



ป้ายและสื่อที่ช่วยในการสื่อสารระหว่างคนขายที่พิการทางการได้ยินกับลูกค้า
Signs and Media that Help People with Hearing Impairments Communicate
with their Customers

เรวดี จินดาดำ และเบญจมาศ ภูมิอินทร์
นักศึกษาปริญญาโท ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

บทคัดย่อ

คนพิการทางการได้ยินสามารถประกอบอาชีพได้เช่นเดียวกับคนทั่วไป แต่มีความจำกัดในการสื่อสาร หากได้รับการช่วยเหลือก็จะทำให้การสื่อสารกับลูกค้ามีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาป้ายและสื่อที่ช่วยในการสื่อสารระหว่างคนขายที่พิการทางการได้ยินกับลูกค้า การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์คนขายที่พิการทางการได้ยิน 7 คน และสังเกตแผงขายสินค้าทั่วไป 3 แผง และร้านอาหาร 3 ร้าน ผลจากการวิจัยพบว่า ป้าย เมนู หรือ ข้อความต่างๆ ได้แก่ ป้ายราคาบนสินค้า ป้ายรายการอาหารบริเวณโต๊ะที่นั่ง ข้อความต่างๆ ที่ใช้สื่อสารกับลูกค้ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก ช่วยให้การขายประสบความสำเร็จ ลดปัญหาหลายอย่างในระหว่างขั้นตอนการขาย โดยเฉพาะในช่วงขั้นตอนการบอกราคา การบอกรายการสินค้า คุณลักษณะต่างๆ ของสินค้า ทำให้คนขายที่พิการทางการได้ยินและลูกค้าเข้าใจตรงกันมากขึ้น ผลจากการวิจัยจะนำไปใช้ประโยชน์ในการออกแบบป้ายและสื่อต่างๆ ในร้านค้า ร้านอาหาร แผงขายสินค้า และสถานที่ต่างๆ

คำสำคัญ: หูหนวก การสื่อสาร ป้าย ร้านอาหาร

Abstract

Occupations of people with hearing impairments are mostly vendors in shops, food shops, and kiosks. Even though people with hearing impairments can perform their work like normal people, their ability to communicate is limited. If they receive some supports, they will be able to communicate with customers more efficiently. This research was intended to study signs and media that helped vendors with hearing impairments communicate with their customers. This was qualitative research that collected data by interviewing seven vendors with hearing impairments and observed three kiosks and three food shops. The results showed that signs, menus, or messages such as price tags on the products, menus on the tables, and messages used to communicate with customers were very important for successful sale. They reduced many problems during sale process, especially in price information, product list, and product characteristics, and helped vendors with hearing impairments and customers have the same understanding. The results of this research will be applied in designing signs and media in shops, food shops, kiosks, and other places.

Keywords: Deaf, communication, signage, food shop

*การวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ภายใต้โครงการทุนวิจัยมหาบัณฑิตด้านมนุษยศาสตร์ - สังคมศาสตร์ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2552 สัญญาเลขที่ MSG53Z0029

1. บทนำ

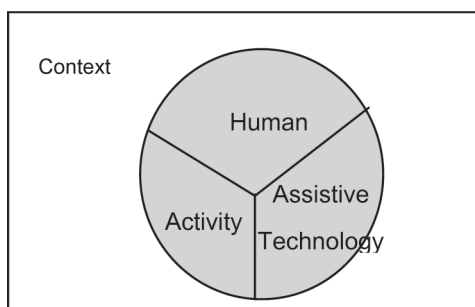
อาชีพที่คนพิการทางการได้ยินทำโดยส่วนใหญ่ คือ การขายสินค้าในร้านค้า ร้านอาหาร แผงขายสินค้า แม้ว่าคนพิการทางการได้ยินสามารถประกอบอาชีพได้เช่นเดียวกับคนทั่วไป แต่มีความจำกัดในการสื่อสาร หากได้รับการช่วยเหลือก็จะทำให้การสื่อสารกับลูกค้ามีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น คนพิการทางการได้ยินจัดเป็นผู้ที่มีความบกพร่องในการสื่อความหมาย (กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. 2547) ดังนั้นคนพิการทางการได้ยินจึงไม่สามารถสื่อสารได้ อย่างคนทั่วไปจึงเกิดเป็นความเสียเปรียบในสังคม ในปี 2534 ได้มีการออกพระราชบัญญัติการฟื้นฟูสมรรถภาพคนพิการซึ่งกำหนดเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์และบริการด้านต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับอาคารสถานที่ที่คนพิการพึงได้รับ (นวนน้อย บุญวงศ์ และ นันทน์ เนียนทรัพย์. 2545) การอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของคนพิการทางการได้ยินจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ โดยเฉพาะเครื่องมือที่ช่วยคนพิการทางการได้ยินในการสื่อสาร เช่น ป้ายต่างๆ เป็นต้น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องทำการศึกษาวิจัยเรื่องป้ายและสื่อที่ช่วยในการสื่อสารระหว่างคนขายที่พิการทางการได้ยินกับลูกค้า เพื่อช่วยลดข้อจำกัดในการสื่อสารและการประกอบอาชีพค้าขาย

คนพิการทางการได้ยิน หมายถึง ผู้ที่มีความบกพร่องในการสื่อความหมาย คือ พูดไม่ได้ พูดไม่ชัด พูดไม่รู้เรื่อง (กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. 2547) ป้าย หมายถึง ระบบการสื่อสารเพื่อบอกข้อมูลต่างๆ ตามประเภทของป้าย (นวนน้อย บุญวงศ์ และ นันทน์ เนียนทรัพย์. 2545) สื่อ หมายถึง สิ่งที่ช่วยคนพิการแต่ละประเภทให้สามารถเข้าถึงข้อมูล (กรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. 2549) เทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง เทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ถูกใช้ในกิจกรรมของคนพิการเพื่อลดปัญหาที่เกิดจากความพิการ (Cook and Hussey, 2002; นัตตา วีระ. 2551)

จากการวิจัยของ จิรภา นิเวตพันธ์ พรพรรณ สมบูรณ์ และเบญจมาศ ภูอินทร์ (2552) ได้ศึกษาความต้องการของคนพิการทางการได้ยินเรื่องป้าย สื่อที่ใช้ในการซื้อ-ขาย พบว่าคนพิการทางการได้ยินต้องการให้มีการเตรียมเครื่องคิดเลข กระดาษ ปากกา ไว้สำหรับเป็นอุปกรณ์ที่ช่วยในการสื่อสาร และต้องการให้มีการติดป้ายบอกชื่อสินค้าและราคา พร้อมบอกคุณลักษณะของสินค้าเอาไว้ นอกจากนี้ จิตประภา ศรีอ่อนและคณะ (2547) ได้กล่าวถึงข้อควรปฏิบัติสำหรับคนพิการทางการได้ยิน โดยการเตรียมกระดาษและปากกาพร้อมในการสื่อสารกับคนพิการทางการได้ยิน และตรวจสอบความถูกต้องของข้อความที่ใช้สนทนากัน ไม่ควรพูดกับคนพิการทางการได้ยินขณะที่หันหลังให้กับดวงไฟหรือบริเวณที่มีแสงสว่างจ้าทางหน้าต่างหรือกระจกเพราะคนพิการทางการได้ยินมีประสาทตาที่ไวต่อแสงมาก ถ้าถูกแสงจ้าจะแสบตาได้ง่าย วุฒิชัย มณีอินทร์ (2551) ได้ระบุคุณสมบัติของป้ายสัญลักษณ์ที่ดีไว้ดังนี้ สามารถมองเห็นได้ง่ายอ่านเข้าใจง่าย เนื้อหาภายในป้ายควรอ่านได้ครบถ้วน ไม่ก่อให้เกิดความสับสนเวลามองเห็นหรืออ่าน ควรมีป้ายหลักขนาดใหญ่แล้วจึงทำการแบ่งย่อยป้ายไปสู่นขนาดเล็ก โดยเนื้อหาข้อมูลยังคงต่อเนื่องสัมพันธ์กัน การเลือกคู่สีของพื้นและตัวอักษรที่มองเห็นและอ่านได้ง่ายและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาป้ายและสื่อที่ช่วยในการสื่อสารระหว่างคนขายที่พิการทางการได้ยินกับลูกค้า

การวิจัยนี้ใช้กรอบแนวคิด HAAT Model ของ Cook and Hussey (2002) ซึ่งใช้ในการทดสอบประโยชน์ของเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวก โมเดล HAAT ประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 4 อย่าง คือ มนุษย์ (Human) กิจกรรม (Activity) เทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวก (Assistive Technology) และบริบท (Context) ดังนั้นการวิจัยนี้จึงศึกษาปัจจัยทั้ง 4 อย่าง ปัจจัยด้านมนุษย์เน้นศึกษาคนขายที่พิการทางการได้ยิน ปัจจัยด้านกิจกรรมเน้นการขายสินค้า การขายอาหาร และการสื่อสารระหว่างคนขายที่พิการทางการได้ยินกับลูกค้า ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกเน้นศึกษาป้ายและสื่อต่างๆ ปัจจัยด้านบริบทเน้นศึกษาร้านอาหารและแผงขายสินค้าของคนขายที่พิการทางการได้ยิน (รูปที่ 1) HAAT model ใช้สำหรับสำรวจความสำคัญของเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีส่วนร่วมกับกิจกรรมในประจำวัน (Cook, Polgar & Livingston. 2010) HAAT Model ถูกนำไปใช้เป็นกรอบทฤษฎีในงานวิจัยมากมายในด้านเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการ ยกตัวอย่าง งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้มีดหั่นเนื้อของคนพิการกล้ามเนื้ออ่อนแรงที่มีปัญหาในการใช้มีดหั่นเนื้อเวลาที่ทำอาหาร ในครัวอยู่เป็นประจำมีดที่คิดค้นขึ้นมาเป็นเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถช่วยให้การใช้มีดหั่นเนื้อของคนพิการ

กล้ามเนื้ออ่อนแรงได้มีประสิทธิภาพมากขึ้นกว่าเดิม (Cook and Polgar. 2008) หรืองานวิจัยเกี่ยวกับการใช้รถเข็นที่เป็นเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกของคนพิการทางการเคลื่อนไหว อายุมากกว่า 65 ปี พบว่าการใช้รถเข็นเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นที่ช่วยให้คนพิการทางการเคลื่อนไหวรู้สึกมีอิสระในการเดินทางไปไหนมาไหนแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของรถเข็นที่เป็นเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกกับคนพิการทางการเคลื่อนไหวที่ส่งผลต่อกันอย่างมาก (Brandt, Iwarsson & Stahle. 2010) นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบหุ่นยนต์ที่เป็นเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับช่วยเหลือเด็ก โดยให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการเล่นของเด็กที่มีความพิการเพื่อช่วยฟื้นฟูและพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของเด็กเกี่ยวกับสังคมและภาษา เนื่องจากตัวหุ่นยนต์สามารถประเมินความรู้ความเข้าใจในการใช้ภาษาและทักษะทางสังคมของเด็กที่พิการ การวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งผลต่อกันโดยตรงกับกิจกรรมการเล่นและตัวเด็ก (Cook et. al. 2010) แนวความคิดของกรอบทฤษฎี HAAT model ประกอบด้วยบุคคล กิจกรรม บริบท และเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งองค์ประกอบทั้งหมดที่กล่าวถึงมีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบบต่อกัน HAAT model เป็นกรอบทฤษฎีที่สามารถนำมาใช้ในการออกแบบ เพื่อใช้เลือกและประเมินผลของเทคโนโลยีโดยผู้ใช้งานที่เป็นบุคคลที่มีความพิการต่างๆ



รูปที่ 1 แสดง HAAT model (Cook, A and Hussey, S. 2002.

Assistive Technologies Principles and Practice 2nd Edition. Missouri: Mosby.)

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาป้ายและสื่อที่ช่วยในการสื่อสารระหว่างคนขายที่พิการทางการได้ยินกับลูกค้า

3. วิธีกรวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การสัมภาษณ์และการสังเกต กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็นคนพิการทางการได้ยินทั้งหมด 7 คน ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลอย่างเจาะจง จากการแนะนำโดยอาจารย์ของวิทยาลัยราชสุดาและนักวิชาการภาษามือกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็นคนพิการทางการได้ยินที่ขายสินค้าทั่วไป 3 คน ซึ่งเป็นเจ้าของแผงและลูกจ้างและคนพิการทางการได้ยินที่ขายอาหาร 4 คน ทั้งหมดเป็นเจ้าของร้าน เครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วยแบบสังเกตกิจกรรมการขายของคนพิการทางการได้ยินและการใช้ป้ายและสื่อประเภทต่างๆ ในการใช้สื่อสารกับลูกค้า และแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของคนขายพิการทางการได้ยิน และความต้องการของคนขายที่พิการทางการได้ยินเกี่ยวกับป้ายที่ช่วยในการสื่อสาร

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยสังเกตและถ่ายภาพแผงขายสินค้าทั่วไป 3 แผง และร้านอาหาร 3 ร้านที่มีคนขายที่พิการทางการได้ยิน รวมทั้งสัมภาษณ์คนขายที่พิการทางการได้ยิน 7 คน โดยมีล่ามภาษามือช่วยสื่อสารในขณะสัมภาษณ์ (ตาราง 1) สถานที่สังเกตและสัมภาษณ์เป็นสถานที่ทำการประกอบอาชีพของคนพิการทางการได้ยินบริเวณถนนสีลม นอกจากนี้เป็น

ร้านขายอาหารของคนพิการทางการได้ยินที่ถนนสี่พระยา ตลาดศรียาน กรุงเทพมหานคร และ อำเภอน้ำชำ จังหวัดแพร่ (ตาราง 1) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงมิถุนายน พ.ศ. 2552 และช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2553 เนื่องจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีจำนวนน้อย ทำให้ใช้เวลานานในการสำรวจหาผู้ให้ข้อมูลและเข้าไปติดต่อเพื่อขอความร่วมมือในการวิจัย จึงทำให้ต้องทิ้งช่วงนาน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา นำข้อมูลที่ได้มาสรุปจัดกลุ่มข้อมูลแล้วนำมาสร้างประเด็นหลักๆ ที่พบ และเรียงลำดับตามความสำคัญ

ตารางที่ 1 รายละเอียดในการเก็บข้อมูลจากคนขายที่พิการทางการได้ยิน

ผู้ให้ข้อมูล	วันเวลา ระยะเวลา	สถานที่
คนพิการทางการได้ยิน ชายกาแฟ 1 คน	วันอังคารที่ 3 กุมภาพันธ์ 2553 เวลา 13.00 น. ใช้เวลาสังเกตและสัมภาษณ์ 2 ชั่วโมง	ร้านกาแฟ ตลาดศรียาน กรุงเทพมหานคร
คนพิการทางการได้ยิน ชายก๋วยเตี๋ยวหลอด และน้ำผลไม้ปั่น 1 คน	วันศุกร์ที่ 29 มกราคม 2553 เวลา 15.30 น. ใช้เวลาสังเกตและสัมภาษณ์ 2 ชั่วโมง	ร้านก๋วยเตี๋ยว ทำน้ำสี่พระยา กรุงเทพมหานคร
คนพิการทางการได้ยิน ชายก๋วยเตี๋ยวและอาหารตามสั่ง 2 คน	วันอาทิตย์ที่ 7 กุมภาพันธ์ 2553 เวลา 11.30 น. ใช้เวลาสังเกตและสัมภาษณ์ 2 ชั่วโมง	ร้านก๋วยเตี๋ยว ตำบลน้ำชำ จังหวัดแพร่
คนพิการทางการได้ยิน ชายของที่ระลึก ขายกระเป๋า ขายถุงเท้า 3 คน	วันเสาร์ที่ 16 พฤษภาคม พ.ศ. 2552 เวลา 15.30 น. ใช้เวลาสังเกตและสัมภาษณ์ ร้านละ 1 ชั่วโมงรวมทั้งหมด 3 ชั่วโมง	แผงขายสินค้าทั่วไป ถนนนา กรุงเทพมหานคร

4. สรุปผลการวิจัย

จากผลการสังเกตร้านที่มีคนขายที่พิการทางการได้ยินและสัมภาษณ์คนขายที่พิการทางการได้ยินได้สรุปผลการวิจัยดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของคนขายที่พิการทางการได้ยิน

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็นคนขายที่พิการทางการได้ยิน 7 คน เป็นเพศหญิง 3 คน และ เพศชาย 4 คน คนขายที่พิการทางการได้ยินชายก๋วยเตี๋ยวหลอดและน้ำผลไม้ปั่นเพศชาย อายุ 35 ปี คนขายที่พิการทางการได้ยินชายก๋วยเตี๋ยวและอาหารตามสั่งเพศชาย อายุ 34 ปี และหญิง อายุ 33 ปี คนขายที่พิการทางการได้ยินชายถุงเท้าเพศหญิง อายุ 27 ปี คนขายที่พิการทางการได้ยินชายของที่ระลึกเพศชาย อายุ 35 ปี คนขายที่พิการทางการได้ยินชายกระเป๋าเพศชาย อายุ 26 ปี ทุกคนมีความพิการทางการได้ยินแบบหูหนวกมาตั้งแต่กำเนิด สามารถสื่อสารได้โดยใช้ภาษามือคุยกับลูกค้าและสามารถอ่านข้อความที่ใช้ในการสื่อสารได้ ประกอบอาชีพจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องใช้ ได้แก่ กระเป๋า ถุงเท้า ของที่ระลึก และอาหาร ได้แก่ กาแฟ น้ำผลไม้ปั่น แขนวชิ ก๋วยเตี๋ยว กระเพาะปลา อาหารตามสั่ง ลูกค้าที่เข้ามาอุดหนุนในร้านขายสินค้าทั่วไปให้ความร่วมมือพอสมควร ส่วนลูกค้าที่เข้ามาอุดหนุนในร้านขายอาหารต้องการสนับสนุนร้านที่มีคนขายที่พิการทางการได้ยิน จึงให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ เช่น การสั่งอาหารโดยการเขียนบนกระดาษข้อความแล้วส่งให้คนขายที่พิการทางการได้ยิน การให้กำลังใจและอุดหนุนอย่างสม่ำเสมอ การชวนเพื่อนมาอุดหนุน

4.2 กิจกรรมการขายสินค้าและขายอาหาร

กิจกรรมของคนขายที่พิการทางการได้ยินที่ขายสินค้าทั่วไปมีดังนี้ 1. เชิญลูกค้าเลือกสินค้า 2. แนะนำสินค้าให้กับลูกค้าโดยการชี้ไปที่สินค้า 3. บอกราคา ต่อรองราคา โดยให้ดูด้วยเครื่องคิดเลข 4. คิดเงิน-ทอนเงิน ส่วนกิจกรรมที่จำเป็นต้องใช้ป้ายหรือสื่อในการสื่อสาร คือ ขั้นตอนการแนะนำสินค้าให้กับลูกค้าโดยการชี้ไปที่สินค้านั้นควรมีแผ่นรายการบอกข้อมูลคุณลักษณะสินค้า (แฟ้มแค็ตตาล็อก) ไว้ให้ลูกค้าดูเพื่อช่วยในการขาย (ตาราง 2 และ 3) ขั้นตอนการบอกราคาให้ดูด้วยเครื่องคิดเลข และตั้งค่านำปิดเครื่องคิดเลขให้เป็นศูนย์เพื่อให้ลูกค้ากดเลขบอกราคา (ตาราง 2) เนื่องจากการขายสินค้าทั่วไปมีเรื่องของตัวเลขราคาสินค้าเป็นหลัก ได้แก่ การสอบถามราคา การบอกราคา การต่อรองราคา จากการสังเกตพบว่าทุกร้านมีเครื่องคิดเลขเตรียมไว้ ยกเว้นร้านขายถุงเท้าที่มีป้ายราคาบอกเนื่องจากราคาสินค้าทุกชิ้นเท่ากัน

ตารางที่ 2 กิจกรรมการขายสินค้า

กิจกรรมการขายสินค้า			
1. แนะนำถุงเท้าและราคาให้กับลูกค้าโดยการชี้ให้ลูกค้าดู	2. คนขายบอกราคาโดยใช้ภาษามือ	3. แนะนำโดยการชี้ให้ลูกค้าดู และบอกราคาด้วยเครื่องคิดเลขให้กับลูกค้า	4. ถามลูกค้าว่าต้องการราคาใด ด้วยข้อความ
			

ปัญหาที่พบจากการสังเกตการขายสินค้า คือ คนพิการทางการได้ยินไม่สามารถบอกรายละเอียดคุณลักษณะต่างๆ ของสินค้าได้ เนื่องจากร้านขายสินค้าทุกร้านขาดแผ่นรายการบอกข้อมูลคุณลักษณะสินค้า (แฟ้มแค็ตตาล็อก) และไม่มีเตรียม กระดาษ ปากกา ไว้ในการสื่อสารกับลูกค้า ซึ่งร้านขายสินค้าที่มีสินค้าหลากหลายชนิดนั้นมีถึงสองร้าน คือ ร้านขายของที่ระลึก และร้านขายกระเป๋าสตรี กิจกรรมของคนขายที่พิการทางการได้ยินที่ขายอาหารมี ดังนี้ (1) ต้อนรับ (2) เชิญลูกค้านั่ง (3) รับเมนูที่ลูกค้าสั่ง (4) เตรียมอาหารและเครื่องดื่มเมนู (5) เสริฟ (6) คิดเงิน (7) เก็บจาน-เช็ดโต๊ะ ส่วนกิจกรรมที่จำเป็นต้องใช้ป้ายหรือสื่อในการสื่อสารคือ ขั้นตอนการต้อนรับ โดยการแนะนำเมนูในร้านด้วยการยื่นรายการเมนูที่วางบนเคาน์เตอร์ต้อนรับให้ลูกค้าเลือก ขั้นตอนการชี้ให้ลูกค้าดูรายการเมนูอาหารต่างๆ ที่แขวนบริเวณหน้าร้าน ขั้นตอนการยื่นกระดาษสำหรับจดชื่ออาหารที่สั่ง ขั้นตอนการส่งต่อรายการอาหาร ด้วยแผ่นข้อความรายการสั่งอาหารของลูกค้า ที่คนขายใช้ในการสื่อสารกันเอง (ตาราง 3)

ปัญหาที่พบจากการสังเกตการขายอาหาร คือ คนพิการทางการได้ยินไม่สามารถนำเสนอเมนูน่าสนใจของร้านหรืออธิบายความน่าสนใจของอาหารที่ตนทำได้

ตารางที่ 3 กิจกรรมการขายอาหาร

กิจกรรมการขายอาหาร			
1. การยื่นรายการเมนูที่วางบนเคาน์เตอร์ต้อนรับให้ลูกค้าเลือก	2. การชี้ให้ลูกค้าดูรายการเมนูอาหาร	3. การยื่นกระดาษสำหรับเลือกเมนูด้านหน้าเคาน์เตอร์	4. การส่งต่อรายการอาหารลูกค้าด้วยแผ่นข้อความ
			

4.3 การใช้ป้ายและสื่อต่าง ๆ กับลูกค้า

จากการสังเกตแผงขายสินค้าผู้วิจัยพบว่าป้าย และสื่อที่คนพิการทางการได้ยืมใช้ในกิจกรรมการสื่อสารกับลูกค้ามี ดังนี้ (1) ป้ายบอกราคา (2) เครื่องคิดเลขเพื่อใช้บอกราคา ถามราคา ต่อรองราคา (3) ตัวหนังสือข้อความตรงด้านหลังเครื่องคิดเลขเพื่อไว้สื่อสารกับคนต่างชาติ ถามราคาที่ลูกค้าต้องการ (4) ภาษามือใช้บอกความหมายตัวเลขที่เข้าใจได้ง่ายๆ (ตาราง 4) ร้านที่ประสบความสำเร็จในการขาย ขายได้ง่ายมักเป็นร้านที่มีการเตรียมเครื่องมือเหล่านี้ในการสื่อสารกับลูกค้าจากการสังเกตร้านอาหารผู้วิจัยพบว่าป้ายและสื่อที่ใช้สื่อสารกับลูกค้ามี ดังนี้ (1) ป้ายชื่อร้านมีขนาดใหญ่เพื่อให้สะดุดตา มองเห็นชัดเจนสามารถพบเห็นได้ง่าย (2) แผ่นเมนูวางบนเคาน์เตอร์เตรียมอาหารเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารกับลูกค้าให้ลูกค้าชี้ (3) ป้ายรายการเมนูอาหารและราคาอาหาร ขนาดใหญ่ บนเคาน์เตอร์เตรียมอาหารหรือแขวนไว้ตามจุดที่มองเห็นได้ชัดเจน (4) กระดาษและปากกาสำหรับให้ลูกค้าจดเมนูด้านหน้าเคาน์เตอร์เตรียมอาหาร (5) ป้ายเมนูขนาดใหญ่บริเวณที่นั่งแบบแก้ไขข้อมูลได้ (6) ป้ายบอกราคาสินค้าย่อยมีตามจุดต่างๆ ที่พิเศษออกไป ได้แก่ บริเวณโต๊ะขายเครื่องดื่ม (7) เมนูรายการอาหารพร้อมราคาบริเวณโต๊ะที่นั่ง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารกับลูกค้าให้ลูกค้าชี้ โดยไม่ต้องถามว่ามีอะไรบ้าง (8) ข้อความสื่อสารกันระหว่างคนขายด้วยกัน ได้แก่ แผ่นกระดาษข้อความรายการอาหารและเครื่องดื่มที่ลูกค้าสั่ง (ตาราง 5)

ตารางที่ 4 ป้ายและสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการขายสินค้า

ป้ายและสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการขายสินค้า			
1. ป้ายบอกราคา การบอกราคาโดยมีป้ายราคาสินค้าติดอยู่	2. เครื่องคิดเลขใช้บอกราคา, ถามราคาต่อรองราคา	3. ข้อความสื่อสารด้านหลังเครื่องคิดเลข	4. การใช้ภาษามือบอกราคา
			

ปัญหาที่พบ คือ ลูกค้าหลายคนต้องผิดหวังเมื่อสั่งแล้วอาหารไม่มีเนื่องจากป้ายเมนูรายการอาหารไม่ได้แก้ไขรายการที่หมดหรือเลิกขายแล้ว ดังนั้นป้ายเมนูที่เขียนบนกระดานดำ (ตาราง 5) จึงเป็นตัวอย่างที่ดีเพราะสามารถเขียน ลบแก้ไขได้ง่าย และประหยัดไม่ต้องเสียค่าทำป้ายใหม่ นอกจากนี้ยังพบว่าทุกร้านไม่มีการแนะนำเมนูพิเศษหรือเมนูใหม่ในร้านของตนให้กับลูกค้ามีเพียงร้านขายกาแฟที่มีป้ายบอกรายการอาหารหลักๆ ของร้านเป็นแผ่นกระดานดำที่สามารถแก้ไขได้ง่าย (ตาราง 5)

ตารางที่ 5 ป้ายและสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการขายอาหาร

ป้ายและสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการขายอาหาร			
1. ป้ายชื่อร้าน ขนาดใหญ่ 	2. แผ่นรายการเมนูวางบนเคาน์เตอร์ 	3. ป้ายบอกราคาสินค้าย่อย 	4. เมนูรายการอาหารพร้อมราคาบริเวณโต๊ะที่นั่ง
5. ป้ายรายการเมนูขนาดใหญ่บนเคาน์เตอร์ 	6. กระดาษ และ ปากกา 	7. ป้ายเมนูขนาดใหญ่บริเวณที่นั่งแบบแก้ไขข้อมูลได้ 	8. ป้ายบอกรายการหลักๆ ของร้านเป็นแผ่นกระดาน

4.3.1 ป้ายชื่อร้านขายอาหารที่มีคนขายที่เป็นคนพิการทางการได้ยิน

ผลจากการสังเกตป้ายชื่อร้านขายอาหารที่มีคนพิการทางการได้ยินพบว่า มีป้ายชื่อหน้าร้านทั้ง 3 ร้าน ร้านก๋วยเตี๋ยวหลอดทรงเครื่องกระเพาะปลา มีคำโฆษณาเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าและโฆษณาร้าน ร้านขายก๋วยเตี๋ยวและอาหารตามสั่ง ป้ายชื่อร้านมีขนาดใหญ่ตั้งบริเวณทางเข้ามองเห็นได้ชัดเจนจากระยะไกล ปัญหาที่พบ คือ ร้านขายก๋วยเตี๋ยวหลอดทรงเครื่องและร้านขายก๋วยเตี๋ยวและอาหารตามสั่งไม่ได้ให้ความสำคัญกับการตกแต่งป้ายชื่อร้านให้สวยงามยังใช้ป้ายตัวอักษรแบบธรรมดาทั่วไปและไม่ได้วางป้ายไว้ในจุดที่น่าสนใจข้อดีที่พบ คือ ป้ายชื่อร้านขายก๋วยเตี๋ยวและอาหารตามสั่งมีการออกแบบตัวอักษรให้ดูสวยงามน่าสนใจ (ตาราง 6)

ตารางที่ 6 ป้ายชื่อร้านที่มีคนขายพิการทางการได้ยิน

ป้ายชื่อร้าน			
	1. ร้านขายกาแฟ 	2. ร้านขายก๋วยเตี๋ยวหลอดทรงเครื่อง 	3. ร้านขายก๋วยเตี๋ยวและอาหารตามสั่ง
เห็นได้ชัดเจน	✓	✓	×
ป้ายไม่ถูกบัง	✓	✓	✓
สีตัวอักษร	ตัวอักษรสีขาวใช้สติ๊กเกอร์	ตัวอักษรสีเขียวพื้นสีขาว เขียนคำว่า "ก๋วยเตี๋ยวหลอดทรงเครื่อง" เน้นคำว่า "อร่อยจัง" ด้วยตัวอักษรสีแดง	ตัวอักษรสีเขียวบนพื้นสีขาว มีการประดับด้วยต้นไม้
ขนาดป้าย	1.50 x 0.60 เมตร	0.80 x 0.40 เมตร	2.00 x 1.00 เมตร

4.3.2 ป้ายรายการอาหารหน้าร้านที่มีคนขายที่พิการทางการได้ยิน

ผลจากการสังเกตรายละเอียดของร้านขายอาหารที่มีคนพิการทางการได้ยินพบว่า มีร้านขายกาแฟและร้านขายก๋วยเตี๋ยวหลอดทรงเครื่องที่ทำเป็นป้ายรายการอาหารหน้าร้านพร้อมบอกราคาให้ลูกค้าทราบและมองเห็นได้ชัดเจน ร้านขายกาแฟ มีการใช้ป้ายโฆษณารายการอาหารหลักๆ บริเวณหน้าร้าน คือ ป้ายของร้านขายกาแฟเป็นกระดานดำ ตัวอักษรสีขาวเขียนด้วยชอล์คสามารถแก้ไขปรับเปลี่ยนรายการอาหารได้ นอกจากนี้ยังพบว่าร้านขายกาแฟเป็นร้านเดียวที่ตกแต่งป้ายรายการอาหารหน้าร้านให้น่าสนใจเพื่อสร้างบรรยากาศในร้าน ปัญหาที่พบ คือ ร้านขายก๋วยเตี๋ยวและอาหารตามสั่งไม่มีป้ายรายการอาหารหน้าร้าน (ตาราง 7)

ตารางที่ 7 ป้ายรายการอาหารหน้าร้านของคนขายที่พิการทางการได้ยิน

ป้ายรายการอาหารหน้าร้าน			
	1. ร้านขายกาแฟ 	2. ร้านขายก๋วยเตี๋ยวหลอดทรงเครื่อง 	3. ร้านขายก๋วยเตี๋ยวและอาหารตามสั่ง X
เห็นได้ชัดเจน	✓	✓	X
มีรูปอาหาร	✓	✓	X
บอกราคา	✓	✓	X
แก้ไขได้	✓	X	X
รายละเอียด	รูปแบบแผ่นป้ายกระดานดำตัวอักษรสีขาวเขียนด้วยชอล์ควางหน้าร้าน	ป้ายเป็นแผ่นพลาสติกสีเหลืองติดสีเหลี่ยม ตัวอักษรสติ๊กเกอร์สีเหลือง	X
ขนาดป้าย	ขนาด 45 x 75 เซนติเมตร	ขนาด 45 x 60 เซนติเมตร	X

4.3.3 ป้ายรายการอาหารในร้านที่มีคนขายที่พิการทางการได้ยิน

ผลจากการสังเกตป้ายรายการอาหารในร้านขายอาหารที่มีคนพิการทางการได้ยินทุกร้านมีรายการอาหารและราคาบอกลูกค้า ปัญหาที่พบ คือ ไม่มีรูปภาพรายการอาหารแสดงให้ลูกค้าเห็น ข้อดีที่พบ คือ ป้ายแบบร้านขายกาแฟและร้านขายก๋วยเตี๋ยวและอาหารตามสั่ง มีป้ายขนาดใหญ่ช่วยให้คนที่นั่งในระยะไกลมองเห็นชัดเจนไม่ต้องลุกขึ้นมาอ่าน ซึ่งทำให้ไม่สะดวกในการใช้บริการและป้ายของร้านขายกาแฟมีรูปแบบเหมือนกับป้ายหน้าร้านทำให้สัมพันธ์กัน คือ มีป้ายหลักขนาดใหญ่แล้วจึงทำการแบ่งย่อยป้ายไปสู่ขนาดเล็ก โดยเนื้อหาข้อมูลยังคงต่อเนื่องสัมพันธ์กันและสามารถแก้ไขได้ง่ายแบบเดียวกัน (ตาราง 8)

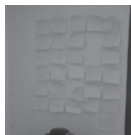
ตารางที่ 8 ป้ายรายการอาหารในร้าน

ป้ายรายการอาหารในร้าน			
	1. ร้านขายกาแฟ	2. ร้านขายก๋วยเตี๋ยวหลอดทรงเครื่อง	3. ร้านขายก๋วยเตี๋ยวและอาหารตามสั่ง
			
เห็นได้ชัดเจน	✓	✓	✓
มีรูปภาพ	×	×	×
บอกราคา	✓	✓	✓
แก้ไขได้	✓	×	×
ขนาดป้าย	1.00 x 2.00 เมตร	0.45 x 0.30 เมตร	2.00 x 1.50 เมตร
ตำแหน่งที่ติด	ติดบนผนัง	ด้านหน้าทางเดินเข้า	ด้านบนเคาน์เตอร์เตรียมอาหาร
รายละเอียดป้าย	ป้ายเป็นกระดานดำเขียนด้วยชอล์ค	ป้ายเป็นกระดาษแข็งขนาด A3	รูปแบบเป็นแผ่นลามิเนตสีขาวเขียนด้วยปากกาไวท์บอร์ดสีน้ำเงิน

4.3.4 ป้ายและสื่ออื่นๆ

ผลจากการสังเกตป้ายรายการอาหารในร้านขายอาหารที่มีคนพิการทางการได้ยินพบว่า มีป้ายและสื่ออื่นๆ ที่ใช้ในร้านได้แก่ ป้ายรายการเมนูบนโต๊ะ กระดาษและปากกาที่วางตรงเคาน์เตอร์คนขาย มีป้ายบอกหมายเลขประจำโต๊ะ มีกระดาษข้อความการสื่อสารกันระหว่างคนขายด้วยกันของร้านขายกาแฟ ปัญหาที่พบคือ กระดาษและปากกามีแค่ชุดเดียว ยังไม่มีการเตรียมไว้บนโต๊ะของลูกค้า (ตาราง 9)

ตารางที่ 9 ป้ายและสื่ออื่นๆ

รูปแบบป้ายและสื่ออื่นๆ			
1. ป้ายเมนูรายการอาหารบนโต๊ะ	2. กระดาษ และปากกา	3. ป้ายบอกหมายเลขประจำโต๊ะ	4. ข้อความสื่อสารระหว่างคนขาย
			

5. อภิปรายผล

จากสัมภาษณ์และสังเกตกิจกรรมของคนขายที่พิการทางการได้ยินพบว่าปัญหาและอุปสรรคในการขาย คือ การสื่อสารกับลูกค้า ร้านที่ประสบความสำเร็จในการขาย ขายได้ง่าย มักเป็นร้านที่มีเครื่องมือในการสื่อสารกับลูกค้าครบครัน ได้แก่ เครื่องคิดเลขบอกราคา ป้ายข้อความแนะนำวิธีการซื้อขาย ทั้งป้ายบอกราคา ป้ายบอกตำแหน่ง แผ่นรายการสินค้า ผลการวิจัยสอดคล้องกับคำแนะนำของ พวงแก้ว กิจธรรม (2547) ที่ระบุว่าหากคนทั่วไปเข้าใจวิธีการสื่อสารที่ดีกับ คนพิการทางการได้ยินก็จะสามารถทำให้คนพิการทางการได้ยินประกอบอาชีพทุกประเภท หากมีป้ายและสื่ออำนวยความสะดวก เหล่านี้ก็จะทำให้คนขายที่พิการทางการได้ยินสามารถขายของได้เป็นปกติเหมือนกับคนทั่วไป นอกจากนี้ยังพบว่า ร้านขายสินค้าเกือบทุกร้านก็ยังขาดรายการบอกข้อมูลคุณลักษณะสินค้า (แฟ้มแค็ตตาล็อก) กระดาษ ปากกา และจะดีขึ้น ยิ่งหากป้ายและสื่ออำนวยความสะดวกที่ใช้สำหรับสื่อสารที่ครบถ้วนหลายประเภทเหล่านี้ มองเห็นได้ง่ายอ่านเข้าใจง่าย เนื้อหา ภายในป้ายอ่านได้ครบถ้วน ไม่ก่อให้เกิดความสับสนเวลาอ่าน คู่มือของพื้นและตัวอักษรที่มองเห็นและอ่านได้ง่าย มีเอกลักษณ์ เฉพาะตัว มีความน่าสนใจดึงดูดสายตาลูกค้าได้เป็นอย่างดี (วุฒิชัย มณีอินทร์. 2551) ป้ายที่ดีสามารถช่วยในการสื่อสาร ระหว่างลูกค้ากับคนขายที่พิการทางการได้ยิน หรือระหว่างเพื่อนร่วมงานด้วยกัน และยังช่วยให้การขายประสบความสำเร็จ ย่างยิ่งขึ้น

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่องปัญหาและอุปสรรคการเข้าถึงตลาดของคนพิการทางการได้ยิน กรณีศึกษา ตลาดศาลายา ซึ่งพบว่าคนพิการทางการได้ยินต้องการให้มีการเตรียมเครื่องคิดเลข กระดาษ ปากกา ไว้สำหรับเป็นอุปกรณ์ ที่ช่วยในการสื่อสาร และต้องการให้มีการติดป้ายบอกชื่อสินค้าและราคา พร้อมบอกคุณลักษณะของสินค้าเอาไว้ด้วย (จิราภา นิเวตพันธ์ และคณะ. 2552) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับกรอบแนวคิด HAAT Model ของ Cook and Hussey (2002) ที่ปัจจัยสำคัญ 4 อย่าง คือ ปัจจัยด้านคนขายที่พิการทางการได้ยิน ปัจจัยด้านกิจกรรมเน้นการขายสินค้า การขายอาหาร และการสื่อสารระหว่างคนขายที่พิการทางการได้ยินกับลูกค้า ปัจจัยด้านบริบทเน้นศึกษาร้านอาหารและแผงขายสินค้าของ คนขายที่พิการทางการได้ยิน ปัจจัยด้านป้ายและสื่อต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน ลักษณะของเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวก ต่างๆ ที่เป็นป้ายและสื่อต้องมีความเหมาะสมกับลักษณะของกิจกรรมและบุคคล

6. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

6.1 ควรมีป้ายชื่อร้าน เพื่อช่วยให้ลูกค้าจดจำร้านได้ง่ายขึ้นและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าได้มากขึ้นควร เป็นป้ายที่มีความถาวรทนแข็งแรง ติดตั้งในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัดเจน ป้ายชื่อร้านให้ติดตั้งบริเวณเหนือประตูเป็น แนวยาวเพื่อให้มองเห็นชัดเจนในระยะไกลมีรูปภาพภาษามือประกอบในป้าย ใช้สีตัวอักษรที่สะดุดตาลูกค้าตัดกับสีของพื้นหลัง ที่เป็นสีผสมขาวแบบพาสเทล ใช้คู่มือตัวอักษรและพื้นหลังที่มองเห็นชัดเจนอ่านได้ง่าย ยกตัวอย่างเช่น ป้ายควรมีขนาด 8.10 x 1.10 เมตรสูงจากพื้น 3.30 เมตร (รูปที่ 2)



รูปที่ 2 แสดงแนวทางการออกแบบป้ายหน้าร้าน

6.2 ควรมีป้ายแนะนำลูกค้า ถึงวิธีการสื่อสารกับคนขายที่พิการทางการได้ยิน หากคนขายเป็นคนพิการทางการได้ยิน เพื่อลดปัญหาในกิจกรรมการซื้อขาย

6.3 ควรมีป้ายรายการอาหารหน้าร้าน เพื่อดึงดูดลูกค้าที่เดินผ่านไปมา ป้ายเมนูหน้าร้านให้มีรูปภาพและชื่อรายการอาหารที่เปลี่ยนแปลงแก้ไขได้ มีรูปภาพอาหาร ป้ายควรมีขนาด 0.60 x 0.60 เมตรสูงจากพื้น 2.00 เมตร (รูปที่ 3)



รูปที่ 3 แสดงแนวทางการออกแบบป้ายเมนูหน้าร้าน

6.4 ควรมีป้ายสำหรับแนะนำรายการอาหาร ที่น่าสนใจ หรือสินค้าใหม่สินค้าลดราคาโดยเฉพาะเพื่อช่วยเป็นสื่อในเทคนิคทางการตลาด

6.5 ควรมีป้ายบนเคาน์เตอร์บริการไว้สำหรับ ให้ลูกค้าชี้ให้คนขายดูเพื่อให้มองเห็นชัดเจนตรงกันทั้งสองฝ่าย (รูปที่ 4)



รูปที่ 4 แสดงแนวทางการออกแบบป้ายเมนูบนเคาน์เตอร์

6.6 การบอกราคาสินค้าต่างๆ ควรให้ลูกค้ามองเห็นราคาได้ชัดเจน ลักษณะของป้ายราคาสินค้าหากราคาเท่ากันทั้งหมดควรติดป้ายที่มองเห็นชัดเจนเพียงป้ายเดียว วางหรือติดในจุดที่มองเห็นสะดวก หากราคาของสินค้าแต่ละชนิดไม่เท่ากันควรใช้กระดาดบอกราคาแบบสติ๊กเกอร์ติดบนสินค้า

6.7 ควรมีป้ายรายการอาหารบนโต๊ะ ป้ายรายการเมนูบนโต๊ะที่นั่ง ป้ายสีพื้นผสมขาวแบบพาสเทล สีสภาพอาหารมีความสดใสสะดุดตา พร้อมราคา ป้ายทำจากแผ่นอะคริลิกใสซึ่งเป็นวัสดุป้องกันป้ายสกปรกได้ ป้ายควรมีขนาด 20 x 25 เซนติเมตร (รูปที่ 5)



รูปที่ 5 แสดงแนวทางการออกแบบป้ายเมนูบนโต๊ะ

6.8 ควรมีป้ายบอกหมายเลขประจำโต๊ะทุกโต๊ะ เพื่อช่วยในการอำนวยความสะดวกในการสื่อสารระหว่างคนขายในร้านด้วยกัน เพื่อทราบว่าโต๊ะที่เท่าไรต้องการสิ่งเมนูอะไร ป้ายรายการเมนูบนโต๊ะที่หนึ่ง ป้ายหมายเลขประจำโต๊ะ ควรมีลักษณะเป็นกล่องสี่เหลี่ยมผืนผ้าแบบพาสเทลมีลายการ์ตูนเกี่ยวกับร้านก๋วยเตี๋ยว ที่มาของร้านและภาษามือบนตัวกล่อง มีตัวเลขขนาดใหญ่สีขาวเพื่อให้สะดุดตาสร้างสีสันในร้านและมองเห็นได้ง่าย ด้านบนเป็นช่องใส่นามบัตรคนขายเพื่อให้ลูกค้าสามารถส่งข้อความทางโทรศัพท์มาสั่งอาหารได้ (รูปที่ 6)



รูปที่ 6 แสดงแนวทางการออกแบบป้ายหมายเลขประจำโต๊ะ

6.9 การใช้สื่อในการต่อรองราคา ควรใช้เครื่องคิดเลขที่มีขนาดตัวเลขมองเห็นได้ชัดเจนเพื่อให้ลูกค้าสูงวัยหรือคนที่มีปัญหาสายตาสามารถมองเห็นได้ชัดเจน

6.10 การใช้สื่อในการบอกคุณลักษณะของสินค้า ควรใช้แฟ้มสำหรับใส่รายการแคตตาล็อกของรูปภาพสินค้า พร้อมราคาให้ลูกค้าอ่าน โดยสินค้าที่ต้องตอบข้อสงสัยลูกค้าบ่อยๆ คนขายจะต้องคอยจดจำว่าคนซื้อมักถามอะไร เพื่อจะได้เขียนบอกไว้ในแฟ้มแคตตาล็อกของตน

6.11 กระดาษและปากกาควรวางในจุดที่มองเห็นได้ชัดเจน ใช้งานสะดวก มีกระดาษสำรองไว้เป็นจำนวนมากเพียงพอกับการใช้งานในแต่ละวัน อาจจะต้องติดตั้งกระดานเขียนข้อความ สำหรับไว้เขียนข้อความสื่อสารกับคนขาย กระดานมีขนาด 30 x 35 เซนติเมตร สูงจากพื้น 85 เซนติเมตร และมีปากกาวางไว้ใกล้ๆ เพื่อให้ลูกค้าหยิบเขียนได้สะดวก (รูปที่ 7)



รูปที่ 7 แสดงแนวทางการออกแบบป้ายสำหรับติดต่อสื่อสารระหว่างคนขายกับลูกค้า

6.12 ผู้ออกแบบตกแต่งร้านค้าต่าง ๆ ควรคำนึงถึงการใช้งานของคนพิการทางการได้ยินที่ต้องการให้มีการช่วยเหลือในเรื่องของการสื่อสารต่างๆ ที่ทำให้การขายสะดวกและง่ายขึ้นโดยใช้ป้ายและสื่ออำนวยความสะดวกในการขาย

6.13 ผู้ออกแบบป้ายแคตตาล็อกเมนู ควรออกแบบโดยคำนึงถึงการใช้งานที่ง่ายและสะดวกของผู้ใช้ที่เป็นคนพิการทางการได้ยิน



เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2547). รายงานสถานการณ์ทางสังคมความก้าวหน้าการพัฒนา
คนพิการ. กรุงเทพฯ: กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- กรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. (2549). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.
- จิตประภา ศรีอ่อน และคณะ. (2547). การติดตามประเมินผลโครงการห้องเรียนสาธิตการสอนแบบสองภาษา: โรงเรียน
โสตศึกษาจังหวัดนครปฐม. นครปฐม: วิทยาลัยราชสุตา มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จิราภา นิวาตพันธ์ พรพรรณ สมบูรณ์ และ เบญจมาศ ภูอินทร์. (2552). ปัญหาและอุปสรรคการเข้าถึงตลาดของคนพิการ
ทางการได้ยิน (กรณีศึกษาตลาดสาละวิน) วารสารสมาคมนักวิจัย, 14(1), 23-34.
- นวลน้อย บุญวงษ์ และ นันทินี เนียนทรัพย์. (2545). การออกแบบภายในอาคารเพื่อคนพิการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นัตตา ริชัวะ. (2551). “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการนำเทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกไปใช้ให้เกิดประโยชน์ของ
ผู้ป่วยภายหลังการฟื้นฟูสภาพจากสถาบันตติยภูมิ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
งานบริการฟื้นฟูสมรรถภาพคนพิการ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พวงแก้ว กิจธรรม. (2547). การฟื้นฟูสมรรถภาพผู้พิการในชุมชน เรื่อง การฝึกผู้ที่มีความผิดปกติเกี่ยวกับ การพูด
และ/หรือการได้ยิน. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์องค์การทหารผ่านศึก.
- วุฒิชัย มณีอินทร์. (2551). การออกแบบกราฟิกในสภาพแวดล้อม: กรณีศึกษาระบบป้าย สัญลักษณ์ **Environmental graphic design: case study signage system**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถาปัตยกรรมภายใน คณะสถาปัตยกรรม-
ศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- Brandt, A., Iwarsson, S., and Stahle, A. (2004). Older people's use of powered wheelchairs for activity and participation. **Journal of Rehabilitation Medicine**. 36 70–77.
- Cook, A. M., Encarnação, P. and Adams, K. (2010). Robots: Assistive technologies for play, learning and cognitive development. **Technology and Disability**. 22 (3):127-145.
- Cook, A. M., and Hussey, S. (2002). **Assistive Technologies: Principles and Practice**. (2nd Edition). Missouri: - Mosby.
- Cook, A. M., and Polgar, J. M. (2008). **Cook and Hussey's Assistive Technologies: Principles and Practice**. (3rd Edition). St. Louis, MO: Mosby.
- Cook, A. M., Polgar, J. M. and Livingston, N. J. (2010). **Design and Use of Assistive Technology**. New York : Springer Science+Business Media.