

The Chinese translation of Thai brand names and the selection of Chinese characters to represent product features

Jiraporn Netsombutphol
Faculty of Humanities and Social Sciences,
Phranakhon Rajabhat University

Received: October 25, 2022

Revised: January 28, 2023

Accepted: February 7, 2023

Abstract

The purpose of this research was to analyze how Thai brand names were translated into Chinese and to analyze the selection of Chinese characters to represent the features of products through the collection of 546 names lists of Thai brands that had been translated and named in Chinese from the following 3 sources (from October 2012 to July 2022): Chinese-language magazines in Thailand, online shopping websites in China, and popular shopping centers for Thai products among Chinese tourists. In addition, all brand names were analyzed according to the principle of translating foreign names into Chinese as well as the principle of selecting Chinese characters to translate foreign-specific names.

It was found that there were 8 ways to translate Thai brand names into Chinese: 1.) transliteration, 2.) incremental transliteration, 3.) word-by-word transliteration, 4.) interpretation, 5.) incremental interpretation, 6.) word-by-word interpretation, 7.) mixed transliteration and interpretation, and 8.) re-naming. The most common translation method, however, was transliteration, being used with 290 names, followed by the translation of 192 names, 29 names translated by using a mix of transliteration and interpretation, 10 names that underwent re-naming, 8 names that underwent word-by-word transliteration, 4 names that underwent word-by-word translation, 2 names that underwent incremental transliteration, and 2 names that were subjected to incremental interpretation. In addition, there were 9 brand names that were found to have had

more than 1 method of translation applied to them. In terms of selecting Chinese characters to translate Thai brand names, it was found that Chinese characters were chosen to represent the product's features in 5 aspects, which were: 1.) using the character “泰” to represent a Thai product, 2.) using the relevant Chinese characters to indicate the type of product, 3.) using the relevant Chinese characters to indicate that the product was for women, 4.) using the relevant Chinese characters to indicate that the product was for men, and 5.) using the corresponding Chinese characters to indicate the advantageous features of the product.

Keywords

brand name, specific name translation, Thai to Chinese translation, Chinese character selection

การแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีนและ การเลือกใช้อักษรจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะของสินค้า¹

จิราพร เนตรสมบัติผล

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์วิธีการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีน และเพื่อศึกษาวิเคราะห์การเลือกใช้อักษรจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะของสินค้า โดยรวบรวมรายชื่อตราสินค้าไทยที่มีการแปลและตั้งชื่อเป็นภาษาจีนจากที่มา 3 แหล่ง (ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2555 ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2565) คือ นิตยสารภาษาจีนในประเทศไทย เว็บไซต์จำหน่ายสินค้าออนไลน์ในประเทศจีน และแหล่งจำหน่ายสินค้าของไทยที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวจีน จำนวน 546 รายชื่อ และนำรายชื่อตราสินค้าทั้งหมดมาวิเคราะห์ตามหลักการแปลชื่อเฉพาะภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีน รวมถึงหลักการเลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อเฉพาะภาษาต่างประเทศ

ผลการวิจัยพบว่า การแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีนมีทั้งหมด 8 วิธี ได้แก่ 1.) การทับศัพท์ 2.) การทับศัพท์แบบเพิ่มคำ 3.) การทับศัพท์แบบละคำ 4.) การแปลความหมาย 5.) การแปลความหมายแบบเพิ่มคำ

¹ บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง “การแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีนและการเลือกใช้อักษรจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะของสินค้า” ได้รับทุนสนับสนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

6.) การแปลความหมายแบบละคำ 7.) การแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมาย และ 8.) การตั้งชื่อใหม่ โดยวิธีการแปลที่พบมากที่สุด คือ การทับศัพท์มีจำนวน 290 รายชื่อ รองลงมาคือการแปลความหมายจำนวน 192 รายชื่อ การแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมายจำนวน 29 รายชื่อ การตั้งชื่อใหม่ จำนวน 10 รายชื่อ การทับศัพท์แบบละคำจำนวน 8 รายชื่อ การแปลความหมายแบบละคำ จำนวน 4 รายชื่อ การทับศัพท์แบบเพิ่มคำ จำนวน 2 รายชื่อ และการแปลความหมายแบบเพิ่มคำ จำนวน 2 รายชื่อ ซึ่งในจำนวนเหล่านี้พบว่ามีชื่อตราสินค้าที่ใช้วิธีการแปลมากกว่าหนึ่งวิธี จำนวน 9 รายชื่อ ในส่วนของการเลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อตราสินค้าของไทย พบว่ามีกรเลือกใช้อักษรจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะของสินค้าใน 5 ด้าน ได้แก่ 1.) เลือกใช้อักษร “泰” เพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าของไทย 2.) เลือกใช้อักษรจีนหรืออักษรข้างที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงประเภทของสินค้า 3.) เลือกใช้อักษรจีนที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าสำหรับผู้หญิง 4.) เลือกใช้อักษรจีนที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าสำหรับผู้ชาย และ 5.) เลือกใช้อักษรจีนที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงถึงคุณสมบัติเชิงบวกของสินค้า

คำสำคัญ

ชื่อตราสินค้า, การแปลชื่อเฉพาะ, การแปลภาษาไทยเป็นภาษาจีน, การเลือกใช้อักษรจีน

บทนำ

ประเทศจีนเป็นแหล่งส่งออกที่สำคัญของหลายประเทศในโลก การส่งสินค้าเข้าไปจำหน่ายในประเทศจีน อุปสรรคด่านแรกที่บริษัทผลิตสินค้าจากต่างประเทศส่วนใหญ่ต้องพบ คือ อุปสรรคทางด้านภาษา ทั้งนี้เนื่องจากภาษาจีนใช้อักษรแสดงความหมาย ชาวจีนส่วนใหญ่ไม่คุ้นเคยกับภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษที่ใช้อักษรแทนเสียง ทำให้สินค้าจากต่างประเทศต้องเลือกใช้วิธีการแปลหรือตั้งชื่อตราสินค้าเป็นภาษาจีน (Ying, 2002, p.180) เพื่อให้ผู้บริโภคชาวจีนจดจำและยอมรับชื่อตราสินค้าได้ง่ายยิ่งกว่า ดังที่ Lee (2018) ที่ปรึกษาด้านการตลาดเชื้อสายจีนได้ให้ทัศนะว่า “หากต้องการขยายตลาดสินค้าในประเทศจีน ชื่อตราสินค้าภาษาจีนเป็นสิ่งที่จะต้องเป็นอย่างยิ่ง”

Lehrer (As cited in Lertcheva, 2010, p.7) ได้จัดชื่อตราสินค้า (Brand Name) อยู่ในกลุ่มย่อยของชื่อเฉพาะ (Proper Name) สังเกตได้จากลักษณะการเขียนชื่อตราสินค้าในภาษาอังกฤษที่ใช้ตัวอักษรพิมพ์ใหญ่เริ่มต้น และลักษณะการตั้งชื่อตราสินค้าก็ต้องมีการเลือกเช่นเดียวกับชื่อเฉพาะทั่วไป การแปลชื่อตราสินค้าเป็นชื่อใหม่ในภาษาปลายทาง ผู้แปลต้องพิจารณาว่าควรใช้วิธีการแปลแบบใด เพื่อให้ได้ชื่อแปลที่ผู้บริโภคในภาษาปลายทางจดจำได้ง่าย สามารถรักษาวัฒนธรรมของภาษาเดิม ในขณะเดียวกันก็ต้องคำนึงถึงวัฒนธรรมของภาษาปลายทาง เพราะชื่อแปลของตราสินค้าที่ดียังส่งผลถึงความสำเร็จทางธุรกิจอีกด้วย ดังที่ Al Ries (As cited in Feng, 2010, p.111) นักการตลาดชาวอเมริกันกล่าวไว้ว่า “ชื่อแปลของตราสินค้าที่ดีหรือไม่ดีนั้น นำมาซึ่งยอดขายที่แตกต่างกันหลายพันล้านดอลลาร์สหรัฐ”

ชื่อตราสินค้าต่างประเทศเมื่อแปลเป็นภาษาจีน นอกจากการเลือกใช้วิธีการแปลแล้ว ยังมีอีกประเด็นหนึ่งที่ผู้ผลิตสินค้าจำนวนมากให้ความสำคัญ คือการเลือกใช้อักษรจีน ทั้งนี้ เนื่องจากอักษรจีนหนึ่งตัวนอกจากจะแทนเสียง ยังมีความหมายในตัวเอง มีอักษรจีนหลายตัวที่ออกเสียงเหมือนกัน แต่ความหมายแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง ดังนั้น สินค้าจากต่างประเทศจำนวนไม่น้อย เมื่อแปลชื่อตราสินค้าเป็นภาษาจีน หากสามารถเลือกอักษรที่ออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อตราสินค้าในภาษาเดิม อักษรเป็นมงคล และมีความหมายดีด้วย นับว่าชื่อตราสินค้านั้นประสบความสำเร็จในการแปล (Feng, 2010, p.135) เพราะการเลือกใช้อักษรจีนในการแปลลักษณะนี้ นอกจากจะออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อตราสินค้าในภาษาเดิม ยังมีความหมายที่สามารถบ่งบอกถึงคุณลักษณะของสินค้านั้นได้อีกด้วย Alon, et al. (As cited in Frabio and Edlund, 2010, p.11) ให้ข้อสังเกตว่า “หากเลือกอักษรจีนที่มีความหมายในการแปลชื่อตราสินค้า สามารถบ่งบอกถึงประเทศผู้ผลิตสินค้าและคุณลักษณะของสินค้าได้ดีกว่าชื่อในภาษาเดิม (ภาษาอังกฤษ) เสียอีก” ซึ่งชื่อตราสินค้าจากต่างประเทศที่ถือว่าประสบความสำเร็จที่สุดในการแปลเป็นภาษาจีนคือ “Coca-Cola” เครื่องดื่มของประเทศสหรัฐอเมริกา (Liu, 2016, p.211) ที่แปลเป็นภาษาจีนว่า “可口可乐” นอกจากจะออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อเดิมในภาษาอังกฤษแล้ว อักษรจีนที่เลือกใช้เมื่อนำมารวมกันแล้วยังมีความหมายว่า รสชาติดี (可口) และ เบิกบานใจ (可乐) เป็นการบ่งบอกถึงคุณลักษณะและสะท้อนถึงภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้า ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนคิดว่าเครื่องดื่มชนิดนี้มีรสชาติดี เมื่อดื่มแล้วทำให้เกิดความรู้สึกเบิกบานใจอีกด้วย

สินค้าจากประเทศไทยก็เช่นเดียวกัน การส่งออกสินค้าไทยไปจำหน่ายยังประเทศจีนนอกจากจะต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าแล้ว ผู้ประกอบการชาวไทยยังควรตั้งชื่อตราสินค้าเป็นภาษาจีนให้กับสินค้าของตนเอง เพราะชื่อตราสินค้าของไทยที่แปลเป็นภาษาจีนเปรียบเหมือนด่านแรกในการแนะนำสินค้าให้กับผู้บริโภคชาวจีน ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนจดจำชื่อตราสินค้าของไทยได้ง่ายยิ่งขึ้น และบางครั้งยังสามารถเชื่อมโยงถึงคุณลักษณะสินค้านั้น ๆ ได้ด้วย ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของการตั้งชื่อตราสินค้าภาษาจีนของสินค้าไทย เพราะนอกจากจะทำให้ผู้บริโภคชาวจีนเข้าถึงสินค้าของไทยได้ง่ายยิ่งขึ้นแล้ว หากสินค้านั้น ๆ ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคชาวจีน ยังส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของไทยอีกด้วย งานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาวิธีการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีนและการเลือกใช้อักษรจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะในด้านต่าง ๆ ของสินค้าไทย โดยรวบรวมรายชื่อตราสินค้าของไทยที่มีการแปลหรือตั้งชื่อเป็นภาษาจีนจาก 3 แหล่ง ได้แก่ นิตยสารภาษาจีนในประเทศไทย เว็บไซต์จำหน่ายสินค้าออนไลน์ในประเทศจีน และแหล่งจำหน่ายสินค้าของไทยที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวจีน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์วิธีการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีน
2. เพื่อศึกษาวิเคราะห์การเลือกใช้อักษรจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะของสินค้า

บททวนวรรณกรรม

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องใน 3 ประเด็น ได้แก่ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับชื่อตราสินค้า หลักและวิธีการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีน และวิธีการเลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีน ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับชื่อตราสินค้า

1.) ความหมายของชื่อตราสินค้า

ความหมายของชื่อตราสินค้าในภาษาไทย มีผู้อธิบายความหมายในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน Choompolsathien (2004, pp.27-28) ได้นิยามความหมายของชื่อตราสินค้าไว้ว่า “ชื่อตราสินค้า (Brand Name) หมายถึง ชื่อ (Name) คำ (Word) เครื่องหมาย (Sign) สัญลักษณ์ (Symbol) การออกแบบ (Design) หรือส่วนประสมของสิ่งดังกล่าวรวมกัน เพื่อแสดงความแตกต่างของสินค้า หรือบริการของผู้ขายให้แตกต่างไปจากคู่แข่ง” ในขณะที่ Boonpaisarnsatit (2005, p.3) ให้ความหมายของชื่อตราสินค้าไว้ว่า “ชื่อตราสินค้า คือ คำ หรือกลุ่มคำที่ใช้ระบุสินค้า เพื่อให้สินค้านั้น ๆ แตกต่างจากสินค้าของผู้ผลิตรายอื่น” ส่วน Lertcheva (2010, p.10) ได้สรุปความหมายของชื่อตราสินค้าไว้ว่า “ชื่อตราสินค้า (Brand Name) คือ ชื่อเครื่องหมายทางการค้า (Trademark) ที่ใช้อ้างถึงผลิตภัณฑ์ บริการและชื่อองค์กร เช่น ชื่อแบรนด์ของธนาคาร โรงแรม สปา ฯลฯ” จากนิยามที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยขอสรุปความหมายของชื่อตราสินค้าว่า ชื่อตราสินค้า คือ ชื่อที่ผู้ผลิตกำหนดให้กับสินค้าของตน เพื่อให้มีความแตกต่างจากชื่อสินค้าของ

ผู้ผลิตรายอื่น ๆ โดยชื่อตราสินค้าสามารถออกเสียงได้ อาจตั้งเป็นคำหรือกลุ่มคำ

2.) ลักษณะของชื่อตราสินค้าไทย

ลักษณะของชื่อตราสินค้าของไทยนั้น ชื่อตราสินค้าจะตามหลังชื่อหมวดของสินค้า สินค้าบางชนิดอาจใช้คำว่า “ตรา” ก่อนชื่อสินค้า ซึ่งโดยมากนิยมใช้สัญลักษณ์ เนื่องจากผู้บริโภคชาวไทยเวลาเรียกชื่อสินค้ามักจะเรียกตามตราสัญลักษณ์ (Tanchivavong, 2005, p.23) ชื่อตราสินค้าของไทยส่วนใหญ่เป็นชื่อคน เช่น น้ำพริกเผาแม่ประนอม กล้วยตากจิราพร ผลไม้แปรรูปพรทิพย์ ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อหมูชัยณรงค์ ชื่อสัตว์ต่าง ๆ เช่น เบียร์ตราสิงห์ น้ำดื่มตราช้าง ปุนตราเสือ น้ำปลาตราปลาหมึก ชื่อพืชพันธุ์ เช่น นมข้นหวานตรามะลิ ยาสีฟันดอกบัวคู่ ชื่อสิ่งของ เช่น น้ำปลาตราตาชั่ง ผงพิเศษตรามะรุชีฟ เครื่องดื่มรังกสำเร็จรูปช้อนทอง นอกจากนี้ชื่อตราสินค้าที่เป็นภาษาไทยแล้ว สินค้าไทยบางชนิดยังใช้ภาษาต่างประเทศในการตั้งชื่อตราสินค้า เพื่อให้ดูมีความทันสมัย สร้างภาพลักษณ์ว่าเป็นสินค้าจากต่างประเทศ รวมถึงสร้างจุดขายให้กับสินค้านั้น ๆ ตัวอย่างสินค้าไทยที่ใช้ชื่อตราสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ เช่น ยาต้มเปปเปอร์มินต์ ฟิลด์ (Peppermint Field) เครื่องสำอางโอเรียนทอล พรินเซส (Oriental Princess) ชื่อตราสินค้าไทยที่เป็นภาษาญี่ปุ่น เช่น พัดลมฮาทารี (Hatari) เครื่องใช้ไฟฟ้ามิซูชิต้า (Misushita) ปลาหมึกอบเบนโตะ (Bento) ชื่อตราสินค้าไทยที่เป็นภาษาเกาหลี เช่น สาหร่ายทะเลทอดกรอบมาชิตะ (Mashita) ชื่อตราสินค้าไทยที่เป็นภาษาฝรั่งเศส เช่น ขนมขบเคี้ยวองเทร่ (Entrée) เป็นต้น จะเห็นได้ว่าโดยทั่วไปชื่อตราสินค้าของไทยจะตั้งเป็นชื่อคน ชื่อสัตว์ ชื่อสิ่งของ รวมถึงตั้งเป็นภาษาต่างประเทศเพื่อให้ดูทันสมัย

2. หลักและวิธีการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ เป็นภาษาจีน

Gao, et al. (2009, p.59-60) และ Numtong and Likhidcharoentham (2019, pp.120-123) เสนอหลักและวิธีการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีนไว้สอดคล้องกัน โดยแบ่งออกเป็น 4 วิธี ได้แก่ 1.) ทับศัพท์ (แปลตามการออกเสียง) เป็นการแปลโดยใช้อักษรจีนที่ออกเสียงใกล้เคียงกับภาษาต่างประเทศและภาษาไทยมากที่สุด 2.) แปลตามความหมาย เป็นการแปลตามความหมายของชื่อเฉพาะนั้น ๆ เป็นภาษาจีน 3.) แปลแบบผสมระหว่างการแปลความหมายและทับศัพท์ (แปลตามการออกเสียง) เป็นการแปลความหมายส่วนหนึ่งและทับศัพท์ (แปลตามการออกเสียง) ส่วนหนึ่ง และสุดท้าย 4.) แปลตามความนิยม (ตั้งชื่อใหม่) เป็นการแปลโดยตั้งชื่อใหม่ตามลักษณะพิเศษของชื่อเฉพาะนั้น ๆ ด้าน Thamcharoenkij (2019, pp.14-15) เสนอหลักและวิธีการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยเป็นภาษาจีนไว้ 4 วิธีเช่นเดียวกัน แต่แตกต่างจากหลักและวิธีการแปลที่กล่าวมาข้างต้นตรงที่แบ่งการแปลทับศัพท์เป็น 2 วิธี และไม่มีการแปลแบบผสม โดยแบ่งออกเป็น 1.) แปลทับศัพท์ที่มีความหมายในคำแปล แต่ไม่เกี่ยวข้องกับความหมายในภาษาไทย 2.) แปลทับศัพท์ที่ไม่มี ความหมายในภาษาจีนแต่อย่างไร 3.) แปลเอาความหมาย และ 4.) ตั้งชื่อใหม่ โดยตั้งตามลักษณะพิเศษของชื่อเฉพาะนั้น ๆ จะเห็นได้ว่าการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีนโดยหลักมีอยู่ 2 วิธี คือ ทับศัพท์ และแปลความหมาย Kulthamrong (2009, p.224) อ้างถึงคำกล่าวของ Newmark (1995, p.15) เกี่ยวกับการแปลชื่อเฉพาะไว้ว่า การแปลชื่อเฉพาะ (Proper Name) จัดว่าเป็นสิ่งหนึ่งที่แปลยาก ไม่ว่าจะปรากฏอยู่ในตัวบทประเภทใด สิ่งที่ยากคือการตัดสินใจว่าควรจะใช้วิธีการแปลแบบใด ควรจะทับศัพท์หรือแปลความหมาย

ซึ่ง Newmark และ Large (As cited in Kulthamrong, 2009, p.227) มีความคิดเห็นตรงกันว่า การแปลชื่อเฉพาะควรใช้วิธีทับศัพท์มากกว่าการแปลความหมาย เพราะสามารถรักษาคำต้นและวัฒนธรรมเดิมของชื่อเฉพาะนั้น ๆ ได้ดีกว่าการแปลความหมาย ยกเว้นชื่อเฉพาะที่มีการแปลมานานและเป็นที่ยอมรับในสังคมแล้ว ในกรณีนี้ควรใช้วิธีแปลความหมาย สอดคล้องกับ Saengaramruang (2020, p.186) ที่กล่าวว่า การทับศัพท์ชื่อเฉพาะในการแปลอาจมีผลดี เป็นการเน้นหน้าที่ในการจำแนกที่ไม่เหมือนใครของชื่อนั้น แต่ในกรณีที่ใช้ชื่อเฉพาะทับศัพท์แล้วไม่สื่ออะไรกับผู้รับสาร ก็ควรพิจารณาเสียใหม่

จากการศึกษาหลักและวิธีการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีนของ Gao, et al. (2009) Thamcharoenkij (2019) และ Numtong and Likhidcharoentharn (2019) แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับวิธีการแปลชื่อเฉพาะของ Newmark และ Large (As cited in Kulthamrong, 2009) รวมถึงแนวคิดของ Saengaramruang (2020) ผู้วิจัยเห็นว่าการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีนนั้น การเลือกใช้วิธีการแปลเป็นสิ่งที่สำคัญเป็นอย่างยิ่ง หากชื่อตราสินค้าของนั้น ๆ ใช้วิธีการแปลแบบทับศัพท์แล้วออกเสียงและจดจำได้ง่าย มีเสียงไพเราะ ก็ควรใช้การแปลแบบทับศัพท์ แต่หากชื่อตราสินค้านั้น ๆ ใช้วิธีการแปลแบบทับศัพท์แล้ว ออกเสียงและจดจำได้ยาก ผู้แปลควรพิจารณาวิธีการแปลแบบอื่น เป็นต้นว่า การแปลความหมายหรือการตั้งชื่อใหม่ โดยอาจตั้งตามลักษณะพิเศษ รวมถึงโลโก้ของสินค้านั้น ๆ

3. วิธีการเลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีน

Pan (2011, pp.82-85) นักวิชาการชาวจีนกล่าวถึงวิธีการเลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีน โดยเน้นการแปลชื่อคนและชื่อสถานที่ของไทยไว้ว่า นอกจากต้องคำนึงถึงหลักของเหียนฟู (严复) นักทฤษฎีด้านการแปลชาวจีนผู้มีชื่อเสียงที่ว่า “ถูกต้อง สื่อความ และงามตามแบบแผน” (信、达、雅) แล้ว ยังต้องคำนึงถึงเสียง ความหมายและชนิดของคำของอักษรจีนที่เลือกใช้ ดังนี้

- 1.) ชื่อคนหรือสถานที่ที่มีอักษร “ร” และ “ล” ควบกับพยัญชนะตัวหน้าไม่จำเป็นต้องแปลเสียงดังกล่าว เพื่อไม่ให้ชื่อแปลนั้นยาวเกินไป และหากชื่อคนหรือสถานที่ใดมีชื่อแปลที่เป็นทางการหรือได้รับการยอมรับอยู่แล้วก็ให้เลือกใช้ชื่อนั้น ๆ
- 2.) เลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อคนและชื่อสถานที่ของไทย ต้องคำนึงถึงความหมาย หลีกเสียงอักษรที่มีความหมายในแง่ลบ ชื่อคนและชื่อสถานที่ที่แปลแบบทับศัพท์ซึ่งได้รับการยอมรับอยู่แล้ว ก็ควรใช้ชื่อนั้นไม่จำเป็นต้องใช้วิธีแปลความหมาย
- 3.) หากแปลชื่อผู้หญิงควรเลือกใช้อักษรที่แสดงความเป็นเพศหญิง และ
- 4.) ควรหลีกเลี่ยงการใช้อักษรจีนที่เป็นคำกริยา คำสรรพนามและคำบอกจำนวนในการแปลชื่อคนและชื่อสถานที่ เพราะอาจสื่อความหมายที่ทำให้ผู้อ่านเข้าใจผิดได้

สอดคล้องกับ Numtong and Likhidcharoentham (2019, p.124) ที่เสนอการเลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีน โดยเน้นการแปลชื่อคนไว้ ดังนี้

- 1.) หากต้องการทับศัพท์ชื่อเฉพาะ ต้องเลือกใช้อักษรที่มีความใกล้เคียงกับเสียงเดิม ความหมายดี โดยต้องให้ความสำคัญกับความหมายของอักษรจีน หากพบอักษรจีนที่มีเสียงใกล้เคียงกับชื่อเฉพาะนั้น ๆ มากกว่า แต่มี

ความหมายในเชิงลบ ก็ควรเลือกอักษรจีนตัวอื่นที่มีเสียงใกล้เคียงกับชื่อเฉพาะ เดิมน้อยกว่า แต่มีความหมายในเชิงบวก 2.) ไม่ควรเลือกใช้อักษรจีนที่เขียน ยากเกินไปและไม่ควรเลือกใช้อักษรจีนที่อาจทำให้เกิดความสับสน (โดยเฉพาะคำกริยา) เพราะจะมีความหมายเมื่อนำมาประกอบกัน 3.) การแปลชื่อคนต้องคำนึงถึงเพศ ถึงแม้จะเป็นเสียงเดียวกัน แต่หากเป็นผู้หญิงก็ควรเลือกใช้อักษรจีนที่แสดงความเป็นเพศหญิง หากเป็นผู้ชายก็ควร เลือกใช้อักษรจีนที่แสดงความเป็นเพศชาย 4.) การแปลชื่อคนอาจตัดเสียง พยัญชนะตัวหลังที่เป็นคำควบกล้ำออก เพื่อให้มีความกระชับ และ 5.) การแปลชื่อคนที่มีตัวสะกดแม่ก กด กม ซึ่งไม่มีในภาษาจีน ควรตัดทิ้ง

ด้าน Feng (2010, pp.144-148) ได้เสนอวิธีการเลือกใช้อักษรจีน ในการแปลชื่อเฉพาะ (ชื่อตราสินค้า) ภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีนไว้ว่า ควรเลือกใช้อักษรจีนที่สามารถสื่อถึงประเภทและภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้า ดังนี้ 1.) หากเป็นสินค้าสำหรับผู้หญิง เมื่อแปลเป็นภาษาจีนควรเลือกใช้อักษร ที่สื่อถึงผู้หญิง และหากเป็นสินค้าสำหรับผู้ชาย เมื่อแปลเป็นภาษาจีนควร เลือกใช้อักษรที่สื่อถึงผู้ชาย 2.) ชื่อตราสินค้าประเภทยา เมื่อแปลเป็นภาษาจีน ควรเลือกใช้อักษรจีนที่มีความหมายเป็นมงคล เป็นต้นว่า ความแข็งแรง ความสงบสุข ความสุขสบาย เพื่อให้ผู้บริโภคคิดว่าเมื่อใช้ยานี้แล้วจะทำให้ มีสุขภาพแข็งแรง ห่างไกลโรคภัยไข้เจ็บ 3.) ชื่อตราสินค้าประเภท เครื่องสำอางที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง เมื่อแปลเป็นภาษาจีนควรเลือกใช้ อักษรที่สื่อถึงความสวย ความสง่างาม ความอ่อนโยน ซึ่งเป็นไปในทาง เดียวกับแนวคิดของ Liu (2016, pp.205-206) ที่ให้ความเห็นเกี่ยวกับการ เลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อเฉพาะ (ชื่อตราสินค้า) ภาษาต่างประเทศเป็น ภาษาจีนว่า ควรให้ความสำคัญกับการเลือกอักษรจีนที่สามารถแสดงถึง

คุณลักษณะและจุดเด่นของสินค้า นั้น ๆ รวมถึงควรพิจารณาการเลือกใช้อักษรข้าง (偏旁) ที่สามารถบ่งบอกถึงประเภทของสินค้าได้

จากการศึกษาวิธีการเลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีนของ Pan (2011) Numtong and Likhidcharoentham (2019) รวมถึง Feng (2010) และ Liu (2016) ผู้วิจัยเห็นว่า การเลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีนนั้นมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าการเลือกวิธีการแปล ผู้แปลควรเลือกอักษรจีนที่มีความหมายดี เป็นมงคล หลีกเลี่ยงการใช้อักษรจีนที่มีความหมายในเชิงลบหรือทำให้เข้าใจผิดได้ง่าย เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการสื่อความหมายที่ไม่เหมาะสมกับชื่อตราสินค้านั้น ๆ นอกจากนี้ ยังควรเลือกใช้อักษรจีนที่สามารถสื่อถึงคุณลักษณะในด้านต่าง ๆ ของสินค้าไทย เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดีในกลุ่มผู้บริโภคชาวจีน

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยนำเสนอรายงานวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์รายละเอียด ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยคือ ชื่อตราสินค้าของไทยที่มีการแปลและตั้งชื่อเป็นภาษาจีน (นับรวมถึงชื่อตราสินค้าที่ตั้งชื่อเป็นภาษาจีนถิ่น) โดยเก็บข้อมูลจาก 3 แหล่ง ประกอบด้วย 1.) นิตยสารภาษาจีนในประเทศไทย ได้แก่ นิตยสารภาษาจีนรายปักษ์แอมันกู่ (@ManGu) ตั้งแต่ฉบับที่ 1 (เดือนตุลาคม พ.ศ. 2555) ถึงฉบับที่ 232 (เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2565) และนิตยสาร TAP (Thai-ASEAN Panorama) นิตยสาร 2 ภาษา (ไทย-จีน) ตั้งแต่ฉบับที่ 1 (เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2559) ถึงฉบับที่ 73 (เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2565) 2.) เว็บไซต์จำหน่ายสินค้าออนไลน์ของจีนและของไทยในประเทศจีน ได้แก่ www.taobao.com/www.jd.com (Jingdong

Mall) /www.tmall.com และ www.thaipavilion.cn 3.) แหล่งจำหน่ายสินค้าของไทยที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ คิงพาวเวอร์ สาขารางน้ำ และซูเปอร์มาร์เก็ตกูร์เมต์ ไทย (Gourmet Thai) สาขาเยาวราช ขึ้นตอนในการวิจัยมีดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับชื่อตราสินค้า หลักการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยเป็นภาษาจีน และการเลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีน เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์

2. รวบรวมรายชื่อตราสินค้าของไทยทุกประเภทที่มีการแปลและตั้งชื่อเป็นภาษาจีน จำนวน 546 รายชื่อจากแหล่งที่มาทั้ง 3 แหล่งที่กล่าวไว้ข้างต้น ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2555 (สำหรับนิตยสารภาษาจีนรายปักษ์ แอทมั่นกุ) ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2565

3. นำรายชื่อตราสินค้าของไทยที่แปลเป็นภาษาจีนมาจำแนกประเภท โดยแบ่งเป็น 4 ประเภท คือ อาหารและเครื่องดื่ม ยาและเครื่องสำอาง อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน รวมถึงเครื่องแต่งกายและสินค้าอื่น ๆ โดยวิเคราะห์วิธีการแปลชื่อตราสินค้าภาษาจีนของสินค้าไทยตามหลักและวิธีการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีนของ Gao, et al. (2009) Thamcharoenkij (2019) และ Numtong and Likhidcharoentham (2019) และศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการแปลชื่อเฉพาะของ Newmark และ Large (As cited in Kulthamrong, 2009) รวมถึงแนวคิดของ Saengaramruang (2020) จากนั้นสรุปวิธีการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีน ซึ่งรายชื่อสินค้าของไทยที่นำมาเป็นประชากรในการวิจัยนี้จะนับรวมถึงชื่อตราสินค้าของไทยที่ตั้งชื่อเป็นภาษาจีนถึนด้วย ทั้งนี้ ผู้วิจัยมองว่าถึงแม้ชื่อตราสินค้านั้น ๆ จะใช้ตัวอักษรจีนเหมือนกันแต่ออกเสียง

แตกต่างกัน โดยยึดตามมุมมองของ Wang (2010) ที่ให้ทัศนะไว้ว่าการแปลภาษาคนละประเภทกันไปเป็นภาษาอีกประเภทหนึ่งในภาษาเดียวกันนับว่าเป็นการแปลชนิดหนึ่ง ในที่นี้คือการแปลภาษาจีนถิ่นเป็นภาษาจีนกลาง นอกจากนี้ หากชื่อตราสินค้าใดใช้วิธีการแปลมากกว่าหนึ่งวิธี เป็นต้นว่าชื่อตราสินค้าไทยที่พบว่าใช้ทั้งวิธีทับศัพท์และวิธีแปลความหมายเป็นภาษาจีน เช่น ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว “สเนลไวท์” ที่ใช้วิธีทับศัพท์เป็นภาษาจีนว่า “施妮薇” และแปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “白蜗牛” รวมถึงชื่อตราสินค้าที่ใช้วิธีการแปลเดียวกันแต่มีชื่อภาษาจีนสองชื่ออย่างผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและอุปกรณ์แต่งหน้า “มิสทิน” ที่ใช้วิธีทับศัพท์เป็นภาษาจีนสองรายชื่อ ได้แก่ “美氏婷” และ “蜜丝婷” ผู้วิจัยจะนับรวมเป็นสองรายชื่อในหนึ่งชื่อตราสินค้า เนื่องจากมีชื่อตราสินค้าภาษาจีนแตกต่างกัน

4. วิเคราะห์การเลือกใช้อักษรจีนในชื่อตราสินค้าของไทยที่แปลเป็นภาษาจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะของสินค้าในด้านต่าง ๆ โดยใช้วิธีการเลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยเป็นภาษาจีนของ Pan (2011) และ Numtong and Likhidcharoentham (2019) รวมถึงวิธีการเลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อตราสินค้าภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีนของ Feng (2010) และ Liu (2016) เป็นแนวทางในการวิเคราะห์

5. อภิปรายและสรุปผลวิธีการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีนและการเลือกใช้อักษรจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะในด้านต่าง ๆ ของสินค้าไทย รวมถึงให้ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีนในอนาคต

ผลการวิจัย

1. วิธีการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีน

จากการวิเคราะห์วิธีการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีน
จำนวนทั้งหมด 546 รายชื่อ พบว่ามีการแปลทั้งหมด 8 วิธี ดังนี้

1.) การทับศัพท์

เป็นการแปลโดยใช้วิธีถอดเสียงเป็นภาษาจีนให้ใกล้เคียงกับชื่อตรา
สินค้าเดิมของไทย ซึ่งเป็นวิธีที่พบมากที่สุดในการแปลชื่อตราสินค้าของไทย
เป็นภาษาจีน จำนวนทั้งสิ้น 290 รายชื่อ ตัวอย่างเช่น

Table 1: Example of Thai product names using Chinese phonetic transcription

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	ประเภทสินค้า
กุลนารถ	坤兰娜	อาหารและเครื่องดื่ม (เวเฟอร์แต่งกลิ่นผลไม้)
จ่วนเชียง	源昌	อาหารและเครื่องดื่ม (ซอสปรุงรส)
ชาวเกาะ	俏果	อาหารและเครื่องดื่ม (กะทิสำเร็จรูป)
โตไว	多娃	อาหารและเครื่องดื่ม (เส้นก๋วยเตี๋ยว)
ปีทาเกิน	比达多	อาหารและเครื่องดื่ม (นมเปรี้ยวพร้อมดื่ม)

The Liberal Arts Journal
Faculty of Liberal Arts, Mahidol University

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	ประเภทสินค้า
ปามิรา	芭米拉	อาหารและเครื่องดื่ม (อาหารเสริมและนมสำหรับเด็ก)
พันท้ายนรสิงห์	潘泰诺华星	อาหารและเครื่องดื่ม (ซอสปรุงรส)
ฮองเฮา	皇后	อาหารและเครื่องดื่ม (อาหารเจกึ่งสำเร็จรูป)
กวนอิม	观音	ยาและเครื่องสำอาง (ครีมไข่มุก)
จรุงจิต	杂轮齐	ยาและเครื่องสำอาง (ยาคุมสมุนไพร)
จุฬาเอิร์บ	珠拉鹤	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว)
ฉัญ	庭润	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์สปา)
วิเศษนิยม	威式尼蓉	ยาและเครื่องสำอาง (ยาสีฟัน)
หาญ	涵庭	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์สปา)
เอื้อยแซ	益生	ยาและเครื่องสำอาง (ยาคุมสมุนไพร)

The Liberal Arts Journal
Faculty of Liberal Arts, Mahidol University

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	ประเภทสินค้า
ไทม์ลาเท็กซ์	泰拉缙	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (หมอนและที่นอนอย่างพารา)
ณพัฐธิกา	娜帕蒂卡	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (หมอนและที่นอนอย่างพารา)
ฝันดี	芬迪	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (หมอนและที่นอนอย่างพารา)
ศุคคาภา	素佻帕	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (หมอนและที่นอนอย่างพารา)
โอเซียน	鸥欣	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (แก้วน้ำ)
เจนสุดา	詹妮苏达	เครื่องแต่งกายและสินค้าอื่น ๆ (เครื่องแต่งกาย)
สายสมร	赛莎梦	เครื่องแต่งกายและสินค้าอื่น ๆ (ชุดชั้นใน)
ปวิญญา	帕汀雅	เครื่องแต่งกายและสินค้าอื่น ๆ (เครื่องแต่งกาย)
วทานิกา	瓦塔尼卡	เครื่องแต่งกายและสินค้าอื่น ๆ (เครื่องแต่งกาย)
อักษรา	阿撒拉	เครื่องแต่งกายและสินค้าอื่น ๆ (สินค้าที่ระลึก)

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่าชื่อตราสินค้าของไทยที่ใช้วิธีการแปลแบบทับศัพท์เป็นภาษาจีน ผู้แปลใช้คำในภาษาจีนที่ออกเสียงเหมือนหรือใกล้เคียงกับชื่อเดิมของไทย ซึ่งเมื่อนำมารวมกันอาจมีความหมายหรือไม่มีก็ได้ โดยส่วนใหญ่ที่พบคือ เมื่อนำมารวมกันแล้วไม่มีความหมายในภาษาจีน เช่น กะทิสำเร็จรูป “ชาวเกาะ” ทับศัพท์เป็น “俏果” (Qiàoguǒ) เส้นก๋วยเตี๋ยว “โตไว” ทับศัพท์เป็น “多娃” (Duōwá) ยาสีฟัน “วิเศษนิยม” ทับศัพท์เป็น “威式尼蓉” (Wēishiníróng) แก้วน้ำ “โอเซียน” ทับศัพท์เป็น “鸥欣” (Ōuxīn) รวมถึงชื่อตราสินค้าที่ตั้งเป็นภาษาจีนสำเนียงแต้จิ๋วอย่างซอสปรุงรส “ง่วนเซียง” ทับศัพท์เป็น “源昌” (Yuánchāng) อาหารเจกิ่งสำเร็จรูป “ฮองเฮา” ทับศัพท์เป็น “皇后” (Huánghòu) ครีมน้ำนม “กวนอิม” ทับศัพท์เป็น “观音” (Guānyīn) ยาดมสมุนไพร “เอี้ยะแซ” ทับศัพท์เป็น “益生” (Yìshēng) นอกจากนี้ จะเห็นว่าชื่อตราสินค้าของไทยที่ตั้งชื่อเป็นชื่อบุคคล ส่วนใหญ่ใช้วิธีทับศัพท์เป็นภาษาจีน เช่น เวเฟอร์ แต่งกลิ่นผลไม้ “กุลนารถ” ทับศัพท์เป็น “坤兰娜” (Kūnlánà) หมอนและที่นอนยางพารา “ฉัพฐิกา” ทับศัพท์เป็น “娜帕蒂卡” (Nàpàdikā) เครื่องแต่งกาย “เจนสุดา” ทับศัพท์เป็น “詹妮苏达” (Zhānnīsūdá) เป็นต้น

ส่วนชื่อตราสินค้าที่ใช้วิธีทับศัพท์ที่มีชื่อภาษาจีนสองชื่อพบว่ามี 1 รายชื่อ คือ

Table 2: List of Thai brand names using Chinese phonetic transcription with two names

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	ประเภทสินค้า
มิสทิน	美氏婷	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและ อุปกรณ์แต่งหน้า)
	蜜丝婷	

ตารางข้างต้นจะเห็นว่าชื่อตราสินค้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและอุปกรณ์แต่งหน้า “มิสทิน” มีสองชื่อ โดยผู้แปลเลือกใช้อักษรจีนแตกต่างกัน แต่ออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อตราสินค้าเดิมของไทยทั้งสองชื่อ ชื่อแรก “美氏婷” (Měishìtíng) และชื่อที่สอง “蜜丝婷” (Mìsītíng)

2.) การทับศัพท์แบบเพิ่มคำ

เป็นการแปลโดยใช้วิธีถอดเสียงเป็นภาษาจีนให้ใกล้เคียงกับชื่อตราสินค้าเดิมของไทยส่วนหนึ่ง และเพิ่มคำที่ไม่มีในชื่อตราสินค้าเดิม การแปลวิธีนี้พบ 2 รายชื่อ คือ

Table 3: List of Thai brand names using phonetic transcription with Chinese words added

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	คำที่ เพิ่ม	ประเภทสินค้า
มะข่อง	拉玛贡	拉	อาหารและเครื่องดื่ม (ข้าวหอมมะลิ)
รีนรมย์	泰洳润	泰	ยาและเครื่องสำอาง (ครีมทาผิว)

จะเห็นได้ว่าชื่อตราสินค้าภาษาจีนข้างต้นคำว่า “玛贡” (mǎgòng) ถอดเสียงจากคำว่า “มะข่อง” ส่วน “拉” (lā) เป็นคำที่เพิ่มเข้ามา และคำว่า “洳润” (rùrùn) ถอดเสียงมาจากคำว่า “รีนรมย์” ส่วน “泰” (tài) เป็นคำที่เพิ่มเข้ามา ซึ่งไม่มีในชื่อตราสินค้าเดิมในภาษาไทย

3.) การทับศัพท์แบบละคำ

เป็นการแปลโดยใช้วิธีถอดเสียงเป็นภาษาจีนให้ใกล้เคียงกับชื่อตราสินค้าเดิมของไทยเพียงส่วนหนึ่ง โดยละคำสองพยางค์แรกและพยางค์ท้ายของชื่อตราสินค้าเดิม การแปลวิธีนี้พบ 8 รายชื่อ ได้แก่

Table 4: List of Thai brand names using Chinese phonetic transcription and omitting certain words

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	คำที่ละ	ประเภทสินค้า
เขาค้อทะเลภู	泰然萃	เขาค้อ	ยาและเครื่องสำอาง (เครื่องสำอางสมุนไพร)
โคซี่ ลาเท็กซ์	蔻姿	ลาเท็กซ์	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (หมอนและที่นอนอย่างพารา)
ซูการ์ฮัท	苏阁	ฮัท	อาหารและเครื่องดื่ม (น้ำกะทิผสมผลไม้)
เดอ สยาม	暹罗	เดอ	อาหารและเครื่องดื่ม (ชุดประกอบอาหารไทย กึ่งสำเร็จรูป)
สบายดี ลาเท็กซ์	萨拜迪	ลาเท็กซ์	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (หมอนและที่นอนอย่างพารา)
สามแม่ครัว	三美	ครัว	อาหารและเครื่องดื่ม (ปลากระป๋อง)
สุวรรณ ลาเท็กซ์	素万	ลาเท็กซ์	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (หมอนและที่นอนอย่างพารา)
อีโคไลฟ์ ลาเท็กซ์	伊可莱	ลาเท็กซ์	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (หมอนและที่นอนอย่างพารา)

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่าชื่อตราสินค้าภาษาจีน “泰然萃” (Tàiráncuì) ถอดเสียงมาจาก “ทะเลญ” โดยละสองพยางค์แรก “เขาค้อ” ที่มีอยู่ในชื่อตราสินค้าเดิม ชื่อตราสินค้า “苏阁” (Sūgé) ถอดเสียงมาจาก “ซูการ์ฮัท” โดยละพยางค์ท้าย “ฮัท” ที่มีอยู่ในชื่อตราสินค้าเดิม ชื่อตราสินค้าภาษาจีน “暹罗” ถอดเสียงมาจาก “สยาม” โดยละพยางค์แรก “เดอ” ที่มีอยู่ในชื่อตราสินค้าเดิม และชื่อตราสินค้าภาษาจีน “三美” (Sānměi) ถอดเสียงมาจากคำว่า “สามแม่” โดยละพยางค์ท้าย “คร้ว” ที่มีอยู่ในชื่อตราสินค้าเดิมของไทย นอกจากนี้ ยังมีชื่อตราสินค้าของหมอนและที่นอนยางพาราที่ละสองพยางค์ท้าย “ลาเท็กซ์” ที่มีอยู่ในชื่อตราสินค้าเดิม เช่นเดียวกันทั้งหมด พบว่ามี 4 รายชื่อ ได้แก่ “โคซี่ ลาเท็กซ์” ถอดเสียงเป็นภาษาจีนเหลือเพียง “蔻姿” (Kòuzī) “สบายดี ลาเท็กซ์” ถอดเสียงเป็นภาษาจีนเหลือเพียง “萨拜迪” (Sàbàidí) “สุวรรณ ลาเท็กซ์” ถอดเสียงเป็นภาษาจีนเหลือเพียง “素万” (Sùwàn) และ “อีโคไลฟ์ ลาเท็กซ์” ถอดเสียงเป็นภาษาจีนเหลือเพียง “伊可莱” (Yīkělái)

4.) การแปลความหมาย

เป็นการแปลชื่อตราสินค้าเป็นภาษาจีนให้ตรงกับความหมายเดิมของชื่อตราสินค้าในภาษาไทย การแปลวิธีนี้พบว่ามีจำนวน 192 รายชื่อ ตัวอย่างเช่น

Table 5: Example of Thai brand names by translating the names into Chinese language

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	ประเภทสินค้า
กระต่ายทองคู่	双金兔	อาหารและเครื่องดื่ม (ข้าวหอมมะลิ)
กระทิงแดง	红牛	อาหารและเครื่องดื่ม (เครื่องดื่มชูกำลัง)
ชวนชม	富贵花	อาหารและเครื่องดื่ม (แป้งมันสำปะหลัง)
บางกอก บานาน่า	曼谷香蕉	อาหารและเครื่องดื่ม (กล้วยหอมทองทอดกรอบ)
ดอกบัวคู่	双莲	ยาและเครื่องสำอาง (ยาสีฟัน)
โอเรียนทอล พรีนเซส	东方公主	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม)
หัวม้าลาย	斑马头	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (เครื่องครัวสแตนเลส)
คีสสลีป	吻眠	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (หมอนและที่นอนยางพารา)
ช.ช้าง	大象	เครื่องแต่งกายและสินค้าอื่น ๆ (กระเป๋าและสินค้าที่ระลึก)
โพเมโล	柚子	เครื่องแต่งกายและสินค้าอื่น ๆ (เครื่องแต่งกายและกระเป๋า)

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	ประเภทสินค้า
ม้าดาว	星马	เครื่องแต่งกายและสินค้าอื่น ๆ (รองเท้าแตะ)
ไทยออริจินอล	原生泰	อาหารและเครื่องดื่ม (นมปรุงแต่งชนิดเมื่อด)
หมีไผ่	熊竹	อาหารและเครื่องดื่ม (ข้าวหอมมะลิ)
เทพไทย	神泰	ยาและเครื่องสำอาง (ยาสีฟัน)
เสือดาว	虎星	ยาและเครื่องสำอาง (ยาแก้ไอ)

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่า หากเป็นชื่อตราสินค้าที่ตั้งชื่อเป็นภาษาไทย เมื่อแปลความหมายเป็นภาษาจีน จะปรับการเรียงลำดับคำให้ตรงกับหลักไวยากรณ์ภาษาจีนคือ คำขยายอยู่หน้า คำนามหลักอยู่หลัง (偏正式) ซึ่งตรงข้ามกับในภาษาไทยที่คำนามหลักอยู่หน้า คำขยายอยู่หลัง เช่น ข้าวหอมมะลิ “กระต่ายทองคำ” แปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “双金兔” เครื่องดื่มชูกำลัง “กระทิงแดง” แปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “红牛” แป้งมันสำปะหลัง “ชวนชม” แปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “富贵花” ยาสีฟัน “ดอกบัวคู่” แปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “双莲” เครื่องครัวสแตนเลส “หัวม้าลาย” แปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “斑马头” รองเท้าแตะ “ม้าดาว” แปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “星马” เป็นต้น

ส่วนชื่อตราสินค้าของไทยที่ตั้งชื่อเป็นภาษาอังกฤษ เมื่อแปลความหมายเป็นภาษาจีน ไม่จำเป็นต้องปรับลำดับคำ เนื่องจากในภาษาอังกฤษ คำขยายอยู่หน้า คำนามหลักอยู่หลังเหมือนกับภาษาจีน เช่น กล้วยหอมทองทอดกรอบ “บางกอกบานาน่า” (Bangkok Banana) แปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “曼谷香蕉” ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม “โอเรียนทอล พรินเซส” (Oriental Princess) แปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “东方公主” หมอนและที่นอนยางพารา “คีสสลีป” (Kiss Sleep) แปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “吻眠” ส่วนชื่อตราสินค้าของไทยที่ใช้ภาษาอังกฤษในการตั้งชื่อโดยคำนามหลักอยู่หน้า คำขยายอยู่หลัง ตามหลักไวยากรณ์ภาษาไทย พบว่ามี 1 รายชื่อ คือ นมปรุงแต่งชนิดเม็ด “ไทยออริจินอล” (Thai original) แปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “原生泰” ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Original Thai” จะเห็นว่ามีการปรับเป็นคำขยายอยู่หน้า คำนามหลักอยู่หลังตามหลักไวยากรณ์ภาษาจีน

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบว่า มีชื่อตราสินค้าของไทยที่แปลเป็นภาษาจีนใช้วิธีแปลความหมายแบบแปลตรงตัวเกินไป โดยนำคำนามหลักไว้หน้า ส่วนคำขยายไว้หลังเหมือนกับชื่อตราสินค้าเดิมในภาษาไทย มีจำนวน 2 รายชื่อ ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ “หมีไผ่” (หมายถึง “หมีแพนด้า” ตามรูปโลโก้ของสินค้า) แปลความหมายแบบตรงตัวเป็นภาษาจีนว่า “熊竹” ซึ่งที่ถูกต้องควรแปลว่า “竹熊” ซึ่งเป็นอีกคำหนึ่งในภาษาจีนที่ใช้เรียก “หมีแพนด้า” ยาสีฟัน “เทพไทย” แปลความหมายแบบตรงตัวเป็นภาษาจีนว่า “神泰” ที่ถูกต้องควรแปลว่า “泰神” และยังมีอีก 1 รายชื่อที่ใช้วิธีแปลตรงตัวตามชื่อตราสินค้าเดิมในภาษาไทย แต่เลือกใช้คำในภาษาจีนผิดคือ ยาแก้ไอ “เสือดาว” แปลความหมายแบบตรงตัวเป็นภาษาจีนว่า “虎星” ที่ถูกต้องควรแปลว่า “豹” “花豹” หรือ “金钱豹”

5.) การแปลความหมายแบบเพิ่มคำ

เป็นการแปลชื่อตราสินค้าเป็นภาษาจีนให้ตรงกับความหมายเดิมของชื่อตราสินค้าเดิมของไทยส่วนหนึ่ง และเพิ่มคำที่ไม่มีในชื่อตราสินค้าเดิม การแปลวิธีนี้พบว่ามี 2 รายชื่อ ได้แก่

Table 6: List of Thai brand names by translating the names with Chinese words added

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	คำที่ เพิ่ม	ประเภทสินค้า
ส้มโอ	上等柚	上等	อาหารและเครื่องดื่ม (ข้าวหอมมะลิ)
แฮนด์พิค	鲜手采	鲜	อาหารและเครื่องดื่ม (ผลไม้แปรรูป)

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่าชื่อตราสินค้าทั้ง 2 รายชื่อ เมื่อแปลความหมายเป็นภาษาจีน มีการเพิ่มคำขยายไว้ด้านหน้า โดยคำที่เพิ่มเข้ามามีความหมายในเชิงบวก ช่วยเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าให้ดูมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ข้าวหอมมะลิ “ส้มโอ” แปลความหมายแบบเพิ่มคำเป็นภาษาจีนว่า “上等柚” โดยคำว่า “上等” ที่เพิ่มเข้ามานั้นแปลว่า “ชั้นดี” “ชั้นสูง” หรือ “ชั้นหนึ่ง” เป็นการเสริมภาพลักษณ์ให้สินค้าว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูง ส่วนผลไม้แปรรูป “แฮนด์พิค” (Hand Picked) แปลความหมายแบบเพิ่มคำเป็นภาษาจีนว่า “鲜手采” โดยคำว่า “鲜” ที่เพิ่มเข้ามานั้นแปลว่า “สด” เป็นการเสริมภาพลักษณ์ให้สินค้าว่ามีความสดใหม่

6.) การแปลความหมายแบบละคำ

เป็นการแปลชื่อตราสินค้าเป็นภาษาจีนให้ตรงกับความหมายเดิมของชื่อตราสินค้าในภาษาไทยส่วนหนึ่งและละคำที่มีอยู่ในชื่อภาษาไทยเดิมของสินค้า การแปลวิธีนี้พบ 4 รายชื่อ คือ

Table 7: List of Thai brand names by translating the names into Chinese language and omitting certain words

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	คำที่ละ	ประเภทสินค้า
เต่าเหยียบโลก	乌龟	เหยียบ โลก	ยาและเครื่องสำอาง (แป้งระงับกลิ่น)
ลิงถือลูกท้อ	猴桃	ถือ	ยาและเครื่องสำอาง (ยาหม่องสมุนไพร)
5 นางฟ้า ทรงฉัตร	5 个天使	ทรงฉัตร	เครื่องแต่งกายและสินค้า อื่น ๆ (ปุ๋ยเคมี)
เฮลซ์บลูบอย	蓝孩	เฮลซ์	อาหารและเครื่องดื่ม (น้ำหวาน)

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่าชื่อตราสินค้าภาษาจีน “乌龟” แปลความหมายจากคำว่า “เต่า” โดยละคำว่า “เหยียบโลก” สองพยางค์ท้ายที่มีอยู่ในชื่อเดิมของสินค้า ชื่อตราสินค้าภาษาจีน “猴桃” แปลความหมายจากคำว่า “ลิงลูกท้อ” โดยละคำว่า “ถือ” ที่มีอยู่ในชื่อเดิมของสินค้า ชื่อตราสินค้าภาษาจีน “5 个天使” แปลความหมายจากคำว่า “5 นางฟ้า” โดยละคำว่า “ทรงฉัตร” ที่มีอยู่ในชื่อเดิมของสินค้า รวมถึงชื่อตราสินค้าของไทยที่ตั้งชื่อเป็นภาษาอังกฤษอย่างน้ำหวาน “เฮลซ์ บลูบอย” (Hale's Blue Boy)

แปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “蓝孩” (Blue Boy) โดยละคำว่า “เฮลส์” (Hale's) ที่มีอยู่ในชื่อเดิมของสินค้า

7.) การแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมาย

เป็นการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีน โดยใช้วิธีการทับศัพท์ส่วนหนึ่งและแปลตามความหมายอีกส่วนหนึ่ง การแปลวิธีนี้พบว่ามี 29 รายชื่อ ตัวอย่างเช่น

Table 8: Example of Thai brand names by translating the names into Chinese language using both phonetic transcription and translation technique

ชื่อตราสินค้า	ชื่อตราสินค้า	ส่วนที่ทับศัพท์	ส่วนที่แปลความหมาย	ประเภทสินค้า
ภาษาไทย	ภาษาจีน	ศัพท์	ความหมาย	
มหารงค์หอม	曼哈浓香	曼哈浓	香	อาหารและเครื่องดื่ม (ข้าวหอมมะลิ)
ไวตามินล์	维他奶	维他	奶	อาหารและเครื่องดื่ม (นมถั่วเหลือง)
รอยัลบุรีรัมย์	皇族武里南	武里南	皇族	อาหารและเครื่องดื่ม (ข้าวหอมมะลิ)
พริมาเนสท์	蒲莉玛燕窝	蒲莉玛	燕窝	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว)

The Liberal Arts Journal
Faculty of Liberal Arts, Mahidol University

ชื่อตรา สินค้า ภาษาไทย	ชื่อตรา สินค้า ภาษาจีน	ส่วนที่ ทับ ศัพท์	ส่วนที่ แปล ความหมาย	ประเภทสินค้า
มาตามเฮง	兴太太	兴	太太	ยาและ เครื่องสำอาง (สบู่สมุนไพรร)
ยูอิคอฟ	如意咳	如意	咳	ยาและ เครื่องสำอาง (ยาอมสมุนไพรร)
พลอย แม่สอด	曼古银	曼古	银	เครื่องแต่งกายและ สินค้าอื่น ๆ (เครื่องประดับ)
ครูเพ็ญศรี	老师潘西	潘西	老师	อาหารและ เครื่องดื่ม (ลูกอม)
แม่บุญกล้า	老妈梅文 兰	梅文兰	老妈	อาหารและ เครื่องดื่ม (น้ำปลาร้าต้มสุก)
แม่ประนอม	妈巴依	巴依	妈	อาหารและ เครื่องดื่ม (น้ำพริกเผา)
คุณนาย บานาน่า	贵妃芭娜 娜	贵妃	芭娜娜	ยาและ เครื่องสำอาง (ครีมทาसनเท้าแตก)

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่าชื่อตราสินค้าของไทยที่แปลด้วยวิธีนี้ ส่วนใหญ่จะใช้วิธีทับศัพท์ส่วนที่เป็นชื่อบุคคล ชื่อสถานที่ รวมถึงชื่อที่แปล ความหมายแล้วไม่สื่อความ และแปลความหมายส่วนที่เหลือ เช่น ข้าวหอมมะลิ “มหารงค์หอม” ใช้วิธีแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “曼哈浓香” โดย “曼哈浓” ทับศัพท์จากคำว่า “มหารงค์” ส่วน “香” แปลความหมายจากคำว่า “หอม” ผลิตรักข์ท์บำรุงผิวหน้า “พรีมานเนสท์” ใช้วิธีแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “蒲莉玛燕窝” โดย “蒲莉玛” ทับศัพท์จากคำว่า “พรีมา” ส่วน “燕窝” แปลความหมายจากคำว่า “เนสท์” (Nest) ซึ่งแปลว่า “รังนก” ในภาษาไทย ยามสมุนไพโร “ยูอิคอฟ” ใช้วิธีแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “如意咳” โดย “如意” ทับศัพท์จากคำว่า “ยูอี้” ส่วน “咳” แปลความหมายจากคำว่า “คอฟ” (Cough) ซึ่งแปลว่า “ไอ” ในภาษาไทย

และมีชื่อตราสินค้าบางรายชื่อที่ใช้วิธีแปลความหมายส่วนหน้าและทับศัพท์ในส่วนหลัง ซึ่งที่พบจะแปลตรงตัวจากชื่อตราสินค้าเดิมในภาษาไทย ทำให้ชื่อตราสินค้าภาษาจีนที่แปลออกมาผิดหลักไวยากรณ์จีนที่คำขยายต้องอยู่หน้า และคำที่ถูกขยายอยู่หลัง ได้แก่ ลูกอม “ครูเพ็ญศรี” ใช้วิธีแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “老师潘西” โดย “老师” แปลความหมายจากคำว่า “ครู” ส่วน “潘西” ทับศัพท์จาก “เพ็ญศรี” ซึ่งที่ถูกต้องควรแปลว่า “潘西老师” น้ำปลาร้าต้มสุก “แม่บุญล้ำ” ใช้วิธีแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “老妈梅文兰” โดย “老妈” แปลความหมายจากคำว่า “แม่” ส่วน “梅文兰” ทับศัพท์จาก “บุญล้ำ” ซึ่งที่ถูกต้องควรแปลว่า “梅文兰老妈” และน้ำพริกเผา “แม่ประนอม” ใช้วิธีแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์

และแปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “妈巴依” โดย “妈” แปลความหมายจากคำว่า “แม่” ส่วน “巴依” ทับศัพท์จาก “ประนอม” ซึ่งที่ถูกต้องควรแปลว่า “巴依妈”

นอกจากนี้ ยังพบว่าชื่อตราสินค้าภาษาจีนที่แปลตรงตัวจากชื่อตราสินค้าเดิมในภาษาไทยที่ทั้งผิดหลักไวยากรณ์ภาษาจีนและเลือกใช้คำในภาษาจีนไม่ถูกต้อง คือ ครีมหาสันเท้าแตก “คุณนายบานาน่า” ใช้วิธีแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมายเป็นภาษาจีนว่า “贵妃芭娜娜” โดย “贵妃” แปลความหมายจากคำว่า “คุณนาย” ส่วน “芭娜娜” ทับศัพท์จาก “บานาน่า” (Banana) แต่ในความจริงแล้วคำว่า “贵妃” แปลว่า “มเหสีฝ่ายซ้าย” (มเหสีรองจากองเฮา) คำว่า “คุณนาย” ควรใช้คำว่า “太太” จะเหมาะสมยิ่งกว่า และที่ถูกต้องทั้งหมดควรแปลว่า “芭娜娜太太”

8.) การตั้งชื่อใหม่

วิธีนี้ได้ยึดตามหลักการแปลเหมือนกับวิธีอื่น ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น แต่เป็นการตั้งชื่อตราสินค้าใหม่เป็นภาษาจีน โดยตั้งชื่อตามลักษณะพิเศษหรือโลโก้ของสินค้านั้น ๆ รวมถึงเป็นชื่อที่ได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับโดยทั่วกัน ชื่อตราสินค้าที่ใช้วิธีตั้งชื่อใหม่มีจำนวน 10 รายชื่อ ดังนี้

Table 9: List of Thai brand names using a newly created names in Chinese language

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	ประเภทสินค้า
โก้แก้ว	大哥	อาหารและเครื่องดื่ม (ขนมขบเคี้ยว)
คนใส่แว่นตา	老人头	ยาและเครื่องสำอาง (สบู่มูมิไฟ)
ง่วนเซียง	金船	อาหารและเครื่องดื่ม (ซอสปรุงรส)
ตะวันแดง	小浣熊	อาหารและเครื่องดื่ม (สำหรับยอบกรอบ)
ทาเบรุ	大拳头	อาหารและเครื่องดื่ม (สำหรับยอบกรอบ)
โมนโนโบ	小猴子	เครื่องแต่งกายและสินค้าอื่น ๆ (รองเท้า)
เฮลซ์บูลบอย	神童	อาหารและเครื่องดื่ม (น้ำหวาน)
ซีพี	正大食品	อาหารและเครื่องดื่ม (อาหารแปรรูปและอาหาร พร้อมรับประทาน)
นารายา	曼谷包	เครื่องแต่งกายและสินค้าอื่น ๆ (กระเป๋าผ้าสตรี)

ชื่อตราสินค้า	ชื่อตราสินค้า	ประเภทสินค้า
ภาษาไทย	ภาษาจีน	
ทิพรส	味露	อาหารและเครื่องดื่ม (น้ำปลา)

ตารางข้างต้นเป็นชื่อตราสินค้าของไทยที่ใช้วิธีตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีน ส่วนใหญ่จะเป็นการตั้งชื่อตามโลโก้ของสินค้า ได้แก่ ขนมหบเคี้ยว “โก่แก่” มีโลโก้สินค้าเป็นผู้ชายสวมแว่น ผมฟู สวมชุดยูโตสโตลล์ญี่ปุ่นชื่อว่า “พีโก่” จึงตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีนว่า “大哥” สปุสมุนไพโร “คนใส่แว่นตา” มีโลโก้สินค้าเป็นรูปครึ่งตัวบนของผู้ชายสูงอายุ สวมแว่นตา จึงตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีนว่า “老人头” ซอสปรุงรส “ง่วนเซียง” มีโลโก้สินค้าเป็นเรือลำใหญ่สีทอง จึงตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีนว่า “金船” สำหรับยอบกรอบ “ตะวันแดง” มีโลโก้สินค้าเป็นรูปตัวแร็กคูน จึงตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีนว่า “小浣熊” สำหรับยอบกรอบ “ทาเบรุ” มีโลโก้สินค้าเป็นผู้ชาย สวมชุดยูโต ยืนกำปั้นออกมาด้านหน้า จึงตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีนว่า “大拳头” รองเท้า “โมโนโบ” มีโลโก้สินค้าเป็นรูปหัวลิง จึงตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีนว่า “小猴子” และน้ำหวาน “เฮลซ์บลูบอย” มีโลโก้สินค้าเป็นเด็กผู้ชายยืนข้างแก้วน้ำหวาน จึงตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีนว่า “神童”

และยังมีชื่อตราสินค้าที่ตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีนตามชื่อที่ได้รับการยอมรับและใช้กันโดยทั่วไป ได้แก่ อาหารแปรรูปและอาหารพร้อมรับประทาน “ซีพี” เป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไปในกลุ่มผู้บริโภคชาวจีนในชื่อว่า “正大食品” เมื่อตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีนจึงใช้ชื่อนี้ รวมถึงกระเป๋าผ้าสตรี “นารายา” เป็นกระเป๋าผ้าที่ได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มผู้บริโภคชาวจีน ซึ่งรู้จักกัน

โดยทั่วไปในชื่อ “曼谷包” แปลเป็นภาษาไทยว่า “กระเป๋ากรุงเทพฯ”
เมื่อตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีนจึงใช้ชื่อนี้

นอกจากนี้ ยังพบว่าชื่อตราสินค้าที่ตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีนตาม
ประเภทของสินค้ามี 1 รายชื่อ คือ น้ำปลา “ทิพรส” ตั้งชื่อใหม่ตามประเภท
ของสินค้าเป็นภาษาจีนว่า “味露” (น้ำปลา)

ในส่วนของชื่อตราสินค้าของไทยที่ใช้วิธีการแปลเป็นภาษาจีน
มากกว่าหนึ่งวิธี พบว่ามีการใช้วิธีการทับศัพท์/แปลความหมายจำนวน 2
รายชื่อ ทับศัพท์/แปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมายจำนวน
3 รายชื่อ ทับศัพท์/ตั้งชื่อใหม่จำนวน 2 รายชื่อ แปลความหมาย/แปลแบบ
ผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมายจำนวน 1 รายชื่อ และแปล
ความหมายแบบละคำ/ตั้งชื่อใหม่จำนวน 1 รายชื่อ ดังนี้

Table 10: List of Thai brand names using more than one method of translation into Chinese language

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	ประเภทสินค้า
กูดี้	古迪 好牌	อาหารและเครื่องดื่ม (ผลไม้อบแห้ง)
สเนลไวท์	施妮薇 白蜗牛	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว)
ดับเบิล เอ	达伯埃 双 A	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (กระดาษพิมพ์เขียน)
มาตามเฮง	玛当兴 兴太太	ยาและเครื่องสำอาง (สบู่สมุนไพร)
หมอหวาน	慕丸 旺大夫	ยาและเครื่องสำอาง (ยาหม่องสมุนไพร)
บิวตี้บุฟเฟต์	美丽自助 美丽蓓菲	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง)
ง่วนเซียง	源昌 金船	อาหารและเครื่องดื่ม (ซอสปรุงรส)
นารายา	娜莱雅 曼谷包	เครื่องแต่งกายและสินค้าอื่น ๆ (กระเป๋าผ้าสตรี)
เฮลซ์บลูบอย	蓝孩 神童	อาหารและเครื่องดื่ม (น้ำหวาน)

ตารางข้างต้นจะเห็นว่าชื่อตราสินค้าที่ใช้ทั้งวิธีการทับศัพท์และแปลความหมายเป็นชื่อตราสินค้าที่ตั้งชื่อเป็นภาษาอังกฤษ ได้แก่ ผลไม้อบแห้ง “กู๊ดดี” และผลิตภัณฑ์บำรุงผิว “สเนลไวท์” ซึ่งในส่วนของ การแปลความหมายเป็นภาษาจีนจะแปลความหมายจากชื่อเดิมที่เป็นภาษาอังกฤษอย่าง “กู๊ดดี” (Goody) หมายถึง “ดี” ในภาษาไทย แปลเป็นภาษาจีนว่า “好牌” และ “สเนลไวท์” (Snail White) หมายถึง “หอยทากขาว” ในภาษาไทย แปลเป็นภาษาจีนว่า “白蜗牛” ชื่อตราสินค้าที่ใช้ทั้งวิธีทับศัพท์และแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมาย ได้แก่ กระดาษทิชชูเขียน “ดับเบิล เอ” สบู่สมุนไพร “มาดามเฮง” และยาหม่องสมุนไพร “หมอลหวาน” ซึ่งในส่วนของ การแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมายแปลเป็นภาษาจีนว่า “双 A” “兴太太” และ “旺大夫” ตามลำดับ โดยคำว่า “双” แปลความหมายจากชื่อตราสินค้าเดิมที่ตั้งเป็นภาษาอังกฤษว่า “ดับเบิล” (Double) ซึ่งหมายถึง “คู่” ในภาษาไทย ส่วน “A” ทับศัพท์จากชื่อเดิม คำว่า “兴” ทับศัพท์จากคำว่า “เฮง” ซึ่งเป็นสำเนียงภาษาจีนแต้จิ๋ว ส่วน “太太” แปลความหมายจากชื่อตราสินค้าเดิมที่ตั้งเป็นภาษาอังกฤษว่า “มาดาม” (Madam) ซึ่งหมายถึง “คุณนาย” ในภาษาไทย คำว่า “旺” ทับศัพท์จากคำว่า “หวาน” ในชื่อเดิม ส่วน “大夫” แปลความหมายจากคำว่า “หมอ” ในชื่อเดิม ชื่อตราสินค้าที่ใช้ทั้งวิธีแปลความหมายและแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมายคือ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง “บิวตี้บุฟเฟต์” (Beauty Buffet) แปลความหมายจากชื่อเดิมที่ตั้งเป็นภาษาอังกฤษและภาษาฝรั่งเศสเป็นภาษาจีนว่า “美丽自助” ในส่วนของวิธีการแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมายแปลเป็นภาษาจีนว่า “美丽蓓菲” โดยแปลความหมายจากคำว่า “บิวตี้” (Beauty) เป็นภาษาจีนว่า “美丽” คำว่า “蓓菲” ทับศัพท์จากคำว่า

“บุฟเฟต์” (Buffet) ในชื่อเดิม ชื่อตราสินค้าที่ใช้ทั้งวิธีทับศัพท์และตั้งชื่อใหม่คือซอสปรุงรส “ง่วนเซียง” ทับศัพท์เป็นภาษาจีนว่า “源昌” และใช้วิธีตั้งชื่อใหม่เป็น “金船” รวมถึงกระเป๋าดำสตรี “นารายา” ทับศัพท์เป็นภาษาจีนว่า “娜莱雅” และใช้วิธีตั้งชื่อใหม่เป็น “曼谷包” สุดท้ายชื่อตราสินค้าที่ใช้ทั้งวิธีแปลความหมายแบบละคำและตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีนคือน้ำหวาน “เฮลส์บลูบอย” (Hale's Blue Boy) แปลความหมายแบบละคำเป็นภาษาจีนว่า “蓝孩” โดยแปลความหมายจากคำว่า “บลูบอย” (Blue Boy) ละคำว่า “เฮลส์” (Hale's) ในชื่อเดิม และตั้งชื่อใหม่เป็นภาษาจีนว่า “神童” ซึ่งมีที่มาจากโลโก้สินค้าที่เป็นเด็กผู้ชายสวมหมวก

2. การเลือกใช้อักษรจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะของสินค้า

จากการวิเคราะห์การเลือกใช้อักษรจีนในชื่อตราสินค้าของไทยที่มีการแปลเป็นภาษาจีนในงานวิจัยชิ้นนี้ พบว่ามีการเลือกใช้อักษรจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะของสินค้าไทยในด้านต่าง ๆ ทั้งหมด 5 ด้าน ดังนี้

1.) เลือกใช้อักษร “泰” เพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าของไทย

เป็นการจงใจเลือกใช้อักษร “泰” (ไทย/ที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทย) โดยต้องการสื่อให้ผู้บริโภคชาวจีนรับรู้ว่าเป็นสินค้าจากประเทศไทย พบว่ามี 9 รายชื่อ ทั้งหมดเป็นชื่อตราสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่ใช้วิธีทับศัพท์เป็นภาษาจีน ดังนี้

Table 11: List of Thai brand names using the character “泰” to represent a Thai product

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	วิธีการ แปล	ประเภทสินค้า
ดีละเซียร์	泰味佳	ทับศัพท์	อาหารและเครื่องดื่ม (เนื้อจระเข้ปรุงรสและ ผลไม้แปรรูป)
มิตรใหม่	蜜泰	ทับศัพท์	อาหารและเครื่องดื่ม (ลูกอมกลิ่นผลไม้)
มาซิตะ	玛喜泰	ทับศัพท์	อาหารและเครื่องดื่ม (สาหร่ายทะเลอบกรอบ)
มานุกุครอง	马泰隆	ทับศัพท์	อาหารและเครื่องดื่ม (ข้าวหอมมะลิ)
ธาอีส	泰意思	ทับศัพท์	ยาและเครื่องสำอาง (สบูและครีมบำรุงผิว)
สธิรา	思泰乐	ทับศัพท์	ยาและเครื่องสำอาง (เครื่องหอมและ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว)
นิตยา	妮泰雅	ทับศัพท์	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (หมอนและที่นอน ยางพารา)
รินรมย์	泰洳润	ทับศัพท์ แบบเพิ่ม คำ	ยาและเครื่องสำอาง (ครีมทาผิว)

ชื่อตราสินค้า	ชื่อตราสินค้า	วิธีการ	ประเภทสินค้า
ภาษาไทย	ภาษาจีน	แปล	
เขาค้อทะเลภู	泰然萃	ทับศัพท์ แบบลดคำ	ยาและเครื่องสำอาง (เครื่องสำอางสมุนไพร)

จะเห็นว่าชื่อตราสินค้าที่ใช้วิธีทับศัพท์เป็นภาษาจีนในตารางข้างต้น ผู้แปลเลือกใช้อักษร “泰” ถอดเสียงชื่อตราสินค้าเดิมในภาษาไทย แม้ว่าเสียงอ่านของอักษร “泰” (tài) จะไม่ใกล้เคียงกับชื่อตราสินค้าเดิมของไทยก็ตาม เช่น ลูกอมกลิ่นผลไม้ “มิตรใหม่” ทับศัพท์เป็นภาษาจีนว่า “蜜泰” (Mìtài) ซึ่งความจริงแล้ว “ใหม่” ควรทับศัพท์เป็น “迈” (mài) จะออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อเดิมในภาษาไทยมากกว่า สาหรัยทะเลอบกรอบ “มาชิตะ” ทับศัพท์เป็นภาษาจีนว่า “玛喜泰” (Mǎxǐtài) ความจริงแล้ว “ตะ” ควรทับศัพท์เป็น “达” (dá) จะออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อเดิมในภาษาไทยมากกว่า เครื่องหอมและผลิตภัณฑ์บำรุงผิว “สธิรา” ทับศัพท์เป็นภาษาจีนว่า “思泰乐” (Sītàilè) ความจริงแล้ว “ถิ” ควรทับศัพท์เป็น “提” (tí) จะออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อเดิมในภาษาไทยมากกว่า ในส่วนของวิธีทับศัพท์แบบเพิ่มคำและทับศัพท์แบบลดคำพบว่า ครีมหาหมือ “รีนรมย์” ที่ใช้วิธีทับศัพท์แบบเพิ่มคำเป็นภาษาจีนว่า “泰滋润” (Tàirùrùn) โดยเพิ่มคำว่า “泰” ซึ่งไม่มีในชื่อตราสินค้าเดิม นอกจากนี้ ยังมีเครื่องสำอางสมุนไพร “เขาค้อทะเลภู” ที่ใช้วิธีทับศัพท์แบบลดคำเป็นภาษาจีนว่า “泰然萃” (Tàirán cuì) โดยตัดคำว่า “เขาค้อ” ออก และเลือกใช้ตัวอักษร “泰” ทับศัพท์คำว่า “ทะ” ซึ่งในความเป็นจริง “ทะ” ควรทับศัพท์เป็น “塔” (tǎ) จะออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อเดิมในภาษาไทยมากกว่า

2.) เลือกใช้อักษรจีนหรืออักษรข้างที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงประเภทของสินค้า

เป็นการเลือกใช้อักษรจีนหรืออักษรข้าง (偏旁) ในการบ่งบอกถึงประเภทของสินค้า พบว่ามี 11 รายชื่อ ส่วนใหญ่เป็นชื่อตราสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่ใช้วิธีทับศัพท์เป็นภาษาจีน ดังนี้

Table 12: List of Thai brand names using Chinese characters or related radical of characters to indicate type of product

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตรา สินค้า ภาษาจีน	อักษรจีนหรือ อักษรข้างที่ เลือกใช้	ประเภทสินค้า
ซีลีโกะ	喜乐口	口	อาหารและเครื่องดื่ม (สาหร่ายทะเล อบกรอบ)
โพโก้	福口	口	อาหารและเครื่องดื่ม (น้ำผลไม้)
โมโม้	嘜嘜	อักษรข้าง 口	อาหารและเครื่องดื่ม (นมปรุงแต่งชนิดเม็ด)
โยคุ	啣啣	อักษรข้าง 口	อาหารและเครื่องดื่ม (น้ำผลไม้)
โยโย่	啣啣	อักษรข้าง 口	อาหารและเครื่องดื่ม (ขนมเยลลี่เจลลาติน)

The Liberal Arts Journal
Faculty of Liberal Arts, Mahidol University

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตรา สินค้า ภาษาจีน	อักษรจีนหรือ อักษรข้างที่ เลือกใช้	ประเภทสินค้า
ตาลบุรี	糖薄礼	糖	อาหารและเครื่องดื่ม (ผลิตภัณฑ์จาก น้ำตาลโตนด)
ฟูชิ	富吃	吃	อาหารและเครื่องดื่ม (ข้าวเกรียบกุ้ง)
โลโบ	乐煲	煲	อาหารและเครื่องดื่ม (ผงปรุงอาหารควา)
สแน็คแจ๊ค	食乐佳	食	อาหารและเครื่องดื่ม (ถั่วลันเตาอบกรอบ)
มิสเตอร์ไอค์	梦橡家	梦	อุปกรณ์เครื่องใช้ ในบ้าน (หมอนและ ที่นอนยางพารา)
เมสโต	美驰图	驰	อุปกรณ์เครื่องใช้ ในบ้าน (โมเดลรถ)

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่าส่วนใหญ่ผู้แปลเลือกใช้อักษร “口” ที่แปลว่า “ปาก” และอักษรข้าง “口” (口字旁) ที่สื่อถึง “สิ่งที่เกี่ยวข้องกับปาก” ทับศัพท์ชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีนเพื่อบ่งบอกว่าเป็นสินค้าเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ สาหร่ายทะเลอบกรอบ “ซีลีโกะ” (喜乐口) น้ำผลไม้ “โฟโก้” (福口) นมปรุงแต่งชนิดเม็ด “โมโม” (姆姆) น้ำผลไม้ “โยคุ” (呦咕) ขนมเยลลี่เจลาติน “โยโย่” (呦呦) และยังพบอีกว่ามีการเลือกใช้อักษร “糖” (น้ำตาล) อักษร “吃” (รับประทาน) อักษร “煲” (ต้ม) รวมถึงอักษร “食” (รับประทาน/อาหาร) ในสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลโตนด “ตาลบุรี” (糖薄礼) ข้าวเกรียบกุ้ง “พูจี” (富吃) ผงปรุงอาหารควา “โลโบ” (乐煲) และถั่วลันเตาอบกรอบ “สแน็คแจ๊ค” (食乐佳) ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังมีสินค้าประเภทอุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้านอย่างหมอน และที่นอนยารา “มิสเตอร์ไอค” ที่เลือกใช้อักษร “梦” (ฝัน) เพื่อบ่งบอกว่าสินค้านี้เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการนอน รวมถึงโมเดลรถ “เมสโต” (ของตกแต่งบ้าน) ที่เลือกใช้อักษร “驶” ที่แปลว่า “(รถ) วิ่งฉิว” เพื่อบ่งบอกว่าสินค้านี้เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับรถ

3.) เลือกใช้อักษรจีนที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าสำหรับผู้หญิง เป็นการเลือกใช้อักษรจีนที่สื่อถึงผู้หญิง รวมถึงนิยมใช้ตั้งเป็นชื่อผู้หญิง โดยมีความหมายเกี่ยวข้องกับความสุข ความสง่างาม ความอ่อนโยน เพื่อใช้บ่งบอกว่าสินค้านั้น ๆ เป็นสินค้าสำหรับผู้บริโภคเพศหญิง พบว่ามี 15 รายชื่อ ส่วนใหญ่เป็นชื่อตราสินค้าประเภทเครื่องสำอางที่ใช้วิธีทับศัพท์เป็นภาษาจีน ดังนี้

Table 13: List of Thai brand names using the relevant Chinese characters to indicate that the product was for women

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	อักษรจีนที่ เลือกใช้	ประเภทสินค้า
จันทร์หอม	站芳	芳	ยาและเครื่องสำอาง (เครื่องสำอางสมุนไพร)
โพรมีน่า	保美雅	美/雅	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า)
มิสทีน	美氏婷/蜜 丝婷	美/婷	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและ อุปกรณ์แต่งหน้า)
ไวมาลิช	维美礼	美	ยาและเครื่องสำอาง (เครื่องสำอางสมุนไพร)
สิวันนา	思薇娜	薇/娜	ยาและเครื่องสำอาง (อุปกรณ์แต่งหน้า)
สเนลไวท์	施妮薇	薇	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว)
สมูทอี	师美宜	美	ยาและเครื่องสำอาง (เวชสำอาง)
อาร์เซ่	雅倩	雅/倩	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว)
โดนัทท์	多丽	丽	อาหารและเครื่องดื่ม (อาหารเสริมเพื่อความงาม)

The Liberal Arts Journal
Faculty of Liberal Arts, Mahidol University

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	อักษรจีนที่ เลือกใช้	ประเภทสินค้า
ชาปี่น่า	莎比娜	娜	เครื่องแต่งกายและสินค้า อื่น ๆ (ชุดชั้นใน)
นันทิตา	娜迪塔	娜	เครื่องแต่งกายและสินค้า อื่น ๆ (กระเป๋าผ้าสตรี)
นารายา	娜莱雅	雅/娜	เครื่องแต่งกายและสินค้า อื่น ๆ (กระเป๋าผ้าสตรี)
มิลิน	米琳	琳	เครื่องแต่งกายและสินค้า อื่น ๆ (เครื่องแต่งกายสตรี)
เมลิสา	梅丽莎	丽	เครื่องแต่งกายและสินค้า อื่น ๆ (รองเท้าสตรี)
แลนดมี	兰德米	兰	เครื่องแต่งกายและสินค้า อื่น ๆ (เครื่องแต่งกายสตรี)

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่าชื่อตราสินค้าสินค้าประเภทเครื่องสำอาง
เลือกใช้อักษร “美” มีจำนวน 4 รายชื่อ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า
“โพรมีน่า” (保美雅) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและอุปกรณ์แต่งหน้า “มิสทิน”
(美氏婷) เครื่องสำอางสมุนไพร “ไวมาลีซ” (维美礼) และเวชสำอาง
“สมุทธี” (师美宜) ทั้งนี้ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่สำคัญ
ของสินค้าประเภทเครื่องสำอางคือผู้บริโภคเพศหญิง ธรรมชาติของผู้หญิงมี
ความรักสวยรักงาม ชื่อตราสินค้าประเภทเครื่องสำอางของไทยเมื่อทับศัพท์
เป็นภาษาจีนจึงนิยมเลือกใช้อักษร “美” (สวยงาม) อักษร “娜” ที่นิยมใช้
ตั้งเป็นชื่อของผู้หญิง พบว่ามีจำนวน 4 รายชื่อเช่นเดียวกัน ได้แก่ อุปกรณ์
แต่งหน้า “สิ่วันนา” (思薇娜) ชุดชั้นใน “ซาบีน่า” (莎比娜) กระเป๋า
ผ้าสตรี “นันทิตา” (娜迪塔) และกระเป๋าผ้าสตรี “นารายา” (娜莱雅)
ความสง่างามก็ใช้สื่อถึงผู้หญิงเช่นกัน จึงมีการเลือกใช้ตัวอักษร “雅” (สูงส่ง
และงดงาม) ในผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและกระเป๋าผ้าสตรีอย่างผลิตภัณฑ์บำรุง
ผิวหน้า “โพรมีน่า” (保美雅) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว “อาร์เซ่” (雅倩) และ
กระเป๋าผ้าสตรี “นารายา” (娜莱雅) ทั้งหมด 3 รายชื่อ ยังพบว่ามี การ
เลือกใช้อักษร “薇” (ดอกกุหลาบ) ที่สื่อถึงความอ่อนหวาน ความประณีต
ของผู้หญิง จำนวน 2 รายชื่อ ได้แก่ อุปกรณ์แต่งหน้า “สิ่วันนา” (思薇娜)
และผลิตภัณฑ์บำรุงผิว “สเนลไวท์” (施妮薇) รวมถึงอักษร “丽” (สวย
และงดงาม) ที่สื่อถึงความสวยงามของผู้หญิง จำนวน 2 รายชื่อ พบในอาหาร
เสริมเพื่อความงาม “โดนท์” (多丽) และรองเท้าสตรี “เมลิสา” (梅丽
莎) นอกจากนี้ ยังมีการเลือกใช้อักษร “芳” (กลิ่นหอม) ที่สื่อถึงกลิ่นหอม
ของผู้หญิง อักษร “婷” (ความสุภาพอ่อนโยน ความงดงาม) ที่สื่อถึงความ

ละมุนละไมและความงามสง่าของผู้หญิง อักษร “倩” ที่หมายถึง รูปลักษณ์งดงาม (姿容美好) สื่อถึงความงามของผู้หญิง อักษร “琳” (หยกที่สวยงาม) ที่นิยมใช้ตั้งเป็นชื่อของผู้หญิง และอักษร “兰” (ดอกกล้วยไม้) ที่เป็นสัญลักษณ์ของความสูงศักดิ์ นิยมใช้ตั้งเป็นชื่อของผู้หญิง อย่างละ 1 รายชื่อ พบในเครื่องสำอางสมุนไพร “จันทร์หอม” (站芳) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและอุปกรณ์แต่งหน้า “มิสทิน” (美氏婷/蜜丝婷) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว “อาร์เซ่” (雅倩) เครื่องแต่งกายสตรี “มิลิน” (米琳) และเครื่องแต่งกายสตรี “แลนด์มี” (兰德米) ตามลำดับ

4.) เลือกใช้อักษรจีนที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าสำหรับผู้ชาย เป็นการเลือกใช้อักษรจีนที่สื่อถึงผู้ชาย โดยมีความหมายแสดงถึงความเป็นชายและความยิ่งใหญ่ เพื่อบ่งบอกว่าสินค้านั้น ๆ เป็นสินค้าสำหรับผู้บริโภคเพศชาย พบว่ามีจำนวน 3 รายชื่อ ดังนี้

Table 14: List of Thai brand names using the relevant Chinese characters to indicate that the product was for men

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	อักษรจีนที่ เลือกใช้	ประเภทสินค้า
ซิเดกร้า	伟玮哥	伟/哥	ยาและเครื่องสำอาง (ยารักษาภาวะหย่อน สมรรถภาพทางเพศ สำหรับบุรุษ)
เมสโต	美驰图	驰	อุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน (ไมเตอร์)
ฮอฟแมน	霍夫曼	夫	เครื่องแต่งกายและสินค้า อื่น ๆ (ไบมีดโกน)

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่าสินค้าสำหรับผู้ชายอย่างยารักษาภาวะหย่อนสมรรถภาพทางเพศสำหรับบุรุษ “ซิเดกร้า” แปลเป็นภาษาจีนว่า “伟玮哥” โดยเลือกใช้อักษร “伟” ที่แปลว่า “ความยิ่งใหญ่” และอักษร “哥” ที่แปลว่า “พี่ชาย” รวมถึงไมเตอร์ “เมสโต” แปลเป็นภาษาจีนว่า “美驰图” โดยเลือกใช้อักษร “驰” ที่แปลว่า “(รถ) วิ่งฉิว” เพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าเกี่ยวกับรถ ซึ่งเป็นสินค้าที่ผู้ชายส่วนใหญ่โปรดปราน และสุดท้ายไบมีดโกน “ฮอฟแมน” โดยเลือกใช้อักษร “夫” ที่นิยมตั้งเป็นชื่อของผู้ชาย แปลว่า “สามี” หรือ “ชายที่บรรลุนิติภาวะ”

5.) เลือกใช้อักษรจีนที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงคุณสมบัติเชิงบวกของสินค้า เป็นการเลือกใช้อักษรจีนที่มีเสียงใกล้เคียงกับชื่อตราสินค้าของไทย ถอดเสียงเป็นภาษาจีน และเมื่ออ่านรวมกันแล้วสื่อความหมายในทางที่ดี สามารถบ่งบอกถึงคุณสมบัติเชิงบวกของสินค้า ถือเป็นส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้านั้น ๆ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของอักษรจีนที่เป็นอักษรแสดง ความหมาย (表意文字) โดยอักษรจีนทุกตัวจะมีความหมายในตัวเอง นับว่าเป็นการแปลชื่อตราสินค้าเป็นภาษาต่างประเทศในอุดมคติที่ภาษาอื่นไม่สามารถทำเช่นนี้ได้ เพราะอักษรจีนที่เลือกใช้นอกจากจะออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อตราสินค้าเดิมแล้ว ยังสื่อความหมายที่ส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ของสินค้าอีกด้วย ชื่อตราสินค้าของไทยที่สามารถเลือกใช้อักษรจีนที่อ่านออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อเดิมและแสดงถึงคุณสมบัติเชิงบวกของสินค้า พบว่ามีทั้งหมด 13 รายชื่อ ส่วนใหญ่เป็นชื่อตราสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ดังนี้

Table 15: List of Thai brand names using the corresponding Chinese characters to indicate the advantageous features of the product

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	ประเภทสินค้า
ซีลีโกะ	喜乐口 (Xīlèkǒu)	อาหารและเครื่องดื่ม (สำหรับย่อยกรอบ)
ดีละเชียร์	泰味佳 (Tàiwèijiā)	อาหารและเครื่องดื่ม (เนื้อจะแข็งปรุงรส และผลไม้แปรรูป)
โด้นัทท์	多丽 (Duōlì)	อาหารและเครื่องดื่ม (อาหารเสริมเพื่อความงาม)
ดอยคำ	多康 (Duōkāng)	อาหารและเครื่องดื่ม (ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป เพื่อสุขภาพ)
ฟูชิ	富吃 (Fùchī)	อาหารและเครื่องดื่ม (ข้าวเกรียบกุ้ง)
โฟโก้	福口 (Fúkǒu)	อาหารและเครื่องดื่ม (น้ำผลไม้)
แลคตาซอย	力大狮 (Lìdàshī)	อาหารและเครื่องดื่ม (นมถั่วเหลืองพร้อมดื่ม)
สแน็คแจ๊ค	食乐佳 (Shílèjiā)	อาหารและเครื่องดื่ม (ถั่วลิสงเตาอบกรอบ)

ชื่อตราสินค้า ภาษาไทย	ชื่อตราสินค้า ภาษาจีน	ประเภทสินค้า
อองเทร่	康脆 (Kāngcuì)	อาหารและเครื่องดื่ม (ขนมขบเคี้ยว)
เดนทิสเต้	健丽白 (Jiànlìbái)	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์ดูแลช่องปาก)
โพรมีน่า	保美雅 (Bǎoměiyǎ)	ยาและเครื่องสำอาง (ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า)
รีนรมย์	泰洳润 (Tàirùrùn)	ยาและเครื่องสำอาง (ครีมทามือ)
ไวมาลิซ	维美礼 (Wéiměilǐ)	ยาและเครื่องสำอาง (เครื่องสำอางสมุนไพร)

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่า เป็นชื่อตราสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวน 8 รายชื่อ โดยเลือกใช้อักษรจีนที่อ่านรวมกันแล้วสื่อความหมายในเชิงเจริญอาหาร บริโภคอาหารได้อย่างมีความสุข จำนวน 4 รายชื่อ ได้แก่ สหราชอาณาจักร “ซีลีโกะ” (喜利口) อ่านรวมกันแล้วหมายถึง “สุขปาก” ข้าวเกรียบกุ้ง “ฟูจิ” (富吃) อ่านรวมแล้วหมายถึง “รับประทานอย่างอุดมสมบูรณ์” น้ำผลไม้ “โฟโก้” (福口) อ่านรวมกันแล้วหมายถึง “สุขปาก” และถั่วลิสงเตาอบกรอบ “สแน็คแจ๊ค” (食乐佳) อ่านรวมกันแล้วหมายถึง “รับประทานอย่างมีความสุขและดีงาม” และมีสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มจำนวน 4 รายชื่อเลือกใช้อักษรจีนที่สื่อถึงคุณสมบัติเชิงบวกของสินค้านั้น ๆ ได้แก่ อาหารเสริมเพื่อความงาม “โดันท์” (多丽) อ่านรวมกันแล้วหมายถึง “สวยงามมาก” เนื่องจากสินค้านี้เป็น

อาหารเสริมเพื่อความงาม การที่เลือกแปลเป็นภาษาจีนว่า “多丽” ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนเกิดความคิดว่า เมื่อรับประทานอาหารเสริมนี้แล้ว จะทำให้มีรูปร่างหน้าตาสวยงามมากยิ่งขึ้น ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพ “ดอยคำ” (多康) อ่านรวมกันแล้วหมายถึง “สุขภาพดีมาก/แข็งแรงมาก” เนื่องจากสินค้านี้เป็นอาหารแปรรูปจากผักและผลไม้ การที่เลือกแปลเป็นภาษาจีนว่า “多康” ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนเกิดความคิดว่า เมื่อรับประทานแล้ว จะทำให้มีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง รวมถึงนมถั่วเหลืองพร้อมดื่ม “แลคตาซอย” (力大狮) อ่านรวมกันแล้วหมายถึง “สิ่งโตที่มีพลังมาก” เนื่องจากเป็นนมถั่วเหลืองพร้อมดื่ม การที่เลือกแปลว่า “力大狮” ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนเกิดความคิดว่า เมื่อดื่มนมถั่วเหลืองนี้แล้ว ร่างกายจะได้รับพลังงานจำนวนมาก เพราะนมถั่วเหลืองมีโปรตีนสูง และที่เลือกใช้อักษร “狮” ที่แปลว่า “สิงโต” นั้น เพราะสิงโตเป็นสัตว์ที่แสดงถึงความแข็งแรง และมีพลังมาก นอกจากนี้ ยังมีขนมขบเคี้ยว “อองเทอร์” (康脆) อ่านรวมกันแล้วหมายถึง “สุขภาพดีและกรอบ” ทั้งนี้ เพราะเป็นสินค้าเกี่ยวกับอาหารแปรรูปจากเนื้อหมู โดยใช้วิธีอบกรอบ ไร้มัน การที่เลือกแปลเป็นภาษาจีนว่า “康脆” ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนเกิดความคิดว่า สินค้านี้มีความกรอบ โดยที่รับประทานแล้วไม่ส่งผลเสียต่อสุขภาพ ส่วนชื่อตราสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่เลือกใช้อักษรจีนสื่อความหมายว่ามีรสชาติดี พบว่ามี 1 รายชื่อ คือ เนื้อจะเข้ปรุงรสและผลไม้แปรรูป “ดีละเซียร์” (泰味佳) เมื่ออ่านรวมกันแล้วหมายถึง “รสชาติดีมาก” โดยผู้แปลเลือกใช้อักษร “泰” (ไทย/ที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทย) แทนอักษร “太” (มาก/มากเกินไป) ที่พ้องเสียงกัน การที่เลือกแปลเป็น “泰味佳” นอกจากจะทำให้ผู้บริโภคชาวจีนเกิดความคิดว่า สินค้านี้มีรสชาติดีแล้ว ยังสามารถแสดงว่าเป็นสินค้าของประเทศไทยได้อีกด้วย

ในส่วนของสินค้าประเภทยาและเครื่องสำอางพบว่ามีจำนวน 4 รายชื่อ โดยทั้งหมดเลือกใช้อักษรจีนที่สื่อถึงคุณสมบัติในเชิงบวกและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้านั้น ๆ ได้แก่ ยาสีฟัน “เดนทิสเต้” แปลเป็นภาษาจีนว่า “健丽白” อ่านรวมแล้วหมายถึง “แข็งแรง สวยงามและขาว” เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ดูแลช่องปาก จึงต้องการสื่อคุณสมบัติเชิงบวกของสินค้า ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนเกิดความคิดว่า เมื่อใช้สินค้าแล้วจะทำให้ฟันแข็งแรง สวยและขาว ส่วนผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า “โพรมีนา” แปลเป็นภาษาจีนว่า “保美雅” อ่านรวมแล้วหมายถึง “คงความสวยและสง่างามไว้” เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า จึงสื่อถึงคุณสมบัติเชิงบวกของสินค้า ทำให้ผู้บริโภคชาวจีน (โดยเฉพาะผู้หญิง) เกิดความคิดว่า เมื่อใช้สินค้านี้แล้วผิวหน้าจะสวยและสง่างามตลอดไป รวมถึงครีมทาผิว “รีนรมย์” ที่แปลเป็นภาษาจีนว่า “泰润” อ่านรวมแล้วหมายถึง “ชุ่มชื้นมาก” เพื่อสื่อคุณสมบัติเชิงบวกของสินค้าที่เป็นครีมทาผิว ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนเกิดความคิดว่า เมื่อใช้ครีมนี้ทาผิว จะทำให้ผิวชุ่มชื้น โดยผู้แปลเลือกใช้อักษร “泰” แทนอักษร “太” ที่ออกเสียงเหมือนกันเพิ่มเข้ามา เพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าจากประเทศไทย และสุดท้ายเครื่องสำอางสมุนไพร “ไวมาลิช” แปลเป็นภาษาจีนว่า “维美礼” อ่านรวมแล้วหมายถึง “ของขวัญที่คงความงาม” เพื่อสื่อถึงคุณสมบัติเชิงบวกของสินค้าที่เป็นเครื่องสำอางสมุนไพร ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนเกิดความคิดว่า เครื่องสำอางนี้เปรียบเหมือนของขวัญที่ใช้แล้วจะคงความสวยงามให้อยู่ตลอดไป

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิธีการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีนและการเลือกใช้อักษรจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะของสินค้า สามารถสรุปและอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. วิธีการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีน

จากชื่อตราสินค้าภาษาจีนของสินค้าไทยทั้งหมด 546 รายชื่อ ผู้วิจัยได้จำแนกเพิ่มเติมจากหลักและวิธีการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยและภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีนของ Gao, et al. (2009, p.59-60) และ Numtong and Likhidcharoentharn (2019, p.120-123) พบว่าการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีนมีทั้งหมด 8 วิธี ได้แก่ 1.) การทับศัพท์ 2.) การทับศัพท์แบบเพิ่มคำ 3.) การทับศัพท์แบบละคำ 4.) การแปลความหมาย 5.) การแปลความหมายแบบเพิ่มคำ 6.) การแปลความหมายแบบละคำ 7.) การแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมาย และ 8.) การตั้งชื่อใหม่ โดยวิธีการแปลที่พบมากที่สุดคือ การทับศัพท์มีจำนวน 290 รายชื่อ รองลงมาคือการแปลความหมาย จำนวน 192 รายชื่อ การแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมาย จำนวน 29 รายชื่อ การตั้งชื่อใหม่ จำนวน 10 รายชื่อ การทับศัพท์แบบละคำ จำนวน 8 รายชื่อ การแปลความหมายแบบละคำ จำนวน 4 รายชื่อ การทับศัพท์แบบเพิ่มคำ จำนวน 2 รายชื่อ และการแปลความหมายแบบเพิ่มคำ จำนวน 2 รายชื่อ เช่นกัน ซึ่งในจำนวนเหล่านี้พบว่าชื่อตราสินค้าที่ใช้วิธีการแปลมากกว่าหนึ่งวิธี จำนวน 9 รายชื่อ ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า ผู้แปลเลือกใช้วิธีการทับศัพท์มากที่สุดในการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีน โดยพยายามเลือกใช้อักษรจีนที่ออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อตราสินค้าเดิมของไทยให้มากที่สุด

ส่วนใหญ่อ่านรวมกันแล้วไม่มีความหมาย พบมากในชื่อตราสินค้าของไทยที่ตั้งเป็นชื่อของบุคคลทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ รวมถึงชื่อตราสินค้าที่ตั้งชื่อเป็นภาษาจีนสำเนียงแต้จิ๋ว ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ Newmark และ Large (As cited in Kulthamrong, 2009 p.227) ที่กล่าวไว้ว่า การแปลชื่อเฉพาะควรใช้วิธีทับศัพท์ เพราะสามารถรักษาตัวตนและวัฒนธรรมเดิมของชื่อเฉพาะได้ดีกว่าการแปลความหมาย ในส่วนของการแปลความหมายซึ่งเป็นวิธีที่พบมากเป็นอันดับสอง ส่วนใหญ่พบในชื่อตราสินค้าของไทยประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่ตั้งชื่อเป็นสัตว์ ผลไม้ และดอกไม้ โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิ ทั้งนี้เนื่องจากข้าวหอมมะลิของไทย ซึ่งเป็นสินค้าหลักที่ส่งออกไปยังประเทศจีนนิยมตั้งชื่อเป็นชื่อสัตว์ ผลไม้ และดอกไม้ หากใช้วิธีทับศัพท์ชื่อสัตว์ ผลไม้ และดอกไม้ภาษาไทยเป็นภาษาจีนอาจทำให้จำยาก และไม่สื่อความหมายอะไร ดังนั้น ผู้แปลจึงเลือกใช้การแปลความหมาย สอดคล้องกับความคิดเห็นของ Saengaramruang (2020, p.186) ด้านวิธีการแปลแบบผสมระหว่างทับศัพท์และแปลความหมาย ส่วนใหญ่ที่พบผู้แปลจะใช้วิธีทับศัพท์ในส่วนที่เป็นชื่อบุคคล ชื่อสถานที่ รวมถึงชื่ออื่น ๆ ที่ใช้วิธีแปลความหมายแล้วไม่สื่อความหมาย และใช้วิธีแปลความหมายในส่วนที่เหลือ สำหรับการตั้งชื่อใหม่ ส่วนใหญ่พบว่าผู้แปลใช้วิธีการตั้งชื่อเป็นภาษาจีนตามสัญลักษณ์หรือโลโก้ของสินค้าไทย และสุดท้ายวิธีการแปลแบบเพิ่มคำและละคำที่ผู้วิจัยจำแนกเพิ่มเติมเข้ามา พบทั้งในวิธีการแปลแบบทับศัพท์และการแปลความหมาย ส่วนใหญ่การเพิ่มคำ (addition) พบว่าเป็นการที่ผู้แปลต้องการขยายความเพื่อให้ผู้บริโภคชาวจีนทราบว่าสินค้าของไทยและเพื่อเสริมภาพลักษณ์ของสินค้านั้น ๆ ตัวอย่างเช่น ครีมทาผิว “รีนรมย์” ทับศัพท์แบบเพิ่มคำเป็นภาษาจีนว่า “泰如润” โดยเพิ่มคำว่า “泰” (ไทย/ที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทย) เข้ามา ข้าวหอมมะลิ “ส้มโอ” แปลความหมายแบบเพิ่มคำเป็นภาษาจีนว่า

“上等柚” โดยเพิ่มคำว่า “上等” (ชั้นดี/ชั้นสูง/ชั้นหนึ่ง) ส่วนการละคำ (deletion) พบว่าเป็นการที่ผู้แปลละคำที่มีในชื่อตราสินค้าเดิมของไทย เพราะหากคงไว้จะทำให้ชื่อตราสินค้าที่แปลเป็นภาษาจีนยาวเกินไป จดจำได้ยาก การทับศัพท์แบบละคำพบมากในชื่อตราสินค้าของหมอนและที่นอนยางพารา ที่นิยมละคำว่า “ลาเท็กซ์” ตัวอย่างเช่น “โคซี่ ลาเท็กซ์” ทับศัพท์แบบละคำ เป็นภาษาจีนเหลือเพียง “蔻姿” “สบายดี ลาเท็กซ์” ทับศัพท์แบบละคำ เป็นภาษาจีนเหลือเพียง “萨拜迪” “อีโคไลฟ์ ลาเท็กซ์” ทับศัพท์แบบละคำ เป็นภาษาจีนเหลือเพียง “伊可莱” ส่วนการแปลความหมายแบบละคำพบในชื่อแปรงระงับกลิ่น “เต่าเหยียบโลก” ชื่อยาหม่องสมุนไพร “ลิงถือลูกท้อ” ชื่อปุ๋ยเคมี “5 นางฟ้าทรงฉัตร” และชื่อน้ำหวาน “เฮลซ์บลูบอย” (Hale's Blue Boy) หากแปลความหมายตามชื่อเดิมเป็น “乌龟踩地球” “猴子拿着桃子” “5 个天使拿着华盖” และ “黑尔之蓝孩” อาจฟังดูเยิ่นเย้อและจำยาก ผู้แปลจึงเลือกแปลความหมายแบบละคำเป็น ภาษาจีนเหลือเพียง “乌龟” (เต่า) “猴桃” (ลิงลูกท้อ) “5 个天使” (5 นางฟ้า) และ “蓝孩” (บลูบอย) ตามลำดับ

2. การเลือกใช้อักขรจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะของสินค้า

จากการศึกษาการเลือกใช้อักขรจีนในการแปลชื่อตราสินค้าของไทย พบว่าผู้แปลเลือกใช้อักขรจีนเพื่อแสดงคุณลักษณะของสินค้าใน 5 ด้าน ได้แก่ 1.) เลือกใช้อักขร “泰” เพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าของไทย 2.) เลือกใช้อักขรจีนหรืออักขรข้างที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงประเภทของสินค้า 3.) เลือกใช้อักขรจีนที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าสำหรับผู้หญิง 4.) เลือกใช้อักขรจีนที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าสำหรับผู้ชาย และ 5.) เลือกใช้อักขรจีนที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงถึงคุณสมบัติเชิงบวกของสินค้า ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงข้อดีของ

อักษรจีนที่มีลักษณะเฉพาะเป็นอักษรแสดงความหมาย ทำให้ส่งผลต่อการแปลชื่อตราสินค้าจากต่างประเทศเป็นภาษาจีน ทั้งสามารถบอกรประเทศต้นกำเนิดของสินค้าได้ดีกว่าชื่อตราสินค้าในภาษาเดิม ซึ่งสอดคล้องกับข้อสังเกตเรื่องการเลือกใช้อักษรจีนในการแปลชื่อตราสินค้าจากต่างประเทศของ Alon, et al. (As cited in Frabio and Edlund, 2010, p.11) เห็นได้จากการที่ผู้แปลจงใจเลือกใช้อักษร “泰” ทับศัพท์ชื่อตราสินค้าของไทย เพื่อต้องการสื่อให้ผู้บริโภคชาวจีนทราบว่าสินค้าจากประเทศไทย แม้เสียงอ่านของอักษร “泰” (tài) จะไม่ใกล้เคียงกับชื่อตราสินค้าเดิมของไทยก็ตาม รวมถึงสามารถบอกรประเทศของสินค้าจากอักษรจีนหรืออักษรข้างที่เลือกใช้ ซึ่งส่วนใหญ่พบในชื่อตราสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มของไทย โดยผู้แปลเลือกใช้อักษร “口” อักษรข้าง “口” (口字旁) อักษร “糖” “吃” “煲” และ “食” เพื่อแสดงว่าสินค้านั้น ๆ เป็นอาหาร เลือกใช้อักษร “梦” เพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการนอน และเลือกใช้อักษร “驰” เพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับรถ อีกทั้งยังสามารถบอกรได้ว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าสำหรับผู้หญิงหรือผู้ชาย ส่วนใหญ่เป็นชื่อสินค้าของไทยที่มีการแปลเป็นภาษาจีนจะเป็นสินค้าสำหรับผู้หญิง โดยเฉพาะสินค้าประเภทเครื่องสำอาง พบว่ามีการเลือกใช้อักษรที่แสดงถึงเพศหญิงอย่าง “美” “娜” “雅” “薇” “丽” “芳” “婷” “倩” “琳” และ “兰” ส่วนสินค้าสำหรับผู้ชาย พบว่ามีการเลือกใช้อักษรที่แสดงถึงเพศชายอย่าง “伟” “哥” “驰” และ “夫” ซึ่งจากผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า การเลือกใช้อักษรจีนเพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าสำหรับผู้ชายมีจำนวนค่อนข้างน้อย ทั้งนี้เนื่องจากสินค้าของไทยที่เป็นที่นิยมในหมู่ผู้บริโภคชาวจีนส่วนใหญ่เป็นสินค้าสำหรับผู้หญิงอย่างเครื่องสำอาง กระเป๋าผ้าสตรี และเครื่องแต่งกายสตรี นอกจากนี้ ลักษณะเฉพาะของอักษร

จีนที่เป็นอักษรแสดงคามหมายยังสามารถบ่งบอกถึงคุณสมบัติเชิงบวกของสินค้านั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบของอักษรจีนที่ภาษาอื่นไม่สามารถทำได้ และนับเป็นการแปลชื่อตราสินค้าต่างประเทศเป็นภาษาจีนในอุดมคติของผู้ประกอบการชาวต่างชาติที่ต้องการขยายตลาดสินค้าของตนในประเทศจีน สำหรับชื่อตราสินค้าของไทย พบว่ามี 13 รายชื่อที่สามารถเลือกใช้อักษรจีนที่อ่านออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อตราสินค้าในภาษาเดิม และเมื่ออ่านรวมกันแล้วยังสามารถสะท้อนถึงภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าได้อีกด้วย ส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม โดยสื่อความหมายไปในทางเจริญอาหาร รับประทานอาหารได้อย่างสุขใจ รสชาติดี ได้แก่ สาหร่ายอบกรอบ “ซีลีโกะ” (喜乐口) ข้าวเกรียบกุ้ง “ฟูซิ” (富吃) น้ำผลไม้ “โฟไก้” (福口) ถั่วลันเตาอบกรอบ “สแน็คแจ๊ค” (食乐佳) เนื้อจะเข้ปรุงรสและผลไม้แปรรูป “ดีละเซียร์” (泰味佳) รวมถึงสื่อถึงคุณสมบัติที่โดดเด่นของสินค้านั้น ๆ ได้แก่ อาหารเสริมเพื่อความงาม “โดนัทท์” (多丽) ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพื่อสุขภาพ “ดอยคำ” (多康) นมถั่วเหลืองพร้อมดื่ม “แลคตาซอย” (力大狮) นอกจากสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มแล้ว ยังพบในสินค้าประเภทยาและเครื่องสำอางด้วยเช่นกัน ได้แก่ ยาสีฟัน “เดนทิสต์” (健丽白) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า “โพรมิน่า” (保美雅) ครีมทาผิว “รีนรมย์” (泰滋润) และเครื่องสำอางสมุนไพร “ไวมาลิช” (维美礼) ซึ่งชื่อตราสินค้าของไทยเหล่านี้ตรงกับหลักเกณฑ์เดียวกันกับชื่อเครื่องดื่มจากสหรัฐอเมริกาอย่าง “โคคา-โคล่า” หรือ “โค้ก” (可口可乐) ที่ได้รับการกล่าวถึงอย่างกว้างขวางว่าเป็นชื่อตราสินค้าต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จในการแปลเป็นภาษาจีน (Liu, 2016, p.211)

สรุปได้ว่า จากการรวบรวมรายชื่อตราสินค้าภาษาจีนที่ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากแหล่งที่มาทั้ง 3 แหล่งตลอดระยะเวลา 10 ปี ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2555 (สำหรับนิตยสารภาษาจีนรายปักษ์แหม่นกู่) จนถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2565 พบว่าสินค้าของไทยมีการแปลหรือตั้งชื่อเป็นภาษาจีนมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องตามกระแสความนิยมสินค้าไทยของผู้บริโภคชาวจีน โดยเฉพาะชื่อตราสินค้าภาษาจีนของสินค้าไทยที่ปรากฏในนิตยสารภาษาจีนในประเทศไทย จากในช่วงแรกที่มีเพียงไม่กี่รายชื่อแต่ในปัจจุบันเพิ่มจำนวนมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งการแปลชื่อตราสินค้าของไทยเป็นภาษาจีน วิธีที่ใช้ส่วนใหญ่คล้ายกับการแปลชื่อเฉพาะอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นชื่อบุคคลหรือชื่อสถานที่ ทว่าความแตกต่างคือ การแปลชื่อตราสินค้าต้องเพิ่มความพิถีพิถันในการเลือกใช้อักษรจีนมากยิ่งขึ้น เนื่องจากมีประเด็นเรื่องของธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยต้องให้ความสำคัญกับเสียงและความหมายแฝงของอักษรจีนนั้น ๆ หากสามารถเลือกใช้อักษรจีนที่อ่านออกเสียงใกล้เคียงกับชื่อตราสินค้าเดิมของไทย และเมื่ออ่านรวมกันสามารถสื่อความหมายเชิงบวกด้วยแล้ว จะเป็นการเสริมภาพลักษณ์ให้กับสินค้านั้น รวมถึงทำให้ผู้บริโภคชาวจีนเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสินค้าของไทย ซึ่งนับเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถช่วยกระตุ้นยอดขายสินค้านั้นของไทยในประเทศจีนให้เพิ่มมากขึ้นได้อีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

ผู้ประกอบการชาวไทยที่ต้องการแปลหรือตั้งชื่อตราสินค้าของตนเป็นภาษาจีน เพื่อไปขยายตลาดในประเทศจีน ควรว่าจ้างผู้แปลที่มีความรู้ภาษาจีนเป็นอย่างดี ไม่ควรใช้โปรแกรมหรือเครื่องมือช่วยแปลภาษาแปลเอง เพราะอาจเกิดข้อผิดพลาดในการแปล ทั้งในเรื่องของการเลือกใช้คำในภาษาจีนผิดและการแปลไม่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์จีน รวมถึงควรใช้ชื่อตราสินค้าที่ใช้วิธีการแปลเพียงแบบเดียวเพื่อความเป็นเอกภาพ และลดความสับสนของผู้บริโภคชาวจีน ในส่วนของผู้แปลควรให้ความสำคัญกับลักษณะเฉพาะของอักษรจีนที่เป็นอักษรแสดงความหมาย โดยพยายามเลือกใช้อักษรจีนที่มีความหมายดีและสามารถแสดงถึงคุณลักษณะต่าง ๆ ของสินค้าได้ ไม่ว่าจะเป็นประเภทของสินค้า คุณสมบัติเชิงบวกของสินค้า และควรเลือกใช้อักษร “泰” (tài) ทับศัพท์ชื่อตราสินค้าเดิมของไทย ที่ออกเสียงคล้ายหรือใกล้เคียงกับเสียงนี้ เพื่อแสดงเอกลักษณ์ที่บ่งบอกว่าเป็นสินค้าจากประเทศไทย เพราะสินค้าไทยนับว่าเป็นหนึ่งในซอฟต์แวร์ (Soft Power) สำคัญที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทยได้เป็นจำนวนมากไม่น้อย

References

- Boonpaisarnsatit, N. (2005). *Semantic Analysis of Thai Products' Brand Names*. Master of Arts Thesis. Chiang Mai: Chiang Mai University.
- Choompolsathien, P. (2004). *Branding and Marketing Communication*. Bangkok: Advanced Research Group.
- Frabio, A., & Edlund, A. (2010). *Brand Name Translation – How translation distorts oriflame's Chinese brand name communication*. Bachelor of Business Thesis. Uppsala: Uppsala University.
- Feng, X. (2010). *On Aesthetic and Cultural Issues in Pragmatic Translation – Based on Translation of Brand Names and Brand Slogans*. Shanghai: Shanghai Jiao Tong University Press.
- Gao, Y., Leelawatanasuk, C., Thamcharoenkij, K., Ruengwongsa, P., & Mahapasuthanon, U. (2009). *A Course in Practical Thai-Chinese Translation*. Beijing: Beijing Language and Culture University Press.
- Kulthamrong, R. (2009). *Understanding Language to Translate: from theories to practice*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Lee, T. (2018, February 7). *Why do foreign brand names have been translated into Chinese?* Retrieved July 8, 2022. From <https://www.luxurysociety.com/zh-hans/articles/2018/02/why-do-foreign-brand-names-have-be-translated-chinese>.
- Lertcheva, N. (2010). *Thai Named Entity Recognition: A Study of Product Names in Economic News*. Master of Arts Thesis. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Liu, L. (2016). *Translation A Practical Course*. Guangzhou: Sun Yat-sen University Press.

- Newmark, P. (1995). *Paragraphs on translation*. Adelaide: Multilingual Master Ltd.
- Numtong, K., & Likhidcharoentham, S. (2019). Principles and precautions in translating Chinese to Thai language and Thai to Chinese language. *Chinese Studies Journal*, 12(2), 105-151.
- Pan, Y. (2011). *A Course in Practical Thai-Chinese Translation*. Guangzhou: Guangdong World Books Publishing Company.
- Saengaramruang, W. (2020). *Theories of translation*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Tanchivavong, W. (2005). *Managing Thai brands with brand portfolio strategy*. Bangkok: Expernet Co., Ltd.
- Thamcharoenkij, K. (2019). *Chinese-Thai Translation Theories*. Bangkok: Siam Chinese Publishing.
- Wang, S. (2010). *A Comprehensive Coursebook on Chinese-English Translation*. Beijing: National Defence Industry Publishing House.
- Ying, F. (2002). The national image of global brands. *Journal of Brand Management*, 9(2), 180-192.

Author

Jiraporn Netsombutphol

Faculty of Humanities and Social Sciences, Phranakhon Rajabhat University

E-mail: jiraporn@pnru.ac.th