

การใช้ภาษาบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการในย่านธุรกิจการค้า เขตเทศบาลนครขอนแก่น: การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์ภาษา Language Used in Business and Service Signs in the Business Areas, at Municipality of Khon Kaen: A Linguistic Landscape Study

เทียมแข ประมวล¹ดุจฉัตร จิตบรรจง²

Thiamkhae Pramual, Dutchat Jitbanjong

Received: May 15, 2023/ Revised: December 10, 2023/ Accepted: December 25, 2023

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาษาเก่าเดิม ตัวอักษรที่ปรากฏ ลักษณะการปรากฏของตัวอักษร และสถานภาพของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการ ย่านธุรกิจการค้า เขตเทศบาลนครขอนแก่น โดยใช้ข้อมูลภาพถ่ายป้ายธุรกิจการค้าและบริการ โดยการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ในย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่นจำนวน 759 ป้าย

ผลการศึกษาพบว่า การใช้ภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการ ย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น พบว่าภาษาเก่าเดิมเอกภาษาพบภาษาอังกฤษมากที่สุด และภาษาเก่าเดิมพหุภาษาพบภาษาไทยกับภาษาบาลี-สันสกฤตมากที่สุด การใช้ตัวอักษรภาษาต่าง ๆ พบการใช้ตัวอักษรภาษาไทยมากที่สุดและลักษณะการปรากฏของตัวอักษร พบว่าตัวอักษรภาษาไทยภาษาเดียวพบมากที่สุด จากการศึกษาพบว่าภาษาไทยและภาษาอังกฤษมีสถานภาพของภาษาสูงกว่าภาษาอื่น ๆ พิจารณาได้จาก

¹ Corresponding author, นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (Bachelor of Arts Program in Thai Language Faculty of Humanities and Social Sciences, Mahasarakham University) Email: khae0715@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (Assistant Professor, Faculty of Humanities and Social Sciences, Mahasarakham University) Email: dutchat_j@msu.ac.th

ความถี่ของภาษาเค้าเดิมเอกภาษาที่พบภาษาอังกฤษมากที่สุด ภาษาเค้าเดิมพหุภาษาที่ภาษาไทยปรากฏร่วมกับภาษาอื่น ๆ บนป้ายมากที่สุด อีกทั้งพบตัวอักษรภาษาไทยปรากฏบนป้ายมากที่สุด รองลงมาคือตัวอักษรภาษาอังกฤษ และลักษณะการปรากฏของตัวอักษรในตำแหน่งที่สำคัญจึงทำให้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษมีสถานภาพของภาษาสูงกว่าภาษาอื่น ๆ ที่พบบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น ในขณะที่ยวกันภาษาไทยและภาษาอังกฤษนั้นยังทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเพื่อให้กลุ่มลูกค้าในพื้นที่เข้าถึงการบริการได้มากที่สุด โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นในปัจจุบันที่ต้องการสิ่งที่ทันสมัย สิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอและมีความเป็นสากล

คำสำคัญ: การใช้ภาษา ป้ายธุรกิจการค้า ภูมิทัศน์ภาษา

Abstract

This study aimed to explore language traces, characters apparent, character occurrence, and language status shown on the business and service signs in business areas in the municipality of Khon Kaen. The data were collected by convenience sampling method from 759 signs around the Khon Kaen's business areas.

The findings showed that English was mostly used in the trace of monolingual signs. Meanwhile, the Thai and Pali-Sanskrit languages were mostly used in the trace of multilingual signs. Thai characters were the most used among the various language characters. The single Thai characters were mostly apparent in the signs. It was noticeable that Thai and English languages held higher statuses than other languages due to English being the most frequently used in monolingual signs and that Thai was most frequently combined other languages in multilingual signs. Thai and English were the most common characters. It can be concluded that the Thai and English languages occupied a higher linguistic status other languages' appearing in business and service signs within Khon Kaen's business areas. In the

meantime, both Thai and English languages have become a medium of communication among customers to meet the service areas as much as possible, particularly to meet young customers' needs with new, updated, and international quality signage.

Keywords: Language used, Business signs, Linguistic landscape

บทนำ

การศึกษาภาษาในสิ่งแวดล้อมหนึ่ง ๆ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปของภาษาหรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ปรากฏและมองเห็นได้อย่างชัดเจนในพื้นที่สาธารณะซึ่งเป็นศูนย์กลางความก้าวหน้าในการใช้ภาษาที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในพื้นที่นั้น เรียกว่า “ภูมิทัศน์ภาษา” (Linguistic landscape) เป็นการใชภาษาที่ใช้แตกต่างกันในพื้นที่หนึ่ง ๆ ซึ่งภาษาเป็นหนึ่งใน การรวมตัวกันของคนในสังคมเพื่อการสื่อสารและเกี่ยวข้องกับกลไกต่าง ๆ ที่ขึ้นจากพฤติกรรมของมนุษย์ (Landry & Bourhis, 1997: 23)

การศึกษาเกี่ยวกับภูมิทัศน์ภาษา (Linguistic Landscape) คือ การศึกษางานเขียนที่จัดแสดงในพื้นที่สาธารณะ เช่น ป้ายถนน ป้ายโฆษณา ป้ายชื่อสถานที่ ป้ายชื่อร้านค้า ป้ายของหน่วยงานราชการ เป็นต้น ภูมิทัศน์ภาษาให้ความสำคัญกับภาษาบนป้าย เพราะสามารถบอกหน้าที่ของภาษาในพื้นที่ที่ภาษานั้นปรากฏอยู่ได้ ทั้งหน้าที่เชิงข้อมูล (informative function) และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (symbolic function) (Landry & Bouris 1997: 25)

การศึกษาป้ายธุรกิจการค้าจะช่วยนำไปสู่การสรุปลักษณะภูมิทัศน์ภาษาของพื้นที่ ย่านการค้า นั้น ๆ ได้ การศึกษาภาษาที่จัดวางอยู่บนป้ายธุรกิจการค้าจะช่วยให้เห็นวิธีการใช้ภาษาเค้าเดิมและความนิยมของภาษาที่ปรากฏว่ามีสถานภาพเป็นอย่างไร เพราะป้ายธุรกิจการค้ามีความสัมพันธ์กับภาษาเพราะเป็นการนำเสนอชื่อธุรกิจสู่สาธารณะ ป้ายธุรกิจการค้าเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความคิดในการนำเสนออัตลักษณ์ แต่การนำเสนออัตลักษณ์ของธุรกิจการค้านั้นจะเป็นไปได้ก็ต่อเมื่อมีการเขียนหรือประดิษฐ์ และนำเสนอสู่สาธารณะในพื้นที่สาธารณะในรูปแบบของป้ายธุรกิจการค้าป้ายธุรกิจการค้าจึงเป็นการถ่ายทอดภาษาที่ปรากฏอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากทำหน้าที่ถ่ายทอดภาษาแล้วยังมีองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ได้มาซึ่งป้ายของธุรกิจการค้า อาทิ ตัวอักษรแบบอักษรขนาดตัวอักษรการปนภาษาของ

ตัวอักษร เป็นต้น ก็ล้วนมีส่วนสร้างลักษณะเด่นทางภูมิทัศน์ภาษาให้แก่ย่านธุรกิจการค้าด้วยเช่นกัน (Wangpusit, 2012: 2) จากข้อมูลจึงกล่าวได้ว่า ป้ายธุรกิจการค้า และบริการต่าง ๆ นั้นล้วนมีความสำคัญในการดึงดูดลูกค้า โดยเฉพาะป้ายธุรกิจการค้าและบริการที่มีผลต่อการนำเสนอวัฒนธรรมและความเป็นพหุภาษาผ่านย่านธุรกิจการค้าและบริการ

เทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น เป็นหนึ่งในเขตภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีความเจริญและการพัฒนาในด้านต่าง ๆ มากมาย โดยเฉพาะในด้านเศรษฐกิจมีความเจริญก้าวหน้าในชั้นแนวหน้า มีห้างสรรพสินค้า มีธุรกิจที่หลากหลาย เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจตลาดค้าส่งประเภทเสื้อผ้า ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจเพื่อสุขภาพ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืนที่มีมากมาย ส่วนหนึ่งอาจมาจากมีสถานศึกษาในระดับแนวหน้าอย่างมหาวิทยาลัยขอนแก่น (Panichtriphop, 2016: 62)

จากความน่าสนใจของย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาภาษาเก่าเดิม ตัวอักษรที่ปรากฏ ลักษณะการปรากฏของตัวอักษร และสภาพของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางด้านธุรกิจการค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อจะทำให้ทราบสภาพของการใช้ภาษาในพื้นที่ศึกษาถึงการใช้ภาษาเก่าเดิมและตัวอักษรที่ปรากฏที่แสดงให้เห็นถึงภาษาบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น และผู้ศึกษาเห็นว่าการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการจัดทำป้ายชื่อธุรกิจร้านค้าและบริการ เพราะในปัจจุบันการใช้ภาษาในการสื่อสารมีความสำคัญเป็นอย่างมากที่จะทำอะไรให้เป็นที่น่าสนใจของกลุ่มลูกค้า และดึงดูดลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาภาษาเก่าเดิม ตัวอักษรที่ปรากฏ ลักษณะการปรากฏของตัวอักษร และสภาพของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Wangpusit (2012) กล่าวว่า การศึกษาแนวคิดภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์ (Linguistics Landscape) มุ่งวิเคราะห์ภาษาที่ปรากฏในพื้นที่สาธารณะ โดยเฉพาะป้าย

ธุรกิจการค้า รูปภาษาที่ปรากฏในป้ายเป็นสัญลักษณ์ ในขณะที่เดียวกันการศึกษาชื่อธุรกิจการค้าที่ปรากฏในป้ายก็สำคัญเพราะเป็นการศึกษาวิธีการตั้งชื่อธุรกิจการค้าของย่านการค้าทางด้านที่มา ความหมาย ภาษา และลักษณะเด่นในการตั้งชื่อด้วยภาษาไทยแต่ขณะเดียวกันตัวอักษรเป็นภาษาอื่น ๆ หรือใช้รูปสัญลักษณ์ในป้ายธุรกิจการค้าให้สร้างสรรค์มีความแปลกใหม่ เพราะฉะนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษา

Pikulthong (2011) ศึกษาภาษาบนป้ายพาณิชย์ของสถานประกอบการย่านถนนพระอาทิตย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานภาพของภาษาต่าง ๆ ที่ใช้บนป้ายพาณิชย์โดยศึกษาจากป้ายชื่อของสถานประกอบการ 55 แห่ง ผลการวิจัยพบว่าภาษาอังกฤษมีสถานภาพสูงที่สุด บนถนนพระอาทิตย์ เพราะมีจำนวนความถี่ของภาษาเก่าเดิม และความถี่ของชนิดตัวอักษรที่ปรากฏของบนป้ายพาณิชย์มากที่สุดรวมถึงลักษณะการปรากฏของตัวอักษรในตำแหน่งที่มีความสำคัญที่สุดบนป้ายพาณิชย์อีกด้วย การที่ภาษาอังกฤษมีสถานภาพสูงสุดบนถนนพระอาทิตย์เป็นเพราะภาษาอังกฤษทำหน้าที่เป็นภาษากลางในการสื่อสารกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และชาวไทยด้วย ในขณะเดียวกันภาษาอังกฤษยังทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ด้วย กล่าวคือ บ่งบอกความเป็นเมือง ความทันสมัยเป็นสากล และแสดงถึงวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ นอกจากนี้เจ้าของสถานประกอบการยังคาดว่ากลุ่มลูกค้าชาวไทยสามารถเข้าใจภาษาอังกฤษบนป้ายได้จึงเลือกใช้ภาษาอังกฤษบนป้ายพาณิชย์มากกว่าภาษาอื่น ๆ

Sarot & Kraissame (2019) ศึกษาความเป็นพหุภาษาในชุมชนเมือง: กรณีศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิทัศน์ภาษากับธุรกิจการค้าย่านนานาฝั่งเหนือ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ภาษาที่ปรากฏบนป้ายชื่อร้านค้าและบริการที่ส่งผลต่อธุรกิจการค้าของคนในย่านนานาฝั่งเหนือ กรุงเทพมหานคร เก็บตัวอย่างป้ายชื่อร้านค้าและบริการในย่านนานาฝั่งเหนือ กรุงเทพมหานคร จำนวน 65 ป้าย โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง นอกจากนี้ผู้ศึกษายังได้ใช้การเก็บข้อมูลโดยการสังเกตการณ์และสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งเพื่อการอุปโภคและบริโภค กับธุรกิจร้านเสริมความงามและสุขภาพนิยมใช้ป้ายแบบสองภาษาที่มีภาษาอังกฤษ และภาษาอาหรับมากกว่าป้ายประเภทอื่นนอกจากนี้ยังพบว่า ป้ายหลายภาษาปรากฏในธุรกิจด้านการบริโภค ธุรกิจเสริมความงามและสุขภาพซึ่งมีความนิยมใกล้เคียงกับป้ายสองภาษา ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสรุปได้ว่า ผู้ค้าในย่านนานาฝั่งเหนือใช้ป้ายสองภาษาในการสื่อสารกับลูกค้ามากใกล้เคียงกับป้ายหลายภาษา เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจที่จะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ

โดยผู้ประกอบการมุ่งเป้าที่กลุ่มลูกค้าแถบตะวันออกกลาง และลูกค้าที่ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารเป็นหลัก รวมถึงใช้ภาษาอื่นบางส่วน สำหรับการใช้ภาษาไทยนั้น พบว่า มีการใช้บนป้ายเช่นกัน การค้นคว้าครั้งนี้ถือเป็นการช่วยให้สังคมได้ตระหนักถึงความสำคัญของภาษาที่เข้ามามีบทบาทพร้อมกับความเป็นโลกาภิวัตน์มากยิ่งขึ้นและเป็นแนวทางในการวางแผนสนับสนุนด้านการค้าและเศรษฐกิจ

Seangyen (2015) ศึกษาภูมิทัศน์ภาษาจากป้ายโฆษณาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาตัวอักษรที่ปรากฏบนป้ายโฆษณาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ตามแนวคิดทฤษฎีภูมิทัศน์ภาษา โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างป้ายโฆษณาโดยใช้วิธีการเจาะจงเลือกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จำนวน 100 ป้าย สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า จากการศึกษาคำอักษรที่ปรากฏบนป้ายโฆษณาพบภาษาที่ใช้ทั้งหมดจำนวน 4 ภาษา คือ ภาษาไทย ร้อยละ 84 รองลงมาคือ ภาษาอังกฤษ ร้อยละ 50 ภาษาลาว คือร้อยละ 24 และน้อยที่สุดคือภาษาจีน ร้อยละ 7 และเมื่อจัดรูปแบบภาษาที่ปรากฏบนป้ายโฆษณาสามารถจัดรูปแบบภาษาได้เป็น 4 รูปแบบ คือ 1. ป้ายโฆษณาที่ใช้ภาษาเดียวพบร้อยละ 49 2. ป้ายโฆษณาที่ใช้สองภาษาพบร้อยละ 40 3. ป้ายโฆษณาที่ใช้สามภาษา พบร้อยละ 8 และ 4. ป้ายโฆษณาที่ใช้สี่ภาษาพบร้อยละ 3 ตามลำดับ

Kaewbut & Muangkaew (2020) ศึกษาป้ายและชื่อธุรกิจการค้าท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี: การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์ภาษา มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ลักษณะเด่นของการใช้ภาษาในป้ายและชื่อธุรกิจการค้าที่ปรากฏในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานีตามแนวคิดภูมิทัศน์ภาษา (Linguistic landscape) ผลการวิจัยพบว่า ท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานีเป็นพื้นที่ที่มีสถานะพหุภาษา (Multi Language) และพบว่ามีลักษณะการใช้ภาษาอยู่ 6 ลักษณะ ได้แก่ การใช้ภาษาเขียนทางการ การใช้คำขวัญคำโปรย การใช้ภาษาพูด การใช้คำคล้องจอง การใช้คำทับศัพท์และการใช้คำย่อคำตัด โดยพบการใช้ภาษาเขียนทางการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.22 รองลงมาคือ การใช้คำขวัญคำโปรย และที่พบน้อยที่สุดคือ การใช้คำย่อคำตัด คิดเป็นร้อยละ 1.75 จะเห็นได้ว่าชนบการใช้ภาษาในป้ายและชื่อธุรกิจร้านค้าในท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานีมีลักษณะเด่น คือ การใช้ภาษาเขียนที่เป็นทางการเป็นการใช้ภาษาแบบตรงไปตรงมา สามารถเข้าใจได้ทันทีเพื่อสื่อสารในท่าอากาศยาน และด้วยวัตถุประสงค์

ในการแจ้งให้ทราบและให้ข้อมูลเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ จึงทำให้เกิดการใช้ภาษาในลักษณะนี้

Siwina & Prasithrathsint (2020) ได้ศึกษา ภูมิทัศน์ภาษาบนพรมแดนประเทศไทย โดยศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของการใช้ภาษาและรูปแบบการเขียนบนป้ายในเมืองท่าหลักในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์และสหพวนะเขตในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการเลือกภาษา 3 รูปแบบ บนป้ายทั้งสองเมือง ได้แก่ ป้ายเอกภาษา ป้ายทวิภาษา และป้ายพหุภาษา พบรูปแบบการเขียน 4 ประเภท ได้แก่ ป้ายที่ภาษาบนป้ายเขียนทับศัพท์ข้อความเดียวกันหรือเขียนแปลโดยตรง (Homophonic) ป้ายที่ภาษาบนป้ายเขียนทับศัพท์ข้อความบางข้อความ (Mixed) ป้ายที่เขียนด้วยหลายภาษา โดยแต่ละภาษาสื่อความหมายที่แตกต่างกัน (Polyphonic) ป้ายที่เขียนด้วยภาษาเดียว (Monophonic) ภาษาประจำชาติเป็นภาษาแรกที่ปรากฏบนป้ายตามด้วยภาษาต่างประเทศ ท่าหลักมีป้ายพหุภาษามากกว่าสหพวนะเขตเพราะที่นั่นมีการใช้ภาษามากขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของภาษาต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ให้ความสำคัญต่อภาษาที่มีผู้ใช้มากที่สุดเป็นหลัก

Waelong (2020) ศึกษาชื่อและป้ายร้านค้าย่านสายกลางเทศบาลนครยะลา อำเภอเมืองจังหวัดยะลา: การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์ภาษา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาที่มาของการตั้งชื่อร้านค้าและการใช้ภาษาบนป้ายร้านค้าของย่านสายกลาง เทศบาลนครยะลา อำเภอเมืองจังหวัดยะลา ซึ่งประยุกต์การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์ภาษาข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาคือภาพถ่ายป้ายร้านค้าและข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าของร้าน จำนวน 200 ร้านค้า ผลการศึกษาที่มาของการตั้งชื่อร้านค้าย่านสายกลางเทศบาลนครยะลา อำเภอเมืองจังหวัดยะลา ตามแนวภูมิทัศน์ภาษาพบว่า ที่มาที่เกี่ยวข้องกับชื่อเจ้าของร้านค้าและประเภทธุรกิจการค้า พบมากที่สุด มีจำนวน 40 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 20 และพบน้อยที่สุดที่มาจากชื่อที่เกี่ยวข้องกับช่วงเวลาพบจำนวน 1 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 0.50 และยังสามารถศึกษาที่มาของการตั้งชื่อร้านค้าเพิ่มเติมจากกรอบแนวคิดในประเด็นที่มามีมากกว่าหนึ่งที่มา และผลการศึกษาภาษาบนป้ายชื่อร้านค้าย่านสายกลาง เทศบาลนครยะลา อำเภอเมืองจังหวัดยะลา ตามแนวภูมิทัศน์ภาษา พบว่า ภาษาเคาเดิมที่เป็นเอกภาษา ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พบมากที่สุดจำนวน 27 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 34.17 และภาษาเคาเดิมพหุภาษา ภาษาอาหรับกับภาษาอังกฤษ พบมากที่สุด จำนวน 30 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 24.79 การศึกษาตัวอักษรภาษาต่าง ๆ บนป้ายร้านค้า พบมากที่สุด การใช้ตัวอักษรไทย

จำนวน 170 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 65.80 ลักษณะการปรากฏของตัวอักษรภาษาต่าง ๆ พบมากที่สุด ภาษาไทยภาษาเดียว พบจำนวน 114 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 57 สถานภาพของภาษา ความถี่ของภาษาเก่าเดิมที่ปรากฏ จากข้อมูลผู้ศึกษาพบว่าภาษาไทยและภาษาอังกฤษปรากฏบนป้ายร้านค้ามากที่สุด ความถี่ของตัวอักษรภาษาต่าง ๆ ที่ปรากฏบนป้าย ตำแหน่งของตัวอักษรภาษาต่าง ๆ ที่ปรากฏบนป้าย จากข้อมูลผู้ศึกษาพบว่า ตัวอักษรหลักจะอยู่ตรงกลางของป้ายร้านค้าจะมีขนาดตัวอักษร รูปแบบตัวอักษรที่ต่างจากข้อความอื่น และตัวอักษรหลักมีการใช้ภาษาต่างกันแต่มีขนาดอักษรเท่ากัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาการใช้ภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น ผู้ศึกษาดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาตามแนวภูมิทัศน์ภาษา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาการใช้ภาษาและลักษณะของชื่อที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ศึกษา

2. การเลือกพื้นที่ศึกษา ผู้ศึกษาใช้เกณฑ์การกำหนดขอบเขตพื้นที่ย่านธุรกิจการค้าของ Pimjai (2003: 77) ในการกำหนดขอบเขตย่านธุรกิจการค้าซึ่งประกอบด้วยดัชนีความสูงของการใช้ประโยชน์อาคารเพื่อการค้า ดัชนีความเข้มของการใช้ประโยชน์อาคารเพื่อการค้าเขตการบริการของธนาคารพาณิชย์ ความสะดวกในการเข้าถึงพื้นที่และราคาที่ดินโดยใช้เทคนิคการซ้อนทับข้อมูลในระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ พบว่าพื้นที่ย่านกลางธุรกิจการค้าอยู่บริเวณใจกลางของเขตเทศบาล มีถนนหลักที่ตัดผ่านทางด้านทิศเหนือคือ ถนนศรีจันทร์ ด้านทิศตะวันออก คือถนนหน้าเมือง ด้านตะวันตก คือถนนประชาสำราญ ผู้ศึกษาจึงคัดเลือกพื้นที่ในการศึกษาป้ายธุรกิจการค้าและบริการในย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น ได้แก่ ถนนศรีจันทร์ จากสี่แยกหน้าเซ็นทรัลถึงแยกโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ศูนย์อนามัยที่ 7 ขอนแก่น (แม่และเด็ก) ถนนหน้าเมืองจากบริเวณกองบังคับการตำรวจตระเวนชายแดนภาค 2 ถึงบริเวณสี่แยกถนนเหล่านาดีตัดผ่าน ถนนกลางเมือง จากหอนาฬิกานครขอนแก่นถึงแยกสำนักงานปศุสัตว์ขอนแก่น ถนนประชาสำราญ จากบริเวณศาลหลักเมืองถึงแยกถนนรื่นรมย์ตัดผ่าน และถนนรื่นรมย์จากบริเวณวงเวียนขอนแก่นถึงแยกถนนกลางเมืองตัดผ่าน

3. เก็บรวบรวมข้อมูลจากป้ายธุรกิจการค้าและบริการในย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น ลงพื้นที่สำรวจถ่ายภาพป้ายโดยการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ได้ข้อมูลจำนวนทั้งสิ้น 759 ป้าย

4. การวิเคราะห์การใช้ภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น ผู้ศึกษาใช้กรอบแนวคิดของ Pikulthong (2011) มาใช้ในการศึกษา เพราะมีการศึกษาภาษาบนป้ายพาณิชย์ของสถานประกอบการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานภาพของภาษาต่าง ๆ ที่ใช้บนป้ายพาณิชย์ซึ่งมีการใช้กรอบแนวคิดที่น่าสนใจและมีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ศึกษาการใช้ภาษาในย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น และผู้ศึกษาได้นำข้อมูลภาพถ่ายป้ายธุรกิจการค้าและบริการที่ได้มาวิเคราะห์การใช้ภาษา ได้แก่ ภาษาเก่าเดิมที่ปรากฏ ตัวอักษรที่ปรากฏ ลักษณะการปรากฏของตัวอักษร และสถานภาพของภาษา จากนั้นนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบของการพรรณานาวิเคราะห์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **ภูมิทัศน์ภาษา** หมายถึง การศึกษาภาษาที่ปรากฏในพื้นที่ศึกษา โดยการวิเคราะห์การใช้ภาษาบนป้ายต่าง ๆ และความโดดเด่นของภาษาที่อยู่บนป้ายนั้น ๆ

2. **ย่านธุรกิจการค้า** หมายถึง ย่านการค้าที่ประกอบไปด้วยธุรกิจการค้าและบริการที่หลากหลาย เช่น ธุรกิจการค้าประเภทร้านอาหาร ธุรกิจบริการประเภทที่พักบนถนนเส้นหลัก ได้แก่ ถนนศรีจันทร์ ถนนหน้าเมือง ถนนกลางเมือง ถนนประชาสำราญ และถนนรัตนมัย ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น

3. **ป้ายธุรกิจร้านค้าและบริการ** หมายถึง ป้ายชื่อธุรกิจการค้าและบริการ เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร โรงแรม ซึ่งอยู่ในย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น โดยไม่รวมป้ายโฆษณา และป้ายประชาสัมพันธ์

4. **ภาษาบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการ** หมายถึง การใช้ภาษาของชื่อธุรกิจการค้าและบริการในชื่อธุรกิจการค้าที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น

5. **การใช้ภาษา** หมายถึง ภาษาเก่าเดิม ลักษณะของการปรากฏตัวอักษร ตัวอักษรที่ปรากฏ และสถานภาพของภาษา จากชื่อธุรกิจการค้าที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น

ข้อตกลงเบื้องต้น

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า คำว่า Linguistic Landscape (LL) มีการใช้คำภาษาไทยหลายคำ ได้แก่ ภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์ ภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ ภูมิทัศน์ทางภาษาและภูมิทัศน์ภาษา ในที่นี้ผู้ศึกษาใช้คำว่า “ภูมิทัศน์ภาษา” เนื่องจากเห็นว่าเป็นคำที่สอดคล้องและเหมาะสมกับความหมาย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาการใช้ภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จำนวน 759 ป้าย โดยใช้กรอบแนวคิดของ Pikulthong (2011) ผู้ศึกษาพบการใช้ภาษาดังต่อไปนี้

1. ภาษาเค้าเดิม

ภาษาเค้าเดิม หมายถึง ภาษาที่มาของรูปคำศัพท์ที่ใช้ในการนำเสนอป้ายชื่อธุรกิจการค้าและบริการ ซึ่งผู้ศึกษาพบการใช้ภาษาเค้าเดิมเป็นเอกภาษาและพหุภาษา ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ภาพที่ 1 ป้ายภาษาเค้าเดิมเอกภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษ

แมน Man บาร์เบอร์ เป็นชื่อธุรกิจบริการร้านตัดผม ที่เปิดให้บริการตัดผมชาย โดยป้ายธุรกิจใช้ภาษาเค้าเดิมที่มาจากภาษาอังกฤษทั้งหมด



ภาพที่ 2 ป้ายภาษาเค้าเดิมเอกภาษาที่เป็นภาษาเกาหลี

แดจังกึม เป็นชื่อธุรกิจร้านอาหารเกาหลี แดจังกึม มาจากภาษาเกาหลี คือ 대장금 โดยป้ายธุรกิจใช้ภาษาเค้าเดิมที่มาจากภาษาเกาหลีทั้งหมด



ภาพที่ 3 ป้ายภาษาเค้าเดิมเอกภาษาที่เป็นภาษาบาลี-สันสกฤต

วิชัยพาณิชย์ เป็นชื่อธุรกิจการค้าร้านขายของชำ โดยคำว่า วิชัย หมายถึง ความชนะ ชัยชนะ และคำว่า พาณิชย หมายถึง การค้าขาย โดยป้ายธุรกิจใช้ภาษาเค้าเดิมที่มาจากภาษาบาลี-สันสกฤตทั้งหมด



ภาพที่ 4 ป้ายภาษาเค้าเดิมพหุภาษาที่เป็นภาษาไทยกับภาษาบาลี-สันสกฤต

ประจักษ์การแว่น เป็นชื่อธุรกิจร้านตัดแว่น ขายแว่นตา โดย ประจักษ์ (ส. ปรตยภษ; ป. ปจจภษ) ที่มาจากภาษาบาลี-สันสกฤต หมายถึง ปรากฏชัด อาจเป็นทางตา หรือใจก็ได้ และ การแว่น มาจากคำภาษาไทย



ภาพที่ 5 ป้ายภาษาเค้าเดิมพหุภาษาที่เป็นภาษาไทยกับภาษาอังกฤษ

นิตก๊ฟช็อป เป็นชื่อธุรกิจการค้าขายของที่ระลึก ของขวัญ โดย นิต มาจาก ภาษาไทย และ ก๊ฟช็อป (Gift Shop) มาจากภาษาอังกฤษ



ภาพที่ 6 ป้ายภาษาเค้าเดิมภาษาที่เป็นภาษาไทย ภาษาบาลี - สันสกฤตภาษาญี่ปุ่นและภาษาฝรั่งเศส

รื่นรมย์ ข้าวบุฟเฟต์ เป็นชื่อธุรกิจการค้าร้านอาหาร โดย รื่น มาจากภาษาไทย คำर्मย์ มาจากภาษาบาลี - สันสกฤต คำว่า ข้าว しゃん มาจากภาษาญี่ปุ่น และคำว่า บุฟเฟต์ Buffet ที่มาจากภาษาฝรั่งเศส

ตารางที่ 1 ตารางแสดงผลการศึกษาภาษาเค้าเดิมเอกภาษาบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการ ย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น พบ 9 ลักษณะ โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังตารางต่อไปนี้

ลำดับ	ภาษาเค้าเดิมเอกภาษา	จำนวน ป้าย	ร้อยละ
1	ภาษาอังกฤษ	152	52.96
2	ภาษาไทย	71	24.74
3	ภาษาบาลี-สันสกฤต	33	11.49
4	ภาษาจีน	23	8.01
5	ภาษาญี่ปุ่น	2	0.7
6	ภาษาไทยถิ่นอีสาน	2	0.7
7	ภาษาฝรั่งเศส	2	0.7

ลำดับ	ภาษาเค้าเดิมเอกภาษา	จำนวน ป้าย	ร้อยละ
8	ภาษาบาลี	1	0.35
9	ภาษาเกาหลี	1	0.35
รวม		287	100

ตารางที่ 2 ตารางแสดงผลการศึกษาภาษาเค้าเดิมพหุภาษาบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการ ย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น พบ 51 ลักษณะ โดยลำดับจากมากไปน้อย ดังตารางต่อไปนี้

ลำดับ	ภาษาเค้าเดิมพหุภาษา	จำนวนป้าย	ร้อยละ
1	ภาษาไทยกับภาษาบาลี-สันสกฤต	92	19.49
2	ภาษาไทยกับภาษาอังกฤษ	90	19.07
3	ภาษาไทยกับภาษาอังกฤษและภาษาบาลี-สันสกฤต	53	11.23
4	ภาษาไทยกับภาษาจีน	42	8.89
5	ภาษาอังกฤษกับภาษาบาลี-สันสกฤต	32	6.78
6	ภาษาไทยกับภาษาจีนและภาษาบาลี-สันสกฤต	20	4.24
7	ภาษาไทยกับภาษาเขมร	16	3.39
8	ภาษาอังกฤษกับภาษาฝรั่งเศส	10	2.12
9	ภาษาไทยกับภาษาบาลี	8	1.69
10	ภาษาจีนกับภาษาบาลี-สันสกฤต	8	1.69
11	ภาษาไทยกับภาษาอังกฤษและภาษาเขมร	8	1.69
12	ภาษาไทยกับภาษาเขมรและภาษาบาลี-สันสกฤต	8	1.69
13	ภาษาไทยกับภาษาอังกฤษและภาษาจีน	7	1.48
14	ภาษาไทยกับภาษาไทยถิ่นอีสาน	6	1.27
15	ภาษาอังกฤษกับภาษาจีน	5	1.06
16	ภาษาอังกฤษกับภาษาสันสกฤต	4	0.85
17	ภาษาเขมรกับภาษาบาลี-สันสกฤต	4	0.85
18	ภาษาไทยกับภาษาอังกฤษและภาษาฝรั่งเศส	4	0.85
19	ภาษาไทยกับภาษาสันสกฤต	3	0.64

ลำดับ	ภาษาเค้าเดิมพหุภาษา	จำนวนป้าย	ร้อยละ
20	ภาษาไทยกับภาษาฝรั่งเศส	3	0.64
21	ภาษาญี่ปุ่นกับภาษาฝรั่งเศส	3	0.64
22	ภาษาจีนกับภาษาญี่ปุ่น	3	0.64
23	ภาษาไทยกับภาษาจีนและภาษาเขมร	3	0.64
24	ภาษาอังกฤษกับภาษาเขมรและภาษาบาลี-สันสกฤต	3	0.64
25	ภาษาไทยกับภาษาฝรั่งเศสและภาษาบาลี-สันสกฤต	3	0.64
26	ภาษาไทยกับภาษาญี่ปุ่น	2	0.42
27	ภาษาไทยกับภาษาเกาหลี	2	0.42
28	ภาษาอังกฤษกับภาษาบาลี	2	0.42
29	ภาษาอังกฤษกับภาษาญี่ปุ่น	2	0.42
30	ภาษาอังกฤษกับภาษาอิตาลี	2	0.42
31	ภาษาญี่ปุ่นกับภาษาบาลี-สันสกฤต	2	0.42
32	ภาษาไทยกับภาษาเวียดนาม	1	0.21
33	ภาษาอังกฤษกับภาษาไทยถิ่นอีสาน	1	0.21
34	ภาษาญี่ปุ่นกับภาษาอิตาลี	1	0.21
35	ภาษาเขมรกับภาษาเวียดนาม	1	0.21
36	ภาษาเกาหลีกับภาษาฝรั่งเศส	1	0.21
37	ภาษาบาลี-สันสกฤตกับภาษาเวียดนาม	1	0.21
38	ภาษาไทยกับภาษาอังกฤษและภาษาบาลี	1	0.21
39	ภาษาไทย ภาษาบาลี – สันสกฤต ภาษาฝรั่งเศส และภาษาญี่ปุ่น	1	0.21
40	ภาษาไทยกับภาษาจีนและภาษาบาลี	1	0.21
41	ภาษาไทยกับภาษาเปอร์เซีย และภาษาบาลี-สันสกฤต	1	0.21
42	ภาษาไทยกับภาษาเขมรและภาษาสันสกฤต	1	0.21
43	ภาษาไทยกับภาษาเขมรและภาษาบาลี	1	0.21
44	ภาษาไทยกับภาษาเขมรและภาษาฝรั่งเศส	1	0.21
45	ภาษาอังกฤษกับภาษาฝรั่งเศส	1	0.21

ลำดับ	ภาษาเค้าเดิมพหุภาษา	จำนวนป้าย	ร้อยละ
	และภาษาบาลี-สันสกฤต		
46	ภาษาอังกฤษกับภาษาจีนและภาษาสันสกฤต	1	0.21
47	ภาษาอังกฤษกับภาษาจีนและภาษาบาลี-สันสกฤต	1	0.21
48	ภาษาจีนกับภาษาเขมรและภาษาบาลี-สันสกฤต	1	0.21
49	ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส และภาษาอิตาลี	1	0.21
50	ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาบาลี-สันสกฤต	1	0.21
51	ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาบาลี	1	0.21
รวม		472	100

ผลการวิจัยพบว่า การใช้ภาษาเค้าเดิมเอกภาษาและภาษาเค้าเดิมพหุภาษาบนป้ายธุรกิจการค้า และบริการย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น พบว่า ภาษาเค้าเดิมพหุภาษาพบมากกว่าภาษาเค้าเดิมเอกภาษา โดยป้ายธุรกิจการค้าและบริการที่เป็นภาษาเค้าเดิมพหุภาษา จำนวน 472 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 62.19 ส่วนป้ายธุรกิจการค้าและบริการที่เป็นภาษาเค้าเดิมเอกภาษา จำนวน 287 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 37.81

2. ตัวอักษรที่ปรากฏ

ตัวอักษร (Language Scripts) หมายถึง ตัวอักษรที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการ โดยแต่ละป้ายธุรกิจการค้าและบริการย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น สามารถพบได้มากกว่าหนึ่งภาษาบนป้ายเดียวกัน ซึ่งพบตัวอักษรที่ปรากฏ 6 ภาษา ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ภาพที่ 7 ตัวอักษรภาษาจีน

เจริญภัณฑ์ 利焜陳 (ตั้งเป้งหลี่) เป็นชื่อธุรกิจการค้าจำหน่ายสินค้าทางการ
ประมงป้ายใช้ตัวอักษรภาษาไทยและภาษาจีน



ภาพที่ 8 ตัวอักษรภาษาญี่ปุ่น 一氣

ร้านอาหารญี่ปุ่น อิคคิ อีซากายะ เป็นชื่อธุรกิจการค้าร้านอาหารป้ายใช้ตัวอักษร
ภาษาญี่ปุ่นและภาษาไทย

ตารางที่ 3 ตารางแสดงผลการศึกษาตัวอักษรที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการ
ย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังตารางต่อไปนี้

ลำดับ	ตัวอักษรที่ปรากฏ	จำนวนแห่ง	ร้อยละ
1	ตัวอักษรภาษาไทย	687	70.53
2	ตัวอักษรภาษาอังกฤษ	207	21.25
3	ตัวอักษรภาษาจีน	68	6.98
4	ตัวอักษรภาษาญี่ปุ่น	7	0.72
5	ตัวอักษรภาษาฝรั่งเศส	4	0.41
6	ตัวอักษรภาษาเกาหลี	1	0.1
รวม		974	100

ผลการวิจัยพบว่า ตัวอักษรที่ปรากฏบนป้ายธุรการค้าและบริการย่านธุรกิจการค้า เขตเทศบาลนครขอนแก่น พบว่า การใช้ตัวอักษรภาษาไทยพบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.53 รองลงมาคือ ตัวอักษรภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 21.25 ตัวอักษรภาษาจีน คิดเป็นร้อยละ 6.98 ตัวอักษรภาษาญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 0.72 ตัวอักษรภาษาฝรั่งเศส คิดเป็นร้อยละ 0.41 และตัวอักษรที่พบน้อยที่สุดคือ ตัวอักษรภาษาเกาหลี คิดเป็นร้อยละ 0.1

3. ลักษณะการปรากฏของตัวอักษร

ลักษณะการปรากฏของตัวอักษร หมายถึง ธุรกิจการค้าและบริการใช้ตัวอักษรในภาษาต่าง ๆ มาใช้ในการตั้งชื่อธุรกิจการค้าและบริการเพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาษานั้น ๆ พิจารณาได้จากลำดับการจัดวางและขนาดของตัวอักษร ซึ่งพบลักษณะการปรากฏของตัวอักษรภาษาต่าง ๆ จำนวน 9 ลักษณะ ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ภาพที่ 9 ตัวอักษรภาษาอังกฤษเป็นหลัก

พี แอนด์ พี ฟู้ด มาร์เก็ต P&P FOOD MARKET เป็นชื่อธุรกิจการค้าร้านอาหารสด อาหารแห้ง อาหารแช่แข็ง โดยปรากฏตัวอักษรภาษาอังกฤษเป็นหลักแม้จะปรากฏร่วมกับตัวอักษรภาษาไทยแต่มีขนาดของตัวอักษรใหญ่กว่าภาษาไทย ทำให้ตัวอักษรภาษาอังกฤษเด่นกว่าตัวอักษรภาษาไทย



ภาพที่ 10 ตัวอักษรภาษาไทยกับภาษาอังกฤษคู่กัน

VILLA MASSAGE วิลล่า อาบ อบ นวด เป็นชื่อธุรกิจบริการ อาบ อบ นวด โดยปรากฏตัวอักษรภาษาไทยกับภาษาอังกฤษคู่กัน ทั้งการจัดวางและขนาดตัวอักษรเท่ากัน ในขณะเดียวกันแม้ชื่อธุรกิจการค้าและบริการที่ปรากฏอาจจะมีตำแหน่งการจัดวางของตัวอักษรที่ต่างกัน เช่น วางข้างกัน วางเหนือกัน การจัดวางของตัวอักษรจะไม่มีสื่อความหมายใดต่อสถานภาพของภาษานั้น ๆ

ตารางที่ 4 ตารางแสดงผลการศึกษาลักษณะการปรากฏตัวอักษรบนป้ายธุรกิจการค้า และบริการย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังตารางต่อไปนี้

ลำดับ	ลักษณะการปรากฏตัวอักษร	จำนวนป้าย	ร้อยละ
1	ตัวอักษรภาษาไทยภาษาเดียว	484	63.77
2	ตัวอักษรภาษาอังกฤษภาษาเดียว	63	8.3
3	ตัวอักษรภาษาไทยเป็นหลัก	63	8.3
4	ตัวอักษรภาษาอังกฤษเป็นหลัก	59	7.77
5	ตัวอักษรภาษาไทยกับภาษาจีนคู่กัน	43	5.67
6	ตัวอักษรภาษาไทยกับภาษาอังกฤษคู่กัน	28	3.69

ลำดับ	ลักษณะการปรากฏตัวอักษร	จำนวนป้าย	ร้อยละ
7	ตัวอักษรภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาษาจีน ปรากฏร่วมกัน	16	2.11
8	ตัวอักษรภาษาญี่ปุ่นเป็นหลัก	2	0.26
9	ตัวอักษรภาษาอังกฤษกับภาษาฝรั่งเศสคู่กัน	1	0.13
รวม		759	100

ผลการวิจัยลักษณะการปรากฏตัวอักษรบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น พบมากที่สุดคือ ลักษณะการปรากฏตัวอักษรภาษาไทย ภาษาเดียว คิดเป็นร้อยละ 63.77 รองลงมาพบ 2 ลักษณะเท่ากัน คือ ตัวอักษรภาษาอังกฤษภาษาเดียว และตัวอักษรภาษาไทยเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตัวอักษรภาษาอังกฤษเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 7.77 ตัวอักษรภาษาไทยกับภาษาจีนคู่กัน คิดเป็นร้อยละ 5.67 ตัวอักษรภาษาไทยกับภาษาอังกฤษคู่กัน คิดเป็นร้อยละ 3.69 ตัวอักษรภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาษาจีนปรากฏร่วมกัน คิดเป็นร้อยละ 2.11 ตัวอักษรภาษาญี่ปุ่นเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 0.26 และพบน้อยที่สุดคือ ตัวอักษรภาษาอังกฤษกับภาษาฝรั่งเศสคู่กัน คิดเป็นร้อยละ 0.13

4. สถานภาพของภาษา

จากการศึกษาภาษาเค้าเดิมเอกภาษาพบว่าภาษาอังกฤษมีสถานภาพสูงที่สุด รองลงมาคือภาษาไทย พิจารณาได้จากความถี่ของภาษาเค้าเดิมเอกภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการ จำนวน 287 ป้าย จากจำนวนป้ายทั้งหมด 759 ป้าย โดยภาษาเค้าเดิมเอกภาษาพบภาษาอังกฤษมากที่สุด จำนวน 152 ป้าย จากจำนวน 287 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 52.96 รองลงมาคือภาษาไทย พบจำนวน 71 ป้าย จากจำนวน 287 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 24.74 และภาษาเค้าเดิมพหุภาษาพบภาษาไทยกับภาษาบาลี-สันสกฤตมากที่สุด จำนวน 92 ป้าย จากจำนวน 472 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 19.49 รองลงมาคือ ภาษาไทยกับภาษาอังกฤษ พบจำนวน 90 ป้าย จากจำนวน 472 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 19.07 พบว่าภาษาไทยมีสถานภาพสูงกว่าภาษาอื่น ๆ ในภาษาเค้าเดิมที่เป็นพหุภาษา พิจารณาได้จากความถี่ของภาษาเค้าเดิมพหุภาษาที่ภาษาไทยปรากฏมากที่สุด ในป้ายภาษาเค้าเดิมพหุภาษาและอีกทั้งภาษาไทยยังปรากฏร่วมกับภาษาอื่น ๆ อีกด้วย และในส่วนของภาษาบาลี-

สันสกฤต ที่มีความถี่ถัดมาอาจเนื่องมาจากภาษาไทยได้มีการยืมคำภาษาต่างประเทศคือ ภาษาบาลี-สันสกฤต เข้ามาใช้กันเป็นจำนวนมาก

ตัวอักษรภาษาต่าง ๆ ที่ปรากฏพบว่า ตัวอักษรภาษาไทยมีสถานภาพสูงที่สุด รองลงมาคือภาษาอังกฤษ พิจารณาได้จากความถี่ของตัวอักษรที่ปรากฏ โดยตัวอักษรที่เป็นภาษาไทยพบมากที่สุด พบจำนวน 687 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 70.53 รองลงมาคือตัวอักษรที่เป็นภาษาอังกฤษ พบจำนวน 207 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 21.25 และตำแหน่งของตัวอักษรพบว่าภาษาไทยมีสถานภาพของภาษาสูงที่สุด พิจารณาได้จากลักษณะการปรากฏของตัวอักษร พบว่าตัวอักษรภาษาไทยภาษาเดียวพบมากที่สุดพบจำนวน 484 บ้าย คิดเป็นร้อยละ 63.77 รองลงมาพบลักษณะการปรากฏของตัวอักษร 2 ลักษณะเท่ากันคือ ตัวอักษรภาษาอังกฤษภาษาเดียวและตัวอักษรภาษาไทยเป็นหลัก พบจำนวน 63 บ้าย คิดเป็นร้อยละ 8.3 ดังนั้น แสดงให้เห็นถึงสถานภาพของภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อาจเป็นเพราะว่าในพื้นที่ดังกล่าวเป็นย่านธุรกิจการค้าจำเป็นต้องใช้ภาษาในการสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเพื่อสามารถใช้สื่อสารและเพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าที่เข้ามาเลือกซื้อหรือเข้ามาใช้บริการให้ได้มากที่สุด แต่ถึงแม้จะมีภาษาต่างประเทศแต่ก็มักมีภาษาไทยปรากฏร่วมอยู่ด้วยเสมอ เพราะกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ยังเป็นคนไทย

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาภาษาเค้าเดิม ตัวอักษรที่ปรากฏ ลักษณะการปรากฏของตัวอักษร และสถานภาพของภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่นจำนวน 759 บ้าย สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

การใช้ภาษาเค้าเดิมเอกภาษาและภาษาเค้าเดิมพหุภาษาบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น พบว่า ภาษาเค้าเดิมพหุภาษาพบมากกว่าภาษาเค้าเดิมเอกภาษา โดยป้ายธุรกิจการค้าและบริการที่เป็นภาษาเค้าเดิมพหุภาษา จำนวน 472 บ้าย คิดเป็นร้อยละ 62.19 ส่วนป้ายธุรกิจการค้าและบริการที่เป็นภาษาเค้าเดิมเอกภาษา จำนวน 287 บ้าย คิดเป็นร้อยละ 37.81

ตัวอักษรที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น พบว่า การใช้ตัวอักษรภาษาไทยพบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.53 รองลงมาคือ

ตัวอักษรภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 21.25 ตัวอักษรภาษาจีนคิดเป็นร้อยละ 6.98 ตัวอักษรภาษาญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 0.72 ตัวอักษรภาษาฝรั่งเศส คิดเป็นร้อยละ 0.41 และตัวอักษรที่พบน้อยที่สุดคือ ตัวอักษรภาษาเกาหลี คิดเป็นร้อยละ 0.1

ลักษณะการปรากฏตัวอักษรบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น พบมากที่สุดคือ ลักษณะการปรากฏตัวอักษรภาษาไทยภาษาเดียว คิดเป็นร้อยละ 63.77 รองลงมาพบ 2 ลักษณะเท่ากัน คือ ตัวอักษรภาษาอังกฤษภาษาเดียว และตัวอักษรภาษาไทยเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตัวอักษรภาษาอังกฤษเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 7.77 ตัวอักษรภาษาไทยกับภาษาจีนคู่กัน คิดเป็นร้อยละ 5.67 ตัวอักษรภาษาไทยกับภาษาอังกฤษคู่กัน คิดเป็นร้อยละ 3.69 ตัวอักษรภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาษาจีนปรากฏร่วมกัน คิดเป็นร้อยละ 2.11 ตัวอักษรภาษาญี่ปุ่นเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 0.26 และพบน้อยที่สุดคือ ตัวอักษรภาษาอังกฤษกับภาษาฝรั่งเศสคู่กัน คิดเป็นร้อยละ 0.13

สถานภาพของภาษาพบว่าภาษาเค้าเดิมเอกภาษา ภาษาอังกฤษมีสถานภาพสูงสุด รองลงมาคือภาษาไทย พิจารณาได้จากความถี่ของภาษาเค้าเดิมเอกภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการ จำนวน 287 ป้าย จากจำนวนป้ายทั้งหมด 759 ป้าย โดยภาษาเค้าเดิมเอกภาษาพบภาษาอังกฤษมากที่สุด จำนวน 152 ป้าย จากจำนวน 287 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 52.96 รองลงมาคือภาษาไทย พบจำนวน 71 ป้าย จากจำนวน 287 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 24.74 และภาษาเค้าเดิมพหุภาษาพบภาษาไทยกับภาษาบาลี-สันสกฤตมากที่สุด จำนวน 92 ป้าย จากจำนวน 472 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 19.49 รองลงมาคือภาษาไทยกับภาษาอังกฤษ พบจำนวน 90 ป้าย จากจำนวน 472 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 19.07 พบว่า ภาษาไทยมีสถานภาพสูงกว่าภาษาอื่น ๆ ในภาษาเค้าเดิมที่เป็นพหุภาษา พิจารณาได้จากความถี่ของภาษาเค้าเดิมพหุภาษาที่ภาษาไทยปรากฏมากที่สุด ในป้ายภาษาเค้าเดิมพหุภาษาและอีกทั้งภาษาไทยยังปรากฏร่วมกับภาษาอื่น ๆ อีกด้วย และในส่วน of ภาษาบาลี-สันสกฤต ที่มีความถี่ถัดมาอาจเนื่องมาจากภาษาไทยได้มีการยืมคำภาษาต่างประเทศคือ ภาษาบาลี-สันสกฤตเข้ามาใช้กันเป็นจำนวนมาก และตัวอักษรภาษาต่าง ๆ ที่ปรากฏพบว่า ตัวอักษรภาษาไทยมีสถานภาพสูงสุด รองลงมาคือภาษาอังกฤษ พิจารณาได้จากความถี่ของตัวอักษรที่ปรากฏ โดยตัวอักษรที่เป็นภาษาไทย พบมากที่สุดพบจำนวน 687 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 70.53 รองลงมาคือตัวอักษรที่เป็นภาษาอังกฤษ พบจำนวน 207 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 21.25 และตำแหน่งของตัวอักษรพบว่าภาษาไทยมีสถานภาพของภาษาสูงสุด พิจารณาได้จากลักษณะการปรากฏของตัวอักษร พบว่า

ตัวอักษรภาษาไทยภาษาเดียวพบมากที่สุด พบจำนวน 484 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 63.77 รองลงมาพบลักษณะการปรากฏของตัวอักษร 2 ลักษณะเท่ากันคือ ตัวอักษรภาษาอังกฤษภาษาเดียวและตัวอักษรภาษาไทยเป็นหลัก พบจำนวน 63 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 8.3 ดังนั้นแสดงให้เห็นถึงสถานภาพของภาษาไทยและภาษาอังกฤษอาจเป็นเพราะว่าในพื้นที่ดังกล่าวเป็นย่านธุรกิจการค้าจำเป็นต้องใช้ภาษาในการสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเพื่อสามารถใช้สื่อสารและเพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าที่เข้ามาเลือกซื้อหรือเข้ามาใช้บริการให้ได้มากที่สุด แต่ถึงแม้จะมีภาษาต่างประเทศแต่ก็มักมีภาษาไทยปรากฏร่วมอยู่ด้วยเสมอเพราะกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ยังเป็นคนไทย

อภิปรายผล

การศึกษาการใช้ภาษาที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น จากจำนวนป้ายทั้งหมด 759 ป้าย พบภาษาเค้าเดิมเอกภาษาจำนวน 287 ป้าย โดยพบภาษาอังกฤษมากที่สุด จำนวน 152 ป้าย จากจำนวน 287 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 52.41 ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Pikulthong (2011) ที่ศึกษาภาษาบนป้ายพาณิชย์ของสถานประกอบการย่านถนนพระอาทิตย์ พบว่าภาษาเค้าเดิมเอกภาษาพบภาษาอังกฤษมากที่สุด และพบภาษาเค้าเดิมพหุภาษาจำนวน 472 ป้าย โดยพบภาษาไทยกับภาษาบาลี-สันสกฤตมากที่สุด จำนวน 92 ป้าย จากจำนวน 472 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 19.62 ซึ่งแตกต่างกับงานของ Pikulthong (2011) ที่ศึกษาเรื่องภาษาบนป้ายพาณิชย์ของสถานประกอบการย่านถนนพระอาทิตย์ ที่พบว่าภาษาเค้าเดิมพหุภาษาพบภาษาอังกฤษกับภาษาบาลี-สันสกฤตมากที่สุด เนื่องด้วยสถานที่นั้นเป็นพื้นที่ที่มีชาวต่างชาติเข้ามาจึงจำเป็นต้องมีการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าให้เข้าใจและดึงดูดลูกค้าเข้ามาเลือกซื้อหรือเข้ามาใช้บริการกับสถานประกอบการต่าง ๆ ถึงแม้ว่าย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่นจะอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและไม่ได้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชาวต่างชาติเป็นจำนวนมากแต่ก็พบการใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาเค้าเดิมที่เป็นเอกภาษามากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของภาษาอังกฤษในฐานะที่เป็นภาษาสากลที่มีการใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อกลางในการสื่อสารกันทั่วโลก สาเหตุอาจเป็นเพราะว่าการใช้ภาษาอังกฤษนั้นสามารถบ่งบอกถึงความเป็นเมือง มีความทันสมัยที่สามารถสื่อสารและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าทุกกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นในปัจจุบันที่มีความทันสมัยทำให้ดึงดูดกลุ่มลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ จึงนิยมตั้งชื่อธุรกิจการค้าและบริการโดยใช้

ภาษาอังกฤษและที่พบการใช้ภาษาไทย รองลงมาอาจเป็นเพราะว่าส่วนใหญ่กลุ่มลูกค้าหลักยังเป็นคนไทย และเพื่อจะใช้ภาษาไทยสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นคนไทย ถึงแม้จะใช้ภาษาต่างประเทศ แต่ก็มักมีการเขียนทับศัพท์ด้วยภาษาไทยร่วมด้วย และยังแตกต่างจากงานของ Waelong (2020) ที่ศึกษาซื้อและป้ายร้านค้าย่านสายกลางเทศบาลนครยะลา อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ตามแนวภูมิทัศน์ภาษาที่พบว่าภาษาเค้าเดิมเอกภาษา พบภาษาไทยและภาษาอังกฤษมากที่สุด และภาษาเค้าเดิมพหุภาษา พบภาษาอาหรับกับภาษาอังกฤษมากที่สุด ในประเด็นการศึกษาภาษาบนป้ายชื่อร้านค้า

ตัวอักษรภาษาต่าง ๆ พบการใช้ตัวอักษรภาษาไทยมากที่สุด จำนวน 687 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 70.53 สาเหตุอาจเป็นเพราะว่าในการใช้ตัวอักษรภาษาต่างประเทศนั้นก็เพื่อจะสื่อถึงสินค้าและบริการของทางร้าน เพราะกลุ่มลูกค้าที่ต้องการให้เข้าถึงสินค้าและบริการมากที่สุดก็คือคนไทยซึ่งซื้อธุรกิจการค้าและบริการที่ใช้ตัวอักษรภาษาต่างประเทศนั้นแต่ก็มักมีตัวอักษรภาษาไทยทับศัพท์อยู่ด้วยเสมอซึ่งสอดคล้องกับงานของ Seangyen (2015) ที่ศึกษาภูมิทัศน์ภาษาจากป้ายโฆษณาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ที่พบว่าตัวอักษรที่ปรากฏบนป้ายโฆษณา พบตัวอักษรภาษาไทยมากที่สุด ซึ่งแตกต่างจากงานของ Pikulthong (2011) ที่ศึกษาเรื่อง ภาษาบนป้ายพาณิชย์ของสถานประกอบการย่านถนนพระอาทิตย์ ที่พบว่ามีการใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษและภาษาไทยเท่ากันในระดับที่มากที่สุดในทุกประเภทธุรกิจ เพราะต้องการเน้นกลุ่มลูกค้าต่างชาติเป็นอย่างมากและเพื่อให้สอดคล้องกับชื่อสถานประกอบการในพื้นที่ดังกล่าวด้วย

ลักษณะการปรากฏของตัวอักษรภาษาต่าง ๆ พบการปรากฏตัวอักษรภาษาไทยภาษาเดียวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.77 สาเหตุที่พบตัวอักษรภาษาไทยภาษาเดียวบนป้ายมากที่สุดอาจเนื่องมาจากในย่านธุรกิจการค้าและบริการเขตเทศบาลนครขอนแก่นส่วนใหญ่ยังเป็นคนไทยที่เข้ามาซื้อสินค้าและเข้ามาใช้บริการในธุรกิจการค้าและบริการเจ้าของธุรกิจการค้าและบริการต่าง ๆ จึงมีการใช้ตัวอักษรภาษาไทยในชื่อธุรกิจการค้าและบริการของตน เพื่อใช้สื่อสารกับกลุ่มลูกค้าให้เข้าใจได้ง่ายมากขึ้น ซึ่งแตกต่างจากงานของ Pikulthong (2011) ที่ศึกษาเรื่องภาษาบนป้ายพาณิชย์ของสถานประกอบการย่านถนนพระอาทิตย์ที่พบว่าลักษณะการปรากฏของตัวอักษรภาษาต่าง ๆ พบการปรากฏตัวอักษรภาษาอังกฤษเป็นหลักมากที่สุด อาจเนื่องมาจากย่านถนนพระอาทิตย์นั้นมีความทันสมัยและมีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก จึงทำให้เจ้าของธุรกิจการค้าและบริการใช้ภาษาอังกฤษที่เป็นภาษากลางในการสื่อสารเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้า

สถานภาพของภาษาพบว่า ภาษาไทยและภาษาอังกฤษมีสถานภาพของภาษาสูงกว่าภาษาอื่น ๆ ที่ปรากฏพิจารณาได้จากความถี่ของภาษาเก่าเดิมเอกภาษาที่พบป้ายเอกภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษมากที่สุด พบจำนวน 152 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 52.96 และภาษาเก่าเดิมพหุภาษา พบภาษาไทยกับภาษาบาลี-สันสกฤต พบจำนวน 92 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 19.49 ต่อมาความถี่ของตัวอักษรที่ปรากฏบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการ พบตัวอักษรที่เป็นภาษาไทย พบมากที่สุด พบจำนวน 687 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 70.53 และลักษณะการปรากฏของตัวอักษร พบว่าตัวอักษรภาษาไทยภาษาเดียว พบมากที่สุด พบจำนวน 484 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 63.77 รวมถึงลักษณะการปรากฏของตัวอักษรในตำแหน่งที่สำคัญจึงทำให้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษมีสถานภาพของภาษาสูงกว่าภาษาอื่น ๆ ที่พบบนป้ายธุรกิจการค้าและบริการย่านธุรกิจการค้าเขตเทศบาลนครขอนแก่น อาจมีสาเหตุมาจากใช้ภาษาทั้งสองคือภาษาไทยและภาษาอังกฤษในการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเพื่อให้กลุ่มลูกค้าในพื้นที่เข้าถึงการบริการได้มากที่สุดโดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นในปัจจุบันที่ต้องการสิ่งที่ทันสมัย สิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอและมีความเป็นสากลในขณะเดียวกันภาษาอื่น ๆ เช่น ภาษาเกาหลี ภาษาญี่ปุ่น ภาษาฝรั่งเศส ถึงแม้ว่าจะพบการใช้ภาษาน้อยแต่ในปัจจุบันก็มีการนำมาใช้ในการตั้งชื่อธุรกิจการค้าและบริการที่ช่วยสร้างความน่าสนใจและสร้างความทันสมัยอีกทั้งยังดึงดูดลูกค้าได้เป็นอย่างมาก จึงทำให้ผู้ประกอบการยังมีการนำมาใช้ในการจัดทำป้ายธุรกิจการค้าและบริการ ซึ่งแตกต่างจากงานของ Pikulthong (2011) ที่ศึกษาเรื่อง ภาษาบนป้ายพาณิชย์ของสถานประกอบการย่านถนนพระอาทิตย์ ที่พบว่าความถี่ของภาษาในประเด็นต่าง ๆ แสดงให้เห็นถึงสถานภาพของภาษาอังกฤษสูงที่สุดเพียงภาษาเดียวเพราะมีจำนวนความถี่การปรากฏของภาษาเก่าเดิมบนป้ายมากที่สุด ทั้งป้ายเอกภาษาและป้ายพหุภาษา และมีจำนวนความถี่ของตัวอักษรที่ปรากฏบนป้ายมากที่สุดรวมถึงลักษณะตำแหน่งที่มีความสำคัญที่สุดบนป้ายพาณิชย์ และที่พบภาษาอังกฤษมีความถี่สูงนั้นน่าจะมาจากค่านิยมที่ติดมากับภาษาอังกฤษที่ใช้เป็นภาษากลางในการสื่อสารกับกลุ่มชาวต่างชาติและสร้างภาพลักษณ์ด้านความเป็นสากล ความทันสมัยให้กับสถานประกอบการบนถนนพระอาทิตย์ได้

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาข้างต้น ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ ประกอบด้วย
 - 1.1 ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการตั้งชื่อ การจัดทำป้ายธุรกิจการค้าและบริการของตน เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ และทันสมัยมากยิ่งขึ้น
 - 1.2 ผู้ที่สนใจในการลงทุนทำธุรกิจการค้าและบริการ สามารถนำไปใช้ในการเลือกพื้นที่เปิดให้บริการเพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าในปัจจุบัน
2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ประกอบด้วย
 - 2.1 ควรมีการศึกษาภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะประเภทอื่น ๆ เช่น ป้ายสถานที่ราชการ ป้ายถนน
 - 2.2 ควรมีการศึกษาองค์ประกอบบนป้ายธุรกิจต่าง ๆ ในพื้นที่ที่มีความโดดเด่นด้านความหลากหลายทางเชื้อชาติ

References

- Kaewbut, P. & Muangkaew, N. (2020). Linguistic Landscape Study of Labels and Business Name: A Case Study of Surat Thani International Airport. [in Thai]. **Humanity and Social Science Journal Ubon Ratchathani University**, 11(2), 225-253.
- Landry, R. & Bourhis, R. (1997). Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study. **Journal of Language and Social Psychology**, 16(1), 23-49.
- Panichtriphop, K. (2016). The Roles of Private Sectors in Participation Local Development: A Case Study of Khon Kaen Municipality. [in Thai]. **Journal of Graduate MCU Khon Kaen Campus**, 3(1), 58-67.
- Pikulthong, S. (2011). Languages on Commercial Signs along Phra Athit Road, Bangkok. [in Thai]. **Damrong Journal**, 10(2), 63-85.
- Pimjai, M. (2003). Central Business District Boundary of Nakhon Khon Kaen Municipality. [in Thai]. Thesis (Master of Science), Kasetsart University.

- Sarot, T. & Kraisame, S. (2019). Urban Multilingualism: A Case Study of the Relationship between Linguistic Landscape and Business in North Nana. [in Thai]. **Journal of Language and Culture**, 38(1), 24-40.
- Seangyen, C. (2015). Linguistic Landscape on Billboards in Mueang District, Udon Thani Province. [in Thai]. **Mekong Chi Mun Art and Culture Journal**, 1(2), 13-36.
- Siwina, P. & Prasithrathsint, A. (2020). Multilingual Landscapes on Thailand's Borders. **Journal of Mekong Societies**, 16(1), 112-131
- Waelong, A. (2020). **Names and Signs Business in Yala Municipality, Mueang District, Yala Province: A Linguistic Landscape Study.** [in Thai]. Bachelor of Arts Program in Thai Language, Mahasarakham University.
- Wangpusit, K. (2012). **Business Names in The Area of Siam Square: A Linguistic Landscape Study.** [in Thai]. Thesis (Master of Arts in Thai Department of Thai Faculty of Arts), Chulalongkorn University.