออกเป็นขั้นตอนต่อไปนี้

2.1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีกลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษ เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2 พัฒนาเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล โดยดำเนินการดังนี้ 1) กำหนดโครงสร้างเครื่องมือให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย และ 2) ดำเนินการสร้างแบบสอบถามกลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ค้าแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีลักษณะของเครื่องมือเป็นแบบมาตรประมาณค่า 5 ระดับของลิเคิร์ท (Likert's rating scale) จำนวน 40 ข้อ ใน 8 ด้าน คือ 1) การพูดภาษาแม่ปนกับภาษาที่สอง 2) การแปลตรงตัว 3) การสร้างคำใหม่ 4) การใช้ความหมายใกล้เคียง 5) การขอความช่วยเหลือ 6) การบรรยาย 7) การหลีกเลี่ยงหัวข้อการสนทนา และ 8) การใช้อวัจนภาษา 3) ตรวจสอบเครื่องมือในการศึกษา: การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ผลการตรวจสอบคุณภาพในด้านความเที่ยงตรง พบว่า ทุกข้อคำถามมีค่า IOC มากกว่า 0.50 ขึ้นไป 4) นำข้อแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ มาปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือ และ 5) นำเครื่องมือไปทดลองใช้กับผู้ค้าแบบแผงลอยที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เพื่อตรวจสอบคุณภาพในด้านความเชื่อมั่น ผลการตรวจสอบ พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือมีค่ามากกว่า 0.70 ขึ้นไป

2.3 เก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยนี้ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาจำนวน 85 ฉบับ ซึ่งคิดร้อยละของการตอบกลับแบบสอบถาม เท่ากับ 94.44

2.4 วิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษากลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ค้าแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตารางที่ 1 แสดงความถี่และร้อยละของการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

(n = 30)

กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษ	ความถี่	ร้อยละ
1. การพูดภาษาแม่ปนกับภาษาที่สอง (foreignizing)	8	9.75
2. การแปลตรงตัว (transliteration)	4	4.88
3. การสร้างคำใหม่ (word coinage)	2	2.44
4. การใช้ความหมายใกล้เคียง (semantic contiguity)	2	2.44
5. การขอความช่วยเหลือ (appeal for help)	6	7.32
6. การบรรยาย (description) โดยใช้พื้นความรู้ภาษาที่สอง	4	4.88
7. การหลีกเลี่ยงหัวข้อการสนทนา (topic avoidance)	6	7.32
8. การใช้อวัจนภาษา (use of nonlinguistic means)	50	60.97
รวม	**82**	**100.00**

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใช้กลวิธีการใช้อวัจนภาษา (use of nonlinguistic means) มากที่สุด ร้อยละ 60.97 กลวิธีการพูดภาษาแม่ปนกับภาษาที่สอง (foreignizing) อยู่ในอันดับต่อมาที่ร้อยละ 9.75 กลวิธีการขอความช่วยเหลือ (appeal for help) และ การหลีกเลี่ยงหัวข้อการสนทนา (topic avoidance) ร้อยละ 7.32 กลวิธีการแปลตรงตัว (transliteration) และกลวิธีการบรรยายโดยใช้พื้นความรู้ภาษาที่สอง (description) ร้อยละ 4.88 กลวิธีการสร้างคำใหม่ (word coinage) และกลวิธีการใช้ความหมายใกล้เคียง (semantic contiguity) น้อยที่สุด ร้อยละ 2.44

ตารางที่ 2 แสดงตัวอย่างบทถอดความจากการสัมภาษณ์ผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทยย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษ	ตัวอย่างบทถอดความ
1.การพูดภาษาแม่ปนกับภาษาที่สอง (foreignizing)	- ส่วนมากจะถามราคาก่อนครับ แล้วก็ใส่อะไรได้บ้าง เราก็จะตอบเขาไปว่า mix หรือ everything - อร่อย very good - ทำจาก material ที่เป็น เป็นลินินนะ เป็นลินินนี่ good - ซอสคาราเมล มี sugar แล้วก็ coconut

กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษ	ตัวอย่างบทถอดความ
2.การแปลตรงตัว (transliteration)	- ผู้ชาย พี่ก็จะบอกเขา One size No size you no size ของผู้หญิง no man ก็จะบอกเค้าว่าไม่ใช่ของผู้ชาย - code number ก็จะบอกว่าเป็น code no price รหัสไม่ใช่ราคา
3.การสร้างคำใหม่ (word coinage)	- Banana ยากิโออิชิ กล้วยอร่อยมากๆ
4.การใช้ความหมายใกล้เคียง (semantic contiguity)	- เครื่องใน บางทีก็ inside
5.การขอความช่วยเหลือ (appeal for help)	- บางทีถ้ามีคนอยู่ข้าง ๆ เราก็ช่วยกัน ช่วยกันแปลคำถามเขาว่าเขาพูดอะไร - คือส่วนมากจะให้คนอื่นช่วยพูด ตัวเองตอบไม่ได้หรอกภาษาอังกฤษอ่ะ - อาจบางทีเราพูดไม่ถูก ก็จะบอกให้เค้าพูดให้เราฟัง (sour) คนไทย อ่านว่า ซอสใช่ป่ะ แต่จริง ๆ อ่านว่า ซาว เออะ แล้วก็ให้เจ้าของภาษาพูดให้เราฟังอีกรอบนึง
6.การบรรยาย (description) โดยใช้พื้นความรู้ภาษาที่สอง	- ชาวต่างชาติเค้าถามมาว่ามันหวานมั้ย มีเม็ดมั้ย เค้าก็ถามว่า seed seed มีเม็ดมั้ย เราก็พอฟังออก เราก็พอฟังคำศัพท์เข้าใจ เราก็ตอบเค้าไปได้ว่า มันมี มีความหวาน มี sweet เล็กน้อย ประมาณนี้ครับ - ทำจากหมู มีไก่ มีหมู อะไรอย่างเงี้ยะครับ ก็ตอบภาษาอังกฤษได้ ศึกษามานิดหน่อยพอพูดได้นิดหน่อย
7.การหลีกเลี่ยงหัวข้อการสนทนา (topic avoidance)	- ไม่เข้าใจเราจะสื่อสารต่อไม่ได้เลยครับ เพราะว่าอย่างสัญลักษณ์มือ อะไรแบบนี้ ไม่สามารถบ่งบอกได้ว่ามันคืออะไรครับ ก็จะมีแค่โบกมือบ๊ายบายอย่างเดียวว่า ไม่ ไม่ ไม่รู้ อะไรแบบนี้ครับ - ถ้าบางทีเขาพูดมาศัพท์ยาก ๆ เราไม่รู้หรอก เราบอก I don't know
8.การใช้อวัจนภาษา (use of nonlinguistic means)	- ใช้ google ในการแปลภาษา และภาษามือไปด้วย - ชี้ไปที่ผลไม้ที่เราขายอยู่ ชี้ไปหลาย ๆ อย่าง ก็คือผสมได้หมดเลย - ใช้เครื่องคิดเลข อ่า จิ้มราคาให้เขาดู ว่าลด ถ้าลดเขาก็จะทำมืออย่างงี้ถ้าต่ำลง อย่างงี้เราก็กดลงไป สมมติว่า 190 ก็จะลดเหลือ 180 ก็กดไป ลบ เหลือ 180 ถ้าเขาโอเคเค้าก็เอา บางคนเขาก็ไม่ยอม เค้าก็จะยืนยันราคานั้นอะไรแบบนี้

กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษ	ตัวอย่างบทถอดความ
	- ก็จะมีแค่โบกมือบ๊ายบายอย่างเดียวว่า ไม่ ไม่ ไม่รู้ อะไรแบบนี้ครับ - ใช้ภาษามือ ดูป้าย - ก็จะทำมือ อย่าง five 5 ลูก 20 ก็จะทำมือ เค้าก็จะเข้าใจง่าย เข้าใจง่าย ๆ - เช่น มันมี 30 40 50 บาท ก็คือใช้ภาษามือ - เขียนใส่กระดาษให้เค้า เขียนตัวเลขจำนวนเงินบาท ให้เค้าดูครับผม - อย่างราคาก็จะใช้เครื่องคิดเลขกดให้เขาดู - สินค้าของผมมันจะมีป้ายอยู่หน้าร้านมีทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ที่เขาจะมองออกเลยว่ามันคืออะไรอยู่แล้ว - ให้ดูตามป้ายเลย

จากตารางที่ 2 เมื่อทำการวิเคราะห์เนื้อหาจากบทถอดความ พบว่า ผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใช้กลวิธีการใช้อวัจนภาษามากที่สุด ซึ่งนอกจากจะใช้ภาษามือแล้ว ยังมีการใช้แอปพลิเคชันช่วยแปลภาษา รวมถึงอุปกรณ์ เช่น ป้าย และเครื่องคิดเลข รองลงมา คือ การพูดภาษาแม่ปนกับภาษาที่สอง เช่น “อร่อย very good” และกลวิธีที่ใช้น้อยที่สุด คือ กลวิธีการสร้างคำใหม่ เช่น “Banana ยากิโออิชิ กล้วยอร่อยมาก ๆ” และกลวิธีการใช้ความหมายใกล้เคียง เช่น “เครื่องใน บางทีก็ inside”

ขั้นตอนที่ 2 การสำรวจกลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (n = 85)

กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. การพูดภาษาแม่ปนกับภาษาที่สอง (foreignizing)	4.31	0.19	มาก
2. การแปลตรงตัว (transliteration)	4.17	0.16	มาก
3. การสร้างคำใหม่ (word coinage)	4.20	0.36	มาก
4. การใช้ความหมายใกล้เคียง (semantic contiguity)	4.12	0.22	มาก
5. การขอความช่วยเหลือ (appeal for help)	4.15	0.33	มาก
6. การบรรยาย (description) โดยใช้พื้นความรู้ภาษาที่สอง	4.14	0.28	มาก
7. การหลีกเลี่ยงหัวข้อการสนทนา (topic avoidance)	4.09	0.23	มาก
8. การใช้อวัจนภาษา (use of nonlinguistic means)	4.42	0.42	มาก
รวม	**4.20**	**0.12**	**มาก**

จากตารางที่ 3 จากการสอบถามกลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวม พบว่า มีการใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และเมื่อพิจารณาจำแนกรายด้าน พบว่า สูงสุด คือ การใช้อวัจนภาษา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 รองลงมา คือ การพูดภาษาแม่ปนกับภาษาที่สอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และน้อยที่สุด คือ การหลีกเลี่ยงหัวข้อการสนทนา โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.09 ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัย พบว่า ผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใช้กลวิธีการใช้อวัจนภาษามากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 60.97 สอดคล้องกับมัณฑนศิลป์ วงศ์จันทร์ (2562) ได้ศึกษาถึงปัญหาการสื่อสารและกลวิธีการสื่อสารที่ผู้ขายคนไทยใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่พูดภาษาอังกฤษในจังหวัดเชียงใหม่ กล่าวว่า ในมุมมองของนักท่องเที่ยวที่ใช้ภาษาอังกฤษ พบว่า ผู้ค้าชาวไทยมีปัญหาด้านการพูด แล้วยังกล่าวเพิ่มเติมในเรื่องกลวิธีการสื่อสาร ที่ใช้โดยผู้ค้าชาวไทย พบว่า ในมุมมองของผู้ค้าชาวไทยและนักท่องเที่ยวที่ใช้ภาษาอังกฤษมีความคล้ายกัน คือ กลวิธีที่นิยมใช้มากที่สุด คือ กลวิธีไม่ใช้คำพูด (อวัจนภาษา) จากการวิเคราะห์บทถอดความ พบว่า ผู้ค้าแผงลอยส่วนใหญ่จะสื่อสารโดยใช้ท่าทางและภาษามือ นอกจากนี้ยังใช้ป้ายและเครื่องคิดเลข เช่น “ร้านจะมีป้ายอยู่แล้ว เค้าก็จะดูราคาป้าย”, “ปกติแล้วอ่ะสินค้าของผมมันจะมีป้ายอยู่หน้าร้านมีทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ที่เขาจะมองออกเลยว่ามันคืออะไรอยู่แล้ว”, “ใช้เครื่องคิดเลข จิ้มราคาให้เขาดู ว่าลดถ้าลดเขาก็จะทำมืออย่างงี้ถ้าต่ำลง อย่างงี้เราก็กดลงไป สมมติว่า 190 ก็จะลดเหลือ 180 ก็กดไป ลบเหลือ 180 ถ้าเขาโอเคเค้าก็เอา” ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kerdlarp & Chaturongakul (2015) อ้างถึงใน Suraprajit (2017) ได้ศึกษากลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ค้าแผงลอยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เกาะปันหยี จังหวัดพังงา พบว่า กลวิธีที่ใช้มากที่สุด คือ การใช้เครื่องคิดเลข การใช้อวัจนภาษา และการใช้คำใกล้เคียง อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thanasabkasem & Keadplang (2016) ที่ศึกษาถึงการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อทักษะการสื่อสารของผู้ค้าขายในชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจมากกับกลวิธีที่ผู้ค้าใช้ป้ายหรือรูปภาพ เพื่อช่วยให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้พ่อค้าชาวไทยและลูกค้าชาวต่างประเทศยอมรับว่า การใช้ป้ายหรือรูปภาพนั้นมีส่วนช่วยในการสื่อสารให้ประสบความสำเร็จ และคณะผู้วิจัยยังได้พบว่าผู้ค้าแผงลอยได้ใช้โปรแกรมแปลภาษาจากโทรศัพท์เพื่อใช้ในการสื่อสาร

นอกเหนือจากกลวิธีสื่อสารภาษาอังกฤษแล้ว คณะผู้วิจัย พบว่า ผู้ค้าแผงลอยมีการใช้กลวิธีการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษด้วยตนเอง โดยใช้วิธีการหาคำศัพท์และความหมายที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่ตนเองจำหน่าย โดยการจดบันทึกลงในสมุดคำศัพท์ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีกลวิธีการเรียนรู้ภาษาอังกฤษของ (Rubin, 1981) ซึ่งได้กล่าวว่า กลวิธีที่ช่วยทำให้เกิดการเรียนรู้มีหลายวิธี ซึ่งวิธี การจดบันทึกคำใหม่ ๆ เดี่ยว ๆ หรือที่อยู่บริบท (Memorization) คือ วิธีหนึ่งที่ช่วยทำให้เกิดการเรียนรู้โดยตรง นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยยังพบว่า จากบทถอดความ ผู้ค้าแผงลอยกล่าวว่า “บางทีเราพูดไม่ถูก ก็จะบอกให้เขาพูดให้เราฟัง” “อย่างบางคำ เราออกเสียงไม่ถูก อย่างคำนี้ (sour) คนไทย อ่านว่า ซอสใช่ป่ะ แต่จริง ๆ อ่านว่า ซาว เออะ” แสดงให้เห็นว่า ผู้ค้าแผงลอยให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติช่วยออกเสียงคำศัพท์บางคำให้ฟังเพื่อเรียนรู้การออกเสียงคำศัพท์ที่ถูกต้องแล้วจดจำวิธีการออกเสียงเพื่อใช้

ในการสื่อสารครั้งต่อไป สอดคล้องกับทฤษฎีของ (Rubin, 1981) ซึ่งได้กล่าวถึงกลวิธีการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยวิธีการแก้ไขการออกเสียงคำศัพท์ (Monitoring) และสอดคล้องกับ (Oxford, 1990) ที่กล่าวว่า กลวิธีด้านการจำ (Memory Strategies) เกี่ยวข้องกับกลไกทางสมองที่ช่วยให้ผู้เรียนสามารถเก็บข้อมูลความรู้ไว้และนำออกมาใช้เมื่อต้องการ จึงสามารถกล่าวได้ว่า กลวิธีการเรียนรู้สามารถช่วยพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับอ๊อกฟอร์ด (Oxford, 1995) ได้กล่าวว่า กลวิธีการเรียนภาษาอังกฤษเป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้เรียนเกิดความสามารถในการสื่อสารและการใช้ภาษาที่ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์

คณะผู้วิจัยยังพบว่า ผู้ค้าแผงลอยเล็งเห็นความสำคัญในการสื่อสารภาษาอังกฤษอย่างมาก เนื่องจากจะสามารถช่วยสร้างรายได้ให้มากขึ้นหากสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ เช่น *“ฝรั่งอ่ะค่ะ เขาต้องการให้คนไทยอ่ะคุยกับเขาได้จริงๆ พี่สาวพี่เขาจะพูดภาษาอังกฤษเก่ง แพงอ่ะเขาก็ซื้อ นะถ้าเราคุยกับเขารู้เรื่องแล้วเราสามารถอธิบายเขาฟังได้”* จึงปฏิเสธไม่ได้ว่ากลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษมีความสำคัญที่จะช่วยสร้างรายได้เพิ่มมากขึ้นในการประกอบอาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับ พิกุล สายดวง และชญาณ์นันท์ ปิติกรพวงเพชร (2560) ได้ศึกษาถึงความต้องการในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อใช้ในการสื่อสารทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กล่าวว่า หากได้แนวทางการใช้ภาษาอังกฤษที่เหมาะสมกับกลุ่มอาชีพก็จะสามารถเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชนและพัฒนาการท่องเที่ยว สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอย่างมาก

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษากลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษในการขายสินค้าของผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทยในย่านตลาดองค์การโทรศัพท์ พบองค์ความรู้ที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพต้องอาศัยกลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษและกลวิธีการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยตนเอง

จากแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ผู้ค้าแผงลอยในย่านตลาดองค์การโทรศัพท์ได้ใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษในการขายสินค้าโดยมีการนำเทคโนโลยีแอปพลิเคชันช่วยแปล

และอุปกรณ์อื่น ๆ เช่น ป้ายและเครื่องคิดเลขเข้ามาช่วยในการสื่อสารภาษาอังกฤษ นอกจากนี้ ผู้ค้าแผงลอยยังได้ใช้กลวิธีการเรียนรู้ภาษาอังกฤษด้วยตนเองในการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบอาชีพ

สรุป

จากการศึกษากลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ค้าแผงลอยในย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยการสัมภาษณ์และแบบสอบถาม พบว่า ผู้ค้าแผงลอยชาวไทยใช้กลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษอยู่ในระดับมาก โดยใช้กลวิธีการใช้อวัจนภาษา (use of nonlinguistic means) มากที่สุด รองลงมาเป็นการใช้กลวิธีการพูดภาษาแม่ปนกับภาษาที่สอง (foreignizing) ส่วนกลวิธีการสร้างคำใหม่ (word coinage) และกลวิธีการใช้ความหมายใกล้เคียง (semantic contiguity) ใช้น้อยที่สุด ซึ่งผลจากการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ผู้ค้าแผงลอยควรได้รับการพัฒนาทักษะทางด้านการพูดภาษาอังกฤษโดยนำข้อมูลที่ได้จากผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการสร้างนวัตกรรมและหลักสูตรพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อให้ผู้ค้าแผงลอย สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งจะนำไปสู่การสร้างรายได้และประสบความสำเร็จทางด้านอาชีพ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ผู้ค้าแบบแผงลอยชาวไทย ย่านตลาดหน้าองค์การโทรศัพท์จังหวัดพระนครศรีอยุธยาใช้กลวิธีการใช้อวัจนภาษา (use of nonlinguistic means) มากที่สุด ร้อยละ 60.97 ซึ่งเล็งเห็นว่า ผู้ค้าแผงลอยยังคงต้องได้รับการพัฒนาทักษะทางด้านการพูดภาษาอังกฤษอย่างยิ่ง และเนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ผู้ค้าแผงลอยจำนวนมากมีการใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชันช่วยแปล ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการดังนี้ หน่วยงานเทศบาลเมืองพระนครศรีอยุธยา สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมและพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับผู้ค้าแผงลอย โดยเน้นทักษะการฟัง-พูด เกี่ยวกับการค้าขาย การบอกราคา การเจรจาต่อรองราคา และคำศัพท์เกี่ยวกับสินค้าที่เกี่ยวข้องโดยจัดทำในรูปแบบแอปพลิเคชัน เพื่อให้สะดวกต่อการเรียนรู้และเกิดองค์ความรู้อย่างยั่งยืนกับผู้ประกอบอาชีพ ให้สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างรายได้ให้มากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบองค์ความรู้ที่สำคัญคือ นอกเหนือจากกลวิธีการสื่อสารภาษาอังกฤษที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการค้าขายสินค้า หรือการประกอบอาชีพด้านการบริการ โดยควรให้ความสำคัญกับทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ ได้แก่ ทักษะการฟัง และการพูด สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ การจัดทำหลักสูตรหรือนวัตกรรมเพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษในบริบทอื่น ๆ เช่น การค้าขายในประเภทต่าง ๆ เช่น ร้านอาหาร คาเฟ่ ร้านก๋วยเตี๋ยว หรือการประกอบอาชีพ ด้านการบริการด้านต่าง ๆ เช่น บริการเช่าเรือ บริการเช่ารถ

บริการห้องพัก และบริการนวดแผนไทย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หรือการพัฒนาทักษะทางด้านภาษาที่สาม เพิ่มเติม เช่น ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *รายงานสถิติด้านการท่องเที่ยว พ.ศ.2563*. สืบค้น 4 มกราคม 2564. จาก https://www.mots.go.th/news/category/594/.

ชญาณ์นันท์ ปิติกรพวงเพชร และ พิกุล สายดวง. (2560). การศึกษาความต้องการในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อใช้ในการสื่อสารทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของกลุ่มอาชีพท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ กรณีศึกษาชุมชนบ้านซะซอม อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, *8*(1), 284-300.

มัทณศิลป์ วงศ์จันทร์. (2562). *การรับรู้ปัญหาการสื่อสารและกลวิธีการสื่อสารที่ผู้ขายคนไทยใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่พูดภาษาอังกฤษในจังหวัดเชียงใหม่* (ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). พะเยา: มหาวิทยาลัยพะเยา.

Dornyei, Z. (1995). On the teachability of communication strategies. *TESOL Quarterly, 29*(Spring), 55-85. Retrieved from https://www.jstor.org/stable/3587805.

Dornyei, Z. & Scott, M. L. (1995). Communication Strategies: An empirical analysis with retrospection. *Proceeding of the 21st Annual Symposium of the Deseret Language and Linguistics Society*, 155-168. Retrieved from http://www.ojs.lib.byu.edu/spc/index.php.D_X_L-y-L/article/viewfile/31313/29772.

Dornyei, Z., & Scott, M. L. (1997). Communication strategies in a second language: Definitions and taxonomies. *Language Learning*, *47*, 173-210. Retrieved from http://dx.doi.org/10.1111/0023-8333.51997005.

EF Education First. (2019). *EF English Proficiency Index 2019.* Retrieved from https://www.ef.com/ca/epi/.

Faerch, C., & Kasper, G. (1983). *Strategies in interlanguage communication*. London: Longman.

Faerch, C., & Kasper, G. (1984). Two ways of defining communication strategies. *Language learning, 34*(1), 45-63.

Oxford, R. M. (1990). *Language learning strategies: What every teacher should know*. Boston, MA: Heinle & Heinle Publications.

Rubin, J. (1981). Study the cognitive process in second language learning. *Applied Linguistics*, *11*(2), 117-131.

Suraprajit, P. (2017). Communication Strategies Used by Thai Service Providers in Pattaya City, Thailand. *International Journal of Arts and Sciences, 9*(4), 71-81. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/316587886_COMMUNICATION _STRATEGIES_USED_BY_THAI_SERVICE_PROVIDERS_IN_PATTAYA_CITY_THAILAND.

Tarone, E. (1980). Communicative strategies, foreigner talk, and repair in Interlingua. *Language Learning*, *30*(2), 417-431.

Tarone, E. (1981). *Some thoughts on the notion of communication strategy.* Washington, DC: TESOL.

Thanasabkasem, S., & Keadplang, K. (2016). Perception of International Tourists towards Local Vendors' Communication Skills: A Case Study of the Koh Kred Community in Nonthaburi Province. *Language Education and Acquisition Research Network (LEARN) Journal, 9*(1), 102-114. Retrieved from https://so04.tci- thaijo.org/index .php /LEARN/article/view/102665/82212.

Varadi, T. (1980). Strategies of target language learner communication: Message adjustment. *IRAL*, 59-71. Paper originally presented at the VIth Conference of the Rumanian – English Linguistic Project, Timisoara, Romania, 1973.

Yamane, T. (1973). Statistics: An Introductory Analysis. (3nd ed.), New York: Harper and Row Publications.