

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาชื่อตราสินค้าและข้อความบนฉลากสินค้าชุมชนที่เกี่ยวกับภาษาในประเด็นต่าง ๆ ทั้งด้านลักษณะภาษา ความหมาย ลักษณะข้อความที่ปรากฏบนฉลากสินค้า การใช้ภาษาเพื่อโน้มน้าวใจผู้บริโภค ซึ่งผลการศึกษสามารถแสดงให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะบางประการของภาษาที่ใช้ตั้งชื่อตราสินค้าและฉลากสินค้าชุมชน นอกจากนี้ งานวิจัยนี้ยังได้ศึกษาปัญหาหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับชื่อตราสินค้าและข้อความบนฉลากสินค้าของผู้ผลิตสินค้าชุมชน รวมถึงข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปรับปรุงชื่อตราสินค้าและข้อความบนฉลากสินค้าชุมชนได้ ข้อความบนฉลากสินค้ายังสามารถเชื่อมโยงไปถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชนของผู้ผลิตสินค้าได้เนื่องจากการผลิตสินค้าชุมชนมีวัตถุประสงค์ที่มุ่งเน้นด้านการส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าให้กับองค์ความรู้และวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งแต่ละท้องถิ่นย่อมมีสินค้าชุมชนที่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่ามีภูมิปัญญาและมีวิถีชีวิตที่แตกต่างกับชุมชนอื่น ผลการศึกษสามารถสรุปได้ดังนี้

6.1 สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้แบ่งประเภทของชื่อตราสินค้าออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ชื่อชนิดของสินค้า และชื่อทางการค้า การศึกษาลักษณะภาษาของชื่อตราสินค้าชุมชนแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ประเด็นแรก ศึกษาที่มาของภาษาที่ใช้ในการตั้งชื่อ พบว่าชื่อชนิดของสินค้ามีการใช้ภาษาต่าง ๆ 9 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทยมาตรฐาน ภาษาถิ่นใต้ ภาษาถิ่นเหนือ ภาษาบาลี-สันสกฤต ภาษาเขมร ภาษามลายู ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส และภาษาโปรตุเกส ส่วนชื่อทางการค้าพบว่ามีภาษาต่าง ๆ 5 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาถิ่นใต้ ภาษาบาลี-สันสกฤต ภาษาเขมร และภาษาเปอร์เซีย ประเด็นที่สองศึกษาจำนวนพยางค์ ชื่อชนิดของสินค้ามีจำนวนพยางค์ตั้งแต่ 2 – 8 พยางค์ ส่วนชื่อทางการค้ามีจำนวนพยางค์ตั้งแต่ 2 – 5 พยางค์ กล่าวได้ว่าชื่อทางการค้ามีแนวโน้มที่จะมีจำนวนพยางค์น้อยกว่าชื่อชนิดของสินค้า ประเด็นสุดท้ายในการศึกษาลักษณะทางภาษาคือการสร้างคำปรากฏว่าชื่อชนิดของสินค้ามีการสร้างคำด้วยวิธีการประสมคำและการเติมหน่วยคำเติม ส่วนชื่อทางการค้าปรากฏการสร้างคำด้วยวิธีการประสมคำและการตัดคำ

ประเด็นต่อมาของการศึกษาลักษณะทางภาษาของชื่อตราสินค้าชุมชนคือ ความเป็นมาและโครงสร้างทางความหมายของชื่อตราสินค้า ชื่อชนิดของสินค้าชุมชนแบ่งออกตามโครงสร้างทางความหมายโดยพิจารณาจากโครงสร้างของความหมายที่ปรากฏเป็นโครงสร้างแรกของชื่อ สามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. ชื่อสินค้าที่ขึ้นต้นด้วยวัตถุดิบ
2. ชื่อสินค้าที่ขึ้นต้นด้วยชนิดของสินค้า
3. ชื่อสินค้าที่ขึ้นต้นด้วยชื่อเฉพาะของสินค้า

1. ชื่อสินค้าที่ขึ้นต้นด้วยวัตถุดิบ มีโครงสร้างหลัก 2 แบบ ได้แก่

1.1 โครงสร้างเดี่ยว ประกอบด้วยชื่อวัตถุดิบที่ใช้ผลิตสินค้า เช่น หัวครก เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ แสดงถึงวัตถุดิบที่ใช้ผลิตสินค้า

1.2. โครงสร้างขยาย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ โครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 2 ส่วนและโครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 3 ส่วน

1.2.1 โครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 2 ส่วน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. วัตถุดิบ + ลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้า
2. วัตถุดิบ + กระบวนการผลิต

1.2.2 โครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 3 ส่วน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. วัตถุดิบหลัก + กระบวนการผลิต + วัตถุดิบรอง
2. วัตถุดิบ + วัตถุที่เป็นเป้าหมายของการใช้ + ประโยชน์ของสินค้า

2. ชื่อสินค้าที่ขึ้นต้นด้วยชนิดของสินค้า พบทั้งโครงสร้างเดี่ยวและโครงสร้างขยาย ได้แก่

2.1 โครงสร้างเดี่ยว ปรากฏในข้อมูล 1 ชื่อได้แก่ น้ำปลา

2.2 โครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 2 ส่วน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ชนิดของสินค้า + วัตถุดิบ
2. ชนิดของสินค้า + ลักษณะของสินค้า
3. ชนิดของสินค้า + ชื่อเฉพาะของสินค้า

2.3. โครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 3 ส่วน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ชนิดของสินค้า + วัตถุดิบรอง + วัตถุดิบหลัก
2. ชนิดของสินค้า + ลักษณะ + วิธีใช้
3. ชนิดของสินค้า + ชื่อเฉพาะของสินค้า + ลักษณะหรือคุณสมบัติ
4. ชนิดของสินค้า + คุณสมบัติ + วัตถุดิบ

2.4 โครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 4 ส่วน มีการเรียงโครงสร้างทางความหมาย 1 รูปแบบ คือ ชนิดของสินค้า + ชื่อเฉพาะของสินค้า + ลักษณะ + วัตถุดิบรอง

3. ชื่อสินค้าที่ขึ้นต้นด้วยชื่อเฉพาะของสินค้า มีโครงสร้างหลัก 2 แบบ ได้แก่

3.1 โครงสร้างเดี่ยว

3.2 โครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 2 ส่วน ปรากฏ 2 รูปแบบ

1. ชื่อเฉพาะของสินค้า + ชื่อเฉพาะของสินค้า
2. ชื่อเฉพาะของสินค้า + วัตถุประสงค์รับรอง

3.3 โครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 3 ส่วน ปรากฏ 1 รูปแบบ คือ ชื่อเฉพาะของสินค้า + เป้าหมายของการใช้ + วัตถุประสงค์รับรองของสิ่งที่เป็นเป้าหมาย

ความเป็นมาและโครงสร้างทางความหมายของชื่อทางการค้า ชื่อทางการค้าเป็นชื่อของผู้ประกอบการมีความสำคัญในการช่วยให้ผู้บริโภคจดจำผลิตภัณฑ์และแยกแยะผลิตภัณฑ์แบบเดียวกันของผู้ประกอบการต่างกลุ่มออกจากกันได้ โครงสร้างทางความหมายของชื่อทางการค้าแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้

1. **ชื่อเฉพาะ** เป็นการใช้ชื่อเฉพาะของบุคคลหรือสถานที่มาตั้งเป็นชื่อทางการค้าซึ่งมีโครงสร้างทางความหมายของชื่อ 3 รูปแบบ ดังนี้

- 1.1 คำเรียกญาติ + ชื่อบุคคล
- 1.2 ตรา + คำเรียกญาติ + ชื่อบุคคล
- 1.3 สูตร + คำเรียกญาติ + ชื่อบุคคล

2. **ชื่อสามัญ** (common name) เป็นชื่อที่เกิดจากการตั้งโดยใช้คำทั่ว ๆ ไปไม่เจาะจงว่าเป็นบุคคลใดหรือสถานที่ใดโดยเฉพาะ จากข้อมูลปรากฏโครงสร้างทางความหมาย 5 รูปแบบ ดังนี้

- 2.1 ชื่อวัตถุดิบ + แหล่งที่มาของวัตถุดิบ
- 2.2 คุณสมบัติ + ชื่อสถานที่
- 2.3 ตรา + วัตถุดิบ
- 2.4 ตรา + ชื่อสิ่งของแบบสัญลักษณ์ + คุณสมบัติ
- 2.5 ลักษณะของพื้นที่ 1 + ลักษณะของพื้นที่ 2 + วัตถุดิบ

ประเด็นของการศึกษาอีกประเด็นหนึ่งคือ การศึกษาข้อความที่ปรากฏบนฉลากสินค้าชุมชน ซึ่งแบ่งประเด็นการศึกษาออกเป็น 2 กลุ่มคือ 1) องค์ประกอบของข้อความที่ปรากฏบนฉลากสินค้า และ 2) กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อโน้มน้าวใจ

1. **องค์ประกอบของข้อความที่ปรากฏบนฉลากสินค้า** แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มตามการปรากฏ ดังนี้

1.1 ข้อความที่ปรากฏเสมอมี 3 ประเภท ได้แก่ ชื่อประเภทของสินค้า ชื่อผู้ผลิตสินค้า และหมายเลขโทรศัพท์

1.2 ข้อความที่ปรากฏหรือไม่ปรากฏก็ได้มี 14 ประเภท ได้แก่

1. ชื่อทางการค้าหรือเครื่องหมายการค้า
2. สถานที่ตั้งของผู้ผลิตสินค้า
3. ปริมาณ ปริมาตร หรือนำหนักของสินค้า
5. ส่วนผสมหรือวัตถุดิบ
6. วิธีใช้
7. การดูแลรักษา ปรากฏเฉพาะในฉลากสินค้าหัตถกรรมใยตาล
8. วันเดือนปีที่ผลิต/หมดอายุ
9. ราคา ส่วนใหญ่ไม่ระบุ
10. สรรพคุณหรือประโยชน์ เช่น สบู่หอมลูกตาล ระบุสรรพคุณของลูกตาลเพราะผู้บริโภคอาจไม่ทราบมาก่อน
11. เครื่องหมาย ออย.หรือเครื่องหมายฮาลาล มีเฉพาะสินค้าที่ผ่านการรับรอง ส่วนสินค้าที่ไม่ได้ยื่นเรื่องขอรับเครื่องหมาย ออย.หรือฮาลาลจะไม่ปรากฏรูปเครื่องหมายเหล่านี้บนฉลาก
12. ตราโอท็อป ปรากฏเฉพาะสินค้าที่เข้าร่วมโครงการโอท็อป
13. ตราองค์กรต่าง ๆ ที่ให้การสนับสนุน เฉพาะผู้ผลิตที่ได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนหรือด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะพิมพ์ตราองค์กรที่สนับสนุนทั้งในปัจจุบันและในอดีตบนฉลากสินค้าเพื่อเป็นเครื่องรับประกันคุณภาพสินค้าและแสดงการขอบคุณผู้สนับสนุน
14. ข้อมูลด้านวิถีชีวิตและภูมิปัญญา ผู้ผลิตที่ต้องการสร้างคุณค่าให้สินค้าของตนในด้านการเป็นสินค้าประจำท้องถิ่นที่แสดงเอกลักษณ์และภูมิปัญญาของชุมชน เช่น หัตถกรรมใยตาล

2. กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อโน้มน้าวใจ ผลการศึกษาพบว่าข้อความบนฉลากสินค้ามีการใช้กลวิธีการโน้มน้าวใจเพื่อให้บริโภคสนใจหรือตระหนักถึงประโยชน์หรือคุณค่าของสินค้า ดังนี้

2.1 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ สรรพคุณ หรือลักษณะเด่นของสินค้า เช่น คุณสมบัติของสินค้า และผลดีหลังการใช้สินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงประสิทธิภาพของสินค้าและคาดหวังว่าจะได้รับผลที่น่าพอใจหลังการใช้สินค้านั้น

2.2 การรับรองคุณภาพ เช่น ตราโอท็อป จำนวนดาวที่ได้รับจากการประกวดสินค้าโอท็อป เครื่องหมายรับรองคุณภาพสินค้าต่าง ๆ เช่น เครื่องหมาย ออย. เพื่อรับรองว่าการผลิตผ่านระดับมาตรฐานของคณะกรรมการอาหารและยา เครื่องหมายฮาลาล

2.3 การระบุคุณภาพหรือคุณสมบัติในระดับสูงของสินค้า เช่น การระบุว่าเป็นของแท้ 100% ไม่ใส่วัตถุกันเสีย เป็นวัสดุจากธรรมชาติ ปลอดภัยจากสารพิษ

2.4 การเชื่อมโยงสินค้ากับคุณค่าทางสังคมหรือวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้า เช่น การเพิ่มคุณค่าทางวัฒนธรรมให้กับสินค้าด้วยการระบุว่าเป็นส่วนหนึ่งของการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น สินค้ามีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนทำให้สะท้อนเอกลักษณ์ของชุมชน และส่งเสริมวิถีชีวิตแบบอนุรักษ์ สินค้ามีกระบวนการผลิตตามวิธีดั้งเดิม

2.5 การใช้คำขวัญโฆษณา เป็นการใช้อรรถาธิบายสั้น ๆ เปรียบเหมือนสัญลักษณ์ของสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคสะดุดตาและจดจำได้ง่าย ปรากฏการใช้คำขวัญประจำจังหวัดสงขลาเพื่อเชื่อมโยงสินค้ากับเอกลักษณ์ของจังหวัด

นอกจากการศึกษา ชื่อตราสินค้าชุมชนและข้อความบนฉลากสินค้าในด้านภาษาแล้ว งานวิจัยนี้ยังศึกษาความคิดเห็น ความต้องการและปัญหาของผู้ผลิตสินค้าชุมชนที่มีต่อชื่อตราสินค้าและฉลากสินค้าของผลิตภัณฑ์ของตนเอง โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตัวแทนของผู้ผลิตสินค้าชุมชน ผลการศึกษาพบว่าผู้ผลิตสินค้าชุมชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับฉลากสินค้าของตนเอง โดยผู้ผลิตจะคำนึงถึงต้นทุนการผลิตเป็นหลัก ดังนั้นฉลากสินค้าที่ใช้อยู่ในปัจจุบันมักจะเป็นกระดาษสติ๊กเกอร์สีเหลี่ยมขนาดเล็ก พิมพ์สองสีพื้นหลังมักเป็นสีขาว ตัวอักษรมักใช้สีแดง สีส้ม สีเขียวหรือสีน้ำเงิน พิมพ์ครั้งละหลายแผ่นเพื่อประหยัดต้นทุน สินค้าจึงมีราคาไม่แพง ขายได้ง่าย แม้ว่าผู้ผลิตจะต้องการฉลากสินค้าที่พิมพ์สี่สี มีรูปภาพสวยงาม หรือมีข้อความโน้มน้าวใจผู้บริโภคมากกว่านี้ แต่ปัญหาเรื่องต้นทุนที่จะเพิ่มสูงขึ้นทำให้ผู้ผลิตเลือกฉลากสินค้าที่เรียบง่ายเป็นหลัก ผู้ผลิตต้องการการสนับสนุนในด้านการออกแบบและต้นทุนการจัดพิมพ์ฉลากสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ ส่วนใหญ่ผู้ผลิตเคยได้รับการช่วยเหลือด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานภาครัฐหรือสถาบันการศึกษา

สิ่งที่ผู้ผลิตต้องการคือการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นบรรจุภัณฑ์แบบแยกชิ้นบรรจุขนม 1 ชิ้นต่อ 1 ซอง แล้วใส่รวมในถุงใบใหญ่อีกครั้งหนึ่งเพื่อยืดระยะเวลาในการเก็บรักษาขนม ผู้ผลิตมีความกระตือรือร้นในการศึกษารูปแบบของบรรจุภัณฑ์จากตลาดระดับประเทศหรือระดับนานาชาติ เพราะต้องการพัฒนาสินค้าของตนเอง แต่ติดปัญหาด้านต้นทุนที่สูงเกินไป ผู้ผลิตมีความพอใจในชื่อตราสินค้าของตนเนื่องจากเป็นชื่อที่เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับของคนในชุมชน ส่วนข้อความบนฉลากสินค้านั้น ผู้ผลิตเห็นว่าไม่มีความจำเป็นต้องแสดงข้อมูลบางอย่าง เช่น วันเดือนปีที่ผลิต วันเดือนปีที่หมดอายุ เนื่องจากการผลิตสินค้าใหม่อยู่เสมอประมาณทุก 1 สัปดาห์ สินค้าขายหมดในระยะเวลาอันสั้น จึงไม่มีปัญหาในเรื่องของสินค้าเน่าเสีย

แนวทางการตั้งชื่อตราสินค้าแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกต้องการแสดงเอกลักษณ์ของความเป็นท้องถิ่น จึงต้องการชื่อที่ใช้คำภาษาถิ่น ส่วนตราสินค้านิยมใช้ชื่อตราที่เชื่อมโยงความ

หมายถึงวัตถุดิบในท้องถิ่น กลุ่มที่สองต้องการขยายตลาดของสินค้าจึงเห็นว่าการใช้ชื่อที่เป็นภาษาไทยมาตรฐานมีความเหมาะสมเพราะเข้าใจง่าย ชื่อทางการค้าของสินค้าชุมชนมีจำนวนพยางค์ไม่มากจึงถือว่าเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานการตั้งชื่อทางการค้า แต่ชื่อชนิดของสินค้าชุมชนไม่เป็นไปตามเกณฑ์นี้เพราะมีจำนวนพยางค์ค่อนข้างมากและบางครั้งพิมพ์ตามการออกเสียงแบบภาษาถิ่น เช่น ข้าวเม่า เป็น ข้าวม้าว จึงควรมีการตรวจสอบความถูกต้องด้านการพิมพ์เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาด นอกจากนี้ปัญหาด้านทุนส่งผลให้ผู้ผลิตหลายรายเลิกกิจการไป การตั้งชื่อทางการค้าจึงไม่จำเป็น ยกเว้นกลุ่มที่สามารถดำเนินกิจการได้อย่างมั่นคงจะสร้างตราสินค้าของตนเองขึ้นจนเป็นที่ยอมรับของตลาด ข้อมูลที่ปรากฏบนฉลากสินค้าควรมีข้อมูลที่แสดงคุณลักษณะ ประโยชน์ หรือเอกลักษณ์ของสินค้า ส่วนข้อมูลแสดงรายละเอียดตามเกณฑ์มาตรฐานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคนั้นหลาย ๆ ส่วนไม่มีความจำเป็นสำหรับสินค้าชุมชน เนื่องจากระยะเวลาการขายและการเก็บรักษาอยู่ในช่วงสั้น ๆ จึงไม่จำเป็นต้องระบุข้อมูลประเภทวันเดือนปีที่ผลิตหรือวันหมดอายุ

ชื่อตราสินค้าและข้อความบนฉลากสินค้าชุมชนยังสามารถสื่อให้เห็นถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นได้จากข้อมูลปรากฏข้อความที่แสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น 4 ด้านด้วยกัน ได้แก่

1. ภูมิปัญญาด้านอาหาร ปรากฏข้อความที่แสดงภูมิปัญญาท้องถิ่นในแง่ของการผลิตแบบดั้งเดิม การผลิตที่เน้นการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ และการถนอมอาหารโดยไม่ใช้วัตถุกันเสีย
2. ภูมิปัญญาด้านศิลปกรรม ปรากฏข้อความที่อธิบายว่างานหัตถกรรมโยตาลนั้นเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างชัดเจน ซึ่งเป็นแนวทางของสินค้าชุมชนโดยเฉพาะสินค้าโอท็อป
3. ภูมิปัญญาด้านแพทย์แผนไทย มีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่แสดงข้อความอันส่งเสริมในแง่ของการดูแลสุขภาพ เช่น สบู่ตาลโตนด น้ำผึ้งผง
4. ภูมิปัญญาด้านอาชีพ อาชีพผลิตสินค้าชุมชนมีลักษณะของการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาส่งเสริมการประกอบอาชีพ โดยเป็นอาชีพที่ได้ใช้วัตถุดิบที่มีอยู่มากมายในท้องถิ่น มีการถ่ายทอดทักษะความรู้และความชำนาญของผู้สูงอายุให้กับคนรุ่นต่อ ๆ ไป มีการพัฒนาภูมิปัญญาให้ทันสมัยต่อยอดจากภูมิปัญญาดั้งเดิม มีการบริหารแบ่งงานตามความถนัดของแต่ละฝ่ายในกลุ่ม มีการบริหารด้านทุน การตลาด และการผลิตโดยอาศัยการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือองค์กรการกุศล มีการศึกษาดูงานและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านต่าง ๆ ระหว่างกลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน

ประเด็นสุดท้ายที่ศึกษาในงานวิจัยนี้คือวิถีชีวิตที่สะท้อนจากข้อความบนฉลากสินค้า ผลการศึกษาพบว่าข้อความบนฉลากสินค้าสะท้อนวิถีชีวิตชุมชนใน 4 ลักษณะ ได้แก่

1. วิถีชีวิตด้านสังคมและชุมชน แสดงถึงการรวมกลุ่มของคนในชุมชน บทบาทของสตรีในชุมชน ความสัมพันธ์กับหน่วยงานของรัฐ เอกชนหรือสถาบันการศึกษาที่สนับสนุนการผลิตสินค้าชุมชน
2. วิถีชีวิตด้านวัฒนธรรม สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของผู้ผลิตสินค้าที่มีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมชุมชน ทั้งวัฒนธรรมด้านอาหารการกินทำให้ทราบถึงวิถีการกินของชาวบ้าน วิถีชีวิตที่ดำรงศิลปหัตถกรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีชีวิตที่ดำรงไว้ซึ่งการใช้ภาษาไทยถิ่น
3. วิถีชีวิตด้านเศรษฐกิจ สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของผู้ผลิตสินค้าที่มีความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจ ในแง่ของการรวมกลุ่มกันของคนในชุมชนเพื่อให้เกิดอาชีพและรายได้ การต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเพิ่มมูลค่าของทรัพยากรในท้องถิ่น ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น การแสวงหาทุนและการสนับสนุนด้านต่าง ๆ การสร้างมาตรฐานของสินค้าท้องถิ่น
4. วิถีชีวิตด้านสิ่งแวดล้อม แสดงถึงวิถีชีวิตชุมชนที่มีกระบวนการผลิตสินค้าชุมชนโดยใช้ทรัพยากรที่เหลือทิ้งจากตาลโตนด ช่วยลดจำนวนขยะ และสร้างมูลค่าให้เศษวัสดุเหลือใช้ ซึ่งเป็นข้อความจากหัตถกรรมใยตาล

6.2 อภิปรายผล

งานวิจัยนี้ศึกษาชื่อตราสินค้าและข้อความบนฉลากสินค้าชุมชนโดยแยกแยะออกเป็นประเด็นต่าง ๆ ที่หลากหลาย แต่ละประเด็นมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และสามารถสะท้อนให้เห็นลักษณะเฉพาะอันเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าชุมชนในจังหวัดสงขลา

การผลิตสินค้าชุมชนได้รับการส่งเสริมโดยภาคีรัฐบาลภายใต้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์และโครงการรัฐวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีหลักการในการส่งเสริมให้เกษตรกรในชุมชนสามารถสร้างอาชีพและรายได้จากการแปรรูปผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง โดยเน้นการใช้ทุนของชุมชน เช่น วัตถุดิบและทรัพยากรในท้องถิ่น แรงงาน ความรู้ ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของท้องถิ่น เพื่อสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของชุมชน มีการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีลักษณะเฉพาะของชุมชนของตนเองและแตกต่างจากชุมชนอื่น เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจของชุมชน ด้วยหลักการนี้ ชื่อตราสินค้าชุมชนและข้อความบนฉลากสินค้าจึงปรากฏข้อความที่สื่อความหมายถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรมท้องถิ่น และวิถีชีวิตของท้องถิ่น

ชื่อชนิดของสินค้าในอำเภอสทิงพระส่วนใหญ่เป็นชื่อของขนมพื้นเมืองที่เป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไป เช่น ขนมโก๋ ขนมถั่วंगा หัวครก เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ เป็นต้น ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์

ของโครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ต้องการให้มีการนำเอาสินค้าดั้งเดิมในท้องถิ่นมาขายในตลาดระดับประเทศหรือสากล ชื่อชนิดของสินค้าชุมชนจึงเป็นชื่อที่สะท้อนถึงผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมในท้องถิ่น

การคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนเป็นอีกหนึ่งเป้าหมายในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์และโครงการรัฐวิสาหกิจชุมชน ดังนั้น ชื่อสินค้าชุมชนจึงมีชื่อสินค้าที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของคนในชุมชน ได้แก่ ลูกตาลกรอบ สบู่ตาลโดนด สบู่หอมลูกตาล ซึ่งถือได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการคิดค้นขึ้นมาใหม่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนสทิงพระ

ชื่อชนิดของสินค้าที่มีโครงสร้างทางความหมายที่ซับซ้อนขึ้นมีวัตถุประสงค์หลักคือการขยายความเพิ่มรายละเอียดของสินค้า นั่นหมายความว่าสินค้านั้นมีการดัดแปลงต่อยอดขึ้นจากสินค้าดั้งเดิม เช่น ขนมโก๋สอดไส้ ขนมโก๋ไส้ถั่ว เป็นต้น ชื่อชนิดของสินค้าอาจมีการเสริมความหมายเพื่อเพิ่มเติมความสรรพคุณหรือประโยชน์ใช้สอยของสินค้า เช่น สบู่หอมลูกตาล น้ำตาลผงชงกาแฟ เป็นต้น ชื่อที่มีโครงสร้างทางความหมายที่ซับซ้อนเพื่อเสริมความหมายให้กับผลิตภัณฑ์หรือชื่ออาหารเป็นลักษณะที่พบในการศึกษาความหมายของชื่อสินค้าของ นิทัศน์ บุญไพศาลสถิตย์ (Boonpaisarnsatit, 2005) การศึกษาความหมายของชื่ออาหารของประมวล บุญชนะ (2553) และ อนัตตยา คอมิธิน (2548) รวมถึงการศึกษาความหมายของชื่อธุรกิจการค้า ของวิยะดา จงบรรจบ (2534) จึงถือได้ว่าเป็นรูปแบบของการตั้งชื่อสินค้า ชื่ออาหารและชื่อธุรกิจการค้าโดยทั่วไป แต่ความแตกต่างอยู่ที่การเรียงโครงสร้างทางความหมายที่แตกต่างกันไป

โครงสร้างทางความหมายของชื่อชนิดของสินค้าชุมชนในงานวิจัยนี้มีโครงสร้างแบบตรงง่าย ไม่ซับซ้อน มีการขยายความของสินค้าเพื่อบอกรายละเอียดหรือคุณสมบัติต่าง ๆ เพิ่มขึ้นด้วยการเติมคำเพิ่มเข้าไปในชื่อ แต่ไม่มีการตั้งชื่อที่มีความหมายโดยนัย แตกต่างจากงานของนิทัศน์ บุญไพศาลสถิตย์ (Boonpaisarnsatit, 2005) ที่ได้ศึกษาโครงสร้างของชื่อตราสินค้าไทยและพบว่ามีชื่อสินค้าที่มีความหมายเชิงอุปลักษณ์ เช่น กล้วยเบรกแตก หมายถึง กล้วยที่รับประทานแล้วหยุดรับประทานไม่ได้ เป็นการนำคำว่า เบรกแตก ที่ใช้กับรถยนต์ หมายถึง รถที่ไม่สามารถหยุดจอดได้เนื่องจากอุปกรณ์สำหรับหยุดรถที่เรียกว่า เบรก นั้นชำรุดหรือแตกนั่นเอง ดังนั้น ในงานวิจัยนี้จึงได้สะท้อนภาพของสินค้าชุมชนที่เน้นการสื่อสารที่ตรงไปตรงมาระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค โครงสร้างของชื่อสินค้า ดังนั้นข้อเสนอแนะในการตั้งชื่อสินค้าชุมชนของอำเภอ สทิงพระ ควรมีการสรรคำมาตั้งชื่อให้มีความหมายเชิงอุปลักษณ์เพื่อให้สินค้ามีความโดดเด่นสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้มากขึ้น

ชุมชนในอำเภอสทิงพระมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพผู้คนมีวิถีชีวิตในรูปแบบที่เรียกว่าวิถีโหนด นา เล แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์จากตาลโดนด การทำนาปลูกข้าว และการทำประมง การดำเนินชีวิตของผู้คนในชุมชนยังคงรูปแบบเดิมอยู่มาก ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในพื้นที่ ดังนั้นชาวสทิงพระจึงให้

ความสำคัญกับคุณค่าของวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงมีการตั้งชื่อตราสินค้าที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น นอกจากนี้ผู้ผลิตบางรายยังเพิ่มมูลค่าของสินค้าด้วยการสร้างสินค้าชุมชนให้เป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการโน้มน้าวใจผู้บริโภคให้ซื้อสินค้า

ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีความสำคัญต่อการผลิตสินค้าชุมชนเป็นอย่างมากเนื่องจากสินค้าที่ผลิตขึ้นอาศัยทรัพยากรในท้องถิ่นเป็นหลัก กระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมเป็นจุดขายสำคัญอย่างหนึ่งของสินค้าชุมชน ดังจะสังเกตได้จากการข้อมูลที่ปรากฏในฉลากสินค้าระบุว่าใช้วิธีการผลิตแบบดั้งเดิม สินค้าปราศจากสารเคมี วัตถุกันเสีย ปลอดภัย คุณสมบัติเหล่านี้ช่วยสร้างคุณค่าด้านสุขอนามัยให้กับสินค้าชุมชนซึ่งแตกต่างสินค้าจากโรงงานอุตสาหกรรมที่มีการผลิตจำนวนมากใช้สารเคมีปรุงรส แต่งสีหรือวัตถุกันเสีย การผลิตสินค้าชุมชนช่วยให้เกิดการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง เมื่อภูมิปัญญาท้องถิ่นมีมูลค่าก่อให้เกิดรายได้ผู้คนย่อมเห็นถึงความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นมากขึ้น

การดำเนินกิจการการผลิตสินค้าชุมชนก่อให้เกิดวิถีชีวิตชุมชนในรูปแบบที่ผสมผสานระหว่างวิถีชีวิตดั้งเดิมกับวิถีชีวิตที่เกษตรกรปรับตัวเข้าสู่ภาคธุรกิจ เกิดการรวมกลุ่มของผู้คนในชุมชน จะเห็นได้ว่ากลุ่มแม่บ้านเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการผลิตสินค้าชุมชน มีความรู้และเป็นผู้สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่ส่งต่อกันมาจากรุ่นยาย รุ่นแม่ สู่รุ่นลูก ชุมชนตระหนักถึงคุณค่าของตนเอง ในฐานะกลไกที่ขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของชุมชน ซึ่งข้อความบนฉลากสินค้าสามารถสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชุมชนได้ ไม่ว่าจะเป็นการรวมกลุ่ม การส่งเสริมบทบาทสตรีในชุมชน การส่งเสริม สนับสนุนและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษากับชุมชน และระหว่างชุมชนกับชุมชน เมื่อชุมชนตระหนักถึงคุณค่าของภูมิปัญญา วัฒนธรรมและทรัพยากรในท้องถิ่นแล้วย่อมส่งผลให้เกิดการอนุรักษ์สิ่งเหล่านี้ไว้ และทำนุบำรุงมิให้เอกลักษณ์ของท้องถิ่นถูกกลืนเข้ากับวัฒนธรรมสมัยใหม่หรือวัฒนธรรมสากล

ในทางธุรกิจ ชื่อตราสินค้า (brand name) มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อตัวสินค้าเนื่องจากตราสินค้าเป็นตัวบ่งชี้ถึงเอกลักษณ์ (identity) สัญชาติ (nationality) คุณสมบัติ (quality) หรือความน่าเชื่อถือ (reliability) ของสินค้านั้น (Ellwood, 2002) ตราสินค้ายังสามารถสื่อถึงวัฒนธรรมขององค์กรหรือชาติของผู้ผลิตสินค้า และการส่งเสริมเอกลักษณ์ของตราสินค้าสามารถทำได้ด้วยการใช้ข้อความเฉพาะต่าง ๆ (กาลัญ วรพิทยุต, 2550) ชื่อทางการค้าของสินค้าชุมชนในอำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลามีสื่อที่แสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (locality) เนื่องจากเป็นสินค้าในระดับท้องถิ่นจึงไม่ได้บ่งบอกความเป็นสัญชาติในระดับชาติ (nationality) อย่างชัดเจน ด้วยเหตุที่อำเภอสทิงพระมีชื่อเสียงในเรื่องของการปลูกตาลโตนดและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ได้จากตาลโตนด ไม่ว่าจะเป็นน้ำตาลลูกตาล จาวตาล หรือใยตาล ดังนั้นจึงมีผู้ผลิตที่ตั้งชื่อทางการค้าโดยใช้คำที่เกี่ยวข้องกับตาลโตนด เช่น ตราลูกตาลโตนด บ้านสวนตาล และโหนดทั้ง เป็นต้น เป็นการบ่งบอกถึงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

ช่วยให้ผู้ซื้อเกิดความเชื่อมั่น (reliability) ว่าผลิตภัณฑ์น่าจะมีคุณภาพดี (quality) เนื่องจากมาจากแหล่งที่มีชื่อเสียงด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตหรือตลาดของตนเอง นอกจากนี้เอกลักษณ์อีกอย่างหนึ่งของอำเภอสทิงพระคือ การผลิตในรูปแบบของอุตสาหกรรมในครัวเรือน ดังนั้นจึงมีชื่อทางการค้าที่ใช้คำเรียกญาติมาประกอบกับชื่อเจ้าของกิจการ ได้แก่ ตราแม่อรุณ แม่ณอม พี่สุณีย์ และน้องอ๊อด

อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์ผู้ผลิต ผู้ผลิตส่วนใหญ่แสดงความเห็นว่าไม่นิยมตั้งชื่อทางการค้าเนื่องจากไม่มีความจำเป็นเพราะมีการระบุชื่อผู้ผลิตหรือชื่อกลุ่มแม่บ้านไว้ในส่วนของผู้ผลิตสินค้าแล้ว อีกทั้งสินค้าของแต่ละกลุ่มเป็นที่รู้จักกันในชุมชนอยู่แล้ว ผู้ผลิตชุมชนได้ให้ข้อมูลว่าขาดความรู้ในด้านการตลาด การดำเนินกิจการจึงเป็นไปตามระบบเศรษฐกิจท้องถิ่น การจะไปให้ถึงการสร้างตราสินค้า (branding) ตามหลักการตลาดนั้น ยังไม่ใช่สิ่งสำคัญต่อผู้ผลิต ดังจะเห็นได้จากการที่ผู้ผลิตไม่ได้ตั้งชื่อทางการค้าของตนเอง และกลุ่มที่มีชื่อทางการค้ามีการเปลี่ยนชื่อทางการค้าไปเรื่อย ๆ ตามยุคสมัย นอกจากนี้ยังมีการผลิตสินค้าเพื่อส่งต่อให้ผู้ค้าในพื้นที่อื่นนำไปติดฉลากสินค้าด้วยชื่อทางการค้าอื่นอีกด้วย จึงมีการใช้ชื่อทางการค้าไม่มากนัก การผลิตและการจัดจำหน่ายมีการช่วยเหลือกันจากผู้ผลิตรุ่นก่อนไปสู่ผู้ผลิตรุ่นใหม่ โดยบางครั้งเมื่อสินค้าของผู้ผลิตรายหนึ่งไม่เพียงพอจะมีการรับเอาสินค้าของผู้ผลิตอีกรายหนึ่งไปติดฉลากสินค้าของตนเอง เพื่อให้มีสินค้าสำหรับวางจำหน่าย และผู้คนในชุมชนทราบถึงวิธีการปฏิบัติเพื่อช่วยกันในลักษณะนี้ดีอยู่แล้ว ตราสินค้าจึงไม่ใช่สิ่งที่บ่งบอกเอกลักษณ์ของสินค้า (identity) เสมอไปในวิธีการค้าแบบเกือกุลและพึ่งพากันเช่นนี้

ต้นทุนการผลิตมีความสำคัญและมีผลกระทบต่อการตั้งราคาสินค้า ซึ่งผู้ผลิตจำเป็นต้องควบคุมราคาสินค้าไม่ให้สูงเกินไปเพราะจะทำให้ยอดขายสินค้าลดลง สินค้าชุมชนมีข้อจำกัดในเรื่องอัตราการผลิตและตลาดรองรับสินค้าที่มีวงจำกัด ดังนั้นการจะพัฒนาในเรื่องบรรจุภัณฑ์และฉลากสินค้าจึงเป็นเรื่องที่ผู้ผลิตไม่ได้ให้ความสำคัญมากนักเนื่องจากคำนึงถึงต้นทุนเป็นสำคัญ การพัฒนาฉลากสินค้าให้มีรูปลักษณ์ตรงตามความต้องการของตลาดระดับประเทศต้องอาศัยการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนที่มีความชำนาญในด้านนี้ แต่อย่างไรก็ตามผู้ผลิตส่วนใหญ่พึงพอใจกับปริมาณการผลิตและการจำหน่ายในปัจจุบัน โดยให้เหตุผลว่าผู้ผลิตสินค้าชุมชนได้รับประโยชน์จากการประกอบอาชีพนี้เพราะได้ใช้ชีวิตอยู่ในชุมชนของตนเอง มีกิจกรรมใกล้ชิดกับเพื่อนบ้าน มีโอกาสได้ดำรงวิถีชีวิตแบบพึ่งพาธรรมชาติ ทำให้ลดความเคร่งเครียดและสามารถปลูกฝังให้เยาวชนเห็นคุณค่าของชุมชนของตนเอง