ชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น: การกระจายตัวและการจัดตั้งของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

Name of the housing estate in Khon Kaen Province: Distribution and establishment of real estate business

พงศธร สุรินทร์[1]

สุนทรี โชติดิลก[2]

Received 27 April 2022

Revised 4 May 2022

Published 7 May 2022

VACANA JOURNAL

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้าง ภาษาที่ใช้ ความหมาย รวมทั้งปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีผลต่อการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น จำนวน 261 ชื่อ โดยผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์ https://nayoo.co/khonkaen ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมข้อมูลสำคัญของหมู่บ้านจัดสรรได้อย่างละเอียด

ผลการศึกษาพบว่า ประการแรก โครงสร้างของชื่อหมู่บ้านจัดสรรสะท้อนให้เห็นมโนทัศน์ คือ 1) ให้ความสำคัญกับองค์กร 2) ให้ความสำคัญกับภูมินาม หรือสถานที่ตั้งสาขาย่อย และ 3) ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวก ประการที่ 2 ภาษาที่ใช้สำหรับการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรมีผลมาจากการมีทัศนคติที่ดีต่อภาษาต่างๆ ประการที่ 3 ความหมายของชื่อหมู่บ้านจัดสรรสะท้อนให้เห็นค่านิยม คือ 1) ค่านิยมเกี่ยวกับความดีงาม 2) ค่านิยมเกี่ยวกับความร่ำรวย 3) ค่านิยมเกี่ยวกับความเจริญรุ่งเรือง 4) ค่านิยมเกี่ยวกับความใกล้ชิดสิ่งแวดล้อม 5) ค่านิยมเกี่ยวกับความสุขสบาย และ 6) ค่านิยมเกี่ยวกับความหรูหรา

---

[1] อาจารย์ประจำกลุ่มวิชาภาษาตะวันออก (ภาษาไทย) คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก และนักศึกษาปริญญาอักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิต ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

[2] อาจารย์ ดร. ประจำภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประการสุดท้าย ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีผลต่อการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น คือ 1) การกระจายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และ 2) การจัดตั้งธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในท้องถิ่น

คำสำคัญ: ชื่อหมู่บ้านจัดสรร จังหวัดขอนแก่น การกระจายตัวอสังหาริมทรัพย์ การจัดตั้งอสังหาริมทรัพย์

Abstract

The objective of this research paper was to study the structure, the language used, meaning, as well as social and cultural factors affecting the naming of housing estates in Khon Kaen Province. The information used in this study was 261 housing names in Khon Kaen province, which the researcher chose to collect online data collected from https://nayoo.co/khonkaen, a website that gathers important information of the housing estate in detail.

The major findings revealed that, firstly, the structure of the housing estate name reflects the concept: 1) focus on the organization, 2) focus on the name or location of the sub-branch, and 3) pay attention to the facilities. Secondly, the language used for naming housing estates is resulted from a positive attitude towards languages. Thirdly, the meaning of the housing estate name reflected the values: 1) values about goodness, 2) values about riches, 3) values about prosperity, 4) values about environmental intimate, 5) values about comfort, and 6) values about luxury. Lastly, the social and cultural factors affecting the naming of housing estates in Khon Kaen were 1) the distribution of real estate business and 2) the establishment of a local real estate business.

Keywords: Housing name, Khon Kaen Province, real estate diversification, real estate establishment

VACANA JOURNAL

บทนำ

ขอนแก่นเป็นจังหวัดหนึ่งในประเทศไทยที่มีการขยายตัวของหมู่บ้านจัดสรรไปยังพื้นที่ต่างๆ ของจังหวัดจำนวนมาก สอดคล้องไปกับในปัจจุบันมีคนจำนวนมากต้องการที่อยู่อาศัยเพิ่มมากขึ้น (บัวพันธ์ พรหมพักพิง, 2564) ที่อยู่อาศัย อาทิ บ้าน (House) จึงมีสำคัญสำหรับผู้อาศัยเป็นอย่างมาก บัวพันธ์ พรหมพักพิง (2564) ได้อธิบายเกี่ยวกับลักษณะของหมู่บ้านจัดสรรไว้ว่า ในปัจจุบันมีการสร้างบ้านในลักษณะของหมู่บ้านจัดสรร (Housing Estate) เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้อาศัย จากการสังเกตของผู้วิจัย พบว่า ผู้อาศัยในปัจจุบันมีความคาดหวังกับการบริการที่จะได้รับจากหมู่บ้านจัดสรร เช่น การดูแลเอาใจใส่ ความสะดวกสบาย และ

ความหรูหรา คุณลักษณะดังกล่าวนี้ส่งผลให้ผู้ประกอบการนำคุณลักษณะที่สำคัญของการให้บริการมาตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรของตนเอง เพื่อสร้างความดึงดูดให้ผู้ที่จะมาเป็นสมาชิกในหมู่บ้านจัดสรรพิจารณาคัดเลือก

ชื่อหมู่บ้านจัดสรรนับเป็นเครื่องมือสื่อความหมายรูปแบบหนึ่งที่ใช้บ่งบอกลักษณะเด่นของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์บ้านจัดสรร เช่น ชื่อแบรนด์ ชื่อภูมินาม ชื่อสถานที่สำคัญ ชื่อเหล่านี้เป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์บ้านจัดสรรอย่างมาก เนื่องจากชื่อเหล่านี้สามารถช่วยบ่งชี้ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือและความมั่นคงที่แฝงอยู่ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์บ้านจัดสรรได้ รวมทั้งเชื่อมโยงความหมายไปถึงสภาพแวดล้อม ภูมิศาสตร์ ความสิริมงคล หรือทรัพย์สินได้เช่นเดียวกัน อีกทั้งการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรด้วยภาษาที่หลากหลาย สืบเนื่องมาจากในปัจจุบันประเทศไทยมีการยืมภาษา (Linguistic Borrowing) ที่หลากหลายมาใช้เพื่อการสื่อสาร อีกทั้งคนไทยยังมีทัศนคติ (Attitude) ที่ดีต่อภาษาต่างๆ ด้วย เช่น ภาษาบาลี สันสกฤต ภาษาอังกฤษ ภาษาเขมร เป็นต้น ดังนั้นการยืมภาษา และการมีทัศนคติที่ดีต่อภาษาที่หลากหลายจึงเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ชื่อหมู่บ้านมีการปะปนระหว่างภาษาไทยกับภาษาอื่นๆ

Dobric (2010, pp. 139-143) ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับการตั้งชื่อไว้ในหนังสือ "*Theory of Names and Cognitive Linguistics-The Case of the Metaphor*" ว่า รูปแบบการตั้งชื่อสรรพสิ่งรอบตัว โดยพื้นฐานมาจากการใช้คำนามเรียกแทนบุคคล สิ่งของ และสถานที่ จากนั้นชื่อที่ปรากฏจะกลายเป็นคำนามชี้เฉพาะเจาะจง สิ่งที่น่าสนใจ คือ การตั้งชื่อมักพ่วงเอาความหมายแฝงบางประการเข้ามาผสานกับจุดอ้างอิงที่ผู้ผลิตกำลังระบุถึง อย่างในวัฒนธรรมยุโรป ผู้คนมีแนวโน้มตั้งชื่อบุคคล และสถานที่ตามชื่อของเทพเจ้า หรือคำเรียกตำแหน่งสำคัญทางภูมิศาสตร์ ดังนั้น Dobric (2010) จึงอธิบายความสำคัญเกี่ยวกับการตั้งชื่อสรรพสิ่งรอบตัวว่า ในแต่ละวัฒนธรรมย่อมมีมุมมองและลักษณะเฉพาะในการตั้งชื่อสรรพสิ่งรอบตัว ทั้งนี้กระบวนการตั้งชื่อนับเป็นกลวิธีถ่ายโอนความหมายรูปแบบหนึ่งซึ่งมักเป็นความหมายแฝงของแวดวงความหมายต้นทาง (Source Domain) ส่งต่อไปยังแวดวงความหมายปลายทาง (Target Domain)

ในขณะเดียวกันการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรยังเชื่อมโยงไปกับระบบความเชื่อเรื่องความสิริมงคล การศึกษาในครั้งนี้จึงพบว่า สังคมไทยมีระบบความเชื่อเรื่องความสิริมงคล กล่าวคือ คนไทยให้ความสำคัญกับการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรของตนเอง และให้ความสำคัญกับความหมายที่ดีและเป็นสิริมงคล เพราะคนไทยเชื่อว่าสิ่งมงคลจะปรากฏแก่สิ่งนั้นๆ และส่งผลมายังชีวิตของเจ้าของสิ่งนั้นๆ ด้วย อีกทั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรยังมีความสำคัญเป็นสิ่งบ่งบอกภูมิหลัง (Background) ของบริษัทธุรกิจอสังหาริมทรัพย์บ้านจัดสรร และยังสามารถสะท้อนค่านิยม ความนึกคิด ทัศนคติ หรือวัฒนธรรมจากชื่อที่ปรากฏได้ ดังที่ อมรา ประสิทธิ์รัฐศิลป์ (2549, น. 74) ได้กล่าวว่า การศึกษาการตั้งชื่อสรรพสิ่งต่างๆ เป็นการศึกษาภาษาของกลุ่มคนเพื่อให้เข้าใจระบบ

VACANA JOURNAL

ความคิด และค่านิยมของคนกลุ่มนั้นๆ โดยเชื่อว่าภาษาเป็นเครื่องสะท้อนความรู้สึกนึกคิดและการมองโลกของกลุ่มคนนั้นๆ

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวกับการตั้งชื่อสิ่งต่างๆ ที่ผ่านมา พบว่า มีทั้งการตั้งชื่อคลอง ชื่อเรือยาว เรือประมง และชื่อร้านค้า เช่น เรื่อง *"การตั้งชื่อเรือยาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ"* ของพรเพ็ญ เหล็กดีเศษ (2559) เรื่อง *"การตั้งชื่อคลองในพื้นที่ฝั่งธนบุรี จังหวัดกรุงเทพมหานคร"* ของอัญชลิน ปานทอง (2560) เรื่อง *"การตั้งชื่อเรือประมงพื้นบ้านกลุ่มคนมลายูชายฝั่งทะเลตะวันออกภาคใต้ตอนล่าง"* ของสุเมตตา ประสาทแก้ว และคณะ (2561) เรื่อง *"สำรวจและศึกษาการตั้งชื่อร้านค้าภาษาจีนของชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา"* ของวราลี รุ่งบานจิต และคณะ (2562) และ เรื่อง *"การนำเสนออัตลักษณ์ท้องถิ่นและกลวิธีการตั้งชื่อชุดประจำชาติของมิสแกรนด์ไทยแลนด์ปี 2018"* ของสมิทธ์ชาต์ พุมมา (2563) เป็นต้น

อีกทั้งผู้วิจัยได้สำรวจงานวิจัยที่เฉพาะเจาะจงที่เกี่ยวกับการตั้งชื่อหมู่บ้าน พบว่า มีการศึกษาการตั้งชื่อหมู่บ้านจำนวนหนึ่ง งานวิจัยเหล่านี้มีการวิเคราะห์โครงสร้าง ที่มาของภาษา และความหมาย สำหรับการตั้งชื่อหมู่บ้านสามารถแบ่งกลุ่มงานวิจัยได้ 2 กลุ่ม คือ การตั้งชื่อหมู่บ้านดั้งเดิม และการตั้งชื่อหมู่บ้านสมัยใหม่ (หมู่บ้านจัดสรร) เช่น งานวิจัยเกี่ยวกับการตั้งชื่อหมู่บ้านดั้งเดิม ได้แก่ งานวิจัยของอรพินท์ ศิริพงษ์ (2538) เรื่อง *"ชื่อหมู่บ้านในเขตอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์"* งานวิจัยของน้องนุช มณีอินทร์ (2543) เรื่อง *"การปรับเปลี่ยนของชื่อหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่"* และงานวิจัยของโอฬาร รัตนภักดี และวิมลศิริ กลิ่นบุบผา (2550) และ (2551) เรื่อง *"ภูมินามของหมู่บ้านในจังหวัดลำพูน"* และ *"ภูมินามของหมู่บ้านในจังหวัดลำปาง"* ตามลำดับ สำหรับงานวิจัยเกี่ยวกับการตั้งชื่อหมู่บ้านสมัยใหม่ (หมู่บ้านจัดสรร) ได้แก่ งานวิจัยของพรวิภา ไชยสมคุณ (2560) เรื่อง *"การตั้งชื่อโครงการหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่"* และงานวิจัยของเสาวลักษณ์ แซ่ลี้ (2564) เรื่อง *"การตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร"* เป็นต้น

จากการสำรวจงานวิจัยในครั้งนี้ พบว่า มีงานวิจัยเกี่ยวกับการตั้งชื่อหมู่บ้านสมัยใหม่ (หมู่บ้านจัดสรร) เพียง 2 เรื่องเท่านั้น คือ งานวิจัยของพรวิภา ไชยสมคุณ (2560) และเสาวลักษณ์ แซ่ลี้ (2564) ซึ่งมีพื้นที่การศึกษาอยู่ในเขตภาคเหนือ และภาคกลางของประเทศไทย กล่าวได้ว่า ยังไม่มีงานวิจัยใดที่ศึกษาการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยเลือกพื้นที่การศึกษา คือ จังหวัดขอนแก่น เนื่องจากจังหวัดขอนแก่นมีการขยายตัวของหมู่บ้านจัดสรรเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งผู้วิจัยต้องการชี้ให้เห็นว่าการตั้งชื่อหมู่บ้านสมัยใหม่ (หมู่บ้านจัดสรร) มีการเปลี่ยนแปลงไปจากการตั้งชื่อหมู่บ้านดั้งเดิมอย่างไร ชื่อหมู่บ้านจัดสรรต่างๆ

VACANA JOURNAL

จะทำให้เข้าใจระบบคิด และค่านิยมด้านใดบ้าง รวมทั้งเผยให้เห็นว่าชื่อหมู่บ้านจัดสรรต่างๆ มีความสัมพันธ์กับสังคมไทยในปัจจุบันอย่างไร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาโครงสร้างของชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาภาษาที่ใช้สำหรับการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น
3. เพื่อศึกษาความหมายของชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น
4. เพื่อศึกษาปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีผลต่อการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น

วิธีดำเนินการวิจัย

1. เนื่องจากหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่นมีจำนวนมากและกระจายตัวอยู่ตามอำเภอต่างๆ ทั่วไป ผู้วิจัยจึงเลือกเก็บข้อมูลออนไลน์โดยเก็บจากเว็บไซต์ https://nayoo.co/khonkaen ซึ่งมีการประชาสัมพันธ์ซื้อ-ขายบ้านจัดสรรที่บอกข้อมูลอย่างละเอียด อาทิ ชื่อบริษัท ชื่อที่ตั้ง ชื่อหมู่บ้านจัดสรร อีกทั้งยังเป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมชื่อหมู่บ้านจัดสรรไว้จำนวนหนึ่ง

2. ผู้วิจัยเลือกชื่อหมู่บ้านจัดสรร พร้อมทั้งข้อมูลต่างๆ ประกอบการวิเคราะห์จากเว็บไซต์ https://nayoo.co/khonkaen เท่านั้น เนื่องจากเป็นเว็บไซต์ที่มีการประชาสัมพันธ์ซื้อ-ขายบ้านจัดสรรที่บอกข้อมูลอย่างละเอียด อนึ่งผู้วิจัยคัดเลือกชื่อหมู่บ้านจัดสรรจากคอลัมน์ “โครงการบ้านใหม่” ตั้งแต่เดือนมกราคม-มีนาคม พ.ศ. 2565 รวบรวมชื่อหมู่บ้านจัดสรรได้ทั้งหมด จำนวน 261 ชื่อ จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยพบทั้งชื่อแบรนด์ และชื่อทั่วไป ชื่อแบรนด์ ในงานวิจัยนี้ หมายถึง ชื่อที่ผู้ประกอบการนำไปใช้เป็นชื่อเฉพาะเพื่อแสดงอัตลักษณ์ของบริษัทนั้นๆ จะปรากฏในตำแหน่งที่เป็นส่วนหลักเท่านั้น เช่น วราสิริ ศุภาลัย แก่นสุข สำหรับ ชื่อทั่วไป ในงานวิจัยนี้ หมายถึง ชื่อที่ผู้ประกอบการแต่ละบริษัทสามารถนำไปใช้ได้ทั่วไป จะปรากฏในตำแหน่งที่เป็นส่วนขยายเท่านั้น เช่น กรีนวิว แกรนด์ ริเวอร์ วิลเลจ วิลล์

3. ผู้วิจัยวิเคราะห์โครงสร้างของชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น เพื่อทำให้ทราบว่าในโครงสร้างของชื่อหมู่บ้านจัดสรรประกอบไปด้วยอะไรบ้าง อีกทั้งวิเคราะห์ภาษาที่ใช้สำหรับการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น เพื่อทำให้ทราบว่าในชื่อหมู่บ้านจัดสรรมีภาษาอะไรบ้าง รวมไปถึงวิเคราะห์ความหมายของชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น เพื่อทำให้เข้าใจระบบคิด และค่านิยม รวมทั้งวิเคราะห์ปัจจัยทางสังคม

VACANA JOURNAL

และวัฒนธรรมที่มีผลต่อการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น เพื่อเผยให้เห็นว่าชื่อหมู่บ้านจัดสรรต่างๆ มีความสัมพันธ์กับสังคมไทยในปัจจุบันอย่างไรบ้าง

4. ผู้วิจัยเรียบเรียงผลการวิจัย

5. ผู้วิจัยสรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัย

1. โครงสร้างของชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น

จากการศึกษาโครงสร้างของชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่นทั้งหมด 261 ชื่อ พบว่า หมู่บ้านจัดสรรมีโครงสร้างที่ใช้สำหรับการตั้งชื่อทั้งหมด 2 โครงสร้าง ได้แก่ โครงสร้างเดี่ยว และโครงสร้างขยาย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 โครงสร้างเดี่ยว

โครงสร้างเดี่ยว หมายถึง ชื่อหมู่บ้านจัดสรรที่มีหน่วยศัพท์เพียงหน่วยเดียว ซึ่งไม่มีหน่วยศัพท์อื่นๆ ประกอบ และปรากฏชื่อแบรนด์เท่านั้น พบจำนวน 64 ชื่อ คิดเป็นร้อยละ 24.52 สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

1) โครงสร้างที่ 1 ส่วนที่เป็นการบอกชื่อแบรนด์

ตัวอย่างที่ (1) เดอะคลาม

ตัวอย่างที่ (2) เดอะไบซ

ตัวอย่างที่ (3) ดีโฮม

ตัวอย่างที่ (1) (2) และ (3) อธิบายได้ว่า ผู้ประกอบการมีการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น ด้วยส่วนที่เป็นการบอกชื่อแบรนด์เท่านั้น คือ “เดอะคลาม” “เดอะไบซ” และ “ดีโฮม” ตามลำดับ

VACANA JOURNAL

1.2 โครงสร้างขยาย

โครงสร้างขยาย หมายถึง ชื่อหมู่บ้านจัดสรรที่มีหน่วยศัพท์มากกว่า 1 หน่วย ซึ่งมีหน่วยศัพท์อื่นๆ ประกอบ และอาจจะปรากฏชื่อแบรนด์ ชื่อทั่วไป ชื่อภูมินาม ชื่อพิกัดสำคัญ และลำดับที่ สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

1) โครงสร้างที่ 1 ส่วนที่เป็นการบอกชื่อแบรนด์ + ส่วนที่เป็นการบอกชื่อภูมินาม พบจำนวน 81 ชื่อ คิดเป็นร้อยละ 31.03

ตัวอย่างที่ (4) สไมล์โฮม + ขอนแก่น

ตัวอย่างที่ (5) เดอะเน็กซ์ + ชุมแพ

ตัวอย่างที่ (6) โชคดี + ดอนบม

ตัวอย่างที่ (4) (5) และ (6) อธิบายได้ว่า ผู้ประกอบการมีการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น ด้วยส่วนที่เป็นการบอกชื่อแบรนด์ คือ “สไมล์โฮม” “เดอะเน็กซ์” และ “โชคดี” ประกอบกับส่วนที่เป็นการบอกชื่อภูมินาม คือ “ขอนแก่น (ชื่อจังหวัด)” “ชุมแพ (ชื่ออำเภอ)” และ “ดอนบม (ชื่อบ้าน)” ตามลำดับ

2) โครงสร้างที่ 2 ส่วนที่เป็นการบอกชื่อแบรนด์ + ส่วนที่เป็นการบอกชื่อทั่วไป พบจำนวน 69 ชื่อ คิดเป็นร้อยละ 26.44

ตัวอย่างที่ (7) ชลพฤกษ์ + พาร์ควิลล์

ตัวอย่างที่ (8) แก่นสุข + วิลเลจ

ตัวอย่างที่ (9) วราสิริ + แฟร์ฟอร์ด

ตัวอย่างที่ (7) (8) และ (9) อธิบายได้ว่า ผู้ประกอบการมีการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น ด้วยส่วนที่เป็นการบอกชื่อแบรนด์ คือ “ชลพฤกษ์” “แก่นสุข” และ “วราสิริ” ประกอบกับส่วนที่เป็นการบอกชื่อทั่วไป คือ “พาร์ควิลล์” “วิลเลจ” และ “แฟร์ฟอร์ด” ตามลำดับ

3) โครงสร้างที่ 3 ส่วนที่เป็นการบอกชื่อแบรนด์ + ส่วนที่เป็นการบอกชื่อทั่วไป + ส่วนที่บอกลำดับที่

VACANA JOURNAL

พบจำนวน 25 ชื่อ คิดเป็นร้อยละ 9.58

ตัวอย่างที่ (10) พารากอน + วิลล่า + 2

ตัวอย่างที่ (11) ศุภาลัย + รอยัลริเวอร์ + 2

ตัวอย่างที่ (12) ไอคอน + วิลล่า + 9

ตัวอย่างที่ (10) (11) และ (12) อธิบายได้ว่า ผู้ประกอบการมีการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น ด้วยส่วนที่เป็นการบอกชื่อแบรนด์ คือ “พารากอน” “ศุภาลัย” และ “ไอคอน” ประกอบกับส่วนที่เป็นการบอกชื่อทั่วไป คือ “วิลล่า” “รอยัลริเวอร์” และ “วิลล่า” และประกอบกับส่วนที่บอกลำดับที่ คือ “2” “2” และ “9” ตามลำดับ

4) โครงสร้างที่ 4 ส่วนที่เป็นการบอกชื่อแบรนด์ + ส่วนที่เป็นการบอกชื่อพิกัดสำคัญ
พบจำนวน 20 ชื่อ คิดเป็นร้อยละ 7.66

ตัวอย่างที่ (13) เออเบิน นารา + แอร์พอร์ต-บายพาส

ตัวอย่างที่ (14) เบตต้าเฮ้าส์ + วงแหวนใต้

ตัวอย่างที่ (15) เดอะบียอนด์ + บึงทุ่งสร้าง

ตัวอย่างที่ (13) (14) และ (15) อธิบายได้ว่า ผู้ประกอบการมีการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น ด้วยส่วนที่เป็นการบอกชื่อแบรนด์ คือ “เออเบิน นารา” “เบตต้าเฮ้าส์” และ “เดอะบียอนด์” ประกอบกับส่วนที่เป็นการบอกชื่อพิกัดสำคัญ คือ “แอร์พอร์ต-บายพาส” “วงแหวนใต้” และ “บึงทุ่งสร้าง” ตามลำดับ

5) โครงสร้างที่ 5 ส่วนที่เป็นการบอกชื่อแบรนด์ + ส่วนที่เป็นการบอกชื่อทั่วไป + ส่วนที่เป็นการบอกชื่อพิกัดสำคัญ + ส่วนที่เป็นการบอกชื่อภูมินาม
พบจำนวน 2 ชื่อ คิดเป็นร้อยละ 0.77

ตัวอย่างที่ (16) วี + วิลเลจ + สนามบิน + ขอนแก่น

ตัวอย่างที่ (17) คิริน + วอเตอร์ฟรอนท์ + แก่งน้ำต้อน + บ้านสะอาด

VACANA JOURNAL

ตัวอย่างข้างต้น อธิบายได้ว่า ผู้ประกอบการมีการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่นด้วยส่วนที่เป็นการบอกชื่อแบรนด์ คือ “วี (ย่อมาจากชื่อบริษัท วี พร็อพเพอร์ตี้ 2012 จำกัด)” และ “คิริน (นำมาจากชื่อบริษัทคิริน)” ประกอบกับส่วนที่เป็นการบอกชื่อทั่วไป คือ “วิลเลจ” และ “วอเตอร์ฟรอนท์” ประกอบกับส่วนที่เป็นการบอกชื่อพิกัดสำคัญ คือ “สนามบิน” และ “แก่งน้ำต้อน” และประกอบกับส่วนที่เป็นการบอกชื่อภูมินาม คือ “ขอนแก่น” และ “บ้านสะอาด” ตามลำดับ

1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างกับมโนทัศน์

ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างกับมโนทัศน์ หมายถึง ระบบความคิด หรือวิธีคิดของผู้ประกอบการหมู่บ้านจัดสรรที่สะท้อนให้เห็นจากโครงสร้างของชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

1) ให้ความสำคัญกับองค์กร

เมื่อพิจารณาโครงสร้างของชื่อหมู่บ้านจัดสรร พบว่า ผู้ประกอบการนำเอาชื่อแบรนด์มาวางไว้ในตำแหน่งแรกสุดของโครงสร้างทุกโครงสร้าง เช่น “*ศุภาลัย*รอยัลริเวอร์ขอนแก่น” คำว่า “ศุภาลัย” (ส่วนที่เป็นการบอกชื่อแบรนด์) เป็นแบรนด์ต่างถิ่นจากบริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) หรือ “*เป็นสุข*เลควิว” คำว่า “เป็นสุข” (ส่วนที่เป็นการบอกชื่อแบรนด์) เป็นแบรนด์ท้องถิ่นจากห้างหุ้นส่วนจำกัด เป็นสุขแลนด์ กล่าวได้ว่าการนำเอาชื่อแบรนด์มาวางไว้ในตำแหน่งแรกสุดเช่นนี้ เนื่องจากผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับตำแหน่งแรกสุดของโครงสร้างชื่อหมู่บ้านจัดสรร จึงนำชื่อแบรนด์วางไว้ตำแหน่งแรกสุด สะท้อนให้เห็นมโนทัศน์ของผู้ประกอบการหมู่บ้านจัดสรรที่ให้ความสำคัญกับองค์กรซึ่งจะต้องมาก่อนสิ่งอื่นใด

การนำเอาชื่อแบรนด์มาวางไว้ในตำแหน่งแรกสุดของโครงสร้างทุกโครงสร้าง เนื่องจากชื่อแบรนด์ สามารถบ่งบอกถึงความน่าเชื่อถือขององค์กรได้อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นโครงสร้างที่มีการวางชื่อแบรนด์ในตำแหน่งแรกสุดของโครงสร้างทุกโครงสร้าง จึงสะท้อนให้เห็นมโนทัศน์ของผู้ประกอบการหมู่บ้านจัดสรรที่ให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือขององค์กรเป็นอย่างมาก จึงนำชื่อแบรนด์วางไว้ตำแหน่งแรกสุด เป็นที่น่าสังเกตว่าชื่อแบรนด์จะไม่ปรากฏในตำแหน่งท้ายสุด เนื่องจากตำแหน่งท้ายสุดของโครงสร้างแสดงถึงความสำคัญต่อองค์กรน้อยกว่าตำแหน่งแรกสุด จึงมักจะปรากฏส่วนที่บอกลำดับที่มากกว่า

2) ให้ความสำคัญกับภูมินาม หรือสถานที่ตั้งสาขาย่อย

เมื่อพิจารณาโครงสร้างของชื่อหมู่บ้านจัดสรร พบว่า ผู้ประกอบการจะนำเอาชื่อภูมินาม ซึ่งก็คือ จังหวัดขอนแก่น ในคำว่า “ขอนแก่น” มาวางไว้ในตำแหน่งต่อจากชื่อแบรนด์ หรือชื่อทั่วไป ในบางกรณี

VACANA JOURNAL

อาจจะปรากฏในตำแหน่งท้ายสุดก็ได้ เช่น วี (ส่วนที่เป็นการบอกชื่อแบรนด์) + วิลเลจ (ส่วนที่เป็นการบอกชื่อทั่วไป) + สนามบิน (ส่วนที่เป็นการบอกชื่อพิกัดสำคัญ) + ขอนแก่น (ส่วนที่เป็นการบอกชื่อภูมินาม) การนำเอาชื่อภูมินาม “ขอนแก่น” มาวางไว้ในตำแหน่งต่อจากชื่อแบรนด์ ชื่อทั่วไป หรือชื่อพิกัดสำคัญ เนื่องจากผู้ประกอบการต้องการระบุให้ทราบว่าหมู่บ้านจัดสรรของตนเองมีสถานที่ตั้งอยู่ที่จังหวัดขอนแก่น สะท้อนให้เห็นมโนทัศน์ของผู้ประกอบการหมู่บ้านจัดสรรที่ให้ความสำคัญกับภูมินาม เนื่องจากภูมินามชี้ให้เห็นสถานที่ตั้งสำคัญของหมู่บ้านได้ชัดเจน

อีกทั้งผู้ประกอบการจะนำเอาหมายเลขมาไว้ในตำแหน่งท้ายสุดของโครงสร้างชื่อหมู่บ้านจัดสรร เช่น พารากอน (ส่วนที่เป็นการบอกชื่อแบรนด์) + วิลล่า (ส่วนที่เป็นการบอกชื่อทั่วไป) + 2 (ส่วนที่บอกลำดับที่) กล่าวได้ว่า หมู่บ้านจัดสรรชื่อ “พารากอนวิลล่า” มีสาขาย่อยลำดับที่ “2” ตั้งอยู่ที่จังหวัดขอนแก่น ส่วนที่บอกลำดับที่จึงสะท้อนให้เห็นมโนทัศน์ของผู้ประกอบการหมู่บ้านจัดสรรที่ให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้งสาขาย่อย เนื่องจากสถานที่ตั้งสาขาย่อยก็มีความสำคัญเทียบเท่ากับสถานที่ตั้งสาขาหลักเช่นเดียวกัน

3) ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวก

เมื่อพิจารณาโครงสร้างของชื่อหมู่บ้านจัดสรร พบว่า ผู้ประกอบการจะนำเอาชื่อที่เป็นพิกัดสำคัญมาวางไว้ในตำแหน่งต่อจากชื่อแบรนด์ หรือชื่อทั่วไป เช่น เออเบิน นารา (ส่วนที่เป็นการบอกชื่อทั่วไป) + แอร์พอร์ต-บายพาส (ส่วนที่เป็นการบอกชื่อพิกัดสำคัญ) เนื่องจากพิกัดสำคัญสามารถแสดงให้เห็นความสำคัญของสิ่งอำนวยความสะดวกที่อยู่ใกล้หมู่บ้านจัดสรร ในคำว่า “แอร์พอร์ต-บายพาส” แสดงให้เห็นว่าหมู่บ้านจัดสรร “เออเบิน นารา” มีสถานที่ตั้งอยู่ใกล้กับสนามบินและทางเลี่ยงเมือง ซึ่งพิกัดสำคัญเหล่านี้เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้อยู่อาศัย

ดังนั้นการนำชื่อที่เป็นพิกัดสำคัญมาวางไว้ในตำแหน่งต่อจากชื่อแบรนด์ หรือชื่อทั่วไป จึงสะท้อนให้เห็นมโนทัศน์ของผู้ประกอบการหมู่บ้านจัดสรรที่ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่อยู่ใกล้หมู่บ้านจัดสรรของตนเอง เนื่องจากเล็งเห็นว่าคนในสังคมไทยปรารถนาสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน หากใช้ส่วนที่เป็นการบอกพิกัดสำคัญมาตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรร ก็จะทำให้ผู้ซื้อพิจารณาเลือกซื้อหมู่บ้านจัดสรรของตนเอง

2. ภาษาที่ใช้สำหรับการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น

จากการศึกษาภาษาที่ใช้สำหรับการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่นทั้งหมด 261 ชื่อ พบว่าหมู่บ้านจัดสรรมีภาษาที่ใช้สำหรับการตั้งชื่อทั้งหมด 6 ภาษา ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้อักษรย่อในตารางแทนภาษาดังกล่าว

VACANA JOURNAL

คือ (ท.) แทนภาษาไทย (อ.) แทนภาษาอังกฤษ (ป.,ส.) แทนภาษาบาลีสันสกฤต (ฝ.) แทนภาษาฝรั่งเศส (ข.) แทนภาษาเขมร และ (ญ.) แทนภาษาญี่ปุ่น ซึ่งสามารถจำแนกภาษาที่ใช้สำหรับการตั้งชื่อได้ 2 ลักษณะ ได้แก่ ชื่อหมู่บ้านจัดสรรที่ใช้ภาษาเดียว และชื่อหมู่บ้านจัดสรรที่ใช้หลายภาษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 ชื่อหมู่บ้านจัดสรรที่ใช้ภาษาเดียว

ชื่อหมู่บ้านจัดสรรที่ใช้ภาษาเดียวหมายถึง ผู้ประกอบการนำภาษาต่างๆ มาใช้ในชื่อหมู่บ้านด้วย 1 ภาษาเท่านั้น สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ภาษา	ชื่อหมู่บ้านจัดสรร	จำนวน	ร้อยละ
1) ภาษาอังกฤษ	ตัวอย่างที่ (18) เวลล์วิลล่า (อ.)	45	17.25
2) ภาษาบาลีสันสกฤต	ตัวอย่างที่ (19) สิทธาสิริ (ป.,ส.)	27	10.35
3) ภาษาฝรั่งเศส	ตัวอย่างที่ (20) เลอนีโอ (ฝ.)	1	0.38

ตัวอย่างข้างต้น อธิบายได้ว่า ผู้ประกอบการมีการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่นด้วย 1 ภาษา โดยภาษาที่พบมากที่สุด ได้แก่ ภาษาอังกฤษ เช่น “เวลล์วิลล่า” ภาษาบาลีสันสกฤต เช่น “สิทธาสิริ” และภาษาฝรั่งเศส เช่น “เลอนีโอ” ตามลำดับดังตารางข้างต้น

2.2 ชื่อหมู่บ้านจัดสรรที่ใช้หลายภาษา

ชื่อหมู่บ้านจัดสรรที่ใช้หลายภาษา หมายถึง ผู้ประกอบการนำภาษาต่างๆ มาใช้ในชื่อหมู่บ้านตั้งแต่ 2 ภาษาขึ้นไป สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ภาษา	ชื่อหมู่บ้านจัดสรร	จำนวน	ร้อยละ
1) ภาษาบาลีสันสกฤตกับภาษาอังกฤษ	ตัวอย่างที่ (21) ราชพฤกษ์กรีนวิว ราชพฤกษ์ (ป.,ส.) + กรีนวิว (อ.)	76	29.12
2) ภาษาอังกฤษกับภาษาไทย	ตัวอย่างที่ (22) เดอะเกรซ 2 ขอนแก่น เดอะเกรซ (อ.) 2 + ขอนแก่น (ท.)	48	18.39
3) ภาษาไทยกับภาษาบาลีสันสกฤต	ตัวอย่างที่ (23) บ้านสุขทวี บ้าน (ท.) + สุขทวี (ป.,ส.)	35	13.41

VACANA JOURNAL

ภาษา	ชื่อหมู่บ้านจัดสรร	จำนวน	ร้อยละ
4) ภาษาบาลีสันสกฤต ภาษาอังกฤษ และภาษาไทย	ตัวอย่างที่ (24) อภิทาวน์ขอนแก่น อภิ (ป., ส.) + ทาวน์ (อ.) + ขอนแก่น (ท.)	21	8.05
5) ภาษาบาลีสันสกฤต ภาษาอังกฤษ และภาษาฝรั่งเศส	ตัวอย่างที่ (25) ธนาแกรนด์วิลล์ ธนา (ป.,ส.) + แกรนด์ (อ.) + วิลล์ (ฝ.)	3	1.15
6) ภาษาไทยกับภาษาเขมร	ตัวอย่างที่ (26) บ้านของเรา สำราญ บ้านของเรา (ท.) + สำราญ (ข.)	1	0.38
7) ภาษาบาลีสันสกฤตกับภาษาญี่ปุ่น	ตัวอย่างที่ (27) พิมานชลโคะอิ พิมานชล (ป.,ส.) + โคะอิ (ญ.)	1	0.38
8) ภาษาอังกฤษกับภาษาเขมร	ตัวอย่างที่ (28) ฟูลเฮาส์สำราญ ฟูลเฮาส์ (อ.) + สำราญ (ข.)	1	0.38
9) ภาษาเขมร ภาษาบาลีสันสกฤต	ตัวอย่างที่ (29) สราญรมย์ สราญ (ข.) + รมย์ (ป.,ส.)	1	0.38
10) ภาษาไทย ภาษาเขมร และภาษาบาลีสันสกฤต	ตัวอย่างที่ (30) บ้านเจริญสิริ บ้าน (ท.) + เจริญ (ข.) + สิริ (ป.,ส.)	1	0.38

VACANA JOURNAL

ตัวอย่างข้างต้น อธิบายได้ว่า ผู้ประกอบการมีการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่นตั้งแต่ 2 ภาษาขึ้นไป โดยภาษาที่พบมากที่สุด 5 ลำดับแรก ได้แก่ ภาษาบาลีสันสกฤตกับภาษาอังกฤษ เช่น “ราชพฤกษ์กรีนวิว” ภาษาอังกฤษกับภาษาไทย เช่น “เดอะเกรซ 2 ขอนแก่น” ภาษาไทยกับภาษาบาลีสันสกฤต เช่น “บ้านสุขทวี” ภาษาบาลีสันสกฤต ภาษาอังกฤษ และภาษาไทย เช่น “อภิทาวน์ขอนแก่น” และภาษาบาลีสันสกฤต ภาษาอังกฤษ และภาษาฝรั่งเศส เช่น “ธนาแกรนด์วิลล์” ตามลำดับดังตารางข้างต้น

2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างภาษาที่ใช้สำหรับการตั้งชื่อกับทัศนคติ

ความสัมพันธ์ระหว่างภาษาที่ใช้สำหรับการตั้งชื่อกับทัศนคติ หมายถึง ทัศนคติที่ดีต่อภาษาต่างๆ ของผู้ประกอบการหมู่บ้านจัดสรรแต่ละบริษัท ส่งผลให้ผู้ประกอบการหมู่บ้านจัดสรรแต่ละบริษัทนั้นนำภาษาต่างๆ มาตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

1) มีทัศนคติที่ดีต่อภาษาต่าง ๆ ที่นำมาตั้งชื่อ

เนื่องจากสถานการณ์ในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษากลางทั้งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และระดับโลกมีบทบาทมากขึ้นในสังคมไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การเลือกใช้ภาษาอังกฤษควบคู่กับภาษาไทยอาจเกิดจากคุณค่าที่สังคมให้แก่ภาษาอังกฤษ กล่าวคือ ในสังคมไทยให้ภาษาอังกฤษเป็นสัญลักษณ์ของความเป็น “สมัยใหม่” (ภาวดี สายสุวรรณ, 2561) การใช้ภาษาอังกฤษจึงมีส่วนช่วยเสริมให้สิ่งต่างๆ นั้น “ดูทันสมัย” และ “เป็นสากล” มากขึ้น ซึ่งเป็นลักษณะที่พึงประสงค์ของสิ่งต่างๆ โดยทั่วไป ดังนั้นจึงทำให้ผู้ประกอบการหมู่บ้านจัดสรรนำภาษาอังกฤษมาใช้ในชื่อหมู่บ้านจัดสรรของตนเองจำนวนมาก เพื่อให้หมู่บ้านจัดสรรของตนเองมีความทันสมัย และเป็นสากล

ทั้งนี้คนไทยได้นับถือพระพุทธศาสนามาอย่างยาวนาน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีปฏิบัติของคนไทยจึงแนบแน่นกับพระพุทธศาสนาในแทบทุกมิติตั้งแต่เกิดจนตาย เช่น การตั้งชื่อ-นามสกุล การตั้งชื่ออาคารสถานที่ ฯลฯ (พระมหาธีรวัฒน์ ถิรจิตฺโต และวุฒิภัทร มูลศรี, 2564) ดังนั้นคนไทยจึงมีทัศนคติต่อภาษาบาลีสันสกฤตว่าเป็น “ภาษาสถานะสูง” “ภาษามงคล” และ “ภาษาศักดิ์สิทธิ์” เนื่องจากเป็นภาษาในคัมภีร์ทางศาสนา และเป็นภาษาของผู้มีการศึกษาอยู่แล้ว อนึ่งการใช้ภาษาบาลีสันสกฤตในชื่อหมู่บ้านจัดสรรนั้นผู้ประกอบการหมู่บ้านจัดสรรอาจจะต้องการให้หมู่บ้านของตนเองมีความสิริมงคล อีกทั้งความสิริมงคลอาจจะส่งผลให้หมู่บ้านจัดสรรของตนเองเจริญรุ่งเรืองในอนาคตได้

อีกทั้งแพรวโพยม บุณยะผลึก (2547) แสดงทรรศนะต่อภาษาฝรั่งเศสไว้ว่า การตั้งชื่อเฉพาะของร้านค้าประเภทร้านอาหาร สถาบันเสริมความงาม อาคารชุด เป็นภาษาฝรั่งเศสเพื่อสร้างบรรยากาศ “หรูหรา” “ชั้นสูง” และ “ราคาแพง” พบจำนวนมากในกรุงเทพมหานคร เช่น ลาแมร์ ซาโตว์ กาโตว์ ดังนั้นเมื่อมีการขยายตัวของหมู่บ้านจัดสรรมายังภาคตะวันออกของประเทศไทย แทนที่จะมีเพียงแค่ภาษาไทยในชื่อหมู่บ้านจัดสรรเท่านั้น แต่ผู้ประกอบการกับเลือกใช้คำจากภาษาฝรั่งเศสด้วย เนื่องจากผู้ประกอบการอาจจะมีทัศนคติต่อภาษาฝรั่งเศสที่ว่าภาษาฝรั่งเศสสามารถสร้างบรรยากาศหรูหรา ชั้นสูง และราคาแพง ซึ่งอาจจะส่งผลให้หมู่บ้านจัดสรรของตนเองมีราคาสูงขึ้น

VACANA JOURNAL

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการหมู่บ้านจัดสรรแต่ละบริษัทมีทัศนคติที่ดีต่อภาษาต่างๆ ทั้งในเรื่องของ “ความทันสมัย” “ความมงคล” หรือ “ความหรูหรา” จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการแต่ละบริษัทนั้นนำภาษาต่างๆ เหล่านี้ มาตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่นของตนเองจำนวนมาก

3 ความหมายของชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น

จากการศึกษาความหมายของชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่นทั้งหมด 261 ชื่อ พบว่า หมู่บ้านจัดสรรมีกลุ่มความหมายที่ใช้สำหรับการตั้งชื่อ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 กลุ่มความหมายของชื่อหมู่บ้านจัดสรร

กลุ่มความหมายของชื่อหมู่บ้านจัดสรร หมายถึง ชื่อหมู่บ้านจัดสรรที่มีหน่วยศัพท์แสดงถึงสรรพสิ่งต่างๆ จัดเป็นกลุ่มความหมายได้ 4 กลุ่ม ทั้งนี้หากชื่อหมู่บ้านจัดสรรมีหลายกลุ่มความหมาย ผู้วิจัยพิจารณาหน่วยศัพท์ทั้งหมดที่ปรากฏในชื่อหมู่บ้านจัดสรร แล้วจึงจัดกลุ่มความหมายอย่างเป็นระบบ สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

1) กลุ่มความหมายแสดงถึงคุณสมบัติ

ความหมายแสดงถึงคุณสมบัติ หมายถึง หน่วยศัพท์ที่แสดงถึงขนาด ความหรูหรา ความสุข และความสะดวกสบาย พบจำนวน 129 หน่วยศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 33.59 เป็นต้น

ตัวอย่างที่ (31) ฉัตรเพชรการ์เด้นวิลล์*ลักซ์ชัวรี่*

ตัวอย่างที่ (32) บ้าน*สุขทวี*

ตัวอย่างที่ (33) บ้าน*รื่นรมย์*ขอนแก่น

ตัวอย่างที่ (31) (32) และ (33) อธิบายได้ว่า ผู้ประกอบการมีการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น ด้วยหน่วยศัพท์ที่แสดงถึงคุณสมบัติความหรูหรา คือ “ลักซ์ชัวรี่ (Luxury)” หมายถึง ความหรูหรา หน่วยศัพท์ที่แสดงถึงคุณสมบัติความสุข คือ “สุขทวี” หมายถึง ความสุขที่เพิ่มขึ้น และหน่วยศัพท์ที่แสดงถึงคุณสมบัติความสุขสบาย คือ “รื่นรมย์” หมายถึง ความสุขสบายกายสบายใจ ตามลำดับ

VACANA JOURNAL

2) กลุ่มความหมายแสดงถึงความเป็นสิริมงคล

ความหมายแสดงถึงความเป็นสิริมงคล หมายถึง หน่วยศัพท์ที่แสดงถึงความดีงาม และความเจริญรุ่งเรือง พบจำนวน 113 คิดเป็นร้อยละ 29.43 เป็นต้น

ตัวอย่างที่ (34) *สุณภัทร*พร็อพเพอร์ตี้

ตัวอย่างที่ (35) *มงคลเลิศ*ธานี 2

ตัวอย่างที่ (36) *ประเสริฐ*กรีนวิว

ตัวอย่างที่ (34) (35) และ (36) อธิบายได้ว่า ผู้ประกอบการมีการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น ด้วยหน่วยศัพท์ที่แสดงถึงความเป็นสิริมงคล และความเจริญรุ่งเรือง คือ “สุณภัทร” หมายถึง ความมงคลดีงาม “มงคลเลิศ” หมายถึง ความเจริญที่ดีที่สุด และ “ประเสริฐ” หมายถึง ดีที่สุด ตามลำดับ

3) กลุ่มความหมายแสดงถึงสถานะทางการเงิน

ความหมายแสดงถึงสถานะทางการเงิน หมายถึง หน่วยศัพท์ที่แสดงถึงสถานภาพความร่ำรวยและทรัพย์สินเงินทองจำนวนมาก พบจำนวน 84 คิดเป็นร้อยละ 21.88 เป็นต้น

ตัวอย่างที่ (37) *เดอะริช*โฮม

ตัวอย่างที่ (38) *พันล้าน*วิลล์

ตัวอย่างที่ (39) *ทรัพย์ไพศาล*ลิฟวิงโฮม

ตัวอย่างที่ (37) (38) และ (39) อธิบายได้ว่า ผู้ประกอบการมีการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น ด้วยหน่วยศัพท์ที่แสดงถึงสถานภาพความร่ำรวย และทรัพย์สินเงินทองจำนวนมาก คือ “เดอะริช (The Rich)” หมายถึง ความร่ำรวย “พันล้าน” หมายถึง เงินจำนวน 1 ล้านบาท และ “ทรัพย์ไพศาล” หมายถึง เงินจำนวนมาก

4) กลุ่มความหมายแสดงถึงธรรมชาติและสภาพแวดล้อม

ความหมายแสดงถึงธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม หมายถึง หน่วยศัพท์ที่แสดงถึงสภาพแวดล้อม ภูมิประเทศ และพืชพันธุ์ พบจำนวน 58 คิดเป็นร้อยละ 15.10 เป็นต้น

ตัวอย่างที่ (40) *เลค*นครา

VACANA JOURNAL

ตัวอย่างที่ (41) *โอโซน*ไพรเวท

ตัวอย่างที่ (42) บ้าน*นภา*โฮมหนองกุง

จากตัวอย่างข้างต้น อธิบายได้ว่า ผู้ประกอบการมีการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่นด้วยหน่วยศัพท์ที่แสดงถึงธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม คือ “เลค (Lake)” หมายถึง ทะเลสาบหรือบึงใหญ่ “โอโซน” หมายถึง ก๊าซที่ทำให้อากาศบริสุทธิ์ และ “นภา” หมายถึง ท้องฟ้า

3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างความหมายกับค่านิยม

ความสัมพันธ์ระหว่างความหมายกับค่านิยม หมายถึง ค่านิยมของผู้ประกอบการหมู่บ้านจัดสรรที่สะท้อนให้เห็นจากความหมายของชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

1) ค่านิยมเกี่ยวกับความดีงาม

ความดีงาม หมายถึง สิ่งที่น่าปรารถนาชวนให้พึงใจ เป็นสิริมงคลแก่ชีวิต ดังนั้นการนำคำที่มีความหมายถึงสิ่งที่เป็นมงคล ความงาม และโชคลาภ มาใช้ในการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่นจึงได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เมื่อพิจารณาความหมายของชื่อหมู่บ้านจัดสรร พบว่า ผู้ประกอบการเลือกใช้คำที่มีความหมายสื่อถึงความดีงาม เช่น “*สุ*วิมานวิว” คำว่า “สุ” หมายถึง ดี เป็นต้น ค่านิยมเกี่ยวกับความดีงามที่สะท้อนผ่านการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรข้างต้น แสดงให้เห็นว่าคนไทยยึดถือเรื่องความเป็นสิริมงคล โดยเชื่อว่าชื่อที่ประกอบด้วยคำที่มีความหมายสื่อถึงความดีงามจะส่งผลให้สิ่งนั้นเป็นมงคลแก่บ้านและผู้พักอาศัยด้วยเช่นกัน

2) ค่านิยมเกี่ยวกับความร่ำรวย

ความร่ำรวยเป็นค่านิยมที่บุคคลอยากจะมี หรืออยากจะให้เกิดขึ้นแก่ตนเอง ครอบครัว วงศ์ตระกูล ทั้งนี้ก็เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ดังนั้นการนำคำที่มีความหมายถึงความร่ำรวย มาใช้ในการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่นจึงได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เมื่อพิจารณาความหมายของชื่อหมู่บ้านจัดสรร พบว่า ผู้ประกอบการเลือกใช้คำที่มีความหมายสื่อถึงความร่ำรวย เช่น “*รวยทรัพย์*กรีนวิว” คำว่า “รวยทรัพย์” หมายถึง ความร่ำรวย หรือสถานะภาพทางการเงินสูง เป็นต้น ค่านิยมเกี่ยวกับความร่ำรวยที่สะท้อนผ่านการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรข้างต้น แสดงให้เห็นว่าคนไทยยึดถือเรื่องความร่ำรวย เนื่องจากความร่ำรวยเป็นค่านิยมที่บุคคลอยากจะมี หรืออยากจะให้เกิดขึ้นแก่ตนเอง ครอบครัว วงศ์ตระกูล

VACANA JOURNAL

3) ค่านิยมเกี่ยวกับความเจริญรุ่งเรือง

ทุกคนปรารถนาให้ตนเองมีชีวิตที่เจริญในหน้าที่การงาน ด้วยการมุ่งมั่นทำงานเพื่อพัฒนาอาชีพของตนเองให้ดีขึ้น มีตำแหน่งการงานที่สูงขึ้น ความเจริญรุ่งเรืองจึงเป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนา ดังนั้นการนำคำที่มีความหมายถึงความเจริญรุ่งเรือง มาใช้ในการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่นจึงได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เมื่อพิจารณาความหมายของชื่อหมู่บ้านจัดสรร พบว่า ผู้ประกอบการเลือกใช้คำที่มีความหมายสื่อถึงความเจริญรุ่งเรือง เช่น “บ้าน*เจริญ*สิริ” คำว่า “เจริญ” หมายถึง รุ่งเรือง เป็นต้น ค่านิยมเกี่ยวกับความเจริญรุ่งเรืองที่สะท้อนผ่านการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรข้างต้น แสดงให้เห็นว่าคนไทยยึดถือเรื่องความเจริญรุ่งเรือง เนื่องจากความเจริญรุ่งเรืองเป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนา

4) ค่านิยมเกี่ยวกับความใกล้ชิดสิ่งแวดล้อม

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรอบตัว เช่น ภูเขา ทะเล แม่น้ำ คลอง บึง หรือป่า กล่าวได้ว่า ประเทศไทยมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการนำคำที่มีความหมายถึงธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรอบตัว มาใช้ในการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่นจึงได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เมื่อพิจารณาความหมายของชื่อหมู่บ้านจัดสรร พบว่า ผู้ประกอบการเลือกใช้คำที่มีความหมายสื่อถึงธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรอบตัว เช่น “*ธารา*แกรนด์ขอนแก่น” คำว่า “ธารา” หมายถึง สายน้ำ เป็นต้น ค่านิยมเกี่ยวกับความใกล้ชิดสิ่งแวดล้อมที่สะท้อนผ่านการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรข้างต้น แสดงให้เห็นว่าคนไทยมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดสิ่งแวดล้อมรอบตัว จึงทำให้คนไทยนำธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรอบตัวใช้สำหรับการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรของตนเอง อีกทั้งธรรมชาติแวดล้อมย่อมเป็นสิ่งที่ผู้อยู่อาศัย หรือกลุ่มเป้าหมายต้องการ เช่น อาจจะต้องการอากาศที่บริสุทธิ์จึงตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในคำว่า “*โอโซน*ไพรเวท” เพื่อโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

5) ค่านิยมเกี่ยวกับความสุขสบาย

จุดมุ่งหมายสูงสุดของชีวิตมนุษย์ คือ ความสุขสบาย ความสุขสบายจึงเป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนา ดังนั้นการนำคำที่มีความหมายถึงความสุขสบาย มาใช้ในการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่นจึงได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เมื่อพิจารณาความหมายของชื่อหมู่บ้านจัดสรร พบว่า ผู้ประกอบการเลือกใช้คำที่มีความหมายสื่อถึงความสุขสบาย เช่น “บ้าน*รื่นรมย์*ขอนแก่น” คำว่า “รื่นรมย์” หมายถึง ความสุขสบายกายสบายใจ เป็นต้น ค่านิยมเกี่ยวกับความสุขสบายที่สะท้อนผ่านการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรข้างต้น แสดงให้เห็นว่าคนไทยยึดถือเรื่องความสุขสบายกายสบายใจ เนื่องจากความสุขสบายเป็นจุดมุ่งหมายสูงสุดของชีวิตมนุษย์

VACANA JOURNAL

6) ค่านิยมเกี่ยวกับความหรูหรา

ในปัจจุบันคนไทยนิยมครอบครองสินค้าที่มีความหรูหรา เนื่องจากมีรสนิยม หรือความชื่นชอบในความหรูหรา ดังนั้นการนำคำที่มีความหมายถึงความหรูหรา มาใช้ในการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่นจึงได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เมื่อพิจารณาความหมายของชื่อหมู่บ้านจัดสรร พบว่าผู้ประกอบการเลือกใช้คำที่มีความหมายสื่อถึงความหรูหรา เช่น “ฉัตรเพชรการ์เด้นวิลล์*ลักซ์ชัวรี่* Chatphet Garden Ville Luxury” คำว่า “ลักซ์ชัวรี่ (Luxury)” หมายถึง ความหรูหรา เป็นต้น ค่านิยมเกี่ยวกับความหรูหราที่สะท้อนผ่านการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรข้างต้น แสดงให้เห็นว่าคนไทยยึดถือเรื่องความหรูหรา เนื่องจากความหรูหราเป็นคุณสมบัติที่คนไทยส่วนใหญ่ให้ความสนใจ

4 ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีผลต่อการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น

จากการศึกษาความหมายของชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่นทั้งหมด 261 ชื่อ พบว่า หมู่บ้านจัดสรรมีปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีผลต่อการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรร 2 ลักษณะ ได้แก่ การกระจายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และการจัดตั้งธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในท้องถิ่น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.1 การกระจายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

ในปัจจุบันธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ได้กระจายตัวไปทั่วทุกภาคของประเทศไทย โดยเฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ จังหวัดขอนแก่น มีการกระจายตัวของโครงการหมู่บ้านจัดสรรจำนวนมาก ซึ่งการกระจายตัวเข้ามาในจังหวัดขอนแก่นนั้น มักจะเป็นแบรนด์ที่ได้รับความนิยม เช่น “สีวลี” “*ศุภาลัย*” “พฤกษา” “แสนสิริ” หรือ “พารากอน” เช่น “*ศุภาลัย*รอยัลริเวอร์” โดยนำคำว่า “*ศุภาลัย*” มาจากบริษัท *ศุภาลัย* จำกัด (มหาชน) แบรนด์ที่ได้รับความนิยมดังกล่าวมักจะใช้ชื่อแบรนด์ตรงตามตัวเป็นชื่อหลัก ชื่อเหล่านี้จึงแฝงไปด้วยความน่าเชื่อถือ และความมั่นคงต่อลูกค้า อีกทั้งยังมีการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ และความมั่นคงต่อลูกค้าที่โดดเด่นทั้งในเรื่องความเชี่ยวชาญด้านที่อยู่อาศัย หรือระยะเวลาที่ก่อตั้งบริษัทอันยาวนาน ดังข้อความต่อไปนี้ “บริษัท *ศุภาลัย* จำกัด (มหาชน) มีนโยบายที่จะเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านที่อยู่อาศัย ด้วยประสบการณ์ในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ทั้งบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮ้าส์ อาคารชุด อาคารสำนักงาน รีสอร์ท และโรงแรม มานานกว่า 19 ปี โดยเน้นทำเลที่เป็นแหล่งธุรกิจการค้า ดังนั้นลูกค้าที่เป็นนักธุรกิจหรือบุคคลธรรมดาจึงไว้วางใจสำหรับการเป็นสมาชิกในหมู่บ้านได้อย่างไม่ต้องกังวล (*ศุภาลัย*, 2565)”

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การกระจายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ได้รับความนิยม เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น เนื่องจากเมื่อไรที่มีการกระจายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่

VACANA JOURNAL

ได้รับความนิยมมายังภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย คือ จังหวัดขอนแก่น ผู้ประกอบจะใช้ชื่อแบรนด์เป็นชื่อหลักในการตั้งชื่อ แล้วอาจจะตามมาด้วยชื่อภูมินาม ชื่อพิกัดสำคัญ หรือลำดับที่ อีกทั้งชื่อแบรนด์เหล่านี้ยังมีนัยทางความหมายที่สัมพันธ์ไปกับความน่าเชื่อถือ และความมั่นคง เป็นต้น

4.2 การจัดตั้งธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในท้องถิ่น

ในปัจจุบันผู้ประกอบการในท้องถิ่นของจังหวัดขอนแก่นจำนวนหนึ่งมีการจัดตั้งธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในท้องถิ่นขึ้น เช่น ห้างหุ่นส่วนจำกัด เป็นสุขแลนด์ มีวิสัยทัศน์ที่จะมุ่งสร้างความสุขที่ยั่งยืน เพื่อให้ผู้อาศัยมีความเป็นอยู่ที่ดีและเปี่ยมสุข โดยมีสโลแกนที่ว่า “หมู่บ้านเป็นสุข ความสุข ความอบอุ่น บนความประหยัด” วิสัยทัศน์ที่จะสร้างความเป็นอยู่ที่ดีและเปี่ยมสุขนั้น จึงส่งผลมาสู่การตั้งชื่อแบรนด์ของหมู่บ้านจัดสรร เช่น “*เป็นสุข*สีหราช” หรือ “*เป็นสุข*เลควิว” นอกจากนี้ยังมีบริษัทเก่าแก่ เช่น ห้างหุ้นส่วนจำกัด เกรียงศักดิ์ แลนด์ แอนด์เฮ้าส์ 2003 ดำเนินกิจการยาวนานกว่า 20 ปี มีโครงการอสังหาริมทรัพย์รวมกว่า 15 โครงการ บริหารงานโดย คุณวุฒิชัย ฉัตรชัยพลรัตน์ จบการศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยมีสโลแกนที่ว่า "ทุกหลังคุณภาพยื่นหนึ่ง ดูแลด้วยใจ" อีกทั้งปัจจุบันมีการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ให้มีความหรูหรา ทันสมัยมากขึ้น จึงส่งผลมาสู่การตั้งชื่อแบรนด์ของหมู่บ้านจัดสรร เช่น “ฉัตรเพชรการ์เด้นวิลล์*ลักซ์ชัวรี่*”

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การจัดตั้งธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในท้องถิ่น เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาบางประการชี้ให้เห็นว่า เมื่อไรที่มีการจัดตั้งธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในท้องถิ่นของตนเอง ในบางกรณีผู้ประกอบการจะใช้ชื่อที่สัมพันธ์กับวิสัยทัศน์ของบริษัทเพื่อนำมาตั้งชื่อแบรนด์หมู่บ้านจัดสรรของตนเอง ดังนั้นชื่อต่างๆ จึงมีความหมายที่สอดคล้องไปกับวิสัยทัศน์ ซึ่งแตกต่างไปจากชื่อแบรนด์ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ได้รับความนิยม จะมีนัยทางความหมายที่สัมพันธ์ไปกับความน่าเชื่อถือ และความมั่นคงมากกว่า เป็นต้น

สรุปผลและอภิปรายผล

เมื่อผู้วิจัยศึกษาชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่นมี 2 โครงสร้าง ได้แก่ โครงสร้างเดี่ยว และโครงสร้างขยาย ลักษณะของโครงสร้างในการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่นแตกต่างไปจากโครงสร้างของหมู่บ้านดั้งเดิมอย่างชัดเจน เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงสภาพสังคมจากสังคมเกษตรกรรมที่สัมพันธ์กับธรรมชาติเป็นสังคมเมืองที่สัมพันธ์กับธุรกิจ ดังนั้นผลการศึกษานี้จะสะท้อนให้เห็นข้อแตกต่างบางประการระหว่างชื่อหมู่บ้านดั้งเดิม และชื่อหมู่บ้านสมัยใหม่ กล่าวคือ งานวิจัยของโอฬาร รัตนภักดี และวิมลศิริ กลิ่นบุบผา (2550) และ (2551) เรื่อง *“ภูมินามของหมู่บ้านในจังหวัดลำพูน”*

VACANA JOURNAL

และ *"ภูมินามของหมู่บ้านในจังหวัดลำปาง"* ตามลำดับ ที่ค้นพบว่า ภูมินามของหมู่บ้านในจังหวัดลำปางและลำพูน จะมีส่วนหลักเป็นลักษณะทางภูมิศาสตร์ อาทิ พื้นที่ป่า ในชื่อหมู่บ้านว่า "ดงหลวง" เนื่องจากจังหวัดลำพูนและลำปางมีความอุดมสมบูรณ์และพื้นที่ใกล้ชิดกับป่าจำนวนมาก การตั้งชื่อหมู่บ้านจึงให้ความสำคัญกับพื้นที่ป่า สำหรับผลการศึกษานี้ พบว่า ทุกโครงสร้างของชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น จะมีส่วนหลักเป็นชื่อแบรนด์ เช่น "*ศุภาลัย* รอยัลริเวอร์ ขอนแก่น" เนื่องจากผู้ประกอบให้ความสำคัญกับองค์กรของตนเองและยังสะท้อนให้เห็นว่าการตั้งชื่อหมู่บ้านสมัยใหม่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากการตั้งชื่อหมู่บ้านดั้งเดิมอย่างชัดเจน

ในปัจจุบันภาษาต่างประเทศอื่นๆ เข้ามามีอิทธิผลอย่างมากต่อภาษาไทย อีกทั้งในภาษาไทยยังมีการผสมผสานระหว่างภาษาต่างประเทศอื่นๆ จำนวนมาก การผสมผสานระหว่างภาษาต่างประเทศอื่นๆ ในภาษาไทย เนื่องจากคนในสังคมไทยมีทัศนคติที่ดีต่อภาษาต่างประเทศเหล่านี้ หลักฐานสำคัญที่จะสนับสนุนคำกล่าวข้างต้น คือ ผลการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ผลการศึกษาเกี่ยวกับภาษาที่ใช้สำหรับการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น พบว่า มีการนำภาษาอังกฤษมาใช้ร่วมกับภาษาบาลีสันสกฤตในการตั้งชื่อบ้านจัดสรรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.12 ซึ่งแตกต่างกับงานวิจัยของพรวิภา ไชยสมคุณ (2560) เรื่อง *"การตั้งชื่อโครงการหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่"* และงานวิจัยของเสาวลักษณ์ แซ่ลี้ (2564) เรื่อง *"การตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร"* ที่ค้นพบว่า บ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ มีการนำภาษาอังกฤษเพียงภาษาเดียวมาใช้ในการตั้งชื่อบ้านจัดสรรมากที่สุด อีกทั้งยังสอดคล้องในเรื่องที่เกี่ยวกับความนิยมใช้คำหน้านามในภาษาอังกฤษ คือ Article เช่นเดียวกัน ผลการศึกษาครั้งนี้เผยให้เห็นว่า คำนำหน้านามจะเป็นชื่อแบรนด์และวางในตำแหน่งแรกเสมอ เช่นคำว่า *เดอะ*ริชโฮม (The Rich Home) *เดอะ*เกรซขอนแก่น (The Grace Khon Kaen) *เดอะ*เน็กซ์ชุมแพ (The Next Chumphae) เป็นต้น อีกทั้งการนำภาษาอังกฤษมาใช้ในชื่อหมู่บ้านจัดสรรมากที่สุด เนื่องจากผู้ประกอบการหมู่บ้านจัดสรรมีทัศนคติที่ดีต่อภาษาอังกฤษเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะเรื่องของความทันสมัย และเป็นสากล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภาวดี สายสุวรรณ (2561) เรื่อง *"การเลือกภาษาในสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อนิตยสารของไทย"* ที่ค้นพบว่า การเลือกภาษาในสื่อต่างๆ ในสังคมไทย เช่น สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อนิตยสาร ซึ่งสื่อเหล่านี้มีการเลือกใช้ภาษาอังกฤษควบคู่กับภาษาไทย เนื่องจากสังคมไทยให้ภาษาอังกฤษเป็นสัญลักษณ์ของความเป็น "สมัยใหม่"

ทั้งนี้ผลการวิจัยยังพบความแตกต่างที่แสดงถึงอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นระหว่างชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่กับชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น กล่าวคือ งานวิจัยของพรวิภา ไชยสมคุณ (2560) ได้ค้นพบว่า ชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่มีหน่วยศัพท์ที่สัมพันธ์กับกลุ่มความหมายเกี่ยวกับธรรมชาติและสภาพแวดล้อมที่เป็น "ภูเขา" ในคำว่า "*เมาท์เท่น*วิว" อนึ่งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่นจะไม่ปรากฏ

VACANA JOURNAL

หน่วยศัพท์ที่สัมพันธ์กับกลุ่มความหมายเกี่ยวกับธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมที่เป็น “ภูเขา” เนื่องจากธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมของจังหวัดขอนแก่นเป็นที่ราบลุ่ม จึงไม่ปรากฏหน่วยศัพท์ดังกล่าว ดังนั้น ชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น จึงมีหน่วยศัพท์ที่มีความหมายเกี่ยวกับธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมทั่วไป เช่น “เลค” ในคำว่า “เป็นสุข*เลค*วิว” “นภา” ในคำว่า “บ้าน*นภา*โฮมหนองกุง” หรือ “ธารา” ในคำว่า “*ธารา*แกรนด์ขอนแก่น” เป็นต้น จากผลการศึกษาของพรวิภา ไชยสมคุณ (2560) เกี่ยวกับชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ อาจจะกล่าวได้ว่ากลุ่มเป้าหมายไม่ได้มีความต้องการอากาศบริสุทธ์ เนื่องจากมีสภาพแวดล้อมที่มีภูเขาล้อมรอบ และมีธรรมชาติจำนวนมาก จึงทำให้ผู้ประกอบการไม่นำหน่วยศัพท์ที่สื่อถึงสิ่งที่ทำให้อากาศบริสุทธิ์ ในขณะเดียวกันชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น อาจจะกล่าวได้ว่ากลุ่มเป้าหมายต้องการอากาศบริสุทธ์ เนื่องจากภูมิศาสตร์ของจังหวัดขอนแก่นไม่มีภูเขาล้อมรอบ และธรรมชาติมีไม่มาก ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายจึงต้องการอากาศบริสุทธิ์ จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรให้สัมพันธ์ไปกับหน่วยศัพท์ที่สื่อถึงสิ่งที่ทำให้อากาศบริสุทธิ์ เช่น โอโซน ในคำว่า “*โอโซน*ไพรเวท”

ข้อสังเกตประการสำคัญของงานวิจัยนี้ คือ ชื่อแบรนด์ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ได้รับความนิยม เช่น “สีวลี” “ศุภาลัย” “พฤกษา” “แสนสิริ” หรือ “พารากอน” เป็นชื่อแบรนด์ที่นำมาจากชื่อของบริษัท ซึ่งชื่อเหล่านี้แฝงไปด้วยความน่าเชื่อถือ และความมั่นคงต่อลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hillenbrand et al. (2013) เรื่อง *“Better Branding: Brand Names Can Influence Consumer Choice”* ที่ค้นพบว่า ชื่อแบรนด์ที่ดีมักจะมาจากชื่อผลิตภัณฑ์ เนื่องจากชื่อผลิตภัณฑ์สามารถแฝงนัยสื่อถึงประโยชน์หลักของผลิตภัณฑ์ต้นแบบได้ จึงส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของแบรนด์นั้นๆ นอกจากนี้ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมเกี่ยวกับการกระจายตัวเข้ามาในพื้นที่ท้องถิ่นของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ที่ได้รับความนิยมดังกล่าวมีการประชาสัมพันธ์วิสัยทัศน์ต่างๆ อันโดดเด่นแตกต่างกันออกไป ถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies) อย่างหนึ่ง ที่จะทำให้ผู้ซื้อพิจารณาเลือกซื้อหมู่บ้านจัดสรรของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัสฬ์เดช มาเจริญ และวชรภูมิ เบญจโอฬาร (2556) เรื่อง *“ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น”* ที่อธิบายว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคจะมีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด รวมทั้งเป้าหมายของการตลาดในปัจจุบัน คือ การเข้าถึงและการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้า ดังนั้นคำตอบที่จะสามารถช่วยได้ คือ การจัดกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies) ที่ตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น ต่างแข่งขันแย่งชิงตลาด หวังแย่งชิงความเป็นผู้นำ ซึ่งเห็นได้จากการผลิตสร้างวิสัยทัศน์ต่างๆ ที่แต่ละบริษัทนำออกมาสื่อสารเพื่อเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด

VACANA JOURNAL

งานวิจัยเรื่องนี้จะเป็นประโยชน์ซึ่งชี้ให้เห็นว่าในปัจจุบันจังหวัดขอนแก่น มีการกระจายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และการจัดตั้งธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในท้องถิ่นจำนวนมาก อีกทั้งยังเปลี่ยนแปลงสภาพสังคมจากสังคมเกษตรกรรมที่สัมพันธ์กับธรรมชาติเป็นสังคมเมืองที่สัมพันธ์กับธุรกิจ จึงทำให้ชื่อหมู่บ้านสมัยใหม่ (หมู่บ้านจัดสรร) มีการเปลี่ยนแปลงไปจากชื่อหมู่บ้านดั้งเดิม รวมทั้งแสดงให้เห็นว่าในปัจจุบัน คนในสังคมไทยมีทัศนคติที่ดีต่อภาษาต่างประเทศอื่นๆ จำนวนมากในภาษาไทย อนึ่งการตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดขอนแก่น จะทำให้สามารถเข้าใจในระบบความคิด มโนทัศน์ ค่านิยม และวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

ขอนแก่นน่าอยู่. (2565). *โครงการบ้านใหม่.* เข้าถึงได้จาก https://nayoo.co/khonkaen

น้องนุช มณีอินทร์. (2543). *การปรับเปลี่ยนของชื่อหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บัวพันธ์ พรหมพักพิง. (2564). *กรณีการขยายตัวเมืองขอนแก่น.* เข้าถึงได้จาก http://www.tei.or.th/thaicityclimate/public/work-18.pdf

พรเพ็ญ เหล็กดีเศษ. (2559). *การตั้งชื่อเรือยาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พรวิภา ไชยสมคุณ. (2560). การตั้งชื่อโครงการหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารภาษา ศาสนา และวัฒนธรรม, 6*(1), 35-58.

พระมหาธีรวัฒน์ ถิรจิตฺโต, และวุฒิภัทร มูลศรี. (2564). *การศึกษาภาษาบาลีกับการดำรงอยู่แห่งพระพุทธศาสนา.* ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 7 "วิถีพุทธ วิถีชุมชน รากฐานชีวทัศน์เชิงสังคมล้านนาในสังคมวิถีใหม่"* (1139-1147). มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์ลำพูน.

แพรวโพยม บุณยะผลึก. (2547). ภาษาฝรั่งเศสในภาษาไทย. *วารสารอักษรศาสตร์, 33*(1), 140-154.

ภัฐฟเดช มาเจริญ, และวชรภูมิ เบญจโอฬาร. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการ วิศวกรรมศาสตร์ ม.อบ., 6*(2), 22-34.

ภาวดี สายสุวรรณ. (2561). การเลือกภาษาในสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อนิตยสารของไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์, 25*(2), 232-257.

วราลี รุ่งบานจิต, วรทา รุ่งบานจิต, วรนาถ แซ่เซ่น, วราการ แซ่พุ่น, และภากร นพฤทธิ์. (2562). *สำรวจและศึกษาการตั้งชื่อร้านค้าภาษาจีนของชาวไทยเชื้อสายจีนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา* (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

VACANA JOURNAL

ศุภาลัย. (2565). *ภาพรวมในการประกอบธุรกิจของบริษัทหลักและบริษัทย่อย*. เข้าถึงได้จาก https://www.supalai.com/about/history

สมิทธ์ชาต์ พุมมา. (2563). การนำเสนออัตลักษณ์ท้องถิ่นและกลวิธีการตั้งชื่อชุดประจำชาติของมิสแกรนด์ไทยแลนด์ปี 2018. *วารสารสุทธิปริทัศน์, 34*(112), 61-77.

สุเมตตา ประสาทแก้ว, จริญญา ธรรมโชโต, และอนันต์ อารีย์พงศ์. (2561). การตั้งชื่อเรือประมงพื้นบ้านกลุ่มคนมาลายูชายฝั่งทะเลตะวันออกภาคใต้ตอนล่าง. ใน *การประชุมวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 56* (น. 758-765). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เสาวลักษณ์ แซ่ลี้. (2564). การตั้งชื่อหมู่บ้านจัดสรรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ปริทัศน์, 9*(1), 99-109.

อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2549). *กว่าจะเป็นนักภาษาศาสตร์*. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรพินท์ ศิริพงษ์. (2538). *ชื่อหมู่บ้านในเขตอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

อัญชลิน ปานทอง. (2560). *การตั้งชื่อคลองในพื้นที่ฝั่งธนบุรี จังหวัดกรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

โอฬาร รัตนภักดี, และวิมลศิริ กลิ่นบุบผา. (2550). *ภูมินามของหมู่บ้านในจังหวัดลำพูน* (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

_____. (2551). *ภูมินามของหมู่บ้านในจังหวัดลำปาง* (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Dobric, N. (2010). Theory of Names and Cognitive Linguistics-The Case of the Metaphor. *Filozifija i drustvo, 21*(1), 139-143.

Hillenbrand, P., Alcauter, S., Cervantes, J., & Barrios, F. (2013). Better Branding: Brand Names Can Influence Consumer Choice. *Journal of Product & Brand Management, 22*(4), 300-308.

VACANA JOURNAL