

ลักษณะการใช้ภาษาของชื่อร้านค้าย่านเยาวราช

Language Usage of Commercial Names of Businesses in Yaowarat Area

Ning Jingsi

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การสื่อสารภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

Master of Arts (M.A.) Communicative Thai as a Second Language

Graduate school Huachiew Chalermprakiet University

Email: jingsi_n@qq.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะการใช้ภาษาของชื่อร้านค้าในย่านเยาวราช 2) เหตุผลการเลือกใช้ภาษาของการตั้งชื่อร้านค้าในย่านเยาวราช โดยวิเคราะห์ชื่อร้านค้าย่านเยาวราช 102 ร้าน เป็นร้านจำหน่ายสินค้าและให้บริการ 7 ประเภท และเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อสัมภาษณ์ เป็นเจ้าของหรือพนักงานเลือกแบบบังเอิญ เป็นร้านค้าประเภทละ 1 ใน 3 จำนวน 29 คน นำเสนอผลการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะของการใช้ภาษาตั้งชื่อร้านในย่านเยาวราช มี 2 ลักษณะคือ 1) ตั้งชื่อร้านค้าด้วยภาษาไทย หรือภาษาจีน หรือภาษาอังกฤษ 2) ชื่อร้านค้าใช้ภาษาไทยที่ถอดเสียงจากภาษาจีนหรือภาษาอังกฤษ หรือเป็นชื่อภาษาอังกฤษที่ถอดเสียงจากภาษาไทยหรือภาษาจีน ใน 102 ร้านนี้ มีร้านค้าที่ตั้งชื่อด้วยภาษาเดียว 10 ร้าน คือภาษาไทยหรือภาษาจีนหรือภาษาอังกฤษ สองภาษา 41 ร้าน คือ ภาษาไทยกับภาษาจีน และภาษาไทยกับภาษาอังกฤษ สามภาษา 51 ร้าน คือภาษาไทย ภาษาจีนและภาษาอังกฤษ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ พบว่า เหตุผลสำคัญของการเลือกใช้ภาษาตั้งชื่อร้านคือ 1) เพื่ออ่านและเรียกชื่อได้ถูกต้อง 2) เพื่อบอกลักษณะหรือประเภทสินค้าที่จำหน่าย 3) เพื่อความสะดวกในการสื่อสาร และ 4) เพื่อความทันสมัยหรือสอดคล้องกับค่านิยมของสังคม

คำสำคัญ: ลักษณะการใช้ภาษา ชื่อร้านค้า ย่านเยาวราช

Abstract

This research aimed to: 1) study the language use in Thai commercial names of businesses on Yaowarat Road, and 2) understand reasons of naming businesses. One hundred and two names of businesses divided into seven types of goods and services on Yaowarat Road were studied. Twenty-nine informants, either business owners or staff, equivalent to one-third of the seven types of studied businesses were randomly selected to be interviewed. The findings were reported as a descriptive analysis.

The research result showed that two types of language use of commercial names of businesses ,1) naming businesses in Thai, Chinese, or English and 2) transcribing Chinese or English names into Thai or Thai or Chinese into English, were found. Of 102 shops, ten were found to name their businesses in Thai, Chinese, or English. Forty-one were found to use two languages, Thai and Chinese or Thai and English. Fifty-one shops used three languages, Thai and Chinese and English. Finally, the researcher found those businesses were named based on four reasons or principles: 1) easy pronunciation; 2) identification of goods or businesses; 3) easy communication; and 4) reflection of modernity or social values.

Keywords: language usage, commercial name, Yaowarat area

1. บทนำ

ชื่อ หมายถึง คำที่ใช้เรียกสิ่งต่าง ๆ เพื่อใช้แทนคน สัตว์ สิ่งของ หรือสิ่งที่เป็นนามธรรมที่สามารถสัมผัสหรือรู้สึกได้ เพื่อนำมาเรียกหรืออ้างถึง ในสังคมมนุษย์ มีการตั้งชื่อคนและสิ่งต่างๆ เพื่อแยกแยะคนหรือสิ่งนั้น ๆ ออกจากสิ่งที่คล้ายกันได้ ชื่อสามารถบอกข้อมูลบางอย่างของเจ้าของชื่อ ดังที่ กรหริศ บัวสรวง (2554) ได้อธิบายว่า ชื่อมีอิทธิพลต่อคุณภาพของคนคนนั้นว่า จะมีจุดเด่น จุดด้อย มีผลดี-ผลร้ายอย่างไรกับปัจจุบันและอนาคต เช่นเดียวกับชื่อของสถานที่ จังหวัด อำเภอ เขต ตำบล หมู่บ้าน สามารถบ่งบอกถึงสถานภาพความเป็นอยู่ว่าประชาชนที่อาศัยอยู่นั้นเป็นอย่างไร จึงเห็นได้ว่า การตั้งชื่อมีความสำคัญที่สะท้อนถึงการเลือกใช้ภาษาตั้งชื่อ และอธิบายเหตุผลหรือที่มาของการตั้งชื่อมาก

ความสำคัญของการตั้งชื่อดังกล่าว ปรากฏในการตั้งชื่อของคน รวมทั้งสิ่งต่างๆ ในชีวิตรอบตัวเรา เช่น การตั้งร้านค้าใหม่หรือเปิดบริษัทใหม่ ก็จะตั้งชื่อ เพื่อให้ลูกค้ารู้จัก จดจำ และใช้ในการติดต่อทางธุรกิจต่อไป เราจะสังเกตได้ว่าชื่อร้านค้าบางร้านตั้งชื่อตามสินค้าที่จัดจำหน่าย ชื่อนักดนตรีที่มีชื่อเสียง บางร้านเลือกใช้ภาษาพูดหรือภาษาวัยรุ่นเป็นชื่อร้าน เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ จะเห็นได้ว่าชื่อร้านค้ามีความสำคัญมากต่อธุรกิจของร้านค้า เพราะฉะนั้นการตั้งชื่อร้านค้าจึงต้องเลือกใช้ภาษาอย่างเหมาะสม มีลักษณะดูดีและดึงดูดลูกค้า ดังที่ สุวิไล เปรมศรีรัตน์ และ สุพุมาวดี จำหิรัฐ (2527) กล่าวว่า การตั้งชื่อต้องมีลักษณะเป็นตัวแทนของสิ่งของบางอย่าง ชื่อร้านค้าบางชื่อมีลักษณะเฉพาะในการใช้ภาษา คือ มีคำต่อท้ายเพื่อสรุปถึงบริการ หรือสินค้าที่ร้านจำหน่าย

การตั้งชื่อไม่ว่าเป็นชื่อนักดนตรีหรือชื่อร้านค้าให้ดูน่าสนใจ จดจำง่ายขึ้น ย่อมต้องอาศัยภาษาเป็นเครื่องมือ เพราะภาษาสามารถสื่อความหมายความต้องการและอารมณ์ความรู้สึกต่าง ๆ ของมนุษย์ ดังที่ นริศรา เกตวัลห์ และ วิไล ธรรมมาจา (2553) ได้กล่าวว่า ภาษามีความสำคัญ ภาษาเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร และสะท้อนความเจริญทางสังคม ทั้งยังเป็นเครื่องมือในการบันทึกและถ่ายทอดวัฒนธรรมอีกด้วย ดังนั้นการใช้ภาษาเพื่อตั้งชื่อจึงเป็นส่วนหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงแนวคิด ความต้องการ รวมทั้งแสดงถึงความเจริญของมนุษย์ได้อย่างน่าสนใจ

นอกจากนี้ การใช้ภาษาดังชื่อลักษณะข้างต้น ในบางยุคบางสมัยก็ยังสัมพันธ์กับค่านิยมของสังคมด้วย ดังเช่นการตั้งชื่อร้านค้า มีการเปลี่ยนแปลงและมีพัฒนาการตามยุคสมัย กล่าวคือ ในสมัยแรก ๆ คนไทยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพการเกษตร ทำธุรกิจการค้าค่อนข้างน้อย ชื่อร้านค้าก็จะใช้ภาษาไทยล้วนๆ หรือเป็นภาษาถิ่น ต่อมาเมื่อติดต่อ

และมีความสัมพันธ์กับต่างประเทศ มีการทำธุรกิจเปิดร้านค้าจำหน่ายสินค้าต่างๆ ทั้งเป็นประเทศพื้นบ้านในแถบเอเชีย หรือประเทศตะวันตก มีการตั้งชื่อร้านค้าตามภาษาของเจ้าของกิจการที่เป็นพ่อค้าต่างชาติ ชื่อร้านค้าเปลี่ยนแปลงสะท้อนถึงการรับวัฒนธรรมการใช้ภาษาต่างประเทศที่ใช้ในกิจการค้า มีร้านค้าที่ตั้งชื่อเป็นภาษาจีน ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น ภาษาเกาหลี เป็นต้น ดังที่ สมฤทธิ บัวระมวล (2548) กล่าวว่า เมื่อโลกมีการพัฒนาขึ้น การติดต่อสื่อสารก็เพิ่มขึ้น ติดต่อสัมพันธ์ระหว่างกัน จึงมีการใช้ภาษาอื่นที่ไม่ใช่ภาษาแม่เป็นภาษากลาง หรือภาษาที่สองขึ้นมา มีอยู่หลายภาษา เช่น อังกฤษ ฝรั่งเศส สเปน อาหรับ จีน เป็นต้น

จากการศึกษาพัฒนาการของการติดต่อระหว่างประเทศและการเข้ามาของชาวต่างชาติในย่านทำธุรกิจแห่งแรก ๆ ในประเทศไทย จะพบว่า มีย่านเยาวราชซึ่งยังคงทำธุรกิจสืบต่อมาจนถึงปัจจุบัน มีเจ้าของธุรกิจส่วนใหญ่เป็นคนไทยเชื้อสายจีน ดังที่สุภาภัก จันทวานิช และคณะ (2549) ได้กล่าวว่า ชุมชนชาวจีนดั้งเดิมสำเพ็ง เยาวราช เป็นหลักแหล่งอาศัยและประกอบธุรกิจจำนวนมาก กลายเป็นศูนย์กลางของกิจกรรมทางเศรษฐกิจแห่งแรก ๆ ของไทย มีแหล่งค้าขายและแหล่งการเงินการธนาคาร สะท้อนถึงเศรษฐกิจของไทยที่ค้าขายกับจีน และ อดุลย์ รัตนมโนเกษม (2550 : 74) ได้กล่าวว่า การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของไทย ทำให้ภาษาจีนแต่จิวเป็นภาษาสำคัญและมีอิทธิพลต่อการใช้ภาษาไทยเป็นอย่างมาก คำภาษาจีนหลายคำได้กลายเป็นคำไทย และเป็นส่วนหนึ่งของคำในภาษาไทย

การรับอิทธิพลของภาษาจีนและการผสมผสานของภาษาต่างประเทศในทางเศรษฐกิจการค้าดังกล่าว เป็นประเด็นที่น่าสนใจและน่าศึกษามาก ผู้วิจัยในฐานะนักศึกษาชาวจีนที่ศึกษาในสาขาวิชาการสื่อสารภาษาไทยเป็นภาษาที่สอง จึงสนใจที่จะศึกษาลักษณะการใช้ภาษาของชื่อร้านค้าย่านเยาวราช ที่เป็นย่านการค้าในยุคแรกๆ และพัฒนามาจนถึงปัจจุบัน ทำให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการใช้ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศในธุรกิจการค้า จากการตั้งชื่อร้านค้าที่สะท้อนความเป็นมาของการตั้งหลักแหล่งของคนจีน และการรับภาษาต่างประเทศตามการเปลี่ยนแปลงของสังคมและวัฒนธรรมรวมทั้งการมีความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับต่างชาติ ซึ่งจะเข้าใจได้อย่างชัดเจนถึงการเปลี่ยนแปลงของการใช้ภาษาเฉพาะกิจในปัจจุบัน

2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาลักษณะการใช้ภาษาและเหตุผลการตั้งชื่อร้านค้าในย่านเยาวราช

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเอกสาร (Documentary Research) และการเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Research) โดยดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังนี้

- 3.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตั้งชื่อ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย
- 3.2 รวบรวมชื่อร้านค้าทุกประเภทในย่านเยาวราชจำนวน 102 ชื่อ จำแนกเป็นประเภทร้านค้าได้ 7 ประเภท
- 3.3 เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญที่เป็นเจ้าของหรือผู้ประกอบการของร้านค้าในสัดส่วน 1 ต่อ 3 ในแต่ละประเภทร้านค้า เพื่อการสัมภาษณ์ รวมทั้งสิ้น 29 คน

3.4 สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ประกอบด้วยคำถามจำนวน 10 ข้อนำมาใช้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยอาจารย์ที่ปรึกษาเป็นผู้ตรวจสอบเครื่องมือวิจัย และผู้วิจัยแก้ไขเครื่องมือตามข้อเสนอแนะและให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.5 เก็บข้อมูลภาคสนามชื่อร้านค้า 102 ร้าน และการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 29 คน

3.6 วิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างด้านการใช้ภาษาและเหตุผลการตั้งชื่อร้านค้าในย่านเยาวราช โดยใช้แนวคิดที่เกี่ยวกับลักษณะการใช้ภาษาในการตั้งชื่อร้านค้า

3.7 นำเสนอผลการศึกษาวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

4. ผลการวิจัย

การวิจัยมีผลการวิเคราะห์ด้านลักษณะการใช้ภาษาและเหตุผลของการตั้งชื่อร้านค้าในย่านเยาวราช ดังนี้

4.1 ภาษาที่ใช้ในการตั้งชื่อร้านค้า

ภาษาที่ใช้ในการตั้งชื่อร้านค้า ที่ตั้งชื่อด้วยภาษาเดียวคือ ภาษาไทย หรือภาษาจีน หรือภาษาอังกฤษ มีจำนวน 10 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 9.8 และชื่อสองภาษา คือ ภาษาไทยกับภาษาจีน หรือภาษาไทยกับภาษาอังกฤษ ทั้งหมด 41 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 40.2 สามภาษา คือ ภาษาไทย ภาษาจีนและภาษาอังกฤษ จำนวน 51 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 50 ดังมีตัวอย่างดังนี้

4.1.1 ชื่อร้านค้าที่ตั้งชื่อภาษาเดียว

ร้านค้าที่ใช้ภาษาเดียวเป็นชื่อร้าน ได้แก่ ภาษาไทยหรือภาษาจีนหรือภาษาอังกฤษ จำนวน 10 ร้าน ดังปรากฏในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนของร้านค้าที่ตั้งชื่อด้วยภาษาเดียว

ลำดับ	ภาษาของชื่อ	จำนวนร้าน	ร้อยละ
1	ภาษาไทย	7	70
2	ภาษาจีน	2	20
3	ภาษาอังกฤษ	1	10
รวม		10	100

จากตารางที่ 1 จำนวนของร้านค้าที่ตั้งชื่อด้วยภาษาเดียว ปรากฏว่า ภาษาที่ตั้งชื่อร้านค้าในย่านเยาวราช ใช้ภาษาเดียว มีจำนวน 10 ร้าน ชื่อเป็นภาษาไทยได้รับความนิยมมากที่สุด มีจำนวน 7 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 50 ตัวอย่างเช่น “ร้านก๊วยจ๊ับนายเอ็ก” รองลงมาคือใช้ภาษาจีนเป็นชื่อร้านภาษาเดียว มีจำนวน 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 20 เช่น “北京同仁堂” เป็นร้านค้ามาจากปักกิ่งของจีน จำหน่ายยาสมุนไพรจีน ร้านค้าที่ตั้งชื่อด้วยภาษาอังกฤษภาษาเดียวมีจำนวนน้อยที่สุด คือมี 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 10 เช่นร้านขายชาที่ชื่อ “DOUBLE DOGS TEA ROOM”

4.1.2 ชื่อร้านค้าที่ตั้งชื่อสองภาษา

ร้านค้าในย่านเยาวราชที่ตั้งชื่อสองภาษา คือ ภาษาไทยกับภาษาจีน หรือภาษาไทยกับภาษาอังกฤษ ทั้งหมด 41 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 40.2 ดังปรากฏในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนของร้านค้าที่ตั้งชื่อด้วยสองภาษา

ลำดับ	ภาษาของชื่อ	จำนวนร้าน	ร้อยละ
1	ภาษาไทย+ภาษาจีน	35	85.3
2	ภาษาไทย+ภาษาอังกฤษ	6	14.7
รวม		41	100

จากตารางที่ 2 จำนวนของร้านค้าที่ตั้งชื่อด้วยสองภาษา ปรากฏว่า ภาษาของร้านค้าที่ตั้งชื่อด้วยสองภาษาในย่านเยาวราช จำนวน 41 ร้าน การตั้งชื่อร้านด้วยภาษาไทยกับภาษาจีน มีจำนวนมากที่สุด คือ 35 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 85.3 เช่น ร้านขายทองที่มีชื่อไทยเรียก “ทองใบเยาวราช” ในขณะเดียวกันมีชื่อจีน “馬利興大金行” หรือร้านขายอาหารที่มีชื่อภาษาไทย “ลิ้มจิงเฮียง” เป็นชื่อไทยที่ถอดเสียงของชื่อจีน “林真香” รองลงมาคือภาษาไทยกับภาษาอังกฤษ มีจำนวน 6 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 14.7 เช่น ร้านขายเครื่องดื่มน้ำชื่อไทย “เด็กสมบุญ” และชื่ออังกฤษ “DEKSOMBOON” ชื่อภาษาอังกฤษถอดเสียงจากชื่อไทย หรือร้านที่ชื่อ “เอส.เอ็น.อี” เขียนเป็นชื่อไทยแต่ถอดเสียงจากชื่อภาษาอังกฤษ “S.N.E”

4.1.3 ชื่อร้านค้าที่ตั้งชื่อสามภาษา

ร้านค้าที่มีชื่อภาษาสามภาษา ได้แก่ ภาษาจีน ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีจำนวน 51 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 50 ชื่อร้านค้ากลุ่มนี้สามารถแบ่งเป็นสองลักษณะ ดังปรากฏในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวนของร้านค้าที่ตั้งชื่อด้วยภาษาสามภาษา

ลำดับ	ภาษาของชื่อ	จำนวนร้าน	ร้อยละ
1	ภาษาไทย+ภาษาจีน+ภาษาอังกฤษ	2	3.9
2	ภาษาไทยที่ถอดเสียงจากภาษาจีน+ภาษาจีน+ภาษาอังกฤษที่ถอดเสียงจากภาษาจีนหรือภาษาไทย	49	96.1
รวม		51	100

จากตารางที่ 3 จำนวนของร้านค้าที่ตั้งชื่อด้วยสามภาษา ปรากฏว่า มีจำนวน 51 ร้าน แบ่งเป็นสองลักษณะคือ 1) ตั้งชื่อร้านเป็นภาษาไทย ภาษาจีน และภาษาอังกฤษ มีจำนวน 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 3.9 เช่น ร้านชื่อไทย “ประกายนคร” มีชื่อจีน “京光两合公司” และชื่ออังกฤษคือ “CITY'S SPARK LTD.PARTNERSHIP” 2) ตั้งชื่อเป็นชื่อภาษาไทยที่ถอดเสียงจากชื่อภาษาจีน และชื่อภาษาอังกฤษที่ถอดเสียงจากคำจีนหรือคำไทย เป็นชื่อที่ได้รับความนิยมมากที่สุด มีจำนวน 49 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 96.1 เช่น ร้านที่ชื่อ “ห้างขายทอง โชวเซ่งเฮง” ใช้เป็นชื่อภาษาไทยคือ “ห้างขายทอง” คู่กับชื่อภาษาไทยที่ถอดเสียงมาจากชื่อภาษาจีน “โชวเซ่งเฮง” และมีชื่อภาษาจีนใช้คู่กันว่า “蘇成興大金行” และชื่อภาษาอังกฤษใช้คู่กันว่า “SO SENG HENG GOLDSMITH”

4.2 เหตุผลการเลือกใช้ภาษาในการตั้งชื่อ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 29 คน เกี่ยวกับแนวคิดการเลือกใช้ภาษาในการตั้งชื่อของร้านค้าเขาวราช ได้พบว่าร้านค้าแต่ละประเภทมีเหตุผลต่างกันในเรื่องการเลือกใช้ภาษาต่าง ๆ เพื่อตั้งชื่อร้านค้า โดยมีเหตุผลสรุปได้ 4 ประการ คือ เพื่อให้เรียกชื่อได้ถูกต้อง เพื่อแสดงลักษณะสินค้าที่จำหน่าย เพื่อความสะดวกในการสื่อสาร และเพื่อความทันสมัยหรือสอดคล้องกับค่านิยมของสังคม มีรายละเอียดดังนี้

4.2.1 เพื่อให้อ่านและเรียกชื่อได้ถูกต้อง

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ปรากฏว่า ร้านค้าทั้ง 7 ประเภทเลือกใช้ภาษาด้วยเหตุผลเพื่อให้เรียกชื่อได้ถูกต้อง เช่น

วุฒิชัย วิชิตชัย (27 ตุลาคม 2560) ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับเหตุผลการเลือกใช้ภาษาไทยในการตั้งชื่อร้านว่า

“เหตุผลที่ร้านเราใช้ชื่อภาษาอังกฤษผมไม่ทราบครับ เพราะว่าผมไม่ได้เป็นคนที่ตั้งชื่อร้านนี้ คนที่ตั้งชื่อร้านนี้เป็นผู้ก่อตั้งร้าน ซึ่งผ่านไปหลายสิบปีแล้วผมไม่รู้หรอกว่าท่านคิดยังไง ผมเป็นพนักงานซึ่งมาทีหลัง ผมคิดว่าท่านอาจจะอยากให้ลูกค้าสะดวกเรียกชื่อร้านเรา เพราะลูกค้าไม่ใช่อ่านภาษาจีนได้ทุกคน มีชื่อภาษาจีนแล้วก็ต้องมีชื่อไทยด้วย จีนฮั่นฮ่งนี่ก็ออกเสียงคล้ายกับชื่อภาษาจีน ชื่อดี จำง่ายด้วย”

จากตัวอย่างข้างต้นที่กล่าวถึงเหตุผลการใช้ภาษาในการตั้งชื่อร้านค้าเขาวราชแสดงให้เห็นว่า การเลือกใช้ภาษาเพื่อตั้งชื่อร้านค้านั้นมีเหตุผลต้องการให้ลูกค้าอ่านและเรียกชื่อร้านได้ ภาษาที่เลือกมามักจะเป็นภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ไม่มีร้านค้าใดที่ใช้ภาษาที่ไม่มีใครรู้จัก เพราะไม่สามารถอ่านได้และเข้าใจได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านค้าใหญ่ที่มีชื่อเสียง อย่างร้านขายทองย่านเขาวราช ซึ่งเป็นร้านที่รู้จักทั่วประเทศและต่างประเทศ ลูกค้าที่มาจากหลายที่นิยมซื้อทองกันตามชื่อร้าน นอกจากนี้ ยังมีร้านค้าที่มีบริการหลังการขาย เพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก จะนิยมใช้ภาษาที่ลูกค้าส่วนมากรู้จักคุ้นเคยในการตั้งชื่อร้าน

4.2.2 เพื่อแสดงลักษณะสินค้าที่จำหน่าย

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ปรากฏว่า ร้านค้า 4 ประเภทเลือกใช้ภาษาด้วยเหตุผลต่างๆ เพื่อแสดงลักษณะสินค้าที่จำหน่าย คือ ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายของรวม ร้านขายยา และร้านขายวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น

จักรี อินทรานวนย์ (3 พฤศจิกายน 2560) ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับเหตุผลการเลือกใช้ภาษาจีนตั้งชื่อร้านว่า

“เราขายยาสมุนไพรจีน โสม ไข่มุก มันก็ต้องตั้งชื่อเป็นภาษาจีน เพื่อสอดคล้องกับสินค้าที่เราจำหน่าย มันเป็นเอกลักษณ์ความเป็นเขาวราช”

และปรัชญา พรหมบาง (4 พฤศจิกายน 2560) ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับเหตุผลการเลือกใช้ภาษาอังกฤษตั้งชื่อร้านว่า

“เหตุผลการเลือกใช้ภาษาอังกฤษในการตั้งชื่อร้านคือเพื่อให้ผู้ที่มาติดต่อทราบว่าวัสดุก่อสร้างของร้านนี้นำเข้าจากประเทศอื่น มีคุณภาพดี ในชื่อภาษาไทยไม่ได้ปรากฏออกมาว่าเป็นสินค้านำเข้า แต่ชื่อนี้สามารถเข้าใจได้”

จากตัวอย่างข้างต้นที่กล่าวถึงเหตุการณ์การเลือกใช้ภาษาในการตั้งชื่อร้านค้าย่านเยาวราชแสดงให้เห็นว่า การเลือกใช้ภาษาเพื่อตั้งชื่อร้านค้าในร้านค้ามีเหตุผลว่าต้องการแสดงลักษณะสินค้าที่จำหน่ายของร้านค้า ช่วยสื่อข้อมูลของสินค้าที่จำหน่ายได้ ถ้าร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าเกี่ยวข้องกับเมืองจีน ก็เลือกใช้ภาษาจีนตั้งชื่อร้านค้าหรืออักษรไทยกับอักษรภาษาอังกฤษที่ถอดเสียงของชื่อจีน อย่างร้านขายอาหารจีน ร้านขายยาแผนจีน ถ้าเป็นร้านที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี จะนิยมตั้งด้วยภาษาอังกฤษเพิ่ม อย่างร้านขายอุปกรณ์ เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องมือช่าง ซึ่งเป็นสินค้านำเข้าจากประเทศนานาชาติและมีชื่อภาษาอังกฤษแล้ว จะนิยมตั้งชื่อภาษาอังกฤษเป็นชื่อร้าน เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ลักษณะของสินค้าและทำให้ชื่อร้านเข้ากับสินค้าในร้าน อีกทั้งยังได้แสดงถึงคุณภาพของสินค้าได้ด้วย

4.2.3 เพื่อความสะดวกในการสื่อสาร

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ปรากฏว่าร้านค้า 6 ประเภท ที่เลือกใช้ภาษาด้วยเหตุผลเพื่อความสะดวกในการสื่อสาร คือร้านขายทองและเพชร ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายเครื่องประดับและของใช้ส่วนตัว ร้านขายยา ร้านขายวัสดุ อุปกรณ์ต่างๆ ธุรกิจบริการและสำนักงาน เช่น อ้อยใจ ท่อนแก้ว (27 ตุลาคม 2560) ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับเหตุการณ์การเลือกใช้ภาษาในการตั้งชื่อร้านว่า

“แนวคิดคือจะควรมีภาษาอย่างน้อย 3 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาจีน และภาษาอังกฤษ ใช้ชื่อภาษาไทยเพราะว่าภาษาไทยเป็นภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ส่วนชื่อภาษาจีนก็เพราะว่าเจ้าของเป็นคนไทยเชื้อสายจีน พูดภาษาจีนได้อยู่แล้ว ภาษาอังกฤษก็สำคัญเช่นกัน เพราะมีต่างชาติมาติดต่อ ไม่ว่าภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษต่างก็ตั้งตามชื่อภาษาจีน คือแปลเสียงของภาษาจีนแต่จะมาเป็นภาษาไทย ลูกค้าเขาเรียกชื่อได้ แต่ส่วนใหญ่ไม่ค่อยเข้าใจความหมายเท่าไร เราขายของที่นี่ ก็ไม่มีความหมายเหมือนกัน อ่านออกได้แต่ไม่เข้าใจ”

จากตัวอย่างข้างต้นที่กล่าวถึงเหตุการณ์การเลือกใช้ภาษาในการตั้งชื่อร้านค้าย่านเยาวราชแสดงให้เห็นว่า การเลือกใช้ภาษาเพื่อตั้งชื่อร้านค้ามีเหตุผลว่าเพื่อความสะดวกในการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการและลูกค้า เพราะร้านค้าในเยาวราชมีทั้งลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ พัฒนาการด้านการท่องเที่ยวในสมัยนี้ทำให้ย่านเยาวราชมีภารติดต่อกับชาวต่างประเทศมากขึ้น จึงมีชื่อภาษาต่างประเทศเกิดขึ้นเรื่อย ๆ ผลจากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยยังได้เห็นว่า ชื่อภาษาไทยของร้านค้าบางร้านตั้งตามชื่อภาษาจีน คือถอดเสียงของภาษาจีนแต่จะมาเป็นภาษาไทย ซึ่งต้องตีความหมายจากชื่อภาษาจีน ร้านค้าเหล่านี้ส่วนมากเป็นร้านค้าที่เปิดขายสินค้าเป็นเวลายาวนาน เพราะผู้ก่อตั้งร้านพูดภาษาแต้จิ๋วได้ แต่เนื่องจากสมัยนี้พวกชาวไทยเชื้อสายจีนรุ่นใหม่ไม่ค่อยใช้ภาษาแต้จิ๋ว ทำให้การใช้ภาษาแต้จิ๋วลดลง ซึ่งจะเห็นได้จากร้านค้าใหม่ ๆ ในย่านนี้ เพราะไม่ค่อยใช้ภาษาจีนแต้จิ๋วตั้งชื่อร้านแล้ว

4.2.4 เพื่อความทันสมัยหรือสอดคล้องกับค่านิยมของสังคม

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ปรากฏว่ามีร้านค้า 4 ประเภทเลือกใช้ภาษาด้วยเหตุผลเพื่อความทันสมัยหรือสอดคล้องกับค่านิยมของสังคม คือร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายยา ร้านขายวัสดุ อุปกรณ์ต่างๆ ธุรกิจบริการและสำนักงาน เช่น

จรงก กิตติวรกาญจน์ (27 ตุลาคม 2560) ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับเหตุผลการเลือกใช้ภาษาอังกฤษในการตั้งชื่อร้านว่า

“เหตุผลที่ผมไม่ใช้ภาษาไทยในการตั้งชื่อร้านคือผมมองว่า ภาษาอังกฤษมีความเป็นสากล มีความทันสมัย เมืองในปัจจุบันก็ไม่ค่อยใช้ชื่อไทยมาเป็นชื่อร้าน นิยมใช้ชื่อภาษาอังกฤษมากกว่า อย่าง “Big C” “Family market” “Double Dogs Tea Room” ของเราเป็นร้านใหม่ที่ได้ได้รับความนิยมในสมัยนี้ มีทั้งชาวไทยกับชาวจีนมาเป็นลูกค้าอย่างต่อเนื่องสินค้าของร้านจะมีชาจีน ชาญี่ปุ่น กาแฟเป็นต้น ”

จากตัวอย่างข้างต้นที่กล่าวถึงเหตุผลการเลือกใช้ภาษาในการตั้งชื่อร้านค้าย่านเขาวราชแสดงให้เห็นว่า การเลือกใช้ภาษาเพื่อตั้งชื่อร้านค้ามีเหตุผลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของความนิยมในการตั้งชื่อ คือร้านค้าในสมัยปัจจุบันนิยมตั้งชื่อร้านค้าด้วยภาษาอังกฤษ เพราะเห็นว่าภาษาอังกฤษเป็นภาษานานาชาติ ทำให้ร้านค้าทันสมัย สอดคล้องกับสังคมพัฒนา

5. การอภิปรายผล

5.1 ผลการวิจัย การศึกษาลักษณะการใช้ภาษาของชื่อร้านค้าย่านเขาวราช พบว่า ภาษาที่ใช้ในการตั้งชื่อร้านค้า มีการตั้งชื่อด้วยภาษาเดียว คือ ภาษาไทย หรือภาษาจีน หรือภาษาอังกฤษ 10 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 9.8 สองภาษา คือ ภาษาไทยกับภาษาจีน และภาษาไทยกับภาษาอังกฤษ 41 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 90.2 และสามภาษา คือ ภาษาไทย ภาษาจีนและภาษาอังกฤษ จำนวน 51 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 50 เป็นผลการวิจัยที่แสดงถึงการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมการใช้ภาษา สอดคล้องกับ สมฤทธิ บัวระมวล (2548) ได้อธิบายว่า ภาษาไทยและภาษาอื่น ๆ ต่างก็ได้รับอิทธิพลต่อการ โดย การติดต่อสื่อสารหรือมีอาณาบริเวณใกล้เคียงกัน ทำให้มีการยอมรับมาใช้ เช่น การดัดแปลงการสร้างคำใหม่ ๆ ทำให้มีถ้อยคำภาษาใช้ได้มากมาย เมื่อโลกมีการพัฒนาขึ้น มีการติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้น จึงทำให้รับภาษาอื่น ๆ มาใช้เป็นภาษากลางหรือภาษาที่สอง ที่สำคัญ เช่น อังกฤษ จีนเป็นต้น นอกจากนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ลัดดาวัลย์ ศิริเมฆ (2541) เรื่อง แนวโน้มในการตั้งชื่อร้านค้าในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ที่พบว่า ลักษณะของภาษาที่นำมาตั้งเป็นชื่อร้านค้า คือ 1) ชื่อร้านค้ามีที่มาจากภาษาต่าง ๆ 11 ภาษา 2) ตัวเขียนที่นำมาตั้งชื่อร้านค้า คือ ตัวเขียนไทย ตัวเขียนไทยกับอังกฤษ ตัวเขียนไทยกับจีน และตัวเขียนไทยกับอังกฤษและจีน

5.2 ผลการวิจัยด้านเหตุผลการเลือกใช้ภาษาในการตั้งชื่อร้านค้าย่านเขาวราช พบว่า การเลือกใช้ภาษาตั้งชื่อร้านค้าตามลักษณะทั้งสองประการ เพื่อให้ลูกค้าอ่านและเรียกชื่อร้านได้ จึงเป็นภาษาที่ใช้คุ้นเคยในชีวิตประจำวัน ไม่มีร้านค้าใดที่ใช้ภาษาที่ไม่รู้จัก หรือไม่สามารอ่านได้และเข้าใจได้” เป็นผลการวิจัยที่สอดคล้องกับแนวคิดของ ทศพร ศรีคำ กลมเกลียว (2550) ที่ได้กล่าวถึงหลักเกณฑ์ในการตั้งชื่อว่า ต้องมีความโดดเด่น ซึ่งผู้อื่นนึกถึงแล้วจดจำได้ทันที ไม่ต้องท่องจำ เป็นชื่อที่ไพเราะ และสอดคล้องกับสุภาพ จันทวนิช และคณะ (2549) ที่ให้แนวคิด ว่า ชุมชนชาวจีนได้ตั้งหลักแหล่งอาศัยและประกอบธุรกิจจำนวนมากในย่านการค้า มีการติดต่อกันทางเศรษฐกิจ ซึ่งจะต้องใช้ภาษาที่สื่อสารได้เข้าใจกันทั้งลูกค้าในสังคมไทยปัจจุบันที่เป็นคนไทย ลูกค้านจีน และลูกค้าต่างชาติ

6. บทสรุป

งานวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการใช้ภาษาและเหตุการณ์เลือกใช้ภาษาของการตั้งชื่อร้านค้าในย่านเยาวราช โดยศึกษาการตั้งชื่อร้านค้ามีจำนวนทั้งสิ้น 102 ร้าน แยกตามประเภทสินค้าและการบริการได้เป็น 7 ประเภท และกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงโดยบังเอิญ เพื่อสัมภาษณ์เจ้าของร้านค้าหรือพนักงานในร้านค้าทั้ง 7 ประเภท ประเภทละ 1 ใน 3 ของร้านค้าที่ศึกษา มีจำนวน 29 คน ผลการศึกษาพบว่า ร้านค้าใช้ภาษาตั้งชื่อด้วยภาษาเดียว คือ ภาษาไทยหรือภาษาจีนหรือภาษาอังกฤษ สองภาษา คือ ภาษาไทยกับภาษาจีนหรือภาษาไทยกับภาษาอังกฤษ สามภาษา คือ ภาษาไทย ภาษาจีนและภาษาอังกฤษ ภาษาที่ใช้ตั้งชื่อร้านค้า จำแนกเป็น 2 ลักษณะคือ 1) ตั้งชื่อด้วยภาษาไทยหรือภาษาจีน หรือภาษาอังกฤษ 2) ตั้งชื่อด้วยอักษรไทยที่ถอดเสียงภาษาจีนหรือภาษาอังกฤษ หรือตั้งชื่อร้านค้าด้วยอักษรภาษาอังกฤษที่ถอดเสียงภาษาไทยหรือภาษาจีน ผลการศึกษาด้านเหตุผลที่เลือกใช้ภาษาตั้งชื่อร้าน คือ 1) เพื่อให้เรียกชื่อได้ถูกต้อง 2) เพื่อบอกลักษณะหรือประเภทสินค้าที่จำหน่าย 3) เพื่อความสะดวกในการสื่อสาร 4) เพื่อความทันสมัยหรือสอดคล้องกับค่านิยมของสังคม ภาษาและเหตุผลของการตั้งชื่อร้านค้าในย่านเยาวราช สะท้อนให้เห็นลักษณะของการใช้ภาษาที่ภาษาไทยได้รับอิทธิพลจากภาษาจีนและภาษาอังกฤษตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ทำให้เข้าใจลักษณะภาษาเชิงวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับต่างประเทศ จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า ควรศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างชื่อร้านค้ากับวิถีชีวิตในชุมชนเยาวราช และควรศึกษาเปรียบเทียบภาษาจีนที่ใช้ในการตั้งชื่อร้านค้าของประเทศไทยกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

7. กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่องนี้ สำเร็จได้ด้วยความช่วยเหลือจากคณาจารย์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ และรองศาสตราจารย์ ธิดา โมสิกรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้กรุณาให้ความรู้ คำปรึกษาและคำแนะนำในการเขียนรายงานการวิจัย และได้ให้คำแนะนำการปรับปรุงวิทยานิพนธ์ให้มีคุณภาพตามหลักเกณฑ์การวิจัย

8. เอกสารอ้างอิง

- กรหริส บัวสรวง. (2554). *นามศาสตร์ มหาอำนาจแห่งการตั้งชื่อ*. กรุงเทพมหานคร: มติชน.
- จงรัก กิตติวรกาญจน์. เจ้าของร้านค้า. สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม 2560.
- จักรี อินทรานูวงษ์. พนักงานร้านค้า. สัมภาษณ์, 3 พฤศจิกายน 2560
- ทศพร ศรีคำ กลมเกลียว. (2550). *เช็คชื่อ เช็กละเอียด ชัดด้วยดวงชีวิต*. กรุงเทพมหานคร : ทีมงานต้นบุญ.
- นริศรา เกตวัลห์ และวิไล ธรรมวาจา. (2553). *ภาษาไทยกับการสื่อสาร*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). สมุทรสาคร: ต้นไม้.
- ปรัชญา พรหมบาง. พนักงานร้านค้า. สัมภาษณ์, 4 พฤศจิกายน 2560
- ถัดดาวัลย์ ศิริเมฆ. (2541). *แนวโน้มในการตั้งชื่อร้านค้าในเขตเทศบาลนครขอนแก่น*. วิทยานิพนธ์, สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วุฒิชัย วิจิตชัย. พนักงานร้านค้า. สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม 2560
- สมฤทธิ บัวระมวล. (2548). *ชื่อตาม นามดี ตามวันเกิด*. กรุงเทพมหานคร: คุ่มคำ.

สุภางค์ จันทวานิช และคณะ. (2549). *สำเพ็ง : ประวัติศาสตร์ชุมชนชาวจีนในกรุงเทพฯ*. (พิมพ์ครั้งที่ 2).

กรุงเทพมหานคร : เลด แอนด์ ฟาวด์เทน พรินท์ติ้ง.

สุวิไล เปรมศรีรัตน์ และสุชุมาวดี จำหิรัญ. (2527). *ชื่อหมู่บ้านของอำเภอเมืองสุรินทร์*. กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัย

ภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบท มหาวิทยาลัยมหิดล.

อ้อยใจ ท่อนแก้ว. *พนักงานร้านค้า. สัมภาษณ์*, 27 ตุลาคม 2560

อดุลย์ รัตนมโนเกษม. (2550). *คนแต่จ้าวอดีตถึงปัจจุบัน*. กรุงเทพมหานคร : พิมพ์ขุนเขา