

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ในปี พ.ศ. 2544 รัฐบาลได้ริเริ่มโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ขึ้น เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและสามารถสร้างรายได้จากทรัพยากรในท้องถิ่นหรือการเพิ่มมูลค่าผลผลิตด้วยการแปรรูปให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ โดยรัฐบาลได้ส่งเสริมให้แต่ละชุมชนในตำบลต่าง ๆ ทั่วประเทศ รวมกลุ่มกันเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม สนับสนุนให้มีการส่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเข้ารับการประเมินและรับรองคุณภาพ โดยสินค้าที่ผ่านการรับรองคุณภาพนั้นจะได้รับตราโอท็อป OTOP (One Tambon One Product) เป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพของสินค้า คุณภาพของสินค้าโอท็อปมีตั้งแต่ระดับหนึ่งดาวจนถึงห้าดาว จากสถิติผลิตภัณฑ์โอท็อปปี 2552 ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่ม 3-4 ดาว ซึ่งถือว่ามีความน่าเชื่อถือระดับปานกลางถึงระดับสูง โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นโครงการที่กระตุ้นให้เกิดความตื่นตัวในการพึ่งพาตนเองของชุมชนและมีการรวมกลุ่มของคนในชุมชนมากขึ้น (กรมการพัฒนาชุมชน, www.cdd.go.th)

อย่างไรก็ตามสินค้าชุมชนไม่ได้มีเฉพาะสินค้าโอท็อปเท่านั้น ในชุมชนมีการรวมกลุ่มกันเพื่อผลิตสินค้าในระดับกลุ่มย่อย ๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านั้นไม่ได้ถูกส่งเข้ารับการประเมินเป็นสินค้าโอท็อป แต่มีการผลิตและจำหน่ายในชุมชน ในท้องถิ่นใกล้เคียง รวมถึงศูนย์จำหน่ายสินค้าพื้นเมืองต่าง ๆ สินค้าชุมชนจึงมีทั้งสินค้าโอท็อปและสินค้าชุมชนที่ไม่ใช่สินค้าโอท็อป สินค้าโอท็อปจะมีรูปแบบของชื่อตราและฉลากสินค้าที่ได้รับการออกแบบเพื่อให้ได้มาตรฐานของสินค้าระดับตัวแทนของตำบล ในขณะที่สินค้าชุมชนทั่วไปอาจไม่มีรายละเอียดของสินค้ามากนักเนื่องจากเป็นสินค้าที่ไม่ได้ผ่านกระบวนการตัดสินใจและคัดเลือกอย่างเป็นทางการจากคณะกรรมการโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”

ในทางธุรกิจ ชื่อตราสินค้า (Brand Name) มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อตัวสินค้าเนื่องจากตราสินค้าเป็นตัวบ่งชี้ถึงอัตลักษณ์ (Identity), สัญชาติ (Nationality), คุณสมบัติ (Quality) หรือความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของสินค้านั้น (Ellwood, 2000) ชื่อตราสินค้ามีองค์ประกอบหลักสองส่วนคือ ชื่อสินค้าซึ่งแสดงประเภทของสินค้า (Product Name) และชื่อทางการค้าของสินค้า (Trade Name) (Boonpaisarnsatit, 2005: 24) เช่น น้ำมันเหลืองโดมอนต์ มีองค์ประกอบสองส่วนคือ ชื่อสินค้าคือน้ำมันเหลือง และ ชื่อทางการค้าคือโดมอนต์ หากสินค้าน้ำมันเหลืองโดมอนต์มีคุณภาพดีเป็นที่ประทับใจของผู้ใช้ ย่อมทำให้ผู้ใช้จดจำและเกิดความเชื่อถือในตราโดมอนต์ เมื่อไหร่ก็ตามที่ผู้ใช้ต้องการซื้อน้ำมันเหลืองก็ย่อมจะนึกถึงตราโดมอนต์เป็นอันดับแรก ดังนั้นตราโดมอนต์จึงผ่าน

กระบวนการยอมรับของผู้ใช้และทำให้สินค้าประเภทน้ำมันเหลืองของตราโดมอนด์มีเอกลักษณ์แตกต่างจากน้ำมันเหลืองตราอื่น ๆ

แต่ดูเหมือนว่าในการผลิตสินค้าชุมชน การสร้างตราสินค้าอาจไม่ใช่เรื่องที่ได้รับการให้ความสำคัญจากผู้ผลิตมากนัก จากการสังเกต ผู้วิจัยพบว่า สินค้าชุมชนหลายชนิดมีฉลากสินค้ากำกับและสินค้าชุมชนอีกหลายชนิดที่ไม่มีฉลากสินค้า ในส่วนของสินค้าที่มีฉลากกำกับนั้น พบว่าฉลากสินค้ามีทั้งแบบที่พิมพ์ลงบนกระดาษแล้วนำมาติดไว้บนบรรจุภัณฑ์และแบบที่พิมพ์ลงบนบรรจุภัณฑ์โดยตรง ฉลากสินค้าอาจมีรูปแบบที่เรียบง่าย เช่น เป็นกระดาษสีขาว พิมพ์ชื่อสินค้าด้วยสีแดง สีเดียว เช่น สีน้ำเงิน สีแดง ชื่อสินค้าที่ปรากฏจะเป็นชื่อที่แสดงประเภทของผลิตภัณฑ์เพื่อแจ้งให้ผู้บริโภคทราบว่าสินค้านั้นคืออะไร เช่น มังคุดกวน ส้มโอแก้ว กล้วยฉาบ ในขณะเดียวกันเมื่อเลือกซื้อสินค้า ผู้บริโภคเองก็มักจะดูชื่อสินค้าเป็นอันดับแรกเพื่อให้ทราบว่าสินค้านั้นคืออะไร แล้วจึงอ่านรายละเอียดอย่างอื่นบนฉลากหากมีระบุไว้ (จิตติมา ปันจาด, 2550 : 60)

ฉลากสินค้าอาจมี การระบุชื่อซึ่งแสดงประเภทของสินค้าและชื่อผู้ผลิต ดังที่ได้แสดงไว้ในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ตัวอย่างฉลากสินค้าชุมชนที่เรียบง่าย มีข้อมูลของสินค้าน้อย

ชื่อสินค้า คือ ลูกตาลกวน พิมพ์ด้วยตัวอักษรสีแดง

ชื่อผู้ผลิตคือ กลุ่มพัฒนาอาชีพ หมู่ 7 บ้านคอนคัน พิมพ์ด้วยตัวอักษรสีแดง

มีการติดสติ๊กเกอร์ราคาสินค้าคือ 20 บาทที่ด้านนอกของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งป้ายราคาบบังบางส่วนของผู้ผลิต แสดงให้เห็นว่า ราคามีความสำคัญกว่าชื่อผู้ผลิต

นอกจากนี้ บนฉลากอาจมีการระบุข้อมูลที่ละเอียดขึ้น เช่น ระบุชื่อสินค้า ผู้ผลิต สถานที่ผลิต หมายเลขโทรศัพท์ และวันเดือนปีที่ผลิต สินค้าบางอย่างอาจมีการระบุคุณลักษณะพิเศษของสินค้าบนฉลากด้วยเพื่อโน้มน้าวใจผู้ซื้อ สินค้าบางชนิดอาจถูกบรรจุไว้ในบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบอย่างสวยงาม พร้อมทั้งระบุรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าไว้บนบรรจุภัณฑ์ (ดูตัวอย่างภาพที่ 2 หน้า 7)

ชื่อสินค้าชุมชนที่แสดงประเพณีของสินค้ามักมีการนำคำมาเรียงต่อกันเพื่อบรรยายลักษณะของสินค้า เช่น น้ำพริกกุ้งแห้งมะขามเปียก ซึ่งเป็นชื่อที่แสดงถึงวัตถุดิบหลักและวัตถุดิบรอง 2 ชนิด คือ วัตถุดิบหลัก : น้ำพริก + วัตถุดิบรอง 1 : กุ้งแห้ง + วัตถุดิบรอง 2 : มะขามเปียก ส่วนชื่อสินค้าหรือเครื่องหมายการค้า (Brand Name) มักใช้ชื่อกลุ่มผู้ผลิตหรือสถานที่ตั้ง เช่น ลูกตาลกวน *กลุ่มพัฒนาอาชีพ หมู่ 7 บ้านคอนคัน* ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของนิทัศน์ บุญไพศาลสถิตย์ (Nithat, 2005) ในขณะที่สินค้าอุตสาหกรรมที่ผลิตจากโรงงานขนาดใหญ่และวางจำหน่ายทั่วประเทศ มักจะมีการตั้งชื่อสินค้าหรือเครื่องหมายการค้าให้สั้นและจดจำง่าย เช่น ซุปไก่สกัด *ตราแบรนด์* ยาสีฟัน *คอลเกต* เป็นต้น ด้วยเหตุนี้จึงควรมีการวิจัยการตั้งชื่อสินค้าชุมชนทั้งในส่วนของการประเพณีของสินค้าและชื่อตราสินค้า เพื่อให้ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับแนวโน้มของการตั้งชื่อสินค้าชุมชน และสามารถใช้อ้องค์ความรู้ไปพัฒนาการตั้งชื่อสินค้าชุมชนให้สอดคล้องกับมาตรฐานตลาดสากล

โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” มีจุดมุ่งหมายที่จะส่งเสริมให้ชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาของท้องถิ่นมาผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้ได้สินค้าที่มีเอกลักษณ์สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของท้องถิ่น (ประสาธสุข นิยมราษฎร์, 2551) สินค้าชุมชนจึงสะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญา วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นที่แตกต่างกันไป ซึ่งส่วนหนึ่งสามารถวิเคราะห์ได้จากชื่อสินค้า ตราสินค้าและข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏบนฉลากสินค้า นอกจากนี้ ชื่อสินค้ายังมีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่น เช่น อาหารประจำท้องถิ่น อุปกรณ์และเครื่องใช้ในครัวเรือน หรือเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

ชื่อสินค้าชุมชนส่วนใหญ่บ่งชี้ถึงวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตหรือการแปรรูป และยังสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตหรืออาชีพของคนในชุมชน เช่น “กะปิกุ้ง” แสดงให้เห็นว่า คนในชุมชนนั้นมีอาชีพทำประมง มีวิถีชีวิตที่ใกล้ชิดกับทะเล ทำให้มีการนำทรัพยากรจากทะเล เช่น กุ้งเคย มาแปรรูปเป็นกะปิ และ “น้ำตาลสด” แสดงให้เห็นว่า ในชุมชนนั้นมีการปลูกต้นตาลโตนด ผู้คนมีวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปผลิตผลจากตาลโตนด และสามารถคาดเดาได้ว่า ในชุมชนยังมีการค้าขายผลิตผลต่าง ๆ จากตาลโตนด เช่น ลูกตาลสด ลูกตาลเชื่อม ขนตาล เป็นต้น

ชื่อสินค้าชุมชนยังสามารถสะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาของท้องถิ่นได้เป็นอย่างดีอีกด้วย เช่น “ขนมปั้นขลิบไส้จาวตาล” แสดงถึงภูมิปัญญาในการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรในชุมชน เช่น การนำจาวตาลมาทำเป็นไส้ของขนมปั้นขลิบ ซึ่งโดยทั่วไป ไส้ของขนมปั้นขลิบมักจะเป็นไส้ปลา ไส้ไก่ หรือไส้หมู ขนมปั้นขลิบไส้จาวตาลจึงเป็นขนมปั้นขลิบที่แสดงภูมิปัญญาของท้องถิ่นและเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนได้เป็นอย่างดี “น้ำพริกตะไคร้” และ “น้ำพริกสมุนไพร” แสดงถึงการประยุกต์เอาพืชสมุนไพร เช่น ตะไคร้ และสมุนไพรต่าง ๆ มาเป็นเครื่องปรุงในการปรุงน้ำพริก ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย และแตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์น้ำพริกที่จำหน่ายในท้องตลาด

ทั่วไป แสดงถึงภูมิปัญญาของคนในชุมชนในการประยุกต์ใช้วัตถุดิบต่าง ๆ ในชุมชนมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดความแตกต่างและสร้างเอกลักษณ์ของสินค้าในชุมชนของตน

ข้อมูลต่าง ๆ บนฉลากสินค้าชุมชนยังช่วยสะท้อนถึงรูปแบบของการรวมกลุ่มกันของคนในชุมชน เช่น “น้ำพริกตะไคร้ กลุ่มสตรีแปรรูปอาหารวัดประเจียก” สะท้อนให้เห็นถึงการรวมตัวกันเพื่อสร้างรายได้ ของสตรีในชุมชนวัดประเจียก ตำบลสนามชัย อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา และยังแสดงนัยยะของการมีบทบาทของสตรีในชุมชนวัดประเจียกได้อีกด้วย

งานวิจัยนี้จึงสนใจศึกษาวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นจากข้อมูลที่ปรากฏในฉลากสินค้าและบนฉลากสินค้า และเพื่อให้ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ตรงกับความเป็นจริงที่สุดจะมีการสัมภาษณ์ผู้ผลิตสินค้าชุมชนเกี่ยวกับวิถีชีวิตและภูมิปัญญาชุมชนในการผลิตและแปรรูปสินค้าเพิ่มเติม

นอกจากนี้ งานวิจัยนี้ยังมุ่งศึกษาองค์ประกอบของข้อความบนฉลากสินค้าชุมชน เช่น ชื่อประเภทสินค้า ชื่อผู้ผลิต วิธีใช้ สรรพคุณ ฯลฯ การสำรวจและวิจัยลักษณะของฉลากสินค้านี้ย่อมก่อให้เกิดองค์ความรู้เกี่ยวกับฉลากสินค้าชุมชน และสามารถนำไปใช้พัฒนารูปแบบของฉลากสินค้าให้ตรงตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2541

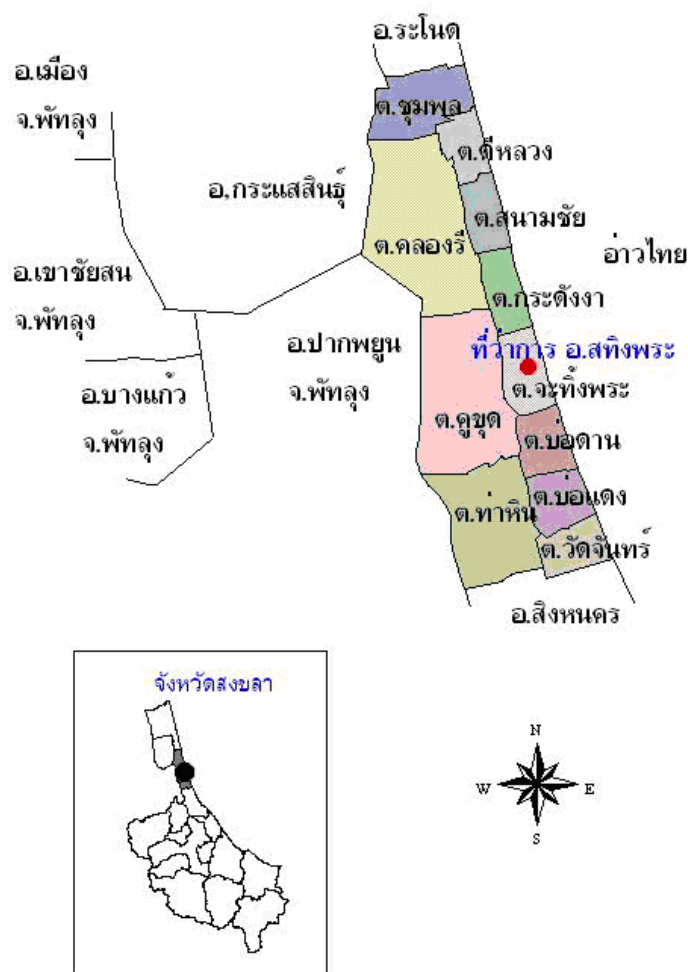
แม้ว่าพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2541 ระบุองค์ประกอบของข้อความที่ต้องปรากฏบนฉลากสินค้าที่ควบคุมฉลากไว้ 10 ประการ (ดูรายละเอียดใน 9.5) และมีการระบุอย่างชัดเจนในข้อบังคับข้อที่ 1 ว่า “ข้อความนั้นจะต้องตรงต่อความเป็นจริง ไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับสาระสำคัญของสินค้านั้น” แต่ปรากฏว่าฉลากสินค้าหลายประเภททั้งระดับประเทศและระดับชุมชนมักมีการแทรกข้อความโฆษณาผลิตภัณฑ์ไว้บนฉลากเพื่อโน้มน้าวใจผู้บริโภคให้ซื้อสินค้า เช่น ผลิตภัณฑ์ชุมชน น้ำย่านางสกัด(สมุนไพรมหัศจรรย์) คำว่า “มหัศจรรย์” ที่พิมพ์ไว้ในวงเล็บ เป็นคำขยายที่เกินจริง มีความหมายโดยนัยซึ่งโน้มน้าวให้ผู้บริโภคเชื่อว่า สินค้านี้ช่วยทำให้ผู้ซื้อที่บริโภคน้ำย่านางมีสุขภาพดีขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งในความเป็นจริงหากผู้บริโภคมีปัญหาสุขภาพร่างกายมาก การดื่มน้ำย่านางสกัดอาจไม่ได้ช่วยให้ร่างกายของผู้บริโภคดีขึ้นอย่างรวดเร็ว การแทรกข้อความโฆษณาสินค้าเพื่อโน้มน้าวใจผู้บริโภคอาจมีอยู่บนฉลากสินค้าชุมชนบางชนิด ทั้งนี้ผู้ผลิตสินค้าชุมชนอาจจะไม่ได้ศึกษา พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2541 ว่าด้วยเรื่องฉลากสินค้า จึงอาจจะผลิตฉลากที่ละเมิดกฎระเบียบในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคโดยไม่มีเจตนา ยิ่งไปกว่านั้น การใช้ข้อความที่ไม่ตรงกับความจริงหรือเกินจริงบนฉลากสินค้าอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภคได้ โดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหาร ยา และอาหารเสริมที่ผู้บริโภคมักจะพิจารณาข้อความบนฉลากเพื่อช่วยในการตัดสินใจซื้อ การใช้ข้อความที่เกินจริงจึงอาจส่งผลกระทบร้ายแรงต่อผู้บริโภคได้ (ฤทธิ บุญฤทธิ, 2545 : 4) ผู้ผลิตสินค้าชุมชนจึงควรให้ความสำคัญกับข้อความบนฉลากสินค้าอย่างมาก การศึกษาเรื่ององค์ประกอบของข้อความและการโน้มน้าวใจที่ปรากฏบนฉลากสินค้าชุมชนจึง

เป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตสินค้าชุมชน ในการปรับปรุงราคาสินค้าของตนให้ดึงดูดใจผู้บริโภคแต่ขณะเดียวกันก็ไม่ละเมิดพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค

ในจังหวัดสงขลา อำเภอสทิงพระเป็นหนึ่งในอำเภอที่มีความโดดเด่นในด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมแบบเกษตรกรรม มีการประยุกต์ใช้ทรัพยากรธรรมชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้าต่าง ๆ เพื่อแสดงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน เดิมอำเภอนี้มีชื่อว่า อำเภอจะทิ้งพระและได้เปลี่ยนชื่อมาเป็นอำเภอสทิงพระ เมื่อปี พ.ศ. 2504 อำเภอสทิงพระเป็นที่ราบต่ำ มีทะเลขนาบสองด้าน ทิศตะวันออกติดอ่าวไทย และทิศตะวันตกติดทะเลสาบสงขลา ทิศเหนือติดกับอำเภอระโนด และทิศใต้ติดกับอำเภอสิงหนคร ดังที่ปรากฏในแผนที่อำเภอสทิงพระด้านล่าง

อำเภอสทิงพระมี 11 ตำบล ได้แก่

1. ตำบลจะทิ้งพระ
2. ตำบลกระดังงา
3. ตำบลสนามชัย
4. ตำบลดีหลวง
5. ตำบลชุมพล
6. ตำบลคลองรี
7. ตำบลคูซูด
8. ตำบลท่าหิน
9. ตำบลวัดจันทร์
10. ตำบลบ่อแดง
11. ตำบลบ่อดาน



ภาพที่ 2 แผนที่อำเภอสตึงพระ จังหวัดสงขลา

(สำนักงานอำเภอสตึงพระ, <http://www.sathingphra-sk.go.th>)

อาชีพหลักของชาวสทิงพระคือ การทำนาและทำสวน พืชเศรษฐกิจ ได้แก่ ข้าว มะพร้าว มะม่วง และตาลโตนด วิถีชีวิตของชาวสทิงพระเป็นแบบเกษตรกรรมเพราะเป็นอำเภอที่ไม่มีโรงงาน อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ มีแต่อุตสาหกรรมขนาดเล็กประเภทอุตสาหกรรมครัวเรือน เช่น การผลิต น้ำตาลสด น้ำส้มสายชู การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร และโรงสีข้าว เนื่องจากการมีวิถีชีวิตแบบ เกษตรกรรมและการมีทรัพยากรธรรมชาติที่เอื้อต่อการแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตร เช่น ต้นตาลโตนด ทำให้อำเภอสทิงพระมีคุณสมบัติอันเอื้อต่อการดำเนินการโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” อย่างยิ่ง ทุกตำบลในอำเภอสทิงพระมีผลิตภัณฑ์ตำบลที่มีคุณภาพและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของพื้นที่ อันแสดงถึงภูมิปัญญาของท้องถิ่นที่มีความผูกพันกับทรัพยากรธรรมชาติ (สำนักงานอำเภอสทิงพระ, <http://www.sathingphra-sk.go.th>) ความผูกพันระหว่างชาวสทิงพระกับตาลโตนดนั้นเห็นได้

ชัดเจนจากการที่ ชุมชนต่าง ๆ ในอำเภอสังขละบุรีมีการแปรรูปผลผลิตจากตาลโตนดในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ลูกตาลกรอบ ลูกตาลกวน จาวตาลเชื่อม ขนมปั้นขลิบไส้จาวตาล น้ำตาลแว่น น้ำตาลสด น้ำสัสมายชูจากน้ำตาลโตนด มีการทำหัตถกรรมจากใยตาล เช่น กล่องใส่กระดาษทิชชูสานจากใยตาล หมวกสานใยตาล กระเป๋าใยตาล ไปจนถึงการแปรรูปไม้ตาลโตนดเป็นเครื่องใช้ในครัวเรือน ของตกแต่งบ้านและเฟอร์นิเจอร์ นอกจากนี้ยังมีการอนุรักษ์ขนมพื้นเมืองเช่น ขนมดู ขนมโก๋ โดยมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์และฉลากสินค้าให้สวยงาม ดังแสดงในภาพที่ 3 และ 4



ภาพที่ 3 บรรจุภัณฑ์ขนมโก๋ (ผลิตภัณฑ์ตำบลของอำเภอสังขละบุรี)



ภาพที่ 4 ฉลากสินค้าขนมดู - ชื่อสินค้า : ขนมดูนี้ (ผลิตภัณฑ์ตำบลของอำเภอสังขละบุรี)

ด้วยความเป็นชุมชนที่มีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมแบบเกษตรกรรมอันผูกพันกับทรัพยากรธรรมชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่น ชุมชนส่วนใหญ่ในอำเภอสติงพระมีรายได้หลักจากการทำการเกษตร หรืออุตสาหกรรมในครัวเรือน โดยมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตร ซึ่งมีทั้งการอนุรักษ์ผลิตภัณฑ์พื้นเมืองและการประยุกต์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทำให้ชุมชนต่าง ๆ ในอำเภอสติงพระมีความโดดเด่นในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น งานวิจัยชิ้นนี้จึงสนใจศึกษาชื่อตราสินค้าและฉลากสินค้าชุมชน ในพื้นที่อำเภอสติงพระ จังหวัดสงขลา เนื่องจากเป็นพื้นที่มีคุณลักษณะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยอันจะช่วยให้ได้องค์ความรู้ที่หลากหลายทั้งด้านชื่อสินค้า ฉลากสินค้า และด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น และสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาชื่อสินค้าและฉลากสินค้าชุมชนอันส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานตลาดระดับประเทศและสากล

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสินค้าชุมชนใน 5 ประเด็นคือ

1.2.1 ศึกษาการตั้งชื่อสินค้าชุมชนในประเด็นหลัก 2 ประเด็น คือ

1.2.1.1 ศึกษาลักษณะภาษาของชื่อตราสินค้าชุมชน 3 ลักษณะ

ก. ที่มาของภาษา

ข. จำนวนพยางค์

ค. การสร้างคำ

1.2.1.2 ศึกษาโครงสร้างทางความหมายของชื่อตราสินค้าชุมชน

1.2.2 ศึกษาข้อความที่ปรากฏบนฉลากสินค้าใน 2 ประเด็นหลัก คือ

1.2.2.1 ลักษณะข้อความบนฉลากสินค้าจำแนกตามการปรากฏ 2 ประเภท

ก. ข้อความที่ปรากฏเสมอ

ข. ข้อความที่ปรากฏหรือไม่ปรากฏก็ได้

1.2.2.2 กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อโน้มน้าวใจ

1.2.3 ศึกษาความสัมพันธ์ของชื่อตราสินค้าและข้อมูลบนฉลากกับการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและภาพวิถีชีวิตชุมชน

1.2.4 สสำรวจและวิเคราะห์ความคิดเห็น ความต้องการและปัญหาของผู้ผลิตสินค้าชุมชนที่มีต่อชื่อตราสินค้าและฉลากสินค้าของผลิตภัณฑ์ของตนเอง

1.2.5 เสนอแนะแนวทางการตั้งชื่อตราสินค้าและข้อมูลบนฉลากสินค้าชุมชน

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

งานวิจัยนี้จะมีก่อให้เกิดประโยชน์ดังต่อไปนี้

- 1.3.1 เกิดองค์ความรู้ด้านภาษาและภาษาศาสตร์เกี่ยวกับการตั้งชื่อและตราผลิตภัณฑ์ชุมชน
- 1.3.2 เกิดองค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาชุมชนในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน
- 1.3.3 ได้ข้อเสนอสำหรับการตั้งชื่อตราสินค้าและข้อความในฉลาก เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ผลิตสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้
- 1.3.4 ผลการวิจัยสามารถตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการระดับชาติหรือระดับนานาชาติ
- 1.3.5 องค์ความรู้จากงานวิจัยนี้สามารถนำไปเผยแพร่สู่ชุมชนต่าง ๆ ที่สนใจในการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์โดยการสร้างสรรค์ตราผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพทางการตลาด รวมถึงการสร้างสรรค์ตราผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์สากล
- 1.3.6 องค์ความรู้เกี่ยวกับการตั้งชื่อตราผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถนำไปขยายผลเพื่อใช้กับงานวิจัยชุมชนส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน
- 1.3.7 หน่วยงานที่สามารถใช้ประโยชน์จากงานวิจัยนี้คือ มหาวิทยาลัยทักษิณ กรมการพัฒนาชุมชน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม องค์การบริหารส่วนจังหวัด และองค์การบริหารส่วนตำบล ฯลฯ

1.4 ข้อตกลงเบื้องต้น

1. สินค้าชุมชนที่นำมาศึกษาจะต้องเป็นสินค้าที่มีฉลากสินค้าหรือเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีชื่อตราสินค้าปรากฏอยู่และต้องเป็นสินค้าที่ผลิตโดยกลุ่มผู้ผลิตสินค้าในอำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา เท่านั้น
2. ศึกษาเฉพาะฉลากสินค้าที่ผลิตโดยกลุ่มผู้ผลิตสินค้าที่ดำเนินกิจการอยู่ในปี พ.ศ.2554

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

สินค้าชุมชน หมายถึง สินค้าที่ผลิตโดยผู้ประกอบการที่อาศัยอยู่ในอำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาตั้งเดิมอยู่ในชุมชน เป็นสินค้าที่ผลิตเพื่อส่งเสริมการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น แรงงานในท้องถิ่น องค์ความรู้ ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น และเป็นสินค้าที่ต้องมีฉลากสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์เท่านั้น