

ภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี:
การศึกษาตามแนวภูมิทัศน์ภาษา*

LANGUAGE ON PLACE NAME SIGNS IN TOURIST ATTRACTIONS OF
SURAT THANI PROVINCE: A LINGUISTIC LANDSCAPE STUDY

ศิริรัตน์ ชูพันธ์ อรรถพลพิพัฒน์^{1**}, ชยชนน์ โพธิ์ทิพย์² และ อนิเชาว์ เพชรรัตน์³
Sirirat Choophan Attthaphonphiphat^{1**}, Chayachon Photip² and Anochao Phetcharat³

^{1, 2, 3}มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี 272 ต.ขุนทะเล อ.เมืองสุราษฎร์ธานี จ.สุราษฎร์ธานี 84100 ประเทศไทย

^{1, 2, 3}Suratthani Rajabhat University, 272, Khun Thale Sub-district, Mueang Surat Thani District, Surat Thani Province 84100, Thailand

**Corresponding author E-mail: siriratthaphonphiphat@gmail.com

(Received: 31 Aug, 2025; Revised: 24 Nov, 2025; Accepted: 24 Nov, 2025)

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐและภาคเอกชนในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานีตามแนวภูมิทัศน์ภาษา ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการถ่ายภาพป้ายชื่อสถานที่ จำนวน 60 ป้าย จำแนกตามหน่วยงานที่จัดทำป้ายชื่อสถานที่ ได้แก่ ป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐ จำนวน 30 ป้าย และป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน จำนวน 30 ป้าย ที่ปรากฏในบริเวณพื้นที่ศึกษา จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ 1) ตำบลตลาดอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี 2) ตำบลพุมเรียง อำเภอไชยา และ 3) ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย โดยวิเคราะห์และเปรียบเทียบข้อมูลภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ 3 ประเด็น ได้แก่ 1) จำนวนภาษาและภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ 2) รูปแบบภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ ตามเกณฑ์ของ Backhaus และ 3) ความสำคัญหรือความโดดเด่นของภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ ตามเกณฑ์ของ Ben-Rafael ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนภาษาและภาษาบนป้ายพบการปรากฏของป้ายสองภาษามากที่สุด รองลงมา คือ ป้ายหนึ่งภาษา ป้ายสามภาษา และป้ายสี่ภาษา โดยหน่วยงานภาครัฐใช้ป้ายภาษาไทยภาษาเดียวมากที่สุด และหน่วยงานภาคเอกชนใช้ป้ายสองภาษา ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ มากที่สุด ผลการวิเคราะห์รูปแบบของภาษาพบว่า ป้ายชื่อสถานที่ส่วนใหญ่ใช้รูปแบบการเขียนแบบหนึ่งภาษา รองลงมา คือ รูปแบบการเขียนแบบปนภาษา รูปแบบการเขียนแบบพ้องความหมาย และรูปแบบการเขียนแบบหลายภาษา โดยหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ศึกษาทั้ง 3 แห่งใช้รูปแบบการเขียนแบบหนึ่งภาษามากที่สุด ในขณะที่หน่วยงานภาคเอกชนใช้รูปแบบการเขียนแบบปนภาษามากที่สุด ผลการวิเคราะห์ความสำคัญหรือความโดดเด่นของภาษาบนป้ายพบว่า ภาษาไทยเป็นภาษาที่มีความโดดเด่นมากที่สุดบนป้ายชื่อสถานที่ โดยเฉพาะป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐในพื้นที่ศึกษาทั้ง 3 แห่ง และพบการปรากฏของภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาเกาหลี และภาษาฮิบรู เป็นภาษาที่มีความโดดเด่นกว่าภาษาไทยบนป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชนในพื้นที่ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นบทบาทที่แตกต่างกันของภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐและภาคเอกชน สะท้อนให้เห็นนโยบายของรัฐ มิติทางสังคม และอิทธิพลของภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศอื่น ๆ

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เรื่อง การศึกษาภูมิทัศน์ภาษาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) ประเภท Fundamental Fund : FF ประจำปีงบประมาณ 2568 / FF08/2568

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาภาษาจีน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

³ ดร. สาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ที่มีต่อการกำหนดรูปแบบของภูมิทัศน์ทางภาษาในพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดสุราษฎร์ธานี และผลการวิจัยนี้อาจนำไปสู่การเสนอแนวทางการกำหนดนโยบายภูมิทัศน์ภาษาในแหล่งท่องเที่ยว หรือแนวปฏิบัติที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: ภูมิทัศน์ภาษา, การเลือกภาษา, นโยบายภาษา, การท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ABSTRACT

The objective of this research was to analyze and compare the languages used on public and private sector place name signs in tourist attractions in Surat Thani Province, based on the linguistic landscape approach. Data were systematically collected by photographing 60 place name signs, equally divided between 30 public sector signs and 30 private sector signs, situated in 3 areas: (1) Talat Subdistrict, Mueang Surat Thani District, (2) Phum Rieng Subdistrict, Chaiya District, and (3) Bo Phut Subdistrict, Ko Samui District. The analysis focused on three aspects: (1) the number and variety of languages on the signs, (2) the language patterns based on Backhaus, and (3) the language salience based on Ben-Rafael. The results revealed that bilingual signs were the most common, followed sequentially by monolingual, trilingual, and quadrilingual signs. Public sector agencies predominantly employed monolingual Thai signs, whereas private sector agencies used bilingual Thai-English signs the most. Analysis of language patterns indicated that monophonic signs were most prevalent, followed by mixed, homophonic, and polyphonic signs. Public sector signs across all three study areas were predominantly monophonic, whereas private sector signs were mostly mixed. The language salience analysis indicated that Thai was the most prominent language, particularly on public sector signs in all 3 study areas, while English, Chinese, Korean, and Hebrew appeared more prominently on private sector signs in Bo Phut, Ko Samui. These findings demonstrated the different roles of languages appearing on public and private sector place name signs, reflecting government policies, social dimensions, and the influence of English and other foreign languages in shaping the linguistic landscape of tourist areas in Surat Thani Province. The findings may contribute to proposing linguistic landscape policies for tourist destinations or guidelines to support effective tourism development.

KEYWORDS: Linguistic Landscape, Language Choice, Language Policy, Surat Thani Tourism



บทนำ

การศึกษาภูมิทัศน์ภาษา (Linguistic Landscape) เป็นการศึกษาที่มุ่งวิเคราะห์ภาษาที่ปรากฏในพื้นที่สาธารณะ Landry and Bourhis (1997) กล่าวว่า ภาษาที่ปรากฏอยู่ในที่สาธารณะ บ้ายจรรจร บ้ายโฆษณา ชื่อถนน ชื่อสถานที่ บ้ายธุรกิจร้านค้า และป้ายสัญลักษณ์ต่าง ๆ บนอาคารหน่วยงานราชการ ล้วนแล้วแต่เป็นองค์ประกอบของภูมิทัศน์ภาษาซึ่งแสดงอาณาเขตพื้นที่หรือความเป็นกลุ่มของประชากรในเมืองนั้น ๆ การศึกษาภูมิทัศน์ภาษาจึงสามารถสะท้อนให้เห็นบริบทของพื้นที่ที่ศึกษา และอาจสะท้อนให้เห็นทัศนคติบางประการของคนในพื้นที่ที่ศึกษาได้เช่นกัน

Gorter (2006) กล่าวว่า ภูมิทัศน์ภาษาเป็นวิธีการศึกษาความเป็นพหุภาษาในพื้นที่สาธารณะ ภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะล้วนสะท้อนให้เห็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม อำนาจของภาษา นโยบายของรัฐกับแรงผลักดันจากภาคเอกชน สถานะทางสังคมของภาษาในพื้นที่นั้น ๆ และการต่อรองระหว่างกลุ่มผู้ใช้ภาษาในพื้นที่พหุวัฒนธรรม สอดคล้องกับที่ Landry and Bourhis (1997) เสนอว่า บ้ายสาธารณะมีหน้าที่สำคัญ 2 ประการ ได้แก่ หน้าที่ให้ข้อมูล (Informational Function) เป็นหน้าที่ที่เกิดจากความตั้งใจในการสื่อสารข้อมูลของผู้จัดทำ บ้ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชน และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Function) ซึ่งเป็นหน้าที่ในการถ่ายทอดความหมายทางวัฒนธรรม สะท้อนให้เห็นนโยบายของรัฐ และมีมิติทางสังคม

Ben-Rafael, Shohamy, Amara, and Trumper-Hecht (2006) เสนอโครงสร้างภูมิทัศน์ภาษา ซึ่งมีหลักการสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ การนำเสนอตัวตน ความสมเหตุสมผล ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ และอัตลักษณ์ของหมู่คณะ หลักการเหล่านี้ตอบย้ว่า ภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะไม่ได้เป็นเครื่องมือสื่อสารเท่านั้น แต่เป็นเครื่องหมายของอำนาจ อัตลักษณ์ และอุดมการณ์ภาษา

งานวิจัยของพรพิมล ศิวินา (Siwinda, 2020) ระบุว่า ภูมิทัศน์ภาษาหรือภาษาที่ปรากฏบนป้ายสาธารณะในพื้นที่ใดก็ตามย่อมสะท้อนให้เห็นสถานการณ์ภาษาในพื้นที่นั้น ทำนองเดียวกันกับจรรยา เสียงเย็น

(Seangyen, 2015) ที่กล่าวว่า การศึกษาภูมิทัศน์ภาษาทำให้เข้าใจสถานการณ์ทางภาษาที่ปรากฏอยู่ในพื้นที่ที่ศึกษา ทั้งนี้ ภาษาที่ใช้บนป้ายสาธารณะยังเป็นสิ่ง que แสดงให้เห็นความสำคัญและทัศนคติของกลุ่มบุคคลที่มีบทบาทต่อการเลือกใช้ภาษาบนป้ายเพื่อการสื่อสารในพื้นที่นั้น ๆ ได้อีกด้วย

ชุตติชล เอมดิษฐ์, ธนศักดิ์ ศิริคะเนรัตน์, สมิตรา มาคล้าย และเอกพล กันทอง (Aemdit, Sirikanerat, Maklai, and Kantong, 2023) กล่าวว่า การศึกษาภูมิทัศน์ภาษา (Linguistic Landscape) เป็นการศึกษาแบบรูปธรรมที่ทำให้เห็นชัดเจนว่า ภาษาใดโดดเด่นหรือมีอิทธิพลในชุมชน การวิเคราะห์ทางภูมิทัศน์ภาษายังสะท้อนให้เห็นการเลือกภาษา (Language Choice) ของคนในชุมชนอีกด้วย ดังแนวคิด Top-down และ Bottom-up ของ Ben-Rafael et al. (2006) ที่มีบทบาทสำคัญในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างภูมิทัศน์ภาษากับการเลือกภาษาในพื้นที่สาธารณะ ซึ่งสะท้อนทั้งอำนาจรัฐและเสียงของประชาชน บ้ายแบบ Top-down สร้างโดยหน่วยงานภาครัฐ มักใช้ภาษาตามนโยบายและกฎหมายทางภาษา ในขณะที่ บ้ายแบบ Bottom-up ที่สร้างโดยหน่วยงานภาคเอกชน มักเลือกใช้ภาษาตามความต้องการของผู้ประกอบการ และกลุ่มนักท่องเที่ยว จึงอาจกล่าวได้ว่าป้ายที่จัดทำโดยหน่วยงานภาครัฐแสดงภาพของภาษาในเชิงนโยบาย ส่วนป้ายที่จัดทำโดยหน่วยงานภาคเอกชน แสดงภาพของภาษาในเชิงปฏิบัติจริงของสังคม

งานวิจัยของ Huebner (2006) และ Backhaus (2007) ได้นำแนวคิด Top-down และ Bottom-up ไปใช้วิเคราะห์การเลือกภาษาบนป้ายสาธารณะ ผลการวิจัยสอดคล้องกันโดยพบว่า หน่วยงานภาครัฐเลือกใช้ภาษาตามกฎหมายและนโยบายภาษาของประเทศ ในขณะที่ภาคเอกชนเลือกภาษาอย่างยืดหยุ่นตามกลุ่มลูกค้าและเป้าหมายทางเศรษฐกิจ งานวิจัยของ Huebner (2006) ศึกษาภูมิทัศน์ภาษาในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า หน่วยงานภาครัฐเลือกใช้ภาษาไทยซึ่งเป็นภาษาราชการของประเทศเป็นหลัก ในขณะที่ป้ายหน่วยงานภาคเอกชน พบการเลือกภาษาแปรไปตามผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ และภาษาอังกฤษเป็นสัญลักษณ์ของความทันสมัยและ

ความเป็นสากล ทั้งนี้ งานวิจัยของ Backhaus (2007) ศึกษาภูมิทัศน์ภาษาในกรุงโตเกียว พบว่าภาษาญี่ปุ่นเป็นภาษาหลักบนป้ายสาธารณะทุกประเภท ทำหน้าที่แสดงอัตลักษณ์ท้องถิ่น และพบการปรากฏของภาษาอังกฤษบนป้ายหน่วยงานภาคเอกชนอย่างกว้างขวาง เพื่อสื่อสารกับชาวต่างชาติและสร้างภาพลักษณ์สากล นอกจากนี้ยังพบภาษาเกาหลี ภาษาจีน และภาษาฝรั่งเศส ในย่านการค้าและพื้นที่ท่องเที่ยว

งานวิจัยนี้สนใจศึกษาภูมิทัศน์ภาษาในแหล่งท่องเที่ยว ผลงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาภูมิทัศน์ภาษาในแหล่งท่องเที่ยวแสดงให้เห็นว่า การศึกษาภูมิทัศน์ภาษาเปรียบเสมือนกระจกสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างภาษา การสร้างอัตลักษณ์ พลวัตทางเศรษฐกิจ และอำนาจทางสังคมในพื้นที่ท่องเที่ยว งานวิจัยภูมิทัศน์ภาษาในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย เช่น ภูเก็ต พัทยา บางแสน เชียงใหม่ และกรุงเทพมหานคร จากงานวิจัยของ Choeirod & Chanthao (2023) Pathanasin (2025) Prasert & Zilli (2019) Rungswang (2023) Thongtong (2016) Huebner (2006) ต่างพบว่า ป้ายสาธารณะในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลายทางภาษา ป้ายสาธารณะส่วนใหญ่เป็นป้ายสองภาษา ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ โดยภาษาไทยยังคงครองบทบาทหลักบนป้ายสาธารณะ ภาษาอังกฤษมีบทบาทสำคัญในฐานะภาษากลาง (Lingua Franca) ในขณะที่ภาษาจีน ภาษารัสเซีย และภาษาต่างประเทศอื่นๆ เริ่มมีบทบาทเด่นในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะป้ายของหน่วยงานหรือกลุ่มธุรกิจภาคเอกชนที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ การเลือกใช้ภาษาและการจัดวางภาษาบนป้ายสาธารณะจึงไม่เพียงแต่สะท้อนการสื่อสารข้อมูลเท่านั้น แต่ยังเป็นสัญลักษณ์ของผู้ประกอบการทัศนคติทางภาษา และยุทธศาสตร์ทางการตลาดโดยรวมของพื้นที่ท่องเที่ยวด้วย

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการศึกษาภูมิทัศน์ภาษาในแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยยังไม่พบงานวิจัยใดที่มุ่งศึกษาภูมิทัศน์ภาษาในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงหลายแห่งกระจายอยู่ทั่วทุกอำเภอ แหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งมีเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นและมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (Ministry of Tourism and Sports, 2025) ได้เผยแพร่สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยในไตรมาสแรก (มกราคม – มีนาคม 2568) จำนวน 9.55 ล้านคน สร้างรายได้รวมกว่า 4.64 ล้านบาท โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศไทยมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวจีน มาเลเซีย รัสเซีย อินเดีย และเกาหลี ทั้งนี้ จังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นจังหวัดที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุดเป็นอันดับที่ 4 ของประเทศ

การศึกษาภูมิทัศน์ภาษาในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานีจึงเป็นแนวทางสำคัญที่ควรดำเนินการ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่มีชื่อเสียง และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี อำเภอไชยา และอำเภอเกาะสมุย เพื่อให้เกิดความเข้าใจบทบาทของภาษาและพลวัตของการใช้ภาษาในพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อสะท้อนให้เห็นนโยบายภาษา อัตลักษณ์ วัฒนธรรม มิตทางสังคม ซึ่งอาจนำไปสู่การวางแผนการกำหนดนโยบายภูมิทัศน์ภาษาเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ดีอันเกิดจากการสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ผ่านป้ายสาธารณะในจังหวัดสุราษฎร์ธานี หรือการกำหนดแนวปฏิบัติที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

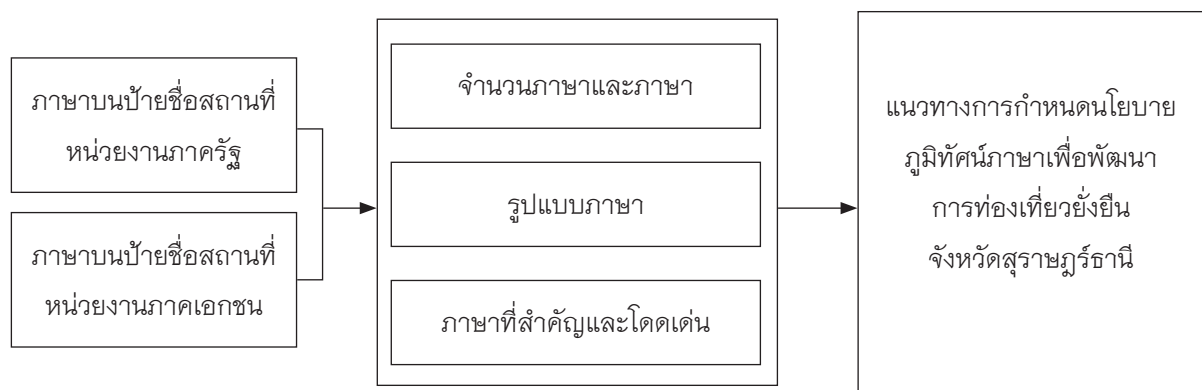


วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐและภาคเอกชนในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ 1) ตำบลตลาด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี 2) ตำบลพุมเรียง อำเภอไชยา และ 3) ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย ตามแนวภูมิทัศน์ภาษา

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้กรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวภูมิทัศน์ภาษาของ Ben-Rafael et al. (2006) ซึ่งจำแนกป้ายสาธารณะออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ป้ายที่จัดทำโดยหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชน ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล 3 ประเด็น ได้แก่ จำนวนภาษาและภาษาบนป้าย รูปแบบภาษาบนป้าย ตามเกณฑ์ของ Backhaus (2007) และภาษาที่มีความสำคัญและความโดดเด่นบนป้าย ตามเกณฑ์ของ Ben-Rafael et al. (2006)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ หรืองานวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ผู้วิจัยดำเนินการวิจัย ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง

ป้ายสาธารณะ ประเภทป้ายชื่อสถานที่ จำนวน 60 ป้าย จำแนกตามหน่วยงานที่จัดทำป้ายชื่อสถานที่ ได้แก่ ป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐ จำนวน 30 ป้าย และป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน จำนวน 30 ป้าย ที่ปรากฏในบริเวณพื้นที่ศึกษา ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ 1) ตำบลตลาด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี 2) ตำบลพุมเรียง อำเภอไชยา และ 3) ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการถ่ายภาพป้ายชื่อสถานที่บนถนนสายหลักในบริเวณพื้นที่ศึกษาทั้ง 3 แห่ง พื้นที่ละมากกว่า 100 ป้าย ด้วยกล้องถ่ายภาพ iPhone 16 Pro Max จากนั้นจึงดำเนินการกำหนดรหัสป้ายชื่อสถานที่ และคัดเลือกข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มเลือกป้ายชื่อสถานที่ที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแอปพลิเคชัน Roulette เพื่อให้มีจำนวนป้ายชื่อสถานที่เท่ากันทั้ง 3 พื้นที่ศึกษา พื้นที่ละ 20 ป้าย จำแนกเป็นป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐ พื้นที่ละ 10 ป้าย และป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน พื้นที่ละ 10 ป้าย รวมป้ายชื่อสถานที่ทั้งหมดที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้ จำนวน 60 ป้าย

ต่อไปผู้วิจัยจะแสดงภาพตัวอย่างป้ายชื่อสถานที่ ทั้งป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐ และป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน ในพื้นที่ศึกษาทั้ง 3 แห่ง



ภาพที่ 2 ตัวอย่างป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐ ต.ตลาด
อ.เมืองสุราษฎร์ธานี



ภาพที่ 5 ตัวอย่างป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน ต.ตลาด
อ.เมืองสุราษฎร์ธานี



ภาพที่ 3 ตัวอย่างป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐ ต.พุมเรียง
อ.ไชยา



ภาพที่ 6 ตัวอย่างป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน ต.พุมเรียง
อ.ไชยา



ภาพที่ 4 ตัวอย่างป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐ ต.บ่อผุด
อ.เกาะสมุย



ภาพที่ 7 ตัวอย่างป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน ต.บ่อผุด
อ.เกาะสมุย

วิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจำแนกการวิเคราะห์และการเปรียบเทียบข้อมูลในงานวิจัยนี้ออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ 1) จำนวนภาษาและภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ 2) รูปแบบภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ ตามเกณฑ์ของ Backhaus (2007) และ 3) ความสำคัญหรือความโดดเด่นของภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ ตามเกณฑ์ของ Ben-Rafael et al. (2006)

ทั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์และเปรียบเทียบข้อมูลป้ายชื่อสถานที่ ทั้งป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐ และป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน ในพื้นที่ศึกษา ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ 1) ตำบลตลาด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี 2) ตำบลพุมเรียง อำเภอไชยา และ 3) ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนภาษาบนป้ายชื่อสถานที่

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนภาษา โดยการนับจำนวนภาษาที่ปรากฏบนป้ายชื่อสถานที่ ทั้งป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐและป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน ในพื้นที่ศึกษา ทั้ง 3 แห่ง โดยเกณฑ์การนับจำนวนภาษาที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ คือ นับจำนวนภาษาทั้งหมดที่ปรากฏบนป้ายชื่อสถานที่ โดยไม่นับข้อความที่เป็นเครื่องหมายทางการค้า เช่น Coca-Cola หรือเครื่องหมายรับรองทางศาสนา เช่น เครื่องหมายฮาลาล หรืออักษรย่อต่าง ๆ เป็นต้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนภาษาและภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จำนวนภาษา	จำนวนป้าย	ร้อยละ	ภาษา	จำนวนป้าย	ร้อยละ
หนึ่งภาษา	25	41.7	ไทย	24	40.0
			อังกฤษ	1	1.7
สองภาษา	28	46.6	ไทย-อังกฤษ	21	35.0
			ไทย-จีน	3	5.0
			ไทย-ฮิบรู	1	1.7
			ไทย-อาหรับ	1	1.7
			อังกฤษ-จีน	1	1.7
			อังกฤษ-ฮิบรู	1	1.7
สามภาษา	6	10.0	ไทย-อังกฤษ-จีน	5	8.3
			ไทย-อังกฤษ-เกาหลี	1	1.7
สี่ภาษา	1	1.7	ไทย-อังกฤษ-จีน-รัสเซีย	1	1.7
รวม	60	100	รวม	60	100

ตารางที่ 1 แสดงให้เห็นการปรากฏของป้ายหนึ่งภาษา ป้ายสองภาษา ป้ายสามภาษา และป้ายสี่ภาษา ในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดสุราษฎร์ธานี รายละเอียดดังต่อไปนี้

ป้ายหนึ่งภาษา

พบการปรากฏของป้ายหนึ่งภาษา จำนวน 25 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 41.7 จำแนกเป็นป้ายภาษาไทยภาษาเดียว และป้ายภาษาอังกฤษภาษาเดียว





ภาพที่ 8 ตัวอย่างป้ายหนึ่งภาษา

ป้ายสองภาษา

พบการปรากฏของป้ายสองภาษามากที่สุดจำนวน 28 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 46.6 จำแนกเป็นป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ รองลงมา คือ ป้ายภาษาไทย-ภาษาจีน ป้ายภาษาไทย-ภาษาฮิบรู ป้ายภาษาไทย-ภาษาอาหรับ ป้ายภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน และป้ายภาษาอังกฤษ-ภาษาฮิบรู



ภาพที่ 9 ตัวอย่างป้ายสองภาษา



ภาพที่ 10 ตัวอย่างป้ายสามภาษา

ป้ายสี่ภาษา

พบการปรากฏของป้ายสี่ภาษา จำนวน 1 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 1.7 ได้แก่ ป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษารัสเซีย



ภาพที่ 11 ตัวอย่างป้ายสี่ภาษา

ตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ป้ายหนึ่งภาษาที่พบมากที่สุด คือ ป้ายภาษาไทยภาษาเดียว จำนวน 24 ป้าย รองลงมา คือ ป้ายภาษาอังกฤษภาษาเดียว จำนวน 1 ป้าย ป้ายสองภาษาที่พบมากที่สุด คือ ป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ จำนวน 21 ป้าย รองลงมา คือ ป้ายภาษาไทย-ภาษาจีน จำนวน 3 ป้าย ป้ายสามภาษาที่พบมากที่สุด คือ ป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน จำนวน 5 ป้าย รองลงมา คือ ป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาเกาหลี จำนวน 1 ป้าย และป้ายสี่ภาษาที่พบในงานวิจัยนี้ จำนวน 1 ป้าย เป็นป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษารัสเซีย

เมื่อพิจารณาข้อมูลจำนวนภาษาและภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามหน่วยงานที่จัดทำป้ายชื่อสถานที่ ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานภาคเอกชน และจำแนกตามพื้นที่ศึกษา 3 แห่ง ได้แก่ 1) ตำบลตลาด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี 2) ตำบลพุมเรียง อำเภอไชยา และ 3) ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย พบการปรากฏของจำนวนภาษาและภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ ดังแสดงในตารางที่ 2

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบการปรากฏของป้ายหนึ่งภาษา ป้ายสองภาษา และป้ายสามภาษา ทั้งในกลุ่มป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐ และป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน ในทุกพื้นที่ศึกษา ในขณะที่พบการปรากฏของป้ายสี่ภาษา

เฉพาะกลุ่มป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน ในพื้นที่ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุยเท่านั้น

ป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐ

เมื่อพิจารณาข้อมูลจำนวนภาษาและภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐ พบการปรากฏของป้ายภาษาไทย ภาษาเดียวจำนวนมากที่สุด จำนวน 16 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 53.3 พื้นที่ศึกษาที่พบป้ายภาษาไทยภาษาเดียวมากที่สุด ได้แก่ ตำบลพุมเรียง อำเภอไชยา จำนวน 7 ป้าย รองลงมา คือ ตำบลตลาด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำนวน 5 ป้าย และตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย จำนวน 4 ป้าย ตามลำดับ

นอกจากป้ายภาษาไทยภาษาเดียวแล้ว ผู้วิจัยยังพบการปรากฏของป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐสองภาษา และสามภาษา ป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐสองภาษา ได้แก่ ป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ จำนวน 13 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 43.4 พื้นที่ศึกษาที่พบป้ายสองภาษา ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ มากที่สุด ได้แก่ ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย จำนวน 6 ป้าย รองลงมา คือ ตำบลตลาด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำนวน 4 ป้าย และตำบลพุมเรียง อำเภอไชยา จำนวน 3 ป้าย ตามลำดับ

นอกจากนี้ ยังพบการปรากฏของป้ายชื่อสถานที่ของรัฐสามภาษา ในพื้นที่ตำบลตลาด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ได้แก่ ป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน จำนวน 1 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 3.3

ป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน

เมื่อพิจารณาข้อมูลจำนวนภาษาและภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน พบการปรากฏของป้ายสองภาษามากที่สุด จำนวน 15 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 50.0 พื้นที่ศึกษาที่พบป้ายสองภาษามากที่สุด ได้แก่ ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย จำนวน 6 ป้าย จำแนกเป็นป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ จำนวน 3 ป้าย ป้ายภาษาไทย-ภาษาอาหรับ จำนวน 1 ป้าย ป้ายภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน จำนวน 1 ป้าย ป้ายภาษาไทย-ภาษาฮิบรู จำนวน 1 ป้าย และป้ายภาษาจีน-ภาษาฮิบรู จำนวน 1 ป้าย

พื้นที่ศึกษาที่พบการปรากฏของป้ายสองภาษาเป็นอันดับรองลงมา คือ ตำบลตลาด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำนวน 5 ป้าย จำแนกเป็นป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ จำนวน 3 ป้าย และป้ายภาษาไทย-ภาษาจีน จำนวน 2 ป้าย และพบการปรากฏของป้ายสองภาษาในพื้นที่ตำบลพุมเรียง อำเภอไชยา จำนวน 2 ป้าย จำแนกเป็นป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ จำนวน 1 ป้าย และป้ายภาษาไทย-ภาษาอาหรับ จำนวน 1 ป้าย



ตารางท่ 2 จำนวนภาษาและภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ จำนวนตามหน่วยงานที่จัดทำป้ายและพื้นที่ศึกษา

หน่วยงานภาครัฐ										หน่วยงานภาคเอกชน				
จำนวน ภาษา	จำนวน ป้าย (ร้อยละ)	ภาษา	จำนวนป้าย (ร้อยละ)				จำนวน ป้าย (ร้อยละ)	ภาษา	จำนวนป้าย (ร้อยละ)					
			เมือง	ไชยา	เกาะสมุย	รวม			เมือง	ไชยา	เกาะสมุย	รวม		
หนึ่งภาษา	16 (53.3)	ไทย	5 (50.0)	7 (70.0)	4 (40.0)	16 (53.3)	9 (30.0)	ไทย	3 (30.0)	5 (50.0)	-	8 (26.7)		
		อังกฤษ	-	-	-	-		อังกฤษ	-	1 (10.0)	-	1 (3.3)		
สองภาษา	13 (43.4)	ไทย-อังกฤษ	4 (40.0)	3 (30.0)	6 (60.0)	13 (43.3)	15 (50.0)	ไทย-อังกฤษ	2 (20.0)	3 (30.0)	3 (30.0)	8 (26.7)		
		ไทย-จีน	-	-	-	-		ไทย-จีน	3 (30.0)	-	-	3 (10.0)		
		ไทย-ฮิบรู	-	-	-	-		ไทย-ฮิบรู	-	-	1 (10.0)	1 (3.3)		
		ไทย-อาหรับ	-	-	-	-		ไทย-อาหรับ	-	1 (10.0)	-	1 (3.3)		
		อังกฤษ-จีน	-	-	-	-		อังกฤษ-จีน	-	-	1 (10.0)	1 (3.3)		
		อังกฤษ-ฮิบรู	-	-	-	-		อังกฤษ-ฮิบรู	-	-	1 (10.0)	1 (3.3)		
สามภาษา	1 (3.3)	ไทย-อังกฤษ-จีน	1 (10.0)	-	-	1 (3.3)	5 (16.7)	ไทย-อังกฤษ-จีน	2 (20.0)	-	2 (20.0)	4 (13.3)		
		ไทย-อังกฤษ-เกาหลี	-	-	-	-		ไทย-อังกฤษ-เกาหลี	-	-	1 (10.0)	1 (3.3)		
สี่ภาษา	-	ไทย-อังกฤษ-จีน-รัสเซีย	-	-	-	-	1 (3.3)	ไทย-อังกฤษ-จีน-รัสเซีย	-	-	1 (10.0)	1 (3.3)		
รวม	30	รวม	10	10	10	30	30	รวม	10	10	10	30		

นอกจากป้ายสองภาษาแล้ว ผู้วิจัยพบการปรากฏของป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชนหนึ่งภาษา สามภาษา และสี่ภาษา ป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน จำนวน 9 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 30.0 จำแนกเป็นป้ายภาษาไทยภาษาเดียว จำนวน 8 ป้าย และป้ายภาษาอังกฤษภาษาเดียว จำนวน 1 ป้าย พื้นที่ที่พบป้ายภาษาไทยภาษาเดียวมากที่สุด ได้แก่ ตำบลพุมเรียง อำเภอไชยา จำนวน 5 ป้าย รองลงมา คือ ตำบลตลาด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำนวน 3 ป้าย ทั้งนี้ ไม่พบป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชนภาษาไทยภาษาเดียวในพื้นที่ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย นอกจากนี้ยังพบการปรากฏของป้ายภาษาอังกฤษภาษาเดียวในพื้นที่ตำบลพุมเรียง อำเภอไชยา จำนวน 1 ป้าย

ผู้วิจัยพบการปรากฏของป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชนสามภาษา จำนวน 5 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 16.7 ป้าย ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน จำนวน 4 ป้าย จำแนกเป็นป้ายสามภาษาที่พบในพื้นที่ตำบลตลาด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำนวน 2 ป้าย และตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย จำนวน 2 ป้าย และพบการปรากฏของป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาเกาหลี จำนวน 1 ป้าย ในพื้นที่ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย

นอกจากนี้ยังพบป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชนสี่ภาษา จำนวน 1 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 3.3 ได้แก่ ป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษารัสเซีย ในพื้นที่ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบภาษาบนป้ายชื่อสถานที่

ผู้วิจัยเลือกใช้เกณฑ์การวิเคราะห์รูปแบบภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ของ Backhaus (2007 อ้างถึงใน พรพิมล ศิวินา (Siwina, 2020)) ซึ่งจำแนกรูปแบบการเขียนภาษาบนป้ายสาธารณะออกเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้

รูปแบบที่ 1 การเขียนแบบพ้องความหมาย (Homophonic) คือ การแปลแบบตรงตัวของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย หรือการเขียนทับศัพท์

รูปแบบที่ 2 การเขียนแบบปนภาษา (Mixed) คือ การแปลหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน ทั้งนี้ การแปลข้อความบางส่วนของภาษาที่ปรากฏบนป้ายในรูปแบบนี้อาจเรียกว่า การแปลบางส่วน (Partial translation) ตามที่พรพิมล ศิวินา (Siwina, 2020) ให้นิยามว่าเป็นการนำเสนอข้อความหลายภาษาที่ข้อความแต่ละภาษาบนป้ายมีความหมายเหมือนกันเพียงบางส่วน

รูปแบบที่ 3 การเขียนแบบหลายภาษา (Polyphonic) คือ การเขียนข้อความที่แต่ละภาษาไม่มีความหมายตรงกัน

รูปแบบที่ 4 การเขียนแบบหนึ่งภาษา (Monophonic) คือ การเขียนโดยใช้ภาษาเพียงหนึ่งภาษา

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์รูปแบบภาษาที่ปรากฏบนป้ายชื่อสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยไม่ได้จำแนกตามพื้นที่ศึกษา และไม่ได้จำแนกตามหน่วยงานที่จัดทำป้ายชื่อสถานที่ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 รูปแบบภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดสุราษฎร์ธานี

รูปแบบภาษา	จำนวนป้าย	ร้อยละ
การเขียนแบบพ้องความหมาย	14	23.3
การเขียนแบบปนภาษา	16	26.7
การเขียนแบบหลายภาษา	5	8.3
การเขียนแบบหนึ่งภาษา	25	41.7
รวม	60	100.0

ปีงบประมาณ พ.ศ. 21 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2568

ตารางที่ 3 แสดงให้เห็นภาพรวมของรูปแบบภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากจำนวนป้ายชื่อสถานที่ทั้งหมดที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้ จำนวน 60 ป้าย โดยไม่ได้จำแนกตามพื้นที่ศึกษา และไม่ได้จำแนกตามหน่วยงานที่จัดทำป้ายชื่อสถานที่ พบการปรากฏของรูปแบบภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี ทั้ง 4 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบการเขียนแบบพ้องความหมาย รูปแบบการเขียนแบบปนภาษา รูปแบบการเขียนแบบหลายภาษา และรูปแบบการเขียนแบบหนึ่งภาษา

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า รูปแบบภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ที่พบมากที่สุด คือ รูปแบบการเขียนแบบหนึ่งภาษา จำนวน 25 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมา คือ รูปแบบการเขียนแบบปนภาษา จำนวน 16 ป้าย

คิดเป็นร้อยละ 26.7 รูปแบบการเขียนแบบพ้องความหมาย จำนวน 14 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 23.3 และรูปแบบภาษาที่พบน้อยที่สุด คือ รูปแบบการเขียนแบบหลายภาษา จำนวน 5 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 8.3

เมื่อพิจารณาข้อมูลรูปแบบภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามหน่วยงานที่จัดทำป้ายชื่อสถานที่ ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานภาคเอกชน และจำแนกตามพื้นที่ศึกษา 3 แห่ง ได้แก่ 1) ตำบลตลาด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี 2) ตำบลพุมเรียง อำเภอไชยา และ 3) ตำบลปอผุด อำเภอเกาะสมุย พบการปรากฏของรูปแบบภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ จำแนกตามหน่วยงานที่จัดทำป้ายและพื้นที่ศึกษา

รูปแบบภาษา	ภาครัฐ			รวม	ภาคเอกชน			รวม
	เมือง	ไชยา	เกาะสมุย		เมือง	ไชยา	เกาะสมุย	
การเขียนแบบพ้องความหมาย	4 (40.0)	–	4 (40.0)	8 (26.7)	3 (30.0)	1 (10.0)	2 (20.0)	6 (20.0)
การเขียนแบบปนภาษา	1 (10.0)	3 (30.0)	2 (20.0)	6 (20.0)	2 (20.0)	2 (20.0)	6 (60.0)	10 (33.3)
การเขียนแบบหลายภาษา	–	–	–	–	2 (20.0)	1 (10.0)	2 (20.0)	5 (16.7)
การเขียนแบบหนึ่งภาษา	5 (50.0)	7 (70.0)	4 (40.0)	16 (53.3)	3 (30.0)	6 (60.0)	–	9 (30.0)
รวม	10	10	10	30	10	10	10	30

ตารางที่ 4 แสดงให้เห็นรูปแบบภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ จำแนกตามหน่วยงานที่จัดทำป้าย และพื้นที่ศึกษา ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบการปรากฏของรูปแบบภาษาตามเกณฑ์ของ Backhaus (2007) จำนวน 3 รูปแบบบนป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐ ได้แก่ รูปแบบการเขียนแบบพ้องความหมาย รูปแบบการเขียนแบบปนภาษา และรูปแบบการเขียนแบบหนึ่งภาษา และพบรูปแบบภาษาตามเกณฑ์ของ Backhaus (2007) จำนวน 4 รูปแบบบนป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน ได้แก่ รูปแบบการเขียน

แบบพ้องความหมาย รูปแบบการเขียนแบบปนภาษา รูปแบบการเขียนแบบหลายภาษา และรูปแบบการเขียนแบบหนึ่งภาษา ในพื้นที่ศึกษาทั้ง 3 แห่ง

ป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐ

เมื่อพิจารณาข้อมูลรูปแบบภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐ จากตารางที่ 4 พบการปรากฏของรูปแบบการเขียนแบบหนึ่งภาษา (Monophonic) มากที่สุด จำนวน 16 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 53.3 พื้นที่ศึกษาที่พบรูปแบบการเขียนแบบหนึ่งภาษามากที่สุด ได้แก่ ตำบลพุมเรียง อำเภอไชยา จำนวน 7 ป้าย รองลงมา คือ ตำบลตลาด อำเภอ

เมืองสุราษฎร์ธานี จำนวน 5 บ้าย และตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย จำนวน 4 บ้าย ตามลำดับ



ภาพที่ 12 ตัวอย่างป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐที่มีรูปแบบการเขียนแบบหนึ่งภาษา

ภาพที่ 12 เป็นป้ายภาษาไทยภาษาเดียว ปรากฏข้อความ “ที่ว่าการอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี”

รูปแบบภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐที่พบในลำดับรองลงมา ได้แก่ การเขียนแบบพ้องความหมาย (Homophonic) ซึ่งหมายถึง การแปลแบบตรงตัวของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย หรือการเขียนทับศัพท์ จำนวน 8 บ้าย คิดเป็นร้อยละ 26.7 พื้นที่ศึกษาที่พบรูปแบบการเขียนแบบพ้องความหมายมากที่สุด คือ พื้นที่ตำบลตลาด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำนวน 4 บ้าย และตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย จำนวน 4 บ้าย ไม่พบรูปแบบการเขียนแบบพ้องความหมาย (Polyphonic) ในพื้นที่ตำบลพุมเรียง อำเภอไชยา



ภาพที่ 13 ตัวอย่างป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐที่มีรูปแบบการเขียนแบบพ้องความหมาย

ภาพที่ 13 เป็นป้ายสองภาษา ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ ปรากฏข้อความ “สำนักงานอัยการภาค 8” “Office of Region Public Prosecution, Region 8” ใช้รูปแบบการแปลแบบตรงตัวของทุกข้อความทั้งสองภาษาที่ปรากฏบนป้าย

รูปแบบการเขียนแบบปนภาษา (Mixed) คือ การแปลหรือการเขียนทับศัพท์ข้อความบางส่วน หรืออาจเรียกว่าการแปลในรูปแบบนี้ว่า การแปลบางส่วน (Partial translation) เป็นรูปแบบการเขียนที่พบบนป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐน้อยที่สุด จำนวน 6 บ้าย คิดเป็นร้อยละ 20.0 พื้นที่ศึกษาที่พบการปรากฏของรูปแบบการเขียนแบบปนภาษามากที่สุด ได้แก่ ตำบลพุมเรียง อำเภอไชยา จำนวน 3 บ้าย รองลงมา คือ ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย จำนวน 2 บ้าย และตำบลตลาด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำนวน 1 บ้าย ตามลำดับ



ภาพที่ 14 ตัวอย่างป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐที่มีรูปแบบการเขียนแบบปนภาษา

ภาพที่ 14 เป็นป้ายสองภาษา ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ ปรากฏข้อความ “วิทยาลัยเทคนิคสุราษฎร์ธานี” “SURATTHANI TECHNICAL COLLEGE” และ “สถาบันการอาชีวศึกษาภาคใต้ สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ” ใช้รูปแบบการแปลแบบปนภาษาหรือการแปลบางส่วนเท่านั้น ส่วนที่ไม่ได้แปลคือข้อความ “สถาบันการอาชีวศึกษาภาคใต้ สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ”

ป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน

เมื่อพิจารณาข้อมูลรูปแบบภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน จากตารางที่ 4 พบการปรากฏของรูปแบบการเขียนแบบพหุภาษามากที่สุด จำนวน 10 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 33.3

พื้นที่ศึกษาที่พบการปรากฏของรูปแบบการเขียนแบบพหุภาษาบนป้ายสถานที่ภาคเอกชนมากที่สุด ได้แก่ ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย จำนวน 6 ป้าย รองลงมา คือ ตำบลพุมเรียง อำเภอไชยา จำนวน 2 ป้าย และตำบลตลาด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำนวน 1 ป้าย ตามลำดับ



ภาพที่ 15 ตัวอย่างป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชนที่มีรูปแบบการเขียนแบบพหุภาษา

ภาพที่ 15 เป็นป้ายสี่ภาษา ภาษาไทย- ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษารัสเซีย ปรากฏข้อความ “แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ” “Currency Exchange” “货币兑换” และ “Обмен валюты” ซึ่งมีความหมายเดียวกัน คือ การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ส่วนข้อความที่ไม่ได้แปล คือ ข้อความ “Better Rate” ภาพที่ 14 จึงแสดงให้เห็นการใช้รูปแบบการแปลแบบพหุภาษาหรือการแปลบางส่วนเท่านั้น ไม่ได้แปลทุกข้อความบนป้าย

รูปแบบภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชนที่พบในลำดับรองลงมา ได้แก่ รูปแบบการเขียนหนึ่งภาษา จำนวน 9 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 30.0 พื้นที่ศึกษาที่พบรูปแบบการเขียนแบบหนึ่งภาษาบนป้ายสถานที่ภาคเอกชนมากที่สุด ได้แก่ ตำบลพุมเรียง อำเภอไชยา จำนวน 6 ป้าย รองลงมา คือ ตำบลตลาด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำนวน 3 ป้าย ทั้งนี้ ไม่พบการปรากฏของรูปแบบการเขียนหนึ่งภาษาบนป้ายสถานที่ภาคเอกชนในพื้นที่ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย



ภาพที่ 16 ตัวอย่างป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชนที่มีรูปแบบการเขียนแบบหนึ่งภาษา

ภาพที่ 16 เป็นป้ายภาษาอังกฤษภาษาเดียว ปรากฏข้อความ “SUNRISE CAFE”

รูปแบบการเขียนแบบพ้องความหมาย หมายถึงการแปลแบบตรงตัวของทุกข้อความในทุกภาษาที่ปรากฏบนป้าย หรือการเขียนทับศัพท์ เป็นรูปแบบการเขียนภาษาบนป้ายที่พบการปรากฏในลำดับถัดมา จำนวน 6 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 20.0 พื้นที่ศึกษาที่พบรูปแบบการเขียนแบบพ้องความหมายมากที่สุดบนป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน คือ พื้นที่ตำบลตลาด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำนวน 3 ป้าย รองลงมา คือ ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย จำนวน 2 ป้าย และตำบลพุมเรียง อำเภอไชยา จำนวน 1 ป้าย ตามลำดับ



ภาพที่ 17 ตัวอย่างป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชนที่มีรูปแบบการเขียนแบบพ้องความหมาย

ภาพที่ 17 เป็นป้ายสองภาษา ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ ปรากฏข้อความ “จอย เรสซิเดนส์” และ “Joy Residence” ใช้รูปแบบการแปลแบบตรงตัวของทุกข้อความ ทั้งสองภาษาที่ปรากฏบนป้าย หรือการเขียนทับศัพท์

รูปแบบการเขียนแบบหลายภาษา (Polyphonic) เป็นรูปแบบการเขียนที่พบบนป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชนน้อยที่สุด จำนวน 5 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 16.7 พื้นที่ศึกษาที่พบการปรากฏของรูปแบบการเขียนแบบหลายภาษามากที่สุด ได้แก่ ตำบลตลาด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำนวน 2 ป้าย และตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย จำนวน 2 ป้าย และพบการปรากฏของรูปแบบการเขียนแบบหลายภาษาน้อยที่สุดในพื้นที่ตำบลพุมเรียง อำเภอไชยา จำนวน 1 ป้าย



ภาพที่ 18 ตัวอย่างป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชนที่มีรูปแบบการเขียนแบบหลายภาษา

ภาพที่ 18 เป็นป้ายสองภาษา ภาษาไทย-ภาษาจีน ปรากฏข้อความ “พี.พี.เพ็ทช็อป” หมายถึง ร้านขายอาหารและอุปกรณ์สำหรับสัตว์ และข้อความ “生意興隆” หมายถึง “ค้าขายรุ่งเรือง” ภาพที่ 18 จึงเป็นป้ายสองภาษาที่ใช้รูปแบบการเขียนแบบหลายภาษา (Polyphonic) ซึ่งหมายถึง การเขียนข้อความที่แต่ละภาษาไม่มีความหมายตรงกันบนป้าย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสำคัญหรือโดดเด่นของภาษาบนป้ายชื่อสถานที่

Ben-Rafael et al. (2006) กล่าวว่า การเลือกภาษาบนป้ายสามารถจำแนกบทบาทที่แตกต่างกันของภาษาในสังคมได้ โดยบทบาทที่ต่างกันสะท้อนให้เห็นจากตำแหน่ง ขนาด สี หรือแบบอักษรของภาษาบนป้าย ดังนั้น ภาษาที่ปรากฏในลำดับแรกหรือมีขนาดใหญ่ย่อมแสดงให้เห็นว่าภาษานั้นมีความสำคัญและโดดเด่นมากกว่าภาษาอื่นในป้าย

ผู้วิจัยวิเคราะห์ความสำคัญหรือความโดดเด่นของภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี ตามเกณฑ์ของ Ben-Rafael et al. (2006) โดยการวิเคราะห์ว่า ภาษาใดบนป้ายชื่อสถานที่ทั้งป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐ และป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน ในพื้นที่ศึกษาทั้ง 3 แห่ง ที่มีความโดดเด่นที่สุด โดยพิจารณาจากตำแหน่ง ขนาด สี หรือแบบอักษรบนป้าย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสำคัญหรือความโดดเด่นของภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยไม่ได้จำแนกตามพื้นที่ศึกษา และไม่ได้จำแนกตามหน่วยงานที่จัดทำป้ายชื่อสถานที่ดังแสดงในตารางที่ 5



ตารางที่ 5 ภาษาที่มีความสำคัญและโดดเด่นที่สุดบนป้ายชื่อสถานที่

ภาษาที่มีความสำคัญและโดดเด่นที่สุดบนป้ายชื่อสถานที่	จำนวนป้าย	ร้อยละ
ภาษาไทย	46	76.6
ภาษาอังกฤษ	9	15.0
ภาษาจีน	3	5.0
ภาษาเกาหลี	1	1.7
ภาษาฮิบรู	1	1.7
รวม	60	100.0

ตารางที่ 5 แสดงให้เห็นภาพรวมของภาษาที่มีความสำคัญและโดดเด่นที่สุดบนป้ายชื่อสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี จากจำนวนป้ายชื่อสถานที่ทั้งหมดที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้ จำนวน 60 ป้าย โดยไม่ได้จำแนกตามพื้นที่ศึกษา และไม่ได้จำแนกตามหน่วยงานที่จัดทำป้ายชื่อสถานที่

ตารางที่ 5 แสดงให้เห็นการปรากฏของภาษาที่มีความสำคัญและโดดเด่นที่สุดบนป้ายชื่อสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดสุราษฎร์ธานี เรียงลำดับจากภาษาที่ปรากฏมากที่สุด ได้แก่ ภาษาไทย จำนวน 46 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 76.6 ภาษาอังกฤษ จำนวน 9 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 15.0 ภาษาจีน จำนวน 3 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 5.0 ภาษาเกาหลี จำนวน 1 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 1.7 และภาษาฮิบรู จำนวน 1 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 1.7

เมื่อพิจารณาข้อมูลภาษาที่มีความสำคัญและโดดเด่นที่สุดบนป้ายชื่อสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามหน่วยงานที่จัดทำป้ายชื่อสถานที่

ที่ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานภาคเอกชน และจำแนกตามพื้นที่ศึกษา 3 แห่ง ได้แก่ 1) ตำบลตลาด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี 2) ตำบลพุมเรียง อำเภอไชยา และ 3) ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย พบการปรากฏของภาษาที่มีความสำคัญและโดดเด่นที่สุดบนป้ายชื่อสถานที่ ดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงให้เห็นภาษาที่มีความสำคัญและโดดเด่นที่สุดบนป้ายชื่อสถานที่ จำแนกตามหน่วยงานที่จัดทำป้าย และพื้นที่ศึกษา ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ภาษาไทยเป็นภาษาเดียวที่มีความสำคัญและโดดเด่นที่สุดบนป้ายชื่อสถานที่ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในพื้นที่ศึกษาทั้ง 3 แห่ง โดยไม่พบการปรากฏของภาษาอื่นที่มีความโดดเด่นกว่าภาษาไทยบนป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบการปรากฏของภาษาอื่นที่มีความโดดเด่นกว่าภาษาไทยบนป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน จำนวน 4 ภาษา ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาเกาหลี และภาษาฮิบรู

ตารางที่ 6 ภาษาที่มีความสำคัญและโดดเด่นที่สุดบนป้ายชื่อสถานที่ จำแนกตามหน่วยงานที่จัดทำป้ายและพื้นที่ศึกษา

ภาษาที่มีความสำคัญและโดดเด่นที่สุดบนป้ายชื่อสถานที่	ภาครัฐ			รวม	ภาคเอกชน			รวม
	เมือง	ไชยา	เกาะสมุย		เมือง	ไชยา	เกาะสมุย	
ภาษาไทย	10 (100.0)	10 (100.0)	10 (100.0)	30 (100.0)	7 (70.0)	7 (70.0)	2 (20.0)	16 (53.4)
ภาษาอังกฤษ	-	-	-	-	2 (20.0)	3 (30.0)	4 (40.0)	9 (30.0)
ภาษาจีน	-	-	-	-	1 (10.0)	-	2 (20.0)	3 (10.0)
ภาษาเกาหลี	-	-	-	-	-	-	1 (10.0)	1 (3.3)
ภาษาฮิบรู	-	-	-	-	-	-	1 (10.0)	1 (3.3)
รวม	10	10	10	30	10	10	10	30

ป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐ

เมื่อพิจารณา ตารางที่ 6 ซึ่งแสดงข้อมูลภาษาที่มีความสำคัญและโดดเด่นที่สุดบนป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐ พบว่า ภาษาไทยเป็นภาษาเดียวที่มีความสำคัญและโดดเด่นที่สุดบนป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐ ในพื้นที่ศึกษาทั้ง 3 พื้นที่ จำนวน 30 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 100



ภาพที่ 19 ตัวอย่างป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐที่ภาษาไทยมีความสำคัญและโดดเด่นที่สุด

ภาพที่ 19 เป็นป้ายสองภาษา ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ ปรากฏข้อความ “การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จังหวัดสุราษฎร์ธานี” และ “PROVINCIAL ELECTRICITY AUTHORITY SURATTHANI” ซึ่งเห็นได้อย่างชัดเจนว่าภาษาไทยมีความโดดเด่นกว่าภาษาอังกฤษ ทั้งตำแหน่ง ขนาด สี และแบบอักษรของภาษาบนป้าย

ป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน

เมื่อพิจารณาตารางที่ 6 ซึ่งแสดงข้อมูลภาษาที่มีความสำคัญและโดดเด่นที่สุดบนป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน พบว่า ภาษาไทยเป็นภาษาที่มีความสำคัญและโดดเด่นที่สุด จำนวน 16 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 53.4 รองลงมา ได้แก่ ภาษาอังกฤษ จำนวน 9 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 30.0 ภาษาจีน จำนวน 3 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 10.0 ภาษาเกาหลี จำนวน 1 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 3.3 และภาษาฮิบรู จำนวน 1 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 3.3

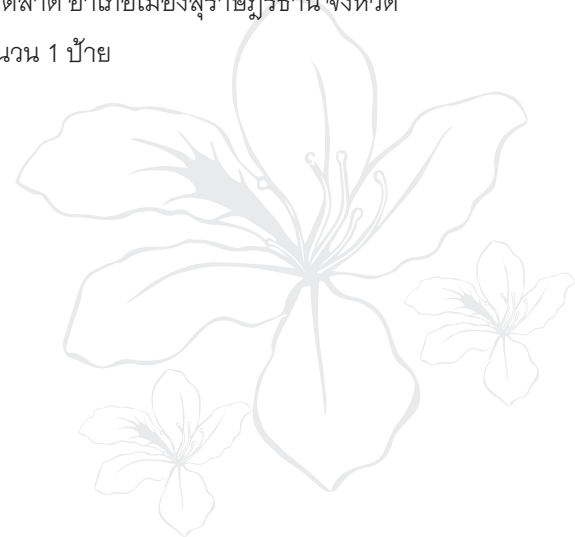
พื้นที่ศึกษาที่พบการปรากฏของภาษาไทยเป็นภาษาที่มีความสำคัญและโดดเด่นบนป้ายสถานที่ภาคเอกชนมากที่สุด ได้แก่ ตำบลตลาด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี และตำบลพุมเรียง อำเภอไชยา จำนวนพื้นที่ละ 7 ป้าย ในขณะที่ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย เป็นพื้นที่ที่พบการปรากฏของภาษาไทยเป็นภาษาที่มีความสำคัญและโดดเด่นน้อยที่สุดบนป้ายสถานที่ภาคเอกชน จำนวน 2 ป้าย



ภาพที่ 20 ตัวอย่างป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชนที่ภาษาไทยมีความสำคัญและโดดเด่นที่สุด

ภาพที่ 20 เป็นป้ายสองภาษา ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ ปรากฏข้อความ “จอย เรสซิเดนส์” และ “Joy Residence” ซึ่งเห็นได้อย่างชัดเจนว่าภาษาไทยมีความโดดเด่นกว่าภาษาอังกฤษ ทั้งตำแหน่ง ขนาด และแบบอักษรของภาษาบนป้าย

พื้นที่ศึกษาที่พบการปรากฏของภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่มีความสำคัญและโดดเด่นบนป้ายสถานที่ภาคเอกชนมากที่สุด ได้แก่ ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย จำนวน 4 ป้าย ตำบลพุมเรียง อำเภอไชยา จำนวน 3 ป้าย และตำบลตลาด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 1 ป้าย





ภาพที่ 21 ตัวอย่างป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชนที่ภาษาอังกฤษมีความสำคัญและโดดเด่นที่สุด

ภาพที่ 21 เป็นป้ายสองภาษา ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ ปรากฏข้อความ “บลูชีพคาเฟ่” และ “BLUE Sheep CAFE” ซึ่งเห็นได้อย่างชัดเจนว่าภาษาอังกฤษมีความโดดเด่นกว่าภาษาไทย ทั้งขนาดและแบบอักษรของภาษาบนป้าย ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาตำแหน่งของภาษาจะพบว่าภาษาไทยวางอยู่เหนือภาษาอังกฤษ

พื้นที่ศึกษาที่พบการปรากฏของภาษาจีน เป็นภาษาที่มีความสำคัญและโดดเด่นบนป้ายสถานที่ภาคเอกชนมากที่สุด ได้แก่ ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย จำนวน 2 ป้าย และตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 1 ป้าย ทั้งนี้ ไม่พบการปรากฏของภาษาจีนเป็นภาษาที่มีความสำคัญและโดดเด่นบนป้ายสถานที่ภาคเอกชนในพื้นที่ตำบลพุมเรียง อำเภอไชยา



ภาพที่ 22 ตัวอย่างป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชนที่ภาษาจีนมีความสำคัญและโดดเด่นที่สุด

ภาพที่ 22 เป็นป้ายสองภาษา ภาษาไทย-ภาษาจีน ปรากฏข้อความ “หลง หม่าล่าทั้ง” และ “龙麻辣烫” ซึ่งเห็นได้อย่างชัดเจนว่า ภาษาจีนมีความโดดเด่นกว่าภาษาไทย ทั้งขนาดและแบบอักษรของภาษาบนป้าย พื้นที่ศึกษาพื้นที่เดียวที่พบการปรากฏของภาษาเกาหลีและภาษาฮิบรู เป็นภาษาที่มีความสำคัญและโดดเด่นบนป้ายสถานที่ภาคเอกชน ได้แก่ ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย จำนวนภาษาละ 1 ป้าย



ภาพที่ 23 ตัวอย่างป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชนที่ภาษาเกาหลีมีความสำคัญและโดดเด่นที่สุด

ภาพที่ 23 เป็นป้ายสามภาษา ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาเกาหลี ปรากฏข้อความ “กั๋งนัม ชิกเก้น” “The chicken that made the world crazy” “Gangnam Chicken” และ “강남치킨” ซึ่งเห็นได้อย่างชัดเจนว่า ภาษาเกาหลีมีความโดดเด่นกว่าภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ทั้งขนาดและแบบอักษรของภาษาบนป้าย ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาตำแหน่งของภาษาจะพบว่า ภาษาไทยวางอยู่เหนือภาษาอังกฤษและภาษาเกาหลี



ภาพที่ 24 ตัวอย่างป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชนที่ภาษาฮิบรูมีความสำคัญและโดดเด่นที่สุด

ภาพที่ 24 เป็นป้ายสองภาษา ภาษาไทย- ภาษาฮิบรู ปรากฏข้อความ “ลามเตาเอล” “למטה לאילן” และ “2 קומה” ซึ่งเห็นได้อย่างชัดเจนว่า ภาษาฮิบรูมีความโดดเด่นกว่าภาษาไทย ทั้งขนาดและแบบอักษรของภาษาบนป้าย ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาตำแหน่งของภาษาจะพบว่า ภาษาไทยวางอยู่เหนือภาษาฮิบรู

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ จำนวน 60 ป้าย จำแนกตามหน่วยงานที่จัดทำป้ายชื่อสถานที่ ได้แก่ ป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐ จำนวน 30 ป้าย และป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน จำนวน 30 ป้าย ที่ปรากฏในบริเวณพื้นที่ศึกษา ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ 1) ตลาดสด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี 2) ตลาดพุมเรียง อำเภอไชยา และ 3) ตลาดบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย

ผู้วิจัยจำแนกการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้ออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ 1) จำนวนภาษาและภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ 2) รูปแบบภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ ตามเกณฑ์ของ Backhaus (2007) และ 3) ความสำคัญหรือความโดดเด่นของภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ ตามเกณฑ์ของ Ben-Rafael et al. (2006)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประเด็นแรก เป็นการวิเคราะห์จำนวนภาษาและภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ งานวิจัยนี้พบการปรากฏของป้ายหนึ่งภาษา ป้ายสองภาษา ป้ายสามภาษา และป้ายสี่ภาษา ในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ป้ายชื่อสถานที่ที่พบมากที่สุด คือ ป้ายสองภาษา ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ รองลงมา คือ ป้ายภาษาไทยภาษาเดียว ป้ายสามภาษา ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน และป้ายสี่ภาษา ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษารัสเซีย

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามหน่วยงาน ที่จัดทำป้ายชื่อสถานที่ ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานภาคเอกชน และจำแนกตามพื้นที่ศึกษา 3 แห่ง พบว่า ป้ายสองภาษา ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ เป็นป้ายชื่อสถานที่ที่พบมากที่สุด ทั้งป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐ และป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชนในทุกพื้นที่ศึกษา รองลงมา คือ ป้ายภาษาไทยภาษาเดียว ซึ่งพบเป็นป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐ และป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชนในทุกพื้นที่ศึกษา ยกเว้นในพื้นที่ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย

นอกจากป้ายสองภาษา ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ แล้ว ในพื้นที่ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย ยังพบป้ายสองภาษาอื่น ๆ ได้แก่ ป้ายภาษาไทย-ภาษาฮิบรู ป้ายภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน และป้ายภาษาอังกฤษ-ภาษาฮิบรู ป้ายสามภาษา ได้แก่ ป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน ป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาเกาหลี และป้ายสี่ภาษา ได้แก่ ป้ายภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน-ภาษารัสเซีย

ป้ายชื่อสถานที่ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่ตลาดสด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี และตลาดพุมเรียง อำเภอไชยา ส่วนใหญ่เป็นป้ายภาษาไทยภาษาเดียว รองลงมา คือ ป้ายสองภาษา ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ

ทั้งนี้ ในพื้นที่ตลาดสด อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี พบการปรากฏของป้ายสามภาษา ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ-ภาษาจีน เป็นป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน ในขณะที่พบการปรากฏของป้ายอังกฤษภาษาเดียว และป้ายสองภาษา ภาษาไทย-ภาษาอาหรับ เป็นป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน เฉพาะในพื้นที่ตลาดพุมเรียง อำเภอไชยา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประเด็นที่สอง เป็นการวิเคราะห์รูปแบบภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ตามเกณฑ์ของ Backhaus (2007) พบการปรากฏของรูปแบบการเขียนภาษาบนป้ายสาธารณะ 4 รูปแบบ โดยพบการปรากฏของรูปแบบการเขียนแบบหนึ่งภาษามากที่สุด รองลงมา คือ รูปแบบการเขียนแบบพ้องความหมาย รูปแบบการเขียนแบบปนภาษา และรูปแบบการเขียนแบบหลายภาษา

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามหน่วยงานที่จัดทำป้ายชื่อสถานที่ ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานภาคเอกชน และจำแนกตามพื้นที่ศึกษาทั้ง 3 แห่ง พบว่า ป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐในพื้นที่ศึกษาทั้งหมดใช้รูปแบบการเขียนแบบหนึ่งภาษามากที่สุด รองลงมา คือ รูปแบบการเขียนแบบพ้องความหมาย และรูปแบบการเขียนแบบปนภาษา ตามลำดับ ในขณะที่ป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชนใช้รูปแบบการเขียนแบบปนภาษามากที่สุด รองลงมา คือ รูปแบบการเขียนแบบหนึ่งภาษา รูปแบบการเขียนแบบพ้องความหมาย และรูปแบบการเขียนแบบหลายความหมาย ตามลำดับ

ทั้งนี้ ไม่พบรูปแบบการเขียนแบบหลายภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐในพื้นที่ศึกษาทั้ง 3 แห่ง และไม่พบรูปแบบการเขียนแบบหนึ่งภาษาบนป้ายชื่อสถานที่เอกชนในพื้นที่ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประเด็นสุดท้าย ความสำคัญหรือความโดดเด่นของภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ตามเกณฑ์ของ Ben-Rafael et al. (2006) พบว่า ภาษาไทยเป็นภาษาที่มีความสำคัญและโดดเด่นที่สุดบนป้ายชื่อสถานที่ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน และพบการปรากฏของภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาเกาหลี และภาษาฮิบรู เป็นภาษาที่มีความสำคัญและโดดเด่นในลำดับรองลงมาตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามหน่วยงานที่จัดทำป้ายชื่อสถานที่ ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชน และจำแนกตามพื้นที่ศึกษา 3 แห่ง พบว่า ภาษาไทยเป็นภาษาเดียวที่มีความสำคัญและโดดเด่นที่สุดบนป้ายชื่อสถานที่ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่ศึกษาทั้ง 3 แห่ง โดยไม่พบการปรากฏของภาษาอื่นที่มีความโดดเด่นกว่าภาษาไทยบนป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบการปรากฏของภาษาอื่นที่มีความโดดเด่นกว่า

ภาษาไทยบนป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน จำนวน 4 ภาษา ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาเกาหลี และภาษาฮิบรู

การอภิปรายผลการวิจัย

จำนวนภาษาและภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดสุราษฎร์ธานี สะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมเอกลักษณ์ และบทบาทสำคัญของภาษาไทยในฐานะภาษาประจำชาติ และบทบาทที่ทวีความสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของภาษาอังกฤษในฐานะภาษาต่างประเทศที่ถูกใช้เป็นภาษากลางในการสื่อสารทั่วโลก รวมถึงภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาษาจีน ภาษารัสเซีย ภาษาฮิบรู ภาษาเกาหลี หรือภาษาอาหรับ สอดคล้องกับสถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (Ministry of Tourism and Sports, 2025) ระบุว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยมากที่สุด ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวจีน มาเลเซีย รัสเซีย อินเดีย และเกาหลี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประเด็นจำนวนภาษาและภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ในงานวิจัยนี้ สอดคล้องกับงานที่วิจัยที่ศึกษาภูมิทัศน์ภาษาในแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น Bangkom (2024) ชวัญฤทัย ชำนิнок และดุจจิตร จิตบรรจง (Chamnino & Jitbanjong, 2024) Huebner (2006) Pathanasin (2025) Rungswang (2023) Thongtong (2016) และ Wu and Techasan (2016) ซึ่งพบว่าป้ายสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นป้ายสองภาษา และป้ายส่วนใหญ่ใช้ภาษาไทยเป็นภาษาหลัก โดยเฉพาะป้ายแบบ Top-down หรือป้ายชื่อสถานที่ที่จัดทำโดยหน่วยงานภาครัฐ ทุกพื้นที่ศึกษา สะท้อนให้เห็นการปฏิบัติตามนโยบายภาษาของรัฐ อำนาจของภาษา และสถานะทางสังคมของภาษาไทย เนื่องจากประเทศไทยกำหนดนโยบายภาษาแห่งชาติ มุ่งส่งเสริมให้ใช้ภาษาไทยในฐานะภาษาประจำชาติ

ส่วนป้ายแบบ Bottom-up หรือป้ายชื่อสถานที่ที่จัดทำโดยหน่วยงานภาคเอกชน เลือกใช้ภาษาบนป้ายอย่างหลากหลายและยืดหยุ่นกว่าป้ายชื่อสถานที่ที่จัดทำโดยหน่วยงานภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาฮิบรู ภาษารัสเซีย ภาษาเกาหลี ภาษาอาหรับ ภาษาต่างประเทศบนป้ายเหล่านี้นอกจากจะมีประโยชน์ในการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวในพื้นที่แล้ว

ยังแสดงบทบาทหน้าที่เชิงสัญลักษณ์อีกด้วย โดยภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่แทนสัญลักษณ์ของความทันสมัยและภาพลักษณ์ความเป็นสากลในฐานะภาษานานาชาติ ในขณะที่ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ แสดงให้เห็นมิติทางสังคม การต่อรองระหว่างกลุ่มผู้ใช้ภาษา การสร้างภาพลักษณ์สากล เป้าหมายทางเศรษฐกิจ และการสร้างอัตลักษณ์ ทั้งนี้ การเลือกใช้ภาษาบนป้ายตามกลุ่มนักท่องเที่ยว หรือผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่นั้น เป็นไปตามแนวคิดทฤษฎีการปรับการสื่อสาร (Communication Accommodation Theory) ของ Giles and Coupland (1991) ที่กล่าวว่า การเลือกภาษาขึ้นอยู่กับผู้ที่ต้องการสื่อสาร ซึ่งเรียกว่า การลู่เข้าของภาษา (Speech Convergence) ด้วย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต เช่น งานวิจัยของ ชุตติชล เอมดิษฐ์ และคนอื่น ๆ (Aemdit et al., 2023) Backhaus (2006) Gorter (2006) Huebner (2006) กิตติณัฏ เรขาลิลิต (Rhekhallit, 2020) และ Vivas-Peraza (2020) ที่พบว่า หน่วยงานภาครัฐมักใช้ภาษาประจำชาติเป็นภาษาหลักบนป้าย ในขณะที่หน่วยงานเอกชนมักใช้ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน รวมถึงภาษาต่างประเทศอื่นบนป้ายสาธารณะเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น เพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว การค้าขาย และการแสดงอัตลักษณ์ เป็นต้น งานวิจัยนี้พบการปรากฏของป้ายภาษาไทย-ภาษาอาหรับบนป้ายชื่อมัสยิดในตำบลพุมเรียง อำเภอไชยา ซึ่งแสดงให้เห็นบทบาทที่ชัดเจนในการแสดงอัตลักษณ์ของคนในชุมชนซึ่งเป็นชาวมุสลิมที่นับถือศาสนาอิสลาม

การเลือกใช้ภาษาบนป้ายตามกลุ่มนักท่องเที่ยว หรือผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่นั้น นอกจากจะเป็นไปตามแนวคิดทฤษฎีการปรับการสื่อสาร (Communication Accommodation Theory) ของ Giles and Coupland (1991) ที่กล่าวว่า การเลือกภาษาขึ้นอยู่กับผู้ที่ต้องการสื่อสาร ซึ่งเรียกว่า การลู่เข้าของภาษา (Speech Convergence)

ผลงานวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐ พบการปรากฏของรูปแบบการเขียนแบบหนึ่งภาษา ได้แก่ ป้ายภาษาไทยภาษาเดียวมากที่สุด ในขณะที่ป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชน พบการปรากฏของรูปแบบการเขียนแบบปนภาษามากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐ เป็นป้ายที่มีบทบาทหน้าที่ตามนโยบายภาษาของรัฐ ในขณะที่ป้ายชื่อสถานที่ภาคเอกชนมีวัตถุประสงค์เพื่อเป้าหมายทางเศรษฐกิจ และการต่อรองระหว่างกลุ่มผู้ใช้ภาษา

พื้นที่ศึกษาที่พบการปรากฏของรูปแบบการเขียนแบบปนภาษามากที่สุด ได้แก่ ตำบลบ่อผุด อำเภอเกาะสมุย ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายของนักท่องเที่ยวมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Siwina and Prasithrathsint (2020) ที่ศึกษาภูมิทัศน์พหุภาษาบนพรมแดนประเทศไทย และงานวิจัยของชวัญฤทัย ชำนิнок และจุฑาจิตร จิตบรรจง (Chamninok and Jitbanjong, 2024) ที่ศึกษาภูมิทัศน์ภาษาบริเวณถนนสีลม ซึ่งพบการปรากฏของรูปแบบการเขียนแบบปนภาษามากที่สุดในพื้นที่ที่มีความหลากหลายของภาษาเช่นกัน

รูปแบบการเขียนแบบปนภาษา หรือรูปแบบการแปลบางส่วน เป็นรูปแบบการเขียนที่ผสมผสานข้อความมากกว่า 1 ภาษาบนป้ายสาธารณะ แสดงให้เห็นความต้องการในการสื่อสารของหน่วยงานที่จัดทำป้ายที่มีความหลากหลายและยืดหยุ่น การแปลข้อความเพียงบางส่วนอาจเนื่องด้วยความจำกัดของพื้นที่บนป้าย และส่วนที่ไม่ได้แปล มักเป็นส่วนข้อความที่เพิ่มเติมลงไปในป้ายเพื่อต้องการให้ข้อมูลหรือรายละเอียดเพิ่มเติมแก่ผู้อ่านป้าย สะท้อนให้เห็นการใช้ภาษาอย่างสร้างสรรค์เพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจ

การวิเคราะห์ข้อมูลประเด็นสุดท้าย เป็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสำคัญหรือความโดดเด่นของภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ ตามเกณฑ์ของ Ben-Rafael et al. (2006) ซึ่งงานวิจัยนี้พบว่า ภาษาไทย เป็นภาษาที่มีความสำคัญและโดดเด่นที่สุดบนป้ายชื่อสถานที่ สะท้อนให้เห็นอิทธิพลของนโยบายภาษาแห่งชาติที่ส่งเสริมให้ใช้ภาษาไทยในฐานะภาษาประจำชาติ

นอกจากนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า การกำหนดภาษาป้ายอาจเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการจัดทำป้ายของหน่วยงานภาคเอกชน ภาษาป้าย คือ ภาษาที่ร้านค้าหรือสถานประกอบการต้องชำระให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เมื่อมีการติดตั้งป้ายที่มีข้อความหรือรูปภาพ

ที่แสดงถึงชื่อกิจการทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ เพื่อหารายได้ หรือโฆษณาเกี่ยวข้องกับธุรกิจนั้น ๆ อัตราภาษีป้ายแตกต่างกันไปตามลักษณะของป้าย ในกรณีของป้ายที่เป็นภาพนิ่ง อัตราภาษีแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

- 1) ป้ายที่เป็นภาษาไทยล้วน ไม่มีภาษาต่างประเทศปรากฏอยู่เลย อัตราภาษี 5 บาท ต่อ 500 ตารางเซนติเมตร
- 2) ป้ายที่มีภาษาไทยปนกับภาษาต่างประเทศ รวมตัวเลขอารบิก อัตราภาษี 26 บาท ต่อ 500 ตารางเซนติเมตร และ
- 3) ป้ายที่ไม่มีภาษาไทย มีแต่ภาษาต่างประเทศ หรือภาษาไทยอยู่ใต้ภาษาต่างประเทศ อัตราภาษี 50 บาท ต่อ 500 ตารางเซนติเมตร

เมื่อพิจารณาอัตราภาษีป้ายแล้วจึงทำให้เข้าใจว่า อัตราภาษีป้ายอาจมีผลต่อการจัดทำป้าย ในส่วนของการกำหนดภาษาและตำแหน่งของภาษาบนป้าย งานวิจัยนี้พบป้ายชื่อสถานที่ที่มีภาษาเกาหลีเป็นภาษาที่โดดเด่นที่สุดบนป้ายชื่อร้านโก๋ทอดสไตส์เกาหลี และพบป้ายชื่อสถานที่ที่มีภาษาฮิบรูเป็นภาษาที่มีความโดดเด่นที่สุดบนป้ายชื่อสถานที่ให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวชาวอิสราเอล แต่ด้านบนป้ายทั้งสองป้ายดังกล่าวจะมีข้อความภาษาไทยปรากฏอยู่ด้านบนเหนือข้อความภาษาต่างประเทศเหล่านั้นเช่นกัน แม้ภาษาไทยจะปรากฏเป็นตัวอักษรขนาดเล็กมากก็ตาม ทั้งนี้ หากพิจารณาภาษีป้ายจะพบว่า ป้ายที่ไม่มีภาษาไทยอยู่บนป้าย หรือมีภาษาไทยอยู่ใต้ภาษาต่างประเทศ มีอัตราภาษีมากกว่าป้ายที่เป็นภาษาไทยล้วน 10 เท่า และมีอัตราภาษีมากกว่าป้ายที่มีภาษาไทยปนภาษาต่างประเทศเกือบ 2 เท่า

ดังที่กล่าวข้างต้นว่า ประเทศไทยกำหนดนโยบายภาษาแห่งชาติที่ส่งเสริมให้ใช้ภาษาไทยในฐานะภาษาประจำชาติ หน่วยงานที่จัดทำป้ายสาธารณะส่วนใหญ่ในประเทศไทยจึงเคารพและดำเนินการตามนโยบายภาษาแห่งชาติ โดยเฉพาะป้ายสาธารณะที่จัดทำโดยหน่วยงานภาครัฐ งานวิจัยของชุดิชล เอมดิฐ และคนอื่น ๆ (Aemdit et al., 2023) ศึกษาภาษาในป้ายห้ามในประเทศไทย พบว่า นอกจากภาษาไทยแล้ว ยังมีการปรากฏของภาษาอังกฤษ และภาษาอื่นรวมอยู่บนป้ายห้าม และบางป้ายปรากฏข้อความภาษาอังกฤษโดดเด่นกว่าภาษาไทย สอดคล้องกับผลงานวิจัยนี้ที่พบว่า มีภาษา

ต่างประเทศอื่น ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาเกาหลี และภาษาฮิบรู บนป้ายชื่อสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่า ภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศเหล่านี้มีบทบาทและมีอิทธิพลต่อภูมิทัศน์ภาษาในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสุราษฎร์ธานี

การศึกษานักศึกษาในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดสุราษฎร์ธานี แสดงให้เห็นสถานการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ผ่านภาษาที่ปรากฏอยู่บนป้ายสาธารณะ แสดงให้เห็นบทบาทที่แตกต่างกันของภาษาบนป้ายชื่อสถานที่ภาครัฐและภาคเอกชน สะท้อนให้เห็นนโยบายของรัฐมิติทางสังคม และอิทธิพลของภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ที่มีต่อการกำหนดรูปแบบของภูมิทัศน์ทางภาษาในพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวควรเลือกใช้ภาษาให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว และช่วยเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ ตามที่ Abdullah & Wulung (2021) และ Putri, Tazkiyatul, Tiara, and Rosyida (2022) กล่าวว่า การใช้ภาษาที่หลากหลายบนป้ายสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวจะส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยว การศึกษานักศึกษาในแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นประโยชน์อย่างยิ่งและอาจนำไปสู่การเสนอแนวทางการกำหนดนโยบายภูมิทัศน์ภาษาหรือแนวปฏิบัติที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการวิจัยนี้ใช้เป็นแนวทางการศึกษานักศึกษาภาษา และใช้เป็นแนวทางการกำหนดนโยบายภูมิทัศน์ภาษาในแหล่งท่องเที่ยวได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษานักศึกษาภาษาควบคู่กับการศึกษาศักยภาพของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภูมิทัศน์ภาษาในแหล่งท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

- Abdullah, C. U. & Wulung, S. R. P. (2021). Spatial patterns of linguistic landscapes in tourism area. *Journal of Engineering Science and Technology*, 16(5), 4298–4308. Retrieved from https://jestec.taylors.edu.my/Vol%2016%20Issue%205%20October%202021/16_5_47.pdf
- Aemdit, C., Sirikanerat, T., Maklai, S., and Kantong, E. (2023). Language in Thai forbidding signs: A linguistic landscape study. *Journal of Chandrakasemsarn*, 29(1), 65–80. Retrieved from <https://li01.tci-thaijo.org/index.php/crujournal/article/download/256127/176249> [in Thai]
- Backhaus, P. (2006). Multilingualism in Tokyo: A look into the linguistic landscape. *International Journal of Multilingualism*, 3(1), 52–66. DOI:10.1080/14790710608668385
- Backhaus, P. (2007). *Linguistics landscape: A comparative study of urban multilingualism in Tokyo*. Clevedon, Buffalo, Toronto: Multilingual Matters.
- Bangkom, K. (2024). Learning while walking the streets of Rayong: Combining linguistic landscape and language awareness through action research with children. *reFLections*, 31(3), 875–895. <https://doi.org/10.61508/refl.v31i3.275382>
- Ben-Refael, E., Shohamy, E., Amara, M. H., & Trumper-Hecht, N. (2006). Linguistic landscape as symbolic construction of the public space: The case of Israel. *International Journal of Multilingualism*, 3(1), 7–30. <https://doi.org/10.1080/14790710608668383>
- Chamnink, K. and Jitbanjong, D. (2024). Language used and writing patterns apparent in business and service signs on Silom road, Bangrak district, Bangkok: A study toward linguistic landscape. *Journal of Humanities and Social Sciences, Mahasarakham University*, 43(4), 582–595. Retrieved from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/humsujournal/article/view/270370/185250> [in Thai]
- Choeirod, R. & Chanthao, R. (2023). *Linguistic landscape at Patong, Phuket, Thailand: Language perception on public signs*. *NeuroQuantology*, 21(1), 250–261. DOI: 10.48047/nq.2023.21.01.NQ20017
- Giles, H. & Coupland, N. (1991). *Language: contexts and consequences*. Milton Keynes: Open University Press.
- Gorter, D. (Ed.). (2006). *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism*. Clevedon, UK: Multilingual Matters.
- Huebner, T. (2006). Bangkok's linguistic landscapes: Environmental print, codemixing and language change. *International Journal of Multilingualism*, 3(1), 31–51. DOI: 10.1080/14790710608668384
- Landry, R. & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), 23–49.
- Ministry of Tourism and Sports. (2025). *Thailand tourism situation, 1st quarter 2025*. Retrieved from https://www.mots.go.th/imagesv2022_17452242167024LiH4Liy4LiZIEluZm8g4Lij4Liy4Li4Lm4LiU4Li34Lit4LiZIDY4LmpwZw==.jpg [in Thai]
- Pathanasin, S. (2025). *A study of the linguistic landscape on Phuket Island: Identity, tourism and policy*. *reFLections*, 32(1), 213–233. <https://doi.org/10.61508/refl.v32i1.279617>
- Prasert, K. & Zilli, P. J. (2019). *A linguistic landscape analysis of Pattaya, Thailand's Sin City*. *Discourse and Interaction*, 26(1), 75–95. <https://doi.org/10.5817/DI2019-1-75>

- Putri, N. D., Tazkiyatul, W., Tiara, A., Rosyida, E. (2022). Linguistic landscape of Sumenep tourism destination. *Prosodi: Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra*, 16(1), 70–81.
- Rhekhailit, K. (2020). Language choice of public signage in Thai universities a case study of Chulalongkorn University and Kasetsart University. *Manutsayarat Wichakan*, 27(2), 310–341. [in Thai]
- Rungswang, A. (2023). Linguistic landscape: Forms and functions of signs on Khaosan Road, Thailand. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 8(10), 399–415. Retrieved from <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/262989/177721>
- Seangyen, J. (2015). Linguistic landscape on billboards in Mueang district, Udon Thani province. *Mekong Chi Mun Art and Culture Journal*, 1(2), 13–36. [in Thai].
- Siwina, P. (2020). *Multilingual landscape in Thailand's border areas*. (Dissertation, Department of Linguistics, Faculty of Arts, Chulalongkorn University). [in Thai]
- Siwina, P. and Prasithrathsint, A. (2020). Multilingual landscapes on Thailand's borders. *Journal of Mekong Societies*, 16(1), 112–131.
- Thongtong, T. (2016). *A linguistic landscape study of signage on Nimmanhemmin Road: A Lanna Chiang Mai chill-out street*. *MANUSYA Journal of Humanities*, 19(3), 72–87. DOI:10.1163/26659077-01903006
- Vivas-Peraza, A.C. (2020). English in the linguistic landscape of Thailand: A case study of public signs in Hat Yai. *Language Value*, 13(1), 23–57.
- Wu, H. & Techasan, S. (2016). Chinatown in Bangkok: The multilingual landscape. *Manusya, Journal of Humanities, Special Issue*(22), 38–52.

