

บทคัดย่อ

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาไทย) การศึกษาชื่อตราสินค้าและข้อความในฉลากของสินค้าชุมชน
ในจังหวัดสงขลา

(ภาษาอังกฤษ) A Study of Brand Names and Information on Product
Labels of Community Products in Songkhla

ชื่อผู้วิจัย อาจารย์ ดร.จริญญา ธรรมโชโต
สาขาวิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยทักษิณ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000
โทรศัพท์: 074-317600 ต่อ 1314 โทรสาร: 074 344972

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประเภททุนพัฒนานักวิจัยรุ่นใหม่ งบประมาณเงินรายได้ ประจำปี 2554
จำนวนเงิน 50,000บาท ระยะเวลาทำการวิจัย 2 ปี ตั้งแต่ 1 มีนาคม 2554 ถึง 28 กุมภาพันธ์ 2556

งานวิจัยนี้ศึกษาชื่อตราสินค้าและข้อมูลบนฉลากสินค้าชุมชนในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ที่มาของ
ภาษา จำนวนพยางค์ การสร้างคำ ความหมายของชื่อ ข้อความบนฉลากสินค้า กลวิธีการโน้มน้าวใจ ภูมิ
ปัญญาท้องถิ่นและวิถีชีวิตที่ปรากฏในข้อความบนฉลาก ความเห็นและความต้องการพัฒนาฉลากสินค้า
ของผู้ผลิต ปัญหาในการผลิตฉลากสินค้า และเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาฉลากสินค้าชุมชน พื้นที่ที่
ศึกษาคืออำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลาโดยเก็บข้อมูลจากฉลากสินค้าชุมชนจำนวน 43 ชิ้นในปี พ.ศ.
2554

ชื่อตราสินค้าแบ่งออกเป็น 2 ส่วนได้แก่ ชื่อชนิดของสินค้าและชื่อทางการค้า ภาษาที่ใช้ในการตั้ง
ชื่อชนิดของสินค้านี้มี 9 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทยมาตรฐาน ภาษาถิ่นใต้ ภาษาถิ่นเหนือ ภาษาบาลีสันสกฤต
ภาษาเขมร ภาษามลายู ภาษาโปรตุเกส ภาษาฝรั่งเศสและภาษาอังกฤษ ส่วนภาษาที่ใช้ตั้งชื่อทางการค้า
มี 5 ภาษาได้แก่ ภาษาไทยมาตรฐาน ภาษาถิ่นใต้ ภาษาบาลีสันสกฤต ภาษาเขมรและภาษาเปอร์เซีย
และชื่อหนึ่งชื่อสามารถใช้ภาษามากกว่าหนึ่งภาษาในการตั้งชื่อได้ จำนวนพยางค์ที่ใช้ตั้งชื่อชนิดของสินค้า
มี 2-8 พยางค์ ส่วนชื่อทางการค้ามีจำนวน 2-5 พยางค์ วิธีการสร้างคำของชื่อชนิดของสินค้าคือการ

ประสมคำและการเติมหน่วยคำเติม ส่วนวิธีการสร้างคำของชื่อทางการค้าได้แก่ การประสมคำและการตัดคำ

โครงสร้างทางความหมายของชื่อชนิดของสินค้าแบ่งได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ 1) ชื่อสินค้าที่ขึ้นต้นด้วยวัตถุดิบ 2) ชื่อชนิดของสินค้าที่ขึ้นต้นด้วยชนิดของสินค้าและ 3) ชื่อของสินค้าที่ขึ้นต้นด้วยชื่อเฉพาะของสินค้า ชื่อชนิดของสินค้าที่ขึ้นต้นด้วยวัตถุดิบแบ่งออกเป็น 2 ชนิดคือ 1) โครงสร้างเดี่ยว และ 2) โครงสร้างขยายมี 2 กลุ่มคือ โครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 2 ส่วน และโครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 3 ส่วน ชื่อชนิดของสินค้าที่ขึ้นต้นด้วยชนิดของสินค้าแบ่งเป็น 4 กลุ่มใหญ่ได้แก่ 1) โครงสร้างเดี่ยว 2) โครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 2 ส่วน 3) โครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 3 ส่วน และ 4) โครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 4 ส่วน ชื่อชนิดของสินค้าที่ขึ้นต้นด้วยชื่อเฉพาะของสินค้าแบ่งเป็น 3 กลุ่มใหญ่คือ 1) โครงสร้างเดี่ยว 2) โครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 2 ส่วน และ 3) โครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 3 ส่วน โครงสร้างทางความหมายของชื่อทางการค้าแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ 1) ชื่อเฉพาะ และ 2) ชื่อสามัญ

ข้อความที่ปรากฏบนฉลากสินค้าแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) ข้อความที่ปรากฏเสมอมี 3 ประเภท ได้แก่ ชื่อประเภทของสินค้า ชื่อผู้ผลิตสินค้าและหมายเลขโทรศัพท์ 2) ข้อความที่ปรากฏหรือไม่ปรากฏก็ได้มี 13 ประเภท เช่น ชื่อทางการค้า สถานที่ตั้งของผู้ผลิตสินค้า ส่วนผสม เป็นต้น

กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อโน้มน้าวใจมี 5 ประเภท ได้แก่ 1) การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ สรรพคุณ หรือลักษณะเด่น 2) การรับรองคุณภาพ 3) การระบุคุณภาพหรือคุณสมบัติระดับสูง 4) การเชื่อมโยงสินค้ากับปัจจัยทางสังคมหรือวัฒนธรรม และ 5) การใช้คำขวัญโฆษณา

ข้อความบนฉลากสินค้าสะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่น 4 ด้าน ได้แก่ ภูมิปัญญาด้านอาหาร ด้านศิลปกรรม ด้านแพทย์แผนไทย และด้านอาชีพ วิธีชีวิตที่สะท้อนจากข้อความบนฉลากสินค้านี้มี 4 ประเภทใหญ่ ได้แก่ วิธีชีวิตด้านสังคมและชุมชน ด้านวัฒนธรรม ด้านเศรษฐกิจและด้านสิ่งแวดล้อม ผู้ผลิตส่วนใหญ่ต้องการพัฒนาฉลากสินค้าให้มีสีสันสวยงามมากขึ้น แต่ปัญหาคือผู้ผลิตไม่ต้องการเพิ่มต้นทุนในการผลิตเพราะจะทำให้สินค้ามีราคาแพงขึ้น และผู้ผลิตต้องการการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกในการพัฒนาฉลากสินค้า

Abstract

This study aims to investigate brand names and information on product labels of community products in Songkhla. The study focuses on: language source, syllables, word formation, meaning, information on product labels, persuasive strategies, ways of life and folk wisdom reflected on brand names and information on the product labels, and how the manufacturers perceived their brand identities and how they wanted to improve their product labels as well as the obstacles in producing product labels. This study will give some suggestions how to improve product labels. Data was collected from 43 community product labels in Sating Pra District, Songkhla, in 2011.

The community product brand names consist of two components: 1) product names and 2) trade names. Product names are composed of words derived from nine origins, namely, Thai, Southern Thai dialect, Northern Thai dialect, Pali-Sanskrit, Khmer, Malay, Portuguese, French and English. Words used in creating trade names are derived from five origins, namely, Thai, Southern Thai dialect, Pali-Sanskrit, Khmer, and Persian. Some names are composed of words from more than one origin. Product names consist of two to eight syllables while trade names consist of two to five syllables. Product names are created from two types of word formation: compounding and derivation while trade names are created from two types of word formation: compounding and clipping.

The structures of product names can be divided into 3 types: 1) product names which begin with words for raw materials, 2) product names which begin with words for type of products, and 3) product names which begin with words for type of product's specific names. Product names which begin with words for raw materials are in 1) simple referent names and 2) complex referent names. The complex referent names can be classified into two groups: 1) complex referent names with two components and 2) complex referent names with three components. Product names which begin

with words for type of products are in 1) simple referent names and 2) complex referent names with two to four components. Product names which begin with words for product's specific names are in 1) simple referent names and 2) complex referent names with two to three components. Trade names are created by 1) proper names and 2) common names.

Product description on the labels of community products can be divided into two categories: 1) description which is found in every product and 2) description which may or may not be found on the label. There are three types of product description found in every product: type of product, name of the manufacturer and telephone number. There are thirteen types of product description which may or may not be found on the label such as trade name or trademark, place of manufacturing, or ingredients.

There are five persuasive language strategies used on product labels: 1) information about benefit, health or medicinal benefit, or distinctive characteristic of the product, 2) quality approved by authority, 3) fine or organic ingredients, 4) relationship between the product and the social or cultural aspect of the community, and 5) a slogan.

Product description on the labels of community products found in the study can reflect four types of local wisdom: wisdom regarding food, wisdom regarding fine arts, wisdom regarding traditional Thai healers and wisdom regarding occupations. Also, there are four aspects of local ways of life reflected by product description: social and community, cultural, economic and environmental aspects. Most manufacturers were keen to improve the look of the product labels but higher cost, which resulted in more expensive retail price, was a big consideration. Helps from professional bodies in improving product labels were needed.