



## วารสารวิชาการ

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

### ชื่อร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลา : พลวัตทางภาษา สังคมและพหุวัฒนธรรมร่วมสมัย

วันที่รับ : 5 กันยายน 2567

วันที่แก้ไข : 6 ตุลาคม 2567

วันที่ตอบรับ : 28 ตุลาคม 2567

นางลักขณ์ ขุนทอง\*

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

\*corresponding author e-mail: chananglak.kh@skru.ac.th

#### บทคัดย่อ

การศึกษาชื่อร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลา : พลวัตทางภาษาสังคมและพหุวัฒนธรรมร่วมสมัย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะและภาษาในการตั้งชื่อร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลา เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและพหุวัฒนธรรมร่วมสมัยจากชื่อร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลา

ผลการศึกษาปรากฏลักษณะการตั้งชื่อร้านค้า มี 6 ลักษณะ ดังนี้ 1. การตั้งชื่อบุคคลร่วมกับกิจการ จำนวน 66 ชื่อ 2. การตั้งชื่อเฉพาะร่วมกับกิจการ จำนวน 37 ชื่อ 3. การตั้งชื่อกิจการร่วมกับที่ตั้งร้านค้า จำนวน 15 ชื่อ 4. การตั้งชื่อกิจการโดยเฉพาะ จำนวน 13 ชื่อ 5. การตั้งชื่อบุคคลโดยเฉพาะ จำนวน 10 ชื่อ 6. การตั้งชื่อเฉพาะอื่น ๆ จำนวน 9 ชื่อ การใช้ภาษาในการตั้งชื่อร้านค้า มี 4 ลักษณะ ดังนี้ 1. การใช้ภาษาอังกฤษในการตั้งชื่อร้านค้า จำนวน 45 ชื่อ 2. การใช้ภาษาจีนในการตั้งชื่อร้านค้า จำนวน 42 ชื่อ 3. การใช้คำทับศัพท์ภาษามลายู จำนวน 33 ชื่อ 4. การใช้คำไทยปนภาษาจีนและภาษาอังกฤษ จำนวน 30 ชื่อ การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและพหุวัฒนธรรมร่วมสมัยจากชื่อร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลา มี 2 ลักษณะ ดังนี้ 1. ร้านค้าดั้งเดิมที่ได้รับการสืบทอด 2. ร้านค้าแนวใหม่ตามยุคสมัย ร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลา พลวัตทางภาษา สังคมและพหุวัฒนธรรมร่วมสมัย สะท้อนความร่วมมือที่เกิดจากคนรุ่นก่อนกับคนรุ่นใหม่ที่อยู่ร่วมกันของ 3 ศาสนา 3 เชื้อชาติ พุทธ มุสลิม และจีน มายาวนานและตลอดไป

คำสำคัญ: ชื่อร้านค้า, พลวัต, พหุวัฒนธรรม, ร่วมสมัย



วารสารวิชาการ

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

## Naming of shops in the old town of Songkhla: the dynamics of language, and Contemporary Multicultural Society

Received : 5 September 2024

Revised : 6 October 2024

Accepted : 28 October 2024

Chananglak Khuntong\*

Faculty of Humanities and Social Sciences

\*corresponding author e-mail: chananglak.kh@skru.ac.th

### Abstract

A Study on Shop Names in Songkhla Old Town: Linguistic, Social and Contemporary Multicultural Dynamics The objective is to study the characteristics and language of shop names in Songkhla Old Town.

The results of the study showed that there are 6 characteristics of naming shops as follows: 1. Naming individuals in conjunction with businesses. The most common names are 66 names 2. Specific naming with the business are 37 names 3. Naming the business in conjunction with the location of the store are 15 names 4. Specific naming of the business are 13 names 5. Naming the specific person are 10 names 6. Other specific naming are 9 names. The use of language in naming the store has 4 characteristics as follows: 1. The use of English in naming the most common store with 45 names 2. The use of Chinese in the naming of the store are 42 names 3. The use of Malay transliteration are 33 names. 4. The contemporary social and multicultural are 30 names. The contemporary social and multicultural changes from the name of the shop in Songkhla Old Town have two characteristics as follows: 1. Traditional shops that have been inherited. 2. New Shops with the Times. Contemporary linguistic, social and multicultural dynamics reflect the contemporaneity created by the previous generation and the new generation living together with 3 religions, 3 races, Buddhism, Muslims and China for a long time and forever.

**Keywords:** Store Name, Dynamic, Multicultural, Contemporary



## วารสารวิชาการ

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

### บทนำ

เมืองเก่าสงขลาเป็นย่านการค้ามาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีผู้คนที่อยู่อาศัยดั้งเดิมและผู้คนทีแว่เวียนเข้าไปอยู่อาศัยและทำมาค้าขายไม่ขาดสาย เป็นเมืองเก่าที่มีชีวิตและลมหายใจมาอย่างยาวนานจากรุ่นสู่รุ่นจวบจนปัจจุบัน มีลูกหลานของครอบครัวชาวจีน ชาวพุทธ และชาวมุสลิม ที่อาศัยอยู่ร่วมกันอย่างเกื้อกูลปรองดองกันมาอย่างมีความสุข สะท้อนให้เห็นถึงสังคมพหุวัฒนธรรมที่มีความร่วมสมัยอยู่ร่วมกันอย่างลงตัว ทั้งด้านการดำรงชีวิต กิจการ ร้านค้า ศาสนา ความเชื่อ ผลงานสร้างสรรค์ ศิลปะ และวัฒนธรรม ปัจจุบันเมืองเก่าสงขลาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่ยุ่หาความเก่าแก่ที่มีมนต์ขลัง และเมืองสงขลากำลังอยู่ในกระบวนการขับเคลื่อนให้สงขลาขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก

ร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลาที่มีอยู่จำนวนมากบนถนน 3 เส้นหลัก คือ ถนนนครนอก ถนนนครใน และถนนนางงาม ปรากฏการตั้งชื่อร้านค้าเก่าแก่ที่มีอายุ 50 ปี จนถึง 100 กว่าปี และยังคงดำเนินกิจการอยู่จนถึงปัจจุบัน มีกิจการที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านค้าที่เป็นของชาวจีนที่มาค้าขาย และย้ายถิ่นฐานเข้ามาอยู่อาศัยในย่านเมืองเก่าสงขลาที่เคยเป็นเมืองท่าสำคัญแห่งนี้ ปรากฏร้านค้าของชาวจีน ร้านค้าที่เป็นของคนไทย และร้านค้าของชาวมุสลิมอยู่เคียงกัน ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงของร้านค้าที่อยู่ดั้งเดิม และร้านค้าที่มีความผสมผสานของร้านเดิมกับความสมัยใหม่ และร้านค้าที่เกิดขึ้นใหม่ ภายใต้อาคารสถานที่ตั้งร้านที่เป็นสถาปัตยกรรมจีน อิสลาม และตะวันตก สะท้อนถึงพลวัตของร้านค้าขายดั้งเดิม มาเป็นร้านค้าที่มีลักษณะร่วมสมัยและร้านอาหารและเครื่องดื่มใหม่ที่เรียกว่า คาเฟ่ (Café)

อัตลักษณ์ของร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลาที่สำคัญอย่างหนึ่ง คือ ชื่อของร้านค้า ปรากฏการตั้งชื่อร้านค้าที่มีการใช้ภาษาที่หลากหลาย ทั้งภาษาไทย ภาษาจีน ภาษามลายู ภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น ๆ สะท้อนให้เห็นที่มาของชื่อร้านค้า ลักษณะและรูปแบบของการประกอบกิจการ ตลอดจนวิถีชีวิต ความเชื่อ ศาสนา และวัฒนธรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย

ชื่อร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลาจึงมีมนต์เสน่ห์ของการเดินทางของภาษา สังคม และพหุวัฒนธรรมระหว่างไทยจีน อิสลามที่มีความร่วมสมัยของยุคเก่าและใหม่เข้าไว้ด้วยกัน เป็นพลวัตที่สะท้อนความเจริญรุ่งเรืองทางการค้าที่ยังคงมีชีวิตและลมหายใจของคนสงขลาในอดีตจนถึงปัจจุบัน จนนำไปสู่การพัฒนาและผลักดันเมืองเก่าสงขลาสู่ “เมืองมรดกโลก” ในอนาคต

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะและภาษาในการตั้งชื่อร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลา
2. เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและพหุวัฒนธรรมร่วมสมัยจากร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลา

### วิธีดำเนินการวิจัย

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิจัยจากเอกสารข้อมูลและบทสัมภาษณ์เกี่ยวกับร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลา ในช่วงปี พ.ศ. 2562–2565 ดังนี้

- 1.1 หนังสือเรื่อง สงขลาบ่อียง แผ่นดินทองสองทะเล โดยจิระนันท์ พิตรปรีชา บรรณาธิการ
- 1.2 หนังสือเรื่อง บันทึกเรื่องราวการนำสงขลาสู่มรดกโลก โดย ภาคใต้โพกัส
- 1.3 บทสัมภาษณ์จากหนังสือพิมพ์ฉบับพิเศษ อัปเดตเรื่องราวของย่านเมืองเก่าสงขลา ปี พ.ศ. 2563 โดยสังเคราะห์แสง และ a.e.y.SPACe
- 1.4 บทสัมภาษณ์จากหนังสือสารคดี สงขลาสมัยใหม่ในเมืองเก่า

2. ระยะเวลาที่เก็บข้อมูลชื่อร้านค้าหรือชื่อการค้าในย่านเมืองเก่าสงขลาตั้งแต่เดือนกันยายน ปี 2564 ถึง เดือนพฤศจิกายน 2565 รวมระยะเวลา 3 เดือน



## วารสารวิชาการ

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิต

3. รวบรวมข้อมูลชื่อร้านค้าหรือชื่อการค้าในย่านเมืองเก่าสงขลา ที่ตั้งอยู่บนถนนสายหลัก 3 สาย คือ ถนนนครนอก ถนนนครใน และถนนนางงาม รวมถึงร้านค้าหรือกิจการบนถนนรอง 6 สาย ได้แก่ ถนนปัตตานี, ถนนไทรบุรี, ถนนยะลา, ถนนยะหริ่ง, ถนนสายบุรี, ถนนนราธิวาส และถนนรามัญ รวมชื่อกิจการร้านค้า จำนวน 150 ชื่อ

### ผลการวิจัย

การตั้งชื่อร้านค้าหรือชื่อกิจการในย่านเมืองเก่าสงขลา รวมถึงอาคารสถานที่ต่าง ๆ ที่มีชื่อเรียก ทั้งที่มีป้ายร้านค้าที่ปรากฏหรือไม่ปรากฏ หรือมีการเรียกขานกันของกลุ่มคนย่านเมืองเก่าสงขลาและคนในจังหวัดสงขลา โดยการศึกษาลักษณะการตั้งชื่อร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลา การใช้ภาษาในการตั้งชื่อร้านค้า และพลวัตของร้านค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงจากอดีตสู่ปัจจุบัน สะท้อนจากชื่อร้านค้า รูปแบบกิจการ ลักษณะสังคม และพฤติกรรมธรรม ดังนี้

**ลักษณะการตั้งชื่อร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลา มี 6 ลักษณะ ดังนี้**

1. การตั้งชื่อบุคคลร่วมกับกิจการ พบมากที่สุด โดยการตั้งชื่อร้านค้าที่ขึ้นต้นด้วยชื่อของบุคคลก่อน แล้วตามด้วยลักษณะของกิจการที่ค้าขายหรือขึ้นต้นด้วยลักษณะของกิจการที่ค้าขายก่อน แล้วตามด้วยชื่อของบุคคลที่เป็นชื่อจริง หรือนามสกุล หรือชื่อเล่น หรือชื่อฉายา หรือชื่อเฉพาะที่ตั้งขึ้น ร่วมด้วยลักษณะการทำกิจการ ได้แก่ ร้านอาหาร การช่าง ร้านเสริมสวย ดังนี้

1.1 การตั้งชื่อบุคคล ตามด้วยกิจการ โดยการเน้นชื่อตัวบุคคลสำคัญ ตามด้วยการบอกกิจการที่ค้าขาย ได้แก่ ร้านอาหาร หรือกิจการอื่น ๆ ดังนี้

1.1.1 การตั้งชื่อบุคคล ตามด้วยลักษณะกิจการร้านอาหาร นิยมตั้งชื่อบุคคลโดยใช้คำสรรพนามเรียกเครือญาติ หรือชื่อเล่น ชื่อเฉพาะ เพื่อแสดงความใกล้ชิดและเป็นกันเองกับลูกค้า และง่ายต่อการจดจำ แล้วตามด้วยชื่อเมนูอาหารที่ร้านค้าขายเป็นหลัก ตัวอย่าง

“โกหอม ข้าวหมูแดงโบราณ” “โกจ่าย สเต็ก” “เกียดฟิ่ง (โกยาว) ข้าวสวย” “บันหลีเฮง ไอศกรีมถั่วเขียวโบราณ” “แม่ประนอม ข้าวมันไก่ ข้าวไก่ทอด ข้าวหมูแดง หมูกรอบ” “ป้าจวบ ถั่วคั่ว ก้วยเตี่ยวกระดุกหมู” “แพรวา PRAEWA Dessert Café” “อ่อง อาร์ท คาเฟ่” “ไอติมยิว หรือ ร้านจิ้นก้วยหวาน” “ลินส์ Lyn’s Shanghai Café&Gallery” “Mr.Lee Coffee”

1.1.2 การตั้งชื่อบุคคล ตามด้วยกิจการอื่น ๆ โดยการตั้งชื่อบุคคลที่เป็นชื่อจริง ชื่ออักษรย่อ ชื่อเล่น หรือชื่อเฉพาะ ตามด้วยลักษณะร้านค้า ได้แก่ ร้านช่างซ่อม ร้านทอง ร้านผ้าบาติก ร้านเสริมสวย ขนส่ง การประมง ดังตัวอย่าง

“อ. รุ่งโรจน์การช่าง” “ร้านสมชัย การช่าง” “วิโรจน์การโลหะกิจ” “ศ. สีลเสฏฐ์ อ.การไฟฟ้า” “โอห์มอเล็กทรอนิกส์” “ชินเฮง การประมง” “บริษัท หะรินสุดขนส่ง จำกัด” “ปทุม ซาลอน” “เก๋ เฉิดฉิม บริการสระ ไดร” “สุพิศ บิวตี้ ซาลอน” “อ้อด ซาลอน” “พงศบาติก” “ร้านกาญจนา รับทำทองรูปพรรณทุกชนิด” “โต CO CREATION” “GUDANK ART สกรีนเสื้อ”

1.1.3 การตั้งชื่อบุคคล ตามด้วยความพิเศษเฉพาะของร้านค้า เช่น ความเก่าแก่ ตำนาน ประวัติที่มีความเป็นมายาวนาน เพื่อแสดงความน่าสนใจ ความน่าเชื่อถือของร้านให้มากขึ้น ตัวอย่าง

“เกียดฟิ่ง (โกยาว) ข้าวสวย เจ้าแรกต้นตำรับในสงขลา” “อ้วน แป๊ะยก 3 รุ่น 100 ปี”

1.2 การตั้งชื่อกิจการ ตามด้วยชื่อบุคคล โดยการเน้นลักษณะกิจการที่ค้าขาย ได้แก่ ร้านอาหาร หรือกิจการอื่น ๆ ดังนี้

1.2.1 การตั้งชื่อร้านอาหาร ตามด้วยชื่อบุคคล โดยเน้นประเภทอาหารที่ขายขึ้นก่อนชื่อบุคคล เพื่อให้ลูกค้ารู้จักและจดจำรายการอาหารที่ขายเป็นหลัก ตัวอย่าง

“ก้วยจับ เขาวราช โกตุ้ม” “ก้วยเตี่ยว ตั้ง อิม ล้วง” “กล้วยทอด ยายเล็ก” “ไอติมถั่วเขียว อาเต็ก” “ข้าวมันไก่เจี๊ตา นาทาลี”



## วารสารวิชาการ

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิต

1.2.2 การตั้งชื่อกิจการอื่น ๆ ตามด้วยชื่อบุคคล เพื่อเน้นลักษณะกิจการ นิยมใช้กับร้านเสริมสวย และร้านอื่น ๆ ตัวอย่าง

“เสริมสวย ไพลิน” “เสริมสวย หญิงแอร์” “เสริมสวย เพื่อนกัน” “บ้านอุไรรัตน์” “ติวเตอร์ ครูเอกณัฐ” “ท่าเรือหะริน สาขา 2” “โรงพิมพ์ ทวีทรัพย์” “ห้องเสื้อ อานาร์” “อัยยวาริน Aivarin นวดเพื่อสุขภาพ”

**2. การตั้งชื่อเฉพาะร่วมกับกิจการ** เป็นการตั้งชื่อที่มีลักษณะเฉพาะขึ้น เพื่อสร้างความพิเศษ แปลกใหม่ ทันสมัย ได้แก่ ร้านอาหาร และร้านค้าอื่น ๆ ดังนี้

2.1 การตั้งชื่อเฉพาะ ตามด้วยกิจการ ดังนี้

2.1.1 การตั้งชื่อเฉพาะ ตามด้วยกิจการร้านอาหาร ส่วนใหญ่ปรากฏการตั้งชื่อเฉพาะเป็นภาษาอังกฤษ ตามกิจการประเภทร้านอาหาร หรือร้านขายอาหารว่างและเครื่องดื่ม (กาแฟ) ที่เขียนเป็นภาษาอังกฤษเช่นกัน ตัวอย่าง

“CHOW Breakfast & Brunch” “Crab stories café & restaurant” “TITAN PROJECT Museum Café Stay” “PASSION CAFÉ” “BLUE SMILE CAFÉ” “BOTTLE MILK COFFEE” “GRAND PA NEVER DRUNK ALONE” “SINGORA ICECREAM”

2.1.2 การตั้งชื่อเฉพาะ ตามด้วยกิจการอื่น ๆ โดยการตั้งชื่อเฉพาะที่สื่อความหมายเฉพาะเพื่อสื่อถึงกิจการ ตัวอย่าง

“แสงไทยวัสดุภัณฑ์” “ไทยพานิช จำหน่าย สบง จีวร” “ไวน์ทิพย์ รับซื้อรางวัล” “สมิหลา สงขลาทัวร์” “อาร์ตเซนเตอร์ ไซมอน” “เลค คอร์ท” “เดอะ รুম 71 BARBER & HAIR THERAPY” “Club House Touring คลับเฮาส์ ทัวร์ริง”

2.2 การตั้งชื่อกิจการ ตามด้วยชื่อเฉพาะ ปรากฏการตั้งชื่อกิจการประเภทร้านขายเครื่องดื่ม Café และที่พัก ตัวอย่าง

“Café De See” “Café De Roo” “HOSTEL CRAB stories”

**3. การตั้งชื่อกิจการร่วมกับที่ตั้งร้านค้า** เป็นการตั้งชื่อร้านค้าที่เน้นกิจการที่ค้าขาย ตามด้วยการระบุตำแหน่งที่ตั้งของร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลา ส่วนใหญ่นิยมใช้ชื่อถนน 3 สายหลักของเมืองเก่าสงขลา ได้แก่ ถนนนครนอก ถนนนครใน และถนนนางงาม ทำให้ลูกค้าเดินทางไปยังร้านค้าได้แม่นยำขึ้น ดังนี้

3.1 การตั้งชื่อกิจการ ตามด้วยที่ตั้งร้านค้า ส่วนใหญ่เป็นร้านค้าประเภทร้านอาหาร ตามด้วยที่ตั้งที่เป็นชื่อถนน หรือตรอกซอกซอยต่าง ๆ และชื่อทำน้ำที่อยู่ในย่านเมืองเก่าสงขลา ตัวอย่าง

“สุกียากี้ นครใน” “ก๋วยเตี๋ยวเนื้อ นครใน” “ทะเลบัว ถนนนครนอก” “ก๋วยเตี๋ยวในรู” “น้ำชา คักดีสิทธิ์” (ทำน้ำคักดีสิทธิ์) “ข้าวแกง คริวสองเล”

3.2 การตั้งชื่อที่ตั้งร้านค้า ตามด้วยกิจการ ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านขายของฝาก ร้านขายเครื่องดื่ม ร้านเพื่อสุขภาพ ร้านขายเสื้อผ้า ตัวอย่าง

“นครในรสเด็ด ตามสั่ง” “สองนคร ปอเปียะสด ขนمجีบ” “นครในใจ Coffee Rocks” “ณ นครใน นวดเพื่อสุขภาพ” “สงขลา บาติก”

3.3 การตั้งชื่อเฉพาะ ตามด้วยที่ตั้งร้านค้า ได้แก่ ร้านขายของฝาก ร้านขายของกระจุกกระจิกที่ปักให้เช่า ตัวอย่าง

“บ้านนครใน” “เลิฟลี่ นครใน” “ณ นครใน” “ร้านยินดี สงขลา”

**4. การตั้งชื่อกิจการโดยเฉพาะ** เป็นการตั้งชื่อที่เน้นลักษณะกิจการที่ต้องการค้าขายหรือให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าหรือผู้พบเห็นเข้าใจชัดเจนได้ทันที ส่วนใหญ่เป็นร้านอาหาร ได้แก่ ร้านอาหารตามสั่ง ร้านขายขนม ร้านอาหารเช้า ตัวอย่าง

“ก๋วยเตี๋ยวเป็ดตุ๋นยาจีน” “ขนมบอก” “ขนมค่อม (ขนมใส่ไส้) ขนมกล้วย ข้าวต้มมัด ขนมเทียน” “ไอติมโอ่ง” “THAI CREPE ขนมเบ็องโบราณ”

**5. การตั้งชื่อบุคคลโดยเฉพาะ** เป็นการตั้งชื่อบุคคลเดี่ยว ๆ ที่ต้องการเน้นตัวบุคคลที่เป็นเจ้าของกิจการหรือชื่อวงศ์ตระกูล ตัวอย่าง



## วารสารวิชาการ

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิต

“เจินิ” (ขายบะหมี่ ก๋วยเตี๋ยว ข้าวต้มปลา หมี่ซั่วปลา) “กอบกุล” (ร้านขายขนมไทย) “แต่เฮียงอิว หรือร้านแต่” “ตั้งฮั่วกิม” (ร้านขายอาหารทานเล่น)

6. การตั้งชื่อเฉพาะอื่น ๆ เป็นการตั้งชื่อที่ใช้คำเฉพาะที่ต้องการสื่อถึงสัญลักษณ์หรือที่มาที่เป็นส่วนหนึ่งของร้านค้าหรือเจ้าของร้านค้า ตัวอย่าง

“ดีปลี่” “บ้านกัปตัน” (ร้านขายข้าวและขนมหวานของมุสลิม) “สองแสน” (ร้านขายขนมไทย) “สินอดุลย์พันธ์” (ร้านขายสินค้าของฝากสงขลา)

“Studio 55 สตูดิโอ ฟิวตี้ไฟฟ์” “Songkhla Station” “สแตนดาร์ด บรูว์ STAND BREW” “HEART MADE” (ร้านขายร้านเครื่องดื่มประเภทกาแฟ)

ลักษณะการตั้งชื่อร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลา ปรากฏการตั้งชื่อบุคคลร่วมกับกิจการร้านค้า พบมากที่สุด สะท้อนให้เห็นถึงการตั้งชื่อที่ให้ความสำคัญกับชื่อของบุคคลที่เป็นเจ้าของกิจการมาเป็นอันดับแรก

การใช้ภาษาในการตั้งชื่อร้านค้า มี 4 ลักษณะ ดังนี้

1. การใช้ภาษาอังกฤษในการตั้งชื่อร้านค้า พบมากที่สุด เพื่อสื่อถึงความทันสมัยและแสดงความเป็นสากล จากการได้รับอิทธิพลตะวันตกมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ดังนี้

1.1 การใช้คำภาษาไทยปนภาษาอังกฤษในการตั้งชื่อร้านค้า โดยการใช้ชื่อบุคคลเป็นภาษาไทยและตามด้วยคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ หรือคำศัพท์ภาษาอังกฤษ เพื่อให้คนไทยทั่วไปอ่านง่าย แต่ยังคงความทันสมัย ดังนี้

1.1.1 การใช้คำภาษาไทยปนคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ ตัวอย่าง

“ปทุม ซาลอน” “สุพิศ บิวตี้ ซาลอน” “อ๊อด ซาลอน” “พงศ์บาดิก” “อ่อง อาร์ท คาเฟ่” “ติวเตอร์ ครูเอกณัฐ” “สมิทธา สงขลาทัวร์” “เลฟลี นครโน” “พรชัย เซ็นเตอร์” “บ้านสกรีน สงขลา” “แกลอรีบ้านโบราณ ย่านเมืองเก่าสงขลา” “บ้านกัปตัน” “ไวน์ทิพย์ รับซื้อรางวัล”

1.1.2 การใช้คำภาษาไทยปนคำภาษาอังกฤษ ตัวอย่าง

“THAI CREPE ขนมเบื้องโบราณ” “โต CO CREATION” “GUDANK ART สกรีนเสื้อ” “แพรวา PRAEWA Dessert Café” “นครในใจ Coffee Rocks” “อัยยวาริน Aivarin นวดเพื่อสุขภาพ” “โชติภรณ์ Jotibhan”

1.2 การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษปนคำภาษาอังกฤษ การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษและภาษาอังกฤษ ทำให้ชื่อร้านค้ามีทั้งความเป็นไทยและสากล และเพื่อให้คนไทยทั่วไปอ่านออกเสียงได้ง่าย ตัวอย่าง

“เดอะ รูม 71 BARBER & HAIR THERAPY” “ลินส์ Lyn’s Shanghai Café&Gallery” “Studio 55 สตูดิโอ ฟิวตี้ไฟฟ์” “สแตนดาร์ด บรูว์ STAND BREW”

1.3 การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในการตั้งชื่อร้านค้า เพื่อให้คนไทยทั่วไปอ่านง่าย ตัวอย่าง

“เลค คอร์ท” “เลค คอร์ท” คำว่า “เลค” มาจากคำภาษาอังกฤษว่า “Lake” แปลว่า ทะเลสาบ และคำว่า “คอร์ท” มาจากคำภาษาอังกฤษว่า “court” แปลว่า ที่พัก ชื่อ “เลค คอร์ท” เป็นที่พักอาศัยให้เช่าในรูปแบบโรงแรมที่ตั้งอยู่ใกล้ทะเลสาบสงขลา

“ซิงเกอร์” มาจากคำภาษาอังกฤษคำว่า “singer” ตามความหมายตรง แปลว่า นักร้อง ในที่นี้เป็นชื่อร้านค้าเก่าแก่ขายเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิดที่มีมายาวนานอยู่คู่กับเมืองเก่าสงขลา

1.4 การใช้คำภาษาอังกฤษ ส่วนใหญ่เป็นชื่อร้านอาหาร หรือร้านขายเครื่องดื่ม ที่พกให้เช่า ที่จัดแสดงงานศิลปะ พิพิธภัณฑสถาน บริษัทขนส่งทางเรือ โดยการใช้ภาษาอังกฤษที่สื่อความเข้าใจ ชัดเจนและกระชับกว่าการใช้ภาษาไทย ตัวอย่าง

“ Mr.Lee Coffee” “ Coffee Pae Cactus” “ CHOW Breakfast & Brunch” “ Café De See” “ Café De Roo” “ Songkhla Station” “ TITAN PROJECT Museum Café Stay” “ PASSION CAFÉ” “BLUE SMILE CAFÉ” “Crab stories café & restaurant” “HEART MADE” “SINGORA ICECREAM” “BOTTLE MILK COFFEE” “ GRAND PA NEVER DRUNK ALONE” “ HOSTEL CRAB stories” “ SIRICHOL 1 ” “THE APOTHECARY OF SINGORA” “ART MILL SONGKHLA CENTER”



## วารสารวิชาการ

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

2. การใช้ภาษาจีนในการตั้งชื่อร้านค้า สะท้อนให้เห็นว่ามีชาวจีนมาก่อตั้งกิจการในย่านเมืองเก่าสงขลา และให้ความสำคัญกับการใช้ภาษาจีนเพื่อแสดงถึงเชื้อชาติ และให้ความหมายที่เป็นสิริมงคลผ่านภาษา และการได้รับอิทธิพลทางภาษาไทย มีการใช้คำภาษาไทยและคำทับศัพท์ภาษาจีนปรากฏอยู่ในการตั้งชื่อร้านด้วย เพื่อให้คนไทยทั่วไปอ่านออกเสียงง่ายและจดจำได้ง่าย ดังนี้

2.1 การใช้คำไทยปนคำทับศัพท์ภาษาจีน พบมากที่สุด โดยการใช้ภาษาในการตั้งชื่อที่มีทั้งคำไทยและคำทับศัพท์ภาษาจีนเพื่อให้คนทั่วไปอ่านเข้าใจง่ายและยังคงความเป็นตัวตนของบุคคลหรือวงศ์ตระกูลที่เป็นคนจีนในฐานะเจ้าของร้านค้า คำทับศัพท์ภาษาจีนส่วนใหญ่เป็นคำสรรพนามที่ใช้เรียกเครือญาติที่คนไทยคุ้นชิน เช่น โก เจ๊ แป๊ะ หรือ คำที่มีความหมายเป็นสิริมงคล เจริญรุ่งเรือง ร่ำรวย เช่น คำว่า เฮง เป็นต้น ตัวอย่าง

“ซินเฮง การประมง” “บันหลีเฮง ไอศกรีมถั่วเขียวโบราณ” “เกียดฟ่ง (โกยิว) ข้าวสตู” “ก้วยเตี่ยวตั้ง อิม ล้วง” “จิ้นก้วยฮวน หรือ ไอติมยิว” “โกหอม ข้าวหมูแดงโบราณ” “โกจ่าย สเต็ก” “กวยจับ เยววราช โกตุ้ม” “ไอติมถั่วเขียว อาเต็ก” “เจ๊นิ บะหมี่ เกี้ยว ข้าวต้มปลา หมี่ซั่วปลา” “ข้าวมันไก่เจ๊ตา นาดาลี” “อ้วน แป๊ะยก 3 รุ่น 100 ปี”

2.2 การใช้คำทับศัพท์ภาษาจีนและคำอักษรจีน การใช้คำอักษรภาษาจีนที่เป็นคำที่ตรงกันกับคำทับศัพท์ภาษาจีนของชื่อร้านค้า เพื่อให้คนทั่วไปอ่านออกเสียงได้ง่ายในภาษาไทย และเพื่อสื่อถึงความเป็นคนจีนที่เป็นเจ้าของกิจการ และตัวอักษรจีนสะท้อนความเป็นสิริมงคล ตัวอย่าง “บันหลีเฮง” “แต่เฮียงอิว” “ตั้งฮั่วกิม” และตามด้วยอักษรจีน

2.3 การใช้คำไทยและคำอักษรจีน ตัวอย่าง “สหภัณฑ์” “นพพานิช” และตามด้วยอักษรจีน เป็นการตั้งชื่อร้านที่มีการใช้คำไทยที่มีความหมายในทางเจริญรุ่งเรืองในทางค้าขายร่วมกับอักษรจีนที่มีความหมายในทางสิริมงคล

3. การใช้คำทับศัพท์ภาษามลายู การตั้งชื่อร้านค้าโดยการใช้ชื่อบุคคลที่ใช้ภาษามลายูหรือภาษาอาหรับร่วมกับลักษณะกิจการ ตัวอย่าง

“ห้องเสื้อ อานาร์” “บุหรง อิสลาม” “ตัสนีมเบเกอร์” (TUSNEEMBAKERY) “ร้านดาหวัน”

4. การใช้คำไทยปนภาษาจีนและภาษาอังกฤษ เป็นการใช้คำทับศัพท์ภาษาจีน คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ และคำอักษรจีน รวมอยู่ด้วยกันในป้ายชื่อร้านค้า ตัวอย่าง



ภาพ 1 ชื่อร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลา  
ที่มา : ชนางลักษณ์ ขุนทอง, 2565



ภาพ 2 ชื่อร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลา  
ที่มา : ชนางลักษณ์ ขุนทอง, 2565

“อ่อง อาร์ท อาร์ท คาเฟ่ + คำอักษรภาษาจีน โดยมีคำภาษาจีนที่คำว่า “อ่อง” ซึ่งเป็นชื่อเจ้าของร้านค้า  
“บริษัท ทรินสุตขนส่ง จำกัด ตามด้วยอักษรภาษาจีน และภาษาอังกฤษ HARINSUT TRANSPORT CO. LTD (BRANCH)





## วารสารวิชาการ

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

การใช้ภาษาในการตั้งชื่อร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลา ปรากฏการใช้คำภาษาอังกฤษในการตั้งชื่อร้านค้า มากที่สุด ส่วนใหญ่เป็นชื่อร้านอาหาร รองลงมาคือ การใช้คำภาษาไทยปนคำภาษาอังกฤษในการตั้งชื่อร้านค้า ส่วนใหญ่เป็นร้านอื่น ๆ สะท้อนให้เห็นว่าภาษาอังกฤษมีอิทธิพลต่อการสร้างความน่าสนใจ แปลกใหม่ โดยการนำถ้อยคำภาษาของยุคสมัยใหม่ที่เป็นภาษาอังกฤษมาใช้ในการตั้งชื่อให้มีลักษณะเฉพาะ มีความทันสมัยนิยมและสามารถสื่อสารสากลได้

### การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและพฤติกรรมร่วมสมัยจากชื่อร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลา

ร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลา มีร้านค้าที่ยังคงลักษณะกิจการและคงชื่อดั้งเดิมจนถึงปัจจุบัน และร้านค้าที่มีการปรับเปลี่ยนใหม่ เช่น ปรับปรุงกิจการเดิมที่ใช้ชื่อร้านค้าเดิมให้เข้ากับยุคสมัยของผู้รับช่วงต่อกิจการจากรุ่นสู่รุ่น เปลี่ยนแปลงจากกิจการเดิมเป็นกิจการใหม่และปรับชื่อร้านค้าใหม่ หรือร้านค้าที่เกิดขึ้นมาใหม่โดยเจ้าของอาคารหรือห้องแถวในย่านนี้ได้ขายต่อหรือให้เช่าพื้นที่กับผู้ประกอบการใหม่ ๆ เปิดเป็นกิจการใหม่ ๆ ที่เพิ่งตั้งขึ้นไม่นาน ทำให้กิจการร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลา มีการตั้งชื่อร้านค้าที่มีความเป็น “พลวัต” ทางภาษาที่มีการเปลี่ยนแปลง สะท้อนสังคมอดีตและปัจจุบัน

ท่ามกลางค่านิยมความสมัยใหม่ที่มีเทคโนโลยีก้าวหน้า นวัตกรรมใหม่ ๆ นั้น ยังมีคนรุ่นใหม่ที่มีค่านิยม หรือรสนิยมอนุรักษ์ของเก่าหรือความเก่าคลาสสิกที่ยังคงจับต้องได้ในปัจจุบัน ทำให้คนรุ่นใหม่ได้ย้อนอดีตที่เคยทันสมัยในยุคหนึ่ง แต่เก่าหรือล้าสมัยในปัจจุบัน ที่ได้รับการอนุรักษ์ให้คงอยู่ หรือเจตนาสร้างขึ้นใหม่ในลักษณะย้อนยุค ทั้งในรูปแบบอาคารการกินสถานที่ อาคารบ้านเรือน สถาปัตยกรรม ประติมากรรม งานศิลปะ เป็นต้น ได้รับความนิยมมากขึ้นในปัจจุบัน เหล่านี้คือ “ความร่วมมือ” ที่เกิดจากคนรุ่นก่อนกับคนรุ่นใหม่ที่อยู่ร่วมกันได้อย่างลงตัว ดังนี้

#### 1. ร้านค้าดั้งเดิมที่ได้รับการสืบทอด

ส่วนใหญ่เป็นร้านอาหารเก่าแก่ ของคนจีน คนไทย และมุสลิม เป็นร้านขายเครื่องดื่มสมัยใหม่ในรูปแบบคาเฟ่ โดยเจ้าของกิจการที่เป็นคนรุ่นใหม่ และกิจการที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปะหลากหลายแขนง ร้านค้าเหล่านี้ตั้งอยู่ในตัวอาคารเก่าแก่ที่ได้รับการดูแลให้แข็งแรงคงเดิมอยู่ และอาคารที่ชำรุดทรุดโทรมได้มีการปรับปรุงซ่อมแซมใหม่ เพื่อเปิดเป็นร้านค้าต่าง ๆ ร้านค้าที่เป็นร้านอาหารดั้งเดิมและยังคงอยู่จนถึงปัจจุบัน ได้รับการสืบทอดจากทายาท ส่วนใหญ่เป็นร้านอาหารของชาวจีน มีทั้งร้านอาหารคาวหวาน มีชื่อร้านเป็นภาษาจีนเพื่อรักษาความดั้งเดิมที่มีคุณค่า และร้านค้าที่มีการปรับปรุงร้านค้า ปรับชื่อร้านค้าให้ทันสมัยขึ้น ร้านค้าที่ผสมผสานความดั้งเดิมของตัวอาคาร และปรับปรุงสูตรอาหาร เพิ่มเมนูอาหารให้น่าสนใจหลากหลายให้กับคนยุคใหม่ได้ลิ้มลองรสชาติดั้งเดิม และรสชาติตามความนิยมในบรรยากาศที่มีเสน่ห์ของเมืองเก่า ดังนี้

##### 1.1 ร้านอาหารดั้งเดิมชาวไทยเชื้อสายจีนที่ได้รับการสืบทอด ตัวอย่าง

###### “ตั้งฮั่วกิม”

เป็นร้านที่ก่อตั้งโดยคุณฮั่วกิม แซ่ตั้ง ชาวจีนเชื้อสายแต้จิ๋ว เป็นเจ้าของต่อจากเพื่อนที่เปิดเป็นโรงแรมที่พักให้เช่ารูปแบบห้องแถวสี่ห้องยาวต่อกัน ชื่อว่า “เกี้ยว น้ำ จันทร” ในช่วงสมัยรัชกาลที่ 6 ให้บริการเป็น ภายหลังกิจการโรงแรมปิดตัวลง คุณฮั่วกิม จึงเช่าอาคารต่อ เปิดเป็นร้านขายขนมหวาน ของเชื่อม และเปลี่ยนชื่อร้านเป็น “ตั้งฮั่ว กิม” ปัจจุบันในรุ่นที่ 3 คุณศิริพงษ์ สติวรกุล ทำเป็นร้านขายอาหารเช้า น้ำชา กาแฟ ซาลาเปา ขนมจีบสูตรจีนแต้จิ๋วและก๋วยเตี๋ยวหลอด และเป็นร้านสะสมของเก่า ที่เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาชมและเก็บภาพแบบไม่เสียค่าใช้จ่ายได้อีกด้วย โดยมีชื่อเรียกกันโดยทั่วไปเป็นภาษาไทยที่ติดหูกว่าภาษาจีนจากห้องแถวที่เปิดร้านขายมีอยู่ 9 ห้อง ว่า “ขนมจีบ เจ้าเก่าเก่าห้อง”

###### “บ้านหลีเอง”

เป็นร้านไอศกรีมถั่วเขียวโบราณ ที่เปิดร้านมาเมื่ออายุ 90 ปี ที่ก่อตั้งโดยชาวจีนเดินทางมาจากเมืองจีนเข้ามาอยู่อาศัยบนถนนนางงาม และนำสูตรไอศกรีมที่ถนนนางงามโดยใช้สูตรที่นำติดตัวมาจากมณฑลฮกเกี้ยน ปัจจุบันเป็นรุ่นที่ 5 วิธีการทำยังคงดั้งเดิมสืบทอดจากบรรพบุรุษ ผู้สืบทอดร้านค้ายังคงรักษาสูตรการทำไอศกรีมแบบดั้งเดิมไว้ไม่เปลี่ยนแปลง คือการใช้ถังไม้แบบเก่าในการปั่นไอศกรีม และยังใส่ใจในขั้นตอนการเลือกถั่วเขียวที่จะมาต้มอย่างพิถีพิถัน และได้ปรับปรุงรสชาติและเพิ่มรสใหม่ ๆ มีไอติมถั่วเขียว ไอติมไข่แข็ง ทรงเครื่อง ภูเขาไฟ หวานเย็นลิ้นจี่ ทรงเครื่องไข่แข็ง

###### “ร้านข้าวสตูเกียดพัง”

เป็นร้านค้าที่เปิดขายมาตั้งแต่ พ.ศ. 2480 ปัจจุบันได้รับการสืบทอดมาจนถึงรุ่นที่ 3 แล้ว เดิมทีผู้ก่อตั้งร้านชื่อ โกลัก เป็นชาวจีนไหหลำที่เดินทางมาทำมาหากินในเมืองสงขลา ได้ถ่ายทอดสูตรทำสตูหมูไก่ เมื่อครั้งที่เดินทางไปเป็นกูกู้ยู่บนเรือฝรั่ง ตั้งแต่สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ให้แก่ “โกยิว” เจ้าของร้านเกียดพังรุ่นที่ 1 ซึ่งโกยิวได้นำเมนู “ข้าวสตู” มาปรับปรุงดัดแปลง





## วารสารวิชาการ

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

สูตรดั้งเดิม เพื่อให้ถูกปากคนท้องถิ่น ปรับปรุงรสชาติให้เข้ากับยุคสมัย และมีสูตรชาลาเปาที่มีชื่อเสียง เรียกกันว่า “ชาลาเปา ลูกใหญ่” ที่ได้รับความนิยม ทำให้ร้านเกิดฟุ้งเป็นร้านอาหารคู่มือเมืองเก่าสงขลา

“ร้านอ่อง”

ก่อตั้งโดย นายเติกอีว แซ่อ่อง (อ่องตระกูล) กับนางเจี้ยวเกี้ยว แซ่เล (เลชะกุล) ที่ย้ายถิ่นฐานมาจากมณฑลฮกเกี้ยน ประเทศจีน เดิมชื่อ “ร้านอ่อง เฮียบ ฮวด” นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ ร้านอ่องเฮียบฮวด เปิดกิจการมาตั้งแต่เมื่อปี พ.ศ. 2457 เป็นร้านขายเครื่องใช้ไม้สอย ปัจจุบันร้านอ่องเฮียบฮวด ได้ตกทอดมาถึงรุ่นที่ 3 นายสุขประดิษฐ์ สังข์สุวรรณ ทายาทที่รับช่วงต่อได้ปรับเปลี่ยนร้านค้าให้เป็นร้านกาแฟสดสไตล์ย้อนยุค

1.2 ร้านอาหารดั้งเดิมชาวไทยเชื้อสายมุสลิมที่ได้รับการสืบทอด ตัวอย่าง

“ร้านข้าวมันแกงไก่ ร้านบ้านกัปตัน”

เป็นร้านค้าขาย “ข้าวมันแกงไก่” มายาวนานกว่า 100 ปี โดยมี เรียกชื่อร้านกันโดยทั่วไปว่า บ้านกัปตัน (เจ้าของ) ได้รับสูตรตกทอดมาจากรุ่นคุณยาย คือ ชาวมุสลิมปักซ์ได้จะนิยมกินกันในตอนเช้า เรียก “นาซีดาซัง” เป็นอาหารที่อิมทอง ครบรส และราคาไม่แพง และร้านนี้ยังมีความโดดเด่นเรื่องขนมหวาน ได้แก่ ทองหยิบ ทองหยอด

### 2. ร้านค้าแนวใหม่ตามยุคสมัย

ปัจจุบันกระแสนิยมของคนยุคใหม่ในการท่องเที่ยวการพักผ่อนในรูปแบบคาเฟ่ มีร้านอาหารหรือคาเฟ่ต่าง ๆ ที่เป็นที่นิยมของคนรุ่นใหม่ เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากในย่านเมืองเก่าสงขลา โดยคนรุ่นใหม่ผู้ก่อตั้งมีร้านค้าเกิดขึ้นท่ามกลางสถานที่ บรรยากาศ สถาปัตยกรรมยุคเก่าที่ยังคงอยู่จนถึงปัจจุบัน สะท้อนให้เห็นว่านี่คือ ความร่วมสมัยเดียวกันของความเก่า-ใหม่ เข้ากันได้อย่างลงตัว ตัวอย่าง

“Lyn's The Shanghai Cafe”

เป็นร้านอาหารกึ่งคาเฟ่ ที่ใช้บ้านเก่าที่มีอายุกว่า 200 ปี มีบรรยากาศแบบคลาสสิกผสมผสานกับสไตล์จีนเซี่ยงไฮ้ บ้านนี้มีประวัติศาสตร์เมื่อ 100 กว่าปีที่แล้วเป็นร้านขายส่งเครื่องกระป๋อง ชื่อร้าน “ลิ้ม ฮอง เชียง” (Lim Hong Chiang 1910) ตรงกับยุคของเซี่ยงไฮ้ก่อนที่กำลังจะปิดประเทศ เจ้าของร้านคนปัจจุบันตกแต่งร้านสไตล์จีน ด้านหน้าร้านเป็นสไตล์โมเดิร์นไซเนิส มีแก๊งจีนตั้งแต่สมัย รัชกาลที่ 3 มีหลุมหลบภัยที่ลูกค้าสามารถไปเดินไปขอชมได้ นอกจากนี้ ยังมีห้องให้เขาจัดแสดงผลงานศิลปะอีกด้วย

“บ้านโนนคร บูติกโฮเต็ล”

โรงแรมบูติก “เจ้าของดั้งเดิมเป็นคนไทยเชื้อสายศรีลังกาที่รับราชการทำงานในฐานะผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับโลหะวิทยาเหมืองแร่ ปัจจุบัน คุณดนัย โต๊ะเจ คนมุสลิม อดีตพนักงานต้อนรับแห่งสายการบินไทย รับซื้อตึกโบราณและปรับปรุงมาเป็นโรงแรม “บ้านโนนคร บูติกโฮเต็ล”

“A.E.Y. Space”

เดิมเป็นตึกแถวเก่าแก่ ที่คุณเอ๋ นายปรกรณ์ รุจิระวิไล เจ้าของคนปัจจุบัน รับซื้อมาเพื่อปรับปรุงเป็นที่อยู่อาศัยและเปิดพื้นที่บางส่วนให้เขาแสดงผลงานทางศิลปะและมีห้องฉายภาพยนตร์เล็ก ๆ ภายในบ้าน

The Apothecary of Singora : Apo store บ้านยาแป๊ะขวดและร้านขายของ

เดิมเป็นร้านขายยา ปัจจุบันเจ้าของร้านเป็นคนรุ่นใหม่ได้ปรับเปลี่ยนเป็นร้านขายของที่ระลึก แต่ยังมีสินค้าที่ยาต้มและยาหม่อง สูตรเฉพาะของทางร้านจำหน่ายอยู่ นอกจากนี้ยังมีร้านที่เปิดพื้นที่ให้ศิลปินมาแสดงผลงานทางศิลปะ มีคาเฟ่เล็ก ๆ ภายในร้าน

“Dot. B”

เป็นร้านหนังสือที่อยู่ในตัวอาคารเก่าอายุ 80 ปี ที่เจ้าของเป็นคนรุ่นใหม่ที่รักการอ่านหนังสือ และเป็นเจ้าของร้าน ‘dot’ ร้านกาแฟเล็ก ๆ แล้วมาเปิดร้านหนังสือ ชื่อร้าน “Dot. B” ทำให้ย่านเมืองเก่าสงขลา มีร้านหนังสือที่มีอาคารเก่าแก่ที่มีเสน่ห์ กระตุ้นให้คนเมืองสงขลา รักการอ่านอีกแห่งหนึ่ง ปัจจุบันกำลังได้รับความนิยมในหมู่วัยรุ่นวัยเรียนแวะเวียนเข้ามาในร้านหนังสือแห่งนี้ในย่านเมืองเก่าสงขลา

ชื่อร้านค้าที่สะท้อนสังคมและพหุวัฒนธรรมร่วมสมัยของย่านเมืองเก่าสงขลา ที่มีร้านเก่าแก่ดั้งเดิมและร้านค้าใหม่ ๆ ส่งผ่านโดยคนรุ่นเก่าสู่คนรุ่นใหม่ ทำให้เห็นยุคสมัยที่เปลี่ยนผ่าน แต่ยังคงร่วมสมัยเดียวกันได้จากการสืบทอดที่เกิดจากแนวคิดในการอนุรักษ์ ความรักในครอบครัว ความกตัญญูต่อบรรพบุรุษ ความคิดสร้างสรรค์ การรับกระแสนิยมของแต่ละยุคสมัยจากคนในชุมชน ทำให้เมืองเก่าสงขลา ยังคงมีชีวิตชีวา เป็นย่านการค้าที่คึกคักมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน



## วารสารวิชาการ

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิต

### อภิปรายผลการวิจัย

ร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลา สะท้อนสังคมและพฤติกรรมของชาวสงขลาได้เป็นอย่างดี สื่อให้เห็นกลุ่มคนในชุมชนที่อยู่อาศัยร่วมกันของชาวไทย ชาวจีน และชาวมุสลิม มีวัดอาอาราม มีศาลเจ้า และมีมัสยิด ที่เป็นศูนย์รวมใจของคนในย่านเมืองเก่าสงขลาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน

ร้านค้าที่ยังคงความดั้งเดิม ทั้งชื่อร้านค้า ลักษณะกิจการ อาคาร และที่ตั้งของร้านค้าอยู่มาจนถึงปัจจุบัน โดยมีทายาทและผู้สืบทอดกิจการ ทายาทรุ่นใหม่ปรับเปลี่ยนลักษณะกิจการและชื่อร้านค้าให้ทันสมัยเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่มีความหลากหลาย เจ้าของร้านค้าเดิมขายต่อหรือให้คนรุ่นใหม่เข้าทำเป็นร้านค้าสมัยใหม่ ทำให้ร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลาที่มีทั้งร้านค้าเก่าแก่ดั้งเดิม ร้านค้ารูปแบบใหม่ประเภทคาเฟ่มากขึ้น ชื่อร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลาจึงสะท้อนพลวัตทางภาษาที่มีการใช้ถ้อยคำภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษามลายูอยู่ร่วมกันมาอย่างยาวนาน เมื่อกาลเวลาผ่านไป มีการเปลี่ยนแปลงทางภาษาในการตั้งชื่อร้านค้า มีการใช้ถ้อยคำตามความนิยมของคนรุ่นใหม่ที่ต้องการสร้างความแตกต่างและนำดึงดูดใจในการตั้งชื่อร้านค้ามากขึ้น แสดงให้เห็นความร่วมมือทางภาษา สังคม และวัฒนธรรม อันเป็นเสน่ห์ของย่านเมืองเก่าสงขลา

### สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาชื่อร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลา ปรากฏลักษณะการตั้งชื่อร้านค้า มี 6 ลักษณะ ดังนี้

1. การตั้งชื่อบุคคลร่วมกับกิจการ พบมากที่สุด จำนวน 66 ชื่อ
2. การตั้งชื่อเฉพาะ ร่วมกับกิจการ จำนวน 37 ชื่อ
3. การตั้งชื่อกิจการ ร่วมกับที่ตั้งร้านค้า จำนวน 15 ชื่อ
4. การตั้งชื่อกิจการโดยเฉพาะ จำนวน 13 ชื่อ
5. การตั้งชื่อบุคคลโดยเฉพาะ จำนวน 10 ชื่อ
6. การตั้งชื่อเฉพาะอื่น ๆ จำนวน 9 ชื่อ

การใช้ภาษาในการตั้งชื่อร้านค้า มี 4 ลักษณะ ดังนี้ 1. การใช้ภาษาอังกฤษในการตั้งชื่อร้านค้า ที่พบมากที่สุด จำนวน 45 ชื่อ 2. การใช้ภาษาจีนในการตั้งชื่อร้านค้า จำนวน 42 ชื่อ 3. การใช้คำทับศัพท์ภาษามลายู จำนวน 33 ชื่อ 4. การใช้คำไทยปนภาษาจีนและภาษาอังกฤษ จำนวน 30 ชื่อ

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและพฤติกรรมร่วมสมัยจากร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลา มี 2 ลักษณะ ดังนี้

1. ร้านค้าดั้งเดิมที่ได้รับการสืบทอด
2. ร้านค้าแนวใหม่ตามยุคสมัย

#### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จังหวัดสงขลาอยู่ในกระบวนการขับเคลื่อนให้ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก และมีเป้าหมายเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์โลกด้านอาหารของยูเนสโก (UNESCO Creative Cities Network-UCCN) ร้านค้าในย่านเมืองเก่าสงขลาจึงเป็นข้อมูลทางภาษาและวัฒนธรรมอาหารได้เป็นอย่างดี

#### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาคำเรียกชื่ออาหารในย่านเมืองเก่าสงขลาโดยการศึกษาตามแนววรรคศาสตร์ชาติพันธุ์ ทำให้เข้าใจประวัติศาสตร์ของอาหารในสังคมและวัฒนธรรมของเมืองเก่าสงขลา

### เอกสารอ้างอิง

- จิระนันท์ พิตรปรีชา (บ.ก.). (2560). *สงขลาบ่อยาง แผ่นดินทองสองทะเล*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). พิมพ์ดี.
- จุฑาพรรณ ผดุงชีวิต. (2550). *วัฒนธรรม การสื่อสาร และอัตลักษณ์*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2557). *เอกภาวะในทฤษฎีสัจนิยมร่วมสมัย = Singularity in Contemporary Social Theories*. วิชาษา.
- นควัฒน์ สาระ. (2557). *การตั้งชื่อร้านค้าในจังหวัดปัตตานี : ความสัมพันธ์ระหว่างชื่อร้านค้ากับวิถีชีวิตในชุมชน*. <https://madlab.cpe.ku.ac.th/TR2/?itemID=478198>.
- พงษ์ทัช จิตวิบูลย์และวันชัย ธรรมสัจการ. (2562). พลวัตสังคมวัฒนธรรมกับมิติการพัฒนาชุมชนองค์กรร่วมในสังคมไทย. *วารสารการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ*, 11(2), 116-140.



## วารสารวิชาการ

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

- สดใส ชันติวรพงศ์ (บ.ก.). (2557). คนเก่าเล่าเรื่องเมืองสงขลา: สีสันวันวานย่านเมืองเก่า. (พิมพ์ครั้งที่ 2). ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- สังเคราะห์แสง และ a.e.y.SPAC. (2563, 11-27 กันยายน). ครอบครัวย่านเมืองเก่าสงขลา 2563. หนังสือพิมพ์ฉบับพิเศษ อัปเดตเรื่องราวของย่านเมืองเก่าสงขลา ปี พ.ศ. 2563, น. 1-9.
- สุเทพ สุนทรเกสัช. (2540). ทฤษฎีสังคมวิทยาร่วมสมัย : พื้นฐานแนวความคิดทฤษฎีทางสังคมและวัฒนธรรม. โกลบอลวิชั่น.
- Yee, Joyce, Akama, Yoko, Teerapong, Khemmiga, & Petrella, Viola. (2021) . *Creative and Cultural Districts in Thailand: Key Features of Songkhla Old Town*.  
[https://www.britishcouncil.or.th/sites/default/files/bc\\_creative\\_cultural\\_districts\\_in\\_thailand\\_online.pdf](https://www.britishcouncil.or.th/sites/default/files/bc_creative_cultural_districts_in_thailand_online.pdf)