



# A TRANSLATION STUDY OF THAI FOOD NAMES INTO CHINESE: A CASE STUDY ON THE ‘SANTAN’ BRAND MENU OF AIRASIA AIRLINE

Kawinkorn Chaijaroen<sup>1</sup>

*Faculty of Humanities and Social Sciences, Thepsatri Rajabhat University, Lopburi 15000 Thailand*

## ARTICLE INFO

Received: 26-Sep-25

Revised: 01-Dec-25

Accepted: 08-Jan-26

*Keywords:*  
*translation;*  
*food;*  
*Thai language;*  
*Chinese language;*  
*airline*

## ABSTRACT

The translation of Thai food names into Chinese by AirAsia under the “Santan” brand, which serves a large number of Chinese passengers, employs a variety of translation strategies. This study examines these strategies and proposes appropriate translation guidelines. The data comprise 74 food items from the “Santan” brand, analyzed using the translation strategy frameworks of Pimphan Wessakosol, Kanokporn Numthong, and Supanee Pinmanee. The results show that nine translation strategies were used, with mixed strategies predominating. Literal translation was the most frequent, followed by literal translation combined with transliteration, explicitation, and omission. Literal translation with near equivalents and omission, as well as transliteration combined with literal translation and explicitation, occurred at equal rates. Transliteration and renaming also appeared with the same frequency, while cultural substitution in the target language was the least used strategy. The study recommends that food name translation should ensure linguistic accuracy and cultural appropriateness in the target language. Brand name translation should consider meaning, phonetic equivalence, and consumer familiarity, while food identity and ingredients should accurately reflect cultural origins and actual components. Overall, commercial food name translation should prioritize linguistic accuracy, cultural suitability, and consistency to enhance understanding and trust among Chinese consumers.

<sup>1</sup> Lecturer, Chinese Language major. E-mail: mingying\_4@windowslive.com

# การศึกษาการแปลชื่ออาหารภาษาไทยเป็นภาษาจีน: กรณีศึกษารายการอาหารจากแบรนด์ “Santan” ของสายการบินแอร์เอเชีย

กวินกรณ ชัยเจริญ<sup>2</sup>

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีลพบุรี ลพบุรี 15000 ประเทศไทย

วันรับบทความ 26 กันยายน 2568

วันแก้ไขบทความ 1 ธันวาคม 2568

วันตอบรับตีพิมพ์บทความ 8 มกราคม 2569

## บทคัดย่อ

การแปลชื่ออาหารภาษาไทยเป็นภาษาจีนของสายการบินแอร์เอเชีย ภายใต้แบรนด์ “Santan” ซึ่งให้บริการแก่ผู้โดยสารชาวจีนจำนวนมาก มีความหลากหลายด้านกลวิธีการแปล ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษา กลวิธีการแปลชื่ออาหารภาษาไทยเป็นภาษาจีนของสายการบินแอร์เอเชีย และเสนอแนะแนวทางการแปลที่เหมาะสม โดยเก็บข้อมูลรายการชื่ออาหารจากแบรนด์ “Santan” จำนวน 74 รายการ และวิเคราะห์ตามกรอบ ทฤษฎีกลวิธีการแปลของพิมพ์พันธุ์ เวสสโกทล กนกพร นุ่มทอง และสุพรรณิ ปันมณี ผลการวิจัยพบว่า มีการใช้กลวิธีการแปลทั้งหมด 9 กลวิธี โดยส่วนใหญ่เป็นการแปลแบบผสม ซึ่งกลวิธีที่ใช้มากที่สุดคือการแปลแบบตรงตัว รองลงมาคือการแปลแบบตรงตัวและทับศัพท์ การแปลแบบตรงตัวและอธิบายเพิ่ม การแปลแบบตรงตัวและตัดคำ ตามลำดับ ส่วนกลวิธีการแปลแบบตรงตัวและใช้คำใกล้เคียงและตัดคำกับการแปลแบบทับศัพท์ และตรงตัวและอธิบายเพิ่มมีสัดส่วนเท่ากัน ขณะที่การแปลแบบทับศัพท์และการแปลแบบตั้งชื่อใหม่ปรากฏใน สัดส่วนเท่ากัน และกลวิธีที่พบน้อยที่สุดคือการแปลแบบแทนที่ทางวัฒนธรรมภาษาแปล ข้อเสนอแนะจากการศึกษานี้ชี้ว่า การแปลชื่ออาหารควรคำนึงถึงความถูกต้องทางภาษาและความเหมาะสมกับบริบทวัฒนธรรม ภาษาปลายทาง การแปลชื่อแบรนด์ควรพิจารณาความหมาย การเทียบเสียง และความคุ้นเคยของผู้บริโภค ขณะเดียวกัน การถ่ายทอดอัตลักษณ์ของอาหารควรสะท้อนวัฒนธรรมต้นตำรับ และการแปลส่วนประกอบอาหารต้องถูกต้องตรงตามวัตถุดิบและส่วนผสมจริง ดังนั้น การแปลชื่ออาหารเชิงพาณิชย์ควรคำนึงถึงความถูกต้องทางภาษา ความเหมาะสมทางวัฒนธรรม และความสม่ำเสมอของการใช้ภาษา เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคชาวจีน

**คำสำคัญ** การแปล; อาหาร; ภาษาไทย; ภาษาจีน; สายการบิน

---

<sup>2</sup> อาจารย์ สาขาวิชาภาษาจีน อีเมล mingying\_4@windowslive.com

## 1. บทนำ

ในยุคโลกาภิวัตน์ที่ผู้คนจำเป็นต้องติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน การแปลจึงมีบทบาทสำคัญในการเป็น “สื่อกลาง” เพื่อเชื่อมโยงผู้คนต่างภาษาและวัฒนธรรมให้เกิดความเข้าใจตรงกัน การแปล หมายถึง การถ่ายทอดความหมายของสารจากต้นฉบับภาษาหนึ่งเป็นอีกภาษาหนึ่ง ซึ่งนอกจากจะต้องรักษาความหมายเดิมไว้แล้วยังจำเป็นต้องคำนึงถึงการใช้ภาษาอย่างเป็นธรรมชาติและสอดคล้องกับจารีตของภาษานั้นอย่างแท้จริง (Borisuth, 1990) นอกจากนี้ หัวใจสำคัญของการแปลนอกจากสาระของสารในต้นฉบับ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงนั่นคือ การถ่ายทอดบริบททางวัฒนธรรม โดยเลแดร์ (Lederer, 1994) กล่าวว่า ปัญหาการแปลข้อมูลทางวัฒนธรรม สิ่งของหรือข้อมูลจากวัฒนธรรมหนึ่งไม่อาจหาศัพท์มาเทียบเคียงได้ในวัฒนธรรมปลายทาง หรือหากเราสามารถหาคำมาเทียบเคียงกันได้แต่เราไม่รู้เลยว่าผู้อ่านบทแปลจะเข้าใจความหมายของสิ่งนั้นได้อย่างชัดเจนหรือไม่ ข้อมูลด้านอาหาร ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมที่อ้างอิงในต้นฉบับย่อมแตกต่างกันกับข้อมูลทางวัฒนธรรมของผู้อ่านบทแปล สรุปได้ว่า การแปลไม่ใช่เพียงแค่การแปลจากภาษาหนึ่งให้เป็นอีกภาษาหนึ่งเท่านั้น แต่เป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมที่ซับซ้อนและเต็มไปด้วยความหมายแฝง ดังนั้น การแปลที่ดีจึงต้องคำนึงถึงความถูกต้องของเนื้อหา ความเข้าใจของผู้รับสาร และการรักษาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของสิ่งที่แปลนั้นให้คงอยู่ในบริบทของภาษาเดิมให้มากที่สุด

การแปลภาษาไทยเป็นภาษาจีนเป็นกระบวนการถ่ายทอดข้อความและความหมายจากภาษาไทยเป็นภาษาจีน โดยอีกหนึ่งข้อควรระวังของการแปลระหว่างสองภาษานี้คือ การแปลชื่ออาหาร ซึ่งการแปลชื่ออาหารนั้นยังต้องคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของตัวอาหาร ในขณะเดียวกันก็ต้องทำให้ผู้ที่ไม่คุ้นเคยสามารถเข้าใจได้ เป็นสิ่งที่ต้องอาศัยทั้งทักษะด้านภาษาและความรู้ด้านอาหาร เพื่อให้ชื่ออาหารสามารถสื่อความหมายได้อย่างถูกต้อง เข้าใจง่าย และดึงดูดใจผู้บริโภคในวัฒนธรรมปลายทาง และในปัจจุบันที่โลกไร้พรมแดนและเปิดกว้างมากขึ้น การเดินทางระหว่างประเทศทางอากาศไม่ว่าจะเพื่อการท่องเที่ยวหรือการดำเนินธุรกิจย่อมเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ การบริการต่าง ๆ จึงเป็นสิ่งสำคัญ รวมถึงการบริการอาหารบนเครื่องบิน ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ช่วยเสริมสร้างความประทับใจของผู้โดยสาร โดยเฉพาะในสายการบินที่มีชาวต่างชาติใช้บริการ จำเป็นต้องมีการนำเสนอชื่ออาหารในภาษาต่าง ๆ เพื่อให้ผู้โดยสารสามารถเข้าใจและเลือกอาหารที่ต้องการได้อย่างถูกต้อง และหนึ่งในภาษาที่พบในการแปลชื่ออาหารของแบรนด์ “Santan” ของสายการบินแอร์เอเชียก็คือภาษาจีน การแปลชื่อรายการอาหารภาษาไทยเป็นภาษาจีนจึงเป็นกระบวนการที่ต้องใช้ความละเอียดรอบคอบเพื่อรักษาความถูกต้องของข้อมูลและดึงดูดความน่าสนใจของผู้บริโภค นอกจากนี้ การพิจารณาปัจจัยด้านวัฒนธรรมและการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายยังเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยให้การแปลมีความเหมาะสมและดึงดูดใจผู้บริโภคมากขึ้น

โดยการแปลชื่ออาหารไม่ได้เป็นเพียงการบรรยายรายการอาหารเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและแนวคิดเกี่ยวกับอาหารของแต่ละประเทศ การเลือกใช้กลวิธีการแปลที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาคุณภาพของการสื่อสารและความเข้าใจ รวมถึงการสร้างมโนทัศน์ที่ดีของอาหารไทยที่มีต่อผู้บริโภค สอดคล้องกับ Zhu et al. (2023) ซึ่งกล่าวว่า การแปลชื่ออาหารไม่เพียงแต่เป็นการถ่ายทอดความหมายทางภาษา แต่ยังเป็นหัวข้อสำคัญในด้านภาษาศาสตร์และการแปลอีกด้วย การศึกษาการแปลชื่ออาหารสามารถช่วยให้เราเข้าใจความแตกต่างของสองภาษาด้านโครงสร้างและการใช้คำ รวมถึงการวิเคราะห์ความหมายเชิงวัฒนธรรมที่แฝงอยู่ในภาษา ดังนั้น การศึกษาการแปลชื่อรายการอาหารภาษาไทยเป็นภาษาจีนจึงมีความสำคัญต่อการทำความเข้าใจวัฒนธรรมผ่านภาษา

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาวิธีการแปลชื่ออาหารภาษาไทยเป็นภาษาจีนของแบรนด์ “Santan” ซึ่งเป็นแบรนด์อาหารและเครื่องดื่มของสายการบินแอร์เอเชีย โดยจะมีการสับเปลี่ยนรายการอาหารในทุกไตรมาส แต่หากรายการใดได้รับความนิยมเป็นพิเศษก็จะคงอยู่ในไตรมาสถัดไป และรายการอาหารจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามเส้นทางการบิน โดยพบว่า มีการแปลชื่ออาหารอยู่ในรูปแบบ 3 ภาษาคือ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาษาจีน และเนื่องจากสายการบินแอร์เอเชียมีเส้นทางการบินระหว่างประเทศไทยและเมืองต่าง ๆ ของประเทศจีน เช่น ปักกิ่ง ขุนหมิง กว่างโจว เฉิงตู จึงส่งผลให้มีผู้โดยสารชาวจีนจำนวนมากเลือกใช้บริการสายการบินนี้ ดังนั้น การแปลชื่ออาหารจากภาษาไทยเป็นภาษาจีนจึงต้องอาศัยทั้งองค์ความรู้ทางภาษาและวัฒนธรรมจีนที่ถูกต้อง อีกทั้งต้องเหมาะสมกับบริบทของผู้บริโภค ซึ่งการศึกษานี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์รูปแบบและกลวิธีการแปลที่ใช้ในการถ่ายทอดชื่ออาหารจากภาษาไทยเป็นภาษาจีน รวมถึงเสนอแนะเกี่ยวกับการแปลชื่ออาหารที่ถูกต้องและเหมาะสม โดยระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ อยู่ระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2567 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2568 ซึ่งผู้วิจัยเก็บข้อมูลรายการอาหารทั้งหมด 74 รายการ แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ อาหารคาว 24 รายการ เครื่องดื่ม 36 รายการ และอาหารว่าง 14 รายการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยอ้างอิงวิธีการแปลของ Wesakosol (2019), Numthong (2011) และ Pinmanee (2019) โดยพิมพ์พันธุ์ เวสสะโกศล ได้จัดแบ่งกลวิธีการแปลภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษออกเป็น 5 แบบ คือ 1) การทับศัพท์ 2) การใช้คำหรือสำนวนที่มีความหมายเหมือนกัน 3) การใช้คำหรือสำนวนที่มีความหมายใกล้เคียงกัน 4) การใช้การอธิบายเพิ่มเติม และ 5) การใช้การแปลตรงตัว และกลวิธีการแปลของ กนกพร นุ่มทอง ที่แบ่งการแปลคำชื่อเฉพาะภาษาต่างประเทศเป็นภาษาจีน หมายรวมถึงการแปลชื่อเฉพาะภาษาไทยเป็นภาษาจีน มี 4 วิธี คือ 1) วิธีการทับศัพท์ 2) แปลความหมายหรือการแปลตรงตัว 3) ผสมระหว่างการแปลความหมายและการทับศัพท์ และ 4) แปลโดยใช้วิธีตั้งชื่อใหม่ และสุพรรณิ ปันมณี ที่ได้จำแนกการ

แปลออกเป็น 8 กลวิธี คือ 1) การแปลแบบทับศัพท์ 2) การแปลแบบตรงตัว 3) การแปลแบบตัดความ 4) การแปลแบบเติมคำหรือเสริมด้วยข้อความ 5) การแปลแบบใช้คำกว้าง ๆ ทัวไป 6) การแปลแบบใช้คำเจาะจง 7) การแปลแบบใช้คำเทียบเท่า 8) การแปลแบบแทนที่ด้วยวัฒนธรรมภาษาแปล

จากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้สรุปการใช้กลวิธีการแปลที่ใช้ในการศึกษาคำนี้ทั้งหมด 9 กลวิธี ได้แก่ กลวิธีการแปลตรงตัว กลวิธีการแปลทับศัพท์ กลวิธีการแปลตรงตัวและทับศัพท์ กลวิธีการแปลตรงตัวและอธิบายเพิ่ม กลวิธีการแปลตรงตัวและตัดคำ กลวิธีการแปลตรงตัวและใช้คำใกล้เคียงและตัดคำ กลวิธีการแปลแทนที่ทางวัฒนธรรมภาษาแปล กลวิธีการแปลทับศัพท์และตรงตัวและอธิบายเพิ่ม และกลวิธีการแปลตั้งชื่อใหม่ โดยในการศึกษาคำนี้ นอกจากวิเคราะห์การแปลชื่ออาหารด้วยกลวิธีดังกล่าว ผู้วิจัยยังศึกษาเพื่อเสนอแนวทางการแปลที่ถูกต้อง เพื่อรักษาความหมายดั้งเดิมของชื่ออาหาร และขณะเดียวกันก็สามารถสื่อสารได้อย่างชัดเจนในบริบทภาษาจีนและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด โดยการพิจารณาปัจจัยด้านวัฒนธรรมและการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยให้การแปลมีความเหมาะสมและดึงดูดใจผู้บริโภคมากขึ้น

ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมสายการบิน นักแปล งานบริการโรงแรมในด้านการจัดการอาหาร รวมถึงด้านการศึกษา ซึ่งผลลัพธ์ของงานวิจัยนี้จะเป็นองค์ความรู้ที่ช่วยเสริมสร้างคุณภาพของการให้บริการและสร้างความน่าเชื่อถือของธุรกิจ ตลอดจนเพิ่มความพึงพอใจของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินระหว่างประเทศที่มีผู้โดยสารชาวจีนเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก

## 2.วัตถุประสงค์งานวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาวิธีการแปลชื่อรายการอาหารจากแบรนด์ “Santan” ของสายการบินแอร์เอเชีย
- 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางการแปลชื่ออาหารภาษาไทยเป็นภาษาจีน

## 3.ทบทวนวรรณกรรม

### 3.1 แนวคิดเกี่ยวกับการแปล

การแปล คือ กระบวนการถ่ายทอดความหมายจากภาษาหนึ่งไปยังอีกภาษาหนึ่ง โดยคำนึงถึงความต้องการและความสมบูรณ์ของเนื้อหา ทั้งในด้านสาระสำคัญ อรรถรส และเจตนารมณ์ของผู้เขียนต้นฉบับ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ให้ความหมายคำว่า “แปล” ว่า “การถ่ายความหมายจากภาษาหนึ่งไปยังอีกภาษาหนึ่ง เพื่อให้สามารถเข้าใจความหมายได้” ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Nida et al. (1982)

ที่กล่าวว่า การแปล คือ การถ่ายทอดความหมายของข้อความจากภาษาหนึ่งไปยังอีกภาษาหนึ่ง โดยยังคงรักษา รูปแบบของข้อความให้ใกล้เคียงกับต้นฉบับมากที่สุด แนวคิดนี้สะท้อนให้เห็นว่าการแปลไม่ใช่แค่การถ่ายทอด ความหมายเท่านั้น แต่ยังต้องรักษาเนื้อหาและอรรถรสของต้นฉบับไว้อย่างครบถ้วน เพื่อให้สื่อความหมายได้ อย่างถูกต้องและเหมาะสมในบริบทของภาษาเป้าหมายตามที่ Newmark (1988) ได้อธิบายว่า การแปลคือ กระบวนการถ่ายทอดความหมายของข้อความจากภาษาหนึ่งไปยังอีกภาษาหนึ่ง โดยยังคงรักษาเจตนารมณ์ ของผู้เขียนต้นฉบับไว้ การแปลจึงต้องมีความรอบคอบในการเลือกคำและการถ่ายทอดเนื้อหาอย่างถูกต้องและ ตรงตามต้นฉบับ พร้อมทั้งคำนึงถึงความสมบูรณ์ของบทแปล ทั้งในด้านความหมาย การเลือกใช้คำศัพท์เฉพาะ ทาง และรูปแบบภาษาที่เหมาะสม

การแปลชื่ออาหารภาษาไทยเป็นภาษาจีน คือ กระบวนการถ่ายทอดข้อมูลและและองค์ความรู้ด้าน อาหารในบริบทภาษาไทยไปยังผู้บริโภคที่ใช้ภาษาจีน โดยอาศัยความเข้าใจด้านภาษา โครงสร้างไวยากรณ์ และความเหมาะสมทางวัฒนธรรมของทั้งสองภาษา การแปลชื่ออาหารมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจาก ชื่ออาหารไทยสามารถสะท้อนให้เห็นถึงจุดเด่นของอาหารและวัฒนธรรมไทย ดังนั้น การแปลชื่อเมนูอาหารที่ สื่อความหมายไม่ตรงตามความเข้าใจของผู้บริโภคอาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนหรือมีความเข้าใจใน อาหารที่ผิดเพี้ยนไป (Buddawong et al., 2021) อีกทั้ง Patipa et al. (2023) กล่าวว่า การแปลชื่ออาหาร ไม่ได้เป็นเพียงการถ่ายทอดความหมายของคำเท่านั้น หากยังเป็นกระบวนการที่ช่วยสะท้อนอัตลักษณ์ รสชาติ ที่เป็นเอกลักษณ์ ตลอดจนเทคนิคการปรุงอาหาร ซึ่งล้วนมีบทบาทในการทำให้ผู้บริโภคเข้าใจสิ่งที่ผู้แปล ต้องการสื่อได้อย่างชัดเจนและตรงประเด็น ดังนั้น การแปลชื่ออาหารไทยเป็นภาษาจีนต้องอาศัยทักษะทาง ภาษา ความรู้ด้านอาหารและความเข้าใจในบริบททางวัฒนธรรมของผู้บริโภคชาวจีนอย่างลึกซึ้ง เพื่อให้การ แปลมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ Numthong et al. (2019) ยังได้เสนอหลักและข้อควรระวังในการแปลจีน-ไทย และไทย- จีน 10 ประการ ที่ช่วยให้การแปลมีความสมบูรณ์และเหมาะสม ได้แก่ การเลือกคำที่มีความหมายชัดเจนและ เหมาะสมกับระดับภาษา การระมัดระวังคำที่มีความหมายทับซ้อน การแปลชื่อเฉพาะตามธรรมเนียมปฏิบัติ การค้นหาชื่อทางวิทยาศาสตร์สำหรับสัตว์และพืช การปรับรูปแบบวันเดือนปีและที่อยู่ให้เหมาะสมกับ ภาษาเป้าหมาย การเลือกใช้ตัวเลขและลักษณนามที่ตรงกับความเคยชินของภาษาปลายทาง การแปลสำนวน หรือคำพังเพยให้เข้าใจได้ การปรับข้อความให้เหมาะสมกับวิธีการแสดงออกในภาษาปลายทาง การเรียง ประโยคตามโครงสร้างภาษาปลายทาง และการปรับลำดับความให้เหมาะสมหากลำดับความในต้นฉบับอ่าน

ยาก ซึ่งการทำความเข้าใจและประยุกต์ใช้หลักการเหล่านี้จะช่วยให้การแปลมีความถูกต้อง ชัดเจน และเหมาะสมทั้งในด้านความหมายและบริบทของภาษาเป้าหมาย

จากนิยามข้างต้นสรุปได้ว่า การแปล คือกระบวนการถ่ายทอดความหมายจากภาษาหนึ่งไปยังอีกภาษาหนึ่ง โดยต้องคำนึงถึงความถูกต้องและความสมบูรณ์ของเนื้อหา ทั้งในแง่ความหมาย สารสำคัญ อรรถรส และเจตนารมณ์ของต้นฉบับ นอกจากนี้การแปลยังต้องคำนึงถึงหลักและข้อควรระวังในการแปล อีกทั้งต้องรักษารูปแบบและสำนวนของภาษาให้เหมาะสมกับบริบทของภาษาเป้าหมาย โดยเฉพาะการแปลชื่ออาหารจากภาษาไทยเป็นภาษาจีน ซึ่งการแปลที่ดีไม่เพียงแต่ถ่ายทอดความหมายที่ถูกต้อง แต่ยังต้องคำนึงถึงความเหมาะสม อรรถรสและวัฒนธรรมของทั้งสองภาษาด้วย

### 3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแปลชื่ออาหารภาษาไทยเป็นภาษาจีน

จากการสืบค้นเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแปลชื่ออาหารภาษาไทยเป็นภาษาจีน ดังนี้

Thongkhao et al. (2024) ได้ศึกษา กลวิธีการแปลชื่ออาหารภาคเหนือเป็นภาษาจีน โดยนำข้อมูลมาจากหนังสือ THAI FOOD IN 3 LANGUAGES ซึ่งจัดทำและเรียบเรียงโดยสถาบันภาษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ ([www.li.cmu.ac.th](http://www.li.cmu.ac.th)) โดยเลือกศึกษาเฉพาะอาหารภาคเหนือ แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ อาหารคาวจำนวนทั้งสิ้น 119 รายชื่อ และอาหารหวานจำนวนทั้งสิ้น 20 รายชื่อ ผลการวิเคราะห์พบการใช้กลวิธีการแปล 6 ชนิด ได้แก่ การแปลแบบตรงตัว การแปลแบบตรงตัวและเพิ่มคำ การแปลตรงตัวและการแปลทับศัพท์ การแปลตรงตัวและการแปลเอาความ การแปลแบบแทนที่ทางวัฒนธรรม การแปลแบบอธิบาย โดยกลวิธีที่พบมากที่สุดคือ กลวิธีการแปลแบบตรงตัว และกลวิธีการแปลแบบตรงตัวและเพิ่มคำ ส่วนกลวิธีที่ไม่ปรากฏในงานวิจัยนี้ คือ กลวิธีการแปลแบบถอดเสียงทับศัพท์ และผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการแปลชื่ออาหารท้องถิ่นในจังหวัดเชียงรายเป็นภาษาจีน คือ 1) การแปลชื่ออาหารที่มีส่วนประกอบจากผักพื้นบ้าน ควรใช้วิธีการสืบค้นชื่อพืชที่มีชื่อวิทยาศาสตร์ตรงกันในภาษาจีน และตรวจสอบด้วยการค้นหารูปภาพเพื่อยืนยันความถูกต้อง 2) การแปลชื่ออาหารจากวิธีการปรุงและรสชาติอาหารนั้น โดยทั่วไปจะใช้กลวิธีการแปลแบบตรงตัวเป็นหลัก แต่หากอาหารนั้นมีลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมหรือไม่ปรากฏในวัฒนธรรมปลายทางให้ถ่ายทอดความหมายนั้น ๆ ด้วยกลวิธีการแปลแบบแทนที่ทางวัฒนธรรม

Yao et al. (2024) ได้ศึกษาการแปลชื่ออาหารไทยประเภทข้าวเป็นภาษาจีนจากมุมมองอรรถศาสตร์ คำศัพท์: กรณีศึกษาบริเฉท 2 ในตำราแม่ครัวหัวป่าก์ พบว่า 1. ชื่ออาหารที่สะท้อนวิธีการประกอบอาหารและส่วนผสมหลักของอาหารจากโครงสร้างพื้นผิวสามารถแปลคำต่อคำได้ และใช้โครงสร้างตามมาตรฐานไวยากรณ์

ภาษาจีน 2. ชื่ออาหารที่มีความหมายไม่ชัดเจน แบ่งออกเป็น 4 แบบ ได้แก่ (1) ชื่ออาหารที่มีความหมายคลุมเครือ (2) ชื่ออาหารที่ประกอบด้วยคำยืม (3) ชื่ออาหารที่มีความหมายกว้างและทั่วไป และ (4) ชื่อขนม โดยความหมายของแต่ละคำในชื่ออาหารไม่ได้บ่งชี้ข้อมูลของอาหารอย่างชัดเจน ซึ่งเป็นปัญหาในการแปลชื่ออาหารที่อาจเกิดจากการตีความที่แตกต่างกันในแต่ละภูมิภาคหรือวัฒนธรรมหรือเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงความหมายของคำ โดยผู้วิจัยให้ความเห็นว่า คำหลายความหมายต้องพิจารณาความหมายที่เหมาะสมกับภาษาปลายทาง ผู้แปลจึงควรค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการประกอบอาหารชนิดนั้นโดยละเอียด หรืออ้างอิงเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เข้าใจชื่ออาหารได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ โดยส่วนใหญ่ใช้วิธีแปลแบบผสมผสานและต้องเติมข้อมูลในชื่ออาหารแทนการเน้นส่วนผสมหรือรสชาติเพียงอย่างเดียว เพื่อรักษาความหมายให้เท่าเทียมกับความหมายในภาษาต้นฉบับ

Wiratchapokee et al. (2022) ศึกษาการแปลชื่ออาหารในพระราชบัญญัติปลารวมกันร่วมสมัยในสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี โดยได้แบ่งประเภทอาหารออกเป็น 3 ประเภท คือ อาหารคาว อาหารหวาน และเครื่องดื่ม ผลการศึกษาพบว่า กรมสมเด็จพระเทพฯ ทรงนิยมแปลชื่ออาหารจากภาษาจีนเป็นภาษาไทยโดยใช้การแปลตรงตัวเป็นหลัก และหากการแปลตรงตัวไม่สามารถกระทำได้ จะทรงใช้กลวิธีอื่นเข้ามาช่วย เช่น การแทนที่ทางวัฒนธรรม การดัดแปลง และการยืมคำ นอกจากนี้ ทรงเลือกใช้กลวิธีการยืมคำด้วยการทับศัพท์ เพื่อมุ่งเน้นให้พระราชบัญญัติแปลสามารถอ่านได้อย่างลื่นไหลไปพร้อมกับชื่อตรงกับต้นฉบับ

Buddawong et al. (2021) ได้ศึกษาวิธีการแปลชื่ออาหารไทยเป็นภาษาจีน กรณีศึกษาร้านอาหารไทยในนครเฉิงตู สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาวิเคราะห์กลวิธีการแปลชื่ออาหารไทยเป็นภาษาจีน และให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกลวิธีการแปลชื่ออาหารไทยเป็นภาษาจีน โดยเก็บข้อมูลรายชื่ออาหาร จำนวน 493 รายชื่อ จากร้านอาหารไทยในนครเฉิงตูที่ได้รับเครื่องหมายไทยซีเล็คต์ จำนวน 11 ร้าน ผลการศึกษาพบว่า กลวิธีการแปลมีทั้งหมด 9 วิธี คือ 1) ทับศัพท์ 2) ตรงตัว 3) ตัดความ 4) เติมคำหรือเสริมด้วยข้อความ 5) ใช้คำกว้าง ๆ ทั่วไป 6) ใช้คำเจาะจง 7) ใช้คำเทียบเท่า 8) แทนที่ด้วยวัฒนธรรมภาษาแปล 9) ตั้งชื่อใหม่ โดยกลวิธีที่พบมากที่สุดคือ กลวิธีการแปลแบบตรงตัว แต่เนื่องจากกลวิธีการแปลแบบตรงตัว ผู้อ่านจะพอมองเห็นว่าผู้คนในวัฒนธรรมภาษาต้นทางแยกสิ่งนี้สิ่งนั้นอย่างไรแบบตรง ๆ แต่ข้อเสีย คือ อาจสื่อสารได้ไม่ตรงกับสิ่งนั้นเสียทีเดียว ดังนั้น ผู้แปลจึงมีการเลือกใช้กลวิธีการแปลแบบเติมคำ หรือเสริมด้วยข้อความ และการแปลแบบใช้คำเจาะจงมากที่สุด ส่วนกลวิธีการแปลที่พบน้อยที่สุดคือ การแปลแบบแทนที่ด้วยวัฒนธรรมภาษาแปล และได้ให้ข้อเสนอแนะว่า การพิจารณาใช้กลวิธีการแปลหรือตั้งชื่ออาหารในแต่ละพื้นที่ควรคำนึงถึง

ความคุ้นเคยของผู้รับสารว่ามีความรู้จักรายการอาหารอาหารนั้นมาน้อยเพียงไร และหารายการที่มีความซับซ้อนและไม่สามารถสื่อออกมาเป็นลายลักษณ์อักษรได้อย่างสมบูรณ์ ก็ควรมีการอธิบายเสริมความได้

Chuensabai et al. (2019) ได้ดำเนินการวิจัยหัวข้อ การศึกษาประเภทการแปลชื่ออาหารไทยเป็นภาษาจีน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อรวบรวมและจัดประเภทชื่ออาหารไทยและเพื่อวิเคราะห์การแปลชื่ออาหารไทยเป็นภาษาจีนจากหนังสือ เว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต และจากรายการอาหารภายในร้านอาหารต่าง ๆ โดยอาหารคาวจำนวน 464 ชื่อ และอาหารหวานจำนวน 63 ชื่อ โดยจำแนกชื่ออาหารไทยเป็นภาษาจีนตามกลวิธีของการแปล ซึ่งแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ 1. กลวิธีการแปลแบบตรงตัว 2. กลวิธีการแปลแบบเอาความ 3. การทับศัพท์ ผลการวิเคราะห์พบว่า ชื่ออาหารไทยแปลจีนที่ไม่มีการแปลชื่อซ้ำหลายรูปแบบ มีทั้งหมด 511 รายชื่อ ใช้กลวิธีการแปลแบบตรงตัวเยอะที่สุด รองลงมาเป็นกลวิธีการแปลแบบเอาความและกลวิธีการแปลแบบทับศัพท์ และชื่ออาหารไทยแปลจีนที่มีการแปลชื่อซ้ำหลายรูปแบบจำนวน 16 รายชื่อ ใช้กลวิธีการแปลแบบเอาความมากที่สุด รองลงมาเป็นกลวิธีการแปลแบบตรงตัว และกลวิธีการแปลแบบทับศัพท์

นอกจากนี้ Li (2017) ได้ศึกษาวิธีการและกลยุทธ์ในการแปลชื่ออาหารไทยเป็นภาษาจีน พบว่ากลวิธีการแปลแบบตรงตัวเป็นวิธีการแปลชื่ออาหารที่พบได้บ่อยมาก โดยเน้นการถ่ายทอดข้อมูลผ่านการแปลตรง ๆ ของชื่ออาหาร วิธีนี้สามารถสะท้อนให้เห็นลักษณะเฉพาะของอาหารไทยได้อย่างชัดเจน การแปลแบบตรงตัวช่วยให้ผู้บริโภคเข้าใจชื่ออาหารได้โดยตรงจากต้นฉบับ นอกจากนี้ยังพบกลวิธีการแปลที่ใช้วัตถุดิบหลัก + วิธีการปรุง + วัตถุดิบรอง ในการแปลชื่ออาหาร ซึ่งการแปลชื่ออาหารไทยจำเป็นต้องอธิบายลักษณะเฉพาะของเครื่องปรุงและรสชาติให้ชัดเจน การจัดลำดับของวัตถุดิบหลักและรอง รวมถึงการขยายความด้วยคำคุณศัพท์ช่วยให้ผู้บริโภคเข้าใจความแตกต่างของรสชาติอาหารไทย รวมถึงการใช้กลวิธีการแปลแบบทับศัพท์ โดยวิธีนี้ใช้บ่อยในการแปลชื่ออาหารไทยเพื่อรักษาเอกลักษณ์ และการถอดเสียงช่วยรักษาเสน่ห์และลักษณะเฉพาะของชื่ออาหารไทย ซึ่งอาจทำให้ชื่ออาหารดึงดูดใจและได้รับความนิยมจากผู้บริโภคชาวจีนมากขึ้น

จากการค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า กลวิธีการแปลที่นิยมใช้แปลชื่ออาหารภาษาไทยเป็นภาษาจีนมากที่สุดคือ กลวิธีการแปลแบบตรงตัว เนื่องจากการถ่ายทอดข้อมูลจากภาษาต้นฉบับโดยตรง และสามารถสะท้อนลักษณะเฉพาะของอาหารไทยได้ชัดเจน กลวิธีที่พบรองลงมา คือ การแปลแบบตรงตัวและเพิ่มคำ และการแปลแบบเอาความ เป็นการถ่ายทอดชื่ออาหารในลักษณะขยายความให้ชัดเจน และกลวิธีที่พบได้น้อย ได้แก่ การทับศัพท์ การแทนที่ทางวัฒนธรรม การอธิบายและการตั้งชื่อใหม่ โดยในแต่ละกลวิธีการแปลจะมีทั้งข้อดีและข้อจำกัด เช่น ชื่ออาหารบางรายการอาจแปลออกมาได้กระชับเข้าใจง่ายแต่อาจจะสูญเสียเอกลักษณ์ของชื่ออาหารดั้งเดิมไป ดังนั้น ผู้แปลควรเลือกใช้กลวิธีการแปลชื่ออาหารไทยเป็นภาษาจีนโดย

คำนึงถึงความเข้าใจของผู้รับสาร วัฒนธรรมของเป้าหมายที่ต้องการสื่อสาร ความเหมาะสมและความถูกต้องของต้นฉบับเพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพสูงสุด

#### 4. ขอบเขตการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย ได้แก่ รายการอาหารจากแบรนด์ “Santan” ของสายการบินแอร์เอเชีย โดยระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้อยู่ระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2567 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2568 จำนวน 74 รายการ ซึ่งผู้วิจัยพิจารณาลักษณะของรายการอาหารเป็นหลัก แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ อาหารคาว 24 รายการ เครื่องดื่ม 36 รายการ และอาหารว่าง 14 รายการ

#### 5. วิธีดำเนินการวิจัย

- 1) ศึกษาตำรา เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลวิธีการแปลและทฤษฎีการแปล
- 2) กำหนดขอบเขตการศึกษาและรวบรวมข้อมูลรายการอาหารจากแบรนด์ “Santan” ของสายการบินแอร์เอเชีย จำนวน 74 รายการ โดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง
- 3) จำแนกประเภทอาหารทั้งหมด 74 รายการ ออกเป็น 3 ประเภท โดยผู้วิจัยพิจารณาจากลักษณะของรายการอาหารเป็นหลัก ได้แก่ อาหารคาว 24 รายการ เครื่องดื่ม 36 รายการ และอาหารว่าง 14 รายการ
- 4) ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากรายการอาหารโดยใช้หลักทฤษฎีการแปลที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กลวิธีการแปลของพิมพ์พันธุ์ เวสสะโกศล กนกพร นุ่มทอง และสุพรรณิ ปันมณี
- 5) สรุปผลการศึกษาและเสนอแนะแนวทางการแปลตามหลักการแปลที่ถูกต้อง

#### 6.การวิเคราะห์ข้อมูล

- 1) รวบรวมชื่อรายการอาหารจากแบรนด์ “Santan” ของสายการบินแอร์เอเชีย จำนวน 74 รายการ โดยผู้วิจัยจำแนกประเภทรายการอาหารออกเป็น 3 ประเภท ซึ่งพิจารณาจากลักษณะของรายการอาหารเป็นหลัก ได้แก่ อาหารคาว 24 รายการ เครื่องดื่ม 36 รายการ และอาหารว่าง 14 รายการ
- 2) วิเคราะห์กลวิธีการแปลโดยใช้การอ้างอิงจากหลักทฤษฎีการแปลของพิมพ์พันธุ์ เวสสะโกศล กนกพร นุ่มทอง และสุพรรณิ ปันมณี ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลและจัดหมวดหมู่การใช้กลวิธีการแปลที่ใช้ใน

การศึกษาครั้งนี้ทั้งหมด 9 กลวิธี ได้แก่ กลวิธีการแปลตรงตัว กลวิธีการแปลทับศัพท์ กลวิธีการแปลตรงตัวและทับศัพท์ กลวิธีการแปลตรงตัวและอธิบายเพิ่ม กลวิธีการแปลตรงตัวและตัดคำ กลวิธีการแปลตรงตัวและใช้คำใกล้เคียงและตัดคำ กลวิธีการแปลแทนที่ทางวัฒนธรรมภาษาแปล กลวิธีการแปลทับศัพท์และตรงตัวและอธิบายเพิ่ม และกลวิธีการแปลตั้งชื่อใหม่

3) นำชื่อรายการอาหารจากการใช้ 9 กลวิธีที่ได้จากการสังเคราะห์กลวิธีการแปลของพิมพ์พันธุ์ เวสสะโกศล กนกพร นุ่มทอง และสุพรรณิ ปันมณี มาวิเคราะห์ชื่ออาหารแต่ละรายการว่าใช้กลวิธีในการแปลจากภาษาไทยเป็นภาษาจีนแบบใดบ้าง

4) นำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบของตารางโดยแสดงค่าความถี่ในรูปแบบร้อยละ

5) สรุปผลการวิเคราะห์เพื่อนำเสนอการศึกษาการแปลแต่ละประเภทในรูปแบบพรรณนาและเสนอแนะแนวทางการแปลชื่ออาหารที่ถูกต้องและเหมาะสม

## 7. ผลการวิจัย

ผลการศึกษาการแปลชื่ออาหารไทยเป็นภาษาจีนกรณีศึกษารายการอาหารจากแบรนด์ “Santan” ของสายการบินแอร์เอเชีย แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังต่อไปนี้

### 7.1 กลวิธีแปลชื่ออาหารไทยเป็นภาษาจีน กรณีศึกษารายการอาหารจากแบรนด์ “Santan” ของสายการบินแอร์เอเชีย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางที่ 1 โดยรูปแบบการแปลชื่ออาหารจากแบรนด์ “Santan” ของสายการบินแอร์เอเชีย จำนวน 74 รายการ มีกลวิธีการแปลทั้งหมด 9 กลวิธี โดยกลวิธีการแปลที่ปรากฏมากที่สุดได้แก่ การแปลแบบตรงตัว ร้อยละ 33.79 รองลงมา ได้แก่ การแปลแบบตรงตัวและทับศัพท์ ร้อยละ 24.33 อันดับสาม ได้แก่ การแปลแบบตรงตัวและอธิบายเพิ่ม ร้อยละ 17.57 อันดับสี่ ได้แก่ การแปลแบบตรงตัวและตัดคำ ร้อยละ 9.46 อันดับห้า ได้แก่ การแปลแบบตรงตัวและใช้คำใกล้เคียงและตัดคำกับการแปลแบบทับศัพท์และตรงตัวและอธิบายเพิ่มมีสัดส่วนเท่ากัน คือ ร้อยละ 4.05 อันดับที่หก ได้แก่ การแปลแบบทับศัพท์กับการแปลแบบตั้งชื่อใหม่ มีสัดส่วนเท่ากันที่ร้อยละ 2.70 อันดับเจ็ด ได้แก่ การแปลแบบแทนที่ทางวัฒนธรรมภาษาแปล อยู่ที่ร้อยละ 1.35 และรูปแบบการแปลส่วนใหญ่พบว่าเป็นแบบผสม

**ตารางที่ 1** ค่าความถี่และร้อยละของกลวิธีการแปลชื่ออาหารจากแบรนด์ “Santan” ของสายการบินแอร์เอเชีย

| ที่ | กลวิธีการแปล                    | อาหาร | เครื่องดื่ม | ของว่าง | รวม | ร้อยละ |
|-----|---------------------------------|-------|-------------|---------|-----|--------|
|     |                                 | คา    |             |         |     |        |
| 1   | ตรงตัว                          | 6     | 12          | 7       | 25  | 33.79  |
| 2   | ทับศัพท์                        | –     | 2           | –       | 2   | 2.70   |
| 3   | ตรงตัวและทับศัพท์               | 4     | 10          | 4       | 18  | 24.33  |
| 4   | ตรงตัวและอธิบายเพิ่ม            | 7     | 6           | –       | 13  | 17.57  |
| 5   | ตรงตัวและตัดคำ                  | 1     | 5           | 1       | 7   | 9.46   |
| 6   | ตรงตัวและใช้คำใกล้เคียงและตัดคำ | 3     | –           | –       | 3   | 4.05   |
| 7   | แทนที่ทางวัฒนธรรมภาษาแปล        | 1     | –           | –       | 1   | 1.35   |
| 8   | ทับศัพท์และตรงตัวและอธิบายเพิ่ม | 1     | 1           | 1       | 3   | 4.05   |
| 9   | ตั้งชื่อใหม่                    | 1     | –           | 1       | 2   | 2.70   |
|     | รวม                             | 24    | 36          | 14      | 74  | 100    |

จากตารางที่ 1 สามารถอภิปรายผลการวิเคราะห์กลวิธีการแปลชื่ออาหารจากแบรนด์ “Santan” ของสายการบินแอร์เอเชีย จำนวน 74 รายการ ดังนี้

1) การแปลแบบตรงตัว เป็นกลวิธีการแปลที่พยายามรักษาความหมายและโครงสร้างของภาษาต้นฉบับให้มากที่สุดเพื่อสะท้อนเนื้อหาเดิมโดยตรง โดยอาจมีการปรับเล็กน้อยในด้านโครงสร้างไวยากรณ์เพื่อให้เหมาะสมกับรูปแบบของภาษาปลายทาง แต่ไม่ทำให้ความหมายเปลี่ยนแปลงไป เช่น การแปล บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมั่งสวีรติ เป็น 素食方便面 โดย มั่งสวีรติ แปลว่า 素食 และบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป แปลว่า 方便面 หรือการแปลน้ำมะพร้าว เป็น 椰水 ซึ่ง 椰 หมายถึง มะพร้าวและ 水 หมายถึง น้ำ

2) การแปลทับศัพท์ เป็นการแปลแบบถอดเสียงจากภาษาต่างประเทศที่มีการออกเสียงใกล้เคียงภาษาจีนมากที่สุด เช่น การแปล มอคค่า เป็น 摩卡咖啡 และการแปล ลาเต้ เป็น 拿铁咖啡 โดยคำว่า 摩卡 (mókà) เป็นการถอดเสียงคำว่า Mocha ในภาษาอังกฤษ และ 拿铁 (nátie) ถอดเสียงมาจากคำว่า Latte ทั้งนี้ในภาษาจีนมักเติมคำว่า 咖啡 (kāfēi) ที่ถอดเสียงมาจากคำว่า Coffee เพื่อสื่อให้เข้าใจว่าเป็นเครื่องดื่มประเภทกาแฟ

3) การแปลตรงตัวและทับศัพท์ เป็นการแปลแบบผสมที่ต้องการรักษาความหมายดั้งเดิมผสมกับการรักษาเสียงของข้อความต้นฉบับ เช่น การแปล ชเวปส์ น้ำโซดา เป็น 史威士苏打水 ในที่นี้ คำว่า 史威士

(shīwēishì) ใช้แทนเสียงคำว่า ซเวปส์ ซึ่งเป็นชื่อของยี่ห้อสินค้า และ 苏打水 แปลว่า น้ำโซดา หรือ การแปลคำว่า โค้กไม่มีน้ำตาล เป็นภาษาจีนว่า 无糖可口可乐 โดยคำว่า โค้ก ถูกแปลเป็น 可口可乐 เป็นการทับศัพท์คำว่า Coca-Cola ซึ่งเป็นชื่อยี่ห้อสินค้าเครื่องดื่มประเภทโคล่า ขณะที่คำว่า ไม่มีน้ำตาล แปลตรงตัวเป็น 无糖

4) การแปลตรงตัวและอธิบายเพิ่ม เป็นรูปแบบการแปลแบบผสมเพื่อยังคงรักษาความหมาย มีการปรับโครงสร้างตามบริบทไวยากรณ์ของภาษาปลายทาง แต่ทั้งนี้อาจยังมีความหมายกว้าง คลุมเครือ หรือไม่ชัดเจน จึงต้องมีการเพิ่มรายละเอียดที่จำเป็นเพื่อให้ภาษาปลายทางมีความสมบูรณ์และสื่อความหมายได้ชัดเจนขึ้น เช่น ผัดไทยสูตรโบราณห่อไข่ ถูกแปลเป็น 泰式传统配方的鸡蛋河粉 ซึ่งมีการอธิบายเพิ่มเติมว่ารายการอาหารนี้เป็นแบบไทยโดยใช้คำว่า 泰式 หมายถึง แบบไทย และคำว่า สูตรโบราณ แปลตรงตัวเป็น 传统配方的 และ 鸡蛋河粉 แปลตรงตัวว่า เส้นก๋วยเตี๋ยวผัดไข่ โดยในที่นี่แสดงถึง ผัดไทยห่อไข่ ในขณะที่ฮอตด้า น้ำจิงสูตรเข้มข้น แปลเป็น 速溶姜汁饮料 ซึ่งคำว่า 速溶 แปลว่า ละลายเร็ว ในที่นี้เป็นการอธิบายเพิ่มเติมของลักษณะเครื่องดื่มชนิดนี้ว่าเป็นแบบผงละลายทันที ไม่ใช่ใช้น้ำจิงคั้นสด และ 姜汁 แปลตรงตัวว่า น้ำจิง ซึ่งคำว่า 饮料 ใช้อธิบายให้เห็นว่า รายการนี้เป็นอาหารประเภทเครื่องดื่ม และการแปล ข้าวเหนียวส้มตำ ไก่ย่างตาลโตนด เป็นภาษาจีนว่า 巴尔米拉烤鸡、糯米饭和青木瓜沙拉 ในที่นี้ส่วนประกอบของอาหารถูกแปลแบบตรงตัวคือ ข้าวเหนียว แปลเป็น 糯米饭 คำว่า ส้มตำ แปลแบบอธิบายเพิ่มว่า 青木瓜沙拉 โดยระบุว่า อาหารชนิดนี้ถูกทำจากมะละกอดิบในรูปแบบของสลัด ซึ่งสามารถเข้าใจได้ในกลุ่มผู้บริโภค และ ไก่ย่าง แปลเป็น 烤鸡 ส่วน ตาลโตนด แปลเป็นภาษาจีนว่า 巴尔米拉 ซึ่งถอดเสียงมาจากคำภาษาอังกฤษว่า Palmyra ซึ่งย่อมาจาก Palmyra palm ที่แปลว่า ต้นตาลโตนด

5) การแปลตรงตัวและตัดคำ เป็นการแปลที่ต้องการรักษาแก่นความหมายของต้นฉบับ แต่ปรับข้อความให้กระชับ ชัดเจนและเข้ากับบริบทของภาษาปลายทาง ทั้งนี้เพื่อลดความซับซ้อนหรือความยาวเกินความจำเป็นของต้นฉบับ เช่น การแปล สาหร่ายทอดเกล้าแก่น้อย เป็นภาษาจีนว่า 小老板海苔 โดย เล้าแก่น้อย เป็นยี่ห้อของสินค้าถูกแปลตรงตัวว่า 小老板 และ สาหร่าย แปลตรงตัวว่า 海苔 ในที่นี้ตัดคำว่า ทอดออกไป เพราะการใช้ 海苔 แสดงถึง สาหร่ายที่มีการแปรรูปที่อาจนำไปย่าง ทอด หรือปิ้งรสให้อยู่ในรูปของสาหร่ายพร้อมทานอยู่แล้ว (Sun, 2023)

6) การแปลแบบตรงตัวและใช้คำใกล้เคียงและตัดคำ เป็นการแปลแบบผสมเพื่อรักษาความหมายของภาษาต้นฉบับในเนื้อหาที่ต้องการความแม่นยำ โดยทำให้ข้อความกระชับขึ้นและในบางบริบทมีการใช้ภาษาที่มีความใกล้เคียงกับต้นฉบับเพื่ออธิบายลักษณะหรือแปลให้เข้ากับวัฒนธรรมและบริบทของภาษาปลายทาง เช่น การแปล ข้าวบาสมาดิถั่วลันเตากับผัดมันฝรั่งสไลด์อินเดีย เป็น 豌豆香饭配土豆咖喱 โดยในที่นี้ ข้าวบาสมาดิ

แปลว่า 香饭 ซึ่ง ไม่ใช่คำว่า 巴斯马蒂 ทั้งนี้ เพื่อสื่อถึงลักษณะเฉพาะของข้าวบาสมาดิที่มีการผัดกับเครื่องปรุงหรือส่วนผสมอื่นจนมีความหอม คำว่า ถั่วลันเตา แปลตรงตัวคือ 豌豆 และในส่วนของคำว่า กับ ในที่นี้ ไม่ใช่คำว่า 和 แต่ใช้ 配 เพื่อสื่อความหมายว่าเป็นการ เสริมคู่กับ ซึ่งมีความเหมาะสมกว่า ส่วนคำว่า ผัดมันฝรั่งสไตล์อินเดีย แปลว่า 土豆咖喱 ซึ่งในการแปลชื่ออาหารชนิดนี้ ได้ตัดการแปลคำว่า สไตล์อินเดีย ออกเนื่องจากในบริบทของอาหารสามารถบ่งชี้ได้ว่าเป็นอาหารของประเทศอินเดียแล้ว หรือการแปล บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปนิสชิน (รสซุปรสเกาหลีฮอตแอนดส์ไปชี) เป็นภาษาจีนว่า 韩式麻辣烫方便面 โดย คำว่า บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป แปลตรงตัวว่า 方便面 ในขณะที่ รสซุปรสเกาหลีฮอตแอนดส์ไปชี แปลว่า 韩式麻辣烫 โดย 韩式 แปลว่า รูปแบบเกาหลี ในที่นี้ใช้สื่อถึงรสชาติของซุปรสซุปรสเกาหลี และ 麻辣烫 เป็นรสชาติของซุปรสที่มีความเผ็ดและชาซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของอาหารจีน โดยเป็นการแปลที่ใช้คำใกล้เคียงในเชิงรสชาติ ฮอตแอนดส์ไปชีของเกาหลี นอกจากนี้พบว่า ไม่มีการนำคำว่า นิสชิน ที่เป็นชื่อยี่ห้อของสินค้ามาแปลเป็นภาษาจีน

7) การแปลแบบแทนที่ทางวัฒนธรรมภาษาแปล เป็นการแปลที่มีการปรับคำหรือรูปแบบใด ๆ ทางวัฒนธรรมของต้นฉบับให้สอดคล้องกับบริบททางวัฒนธรรมของภาษาปลายทาง เช่น การแปล ข้าวอบใบเตยสไตล์มาเลเซีย เป็นภาษาจีนว่า 大马椰浆饭 โดยในที่นี้ ข้าวอบใบเตย ไม่ได้ถูกแปลแบบตรงตัว แต่แทนด้วยคำว่า 椰浆饭 ซึ่งเป็นชื่อเรียกอาหารที่มีชื่อเสียงทางวัฒนธรรมของมาเลเซียและสังคมที่ใช้ภาษาจีน โดย 椰浆饭 เป็นการหุงข้าวโดยใช้กะทิเป็นส่วนประกอบและส่วนใหญ่มักใส่ใบเตยในขณะหุงข้าวเพื่อเพิ่มความหอม (Gigi's Little Kitchen, 2022) ถึงแม้ว่า คำว่า อบ และ ใบเตย จะไม่ปรากฏในการแปล แต่การแปล ข้าวอบใบเตยว่า 椰浆饭 ก็สามารถสื่อความหมายถึงลักษณะของอาหารที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมของภาษาปลายทางได้อย่างชัดเจน ในขณะที่ สไตล์มาเลเซีย ถูกแทนด้วยคำว่า 大马 ซึ่งเป็นคำย่อที่ใช้เพื่อสื่อถึงประเทศมาเลเซีย โดยในที่นี้ คำว่า 大马 ใช้แสดงถึง รูปแบบของอาหารที่เป็นลักษณะเฉพาะของประเทศมาเลเซียแทนคำว่า 马来西亚式 ทั้งนี้ก็เพื่อความกระชับในการใช้สื่อถึงชื่ออาหาร

8) การแปลแบบทับศัพท์และตรงตัวและอธิบายเพิ่ม เป็นการแปลแบบผสมผสานที่ต้องการถ่ายทอดความหมายและคงการออกเสียงเดิมหรือใช้คำที่มีเสียงใกล้เคียงกับต้นฉบับพร้อมกับการเสริมข้อมูลเพื่ออธิบายรายละเอียดเพิ่มเติมให้ผู้รับสารในภาษาปลายทางได้เข้าใจรายละเอียดและมีความชัดเจนขึ้น เช่น การแปล ช็อกโกแลต (ร้อน/เย็น) เป็นภาษาจีนว่า 浓厚巧克力 (热/冰) ในที่นี้ คำว่า ช็อกโกแลต ถูกแปลแบบทับศัพท์ว่า 巧克力 (qiǎo kè lì) โดยรักษาเสียงใกล้เคียงกับต้นฉบับภาษาอังกฤษ (chocolate) ซึ่งเป็นชื่อเฉพาะและเป็นที่เข้าใจในระดับสากล ส่วนคำว่า ร้อน และ เย็น แปลตรงตัวเป็น 热 และ 冰 ตามลำดับ ในขณะที่ 浓厚 แปลว่า เข้มข้น ซึ่งเป็นการอธิบายเพิ่มเติมถึงลักษณะเด่นของเครื่องดื่ม แม้ไม่ปรากฏใน

ภาษาต้นฉบับ แต่ช่วยให้ผู้รับสารปลายทางสามารถเข้าใจถึงคุณสมบัติของเครื่องดื่มได้อย่างชัดเจน หรือ การแปล มันทรงอบกรอบพริงเกิ้ล เป็นภาษาจีนว่า 品客薯片 (原味及酸奶油) โดย มันทรงอบกรอบ แปลตรงตัวว่า 薯片 ซึ่งหมายถึงขนมขบเคี้ยวแบบมันฝรั่งแผ่น ส่วนคำว่า พริงเกิ้ล เป็นชื่อของยี่ห้อสินค้า ได้รับการแปลแบบทับศัพท์ว่า 品客 (pínkè) นอกจากนี้ ยังมีการอธิบายเพิ่มเติมถึงรสชาติของผลิตภัณฑ์ว่า 原味及酸奶油 แปลว่า รสดั้งเดิมและรสชาวนมครีม แม้การอธิบายเพิ่มเติมถึงรสชาติของสินค้าจะไม่ปรากฏในต้นฉบับแต่สามารถทำให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ครบถ้วนและชัดเจนในบริบทของผู้ใช้ภาษาปลายทาง

9) การแปลแบบตั้งชื่อใหม่ เป็นการแปลที่ไม่ยึดชื่อเดิมของต้นฉบับ แต่เลือกใช้ชื่อใหม่เพื่อให้สื่อความหมายที่ชัดเจนและสามารถเข้าใจง่ายขึ้นตามบริบทของภาษาปลายทาง เช่น การแปล ข้าวผัดอเมริกัน เป็นภาษาจีนว่า 儿童炒饭 ซึ่งแปลว่า ข้าวผัดเด็ก โดยการแปลชื่ออาหารชนิดนี้ เป็นการแปลเพื่อสื่อถึงลักษณะของตัวอาหารที่มีรสชาติอ่อน มีส่วนผสมที่เหมาะสมสำหรับเด็ก โดยหากแปลแบบยึดชื่อเดิมโดยมีคำว่า อเมริกัน ก็อาจสื่อความหมายไม่ชัดเจนและอาจเกิดความเข้าใจผิดต่อผู้บริโภค และการแปล โลตัสชาไก่ รสทรงเครื่อง ซึ่งเป็นสินค้าที่ใช้ชื่อแบรนด์ว่า โลตัส และมีลักษณะขนมเป็นแท่งกรอบที่มีรสชาติเข้มข้น ซึ่งถูกแปลเป็นภาษาจีนว่า 脆脆棒 ซึ่งหมายถึงขนมกรอบกรอบที่มีลักษณะเป็นแท่ง โดยในบริบทนี้เป็นการแปลที่ยึดลักษณะเด่นของอาหาร และสามารถสื่อได้อย่างชัดเจนในวัฒนธรรมของผู้ใช้ภาษาจีน แต่หากแปลโดยยึดชื่อเดิมของต้นฉบับ การแปลคำว่า โลตัส หรือ ชาไก่ อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดต่อผู้ใช้ภาษาปลายทางได้

## 7.2 ข้อเสนอแนะในการแปลชื่ออาหารภาษาไทยเป็นภาษาจีน

จากการศึกษาวิธีการแปลชื่อรายการอาหารจากแบรนด์ “Santan” ของสายการบินแอร์เอเชีย จำนวนทั้งสิ้น 74 รายการ ผู้วิจัยได้สรุปข้อเสนอแนะในการแปลชื่ออาหารดังนี้

1) การแปลตามโครงสร้างและบริบทของวัฒนธรรมภาษาปลายทาง เป็นกระบวนการแปลที่ต้องคำนึงถึงความถูกต้องของโครงสร้างตามหลักภาษาและบริบทของวัฒนธรรมภาษาปลายทาง เช่น การแปล ข้าวบาสมาติ ถั่วลันเตากับผัดมันฝรั่งสไตล์อินเดีย เป็น 豌豆香饭配土豆咖喱 หากอ้างอิงตามความถูกต้องของโครงสร้างภาษาปลายทางที่จะวางลักษณะการปรุงรสชาติหรือรูปแบบไว้ข้างหน้าวัตถุดิบหลัก (Song, 2022) ควรแปลเป็น 豌豆香饭配咖喱土豆 เพราะต้องการสื่อ 咖喱土豆 ว่าเป็นมันฝรั่งที่ทำเป็นแกงกะหรี่ ทั้งนี้การใช้ 土豆咖喱 ก็ยังคงสามารถสื่อสารได้แต่อาจดูไม่เป็นธรรมชาติ แต่หากต้องการยึดตามโครงสร้างเดิมของต้นฉบับไว้ อาจระบุชนิดของแกงกะหรี่ลงไปเพื่อความชัดเจนมากขึ้น เช่น 豌豆香饭配土豆咖喱鸡 หรือ 豌豆香饭配土豆咖喱牛肉 ซึ่งเป็นรูปแบบที่คุ้นเคยของผู้ใช้ภาษาจีน นอกจากนี้การแปลชื่ออาหารไม่ใช่เพียงการแปลตรงตามคำศัพท์ของต้นฉบับเท่านั้น เช่น การแปล น้ำมะพร้าวว่า 椰水 ถึงแม้คำว่า 椰水 จะ

สามารถสื่อสารได้ในเชิงคำศัพท์ แต่ไม่มีการใช้ในบริบทของผู้ใช้ภาษาจีน ดังนั้นควรใช้คำว่า 椰子水 ซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับสากลและสร้างความน่าเชื่อถือในเชิงพาณิชย์

2) การเปลี่ยนชื่อแบรนด์สินค้าควรคำนึงถึงความหมาย รวมถึงการใช้คำเทียบเสียงและความคุ้นเคยของผู้บริโภค เช่นการเปลี่ยนแบรนด์ Oishi เป็น 上好佳 ซึ่งเป็นชื่อทางการค้าที่เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปในผู้ใช้ภาษาจีน ในส่วนของการเปลี่ยนชื่อแบรนด์สินค้าทับศัพท์ เช่น น้ำแอปเปิ้ล (ตราพิบโก้) เปลี่ยนเป็น 泰可苹果汁 ซึ่งอาจเกิดความคลุมเครือและไม่ชัดเจน ควรใส่คำว่า 牌 ลงไป เป็น 泰可牌苹果汁 ก็จะเพิ่มความชัดเจนและน่าเชื่อถือให้กับสินค้ามากขึ้น หรือการแปล ข้าวมันไก่ย่าง เป็น 亲叔叔泰式鸡肉饭 โดยการแปลอิงจากชื่อภาษาอังกฤษว่า Uncle Chin’s Chicken Rice ซึ่งในรายการนี้การเปลี่ยนชื่อแบรนด์สินค้าลงไปด้วยอาจส่งผลให้ผู้บริโภคสับสนและเกิดความสงสัย โดยในที่นี้สามารถตัดคำว่า 亲叔叔 ออก หรือหากต้องการรักษาชื่อแบรนด์ไว้ ควรเปลี่ยนเป็น 亲叔叔牌泰式鸡肉饭 เพื่อลดความสับสนในภาษาปลายทาง

3) การแปลอัตลักษณ์ของอาหาร เป็นกระบวนการแปลที่ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงด้านภาษาเท่านั้น แต่ยังสามารถถ่ายทอดเอกลักษณ์ของอาหารและแสดงถึงท้องถิ่นต้นกำเนิดของอาหารนั้น ๆ เช่น การแปล ไส้กรอกไก่อีสานว่า 依善风味鸡肉香肠 แม้คำว่า 依善 (yīshàn) จะสามารถแทนเสียงคำว่า อีสาน ได้โดยตรง แต่ไม่เป็นที่รู้จักในผู้ใช้ภาษาจีนจึงอาจทำให้เกิดความสงสัยและเข้าใจผิดได้ ดังนั้น เพื่อการสื่อความหมายที่ถูกต้องและชัดเจนควรเปลี่ยนเป็น 泰东北风味鸡肉香肠 และการแปล ข้าวอบใบเตยสไตล์มาเลเซีย เป็น 大马椰浆饭 โดยถึงแม้ว่า 大马 จะเป็นชื่อเรียกประเทศมาเลเซีย แต่ไม่ได้เป็นคำทางการและในที่นี้ บริบทของการเปลี่ยนชื่ออาหารควรเป็น 马来西亚椰浆饭 เนื่องจากเป็นที่เข้าใจได้ง่ายในหมู่ผู้บริโภคชาวจีนและแสดงความเป็นต้นตำรับของอาหาร รวมถึงเป็นการให้เกียรติทางวัฒนธรรมภาษา

4) การแปลส่วนประกอบอาหาร ควรคำนึงถึงความถูกต้องของความหมายที่เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบและส่วนผสมตามความเป็นจริง เช่น การแปล บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปนิสชิน (รสซุปรสเผ็ดร้อนแอนดส์ไปซี่) เป็น 韩式麻辣烫方便面 ซึ่งคำว่า 麻辣烫 หมายถึง ซุปหม่าล่า ซึ่งเป็นซุปรสเผ็ดร้อนที่มีเอกลักษณ์ของอาหารจีน ซึ่งในอาหารรายการนี้เป็นเพียงรสชาติเผ็ดร้อน ดังนั้น ระดับความเผ็ดร้อนอาหารชนิดนี้ควรเลือกใช้ “辣味” “香辣” หรือ “辛辣” เพื่อแสดงถึงรสชาติที่แท้จริงของอาหาร อีกกรณีคือ การแปล โจ๊กหอยเชลล์สไตล์ฮ่องกงว่า 瑶柱螺片鸡粥 ควรเป็น 瑶柱螺片鸡肉粥 ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจในส่วนประกอบของอาหารได้ชัดเจนว่า รายการนี้มีส่วนประกอบของเนื้อไก่จริง ไม่ใช่เป็นเพียงการแต่งกลิ่นสังเคราะห์ขึ้นมา อีกทั้งยังมีความเหมาะสมทางวัฒนธรรมในการใช้ภาษาและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ การแปลยังมีความหลากหลายของต้นฉบับในภาษาอื่นซึ่งใช้เป็นบริบทประกอบ ได้แก่ การแปล ข้าวเหนียวส้มตำไก่ย่างตาลโตนด ที่

อ้างอิงคำว่า Palmyra เป็น 巴尔米拉烤鸡、糯米饭和青木瓜沙拉 ซึ่งอาจสร้างความเข้าใจผิดแก่ผู้บริโภค เนื่องจากเมื่อนำคำว่า 巴尔米拉 ไปสืบค้นในอินเทอร์เน็ตจะพบว่าเป็นชื่อภาษาจีนที่ใช้เรียกเมืองโบราณ Palmyra ของประเทศซีเรีย ซึ่งไม่มีความเกี่ยวข้องกับรายการอาหารแต่อย่างใด ดังนั้นการแปลที่เหมาะสมควรเป็น 棕榈糖烤鸡、糯米饭和青木瓜沙拉 ทั้งนี้ เพื่อแสดงให้เห็นถึงวัตถุดิบที่แท้จริงคือ “น้ำตาลโตนด” ซึ่งมีความถูกต้องของส่วนประกอบอาหารและวัตถุดิบตามความเป็นจริง

## 8. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิธีการแปลชื่ออาหารภาษาไทยเป็นภาษาจีนจากแบรนด์ “Santan” ของสายการบิน แอร์เอเชีย พบว่า ใช้กลวิธีการแปลแบบตรงตัวมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ Thongkhao et al. (2024), Wiratchapokee et al. (2022), Chuensabai et al. (2019) และ Li (2017) เนื่องจากเป็นวิธีที่สามารถถ่ายทอดความหมายของคำในภาษาต้นฉบับได้อย่างชัดเจน เช่น การแปล “บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมังสวิริ” เป็น “素食方便面” โดย “มังสวิริ” เป็นรูปแบบการกินอาหารที่เน้นพืชผักผลไม้เป็นหลัก (Plant-based diet) และลดบริโภคเนื้อสัตว์หรือบริโภคแต่น้อย ซึ่งมีความหมายเช่นเดียวกันกับคำว่า “素食” ในภาษาจีน อย่างไรก็ตาม แม้คำว่า “素食” สามารถสื่อถึงอาหารมังสวิริในระดับทั่วไป แต่ผู้แปลอาจต้องศึกษาส่วนประกอบของอาหารที่แปล ว่าจัดเป็นมังสวิริรูปแบบใด อาทิ เป็นมังสวิริแบบสามารถบริโภคนมและไข่ได้ (蛋奶素) หรือเป็นมังสวิริแบบเคร่งครัด (纯素) เพื่อหลีกเลี่ยงข้อจำกัดในการรับประทานมังสวิริในแต่ละบุคคล แต่จากการหาข้อมูลในส่วนประกอบของบะหมี่มังสวิริแบรนด์นี้ ไม่พบส่วนประกอบของนมหรือไข่ ดังนั้น ผู้แปลจึงเลือกแปล “บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมังสวิริ” เป็น “素食方便面” ซึ่งให้ความหมายสอดคล้องและเหมาะสมกับลักษณะของสินค้า ทั้งนี้ ประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่งในการแปลตรงตัว คือ ผู้แปลควรคำนึงถึงบริบททางวัฒนธรรมและความนิยมในการใช้ภาษาของกลุ่มเป้าหมาย เช่นการแปล “น้ำมะพร้าว” เป็น “椰水” โดยการแปลตรงตัวตามคำศัพท์สามารถเข้าใจความหมายได้ แต่ความเป็นจริงแล้วในกลุ่มผู้ใช้ภาษาจีนนิยมใช้คำว่า “椰子水” มากกว่า อีกทั้งจากการหาข้อมูลพบว่า “椰子水” เป็นรูปแบบการใช้ในฉลากสินค้ารวมถึงผลิตภัณฑ์อาหาร โดยสืบค้นข้อมูลจากสื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตพบการใช้ “椰子水” อย่างแพร่หลาย (Qiang Ge Talks Finance, 2025) ซึ่งสะท้อนถึงการยอมรับในบริบทของผู้บริโภคชาวจีน ดังนั้น การแปลแบบตรงตัวในรายการอาหารและเครื่องดื่ม ถึงแม้จะสามารถสื่อสารได้รวดเร็วในเชิงคำศัพท์ แต่ผู้แปลควรคำนึงถึงรูปแบบการใช้คำในวัฒนธรรมเป้าหมายเพื่อลดความคลุมเครือในตัวสินค้าและความเข้าใจคลาดเคลื่อนของผู้บริโภค

นอกจากนี้การแปลชื่ออาหารจากแบรนด์ “Santan” ของสายการบินแอร์เอเชียมีการใช้รูปแบบการแปลแบบผสมผสานเป็นส่วนใหญ่ เพื่ออธิบายความชัดเจนของส่วนผสมและเสริมภาพลักษณ์ของอาหารรวมถึงสร้างโน้ตส์ที่ดีให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับ Buddawong et al. (2021) ซึ่งกล่าวว่า กลวิธีการแปลแบบตรงตัว อาจสื่อสารได้ไม่ตรงกับสิ่งนั้นเสียทีเดียว ดังนั้น ผู้แปลจึงมีการเลือกใช้กลวิธีการแปลแบบเติมคำ หรือเสริมด้วยข้อความ และการแปลแบบใช้คำเจาะจงมากที่สุด อย่างไรก็ตาม การแปลแบบผสมผสานควรคำนึงถึงความหมายของคำศัพท์ที่ใช้ เพื่อหลีกเลี่ยงความเข้าใจผิดของผู้บริโภค โดยการศึกษาครั้งนี้ พบว่า การแปลรสชาติ วัตถุดิบและส่วนประกอบของอาหารในบางรายการยังไม่ตรงกับความเป็นจริง เช่น การแปลคำว่า “รสซุบฮอตแอนด์สไปซี่” ว่า “麻辣烫” โดยในบริบทภาษาจีน “麻辣” เป็นความเผ็ดในลักษณะที่ทำให้เกิดอาการชาลิ้นที่เกิดจากพริกไทยเสฉวนและรสชาติจัดอยู่ในระดับเผ็ดจัด โดยคำว่า “麻” แปลว่า “ชา” และ “辣” แปลว่า “เผ็ด” ดังนั้นจะเห็นได้ว่า รสชาติที่เผ็ดร้อน (ฮอตแอนด์สไปซี่) กับ เผ็ดชาลิ้น (麻辣) มีความแตกต่างกัน ซึ่งอาหารรายการนี้ผู้แปลต้องการแสดงให้เห็นถึงความเผ็ดร้อนของซุบตามแบบตะวันตก แต่ในกลุ่มของผู้บริโภคชาวจีน “麻辣” คือความเผ็ดแบบชาลิ้น ดังนั้นถึงแม้คำว่า “ฮอตแอนด์สไปซี่” และ “麻辣” มีความใกล้เคียงกัน แต่ในรายละเอียดของรสสัมผัสมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน ดังนั้นผู้แปลต้องแปลให้ตรงกับจุดประสงค์ของภาษาต้นฉบับเพื่อหลีกเลี่ยงความเข้าใจผิดของผู้บริโภค ดังที่ ปีเตอร์ นิวมาร์ก (1998) กล่าวว่า การแปลคือกระบวนการถ่ายทอดความหมายของข้อความจากภาษาหนึ่งไปยังอีกภาษาหนึ่ง โดยยังคงรักษาเจตนารมณ์ของผู้เขียนต้นฉบับไว้

อย่างไรก็ตาม การแปลชื่อแบรนด์สินค้าในบริบทเชิงพาณิชย์ มักเน้นการแปลที่ให้ความรู้สึกทันสมัย สะดุดตา และสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นในสายตาผู้บริโภค ทั้งนี้ เนื่องจากผู้แปลมีจุดมุ่งหมายต้องการสร้างจุดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว อาจส่งผลให้การแปลมีความคลุมเครือและยังไม่มีที่ยอมรับในระดับสากล โดยจากการศึกษาพบการแปลแบรนด์สินค้าประเภทเครื่องดื่มตราช้างทั้งหมดว่า “泰象” ซึ่งเป็นการเลือกใช้คำที่มีนัยสำคัญ โดยคำว่า “泰” แปลว่า สงบ สันติ (Iamworamet, 2008, pp. 1059) และเป็นคำพ้องเสียงกับคำว่า “ไทย (泰)” ซึ่งสื่อถึงประเทศไทย โดยการเลือกใช้คำถือเป็นการสร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวกต่อประเทศไทย ส่วนคำว่า “象” หมายถึง “ช้าง” ซึ่งสื่อถึงชื่อแบรนด์ของสินค้าว่า “ตราช้าง” นอกจากนี้ ช้าง ยังเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อถึงประเทศไทย โดยผู้แปลต้องการให้ผู้บริโภคสามารถเชื่อมโยงและเข้าถึงอารมณ์ของตัวแบรนด์สินค้าได้อย่างลึกซึ้ง ดังนั้น การแปลแบรนด์สินค้าประเภทเครื่องดื่มตราช้าง เช่น “泰象矿泉水 (น้ำแร่ธรรมชาติตราช้าง)” หรือ “泰象啤酒 (เบียร์ช้าง)” แสดงให้เห็นว่าผู้แปลไม่ได้เพียงต้องการแค่ถ่ายทอดความหมายของคำ แต่ยังสะท้อนถึงความตั้งใจของผู้แปลที่ต้องการสื่อถึงความมีเอกลักษณ์ของสินค้า

ในฐานะที่เป็นผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย ดังนั้น ผู้แปลจึงเลือกใช้คำที่มีนัยเชิงวัฒนธรรมและความหมายเชิงบวก สอดคล้องที่ Numthong (2011) กล่าวว่า หากทับศัพท์ต้องเลือกตัวอักษรที่มีเสียงใกล้เคียงกับชื่อเฉพาะเดิม ความหมายดีและเขียนไม่ยากเกินไป ทั้งนี้ การเลือกใช้คำศัพท์ในเชิงบวกสามารถสร้างภาพลักษณ์อันโดดเด่นและทำให้เข้าถึงความรู้สึกและการรับรู้ของกลุ่มผู้บริโภคได้มากขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้แปลเลือกใช้วิธีการแปลชื่อแบรนด์สินค้าแบบทับศัพท์ ซึ่งเป็นการถ่ายทอดเสียงของคำต้นฉบับโดยตรงมาเป็นภาษาจีนที่มีความหมายเชิงบวก ในที่นี้ได้แก่ สินค้าเครื่องดื่มแบรนด์ “ทิปโก้” โดยผู้แปลถ่ายทอดชื่อแบรนด์เป็น “泰可” ในที่นี้ คำว่า “ทิป” แทนเสียงด้วยคำว่า “泰 (tài)” และ “โก้” แทนเสียงด้วยคำว่า “可 (kě)” ซึ่งมีเสียงใกล้เคียงกับต้นฉบับ อีกทั้งการเลือกใช้ตัวอักษร “泰” ยังแสดงถึงความเป็นไทย โดยผู้แปลต้องการสะท้อนว่าผลิตภัณฑ์นี้เป็นแบรนด์สินค้าที่ผลิตในประเทศไทย พร้อมทั้งเป็นการเน้นย้ำอัตลักษณ์ความเป็นไทยในเชิงบวกแก่ผู้บริโภคให้รับรู้ต้นกำเนิดของตัวผลิตภัณฑ์ ส่วนคำว่า “可” แปลว่า “เหมาะสม” หรือ “ถูก (ใจ)” (Iamworamet, 2008) โดยผู้แปลเลือกใช้ตัวอักษรนี้เพื่อสะท้อนถึงภาพลักษณ์ที่ดี สร้างความประทับใจในด้านคุณภาพและถูกใจในด้านรสชาติของสินค้า ซึ่งถือเป็นการสื่อสารเชิงกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมให้สินค้าดูมีเสน่ห์ น่าดึงดูด และสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค และในขณะเดียวกัน การแปลชื่อสินค้าบางแบรนด์ ผู้แปลใช้กลวิธีการแปลตรงตัวตามชื่อแบรนด์ภาษาอังกฤษ เช่น “ข้าวมันไก่ย่าง” ซึ่งแปลเป็นภาษาจีนว่า “亲叔叔泰式鸡肉饭” ที่มาจากต้นฉบับภาษาอังกฤษ คือ “Uncle Chin’s Chicken Rice” โดยคำว่า “亲” แปลว่า ญาติพี่น้องสนิทสนม เป็นกันเอง และคำว่า “叔叔” ในที่นี้แปลว่า ลุง ส่วนคำว่า “泰式” แปลว่า “รูปแบบไทย” และ “鸡肉饭” ในที่นี้หมายถึง “ข้าวมันไก่ย่าง” ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้แปลต้องการรักษาความหมายของต้นฉบับซึ่งสะท้อนถึงความสนิทและความเป็นกันเองของคุณลุง Chin ผ่านอาหาร และเลือกใช้คำว่า “泰式” เพื่อต้องการให้ผู้รับสารรู้สึกถึงรสชาติในแบบไทยอันอบอุ่น อย่างไรก็ตาม การแปลชื่อแบรนด์สินค้า หากมีการตั้งชื่อสินค้าขึ้นใหม่เพื่อสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว ผู้วิจัยมีข้อคิดเห็นว่า ผู้แปลสามารถใช้คำว่า “牌” ซึ่งหมายถึง “ยี่ห้อ” วางหลังชื่อแบรนด์สินค้าได้ เช่น “泰可牌苹果汁” หรือ “亲叔叔牌泰式鸡肉饭” เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ชัดเจนว่าส่วนที่อยู่หน้าคำว่า “牌” คือชื่อแบรนด์สินค้า ไม่ใช่ส่วนประกอบของอาหาร ซึ่งเป็นแนวทางที่ช่วยป้องกันความสับสนของผู้บริโภคและทำให้การสื่อสารมีความชัดเจนยิ่งขึ้นในบริบทของชื่ออาหารภาษาจีน

นอกจากการแปลชื่อแบรนด์สินค้าแล้ว ยังพบว่ามีการใช้คำทับศัพท์เพื่อบ่งชี้ถิ่นกำเนิดของอาหารในบางรายการโดยตรง ได้แก่ “ไส้กรอกไก่อีสาน” ซึ่งแปลเป็นภาษาจีนว่า “依善风味鸡肉香肠” ในที่นี้ “ไส้กรอก” แปลว่า “香肠” และ “鸡肉” หมายถึง “เนื้อไก่” ซึ่งแสดงถึงการใช้เนื้อไก่เป็นวัตถุดิบหลัก ส่วนคำว่า “风味” แสดงถึง รูปแบบของรสชาติ สำหรับคำว่า “อีสาน” ผู้แปลได้แปลทับศัพท์เป็นภาษาจีนว่า “依

善 (yīshàn) ” โดยพิจารณาความหมายของตัวอักษร ได้แก่ คำว่า “依” หมายถึง “พึ่ง” หรือ “อาศัย” และ “善” แปลว่า “ดี” หรือ “ดีงาม” (Iamworamet, 2008) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงจุดมุ่งหมายของผู้แปลว่า ต้องการสื่อถึงเอกลักษณ์ของอาหารตามถิ่นกำเนิดที่แฝงไว้ในความหมายของชื่อจากคำทับศัพท์ที่มีนัยเชิงบวก ซึ่งการแปลชื่ออาหารชนิดนี้ สอดคล้องกับ Li (2017) ที่กล่าวว่า การแปลชื่ออาหารไทยเพื่อรักษาเอกลักษณ์ และการถอดเสียงช่วยรักษาเสน่ห์และลักษณะเฉพาะของชื่ออาหารไทย ซึ่งอาจทำให้ชื่ออาหารดึงดูดใจและ ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคชาวจีนมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกัน พบว่า ในที่นี้การแปลชื่ออาหารโดยใช้คำทับ ศัพท์อาจมีความเป็นเอกลักษณ์ แปลกใหม่และน่าดึงดูด แต่ไม่สามารถสื่อถึงภูมิภาคและถิ่นกำเนิดของอาหาร ได้ในเชิงความหมาย จึงอาจสร้างความเข้าใจผิดให้กับผู้บริโภค ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า ควรใช้คำศัพท์ที่ บ่งชี้ถึงท้องถิ่นนั้น ๆ และเป็นที่เข้าใจในวัฒนธรรมภาษาปลายทาง ซึ่งคำว่า “อีสาน” คือ ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ในภาษาจีนคือ “泰国东北部” ดังนั้น ในบริบทของการแปลชื่ออาหาร ควรแปลเป็น “泰东北风味鸡肉香肠” ซึ่งมีความเป็นสากลและยังสามารถรักษาเอกลักษณ์ถิ่นกำเนิดของ อาหารได้ สอดคล้องกับ Thongkhao et al. (2024) กล่าวว่า หากอาหารนั้นมีลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรม หรือไม่ปรากฏในวัฒนธรรมปลายทาง ให้ถ่ายทอดความหมายนั้น ๆ ด้วยกลวิธีการแปลแบบแทนที่ทาง วัฒนธรรม

สำหรับกลวิธีการแปลแบบอธิบายเพิ่ม มักพบในอาหารคาวที่เป็นอาหารไทย โดยผู้แปลได้อธิบายถึง ลักษณะของอาหารรวมถึงกรรมวิธีอย่างละเอียดเพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์ของไทยอย่างชัดเจน เช่น กรณีการแปล “ผัดไทยสูตรโบราณห่อไข่” ว่า “泰式传统配方的鸡蛋河粉” โดยผู้แปลใช้คำว่า “泰式” ซึ่งแปลว่า “รูปแบบไทย” เพื่อแสดงถึงความเป็นอาหารไทย และแปลคำว่า “สูตรโบราณ” เป็น “传统配方” เพื่อแสดง ถึงส่วนผสมและวิธีการปรุงแบบดั้งเดิม ในขณะที่คำว่า “ห่อไข่” ในที่นี้แทนด้วยคำว่า “鸡蛋” แปลว่า “ไข่ไก่” เพื่อแสดงว่าอาหารประเภทนี้ใช้ไข่ไก่เป็นวัตถุดิบในการห่อ และ คำว่า “ผัดไทย” แทนด้วยคำว่า “河粉” ซึ่ง แปลว่า “เส้นก๋วยเตี๋ยว” ผู้แปลเลือกใช้คำนี้เนื่องจากเส้น “河粉” มีลักษณะเป็นเส้นเล็กแบนคล้ายเส้นผัดไทย โดยในรายการอาหารนี้ผู้แปลได้อธิบายถึงวัตถุดิบ วิธีการประกอบอาหารแบบดั้งเดิม รวมถึงต้นกำเนิดไว้ในชื่อ ของอาหารอย่างมีอัตลักษณ์ที่ชัดเจน

จากการศึกษาครั้งนี้พบอาหาร 2 รายการ ที่มีการตั้งชื่อใหม่ ได้แก่ การแปล “ข้าวผัดอเมริกัน” เป็น ภาษาจีนว่า “儿童炒饭” มีความหมายว่า “ข้าวผัดเด็ก” ซึ่งไม่มีการแปลที่สื่อถึง “อเมริกัน” ตามต้นฉบับ จากการสืบค้นข้อมูลพบว่า ข้าวผัดอเมริกันไม่ได้มีต้นกำเนิดจากประเทศสหรัฐอเมริกาแต่สันนิษฐานว่าเกิดจาก การประยุกต์และดัดแปลงการปรุงเพื่อรองรับความต้องการของทหารอเมริกันที่ประจำการในประเทศไทย

ในช่วงสงครามเวียดนาม จึงมีการดัดแปลงอาหารประเภทข้าวผัดให้เข้ากับวัฒนธรรมการกินแบบอเมริกันโดยการใส่ซอสมะเขือเทศ พร้อมจัดจานให้คล้ายคลึงอาหารตะวันตก โดยมี ไส้กรอก แฮม ไก่ทอด และไข่ดาว (Chuenwattana, 2020) อีกทั้งเมื่อพิจารณาจากส่วนประกอบและวัตถุดิบหลักของข้าวผัดอเมริกัน พบว่า มีส่วนประกอบและกรรมวิธีที่คล้ายคลึงกับข้าวผัดไข่สำหรับเด็กในวัฒนธรรมจีน ได้แก่ ข้าวสวย ไข่ไก่ ถัวลันเตา ข้าวโพด แครร์รอต รวมถึงมีรสชาติเค็มอ่อน ๆ จากซีอิ๊วหรือผงปรุงรส เหมาะกับเด็กหรือผู้ที่ทานรสชาติไม่จัด และจากรูปลักษณะหน้าตาอาหารรวมถึงรสชาติของข้าวผัดอเมริกันและข้าวผัดไข่สำหรับเด็กของชาวจีนที่มีความคล้ายคลึงกัน ผู้แปลจึงเลือกแปล “ข้าวผัดอเมริกัน” เป็นภาษาจีนว่า “儿童炒饭” เพราะหากใช้คำที่มีการสื่อถึงประเทศอเมริกาหรือรูปแบบอาหารแบบคนอเมริกัน อาจทำให้ความหมายคลาดเคลื่อน สอดคล้องกับ Yao et al. (2024) กล่าวว่าความหมายของแต่ละคำในชื่ออาหารไม่ได้บ่งชี้ข้อมูลของอาหารนั้นอย่างชัดเจน ซึ่งเป็นปัญหาในการแปลชื่ออาหาร อาจเกิดจากการตีความที่แตกต่างกันในแต่ละภูมิภาคหรือวัฒนธรรม ผู้แปลจึงควรค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการประกอบอาหารชนิดนั้นโดยละเอียด นอกจากนี้ ยังพบการแปล “โลตัสซาไกรสทรงเครื่อง” ว่า “脆脆棒” ซึ่ง ขนมหากไก่ แท้จริงแล้วมีชื่อว่า กริสซีนี (Gurissini หรือ BreadSticks) มีต้นกำเนิดมาจากประเทศอิตาลี รูปทรงมีขนาดใหญ่และสีเหมือนขาไก่ ใช้กรรมวิธีการอบ พอเข้ามาสู่ประเทศไทย คนไทยเราจึงเรียกขนมชนิดนี้ว่า ขนมหากไก่ และเมื่อเวลาผ่านไปก็มีการดัดแปลงขนมชนิดนี้ให้มีขนาดเล็กลงและทานง่ายขึ้น มีลักษณะเป็นแท่งเล็กสี่เหลี่ยม โดยใช้กรรมวิธีทอดก่อนแล้วนำไปอบให้น้ำมัน มีหลากหลายรสชาติแต่คนไทยก็ยังเรียกว่า ขนมหากไก่ (Sanook Campus, 2024) และในขณะเดียวกันพบว่าในประเทศจีนมีขนมอบกรอบชนิดแท่ง ซึ่งใช้แป้งเค้กและแป้งขนมปังเป็นวัตถุดิบหลัก ผสมกับผงชีสแล้วนำไปอบ ขนมชนิดนี้มีลักษณะและรูปร่างคล้ายกริสซีนี ซึ่งในสังคมจีนเรียกขนมชนิดนี้ว่า “脆脆棒” ด้วยความคล้ายคลึงกันในลักษณะรูปร่างของขนมทั้งสองชนิดจึงส่งผลให้ผู้แปลเลือกแปลขนมหากไก่เป็นภาษาจีนว่า “脆脆棒” ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการเลือกใช้คำที่เน้นลักษณะเด่นของอาหาร โดยหากพิจารณาจากคำศัพท์ คำว่า “脆” แปลว่า “กรอบ” โดยมีการซ้ำคำ “脆脆” เพื่อเน้นย้ำถึงระดับความกรอบของขนม อีกทั้งทำให้ดูทันสมัยและน่ารับประทาน ส่วนคำว่า “棒” ตามความหมายในพจนานุกรมของ lamworamet (2008, 31) แปลว่า “กระบอก” “ตะบอง” หรือ “ท่อนไม้” ซึ่งเมื่อพิจารณาจากลักษณะของขนมหากไก่ที่มีลักษณะเป็นแท่งยาวคล้ายท่อนไม้หรือกระบอก ผู้แปลจึงเลือกใช้คำว่า “棒” เพื่อบ่งชี้ถึงรูปร่างลักษณะของขนม อย่างไรก็ตาม ไม่ปรากฏการแปลชื่อแบรนด์สินค้าคำว่า “โลตัส” และรสชาติของขนมว่า “รสทรงเครื่อง” ตามต้นฉบับ ทั้งนี้เพื่อความกระชับและเหมาะสมกับกลุ่มตลาดของผู้บริโภค

อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้พบข้อผิดพลาดในการแปลรสชาติอาหารชนิดเดียวกันใน 2 รายการ โดยมีการใช้คำต่างกัน ได้แก่ “บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปสุก (ต้มยำกุ้งน้ำข้น)” แปลว่า “冬阴功方便面” ในขณะที่

ที่ “บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปนิสชิน (ต้มยำกุ้งน้ำข้น)” แปลว่า “冬阴功奶油方便面” ดังจะเห็นว่า ทั้งสองรายการเป็นรสชาติต้มยำกุ้งน้ำข้นเหมือนกัน แต่รายการแรกไม่มีคำว่า “奶油 (น้ำข้น)” เหมือนรายการหลัง นอกจากนี้ยังพบว่า บางสินค้ายังใช้อักษรจีนตัวเต็ม ได้แก่ “ชาเขียว โออิ โอณะ” ซึ่งแปลว่า “伊藤園綠茶” โดยพบว่าอักษร “園” และ “綠” เป็นอักษรจีนตัวเต็ม ดังนั้น ควรแปลเป็น “伊藤园绿茶” และการแปล “เปียร์สิงห์” ว่า “勝獅啤酒” ซึ่งอักษร “勝” และ “獅” ยังเป็นตัวอักษรจีนตัวเต็ม โดยในบริบทนี้ควรแปลเป็น “胜獅啤酒” ซึ่งการเกิดข้อผิดพลาดในการแปลครั้งนี้สะท้อนให้เห็นถึงความไม่สม่ำเสมอในการเลือกใช้คำแปลและความไม่สอดคล้องในการใช้รูปแบบตัวอักษรภาษาจีน ซึ่งตามหลักสากลควรเลือกใช้อักษรจีนตัวย่อในการแปลมากกว่า และบางรายการพบว่าการตัดคำที่เป็นคำหลักออกไป ได้แก่ “เบนโตะ ปลาหมึกอบทรงเครื่อง” ซึ่งแปลว่า “香辣烤鱿” โดยขาดคำว่า “鱼” ไป ซึ่ง “鱿鱼” แปลว่า “ปลาหมึก” และเป็นส่วนประกอบหลักของอาหารรายการนี้ ทั้งนี้ การเกิดข้อผิดพลาดในการแปลอาจส่งผลทำให้ลดทอนความน่าเชื่อถือของผู้บริโภคได้ ดังนั้น การแปลในระดับสากลควรป้องกันไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดในการแปลขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Numthong (2011) กล่าวว่า การตรวจสอบฉบับแปลเป็นเรื่องสำคัญยิ่ง เป็นสิ่งที่นักแปลไม่ควรละเลย เมื่อแปลงานเสร็จต้องมีการตรวจสอบฉบับแปลกับต้นฉบับว่ามีการแปลตกหรือแปลผิดหรือไม่ ซึ่งเป็นเรื่องที่อาจทำความเสียหายได้มากหากคลาดเคลื่อนไป นอกจากนี้ ในบางรายการยังพบว่าการตัดคำ ซึ่งทำให้ชื่ออาหารมีความหมายคลุมเครือ ได้แก่ การแปล “ไก่ย่างตาลโตนด” ว่า “巴尔米拉烤鸡” โดยตาลโตนดหมายถึง น้ำตาลโตนดซึ่งเป็นน้ำตาลที่ได้มาจากต้นตาล (Palmyra palm) ที่นำมาใช้เป็นส่วนประกอบในการหมักไก่ย่าง ซึ่งในภาษาจีน “ตาลโตนด” แปลว่า “巴尔米拉棕榈糖” แต่ในที่นี้ผู้แปลเลือกใช้เพียงคำว่า “巴尔米拉” โดยในบริบทภาษาจีน คำว่า “巴尔米拉” มักเข้าใจว่าเป็นชื่อเมือง ปาลไมรา (Palmyra) ซึ่งเป็นแหล่งโบราณคดีสำคัญในประเทศซีเรีย ไม่ได้มีความหมายเกี่ยวข้องกับอาหารดังกล่าว ดังนั้น วิธีการแปลลักษณะนี้ อาจทำให้เกิดความคลุมเครือและไม่ชัดเจนในด้านความหมาย ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าควรแปล “ไก่ย่างตาลโตนด” เป็น “棕榈糖烤鸡” ซึ่งสามารถถ่ายทอดวัตถุดิบของอาหารได้อย่างถูกต้องและชัดเจน

ดังนั้น การแปลชื่ออาหารในระดับการบินพาณิชย์ควรมีมาตรฐานในการใช้คำศัพท์และตัวอักษรเพื่อสร้างมาตรฐานระดับสากล ซึ่งในการแปลที่มีคุณภาพ นอกจากคำนึงถึงความเข้าใจในเชิงภาษาแล้วก็ยังต้องทำความเข้าใจกับภูมิหลังทางวัฒนธรรมของต้นฉบับด้วย และความเข้าใจภูมิหลังทางวัฒนธรรมเป็นเรื่องสำคัญที่ไม่อาจละเลยได้ (Numthong, 2011) ดังนั้น การแปลชื่ออาหารที่ดีในเชิงพาณิชย์ผู้แปลต้องทำความเข้าใจในจุดมุ่งหมายและรักษาไว้ซึ่งความหมายของต้นฉบับ รวมทั้งคงไว้ซึ่ง “การขายได้” และคำนึงถึง “คุณภาพการแปล” ควบคู่กัน

## 9. ข้อเสนอแนะ

### 9.1 ข้อเสนอแนะสำหรับวิธีนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการแปลชื่ออาหารสำหรับธุรกิจร้านอาหารทั่วไป และร้านอาหารในโรงแรมรวมถึงอุตสาหกรรมการบินในสายการบินอื่น ๆ ที่มีเป้าหมายในการให้บริการแก่ผู้บริโภคว่าจีน อีกทั้งเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยในด้านการแปลชื่ออาหารในบริบทข้ามวัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพ

### 9.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ศึกษาการแปลชื่ออาหารภาษาไทยเป็นภาษาจีนในสายการบินอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบกลวิธีการแปล และศึกษาข้อบกพร่องในการแปลชื่ออาหารเพื่อนำไปสู่การแปลที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากยิ่งขึ้น รวมทั้งศึกษาการเลือกใช้คำแปลที่สามารถสะท้อนวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของอาหารไทยได้อย่างชัดเจน เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวจีน

## บรรณานุกรม

- Borisut, P. (1990). *Theory and practice of translation*. Thamkamon Publishing. (in Thai)
- Buddawong, N., & Surahan, S. (2021). A study of strategies for translating Thai food names into Chinese: A case study of Thai restaurant in Chengdu, China. *Journal of Humanities and Social Sciences, Ubon Ratchathani Rajabhat University*, 12(1), 171–184. (in Thai)
- Chuensabai, W., Makphan, W., & Huang, W.T. (2019). Research of translating's categories of Thai cuisine names to Chinese. *Journal of Humanities, Faculty of Humanities, Mahamakut Buddhist University*, 11(2), 21–32. (in Thai)
- Chuenwattana, N. (2020). *Tracing the origins of flavor through cooking techniques: From 'Mexican rice' to 'American fried rice'*. [https://www.the101.world/american-fried-rice/?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.the101.world/american-fried-rice/?utm_source=chatgpt.com). (in Thai)
- Gigi's Little Kitchen. (2022). *Nasi Lemak (Malaysian Nasi Lemak)*. <https://m.xiachufang.com/recipe/106850600/>. (in Chinese)
- Iamworamet, T. (2008). *New Chinese-Thai dictionary* (abbreviated print edition). Ruamsarn Publishing. (in Thai)
- Lederer, M. (1994). *Translation today – the interpretive model*. Hachette. (in French)
- Li, H. J. (2017). Methods and strategies for translating Thai food names into Chinese. *Beijing Literature*, 2017(17), 106. <https://wenku.baidu.com/view/ea54d4871b37f111f18583d049649b6648d70926> (in Chinese)
- Money Buffalo. (2020). *A closer look at "Santan," AirAsia's new business*. <https://www.moneybuffalo.in.th>. (in Thai)

- Nida, E. A., & Taber, C. R. (1982). *The theory and practice of translation* (2nd photomechanical reprint). E.J. Brill.
- Newmark, P. (1988). *A textbook of translation*. Prentice-Hall International (UK) Ltd.
- Numthong, K. (2011). *Translation skills from Chinese to Thai*. Confucius Institute, Kasetsart University. (in Thai)
- Numthong, K., & Likhitcharoentham, S. (2019). Principles and precautions in translating Chinese to Thai language and Thai to Chinese language. *Chinese Studies Journal, Kasetsart University*, 12(2), 105–151. (in Thai)
- Patipa, K., Eka, A., & Meesuksabai, J. (2023). Translation strategies of Isaan food. In *Proceedings of the 5th National Academic Conference and Research Presentation*, 362–370. Suan Sunandha Rajabhat University. (in Thai)
- Pinmanee, S. (2019). *Language, culture and translation: Thai–English*. Chulalongkorn University. (in Thai)
- Primo Care Medical Clinic. (2021, October 6). Types of vegetarian and vegan food: Which one is healthiest? *PrimoCare Health Website*. <https://primocare.com>. (in Thai)
- Qiang Ge Talks Finance. (2025, June 29). China's "coconut water king": Annual sales exceed 2 billion yuan, followed closely by Jiaguoyuan and Qingshang. *Sohu*. <https://www.sohu.com>. (in Chinese)
- Royal Institute. (2011). *Translation*. <https://dictionary.orst.go.th>. (in Thai)
- Sanook Campus. (2024, July 8). *The answer is revealed! What kind of chicken leg snack is it? The long stick or the small orange stick?*. <https://www.sanook.com>. (in Thai)
- Song, Z.Y. (2022). The characteristics of construction morphology and its enlightenment on the study of Chinese word formation: The case of the naming patterns of Chinese dishes. *Language Teaching and Linguistic Studies Journal*, (02), 88-102. (in Chinese)
- Sun, H. (2023). *What's the difference between kelp and seaweed?*. [https://m-mip.39.net/askar/mipso\\_a6e4bul.html](https://m-mip.39.net/askar/mipso_a6e4bul.html). (in Chinese)
- Thongkhao, N., & Xu, S.X. (2024). Translation strategies of Northern Thai food names from Thai into Chinese. *Srinakharinwirot Research and Development Journal, Humanities and Social Sciences Section*, 16(31), 1–14. (in Thai)
- Wesakosol, P. (2019). *Thai - English translation*. Thammasat University. (in Thai)
- Wiratpokee, P., & Chanjuasiri, N. (2022). Translation of food names in the translated Chinese literature by Princess Maha Chakri Sirindhorn. *Journal of Sinology*, 15(1), 9–53. (in Thai)
- Yao, Z.M., Likhitcharoentham, S., & Numthong, K. (2024). Translation of Thai rice dishes' names into Chinese from a lexical semantics perspective: A case study of chapter 2 in the Recipe Book Mae Krua Hua Pa. *Akson Journal, Faculty of Arts, Chulalongkorn University*, 53(2), 25–47. (in Thai)
- Zhu, G.D., & Numtong, K. (2023). Investigation and research into Chinese translation errors in the names of dishes in Thai cuisine: This study focuses on the menu of the restaurants in Siam Square business district as an example. *Journal of China-ASEAN Studies*, 4(1), 19–33. (in Chinese)