

# การศึกษากลวิธีการเปลี่ยนชื่อร้านค้าภาษาจีนเป็นภาษาไทย ในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร

## The Study of Store Name Translation from Chinese to Thai Language in Sathorn District, Bangkok

วันที่รับบทความ : 9 พฤษภาคม 2562

ชานนท์ เชาว์จิรพันธุ์<sup>1</sup>

วันที่แก้ไขบทความ : 4 กรกฎาคม 2562

นพพร ปัจจยคุณธรรม<sup>2</sup>

วันที่ตอบรับบทความ : 5 กรกฎาคม 2562

### บทคัดย่อ

การศึกษากลวิธีการเปลี่ยนชื่อร้านค้าภาษาจีนเป็นภาษาไทย ในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์กลวิธีการเปลี่ยนชื่อร้านค้าภาษาจีนเป็นภาษาไทย ในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลชื่อป้ายร้านค้าในเขตสาทร ที่เขียนเป็นภาษาจีนและภาษาไทย จำนวน 115 ชื่อร้านค้า พบวิธีการเปลี่ยนชื่อ ได้แก่ 1) กลวิธีการตั้งชื่อใหม่ เป็นกลวิธีที่นิยมประยุกต์ใช้มากที่สุด กลวิธีนี้เน้นการตั้งชื่อใหม่โดยเนื้อหาและความหมายอาจเกี่ยวข้องหรือต่างกันเพื่อการหลีกเลี่ยงเสียงของภาษาผิด 2) กลวิธีการทับศัพท์ เป็นกลวิธีที่พบรองลงมาจากกลวิธีการตั้งชื่อใหม่ เป็นการถอดเสียงแล้วนำมาเรียบเรียงใหม่ในภาษาแปลคือภาษาไทย ไม่ได้เน้นย้ำในเรื่องการตีความหมายเพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจถึงความหมายอย่างถ่องแท้ แต่เน้นการถ่ายทอดความเป็นเอกลักษณ์ของชื่อร้านค้าจีนได้อย่างเต็มรูปแบบ 3) กลวิธีการแปลความเป็นการแปลแบบตรงตัว หรือการแปลแบบคำต่อคำ โดยกลวิธีนี้ต้องอาศัยทักษะ ทางภาษาทั้ง ภาษาจีนและภาษาไทย เพื่อหาความเชื่อมโยงทางด้านการแปล กลวิธีนี้มุ่งเน้นการเก็บรักษาความหมายการเคารพในต้นฉบับของชื่อร้านค้า ข้อค้นพบจากการศึกษากลวิธีการเปลี่ยนชื่อร้านค้าภาษาจีนเป็นภาษาไทยของชาวไทยเชื้อสายจีน ในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร ศึกษาจากชื่อธุรกิจร้านค้าภาษาจีนแปลเป็นภาษาไทยและจัดแยกประเภทรูปแบบการเปลี่ยนชื่อ วิธีการแปลและวิเคราะห์ภาษาแปลปลายทางสะท้อนค่านิยมของภาษาถิ่นและสำเนียงถิ่น โดยกลวิธีการแปลความนั้นนอกจากจะยังมีความเชื่อมโยงทั้งทางด้านการแปลแล้ว ยังแสดงให้เห็นความตั้งใจอย่างแท้จริงของผู้ตั้งชื่อ โดยยังเน้นความถูกต้องทางการแปล เคารพในภาษาต้นฉบับ

**คำสำคัญ :** ชื่อร้านค้าภาษาจีน กลวิธีการเปลี่ยนชื่อร้านค้า ชาวไทยเชื้อสายจีน ภาษาถิ่นและสำเนียงถิ่น  
เขตสาทรกรุงเทพมหานคร

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท ภาควิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
e-mail: suriyathet@hotmail.com

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

# The Study of Store Name Translation from Chinese to Thai Language in Sathorn District, Bangkok

Received: May 9, 2019

Revised: July 4, 2019

Accepted: July 5, 2019

Chanon Chaojirapant<sup>1</sup>

Nophatorn Patjaikhunnatham<sup>2</sup>

## Abstract

The study of store-name translation from Chinese to Thai language in Sathorn district, Bangkok, is aimed to study and analyze the store-name translation strategy from Chinese to Thai language in Sathorn area. It was found that there were 115 store names written in both Chinese and Thai. Various translation strategy were found as follows: 1) Creating new store name was the most used method. This strategy emphasized on creating new Thai store-name with either similar or different meaning from Chinese name to avoid the mispronunciation. 2) Transliteration strategy was the 2<sup>nd</sup> mostly used strategy. This strategy would transfer sounding of Chinese words into Thai words. It did not emphasize on the interpretation or clarification of the word meaning but focused on the conveying of the uniqueness of Chinese store names. 3) Literal translation strategy is the lowest popular strategy. This strategy was direct translation or word-for-word translation using language skills of both Chinese and Thai to find the connection of the word conversion. It focused on keeping the meaning, the respect of the original store name and also the harmonious adaptation of the target language. The findings of this research were from the study of the business store names which were translated from Chinese to Thai and then classified into translation strategy. The translation strategy and the analysis of target language reflected the values of dialect and dialect assent. Beside from the connection of translation, the translation strategy also expressed the true intention of the founder by focusing on the accurate translation and the respect of original text.

**Keywords:** Chinese store name, strategy of store name translation, Thai-Chinese descents, dialect and dialect assent, Sathorn district, Bangkok.

---

<sup>1</sup> Graduate student, Department of Thai and Oriental Languages Faculty of Humanities Ramkhamhaeng university  
e-mail: suriyathet@hotmail.com

<sup>2</sup> Asst. Prof. Dr., Department of Thai and Oriental Languages Faculty of Humanities Ramkhamhaeng university

## บทนำ

การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (intercultural communication) เป็นรูปแบบการสื่อสารประเภทหนึ่งที่กำลังเข้ามามีบทบาทกับมนุษย์ในสังคมปัจจุบัน ด้วยการพัฒนาของเทคโนโลยีต่าง ๆ ทำให้มนุษย์ที่อยู่ห่างไกลกัน มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันสามารถทำการสื่อสารกันได้ง่ายขึ้น ในยุคปัจจุบันการสื่อสารของมนุษย์ได้ปฏิรูปเข้าสู่ยุคข้อมูลข่าวสารไร้แนวพรมแดน การสื่อสารสื่อออกมาหลากหลายรูปแบบ เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อป้ายโฆษณา และป้ายร้านค้าต่าง ๆ (พัชรภา เอื้ออมรวณิช, 2559, หน้า 79-92) การสื่อสารเป็นสื่อกลางที่นำพาสารจากต้นทาง ไปยังผู้รับสารปลายทาง หากผู้รับสารมีทักษะความรู้และความเข้าใจในภาษาต้นทางและภาษาปลายทางเหล่านี้แล้ว จะส่งผลให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ซึ่งย่อมจะเกิดผลดีต่อตนเอง หน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดความทันสมัยและต่อยอดองค์ความรู้ให้สูงขึ้น

ป้ายร้าน (字号) สมัยก่อนสะท้อนถึงความตั้งใจจริงของผู้ประกอบการ การตั้งชื่อร้านมักจะใช้คำที่สื่อความหมาย เช่น ความเจริญ ความร่ำรวย ความสำเร็จ เป็นต้น ป้ายชื่อร้านประกอบด้วย คำที่มีความหมายดี งดงาม ฟังแล้วก็สดชื่นปลุกขวัญสร้างธุรกิจให้รุ่งเรือง เช่นเดียวกับป้ายชื่อร้านภาคภาษาไทย นำเอาคำที่มีความหมายดี เช่น เจริญ ไพบูลย์ รุ่งเรือง มาตั้งเช่นเดียวกัน ป้ายสมัยก่อน มักทำจากแผ่นไม้เนื้อดีแผ่นขนาดเขื่อง แกะสลักตัวอักษรทั้งภาษาจีนและภาษาไทย อักษรจีนนั้น ก็จะเชิญนักลายสือศิลป์ (书法家) ผู้มีชื่อเสียงและลายมือพู่กันจีนอันงดงามมาเขียนให้ ปิดทองอย่างวิจิตรสวยงาม ด้านล่างป้ายมีสัญลักษณ์มงคล เหยี่ยวทอง และสิงโต ป้ายเหล่านี้จะใช้กันชั่วชีวิตคนหนึ่งส่งผ่าน ต่อลูก ให้หลานอยู่สถาพร เป็นเกียรติภูมิของบรรพชนผู้สร้าง หลาย ๆ กิจการหากเติบโตรุ่งเรืองขยายใหญ่โต ก็จะอัญเชิญป้ายเก่า แรกเริ่มมาประดิษฐานในสถานที่สง่า ให้ลูกหลานเคารพและรำลึกถึง (นิธิวุฒิ ศรีบุญชัยชูสกุล, 2560, หน้า 116)

จากอดีตจนถึงปัจจุบันคนจีนอพยพเข้าสู่ราชอาณาจักรไทยเป็นจำนวนมากใน ทุกยุคทุกสมัยชาวไทยเชื้อสายจีน คือ ชาวจีนที่เกิดในประเทศไทยและเป็นเชื้อสายของผู้อพยพชาวจีน หรือชาวจีนโพ้นทะเล คนไทยเชื้อสายจีน มีประมาณ 9.4 ล้านคนในประเทศไทย หรือร้อยละ 14 ของประชากรทั้งประเทศและยังมีอีกจำนวนมากไม่สามารถนับได้ เพราะชาวจีนกลมกลืนกับ คนไทยไปแล้วโดยการแต่งงานข้ามเชื้อชาติ จนกระทั่งสามารถก่อตั้งเป็นชุมชนชาวจีน ชาวจีนโพ้นทะเลและชาวไทยเชื้อสายจีน เช่น ถนนเยาวราช เขตสัมพันธวงศ์ ในกรุงเทพมหานครและ หลายภูมิภาคในประเทศไทย

กรุงเทพมหานคร มหานครแห่งราชอาณาจักรไทยในยุคปัจจุบัน เป็นเขตปกครองที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ วัฒนธรรม สังคมและ ขนบธรรมเนียมประเพณีที่สืบทอดกันมา ชาวจีนโพ้นทะเลเป็นอีกชนกลุ่มหนึ่งซึ่งอาศัยกันหนาตาในมหานครแห่งนี้ (เลอลักษณ์ แสงอัมพร และสุชาติ ทวีพรปฐมกุล, 2558, หน้า 100-112) นอกจากราชอาณาจักรไทยแล้ว ชาวจีนโพ้นทะเล ก็ยังแทรกซึม ฟ่านักอาศัยอยู่หลายประเทศในเขตเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และพื้นที่อื่น ๆ ทั่วทั้งโลก ลูกหลานชาวจีนเปรียบเสมือนผู้อาศัยที่รักดี ก่อปรคุณงามความดี สร้างคุณูปการแก่ประเทศนั้น ๆ ชาวจีนโพ้นทะเลมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นซึ่งสามารถพบได้จาก สื่อทางด้านของภาษา ป้ายหรือสัญลักษณ์ ตามที่สาธารณะสถาน

ต่าง ๆ สื่อสิ่งพิมพ์ ตลอดจนการได้พบเห็นสถาปัตยกรรมแบบจีนในบริเวณย่านชุมชนที่มีชาวจีนโพ้นทะเล และชาวไทยเชื้อสายจีนอาศัยอยู่ในบริเวณนั้นด้วย

เขตสาทร กรุงเทพมหานคร ได้ถูกยกขึ้นเป็นฐานะเขตตามประกาศกระทรวงมหาดไทย ในวันที่ 9 พฤศจิกายน พ.ศ. 2532 โดยแยกพื้นที่ปกครองจากเขตยานนาวาเดิม และ แบ่งเขตพื้นที่เป็น 3 แขวง คือ แขวงทุ่งวัดดอน แขวงยานนาวา และ แขวงทุ่งมหาเมฆ จากรายงานการสำรวจสำมะโนครัวประชากร ปี 2558 ของสำนักงานเขตสาทร กรุงเทพมหานคร มีประชากรโดยประมาณ 79,624 คน (สำนักงานเขตสาทร, 2561) พบว่ามีสถานที่สำคัญของชาวไทยเชื้อสายจีนและชาวจีนโพ้นทะเล อยู่ในพื้นที่เขตอย่างมากมาย วัฒนธรรมของชาวจีนโพ้นทะเลในพื้นที่เขตสาทรยังรกรากมาสู่รุ่นต่อรุ่นดังจะสามารถพบเห็นได้ เช่น ร้านค้าชำและค้าส่งที่มีป้ายชื่อร้านค้าเป็นภาษาจีน ป้ายธุรกิจการค้าภาษาจีน ศาลเจ้าจีน โรงเรียนเอกชนสอนภาษาจีน สุสานจีน วัดจีนและอื่น ๆ ซึ่งมีพื้นที่ตั้งกระจายไปทั่วทั้งพื้นที่เป็นเอกลักษณ์แสดงอย่างชัดเจนว่ามีชาวจีนโพ้นทะเลและชาวไทยเชื้อสายจีนอาศัยอยู่ในบริเวณนี้เป็นจำนวนไม่น้อย ซึ่งส่งผลให้มีสิ่งปลูกสร้างสถาปัตยกรรมแบบจีนประยุกต์ ตลอดจนป้ายชื่อธุรกิจที่แสดงทั้งภาษาจีนและภาษาไทย วัฒนธรรมเหล่านี้ได้หลอมรวมกลายเป็นชุมชนชาวไทยเชื้อสายจีนจากอดีตจนถึงยุคปัจจุบัน ภายในพื้นที่ยังเป็นแหล่งที่ตั้งของสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ที่มีมาอย่างยาวนานเช่น หอการค้า ไทย - จีน (เดิมคือหอการค้าชิโน-สยาม) จุดประสงค์หลักเพื่อตอบสนองความต้องการของชาวจีนที่อพยพเข้ามาในประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ.2543 ตรงกับช่วงสมัยราชวงศ์ชิงของสาธารณรัฐประชาชนจีน (ณัฐพล แจ่มจันทร์, 2557, หน้า 24) นอกเหนือจากนี้ภายในพื้นที่เขตสาทรยังคงเป็นแหล่งที่ตั้งที่สำคัญของหลากหลายสมาคม อาทิเช่น สมาคมจีนแต่จีว สมาคมเตี้ยอัน สมาคมจีนไผ่เลี้ยง เป็นต้น ซึ่งสามารถเป็นเครื่องชี้วัดอันชัดเจนว่าในพื้นที่เขตสาทร จากอดีตจนถึงปัจจุบันยังคงเป็นชุมชนอีกชุมชนหนึ่งของลูกหลานเชื้อสายจีนที่ยืนหยัดคู่กับชาวไทยมาอย่างยาวนาน ตามสถานที่ต่าง ๆ ภายในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร จะสามารถพบเห็นป้ายตัวอักษรจีนที่แปลกำกับด้วยภาษาไทยการดำรงการแปลไว้ทั้ง 2 ภาษา สามารถสะท้อนในหลากหลายมิติของชาวจีนโพ้นทะเล ดังเช่น ศิลปะการใช้ภาษา ภูมิความรู้ทางด้านภาษาศาสตร์ ความหมาย อันเป็นมงคล

เขตสาทร กรุงเทพมหานคร เป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่น่าคิดว่าเป็นที่อยู่อาศัยของชาวไทยเชื้อสายจีนมาอย่างยาวนาน ภายในพื้นที่เขตจะพบกับข้อมูลชื่อป้ายธุรกิจร้านค้าภาษาจีนที่แปลเป็นภาษาไทยกำกับอย่างมากมาย ในแต่ละชื่อนั้นสามารถชี้บ่งได้ถึงยุคสมัย ภูมิหลังชาติพันธุ์ ความเชื่อ ประเพณี และค่านิยมที่แฝงอยู่เบื้องหลัง ผู้ที่มีทักษะทางภาษาและวัฒนธรรมเท่านั้นจึงจะทราบความหมาย ความเชื่อมโยงของทั้ง 2 ภาษาอย่างถ่องแท้ นอกเหนือจากความงดงามทางด้านภาษาที่รังสรรค์บนป้ายชื่อธุรกิจแล้วยังสามารถพบกับภาษาถิ่นหรือสำเนียงถิ่น ที่สามารถแสดงถึงชาติพันธุ์อย่างชัดเจน เมื่อมีปัจจัยของภาษาถิ่นหรือสำเนียงถิ่นเข้ามาเป็นตัวแปรหลัก จึงเป็นเครื่องกำหนดให้ภาษาไทยหรือ ภาษาแปลในภาษาปลายทางนั้นเปลี่ยนแปลงคล้อยตามไปจากการผันเปลี่ยนตามตัวแปรหลักส่งผลให้เกิดความแตกต่างจากป้ายชื่อภาษาโดยทั่วไปและยังคงสามารถสร้างความแตกต่างในรูปแบบของภาษาไทยจากการทับศัพท์ซึ่งส่งผลทางตรงและทางอ้อม

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษากลวิธีการแปลชื่อร้านค้าภาษาจีนเป็นภาษาไทย ในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร ภายในเขตสาทรนอกจากจะแวดล้อมไปด้วยชุมชนชาวไทยเชื้อสายจีนที่กระจายภายในพื้นที่แล้ว สิ่งที่สามารถสังเกตได้และพบเห็นได้ตามถนนหนทางคือการใช้สื่อแผ่นป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีนและแปลเป็นภาษาไทย ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ทางการสื่อสารที่สะท้อนให้เห็นถึงความพิถีพิถันของการแปลชื่อที่มีความหมายและโดดเด่น โดยแสดงถึงความตั้งใจจริงในตัวตนของร้านค้า การแปลชื่อร้านมักจะใช้คำที่สื่อความหมาย และยังคงสามารถแสดงถึงคุณค่าของการดำรงคงอยู่ของชาวไทยเชื้อสายจีน ซึ่งในแต่ละป้ายชื่อธุรกิจร้านค้ามีวิวัฒนาการของภาษาต้นฉบับและ ภาษาแปลที่มีคุณค่าทางมนุษยศาสตร์และภาษาศาสตร์อย่างแท้จริง

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาวิธีการแปลชื่อป้ายภาษาจีนเป็นภาษาไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแปล โดยศึกษาจากร้านค้าภาษาจีนเป็นภาษาไทย

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้เข้าใจกลวิธีการแปลชื่อร้านค้าภาษาจีนเป็นภาษาไทย
2. ทำให้เข้าใจความเหมือนและความแตกต่างของวัฒนธรรม ค่านิยมที่แฝงอยู่ซึ่งมีอิทธิพลต่อการแปลชื่อร้านค้าภาษาจีนเป็นภาษาไทย
3. ทำให้คนรุ่นหลังทราบถึงอิทธิพลภาษาถิ่นที่บรรพบุรุษได้สื่อสารผ่านป้ายชื่อร้านค้าภาษาจีนเป็นภาษาไทย เป็นสื่อกลางบ่งบอกเรื่องราวในอดีตมาจนถึงปัจจุบัน

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลวิธีการแปลชื่อร้านค้าภาษาจีนเป็นภาษาไทยในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยดำเนินการโดยแบ่งเป็น 3 ระยะ คือ

#### ระยะที่ 1 แนวคิดการวิจัย

1. ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์เอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ
2. ทำการวิเคราะห์เอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดรูปแบบงานวิจัย นำข้อมูลดังกล่าวมากำหนดแนวคิดในการวิจัย

#### ระยะที่ 2 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

1. กำหนดขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตที่ใช้ในการวิจัย คือ ป้ายชื่อร้านค้าที่แปลจากภาษาจีนเป็นภาษาไทยภายในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบไปด้วย 3 แขวง คือ แขวงทุ่งวัดดอน แขวงยานนาวา และแขวงทุ่งมหาเมฆ โดยมีพื้นที่รวมกันประมาณ 9,326 ตารางกิโลเมตร ร้านค้าภายในเขตสาทรอันประกอบไปด้วย บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วน ร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีก เป็นต้น

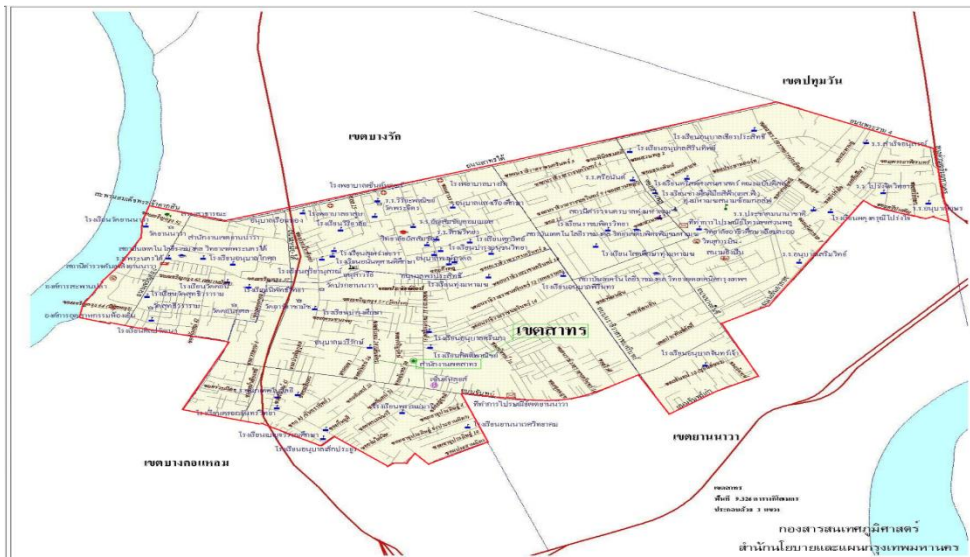
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ได้มาจาก ป้ายชื่อร้านค้าที่แปลจากภาษาจีนเป็นภาษาไทย ภายในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร ที่ขึ้นทะเบียนเสียภาษีป้ายร้านค้าที่สำนักงานเขตสาทร จำนวน 115 ป้ายชื่อ

## 2. เก็บรวบรวมข้อมูลชื่อธุรกิจภาษาจีนแปลเป็นภาษาไทยในเขตสาทร

ผู้วิจัยทำการศึกษาวิจัยนี้ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลชื่อธุรกิจภาษาจีนแปลเป็นภาษาไทยในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร โดยแบ่งข้อมูลเป็น 2 ประเภท อันได้แก่

### 2.1 ข้อมูลรวบรวมจากภาคสนาม

ผู้วิจัยเข้าสำรวจในพื้นที่เขตสาทร กรุงเทพมหานคร มีพื้นที่อาณาเขตจำกัดและรอบล้อมด้วยเขตบางรัก เขตบางคอแหลม และเขตยานนาวา การรวบรวมข้อมูลจำต้องศึกษาจากแผนที่ทั้งทางเว็บไซต์ของเขตสาทร เนื่องจากการจัดสรรแบ่งพื้นที่เขตมีความละเอียดเป็นอย่างมาก ถนนบางสายอาจประกอบไปด้วย 2-3 เขต เช่น ถนนสาทรใต้อยู่ในความดูแลของเขตสาทร แต่ถนนสาทรเหนืออยู่ในความดูแลของเขตบางรัก ถนนสาทรประดิษฐ์มีเขตบรรจบกันถึง 3 เขตคือ เขตสาทร เขตบางคอแหลม และ เขตยานนาวา ผู้วิจัยต้องศึกษาข้อมูลและที่ตั้งล่วงหน้า โดยการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อลงพื้นที่จริงจึงจะสามารถเก็บข้อมูลได้อย่างครบถ้วน



### 2.2 ข้อมูลรวบรวมจากเว็บไซต์ Google maps และ แอปพลิเคชัน Google maps

ผู้วิจัยศึกษาพื้นที่เขตสาทร กรุงเทพมหานคร จาก Google maps ในเว็บไซต์เพื่อทราบแหล่งที่ตั้งเป็นการเพิ่มความแม่นยำในการเก็บข้อมูลในตรอกซอกที่ยากต่อการเข้าถึง เห็นชื่อป้ายธุรกิจอย่างคร่าว ๆ ระยะทางไกล ๆ หรือสถานที่ที่ไม่เคยไปภายในเขตสาทร รวมถึงการนำทางด้วยระบบ Google Maps แอปพลิเคชันบนมือถือ เพื่อใช้เทคโนโลยีในการประเมินผลเข้าถึงที่ตั้งของป้ายชื่อร้านค้า

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการเดินภาคสนาม จาก Google maps และ แอปพลิเคชัน Google maps บนมือถือ มาวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเพื่อจัดแยกประเภทพื้นที่ของร้านค้า ในเขตพื้นที่สาทร จากนั้นนำข้อมูลไปวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปต่อไป

### 3. ระยะที่ 3 การตรวจสอบความสอดคล้องโดยผู้เชี่ยวชาญด้วยการศึกษาเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลรวบรวมจากภาคสนาม วิเคราะห์ รวบรวม แยกประเภทของการแปลป้ายชื่อร้านค้าที่แปลจากภาษาจีนเป็นภาษาไทย จากนั้นนำผลการศึกษาที่ได้ไปตรวจสอบความถูกต้องด้าน การอ่านการออกเสียง การใช้คำและบทแปลกับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ 1) ผู้เชี่ยวชาญชาวไทยเชื้อสายจีน ภาษาจีนกลางและภาษาจีนสำเนียงแต้จิ๋ว 2) ชาวไทยเชื้อสายจีน ภาษาจีนกลางและภาษาจีนสำเนียงแต้จิ๋ว และ 3) ชาวจีนผู้มีทักษะสำเนียงถิ่นกว๋างตุ้ง จากธุรกิจภาคเอกชนที่อาศัยในเมืองกว่างโจวมณฑลกว๋างตุ้ง สาธารณรัฐประชาชนจีน

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ มาถอดความและสรุปสาระสำคัญตามประเด็นที่กำหนดไว้เพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์ รวบรวมและแยกประเด็นที่ต้องการต่อไป

#### ผลการวิจัย

1. ลักษณะภาษาของชื่อร้านค้าทั้งหมด 115 ชื่อ จะพบว่ามีชื่อร้านค้าภาษาจีนเป็นภาษาไทยจำนวน 88 ชื่อร้านค้าคิดเป็นร้อยละ 76.52 รองลงมาคือ ชื่อร้านค้าที่มีชื่อร้านค้า ภาษาจีน ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวน 27 ชื่อร้านค้าคิดเป็นร้อยละ 23.48

2. จากการศึกษาชื่อร้านค้าภาษาจีนและภาษาไทย พบกลวิธีการแปลและตั้งชื่อร้านค้าทั้งหมด 2 วิธีดังนี้

2.1 กลวิธีการตั้งชื่อใหม่ เป็นกลวิธีหนึ่งของผู้แปลชื่อร้านค้าจากภาษาจีนเป็นภาษาไทยโดยไม่ได้ใช้กลวิธีการแปลโดยการทับศัพท์ หรือ การแปลความหมาย โดยเหตุผลหลักจะมีสาเหตุมาจาก ชื่อร้านค้าภาษาจีนเมื่อนำมาแปลโดยกลวิธีต่าง ๆ มีข้อจำกัดทางด้านภาษาเช่น ออกเสียงได้ยาก คำแปลที่สื่อง่ายต่อการผิตเพี้ยนไม่ตรงกับชื่อเดิม ชาวไทยเชื้อสายจีนในยุคปัจจุบันต่างหลอมรวมและใช้ชื่อภาษาไทยแต่ยังคงมีบางชื่อร้านค้ามีจุดประสงค์เพื่ออนุรักษ์ชื่อร้านค้าภาษาจีนดั้งเดิม หรือ ถ้ามีการแปลเป็นภาษาไทยแล้วไม่ได้รับความสนใจ ผู้แปลชื่อร้านค้าภาษาจีนจึงตั้งชื่อขึ้นใหม่เพื่อสื่อความหมายใหม่เพื่อให้เป็นที่จดจำและเข้าใจง่ายในยุคสังคมไทยปัจจุบัน

2.2 กลวิธีการทับศัพท์ จากการศึกษาพบว่ากลวิธีการทับศัพท์พบมากเป็นอันดับที่ 2 จากจำนวน 54 ชื่อร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 46.96 การทับศัพท์ใช้วิธีการทับเสียงคือ การถ่ายทอดชื่อร้านค้าภาษาจีนในรูปแบบการถ่ายเสียง แล้วนำมาเรียบเรียงเป็นชื่อภาษาไทย เพื่อให้สามารถอ่านออกเสียงได้เช่นเดียวกับต้นฉบับ กลวิธีการทับศัพท์เป็นกลวิธีหนึ่งที่สามารถรักษารูปวิธีการอ่านออกเสียงชื่อร้านค้าภาษาจีนได้อย่างคล้ายคลึงกับต้นฉบับ แต่ก็ไม่สามารถสื่อถึงความหมายของชื่อร้านค้า นับว่ากลวิธีการแปลโดยการทับศัพท์มุ่งเน้นการถ่ายทอดเฉพาะการออกเสียงโดยไม่เน้นการตีความหมายในภาษาปลายทาง

3. กลวิธีการแปลความ เป็นกลวิธีหนึ่งของผู้แปลชื่อร้านค้าจากภาษาจีนเป็นภาษาไทย แล้วความหมายนั้นแฝงอยู่ในชื่อของร้านค้าภาษาไทย กลวิธีการแปลความจะมุ่งเน้นในด้านความหมายให้สละสลวยมีความหมายอันเป็นมงคล ทั้งชื่อร้านค้าภาษาจีนและภาษาไทย การแปลความที่พบเป็นการ

แปลแบบตรงตัว หรือ เป็นการแปลแบบคำต่อคำ หมายถึง เป็นการแปลที่จำกัดการเทียบเท่าระหว่างภาษาต้นทางและภาษาปลายทางที่อยู่ระดับคำหรือพยางค์ (Catford, 1969, p. 25)

4. นำข้อมูลที่ได้มาถอดความและสรุปสาระสำคัญตามประเด็นโดยผู้เชี่ยวชาญด้วยการศึกษาเชิงคุณภาพ เพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์ รวบรวมและแยกประเด็น พบว่า

4.1 ป้ายที่มีชื่อร้านค้าเป็นภาษาจีนและภาษาไทยกำกับ ชื่อร้านค้าทั้ง 2 ภาษามีความสัมพันธ์ทางการแปลจากภาษาจีนเป็นภาษาไทย หรือ เป็นชื่อที่ตั้งใหม่โดยใช้ภาษาไทยและไม่มีความสัมพันธ์ทางการแปลจากภาษาจีน

4.2 ป้ายที่มีชื่อร้านค้าเป็นภาษาจีน ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ กำกับอยู่ในป้ายเดียวกัน ชื่อร้านค้าทั้ง 3 ภาษามีความสัมพันธ์ทางการแปลจากภาษาจีนเป็นภาษาไทย หรือ แปลจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทย หรือ เป็นชื่อที่ตั้งใหม่โดยใช้ภาษาไทยและไม่มีความสัมพันธ์ทางการแปลจากภาษาจีน

4.3 กลวิธีการแปลและตั้งชื่อร้านค้า มีดังนี้

4.3.1 กลวิธีการตั้งชื่อใหม่ เป็นกลวิธีหนึ่งที่มีผู้แปลชื่อร้านค้าจากภาษาจีนเป็นภาษาไทย โดยไม่ได้ใช้กลวิธีการแปลโดยการทับศัพท์ หรือ การแปลความหมายโดยเหตุผลหลักจะมีสาเหตุมาจากชื่อร้านค้าภาษาจีนเมื่อนำมาแปลโดยกลวิธีต่าง ๆ แล้วออกเสียงได้ยาก คำแปลที่สื่อต่อการผัดเพี้ยนไม่ตรงกับชื่อดั้งเดิม หรือ ชาวไทยเชื้อสายจีนในยุคปัจจุบันต่างหลอมรวมและใช้ชื่อภาษาไทย แต่ยังคงมีบางชื่อร้านค้ามีจุดประสงค์เพื่ออนุรักษ์ชื่อร้านค้าภาษาจีนดั้งเดิม หรือ ถ้ามีการแปลเป็นภาษาไทยแล้วไม่ได้รับความสนใจ ผู้แปลชื่อร้านค้าภาษาจีน จึงตั้งชื่อขึ้นใหม่เพื่อสื่อความหมายใหม่เพื่อให้เป็นที่จดจำและเข้าใจง่ายในยุคสังคมไทยปัจจุบัน

4.3.2 กลวิธีการแปลโดยการทับศัพท์ พบว่ากลวิธีการทับศัพท์พบมากเป็นอันดับที่ 2 การทับศัพท์ใช้วิธีการทับเสียงคือ การถ่ายถอดชื่อร้านค้าภาษาจีนในรูปแบบการถ่ายเสียง แล้วนำมาเรียบเรียงเป็นชื่อภาษาไทย เพื่อให้สามารถอ่านออกเสียงได้เช่นเดียวกับต้นฉบับ กลวิธีการทับศัพท์เป็นกลวิธีหนึ่งที่สามารถรักษาวิธีการอ่านออกเสียงชื่อร้านค้าภาษาจีนได้อย่างคล้ายคลึงกับต้นฉบับ แต่ก็ไม่สามารถสื่อถึงความหมายของชื่อร้านค้า นับว่ากลวิธีการแปลโดยการทับศัพท์มุ่งเน้นการถ่ายถอดเฉพาะการออกเสียง โดยไม่เน้นการตีความหมายในภาษาปลายทาง

4.3.3 กลวิธีการแปลความ เป็นกลวิธีหนึ่งที่มีผู้แปลชื่อร้านค้าจากภาษาจีนเป็นภาษาไทย แล้วความหมายนั้นแฝงอยู่ในชื่อของร้านค้าภาษาไทย กลวิธีการแปลความจะมุ่งเน้นในด้านความหมายให้สละสลวยมีความหมายอันเป็นมงคล ทั้งชื่อร้านค้าภาษาจีนและภาษาไทย การแปลความที่พบเป็นการแปลแบบตรงตัว หรือ เป็นการแปลแบบคำต่อคำ หมายถึง เป็นการแปลที่จำกัดการเทียบเท่าระหว่างภาษาต้นทางและภาษาปลายทางที่อยู่ระดับคำหรือพยางค์

## อภิปรายผล

ข้อค้นพบจากการศึกษาการแปลชื่อร้านค้าภาษาจีนเป็นภาษาไทยของชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร ศึกษาจากชื่อธุรกิจร้านค้าภาษาจีนแปลเป็นภาษาไทยและจัดแยกประเภท



รูปแบบการแปลชื่อ วิธีการแปลและวิเคราะห์ภาษาแปลปลายทาง สะท้อนค่านิยมของภาษาถิ่นและสำเนียงถิ่น ผู้วิจัยขอเสนอประเด็นสำคัญที่ใช้ในการอภิปรายผล ดังนี้

1. ป้ายที่มีชื่อร้านค้าเป็นภาษาจีนและภาษาไทยกำกับ ชื่อร้านค้าทั้ง 2 ภาษามีความสัมพันธ์ทางการแปลจากภาษาจีนเป็นภาษาไทย หรือ เป็นชื่อที่ตั้งใหม่โดยใช้ภาษาไทยและไม่มีความสัมพันธ์ทางการแปลจากภาษาจีน และป้ายที่มีชื่อร้านค้าเป็นภาษาจีน ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ กำกับอยู่ในป้ายเดียวกัน ชื่อร้านค้าทั้ง 3 ภาษามีความสัมพันธ์ทางการแปลจากภาษาจีนเป็นภาษาไทย หรือ แปลจากภาษาอังกฤษ เป็นภาษาไทย หรือ เป็นชื่อที่ตั้งใหม่โดยใช้ภาษาไทยและ ไม่มีความสัมพันธ์ทางการแปลจากภาษาจีน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการแปลเป็นกิจกรรมที่ประกอบด้วยการศึกษาความหมายของภาษา และวัฒนธรรม แหล่งกำเนิด หรือความรู้จากการอ่านหนังสือ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ รัชนี โรจน์กุล อ่างรง (2552, หน้า 112) กล่าวถึง การแปลเป็นการแปลที่ยึดรูปภาษาในต้นฉบับ ผู้แปลจะแบ่งตัวบทออกเป็นคำ ๆ และแปลคำแต่ละคำไปเรื่อย ๆ และจะเรียงลำดับคำให้เป็นไปตามลำดับคำในต้นฉบับให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ การแปล ที่ให้ความสำคัญกับความหมายที่ประกอบกันขึ้นมามากกว่าที่จะให้ความสำคัญกับรูปภาษา รูปภาษาที่เป็นไปตามธรรมชาติของภาษาแปลหรือภาษาเป้าหมาย ทั้งในเรื่องโครงสร้างทางไวยากรณ์และเรื่องการเลือกคำศัพท์ บทแปลจะฟังดูเป็นธรรมชาติราวกับไม่ได้แปลจากต้นฉบับภาษาอื่น แต่ยังคงมีเนื้อหาสาระครบถ้วนตามต้นฉบับ

2. กลวิธีการตั้งชื่อใหม่ เป็นกลวิธีหนึ่งที่ผู้แปลชื่อร้านค้าจากภาษาจีนเป็นภาษาไทยโดยไม่ได้ใช้กลวิธีการแปลโดยการทับศัพท์หรือการแปลความหมายโดยเหตุผลหลักจะมีสาเหตุมาจาก ชื่อร้านค้าภาษาจีนเมื่อนำมาแปลโดยกลวิธีต่าง ๆ แล้วออกเสียงได้ยาก คำแปลที่สื่อง่ายต่อการผิตเพี้ยนไม่ตรงกับชื่อเดิม หรือ ชาวไทยเชื้อสายจีนในยุคปัจจุบันต่างหลอมรวมและใช้ชื่อภาษาไทย แต่ยังคงมีบางชื่อร้านค้ามีจุดประสงค์เพื่ออนุรักษ์ชื่อร้านค้าภาษาจีนดั้งเดิม หรือ ถ้ามีการแปลเป็นภาษาไทยแล้วไม่ได้รับความสนใจ ผู้แปลชื่อร้านค้าภาษาจีน จึงตั้งชื่อขึ้นใหม่เพื่อสื่อความหมายใหม่เพื่อให้เป็นที่ยึดจำและเข้าใจง่ายในยุคสังคมไทยปัจจุบัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าชื่อร้านค้ามีบทบาทสำคัญทั้งในเรื่องของการอนุรักษ์ไว้ในความหมายเดิมและเป็นการประยุกต์ ใช้ให้เข้ากับวิถีชีวิตในยุคปัจจุบัน ซึ่ง วิไล ลิ้มถาวรานันต์ (2555, หน้า 45) กล่าวว่า ร้านค้าภาษาจีนในประเทศไทยได้สะท้อนถึงความปรารถนาของชาวจีนที่อพยพ หนีภัยเข้ามาพึ่งพิงแผ่นดินไทย ความปรารถนาเกี่ยวกับความอยู่รอด ความปลอดภัย ความมั่งมีและความสงบ และสอดคล้องกับแนวคิดของ เมฆม สอดส่องกฤษ (2555, หน้า 13) ที่กล่าวว่าวัฒนธรรมทางภาษา ประกอบกับอุปนิสัยที่นักการประกอบธุรกิจการค้าของชาวจีน ปรากฏชัดเจนที่สุดในการตั้งชื่อร้านเป็นภาษาจีน จากการสังเกตโดยเบื้องต้นพบว่า ป้ายชื่อร้านของชาวไทยเชื้อสายจีนจะประกอบด้วยสองส่วน คือ ชื่อร้านที่เขียนด้วยอักษรจีน และ ชื่อร้านที่เขียนด้วยภาษาไทย ป้ายชื่อร้านเป็นสิ่งที่เจ้าของธุรกิจให้ความสำคัญมาก โดยเฉพาะชาวจีนเนื่องจากชื่อร้านเป็นสิ่งหลอมรวมปรัชญาความคิดของชาวจีนมากมาย เช่น การสืบทอดเชื้อสายของวงศ์ตระกูล ความกตัญญูต่อบรรพบุรุษ ความสัมพันธ์กับเชื้อสาย และเผ่าวงศ์พงศ์พันธุ์ นอกจากนี้ยังต้องสื่อความหมายเกี่ยวกับธุรกิจ การดึงดูดใจ การบรรยายสินค้า การสื่อสารทำความเข้าใจกับผู้ซื้อ และยังคงคำนึงถึงความเป็นมงคล การอวยพรให้การค้าขายเจริญรุ่งเรือง ทั้งหมดนี้รวมอยู่ใน แผ่นป้ายหน้าร้านด้วยอักษรจีนเพียงไม่กี่ตัวเท่านั้น สิ่งนี้เรียกว่า “นามาธุรกิจ” ดังนั้น

การศึกษารหัสทางวัฒนธรรมที่แฝง อยู่ในนามาธุรกิจของชาวไทยเชื้อสายจีนจึงเป็นการศึกษาทางภาษา วัฒนธรรม และ มานุษยวิทยาทรงคุณค่า

3. กลวิธีการแปลโดยการทับศัพท์ พบว่า กลวิธีการทับศัพท์ ใช้วิธีการทับเสียง คือ การถ่ายถอด ชื่อร้านค้าภาษาจีนในรูปแบบการถ่ายเสียง แล้วนำมาเรียบเรียงเป็นชื่อภาษาไทย เพื่อให้สามารถอ่านออกเสียงได้เช่นเดียวกับต้นฉบับ กลวิธีการทับศัพท์เป็นกลวิธีหนึ่งที่สามารถรักษาวิธีการอ่านออกเสียงชื่อร้านค้าภาษาจีนได้อย่างคล้ายคลึงกับต้นฉบับ แต่ก็ไม่สามารถสื่อถึงความหมายของชื่อร้านค้า นับว่ากลวิธีการแปลโดยการทับศัพท์มุ่งเน้นการถ่ายถอดเฉพาะการออกเสียงโดยไม่เน้นการตีความหมายในภาษาปลายทางทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ชาวจีนที่เข้ามาประกอบอาชีพทำมาหากินได้รักษาและสืบทอดขนบประเพณีเดิมตลอดจนการใช้ภาษาจีนของตนเองอย่างเหนียวแน่น ชื่อร้านค้าภาษาจีนในประเทศไทยได้สะท้อนความเชื่อ ค่านิยม วัฒนธรรม ซึ่งเป็นแนวทางในการดำรงชีวิตของชาวจีน สอดคล้องแนวคิดของ ลาร์สัน (Larson, 1984, pp. 3-23) ได้อธิบายถึงการแปลโดยการทับศัพท์ หรือแปลงข้อความจากระบบการเขียนหรือภาษาหนึ่งไปสู่อีกระบบหนึ่งอย่างมีหลักการ เพื่อให้สามารถเขียนคำในภาษาต่างประเทศด้วยภาษาและอักษรในภาษานั้น ๆ ได้สะดวก ส่วนมากใช้กับวิสามานยนาม อาทิ ชื่อบุคคล สถานที่ หรือชื่อเฉพาะที่ไม่สามารถแปลความหมายเป็นภาษาอื่นได้โดยสะดวก

4. กลวิธีการแปลความ เป็นกลวิธีหนึ่งที่ถูกแปลชื่อร้านค้าจากภาษาจีนเป็นภาษาไทย แล้วความหมายนั้นแฝงอยู่ในชื่อของร้านค้าภาษาไทย กลวิธีการแปลความจะมุ่งเน้นในด้านความหมายให้ สละสลวย มีความหมายอันเป็นมงคล ทั้งชื่อร้านค้าภาษาจีนและภาษาไทย การแปลความที่พบเป็นการแปลแบบตรงตัว หรือเป็นการแปลแบบคำต่อคำ หมายถึง เป็นการแปลที่จำกัดการเทียบเท่าระหว่างภาษาต้นทางและภาษาปลายทางที่อยู่ระดับคำหรือพยางค์ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการแปลเป็นเรื่องของคำสองคำ คือ รูปแบบและความหมาย เป็นเรื่องที่ยากที่นักแปลจะแปลเนื้อความใด ๆ โดยคงทั้งรูปแบบและความหมายของภาษาต้นฉบับอย่างครบถ้วน สอดคล้องกับยูจีน ไนดา (Eugene, 1964, p. 145) ที่กล่าวว่า การแปลแบบเทียบเคียงทางภาษา คือ การแปลตรงตัว การแปล ประเภทนี้เป็นการแปลที่เน้นไปที่สารทั้งในด้านรูปแบบให้เหมือนกันกับต้นฉบับ มากที่สุด เช่น ถ้าต้นฉบับเป็นบทร้อยกรองผู้แปลจะแปลเป็นร้อยกรอง ผู้แปลจะแปลเป็นประโยคต่อประโยค ความคิดต่อความคิด เนื้อความในฉบับแปลจะต้องใกล้เคียงกับเนื้อความในต้นฉบับมากที่สุด การแปลประเภทนี้จะทำให้ผู้อ่านมองเห็นถึงลักษณะทางไวยากรณ์ การใช้คำและความหมายจากต้นฉบับในฉบับแปลด้วย หรือบางครั้งผู้แปลก็จะใช้เชิงอรรถเพื่ออธิบายความเพิ่มเติม จุดประสงค์ของการแปลประเภทนี้คือ พยายามทำให้ผู้รับสารหรือผู้อ่านเข้าใจเนื้อความของภาษาต้นฉบับให้มากที่สุด

### ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลวิธีการแปลชื่อร้านค้าภาษาจีนเป็นภาษาไทยของชาวไทยเชื้อสายจีน ในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ กลวิธีการแปลในรูปแบบต่าง ๆ ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแปล โดยศึกษาจากชื่อธุรกิจร้านค้าภาษาจีนแปลเป็นภาษาไทยและจัดแยกประเภทรูปแบบการแปลชื่อ วิธีการแปลและวิเคราะห์ภาษาแปลปลายทางสะท้อนค่านิยมของชาวจีน

และสำเนียงถิ่น ผู้วิจัยขอเสนอแนะประเด็นที่น่าสนใจโดยมีลำดับความสำคัญเพื่อพิจารณาตามผลการวิจัย ดังนี้

1. งานวิจัยชิ้นนี้สามารถจุดประกายและต่อยอดทางความคิดด้านการศึกษาการแปลชื่อร้านค้า ซึ่งส่งผลในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านธุรกิจ ทักษะทางภาษา ด้านสังคมและวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชาวไทยเชื้อสายจีน เป็นต้น

2. งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษากลิ่นการแปลเฉพาะเพียงในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยเห็นเล็งเห็นว่าในเขตรอบข้างอาทิ เช่น เขตบางรัก เขตยานนาวา เขตบางคอแหลม เป็นต้น เขตเหล่านี้มีพื้นที่ติดกับเขตสาทรและยังสามารถค้นพบป้ายชื่อร้านค้ามากมายที่สามารถเชื่อมโยงด้านอิทธิพลของภาษาและภาษาถิ่น ซึ่งแสดงอย่างเห็นได้ชัดเจน ผู้วิจัยเห็นว่างานวิจัยในอนาคตอาจทำการศึกษาเฉพาะประเด็นต่างๆ อย่างละเอียด เช่น การศึกษากลิ่นการแปลเปรียบเทียบชื่อร้านค้าของเขตบางรัก เขตยานนาวาและเขตบางคอแหลม การศึกษากลิ่นการแปลป้ายตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันภายในเขตสาทรหรือภายในเขตต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร เป็นต้น

## บรรณานุกรม

- ณัฐพล แจ่มจันทร์. (2557). **ประวัติหอการค้าไทย-จีน**. สืบค้นจาก <https://www.thaicc.org/about/th/ประวัติหอการค้าไทยจีน>
- นิธิวุฒิ ศรีบุญชัยชูสกุล. (2560). **ป้ายยี่ห้อ ป้ายสำนัก จิตวิญญาณสำคัญแท้ของชาวจีน**. สืบค้นจาก [https://waymagazine.org/chinese\\_sign](https://waymagazine.org/chinese_sign)
- พัชรภา เอื้ออมรวนิช. (2559). การศึกษาปัญหาการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมและแนวทาง การปรับตัว ของอาจารย์ต่างชาติดกับนักศึกษาไทย ในมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร. **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี**, 10(2), หน้า 79-92.
- เมฆม สอดส่องกฤษ. (2555). การสำรวจและศึกษาวิเคราะห์ชื่อร้านค้า ภาษาจีนของชาวไทยเชื้อสายจีน ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี. **วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี**, 8(2), หน้า 59-89.
- รัชนี โรจน์กุลธำรง. (2552). **ความรู้ความเข้าใจเรื่องภาษาเพื่อการแปล: จากทฤษฎีสู่ปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เลอลักษณ์ แสงอัมพร และสุชาติ ทวีพรปฐมกุล. (2558). ความพึงพอใจของผู้เข้ารับบริการที่มีต่อศูนย์ เยาวชนมิติใหม่กรุงเทพมหานคร. **วารสารวิจัยราชภัฏธนบุรี รัชใช้สังคม**, 1(1), หน้า 100-112.
- วิล ลิมถาวรานันต์. (2555). **ชื่อร้านค้าภาษาจีนในประเทศไทย: แนวโน้มในการตั้งชื่อร้านค้าและ บทบาททางสังคม**. ชลบุรี: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักงานเขตสาทร. (2558). **ข้อมูลทั่วไปของเขต**. สืบค้นจาก <http://www.bangkok.go.th/sathon/page/sub/4156/ข้อมูลทั่วไปของเขต>
- Catford, J. C. (1969). **A linguistic theory of translation**. (3rd ed.). London: Oxford University Press.
- Eugene. (1964). **Toward a Science of Translation**. Leiden: E.J. Brill.
- Larson, M. L. (1984). **Meaning-based translation: A guide to cross-language equivalence**. New York: University Press of America.