

การวิเคราะห์โครงสร้างและความหมายชื่อร้านค้าภาษาจีน
ของชาวไทยเชื้อสายจีน บริเวณตลาดหัวรอ
อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

An Analysis of the Structure and Meaning of Chinese Store Names of
Thai-Chinese People at Hua Ro Market Area in Phra Nakhon Si Ayutthaya District,
Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

ธัญญารัตน์ มะลาศรี¹

Tanyarat Malasri

E-mail: Tanyarat_mls@mju.ac.th

กนกพร นุ่มทอง²

Kanokporn Numthong

Received: September 19, 2023

Revised: June 17, 2024

Accepted: June 18, 2024

¹อาจารย์ สาขาวิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

Lecturer, Department of Thai and Eastern Languages, Faculty of Liberal Arts, Maejo University

²รองศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชาภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Associate Professor Dr, Department of Eastern Languages, Faculty of Humanities, Kasetsart University

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มุ่งศึกษาชื่อร้านค้าภาษาจีนของชาวไทยเชื้อสายจีน บริเวณตลาดหัวรอ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อศึกษาโครงสร้างและความหมายของชื่อร้านค้าภาษาจีน รวมทั้งข้อมูลที่สะท้อนจากป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีน และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมชื่อร้านค้าภาษาจีนทั้งหมดที่ปรากฏอยู่บริเวณตลาดหัวรอ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โครงสร้างและความหมายของชื่อร้านค้าภาษาจีน บริเวณตลาดหัวรอ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถแบ่งข้อมูลออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านรูปแบบและลักษณะของภาษา 2) ด้านภาษาโดยวิเคราะห์ตามประเภทโครงสร้าง 3) ด้านข้อมูลที่สะท้อนจากป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีน ผลการศึกษาพบว่า ในด้านของรูปแบบและลักษณะของภาษา ป้ายร้านค้าภาษาจีนของชาวไทยเชื้อสายจีน บริเวณตลาดหัวรอ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สะท้อนให้เห็นประเภทตัวอักษร ลำดับการอ่าน อักษรจีน และสีของอักษรจีน ซึ่งชาวจีนใช้อักษรจีนตัวเต็ม (繁体) ทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100 และเป็นตัวอักษรจีนที่อ่านจากขวาไปซ้ายทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100 โดยป้ายร้านค้าส่วนใหญ่นิยมใช้สีเหลืองหรือสีทองเพราะเป็นสัญลักษณ์ความเป็นสิริมงคล คิดเป็นร้อยละ 95.34 ในด้านของลักษณะภาษาโดยวิเคราะห์ตามประเภทโครงสร้าง พบว่าป้ายร้านค้าภาษาจีนของชาวไทยเชื้อสายจีน บริเวณตลาดหัวรอ ใช้โครงสร้างเดียว โครงสร้างประกอบและโครงสร้างอื่น ๆ เป็นสำคัญ โดยป้ายชื่อร้านค้าส่วนใหญ่จะใช้โครงสร้างเดียวโดยใช้ชื่อคนอย่างเดียวโดยคงแซ่ในภาษาต้นทางไว้ คิดเป็นร้อยละ 25 เนื่องจากเป็นการตั้งชื่อที่ไม่สลับซับซ้อน อีกทั้งยังเป็นการบ่งบอกถึงตัวตนของเจ้าของร้านได้อย่างชัดเจนอีกด้วย และในด้านข้อมูลที่สะท้อนจากป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีนยังสะท้อนให้เห็นถึงตระกูลแซ่ของผู้ประกอบกิจการ ซึ่งพบแซ่ล่อ (罗) จำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.42 เนื่องจากชาวจีนแซ่ล่อนิยมเข้ามาตั้งถิ่นฐานในบริเวณดังกล่าว และประเภทธุรกิจของผู้ประกอบการที่พบมากที่สุด คือ ร้านขายของชำ คิดเป็นร้อยละ 34.88

คำสำคัญ: ชื่อร้านค้าภาษาจีน ชาวไทยเชื้อสายจีน ตลาดหัวรอ พระนครศรีอยุธยา

Abstract

This research paper aims to study the Chinese store names of Thai-Chinese people at Hua Ro market area in Ayutthaya. It emphasizes the structure and meaning of the store names including the data reflected on store signs and analyzes the data from all the collected Chinese store names around Hua Ro, Ayutthaya. The structure and meaning of Chinese store names at Hua Ro,

Ayutthaya, can be categorized into 3 categories: 1) Forms and characteristics of the language, 2) Language aspects according to types of language structure, and 3) Information reflected by the names of Chinese stores. In terms of language forms and characteristics, Chinese store signs of Thai-Chinese people in Hua Ro Market Area, Ayutthaya, reveal the character types, character reading order, and character color. All of the store signs (100%) use traditional Chinese characters (繁体), and all of them (100 percent) read from right to left. Moreover, 95.34% of the signs are painted in yellow or gold because these colors represent good luck. In terms of language characteristics according to the types of language structure, we found that the signs use a single structure, composite structure, and other types of structure. The single-structure signs use only the family names the original form (25%) since the names are not complicated and they clearly indicate the identity of the shop owners. The most common family name used is “Lor” (罗) (18.42%) because many Chinese people with this family name settled down in this area. Grocery shop is the most common type of business (34.88%).

Keywords: Chinese store name, Thai people of Chinese descent, Hua Ro market, Ayutthaya

บทนำ

ตลาดหัวรอ เป็นย่านตลาดการค้าแรกของพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นบริเวณชุมทางแม่น้ำลพบุรีและแม่น้ำป่าสักมาบรรจบกัน ทำให้มีแพค้าขายรวมถึงเรือสินค้าเข้ามาอยู่เป็นจำนวนมาก Taengpan (2014, p. 47) ได้กล่าวไว้ว่า ในช่วงสมัยรัชกาลที่ 5 บริเวณหัวรอกลายเป็นย่านตลาดน้ำและตลาดบกที่หนาแน่นไปด้วยร้านค้าเล็กใหญ่มากมาย ทั้งของชาวไทยและชาวจีน เนื่องจากตั้งอยู่ใกล้กับที่ว่าการมณฑลกรุงเก่าในพระราชวังจันทร์เกษม รวมถึงสถานที่ราชการอื่น ๆ ปัจจุบันยังคงเห็นร่องรอยของชาวไทยเชื้อสายจีนที่ยังคงดำเนินกิจการร้านค้าตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษมายังรุ่นของลูกหลาน ตลาดหัวรอ ได้สะท้อนวัฒนธรรมความคิด วิถีชีวิต และความเชื่อของชาวจีนผ่านป้ายร้านค้า ในการบ่งบอกตัวตนของเจ้าของร้าน เนื่องจากบรรพบุรุษของตนเป็นชาวจีนไม่มีความรู้ภาษาไทย ต่อมาเมื่อชาวจีนเริ่มเข้ามาตั้งรกรากและแต่งงานกับคนไทยในพื้นที่ จึงทำให้เกิดการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรม และ

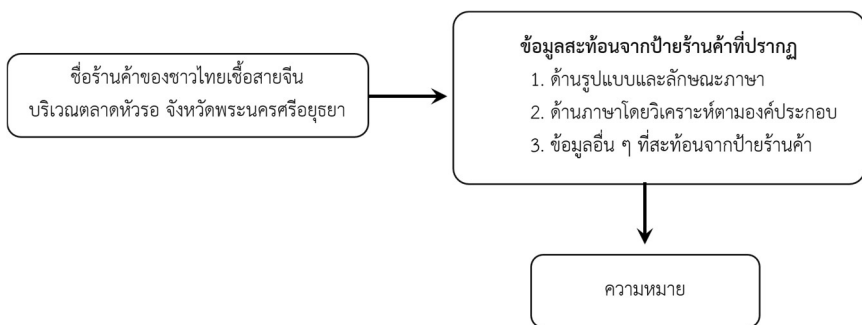
ปรากฏชื่อร้านค้าภาษาไทยมากขึ้น จากการลงพื้นที่สำรวจข้อมูลพบว่า ร้านค้าที่อยู่ในตลาดหัวรอมีจำนวนทั้งสิ้น 96 ร้าน โดยแบ่งเป็นร้านที่มีป้ายอักษรภาษาจีน จำนวน 43 ร้าน และร้านที่ไม่มีป้ายอักษรภาษาจีน จำนวน 53 ร้าน โดยร้านที่ไม่มีป้ายอักษรภาษาจีนแต่เจ้าของร้านเป็นชาวไทยเชื้อสายจีนมีทั้งหมด 35 ร้าน และเป็นร้านของชาวไทย จำนวน 18 ร้าน จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตั้งชื่อร้านภาษาจีน พบว่า มีงานวิจัย 3 ชิ้นที่ศึกษาในบริบทใกล้เคียงกับผู้วิจัย คือ 1) งานวิจัยของ Sodsongkrit (2012, p. 61) ศึกษาเรื่อง การสำรวจและศึกษาวิเคราะห์ชื่อร้านค้าภาษาจีนของชาวไทยเชื้อสายจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี งานวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ป้ายร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีนมีความเกี่ยวข้องกับระบบตระกูลแซ่ ความเชื่อเรื่องคำมงคล รวมทั้งความเป็นเงินแต่จิว 2) งานวิจัยของ Yothinsirikul (2020, p. 55) ศึกษาเรื่อง ภาษาบนป้ายชื่อร้านค้าชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตชุมชนเยาวราช: กรณีศึกษาชื่อร้านค้าภาษาจีนและภาษาไทย จากงานวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึง ลักษณะภาษาและโครงสร้างในการตั้งชื่อร้านค้า ระบบชื่อและตระกูลแซ่ รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจในเขตชุมชนเยาวราช 3) งานวิจัยของ Karanyadech, Phathairak and Limbut (2023, p. 116) ศึกษาเรื่อง การสำรวจและวิเคราะห์ป้ายร้านค้าภาษาจีน กรณีศึกษา: ชุมชนจีนตลาดเก่าระนอง จากงานวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึง ประเภท โครงสร้าง และคำมงคลที่นิยมใช้ในการตั้งชื่อร้านค้า ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาโครงสร้างและความหมายของป้ายร้านค้าที่ปรากฏบริเวณตลาดหัวรอ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาว่าเป็นอย่างไร เหมือนหรือแตกต่างจากงานวิจัยข้างต้นอย่างไร ทำให้เข้าใจสิ่งที่เจ้าของร้านต้องการสื่อสารผ่านป้ายร้านค้าของตนเองในแง่มุมต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของชาวจีนที่อาศัยอยู่ในตลาดหัวรอ

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาและวิเคราะห์โครงสร้างและความหมาย ตลอดจนข้อมูลที่สะท้อนจากป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีน ในพื้นที่ตลาดหัวรอ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กรอบแนวคิด

บทความวิจัยเรื่องการสำรวจและวิเคราะห์ชื่อร้านค้าภาษาจีนของชาวไทยเชื้อสายจีนบริเวณตลาดหัวรอ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

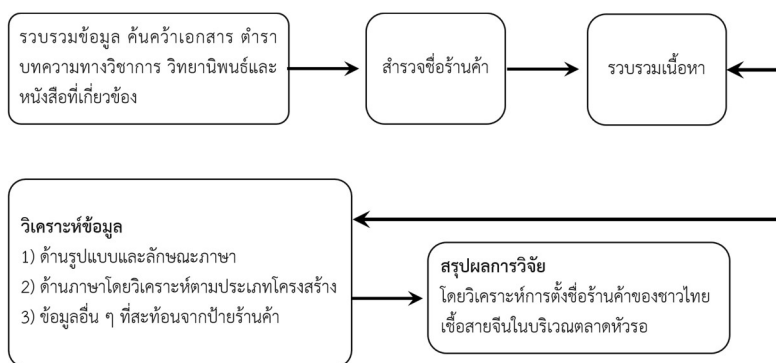


ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

Figure 1. Conceptual Framework

วิธีดำเนินการวิจัย

บทความวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยอาศัย การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และตีความด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) จากตัวอักษรจีนที่ปรากฏอยู่บริเวณป้ายร้านค้า จำนวนทั้งสิ้น 96 ร้าน โดยร้านที่มีป้ายอักษร ภาษาจีน จำนวน 43 ร้าน และร้านที่ไม่มีป้ายอักษรภาษาจีน จำนวน 53 ร้าน ร้านที่ไม่มีป้าย อักษรภาษาจีนแต่เจ้าของร้านเป็นชาวไทยเชื้อสายจีน จำนวน 35 ร้าน และเป็นร้านของชาวไทย จำนวน 18 ร้าน ในบริเวณตลาดหัวรอ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยนำชื่อร้านภาษาจีนมาแยกหน่วยคำ จากนั้นจัดกลุ่มตามความหมาย และนำเสนอ ผลการวิจัยโดยการพรรณนา



ภาพที่ 2 แผนผังการวิจัย

Figure 2. Research Flowchart

ผลการวิจัยเชิงสังเคราะห์

การสำรวจและวิเคราะห์ชื่อร้านค้าภาษาจีนของชาวไทยเชื้อสายจีนบริเวณตลาดหัวรอ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถแบ่งเป็น 3 ด้านดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์รูปแบบและลักษณะของภาษาของชื่อร้านค้า

1.1 รูปแบบและลักษณะของภาษา จากการวิเคราะห์พบว่า ชื่อร้านค้าภาษาจีนที่สำรวจแบ่งได้ 3 แบบ คือ ประเภทตัวอักษร ลำดับการอ่านอักษรจีน และสีของอักษรจีน

1.1.1 ประเภทตัวอักษร ประเภทตัวอักษรของชื่อร้านค้า บริเวณตลาดหัวรอ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวนทั้งสิ้น 96 ร้าน จากการวิเคราะห์พบว่า ร้านที่มีป้ายอักษรภาษาจีน จำนวน 43 ร้าน ซึ่งชาวจีนใช้อักษรจีนตัวเต็ม (繁体) ทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100 เนื่องจากชาวจีนมีการอพยพเข้ามาก่อนการปฏิรูปตัวอักษรจีน ทำให้ชาวไทยเชื้อสายจีนมีความคุ้นเคยกับการใช้อักษรจีนตัวเต็ม และเป็นธรรมเนียมที่ยึดถือปฏิบัติกันมาจนถึงปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าชาวจีนได้อพยพเข้ามาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ก่อนการปฏิรูปตัวอักษรจีน ทำให้อักษรจีนที่ปรากฏบนป้ายร้านค้าในตลาดหัวรอ ล้วนเป็นอักษรจีนตัวเต็ม ซึ่งป้ายถือเป็นอัตลักษณ์อย่างหนึ่งของชาวจีน และร้านค้าต่าง ๆ ล้วนเป็นการสืบทอดกิจการจากรุ่นสู่รุ่น ทำให้คนรุ่นหลังได้เห็นความเป็นจีนที่สะท้อนผ่านป้ายร้านค้า

1.1.2 ลำดับการอ่านอักษรจีน ลำดับการอ่านอักษรจีนของชื่อร้านค้า บริเวณตลาดหัวรอ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากการวิเคราะห์พบว่า ร้านที่มีป้ายอักษรภาษาจีน จำนวน 43 ร้าน อ่านจากขวาไปซ้ายทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100 เนื่องจากในสมัยก่อนชาวจีนเขียนตัวหนังสือจากขวาไปซ้าย และชาวไทยเชื้อสายจีนที่อาศัยอยู่บริเวณตลาดหัวรอ ยังคงได้รับอิทธิพลดังกล่าวจากบรรพบุรุษ จะเห็นได้ว่า ชาวจีนที่อพยพเข้ามาในพระนครศรีอยุธยานั้น ได้อพยพเข้ามา ก่อนที่ประเทศจีนจะมีการเปลี่ยนแปลงการปกครอง ในช่วงปี ค.ศ.1912 แต่การรับเอาวิธีการอ่านแบบชาวตะวันตกเริ่มขึ้นอย่างจริงจังในช่วงของการเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรมใหม่ ในปี ค.ศ.1949 ทำให้ชาวจีนที่อพยพเข้ามาในอยุธยา ยังคงยึดมั่นในรูปแบบวัฒนธรรมดั้งเดิมของของตน และทิ้งร่องรอยเป็นสัญลักษณ์บนป้ายร้านค้าซึ่งเป็นกิจกรรมที่เสี่ยงตนเองและครอบครัวจากรุ่นสู่รุ่น กระทั่งปัจจุบันจนกลายเป็นอัตลักษณ์ทางสังคมที่บ่งบอกถึงความเป็นจีน

1.1.3 สีของอักษรจีน สีของอักษรจีนบนชื่อร้านค้า บริเวณตลาดหัวรอ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากการวิเคราะห์พบว่า 1) ร้านที่มีป้ายอักษรภาษาจีน จำนวน 43 ร้าน ใช้ตัวอักษรสีเหลืองทอง มีจำนวนทั้งสิ้น 41 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 95.34 2) ป้ายร้านค้าที่ใช้อักษรสีขวามีจำนวน 2 ป้าย คิดเป็นร้อยละ 4.65 เนื่องจากสีเหลืองหรือสีทองเป็น

สัญลักษณ์แทนชาติดิน หมายถึง ความเป็นปึกแผ่นมั่นคง ความเจริญรุ่งเรือง ความบริบูรณ์ ซึ่งเป็นสิริมงคลของชาวจีน ส่วนสีขา หมายถึง ความสะอาด ความซื่อสัตย์

2. การวิเคราะห์โครงสร้างของชื่อร้านค้า

จากการวิเคราะห์พบว่า ชื่อร้านค้าภาษาจีนที่สำรวจ แบ่งได้ 3 ประเภท คือ

2.1 โครงสร้างเดี่ยว ชื่อร้านค้านี้มีส่วนประกอบเพียงอย่างเดียว ได้แก่

2.1.1 ภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งเพศชาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อผู้ก่อตั้งเพศชายสำเนียงแต้จิ๋ว

2.1.2 ภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งเพศชาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งเพศชายสำเนียงแต้จิ๋ว

2.1.3 ภาษาจีนใช้คำมงคล ส่วนภาษาไทยใช้คำมงคลสำเนียงแต้จิ๋ว

ตารางที่ 1 ตารางแสดงชื่อร้านค้าภาษาจีนที่เป็นโครงสร้างเดี่ยว บริเวณตลาดหัวรอ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตารางแสดงชื่อร้านค้าโครงสร้างเดี่ยว	
(1) ภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งเพศชาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อผู้ก่อตั้งเพศชายสำเนียงแต้จิ๋ว	
ป้ายชื่อร้านค้าภาษาไทย	ป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีน
ก๊อ้ง	陈记安
กิมจ้วน	黄金源
เต็งเฮง	郭德兴
ซุ่นหลี่	王顺利
จ้วนเฮง	吴源兴
(2) ภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งเพศชาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งเพศชายสำเนียงแต้จิ๋ว	
ป้ายชื่อร้านค้าภาษาไทย	ป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีน
ฮั่วอัน	华安
แต้ย่งฮง	郑永丰
อั้งจุ่นฮวด	洪俊发

ป้ายชื่อร้านค้าภาษาไทย	ป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีน
ล้อม่วยเฮง	罗美兴
เบ็กว้งจ้วน	马广源
ล้อเฮ่งไถ่	罗恒泰
โจ้วเซ่งเฮง	吴成兴
ล้อซุ่ยเซ็ง	罗瑞成
อึ้งบ๊วนกี	黄文记
ล้อเฮ่งฮวด	罗恒发
ล้อซุ่นฮวด	罗顺发
ฉั่วซุงฮวด	蔡春发
เบ็กว้งจ้วน	马广源
เบี่ยงเส็ง	马荣盛
เบี่ยงฮวด	马丰发
เบ็กว้งจ้วน	马广源
ตั้งแม้งแซ	陈明星
ตั้งซึ้งเฮง	陈信兴
(3) ภาษาจีนใช้คำมงคล ส่วนภาษาไทยใช้คำมงคลสำเนียงแต้จิ๋ว	
ป้ายชื่อร้านค้าภาษาไทย	ป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีน
อีล้ง	怡隆
บักกี	木记

Note. Chinese store names with single structure (The stores are located at Hua Raw Market in Phra Nakhon Si Ayutthaya District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province).

จากการเก็บข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ทางสถิติพบว่า จำนวนป้ายร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีน บริเวณตลาด หัวรอ อำเภอพระนครศรีอยุธยาที่เป็นโครงสร้างเดี่ยว โดยภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งเพศชาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อผู้ก่อตั้งเพศชายสำเนียงแต้จิ๋ว มีทั้งหมด 5 ร้าน ได้แก่ 陈记安 (ก๊อ้ง) 黄金源 (กิมจ้วน) 郭德兴 (เต็งเฮง) 王顺利 (ซุ่นหลี่) 吴源兴 (ง่วนเฮง) คิดเป็นร้อยละ 11.62 โดยภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งเพศชาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งเพศชายสำเนียงแต้จิ๋ว มีจำนวนทั้งหมด 18 ร้าน ได้แก่ 华安 (ฮัวอัน) 郑永丰 (แต้ยงเฮง) 洪俊发 (ฮั่งจุ่นฮวด) 罗美兴 (ล้อมุยเฮง) 马广源 (เบ็กวงจ้วน) 罗恒泰 (ล้อเฮงไถ่) 吴成兴 (โ้วเซ่งเฮง) 罗瑞成 (ล้อซุยเซ่ง) 黄文记 (ฮั่งบุนกี้) 罗恒发 (ล้อเฮงฮวด) 罗顺发 (ล้อซุ่นฮวด) 蔡春发 (ฉั่วซุงฮวด) 马广源 (เบ็กวงจ้วน) 马荣盛 (เบ้ยงั่งเส็ง) 马丰发 (เบ้ยฮงฮวด) 马广源 (เบ็กวงจ้วน) 陈明星 (ตั้งเม็งแซ) 陈信兴 (ตั้งซิงเฮง) คิดเป็นร้อยละ 25 โดยภาษาจีนใช้คำมงคล ส่วนภาษาไทยใช้คำมงคลสำเนียงแต้จิ๋ว มีทั้งหมด 2 ร้าน ได้แก่ 怡隆 อี้ล้ง (木记) บักกี้ คิดเป็นร้อยละ 4.65 จากข้อมูลสถิติข้างต้น จะเห็นได้ว่าจำนวนป้ายร้านค้าในบริเวณดังกล่าวที่เป็นโครงสร้างเดี่ยว มีทั้งหมด 25 กิจการ โดยมีจำนวนมากที่สุด 3 อันดับ เรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) ภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งเพศชาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งเพศชาย สำเนียงแต้จิ๋ว คิดเป็นร้อยละ 25 2) ภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งเพศชาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อผู้ก่อตั้งเพศชายสำเนียงแต้จิ๋วคิดเป็นร้อยละ 11.62 3) ชื่อภาษาจีนใช้คำมงคล ส่วนชื่อภาษาไทยใช้คำมงคลสำเนียงแต้จิ๋ว คิดเป็นร้อยละ 4.65 จะเห็นได้ว่าป้ายร้านค้าโครงสร้างเดี่ยวที่ใช้ชื่อภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งเพศชาย ส่วนชื่อภาษาไทยใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งเพศชายสำเนียงแต้จิ๋ว มีจำนวนมากที่สุด รวมทั้งชื่อภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งเพศชาย ส่วนชื่อภาษาไทยใช้ชื่อผู้ก่อตั้งเพศชายสำเนียงแต้จิ๋ว มีจำนวนรองลงมา ดังนั้นจากการสัมภาษณ์ข้อมูลร้านค้าในแต่ละร้าน สรุปได้ว่าบรรพบุรุษของชาวจีนในบริเวณดังกล่าวล้วนเป็นเพศชาย อีกทั้งพวกเขาได้นำชื่อและแซ่ของตนมาตั้งเป็นชื่อร้าน แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของตระกูลแซ่ในวัฒนธรรมจีน อีกทั้งป้ายร้านค้าที่เป็นโครงสร้างเดี่ยวทั้งหมด ชื่อร้านภาษาไทยใช้วิธีทับศัพท์เป็นภาษาจีนสำเนียงแต้จิ๋ว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความโดดเด่นของความเป็นแต้จิ๋วในท้องถิ่นนั้น

2.2 โครงสร้างประกอบ ชื่อร้านค้าประเภทนี้มีส่วนประกอบของชื่อตั้งแต่สองส่วนขึ้นไป ได้แก่

2.2.1 ภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเพศชาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อสินค้าประกอบกับชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเพศชายสำเนียงแต้จิ๋ว

2.2.2 ภาษาจีนใช้ชื่อสินค้าประกอบด้วยชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อสินค้าประกอบด้วยชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศขายและชื่อผู้สืบทอดกิจการเทศหญิงสำเนียงแต้จิ๋ว

2.2.3 ภาษาจีนใช้ชื่อสินค้าประกอบด้วยชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อสินค้าประกอบด้วยชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งเทศขายสำเนียงแต้จิ๋ว

ตารางที่ 2 ตารางแสดงชื่อร้านค้าภาษาจีนที่เป็นโครงสร้างประกอบ บริเวณตลาดหัวรอ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตารางแสดงชื่อร้านค้าโครงสร้างประกอบ	
(1) ภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อสินค้าประกอบด้วยชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศขายสำเนียงแต้จิ๋ว	
ป้ายชื่อร้านค้าภาษาไทย	ป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีน
ห้างทองแต้ฮั่วล้ง	郑和隆
(2) ภาษาจีนใช้ชื่อสินค้าประกอบด้วยชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อสินค้าประกอบด้วยชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศขายและชื่อผู้สืบทอดกิจการเทศหญิงสำเนียงแต้จิ๋ว	
ป้ายชื่อร้านค้าภาษาไทย	ป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีน
ร้านหมอมิทม่งอันตั้ง	马同安堂药
(3) ภาษาจีนใช้ชื่อสินค้าประกอบด้วยชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อสินค้าประกอบด้วยชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งเทศขายสำเนียงแต้จิ๋ว	
ป้ายชื่อร้านค้าภาษาไทย	ป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีน
ห้างขายยาเซ่งง่วนตั้ง	陈成源堂药行

Note. Chinese store names with composite structure (The stores are located at Hua Raw Market in Phra Nakhon Si Ayutthaya District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province).

จากการเก็บข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ทางสถิติพบว่า จำนวนป้ายร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีน บริเวณตลาด หัวรอที่เป็นโครงสร้างประกอบ ภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อสินค้าประกอบด้วยชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศขายสำเนียงแต้จิ๋ว มีทั้งหมด 1 ร้าน คือ (郑和隆) ห้างทองแต้ฮั่วล้ง คิดเป็นร้อยละ 2.32 ภาษาจีนใช้ชื่อสินค้าประกอบด้วยชื่อ และแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อสินค้าประกอบด้วยชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศขายและชื่อผู้สืบทอดกิจการเทศหญิงสำเนียงแต้จิ๋ว มีทั้งหมด

1 ร้าน คือ (马同安堂药) ร้านหมอมิทงอันตัง คิดเป็นร้อยละ 2.32 และภาษาจีนใช้ชื่อสินค้าประกอบกับชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อสินค้าประกอบกับชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งเทศขายสำเนียงแต้จิ๋ว มีทั้งหมด 1 ร้าน คือ (陈成源堂药行) ห้างขายยาเซ่งวุ่นตัง คิดเป็นร้อยละ 2.32

จากข้อมูลสถิติข้างต้น พบว่าจำนวนป้ายร้านค้าในบริเวณดังกล่าวที่เป็นโครงสร้างประกอบ มีทั้งหมด 3 ร้านค้า ร้านทอง 1 ร้าน และร้านขายยา 2 ร้าน โดยภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศขายทั้งหมด ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อสินค้าประกอบกับชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศขายสำเนียงแต้จิ๋ว มีจำนวน 2 ร้าน คือ ห้างทองแต้ฮั่วล้ง และห้างขายยาเซ่งวุ่นตัง ส่วนร้านหมอมิทงอันตัง ใช้ชื่อสินค้าประกอบกับชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศขายและชื่อผู้สืบทอดกิจการเทศหญิงสำเนียงแต้จิ๋ว จะเห็นได้ว่าผู้ก่อตั้งกิจการล้วนเป็นเทศขายที่ใช้ชื่อและแซ่ของตนเองในการตั้งชื่อร้านภาษาจีน สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของตระกูลแซ่ ส่วนชื่อร้านภาษาไทยใช้ชื่อสินค้าประกอบกับชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งเทศขายสำเนียงแต้จิ๋ว เนื่องจากเมื่อชาวจีนที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานไม่รู้ภาษาจีนกลาง จึงใช้ชื่อตนที่เป็นภาษาแต้จิ๋วในการตั้งชื่อร้าน

2.3 โครงสร้างลักษณะอื่น คือ ชื่อภาษาไทยและชื่อภาษาจีนไม่มีความสัมพันธ์กันโดยตรง ได้แก่

2.3.1 ภาษาจีนใช้ชื่อสินค้าประกอบกับชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อสินค้าประกอบกับคำว่า “ไทย”

2.3.2 ภาษาจีนใช้ชื่อสินค้าประกอบกับชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อสินค้าประกอบกับคำมงคล

2.3.3 ภาษาจีนใช้คำมงคลเป็นส่วนประกอบ ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อผู้สืบทอดกิจการเทศหญิง

2.3.4 ภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งกิจการเทศหญิง ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อผู้สืบทอดกิจการเทศขายประกอบกับคำมงคล

2.3.5 ภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อผู้สืบทอดกิจการที่ใช้ทั้งชื่อสามีและภรรยา

2.3.6 ภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อผู้สืบทอดกิจการเทศขายประกอบกับคำว่า “พานิช”

2.3.7 ภาษาจีนใช้แซ่ตระกูลประกอบกับคำมงคล ส่วนภาษาไทยตั้งขึ้นตามถิ่นฐานของครอบครัวในไทย

2.3.8 ภาษาจีนใช้คำมงคล ส่วนภาษาไทยเป็นชื่อของกิจการประกอบกับคำว่า “ภันท์”

2.3.9 ภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนภาษาไทยเป็นชื่อ
กิจการประกอบคำว่า “ภัณฑ์”

2.3.10 ภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนภาษาไทยหมายถึง
ผู้สืบทอดกิจการเทศขาย

ตารางที่ 3 ตารางแสดงชื่อร้านค้าภาษาจีนที่เป็นโครงสร้างลักษณะอื่น บริเวณตลาดหัวรอ
อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตารางแสดงชื่อร้านค้าโครงสร้างลักษณะอื่น	
(1) ชื่อภาษาจีนใช้ชื่อสินค้าประกอบกับชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนชื่อภาษาไทยใช้ชื่อสินค้าประกอบกับคำว่า “ไทย”	
ป้ายชื่อร้านค้าภาษาไทย	ป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีน
ห้างทองนครไทย	赵明和发金行
ห้างทองทองไทย	郑和隆金行
(2) ชื่อภาษาจีนใช้ชื่อสินค้าประกอบกับชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนชื่อภาษาไทยใช้ชื่อสินค้าประกอบกับคำมงคล	
ป้ายชื่อร้านค้าภาษาไทย	ป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีน
ห้างทองชัยมงคล	赵泰和发金行
ห้างทองทองดี	周荣发金行
(3) ชื่อภาษาจีนใช้คำมงคลเป็นส่วนประกอบ ส่วนชื่อภาษาไทยใช้ชื่อของผู้สืบทอดกิจการเทศหญิง	
ป้ายชื่อร้านค้าภาษาไทย	ป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีน
เจนศิริ	鸿发
(4) ชื่อภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งกิจการเทศหญิง ส่วนชื่อภาษาไทยใช้ชื่อผู้สืบทอดกิจการเทศขายประกอบกับคำมงคล	
ป้ายชื่อร้านค้าภาษาไทย	ป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีน
ศรีสุนทร	陈利安
(5) ชื่อภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนชื่อภาษาไทยใช้ชื่อผู้สืบทอดกิจการที่ใช้ทั้งชื่อสามีและภรรยา	
ป้ายชื่อร้านค้าภาษาไทย	ป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีน
ประเสริฐพร	罗恒发

(6) ชื่อภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนชื่อภาษาไทยใช้ชื่อผู้สืบทอดกิจการเทศขายประกอบด้วยคำว่า “พานิช”	
ป้ายชื่อร้านค้าภาษาไทย	ป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีน
ทวีศักดิ์พานิช	郭义盛
(7) ชื่อภาษาจีนใช้แซ่ตระกูลประกอบกับคำมงคล ส่วนชื่อภาษาไทยตั้งขึ้นตามถิ่นฐานที่ตั้งของครอบครัวในประเทศไทย	
ป้ายชื่อร้านค้าภาษาไทย	ป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีน
กรุงเก่า	杜得福
(8) ชื่อภาษาจีนใช้คำมงคล ส่วนชื่อภาษาไทยเป็นชื่อของกิจการประกอบด้วย คำว่า “ภณห์”	
ป้ายชื่อร้านค้าภาษาไทย	ป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีน
โลหะภณห์	福合隆
(9) ชื่อภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนชื่อภาษาไทยเป็นชื่อของกิจการประกอบด้วย คำว่า “ภณห์”	
ป้ายชื่อร้านค้าภาษาไทย	ป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีน
นานาภณห์	郑和隆
อุดมภณห์	罗俊兴
ประมณภณห์	郭德兴
(10) ชื่อภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนชื่อภาษาไทยหมายถึงผู้สืบทอดกิจการเทศขาย	
ป้ายชื่อร้านค้าภาษาไทย	ป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีน
ลูกชายยี่เฮง	梁怡兴

Note. Chinese store names with other types of structure (The stores are located at Hua Raw Market in Phra Nakhon Si Ayutthaya District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province).

จากการเก็บข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ทางสถิติพบว่า จำนวนป้ายร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีน บริเวณตลาด หั้วรอ อำเภอพระนครศรีอยุธยาที่เป็นโครงสร้างประกอบ โดยภาษาจีนใช้ชื่อสินค้าประกอบกับชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อสินค้าประกอบด้วยคำว่า “ไทย” มี 2 ร้าน ได้แก่ (赵明和发金行) ห้างทองนครไทย (郑和隆金行)

ห้างทองทองไทย คิดเป็นร้อยละ 4.65 โดยภาษาจีนใช้ชื่อสินค้าประกอบด้วยชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศชาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อสินค้าประกอบด้วยคำมงคลมี 2 ร้าน ได้แก่ (赵泰和发金行) ห้างทองชัยมงคล (周荣发金行) ห้างทองทองดี คิดเป็นร้อยละ 4.65 จะเห็นได้ว่าป้ายร้านค้าของร้านทองทั้ง 4 ร้านที่ปรากฏอยู่ในบริเวณดังกล่าว โดยชื่อภาษาจีนใช้ชื่อสินค้าประกอบด้วยชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศชาย ส่วนชื่อภาษาไทยนั้นนอกจากจะมีการตั้งชื่อโดยใช้คำว่า “ไทย” เพื่อบ่งบอกความเป็นไทยเพื่อกลมกลืนกับคนในพื้นที่ ยังมีชื่อร้านทองอีก 2 ร้าน ใช้คำมงคลเป็นส่วนประกอบ ได้แก่ คำว่า ชัยมงคล และคำว่า ทองดี คำมงคลเหล่านี้ล้วนปรากฏในร้านทอง ซึ่งทองเป็นสัญลักษณ์ของความมงคล ร่ำรวย สะท้อนให้เห็นถึงวิธีการตั้งชื่อร้านค้าที่มีคำมงคลเป็นส่วนประกอบ เพื่อส่งเสริมให้ร้านค้าของตนและผู้ซื้อให้มีความเจริญรุ่งเรือง

ป้ายร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีน โดยชื่อภาษาจีนใช้คำมงคลเป็นส่วนประกอบ ส่วนชื่อภาษาไทยใช้ชื่อของผู้สืบทอดกิจการเทศหญิง มีทั้งหมด 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 2.32 ได้แก่ ชื่อภาษาจีน 鸿发 แปลว่า งอกงาม+เจริญมากมายชื่อภาษาไทย คือ เจริญศิริ เป็นชื่อของผู้สืบทอดกิจการ ป้ายร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีน โดยภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งกิจการเทศหญิง ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อผู้สืบทอดกิจการเทศชายประกอบด้วยคำมงคล มีทั้งหมด 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 2.32 ได้แก่ ชื่อภาษาจีน 陈利安 แซ่+กำไรเงินทอง+ราบรื่น ชื่อภาษาไทยคือ ศรีสุนทร ซึ่ง ศรี เป็นคำมงคล ตั้งขึ้นเพื่อความเป็นสิริมงคลของกิจการ ส่วนสุนทร เป็นชื่อผู้สืบทอดกิจการ ป้ายร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีน โดยภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งกิจการเทศชาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อผู้สืบทอดกิจการที่ใช้ทั้งชื่อสามีและภรรยา มีทั้งหมด 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 2.32 ได้แก่ ชื่อภาษาจีน 罗恒发 แซ่+ยาวนาน+เจริญรุ่งเรือง ชื่อภาษาไทยคือ ประเสริฐพร โดยประเสริฐนั้นคือชื่อของสามี ส่วนพรคือชื่อภรรยาของคุณประเสริฐ โดยคุณพระเป็นคนตั้งชื่อป้ายเพื่อต้องการให้มีชื่อสามี กลายเป็นชื่อร้านว่าประเสริฐพร ป้ายร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีน โดยชื่อภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งกิจการเทศชาย ส่วนชื่อภาษาไทยใช้ชื่อผู้สืบทอดกิจการเทศชายประกอบด้วยคำว่า “พานิช” มีทั้งหมด 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 2.32 ได้แก่ ชื่อภาษาจีน 郭义盛 แซ่+ยาวนาน+เจริญรุ่งเรือง เป็นชื่อผู้ก่อตั้งกิจการเทศชาย ชื่อภาษาไทยคือ ทวีศักดิ์พานิช ซึ่งทวีศักดิ์ คือผู้สืบทอดกิจการ ป้ายร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีน โดยภาษาจีนใช้แซ่ตระกูลประกอบด้วยคำมงคล ส่วนภาษาไทยตั้งขึ้นตามถิ่นฐานที่ตั้งของครอบครัวในประเทศไทย มีทั้งหมด 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 2.32 ได้แก่ ชื่อภาษาจีน 杜得福 แซ่+รับ+ความสุข ชื่อภาษาไทยคือ กรุงเก่า ตั้งขึ้นตามถิ่นฐานที่ตั้งของครอบครัวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ป้ายร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีน โดยภาษาจีนใช้คำมงคล ส่วนภาษาไทยเป็นชื่อของกิจการประกอบด้วย คำว่า “ภัณท์” มีทั้งหมด 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 2.32 ได้แก่ ชื่อภาษาจีน คือ 福合隆 แปลว่า บุญวาสนา+เจริญรุ่งเรือง

ชื่อภาษาไทยคือ โลหะภัณฑ์ ป้ายร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีน โดยภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนภาษาไทยเป็นชื่อของกิจการประกอบด้วย คำว่า “ภัณฑ์” มีทั้งหมด 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 6.97 ได้แก่ ชื่อภาษาจีน คือ 郑和隆 แซ่+เจริญรุ่งเรือง ชื่อภาษาไทย คือ นานาภัณฑ์ ชื่อภาษาจีน คือ 罗俊兴 แซ่+แก่งรอบด้าน+เจริญรุ่งเรือง ชื่อภาษาไทย คือ อุดมภัณฑ์ ชื่อภาษาจีน คือ 郭德兴 แซ่+คุณธรรม+เจริญรุ่งเรือง ชื่อภาษาไทย คือ ประมณภัณฑ์ จำนวนป้ายร้านค้าของชาวไทยเชื้อสายจีน บริเวณตลาดหัวรอ อำเภอพระนครศรีอยุธยา ที่เป็นโครงสร้างลักษณะอื่น โดยภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนภาษาไทยหมายถึงผู้สืบทอดกิจการเทศขาย ทั้งหมด 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 2.32 ได้แก่ ชื่อภาษาจีน คือ 梁怡兴 แซ่+ความสุข+เจริญรุ่งเรือง ชื่อภาษาไทยคือ ลูกขายเยี่ยงเป็นผู้สืบทอดกิจการ จากข้อมูลสถิติข้างต้น จะเห็นได้ว่าจำนวนป้ายร้านค้าบริเวณดังกล่าวเป็นโครงสร้างประกอบ มีทั้งหมด 14 ป้ายร้านค้า โดยป้ายร้านค้าโครงสร้างลักษณะอื่น ๆ ที่มีโดยมีจำนวนมากที่สุด 3 อันดับ เรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) ภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนภาษาไทยเป็นชื่อของกิจการประกอบด้วย คำว่า “ภัณฑ์” คิดเป็นร้อยละ 6.97 2) ภาษาจีนใช้ชื่อสินค้าประกอบกับชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อสินค้าประกอบกับคำว่า “ไทย” คิดเป็นร้อยละ 4.65 3) ภาษาจีนใช้ชื่อสินค้าประกอบกับชื่อและแซ่ผู้ก่อตั้งกิจการเทศขาย ส่วนภาษาไทยใช้ชื่อสินค้าประกอบกับคำมงคล คิดเป็นร้อยละ 4.65

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า ชาวจีนที่ประกอบกิจการอยู่ในตลาดหัวรอยังคงให้ความสำคัญกับชื่อและตระกูลแซ่ของผู้ก่อตั้ง เช่นเดียวกับโครงสร้างเดี่ยว และโครงสร้างประกอบ สะท้อนให้เห็นว่า บรรพบุรุษของชาวไทยเชื้อสายจีนในพื้นที่ดังกล่าวเป็นเทศขาย โดยชื่อของพวกเขามีความหมายที่เป็นมงคลอยู่แล้วจึงนำมาตั้งเป็นชื่อร้านเพื่อสิริมงคลของร้าน และบ่งบอกถึงความเป็นเจ้าของ นอกจากนี้ยังมีป้ายร้านค้าภาษาจีนที่ใช้คำมงคลในการตั้งชื่อร้าน ส่วนป้ายชื่อร้านภาษาไทยมีการใช้ชื่อสินค้ามาประกอบกับชื่อร้าน และมีการใช้คำว่า “ภัณฑ์” หมายถึง สิ่งของ เครื่องใช้ และ “พานิช” หมายถึง การค้าขาย โดยปรากฏในร้านขายอุปกรณ์ก่อสร้าง อุปกรณ์การเกษตร และอุปกรณ์การประมง เพื่อประโยชน์ผู้ซื้อสินค้า ซึ่งปัจจุบันป้ายภาษาจีนได้สูญเสียความสามารถในการสื่อสารไปแล้ว เหลือเพียงอัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นจีนเท่านั้น ส่วนป้ายภาษาไทยใช้เพื่อประโยชน์ในการสื่อสารกับลูกค้า สรุปได้ว่า ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างเดี่ยว โครงสร้างประกอบ หรือโครงสร้างในลักษณะอื่น ล้วนสะท้อนให้เห็นถึงกลวิธีในการตั้งชื่อร้านค้าของเจ้าของร้านเพื่อบ่งบอกความเป็นเจ้าของ และใช้ในการสื่อสารกับผู้มาซื้อสินค้า ซึ่งจะแตกต่างกันไปในแต่ละร้าน ขึ้นอยู่กับความต้องการของเจ้าของร้าน

3. ข้อมูลที่สะท้อนจากป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีน

3.1 ตระกูลแซ่ของชาวไทยเชื้อสายจีน

จากการสำรวจป้ายร้านค้า บริเวณตลาดหัวรอ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของกิจการ ดังปรากฏในตารางดังนี้

ตารางที่ 4 ตระกูลแซ่ของชาวไทยเชื้อสายจีน บริเวณตลาดหัวรอ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตระกูลแซ่ของชาวไทยเชื้อสายจีน	จำนวนร้าน	คิดเป็นร้อยละ
郑 (แซ่แต้)	4	10.52
郭 (แซ่ก๊วย)	3	7.89
黄 (แซ่ฮั้ง)	2	5.26
洪 (แซ่ฮ้อง)	1	2.63
马 (แซ่แป้)	6	15.78
罗 (แซ่ล้อ)	7	18.42
吴 (แซ่ไฉว)	2	5.26
王 (แซ่ฮ้าง)	1	2.63
陈 (แซ่ตั้ง)	5	13.15
蔡 (แซ่ฉั่ว)	1	2.63
杜 (แซ่ไต้ว)	1	2.63
周 (แซ่จิว)	1	2.63
梁 (แซ่เลียง)	1	2.63
赵 (แซ่เตี๋ย)	2	5.26
华 (แซ่ฮัว)	1	2.63
福 (แซ่ฮุก)	1	2.63
รวม	39	100

Note. Chinese family names of Thai people of Chinese descent at Hua Raw Market in Phra Nakhon Si Ayutthaya District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

จากการเก็บข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ทางสถิติพบว่า แซ่ของชาวไทยเชื้อสายจีน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาทั้งหมด 16 แซ่ ได้แก่ 郑 (แซ่แต้) 郭 (แซ่ก้วย) 黄 (แซ่ฮวง) 洪 (แซ่ฮอง) 马 (แซ่เบ๊) 罗 (แซ่ล้อ) 吴 (แซ่โ้ว) 王 (แซ่เอ็ง) 陈 (แซ่ตั้ง) 蔡 (แซ่ฉั่ว) 杜 (แซ่ไต้) 周 (แซ่จิ๋ว) 梁 (แซ่เลียง) 赵 (แซ่เตี๋ย) 华 (แซ่ฮั่ว) 福 (แซ่ฮุก) แซ่ที่มีจำนวนมากที่สุด 3 อันดับ เรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ 1) 罗 (แซ่ล้อ) คิดเป็นร้อยละ 18.42 2) 马 (แซ่เบ๊) คิดเป็นร้อยละ 15.78 3) 陈 (แซ่ตั้ง) คิดเป็นร้อยละ 13.15 จะเห็นได้ว่า ชาวจีนทุกคนมีการใช้แซ่ และ สืบทอดกันมานานนับพันปี รวมทั้งชาวจีนในไทยที่ยังมีระบบแซ่ที่ยึดโยงตนเองไว้กับรากเหง้า บ่งบอกถึงการสำนึกรักบ้านเกิดและการนับถือบรรพบุรุษ

3.2 ประเภทของกิจการ

จากการสำรวจป้ายร้านค้า บริเวณตลาดหัวรอ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยานั้น พบข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของกิจการ ดังปรากฏในตารางดังนี้

ตารางที่ 5 ตารางแสดงจำนวนประเภทของกิจการ บริเวณตลาดหัวรอ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จำนวนประเภทของกิจการ		
ประเภทกิจการ	จำนวนร้าน	คิดเป็นร้อยละ
ร้านรองเท้า	1	2.32
ร้านขายของชำ	15	34.88
ร้านขายอุปกรณ์ตัดเสื้อ	1	2.32
ร้านขายเครื่องดื่ม	1	2.32
ร้านขายสิ่งพิมพ์	2	4.65
ร้านขายเครื่องเสียง (วิทยุ)	1	2.32
ร้านขายชุดเครื่องนอน	2	4.65
ร้านขายชุดเครื่องนอนและเครื่องนุ่งห่ม	2	4.65
ร้านขายน้ำตาลสด	1	2.32
ร้านขายยาแผนโบราณ	2	4.65
ร้านขายเสื่อน้ำมัน	1	2.32
ร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม	2	4.65
ร้านขายอุปกรณ์ก่อสร้าง	3	6.97

จำนวนประเภทของกิจการ		
ร้านขายอุปกรณ์การเกษตร	1	2.32
ร้านขายอุปกรณ์ครัวเรือน	1	2.32
ร้านขายอุปกรณ์การประมง	1	2.32
ร้านทอง	6	13.95
รวม	43	100

Note. Types of business at Hua Raw Market in Phra Nakhon Si Ayutthaya District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

จากการเก็บข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ทางสถิติพบว่า จำนวนประเภทของกิจการของชาวไทยเชื้อสายจีนในตลาดหัวรอ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีทั้งหมด 17 โดยกิจการที่มีจำนวนมากที่สุด 3 อันดับ เรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ 1) ร้านขายของชำ คิดเป็นร้อยละ 34.88 2) ร้านทอง คิดเป็นร้อยละ 13.95 3) ร้านขายอุปกรณ์ก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 6.97

จากสถิติข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ชาวจีนแต่ดั้งเดิมที่อพยพเข้ามาในอยุธยา โดยมากแล้วมักมาเปิดกิจการร้านขายของชำ ซึ่งเป็นกิจการที่ใช้เงินทุนไม่มาก และไม่จำเป็นต้องมีทักษะหรือความเชี่ยวชาญพิเศษ ส่วนร้านทองก็เป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่เป็นที่นิยมของชาวไทยเชื้อสายจีน เนื่องจากชาวไทยเชื้อสายจีนมีระบบกสิ จึงเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการระดมทุนและส่งต่อธุรกิจรุ่นสู่รุ่น นอกจากนี้ธุรกิจค้าขายวัสดุก่อสร้างก็เป็นอีกธุรกิจหนึ่งของชาวไทยเชื้อสายจีน เนื่องจากชาวจีนมีลักษณะนิสัยย อดทน สู้งาน ต่อมาก็ได้ผันตัวเองเป็นเจ้าของกิจการ

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบจำนวนป้ายร้านค้าจำนวนทั้งสิ้น 96 ร้าน โดยร้านที่มีป้ายอักษรภาษาจีน จำนวน 43 ร้าน และร้านที่ไม่มีป้ายอักษรภาษาจีน จำนวน 53 ร้าน ทั้งนี้ร้านที่ไม่มีป้ายอักษรภาษาจีนแต่เจ้าของร้านเป็นชาวไทยเชื้อสายจีน จำนวน 35 ร้าน และเป็นร้านของชาวไทย จำนวน 18 ร้าน สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ในด้านรูปแบบและลักษณะของภาษา พบว่าป้ายร้านค้าภาษาจีนของชาวไทยเชื้อสายจีน บริเวณตลาดหัวรอ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สะท้อนให้เห็นว่าชาวจีนใช้อักษรจีนตัวเต็มทั้งหมด ซึ่งสอดคล้องกับ Sriman (1976, p. 5) ได้กล่าวไว้ว่า จีนใหม่คือชาวจีนที่อพยพเข้ามาตั้งแต่จีนมีการเปลี่ยนแปลงการปกครองในปี ค.ศ. 1912 นอกจากนี้ Sikkakoson (2008, p. 1) ได้กล่าวไว้ว่า อักษรจีนพัฒนาจากอักษรภาพยากแก่การจดจำ

จีนจึงเริ่มปฏิรูปอักษรจีนเป็นอักษรตัวย่อ และเป็นตัวอักษรจีนที่อ่านจากขวาไปซ้ายทั้งหมด สอดคล้องกับ Wamwanit (2024, p. 1) ได้กล่าวไว้ว่า (甲骨文) หรืออักษรบนกระดูกสัตว์ ส่งผลต่อวัฒนธรรมการเขียนภาษาจีนเป็นอย่างมาก เนื่องจากการบันทึกอักษรในยุคแรก ๆ เกิดขึ้นในพิธีกรรม ซึ่งต้องเขียนจากบนลงล่าง ขวาไปซ้ายเสมอ จึงกลายเป็นธรรมเนียมที่ปฏิบัติต่อกันมา นอกจากนี้ป้ายร้านค้าส่วนใหญ่นิยมใช้สีเหลืองหรือสีทองเป็นสัญลักษณ์ความเป็นสิริมงคล และป้ายร้านค้าบางส่วนใช้อักษรสีขาว จากการสัมภาษณ์พบว่า ชาวไทยเชื้อสายจีนส่วนใหญ่จะชอบสีแดงกับสีทอง เนื่องจากสีดังกล่าวสื่อถึงเรื่องโชคลาภ ในขณะที่สีขาวสำหรับชาวไทยเชื้อสายจีนในตลาดหัวรอ มองว่าสีขาวนั้นเสมือนเป็น สีแห่งความสัตย์จริงและซื่อตรง Supalert (personal communication, August 5, 2023) จะเห็นได้ว่าชาวจีนที่อพยพเข้ามาในตลาดหัวรอก่อนที่จะมีการปฏิรูปตัวอักษรจีน ทำให้อักษรจีนที่ปรากฏล้วนเป็นอักษรจีนตัวเต็ม อีกทั้งในช่วงเวลานั้นจีนยังไม่ได้รับเอาวิธีการอ่านแบบตะวันตกมาใช้ ทำให้ชาวจีนยังคงยึดถือการอ่านจากขวาไปซ้าย นอกจากนี้สีของตัวอักษรยังแสดงให้เห็นถึงความเชื่อเกี่ยวกับสิริมงคลของชาวจีน

2. จากการวิเคราะห์ในด้านลักษณะภาษาโดยวิเคราะห์ตามองค์ประกอบภาษา พบว่า ป้ายร้านค้าภาษาจีนของชาวไทยเชื้อสายจีน บริเวณตลาดหัวรอ โดยโครงสร้างเดียวมีจำนวนมากที่สุด โดยชื่อภาษาจีนส่วนใหญ่เป็นชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งกิจการเพศชาย สะท้อนให้เห็นว่าบรรพบุรุษของชาวไทยเชื้อสายจีนในพื้นที่ดังกล่าวเป็นเพศชาย และนิยมนำชื่อและแซ่ของตนมาตั้งเป็นชื่อป้ายร้าน ส่วนชื่อภาษาไทยมักนิยมถอดเสียงเป็นภาษาจีนสำเนียงแต้จิ๋ว เนื่องจากไม่มีความรู้ภาษาจีนกลาง และความรู้ภาษาไทยจึงตั้งชื่อร้านโดยใช้ภาษาถิ่นของตน นอกจากนี้ป้ายชื่อร้านค้าภาษาไทยใช้ชื่อผู้สืบทอดกิจการเพศชายมากกว่าเพศหญิง แสดงให้เห็นถึงแนวคิดเรื่องผู้ชายเป็นใหญ่ในสังคมจีนที่ลูกชายจะเป็นผู้สืบทอดกิจการ นอกจากนี้ยังพบว่า มีร้านค้าจำนวน 3 ร้านที่ชื่อภาษาไทยใช้ชื่อสถานที่เป็นส่วนประกอบ คือ (赵明和发金行) ห้างทองนครไทย (郑和隆金行) ห้างทองทองไทย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความต้องการกลมกลืนกับคนไทยในพื้นที่เพื่อประโยชน์ทางการค้า และ (杜得福) กรุงเก่า โดยสาเหตุที่ตั้งชื่อร้านว่ากรุงเก่า เนื่องจากต้องการระบุถิ่นฐานที่ตั้งของตนหลังจากที่อพยพเข้ามาในประเทศไทย และจะเห็นได้ว่าป้ายร้านค้าภาษาจีนและภาษาไทยเป็นป้ายที่ปรากฏขึ้นพร้อมกันทั้งสองภาษา นอกจากนี้ยังพบว่าห้างทองแต้ฮั่วล้ง (郑和隆) และห้างทองทองไทย (郑和隆金行) ใช้ชื่อภาษาจีนเป็นชื่อเดียวกัน เนื่องจากผู้ก่อตั้งเป็นบุคคลคนเดียวกันซึ่งเป็นเพศชาย และเมื่อมีการเปิดกิจการใหม่โดยลูกหลานอีกหนึ่งร้านก็ยังคงใช้ชื่อผู้ก่อตั้งเหมือนเดิม เพียงแต่ได้เพิ่มคำว่า金行 ในป้ายชื่อ ซึ่งเป็นชื่อประเภทของสินค้า มีความหมายว่า ห้างทอง เพื่อให้

บ่งบอกว่าเป็นกิจการของตนเองที่แยกมาเปิดใหม่ แต่ก็ยังมีความสัมพันธ์กับร้านเก่าอยู่ และจากการศึกษาพบว่าในพื้นที่ดังกล่าวไม่มีการตั้งรกรากของชาวจีนใหม่ในพื้นที่

3. ในด้านข้อมูลที่สะท้อนจากป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีนยังสะท้อนให้เห็นถึงตระกูลแซ่ของผู้ประกอบกิจการ ซึ่งพบว่าในพื้นที่ตลาดหัวรอ ชาวไทยเชื้อสายจีนแซ่ลั่ว (罗) มีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือแซ่มา (马) (แซ่เป่) และประเภทรูรกิจของผู้ประกอบการที่พบมากที่สุดคือ ร้านขายของชำ รองลงมาคือ ร้านทอง และร้านขายอุปกรณ์ก่อสร้าง ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าชาวจีนในไทยให้ความสำคัญกับระบบตระกูลแซ่ ในสมัยอยุธยาถึงสมัยปลายรัตนโกสินทร์ ชาวจีนนิยมนำของจากประเทศตนเข้ามาขายในไทย และนำสินค้าจากไทยกลับไปขายในจีน ทำให้คนจีนมีความคุ้นชินกับธุรกิจซื้อมาขายไป นอกจากนี้อาชีพที่คนจีนนิยมมากในอดีตคือ กุฏิแบกหาม งานก่อสร้าง และเมื่อพวกเขาเก็บเงินได้จำนวนหนึ่งก็เริ่มก่อตั้งกิจการของตนเอง โดยเฉพาะธุรกิจร้านทอง นอกจากนี้ยังพบร้านค้าที่ไม่มีตัวอักษรจีนปรากฏอยู่มีจำนวนทั้งสิ้น 53 ร้าน ซึ่งเจ้าของเป็นเป็นชาวไทยเชื้อสายจีน จำนวน 35 ร้าน และเป็นร้านของชาวไทย จำนวน 18 ร้าน ซึ่งเป็นกลุ่มคนไทยที่ย้ายเข้ามาใหม่อยู่ต่อจากเจ้าของเดิม แสดงให้เห็นถึงการผสมกลมกลืนของชาวไทยเชื้อสายจีน จะเห็นได้ว่าป้ายร้านค้าที่ปรากฏได้สูญเสียหน้าที่ทางการสื่อสารไปบางส่วนแล้ว คงไว้เพียงคุณค่าให้กับเจ้าของร้านในการบ่งบอกตัวตนและที่มาเท่านั้น

เมื่อนำไปเปรียบเทียบกับผลวิจัยของ Sodsongkrit (2012, p. 61) เรื่องการสำรวจและศึกษาวิเคราะห์ชื่อร้านค้าภาษาจีนของชาวไทยเชื้อสายจีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ตระกูลแซ่ของชาวไทยเชื้อสายจีนในจังหวัดอุบลราชธานี “แซ่ตั้ง” มีจำนวนมากที่สุด ส่วนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีตระกูล “แซ่ลั่ว” มากที่สุด และต่างค้าขายของชำมากที่สุด อีกทั้งป้ายชื่อร้านค้าทั้งสองพื้นที่นี้ต่างใช้โครงสร้างแบบส่วนประกอบเดียวที่ประกอบด้วยชื่อคนอย่างเดียวกันโดยคงแซ่ในภาษาต้นทางไว้มากที่สุด แต่ในจังหวัดอุบลราชธานีมีการตั้งชื่อร้านโดยใช้คำบอกสถานที่เพียงอย่างเดียว ส่วนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบว่า ชื่อภาษาจีนใช้ชื่อและแซ่ของผู้ก่อตั้งเพศชายทั้งหมด

และเมื่อเปรียบเทียบกับผลวิจัยของ Yothinsirikul (2020, p. 55) เรื่อง การศึกษาภาษาบนป้ายชื่อร้านค้าชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตชุมชนเยาวราช: กรณีศึกษาชื่อร้านค้าภาษาจีนและภาษาไทย พบว่า แซ่ของผู้ประกอบการชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตชุมชนเยาวราชมีแซ่ “ลิ้ม” มากที่สุด และกลุ่มธุรกิจที่พบมากที่สุด คือ ร้านขายอาหารประเภทอาหารแห้งและอาหารสด ในส่วนของชื่อร้านค้าใช้ชื่อแซ่ของชาวจีนเป็นหลัก เช่นเดียวกันกับป้ายชื่อร้านค้าที่พบในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และจังหวัดอุบลราชธานี แต่สิ่งที่แตกต่างคือ ป้ายร้านค้าในเยาวราชมีการใช้อักษรจีนทับศัพท์เสียงอ่านภาษาอังกฤษ ซึ่งป้ายชื่อร้านค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และจังหวัดอุบลราชธานีไม่มีภาพสะท้อนในลักษณะดังกล่าว

และเมื่อเปรียบเทียบกับผลวิจัยของ Karanyadech et al. (2023, p. 116) เรื่อง การสำรวจและวิเคราะห์ป้ายร้านค้าภาษาจีน กรณีศึกษา: ชุมชนจีนตลาดเก่าระนอง พบว่า ประเภทของร้านค้าที่พบมากที่สุดคือ ร้านขายของชำ รองลงมาคือร้านทอง ส่วนโครงสร้างที่พบมากที่สุดคือ โครงสร้างเดี่ยวที่ประกอบด้วยชื่อคนเพียงอย่างเดียว โครงสร้างผสมที่พบมากที่สุดคือ โครงสร้างที่ประกอบด้วย แซ่+ชื่อคน เช่นเดียวกับในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ จังหวัดอุบลราชธานี

จะเห็นได้ว่างานวิจัยดังกล่าว พบว่าชื่อร้านค้าที่ประกอบด้วยชื่อและแซ่มีจำนวนมากที่สุด แต่งานวิจัยดังกล่าวไม่ได้มีการวิเคราะห์ว่าชื่อและแซ่ที่ปรากฏเป็นผู้ก่อตั้งหรือผู้สืบทอดกิจการ เป็นเพศชายหรือเพศหญิง ดังนั้นงานวิจัยในพื้นที่ตลาดหัวรอ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จึงวิเคราะห์ในส่วนนี้ด้วย เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่แตกต่างและชัดเจนมากยิ่งขึ้น และแบ่งโครงสร้างทางภาษาโดยอิงจากป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีน และภาษาไทยควบคู่กัน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

บทความวิจัยนี้ศึกษาวิเคราะห์แต่เพียงชื่อร้านค้าภาษาจีนของชาวไทยเชื้อสายจีน บริเวณตลาดหัวรอ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเท่านั้น ในงานวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยเห็นว่าควรศึกษาวิเคราะห์ชื่อร้านค้าภาษาจีนของชาวไทยเชื้อสายจีนในพื้นที่อื่นว่าต่าง หรือเหมือนกันอย่างไร อะไรเป็นสาเหตุของความต่างและเหมือน รวมถึงศึกษาการตั้งชื่อร้านค้ายุคใหม่ว่าเหมือนหรือต่างจากชื่อร้านค้าในอดีตอย่างไร เพื่อให้ได้องค์ความรู้ในแง่มุมที่หลากหลายและครบถ้วนสมบูรณ์

เอกสารอ้างอิง

- Chaiya, K., & Wiwatchot, K. (2015). *Shrine and ethnic preservation of Thai-Chinese people in the area of the island of Ayutthaya*. Ayutthaya: Phra Nakhon Si Ayutthaya Rajabhat University.
- Champapan, K. (2016). *Ayutthaya from an international port city society to a world heritage site*. Bangkok: Museum Press Publishing House.
- Karanyadech, Y., Phathairak, S., & Limbut, P. (2023). A Survey and Analysis of Chinese Shop Signs : A Case Study of the Chinese Community in Ranong Old Market. *Social science journal Political Science*, 7(2), 115-134.
- Sikkakoson. (2008). Evolution of Chinese characters. *Sinlapawatthanatham Journal*. Retrieved from https://www.silpamag.com/history/article_66873

- Sikkakoson. (2023). Why? Teochew Chinese people like to trade more than do government work. *Sinlapawatthanatham Journal*. Retrieved from https://www.silpa-mag.com/history/article_82460
- Sriman, K. (1976). *Chinese society in Thailand*. (Master's thesis). Royal Thai Army College, Bangkok.
- Sodsongkrit, M. (2012). A survey and analysis of Chinese Shop Names among Chinese Thais in the area of Muang District, Ubon Ratchathani Province. *Journal of Liberal Arts Ubon Ratchathani University*, 8(2), 69-89.
- Taengphan, P. (2014). Trade in Hua Ro Ayutthaya: From the River to the Road. *Muang Boran Journal*, 40(3), 33-45.
- Thairath. (2021). Get to know the 5 Chinese clans, descendants of dragons in Thailand Revealing the origins of Chinese surnames. *Thairath online*. Retrieved from <https://www.thairath.co.th/lifestyle/culture/2030525>
- Wamwanit, M. (2024). *Why are Chinese characters written from top to bottom? Move the line from right to left, Learn Chinese with "Chinese language.com"*. Retrieved from <https://pasajeen.com/chinese-characters-left-to-right/>
- Wongthet, S. (2023). *Ayothaya is older than Sukhothai. Origin of Ayutthaya, Rattanakosin prototype*. Retrieved from https://www.silpa-mag.com/history/article_106970
- Yothinsirikul, S.(2020). A study of language on Chinese-Thai shop names in the Yaowarat community: A case study of Chinese and Thai Shop Names. *Silpakorn University Journal*, 21(1), 55-76.