



การพัฒนาป้ายสามภาษาเพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวตลาดชุมทางทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช*

DEVELOPMENT OF TOURIST SIGNBOARDS FOR TOURISTS AT THUNG SONG JUNCTION MARKET IN NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE

รัตน์กร นาคปลัด

Rattaneekorn Nakplad

อินทิรา จินดาโชติ

Intira Jindachot

ศรัณยา ฤทธิกุล

Sarunya Rittikhun

เมธาวี ชุมพล

Mathavee Chumpon

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) นครศรีธรรมราช

Faculty of Science and Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya,

Nakhon Si Thammarat Campus (Saiyai), Nakhon Si Thammarat, Thailand

E-mail: rattaneekorn.p@rmutsv.ac.th

บทคัดย่อ

จากการที่ได้เดินทางไปท่องเที่ยวภายในตลาดชุมทางทุ่งสงหลาย ๆ ครั้งพบว่าป้ายแนะนำภายในตลาดส่วนใหญ่เป็นภาษาไทยและมีสภาพชำรุด ผู้วิจัยจึงเห็นสมควรให้มีการปรับปรุงและจัดทำป้ายแนะนำเป็นภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีนเพื่อสร้างประโยชน์ให้กับชุมชน ดังนั้นคณะผู้วิจัยได้จัดทำการศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อทราบความต้องการและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้า และคณะกรรมการตลาดชุมทางทุ่งสงที่มีต่อป้ายแนะนำสามภาษา 2) เพื่อพัฒนาป้ายแนะนำนักท่องเที่ยวสามภาษาให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจในการปฏิบัติตนรวมทั้งการให้ข้อมูลด้านอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ 3) เพื่อทราบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้า และคณะกรรมการตลาดชุมทางทุ่งสง ที่มีต่อป้ายแนะนำสามภาษา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ แบบสอบถามประกอบด้วยแบบประเมินความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้าและคณะกรรมการตลาดชุมทางทุ่งสงที่มี

* Received 7 February 2023; Revised 23 February 2023; Accepted 27 February 2023



ต่อป้ายแนะนำสามภาษา เก็บข้อมูลโดยวิธีสุ่มตามความสะดวกกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 104 คน ได้แก่ นักท่องเที่ยว 50 คน ผู้ประกอบการร้านค้า 50 คน คณะกรรมการ 4 คน และผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 6 คน ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการที่มีต่อการพัฒนาป้ายแนะนำนักท่องเที่ยวสามภาษาตลาดชุมทางทุ่งสงในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวภายในตลาดชุมทางทุ่งสงต้องการป้ายแนะนำสามภาษาที่มีขนาดที่เหมาะสมและง่ายต่อการสังเกต ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่าการติดตั้งป้ายสามภาษา ทำให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจและได้รับข้อมูลเกี่ยวกับจุดต่าง ๆ ภายในตลาดชุมทางทุ่งสงได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ: การพัฒนา, ป้ายสามภาษา, นักท่องเที่ยว, ตลาดชุมทางทุ่งสง

Abstract

Having frequented Thung Song Junction Market, the researchers noticed that the majority of the signboards for tourists in the market were written in Thai and in poor condition. As a result, the researchers believed it would be appropriate to develop tourist signboards in Thai, English and Chinese in order to benefit the community. The research team conducted this research with the aims of 1) recognizing the preferences and opinions of tourists, shop owners, and Thung Song Junction Market committees in charge of the trilingual signboards; 2) developing the trilingual signboards to help tourists understand how they should behave as well as provide further useful information; and 3) gauging the satisfaction level of tourists, shop owners, and Thung Song Junction Market committees toward the trilingual signboards for tourists. The research instruments consisted of a questionnaire and an interview form. The questionnaire was made up of evaluation forms asking tourists, shop operators and Thung Song Junction Market committees' preferences and satisfactions for the tourist signboards. The convenience sampling method was used to gather information from 104 participants including 50 tourists, 50 shop operators, and 4 Thung Song Junction Market committees, and six of these informants took part in the interview. The study findings revealed that the overall preferences for the trilingual signboards were found at the highest levels. According to the case-by-case analysis, the tourists visiting Thung Song Junction Market preferred trilingual signboards with proper size that could be easily spotted. Results of the interview



revealed that installing tourist signboards also help tourists understand and gain information about the various spots within Thung Song Junction Market.

Keywords: Development, Tourist Signboards, Tourists, Thung Song Junction Market

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ได้นำเอาวัฒนธรรมมาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม มรดกทางประวัติศาสตร์ เยี่ยมชมงานสถาปัตยกรรมและสัมผัสวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในประเทศนั้น (การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, 2556) จากการที่นักท่องเที่ยวได้หลงไหลเข้ามาท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ทำให้ภาษาอังกฤษเข้ามามีบทบาทในประเทศไทยมากขึ้น ดังนั้นการสื่อสารภาษาอังกฤษจึงมีอิทธิพลอย่างมากในการกระตุ้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวทางทะเล การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือแม้แต่วัดก็เป็นสถานที่ที่ชาวต่างชาติให้ความสนใจเป็นอย่างมาก (รุธายาตี อารง และคณะ, 2561) นอกจากนี้ จากการจัดอันดับในปี พ.ศ. 2563 และ 2564 พบว่าประเทศไทยติด 1 ใน 10 ประเทศที่นักท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก (Industrialnews, 2020)

หนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ “ตลาดชุมทางทุ่งสง” (คำว่า “ตลาด” เป็นคำถิ่นภาษาใต้ ซึ่งหมายถึง “ตลาด”) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 14 มกราคม พ.ศ. 2561 ทางเทศบาลเมืองทุ่งสงได้มีการวางผังพื้นที่โดยกำหนดย่านวัฒนธรรมสำคัญ โดยจัดทำโครงการถนนคนเดินภายใต้ชื่อ “ตลาดชุมทางทุ่งสง” ซึ่งเป็น “ถนนสายวัฒนธรรม” ของเทศบาลเมืองทุ่งสง โดยอาศัยพลังร่วมหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน โดยเฉพาะคณะกรรมการประชาคมวัฒนธรรมอำเภอทุ่งสง นำร่องการเปิดพื้นที่ย่านวัฒนธรรมที่ชัดเจนด้วยความเข้าใจ “เป็นความต้องการของคนใน” เพื่อผลักดันตลาดวัฒนธรรมวิถี ภูมิปัญญาภาคใต้ และเพื่อสร้างรายได้แก่คนในชุมชนท้องถิ่น (กอไผ่ ริมภู, 2563) ตลาดชุมทางทุ่งสง ตั้งอยู่บริเวณถนนชัยชุมพล ตั้งแต่สี่แยกชนปรีดาถึงหอนาฬิกาทุ่งสง ซึ่งมีความยาวประมาณ 160 เมตร มีพื้นที่รวม 2,275 ตารางเมตร โดยเปิดจำหน่ายสินค้าหัตถกรรม อาหารพื้นถิ่นและเครื่องดื่ม การแสดงพื้นบ้านและการแสดงร่วมสมัย เพื่อสร้างรายได้และมูลค่าเพิ่ม กระตุ้นเศรษฐกิจการค้าของเมืองทุ่งสงให้เป็นที่ยึดเหนี่ยวของนักท่องเที่ยว และประชาชนทั่วไป ตลาดสินค้าปลอดภาษี อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น รักษาโลก เน้นสร้างความสุขให้ทั้งผู้ซื้อ ผู้ขาย และสิ่งแวดล้อม ยังเป็นสิ่งสะท้อนวัฒนธรรมที่น่าสนใจออกสู่สายตาของผู้ที่ได้พบเห็นตลาดชุมทางทุ่งสง (ระบบตลาดและเครื่องมือทางการตลาด, 2565)

เสน่ห์ของตลาดชุมทางทุ่งสง คือการหลอมรวมความน่าสนใจหรือจุดเด่นของสินค้าและวิถีชุมชนเข้าไว้ด้วยกันอย่างลงตัว ไม่ว่าจะเป็นอาหารที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะ ของที่ระลึกที่

มีเอกลักษณ์โดดเด่นมากมายกว่า 200 ร้านค้า ตัวสินค้าและภาชนะที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ ช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังมีพื้นที่ไว้ใช้สำหรับเผยแพร่ศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น ทั้ง การแสดง งานฝีมือ สิ่งประดิษฐ์ หัตถกรรม จากวัสดุท้องถิ่น จากฝีมือคนในท้องถิ่น ประชาชนในพื้นที่ก็สามารถมาท่องเที่ยวและบริโภคสินค้าได้ และยังสามารถประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวหรือคนต่างพื้นที่ได้มาสัมผัสบรรยากาศที่แห่งนี้สักครั้งในชีวิต “ถนนคนเดิน” เปรียบเหมือนเป็นศูนย์รวมจุดเด่นของสินค้า ของกิน ของใช้ ของแต่ละพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จัก และยังเป็นตัวสะท้อนวัฒนธรรมที่น่าสนใจออกสู่สายตาของผู้ที่ได้พบเห็นด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ยังมี “ลานวัฒนธรรม” ทางด้านหน้า ที่เปิดให้นักเรียนในละแวกใกล้เคียงได้มาแสดงความสามารถทางด้านดนตรีและศิลปะ เช่น การเล่นดนตรีไทย ฟ้อนรำ การละเล่นต่าง ๆ ช่วยสร้างสีสันให้กับตลาดแห่งนี้ตลอดทั้งวันและตลอดทางเดินตั้งแต่หัวตลาดจนท้ายตลาด จะมี “จุดแยกขยะ” แบ่งออกเป็นขยะเปียกและขยะแห้ง ให้นักท่องเที่ยวทิ้งขยะในมือของตนเองได้อย่างเป็นระเบียบ ทำให้ตลาดแห่งนี้ดูสะอาดตาเป็นอย่างมาก “ตลาดชุมทางทุ่งสง” แห่งนี้ จึงถือได้ว่าเป็นจุดหมายอีกหนึ่งสถานที่ ที่หากใครได้มาเยี่ยมเยือนเมือง นครศรีธรรมราช ก็ไม่ควรที่จะพลาดอย่างยิ่ง (ผู้จัดการออนไลน์, 2562)

จากการสำรวจพื้นที่เบื้องต้นและได้สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่เกี่ยวกับการพัฒนาป้ายแนะนำสามภาษาภายในตลาดชุมทางทุ่งสง ได้ทราบว่าภายในตลาดชุมทางทุ่งสงยังไม่มีป้ายแนะนำภาษาอังกฤษและภาษาจีน เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกและสื่อความหมายและเพิ่มความรู้ความเข้าใจให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานอาชีพต่าง ๆ เช่น ครูสอนภาษา ธุรกิจส่วนตัว เป็นต้นและที่มาตั้งถิ่นฐานในอำเภอทุ่งสง เจ้าหน้าที่ภายในตลาดจึงมีความเห็นตรงกันกับผู้วิจัยในการจัดทำป้ายแนะนำ เพื่อให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวป้ายในการบอกทิศทาง ข้อมูลข่าวสาร และระบุตำแหน่งต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาความต้องการและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้า และคณะกรรมการตลาดชุมทางทุ่งสงที่มีต่อป้ายแนะนำสามภาษา พัฒนาป้ายแนะนำนักท่องเที่ยวโดยใช้ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน และทราบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้า และคณะกรรมการตลาดชุมทางทุ่งสงที่มีต่อป้ายแนะนำสามภาษา ประโยชน์ที่ได้จากงานวิจัยจะทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเรียนรู้ภาษาอังกฤษและภาษาจีนจากป้ายด้วยภาษาที่ถูกต้อง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรู้จักสถานที่ต่าง ๆ ภายในตลาดชุมทางทุ่งสง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ประโยชน์จากการจัดทำป้ายในตลาดชุมทางทุ่งสง เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถอ่านป้ายเพื่อรับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ อีกทั้งยังเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อทราบความต้องการและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้า และคณะกรรมการตลาดชุมทางทุ่งสงที่มีต่อป้ายแนะนำสามภาษา
2. เพื่อพัฒนาป้ายแนะนำนักท่องเที่ยวสามภาษาให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจในการปฏิบัติตนรวมทั้งให้ข้อมูลด้านอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์
3. เพื่อทราบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้า และคณะกรรมการตลาดชุมทางทุ่งสงที่มีต่อป้ายแนะนำสามภาษา

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพหรือแบบผสมผสาน (Mixed-methods) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่มาจับจ่ายซื้อของภายในตลาดชุมทางทุ่งสง จำนวน 1,000 คนต่อ 1 วัน ผู้ประกอบการร้านค้า จำนวน 400 คน จากจำนวน 200 ร้านค้า และคณะกรรมการตลาดชุมทางทุ่งสง จำนวน 20 คน (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์คณะกรรมการตลาดชุมทางทุ่งสง) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจความต้องการครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้า และคณะกรรมการตลาดชุมทางทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 104 คน ซึ่งประกอบด้วย นักท่องเที่ยว จำนวน 50 คน ผู้ประกอบการร้านค้าจำนวน 50 คน และคณะกรรมการตลาดชุมทางทุ่งสง จำนวน 4 คน เป็นการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการคำนวณหาโดยใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, T., 1973) ซึ่งมีค่าความคลาดเคลื่อนบวกกลับกันแล้วไม่เกิน 10 % ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจความพึงพอใจครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้า และคณะกรรมการตลาดชุมทางทุ่งสง ที่ได้มาจากการสุ่มอย่างง่ายจำนวนทั้งหมด 104 คน ในส่วนของการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้า และคณะกรรมการตลาดชุมทางทุ่งสง จำนวน 2 คน เท่า ๆ กัน รวมทั้งหมด 6 คน

การสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

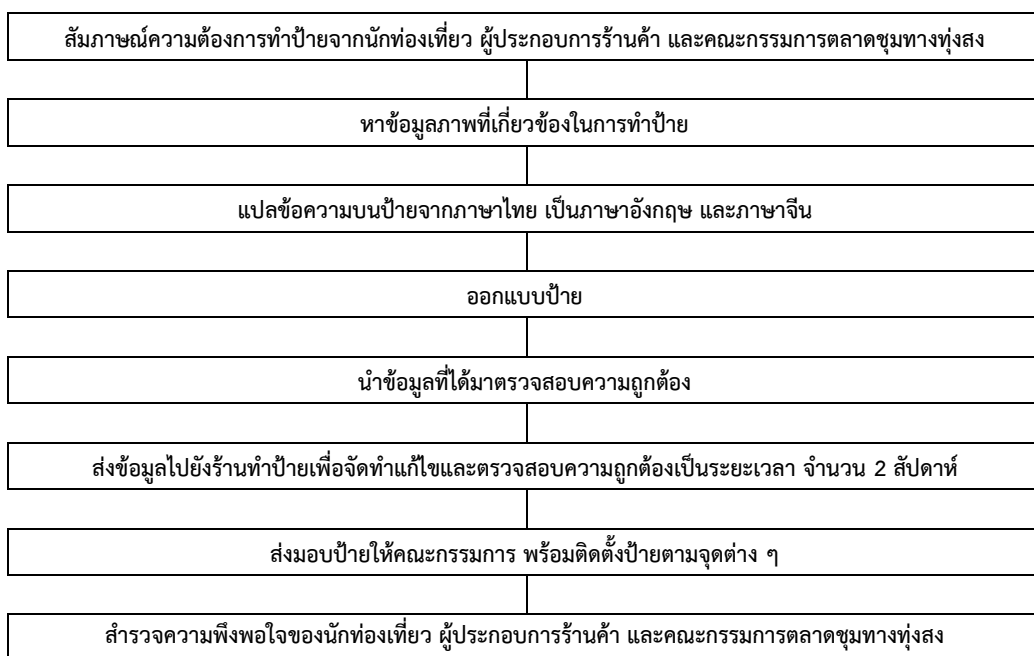
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบประเมินความต้องการ แบบประเมินความพึงพอใจและแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นที่มีต่อป้ายสามภาษาเพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวตลาดชุมทางทุ่งสง โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปทดสอบเพื่อหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งแบบสอบถามความต้องการและแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อป้ายสามภาษานี้ได้ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ



จำนวน 3 ท่าน โดยพิจารณาความสมบูรณ์ ความถูกต้อง และความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) (ปวีณกร คลังข้อง, 2556) ได้เท่ากับ 0.96 และได้นำแบบทดสอบความต้องการป้ายแนะนำนักท่องเที่ยวสามภาษาที่สร้างขึ้นมาไปทำการทดสอบ (Pilot Test) จำนวน 10 ชุด จากนั้นจึงนำแบบทดสอบมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามความต้องการ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอน บาค (Cronbach's coefficient alpha) (จักรพงษ์ แผ่นทอง, 2562) แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้า และคณะกรรมการตลาดชุมทางทุ่งสงที่มีต่อป้ายแนะนำสามภาษา ประกอบด้วยคำถามแบบปลายเปิด (open-ended questions) จำนวน 5 ข้อ โดยเนื้อหาที่ใช้ในการสัมภาษณ์จะมีการตรวจสอบความถูกต้องของคำถามที่ใช้กับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน แล้วนำคำถามมาปรับปรุงก่อนนำไปใช้สัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม ๆ 2 คน รวมทั้งหมด 6 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนในการดำเนินการศึกษา สามารถสรุปได้ดังภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 ขั้นตอนในการดำเนินการศึกษา



การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการประเมินความต้องการที่มีต่อป้ายสามภาษาเพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวตลาดชุมทางทุ่งสง ในส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) และการแจกแจงความถี่เป็นร้อยละ (Percentage) ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์แบบประเมินความต้องการที่มีต่อป้ายสามภาษาเพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวตลาดชุมทางทุ่งสง และแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อป้ายสามภาษา โดยการหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) (พุทธชาติ ลิ้มศิริเรืองโร, 2556) และในส่วนที่ 3 เป็นการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่น ๆ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นที่มีต่อป้ายสามภาษา จำนวน 5 ข้อ วิเคราะห์โดยนำบันทึกที่ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้า และคณะกรรมการตลาดชุมทางทุ่งสง คนละ 10 นาที มาสรุปสาระและประเด็นต่าง ๆ จากข้อความคำถามแล้วนำเสนอในรูปความเรียง

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ครบทุกข้อ โดยสามารถนำเสนอได้ดังนี้

1. ผลการตอบแบบสอบถามความต้องการจากนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้า และคณะกรรมการที่มีต่อป้ายสามภาษาเพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวตลาดชุมทางทุ่งสง โดยผู้วิจัยนำเสนอประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 5 ประเด็นจากทั้งหมด 10 ประเด็น ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลความต้องการและความคิดเห็นที่มีต่อป้ายสามภาษาเพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวตลาดชุมทางทุ่งสง

ความต้องการที่มีต่อป้ายสามภาษาเพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวตลาดชุมทางทุ่งสง	นักท่องเที่ยว		ผู้ประกอบการร้านค้า		คณะกรรมการ		รวม	
	$\bar{x}$ (S.D.)	ระดับความต้องการ	$\bar{x}$ (S.D.)	ระดับความต้องการ	$\bar{x}$ (S.D.)	ระดับความต้องการ	$\bar{x}$ (S.D.)	ระดับความต้องการ
1. ท่านต้องการป้ายแนะนำนักท่องเที่ยว ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีนภายในตลาดชุมทางทุ่งสง	4.72 (0.63)	มากที่สุด	4.8 (0.48)	มากที่สุด	4.75 (0.43)	มากที่สุด	4.75 (0.56)	มากที่สุด



ตารางที่ 1 แสดงผลความต้องการและความคิดเห็นที่มีต่อป้ายสามภาษาเพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวตลาดชุมทางทุ่งสง (ต่อ)

ความต้องการที่มีต่อป้าย สามภาษาเพื่อแนะนำ นักท่องเที่ยวตลาดชุมทาง ทุ่งสง	นักท่องเที่ยว		ผู้ประกอบการร้านค้า		คณะกรรมการ		รวม	
	$\bar{X}$ (S.D.)	ระดับความ ต้องการ	$\bar{X}$ (S.D.)	ระดับความ ต้องการ	$\bar{X}$ (S.D.)	ระดับความ ต้องการ	$\bar{X}$ (S.D.)	ระดับความ ต้องการ
2. ท่านต้องการป้ายภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน โดยติดตั้งป้ายแนะนำตามจุด ต่าง ๆ ภายในตลาดชุมทางทุ่ง สง เช่น ป้ายห้องน้ำ ป้าย ทางเข้าตลาด ป้ายจุดทิ้งขยะ เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ชาวต่างชาติ	4.68 (0.54)	มากที่สุด	4.86 (0.34)	มากที่สุด	4.75 (0.43)	มากที่สุด	4.76 (0.46)	มากที่สุด
3. ท่านต้องการป้ายแนะนำ ภาษาไทยภาษาอังกฤษ และ ภาษาจีนที่มีการออกแบบ และขนาดที่ง่ายต่อการ สังเกตเห็นที่เหมาะสม	4.76 (0.54)	มากที่สุด	4.8 (0.48)	มากที่สุด	4.75 (0.43)	มากที่สุด	4.77 (0.51)	มากที่สุด
4. ท่านต้องการให้ป้ายแนะนำ นักท่องเที่ยวเป็นภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีนที่ ติดตั้งตามจุดต่าง ๆ ภายใน ตลาดชุมทางทุ่งสงสามารถ สังเกตเห็นได้ง่าย เช่น ติดตั้งในจุด ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ และสามารถมองเห็นป้ายได้ ชัดเจน	4.72 (0.56)	มากที่สุด	4.78 (0.50)	มากที่สุด	4.73 (0.43)	มากที่สุด	4.75 (0.53)	มากที่สุด
5. ท่านต้องการป้ายแนะนำ ภาษาไทยภาษาอังกฤษ และ ภาษาจีนที่มีความเหมาะสม ของการเลือกใช้ระดับภาษา ในการถ่ายทอดความหมาย	4.74 (0.52)	มากที่สุด	4.82 (0.43)	มากที่สุด	4.50 (0.50)	มากที่สุด	4.76 (0.48)	มากที่สุด
ความคิดเห็นโดยรวม							4.73 (0.62)	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 แสดงผลวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการที่มีต่อป้ายสามภาษาเพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวตลาดชุมทางทุ่งสงในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$, S.D. = 0.62) จาก



ข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวต้องการป้ายที่มีการออกแบบและขนาดที่ง่ายต่อการสังเกตเห็นที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.76$, S.D. = 0.54) ผู้ประกอบการร้านค้าต้องการป้ายติดตั้งตามจุดต่าง ๆ ภายในตลาดชุมทางทุ่งสง ($\bar{X} = 4.86$, S.D. = 0.34) และคณะกรรมการตลาดชุมทางทุ่งสงต้องการป้ายแนะนำนักท่องเที่ยวภายในตลาดชุมทางทุ่งสง ($\bar{X} = 4.75$, S.D. = 0.43) ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า หัวข้อที่มีความต้องการมากที่สุด คือ ต้องการป้ายแนะนำภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน ที่มีการออกแบบและขนาดที่เหมาะสมและง่ายต่อการสังเกต ($\bar{X} = 4.77$, S.D. = 0.51) รองลงมาคือ ต้องการป้ายแนะนำภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน ที่มีความเหมาะสมของการเลือกใช้คำระดับภาษาในการถ่ายทอดความหมาย ($\bar{X} = 4.76$, S.D. = 0.48) และต้องการป้ายภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน โดยติดตั้งป้ายแนะนำตามจุดต่าง ๆ ภายในตลาดชุมทางทุ่งสง เช่น ป้ายห้องน้ำ ป้ายทางเข้าตลาด ป้ายจุดทิ้งขยะ เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ($\bar{X} = 4.76$, S.D. = 0.46) ตามลำดับ

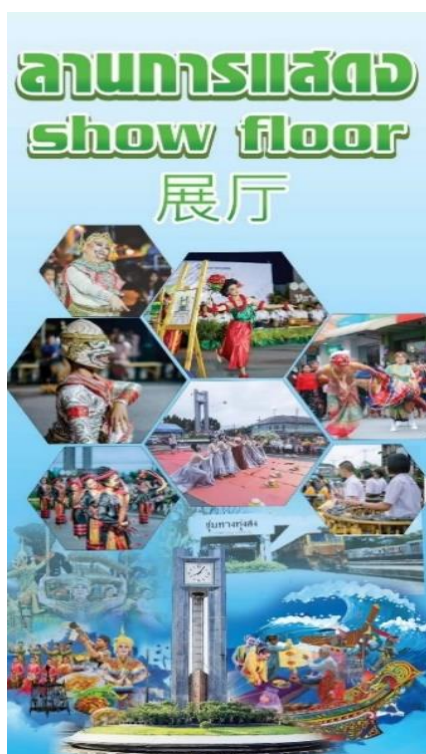
2. ป้ายสามภาษาที่ได้จากการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาและพัฒนาป้ายสามภาษาเพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวตลาดชุมทางทุ่งสง โดยผู้วิจัยได้พัฒนาป้ายในประเด็นของการแปลภาษาและใช้ภาษาเพื่อสื่อความหมาย ให้ข้อมูล เช่น บอกทิศทาง ให้ข้อมูลข่าวสารและระบุตำแหน่งต่าง ๆ ภายในตลาดชุมทาง เพื่อเพิ่มความรู้ความเข้าใจให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทย โดยประเด็นในการพัฒนาเลือกมาจากการไปสัมภาษณ์ สอบถามข้อมูลเบื้องต้นจาก นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้าและคณะกรรมการตลาดชุมทางทุ่งสงว่ามีประเด็นใดที่ผู้วิจัยสามารถนำมาพัฒนาได้รวมทั้งการสร้างแบบสอบถามความต้องการเพื่อหาข้อมูลเชิงลึกยิ่งขึ้นและนำข้อมูลที่ได้มาจัดทำ พัฒนาป้ายสามภาษา เช่น ป้ายควรมีการออกแบบและขนาดที่ง่ายต่อการสังเกตเห็นที่เหมาะสม โดยติดตั้งป้ายแนะนำตามจุดต่าง ๆ ภายในตลาดชุมทางทุ่งสง เช่น ป้ายห้องน้ำ ป้ายทางเข้าตลาด ป้ายจุดทิ้งขยะรวมทั้งป้ายแนะนำสามภาษาทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาษาจีนควรมีความเหมาะสมของการเลือกใช้คำระดับภาษาในการถ่ายทอดความหมาย กล่าวคือ สามารถเข้าใจได้ง่าย โดยก่อนการเข้าสู่กระบวนการส่งโรงพิมพ์และติดตั้ง ผู้วิจัยได้มีการปรึกษากับกลุ่มตัวอย่างถึงความเหมาะสม และประเด็นที่ต้องการให้แก้ไขหรือเพิ่มเติม ในส่วนของการนำไปใช้ประโยชน์นั้น ผู้วิจัยได้ข้อมูลจากข้อเสนอแนะจากแบบสอบถามความพึงพอใจและการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานจริง พบว่า ป้ายสามภาษาที่ได้พัฒนาขึ้นมานั้นเมื่อนำไปติดตั้ง สามารถก่อให้เกิดประโยชน์ คือ นักท่องเที่ยวได้รู้ถึงจุดสำคัญแต่ละตำแหน่งจากป้ายแนะนำสามภาษาของตลาดชุมทางทุ่งสงเพราะเป็นอีกหนึ่งสถานที่ค้าขายที่ผู้คนให้ความสนใจเข้ามาจับจ่ายซื้อของเป็นจำนวนมากและนับเป็นการช่วย



อำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการร้านค้าและเป็นหนึ่งในการช่วยส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในตลาดร่วมกับคณะกรรมการตลาดชุมทางทุ่งสง

ผู้วิจัยได้จัดทำป้าย จำนวนทั้งหมด 7 ป้าย ได้แก่ ป้ายลานการแสดงที่ติดตั้งฝั่งหอ นาฬิกา (ภาพที่ 2) ป้ายลานการแสดงที่ติดตั้งตรงจุดการแสดงผลฝั่งถนนสี่แยกชนปรีดา ป้าย ทางเข้า-ทางออกที่ติดตั้งบริเวณทางเข้าตลาดชุมทางทุ่งสงฝั่งถนนสี่แยกชนปรีดา ป้ายทางเข้า- ทางออกที่ติดตั้งทางเข้าตลาดชุมทางทุ่งสงฝั่งหอนาฬิกา ป้ายแนะนำสินค้าในตลาดชุมทางทุ่งสง ที่ติดตั้งบริเวณทางเข้าตลาดชุมทางทุ่งสงฝั่งถนนสี่แยกชนปรีดา (ภาพที่ 3) และป้ายจุดตั้ง ขยะที่ติดตั้งบริเวณทางเข้าตลาดชุมทางทุ่งสงฝั่งถนนสี่แยกชนปรีดา โดยตัวอย่างป้ายมีดังนี้



ภาพที่ 2 ป้ายลานการแสดง



ภาพที่ 3 ป้ายแนะนำสินค้า
ในตลาดชุมทางทุ่งสง

3. ผลการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจจากคณะกรรมการ ผู้ประกอบการร้านค้า และนักท่องเที่ยวที่มีต่อป้ายสามภาษาเพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวตลาดชุมทางทุ่งสง โดยผู้วิจัยนำเสนอประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ประเด็นจากทั้งหมด 10 ประเด็น ดังนี้



ตารางที่ 2 แสดงแบบสอบถามความพึงพอใจและความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการร้านค้า และคณะกรรมการตลาดชุมทางทุ่งสงที่มีต่อป้ายสามภาษาเพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวตลาดชุมทางทุ่งสง

ความพึงพอใจที่มีต่อป้าย สามภาษาเพื่อแนะนำ นักท่องเที่ยวตลาดชุมทางทุ่งสง	นักท่องเที่ยว		ผู้ประกอบการร้านค้า		คณะกรรมการ		รวม	
	$\bar{X}$ (S.D.)	ระดับความ ต้องการ	$\bar{X}$ (S.D.)	ระดับความ ต้องการ	$\bar{X}$ (S.D.)	ระดับความ ต้องการ	$\bar{X}$ (S.D.)	ระดับความ ต้องการ
1. ความพึงพอใจต่อป้ายแนะนำ ภาษาไทยภาษาอังกฤษ และ ภาษาจีน ภายในตลาดชุม ทางทุ่งสงที่ได้รับการพัฒนา โดยภาพรวม	4.62 (0.52)	มาก	4.74 (0.48)	มากที่สุด	4.25 (0.43)	มาก	4.66 (0.51)	มากที่สุด
2. เนื้อหาของป้ายแนะนำ ภาษาไทยภาษาอังกฤษ และ ภาษาจีน สามารถช่วยสื่อ ความหมายได้ชัดเจน เข้าใจง่าย และกะทัดรัด	4.52 (0.49)	มากที่สุด	4.58 (0.49)	มากที่สุด	5 (0.00)	มากที่สุด	4.57 (0.50)	มากที่สุด
3. ป้ายแนะนำภาษาไทย ภาษา อังกฤษ และภาษาจีน มีข้อความ รูปแบบที่ง่ายต่อการมองเห็น	4.52 (0.53)	มากที่สุด	4.48 (0.64)	มาก	4 (0.70)	มาก	4.48 (0.60)	มาก
ความคิดเห็นคิดเห็นโดยรวม							4.46 (0.06)	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงผลวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อป้ายสามภาษาเพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวตลาดชุมทางทุ่งสง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.06) จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากต่อป้ายภายในตลาดชุมทางทุ่งสงที่ได้รับการพัฒนา ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.52) ผู้ประกอบการร้านค้ามีความพึงพอใจมากที่สุดต่อป้ายภายในตลาดชุมทางทุ่งสงที่ได้รับการพัฒนา ($\bar{X} = 4.74$, S.D. = 0.48) และคณะกรรมการมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อเนื้อหาของป้ายแนะนำภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีนที่สื่อความหมายได้ชัดเจน เข้าใจง่าย และกะทัดรัด ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า หัวข้อที่มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ โดยภาพรวม นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้า และคณะกรรมการมีความพึงพอใจต่อป้ายแนะนำภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาไทยภายในตลาดชุมทางทุ่งสงที่ได้รับการพัฒนา ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.51) รองลงมาคือ เนื้อหาของป้ายแนะนำภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีนสามารถช่วยสื่อความหมายได้ชัดเจน และเข้าใจง่าย กะทัดรัด ($\bar{X} = 4.57$, S.D. = 0.50) และป้ายแนะนำภาษาอังกฤษ ภาษาจีนและภาษาไทย มีข้อความ รูปแบบที่ง่ายต่อการมองเห็น ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.60) ตามลำดับ



ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้า และคณะกรรมการตลาดชุมทางทุ่งสงทั้งหมด จำนวน 6 คน คนละ 10 นาที โดยใช้คำถามแบบปลายเปิด (open-ended questions) ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 5 ข้อ สรุปเป็นรายข้อได้ดังนี้ 1) ป้ายแนะนำสามภาษาที่จัดทำขึ้นสามารถมองเห็นได้ในระยะไกล 2) ป้ายแนะนำสามภาษามีรูปแบบและภาพประกอบที่สวยงาม 3) การติดตั้งป้ายสามภาษาทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลจุดต่าง ๆ ภายในตลาดชุมทางทุ่งสง 4) ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมว่า อยากให้มีป้ายไฟเพื่อเพิ่มความสว่างในตอนกลางคืน เนื่องจากตลาดชุมทางทุ่งสงมีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการหนาแน่นในช่วงค่ำ และ 5) ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่าป้ายมีประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว ทำให้ตลาดชุมทางทุ่งสงเป็นที่รู้จักมากขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ

อภิปรายผล

ผลการศึกษาและพัฒนาป้ายสามภาษาเพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวภายในตลาดชุมทางทุ่งสง ผู้วิจัยอภิปรายผลการศึกษาจากวัตถุประสงค์การวิจัย ดังต่อไปนี้

1. เพื่อทราบความต้องการและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อป้ายสามภาษาเพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวตลาดชุมทางทุ่งสง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจความต้องการที่มีต่อป้ายแนะนำนักท่องเที่ยวสามภาษาภายในตลาดชุมทางทุ่งสง ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพบว่านักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้า และคณะกรรมการตลาดชุมทางทุ่งสง ต้องการป้ายแนะนำนักท่องเที่ยวสามภาษา ซึ่งป้ายห้องน้ำและป้ายจุดทิ้งขยะมีขนาดตัวอักษรที่เหมาะสม และชัดเจนแต่บางจุดควรเพิ่มขนาดที่ใหญ่ขึ้น เช่น ป้ายทางเข้าทางออก ที่มีความแข็งแรงทนทานต่อการใช้งานระยะยาว สอดคล้องกับแนวคิดของ ชวนพ ชีวรัศมี ที่ได้ศึกษาการออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์เพื่อใช้ในการสื่อสาร พบว่าการออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์ (signage system design) เกิดขึ้นจากความจำเป็นในการให้ข้อมูลเพื่อการบอกทิศทาง ชี้แนวทาง เพื่อให้การเดินทางมีประสิทธิภาพ ผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการป้ายแนะนำภาษาอังกฤษที่มีความแข็งแรงและทนทานต่อการใช้งานในระยะยาว (ชวนพ ชีวรัศมี, 2557) ซึ่งผลการศึกษา สอดคล้องกับแนวคิดของ วันวิสา สุขประเสริฐ ที่ได้ศึกษาปัญหาและความต้องการใช้ป้ายสัญลักษณ์และป้ายสื่อความหมายของนักท่องเที่ยว ในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พบว่า โครงสร้างของป้าย ควรเน้นวัสดุที่ทนทานพอสมควร โดยต้องแสดงถึงเอกลักษณ์และมีลักษณะเด่นของแหล่งท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวต้องการป้ายแนะนำภาษาอังกฤษ ภาษาจีนและภาษาไทยที่ป้ายที่มีขนาดตัวอักษรและสีของตัวอักษรที่เหมาะสมโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับน้อยที่สุด (วันวิสา สุขประเสริฐ, 2548)

2. การพัฒนาป้ายแนะนำภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาษาจีน โดยใช้ไวยากรณ์ที่ถูกต้อง สามารถสร้างความเข้าใจให้แก่นักท่องเที่ยวในการปฏิบัติตนรวมทั้งให้ข้อมูลด้านอื่น ๆ



ที่เป็นประโยชน์ภายในตลาดชุมทางทุ่งสง นักท่องเที่ยว คณะกรรมการและผู้ประกอบการร้านค้าต้องการให้พัฒนาป้ายแนะนำนักท่องเที่ยวเป็นภาษาอังกฤษ ภาษาจีนและภาษาไทย ให้เข้าใจง่าย มีความชัดเจน สื่อความหมายได้ถูกต้อง สอดคล้องกับ Newmark, P. ที่ได้กล่าวว่า การแปลแบบตรงตัวเป็นการแปลที่ใช้โครงสร้างทางไวยากรณ์ให้มีความใกล้เคียงและเน้นแปลภาษาให้เข้าใจมากที่สุด โดยผ่านทักษะการเขียนเป็นการประมวลความรู้ ความคิด ตลอดจนผ่านการเรียบเรียงคำสู่การแต่งประโยค กลายเป็นข้อความที่สื่อออกไปในรูปแบบภาษาเขียน (Newmark, P., 1988) และสอดคล้องกับ Nakplad, R. et al. ที่กล่าวว่า การศึกษาการเขียนป้ายแนะนำโดยใช้ภาษาอังกฤษที่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ ปรับปรุงการเขียนไวยากรณ์บนป้ายแนะนำนักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในวัดธาตุน้อย จังหวัดนครศรีธรรมราช (Nakplad, R. et al., 2021)

3. เพื่อทราบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อป้ายแนะนำภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน ภายในตลาดชุมทางทุ่งสง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อป้ายแนะนำนักท่องเที่ยวเป็นภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาษาจีน ภายในตลาดชุมทางทุ่งสง ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพบว่านักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้า และคณะกรรมการตลาดชุมทางทุ่งสง พึงพอใจต่อป้ายสามภาษาที่สามารถช่วยสื่อความหมายได้ชัดเจน เข้าใจง่าย และกะทัดรัด สอดคล้องกับแนวคิดของ วิมลทา ศิริระเวทย์กุล ได้ทำวิจัยเรื่องการออกแบบระบบสัญลักษณ์ภายในหอสมุดพบว่า 1) ป้ายจะมีความชัดเจน 2) สื่อความหมายได้ดี 3) เข้าใจง่าย 4) ทันสมัย 5) โดดเด่น 6) เชื่อถือได้ (วิมลทา ศิริระเวทย์กุล, 2556) และสอดคล้องกับ นวพล พัฒนชีวกุล และนิติ นิเมลา ว่าการออกแบบป้ายบอกทิศทางภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ศูนย์สามพร้าวจากการศึกษาแนวทางการออกแบบป้ายบอกตำแหน่ง และป้ายบอกทิศทาง พบว่า ควรออกแบบป้ายให้สื่อถึงอัตลักษณ์ที่โดดเด่นชัดเจนขององค์กร ซึ่งในงานวิจัยนี้คืออัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีเจริญก้าวหน้า และอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของจังหวัดอุดรธานี ได้แก่ ดอกจานหรือทองกวาว ที่เป็นพืชประจำถิ่นสามารถเข้าใจและสื่อสารได้ชัดเจนมากที่สุด (นวพล พัฒนชีวกุล และนิติ นิเมลา, 2558) และงานออกแบบครั้งนี้สัมพันธ์ต่อองค์ประกอบการออกแบบป้าย โดยภาพรวม ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นว่าป้ายตามจุดต่าง ๆ มีขนาดที่เหมาะสม แบบอักษรมีความสวยงาม และรูปแบบที่สะดุดตา อย่างไรก็ตาม ผู้ให้สัมภาษณ์เสนอแนะว่า ป้ายแนะนำภายในตลาดชุมทางทุ่งสงบางป้ายมีขนาดค่อนข้างเล็ก ควรเพิ่มขนาดป้ายให้ใหญ่ขึ้นเพื่อให้ผู้สูงอายุมองเห็นได้ในระยะไกล และอยากให้ผู้จัดทำออกแบบป้ายที่หลากหลายและมีจำนวนเยอะขึ้น เพื่อแนะนำร้านค้าและผลิตภัณฑ์ในตลาดชุมทางทุ่งสง

กล่าวโดยสรุป การออกแบบป้ายสามภาษาเพื่อแนะนำจุดต่าง ๆ ในตลาดชุมทางทุ่งสง ควรใช้ป้ายภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน เนื่องจากประเทศมหาอำนาจ เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และเกาหลี ต่างก็ให้ความสำคัญกับภาษาจีนเป็นอย่างสูง (Liyun, S.,



2016) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dechawong, S. & Komaratat, S. ว่าภาษาจีนเป็นภาษาที่สามที่ผู้คนสนใจและให้ความสำคัญ เพราะเป็นภาษาที่คนจำนวนมากใช้ในประเทศจีน ส่งผลให้ภาษาจีนมีความสำคัญมากขึ้นในประเทศไทย (Dechawong, S. & Komaratat, S., 2014) และสอดคล้องกับ Thongtong, T. ว่าเปอร์เซ็นต์ของป้ายสามภาษา (ไทย - อังกฤษ - จีน) คิดเป็น 98% ในขณะที่ป้ายหลายภาษาอื่น ๆ ไทย - อังกฤษ - เกาหลี) มีสัดส่วนเพียง 2% ของป้ายที่พบเห็นบนถนนนิมมานเหมินท์ ในจังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย (Thongtong, T., 2016)

องค์ความรู้ใหม่

จากการได้ศึกษา จัดทำป้ายแนะนำนักท่องเที่ยวสามภาษาที่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ มอบให้กับตลาดชุมทางทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยได้ต่อยอดองค์ความรู้ในการจัดทำป้ายแนะนำสามภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานที่ต่าง ๆ ภายในบริเวณตลาดชุมทางทุ่งสงรวมทั้งข้อปฏิบัติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้ถึงจุดสำคัญแต่ละตำแหน่งจากป้ายแนะนำสามภาษาของตลาดชุมทางทุ่งสง รวมทั้งเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดชุมทางทุ่งสง ประโยชน์ที่ได้จากงานวิจัยจะนำไปสู่การพัฒนาป้ายสามภาษาแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในประเทศไทยแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้วิจัยสามารถเพิ่มพูนองค์ความรู้ในการหาข้อมูลภาพที่เกี่ยวข้องในการทำป้าย การแปลข้อความบนป้ายจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษและภาษาจีน การออกแบบป้าย การตรวจสอบความถูกต้องของป้าย การส่งข้อมูลไปยังร้านทำป้าย และการติดตั้งป้ายตามจุดต่าง ๆ ซึ่งสามารถแสดงภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 4 ส่งมอบป้ายให้กรรมการตลาดชุมทางทุ่งสง



ภาพที่ 5 ติดตั้งป้ายทางเข้า-ออกตลาดชุมทางทุ่งสงฝั่งหอนาฬิกา



สรุป/ข้อเสนอแนะ

ความต้องการที่มีต่อป้ายสามภาษาเพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวตลาดชุมทางทุ่งสง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพบว่านักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้า และคณะกรรมการมีความต้องการป้ายแนะนำนักท่องเที่ยวสามภาษาที่มีการออกแบบและขนาดที่ง่ายต่อการสังเกตเห็นที่เหมาะสม รองลงมาซึ่งมีผลรวมเท่ากันจำนวนสองข้อ ได้แก่ การติดตั้งป้ายแนะนำตามจุดต่าง ๆ ภายในตลาดชุมทางทุ่งสง และการเลือกใช้ภาษาที่มีความเหมาะสม นักท่องเที่ยวผู้ประกอบการร้านค้า และคณะกรรมการตลาดชุมทางทุ่งสงต้องการให้พัฒนาป้ายแนะนำนักท่องเที่ยวเป็นภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน ที่เข้าใจง่าย มีความชัดเจน และสื่อความหมายได้ถูกต้อง โดยภาพรวมนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้า และคณะกรรมการตลาดชุมทางทุ่งสงมีความพึงพอใจต่อป้ายแนะนำสามภาษาภายในตลาดชุมทางทุ่งสงที่ได้รับการพัฒนาในระดับมาก เพราะป้ายสามภาษาสื่อความหมายได้ชัดเจน เข้าใจง่าย และกะทัดรัด การศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาสำหรับผู้สนใจ คือ 1) ควรมีการศึกษาและพัฒนาป้ายแนะนำนักท่องเที่ยวสามภาษาในสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ในอำเภอทุ่งสงหรือสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เพื่อเพิ่มความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยว และเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ 2) ควรมีการศึกษาและพัฒนาแผ่นพับประชาสัมพันธ์ในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดชุมทางทุ่งสงสามภาษา (ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาไทย) เพื่อเป็นหนึ่งในทางเลือกในการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลของตลาด 3) ผู้วิจัยหากต้องทำการศึกษาในกลุ่มชุมชนผู้ประกอบการ ควรคำนึงถึงเรื่องการนัดหมายเวลาในการเก็บข้อมูลที่ไม่กระทบเวลาในการประกอบอาชีพ เช่น ก่อนการขายหรือหลังการขาย และ 4) ควรเก็บแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย

เอกสารอ้างอิง

- กอไผ่ ริมภู. (2563). ตลาดชุมทางทุ่งสง ความสำเร็จจากคุณค่าสู่มูลค่า. เรียกใช้เมื่อ 4 พฤษภาคม 2565 จาก <https://www.77kaoded.com/news/korpha/1603734>
- การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. (2556). แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. เรียกใช้เมื่อ 26 กุมภาพันธ์ 2565 จาก www.tourismdan1.blogspot.com
- จักรพงษ์ แผ่นทอง. (2562). การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม. เรียกใช้เมื่อ 20 สิงหาคม 2565 จาก <https://www.krujakkrapong.com/หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม>
- ชวนพ ชีวรัตน์. (2557). การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์เพื่อใช้ในการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่ตำรวจทางหลวงกับชาวต่างชาติโดยอาศัยทฤษฎีการเชื่อมโยงมโนภาพ. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, 7(3), 1374-1387.



- นวลพล พัฒนชีวกุล และนิติ นิมะลา. (2558). การออกแบบป้ายบอกทิศทางภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ศูนย์สามพร้าว. วารสารสวนสุนันทาวิชาการและวิจัย Sunandha Academic & Research Review, 10(1), 30-41.
- ปวีณ์กร คลั่งข้อง. (2556). วัฒนธรรมวิจัยของครูในจังหวัดปัตตานี. ใน วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2562). “ตลาดชุมทางทุ่งสง” เดินเพลินชมสินค้าพื้นถิ่น ชิมข้าวของอร่อยที่บ้าน. เรียกใช้เมื่อ 25 ตุลาคม 2565 จาก <https://www.mgonline.com/travel/detail/9620000102622>
- พุทธชาติ ลิ้มศิริเรืองไร. (2556). ศึกษาและพัฒนาป้ายและแผ่นพับประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวที่ปราสาทพนมรุ้งและปราสาทตา จังหวัดบุรีรัมย์. ใน รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- ระบบตลาดและเครื่องมือทางการตลาด. (2565). ตลาดชุมทางทุ่งสง. เรียกใช้เมื่อ 20 พฤษภาคม 2565 จาก <https://mwsc.dit.go.th/viewFreshMarket.php?id=54942&page=1#.Yz5CG9BByUk>
- รุธายาตี อารง และคณะ. (2561). การวิเคราะห์เทคนิคและข้อผิดพลาดจากการแปลภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ: กรณีป้ายกรมทางหลวงและป้ายสถานที่สำคัญต่าง ๆ ในเขตอำเภอเมืองนราธิวาส จังหวัดนราธิวาส. วารสารมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 19(1), 100-113.
- วันวิสา สุขประเสริฐ. (2548). ปัญหาและความต้องการใช้ป้ายสัญลักษณ์และป้ายสื่อความหมายของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่. ใน วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษา. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิมลทา ศิริระเวทย์กุล. (2556). ออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์ภายในหอสมุดแห่งชาติ. ใน รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- Dechawong, S. & Komaratat, S. (2014). The need for Foreign Languages of Temples in Bangkok. In Research report. Dhurakij Pundit University.
- Industrialnews. (2020). Tourism industry: Thailand Profitable Business. Retrieved December 19, 2020, from <http://industrialnews.com/tourismindustry>
- Liyun, S. (2016). Development of Basic Chinese Language Learning Activities Package Using Collaborative Learning Model for Secondary 2 Students at Piboonbumpen Demonstration School Burapha University. In Master of Education Thesis. Burapha University.



- Nakplad, R. et al. (2021). Needs Analysis and Development of English-Language Tourist Guide Signs at That Noi Temple in Nakhon Si Thammarat Province. *Journal of Liberal Arts Prince of Songkla University*, 13(2), 170-194.
- Newmark, P. (1988). *Textbook of Translation*. London United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Thongtong, T. (2016). A Linguistic landscape Study of Signage on Nimmanhemmin Road, a Lanna Chiang Mai chill-out Street. *MANUSYA: Journal of Humanities*, 18(22), 72-87.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd Ed). Columbia University, United States: Harper and Row Publications.