



ภาษาบนป้ายพาดิษฐ์ของสถานประกอบการย่านถนนพระอาทิตย์

โดย

นางสาวสิริณทร พิกุลทอง

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาภาษาและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

ภาควิชาภาษาตะวันตก

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาษาบนป้ายพาดิษฐ์ของสถานประกอบการย่านถนนพระอาทิตย์

โดย

นางสาวสิริณทร พิกุลทอง

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาภาษาและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม  
ภาควิชาภาษาตะวันตก  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ปีการศึกษา 2554  
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

LANGUAGES ON COMMERCIAL SIGNS ALONG PHRA ATHIT ROAD

By

Miss Sirinthorn Pikulthong

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

Master of Arts Program in Language and Intercultural Communication

Department of Western Languages

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2011

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเรื่อง “ภาษาบนป้ายพาดิษฐ์  
ของสถานประกอบการย่านถนนพระอาทิตย์” เสนอโดย นางสาวสิริณทร พิกุลทอง เป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาและการสื่อสารระหว่าง  
วัฒนธรรม

.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ธารทัศนวงศ์)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร.พรพิมล เสนะวงศ์

คณะกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าอิสระ

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร. ปาจารย์ นิพาสพงษ์)

...../...../.....

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.พรพิมล เสนะวงศ์)

...../...../.....

52113308 : สาขาวิชาภาษาและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

คำสำคัญ : ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ / ป้ายพาดิษย์

สิริณพร พิกุลทอง : ภาษาบนป้ายพาดิษย์ของสถานประกอบการย่านถนนพระอาทิตย์.  
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ : รศ.ดร.พรพิมล เสนะวงศ์. 95 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานภาพของภาษาบนป้ายพาดิษย์ ศึกษาที่มาและความหมายในการตั้งชื่อสถานประกอบการบริเวณถนนพระอาทิตย์ และอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับถนนพระอาทิตย์ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นภาพถ่ายป้ายชื่อสถานประกอบการทั้งหมดที่ตั้งอยู่ริมถนนพระอาทิตย์ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 55 ป้าย และแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 55 คน อุปกรณ์ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ กล้องดิจิทัล และแบบสัมภาษณ์

ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลภาพถ่ายป้ายชื่อสถานประกอบการด้วยการวิเคราะห์ภาษาเค้าเดิมชนิดตัวอักษร และลำดับการจัดวาง เพื่อศึกษาสถานภาพของภาษาต่างๆ ที่ปรากฏบนถนนพระอาทิตย์ และข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการ

ผลการศึกษาพบว่า ภาษาอังกฤษมีสถานภาพสูงที่สุดบนถนนพระอาทิตย์ เพราะมีจำนวนความถี่ของภาษาเค้าเดิม และความถี่ของชนิดตัวอักษร ที่ปรากฏบนป้ายพาดิษย์มากที่สุด รวมถึงลักษณะการปรากฏของตัวอักษรในตำแหน่งที่มีความสำคัญที่สุดบนป้ายพาดิษย์อีกด้วย การที่ภาษาอังกฤษมีสถานภาพสูงที่สุด เพราะทำหน้าที่เป็นภาษากลางในการสื่อสารกับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทยเองด้วย ในขณะที่เดียวกันภาษาอังกฤษยังทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ด้วย กล่าวคือ บ่งบอกความเป็นเมือง ความทันสมัย ความเป็นสากล และแสดงถึงวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่

ส่วนที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการย่านถนนพระอาทิตย์ที่ปรากฏมากที่สุด คือ ประเภทธุรกิจ ที่สะท้อนความหมายโดยตรง อาจกล่าวได้ว่าเจ้าของสถานประกอบการต้องการให้ชื่อสถานประกอบการของตนสามารถสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าและนักท่องเที่ยวต่างชาติได้โดยตรง เพื่อเป็นการโฆษณาและดึงดูดลูกค้า

---

ภาควิชาภาษาตะวันตก      บัณฑิตวิทยาลัย      มหาวิทยาลัยศิลปากร      ปีการศึกษา 2554

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ.....

52113308 : MAJOR : LANGUAGE AND INTERCULTURAL COMMUNICATION

KEY WORD : LINGUISTIC LANDSCAPE / COMMERCIAL SIGNS

SIRINTHORN PIKULTHONG : LANGUAGES ON COMMERCIAL SIGNS ALONG PHRA ATHIT ROAD. INDEPENDENT STUDY ADVISOR : ASSOC. PROF. PORNPIMOL SENAWONG, Ph.D. 95 pp.

The purposes of this research are to study the status of languages written on commercial signs along Phra Arthit Road, to study the origins and meanings of store names, and to explain the relations between languages and Phra Arthit Road areas. The research data include 55 photographs of commercial signs and the interview of 55 store owners. The research instruments were a digital camera and an interview form.

Original languages, language scripts, and placement of languages on these commercial signs were analyzed together with the position of the script. The interview of the store owners shed light on the origins and meanings of store names.

The result of the analysis showed that English has the highest status on Phra Athit Road commercial signs. English script appears most frequently on these signs. It also occupies the most prominent location on the signs as well. The fact that English has the highest status on Phra Athit Road commercial signs is because it acts as lingua franca for both foreigners and Thais. English also functions symbolically as it indicates urbanization, modernity, internationality, and new generation's lifestyles.

The origin and meaning of store names mostly reflect the types of business. It is possible that store owners wanted their store names to advertise themselves and to directly communicate with both Thai and foreign customers.

---

Department of Western Languages Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2011

Student's signature .....

Independent Study Advisor's signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เพราะได้รับความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร. พรพิมล เสนะวงศ์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระที่ให้ความช่วยเหลือและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัย ส่งผลให้การค้นคว้าอิสระเล่มนี้ ถูกต้องและสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์สาขาภาษาและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมทุกท่าน ที่ให้ความรู้ คำแนะนำ และประสบการณ์อันมีค่ายิ่งแก่ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณเจ้าของหนังสือ วารสาร เอกสาร และวิทยานิพนธ์ทุกเล่ม ที่ช่วยให้การค้นคว้าอิสระมีความสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณบิดา มารดา และเพื่อนๆ ทุกคน รวมถึงเพื่อนหลักสูตรภาษาและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ที่ให้คำแนะนำและกำลังใจตลอดมา

ขอขอบพระคุณเจ้าของสถานประกอบการย่านถนนพระอาทิตย์ทุกท่าน สำหรับความร่วมมือในการเก็บข้อมูลและการสัมภาษณ์ จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

คุณค่าหรือประโยชน์อันเกิดจากการค้นคว้าอิสระเล่มนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาแด่ พระคุณบิดา มารดา และอาจารย์ที่อบรมสั่งสอน แนะนำ ให้การสนับสนุน และให้กำลังใจ อย่างดียิ่งเสมอมา

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญภาพ .....	ญ
บทที่	
1      บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย .....	4
ขั้นตอนของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	6
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	7
2      วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	8
งานที่ศึกษาเกี่ยวกับภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์.....	8
งานที่ศึกษาเกี่ยวกับการตั้งชื่อธุรกิจ.....	13
งานที่ศึกษาเกี่ยวกับป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ .....	15
3      วิธีดำเนินการวิจัย.....	17
วิธีดำเนินการวิจัย .....	17
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	17
วิธีการรวบรวมข้อมูลและการจัดระเบียบข้อมูล .....	18
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	19
การสรุปและอภิปรายผลการวิจัย .....	23

บทที่		หน้า
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	24
	ตอนที่ 1 สถานภาพของภาษาบนป้ายพาณิชย์บริเวณ ถนนพระอาทิตย์.....	24
	ตอนที่ 2 ที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการบริเวณ ถนนพระอาทิตย์.....	56
5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	67
	สถานภาพของภาษาบนป้ายพาณิชย์บริเวณถนนพระอาทิตย์.....	67
	ที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการบริเวณถนนพระอาทิตย์.	68
	ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับถนนพระอาทิตย์.....	68
	ข้อเสนอแนะ.....	71
	รายการอ้างอิง.....	72
	ภาคผนวก.....	74
	ภาคผนวก ก รายชื่อสถานประกอบการบริเวณถนนพระอาทิตย์ .....	75
	ภาคผนวก ข รหัสแทนข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	79
	ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์สถานประกอบการบริเวณถนนพระอาทิตย์ .....	82
	ภาคผนวก ง ภาพถ่ายป้ายพาณิชย์ของสถานประกอบการบริเวณ ถนนพระอาทิตย์.....	84
	ประวัติผู้วิจัย .....	95

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ภาษาเค้าเดิมบนป้ายพาณิชย์ของสถานประกอบการบริเวณถนนพระอาทิตย์.	25
2	ป้ายเอกภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษ.....	26
3	ป้ายเอกภาษาที่เป็นภาษาไทย.....	28
4	ป้ายเอกภาษาที่เป็นภาษาบาลี-สันสกฤต .....	28
5	ป้ายเอกภาษาที่เป็นภาษาฝรั่งเศส.....	29
6	ป้ายเอกภาษาที่เป็นภาษาญี่ปุ่น.....	29
7	ป้ายพหูภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษกับบาลี-สันสกฤต .....	30
8	ป้ายพหูภาษาที่เป็นภาษาไทยกับบาลี-สันสกฤต .....	31
9	ป้ายพหูภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษกับไทย.....	32
10	ป้ายพหูภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษกับฝรั่งเศส.....	32
11	ป้ายพหูภาษาที่เป็นภาษาจีนกับอังกฤษ .....	33
12	ป้ายพหูภาษาที่เป็นภาษาเขมรกับอังกฤษ.....	33
13	ป้ายพหูภาษาที่เป็นภาษาไทยกับจีน .....	34
14	ป้ายพหูภาษาที่เป็นภาษาบาลี-สันสกฤตกับฝรั่งเศส.....	34
15	ป้ายพหูภาษาที่เป็นภาษาโปรตุเกสกับฝรั่งเศส.....	35
16	ป้ายพหูภาษาที่เป็นภาษาฝรั่งเศสกับอิตาเลียน.....	35
17	ป้ายพหูภาษาที่เป็นภาษาไทยกับบาลี-สันสกฤตและอังกฤษ.....	36
18	ป้ายพหูภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษกับบาลี-สันสกฤตและฝรั่งเศส.....	36
19	ป้ายพหูภาษาที่เป็นภาษาบาลี-สันสกฤตกับไทยและจีน .....	37
20	ความถี่ของภาษาเค้าเดิมที่ปรากฏบนป้ายพาณิชย์แยกตามประเภทธุรกิจ .....	38
21	ความถี่ของตัวอักษรภาษาต่างๆ ที่ปรากฏบนป้ายพาณิชย์ แยกตามประเภทธุรกิจ.....	41
22	ลักษณะการใช้ตัวอักษรภาษาต่างๆ บนป้ายพาณิชย์.....	42
23	ลักษณะการใช้ตัวอักษรที่ปรากฏบนป้ายพาณิชย์มากที่สุดสามลำดับ แยกตามประเภทธุรกิจ.....	43
24	ลักษณะการปรากฏของตัวอักษรภาษาต่างๆ ที่ใช้บนป้ายพาณิชย์ แยกตามประเภทธุรกิจ.....	45

ตารางที่		หน้า
25	ชื่อสถานประกอบการที่มีองค์ประกอบทางความหมายโครงสร้างเดียว.....	57
26	ชื่อสถานประกอบการที่มีองค์ประกอบทางความหมายโครงสร้างเดียว แยกตามประเภทธุรกิจ.....	59
27	ชื่อสถานประกอบการที่มีองค์ประกอบทางความหมายหลายโครงสร้าง .....	60
28	ชื่อสถานประกอบการที่มีองค์ประกอบทางความหมายหลายโครงสร้าง แยกตามประเภทธุรกิจ.....	63
29	ความถี่ของที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการที่มีองค์ประกอบ ทางความหมายโครงสร้างเดียวและหลายโครงสร้างแยกตามประเภทธุรกิจ	64

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	การปรากฏของตัวอักษรไทยเพียงภาษาเดียวบนป้ายพาณิชย์.....	46
2	การปรากฏของตัวอักษรไทยเพียงภาษาเดียวบนป้ายพาณิชย์.....	46
3	การปรากฏของตัวอักษรอังกฤษเพียงภาษาเดียวบนป้ายพาณิชย์.....	46
4	การปรากฏของตัวอักษรอังกฤษเพียงภาษาเดียวบนป้ายพาณิชย์.....	46
5	การปรากฏของตัวอักษรไทยร่วมกับตัวอักษรภาษาอื่นๆ บนป้ายพาณิชย์.....	47
6	การปรากฏของตัวอักษรไทยร่วมกับตัวอักษรภาษาอื่นๆ บนป้ายพาณิชย์.....	47
7	การปรากฏของตัวอักษรอังกฤษร่วมกับตัวอักษรภาษาอื่นๆ บนป้ายพาณิชย์...	47
8	การปรากฏของตัวอักษรอังกฤษร่วมกับตัวอักษรภาษาอื่นๆ บนป้ายพาณิชย์...	47
9	การปรากฏของตัวอักษรญี่ปุ่นร่วมกับตัวอักษรภาษาอื่นๆ บนป้ายพาณิชย์.....	48
10	การปรากฏของตัวอักษรเกาหลีร่วมกับตัวอักษรไทยบนป้ายพาณิชย์.....	48
11	การปรากฏของตัวอักษรอิตาลีเลียนร่วมกับตัวอักษรฝรั่งเศสบนป้ายพาณิชย์.....	49
12	การปรากฏของตัวอักษรฝรั่งเศสคู่กับตัวอักษรไทยบนป้ายพาณิชย์.....	49
13	การปรากฏของตัวอักษรอังกฤษในลำดับที่สูงกว่าตัวอักษรภาษาอื่นๆ.....	53
14	การปรากฏของตัวอักษรอังกฤษในลำดับที่สูงกว่าตัวอักษรภาษาอื่นๆ.....	53
15	การปรากฏของตัวอักษรอังกฤษในลำดับที่สูงกว่าตัวอักษรภาษาอื่นๆ.....	53
16	การปรากฏของตัวอักษรอังกฤษในลำดับที่สูงกว่าตัวอักษรภาษาอื่นๆ.....	53
17	การปรากฏของตัวอักษรอังกฤษในตำแหน่งที่มีความสำคัญของป้าย.....	54
18	การปรากฏของตัวอักษรอังกฤษในตำแหน่งที่มีความสำคัญของป้าย.....	54
19	การปรากฏของตัวอักษรอังกฤษในตำแหน่งที่มีความสำคัญของป้าย.....	54
20	การปรากฏของตัวอักษรอังกฤษในตำแหน่งที่มีความสำคัญของป้าย.....	54

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาษามีความสำคัญในชีวิตมนุษย์ เพราะนอกจากจะเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารแล้ว ภาษายังมีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตประจำวันอีกด้วย ในวันหนึ่งๆ เราใช้ภาษาตลอดเวลา ทั้งในการพูดคุยสนทนา การรับข่าวสาร ฟังเพลง อ่านหนังสือประเภทต่างๆ รวมไปถึงการอ่านและตีความภาษาที่ปรากฏบนป้ายสถานที่ประกอบการ ที่นอกเหนือจากให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการแล้ว ยังทำหน้าที่โฆษณาชวนเชื่ออีกด้วย

การศึกษาเกี่ยวกับภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ (Linguistic Landscape) คือ การศึกษางานเขียนที่จัดแสดงในพื้นที่สาธารณะ เช่น ป้ายถนน ป้ายโฆษณา ป้ายชื่อสถานที่ ป้ายชื่อร้านค้า ป้ายของหน่วยงานราชการ เป็นต้น ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ให้ความสำคัญกับภาษาบนป้าย เพราะสามารถบอกหน้าที่ของภาษาในพื้นที่ที่ภาษานั้นปรากฏอยู่ได้ ทั้งหน้าที่เชิงข้อมูล (Informative function) และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic function) (Landry and Bouris, 1997: 25) กล่าวคือ ป้ายโฆษณาเหล่านี้ไม่เพียงให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ของร้าน ชนิดของสินค้า และการบริการ เพื่อดึงดูดลูกค้าเท่านั้น แต่มีคุณค่าเชิงธุรกิจต่อสถานประกอบการด้วย ดังนั้น การเลือกใช้ภาษาบนป้ายจึงมีความสำคัญ ด้วยเหตุที่ภาษาบนป้ายนั้นทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ สื่อสารกับผู้รู้ภาษาต่างๆ บนป้าย ทำให้ป้ายเหล่านี้สร้างคุณค่าในด้านธุรกิจให้กับสถานประกอบการได้ ดังที่ Claus (2002: 7) ได้กล่าวไว้ว่า คุณค่าเชิงธุรกิจของป้ายสามารถวัดได้จากจำนวนผู้ที่เข้าถึงสารบนป้าย ที่ตั้งของธุรกิจ และรายได้ที่ธุรกิจได้รับจากการที่ลูกค้าเข้าร้านเพราะเห็นป้าย ดังนั้น การเลือกใช้ภาษาบนป้ายจึงมีความจำเป็น เพราะถ้าสารบนป้ายสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างสัมฤทธิ์ผล นั่นหมายถึงรายได้ของสถานประกอบการด้วย

โดยทั่วไป ป้ายพาดิษฐ์ของสถานประกอบการในประเทศไทยประกอบด้วยชื่อเฉพาะเป็นหลัก เช่น ชื่อบุคคล ชื่อร้านค้า ชื่อสินค้า ชื่อบริการ และชื่อสถานที่ตั้ง เป็นต้น และมักปรากฏในภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาอังกฤษ ทั้งที่เจ้าของสถานประกอบการก็เป็นคนไทยเสียส่วนใหญ่ (เซวง จันทรเขตต์, 2528: 111) ป้ายภาษาอังกฤษเหล่านี้พบเห็นได้อย่างแพร่หลาย และมีแนวโน้มการใช้เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เพราะนอกจากเป็นหนึ่งในภาษากลางที่มีความสำคัญของโลกในแง่การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมแล้ว การใช้ภาษาอังกฤษยังแสดงค่านิยมด้านความเป็นสากล ความทันสมัย และโลกาภิวัตน์ได้อีกด้วย ภาษาอังกฤษมักถูกใช้ในการเขียนข้อความโฆษณาบ่อยครั้งที่สุคนออกเหนือจากภาษาของท้องถิ่นนั้นๆ (Piller, 2003: 175) จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่เราจะพบเห็นป้ายภาษาอังกฤษในแหล่งธุรกิจการค้าและการท่องเที่ยว ในฐานะเครื่องมือในการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

การปรากฏของภาษาที่มากกว่าหนึ่งภาษาบนป้ายสามารถบอกสถานภาพของภาษานั้นๆ ได้ ผลการศึกษาเชิงภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ของ Cenoz and Gorter (2006) แสดงให้เห็นว่า ความถี่ของการปรากฏของภาษาและลำดับการจัดวางของภาษาบนป้าย สามารถสะท้อนถึงสถานภาพของภาษาในบริเวณนั้นได้ กล่าวคือ จำนวนภาษาที่ปรากฏมากที่สุดและลำดับการจัดวางภาษาในตำแหน่งที่สำคัญของป้าย แสดงถึงภาษาหลัก (Dominant language) ของบริเวณนั้นได้นอกจากนี้ ข้อมูลทางภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ยังแสดงให้เห็นถึง กลุ่มชาติพันธุ์หลัก นโยบายทางภาษา อัตลักษณ์ หรือลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจ ของสังคมได้อีกด้วย

การศึกษาเกี่ยวกับภาษาบนป้ายในงานภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจ และสามารถขยายขอบเขตของการศึกษาให้กว้างขึ้น เพื่อให้ผู้ที่สนใจเข้าใจความสำคัญของภาษาบนป้ายมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาภาษาบนป้ายพาดิษฐ์ของสถานประกอบการบนถนนพระอาทิตย์ ซึ่งเป็นถนนที่มีการปรับเปลี่ยนความสำคัญจากย่านที่อยู่อาศัยของเชื้อพระวงศ์ ขุนนาง และผู้มีฐานะ มาเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งของชาวต่างประเทศ ประกอบกับมีสถานประกอบการตั้งอยู่มาก ทำให้ถนนพระอาทิตย์มีเอกลักษณ์ต่างจากถนนสายอื่นๆ ในบริเวณใกล้เคียง การปรากฏของภาษาบนป้ายพาดิษฐ์บริเวณถนนพระอาทิตย์สะท้อนให้เห็นบทบาทของภาษาต่างประเทศ และเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาด้านภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์

ถนนพระอาทิตย์สร้างขึ้นในสมัย พ.ศ.2326 มีความยาวตั้งแต่ถนนจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ถึงถนนพระสุเมรุ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร เป็นถนนที่ได้นามมาจากชื่อป้อมพระอาทิตย์ ซึ่งเป็นป้อมปราการ 1 ใน 14 ป้อมที่พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช

โปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นเมื่อทรงสถาปนากรุงเทพมหานครเป็นราชธานี ต่อมาเมื่อบ้านเมืองเจริญขึ้น ความจำเป็นในการมีป้อมปราการไว้ป้องกันพระนครก็หมดไป ป้อมพระอาทิตย์จึงถูกรื้อไป (กนกวลี ชูชัยยะ, 2548: 236)

พื้นที่ของถนนพระอาทิตย์ในอดีตตั้งอยู่ใกล้กับศูนย์กลางของพระนคร ทั้งวังหน้าและวังหลัง และเป็นที่ตั้งวังของเจ้านายและเชื้อพระวงศ์อื่นๆ ปัจจุบันใช้เป็นอาคารสำนักงานของรัฐและเอกชน ได้แก่ ตึกเก่าขององค์การทุนเพื่อเด็กแห่งสหประชาชาติ (ยูนิเซฟ) และตึกขององค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (เอฟเอโอ) เดิมเป็นอาคารในบริเวณวังมะลิวัลย์ของพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระนเรศร์วรฤทธิ์ พระเจ้าน้องยาเธอในรัชกาลที่ 5 ที่ทำการพุทธสมาคมแห่งประเทศไทย เดิมเป็นตำหนักของพระองค์เจ้าหญิงมณฑาสวาทสุขสวัสดิ์ บ้านเจ้าพระยา อดีตเป็นวังของพระเจ้าราชวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้านวิรัตน กรมหมื่นสถิตยธำรงสวัสดิ์ พระราชโอรสในพระบาทสมเด็จพระปิ่นเกล้าเจ้าอยู่หัว และบ้านพระอาทิตย์ ปัจจุบันเป็นสำนักงานหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ ซึ่งในอดีตเป็นบ้านของเจ้าพระยาร่วงศ์พิพัฒน์ (ม.ร.ว.เย็น อิศรเสนา) เสนาบดีกระทรวงวังในสมัยรัชกาลที่ 7 และเคยเป็นที่ตั้งของสถาบันวัฒนธรรมไทย-เยอรมัน (สถาบันเกอเธ่) ระหว่าง พ.ศ. 2505-2533 (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2545: 85-90)

ปัจจุบัน ถนนพระอาทิตย์เป็นที่รู้จักในฐานะถนนท่องเที่ยวของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อาคารโบราณหลายแห่งถูกปรับเปลี่ยนให้เป็นสถานที่ราชการ ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และโรงแรมขนาดย่อม ที่มีความเป็นสากลมากขึ้น ป้ายพาดนัยส่วนใหญ่บนถนนพระอาทิตย์จึงประกอบด้วยภาษามากกว่าหนึ่งภาษา แต่ละภาษามีหน้าที่ในการสื่อสารกับผู้อ่านซึ่งเป็นผู้พูดภาษาต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาอังกฤษ ภาษาต่างประเทศที่ปรากฏบนป้ายพาดนัยเหล่านี้ส่งเสริมภาพลักษณ์ของถนนพระอาทิตย์ในฐานะถนนแห่งความเป็นสากล การท่องเที่ยวสังสรรค์ และเป็นแหล่งดึงดูดชาวต่างชาติ ปรากฏการณ์นี้สะท้อนให้เห็นความสำคัญของภาษาที่สัมพันธ์กับพื้นที่ที่ภาษานั้นเข้าไปเกี่ยวข้อง นอกจากนี้ การตั้งชื่อสถานประกอบการบนถนนพระอาทิตย์ก็มีความสำคัญต่อภูมิทัศน์ทางภูมิศาสตร์เช่นกัน กล่าวคือ สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของสถานประกอบการ ลักษณะชุมชน และประวัติความเป็นมาของสถานที่ ผ่านภาษาที่ใช้ในชื่อสถานประกอบการด้วย เพราะภาษาเป็นสื่อกลางหลักในการสื่อสารระหว่างสถานประกอบการและกลุ่มเป้าหมายนั่นเอง

จากความเป็นมาและความสำคัญของปรากฏการณ์ทางภาษาที่ได้กล่าวไปข้างต้น ผู้วิจัย เห็นว่าการศึกษาภาษาที่ใช้บนป้ายพาณิชยของสถานประกอบการย่านถนนพระอาทิตย์จะทำให้ เข้าใจสถานภาพของภาษา ที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการ และความสัมพันธ์ ระหว่างภาษากับสถานที่ตั้ง อย่างละเอียดมากขึ้น และเป็นแนวทางในการศึกษาด้านภูมิทัศน์ ภาษาศาสตร์ต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาเรื่องภาษาบนป้ายพาณิชยของสถานประกอบการย่านถนนพระอาทิตย์ มี วัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสถานภาพของภาษาบนป้ายพาณิชยบริเวณถนนพระอาทิตย์
2. เพื่อศึกษาที่มาและความหมายในการตั้งชื่อสถานประกอบการ

### สมมติฐานของการวิจัย

การศึกษาค้างนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานในการวิจัยไว้ดังนี้

1. การปรากฏของภาษาบนป้ายพาณิชย แสดงถึงสถานภาพของภาษาที่แตกต่างกัน
2. ที่มาและความหมายของชื่อธุรกิจสะท้อนความรู้สึกนึกคิดของผู้ประกอบการ ลักษณะธุรกิจ และสภาพสังคมที่ธุรกิจนั้นตั้งอยู่

### ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาค้างนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

1. ผู้วิจัยวิเคราะห์เฉพาะป้ายพาณิชยของสถานประกอบการบนถนนพระอาทิตย์เท่านั้น ทั้งนี้ไม่รวมป้ายของหน่วยงานราชการ ป้ายบ้านพักอาศัย ป้ายกิจการหาบเร่แผงลอย ป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และป้ายประกาศชั่วคราว

2. ผู้วิจัยวิเคราะห์เฉพาะข้อมูลที่ได้มาจากการถ่ายภาพป้ายพาดิษฐ์ และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม 2554

### ขั้นตอนของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนของการศึกษา ดังต่อไปนี้

#### 1. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

1.1 ศึกษาค้นคว้าเอกสาร บทความทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ และหนังสือต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

1.2 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการถ่ายภาพ และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริเวณถนนพระอาทิตย์

1.3 จัดระเบียบข้อมูล

1.4 วิเคราะห์ข้อมูล

1.5 เรียบเรียงผลการวิจัย

1.6 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

#### 2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลโดยการถ่ายภาพป้ายพาดิษฐ์ของสถานประกอบการทั้งหมดที่ตั้งอยู่ริมถนนพระอาทิตย์ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 55 ป้าย และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 55 คน อุปกรณ์ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ กล้องดิจิทัล และแบบสัมภาษณ์เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการบนถนนพระอาทิตย์

#### 3. การจัดระเบียบข้อมูล

ข้อมูลจากภาพถ่ายป้ายพาดิษฐ์จำนวน 55 ป้ายของสถานประกอบการ 55 แห่ง และจากการสัมภาษณ์เจ้าของสถานประกอบการ ผู้วิจัยนำมาแบ่งกลุ่มเพื่อใช้ในการศึกษาออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ประเภทธุรกิจ ประเภทป้ายภาษา และที่มาและความหมาย ดังนี้

### 3.1 ประเภทธุรกิจ มี 5 ประเภท ได้แก่

- 3.1.1 ธุรกิจสินค้าบริโภค หมายถึง ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม ร้านขนม ร้านไอศกรีม ผับ บาร์ จำนวน 32 แห่ง
- 3.1.2 ธุรกิจที่พัก หมายถึง โรงแรม เกสต์เฮาส์ จำนวน 9 แห่ง
- 3.1.3 ธุรกิจสินค้าที่ระลึก หมายถึง ร้านขายของที่ระลึก ร้านขายของเก่า ร้านขายเครื่องประดับ ร้านขายเสื้อผ้า กระเป๋า และรองเท้า จำนวน 6 แห่ง
- 3.1.4 ธุรกิจท่องเที่ยว หมายถึง บริษัททัวร์ บริษัทนำเที่ยว จำนวน 5 แห่ง
- 3.1.5 ธุรกิจการบริการทางการแพทย์และความงาม หมายถึง สถานบริการทางการแพทย์ สถานเสริมความงาม และสปา จำนวน 3 แห่ง

### 3.2 ประเภทป้ายภาษา มี 2 ประเภท ได้แก่ ป้ายเอกภาษา และป้ายพหุภาษา

3.3 ประเภทที่มาและความหมาย มี 7 ประเภท ได้แก่ ชื่อบุคคล สถานที่ ประเภทธุรกิจ ประเภทสินค้า ลักษณะการบริการ ธรรมชาติ และความหมายอื่นๆ

## 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการถ่ายภาพวิเคราะห์ภาษาที่ใช้บนป้ายพาณิชย์ในแง่สถานภาพของภาษา ส่วนข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ในแง่ที่มา ความหมาย ค่านิยม และความสัมพันธ์ระหว่างชื่อธุรกิจกับสถานที่ตั้ง

### นิยามศัพท์เฉพาะ

**ป้าย** ตามพระราชบัญญัติป้าย พ.ศ. 2510 มาตรา 6 ให้ความหมายไว้ว่า ป้ายแสดงชื่อ ยี่ห้อ หรือเครื่องหมายที่ใช้ในการประกอบการค้าหรือประกอบกิจการอื่นเพื่อหารายได้ หรือโฆษณาการค้าหรือกิจการอื่น เพื่อหารายได้ ไม่ว่าจะแสดงหรือโฆษณาไว้ที่วัตถุใดๆ ด้วยอักษรภาพ หรือเครื่องหมายที่เขียน แกะสลัก จารึก หรือทำให้ปรากฏด้วยวิธีอื่น

**ป้ายพาณิชย์ (Commercial sign)** หมายถึง ป้ายชื่อถาวรของสถานประกอบการ โดยปรากฏอยู่ด้านหน้า หรือแขวนอยู่ด้านหน้าของสถานประกอบการ ทั้งนี้ไม่รวมป้ายโฆษณา ป้ายรายการสินค้าและบริการ ป้ายประกาศ และแผ่นโปสเตอร์

**ป้ายเอกภาษา (Monolingual signs)** หมายถึง ป้ายที่มีคำที่มาจากภาษาใดภาษาหนึ่งเพียงภาษาเดียวปรากฏอยู่

**ป้ายพหุภาษา (Multilingual signs)** หมายถึง ป้ายที่มีคำที่มาจากภาษามากกว่าหนึ่งภาษาปรากฏอยู่

**ภาษาเค้าเดิม (Original language)** หมายถึง ภาษาที่มาของคำที่ใช้ในการตั้งชื่อของสถานประกอบการ

**ตัวอักษร (Script)** หมายถึง ชนิดของตัวอักษรภาษาต่างๆ ที่ปรากฏบนป้ายพาณิชย์

**สถานภาพของภาษา (Language status)** หมายถึง ตำแหน่งหรือความสำคัญของภาษาที่ปรากฏบนป้าย

### ประโยชน์ที่ได้รับ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยคาดว่าจะได้รับประโยชน์ดังนี้

1. ได้ทราบสถานภาพของภาษาบนป้ายพาณิชย์บริเวณถนนพระอาทิตย์
2. ได้ทราบที่มาและความหมายในการตั้งชื่อสถานประกอบการ

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องภาษาบนป้ายและการตั้งชื่อ มีวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง คือ งานที่ศึกษาเกี่ยวกับภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ งานที่ศึกษาเกี่ยวกับการตั้งชื่อธุรกิจ และงานที่ศึกษาเกี่ยวกับป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยงานที่พิจารณาแล้วจะนำมาประกอบการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ได้ในบางส่วน มีดังนี้

### งานที่ศึกษาเกี่ยวกับภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์

Backhaus (2007) ศึกษาเกี่ยวกับพหุภาษาของเมืองโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ผ่านป้ายภาษา พบว่ามีความแตกต่างระหว่างป้ายพหุภาษาของราชการ (Official signs) และป้ายพหุภาษาที่ไม่ใช่ของราชการ (Non-official signs) โดยความแตกต่างนี้มาจากภาษาที่ใช้และการจัดวางภาษาบนป้าย นอกจากนี้ยังพบเรื่องอำนาจ (Power) และลักษณะความเป็นพวกพ้อง (Solidarity) ในเมืองโตเกียวอีกด้วย

Backhaus กำหนดบริเวณที่ใช้เก็บข้อมูลป้าย โดยเลือกเก็บเฉพาะป้ายบริเวณสถานีรถไฟ 28 สถานีของสายยามานาโนเตะ (Yamanote Line) ซึ่งเป็นย่านธุรกิจและการค้า และมีทัศนียภาพที่เป็นระเบียบ หลังจากการวิเคราะห์ข้อมูล เขาพบว่า จากป้ายพหุภาษา 2,321 ป้าย ปรากฏภาษาที่ใช้บนป้ายพหุภาษาทั้งหมด 15 ภาษา โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดไปถึ้น้อยที่สุด ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น ภาษาจีน ภาษาเกาหลี ภาษาฝรั่งเศส ภาษาโปรตุเกส ภาษาสเปน ภาษาละติน ภาษาไทย ภาษาอิตาเลียน ภาษาเปอร์เซีย ภาษาตากาล็อก ภาษาเยอรมัน ภาษาอารบิก และภาษารัสเซีย แม้ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศญี่ปุ่นเป็นผู้พูดภาษาเดียว (Monolingual) แต่ภาษาราชการตามนโยบายภาษาไม่ได้มีภาษาญี่ปุ่นเพียงภาษาเดียว ยังมีการใช้ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาเกาหลีด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการใช้ภาษาบนป้ายของหน่วยงานราชการ กล่าวคือ ปรากฏการใช้ภาษาบนป้ายพหุภาษาของราชการเพียง 4 ภาษานี้เท่านั้น

ตรงข้ามกับป้ายพหุภาษาที่ไม่ใช่ของราชการ จะปรากฏภาษาอื่นร่วมด้วย ป้ายพหุภาษาดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความเป็นพหุภาษาในเมืองโตเกียวที่กำหนดโดยภาคประชาชนมากกว่าภาครัฐ

นอกจากนี้ Backhaus พบว่า ลำดับการจัดเรียงข้อมูลภาษาบนป้ายพหุภาษาที่ไม่ใช่ของราชการต้องอาศัยความเข้าใจร่วมกัน (Mutual Intelligibility) กล่าวคือ เมื่อแปลความหมายของแต่ละภาษาบนป้ายเดียวกันพบว่าให้รายละเอียดที่ไม่ครบถ้วนเท่ากัน ลำดับการจัดเรียงสะท้อนให้เห็นว่าผู้อ่านถูกคาดหวังว่าต้องรู้มากกว่าหนึ่งภาษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาญี่ปุ่นและภาษาอังกฤษ ตัวอย่างเช่น ป้ายบนเครื่องถ่ายรูปอัตโนมัติบอกข้อมูลเกี่ยวกับชนิดของรูปที่สามารถถ่ายได้เป็นภาษาญี่ปุ่น แต่ข้อมูลที่บอกว่าถ่ายรูปภายในหนึ่งนาทีเขียนเป็นภาษาอังกฤษ หมายความว่าผู้ที่เข้าถึงสารได้ทั้งหมดต้องรู้ภาษาญี่ปุ่นและภาษาอังกฤษด้วย เป็นต้น ในขณะที่ภาษาที่ใช้บนป้ายพหุภาษาของราชการสามารถแปลถอดความแล้ว ให้ความหมายครบถ้วนเท่ากัน แสดงให้เห็นว่าป้ายพหุภาษาของราชการตอบสนองผู้อ่านที่เป็นผู้พูดภาษาเดียวมากกว่า เพราะไม่ว่าจะรู้เพียงภาษาใดภาษาหนึ่งก็สามารถเข้าใจสารได้ครบถ้วนเท่ากัน

Backhaus อธิบายว่า การปรากฏของภาษาต่างประเทศบนป้ายพหุภาษาของราชการในประเทศญี่ปุ่นเป็นเรื่องข่มขู่ มีเพียงภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาเกาหลีเท่านั้นที่สามารถใช้ร่วมกับภาษาญี่ปุ่นบนป้ายพหุภาษาราชการได้ ต่างจากป้ายพหุภาษาที่ไม่ใช่ของราชการ ที่ปรากฏภาษาต่างประเทศอื่นๆ นอกเหนือจาก 4 ภาษาดังกล่าวร่วมด้วย ปรากฏการณ์นี้แสดงถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่กำหนดโดยกฎระเบียบและผู้เขียนป้าย ซึ่งก็คือรัฐนั่นเอง กล่าวคือสถานภาพของภาษาญี่ปุ่นและภาษาต่างประเทศอื่นๆ ถูกกำหนดโดยรัฐบาล ซึ่งเป็นตัวแทนของอำนาจในสังคม ยิ่งไปกว่านั้น ลำดับการจัดเรียงภาษาบนป้ายพหุภาษาของราชการก็แสดงความสัมพันธ์เชิงอำนาจด้วย เห็นได้จากการที่ภาษาญี่ปุ่นปรากฏในตำแหน่งที่เด่นชัดและสำคัญเสมอ รวมไปถึงมีขนาดตัวอักษรใหญ่กว่าภาษาอื่นๆ ด้วย ในทางตรงข้ามการปรากฏของภาษาต่างๆ ในตำแหน่งที่ปะปนกันไปบนป้ายพหุภาษาที่ไม่ใช่ของราชการ แสดงถึงการไม่มีลำดับชั้นของภาษาต่างๆ บนป้าย และความเป็นชุมชนพหุภาษา (Multilingual society) อีกทั้ง การใช้ภาษาอังกฤษบนป้ายพหุภาษาที่ไม่ใช่ของราชการสามารถตีความได้ว่า ผู้เขียน (ซึ่งอาจเป็นชาวญี่ปุ่น) ต้องการแสดงค่านิยมด้านความเป็นสากลที่ติดมากับภาษาอังกฤษด้วย

ในขณะที่ภาษาเกาหลีซึ่งปรากฏมากเป็นอันดับสามของป้ายพหุภาษาทั้งหมด แสดงถึงความสัมพันธ์ที่พอเพียงได้เป็นอย่างดี กล่าวคือ ป้ายภาษาเกาหลีส่วนใหญ่เป็นของกิจการที่ดำเนินการโดยชาวเกาหลีที่ต้องการแสดงอัตลักษณ์ความเป็นชาติ (National Identity) และบ่งบอกความเป็นชุมชนเกาหลี จำนวนป้ายเหล่านี้ยังสามารถชี้วัดจำนวนผู้พูดภาษาเกาหลีในชุมชนนั้นได้อีกด้วย

งานของ Backhaus ทำให้ทราบถึงความสำคัญของภาษาบนป้ายที่สะท้อนสภาพสังคม พหุวัฒนธรรม และลำดับการจัดวางของภาษาที่แสดงสถานะของภาษาต่างๆ ซึ่งปรากฏร่วมกันบนป้าย อีกทั้งสามารถบอกความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่เป็นผลมาจากนโยบายภาษา และความเป็นพวกพ้องของผู้พูดภาษาในชุมชนนั้นๆ ได้อีกด้วย

Cenoz and Gorter (2006) เปรียบเทียบป้ายภาษาของเมืองโดโนสเตีย-ซานเซบัสเตียน แคว้นบาสก์ ประเทศสเปน (Donostia-San Sebastian, the Basque Country, Spain) และเมือง ลิวเวิร์ท-ลีวอร์ดเนน จังหวัดฟริสแลนด์ ประเทศเนเธอร์แลนด์ (Ljouwert-Leewarden, Friesland, The Netherlands) ซึ่งเมืองทั้งสองเป็นเมืองที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ ข้อมูลที่ศึกษาเก็บจากป้ายต่างๆ บนถนนสายที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวมากที่สุดของแต่ละเมือง เพื่อศึกษาการใช้ภาษาของชนกลุ่มน้อย (ภาษาบาสก์ของเมืองโดโนสเตีย-ซานเซบัสเตียน และภาษาฟรีเซียนของเมืองลิวเวิร์ท-ลีวอร์ดเนน) การใช้ภาษาของรัฐ (ภาษาสเปนของเมืองโดโนสเตีย-ซานเซบัสเตียน และภาษาดัตช์ของเมืองลิวเวิร์ท-ลีวอร์ดเนน) และการใช้ภาษาอังกฤษในฐานะภาษาสากล

เมืองโดโนสเตีย-ซานเซบัสเตียน แคว้นบาสก์ เป็นเมืองที่ใช้ภาษาบาสก์และภาษาสเปนเป็นภาษาราชการ โดยรัฐบาลสนับสนุนการใช้ภาษาบาสก์ในสถาบันการศึกษา การบริการของรัฐ สื่อมวลชน และธุรกิจส่วนตัว ส่วนเมืองลิวเวิร์ท-ลีวอร์ดเนน จังหวัดฟริสแลนด์ ใช้ภาษาฟรีเซียนในฐานะภาษาที่สอง โดยใช้ในครอบครัว สถานที่ทำงาน และชุมชนหมู่บ้านเท่านั้น และใช้ภาษาดัตช์เป็นภาษาที่หนึ่งและภาษาราชการ

ข้อมูลบนป้ายแสดงให้เห็นว่า ทั้งสองเมืองใช้ภาษาของรัฐมากกว่าภาษาชนกลุ่มน้อย ทำให้ภาษาของรัฐมีสถานภาพสูงกว่าภาษาชนกลุ่มน้อย ประชากรในเมืองลิวเวิร์ท-ลีวอร์ดเนนมากกว่าครึ่งพูดภาษาฟรีเซียน แต่ใช้เป็นภาษาเขียนบนป้ายน้อย ขณะที่ประชากรของเมืองโดโนสเตีย-ซานเซบัสเตียนที่พูดภาษาบาสก์มีน้อย แต่ใช้เป็นภาษาเขียนบนป้ายมากกว่า อย่างไรก็ตามการปรากฏของภาษาชนกลุ่มน้อยของทั้งสองเมืองยังคงน้อยกว่าภาษาของรัฐ

ลักษณะป้ายทวิภาษาและป้ายพหุภาษาของเมืองทั้งสองแสดงถึงสถานภาพของภาษาของรัฐที่สูงกว่าภาษาชนกลุ่มน้อยและภาษาต่างประเทศอื่นๆ โดยวิเคราะห์จากลำดับการจัดวางภาษา ขนาดตัวอักษร ชนิดตัวอักษร และจำนวนข้อมูลที่ปรากฏบนป้าย การศึกษาพบว่า ภาษาสเปนและภาษาดัตช์บนป้าย มีตำแหน่งที่โดดเด่น ขนาดตัวอักษรใหญ่เห็นได้ชัดเจน และชนิดตัวอักษรที่แตกต่างจากภาษาชนกลุ่มน้อย รวมถึงข้อมูลที่ปรากฏบนป้ายเขียนด้วยภาษาของรัฐ

มากกว่าภาษาชนกลุ่มน้อย ความแตกต่างนี้สะท้อนภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ของเมืองโดโนสเตีย-ซานเซบัสเตียนและเมืองลิวเวิร์ท-ลีวอร์เดน ว่าภาษาของรัฐเป็นภาษาหลักในชุมชน

สำหรับการใช้ภาษาอังกฤษ พบว่า เมืองลิวเวิร์ท-ลีวอร์เดนมีการปรากฏของภาษาอังกฤษมากกว่าเมืองโดโนสเตีย-ซานเซบัสเตียน อย่างไรก็ตาม การใช้ภาษาอังกฤษที่เพิ่มขึ้นของเมืองทั้งสอง โดยเฉพาะในเมืองโดโนสเตีย-ซานเซบัสเตียน บ่งบอกว่าภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศที่มีความสำคัญที่สุดเมื่อเทียบกับภาษาต่างประเทศอื่นๆ เพราะใช้เป็นภาษากลาง (Lingua franca) ในการสื่อสาร

การศึกษาครั้งนี้อธิบายหน้าที่สำคัญของภาษาด้านการให้ข้อมูล (Informative function) และคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic function) กล่าวคือ หน้าที่ของการให้ข้อมูลสะท้อนจากภาษาต่างๆ ที่ร้านค้าและธุรกิจต่างๆ เลือกใช้เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายของตน และการใช้ภาษาที่แตกต่างกันนี้สะท้อนหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ของภาษาด้วย ตัวอย่างเช่น ในเมืองโดโนสเตีย-ซานเซบัสเตียน แม้ว่าทุกคนสามารถเข้าถึงสารบนป้ายโดยผ่านภาษาสเปน แต่มีการใช้ภาษาบาสก์ร่วมกับภาษาสเปนบนป้ายทวิภาษาด้วย การปรากฏร่วมกันของภาษาทั้งสองนี้แสดงถึงความพยายามในการคงอัตลักษณ์ของคนในชุมชน หรือการใช้ภาษาอังกฤษบนป้ายพาณิชย์ในย่านการค้าและการท่องเที่ยว ที่นอกจากจะอำนวยความสะดวกให้กับชาวต่างชาติแล้ว ยังแสดงหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ของค่านิยมด้านความทันสมัยและมีระดับของภาษาอังกฤษที่เหนือกว่าภาษาท้องถิ่น ซึ่งส่งผลต่อการปรากฏของภาษาอื่นๆ ในชุมชนในอนาคต เป็นต้น

งานของ Cenoz and Gorter ทำให้ทราบถึงสถานภาพของภาษาต่างๆ ในชุมชน ที่สะท้อนผ่านการปรากฏของภาษาบนป้าย ทั้งป้ายทวิภาษาและพหุภาษา รวมไปถึงการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อแสดงความสากล ทันสมัย และมีระดับของธุรกิจด้วย

Edelman (2009) ศึกษาการแบ่งประเภทของชื่อเฉพาะ (Proper names) ด้วยภาษาโดยวิเคราะห์จากกรณีศึกษาในกรุงอัมสเตอร์ดัม เมืองหลวงของประเทศเนเธอร์แลนด์ Edelman เก็บข้อมูลจากป้ายจำนวน 200 ป้าย บนถนนคาลเวร์สตราท (Kalverstraat) ซึ่งเป็นถนนการค้าสายหลักบริเวณใจกลางกรุงอัมสเตอร์ดัม ข้อมูลที่ศึกษาแสดงให้เห็นว่ามีการปรากฏร่วมกันของภาษาดัตช์และภาษาอังกฤษในชื่อเฉพาะบนป้าย ซึ่งเป็นสัดส่วนที่มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับภาษาอื่นๆ การปรากฏร่วมกันของภาษาทั้งสองในชื่อเฉพาะส่งผลต่อการวิเคราะห์ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ในแง่พหุภาษาของพื้นที่ด้วย

Edelman อธิบายว่าชื่อเฉพาะในภูมิภาคภาษาศาสตร์มักปรากฏด้วยภาษาต่างประเทศ ผู้วิจัยที่ไม่จัดว่าชื่อเฉพาะบนป้ายเป็นภาษาต่างประเทศและไม่นำมาวิเคราะห์ อาจได้ภาพรวมของลักษณะพหูภาษาที่ต่างออกไป เพราะการแปลชื่อบางครั้งแสดงให้เห็นว่า ชื่อสามารถเป็นส่วนหนึ่งในบางภาษาได้เมื่อมีข้อความอื่นร่วมด้วย ในทางตรงข้าม ผู้วิจัยที่มองว่าชื่อเฉพาะเป็นภาษาต่างประเทศตามภาษาเค้าเดิม (Original language) อาจทำให้ได้สัดส่วนของพหูภาษาที่กว้างขึ้น กล่าวคือ หากผู้วิจัยวิเคราะห์ภาษาที่ปรากฏในพื้นที่โดยนับชื่อเฉพาะร่วมด้วย สัดส่วนของภาษาอังกฤษและภาษาอื่นๆ ที่ปรากฏบนป้ายจะมีจำนวนมากกว่าการไม่นับชื่อเฉพาะเป็นภาษาต่างประเทศ ซึ่งทำให้ลักษณะพหูภาษาในพื้นที่สูงขึ้นนั่นเอง ตัวอย่างเช่น ชื่อร้าน *Sunglass Hut* ที่มีคำว่า “zonnebrillen” (Sunglasses) ปรากฏร่วมด้วย สามารถวิเคราะห์ว่าเป็นป้ายภาษาเดียวคือภาษาดัตช์ เมื่อไม่จัดว่าชื่อเฉพาะบนป้ายเป็นภาษาต่างประเทศ เพราะคำว่า “Hut” มีปรากฏในภาษาดัตช์เช่นกัน ในทางตรงข้ามเมื่อวิเคราะห์ที่มาของภาษา สามารถวิเคราะห์ว่าเป็นป้ายทวิภาษาได้ คือภาษาอังกฤษและภาษาดัตช์ เป็นต้น ดังนั้น Edelman ได้แบ่งการจัดประเภทของชื่อเฉพาะด้วยภาษาออกเป็น 2 วิธี คือ 1) มองว่าชื่อเฉพาะที่ปรากฏบนป้ายเป็นป้ายภาษาเดียวทั้งหมด และ 2) วิเคราะห์ชื่อเฉพาะตามภาษาต้นกำเนิด

งานของ Edelman ทำให้ทราบถึงวิธีการจัดแบ่งชื่อเฉพาะด้วยภาษา เพื่อใช้ในการศึกษาภูมิภาคภาษาศาสตร์ โดยผู้วิจัยควรกำหนดระเบียบวิธีการวิจัยให้ชัดเจนว่าใช้การวิเคราะห์ภูมิภาคภาษาศาสตร์แบบใด เพื่อไม่ให้ผลวิจัยผิดพลาดได้

Huebner (2003) ศึกษาภูมิภาคภาษาศาสตร์กรุงเทพมหานคร จากป้ายต่างๆ 613 ป้ายที่พบในย่านที่มีความแตกต่างทางภาษา 15 แห่ง ทั้งในใจกลางกรุงเทพฯ และเขตชานเมือง เพื่อศึกษาว่าภาษาสามารถแยกพื้นที่หนึ่งออกจากอีกพื้นที่หนึ่งได้อย่างไร และภาษาอังกฤษมีอิทธิพลต่อวิภาษต่างๆ ของภาษาไทยอย่างไร

Huebner พบว่า ในจำนวนป้ายทั้งหมด มีป้ายราชการ (Official signs) ทั้งสิ้น 101 ป้าย ซึ่งเขียนด้วยภาษาไทยอย่างเดียว 60 ป้าย และเขียนด้วยภาษาไทย-อังกฤษ 34 ป้าย จำนวนของป้ายภาษาดังกล่าวสะท้อนถึงนโยบายภาษาไทยในฐานะภาษาราชการ และภาษาอังกฤษในฐานะภาษาของการสื่อสารระดับสากล นอกจากนี้ Huebner พบว่า ป้ายราชการที่แสดงชื่อกระทรวง สถาบัน ถนน สัญญาณจราจร และเส้นทางไปยังสถานที่ต่างๆ มักเขียนด้วยภาษาไทย-อังกฤษ ส่วนป้ายที่แสดงข้อบังคับการจราจร เช่น ถนนทางเดียว ห้ามเลี้ยวซ้าย เป็นต้น ป้ายห้ามทิ้งขยะ ห้ามขูดถนน และขายของบนบาทวิถี มักเขียนด้วยภาษาไทยเท่านั้น ไม่ว่าจะย่านใดก็ตาม รวมไปถึง

ป้ายสถานีตำรวจด้วย ในขณะที่ป้ายภาษาไทย-อังกฤษมักพบในย่านธุรกิจ และแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าแหล่งชุมชน

Huebner ศึกษาป้ายที่ไม่ใช่ราชการ (Non-official signs) และพบว่า ย่านทั้ง 15 แห่ง แสดงรูปแบบการใช้ภาษาบนป้ายที่ไม่ใช่ราชการ 5 แบบ ดังนี้ 1) ย่านที่มีป้ายภาษาไทยเพียงภาษาเดียวเป็นหลัก 2) ย่านที่มีป้ายภาษาไทยเพียงภาษาเดียวเท่ากับป้ายภาษาไทย-อังกฤษ 3) ย่านที่มีป้ายพหุภาษาโดยมีภาษาจีนเป็นหลัก 4) ย่านที่มีป้ายภาษาไทย-อังกฤษเป็นหลัก และ 5) ย่านที่มีป้ายที่เขียนด้วยภาษาอื่น ๆ นอกจากภาษาไทย Huebner อธิบายว่า ภาษาต่างๆ ที่ปรากฏบนป้ายที่ไม่ใช่ราชการมีความสัมพันธ์กับย่านที่พบป้ายด้วย ตัวอย่างเช่น ถนนพิจัย ซึ่งเป็นย่านที่อยู่อาศัยของพนักงานข้าราชการ และตั้งอยู่ใกล้กับพระราชวังและอาคารรัฐสภา มีป้ายพาณิชย์ของธุรกิจขนาดเล็กและธุรกิจส่วนตัว ป้ายของธุรกิจดังกล่าวเขียนด้วยภาษาไทยเท่านั้น นอกจากนี้ มีร้านอาหารเพียง 2 ร้านตั้งอยู่ และมีป้ายของร้านอาหารเพียงร้านเดียวเท่านั้นที่เขียนด้วยภาษาอังกฤษ การใช้ภาษาอังกฤษบนป้ายร้านอาหารนี้แสดงบรรยากาศความเป็นเมืองมากกว่าที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพราะไม่ใช่ถนนท่องเที่ยว ในขณะที่ถนนข้าวสาร ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยว ปรากฏการใช้ภาษาไทยบนป้ายน้อยที่สุด และมีความหลากหลายของภาษาต่างประเทศมากที่สุดอีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาอังกฤษที่เป็นภาษาหลักของป้ายพาณิชย์บริเวณถนนข้าวสาร

งานของ Huebner ทำให้เข้าใจความแตกต่างทางภาษาของย่านต่างๆ ในกรุงเทพมหานครว่า ภาษามีความสัมพันธ์กับพื้นที่ ผู้อยู่อาศัย และผู้ที่ภาษาต้องการจะสื่อสารด้วย รวมถึงสะท้อนโครงสร้างทางสังคม และสถานภาพของภาษาต่างๆ ในย่านนั้นๆ ด้วย

### งานที่ศึกษาเกี่ยวกับการตั้งชื่อธุรกิจ

วิยะดา จงบรรจบ (2534) ศึกษาภาษาที่ใช้ในการตั้งชื่อธุรกิจ เพื่อศึกษาองค์ประกอบที่มาของภาษา วิธีการสร้างคำ องค์ประกอบทางความหมายของชื่อธุรกิจ ค่านิยม และความเชื่อที่สะท้อนจากความหมายของชื่อธุรกิจการค้า ผลการศึกษาพบว่า ภาษาอังกฤษถูกนำมาใช้เป็นชื่อธุรกิจมากที่สุด รองลงมาคือ ภาษาไทยกับภาษาบาลี-สันสกฤต และภาษาบาลีสันสกฤต ส่วนวิธีการนำคำต่างๆ มาประกอบเป็นชื่อธุรกิจการค้าที่พบมากที่สุดคือ คำประสม ด้านองค์ประกอบทางความหมายที่พบ ได้แก่ ชื่อบุคคล ชื่อสถานที่ ชื่อบุคคลรวมกับสถานที่ และชื่อผลิตภัณฑ์ ในจำนวนนี้ ชื่อบุคคลเป็นชื่อที่พบมากที่สุดในการตั้งชื่อธุรกิจการค้า ด้านค่านิยม

พบว่า มีการใช้ภาษาอังกฤษในการตั้งชื่อธุรกิจมากที่สุด เพื่อแสดงถึงความทันสมัย และควมมีระดับของสินค้าของตน นอกจากนี้ ยังพบอีกว่าการตั้งชื่อธุรกิจมักใช้ความหมายที่แสดงความสำเร็จรุ่งเรืองและความเป็นสิริมงคล ความมั่นคงยั่งยืน อำนาจและชัยชนะ ความมีคุณธรรม คุณภาพ ความมั่งคั่งร่ำรวย และธรรมชาติสิ่งแวดล้อม

งานของวิยะดา จงบรรจบ ทำให้ทราบการเลือกใช้ภาษาในการตั้งชื่อธุรกิจ การสร้างคำ และความหมายของชื่อธุรกิจ รวมถึงค่านิยมทางสังคมที่สะท้อนจากชื่อธุรกิจการค้าด้วย

รติการณ สุขเกษม (2544) ศึกษาภาษาที่ใช้ในการตั้งชื่อธุรกิจการค้าภายในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อศึกษาด้านที่มา ความหมาย และลักษณะของคำในการตั้งชื่อธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า การตั้งชื่อธุรกิจนิยมใช้ภาษาต่างประเทศมากที่สุด รองลงมาคือภาษาไทยปนภาษาต่างประเทศ และภาษาไทยเพียงภาษาเดียวมีจำนวนน้อยที่สุด ส่วนลักษณะของคำที่ใช้ในการตั้งชื่อที่พบมากที่สุดคือ คำประสม รองลงมาคือการสร้างคำแบบต่างประเทศ และคำซ้อนมีจำนวนน้อยที่สุด ด้านที่มาและความหมายพบว่าชื่อธุรกิจการค้ามาจากชื่อบุคคล ชื่อสถานที่ และชื่อบุคคลรวมกับชื่อสถานที่ โดยมีความหมายที่แสดงถึงลักษณะของธุรกิจการค้ามากที่สุด

นควัฒน์ สาระ (2550) ศึกษาการตั้งชื่อร้านค้าในจังหวัดปัตตานี เพื่อศึกษาความคิดทั้งในเชิงพาณิชย์และวัฒนธรรมของชุมชนที่สะท้อนจากชื่อร้านค้า ผลการศึกษาพบว่าภาษาที่เลือกใช้ในการตั้งชื่อร้านค้ามีทั้งภาษาเดียวและหลายภาษา โดยภาษาที่เลือกใช้มากที่สุด คือ ภาษาไทย ภาษาที่ใช้รองลงมาคือ ภาษาอังกฤษ โดยส่วนใหญ่ใช้เป็นคำทับศัพท์บอกกิจการ และมีแนวโน้มการใช้มากขึ้นเรื่อยๆ ส่วนชื่อร้านค้าที่ใช้ภาษาหลายภาษาในการตั้งชื่อนิยมใช้ภาษาไทยกับภาษาอังกฤษมากที่สุด ด้านความหมายของชื่อร้านค้าพบว่า มีการใช้ชื่อที่บอกกิจการ ชื่อบุคคล ความเป็นมงคล บุคลิกการบริการ และทำเลที่ตั้ง ความหมายในการตั้งชื่อร้านค้าเหล่านี้สะท้อนความคิดในเชิงพาณิชย์ว่า ร้านค้าในจังหวัดปัตตานีจะต้องมีคำที่บ่งบอกกิจการอยู่ด้วยเสมอ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างร้านค้ากับวิถีในชุมชนพบว่า ชื่อร้านค้าในจังหวัดปัตตานีสะท้อนสภาพสังคมผสมผสานทางด้านเชื้อชาติผ่านทางภาษาที่ใช้ในการตั้งชื่อร้านค้า การเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตในชุมชน ความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นสิริมงคล ตลอดจนความเชื่อทางศาสนาอิสลาม

งานของนควัฒน์ สาระ ทำให้ทราบลักษณะทางสังคมที่สะท้อนจากการเลือกใช้ภาษาในการตั้งชื่อร้านค้า ในแง่ของสภาพสังคม วิถีชีวิต ค่านิยมความเชื่อ และศาสนา

เซวง จันทรเขตต์ (2528: 111) อธิบายการใช้ชื่อเป็นภาษาอังกฤษของธุรกิจไว้ว่า ปัจจุบันชื่อห้างร้าน บริษัท สินค้า สถานประกอบการในเชิงการค้า และสถานประกอบธุรกิจในเมืองไทย นิยมใช้คำภาษาอังกฤษ รวมทั้งอักษรภาษาอังกฤษด้วย ทั้งที่เจ้าของและลูกค้าต่างก็เป็นคนไทยเสียส่วนใหญ่ นอกจากนี้หากต้องใช้อักษรไทยร่วมด้วย ก็มักทำให้มีขนาดเล็กที่สุด และให้อักษรภาษาอังกฤษมีขนาดใหญ่กว่ามาก แม้ว่าสถานประกอบการเหล่านั้นแทบจะไม่มีลูกค้าเป็นชาวต่างชาติเลย การใช้ชื่อเป็นภาษาอังกฤษนี้น่าจะมาจากการเอาอย่างชาวอังกฤษที่เข้ามาประกอบกิจการในเมืองไทยในอดีต ต่อมาก็เอาอย่างจากสื่อมวลชน และในที่สุดก็กลายเป็นความนิยม

### งานที่ศึกษาเกี่ยวกับป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์

สมจิตร เตชะบัญญัติ (2539) วิเคราะห์วาทกรรมของป้ายโฆษณาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกเฉพาะวาทกรรมของป้ายโฆษณาจากสินค้า 5 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ธุรกิจห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจอุปกรณ์สำนักงานและเครื่องมือสื่อสาร และธุรกิจให้บริการและข่าวสาร ข้อมูลที่พบแสดงให้เห็นว่าลักษณะของวาทกรรมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง และธุรกิจห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า มีเนื้อหาในการส่งเสริมการขายและการสร้างภาพลักษณ์มากที่สุด เพื่อกกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภคและการเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจ ในขณะที่ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจอุปกรณ์สำนักงานและเครื่องมือสื่อสาร และธุรกิจให้บริการและข่าวสาร มีเนื้อหาวาทกรรมที่เน้นการสร้างและการตอกย้ำยี่ห้อ (Brand awareness) มากที่สุด ผลการศึกษาดังกล่าววิเคราะห์จากการใช้ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ การใช้ภาพประกอบที่แปลกและสะดุดตา และการใช้ขนาดและตัวอักษรตลอดจนสัญลักษณ์ต่างๆ ที่สัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งก็คือการตอกย้ำยี่ห้อ รวมไปถึงการอ้างบุคคลเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจ

นอกจากนี้ สมจิตรได้วิเคราะห์ด้านความสำคัญของปรลักษณภาษา\* และภาษา (Paralanguage and language) พบว่า วาทกรรมของสินค้าทุกประเภทจะให้ความสำคัญกับปรลักษณภาษาและภาษาที่ใช้ โดยเฉพาะปรลักษณภาษาที่อยู่ในรูปแบบของขนาดของตัวอักษร

\* ศัพท์ภาษาศาสตร์ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2546

ซึ่งสามารถสร้างความหมายของจุดประสงค์ของวาทกรรมได้ เช่น การใช้ตัวอักษรของชื่อสินค้า โลโก้ และสโลแกนขนาดใหญ่ เป็นต้น ซึ่งให้ความหมายของการตอกย้ำให้ชัดเจน

งานของสมจิตร เตชะบัญญัติ ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของป้ายโฆษณา โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาที่ใช้ในฐานะเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมธุรกิจ กล่าวคือ ป้ายโฆษณาสามารถสร้างแรงจูงใจ และเพิ่มคุณค่าทางธุรกิจ รวมถึงสร้างภาพลักษณ์ให้กับธุรกิจได้อีกด้วย

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องภาษาบนป้ายพาณิชย์ของธุรกิจย่านถนนพระอาทิตย์มีข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย 2 ส่วน คือ ข้อมูลจากภาพถ่ายป้ายสถานประกอบการที่ตั้งอยู่บนถนนพระอาทิตย์ทั้งหมดจำนวน 55 แห่ง ทั้งนี้ไม่รวมป้ายของหน่วยงานราชการ ป้ายบ้านพักอาศัย ป้ายกิจการหาบเร่แผงลอย ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ และป้ายประกาศชั่วคราว และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 55 คน ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลทั้ง 2 ส่วน ในช่วงเวลาตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2554 เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ 2 ประเด็น ดังนี้

1. สถานภาพของภาษาบนป้ายพาณิชย์บนถนนพระอาทิตย์
2. ที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการบนถนนพระอาทิตย์

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือสำคัญ ดังนี้

1. กล้องดิจิทัล เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับภาษาที่ใช้บนป้ายพาณิชย์ ผู้วิจัยเก็บภาพถ่ายเฉพาะป้ายชื่อถาวรของสถานประกอบการ ที่ปรากฏอยู่ด้านหน้าหรือแขวนอยู่ด้านหน้าของสถานประกอบการ ทั้งนี้ไม่รวมป้ายโฆษณา ป้ายรายการสินค้าและบริการ ป้ายประกาศ และแผ่นโปสเตอร์ จำนวน 55 ป้าย ในช่วงเวลาตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2554 (ดูภาพถ่ายป้ายพาณิชย์ที่ภาคผนวก ง)
2. แบบสัมภาษณ์ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการบนถนนพระอาทิตย์ ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ที่ตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาศาสตร์ในการรวบรวมข้อมูลจากเจ้าของสถานประกอบการ 55 คน โดยใช้คำถามปลายเปิดร่วมกับการจดบันทึกเพิ่มเติม ในช่วงเวลาตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2554 (ดูแบบสัมภาษณ์ที่ภาคผนวก ค)

## วิธีการรวบรวมข้อมูลและการจัดระเบียบข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

### 1. การเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยสำรวจสถานประกอบการทั้งหมดเฉพาะที่ตั้งอยู่บนถนนพระอาทิตย์เส้นหลัก และเลือกถ่ายภาพป้ายพาณิชย์ของสถานประกอบการที่มีชื่อของสถานประกอบการเท่านั้น และติดตั้งอยู่ในบริเวณที่เห็นได้เด่นชัด ผู้วิจัยถ่ายภาพป้าย 1 ป้ายต่อสถานประกอบการ 1 แห่ง ได้จำนวน 55 ป้าย จากสถานประกอบการ 55 แห่ง ข้อมูลจากภาพถ่ายนี้ใช้วิเคราะห์สถานภาพของภาษาบนป้ายพาณิชย์บริเวณถนนพระอาทิตย์ นอกจากนี้ ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเพื่อวิเคราะห์ที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการบนถนนพระอาทิตย์

### 2. การจัดระเบียบข้อมูล

ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มภาพถ่ายป้ายพาณิชย์ของสถานประกอบการจำนวน 55 ป้าย และข้อมูลสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ออกเป็น 3 กลุ่ม เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ ดังนี้

#### 2.1 ประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจของสถานประกอบการบนถนนพระอาทิตย์สามารถแบ่งได้ 5 ประเภท คือ

2.1.1 **ธุรกิจสินค้าบริโภค** หมายถึง ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม ร้านขนม ร้านไอศกรีม ผับ บาร์ มีจำนวน 32 แห่ง

2.1.2 **ธุรกิจที่พัก** หมายถึง โรงแรม เกสต์เฮาส์ มีจำนวน 9 แห่ง

2.1.3 **ธุรกิจสินค้าที่ระลึก** หมายถึง ร้านขายของที่ระลึก ร้านขายของเก่า ร้านขายเครื่องประดับ ร้านขายเสื้อผ้า กระเป๋า และรองเท้า มีจำนวน 6 แห่ง

2.1.4 **ธุรกิจท่องเที่ยว** หมายถึง บริษัททัวร์ บริษัทนำเที่ยว มีจำนวน 5 แห่ง

2.1.5 **ธุรกิจการบริการทางการแพทย์และความงาม** หมายถึง สถานบริการทางการแพทย์ สถานเสริมความงาม และสปา มีจำนวน 3 แห่ง

#### 2.2 ประเภทป้ายภาษา

ป้ายภาษาที่พบบนถนนพระอาทิตย์สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

2.2.1 **ป้ายเอกภาษา (Monolingual signs)** หมายถึง ป้ายที่มีคำที่มาจากภาษาใดภาษาหนึ่งเพียงภาษาเดียวปรากฏอยู่ มีจำนวน 28 ป้าย เช่น ป้ายภาษาอังกฤษ ป้ายภาษาไทย ป้ายภาษาบาลี-สันสกฤต เป็นต้น

2.2.2 **ป้ายพหุภาษา (Multilingual signs)** หมายถึง ป้ายที่มีคำที่มาจากภาษามากกว่าหนึ่งภาษาปรากฏอยู่ มีจำนวน 27 ป้าย เช่น ป้ายภาษาอังกฤษกับไทย ป้ายภาษาอังกฤษกับบาลี-สันสกฤต ป้ายภาษาไทยกับบาลี-สันสกฤต เป็นต้น

### 2.3 ที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการ

ที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.3.1 **ชื่อสถานประกอบการที่มีองค์ประกอบทางความหมายโครงสร้างเดียว** มีจำนวน 28 ชื่อ

2.3.2 **ชื่อสถานประกอบการที่มีองค์ประกอบทางความหมายหลายโครงสร้าง** มีจำนวน 27 ชื่อ

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากภาพถ่ายวิเคราะห์ภาษาที่ใช้บนป้ายพาณิชย์ในแง่สถานภาพของภาษา และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ที่มา และความหมาย โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. นำชื่อสถานประกอบการมาแยกเป็นหน่วยศัพท์ และศึกษาองค์ประกอบของแต่ละหน่วยว่าเป็นคำในภาษาใด จากนั้นใส่รหัสภาษาเค้าเดิมของหน่วยศัพท์แต่ละคำ เพื่อรวบรวมภาษาเค้าเดิมที่ใช้ในการตั้งชื่อสถานประกอบการทั้งหมด (ดูรหัสภาษาเค้าเดิมที่ภาคผนวก ข) การศึกษาภาษาเค้าเดิมที่ใช้ในการตั้งชื่อนี้อ้างอิงจากพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2542 และ The Concise Oxford Dictionary of Current English ตัวอย่างเช่น

ANN's Sweet	จำแนกเป็น	ANN	+	's	+	Sweet
	รหัสภาษาเค้าเดิม	E	+	E	+	E
บ้านพระอาทิตย์	จำแนกเป็น	บ้าน	+	พระ	+	อาทิตย์
	รหัสภาษาเค้าเดิม	T	+	T	+	PS

2. จัดกลุ่มภาษาเค้าเดิมที่ใช้ในการตั้งชื่อสถานประกอบการทั้งหมด แล้วนำไปแจกแจงความถี่ของการประกอบคำศัพท์แต่ละประเภทด้วยคอมพิวเตอร์ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์สถานภาพของภาษาแต่ละภาษาบนป้ายพาณิชย์ ภาษาเค้าเดิมที่ใช้ในการตั้งชื่อสถานประกอบการมีทั้งหมด 18 ประเภท (ดูรหัสภาษาเค้าเดิมที่ภาคผนวก ข) คือ

- 2.1 อังกฤษ
- 2.2 ไทย
- 2.3 บาลี-สันสกฤต
- 2.4 ฝรั่งเศส
- 2.5 ญี่ปุ่น
- 2.6 อังกฤษกับบาลี-สันสกฤต
- 2.7 ไทยกับบาลี-สันสกฤต
- 2.8 อังกฤษกับไทย
- 2.9 อังกฤษกับฝรั่งเศส
- 2.10 จีนกับอังกฤษ
- 2.11 เขมรกับอังกฤษ
- 2.12 ไทยกับจีน
- 2.13 บาลี-สันสกฤตกับฝรั่งเศส
- 2.14 โปรตุเกสกับฝรั่งเศส
- 2.15 ฝรั่งเศสกับอิตาเลียน
- 2.16 ไทยกับบาลี-สันสกฤตกับและอังกฤษ
- 2.17 อังกฤษกับบาลี-สันสกฤตและฝรั่งเศส
- 2.18 บาลี-สันสกฤตกับไทยและจีน

3. นำชื่อสถานประกอบการที่แยกเป็นหน่วยศัพท์แล้ว มาใส่รหัสตัวอักษรภาษาต่างๆ เพื่อรวบรวมชนิดตัวอักษรภาษาต่างๆ ที่ใช้ในการตั้งชื่อสถานประกอบการทั้งหมด (ดูรหัสตัวอักษรที่ภาคผนวก ข) การศึกษาตัวอักษรภาษาต่างๆ ที่ใช้ในการตั้งชื่อนี้อ้างอิงจากพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2542 และ The Concise Oxford Dictionary of Current English โดยพิจารณารูปศัพท์และการสะกดคำของชื่อสถานประกอบการจากภาพถ่ายป้ายพาณิชย์ร่วมด้วย ตัวอย่างเช่น

ชื่อสถานประกอบการ	ชนิดของตัวอักษรที่ใช้	รหัสตัวอักษร
ANN's Sweet	อังกฤษเพียงภาษาเดียว	e
บ้านพระอาทิตย์	ไทยเพียงภาษาเดียว	t

4. จัดกลุ่มชนิดตัวอักษรภาษาต่างๆ ที่ใช้ในการตั้งชื่อสถานประกอบการทั้งหมด แล้วนำไปแจกแจงความถี่ของตัวอักษรแต่ละประเภทด้วยคอมพิวเตอร์ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์สถานภาพของภาษาแต่ละภาษาบนป้ายพาณิชย์ ชนิดตัวอักษรภาษาต่างๆ ที่ใช้ในการตั้งชื่อสถานประกอบการมีทั้งหมด 11 ประเภท (ดูรหัสตัวอักษรที่ภาคผนวก ข) คือ

- 4.1 อังกฤษกับไทย
- 4.2 ไทยเพียงภาษาเดียว
- 4.3 อังกฤษเพียงภาษาเดียว
- 4.4 อังกฤษกับฝรั่งเศส
- 4.5 อังกฤษกับฝรั่งเศสและไทย
- 4.6 ไทยกับฝรั่งเศส
- 4.7 ไทยกับเกาหลี
- 4.8 ฝรั่งเศสและอิตาลี
- 4.9 อังกฤษกับไทยและญี่ปุ่น
- 4.10 อังกฤษกับไทยและจีน
- 4.11 อังกฤษกับไทย ญี่ปุ่น และเกาหลี

5. นำชื่อสถานประกอบการที่แยกเป็นหน่วยศัพท์และใส่รหัสตัวอักษรแล้ว มาวิเคราะห์ลักษณะตัวอักษรที่ปรากฏ จากนั้นใส่รหัสลักษณะการปรากฏของตัวอักษร เพื่อรวบรวมลักษณะการปรากฏของตัวอักษรภาษาต่างๆ ที่ใช้บนป้ายพาณิชยกรรมทั้งหมด (ดูรหัสลักษณะการปรากฏของตัวอักษรที่ภาคผนวก ข) ตัวอย่างเช่น

ชื่อสถานประกอบการ	ลักษณะตัวอักษรที่ปรากฏ	รหัสตัวอักษร
ANN's Sweet	อังกฤษเพียงภาษาเดียว	e1
บ้านพระอาทิตย์	ไทยเพียงภาษาเดียว	t1

6. จัดกลุ่มลักษณะการปรากฏของตัวอักษรภาษาต่างๆ ที่ใช้บนป้ายพาณิชยกรรมทั้งหมด แล้วนำไปแจกแจงความถี่ของการปรากฏด้วยคอมพิวเตอร์ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์สถานภาพของภาษาแต่ละภาษาบนป้ายพาณิชยกรรม ลักษณะการปรากฏของตัวอักษรภาษาต่างๆ ที่ใช้ในการตั้งชื่อสถานประกอบการมีทั้งหมด 8 ลักษณะ (ดูรหัสลักษณะการปรากฏของตัวอักษรที่ภาคผนวก ข) คือ

- 6.1 ไทยเพียงภาษาเดียว
- 6.2 อังกฤษเพียงภาษาเดียว
- 6.3 ไทยเป็นหลัก
- 6.4 อังกฤษเป็นหลัก
- 6.5 ญี่ปุ่นเป็นหลัก
- 6.6 เกาหลีเป็นหลัก
- 6.7 อิตาลีเป็นหลัก
- 6.8 ฝรั่งเศสและไทยคู่กัน

7. นำชื่อสถานประกอบการมาแยกเป็นหน่วยศัพท์ และศึกษาองค์ประกอบของแต่ละหน่วยว่าแสดงที่มาและความหมายใดบ้าง จากนั้นใส่รหัสที่มาและความหมายของแต่ละหน่วยศัพท์โดยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในการวิเคราะห์ร่วมด้วย ทั้งนี้ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการมาจากแบบสอบถามปลายเปิด ซึ่งตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญทางภาษาศาสตร์แล้ว และการจัดบันทึกโดยผู้วิจัย เพื่อให้ประกอบการวิเคราะห์ภาษาที่ใช้ ที่มาและความหมายของข้อบ่งชี้พาดพิง ตัวอย่างชื่อสถานประกอบการที่แยกเป็นหน่วยศัพท์ เช่น

ชื่อสถานประกอบการ	ที่มาและความหมาย	รหัสที่มาและความหมาย
(ไรตี้) (มะตะปะ)	(สินค้า) (สินค้า)	(4) (4)
(Peachy) (Guest House)	(ชื่อบุคคล) (ประเภทธุรกิจ)	(1) (3)

8. จัดกลุ่มที่มาและความหมายของแต่ละหน่วยศัพท์ และนับความถี่ด้วยคอมพิวเตอร์ เพื่อศึกษาความนิยมและความสัมพันธ์ของการตั้งชื่อสถานประกอบการกับถนนพระอาทิตย์ ที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการที่พบสามารถแบ่งได้ 7 ประเภท ดังนี้

8.1 ชื่อเฉพาะ หมายถึง ชื่อของเจ้าของสถานประกอบการ หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสถานประกอบการ

8.2 สถานที่ หมายถึง ชื่อที่แสดงสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ ชื่อเมือง ชื่อประเทศ

8.3 ประเภทธุรกิจ หมายถึง ชื่อที่แสดงประเภทธุรกิจของสถานประกอบการ

8.4 ประเภทสินค้า หมายถึง ชื่อชนิดของสินค้าและบริการ

8.5 ลักษณะการบริการ หมายถึง ชื่อที่แสดงรูปแบบการบริการของสถานประกอบการ

8.6 ธรรมชาติ เช่น ชื่อดอกไม้ ชื่อต้นไม้ ฯ

8.7 ความหมายอื่นๆ ซึ่งชื่อประเภทนี้มีความแตกต่างกันมาก จนไม่สามารถจัดกลุ่มได้

### การสรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการสรุปและอภิปรายผลการวิจัย โดยการอธิบายปรากฏการณ์ และการอ้างอิงวรรณกรรมเพิ่มเติม

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษารายงานภาษาของสถาบันประกอบการย่านถนนพระอาทิตย์แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

1. สถานภาพของภาษาบนป้ายพาณิชย์บริเวณถนนพระอาทิตย์
2. ที่มาและความหมายของชื่อสถาบันประกอบการบริเวณถนนพระอาทิตย์

#### ตอนที่ 1 สถานภาพของภาษาบนป้ายพาณิชย์บนถนนพระอาทิตย์

การศึกษาสถานภาพของภาษาบนป้ายพาณิชย์ ใช้ข้อมูลจากภาพถ่ายป้ายพาณิชย์ของสถาบันประกอบการบนถนนพระอาทิตย์จำนวน 55 ป้าย จากสถาบันประกอบการ 55 แห่ง โดยวิเคราะห์จากภาษาเค้าเดิม ตัวอักษร และลักษณะการปรากฏของตัวอักษรที่ใช้บนป้ายพาณิชย์

##### 1. ภาษาเค้าเดิมที่ใช้บนป้ายพาณิชย์

ภาษาเค้าเดิม (Original language) หมายถึง ภาษาที่มาของรูปคำศัพท์ที่ใช้ในการตั้งชื่อของสถาบันประกอบการ ผู้วิจัยอ้างอิงจากพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 และ The Concise Oxford Dictionary พบว่าลักษณะการใช้ภาษาเค้าเดิมบนป้ายพาณิชย์บริเวณถนนพระอาทิตย์มีทั้งหมด 18 ลักษณะ ได้แก่ อังกฤษเพียงภาษาเดียว ไทยเพียงภาษาเดียว บาลี-สันสกฤตเพียงภาษาเดียว ฝรั่งเศสเพียงภาษาเดียว ญี่ปุ่นเพียงภาษาเดียว อังกฤษกับบาลี-สันสกฤตไทยกับบาลี-สันสกฤต อังกฤษกับไทย อังกฤษกับฝรั่งเศส จีนกับอังกฤษ เขมรกับอังกฤษ ไทยกับจีน บาลี-สันสกฤตกับฝรั่งเศส โปรตุเกสกับฝรั่งเศส ฝรั่งเศสกับอิตาลี ไทยกับบาลี-สันสกฤตและอังกฤษ อังกฤษกับบาลี-สันสกฤตและฝรั่งเศส และบาลี-สันสกฤตกับไทยและจีน ดังปรากฏตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ภาษาเค้าเดิมบนป้ายพาณิชย์ของสถานประกอบการบริเวณถนนพระอาทิตย์

ลำดับที่	ภาษาเค้าเดิม	จำนวนป้าย	คิดเป็นร้อยละ
1	อังกฤษ	18	32.7%
2	ไทย	4	7.3%
3	บาลี-สันสกฤต	3	5.5%
4	ฝรั่งเศส	2	3.6%
5	ญี่ปุ่น	1	1.8%
6	อังกฤษกับบาลี-สันสกฤต	5	9.1%
7	ไทยกับบาลี-สันสกฤต	5	9.1%
8	อังกฤษกับไทย	4	7.3%
9	อังกฤษกับฝรั่งเศส	3	5.5%
10	จีนกับอังกฤษ	1	1.8%
11	เขมรกับอังกฤษ	1	1.8%
12	ไทยกับจีน	1	1.8%
13	บาลี-สันสกฤตกับฝรั่งเศส	1	1.8%
14	โปรตุเกสกับฝรั่งเศส	1	1.8%
15	ฝรั่งเศสกับอิตาเลียน	1	1.8%
16	ไทยกับบาลี-สันสกฤตกับและอังกฤษ	2	3.6%
17	อังกฤษกับบาลี-สันสกฤตและฝรั่งเศส	1	1.8%
18	บาลี-สันสกฤตกับไทยและจีน	1	1.8%
	รวม	55	100.0%

ตารางข้างต้นแสดงว่าภาษาเค้าเดิมที่ปรากฏบนป้ายพาณิชย์มากที่สุดคือ ภาษาอังกฤษ 18 ป้าย รองลงมาคือ ภาษาอังกฤษกับบาลี-สันสกฤต และภาษาไทยกับบาลี-สันสกฤต ชนิดละ 5 ป้าย นอกจากนี้ สามารถแบ่งประเภทป้ายออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ดังนี้

1) ป้ายเอกภาษา (Monolingual signs) หมายถึง ป้ายที่มีคำที่มาจากภาษาใดภาษาหนึ่ง เพียงภาษาเดียวปรากฏอยู่ มีจำนวน 28 ป้าย แบ่งเป็น ภาษาอังกฤษ 18 ป้าย ภาษาไทย 4 ป้าย ภาษาบาลี-สันสกฤต 3 ป้าย ภาษาฝรั่งเศส 2 ป้าย และภาษาญี่ปุ่น 1 ป้าย

2) ป้ายพหุภาษา (Multilingual signs) หมายถึง ป้ายที่มีคำที่มาจากภาษามากกว่าหนึ่ง ภาษาปรากฏอยู่ มีจำนวน 27 ป้าย แบ่งเป็น ภาษาอังกฤษกับบาลี-สันสกฤต 5 ป้าย ภาษาไทยกับ บาลี-สันสกฤต 5 ป้าย ภาษาอังกฤษกับไทย 4 ป้าย ภาษาอังกฤษกับฝรั่งเศส 3 ป้าย ภาษาจีน กับอังกฤษ 1 ป้าย ภาษาเขมรกับอังกฤษ 1 ป้าย ภาษาไทยกับจีน 1 ป้าย ภาษาบาลี-สันสกฤต กับฝรั่งเศส 1 ป้าย ภาษาโปรตุเกสกับฝรั่งเศส 1 ป้าย ฝรั่งเศสกับอิตาลี 1 ป้าย ไทยกับบาลี-สันสกฤตและอังกฤษ 1 ป้าย อังกฤษกับบาลี-สันสกฤตและฝรั่งเศส 1 ป้าย และบาลี-สันสกฤตกับ ไทยและจีน 1 ป้าย

เมื่อพิจารณาภาษาเก่าเดิมที่ใช้บนป้ายทั้งสองประเภทพบว่า ภาษาที่ปรากฏบนป้าย พาณิชนัยมากที่สุดคือ ภาษาอังกฤษ การปรากฏของภาษาต่างๆ บนป้ายมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 1.1 ป้ายพาณิชนัยประเภทป้ายเอกภาษา

#### 1.1.1 ภาษาอังกฤษ

ป้ายเอกภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษ มีจำนวน 18 ป้าย แบ่งตามประเภทธุรกิจ ได้ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ป้ายเอกภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษ

ลำดับที่	ประเภทธุรกิจ	ชื่อสถานประกอบการ	จำนวน
1	สินค้าบริโภค	ANN's Sweet Ar-Tist Beach Bar Blue Moon Hemlock Jazz Happens	12

ตารางที่ 2 ป้ายเอกภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษ (ต่อ)

ลำดับที่	ประเภทธุรกิจ	ชื่อสถานประกอบการ	จำนวน
		Juice Ricky's Coffee Shop Saffron Salad on Demand sync Take a Seat	
2	ที่พัก	Happy House New Merry V Peachy Guest House River Mansion	4
3	ท่องเที่ยว	Sugar Travel Top Travel	2
รวม			18

ตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่ามีการใช้ภาษาอังกฤษบนป้ายพาณิชย์เพียง 3 ประเภทเท่านั้น คือ ธุรกิจสินค้าบริโภค ซึ่งมีจำนวนมากที่สุด 12 ป้าย รองลงมาคือ ธุรกิจที่พัก จำนวน 4 ป้าย และธุรกิจท่องเที่ยว จำนวน 2 ป้าย การปรากฏของภาษาอังกฤษบนป้ายของธุรกิจเหล่านี้ อาจเป็นเพราะสินค้าบริโภคบางชนิดเป็นสินค้าที่มีต้นกำเนิดจากต่างชาติ เช่น ANN's Sweet, Salad on Demand, Juice, Ricky's Coffee Shop เป็นต้น และเจ้าของสถานประกอบการต้องการดึงดูดความสนใจของกลุ่มลูกค้าต่างชาติ จึงเลือกใช้ภาษาอังกฤษในการตั้งชื่อร้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ป้ายภาษาอังกฤษของธุรกิจที่พักและธุรกิจท่องเที่ยว

### 1.1.2 ภาษาไทย

ป้ายเอกภาษาที่เป็นภาษาไทย มีจำนวน 4 ป้าย แบ่งตามประเภทธุรกิจได้  
ตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ป้ายเอกภาษาที่เป็นภาษาไทย

ลำดับที่	ประเภทธุรกิจ	ชื่อสถานประกอบการ	จำนวน
1	สินค้าบริโภค	บ้านบัวสอาด บ้านพลาสติก ส้มตำยกครก	3
2	สินค้าที่ระลึก	แต่ก็ แต่ก่อน	1
รวม			4

ตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่ามีการใช้ภาษาไทยบนป้ายพาณิชย์ของธุรกิจ  
ประเภทสินค้าบริโภคมากที่สุด ผู้วิจัยคิดว่าน่าจะมาจากชนิดของสินค้า จึงต้องตั้งชื่อสถานประกอบการ  
เป็นภาษาไทย เพื่อเน้นย้ำความเป็นไทยของสถานประกอบการและตัวสินค้า (Brand awareness)

### 1.1.3 ภาษาบาลี-สันสกฤต

ป้ายเอกภาษาที่เป็นภาษาบาลี-สันสกฤต มี 3 ป้าย แบ่งตามประเภทธุรกิจได้  
ตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ป้ายเอกภาษาที่เป็นภาษาบาลี-สันสกฤต

ลำดับที่	ประเภทธุรกิจ	ชื่อสถานประกอบการ	จำนวน
1	สินค้าบริโภค	โรตี มะตะปะ สังคมนิยม	2
2	สินค้าที่ระลึก	พินดา	1
รวม			3

ตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่ามีการใช้ภาษาบาลี-สันสกฤต บนป้ายพาณิชย์ของธุรกิจประเภทสินค้าบริโภคมากที่สุด ผู้วิจัยคิดว่าคำในภาษาบาลี-สันสกฤตดังกล่าวถูกยืมมาใช้ในภาษาไทยนานแล้ว และใช้กันจนคุ้นเคย จนไม่คิดว่าเป็นคำในภาษาบาลี-สันสกฤต นอกจากนี้ภาษาไทยใช้คำว่า “โรตีมะตะปะ” ซึ่งเป็นคำทับศัพท์ เพื่อเรียกชื่ออาหารแขกชนิดหนึ่ง

#### 1.1.4 ภาษาฝรั่งเศส

ป้ายเอกภาษาที่เป็นภาษาฝรั่งเศส มี 2 ป้าย แบ่งตามประเภทธุรกิจได้ตามตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ป้ายเอกภาษาที่เป็นภาษาฝรั่งเศส

ลำดับที่	ประเภทธุรกิจ	ชื่อสถานประกอบการ	จำนวน
1	สินค้าบริโภค	Comme'	1
2	สินค้าที่ระลึก	Corsair	1
รวม			2

ตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่ามีการใช้ภาษาฝรั่งเศส บนป้ายพาณิชย์ของธุรกิจประเภทสินค้าบริโภคและสินค้าที่ระลึก

#### 1.1.5 ภาษาญี่ปุ่น

ป้ายเอกภาษาที่เป็นภาษาญี่ปุ่น มี 1 ป้าย เท่านั้น เป็นของธุรกิจสินค้าบริโภค ดังปรากฏตามตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ป้ายเอกภาษาที่เป็นภาษาญี่ปุ่น

ลำดับที่	ประเภทธุรกิจ	ชื่อสถานประกอบการ	จำนวน
1	สินค้าบริโภค	Nippon Ya	1
รวม			1

ตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่ามีการใช้ภาษาญี่ปุ่น บนป้ายพาณิชย์ของธุรกิจประเภทสินค้าบริโภคเพื่อป้องกันสินค้าว่าเป็นอาหารญี่ปุ่น ซึ่งเป็นการแสดงอัตลักษณ์ของร้าน ทั้งนี้ การตกแต่งร้านก็มีลักษณะความเป็นญี่ปุ่นด้วยเช่นกัน

ป้ายพาณิชย์ประเภทเอกภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษปรากฏมากที่สุด คือ 18 ป้าย และใช้ในธุรกิจสินค้าบริโภคมากที่สุดด้วย ทั้งนี้ เนื่องจากธุรกิจสินค้าบริโภคส่วนใหญ่บนถนนพระอาทิตย์มีต้นกำเนิดมาจากต่างชาติ เช่น เบเกอรี่ สลัด บาร์ เป็นต้น จึงใช้ภาษาอังกฤษในการเรียกชื่อสินค้าและบริการเหล่านี้ นอกจากนี้ ภาษาอังกฤษยังแสดงถึงความทันสมัยและความเป็นเมือง เจ้าของสถานประกอบการจึงเลือกคำที่มีที่มาจากภาษาอังกฤษในการตั้งชื่อ เพื่อแสดงภาพลักษณ์ความทันสมัยและความเป็นเมืองของร้านด้วย รวมถึงต้องการดึงดูดความสนใจของลูกค้าทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพราะธุรกิจสินค้าบริโภคเป็นธุรกิจที่มีจำนวนมากที่สุดบนถนนพระอาทิตย์และทำให้มีการแข่งขันสูงนั่นเอง

## 1.2 ป้ายพาณิชย์ประเภทป้ายพหุภาษา

### 1.2.1 ภาษาอังกฤษกับบาลี-สันสกฤต

ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษกับบาลี-สันสกฤตมี 5 ป้าย แบ่งเป็นธุรกิจสินค้าบริโภค 2 ป้าย ที่พัก 2 ป้าย และท่องเที่ยว 1 ป้าย ดังปรากฏตามตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษกับบาลี-สันสกฤต

ลำดับที่	ประเภทธุรกิจ	ชื่อสถานประกอบการ	ภาษาเค้าเดิม	
			อังกฤษ	บาลี-สันสกฤต
1	สินค้าบริโภค	เดอะ ชนบท	เดอะ	ชนบท
		ธนาคาร บาร์	บาร์	ธนาคาร
2	ที่พัก	Navalai River Resort	River/Resort	Navalai
		Thara House	House	Thara
3	ท่องเที่ยว	Panya Tour & Travel	Tour/&Travel	Panya

ตารางข้างต้นแสดงการใช้ภาษาอังกฤษกับบาลี-สันสกฤตบนป้ายของธุรกิจ  
สินค้าบริโภคและธุรกิจที่พุกมากที่สุด คือ อย่างละ 2 ป้าย รองลงมาคือ ธุรกิจท่องเที่ยว 1 ป้าย

### 1.2.2 ภาษาไทยกับบาลี-สันสกฤต

ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาไทยกับบาลี-สันสกฤตมี 5 ป้าย แบ่งเป็นธุรกิจ  
สินค้าบริโภค 2 ป้าย สินค้าที่ระลึก 2 ป้าย และท่องเที่ยว 1 ป้าย ดังปรากฏตามตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาไทยกับบาลี-สันสกฤต

ลำดับที่	ประเภทธุรกิจ	ชื่อสถานประกอบการ	ภาษาเค้าเดิม	
			ไทย	บาลี-สันสกฤต
1	สินค้าบริโภค	บ้านพระอาทิตย์	บ้าน/พระ	อาทิตย์
		โรงอาหาร	โรง	อาหาร
2	สินค้าที่ระลึก	จันทร์กระพ้อ	กระพ้อ	จันทร์
		มณีลำพู	ลำพู	มณี
3	ท่องเที่ยว	รัตนบราลี	บราลี	รัตน

ตารางข้างต้นแสดงการใช้ภาษาไทยกับบาลี-สันสกฤต บนป้ายของธุรกิจ  
สินค้าบริโภคและสินค้าที่ระลึกมากที่สุด คือ อย่างละ 2 ป้าย รองลงมาคือ ธุรกิจท่องเที่ยว 1 ป้าย

### 1.2.3 ภาษาอังกฤษกับไทย

ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษกับไทยมี 5 ป้าย แบ่งเป็นธุรกิจสินค้า  
บริโภค 2 ป้าย และธุรกิจที่พุก 2 ป้าย ดังปรากฏตามตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษกับไทย

ลำดับที่	ประเภทธุรกิจ	ชื่อสถานประกอบการ	ภาษาเค้าเดิม	
			อังกฤษ	ไทย
1	สินค้าบริโภค	Good Story Bangkok	Good/Story	Bangkok
		Mister Pas	Mister	Pas
2	ที่พัก	New Siam II	New/II	Siam
		New Siam Riverside	New/Riverside	Siam

ตารางข้างต้นแสดงการใช้ภาษาอังกฤษกับไทยบนป้ายของธุรกิจสินค้าบริโภคและที่พักเท่ากัน คือ ธุรกิจละ 2 ป้าย

#### 1.2.4 ภาษาอังกฤษกับฝรั่งเศส

ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษกับฝรั่งเศสมี 3 ป้าย แบ่งเป็นธุรกิจสินค้าบริโภค 2 ป้าย และท่องเที่ยว 1 ป้าย ดังปรากฏตามตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษกับฝรั่งเศส

ลำดับที่	ประเภทธุรกิจ	ชื่อสถานประกอบการ	ภาษาเค้าเดิม	
			อังกฤษ	ฝรั่งเศส
1	สินค้าบริโภค	Apple Restaurant	Apple	Restaurant
		Aquatini Restaurant & Bar	Aquatini/&Bar	Restaurant
2	ท่องเที่ยว	Pilot Purely Tour	Purely/Tour	Pilot

ตารางข้างต้นแสดงการใช้ภาษาอังกฤษกับไทย บนป้ายของธุรกิจสินค้าบริโภคมากที่สุด 2 ป้าย รองลงมาคือ ธุรกิจท่องเที่ยว 1 ป้าย

### 1.2.5 ภาษาจีนกับอังกฤษ

ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาจีนกับอังกฤษ มีเพียง 1 ป้าย ดังปรากฏตามตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาจีนกับอังกฤษ

ลำดับที่	ประเภทธุรกิจ	ชื่อสถานประกอบการ	ภาษาเค้าเดิม	
			จีน	อังกฤษ
1	การบริการทางการแพทย์และความงาม	Leng Hong Spa	Leng/Hong	Spa

ตารางข้างต้นแสดงการใช้ภาษาจีนกับอังกฤษ บนป้ายของธุรกิจการบริการทางการแพทย์และความงามเพียง 1 ป้ายเท่านั้น

### 1.2.6 ภาษาเขมรกับอังกฤษ

ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาเขมรกับอังกฤษ มีเพียง 1 ป้าย ดังปรากฏตามตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาเขมรกับอังกฤษ

ลำดับที่	ประเภทธุรกิจ	ชื่อสถานประกอบการ	ภาษาเค้าเดิม	
			เขมร	อังกฤษ
1	การบริการทางการแพทย์และความงาม	จำรัสบาร์เบอร์	จำรัส	บาร์เบอร์

ตารางข้างต้นแสดงการใช้ภาษาอังกฤษกับเขมรบนป้ายของธุรกิจการบริการทางการแพทย์และความงามเพียง 1 ป้ายเท่านั้น

### 1.2.7 ภาษาไทยกับจีน

ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาไทยกับจีน มีเพียง 1 ป้าย ดังปรากฏตามตารางที่ 13

ตารางที่ 13 ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาไทยกับจีน

ลำดับที่	ประเภทธุรกิจ	ชื่อสถานประกอบการ	ภาษาเค้าเดิม	
			ไทย	จีน
1	สินค้าบริโภค	นายไสย	นาย	ไสย

ตารางข้างต้นแสดงการใช้ภาษาไทยกับจีนบนป้ายของธุรกิจสินค้าบริโภคเพียง 1 ป้ายเท่านั้น

### 1.2.8 ภาษาบาลี-สันสกฤตกับฝรั่งเศส

ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาบาลี-สันสกฤตกับฝรั่งเศส มีเพียง 1 ป้าย ดังปรากฏตามตารางที่ 14

ตารางที่ 14 ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาบาลี-สันสกฤตกับฝรั่งเศส

ลำดับที่	ประเภทธุรกิจ	ชื่อสถานประกอบการ	ภาษาเค้าเดิม	
			บาลี-สันสกฤต	ฝรั่งเศส
1	การบริการทางการแพทย์และความงาม	Thada Medical Clinic	Thada	Medical/Clinic

ตารางข้างต้นแสดงการใช้ภาษาบาลี-สันสกฤตกับฝรั่งเศส บนป้ายของธุรกิจการบริการทางการแพทย์และความงามเพียง 1 ป้ายเท่านั้น

### 1.2.9 ภาษาโปรตุเกสกับฝรั่งเศส

ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาโปรตุเกสกับฝรั่งเศส มีเพียง 1 ป้าย ดังปรากฏตามตารางที่ 15

ตารางที่ 15 ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาโปรตุเกสกับฝรั่งเศส

ลำดับที่	ประเภทธุรกิจ	ชื่อสถานประกอบการ	ภาษาเค้าเดิม	
			โปรตุเกส	ฝรั่งเศส
1	สินค้าบริโภค	Mango Restaurant	Mango	Restaurant

ตารางข้างต้นแสดงการใช้ภาษาโปรตุเกสกับฝรั่งเศส บนป้ายของธุรกิจสินค้าบริโภคเพียง 1 ป้ายเท่านั้น

### 1.2.10 ภาษาฝรั่งเศสกับอิตาลี

ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาฝรั่งเศสกับอิตาลี มีเพียง 1 ป้าย ดังปรากฏตามตารางที่ 16

ตารางที่ 16 ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาฝรั่งเศสกับอิตาลี

ลำดับที่	ประเภทธุรกิจ	ชื่อสถานประกอบการ	ภาษาเค้าเดิม	
			ฝรั่งเศส	อิตาลี
1	สินค้าบริโภค	Café Gelato	Café	Gelato

ตารางข้างต้นแสดงการใช้ภาษาฝรั่งเศสกับอิตาลี บนป้ายของธุรกิจสินค้าบริโภคเพียง 1 ป้ายเท่านั้น

### 1.2.11 ภาษาไทยกับบาลี-สันสกฤตและอังกฤษ

ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาไทยกับบาลี-สันสกฤตและอังกฤษมี 2 ป้าย ดังปรากฏตามตารางที่ 17

ตารางที่ 17 ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาไทยกับบาลี-สันสกฤตและอังกฤษ

ลำดับที่	ประเภทธุรกิจ	ชื่อสถานประกอบการ	ภาษาเค้าเดิม		
			ไทย	บาลี-สันสกฤต	อังกฤษ
1	สินค้าบริโภค	Phra Arthit River Lounge	Phra	Arthit	River/Lounge
2	ที่พัก	Pra Arthit Mansion	Pra	Arthit	Mansion

ตารางข้างต้นแสดงการใช้ภาษาไทยกับบาลี-สันสกฤตและอังกฤษบนป้ายพาณิชย์ของธุรกิจสินค้าบริโภคและที่พัก อย่างละ 1 ป้าย

### 1.2.12 ภาษาอังกฤษกับบาลี-สันสกฤตและฝรั่งเศส

ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษกับบาลี-สันสกฤตและฝรั่งเศส มีเพียง 1 ป้าย ดังปรากฏตามตารางที่ 18

ตารางที่ 18 ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษกับบาลี-สันสกฤตและฝรั่งเศส

ลำดับที่	ประเภทธุรกิจ	ชื่อสถานประกอบการ	ภาษาเค้าเดิม		
			อังกฤษ	บาลี-สันสกฤต	ฝรั่งเศส
1	สินค้าบริโภค	Bar Bali Bistro	Bar	Bali	Bistro

ตารางข้างต้นแสดงการใช้ภาษาอังกฤษกับบาลี-สันสกฤตและฝรั่งเศสบนป้ายของธุรกิจสินค้าบริโภคเพียง 1 ป้ายเท่านั้น

### 1.2.13 ภาษาบาลี-สันสกฤตกับไทยและจีน

ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาบาลี-สันสกฤตกับไทยและจีน มีเพียง 1 ป้าย ดังปรากฏตามตารางที่ 19

ตารางที่ 19 ป้ายพหุภาษาที่เป็นภาษาบาลี-สันสกฤตกับไทยและจีน

ลำดับที่	ประเภทธุรกิจ	ชื่อสถานประกอบการ	ภาษาเค้าเดิม		
			บาลี-สันสกฤต	ไทย	จีน
1	สินค้าบริโภค	คุณแดงก๋วยจั๊บน้ำร้อน	คุณ	แดง/ญวน	ก๋วยจั๊บน้ำร้อน

ตารางข้างต้นแสดงการใช้ภาษาบาลี-สันสกฤตกับไทยและจีน บนป้ายของธุรกิจสินค้าบริโภคเพียง 1 ป้ายเท่านั้น

ป้ายพาณิชย์ประเภทพหุภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษกับบาลี-สันสกฤต และที่เป็นภาษาไทยกับบาลี-สันสกฤต ปรากฏมากที่สุด คือ ประเภทละ 5 ป้าย รองลงมาคือ ภาษาอังกฤษกับไทย มีจำนวน 4 ป้าย ธุรกิจที่ใช้ป้ายพาณิชย์ประเภทพหุภาษามากที่สุดคือ สินค้าบริโภค ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจประเภทนี้มีจำนวนมากที่สุดบนถนนพระอาทิตย์ ทำให้สถานประกอบการแต่ละแห่งต้องแข่งขันกัน เจ้าของสถานประกอบการจึงเลือกใช้ภาษาไทยเพื่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าชาวไทย และภาษาอังกฤษกับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพราะภาษาอังกฤษเป็นหนึ่งในภาษากลางที่ใช้ในการสื่อสารของโลก และประเทศไทยใช้ภาษาอังกฤษสำหรับการสื่อสารระดับสากลด้วย (Huebner, 2003: 64) นอกจากนี้ ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่า ภาษาบาลี-สันสกฤตปรากฏร่วมกับป้ายที่เป็นภาษาไทยและที่เป็นภาษาอังกฤษ มากที่สุด ทั้งนี้อาจเพราะเป็นคำที่ใช้บ่อยหลายในภาษาไทยอยู่แล้ว ตัวอย่างเช่น *บ้านพระอาทิตย์* *โรงอาหาร* *เดอะ ชนบท* หรือ *ธนาคาร บาร์* เป็นต้น ซึ่งเป็นคำที่คนไทยรู้ความหมายเป็นอย่างดี

เมื่อพิจารณาภาษาเค้าเดิมที่ใช้บนป้ายพาณิชย์ทั้งหมดพบว่า ภาษาเค้าเดิมมีที่มาจาก ภาษา 9 ภาษา ได้แก่ อังกฤษ ไทย บาลี-สันสกฤต เขมร จีน ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส อิตาลี และโปรตุเกส ซึ่งสามารถแจกแจงความถี่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายพาณิชย์แยกตามประเภทธุรกิจได้ ดังตารางที่ 20

ตารางที่ 20 ความถี่ของภาษาเค้าเดิม\* ที่ปรากฏบนป้ายพาณิชย์แยกตามประเภทธุรกิจ

ลำดับที่	ภาษาเค้าเดิม ที่ปรากฏ	ประเภทธุรกิจ					รวม
		สินค้า บริโภค	ที่พัก	สินค้า ที่ระลึก	ท่องเที่ยว	บริการทางการแพทย์ และความงาม	
1	อังกฤษ	19	9	1	4	2	35
2	ไทย	10	3	3	1	-	17
3	บาลี-สันสกฤต	8	3	4	2	1	18
4	เขมร	-	-	-	-	1	1
5	จีน	2	-	-	-	1	3
6	ญี่ปุ่น	1	-	-	-	-	1
7	ฝรั่งเศส	6	-	1	1	1	9
8	อิตาลี	1	-	-	-	-	1
9	โปรตุเกส	1	-	-	-	-	1

หมายเหตุ : \*ความถี่ของภาษาเค้าเดิม คำนวณจากจำนวนภาษาเค้าเดิมทั้งหมดที่ปรากฏบนป้ายพาณิชย์แต่ละป้าย

ตารางข้างต้นแสดงว่าการปรากฏของภาษาอังกฤษบนป้ายพาณิชย์ ทั้งป้ายเอกภาษาและป้ายพหุภาษา มีความถี่มากที่สุด คือ 35 ป้าย ส่วนภาษาที่มีความถี่เป็นลำดับถัดมา คือ ภาษาบาลี-สันสกฤต และภาษาไทย ซึ่งมีจำนวน 18 ป้าย และ 17 ป้าย ตามลำดับ

ข้อมูลในตารางที่ 1 ได้แสดงให้เห็นว่า ภาษาอังกฤษนอกจากจะปรากฏบนป้ายเอกภาษาเป็นจำนวนมากที่สุดแล้ว คือ 18 ป้าย ยังปรากฏร่วมกับภาษาอื่นๆ บนป้ายพหุภาษามากที่สุดด้วย คือ 17 ป้าย กล่าวคือ ใช้ร่วมกับภาษาไทย ภาษาบาลี-สันสกฤต ภาษาเขมร ภาษาฝรั่งเศส และภาษาจีน ลักษณะการใช้ภาษาอังกฤษส่วนใหญ่คือ ใช้ศัพท์และตัวอักษรทั้งคำ ธุรกิจที่ใช้

ภาษาอังกฤษมากที่สุด ได้แก่ ธุรกิจสินค้าบริโภค 19 ป้าย ธุรกิจที่พัก 9 ป้าย และธุรกิจท่องเที่ยว 4 ป้าย ตามลำดับ ทั้งนี้ เนื่องจากประเทศไทยใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ ภาษาอังกฤษยังแสดงถึงความทันสมัย ความก้าวหน้า โลกาภิวัตน์ คุณภาพของสินค้า และอัตลักษณ์ด้านความเป็นสากลของร้านได้อีกด้วย (Piller, 2003: 175)

ภาษาบาลีสันสกฤตและภาษาไทยมีความถี่ในการปรากฏเป็นลำดับถัดมาคือ 18 ป้าย และ 17 ป้าย ตามลำดับ ในภาษาไทยนั้นมีคำยืมที่มาจากภาษาบาลีสันสกฤตเป็นจำนวนมาก ทั้งที่ยืมมาทั้งคำ หรือสร้างคำใหม่ด้วยการสมาสหรือสนธิ และนำมาใช้ปะปนในชีวิตประจำวัน จนไม่สามารถแยกที่มาของคำได้อย่างชัดเจน ในงานของวิยะดา จงบรรจบ (2534) ซึ่งศึกษาภาษาเค้าเดิมของชื่อธุรกิจการค้า พบความถี่ของการปรากฏที่ใกล้เคียงกันของภาษาไทยและภาษาบาลีสันสกฤตเช่นกัน โดยโครงสร้างของชื่อที่เป็นภาษาไทยกับบาลีสันสกฤตปรากฏมากเป็นลำดับที่สอง รองจากภาษาอังกฤษ วิยะดา จงบรรจบ (2534: 23) อธิบายว่า ภาษาบาลีสันสกฤตได้เข้ามาในภาษาไทยเป็นเวลานานจนทำให้คนไทยคุ้นเคยกับคำในภาษาดังกล่าว จนแทบไม่รู้สึกรู้ว่าเป็นคำยืม ภาษาบาลีสันสกฤตถูกใช้ในการตั้งชื่อบุคคล สถานที่ และสิ่งเคารพบูชาต่างๆ ตลอดจนเป็นภาษาที่ใช้ในวงวิชาการแขนงต่างๆ ดังนั้น ความถี่ของภาษาบาลีสันสกฤตและภาษาไทยจึงปรากฏใกล้เคียงกัน

นอกจากนี้ การใช้ภาษาไทยและภาษาบาลีสันสกฤตในการตั้งชื่อสถานประกอบการเมื่อพิจารณาประเภทธุรกิจร่วมด้วยพบว่า ภาษาที่ใช้มีความสัมพันธ์กับสินค้าและบริการ รวมถึงอัตลักษณ์ของสถานประกอบการด้วย กล่าวคือ สถานประกอบการที่ใช้ภาษาทั้งสองเป็นภาษาหลัก ส่วนใหญ่ขายสินค้าและบริการที่มีความเป็นไทย เช่น ผ้าไทย อาหารไทย ของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทย เป็นต้น และมีการตกแต่งสถานประกอบการที่ให้อารมณ์ความเป็นไทยหรือชนบทของไทย ซึ่งทั้งชื่อสถานประกอบการ ประเภทสินค้าและบริการ รวมถึงลักษณะการตกแต่งสถานประกอบการต่างก็สร้างอัตลักษณ์ของร้านด้านความเป็นไทยด้วยเช่นกัน เช่น ร้าน *แต่ก็ แต่ก่อน* ขายผ้าไทย ร้าน *ส้มตำยกครก* ขายส้มตำและอาหารไทย เป็นต้น ในทางตรงข้ามสถานประกอบการที่ใช้ภาษาอังกฤษในการตั้งชื่อ ขายสินค้าและบริการที่มีความเป็นสากลมากกว่า เช่น ร้าน *ANN's Sweet* ขายเบเกอรี่ ร้าน *Apple* เป็นบาร์ เป็นต้น และยังรวมไปถึงลักษณะการตกแต่งร้านที่เน้นความเป็นเมืองใหญ่และความทันสมัยด้วย

สำหรับภาษาฝรั่งเศสนั้น แม้ความถี่ในการปรากฏบนป้ายมีเพียง 9 ป้าย ซึ่งเป็นลำดับที่ 4 จากความถี่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายพาณิชย์ทั้งหมด และมีจำนวนไม่ได้ใกล้เคียงกับ 3 ลำดับก่อนหน้า แต่มีความน่าสนใจเช่นกัน เพราะคำที่มาจากภาษาฝรั่งเศสนั้นใช้อย่างแพร่หลายในภาษาอังกฤษ รวมถึงภาษาไทยเองด้วย คำที่มาจากภาษาฝรั่งเศสบนป้ายชื่อสถานประกอบการ ได้แก่ “Restaurant”, “Bistro”, “Café” และ “Clinic” ปรากฏการณ์นี้สะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์ของภาษาฝรั่งเศสกับภาษาอังกฤษ เช่นเดียวกับความสัมพันธ์ของภาษาไทยกับภาษาบาลีสันสกฤต กล่าวคือ ภาษาอังกฤษได้ยืมคำในภาษาฝรั่งเศสมาใช้ โดยมีการปรับเปลี่ยนการออกเสียงตามแบบภาษาอังกฤษ และใช้กันจนคุ้นเคยจนไม่รู้สึกรู้ว่าคำเหล่านี้เป็นคำยืม

ในทางตรงข้าม การปรากฏของภาษาจีน ญี่ปุ่น และอิตาเลียน ส่วนใหญ่เป็นคำที่มาจากภาษาดังกล่าวโดยตรง ไม่ใช่คำยืมในภาษาหนึ่งภาษาใด เช่น “Leng Hong”, “Nippon Ya”, “Gelato” เป็นต้น ภาษาดังกล่าวปรากฏบนป้ายพาณิชย์ภาษาละไม่เกิน 3 ป้าย และบางภาษาปรากฏเพียงแค่หนึ่งป้ายเท่านั้น การปรากฏเช่นนี้สะท้อนให้เห็นว่า ภาษาเหล่านี้ไม่ใช่ภาษาหลักของถนนพระอาทิตย์ แต่มีจุดประสงค์การใช้เฉพาะ กล่าวคือ ใช้เพื่อแสดงอัตลักษณ์ของสถานประกอบการและสินค้า รวมถึงบอกกลุ่มลูกค้าหลักของสถานประกอบการด้วย เช่น สถานประกอบการที่ใช้ภาษาญี่ปุ่นบนป้าย ขายอาหารญี่ปุ่นและมีกลุ่มลูกค้าหลักเป็นชาวญี่ปุ่น เป็นต้น ส่วนการปรากฏของภาษาเขมรและภาษาโปรตุเกสที่มีเพียงภาษาละ 1 ป้าย เป็นเพียงการยืมคำของภาษาไทยและภาษาอังกฤษตามลำดับ ไม่ได้มีนัยยะสำคัญอื่นๆ ได้แก่ คำว่า “จาร์ส” ภาษาไทยยืมจากภาษาเขมร และคำว่า “Mango” ภาษาอังกฤษยืมจากภาษาโปรตุเกส

## 2. ตัวอักษรภาษาต่างๆ ที่ใช้บนป้ายพาดิษย์

จากข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวม ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ตัวอักษรภาษาต่างๆ (Language Scripts) ที่ใช้บนป้ายพาดิษย์ โดยพิจารณาจากรูปศัพท์และการสะกดคำ พบว่ามาจากภาษา 7 ภาษา ได้แก่ ไทย อังกฤษ ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น เกาหลี จีน และอิตาลี

ภาษาอังกฤษ ฝรั่งเศส และอิตาลี ใช้ตัวอักษรโรมันในการเขียน แต่มีลักษณะบางประการที่แตกต่างกัน เช่น การสะกดคำ การใส่เครื่องหมายบนสระ (Accent) เป็นต้น ผู้วิจัยจึงแยกตัวอักษรโรมันที่ใช้ในภาษาดังกล่าวออกเป็นตัวอักษรโรมันที่ใช้ในภาษาอังกฤษ ฝรั่งเศส และอิตาลี ซึ่งในงานวิจัยนี้จะเรียกว่า ตัวอักษรอังกฤษ ตัวอักษรฝรั่งเศส และตัวอักษรอิตาลี เพื่อรวบรวมชนิดและความถี่ของตัวอักษรภาษาต่างๆ ที่ปรากฏบนป้ายพาดิษย์บริเวณถนนพระอาทิตย์ทั้งหมดอย่างละเอียด โดยพิจารณาจากรูปศัพท์และตัวสะกดเป็นหลัก ความถี่ของตัวอักษรภาษาต่างๆ ที่ปรากฏบนป้ายพาดิษย์สามารถแยกตามประเภทธุรกิจได้ตามตารางที่ 21

ตารางที่ 21 ความถี่ของตัวอักษรภาษาต่างๆ \*\* ที่ปรากฏบนป้ายพาดิษย์แยกตามประเภทธุรกิจ

ลำดับ ที่	ชนิดของตัวอักษร ที่ปรากฏ	ประเภทธุรกิจ					รวม
		สินค้า บริโภค	ที่พัก	สินค้า ที่ระลึก	ท่องเที่ยว	บริการทางการแพทย์ และความงาม	
1	อังกฤษ	23	9	2	4	2	40
2	ไทย	22	7	6	5	2	42
3	ฝรั่งเศส	6	-	-	-	-	6
4	ญี่ปุ่น	1	1	-	-	-	2
5	เกาหลี	1	1	-	-	-	2
6	จีน	1	-	-	-	-	1
7	อิตาลี	1	-	-	-	-	1

หมายเหตุ : \*\*ความถี่ของตัวอักษรภาษาต่างๆ คำนวณจากชนิดตัวอักษรทั้งหมดที่ปรากฏบนป้ายพาดิษย์แต่ละป้าย

ตารางข้างต้นแสดงว่าตัวอักษรไทยปรากฏบนป้ายพาดิษย์มากที่สุด คือ 42 ป้าย และลำดับรองลงมาซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกันคือ ตัวอักษรอังกฤษ 40 ป้าย ในขณะที่ตัวอักษรฝรั่งเศส ซึ่ง

ปรากฏมากเป็นลำดับสาม มีเพียง 6 ป้าย และตัวอักษรญี่ปุ่น เกาหลี จีน และอิตาลี ปรากฏมากที่สุดไม่เกิน 2 ป้ายเท่านั้น

เมื่อวิเคราะห์ลักษณะการใช้ตัวอักษรภาษาต่างๆ บนป้ายพาณิชย์ ผู้วิจัยพบลักษณะการใช้ตัวอักษรทั้งหมด 11 ลักษณะ ได้แก่ ไทยเพียงภาษาเดียว อังกฤษเพียงภาษาเดียว อังกฤษกับไทย อังกฤษกับฝรั่งเศส ไทยกับฝรั่งเศส ไทยกับเกาหลี ฝรั่งเศสกับอิตาลี อังกฤษกับฝรั่งเศสและไทย อังกฤษกับไทยและญี่ปุ่น อังกฤษกับไทยและจีน และอังกฤษกับไทย ญี่ปุ่น และเกาหลี ลักษณะการใช้ตัวอักษรภาษาต่างๆ บนป้ายพาณิชย์จากมากที่สุดถึงน้อยที่สุดแสดงไว้ในตารางที่ 22

ตารางที่ 22 ลักษณะการใช้ตัวอักษรภาษาต่างๆ บนป้ายพาณิชย์

ลำดับที่	ลักษณะการใช้ตัวอักษร	จำนวนป้าย	คิดเป็นร้อยละ
1	อังกฤษกับไทย	23	41.8%
2	ไทยเพียงภาษาเดียว	12	21.8%
3	อังกฤษเพียงภาษาเดียว	10	18.2%
4	อังกฤษกับฝรั่งเศส	2	1.8%
5	อังกฤษกับฝรั่งเศสและไทย	2	1.8%
6	ไทยกับฝรั่งเศส	1	3.6%
7	ไทยกับเกาหลี	1	3.6%
8	ฝรั่งเศสและอิตาลี	1	1.8%
9	อังกฤษกับไทยและญี่ปุ่น	1	1.8%
10	อังกฤษกับไทยและจีน	1	1.8%
11	อังกฤษกับไทย ญี่ปุ่น และเกาหลี	1	1.8%
รวม		55	100.00%

ตารางข้างต้นแสดงลักษณะการใช้ตัวอักษรอังกฤษกับไทยบนป้ายพาณิชย์มากที่สุด คือ 23 ป้าย รองลงมาคือ ไทยเพียงภาษาเดียว และอังกฤษเพียงภาษาเดียว โดยมีจำนวน 12 ป้าย และ 10 ป้าย ตามลำดับ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ลักษณะการใช้ตัวอักษรที่ปรากฏบนป้ายพาณิชย์มากที่สุดสามลำดับนี้ และแยกตามประเภทธุรกิจได้ดังปรากฏในตารางที่ 23

ตารางที่ 23 ลักษณะการใช้ตัวอักษรที่ปรากฏบนป้ายพาณิชย์มากที่สุดสามลำดับแยกตามประเภทธุรกิจ

ลำดับที่	ประเภทธุรกิจ	ลักษณะการใช้ตัวอักษร		
		อังกฤษกับไทย	ไทย เพียงภาษาเดียว	อังกฤษ เพียงภาษาเดียว
1	สินค้าบริโภค	10	6	7
2	ที่พัก	6	-	2
3	สินค้าที่ระลึก	2	4	-
4	ท่องเที่ยว	4	1	-
5	การบริการทางการแพทย์ และความงาม	1	1	1
รวม		23	12	10

ลักษณะการใช้ตัวอักษรอังกฤษกับไทยพบมากที่สุดในทุกประเภทธุรกิจ ยกเว้นประเภทสินค้าที่ระลึกและธุรกิจการบริการทางการแพทย์และความงามนั้น ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะต้องการให้สอดคล้องกับชื่อสถานประกอบการ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคำภาษาอังกฤษ เช่น *Beach Bar*, *Saffron*, *Take a Seat* เป็นต้น นอกจากนี้ ภาษาอังกฤษยังถูกใช้เป็นภาษากลางในการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจที่พัก ซึ่งไม่ปรากฏการใช้ตัวอักษรภาษาไทยเพียงภาษาเดียวบนป้ายพาณิชย์เลย อาจเพราะธุรกิจนี้เน้นกลุ่มลูกค้าต่างชาติมากกว่ากลุ่มลูกค้าชาวไทยนั่นเอง

ข้อมูลการสัมภาษณ์เจ้าของสถานประกอบการได้แสดงให้เห็นถึง หน้าที่เชิงสัญลักษณ์ของภาษาอังกฤษ ซึ่งนอกจากสื่อสารกับลูกค้าแล้ว ภาษาอังกฤษบนป้ายพาณิชย์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ความเป็นเมือง ความทันสมัย เป็นสากล และแสดงถึงวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ เพราะนอกจากกลุ่มลูกค้าต่างชาติแล้ว เจ้าของสถานประกอบการคาดหวังว่ากลุ่มลูกค้าชาวไทยสามารถเข้าใจภาษาอังกฤษบนป้ายได้ จึงไม่จำเป็นต้องใช้หรือจัดวางตัวอักษรภาษาไทยให้เด่นชัดบนป้าย Curtin (2009) ได้ศึกษาตัวอักษรบนป้ายต่างๆ ในพื้นที่สาธารณะของกรุงไทเป และพบหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ของภาษาอังกฤษบนป้ายพาณิชย์เช่นกัน Curtin (2009: 228-229) อธิบายปรากฏการณ์ของการใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษว่า ภาพลักษณ์ของภาษาอังกฤษที่แสดงค่านิยมของความทันสมัย มั่งคั่ง รสนิยมสูง และอิสรภาพ ถูกใช้ในการสร้างอัตลักษณ์ของคนไทเป

มากกว่าการโฆษณาลักษณะสินค้าและบริการ งานของ Curtin อาจสะท้อนลักษณะการใช้ภาษาอังกฤษบนป้ายของสถานประกอบการบนถนนพระอาทิตย์ได้เช่นกัน กล่าวคือ เป็นไปได้ว่าเจ้าของสถานประกอบการให้ความสำคัญกับสร้างอัตลักษณ์ความเป็นเมือง ความทันสมัย เพื่อชักจูงผู้ที่ผ่านไปมา หรือเจาะจงกลุ่มลูกค้าที่มีรสนิยมเดียวกับตน มากกว่าเน้นการโฆษณาขายสินค้าและบริการ

สำหรับธุรกิจสินค้าที่ระลึก มีการใช้ตัวอักษรไทยเพียงภาษาเดียวมากที่สุด คือ 4 ป้าย จากจำนวนป้ายพาณิชย์ทั้งหมด 6 ป้าย และไม่ปรากฏการใช้ตัวอักษรอังกฤษเพียงภาษาเดียวเลย ซึ่งลักษณะการใช้ตัวอักษรของธุรกิจประเภทนี้ ต่างจากประเภทธุรกิจอื่นที่ใช้ตัวอักษรอังกฤษกับไทยมากที่สุด ผู้วิจัยพบว่าตัวอักษรยังสอดคล้องกับที่มาของชื่อสถานประกอบการอีกด้วย กล่าวคือมาจากภาษาไทยและภาษาบาลี-สันสกฤต ได้แก่ *จันทร์กะพ้อ มณีลำพู พนิดา และเคอะ ชนบท* เป็นต้น มีเพียงร้านเดียวเท่านั้นที่มีที่มาจากภาษาฝรั่งเศสและใช้ตัวอักษรอังกฤษกับไทย คือ *Corsair (คอร์แซร์)* เมื่อพิจารณาข้อมูลการสัมภาษณ์เจ้าของสถานประกอบการร่วมด้วยพบว่าการใช้ตัวอักษรภาษาไทยต่างจากการใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษ กล่าวคือ ถูกใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ความเป็นไทยของสถานประกอบการ และความต้องการขายสินค้าและบริการ มากกว่าการเจาะจงกลุ่มลูกค้า

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ตัวอักษรภาษาอื่นๆ ด้วย คือ ฝรั่งเศส อิตาลี เยอรมัน ญี่ปุ่น และเกาหลี ซึ่งปรากฏเพียงภาษาละ 1-2 ป้ายเท่านั้น ตัวอักษรเหล่านี้ไม่ได้ปรากฏโดดเดี่ยว แต่มักปรากฏร่วมกับตัวอักษรหลัก คือ ตัวอักษรอังกฤษและตัวอักษรไทย เมื่อพิจารณาประเภทธุรกิจร่วมด้วยพบว่าสถานประกอบการย่านถนนพระอาทิตย์นอกจากจะใช้ตัวอักษรอังกฤษและไทยในการสื่อสารกับลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติแล้ว ยังใช้ตัวอักษรภาษาอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น และภาษาเกาหลี เพื่อเจาะจงกลุ่มลูกค้าชาติดังกล่าวด้วย

### 3. ลักษณะการปรากฏของตัวอักษรภาษาต่างๆ ที่ใช้บนป้ายพาณิชย์

จากข้อมูลภาพถ่ายป้ายพาณิชย์ 55 ป้าย ผู้วิจัยพิจารณาลำดับการจัดวางและขนาดของตัวอักษร และพบลักษณะการปรากฏของตัวอักษรภาษาต่างๆ ที่ใช้บนป้ายพาณิชย์ทั้งหมด 8 ประเภท ได้แก่ ตัวอักษรไทยเพียงภาษาเดียว อังกฤษเพียงภาษาเดียว ไทยเป็นหลัก อังกฤษเป็นหลัก ญี่ปุ่นเป็นหลัก เกาหลีเป็นหลัก อิตาลีเป็นหลัก และฝรั่งเศสและไทยคู่กัน ลักษณะการปรากฏของตัวอักษรภาษาต่างๆ ที่ใช้บนป้ายพาณิชย์แยกตามประเภทธุรกิจแสดงไว้ในตารางที่ 24

ตารางที่ 24 ลักษณะการปรากฏของตัวอักษรภาษาต่างๆ ที่ใช้บนป้ายพาณิชย์แยกตามประเภทธุรกิจ

ลำดับที่	ลักษณะตัวอักษรที่ปรากฏ	สินค้าบริโภค	ที่พัก	สินค้าที่ระลึก	ท่องเที่ยว	บริการทางการแพทย์และความงาม	รวม
1	ไทยเพียงภาษาเดียว	6	-	4	1	1	12
2	อังกฤษเพียงภาษาเดียว	7	2	-	-	1	10
3	ไทยเป็นหลัก	3	-	1	-	-	4
4	อังกฤษเป็นหลัก	12	7	1	4	1	25
5	ญี่ปุ่นเป็นหลัก	1	-	-	-	-	1
6	เกาหลีเป็นหลัก	1	-	-	-	-	1
7	อิตาลีเป็นหลัก	1	-	-	-	-	1
8	ฝรั่งเศสและไทยคู่กัน	1	-	-	-	-	1

ตารางข้างต้นแสดงลักษณะการปรากฏของตัวอักษรอังกฤษเป็นหลักมากที่สุด 25 ป้าย ลำดับรองลงมาคือ ตัวอักษรไทยเพียงภาษาเดียว และตัวอักษรอังกฤษเพียงภาษาเดียว 12 ป้าย และ 10 ป้าย ตามลำดับ โดยจะกล่าวรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 **ไทยเพียงภาษาเดียว** หมายถึง การปรากฏของตัวอักษรไทยเพียงภาษาเดียวบนป้ายพาณิชย์ ไม่มีตัวอักษรภาษาอื่นๆ ปรากฏร่วมด้วย มี 12 ป้าย ส่วนใหญ่พบบนป้ายพาณิชย์ของธุรกิจสินค้าที่ระลึก (ดูภาพที่ 1 และ 2 )



ภาพที่ 1 การปรากฏของตัวอักษรไทยเพียงภาษาเดียวบนป้ายพาณิชย์



ภาพที่ 2 การปรากฏของตัวอักษรไทยเพียงภาษาเดียวบนป้ายพาณิชย์

3.2 **อังกฤษเพียงภาษาเดียว** หมายถึง การปรากฏของตัวอักษรเพียงภาษาเดียวบนป้ายพาณิชย์ ไม่มีตัวอักษรภาษาอื่นๆ ปรากฏร่วมด้วย มี 10 ป้าย ส่วนใหญ่พบบนป้ายพาณิชย์ของธุรกิจสินค้าบริโภค (ดูภาพที่ 3 และ 4)



ภาพที่ 3 การปรากฏของตัวอักษรอังกฤษเพียงภาษาเดียวบนป้ายพาณิชย์



ภาพที่ 4 การปรากฏของตัวอักษรอังกฤษเพียงภาษาเดียวบนป้ายพาณิชย์

**3.3 ไทยเป็นหลัก** หมายถึง การปรากฏของตัวอักษรไทยร่วมกับตัวอักษรภาษาอื่นๆ บนป้ายพาณิชย์ ในที่นี้ปรากฏร่วมกับตัวอักษรอังกฤษเท่านั้น ตัวอักษรไทยอยู่ในลำดับที่สูงกว่า มีขนาดใหญ่กว่า และอยู่ในตำแหน่งสำคัญหรือเห็นได้อย่างชัดเจนของป้าย มี 4 ป้าย ส่วนใหญ่พบบนป้ายพาณิชย์ของธุรกิจสินค้าบริโภค (ดูภาพที่ 5 และ 6)



ภาพที่ 5 การปรากฏของตัวอักษรไทยร่วมกับตัวอักษรภาษาอื่นๆ บนป้ายพาณิชย์



ภาพที่ 6 การปรากฏของตัวอักษรไทยร่วมกับตัวอักษรภาษาอื่นๆ บนป้ายพาณิชย์

**3.4 อังกฤษเป็นหลัก** หมายถึง การปรากฏของตัวอักษรอังกฤษร่วมกับตัวอักษรภาษาอื่นๆ บนป้ายพาณิชย์ ได้แก่ ไทย ฝรั่งเศส จีน ญี่ปุ่น และเกาหลี ตัวอักษรอังกฤษปรากฏในลำดับที่สูงกว่า มีขนาดใหญ่กว่า และอยู่ในตำแหน่งสำคัญหรือเห็นได้อย่างชัดเจนของป้าย มี 25 ป้าย ส่วนใหญ่พบบนป้ายพาณิชย์ของธุรกิจสินค้าบริโภค (ดูภาพที่ 7 และ 8)



ภาพที่ 7 การปรากฏของตัวอักษรอังกฤษร่วมกับตัวอักษรภาษาอื่นๆ บนป้ายพาณิชย์



ภาพที่ 8 การปรากฏของตัวอักษรอังกฤษร่วมกับตัวอักษรภาษาอื่นๆ บนป้ายพาณิชย์

3.5 **ญี่ปุ่นเป็นหลัก** หมายถึง การปรากฏของตัวอักษรญี่ปุ่นร่วมกับตัวอักษรภาษาอื่นๆ บนป้ายพาณิชย์ ในที่นี้ปรากฏร่วมกับตัวอักษรไทยและอังกฤษ ตัวอักษรญี่ปุ่นมีขนาดใหญ่กว่า และอยู่ในตำแหน่งสำคัญหรือเห็นได้อย่างชัดเจนของป้าย พบเพียง 1 ป้าย ซึ่งเป็นของธุรกิจสินค้าบริโภค (ดูภาพที่ 9)



ภาพที่ 9 การปรากฏของตัวอักษรญี่ปุ่นร่วมกับตัวอักษรภาษาอื่นๆ บนป้ายพาณิชย์

3.6 **เกาหลีเป็นหลัก** หมายถึง การปรากฏของตัวอักษรเกาหลีร่วมกับตัวอักษรภาษาอื่นๆ บนป้ายพาณิชย์ ในที่นี้ปรากฏร่วมกับตัวอักษรไทยเท่านั้น ตัวอักษรเกาหลีแม้ไม่ได้อยู่ในลำดับที่สูงกว่า แต่มีขนาดใหญ่กว่า และอยู่ในตำแหน่งสำคัญหรือเห็นได้อย่างชัดเจนของป้าย พบเพียง 1 ป้าย ซึ่งเป็นของธุรกิจสินค้าบริโภค (ดูภาพที่ 10)



ภาพที่ 10 การปรากฏของตัวอักษรเกาหลีร่วมกับตัวอักษรไทยบนป้ายพาณิชย์

**3.7 อิตาลีเลียนเป็นหลัก** หมายถึง การปรากฏของตัวอักษรอิตาลีเลียนร่วมกับตัวอักษรภาษาอื่นๆ บนป้ายพาณิชย์ ในที่นี้ปรากฏร่วมกับตัวอักษรฝรั่งเศสเท่านั้น แม้จะปรากฏในลำดับเดียวกับตัวอักษรฝรั่งเศส แต่ตัวอักษรอิตาลีเลียนมีขนาดและสีเส้นที่โดดเด่นกว่าตัวอักษรฝรั่งเศส อีกทั้งเห็นได้อย่างชัดเจน พบเพียง 1 ป้าย ซึ่งเป็นธุรกิจสินค้าบริโภค (ดูภาพที่ 11)



ภาพที่ 11 การปรากฏของตัวอักษรอิตาลีเลียนร่วมกับตัวอักษรฝรั่งเศสบนป้ายพาณิชย์

**3.8 ฝรั่งเศสและไทยคู่กัน** หมายถึง ตัวอักษรฝรั่งเศสและตัวอักษรไทยปรากฏอยู่ในลำดับเดียวกัน มีขนาดเท่ากัน และอยู่ในตำแหน่งที่สำคัญของป้ายเหมือนกัน พบเพียง 1 ป้าย ซึ่งเป็นของธุรกิจสินค้าบริโภค (ดูภาพที่ 12)



ภาพที่ 12 การปรากฏของตัวอักษรฝรั่งเศสคู่กับตัวอักษรไทยบนป้ายพาณิชย์

เมื่อวิเคราะห์ลักษณะการปรากฏของตัวอักษรภาษาต่างๆ โดยพิจารณาจากจำนวนป้าย ผู้วิจัยพบว่า ตัวอักษรอังกฤษและตัวอักษรไทยปรากฏบนป้ายพาณิชย์มากที่สุด ทำให้ตัวอักษรทั้งสองเป็นตัวอักษรที่มีความสำคัญที่สุดบนถนนพระอาทิตย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวอักษรภาษาอังกฤษ

อย่างไรก็ดี ตัวอักษรอังกฤษมีลักษณะการปรากฏเพียงภาษาเดียวบนป้ายพาณิชย์น้อยกว่าตัวอักษรไทย แต่ปรากฏเป็นตัวอักษรหลักคู่กับตัวอักษรอื่นๆ มากที่สุด ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาลำดับการจัดวางและขนาดของตัวอักษรร่วมด้วย ผู้วิจัยพบว่าตัวอักษรภาษาอังกฤษส่วนใหญ่ถูกจัดวางในตำแหน่งตรงกลางของป้าย ซึ่งเป็นตำแหน่งที่มีความสำคัญมากที่สุด (Kress and Van Leeuwen, 2006: 203) และมีขนาดใหญ่ หรือโดดเด่นกว่าตัวอักษรภาษาอื่นๆ ที่ปรากฏร่วมด้วย ทำให้ตัวอักษรภาษาอังกฤษมีความสำคัญกว่าตัวอักษรภาษาไทย และตัวอักษรภาษาอื่นๆ ที่ใช้บนป้ายพาณิชย์

#### 4. สถานภาพของภาษาบนป้ายพาณิชย์

Cenoz and Gorter (2006) ได้ศึกษาสถานภาพของภาษา โดยวิเคราะห์จากประเด็นหลัก 2 ประเด็นคือ จำนวนความถี่ของภาษาที่ปรากฏบนป้าย และลำดับการจัดวางภาษาและขนาดของตัวอักษรบนป้าย ผู้วิจัยเห็นว่าสอดคล้องกับข้อมูลของตน จึงใช้แนวทางการวิเคราะห์สถานภาพของภาษาจากงานของ Cenoz and Gorter และเพิ่มประเด็นจำนวนความถี่ของตัวอักษรที่ปรากฏบนป้าย ในการวิเคราะห์ด้วย สรุปประเด็นการวิเคราะห์ มีดังนี้

1. ความถี่ของภาษาเค้าเดิมต่างๆ ที่ปรากฏบนป้าย
2. ความถี่ของตัวอักษรภาษาต่างๆ ที่ปรากฏบนป้าย
3. ตำแหน่งของตัวอักษรภาษาต่างๆ บนป้ายพาณิชย์

##### 4.1 ความถี่ของภาษาเค้าเดิมต่างๆ ที่ปรากฏบนป้าย

จากข้อมูล ผู้วิจัยพบว่าภาษาอังกฤษปรากฏบนป้ายพาณิชย์มากที่สุดคือ 35 ป้าย โดยแบ่งเป็นป้ายเอกภาษา 18 ป้าย และป้ายพหุภาษา 17 ป้าย ส่วนภาษาที่ปรากฏบนป้ายทั้งป้ายเอกภาษาและป้ายพหุภาษามากเป็นลำดับถัดมาคือ ภาษาบาลี-สันสกฤต และภาษาไทย ซึ่งมีจำนวน 18 ป้าย และ 17 ป้าย ตามลำดับ

ความถี่ในการใช้ภาษาอังกฤษบนป้ายเอกภาษาที่มากกว่าภาษาไทย และความถี่ในการใช้ภาษาอังกฤษร่วมกับภาษาอื่นๆบนป้ายพหุภาษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งร่วมกับภาษาไทยนั้น แสดงถึงสถานภาพของภาษาอังกฤษที่สูงกว่าภาษาไทยบนป้ายพาณิชย์บริเวณถนนพระอาทิตย์ ทั้งนี้เป็นเพราะสถานที่ตั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ทำให้มีชาวต่างชาติเข้ามาบริเวณนี้เป็นจำนวนมาก ภาษาที่ใช้จึงต้องเป็นภาษาที่สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ ที่เห็นได้ชัดเจนคือ การใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษและคำศัพท์ภาษาอังกฤษ สิ่งเหล่านี้สะท้อนความสำคัญของภาษาอังกฤษที่มีมากกว่าภาษาไทย นอกจากนี้ภาษาอังกฤษยังเป็นตัวแทนของความเป็นสากล เห็นได้จากการใช้ภาษาอังกฤษของธุรกิจประเภทสินค้าบริโภคซึ่งปรากฏมากที่สุด ธุรกิจสินค้าบริโภคนี้ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่แสดงความเป็นต่างชาติ เช่น เบเกอรี่ ผัสดิบ บาร์ เป็นต้น ในขณะที่ภาษาไทยถูกใช้เพื่อเป็นตัวแทนของสินค้าแบบไทย แสดงเอกลักษณ์ความเป็นไทย แสดงคุณค่าของสินค้าที่มีอายุเก่าแก่ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านขายของเก่า เป็นต้น

ส่วนภาษาบาลี-สันสกฤต ที่มีการปรากฏเป็นลำดับสอง และมีสัดส่วนใกล้เคียงกับภาษาไทย อาจเป็นเพราะในภาษาไทยมีคำยืมที่มาจากภาษาบาลี-สันสกฤตเป็นจำนวนมาก ดังนั้นในการตั้งชื่อสถานประกอบการจึงมักปรากฏภาษาบาลี-สันสกฤตร่วมด้วย เช่น รัตนบราลี มณีลำพู พินิตา เป็นต้น

ความถี่ของภาษาอังกฤษที่ปรากฏบนป้ายพาณิชย์มีมากที่สุด ทำให้ภาษาอังกฤษมีสถานภาพสูงกว่าภาษาอื่นๆ บนถนนพระอาทิตย์

#### 4.2 ความถี่ของตัวอักษรภาษาต่างๆ ที่ปรากฏบนป้าย

ตารางที่ 21 แสดงความถี่ของตัวอักษรภาษาต่างๆ ที่ปรากฏบนป้ายพาณิชย์ทั้งหมด 8 ประเภท ดังที่กล่าวไปข้างต้น ตัวอักษรไทยปรากฏมากที่สุด คือ 42 ป้าย และลำดับรองลงมาซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ ตัวอักษรอังกฤษ 40 ป้าย ในขณะที่ตัวอักษรฝรั่งเศส ซึ่งปรากฏมากเป็นลำดับสาม มีเพียง 6 ป้าย และตัวอักษรญี่ปุ่น เกาหลี จีน และอิตาเลียน ปรากฏมากที่สุดไม่เกิน 2 ป้ายเท่านั้น

การปรากฏของตัวอักษรไทยและตัวอักษรอังกฤษมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน และพบในทุกประเภทธุรกิจ เมื่อพิจารณาลักษณะการปรากฏของตัวอักษรร่วมด้วยพบว่า ตัวอักษรภาษาอื่นๆ มักปรากฏร่วมกับตัวอักษรอังกฤษมากกว่าตัวอักษรไทย และตัวอักษรอังกฤษยังปรากฏเป็นตัวอักษรหลักของป้ายมากที่สุดอีกด้วย ทำให้ตัวอักษรอังกฤษมีสถานภาพสูงกว่าตัวอักษรภาษาไทยและตัวอักษรภาษาอื่นๆ ที่ใช้บนป้ายพาณิชย์บริเวณถนนพระอาทิตย์

#### 4.3 ตำแหน่งของตัวอักษรภาษาต่างๆ บนป้ายพาณิชย์

Kress and Van Leeuwen (2006) ศึกษาการจัดวางข้อความบนหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์พบว่า รูปแบบข้อความของชาวเอเชียส่วนใหญ่นิยมจัดวางส่วนที่มีความสำคัญที่สุดไว้ตรงกลาง และข้อความด้านข้างเป็นข้อมูลประกอบ ในทางตรงข้าม รูปแบบข้อความของชาวตะวันตกมีความหลากหลายมากกว่าและแตกต่างกันไปตามวัฒนธรรม การศึกษาดังกล่าวสามารถอธิบายลักษณะการจัดวางตัวอักษรบนป้ายพาณิชย์ของถนนพระอาทิตย์ได้เช่นกัน กล่าวคือ ป้ายพาณิชย์บนถนนพระอาทิตย์ส่วนใหญ่จัดวางชื่อสถานประกอบการไว้ตรงกลางของป้าย เขียนด้วยตัวอักษรขนาดใหญ่ และมีสีเส้นหรือลูกเล่นที่โดดเด่นสะดุดตา โดยเฉพาะอย่างยิ่งป้ายพาณิชย์ประเภทพหุภาษา ที่จัดวางภาษาต่างๆ ในลำดับที่ต่างกัน ทำให้ภาษาเหล่านั้นมีสถานภาพต่างกันด้วย

ข้อมูลภาพถ่ายป้ายชื่อสถานประกอบการแสดงให้เห็นว่า ตัวอักษรภาษาอังกฤษถูกใช้เป็นตัวอักษรหลักในการแสดงชื่อสถานประกอบการบนถนนพระอาทิตย์ และมักปรากฏในลำดับที่สูงกว่าตัวอักษรภาษาอื่นๆ ที่ปรากฏร่วมด้วย (ดูภาพที่ 13 14 15 และ 16)



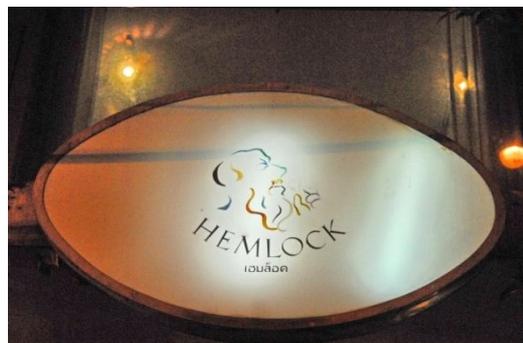
ภาพที่ 13 การปรากฏของตัวอักษรอังกฤษในลำดับที่สูงกว่าตัวอักษรภาษาอื่นๆ



ภาพที่ 14 การปรากฏของตัวอักษรอังกฤษในลำดับที่สูงกว่าตัวอักษรภาษาอื่นๆ



ภาพที่ 15 การปรากฏของตัวอักษรอังกฤษในลำดับที่สูงกว่าตัวอักษรภาษาอื่นๆ



ภาพที่ 16 การปรากฏของตัวอักษรอังกฤษในลำดับที่สูงกว่าตัวอักษรภาษาอื่นๆ

นอกจากนี้ แม้ไม่ได้ปรากฏในลำดับชั้นที่สูงกว่า แต่ตัวอักษรอังกฤษก็ปรากฏในตำแหน่งที่มีความสำคัญของป้าย กล่าวคือ อยู่ตรงกลางของป้าย ทำให้เห็นได้อย่างชัดเจน อีกทั้งมีขนาดตัวอักษรที่ใหญ่กว่า และเขียนด้วยแบบอักษร (font) ที่มีลักษณะโดดเด่น มีลูกเล่นสวยงามกว่าตัวอักษรภาษาอื่นๆ ที่ปรากฏร่วมด้วย (ดูภาพที่ 17 18 19 และ 20)



ภาพที่ 17 การปรากฏของตัวอักษรอังกฤษในตำแหน่งที่มีความสำคัญของป้าย



ภาพที่ 18 การปรากฏของตัวอักษรอังกฤษในตำแหน่งที่มีความสำคัญของป้าย



ภาพที่ 19 การปรากฏของตัวอักษรอังกฤษในตำแหน่งที่มีความสำคัญของป้าย



ภาพที่ 20 การปรากฏของตัวอักษรอังกฤษในตำแหน่งที่มีความสำคัญของป้าย

เป็นที่น่าสังเกตว่า ป้ายพาณิชย์ส่วนใหญ่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักในการแสดงชื่อสถานประกอบการ และปรากฏในตำแหน่งที่เด่นชัดที่สุดของป้ายเสมอ รวมทั้งเขียนด้วยตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ และแบบอักษรที่สะดุดตา ในทางตรงข้าม ภาษาไทยซึ่งปรากฏร่วมกับภาษาอังกฤษมากที่สุด ถูกจัดวางในตำแหน่งที่ไม่ได้มีความสำคัญของป้าย เขียนด้วยแบบอักษรธรรมดา และมีขนาดเล็กกว่าภาษาอังกฤษมาก ซึ่งบางป้ายแทบมองไม่เห็นเลย ปรากฏการณ์นี้สะท้อนให้เห็นว่าภาษาอังกฤษมีสถานภาพที่สูงกว่าภาษาไทย เป็นภาษาหลักของป้าย และใช้เป็นสื่อบ่งบอกชื่อสถานประกอบการ ในขณะที่ภาษาไทยกลายเป็นส่วนประกอบหนึ่งของป้ายเท่านั้น นอกจากนี้ การใช้ภาษาอังกฤษและตัวอักษรอังกฤษในการตั้งชื่อสถานประกอบการอาจมาจากความคาดหวัง

ของเจ้าของสถานประกอบการที่มีต่อลูกค้าชาวไทยว่าสามารถอ่านและเข้าใจชื่อสถานประกอบการที่เป็นภาษาอังกฤษได้ จึงไม่มีความจำเป็นต้องใช้ภาษาไทยและตัวอักษรไทย หรือกำหนดให้อยู่ในตำแหน่งที่สำคัญ และเห็นได้เด่นชัดบนป้าย

อีกประการหนึ่ง ความถี่ของการใช้ภาษาอังกฤษบนป้ายน่าจะมาจากค่านิยมที่ติดมากับภาษาอังกฤษ คือ ความทันสมัย ความหรูหรา และคุณภาพที่ดี Abdul-Fattah and Zughoul (n.d.) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษของป้ายธุรกิจไนเจอร์แดนพบว่า ภาษาอังกฤษเข้ามามีอิทธิพลในการตั้งชื่อธุรกิจ การเพิ่มขึ้นของป้ายภาษาอังกฤษบริเวณถนนไนเจอร์แดนนี้แสดงถึงการสร้างบรรยากาศแบบทวิภาษาให้กับชาวตะวันตกที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไนเจอร์แดน รวมถึงสะท้อนความเป็นสากล ความทันสมัย นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมของประเทศ ด้วยค่านิยมที่ติดมากับภาษาอังกฤษทำให้เจ้าของร้านใช้ภาษาอังกฤษในการตั้งชื่อธุรกิจ เพราะเชื่อว่าภาษาอังกฤษช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านความทันสมัย ความเป็นสากล คุณภาพดี และความมีประสิทธิภาพให้กับสินค้าและบริการได้ ดังนั้น ภาพลักษณ์ที่ดีของภาษาอังกฤษสามารถส่งเสริมการใช้ภาษาบนป้ายพาณิชย์ได้

ผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่มีสถานภาพสูงที่สุดบนป้ายพาณิชย์บริเวณถนนพระอาทิตย์ เพราะมีจำนวนความถี่ของภาษาที่ปรากฏบนป้ายมากที่สุดทั้งป้ายเอกภาษาและป้ายพหุภาษา และมีจำนวนความถี่ของตัวอักษรที่ปรากฏบนป้ายมากที่สุด รวมถึงลักษณะการปรากฏของตัวอักษรในตำแหน่งที่มีความสำคัญที่สุดบนป้ายพาณิชย์อีกด้วย

## ตอนที่ 2 ที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการบริเวณถนนพระอาทิตย์

การศึกษาที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการใช้ข้อมูลในการวิเคราะห์ 2 ส่วน คือ ภาพถ่ายป้ายสถานประกอบการ 55 แห่ง และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 55 คน ข้อมูลทั้ง 2 ส่วนเก็บรวบรวมในช่วงเวลาตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2554 และใช้ในการวิเคราะห์ 2 ประเด็น ดังนี้

- 1 ที่มาและความหมาย
- 2 โครงสร้างขององค์ประกอบทางความหมาย

### 1. ที่มาและความหมาย

ผู้วิจัยได้รวบรวมรายชื่อและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการ และพบว่า มี 7 ประเภท ได้แก่

1.1 **ชื่อเฉพาะ** หมายถึง ชื่อของเจ้าของสถานประกอบการ หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสถานประกอบการ ตัวอย่างเช่น นายไสย, คุณแดงก้วยจับญวน, ฮาวาเฮาส์, จำรัสบาร์เบอร์ เป็นต้น

1.2 **สถานที่** หมายถึง ชื่อที่แสดงสถานที่ตั้งของสถานประกอบการ ชื่อเมือง ชื่อประเทศ ตัวอย่างเช่น พระอาทิตย์แมนชั่น, บ้านพระอาทิตย์, New Siam II เป็นต้น

1.3 **ประเภทธุรกิจ** หมายถึง ชื่อที่แสดงประเภทธุรกิจของสถานประกอบการ โดยส่วนใหญ่มีที่มาจากภาษาอังกฤษ ตัวอย่างเช่น Peachy Guest House, Happy House, Ricky's Coffee Shop เป็นต้น

1.4 **ประเภทสินค้า** หมายถึง ชื่อชนิดของสินค้าและบริการ ตัวอย่างเช่น Café Gelato, Juice, โรตีสี มะตะปะ เป็นต้น

1.5 **ลักษณะการบริการ** หมายถึง ชื่อที่แสดงรูปแบบการบริการของสถานประกอบการ ตัวอย่างเช่น Salad on Demand, ส้มตำยกครก เป็นต้น

1.6 **ธรรมชาติ** เช่น ชื่อดอกไม้ ชื่อต้นไม้ ฯ ตัวอย่างเช่น Saffron, Blue Moon, จันทร์กระพ้อ เป็นต้น

1.7 **ความหมายอื่นๆ** ซึ่งชื่อประเภทนี้มีความหมายหลากหลาย และแตกต่างกันมาก ไม่สามารถจัดกลุ่มความหมายได้ เช่น Ar-Tist, Jazz Happens, Sync, Take a seat เป็นต้น

## 2. โครงสร้างขององค์ประกอบทางความหมาย

ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มชื่อสถานประกอบการทั้งหมด 55 ชื่อ ออกเป็น 2 ประเภท คือ ชื่อสถานประกอบการที่มีองค์ประกอบทางความหมายโครงสร้างเดียว จำนวน 23 ชื่อ และชื่อสถานประกอบการที่มีองค์ประกอบทางความหมายหลายโครงสร้าง จำนวน 32 ชื่อ รายละเอียดมีดังต่อไปนี้

2.1 ชื่อสถานประกอบการที่มีองค์ประกอบทางความหมายโครงสร้างเดียว หมายถึง ชื่อที่ประกอบด้วยที่มาและความหมายเพียงประเภทเดียว เช่น นายไสย มีที่มาและความหมายจากชื่อบุคคล Saffron มีที่มาและความหมายจากธรรมชาติ เป็นต้น ชื่อสถานประกอบการที่มีองค์ประกอบทางความหมายโครงสร้างเดียวแสดงไว้ในตารางที่ 25

ตารางที่ 25 ชื่อสถานประกอบการที่มีองค์ประกอบทางความหมายโครงสร้างเดียว

ลำดับที่	ที่มาและความหมาย	ชื่อสถานประกอบการ	จำนวนร้าน
1	ชื่อบุคคล	Mister Pas นายไสย พนิดา	3
2	สถานที่	Nippon Ya บ้านพระอาทิตย์ เดอะ ชนบท	3
3	ประเภทสินค้า	Juice โรตี มะตะบะ	2
4	ธรรมชาติ	Blue Moon Hemlock Saffron จันทน์กระพ้อ	4

ตารางที่ 25 ชื่อสถานประกอบการที่มีองค์ประกอบทางความหมายโครงสร้างเดียว (ต่อ)

ลำดับที่	ที่มาและความหมาย	ชื่อสถานประกอบการ	จำนวนร้าน
5	ความหมายอื่นๆ	Ar-Tist Comme' Corsair Jazz Happens New Merry V sync Take a Seat แต่ก็ แต่ก่อน รัตนบราลี โรงพยาบาล สังคมนิยม	11
รวม			23

ตารางข้างต้นแสดงที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการที่มีองค์ประกอบทางความหมายโครงสร้างเดียว 5 ประเภท ได้แก่ ชื่อบุคคล สถานที่ ประเภทสินค้าและบริการ ธรรมชาติ และความหมายอื่นๆ ประเภทที่มาและความหมายที่ปรากฏมากที่สุด คือ ความหมายอื่นๆ จำนวน 11 ชื่อ ลำดับรองลงมาคือ ธรรมชาติ จำนวน 4 ชื่อ

นอกจากนี้ ชื่อสถานประกอบการที่มีองค์ประกอบทางความหมายโครงสร้างเดียวสามารถแยกตามประเภทธุรกิจ ได้แก่ สินค้าบริโภค ที่พัก สินค้าที่ระลึก และท่องเที่ยว ดังปรากฏตามตารางที่ 26

ตารางที่ 26 ชื่อสถานประกอบการที่เมืองค์ประกอบทางความหมายโครงสร้างเดียวแยกตามประเภทธุรกิจ

ลำดับที่	ที่มาและความหมาย	สินค้าบริโภค	ที่พัก	สินค้าที่ระลึก	ท่องเที่ยว
1	ชื่อบุคคล	Mister Pas นายไสย	-	พินดา	-
2	สถานที่	Nippon Ya บ้านพระอาทิตย์	-	เดอะ ชนบท	-
3	ประเภทสินค้า	Juice โรตี มะตะบะ	-	-	-
4	ธรรมชาติ	Blue Moon Hemlock Saffron	-	จันทร์กระพ้อ	-
5	ความหมายอื่นๆ	Ar-Tist Comme' Jazz Happens sync Take a Seat โรงอาหาร สังคมนิยม	New Merry V	Corsair แต่ก็ แต่ก่อน	รัตนบราลี
	รวม	16	1	5	1

ตารางข้างต้นแสดงธุรกิจสินค้าบริโภคมีชื่อสถานประกอบการในที่เมืองค์ประกอบทางความหมายประเภทโครงสร้างเดียว มากที่สุด จำนวน 16 ชื่อ ลำดับรองลงมาคือ ธุรกิจสินค้าที่ระลึก 5 ชื่อ ชื่อสถานประกอบการของประเภทธุรกิจทั้งสองมีที่มาจากความหมายอื่นๆ มากที่สุด

ที่มาของชื่อสถานประกอบการที่เมืองค์ประกอบทางความหมายโครงสร้างเดียวมาจากความหมายอื่นๆ มากที่สุด การปรากฏนี้น่าจะเกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ให้กับสถานประกอบการ เช่น รูปแบบการตกแต่งสถานประกอบการ บรรยากาศของสถานประกอบการ เป็นต้น จากการสัมภาษณ์เจ้าของสถานประกอบการพบว่า ชื่อส่วนใหญ่มาจากแนวคิด

ในการสร้างบรรยากาศของสถานประกอบการ หรือความประทับใจส่วนตัวของเจ้าของที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จึงนำมาตั้งเป็นชื่อสถานประกอบการ เช่น *Take a Seat* มาจากเจ้าของต้องการให้บรรยากาศของร้านสบายๆ เป็นกันเอง และชื่อเชิญลูกค้า จึงเลือกชื่อให้เหมาะกับแนวคิดนี้ หรือ *โรงอาหาร* มาจากความประทับใจของเจ้าของที่มีต่อโรงอาหารในโรงเรียน เพราะเป็นสถานที่สังสรรค์ พบปะเพื่อนฝูง และมีความสุขสนุกสนาน เมื่อสมัยเรียน เป็นต้น

เมื่อพิจารณาตามประเภทธุรกิจพบว่า ธุรกิจสินค้าบริโภคมีที่มาและความหมายของชื่อประกอบการประเภทอื่นๆ มากที่สุด อาจเป็นเพราะจำนวนสถานประกอบการประเภทนี้มีจำนวนมากที่สุดบนถนนพระอาทิตย์ ทำให้แต่ละสถานประกอบการต้องแข่งขันสูง ดังนั้น การตั้งชื่อร้านที่แสดงความโดดเด่น ความแตกต่าง หรืออัตลักษณ์ที่ชัดเจน อาจช่วยดึงดูดลูกค้าได้ เช่น *Jazz Happens* ที่บ่งบอกถึงแนวดนตรีหลักของร้าน และเจาะกลุ่มลูกค้าที่สนใจในดนตรีแจ๊ซเป็นหลัก เป็นต้น

**2.2 ชื่อสถานประกอบการที่มีองค์ประกอบทางความหมายหลายโครงสร้าง**  
หมายถึง ชื่อที่มาจากที่มาและความหมายมากกว่าหนึ่งประเภท เช่น *จรัลสภารเบอ์* มีที่มาและความหมายจากชื่อบุคคลกับประเภทธุรกิจ *Pra Arthit Mansion* มีที่มาและความหมายจากสถานที่กับประเภทธุรกิจ เป็นต้น ชื่อสถานประกอบการที่มีองค์ประกอบทางความหมายประเภทหลายโครงสร้างแสดงไว้ในตารางที่ 27

ตารางที่ 27 ชื่อสถานประกอบการที่มีองค์ประกอบทางความหมายประเภทหลายโครงสร้าง

ลำดับที่	ที่มาและความหมาย	ชื่อสถานประกอบการ	จำนวนร้าน
1	ชื่อบุคคลกับประเภทธุรกิจ	Apple Restaurant Ricky's Coffee Shop Peachy Guest House Thara House Panya Tour & Travel Sugar Travel Thada Medical Clinic จรัลสภารเบอ์	8

ตารางที่ 27 ชื่อสถานประกอบการที่เมืองค้ประกอบทางความหมายประเภทหลายโครงสร้าง (ต่อ)

ลำดับที่	ที่มาและความหมาย	ชื่อสถานประกอบการ	จำนวนร้าน
2	ชื่อบุคคลกับสถานที่	มณีลำพู	1
3	ชื่อบุคคลกับประเภทสินค้า	ANN's Sweet คุณแดงก๋วยจั๊บน้ำจืด	2
4	สถานที่กับประเภทธุรกิจ	Bar Bali Bistro Pra Arthit Mansion	2
5	ประเภทสินค้ากับลักษณะการบริการ	Salad on Demand ส้มตำยกครก	2
6	ประเภทธุรกิจกับประเภทสินค้า	Café Gelato	1
7	ธรรมชาติกับประเภทธุรกิจ	Beach Bar Mango Restaurant Navalai River Resort River Mansion Leng Hong Spa	5
8	ความหมายอื่นๆกับประเภทธุรกิจ	Happy House Pilot Purely Tour Top Travel ธนาคารบาร์	4
9	ความหมายอื่นๆกับสถานที่	Good Story Bangkok New Siam II New Siam Riverside	3
10	ความหมายอื่นๆกับประเภทสินค้า	บ้านพลาสติก	1
11	ความหมายอื่นๆกับธรรมชาติ	บ้านบัวสะอาด	1
12	สถานที่กับธรรมชาติ และประเภทธุรกิจ	Phra Arthit River Lounge	1
13	ธรรมชาติกับประเภทธุรกิจ และประเภทสินค้า	Aquatini Restaurant & Bar	1
รวม			32

ตารางข้างต้นแสดงที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการที่มีองค์ประกอบทางความหมายประเภทหลายโครงสร้างทั้งหมด 13 ประเภท โดยที่มาและความหมายที่ปรากฏมากที่สุด คือ ชื่อบุคคลกับประเภทธุรกิจ จำนวน 8 ชื่อ ลำดับรองลงมาคือ ธรรมชาติกับประเภทธุรกิจ 5 ชื่อ และความหมายอื่นๆกับประเภทธุรกิจ 4 ชื่อ ที่มาและความหมายทั้ง 3 ลำดับ ประกอบด้วยชื่อที่บ่งบอกประเภทธุรกิจเช่นเดียวกัน

นอกจากนี้ชื่อสถานประกอบการที่มีองค์ประกอบทางความหมายหลายโครงสร้างสามารถแยกตามประเภทธุรกิจ ได้แก่ สินค้าบริโภค ที่พัก สินค้าที่ระลึก ท่องเที่ยว และการบริการทางการแพทย์และความงาม ดังปรากฏตามตารางที่ 28

ตารางที่ 28 ชื่อสถานประกอบการที่เมืองค้ประกอบทางความหมายหลายโครงสร้างแยกตามประเภทธุรกิจ

ลำดับ ที่	ที่มาและความหมาย	สินค้าบริโภค	ที่พัก	สินค้าที่ระลึก	ท่องเที่ยว	การบริการทางการแพทย์ และความงาม
1	ชื่อบุคคลกับประเภทธุรกิจ	Apple Restaurant Ricky's Coffee Shop	Peachy Guest House Thara House	-	Panya Tour & Travel Sugar Travel	Thada Medical Clinic จํารัสบาร์เบอร์
2	ชื่อบุคคลกับสถานที่	-	-	มณีลำพู	-	-
3	ชื่อบุคคลกับประเภทสินค้า	ANN's Sweet คุณแดงก๋วยจั๊บน้ำวน	-	-	-	-
4	สถานที่กับประเภทธุรกิจ	Bar Bali Bistro	Pra Arthit Mansion	-	-	-
5	ประเภทสินค้ากับลักษณะการบริการ	Salad on Demand ส้มตำยกครก	-	-	-	-
6	ประเภทธุรกิจกับประเภทสินค้า	Café Gelato	-	-	-	-
7	ธรรมชาติกับประเภทธุรกิจ	Beach Bar Mango Restaurant	Navalai River Resort River Mansion	-	-	Leng Hong Spa
8	ความหมายอื่นๆกับประเภทธุรกิจ	ธนาคารบาร์	Happy House	-	Pilot Purely Tour Top Travel	-
9	ความหมายอื่นๆกับสถานที่	Good Story Bangkok	New Siam II New Siam Riverside			
10	ความหมายอื่นๆกับประเภทสินค้า	บ้านปลาสด				
11	ความหมายอื่นๆกับธรรมชาติ	บ้านบัวสะอาด				
12	สถานที่กับธรรมชาติและประเภทธุรกิจ	Phra Arthit River Lounge				
13	ธรรมชาติกับประเภทธุรกิจ และประเภทสินค้า	Aquatini Restaurant & Bar				
	รวม	16	8	1	4	3

ตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่าชื่อสถานประกอบการที่มีองค์ประกอบทางความหมายประเภทหลายโครงสร้างพบมากที่สุดในธุรกิจสินค้าบริโภค จำนวน 16 ชื่อ ลำดับรองลงมาคือธุรกิจสินค้าที่แพ็ค มีจำนวน 8 ชื่อ และธุรกิจท่องเที่ยว 4 ชื่อ เช่นเดียวกับชื่อสถานประกอบการที่มีองค์ประกอบทางความหมายประเภทโครงสร้างเดียวที่ปรากฏมากที่สุดในธุรกิจสินค้าบริโภคด้วย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะจำนวนของสถานประกอบการประเภทธุรกิจสินค้าบริโภคมียากกว่าประเภทอื่นๆ กล่าวคือ มีการแข่งขันสูง ทำให้สถานประกอบการต้องสร้างภาพลักษณ์ของร้านให้โดดเด่นและชัดเจน เพื่อดึงดูดลูกค้า นอกจากนี้ ที่มาของชื่อสถานประกอบการที่มีองค์ประกอบทางความหมายประเภทหลายโครงสร้างมาจากชื่อบุคคลกับประเภทธุรกิจมากที่สุด โดยชื่อบุคคลที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นชื่อเจ้าของสถานประกอบการ ปรากฏการณ์นี้สะท้อนให้เห็นว่า เจ้าของสถานประกอบการไม่ได้ให้ความสำคัญกับสร้างภาพลักษณ์ของร้านมากนัก แต่ต้องการแสดงความเป็นเจ้าของหรือความภาคภูมิใจในตนเอง โดยใช้ชื่อของตนเองกับประเภทธุรกิจในการตั้งชื่อร้าน

เมื่อวิเคราะห์ชื่อสถานประกอบการทั้งหมดทั้งที่มีองค์ประกอบทางความหมายประเภทโครงสร้างเดียว และหลายโครงสร้าง ผู้วิจัยแจกแจงความถี่ของที่มาและความหมายโดยแยกตามประเภทธุรกิจ ดังที่ปรากฏตามตารางที่ 29

ตารางที่ 29 ความถี่ของที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการ\*\*\* ที่มีองค์ประกอบทางความหมายประเภทโครงสร้างเดียวและหลายโครงสร้าง แยกตามประเภทธุรกิจ

ลำดับที่	ที่มาและความหมาย	ประเภทธุรกิจ					รวม
		สินค้าบริโภค	ที่แพ็ค	สินค้าที่ระลึก	ท่องเที่ยว	การบริการทางการแพทย์และความงาม	
1	ชื่อบุคคล	6	2	2	2	2	14
2	สถานที่	5	4	2	-	-	11
3	ประเภทธุรกิจ	12	6	-	5	3	26
4	ประเภทสินค้า	9	-	-	-	-	9
5	ลักษณะการบริการ	2	-	-	-	-	2
6	ธรรมชาติ	8	2	2	-	2	14
7	ความหมายอื่นๆ	11	4	2	4	-	21

หมายเหตุ : \*\*\*ความถี่ของที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการ คำนวณจากประเภทที่มาและความหมายทั้งหมดที่ปรากฏบนป้ายพาณิชย์แต่ละป้าย

ตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ความถี่ของที่มาและความหมายจากประเภทธุรกิจ ปรากฏในชื่อสถานประกอบการที่มีองค์ประกอบทางความหมายประเภทโครงสร้างเดียว และหลายโครงสร้างมากที่สุด จำนวน 26 ชื่อ ส่วนลำดับรองลงมา คือ ความหมายอื่นๆ 21 ชื่อ ชื่อบุคคล 14 ชื่อ และธรรมชาติ 14 ชื่อ

การปรากฏที่มาและความหมายจากประเภทธุรกิจในชื่อสถานประกอบการที่มี องค์ประกอบทางความหมายประเภทโครงสร้างเดียวและหลายโครงสร้าง ซึ่งมีจำนวนมากที่สุด สะท้อนความหมายโดยตรง (Denotation) เพราะเมื่อพิจารณาคำศัพท์ที่ใช้ในการบ่งบอกประเภท ธุรกิจ พบว่าส่วนใหญ่เป็นคำศัพท์ภาษาอังกฤษ เช่น “Restaurant”, “Bar”, “Guest house”, “Mansion” เป็นต้น ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าเจ้าของสถานประกอบการต้องการให้ชื่อสถาน ประกอบการของตนสามารถสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าและนักท่องเที่ยวต่างชาติได้โดยตรง ทั้งนี้ เพื่อ เป็นการโฆษณาและดึงดูดลูกค้านั่นเอง

ในขณะที่ที่มาและความหมายจากความหมายอื่นๆ ซึ่งปรากฏเป็นลำดับถัดมา สะท้อนความหมายโดยนัย (Connotation) เพราะชื่อที่ใช้ในการตั้งชื่อส่วนใหญ่แสดงอัตลักษณ์ หรือภาพลักษณ์ของสถานประกอบการ จึงอาจพิจารณาได้ว่า เจ้าของสถานประกอบการไม่ได้ให้ ความสำคัญกับการสื่อสารโดยตรงกับกลุ่มลูกค้าและนักท่องเที่ยว แต่ต้องการแสดงภาพลักษณ์ ความรู้สึกนึกคิดของตน หรือเจาะจงกลุ่มลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่มีรสนิยมเดียวกันกับตน ดังนั้น ชื่อจึงสัมพันธ์กับบรรยากาศหรือภาพลักษณ์ของสถานประกอบการ มากกว่าบ่งบอกประเภทธุรกิจ หรือสินค้า ตัวอย่างเช่น *Jazz Happens* เป็นร้านอาหารที่มีวงดนตรีแจ๊สเล่น และเน้นกลุ่มลูกค้า หรือนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ชื่นชอบดนตรีแนวนี้ ซึ่งชื่อสถานประกอบการไม่มีคำที่ระบุประเภทของ ธุรกิจหรือสินค้าเลย เป็นต้น

เมื่อเปรียบเทียบกับงานของวิยะดา จงบรรจบ (2534) พบว่า การตั้งชื่อธุรกิจ การค้าส่วนใหญ่มาจากชื่อบุคคล และประเภทธุรกิจการค้าด้วยเช่นกัน เป็นไปได้ว่าสถาน ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับหน้าที่เชิงข้อมูลของภาษา เพื่อสามารถสื่อสารกับกลุ่ม ลูกค้าได้โดยตรง ซึ่งเป็นการโฆษณาและดึงดูดลูกค้าได้อีกทางหนึ่ง

ผลการวิเคราะห์ทั้ง 2 ตอนสามารถสรุปได้ว่า ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่มี สถานภาพสูงที่สุดบนป้ายพาณิชย์บริเวณถนนพระอาทิตย์ เพราะนอกจากจะทำหน้าที่สื่อสารกับ กลุ่มลูกค้าชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติแล้ว ภาษาอังกฤษยังสร้างภาพลักษณ์ด้านความ

ทันสมัย ความเป็นสากล และความเป็นเมืองใหญ่ให้กับสถานประกอบการได้อีกด้วย ส่วนที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการมาจากประเพณีธุรกิจมากที่สุด เพราะเจ้าของสถานประกอบการต้องการให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสารบ่นป้ายได้โดยตรงและเข้าใจโดยทันที ทั้งนี้เพื่อโฆษณาและดึงดูดลูกค้าให้มากที่สุดนั่นเอง นอกจากนี้ สถานภาพของภาษาบ่นป้ายพาณิชย์ ที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการ สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับถนนพระอาทิตย์ ด้วยเช่นกัน ซึ่งจะกล่าวถึงในบทต่อไป

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องภาษาบนป้ายพาณิชยกรรมของสถานประกอบการย่านถนนพระอาทิตย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานภาพของภาษาบนป้ายพาณิชยกรรมบริเวณถนนพระอาทิตย์ และศึกษาที่มาและความหมายในการตั้งชื่อสถานประกอบการ การวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 ศึกษาสถานภาพของภาษาบนป้ายพาณิชยกรรม โดยวิเคราะห์จากภาษาเค้าเดิม ตัวอักษร และลักษณะตัวอักษรที่ปรากฏบนป้ายพาณิชยกรรม ตอนที่ 2 ศึกษาที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการ ผลการวิเคราะห์ที่ได้จากทั้ง 2 ตอน นำมาอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับถนนพระอาทิตย์ การวิเคราะห์ทั้ง 2 ตอนนี้ ใช้ข้อมูลจากภาพถ่ายป้ายสถานประกอบการ 55 แห่ง และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 55 คน นอกจากนี้ ผู้วิจัยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการคำนวณเพื่อแจกแจงความถี่ของข้อมูลด้วย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ดังนี้

#### สถานภาพของภาษาบนป้ายพาณิชยกรรมบริเวณถนนพระอาทิตย์

ภาษาอังกฤษมีสถานภาพสูงสุดบนป้ายพาณิชยกรรม ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ภาษาเค้าเดิมที่ปรากฏบนป้ายมากที่สุดคือ ภาษาอังกฤษ โดยปรากฏบนป้ายเอกภาษาเป็นจำนวนมากที่สุดคือ 18 ป้าย จากป้ายเอกภาษาทั้งหมด 28 ป้าย และปรากฏร่วมกับภาษาอื่นๆ บนป้ายพหุภาษาเป็นจำนวนมากที่สุดคือ 17 ป้าย จากป้ายพหุภาษาทั้งหมด 27 ป้าย ส่วนตัวอักษรอังกฤษ แม้จะปรากฏบนป้ายเป็นลำดับที่ 2 รองจากตัวอักษรไทย แต่ลักษณะการปรากฏของตัวอักษรอังกฤษนั้น ปรากฏเป็นตัวอักษรหลักของป้ายมากที่สุด กล่าวคือ ตัวอักษรภาษาอื่นๆ ปรากฏร่วมกับตัวอักษรอังกฤษมากกว่าตัวอักษรไทย นอกจากนี้ ตัวอักษรอังกฤษยังปรากฏในตำแหน่งที่มีความสำคัญของป้ายเสมอ นั่นคือ อยู่ตรงกลางของป้าย และในลำดับที่สูงกว่าตัวอักษรภาษาอื่นๆ ที่ปรากฏร่วมด้วย ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวทำให้ภาษาอังกฤษมีสถานภาพสูงกว่าภาษาอื่นๆ ที่ใช้บนป้ายพาณิชยกรรมบริเวณถนนพระอาทิตย์

## ที่มาและความหมายในการตั้งชื่อสถานประกอบการบริเวณถนนพระอาทิตย์

ที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการบริเวณถนนพระอาทิตย์ ทั้งที่มีองค์ประกอบทางความหมายประเภทโครงสร้างเดียวและหลายโครงสร้าง มาจากประเภทธุรกิจมากที่สุด คือ 26 ชื่อ ลำดับรองลงมาคือ ความหมายอื่นๆ 21 ชื่อ ผู้วิจัยพบว่า ที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการที่มาจากประเภทธุรกิจสะท้อนความหมายโดยตรง กล่าวคือเจ้าของสถานประกอบการต้องการให้ชื่อสถานประกอบการของตนสามารถสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าและนักท่องเที่ยวต่างชาติได้โดยตรง ทั้งนี้ เพื่อเป็นการโฆษณาและดึงดูดลูกค้า ส่วนที่มาและความหมายของชื่อสถานประกอบการที่มาจากความหมายอื่นๆ สะท้อนความหมายโดยนัย กล่าวคือแสดงอัตลักษณ์หรือภาพลักษณ์ของสถานประกอบการ อาจกล่าวได้ว่า เจ้าของสถานประกอบการต้องการแสดงภาพลักษณ์ ความรู้สึกนึกคิดของตน หรือเจาะจงกลุ่มลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่มีรสนิยมเดียวกันกับตน มากกว่าบ่งบอกประเภทธุรกิจหรือสินค้า ดังนั้น ชื่อจึงสัมพันธ์กับบรรยากาศหรือภาพลักษณ์ของสถานประกอบการด้วย

## ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับถนนพระอาทิตย์

จากการวิเคราะห์สถานภาพ ที่มาและความหมายของภาษาที่ใช้บนป้ายพาณิชย์ ผู้วิจัยพบความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับถนนพระอาทิตย์ ดังนี้

### การเลือกใช้ภาษา (Language choice)

ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า การเลือกใช้ภาษาในการตั้งชื่อสถานประกอบการมีความสำคัญ เพราะภาษาทำหน้าที่สื่อสารโดยตรงกับลูกค้าและกลุ่มนักท่องเที่ยว ถ้ากลุ่มคนเหล่านี้สามารถเข้าใจสารที่สถานประกอบการต้องการจะสื่อ นั้นหมายถึงความสำเร็จในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่จะนำไปสู่การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการของสถานประกอบการนั้นๆ ได้

การที่ภาษาอังกฤษมีสถานภาพสูงที่สุดบนถนนพระอาทิตย์ แสดงให้เห็นว่าสถานประกอบการเลือกใช้ภาษาอังกฤษเพื่อทำหน้าที่เชิงข้อมูล นั่นคือ การเป็นภาษากลางและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ด้วย คือ การสร้างภาพลักษณ์ด้านความทันสมัย ความหรูหรา และคุณภาพที่ดี ซึ่งเป็นค่านิยมที่ติดมากับภาษาอังกฤษ (Abdul-Fattah and Zughoul, [n.d.]) ภาษาอังกฤษถูกเลือกใช้ไม่ใช่เฉพาะทำหน้าที่เป็นภาษากลางในการ

สื่อสารกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่แสดงภาพลักษณ์ของร้านด้วย ทั้งนี้ เจ้าของร้านคาดหวังว่าลูกค้าชาวไทยสามารถเข้าใจภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี จึงไม่จำเป็นต้องมีภาษาไทยกำกับ เห็นได้จากจำนวนป้ายเอกภาษาที่เป็นภาษาอังกฤษมากที่สุด อีกทั้งหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ของภาษาอังกฤษยังสอดคล้องกับประเภทธุรกิจของสถานประกอบการด้วย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นธุรกิจสินค้าบริโภคและเปิดให้บริการกลางคืน ธุรกิจประเภทนี้ต้องการสร้างภาพลักษณ์ด้านความทันสมัย ความเป็นเมืองใหญ่ ความเป็นสากล ความเป็นหนุ่มสาว และการสังสรรค์รื่นเริง อาจกล่าวได้ว่า ถนนพระอาทิตย์ให้ความสำคัญกับการค้าขาย การบริโภค และความบันเทิง มากกว่าการเป็นถนนสายประวัติศาสตร์เหมือนในอดีต

นอกจากนี้ ภาษาต่างๆ ที่ใช้บนป้ายยังสอดคล้องกับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวยุโรป ชาวญี่ปุ่น และชาวเกาหลี (กรมการท่องเที่ยว, 2554) จึงไม่ปรากฏการใช้ภาษาอื่นๆ เช่น ภาษาอาหรับ ภาษามลายู เป็นต้น เพราะไม่ใช่กลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของถนนพระอาทิตย์

สรุป การเลือกใช้ภาษาบนป้ายพาณิชย์ของสถานประกอบการย่านถนนพระอาทิตย์สัมพันธ์กับหน้าที่ของภาษา ได้แก่ หน้าที่เชิงข้อมูล ซึ่งทำหน้าที่สื่อสารโดยตรงกับกลุ่มลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ ที่สร้างภาพลักษณ์ให้กับสถานประกอบการได้ อีกทั้งสอดคล้องกับชื่อชาติของกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักบนถนนพระอาทิตย์ด้วย

### ภาษาในฐานะเครื่องหมายอัตลักษณ์ (Language as Identity Marker)

ภาษาที่ใช้บนป้ายพาณิชย์สามารถบอกอัตลักษณ์ของสถานประกอบการได้ สถานประกอบการที่ขายสินค้าและบริการที่มีความเป็นไทย เช่น ผ้าไทย อาหารไทย ของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับไทย เป็นต้น และมีการตกแต่งที่ให้บริการบรรยากาศความเป็นไทย หรือชนบทของไทย มักตั้งชื่อสถานประกอบการที่มีความหมายในภาษาไทย และใช้ตัวอักษรไทยด้วย ขณะที่สถานประกอบการที่ใช้ภาษาอังกฤษในการตั้งชื่อ ส่วนใหญ่ขายสินค้าและบริการที่มีความเป็นสากลมากกว่า เช่น เบเกอรี่ ผับ บาร์ เป็นต้น รวมถึงลักษณะการตกแต่งร้านที่เน้นความเป็นเมืองใหญ่และความทันสมัย การสร้างอัตลักษณ์ของสถานประกอบการผ่านภาษาและตัวอักษรที่ใช้เป็นการสร้างตราให้เป็นที่รู้จัก (Brand awareness) ทั้งนี้ เพื่อเชื่อมโยงสถานประกอบการกับกลุ่มลูกค้า และทำให้เกิดการตัดสินใจรับสินค้าและบริการของสถานประกอบการนั่นเอง

นอกจากนี้ ความหมายของชื่อยังสร้างอัตลักษณ์ให้กับสถานประกอบการอีกด้วย ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าของสถานประกอบการพบว่า ชื่อส่วนใหญ่มาจากแนวคิดในการสร้างบรรยากาศของสถานประกอบการ หรือความประทับใจส่วนตัวของเจ้าของที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จึง

นำมาตั้งเป็นชื่อสถานประกอบการ เช่น *Take a Seat* มาจากเจ้าของต้องการให้บรรยากาศของร้านสบายๆ เป็นกันเอง และชื่อเชิญลูกค้า จึงเลือกชื่อให้เหมาะกับแนวคิดนี้ หรือ โรงอาหาร มาจากความประทับใจของเจ้าของที่มีต่อโรงอาหารในโรงเรียน เพราะเป็นสถานที่สังสรรค์ พบปะเพื่อนฝูง และมีความสุขสนุกสนานเมื่อสมัยเรียน เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่า ภาษาเก่าเดิม ตัวอักษร และความหมายของชื่อ สามารถบ่งชี้อัตลักษณ์ของสถานประกอบการได้

### ทัศนคติต่อภาษา (Attitudes towards Languages)

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ภาษาอังกฤษบนถนนพระอาทิตย์มีความสำคัญในแง่การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม และสะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีของผู้ที่ใช้ภาษาอังกฤษด้วย นั่นเป็นเพราะภาษาอังกฤษในประเทศไทยมีหน้าที่มากกว่าการสื่อสารระดับสากล แต่สร้างภาพลักษณ์ด้านความทันสมัยด้วย (Huebner, 2003: 64) ภาพลักษณ์ของภาษาอังกฤษดังกล่าวอาจมาจากในอดีตการใช้ภาษาอังกฤษถูกจำกัดอยู่ในกลุ่มของราชวงศ์ กลุ่มชนชั้นสูง และผู้ที่ได้รับการศึกษาระดับสูงเท่านั้น ทำให้ภาพลักษณ์ของภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่มีศักดิ์ศรี ต่อมาเมื่อเศรษฐกิจของประเทศขยายตัว มีการลงทุนของต่างชาติมากขึ้น ความจำเป็นในการใช้ภาษาอังกฤษจึงมีมากขึ้นตามไปด้วย ภาษาอังกฤษจึงกลายมาเป็นภาษาสากล และใช้กันอย่างแพร่หลายในทั้งในแวดวงธุรกิจ สื่อสารมวลชน และการศึกษา (Smalley, 1994: 17) ป้ายชื่อสถานประกอบการที่ปรากฏชื่อคำศัพท์ภาษาอังกฤษและเขียนด้วยตัวอักษรภาษาอังกฤษจึงสามารถพบเห็นได้ทั่วไป ทั้งที่เจ้าของสถานประกอบการเป็นคนไทยเสียส่วนใหญ่ อาจกล่าวได้ว่าค่านิยมในการใช้ภาษาอังกฤษที่กล่าวมานั้น สร้างทัศนคติของคนไทยที่มีต่อภาษาอังกฤษว่าเป็นภาษาของความทันสมัย และมีศักดิ์ศรี ส่งผลให้ภาษาอังกฤษถูกใช้อย่างแพร่หลายนั่นเอง

ในทางตรงข้าม การใช้ภาษาไทยบนป้ายพาณิชย์ของสถานประกอบการย่านถนนพระอาทิตย์แสดงให้เห็นว่า ภาษาไทยไม่ได้มีความสำคัญในแง่การสื่อสารมากนัก เมื่อพิจารณาการปรากฏของภาษาไทยคู่กับภาษาอื่นๆ บนป้ายพหุภาษาพบว่า ตัวอักษรภาษาไทยมีขนาดเล็กกว่า ลักษณะตัวอักษรที่ใช้ไม่มีลูกเล่น และปรากฏในตำแหน่งที่ไม่มีความสำคัญของป้ายเลย ปรากฏการณ์นี้อาจอธิบายได้ว่า เจ้าของสถานประกอบการต้องการดึงดูดกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติมากกว่า อีกทั้งคาดหวังว่าลูกค้าชาวไทยสามารถอ่านและเข้าใจชื่อสถานประกอบการที่เป็นภาษาอังกฤษได้ จึงไม่มีความจำเป็นต้องใช้ภาษาไทยและตัวอักษรไทย หรือกำหนดให้อยู่ในตำแหน่งที่สำคัญ และเห็นได้เด่นชัดบนป้าย ภาษาไทยถูกใช้เป็นเครื่องบ่งชี้อัตลักษณ์ของสถานประกอบการบางแห่งมากกว่า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไทย ชนบท

และของเก่า อาจกล่าวได้ว่าคนไทยมีทัศนคติต่อภาษาไทยว่าเป็นภาษาของวัฒนธรรม ไม่ใช่ภาษาสากล หรือแสดงความทันสมัย ภาษาไทยจึงปรากฏน้อยกว่าภาษาอังกฤษบนป้ายพาณิชย์ บริเวณถนนพระอาทิตย์

### ข้อเสนอแนะ

การศึกษารายชื่อบนป้ายพาณิชย์ของสถานประกอบการย่านถนนพระอาทิตย์พบปัญหาในการจัดกลุ่มข้อมูล เนื่องจากวิธีการจำแนกภาษาไม่ครอบคลุมเพียงพอ ทำให้การจัดกลุ่มข้อมูลมีปัญหา หลังจากทบทวนวรรณกรรมเพิ่มเติมและปรึกษาผู้เชี่ยวชาญทางภาษาศาสตร์ ผู้วิจัยได้กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะให้ชัดเจนมากขึ้น ทำให้จัดกลุ่มข้อมูลได้อย่างถูกต้อง ดังนั้นในการศึกษาภาษาจากชื่อเฉพาะ ควรกำหนดระเบียบวิธีการวิจัยให้ชัดเจนว่าจะใช้การวิเคราะห์ภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์แบบใด เพื่อไม่ให้ผลวิจัยผิดพลาดได้

นอกจากนี้ การศึกษาภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์อาจวิเคราะห์ในประเด็นอื่นๆ เช่น การปนภาษานโยบายภาษา ชุมชนผู้พูดภาษา การสร้างอัตลักษณ์ผ่านภาษา หรือทัศนคติที่มีต่อภาษา เป็นต้น เพื่อขยายขอบเขตการศึกษารูปภูมิทัศน์ภาษาศาสตร์ในประเทศไทยต่อไป

## รายการอ้างอิง

- กนกวลี ชูชัยยะ. (2548). **พจนานุกรมวิสามานยนามไทย: วัด วัง ถนน สะพาน ป้อม**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ราชบัณฑิตยสถาน.
- กรมการท่องเที่ยว. (2554). **สถิตินักท่องเที่ยว ปี 2011**. เข้าถึงเมื่อ 26 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <http://www.tourism.go.th/2010/th/statistic/tourism.php>
- เชวง จันทรเขตต์. (2528). **การแปลเพื่อการสื่อสาร**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์.
- นควัฒน์ สาเร. (2550). “การตั้งชื่อร้านค้าในจังหวัดปัตตานี: ความสัมพันธ์ระหว่างชื่อร้านกับวิถีชีวิตในชุมชน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาภาษาไทย บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รติการณ สุขเกษม. (2544). “ภาษาที่ใช้ในการตั้งชื่อธุรกิจการค้าภายในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). **พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542**. กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- วิยะดา จงบรรจบ. (2534). “การศึกษาภาษาที่ใช้ในการตั้งชื่อธุรกิจการค้า.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาภาษาไทย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมจิตร เตชะบัญญัติ. (2539). “การวิเคราะห์วาทกรรมของป้ายโฆษณาในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. (2545). **ถนนสายวัฒนธรรม กรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงศึกษาธิการ.
- Abdul-Fattah, Hussein S., and Muhammad R. Zughoul. (n.d.). **Business Signs in Jordan: A Sociolinguistic-Perspective**. Accessed March 15. Available from <http://members.fortunecity.com/mrzughoul/>
- Backhaus, Peter. (2007). **Linguistic Landscapes: A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tokyo**. Clevedon: Multilingual Matters.

- Cenoz, Jasone, and Durk Gorter. (2006). "Linguistic Landscape and Minority Languages." In **Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism**, 67-80. Edited by Durk Gorter. Clevedon: Multilingual Matters.
- Claus, Robert J. (2002). "The Value of Signs for Your Business." **Signline** 38: 1-8. Accessed March 15. Available from <http://www.signs.org/Portals/0/docs/signline/>
- Curtin, Melissa L. (2009). "Languages on Display: Indexical Signs, Identities and the Linguistic Landscape of Taipei." In **Linguistic Landscape: Expanding the Scenery**, 221-237. Edited by Elana Shohamy and Durk Gorter. New York: Routledge.
- Edelman, Loulou. (2009). "What's in a Name? Classification of Proper Name by Language." In **Linguistic Landscape: Expanding the Scenery**, 141-154. Edited by Elana Shohamy and Durk Gorter. New York: Routledge.
- Huebner, Thom. (2003). "Linguistic Landscape of Bangkok." **Manusya: Journal of Humanities** 6, 6, special issue: 57-73.
- Kress, Gunther R., and Theo Van Leeuwen. (2006). **Reading images: the grammar of visual design**. 2nd ed. New York: Routledge.
- Landry, Rodrigue, and Richard Y. Bourhis. (1997). "Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study." **Journal of Language and Social Psychology** 16, 1 (March): 23-47.
- Piller, Ingrid. (2003). "Advertising as a site of language contact". **Annual Review of Applied Linguistics** 23 (March): 170-183.
- Smalley, William A. (1994). **Linguistic Diversity and National Unity: Language Ecology in Thailand**. Chicago: The University of Chicago Press.
- Thompson, Della. (1995). **The Concise Oxford Dictionary of Current English**. 9th ed. Oxford: Clarendon Press.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายชื่อสถานประกอบการบริเวณถนนพระอาทิตย์

### สถานประกอบการประเภทธุรกิจสินค้าบริโภค

สถานประกอบการประเภทธุรกิจสินค้าบริโภค ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม ร้านขนม ร้านไอศกรีม ผับ บาร์ มีจำนวน 32 แห่ง ดังนี้

ANN's Sweet	Phra Arthit River Lounge
Apple Restaurant	Ricky's Coffee Shop
Aquatini Restaurent & Bar	Saffron
Ar-Tist	Salad on Demand
Bar Bali Bistro	sync
Beach Bar	Take a Seat
Blue Moon	คุณแดงก๋วยจั๊บน้ำวน
Café Gelato	ธนาคารบาร์
Comme'	นายไผ่
Good Story Bangkok	บ้านบัวสอาด
Hemlock	บ้านปลาสด
Jazz Happens	บ้านพระอาทิตย์
Juice	โรงอาหาร
Mango Restaurant	โรตี่ มะตะบะ
Mister Pas	ส้มตำยกครก
Nippon Ya	สังคมนิยม

### สถานประกอบการประเภทธุรกิจที่พัก

สถานประกอบการประเภทธุรกิจที่พัก ได้แก่ โรงแรม เกสต์เฮาส์ มีจำนวน 9 แห่ง ดังนี้

Happy House	Peachy Guest House
Navalai River Resort	Pra Arthit Mansion
New Merry V	River Mansion
New Siam II	Thara House
New Siam Riverside	

### สถานประกอบการประเภทธุรกิจสินค้าที่ระลึก

สถานประกอบการประเภทธุรกิจสินค้าที่ระลึก ได้แก่ ร้านขายของที่ระลึก ร้านขายของเก่า  
ร้านขายเครื่องประดับ ร้านขายเสื้อผ้า กระเป๋า และรองเท้า มีจำนวน 6 แห่ง

Corsair	แต่กี้ แต่ก่อน
จันทน์กระพ้อ	พินดา
เดอะ ชนบท	มณีลำพู

### สถานประกอบการประเภทธุรกิจท่องเที่ยว

สถานประกอบการประเภทธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ บริษัททัวร์ บริษัทนำเที่ยว มีจำนวน 5 แห่ง

Panya Tour & Travel	Top Travel
Pilot Purely Tour	รัตนบราดี
Sugar Travel	

### สถานประกอบการประเภทธุรกิจบริการทางการแพทย์และความงาม

สถานประกอบการประเภทธุรกิจบริการทางการแพทย์และความงาม ได้แก่ สถานบริการทางการแพทย์ สถานเสริมความงาม และสปา มีจำนวน 3 แห่ง

Leng Hong Spa

Thada Medical Clinic

จำรัสบาร์เบอร์

ภาคผนวก ข  
รหัสแทนข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์

ในการเตรียมข้อมูลเพื่อป้อนเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ ผู้วิจัยได้ทำรหัสภาษาเค้าเดิม ตัวอักษร ลักษณะการปรากฏของตัวอักษร รวมถึงที่มาและความหมาย ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### รหัสภาษาเค้าเดิม

รหัส	C	หมายถึง	จีน
	E	หมายถึง	อังกฤษ
	F	หมายถึง	ฝรั่งเศส
	I	หมายถึง	อิตาลี
	J	หมายถึง	ญี่ปุ่น
	K	หมายถึง	เขมร
	P	หมายถึง	โปรตุเกส
	PS	หมายถึง	บาลี-สันสกฤต
	T	หมายถึง	ไทย

#### รหัสตัวอักษร

รหัส	c	หมายถึง	จีน
	e	หมายถึง	อังกฤษ
	f	หมายถึง	ฝรั่งเศส
	i	หมายถึง	อิตาลี
	j	หมายถึง	ญี่ปุ่น
	k	หมายถึง	เกาหลี
	t	หมายถึง	ไทย

### รหัสลักษณะการปรากฏของตัวอักษร

รหัส	t1	หมายถึง	ไทยเพียงภาษาเดียว
	e1	หมายถึง	อังกฤษเพียงภาษาเดียว
	t>	หมายถึง	ไทยเป็นหลัก
	e>	หมายถึง	อังกฤษเป็นหลัก
	j>	หมายถึง	ญี่ปุ่นเป็นหลัก
	k>	หมายถึง	เกาหลีเป็นหลัก
	i>	หมายถึง	อิตาลีเป็นหลัก
	f=t	หมายถึง	ฝรั่งเศสและไทยคู่กัน

### รหัสที่มาและความหมาย

รหัส	(1)	หมายถึง	ชื่อบุคคล
	(2)	หมายถึง	สถานที่
	(3)	หมายถึง	ประเภทธุรกิจ
	(4)	หมายถึง	ประเภทสินค้า
	(5)	หมายถึง	ลักษณะการบริการ
	(6)	หมายถึง	ธรรมชาติ
	(7)	หมายถึง	ความหมายอื่นๆ

ภาคผนวก ค

แบบสัมภาษณ์สถานประกอบการบริเวณถนนพระอาทิตย์

### แบบสัมภาษณ์

1. ชื่อสถานประกอบการของท่านคืออะไร

.....  
 .....

2. ความหมายของชื่อสถานประกอบการคืออะไร และมีที่มาอย่างไร

.....  
 .....

3. เหตุใดจึงใช้ตัวอักษรภาษาต่างประเทศในการเขียนชื่อบนป้ายพาณิชย์

.....  
 .....

4. กลุ่มลูกค้าหลักของท่านเป็นลูกค้าชาวไทย หรือนักท่องเที่ยวต่างชาติ

.....  
 .....

5. หากเป็นชาวต่างชาติ มีเชื้อชาติใดบ้าง

.....  
 .....

ภาคผนวก ง

ภาพถ่ายป้ายพาณิชย์ของสถานประกอบการบริเวณถนนพระอาทิตย์

ANN's Sweet



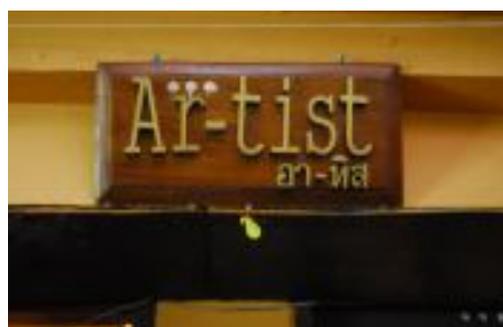
Apple Restaurant



Acquatini Restaurant & Bar



Ar-tist



Bar Bali Bistro



Beach Bar



Blue Moon



Café Gelato



Comme'



Corsair



Good Story Bangkok



Happy House



Hemlock



Jazz Happens



Juice



Leng Hong SPA



Mango Restaurant



Mister Pas



Navalai River Resort



New Merry V



New Siam II



New Siam Riverside



Nippon Ya



Panya Tour & Travel



Peachy Guest House



Phra Arthit River Lounge



Pra Arthit Mansion

Pilot Purely Tour



Ricky's Coffee Shop



River Mansion



Saffron



Salad on Demand



Sugar Travel



Sync



Take a Seat



Thada Medical Clinic



Thara House



T.O.P Travel



คุณแดงก๊วยจับฉนวน



จันทน์กะพ้อ



จาร์สบาร์เบอร์



เดอะ ชนบท



แต่กี้ แต่ก่อน



ธนาคาร บาร์



นายไสย



บ้านบัวสะอาด



บ้านปลาสด



บ้านพระอาทิตย์



พนิดา



มณีลำพู



รัตนบราลี



โรงอาหาร



โรตี มะตะบะ



ส้มตำยกครก



สังคมนิยม



### ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นางสาวสิริณทร พิกุลทอง
ที่อยู่	289/70 หมู่ 4 ถนนโฉลกัรัฐ ตำบลมะขามเตี้ย อำเภอเมืองฯ จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2551	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาเอกภาษาอิตาเลียน คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2552	ศึกษาต่อระดับปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาภาษาและ การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร กรุงเทพมหานคร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2551 – 2553	เลขานุการผู้ถือหุ้น ผู้อำนวยการ และผู้จัดการอาวุโสฝ่ายตรวจสอบบัญชี บริษัทไพร์ซฮอวเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอบีเอส จำกัด
พ.ศ. 2553 – 2554	นักแปลอิสระให้กับ GIZ Thailand
พ.ศ. 2554 – 2555	เจ้าหน้าที่ฝ่ายกิจกรรมสิ่งแวดล้อมศึกษา มูลนิธิโลกสีเขียว
พ.ศ. 2555 – ปัจจุบัน	Administrative Associate, the U.S. Embassy Bangkok