

**การสำรวจป้ายข้อความเพื่อวิเคราะห์ความพร้อมด้านภาษาจีน
ในการรองรับการท่องเที่ยวผ่านเส้นทางรถไฟลาว-จีน
กรณีศึกษา สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดหนองคาย***
**Is Nong Khai Properly Prepared for Chinese Tourists Arriving
on the Lao-China Railway Link? The Research is a Study of
Signs at Tourist Spots of Cultural Interest in Nong Khai Province**

วัชรสว ศิริสุวิไล, วิตติกา ทางชัน, ประทีป ช่วยเกิด, วุฒิชัย สว่างแสง และปรีมา ตันติพานิชธีระกุล
Watcharapon Sirisuwilai, Wittika Thangchan, Prateep Chouykerd, Wuttichai Sawangsang

and Prima Tantiparnitdeerakul

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Khon Kaen University, Thailand

Corresponding Author, E-mail: watsir@kku.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจจำนวนป้ายที่มีภาษาจีนกำกับในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับการบริการนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวจังหวัดหนองคาย และ 2) ประเมินคุณภาพทางด้านภาษาจีนบนป้ายในสถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับการบริการนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวจังหวัดหนองคายที่ใช้การวิจัยเชิงเอกสาร สำรวจป้ายแนะนำสำหรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดหนองคาย เพื่อวิเคราะห์ความพร้อมของป้ายภาษาจีนสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวผ่านเส้นทางรถไฟลาว-จีน ในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับการบริการนักท่องเที่ยวจำนวน 25 แห่ง ในพื้นที่ 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอท่าบ่อ อำเภอศรีเชียงใหม่ และอำเภอสังคม

ผลการวิจัยพบว่า

1. ด้านปริมาณและการกระจายตัวของป้าย พบว่า จากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับการบริการนักท่องเที่ยวทั้ง 25 แห่ง มีจำนวนป้ายข้อความโดยแยกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ป้ายให้ข้อมูล ป้ายแนะนำ และป้ายห้าม จำนวน 292 ป้าย พบป้ายข้อความที่มีภาษาจีนกำกับเพียง 27 ป้าย คิดเป็น 9.25% ซึ่งมีระดับน้อยมาก หากพิจารณาจากจำนวนและสัดส่วนของป้ายภาษาจีน ยังไม่เพียงพอ

*ได้รับบทความ: 20 ธันวาคม 2565; แก้ไขบทความ: 23 พฤษภาคม 2566; ตอรับตีพิมพ์: 18 มิถุนายน 2566

Received: December 20, 2022; Revised: May 23, 2023; Accepted: June 18, 2023



ต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนที่จะเดินทางเข้ามา นอกจากด้านการกระจายตัวของป้าย ส่วนใหญ่ยังกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่อำเภอเมือง หรือแม้แต่ในตัวอำเภอเมืองเองยังพบการกระจุกตัวของป้ายในบางสถานที่เท่านั้น

2. ด้านการประเมินคุณภาพทางด้านภาษาของป้ายที่สำรวจ พบว่า มีป้ายจำนวน 5 ป้ายที่ตรวจสอบพบข้อผิดพลาดรวม 27 จุด สามารถแยกได้ 2 กรณี ได้แก่ 1) ข้อผิดพลาดที่ส่งผลกระทบต่อความถูกต้องของข้อมูลที่จะนำเสนอ ประกอบด้วย การแปลความหมายผิด การแปลเกิน และการแปลขาด 2) ข้อผิดพลาดที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพและความชัดเจนในการสื่อสารแก่นักท่องเที่ยว การเลือกใช้คำไม่เหมาะสม และการแปลผิดหลักไวยากรณ์ ยังพบประเด็นที่ส่งผลต่อการทำความเข้าใจของนักท่องเที่ยว การใช้ภาษาซึ่งไม่ถือว่าเป็นข้อผิดพลาดแต่อาจส่งผลต่อการทำความเข้าใจของนักท่องเที่ยวที่ได้อ่าน เช่น การผสมตัวอักษรในภาษาจีนระหว่างตัวเต็มและตัวย่อ หรือการใช้คำศัพท์ที่ไม่ไปในทิศทางเดียวกันในแต่ละป้ายของแต่ละพื้นที่

คำสำคัญ: ป้ายข้อความภาษาจีน; การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม; จังหวัดหนองคาย

Abstract

The purposes of this research are: 1) To survey Chinese text signs in Nong Khai's cultural Tourist attractions and 2) To evaluate the quality of language on the text signs by using the quantitative and qualitative method. The documentary research method is used as the research methodology. The data was collected by surveying the text signs in 25 of Nong Khai's tourist attractions and relevant private and government organizations in 4 districts; Muang District, Tha Bo District, Sri Chiang Mai District and Sang Khom, to analyze and evaluate the readiness of Chinese text signs for Chinese tourists traveling to Nong Khai on the Lao-China railway.

The research results find that:

1. The total of 292 texts signs for tourists in 25 of Nong Khai's Cultural tourist attractions were divided into 3 categories; tourist information signs, compliance and guideline signs and prohibition signs. There were only 27 text signs containing the Chinese language accounting for 9.25 percent. The proportion of Thai and Chinese text signs indicated that Chinese text signs were still very low in number and not enough to service Chinese tourists who will visit Nong Khai through the Lao-China railway. The distribution of the frequency of Chinese text signs shows that most of the Chinese text signs are still concentrated in only some attractions in the Muang district.



2. Based on an evaluation of the accuracy of Chinese on the text signs, it was found that 5 signs contained 27 errors. The errors can be divided into 2 types; 1) the errors which affect the correctness of information for tourists including mistranslation, over translation, and under translation 2) the errors which affect clear and effective communication with tourists including proper word choice selection and structural and grammatical errors. Moreover, there are some cases, which can affect tourist understanding such as mixed use of traditional and simplified Chinese characters, and the variety of word use with the same meaning in different locations.

Keywords: Chinese Text Signs; Cultural Tourism; Nong Khai Province

1. บทนำ

พื้นที่ชายแดนถือว่าเป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่ได้ รับความนิยมในการเข้าไปท่องเที่ยวของผู้คน เนื่องจาก เป็นจุดเชื่อมต่อสำคัญระหว่างประเทศที่มีผู้คนต่าง เชื้อชาติเดินทางข้ามผ่านเป็นจำนวนมาก การศึกษา เพื่อพัฒนาพื้นที่ชายแดนให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว จึงเป็นประเด็นที่ถูกหยิบยกมาศึกษาอย่างต่อเนื่อง ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดหนองคาย นับว่าเป็นจังหวัดแรกในพื้นที่ที่มีการก่อสร้างสะพาน เชื่อมต่อระหว่างประเทศไทยและประเทศลาวในปี 2537 หลังจากนั้นพื้นที่ดังกล่าวก็ได้รับความสนใจ ในการศึกษาเพื่อพัฒนาเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวชายแดน (กัลปพฤกษ์ เกื้อเกตุ, 2541) (สรียา วิริโยสุทธิกุล, อีระ กุลสวัสดิ์ และสกฤติ อิศรียานนท์, 2558, หน้า 93-123)

จังหวัดหนองคาย มีศักยภาพที่โดดเด่น ในการเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวชายแดนไทยลาว เพราะได้ เปรียบเรียงตำแหน่งที่ตั้ง และนโยบายการค้า การลงทุนในระดับนานาชาติ (กฤตภัทร ธำปาลบุตร, อีระศักดิ์ สิงห์ปรีชา และเชมโซต ภูประเสริฐ, 2552) ประกอบกับจังหวัดหนองคายมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น

ของการเป็นชุมชนลุ่มน้ำโขง ทั้งสถานที่ท่องเที่ยว ศิลปะวัฒนธรรม และประเพณีประจำถิ่น หรือการ มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (รณชัย บุญสอน, 2562, หน้า 232-243) ผลักดันและพัฒนา การท่องเที่ยวของจังหวัด ให้สามารถดึงดูดผู้คน ที่เดินทางข้ามแดนที่จังหวัดหนองคาย ซึ่งการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม ประเพณี และประวัติศาสตร์ (Cultural Based Tourism) เป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยว หลักของประเทศไทย (วรัชต์ มัธยมบุรุษ, 2552, หน้า 48-61) และเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (ชื่น ศรีสวัสดิ์ และเกริกไกร แก้วล้วน, 2550)

ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาประเทศลาว และสาธารณรัฐประชาชนจีนได้บรรลุข้อตกลงเส้น ทางรถไฟลาว-จีน และเปิดทำการเดินรถในส่วน ของประเทศลาวเป็นที่เรียบร้อย ทำให้มีการคาดการณ์ เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวจีนที่จะเดินทางมากับรถไฟ สายดังกล่าว ทั้งในด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว (จิตต์สิริ ทองน้อย, 2565) โดยคาดการณ์ว่าจะมี นักท่องเที่ยวชาวจีนในแถบพื้นที่ตะวันตกของประเทศ



จีนเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก และจะสร้างรายได้ให้แก่การท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า 800 ล้านบาทต่อปี นอกจากนี้ ไทยยังมีโอกาสในการรองรับนักท่องเที่ยวจีนที่อยู่ในประเทศลาวกว่า 1 ล้านคน (อภิษญาณ์ จิตรีศกุล, สิริธร จารุญญลักษณ์ และศุทธาภา นพวิญญูวงศ์, 2564) ด้วยเหตุนี้ ภาครัฐและเอกชน จึงตื่นตัวในการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยเฉพาะพื้นที่จังหวัดหนองคาย ซึ่งเป็นพื้นที่พรมแดนสำคัญในการต้อนรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอนาคต

การพัฒนาการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญหลายส่วน อาทิเช่น โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก ระบบบริหารจัดการ ระบบบริการสาธารณะ ธุรกิจบริการต่างๆ และอีกสิ่งหนึ่งที่ขาดไม่ได้ คือ การพัฒนาทางด้านภาษา ซึ่งมีความสำคัญในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศที่ไม่ใช่ภาษาแม่ หรือไม่สามารถใช้ภาษาที่สองในการสื่อสารได้ การสื่อสารกับนักท่องเที่ยวด้วยภาษาของนักท่องเที่ยวเอง จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อประสบปัญหา และยังสามารถสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้อีกด้วย (เสนห์ เดชะวงศ์ และสมพร โกมารทัต, 2557)

การพัฒนาภาษาเพื่อการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มักเป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งถูกใช้กันอย่างแพร่หลาย แต่ความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาอื่นได้นั้น ก็มีความสำคัญมากเช่นกัน (Blunkett, 1998) เพราะในการสื่อสารหรือให้บริการชาวต่างชาติด้วยภาษาเฉพาะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งเสริมการได้เปรียบในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในเวทีโลก (ณรงค์ฤทธิ์

โสภา, 2553) ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลายและสร้างความประทับใจ รวมถึงเป็นการสร้างภาพลักษณ์ความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการ สะท้อนถึงคุณภาพและความใส่ใจในการให้บริการ และส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกในอนาคต (Tain-Cole, S. and Crompton, 2003, pp. 65-80) รวมถึงการสร้างประโยชน์โดยตรงให้แก่หน่วยงานในภาคการท่องเที่ยวของพื้นที่และภาพลักษณ์อันดีของประเทศด้วย (Kennett, 2002, pp. 557-559) (Leslie & Russell, 2004, pp. 1397-1407) ดังนั้น การเตรียมความพร้อมด้านภาษาต่างประเทศ จึงเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่จะส่งเสริมการเข้าถึงพื้นที่ หรือการเดินทางสู่ปลายทางให้มีประสิทธิภาพ สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น (กฤตพล วัฏฐิสิต, 2555)

ในการประชุมรับฟังความคิดเห็นชุด โครงการวิจัยในหัวข้อ การพัฒนาส่งเสริมธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนตามเส้นทางรถไฟลาว-จีน กรณีศึกษาจังหวัดหนองคาย ที่ผ่านมา ได้มีการรวบรวมข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และสมาคมต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดหนองคาย ได้สะท้อนถึงความคาดหวังและความต้องการที่จะพัฒนาในหลากหลายด้าน โดยเฉพาะในด้านที่เกี่ยวข้องกับ “ภาษาจีน” และหนึ่งในประเด็นที่ได้ถูกยกขึ้นมานำเสนอ ได้แก่ การพัฒนาเรื่องของป้ายสำหรับให้บริการนักท่องเที่ยวที่ยังคงขาดการพัฒนาให้มีภาษาจีนกำกับ ซึ่งอาจส่งผลต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว และสภาพการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย



เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลแก่การท่องเที่ยว เพราะความรู้ด้านภาษาจีนของคนในพื้นที่ยังขาดความพร้อม การพัฒนาป้ายข้อความสำหรับสื่อสารจึงเป็นปัจจัยพื้นฐานในการสร้างความเข้าใจให้แก่นักท่องเที่ยว

ป้ายเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกส่งเสริมการท่องเที่ยว (Tourism auxiliary facilities) เป็นสื่อกลางที่สำคัญในการให้ข้อมูล จัดเป็นหนึ่งใน 3 ขององค์ประกอบสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว (Elements of Tourist Facilities) ที่มีความสำคัญในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว (Ginting & Sasmita, 2018) ในประเทศไทย มีผู้ศึกษาเกี่ยวกับความต้องการป้ายภาษาจีนเพื่อการท่องเที่ยวในหลายพื้นที่ อาทิเช่น เสน่ห์ เดชะวงศ์ และสมพร โกมารทัต (2557) ได้ศึกษาความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดในกรุงเทพมหานครพบว่า ภาษาอังกฤษและภาษาจีนเป็น 2 ภาษาแรกที่วัดต้องการมากที่สุด เพื่อจัดทำป้ายบอกทาง ป้ายอธิบายสถานที่ บทบรรยายประวัติ และคำแนะนำสถานที่ภายในวัด จิราพร เนตรสมบัติ (2562, หน้า 99-107) ได้ทำการสำรวจทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อป้ายภาษาจีนในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของกรุงเทพมหานคร มีจำนวนเพียงพอในระดับพอใช้ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญ และความต้องการป้ายภาษาจีนของพื้นที่ท่องเที่ยวหลักของประเทศ

นอกจากปัญหาด้านจำนวนแล้ว ยังมีการศึกษาในด้านคุณภาพของป้ายภาษาจีน ซึ่งอาจส่งผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารที่ถูกต้องให้แก่นักท่องเที่ยว พิชัย แก้วบุตร (2563, หน้า 89-104) ได้

ศึกษาความพร้อมด้านภาษาจีนของท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งชี้ให้เห็นว่าในด้านจำนวนและคุณภาพของป้ายยังต้องมีการพัฒนาเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทปัจจุบัน และเพียงพอต่อความต้องการที่มีมากขึ้น กรวรรณ พรหมแย้ม (2565, หน้า 209-230) ได้ศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ด้านภาษาจีนและกลวิธีแปลชื่อธุรกิจร้านค้าในสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ป้ายธุรกิจร้านค้าที่มีภาษาจีนกำกับแบ่งได้ 15 ประเภท และป้ายส่วนใหญ่ที่สำรวจพบเป็นป้ายให้ข้อมูล ป้ายเป็นสิ่งที่ปรากฏในพื้นที่สาธารณะสำหรับสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้อ่าน จำเป็นต้องมีคุณภาพและลักษณะที่ดี ควรจะต้องมีความกระชับ ตรงไปตรงมา ชัดเจน สามารถเข้าใจได้โดยง่าย ต้องมีแบบแผนและมาตรฐาน (Ko, 2010, pp. 111-123) (Luo & Li, 2006, pp. 66-69) (Ding, 2006, pp. 42-26)

แต่อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีการพบปัญหาในการแปลป้ายสาธารณะ ซึ่ง Niu (2007, pp. 63-67) และ He (2006, pp. 57-59) ได้กล่าวถึงปัญหาส่วนใหญ่ที่พบ เช่น การสะกดคำผิด การแปลผิดหลักไวยากรณ์ การแปลขาด การแปลไม่ชัดเจนจนทำให้ความหมายตกหล่น หรือไม่ครบตามข้อความต้นฉบับ เช่นเดียวกับสหทัยา สิทธิวิเศษ (2564, หน้า 88-98) ที่ได้ศึกษาวิเคราะห์ข้อผิดพลาดในการแปลป้ายสาธารณะในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ การแปลผิดความหมาย การเลือกใช้คำไม่เหมาะสม การแปลผิดโครงสร้างและไวยากรณ์ และการแปลไม่ครบประโยค ซึ่งเกิดจากการแปลโดยที่ไม่เข้าใจวัฒนธรรมของภาษาต้นฉบับ และการใช้เครื่องมือ



แปลอรรถโนมติ เพ็ญพรสา ชัยธีระสุเวท และมนันญา ศรีหิรัญ (2562, หน้า 22-41) ได้ศึกษากลวิธีและข้อผิดพลาดที่พบในการแปลชื่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำปางเป็นภาษาจีน มี 4 ประเภท ได้แก่ ข้อผิดพลาดที่เกิดจากการเลือกใช้คำในภาษาแปล โครงสร้างภาษาในบทแปล การเลือกใช้กลวิธีการแปลไม่เหมาะสมกับต้นฉบับ และการใช้ตัวอักษรจีนผิด ซึ่งข้อผิดพลาดข้างต้น สะท้อนให้เห็นถึงความไม่พร้อมของป้ายภาษาจีน ทั้งด้านปริมาณ และคุณภาพที่ต้องมีการพัฒนา และตรวจสอบประสิทธิภาพ เพื่อการรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ได้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของป้ายภาษาจีนสำหรับสื่อสารเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญ จังหวัดหนองคาย เป็นจังหวัดที่ถูกคาดการณ์ว่าจะมีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามาตามกระบวนรถไฟลาว-จีน จึงจำเป็นต้องมีการสำรวจความพร้อมสถานภาพของป้ายภาษาจีนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ จึงมีความต้องการที่จะสำรวจจำนวนและประเมินคุณภาพของป้าย เพื่อให้เกิดข้อค้นพบที่จะนำไปสู่การพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนและเพิ่มขีดความสามารถให้กับภาคธุรกิจการท่องเที่ยวของท้องถิ่น

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจจำนวนป้ายที่มีภาษาจีนกำกับในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับการบริการนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวจังหวัดหนองคาย

2. เพื่อประเมินคุณภาพทางด้านภาษาจีนบนป้ายในสถานที่ท่องเที่ยว และสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับการบริการนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวจังหวัดหนองคายที่สำรวจพบ

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยใช้วิธีการสำรวจป้ายแนะนำสำหรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดหนองคาย เพื่อวิเคราะห์ความพร้อมของป้ายภาษาจีนสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวผ่านเส้นทางรถไฟลาว-จีน โดยมีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ป้ายข้อความต่างๆ ทั้งป้ายถาวรและป้ายชั่วคราวที่เป็นป้ายให้ข้อมูลป้ายแนะนำ และป้ายห้าม ในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับการบริการนักท่องเที่ยวจำนวน 25 แห่ง ในพื้นที่ 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอท่าบ่อ อำเภอศรีเชียงใหม่ และอำเภอสังคม ตามคำแนะนำจากผู้ประกอบการเจ้าหน้าที่ภาครัฐ และสมาคมต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดหนองคาย ผ่านการประชุมรับฟังความคิดเห็นชุดโครงการวิจัยในหัวข้อการพัฒนาส่งเสริมธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนตามเส้นทางรถไฟลาว-จีน กรณีศึกษาจังหวัดหนองคาย ประกอบด้วยกลุ่มพื้นที่ 4 แหล่งสำคัญ ดังนี้ 1) สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวน 10 แห่ง ได้แก่ วัดโพธิ์ชัย วัดพระธาตุบังพวน วัดถ้ำดินเพียง วัดศรีชมพูงค์ต้อ วัดผาตากเสื้อ พระธาตุหล้าหนอง ศาลาแก้วกู่ ลานพญานาคชุมชนวังน้ำมอก และ



ชุมชนจอมแจ้ง 2) ตลาดและร้านค้าของที่ระลึก จำนวน 3 สถานที่ ได้แก่ ตลาดท่าเสด็จ ตลาดบ้านไม้ และร้านของฝากอำเภอสังขม 3) โรงแรมที่พัก จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ โรงแรมอัครรรณ โรงแรมรอยัล นาคารา โรงแรมมันทา โรงแรมหนองคายธาวิลล่า และพันล้าน บุติค รีสอร์ท และ 4) สถานที่ราชการ และสาธารณะ จำนวน 7 แห่ง ได้แก่ สถานีขนส่ง ผู้โดยสาร สถานีรถไฟ สถานีตำรวจ ด้านตรวจคน เข้าเมือง โรงพยาบาลหนองคาย โรงพยาบาล หนองคายวัฒนา และป้ายบอกทางสาธารณะ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูล ได้แก่ กล้องบันทึกภาพ แบบบันทึกที่ใช้บันทึกเกี่ยวกับ ข้อมูลของป้ายและวัตถุประสงค์ในการใช้ป้าย และ ตารางวิเคราะห์ข้อมูลในการแยกประเภทและ ข้อผิดพลาดต่างๆ ของป้ายที่พบจากการสำรวจ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การ ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการ สำรวจและการประเมินคุณภาพการใช้ภาษาต่าง ประเทศบนป้ายข้อความ และการรวบรวมข้อมูล ป้ายจากการลงพื้นที่สำรวจโดยวิธีการเจาะจงตาม คำแนะนำของผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องด้วย การบันทึกภาพ และบันทึกข้อมูลในแบบบันทึก

4. การวิเคราะห์ข้อมูลนำข้อมูลที่สำรวจ ได้ทำการจัดกลุ่มและคำนวณแจกแจงค่าเฉลี่ย ร้อยละของจำนวนป้ายที่มีภาษาจีนและไม่มีภาษาจีน เพื่อประเมินสัดส่วนความถี่ของป้ายทั้งหมด จากนั้นทำการประเมินคุณภาพ และตรวจสอบ ความถูกต้องของป้ายที่มีภาษาจีน ด้วยการปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญทั้งชาวไทยและชาวจีน จากนั้นดำเนินการ จำแนกข้อผิดพลาดและแจกแจงความถี่เป็นค่า

ร้อยละ และนำเสนอแบบพรรณนาวิเคราะห์ใน 2 ประเด็น คือ ความพร้อมด้านปริมาณ และความ พร้อมด้านคุณภาพ

4. สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง การสำรวจป้ายข้อความ เพื่อวิเคราะห์ความพร้อมด้านภาษาจีนในการ รองรับการท่องเที่ยวผ่านเส้นทางรถไฟลาว-จีน กรณีศึกษา สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน จังหวัดหนองคาย ผู้วิจัยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ความพร้อมด้านปริมาณ การวิเคราะห์ ภาพรวมปริมาณและความถี่ของป้ายชนิดต่างๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสถานที่ ที่เกี่ยวข้องกับการบริการนักท่องเที่ยวในพื้นที่ จังหวัดหนองคายมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ปริมาณป้าย จากพื้นที่สถานที่ ที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับ การบริการนักท่องเที่ยวทั้ง 25 แห่งจาก 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอท่าบ่อ อำเภอศรีเชียงใหม่ และอำเภอสังขม มีจำนวนป้ายข้อความสำหรับ บริการนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 292 ป้าย โดยแยกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ป้ายให้ข้อมูล 117 ป้าย ป้ายแนะนำ 146 ป้าย และป้ายห้าม 29 ป้าย โดยมีป้ายข้อความ ที่มีภาษาจีนเพียงจำนวน 27 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 9.25% ของจำนวนป้ายทั้งหมดที่ได้ทำการสำรวจ

ป้ายข้อความที่มีภาษาจีนจำนวน 27 ป้าย สามารถจำแนกตามกลุ่มพื้นที่ 4 แหล่งสำคัญและ ประเภทของป้ายที่พบตามลำดับ ได้แก่ (1) สถานที่ ที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบป้ายที่มีภาษาจีนทั้งสิ้น 12 ป้าย แยกเป็นป้ายให้ข้อมูล 9 ป้าย ป้ายแนะนำ



2 ป้าย และป้ายห้าม 1 ป้าย (2) สถานที่ราชการและสาธารณะ พบป้ายที่มีภาษาจีนทั้งสิ้น 10 ป้าย แยกเป็นป้ายให้ข้อมูล 2 ป้าย ป้ายแนะนำ 7 ป้าย และป้ายห้าม 1 ป้าย (3) ตลาดและร้านค้าของที่ระลึกพบป้ายที่มีภาษาจีน 3 ป้าย โดยเป็นป้ายแนะนำทั้งหมด และ (4) โรงแรมที่พัก พบป้ายที่มีภาษาจีนเพียง 2 ป้าย โดยเป็นป้ายแนะนำทั้งหมด สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับการบริการนักท่องเที่ยวทั้ง 25 แห่ง ยังมีข้อค้นพบเกี่ยวกับปริมาณการจัดทำป้ายที่เป็นภาษาจีน โดยป้ายส่วนใหญ่ถูกจัดทำขึ้นโดยการสนับสนุนจากภาครัฐ โดยมีรายละเอียดจำนวนปริมาณ คือ กลุ่มสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 12 ป้าย เป็นป้ายที่จัดทำโดยภาครัฐ 8 ป้าย เช่น ป้ายให้ข้อมูลในวัดพระธาตุบังพวน ซึ่งถูกจัดทำขึ้นโดยกรมศิลป และกลุ่มเอกชน 4 ป้าย ในส่วนสถานที่ราชการและสาธารณะ 10 ป้าย จัดทำโดยภาครัฐ 6 ป้าย ซึ่งเป็นป้ายบอกทางในถนนเส้นหลัก และป้ายให้ข้อมูลและป้ายแนะนำในสถานที่หน่วยงานภาครัฐ และกลุ่มเอกชน 4 ป้าย ซึ่งส่วนใหญ่จัดทำโดยเอกชนที่เข้ามาเปิดกิจการในพื้นที่ เช่น ทารกสามล้อ และธนาคารเป็นผู้จัดทำขึ้น ส่วนกลุ่มตลาดและร้านค้าของที่ระลึก 3 ป้าย และโรงแรมที่พัก 2 ป้าย ทั้งหมดเป็นป้ายที่ภาคเอกชนจัดทำขึ้นมาด้วยตนเอง

จากข้อมูลปริมาณป้ายข้างต้น ทำให้เห็นสัดส่วนของป้ายข้อความที่มีภาษาจีน ซึ่งมีสัดส่วนน้อยมากเมื่อเทียบกับป้ายข้อความที่เป็นภาษาไทย ส่วนประเภทของป้ายสัดส่วนปริมาณไม่คงที่ ทั้งนี้ อาจเกิดจากความจำเป็นในการจัดทำป้ายให้เหมาะสมกับสถานที่ ซึ่งด้านปริมาณป้ายนี้สะท้อนให้เห็นถึงความไม่พร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่

จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ตามเส้นทางรถไฟลาว-จีน

1.2 ความถี่ของป้าย คือ การกระจายและการกระจุกตัวของป้ายที่เป็นภาษาจีนในพื้นที่ 4 อำเภอของจังหวัดหนองคาย ซึ่งเป็นพื้นที่คาดว่าจะมีการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนตามคำแนะนำจากผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ภาครัฐและสมาคมต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดหนองคาย พบว่า ป้ายที่เป็นข้อความภาษาจีนส่วนใหญ่มีการกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่อำเภอเมือง จำนวนมากถึง 26 ป้าย ส่วนอีก 1 ป้ายพบในพื้นที่อำเภอสังคม อีกทั้งในด้านประเภทของป้ายที่พบส่วนใหญ่เป็นป้ายประเภทให้ข้อมูล และป้ายแนะนำ ในส่วนของป้ายห้ามนั้นยังคงมีอยู่เป็นจำนวนน้อยมาก

นอกจากการกระจุกตัวของป้ายที่เป็นภาษาจีนในพื้นที่ตัวอำเภอเมืองแล้ว ยังพบความถี่ของการกระจุกตัวตามกลุ่มสถานที่สำคัญ 4 กลุ่ม คือ 1) สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบการกระจุกตัวของป้ายจำนวน 3 ใน 10 ของพื้นที่ ได้แก่ วัดโพธิ์ชัย วัดพระธาตุบังพวน และวัดผาตากเสื้อ ซึ่งวัดโพธิ์ชัย และวัดผาตากเสื้อมีจำนวนน้อยมากเมื่อเทียบกับวัดพระธาตุบังพวน 2) สถานที่ราชการและสาธารณะ พบการกระจุกตัวของป้ายจำนวน 4 ใน 7 ของพื้นที่ ได้แก่ สถานีขนส่งผู้โดยสาร สถานีรถไฟ ด่านตรวจคนเข้าเมือง และป้ายบอกสาธารณะ 3) ตลาดและร้านค้าของที่ระลึก พบการกระจุกตัวของป้ายจำนวน 2 ใน 3 ของพื้นที่ ซึ่งป้ายที่พบเป็นเพียงป้ายกำกับห้องน้ำ หรือฉลากสินค้า ซึ่งไม่อาจนำมาประเมินร่วมในการรองรับนักท่องเที่ยวได้ 4) โรงแรมที่พัก พบการกระจุกตัวของป้ายจำนวน 1 ใน 5 ของพื้นที่ ได้แก่ พันล้าน บุติศ รีสอร์ท



จากข้อมูลความถี่ของป้ายที่เป็นภาษาจีนข้างต้น มีความกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่อำเภอเมือง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการ หรือโครงสร้างทางนโยบายเกี่ยวกับการพัฒนาของจังหวัดหนองคาย ที่เริ่มต้นจากเขตเมืองใหญ่อย่างตัวอำเภอเมือง แล้วขยายไปยังเขตอำเภออื่นในลักษณะการกระจายรัศมี อำเภอที่ห่างไกลจึงได้รับการพัฒนาน้อยกว่า นอกจากนี้ ยังพบการกระจุกตัวของป้ายที่เป็นภาษาจีนในกลุ่มสถานที่สำคัญ 4 กลุ่ม ซึ่งไม่อาจประเมินเหตุผลการกระจุกได้ชัดเจน เนื่องจากปัจจัยของสถานที่ และผลตอบแทนของที่เกิดขึ้นในพื้นที่ที่มีส่วนในการจัดทำป้าย

ป้ายข้อความถือว่าเป็นการสื่อสารเบื้องต้นสำหรับการสื่อสาร เพื่อให้ข้อมูล คำแนะนำ และข้อห้ามแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ปริมาณของป้ายที่มีจำนวนเหมาะสม และจุดตั้งป้ายที่มีการกระจายตัวครอบคลุมพื้นที่ท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการสร้างเสถียรภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ เมื่อเทียบกับการพัฒนาทรัพยากรบุคคลที่ต้องใช้ทุน และเวลาจำนวนมาก จากข้อมูลปริมาณ และความถี่ของป้ายที่เป็นภาษาจีนในพื้นที่จังหวัดหนองคายที่ได้นำ

เสนอแล้วไว้ข้างต้น ได้ชี้ให้เห็นถึงความไม่พร้อมทางด้านปริมาณ และการวางแผน หรือนโยบายการพัฒนาด้านภาษาเพื่อการสื่อสาร สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่จะเดินทางมากับรถไปลาวจีน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยว และความประทับใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นหัวใจหลักของภาคการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย

2. ความพร้อมด้านคุณภาพ ความพร้อมด้านคุณภาพเป็นการประเมินคุณภาพของป้ายที่เป็นภาษาจีน โดยการนำข้อมูลป้ายข้อความภาษาจีนที่สำรวจได้มาทำการปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาจีนทั้งชาวไทย และชาวจีนในประเด็นคุณภาพของภาษาบนป้ายพบว่า จากป้ายที่มีข้อความภาษาจีนจำนวนทั้งสิ้น 27 ป้าย พบป้ายที่มีข้อผิดพลาดด้านภาษาจีนจำนวน 5 ป้าย โดยมีจำนวนข้อผิดพลาดรวมถึง 27 จุด เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลพบข้อผิดพลาดที่สามารถแยกเป็นประเภท ได้แก่ การแปลความหมายผิด การแปลเกิน การแปลขาด การเลือกใช้คำไม่เหมาะสม และการแปลผิดหลักไวยากรณ์ ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงจำนวนข้อผิดพลาดที่ปรากฏบนป้าย

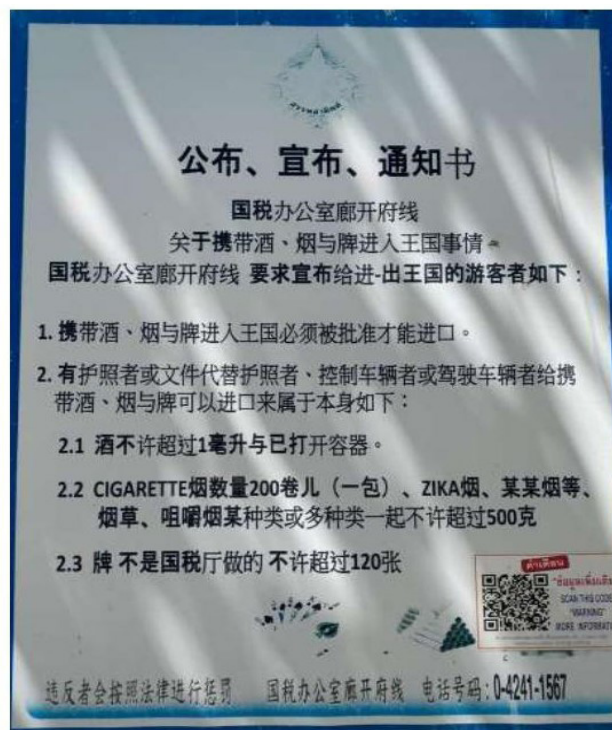
ประเด็นข้อผิดพลาด	จำนวนข้อผิดพลาด	
	จำนวน/จุด	ค่าเฉลี่ย
การแปลความหมายผิด	13	48.15
การแปลเกิน	5	18.52
การแปลขาด	2	7.41
การเลือกใช้คำไม่เหมาะสม	5	18.52
การแปลผิดหลักไวยากรณ์	2	7.41



จากการวิเคราะห์และจัดประเภทข้อผิดพลาดของภาษาจีนบนป้ายที่สำรวจ พบว่า การแปลความหมายผิดเป็นข้อผิดพลาดที่พบมากที่สุด จำนวนทั้งสิ้น 13 จุด คิดเป็นร้อยละ 48.15 รองลงมา ได้แก่ การแปลเกินและการเลือกใช้คำไม่เหมาะสม พบอย่างละ 5 จุด คิดเป็นร้อยละ 18.52 การแปลขาดและการแปลผิดหลักไวยากรณ์ พบอย่างละ 2 จุด คิดเป็นร้อยละ 7.41 ของข้อผิดพลาดที่พบทั้งหมด จากข้อผิดพลาดเหล่านี้ยังสามารถจัดกลุ่มตามสาเหตุ หรือมีผลกระทบต่อคุณภาพและการทำความเข้าใจทางภาษาบนป้ายได้เป็น 2 ประเด็นหลัก ดังนี้

2.1 ข้อผิดพลาดที่ส่งผลกระทบต่อความถูกต้องของข้อมูลที่จะนำเสนอ ในที่นี้หมายถึง

ข้อผิดพลาดด้านการแปลความหมายผิด การแปลเกิน และการแปลขาด ซึ่งเป็นข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นรวมกันสูงถึง 20 จุด คิดเป็นร้อยละ 74.07 ของข้อผิดพลาดทั้งหมดที่พบ โดยข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากประเด็นดังกล่าวนี้ส่งผลต่อความถูกต้องของข้อมูลที่ต้องการนำเสนอ และอาจส่งผลกระทบต่อความเข้าใจผิดของผู้อ่าน ยิ่งไปกว่านั้นอาจก่อให้เกิดปัญหาหากนักท่องเที่ยวไม่ได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ข้อผิดพลาดดังกล่าวปรากฏพบมากที่สุดในป้ายของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว เช่น ป้ายประกาศเรื่องการนำสุรา ยาสูบ และไฟเข้ามาในราชอาณาจักร ที่ตั้งอยู่บริเวณด่านพรมแดนจังหวัดหนองคาย ดังรูปภาพและตารางต่อไปนี้



ภาพที่ 1 ป้ายประกาศเรื่องการนำสุรา ยาสูบ และไฟเข้ามาในราชอาณาจักร



ตารางที่ 2 ตารางตัวอย่างข้อผิดพลาดที่ส่งผลต่อความถูกต้องของข้อมูลที่จะนำเสนอ

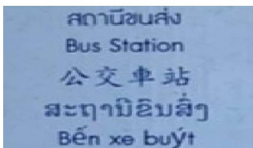
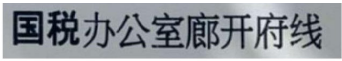
ประเภทของข้อผิดพลาด	ตัวอย่างข้อผิดพลาด	อธิบาย
การแปลความหมายผิด	2.1 酒不许超过1毫升与已打开容器。	“สุราไม่เกิน 1 ลิตร” แปลเป็น “酒 不许 超过 1 毫升” ซึ่งคำว่า “毫升” หมายถึง “มิลลิลิตร” ควรใช้คำว่า “公升” จึงจะหมายถึง “ลิตร”
การแปลเกิน	2.2 CIGARETTE烟数量200卷儿 (一包)、ZIKA烟、某某烟等、烟草、咀嚼烟某种类或多种类一起不许超过500克	“บุหรี่ยี่สิบห้าเรต” แปลเป็น “CIGARETTE 烟” ซึ่งเป็นการแปลซ้ำซ้อน เนื่องจากใช้ทั้งภาษาอังกฤษและภาษาจีน สามารถแปลเป็น “烟” หรือ “香烟” แทนได้
การแปลขาด	2.3 牌 不是国税厅做的 不许超过120张	“ไพ่” แปลเป็น “牌” ซึ่ง “ไพ่” ในที่นี้สื่อถึง “ไฟฟ์โป๊กเกอร์” ในภาษาจีนควรจะใช้คำว่า “扑克牌” หากใช้คำว่า “牌” อาจส่งผลกระทบต่อความเข้าใจของผู้รับสารเกี่ยวกับชนิดของไพ่หากมิได้มีการระบุชนิดอย่างชัดเจน

2.2 ข้อผิดพลาดที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพและความชัดเจนในการสื่อสารแก่นักท่องเที่ยว ในที่นี้หมายถึง ข้อผิดพลาดด้านการเลือกใช้คำ ไม่เหมาะสม และการแปลผิดหลักไวยากรณ์ ซึ่งข้อผิดพลาดในสองประเด็นนี้คิดเป็นร้อยละ 25.93 ของข้อผิดพลาดทั้งหมดที่สำรวจพบ จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าข้อผิดพลาดดังกล่าว อาจจะไม่ส่งผลเสียร้ายแรงถึงขั้นสามารถก่อปัญหาให้นักท่องเที่ยวได้ แต่อาจส่งผลกระทบ

ต่อความเข้าใจที่ชัดเจนและประสิทธิภาพในการสื่อสาร อีกทั้งยังสะท้อนถึงกระบวนการทำงานที่ไม่มีกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องในการจัดทำป้ายต่างๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อการสร้างความประทับใจให้แก่ชาวต่างชาติโดยเฉพาะชาวจีนที่จะเดินทางมาเยือนหนองคาย โดยข้อผิดพลาดที่พบกระจายอยู่ในทุกแหล่งที่ทำการสำรวจยกเว้น กลุ่มของโรงแรมที่พักที่มีป้ายจำนวนน้อยมาก ดังตารางที่ 3



ตารางที่ 3 ตารางตัวอย่างข้อผิดพลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและความชัดเจนในการสื่อสารแก่นักท่องเที่ยว

ประเภทของข้อผิดพลาด	ตัวอย่างข้อผิดพลาด	อธิบาย
การเลือกใช้คำ ไม่เหมาะสม		“สถานีขนส่ง” แปลเป็น “公交车站” ซึ่งหมายถึง “ป้ายรถเมล์” ควรจะใช้คำว่า “汽车站” จึงจะสอดคล้องกับสถานที่ที่ป้ายต้องการจะสื่อ ผู้อ่านจึงจะสามารถอ่านแล้วเข้าใจชัดเจนได้ทันที
การเลือกใช้คำ ไม่เหมาะสม		“ห้องน้ำ” เป็น “浴室” ซึ่งในภาษาจีนหมายถึง “ห้องอาบน้ำ” แม้ว่าผู้อ่านจะสามารถเข้าใจในสิ่งที่สื่อได้แต่กลับไม่ได้เป็นไปตามธรรมชาติในการใช้ภาษาในชีวิตประจำวันของชาวจีน ที่จะใช้คำว่า “卫生间” หรือ “洗手间” หรือ “厕所” ที่แปลว่า “ห้องน้ำ”
การแปลผิดหลักไวยากรณ์		“สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่หนองคาย” แปลเป็น “国税办公室廊开府线” ซึ่งไม่ถูกต้องตามหลักการขยายคำนามตามหลักไวยากรณ์จีนที่จะต้องเป็น “ส่วนขยาย + คำนาม” ดังนั้นจะต้องนำคำว่า “จังหวัดหนองคาย” ขึ้นก่อนแล้วจึงตามด้วยชื่อหน่วยงาน

นอกจากข้อผิดพลาดดังกล่าวข้างต้นที่ทำให้เกิดผลกระทบด้านความถูกต้องและประสิทธิภาพของข้อมูลที่น่าเสนอ ยังพบประเด็นที่ส่งผลต่อการทำความเข้าใจของนักท่องเที่ยวการใช้ภาษาซึ่งไม่ถือว่าเป็นข้อผิดพลาดแต่อาจส่ง

ผลต่อการทำความเข้าใจของนักท่องเที่ยวที่ได้อ่าน เช่น การผสมตัวอักษรในภาษาจีนระหว่างตัวเต็มและตัวย่อ หรือการใช้คำศัพท์ที่ไม่ไปในทิศทางเดียวกันในแต่ละป้ายของแต่ละพื้นที่ เช่น ชื่อสถานที่ “สะพานมิตรภาพไทย-ลาว”



ตารางที่ 4 ตารางตัวอย่างประเด็นที่ส่งผลต่อการทำความเข้าใจของนักท่องเที่ยว

ประเภท	ตัวอย่าง	อธิบาย
การผสมตัวอักษรในภาษาจีนระหว่างตัวเต็มและตัวย่อ		ข้อความดังกล่าวมีการใช้อักษรจีนตัวเต็ม “車” ซึ่งไม่สอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดให้ใช้อักษรจีนตัวย่อเป็นอักษรกลางที่ใช้ทั่วไป (พิชัย แก้วบุตร, 2563) ดังนั้นควรใช้อักษรจีนตัวย่อ “车” เพื่อให้สอดคล้องกับการใช้ในปัจจุบันที่สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
การใช้คำศัพท์ที่ไม่ไปในทิศทางเดียวกัน		ป้ายสาธารณะที่ใช้บอกเส้นทางบนถนนแปลเป็น “泰老友谊大桥” แต่ในป้ายค่าบริการรถสามล้อแปลเป็น “泰寮友谊大桥” ซึ่งมีความหมายเดียวกัน แต่ในการแปลชื่อสถานที่เดียวกันและตั้งอยู่ในพื้นที่เดียวกันควรจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ป้ายข้อความถือว่าเป็นตัวกลางในการสื่อสารแทนมนุษย์ มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการถ่ายทอดข้อมูลที่ต้องการ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่สมบูรณ์ และประสิทธิภาพในการสื่อสารจากข้อมูลข้างต้นพบว่าป้ายบางส่วนที่พบข้อผิดพลาดแม้จะเป็นเพียงแค่บางส่วน แต่ถ้าหากป้ายนั้นเป็นป้ายที่ให้ข้อมูลสำคัญ ก็อาจสร้างความเสียหายที่รุนแรงได้ เช่น ป้ายประกาศเรื่องการนำสุรกายสูบและไฟเข้ามาในราชอาณาจักร ข้อผิดพลาดที่พบสามารถแยกได้ประเภท ได้แก่ การแปลความหมายผิด

การแปลเกิน การแปลขาด การเลือกใช้คำไม่เหมาะสม การแปลผิดหลักไวยากรณ์ โดยข้อผิดพลาดที่ปรากฏมีมากกว่า 1 ข้อผิดพลาดใน 1 ป้ายที่พบจากข้อผิดพลาดที่พบยังสามารถจัดกลุ่มตามผลกระทบที่เกิดจากข้อผิดพลาดได้ 3 ประเด็นหลักๆ ได้แก่ ข้อผิดพลาดที่ส่งผลต่อความถูกต้องของข้อมูลที่จะนำเสนอ ข้อผิดพลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและความชัดเจนในการสื่อสารแก่นักท่องเที่ยว และประเด็นที่ส่งผลต่อการทำความเข้าใจของนักท่องเที่ยว แม้ไม่ได้เกิดจากข้อผิดพลาด



พลาดในการใช้ภาษา แต่อาจส่งผลกระทบต่อ การทำความเข้าใจของนักท่องเที่ยวที่ได้อ่าน เช่น การผสมตัวอักษรจีนระหว่างตัวเต็มและตัวย่อ หรือการใช้คำศัพท์ที่ไม่ไปในทิศทางเดียวกันในแต่ละป้ายของแต่ละพื้นที่

5. อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยข้างต้นสามารถอภิปรายผลความร่วมมือของป้ายภาษาจีนในจังหวัดหนองคายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่จะเดินทางมากับกระบวนรถไฟลาว-จีน ได้ดังนี้

ด้านปริมาณของป้ายที่กำกับด้วยภาษาจีนในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนักท่องเที่ยวทั้ง 25 แห่ง มีอยู่ในระดับน้อยมาก ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อความร่วมมือในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนที่จะเดินทางเข้ามาในพื้นที่จังหวัดหนองคาย ซึ่งปัญหาความร่วมมือด้านปริมาณของป้ายภาษาจีนสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวยังพบว่าเป็นปัญหาในหลายจังหวัด แม้แต่ในพื้นที่สำคัญอย่างกรุงเทพมหานครก็ประสบปัญหาความไม่พร้อมด้านปริมาณ จากการศึกษาของเสนห์ เดชะวงศ์ และสมพร โกมารทัต (2557) และจิราพร เนตรสมบัติ (2562, หน้า 99-107) ได้ชี้ให้เห็นถึงความต้องการป้ายภาษาจีน เพื่อใช้สำหรับให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวชาวจีน แต่มีปริมาณเพียงพอในระดับพอใช้เท่านั้น นอกจากนี้ สถานที่ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนักท่องเที่ยวในบางจังหวัดก็มีความไม่พร้อมด้านปริมาณเช่นกัน ดังที่พิชัย แก้วบุตร (2563, หน้า 89-104) ได้กล่าวถึง

ป้ายภาษาจีนที่พบในท่าอากาศยานนานาชาติ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ไม่สอดคล้องกับบริบทปัจจุบัน ทั้งด้านจำนวนและคุณภาพของป้าย

นอกจากปริมาณป้ายที่ไม่เพียงพอการกระจายตัวของป้ายยังพบว่ามีกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่อำเภอเมืองเป็นส่วนใหญ่ ไม่กระจายครอบคลุมไปยังพื้นที่อื่นๆ ของจังหวัด แม้แต่ในอำเภอเมืองเองยังพบการกระจุกตัวของป้ายในบางสถานที่เท่านั้น มีสาเหตุมาจากความพร้อมของแต่ละพื้นที่ และผลประกอบการที่เกิดขึ้นเป็นแรงจูงใจในการจัดทำป้าย เช่น ป้ายให้ข้อมูลที่วัดพระธาตุบังพวนที่จัดทำขึ้นโดยกรมศิลปากร เพราะเป็นพื้นที่โบราณสถาน ป้ายการให้บริการรถสามล้อที่จัดทำขึ้นโดยเอกชนเพื่อประโยชน์ของผู้ประกอบการ ดังนั้นการพัฒนาความร่วมมือด้านปริมาณ และการกระจายการจัดวางป้ายที่เป็นภาษาจีนให้ครอบคลุมพื้นที่ในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับการบริการนักท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมเบื้องต้นที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถให้กับธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดให้มีประสิทธิภาพ

ด้านคุณภาพภาษาจีนบนป้ายที่ปรากฏในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับการบริการนักท่องเที่ยว ยังคงพบข้อผิดพลาดอยู่เป็นจำนวนมาก โดยสามารถแยกประเภทของข้อผิดพลาดออกได้เป็นหลายกรณี คือ ข้อผิดพลาดที่ส่งผลกระทบต่อความถูกต้องของข้อมูลที่จะนำเสนอ ซึ่งประกอบด้วย การแปลความหมายผิด การแปลเกิน การแปลขาด โดยข้อผิดพลาดกรณีนี้เป็นประเด็นข้อผิดพลาดที่พบ



มากที่สุด ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของสหทยา สิทธิวิเศษ (2564, หน้า 88-98) ที่กล่าวถึงข้อผิดพลาดในการแปลภาษาจีนบนป้ายสาธารณะในจังหวัดเชียงราย ซึ่งการแปลความหมายผิด เป็นประเด็นข้อผิดพลาดที่สำรวจพบมากที่สุด และข้อผิดพลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและความชัดเจนในการสื่อสารแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย การเลือกใช้คำไม่เหมาะสม การแปลผิดหลักไวยากรณ์ และโครงสร้างทางภาษา สอดคล้องกับการศึกษาของเพ็ญพรธา ชัยธีระสุเวท และมนัณญา ศรีหิรัญ (2562, หน้า 22-41) ที่กล่าวถึงข้อผิดพลาดในการแปลไทยเป็นจีนบนป้ายชื่อสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง ข้อผิดพลาดที่พบนั้นเกิดจากการเลือกใช้คำในภาษาแปล โครงสร้างภาษาในบทแปล กลวิธีการแปล และอักษรจีนผิด ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารแก่นักท่องเที่ยว

หากพิจารณาเปรียบเทียบกับหลักการในการจัดทำป้ายข้อความที่ดีของ Ko (2010, pp. 111-123) ที่ได้อธิบายลักษณะที่ดีของป้ายข้อความไว้ว่า ป้ายข้อความสาธารณะ คือ ภาษาหรือข้อความที่ปรากฏในพื้นที่สาธารณะเพื่อใช้สื่อสารให้ข้อมูลและวิธีการแก่ผู้อ่าน อีกทั้งลักษณะภาษาบนป้ายข้อความสาธารณะ ควรจะต้องมีความกระชับ ตรงไปตรงมา ชัดเจน และสามารถเข้าใจได้โดยง่าย นอกเหนือไปจากนั้นยังต้องมีแบบแผนและความเป็นมาตรฐาน ตามทัศนะของ Luo & Li (2006, pp. 66-69) และ Ding (2006, pp. 42-26) ที่ได้เสนอหลักการเอาไว้ หลักการดังกล่าวยังชี้ให้เห็นได้ถึงความไม่พร้อมด้านคุณภาพของป้ายอย่าง

ชัดเจน ซึ่งสาเหตุข้อผิดพลาดด้านภาษาจีนที่พบมาจากหลายสาเหตุ เช่น การใช้เครื่องมือหรือโปรแกรมแปลภาษาในการแปล การขาดความรู้ความเข้าใจและความชำนาญในภาษาจีนอย่างแท้จริง การขาดความเข้าใจบริบท และวัฒนธรรมปลายทางของภาษาแปล รวมถึงความกำกวมของภาษาต้นฉบับภาษาไทย ล้วนเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดข้อผิดพลาดทางภาษาบนป้ายที่สำรวจพบ

จากข้อมูลข้างต้น ทำให้เห็นถึงภาพรวมความไม่พร้อมของป้ายภาษาจีนในจังหวัดหนองคายในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ต้องเร่งพัฒนาทั้งความพร้อมด้านปริมาณและคุณภาพ ปัญหาความไม่พร้อมในเรื่องป้ายนี้ยังสะท้อนปัญหาดัชนีภาพของจังหวัดหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะการเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาและการดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของป้ายหรือข้อความที่กำกับบนป้าย ทั้งที่ถูกจัดทำขึ้นโดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในด้านการสื่อสารที่สมบูรณ์และถูกต้องให้แก่นักท่องเที่ยวชาวจีน ดังนั้น หน่วยงานที่มีส่วนรับผิดชอบจึงมีความจำเป็นที่ต้องพิจารณาจัดทำและพัฒนาป้ายที่มีอยู่ให้มีภาษาจีนหรือภาษาต่างประเทศอื่นๆ ที่เป็นมาตรฐาน เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่จะเดินทางผ่านขบวนรถไฟลาว-จีนและเข้าสู่ประเทศไทย เพื่อไม่ให้พลาดโอกาสในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของจังหวัด โดยเฉพาะธุรกิจภาคการท่องเที่ยวของท้องถิ่น รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวของจังหวัดหนองคายด้วย



6. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานท้องถิ่นควรสนับสนุนให้มีการจัดทำป้ายที่มีข้อความภาษาจีนกำกับเพิ่มมากขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่จะเดินทางเข้ามาตามเส้นทางรถไฟลาว-จีน

1.2 หน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรร่วมมือในการตรวจสอบคุณภาพด้านภาษาของป้ายโดยขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านภาษาจีนโดยเฉพาะ

2. ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

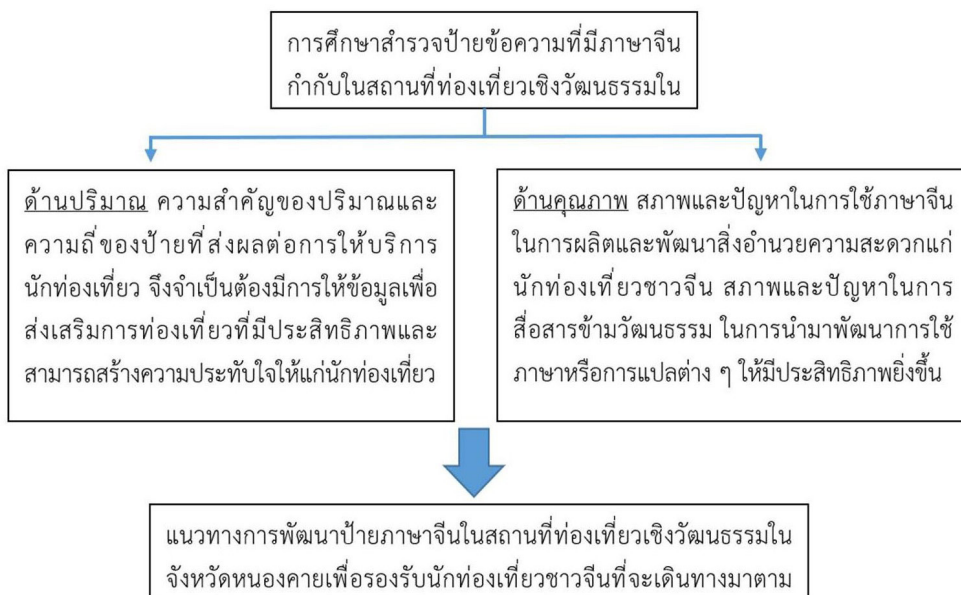
2.1 ควรศึกษาวิเคราะห์ข้อผิดพลาดทางภาษาและสาเหตุของข้อผิดพลาดบนป้ายข้อความภาษาจีน

2.2 ศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพ

ทางด้านภาษาจีนในการให้บริการด้านข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีแนวเขตติดต่อกับจังหวัดหนองคาย

7. องค์ความรู้ที่ได้รับ

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าป้ายข้อความภาษาต่างประเทศนั้นมีความสำคัญในการส่งเสริมและให้บริการนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมากแต่สถานการณ์ในปัจจุบันเนื่องจากปริมาณและคุณภาพที่มีนั้นยังคงไม่เพียงพอและครอบคลุมสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาในอนาคต ทั้งนี้ภาษาจีนมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากในการพัฒนาคุณภาพด้านบริการของผู้คนในพื้นที่ ซึ่งผลการวิจัยนำมาซึ่งแนวทางและองค์ความรู้ในการพัฒนาทั้งด้านภาษาและปริมาณของป้ายในพื้นที่ท่องเที่ยวแก่หน่วยงานในพื้นที่ต่อไป



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ที่ได้รับ



เอกสารอ้างอิง

- กรวรรณ พรหมแย้ม. (2565). การศึกษาภูมิทัศน์ทางภาษาศาสตร์ด้านภาษาจีนและกลวิธีการแปลชื่อธุรกิจร้านค้าในสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่. *มนุษยศาสตร์สาร*, 23(1), 209-230.
- กฤตพล วังภูสิต. (2555). ชื่อธุรกิจการค้าในย่านสยามสแควร์: การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์. (วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤตภัทร ธิปาบุต, ชีรศักดิ์ สิงห์ปรีชา และเชมโชติ ภูประเสริฐ. (2552). กระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน เพื่อการท่องเที่ยวชายแดนไทย-ลาว กรณีศึกษา ชุมชนเมืองเก่าริมแม่น้ำโขง ตำบลสะพานมิตรภาพไทยลาว จังหวัดหนองคาย. (รายงานการวิจัย). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- กัลปพฤกษ์ เกื้อเกตุ. (2541). การวางแผนพัฒนาความพร้อมเพื่อรองรับการเติบโตการท่องเที่ยวชายแดน: กรณีศึกษาเมืองหนองคาย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตต์สรี ทองน้อย. (2565). รถไฟจีน-ลาว กับโอกาสธุรกิจที่ไทยกำลังไล่คว้า และความท้าทายที่เกษตรกรเผชิญ. เข้าถึงได้จาก <https://www.bbc.com/thai/60248500>
- จิราพร เนตรสมบัตร. (2562). ทักษะของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อป้ายภาษาจีนในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของกรุงเทพมหานคร. *วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร*, 21(2), 99-107.
- ขึ้น ศรีสวัสดิ์ และเกริกไกร แก้วล้วน. (2550). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัฒนธรรมของชุมชนชาวกวยในเขตอีสานใต้และลาวใต้. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ณรงค์ฤทธิ์ โสภ. (2553). การพัฒนาความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศของมัคคุเทศก์ทางด้านธรณีวิทยา และซากดึกดำบรรพ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. (ดุชนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- พิชัย แก้วบุตร. (2563). ความพร้อมด้านภาษาจีนของท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดสุราษฎร์ธานีกับ MICE CITY: การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์เชิงภาษาศาสตร์. *วารสารมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 17(1), 89-104.
- เพ็ญพรรษา ชัยธีระสุเวท และมณีนญา ศรีหิรัญ. (2562). ชื่อสถานที่ท่องเที่ยวลำปาง: กลวิธีและข้อผิดพลาดที่พบในการแปลภาษาไทยเป็นภาษาจีน. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 39(5), 22-41.
- รณชัย บุญสอน. (2562). การบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของชุมชนพื้นที่ลุ่มน้ำโขง จังหวัดหนองคาย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี*, 11(1), 232-243.
- วาร์ชต์ มัธยมบุรุษ. (2552). การตลาดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 8(2), 48-61.
- สรียา วิริโยสุทธิกุล, ชีระ กุลสวัสดิ์ และสกฤติ อีสริยานนท์. (2558). นโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดหนองคาย. *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย*, 7(3), 93-123.



- สหทัย สัทธีวิเศษ. (2564). การวิเคราะห์ข้อผิดพลาดและสาเหตุข้อผิดพลาดในการแปลภาษาจีนบนป้ายสาธารณะในจังหวัดเชียงราย. *มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ปริทัศน์*, 9(1), 88-98.
- เสนห์ เดชะวงศ์ และสมพร โกมารทัต. (2557). ความต้องการภาษาต่างประเทศของวัดในกรุงเทพมหานคร. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อภิญาณ จิตระกุล, สิริธร จารุญญลักษณ์ และศุภธามา นพวิญญวงศ์. (2564). เปิดหุ้ดรณไฟจีน-ลาว: นัยต่อเศรษฐกิจไทย. เข้าถึงได้จาก <https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article17Sep2019.aspx>
- Blunkett, D. (1998). *Foreword Modern Foreign Languages*. London: Department of Education and Employment.
- Ding, H. Q. (2006). Endeavour to improve public signs and gradually develop reference translations. *Chinese Translators Journal*, 27(6), 42-26.
- Ginting, N., & Sasmita, A. (2018). *Developing tourism facilities based on geotourism in Silalahi Village, Geopark Toba Caldera*. Indonesia: IOP Publishing Ltd.
- He, X. Y. (2006). Current situation of Chinese-English public signs translation and strategies of communicative translation. *Foreign Languages and Their Teaching*, 204(3), 57-59.
- Kenett, F. (2002). Language Learners as Cultural Tourist. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 557-559.
- Ko, L. (2010). Chinese-English Translation of Public Signs for Tourism. *The Journal of Specialised Translation*, 13(13), 111-123.
- Leslie, D. and Russell, H. (2004). The Importance of Foreign Language skills in the Tourism Sector: A Comparative Study of Student Perceptions in the UK and Continental Europe. *Tourism Management*, 27(6), 1397-1407.
- Luo, X. M., & Li, T. W. (2006). Translating public signs: some observations. *Chinese Translators Journal*, 27(3), 66-69.
- Niu, X. S. (2007). How to transmit vocative function in C-E translation of Chinese public signs. *Chinese Translators Journal*, 28(2), 63-67.
- Tain-Cole, S. and Crompton, J. L. (2003). A Conceptualization of the Relationships between Service Quality and Visitor Satisfaction and their links to Destination Selection. *Leisure Studies*, 22, 65-80.