

บทที่ 4

ชื่อตราสินค้าและข้อความในฉลากสินค้าชุมชน

ในบทนี้ จะนำเสนอผลการวิจัยเกี่ยวกับชื่อตราสินค้าและข้อความในฉลากสินค้าชุมชน ในจังหวัดสงขลา โดยมีประเด็นในการศึกษาดังต่อไปนี้

4.1 การตั้งชื่อตราสินค้าชุมชน 2 ประเด็น คือ

4.1.1 ลักษณะภาษาของชื่อตราสินค้าชุมชน 3 ลักษณะ

4.1.1.1 ที่มาของภาษา

4.1.1.2 จำนวนพยางค์

4.1.1.3 การสร้างคำ

4.1.2 ความเป็นมาและความหมายของชื่อตราสินค้าชุมชน

4.2 ข้อความที่ปรากฏบนฉลากสินค้าใน 2 ประเด็นหลัก คือ

4.2.1 ลักษณะข้อความบนฉลากสินค้า

4.2.1.1 ข้อความที่ปรากฏเสมอ

4.2.1.2 ข้อความที่ปรากฏหรือไม่ปรากฏก็ได้

4.2.2 กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อโน้มน้าวใจ

4.3. ความคิดเห็น ความต้องการและปัญหาของผู้ผลิตสินค้าชุมชนที่มีต่อชื่อตราสินค้าและฉลากสินค้าของผลิตภัณฑ์ของตนเอง

4.4. แนวทางการตั้งชื่อตราสินค้าและข้อมูลบนฉลากสินค้าชุมชน

4.1. การตั้งชื่อตราสินค้าชุมชน

ชื่อตราสินค้า (brand name) แบ่งออกเป็น 2 ชนิดคือ ชื่อชนิดของสินค้า (product name) หมายถึง คำหรือวลีที่ระบุชนิด คุณสมบัติและลักษณะของสินค้า (Boonpaisarnsatit, 2005, p,24) ทำหน้าที่บอกให้ผู้ซื้อทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นสินค้าชนิดไหนและมีลักษณะหรือคุณสมบัติเฉพาะอย่างไรบ้าง และชื่อทางการค้า (trade name) หมายถึง ชื่อที่ใช้ในการประกอบกิจการ (ศูนย์ประสานงานทรัพย์สินทางปัญญา, <http://www.iprcustoms.com/>) จึงเป็นชื่อที่ใช้ระบุถึงผู้ประกอบการมากกว่าที่จะระบุถึงผลิตภัณฑ์ (American Marketing Association, 1995) ชื่อทางการค้ามีผลให้ผู้ซื้อจดจำสินค้าและชี้เฉพาะได้ว่าต้องการซื้อสินค้าจากผู้ผลิตรายไหน (Boonpaisarnsatit, 2005, p,67) ดังนั้นในการนำเสนอผลการวิจัย ผู้วิจัยจึงแบ่งประเภทของชื่อตราสินค้าออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ชื่อชนิดของสินค้า และชื่อทางการค้า

การตั้งชื่อตราสินค้าชุมชนแบ่งประเด็นในการศึกษาออกเป็นประเด็นหลัก 2 ประเด็น คือ

4.1.1 ลักษณะภาษาของชื่อตราสินค้าชุมชน

4.1.2 ความเป็นมาและความหมายของชื่อตราสินค้าชุมชน

4.1.1 ลักษณะภาษาของชื่อตราสินค้าชุมชน

ลักษณะภาษาของชื่อตราสินค้าชุมชนแบ่งประเด็นในการศึกษาออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่

4.1.1.1 ที่มาของภาษา

4.1.1.2 จำนวนพยางค์

4.1.1.3 การสร้างคำ

4.1.1.1 ที่มาของภาษาที่ใช้ตั้งชื่อตราสินค้า

ที่มาของภาษา หมายถึง ภาษาที่นำมาใช้ในการตั้งชื่อตราสินค้า เช่น ภาษาไทย ภาษาถิ่นใต้ ภาษาบาลี-สันสกฤต ภาษาเขมร เป็นต้น โดยได้แบ่งการวิเคราะห์ที่มาของภาษาที่ใช้ตั้งชื่อตราสินค้าออกเป็น 2 กลุ่ม คือ (ก) ที่มาของภาษาที่ใช้ตั้งชื่อชนิดของสินค้าและ (ข) ชื่อทางการค้า

ก. ที่มาของภาษาที่ใช้ตั้งชื่อชนิดของสินค้า

จากการศึกษาพบว่าภาษาที่ใช้ในการตั้งชื่อชนิดของสินค้าชุมชนมีจำนวน 9 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาถิ่นใต้ ภาษาถิ่นเหนือ ภาษาบาลี-สันสกฤต ภาษาเขมร ภาษามลายู ภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส และภาษาโปรตุเกส

1. ภาษาไทย เช่น ถั่วงาดำ จาวตาลเชื่อม เป็นต้น
2. ภาษาถิ่นใต้ เช่น หัวครก หมายถึง เม็ดมะม่วงหิมพานต์ น้ำผึ้ง หมายถึง น้ำตาล
3. ภาษาถิ่นเหนือ ได้แก่ คำว่า ข้าวแต่น ซึ่งเป็นการนำคำจากภาษาถิ่นเหนือมาใช้
4. ภาษาบาลี-สันสกฤต เช่น คำว่า หิมพานต์ เป็นคำยืมจากภาษาบาลี-สันสกฤตจากชื่อเต็มของสินค้าคือ เมล็ดมะม่วงหิมพานต์

5. ภาษาเขมร เช่น ขนม โตนด หมายถึง ดันตาล เป็นต้น
6. ภาษามลายู ได้แก่ บูด หมายถึง น้ำที่ได้จากปลาหมักจนเปรี้ยว ต้มสุกแล้วปรุงรส
7. ภาษาโปรตุเกส ได้แก่ สบู่ ในชื่อสินค้า สบู่หอมลูกตาล
8. ภาษาฝรั่งเศส ได้แก่ คำว่า กาแฟ ในชื่อ น้ำตาลผงชงกาแฟ
9. ภาษาอังกฤษ ได้แก่ Palm Fiber Products พิมพีไวย์ในวงเล็บได้ชื่อภาษาไทย หัตถกรรมใยตาล และ Koh cookie เป็นชื่อเรียกขนมโก๋ โดยการใช้การทับศัพท์ชื่อขนมโก๋ และ

เปรียบเทียบลักษณะของขนมโก๋ซึ่งมีรูปร่างแบน ๆ เป็นวงรีคล้ายขนมคุกกี้นี้จึงเรียกว่า cookie เพื่อให้เข้าใจง่าย

ชื่อชนิดของสินค้ามีการใช้ภาษาต่าง ๆ หลายภาษา โดยสามารถจำแนกลักษณะของการใช้ภาษาถิ่นหรือภาษาต่างประเทศมาตั้งชื่อได้ 4 ลักษณะ ได้แก่

1. การใช้คำยืมภาษาต่างประเทศเนื่องจากเป็นคำยืมที่ใช้ในภาษาไทยมานานและเป็นคำสามัญที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น *ขนม(เขมร) สบู(โปรตุเกส) กวาฟ(ฝรั่งเศส)* ผู้ตั้งชื่อมิได้มีเจตนาในการนำคำภาษาต่างประเทศมาใช้เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าของตน

2. การใช้คำยืมภาษาต่างประเทศเนื่องจากเป็นชื่อเฉพาะ ใช้คำภาษาไทยมาตรฐานมาแทนที่ไม่ได้ เช่น *บุญ (มลายู)* เป็นชื่อเฉพาะของอาหารพื้นบ้านภาคใต้ของชาวไทยมุสลิม การตั้งชื่อจึงมิได้มีเจตนาในการเลือกใช้ภาษาเพื่อสร้างจุดเด่นหรือความแตกต่างให้กับสินค้า

3. การใช้คำยืมภาษาต่างประเทศหรือคำภาษาถิ่นเพื่อสร้างจุดเด่นหรือความแตกต่างให้กับสินค้า เช่น *หัวครก(ถิ่นใต้) เมล็ดมะม่วงหิมพานต์(บาลี-สันสกฤต) น้ำผึ้ง(ถิ่นใต้) ข้าวแต่น(ถิ่นเหนือ)* คำเหล่านี้ มีคำพ้องความหมายระหว่างภาษาไทยมาตรฐานกับภาษาถิ่น การตั้งชื่อจึงเกิดจากเจตนาในการสร้างจุดเด่นหรือความแตกต่างให้กับสินค้า การตั้งชื่อด้วยภาษาถิ่นช่วยเน้นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นและส่งเสริมความแน่นแฟ้นระหว่างตราสินค้ากับผู้บริโภคในระดับท้องถิ่น ในขณะที่การตั้งชื่อด้วยภาษาไทยมาตรฐานหรือคำยืมจากภาษาบาลี-สันสกฤตช่วยให้ชื่อสินค้าเข้าใจง่าย เน้นผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ นอกท้องถิ่น เช่น ชื่อสินค้าเข้าใจง่ายเมื่อนำสินค้าไปขายในงานแสดงสินค้าระดับประเทศ

4. การใช้คำยืมภาษาต่างประเทศเพื่อเป้าหมายการตลาดระดับสากล พบชื่อสินค้าสองชื่อคือ หัตถกรรมใยตาลที่ใช้ชื่อภาษาอังกฤษ *Palm Fiber Products* พิมพีโนวเงิ้ลใต้ชื่อภาษาไทย และขนมโก๋ พิมพีใต้ชื่อขนมโก๋ว่า *Koh cookie* เนื่องจากต้องการสร้างความเป็นสากลให้กับสินค้าเพื่อยกระดับการค้าสู่ระดับนานาชาติ

นอกจากนี้ ชื่อชนิดของสินค้าอาจจะตั้งชื่อเป็นภาษาใดภาษาหนึ่งหรืออาจจะมีการนำคำจากภาษามากกว่าหนึ่งภาษามาใช้ด้วยกัน เช่น ภาษาโปรตุเกส+ภาษาไทย ในคำว่า *สบู + หอมลูกตาล* ภาษาไทย+ภาษาฝรั่งเศส ในคำว่า *น้ำตาลผงชง+กวาฟ*

ข. ที่มาของภาษาที่ใช้ตั้งชื่อทางการค้า

ภาษาที่ใช้ในการตั้งชื่อทางการค้ามี 5 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาถิ่นใต้ ภาษาบาลี-สันสกฤต ภาษาเขมร และภาษาเปอร์เซีย

1. ภาษาไทย เช่น บ้านสวนตาล เป็นต้น

2. ภาษาถิ่นใต้ เช่น เสียงข้าว ใน ตราเสียงข้าว คำนี้เป็นภาษาถิ่นใต้ หมายถึง มัดของรวงข้าว

3. ภาษาบาลี-สันสกฤต เช่น ตราแม่อรุณ คำว่า อรุณ เป็นภาษาบาลีสันสกฤต ในที่นี้เป็นชื่อของเจ้าของกิจการ

4. ภาษาเขมร เช่น ถนอม ในชื่อ แม่ถนอม ซึ่งเป็นชื่อของเจ้าของกิจการ .

5. ภาษาเปอร์เซีย เช่น คำว่า ตรา ในตราแม่อรุณ

การนำเอาชื่อของเจ้าของกิจการมาตั้งเป็นชื่อทางการค้า ทำให้ปรากฏการใช้คำยืมภาษาบาลี-สันสกฤตหรือภาษาเขมรในชื่อทางการค้า เนื่องจากชื่อจริงของคนไทยมีที่มาจากคำยืมภาษาต่างประเทศหลายภาษา เช่น ภาษาบาลี-สันสกฤตและภาษาเขมร โดยเฉพาะภาษาบาลี-สันสกฤตเป็นภาษาที่คนไทยนิยมนำมาตั้งชื่อมากที่สุดดังที่ปรากฏในงานวิจัยเรื่องการศึกษาภาษาที่ใช้ในการตั้งชื่อจริงของคนไทยในกรุงเทพมหานครของวรางคณา สว่างตระกูล (2540)

4.1.1.2 จำนวนพยางค์ของชื่อตราสินค้า

พยางค์ (syllable) หมายถึง “กลุ่มเสียงที่ดังเด่น ซึ่งปรากฏในกลุ่มเสียงที่เรียงเป็นคำพูด” (เรืองเดช ปันเขื่อนขัตติย์, 2540 : 119) การตั้งชื่อตราสินค้าที่ดีนั้นควรเป็นชื่อสั้น ๆ หรือมีจำนวนพยางค์สองถึงสามพยางค์ ออกเสียงง่าย สะกดง่ายและง่ายแก่การจดจำ (ณรงค์ จิวังกูร, 2545; ยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์, 2548; จิระภรณ์ ดันติชัยรัตนกุล, 2555) จำนวนพยางค์จึงมีส่วนส่งเสริมให้ผู้บริโภคเกิดการจดจำชื่อตราสินค้าได้ง่ายขึ้น

ก. จำนวนพยางค์ของชื่อชนิดของสินค้า

ชื่อชนิดของสินค้านี้มีจำนวนพยางค์ตั้งแต่ 2 – 8 พยางค์ ดังนี้

1. สองพยางค์ เช่น ข้าวแต่น หัวครก
2. สามพยางค์ เช่น ลูกตาลกรอบ ขนมโก๋ ขนมเงา จาวตาลเชื่อม น้ำผึ้งผง
3. สี่พยางค์ เช่น ลูกตาลลอยแก้ว ขนมลากลอบ ข้าวพองนางเล็ด น้ำตาลโตนด ลูกตาลลอยแก้ว
4. ห้าพยางค์ เช่น ขนมถั่วดำ ขนมถั่วขาว ขนมโก๋ไส้ไส้ ขนมโก๋ไส้ถั่ว สบู่หอมลูกตาล สบู่ตาลโตนด หัตถกรรมใยตาล
5. หกพยางค์ เช่น น้ำตาลผงชงกาแฟ ขนมโก๋ไม่มีไส้ เมล็ดมะม่วงหิมพานต์
6. เจ็ดพยางค์ เช่น เมล็ดมะม่วงหิมพานต์
7. แปดพยางค์ เช่น น้ำบูดูข้าวยาสมุนไพร เมล็ดมะม่วงหิมพานต์แผ่น

จะเห็นได้ว่าชื่อชนิดของสินค้ามีจำนวนพยางค์ต่างกัน ทั้งนี้จำนวนพยางค์มีความสัมพันธ์กับที่มาของภาษาที่ใช้ในการตั้งชื่อและความหมายของชื่อ สำหรับชื่อที่มีจำนวนพยางค์น้อยมักเป็นชื่อภาษาไทยหรือภาษาถิ่น เช่น ข้าวแต่น หัวครก และเป็นชื่อที่มีความหมายที่ไม่ได้เน้นรายละเอียดของสินค้า ชื่อที่มีจำนวนพยางค์เพิ่มมากขึ้นส่วนหนึ่งเกิดจากการใช้คำยืมภาษาต่างประเทศ เช่น เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ ตั้งจากภาษาบาลี-สันสกฤต มีจำนวนพยางค์ 7 พยางค์ซึ่งแตกต่างชื่อสินค้าที่มีความหมายเหมือนกันแต่ตั้งด้วยภาษาถิ่นได้คือ หัวครก ที่มีจำนวนพยางค์เพียง 2 พยางค์ ปัจจัยอีกประการหนึ่งที่ทำให้ชื่อชนิดของสินค้ามีจำนวนพยางค์มากขึ้นคือการเสริมความหมายเพื่ออธิบายรายละเอียดของสินค้าให้มากขึ้น เช่น น้ำตาลผงชงกาแฟ มีจำนวน 6 พยางค์ ความหมายหลักของชื่อคือ น้ำตาลซึ่งเป็นสารให้ความหวาน แต่ผู้ผลิตได้ให้ความหมายที่แสดงรายละเอียดของสินค้าว่าเป็นน้ำตาลที่มีลักษณะเป็นผงสำหรับใช้ชงกาแฟ เพื่อเพิ่มลักษณะอันเฉพาะเจาะจงของสินค้า

ข. จำนวนพยางค์ของชื่อทางการค้า

ชื่อทางการค้ามีจำนวนพยางค์ตั้งแต่ 2 – 5 พยางค์ ดังนี้

1. สองพยางค์ ได้แก่ น่องอืด โหนดทิ้ง เจ้าหลวง
2. สามพยางค์ ได้แก่ พี่สุณีย์ ตราเลี้ยงข้าว ตราดาวราย ตรารักทอง บ้านสวนตาล
3. สี่พยางค์ ได้แก่ ตราแม่อรุณ สูตรแม่ถนอม ปรีชาพันธุ์ไม้
4. ห้าพยางค์ ได้แก่ ตราลูกตาลโตนด

จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่า ชื่อชนิดของสินค้ามีจำนวนพยางค์ตั้งแต่ 2 – 8 พยางค์เนื่องจากชื่อชนิดสินค้าใช้บรรยายลักษณะหรือรายละเอียดของสินค้าเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าแก่ผู้บริโภค แต่ชื่อทางการค้ากลับมีจำนวนพยางค์ไม่มากนัก เนื่องจากเป็นชื่อบุคคลหรือชื่อเฉพาะที่ไม่ต้องแสดงคุณลักษณะโดยละเอียด ชื่อทางการค้าเป็นส่วนที่สามารถช่วยให้ผู้บริโภคจำแนกความแตกต่างระหว่างสินค้าประเภทเดียวกันแต่มีผู้ผลิตต่างกันได้ จะเห็นได้ว่าชื่อทางการค้ามีจำนวนพยางค์ที่ค่อนข้างสั้นที่ช่วยให้จดจำง่าย สอดคล้องกับแนวทางการตั้งชื่อตราสินค้าที่ ณรงค์ จิวังกูร (2545) ยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์ (2548) และจิระภรณ์ ตันติชัยรัตนกุล (2555) ได้กล่าวไว้ (ดูเพิ่มเติมในบทที่ 2)

4.1.1.3 การสร้างคำที่ปรากฏในชื่อตราสินค้า

ก. การสร้างคำที่ปรากฏในชื่อชนิดของสินค้า

การสร้างคำของชื่อชนิดของสินค้าชุมชนมีกระบวนการสร้างคำ 2 ประเภทคือ การประสมคำ และการผันคำ

1. การประสมคำ (compounding) หมายถึง การนำคำที่มีอยู่ในภาษาตั้งแต่ 2 คำขึ้นไปมาประกอบให้เป็นคำใหม่ มีความหมายใหม่เฉพาะไม่สามารถแทนที่ด้วยหน่วยคำที่นำมา

ประกอบเพียงคำใดคำหนึ่งได้ (อุมาภรณ์ สังขมาน, 2538: 16) การนำหน่วยคำอิสระตั้งแต่สองหน่วยขึ้นไปมาประกอบเข้าด้วยกันและหากหน่วยคำที่นำมาประกอบกันมีความหมายต่างกันคำที่เกิดขึ้นเรียกว่าคำประสม ส่วนคำที่เกิดจากการนำหน่วยคำที่มีความหมายคล้ายกันหรือเหมือนกันมาประกอบกัน เรียกว่า คำซ้อน (synonymous compound) ซึ่งถือได้ว่าเกิดจากกระบวนการประสมคำเช่นกัน (จินดา เสงสมบุรณ์, 2542 : 151) ชื่อชนิดของสินค้าส่วนใหญ่ใช้วิธีการประสมคำ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง

ลูกตาลกรอบ เกิดจากการประสมคำระหว่าง ลูกตาล+กรอบ

ลูก หมายถึง คำเรียกสิ่งที่จะสืบเป็นพันธุ์ไม่มีลักษณะกลม ๆ ว่า ลูกไม้, ผลไม้ ก็เรียก, เมื่อกล่าวถึงผลไม้ชนิดใดโดยเฉพาะ ซึ่งโดยมากเป็นคำพยางค์เดียวอันอาจทำให้เข้าใจผิดเป็นอย่างอื่นได้ตามปรกติมักมีคำ ลูก ประกอบข้างหน้า เช่น ลูกเกด ลูกชิด

ตาล หมายถึง ชื่อปาล์มชนิดหนึ่ง ใบใหญ่ ดอกแยกเพศ อยู่ต่างต้น ต้นเพศผู้ออกดอกเป็นวงคล้ายมะพร้าว ไม่มีผล ต้นเพศเมียออกดอกเป็นช่อเดี่ยว ๆ ผลใหญ่กลมโตเป็นทะลาย น้ำหวานที่ออกจากวงของต้นเพศผู้ เรียกว่า น้ำตาลสด ใช้ทำน้ำตาลได้

กรอบ หมายถึง ว. แตกหักเป็นชิ้นเล็กชิ้นน้อยได้ง่าย

ลูกตาลกรอบ จัดเป็นคำประสมเนื่องจากคำว่ากรอบไม่ได้มีความหมายว่าลูกตาลที่มีคุณสมบัติกรอบ แต่หมายถึงผลิตภัณฑ์แปรรูปลูกตาลอย่างหนึ่งที่มีคุณสมบัติค่อนข้างเหนียวคล้ายเยลลี่ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะตัว

น้ำผึ้งผง เกิดจากการประสมคำระหว่าง น้ำผึ้ง+ผง

น้ำผึ้ง(ถิ่นใต้) หมายถึง น้ำตาล

ผง หมายถึง ลักษณะที่ละเอียด เช่น นมผง แป้งผง.

น้ำผึ้งเป็นคำประสมหมายถึงคำเรียกน้ำตาลในภาษาถิ่นใต้ เนื่องจากน้ำตาลมีความหวานคล้ายกับน้ำผึ้งมีส่วนขยายคือคำว่าผง แสดงลักษณะของน้ำผึ้งว่ามีลักษณะละเอียดไม่เกาะตัวเป็นแผ่นหรือเป็นก้อน

หัตถกรรมโยตาล เกิดจากการประสมคำระหว่าง [หัตถ+กรรม] + [โย+ตาล]

หัตถ หมายถึง มือ

กรรม หมายถึง การ, การกระทำ, การงาน, กิจ

หัตถกรรม หมายถึง งานช่างที่ทำด้วยมือ โดยถือประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก

โย หมายถึง น. สิ่งที่เป็นเส้นเล็ก ๆ บาง ๆ

ตาล หมายถึง ชื่อปาล์มชนิดหนึ่ง ใบใหญ่ ดอกแยกเพศ อยู่ต่างต้น ต้นเพศผู้ออกดอกเป็นวงคล้ายมะพร้าว ไม่มีผล ต้นเพศเมียออกดอกเป็นช่อเดี่ยว ๆ ผลใหญ่กลมโตเป็นทะลาย น้ำหวานที่ออกจากวงของต้นเพศผู้ เรียกว่า น้ำตาลสด ใช้ทำน้ำตาลได้

หัตถกรรมโยตาลจึงมีความหมายเฉพาะหมายถึงงานจักสานที่ผลิตจากเส้นโยของกาบตาล มีชิ้นงานจักสานจากเส้นโยส่วนอื่นของต้นตาล

ข้าวพองนางเล็ด เป็นคำซ้อนที่เกิดจากการประสมคำ ระหว่าง ข้าวพอง+นางเล็ด

ข้าวพองและนางเล็ดเป็นขนมที่เกิดจากการนำข้าวเหนียวนึ่งสุกทำเป็นแผ่นตากแห้งมาทอดให้พอง ข้าวพองเป็นคำภาษาถิ่นใต้ ส่วนนางเล็ดเป็นคำภาษาไทยมาตรฐาน

2. การเติมหน่วยคำเติม (derivation) หมายถึง การเติมหน่วยคำเติมหรือหน่วยคำไม่อิสระเข้ากับคำที่มีอยู่เดิม ทำให้เกิดเป็นคำใหม่ขึ้น หน่วยคำเติมแบ่งออกเป็น 3 ชนิดคือ หน่วยหน้าศัพท์ (prefix) หน่วยกลางศัพท์ (infix) และหน่วยท้ายศัพท์ (suffix) ตามแนวทางของ Yule (2010) ซึ่งกระบวนการเติมหน่วยคำไม่อิสระทำให้เกิดคำผสม (complex word) (จินดา เสงสมบุรณ์, 2542) หน่วยคำเติมที่ปรากฏในชื่อสินค้าชุมชนมีเฉพาะหน่วยคำเติมท้ายศัพท์ ได้แก่ คำว่า *เมว* และ *แต่น* ซึ่งเป็นคำที่ใช้แสดงลักษณะของการแปรรูปข้าวเหนียวเป็นขนม คำว่า *ข้าวเมว* เกิดจาก คำหลักคือคำว่า *ข้าว* และหน่วยคำเติม *เมว* หมายถึง คำเรียกข้าวเปลือกข้าวเหนียวที่ยังไม่แก่จัดเอามาคั่วแล้วตำให้แบนว่า *ข้าวเมว* คำว่า *เมว* ไม่ปรากฏตามลำพังแต่จะปรากฏร่วมกับคำว่าข้าวเสมอ ส่วนคำว่า *แต่น* (ถิ่นเหนือ) หมายถึง ชื่อขนมชนิดหนึ่ง คล้ายนางเล็ดแต่ไม่โรยน้ำตาลเคี้ยว ทำด้วยข้าวเหนียวนึ่งแผ่เป็นแผ่นกลม ตากแห้ง ทอดน้ำมันให้พอง มีรสเค็ม ๆ หวาน ๆ จะปรากฏกับหน่วยคำหลัก ข้าว ในภาษาไทยมาตรฐานใช้ว่า *ข้าวแต่น*

การสร้างคำของชื่อชนิดของสินค้าชุมชนมีลักษณะที่ไม่ซับซ้อนเนื่องจากคำส่วนใหญ่ที่นำมาใช้เป็นคำภาษาไทยและคำภาษาถิ่น ซึ่งไม่มีลักษณะของการเติมวิภัติปัจจัย แม้ว่าชื่อหนึ่ง ๆ จะมีจำนวนหลายพยางค์ แต่ส่วนใหญ่เป็นการเรียงคำต่อกันเพื่อเสริมความหมายให้กับชื่อสินค้า ดังจะได้กล่าวถึงเรื่องความหมายในหัวข้อต่อไป

ชื่อทางการค้า

การสร้างคำของชื่อทางการค้ามีกระบวนการสร้างคำ 2 แบบ คือ

1. การประสมคำ เช่น ตราลูกโหนด โหนดทั้ง บ้านสวนตาล

ตัวอย่าง

ตราลูกโหนด เกิดจากการประสมคำระหว่าง ตรา + ลูกโหนด

ตรา หมายถึง น. เครื่องหมายที่มีลวดลายและทำเป็นรูปร่าง ๆ สำหรับประทับเป็นสำคัญ

ลูกโหนด เป็นภาษาถิ่นใต้ หมายถึง ลูกตาลโตนดทั้งผล

ตราลูกโหนดจึงเป็นคำประสมหมายถึงสินค้าที่มีสัญลักษณ์เป็นรูปผลตาลโตนดทั้งผล

โหนดทั้ง เกิดจากการประสมคำระหว่าง โหนด(ภาษาถิ่นใต้) + ทั้ง

โหนด เป็นภาษาถิ่นใต้ หมายถึง ต้นตาลโตนด

ทั้ง หมายถึง ปล่อยไว้ เหลือไว้ไม่ได้ใช้ประโยชน์

ชื่อโหนดทั้งจึงเป็นคำที่เกิดจากการประสมคำและมีความหมายหมายถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุเหลือใช้จากตาลโตนด

บ้านสวนตาล เกิดจากการประสมคำระหว่าง บ้าน + สวน + ตาล

บ้าน หมายถึง ที่อยู่

สวน หมายถึง น. บริเวณที่ปลูกต้นไม้เป็นจำนวนมาก

ตาล หมายถึง ชื่อปาล์มชนิดหนึ่ง ใบใหญ่ ดอกแยกเพศ อยู่ต่างต้น ต้นเพศผู้ออกดอกเป็นวงคล้ายมะพร้าว ไม่มีผล ต้นเพศเมียออกดอกเป็นช่อเดี่ยว ๆ ผลใหญ่กลมโตเป็นทะลาย น้ำหวานที่ออกจากวงของต้นเพศผู้ เรียกว่า น้ำตาลสด ใช้ทำน้ำตาลได้

ดังนั้น บ้านสวนตาล จึงหมายถึง บริเวณที่อยู่ที่มีการปลูกต้นตาลไว้จำนวนมาก เพื่อเน้นถึงผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากต้นตาล เช่น น้ำตาลโตนดผง สบู่ลูกตาล

2. การตัดคำ (clipping) เกิดจากการตัดบางส่วนของคำ เช่น เจ้าหลวง คำว่า หลวง มาจากคำเต็มคือชื่อของตำบล ดิหลวง ตัดคำว่าดิออกเหลือเฉพาะคำว่า หลวง ซึ่งผู้ตั้งชื่อนี้ได้ให้สัมภาษณ์ว่าเจตนาจะให้เหลือความหมายที่สอดคล้องกับคำว่า หลวง ที่หมายถึง ที่เป็นของพระเจ้าแผ่นดิน เช่น ศาลหลวง วังหลวง เพื่อความเป็นสิริมงคล จากนั้นจึงนำคำที่ตัดมาประสมกับคำว่า เจ้า (ผู้เป็นใหญ่ ผู้เป็นหัวหน้า) ให้ความหมายถึงความเป็นใหญ่

4.1.2 โครงสร้างทางความหมายของชื่อตราสินค้า

4.1.2.1 โครงสร้างทางความหมายของชื่อชนิดของสินค้า

ชื่อชนิดของสินค้าเป็นชื่อที่ใช้ระบุชนิด คุณสมบัติและลักษณะของสินค้า ทำหน้าที่บอกให้ผู้ซื้อทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นสินค้าชนิดไหนและมีลักษณะหรือคุณสมบัติเฉพาะอย่างไรบ้าง

ชื่อชนิดของสินค้าชุมชนแบ่งออกตามโครงสร้างทางความหมายโดยพิจารณาจากโครงสร้างของความหมายที่ปรากฏเป็นโครงสร้างแรกของชื่อ สามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

- 1. ชื่อสินค้าที่ขึ้นต้นด้วยวัตถุดิบ
- 2. ชื่อสินค้าที่ขึ้นต้นด้วยชนิดของสินค้า
- 3. ชื่อสินค้าที่ขึ้นต้นด้วยชื่อเฉพาะของสินค้า

ชื่อสินค้าที่ขึ้นต้นด้วยวัตถุดิบ

ชื่อชนิดของสินค้าที่ขึ้นต้นด้วยวัตถุดิบมีโครงสร้างหลัก 2 แบบ ได้แก่ โครงสร้างเดี่ยวและโครงสร้างขยาย โครงสร้างเดี่ยวเป็นชื่อสินค้าที่มีองค์ประกอบของความหมายเพียงอย่างเดียว ส่วนโครงสร้างขยายเป็นโครงสร้างที่ขึ้นต้นด้วยคำที่มีความหมายเป็นวัตถุดิบและมีส่วนขยายอื่น ๆ ประกอบในชื่อ (Boonpaisarnsatit, 2005)

1. โครงสร้างเดี่ยว

ประกอบด้วยชื่อวัตถุดิบที่ใช้ผลิตสินค้า เช่น หัวครก เป็นคำภาษาไทยถิ่นใต้ หมายถึง เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ จากข้อมูลพบว่ามีผู้ผลิตอีกหนึ่งรายใช้ชื่อชนิดของสินค้าเป็นคำภาษาไทยมาตรฐานว่า เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ ซึ่ง หัวครก หรือ เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ แสดงถึงวัตถุดิบที่ใช้ผลิตสินค้า

2. โครงสร้างขยาย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ โครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 2 ส่วนและโครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 3 ส่วน

2.1 โครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 2 ส่วน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

2.1.1 วัตถุดิบ + ลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้า โครงสร้างทางความหมายแบบนี้เริ่มต้นด้วยคำที่มีความหมายแสดงวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าและตามด้วยคำแสดงลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้า จากข้อมูลพบชื่อที่มีโครงสร้างแบบนี้ 4 ชื่อ ได้แก่ ลูกตาลกรอบ ข้าวเม่ากรอบ ข้าวม้าวกรอบ เมล็ดมะม่วงหิมพานต์แผ่น

	วัตถุดิบ	+	ลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้า
ลูกตาลกรอบ	ลูกตาล		กรอบ
ข้าวเม่ากรอบ	ข้าวเม่า		กรอบ
ข้าวม้าวกรอบ	ข้าวม้าว		กรอบ
เมล็็ดมะม่วงหิมพานต์แผ่น	เมล็็ดมะม่วงหิมพานต์		แผ่น

ลูกตาลกรอบเป็นขนมหวานที่ได้จากการนำเอาเนื้อของลูกตาลมาตากและอบแห้ง จนเนื้อของลูกตาลที่มีลักษณะคล้ายวุ้นแต่มีความหนาและเหนียวของเนื้อมากกว่าวุ้น ชื่อลูกตาลกรอบ เกิดจากการประกอบของคำว่า ลูกตาล ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของสินค้า และคำว่า กรอบ ซึ่งแสดงถึงคุณสมบัติของสินค้าว่ามีความกรอบหรือแตกหักเป็นชิ้นเล็ก ๆ ได้ง่าย (ราชบัณฑิตยสถาน, 2542) ขนม “ลูกตาลกรอบ” มีลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสขนาดคล้ายลูกเต๋าและมีสีขาวขุ่น หากดูจากลักษณะภายนอกจะคล้ายคลึงกับขนม “วุ้นกรอบ” แต่ขนม “วุ้นกรอบ” มีลักษณะผิวด้านนอกที่กรอบแตกร่วนเป็นชิ้นเล็ก ๆ ได้ง่าย ส่วน “ลูกตาลกรอบ” มีเนื้อแน่นและมีความเหนียว อีกทั้งผิวด้านนอกไม่ร่วนกรอบซึ่งทำให้ไม่ตรงกับคุณสมบัติของคำว่า “กรอบ” แต่อย่างใด แต่เป็นการตั้งชื่อตามขนม “วุ้นกรอบ” ที่มีรูปร่างคล้ายกัน

ข้าวเม่ากรอบและข้าวม้าวกรอบ เป็นชื่อขนมชนิดเดียวกันแต่เขียนต่างกันเนื่องจากการเขียนที่แปรไปตามการออกเสียงของคำว่า เม่า /mā:w/ แม้ว่ารูปเขียนเป็นสระเสียงสั้น -ะ /a / และเสียงพยัญชนะ ว /w / แต่ในการออกเสียงจริงจะออกเสียงเป็นสระเสียงยาวเหมือนสระ -า /a: / และพยัญชนะ ว /w / นอกจากนี้ชื่อที่มีรูปเขียนว่า ข้าวม้าว ยังได้รับอิทธิพลของเสียงวรรณยุกต์ที่แปรไปตามการออกเสียงภาษาไทยถิ่นใต้อีกด้วย

ข้าวเม่าเป็นวัตถุดิบ ได้จากการนำข้าวเปลือกข้าวเหนียวที่ยังไม่แก่จัดเอามาคั่วแล้วตำให้แบน ส่วนคำว่า กรอบ แสดงถึงคุณสมบัติของสินค้าว่ามีความกรอบหรือแตกหักเป็นชิ้นเล็ก ๆ ได้ง่าย ซึ่งข้าวเม่ากรอบจะเป็นการนำเอาข้าวเม่ามาคั่วจนกรอบแล้วปรุงรสตามสูตรของผู้ผลิต คำว่ากรอบจึงแสดงถึงคุณสมบัติของขนมข้าวเม่า

2.1.2 วัตถุดิบ + กระบวนการผลิต โครงสร้างทางความหมายแบบนี้เริ่มต้นด้วยคำที่มีความหมายแสดงวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าและตามด้วยคำแสดงกระบวนการหรือวิธีการผลิตสินค้า จากข้อมูลพบชื่อที่มีโครงสร้างแบบนี้ 2 ชื่อ ได้แก่ จาวตาลเชื่อม ลูกตาลลอยแก้ว

วัตถุดิบ + กระบวนการผลิต		
จาวตาลเชื่อม	ลูกตาล	เชื่อม
ลูกตาลลอยแก้ว	ลูกตาล	ลอยแก้ว

จาวตาลเชื่อม ประกอบด้วยคำว่า จาวตาล หมายถึง ส่วนที่งอกในผลของตาลซึ่งใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้า และคำว่า เชื่อม ซึ่งเป็นกระบวนการผลิตโดยการนำน้ำและน้ำตาลไปตั้งไฟเคี่ยวจนเดือดและใส่วัตถุดิบอื่นลงไป เช่น จาวตาล ขนมจาวตาลเชื่อมจะเคี่ยวจนน้ำตาลแห้งเนื้อของจาวตาลจึงมีรสหวานมาก ชื่อ “จาวตาลเชื่อม” จึงบ่งบอกถึงวัตถุดิบและกระบวนการผลิต

ลูกตาลลอยแก้ว ประกอบด้วยคำว่า ลูกตาล หมายถึงส่วนที่เป็นเนื้อของลูกตาลซึ่งใช้เป็นวัตถุดิบ และคำว่า ลอยแก้ว เป็นการปรุงของหวานด้วยวิธีการเชื่อมแบบหนึ่งที่ใช้น้ำเชื่อมแบบเข้มข้นในการทำลูกตาลลอยแก้วทำได้โดยนำเนื้อลูกตาลหรือเต้าตาลที่หั่นเป็นชิ้นเล็ก ๆ ไปต้มในน้ำเชื่อม นิยมรับประทานโดยใส่น้ำแข็งเพื่อเจือจางน้ำเชื่อม

2.2 โครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 3 ส่วน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

2.2.1 วัตถุดิบหลัก + กระบวนการผลิต + วัตถุดิบรอง โครงสร้างทางความหมายแบบนี้เริ่มต้นด้วยคำที่มีความหมายแสดงวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้า ตามด้วยคำแสดงกระบวนการหรือวิธีการผลิตสินค้า และวัตถุดิบรองเรียงตามลำดับ จากข้อมูลพบชื่อที่มีโครงสร้างแบบนี้ 1 ชื่อ ได้แก่ ข้าวม้าวอบน้ำผึ้ง

วัตถุดิบหลัก + กระบวนการผลิต + วัตถุดิบรอง			
ข้าวม้าวอบน้ำผึ้ง	ข้าวม้าว	อบ	น้ำผึ้ง

ข้าวม้าวอบน้ำผึ้ง มีโครงสร้างทางความหมายที่เริ่มต้นด้วยคำแสดงวัตถุดิบหลักที่ใช้ผลิตสินค้าคือ ข้าวม้าว(ข้าวเม่า) โครงสร้างที่สองเป็นคำแสดงกระบวนการผลิตคือคำว่า อบ หมายถึง การทำให้ร้อนหรือสุกด้วยไอน้ำหรือไอน้ำที่ให้ความร้อนระบายออกไม่ได้ และโครงสร้างที่สามคือ น้ำผึ้ง ซึ่งเป็นวัตถุดิบรองใช้ปรุงให้ข้าวเม่าอบมีรสหอมหวาน

2.2.2 วัตถุดิบ + วัตถุที่เป็นเป้าหมายของการใช้ + ประโยชน์ของสินค้า โครงสร้างทางความหมายแบบนี้เริ่มต้นด้วยคำที่มีความหมายแสดงวัตถุดิบ ตามมาด้วยวัตถุที่เป็นเป้าหมายของการใช้และในส่วนท้ายคือการระบุประโยชน์ของสินค้า จากข้อมูลพบชื่อที่มีโครงสร้างแบบนี้ 1 ชื่อ ได้แก่ ดินไม้สวอย

วัตถุดิบ + วัตถุที่เป็นเป้าหมายของการใช้ + ประโยชน์ของสินค้า			
ดินไม้สวอย	ดิน	ไม้	สวอย

ดินไม้สวอย เป็นชื่อของดินที่ใช้ในการปลูกต้นไม้ บรรจุใส่ถุงพลาสติกเพื่อการจำหน่าย ชื่อสินค้านี้ประกอบด้วยคำว่า ดิน ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของสินค้า คำว่า ไม้ หมายถึงต้นไม้ ซึ่งเป็นเป้าหมายที่จะนำสินค้าไปใช้ และคำว่า สวอย เป็นประโยชน์ของสินค้าว่าสามารถบำรุงต้นไม้ให้งอกงามหรือสวอยงามนั่นเอง

ชื่อสินค้าที่ขึ้นต้นด้วยชนิดของสินค้า

ชื่อสินค้าประเภทนี้จะมีโครงสร้างทางความหมายที่ขึ้นต้นด้วยชนิดของสินค้า ซึ่งเป็นการบอกความหมายกว้าง ๆ ว่าสินค้านั้นจัดอยู่ในสินค้าประเภทใด เช่น ขนม น้ำตาล เป็นต้น โครงสร้างของความหมายชื่อสินค้าที่ขึ้นต้นด้วยชนิดของสินค้าแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

- 1. โครงสร้างเดียว
- 2. โครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 2 ส่วน
- 3. โครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 3 ส่วน
- 4. โครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 4 ส่วน

1. โครงสร้างเดียว

ชื่อสินค้าที่มีโครงสร้างทางความหมายเพียง 1 โครงสร้างคือชนิดของสินค้า ปรากฏในข้อมูล 1 ชื่อได้แก่ น้ำปลา หมายถึง เครื่องปรุงรสอาหารให้มีรสเค็ม ทำจากปลาหรือสิ่งอื่นหมักกับเกลือ

2. โครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 2 ส่วน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

2.1.1 ชนิดของสินค้า + วัตถุดิบ โครงสร้างทางความหมายแบบนี้เริ่มต้นด้วยคำที่มีความหมายแสดงชนิดของสินค้าและตามมาด้วยคำที่แสดงถึงวัตถุดิบที่ใช้ผลิตสินค้า จากข้อมูลพบชื่อที่มีโครงสร้างแบบนี้ 6 ชื่อ ได้แก่ น้ำตาลโตนด สบู่ตาลโตนด ขนมเงา ขนมงาขาว ขนมงาดำ

ชนิดของสินค้า + วัตถุดิบ		
น้ำตาลโตนด	น้ำตาล	โตนด
สบู่ตาลโตนด	สบู่	ตาลโตนด
หัตถกรรมใยตาล	หัตถกรรม	ใยตาล
ขนมเงา	ขนม	เงา
ขนมงาขาว	ขนม	งาขาว
ขนมงาดำ	ขนม	งาดำ

น้ำตาลโตนด เกิดจากการประกอบกันของคำว่า “น้ำตาล” ซึ่งเป็นชนิดของสินค้า บ่งบอกให้ทราบว่าสินค้าเป็นสารให้ความหวาน และส่วนที่สองคือ “โตนด” หรือตาลโตนดซึ่งเป็นชื่อของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต นั่นก็คือน้ำตาลที่ผลิตมาจากต้นตาลโตนด

สบู่ตาลโตนด เกิดจากการประกอบกันของคำว่า สบู่ ซึ่งเป็นชนิดของสินค้า บ่งบอกให้ทราบว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ชำระล้างและซักฟอกประเภทหนึ่ง และโครงสร้างส่วนที่สองคือ ตาลโตนด ซึ่งเป็นชื่อของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต โดยใช้เยื่อสีเหลืองที่อยู่ด้านในติดกับเปลือกของลูกตาล

หัตถกรรมใยตาล เกิดจากการประกอบกันของคำว่า หัตถกรรม ซึ่งเป็นชนิดของสินค้า บ่งบอกให้ทราบว่าเป็นงานช่างฝีมือ มักเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับประดับตกแต่งหรือใช้สอยขนาดเล็ก เช่น กระเป๋า หมวก กล่องกระดาษทิชชู โคมไฟ เป็นต้น และโครงสร้างส่วนที่สองคือ ใยตาล ซึ่งเป็นชื่อของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต โดยใช้เส้นใยจากเปลือกของกาบตาลมาเป็นวัตถุดิบหลักในการสร้างงานหัตถกรรม

ขนมงา ขนมงาขาว และขนมงาดำ เกิดจากการประกอบกันของคำว่า ขนม ซึ่งเป็นชนิดของสินค้า บ่งบอกให้ทราบว่าเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับใช้รับประทานที่ไม่ใช่อาหารหลักและมักมีรสหวาน และส่วนที่สองคือ วัตถุดิบ ซึ่งพบจำนวน 3 คำ ได้แก่ งา งาขาว และงาดำ คำว่า งา แสดงถึงวัตถุดิบหลักที่ใช้ทำขนมแต่ไม่ได้ระบุชนิดของงาอย่างเจาะจง คำว่า งาขาว เป็นการระบุชัดเจนว่าวัตถุดิบที่ใช้คืองาขาว และ งาดำ แสดงให้เห็นว่าวัตถุดิบหลักที่ใช้คือ งาดำ

2.1.2 ชนิดของสินค้า + ลักษณะของสินค้า โครงสร้างทางความหมายแบบนี้เริ่มต้นด้วยคำที่มีความหมายแสดงชนิดของสินค้าและตามมาด้วยคำที่แสดงถึงลักษณะของสินค้า จากข้อมูลพบชื่อที่มีโครงสร้างแบบนี้ 1 ชื่อ ได้แก่ น้ำผึ้งผง

ชนิดของสินค้า + ลักษณะของสินค้า		
น้ำผึ้งผง	น้ำผึ้ง	ผง

น้ำผึ้งผง มาจากการประกอบกันของคำว่า น้ำผึ้ง(ถิ่นใต้) หมายถึง น้ำตาล จึงมีความหมายแสดงถึงชนิดของสินค้า บ่งบอกให้ทราบว่าเป็นสารให้ความหวาน และโครงสร้างส่วนที่สองคือ ผง ซึ่งเป็นคำที่ระบุลักษณะของสินค้าว่ามีลักษณะที่ละเอียด น้ำผึ้งผง จึงหมายถึง น้ำตาลผงนั่นเอง

2.1.3 ชนิดของสินค้า + ชื่อเฉพาะของสินค้า โครงสร้างทางความหมายแบบนี้เริ่มต้นด้วยคำที่มีความหมายแสดงชนิดของสินค้าและตามมาด้วยคำที่เป็นชื่อเฉพาะของสินค้า จากข้อมูลพบชื่อที่มีโครงสร้างแบบนี้ 1 ชื่อ ได้แก่ ขนมโก๋

ชนิดของสินค้า + ชื่อเฉพาะของสินค้า		
ขนมโก๋	ขนม	โก๋

ขนมโก๋ เป็นชื่อที่ประกอบด้วยชนิดของสินค้าคือ ขนม หมายถึง ของกินที่ไม่ใช่กับข้าว มักปรุงด้วยแป้งหรือข้าวกับกะทิหรือน้ำตาล (พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน, 2542) และตามด้วยชื่อเฉพาะของสินค้าคือคำว่า โก๋ ผู้ผลิตขนมโก๋ได้ให้สัมภาษณ์ตรงกันว่า คำว่า โก๋ เดิมมาจากคำว่า เกาะ ในภาษาไทยถิ่นใต้ หมายถึง ขนมมีลักษณะเป็นรูปถ้วยทรงกลม ด้านล่างแคบกว่าด้านบน เมื่อทำเสร็จจะนำขนมสองชิ้นมาประกบกัน โดยใช้ด้านบนซึ่งมีความกว้างมากกว่าประกบเข้าด้วยกัน เปรียบเหมือนการเกาะติดกันของวัตถุ 2 ชิ้น ด้วยความหมายของคำว่า “เกาะ” นี้เองทำให้ขนมโก๋เป็นขนมที่ใช้ในงานมงคล เช่น งานแต่งงาน เพื่อสื่อความหมายว่าชีวิตคู่ของคู่สมรสจะยืนยาวเหมือนการเกาะติดกันของขนม 2 ชิ้น แต่เนื่องจากการออกเสียงมีการแปรไปมาก จนปัจจุบันนี้ ผู้ที่รู้จักความหมายดั้งเดิมของชื่อขนมโก๋ มีอยู่ในกลุ่มจำกัดและรูปทรงของขนมก็มีรูปแบบใหม่เพิ่มขึ้น คือมีรูปทรงที่เป็นชั้นเดียว ๆ รูปวงรี ไม่ได้มีการนำมาวางประกบคู่กับขนมอีกชั้น ดังนั้นความหมายของชื่อขนมโก๋ จึงเปลี่ยนไปจากเดิม ในงานวิจัยนี้จึงจัดให้คำว่า โก๋ เป็นชื่อเฉพาะของขนม

3. โครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 3 ส่วน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

3.2.1 ชนิดของสินค้า + วัตถุดิบรอง + วัตถุดิบหลัก โครงสร้างทางความหมายแบบนี้เริ่มต้นด้วยคำที่มีความหมายแสดงชนิดของสินค้าและตามด้วยคำที่มีความหมายแสดงถึงวัตถุดิบรองและมีโครงสร้างสุดท้ายคือวัตถุดิบหลัก วัตถุดิบหลัก หมายถึงวัตถุที่ใช้เป็นส่วนผสมหลักในการผลิตสินค้า ส่วนวัตถุดิบรองเป็นส่วนผสมในการผลิตที่มีปริมาณน้อยกว่าวัตถุดิบหลัก จากข้อมูลพบชื่อที่มีโครงสร้างแบบนี้ 2 ชื่อ ได้แก่ ขนมถั่วขาว ขนมถั่วดำ

ชนิดของสินค้า + วัตถุดิบรอง + วัตถุดิบหลัก			
ขนมถั่วขาว	ขนม	ถั่ว	งาขาว
ขนมถั่วดำ	ขนม	ถั่ว	งาดำ

ขนมถั่วขาว เกิดจากองค์ประกอบสามส่วนคือ ขนม แสดงชนิดของสินค้าว่าเป็นสิ่งที่ใช้รับประทานที่ไม่ใช่อาหารหลักและมักมีรสหวาน ส่วนที่สองคือ ถั่ว ซึ่งเป็นวัตถุดิบรองและส่วนสุดท้ายคือ งาขาว ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการทำขนมชนิดนี้

3.2.2 ชนิดของสินค้า + ลักษณะ + วิธีใช้ โครงสร้างทางความหมายแบบนี้เริ่มต้นด้วยคำที่มีความหมายแสดงชนิดของสินค้าและตามด้วยคำที่แสดงถึงลักษณะของสินค้า และโครงสร้างส่วนท้ายคือวิธีใช้ จากข้อมูลพบชื่อที่มีโครงสร้างแบบนี้ 1 ชื่อ ได้แก่ น้ำตาลผงชงกาแฟ

ชนิดของสินค้า + ลักษณะของสินค้า + วิธีใช้

น้ำตาลผงชงกาแฟ	น้ำตาล	ผง	ชงกาแฟ
----------------	--------	----	--------

น้ำตาลผงชงกาแฟ มาจากการประกอบกันของคำว่า น้ำตาล หมายถึง เป็นคำที่มีความหมายแสดงถึงชนิดของสินค้า บ่งบอกให้ทราบว่าสินค้าเป็นสารให้ความหวาน โครงสร้างส่วนที่สองคือ ผง ซึ่งเป็นคำที่ระบุลักษณะของสินค้าว่ามีลักษณะที่ละเอียด และโครงสร้างส่วนที่สามแสดงถึงวิธีการใช้ประโยชน์จากสินค้า นั่นคือ ใช้สำหรับชงกาแฟ เนื่องจากสินค้าเป็นน้ำตาลจากต้นตาลโตนด ไม่ใช่น้ำตาลที่ผลิตจากอ้อยที่จำหน่ายในตลาดทั่วไป สีของน้ำตาลโตนดมีสีน้ำตาลเข้ม ผู้ผลิตจึงต้องการให้ข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจว่าจะนำน้ำตาลชนิดไปใช้ประโยชน์ที่เหมาะสมได้อย่างไร

3.2.3 ชนิดของสินค้า + ชื่อเฉพาะของสินค้า + ลักษณะหรือคุณสมบัติ โครงสร้างทางความหมายแบบนี้เริ่มต้นด้วยคำที่มีความหมายแสดงชนิดของสินค้าและตามด้วยคำที่มีความหมายแสดงถึงชื่อเฉพาะของสินค้า และมีโครงสร้างสุดท้ายคือลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้า จากข้อมูลพบชื่อที่มีโครงสร้างแบบนี้ 5 ชื่อ ได้แก่ ขนมโกโก้ไม่มีไส้ ขนมโกโก้ไส้ ขนมโกโก้สอดไส้ ขนมลากลอบ

ชนิดของสินค้า + ชื่อเฉพาะของสินค้า + ลักษณะหรือคุณสมบัติ			
ขนมลากลอบ	ขนม	ลา	กรอบ
ขนมโกโก้ไส้	ขนม	โกโก้	ไส้ไส้
ขนมโกโก้สอดไส้	ขนม	โกโก้	สอดไส้
ขนมโกโก้มีไส้	ขนม	โกโก้	ไส้ไส้
ขนมโกโก้ไม่มีไส้	ขนม	โกโก้	ไม่มีไส้

ขนมลากลอบ มีโครงสร้างทางความหมายส่วนที่หนึ่งคือชนิดของสินค้าได้แก่ ขนม หมายถึง เป็นอาหารที่ไม่ใช่อาหารหลัก มีกระบวนการปรุง และมักมีรสหวาน ส่วนที่สองคือชื่อเฉพาะของสินค้าได้แก่ ลา เป็นชื่อเฉพาะของขนมพื้นบ้านภาคใต้ที่ใช้ในงานบุญสารทเดือนสิบ และส่วนที่สามคือลักษณะเด่นของสินค้าได้แก่ กรอบ เป็นการแสดงรายละเอียดว่าขนมลาชนิดนี้มีลักษณะกรอบ ไม่ใช่ขนมลาแบบนิ่ม ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะเด่นของสินค้าช่วยให้ผู้บริโภคได้ทราบว่าสินค้านี้มีลักษณะเด่นแตกต่างจากสินค้าในกลุ่มเดียวกันอย่างไร ช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกสินค้าได้ตรงหรือใกล้เคียงกับความต้องการ

ขนมโก๋ไม่มีไส้ มีโครงสร้างทางความหมายส่วนที่หนึ่งคือชนิดของสินค้าได้แก่ ขนม ส่วนที่สองคือ โก๋ แสดงชื่อเฉพาะของสินค้า และส่วนที่สามคือ ไม่มีไส้ แสดงลักษณะของขนมว่าเนื้อขนมชนิดนี้ไม่มีวัตถุดิบรองอื่น ๆ อื่นบรรจุอยู่ข้างใน

ขนมโก๋มีไส้ ขนมโก๋ไส้ไส้ ขนมโก๋สอดไส้ ชื่อสินค้าทั้งสามชื่อนี้ประกอบด้วยโครงสร้างทางความหมายสามส่วนคือ ขนม ทำหน้าที่ระบุชนิดของสินค้า ส่วนที่สองคือ โก๋ แสดงชื่อเฉพาะของสินค้า และส่วนที่สามคือลักษณะเด่นของสินค้า นั่นคือ มีไส้ ไส้ไส้ หรือสอดไส้ เป็นการเพิ่มเติมรายละเอียดให้ผู้บริโภคทราบว่าขนมโก๋ชนิดนี้มีส่วนประกอบอื่นอยู่ข้างใน ไส้ของขนมโก๋ที่นิยมผลิตในพื้นที่ศึกษาได้แก่ ไส้หวานซึ่งใช้น้ำตาลโตนดหรือแบะแซเคี้ยวให้ข้น และไส้ถั่วซึ่งใช้ถั่วเขียวบดเคี้ยวกับน้ำตาลแบะแซ

3.2.4 ชนิดของสินค้า + คุณสมบัติ + วัตถุดิบ โครงสร้างทางความหมายแบบนี้เริ่มต้นด้วยคำที่มีความหมายแสดงชนิดของสินค้า ตามด้วยคำที่มีความหมายแสดงถึงคุณสมบัตินี้ของสินค้า และมีโครงสร้างสุดท้ายคือวัตถุดิบหลัก จากข้อมูลพบชื่อที่มีโครงสร้างแบบนี้ 1 ชื่อ ได้แก่ สบู่หอมลูกตาล

ชนิดของสินค้า + คุณสมบัติ + วัตถุดิบ			
สบู่หอมลูกตาล	สบู่	หอม	ลูกตาล

สบู่หอมลูกตาล ประกอบด้วยโครงสร้างส่วนที่หนึ่งคือ สบู่ แสดงชนิดของสินค้าว่าเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับใช้ชำระล้าง โครงสร้างส่วนที่สองคือ หอม มีความหมายแสดงคุณสมบัตินี้ว่ามีกลิ่นหอม และ ลูกตาล แสดงถึงวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้า ชื่อสินค้านี้จึงช่วยให้ผู้ซื้อทราบว่าสินค้าเป็นสินค้าชนิดใด มีคุณสมบัติเด่นอย่างไรและทำจากวัตถุดิบอะไร

4. โครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 4 ส่วน มีการเรียงโครงสร้างทางความหมาย 1 รูปแบบ คือ

ชนิดของสินค้า + ชื่อเฉพาะของสินค้า + ลักษณะ + วัตถุดิบรอง โครงสร้างทางความหมายแบบนี้เริ่มต้นด้วยการระบุชนิดของสินค้า ชื่อเฉพาะของสินค้า การเพิ่มคำแสดงลักษณะบางอย่างของสินค้า และการระบุวัตถุดิบรองซึ่งเป็นส่วนเสริมที่ทำให้สินค้าแตกต่างจากสินค้าแบบดั้งเดิม จากข้อมูลพบชื่อที่มีโครงสร้างแบบนี้ 1 ชื่อ ได้แก่ ขนมโก๋ไส้ถั่ว

ชนิดของสินค้า+ชื่อเฉพาะของสินค้า + ลักษณะ + วัตถุประสงค์รับรอง				
ขนมโก๋ไส้ถั่ว	ขนม	โก๋	ไส้	ถั่ว

ขนมโก๋ไส้ถั่ว ประกอบด้วยโครงสร้างทางความหมายส่วนที่หนึ่งคือชนิดของสินค้า ปรากฏคำว่า ขนม เป็นการระบุให้รู้ว่าสินค้าชนิดนี้ใช้รับประทานแต่ไม่ใช่อาหารหลัก โดยมากมักมีรสหวาน โครงสร้างส่วนที่สองคือชื่อเฉพาะของสินค้า ปรากฏคำว่า โก๋ เป็นชื่อของขนมชนิดหนึ่ง โครงสร้างส่วนที่สามคือลักษณะของสินค้า ปรากฏคำว่า ไส้ เป็นการเพิ่มรายละเอียดของสินค้าว่าสินค้าชนิดนี้มีการบรรจุวัตถุดิบอื่นไว้ภายใน และโครงสร้างส่วนที่สี่เป็นส่วนที่ระบุวัตถุประสงค์รับรองซึ่งบรรจุไว้ในตัวสินค้า จากข้อมูลวัตถุประสงค์รับรองที่ใช้คือถั่ว ซึ่งผู้ผลิตนิยมใช้ถั่วเขียวบดมาเป็นไส้ของขนมโก๋

ชื่อสินค้าที่ขึ้นต้นด้วยชื่อเฉพาะของสินค้า

1. โครงสร้างเดียว

ชื่อสินค้าที่มีความหมายแสดงถึงชื่อเฉพาะของสินค้า ปรากฏในข้อมูลจำนวน 2 ชื่อ ได้แก่ บูด และ ข้าวแต่น คำว่า บูด หมายถึง ชื่ออาหารพื้นเมืองภาคใต้ เป็นน้ำที่ได้จากการหมักปลาจนเปรี้ยว นำมาต้มสุกแล้วปรุงรส (พจนานุกรมภาษาถิ่นใต้ พุทธศักราช 2550, 276) ส่วนคำว่า ข้าวแต่น หมายถึง ชื่อขนมชนิดหนึ่ง คล้ายนางเล็ดแต่ไม่โรยน้ำตาลเคี้ยว ทำด้วยข้าวเหนียวนึ่งแผ่เป็นแผ่นกลมตากแห้ง ทอดน้ำมันให้พอง มีรสเค็ม ๆ หวาน ๆ เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า รังแต่น (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2542)

2. โครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 2 ส่วน

ชื่อสินค้าที่ขึ้นต้นด้วยชื่อเฉพาะของสินค้าและมีโครงสร้างทางความหมายสองส่วน มี 2 รูปแบบ ดังนี้

2.1 ชื่อเฉพาะของสินค้า + ชื่อเฉพาะของสินค้า โครงสร้างทางความหมายแบบนี้เป็นการนำเอาชื่อเฉพาะของสินค้าจำนวน 2 ชื่อมาเรียงเข้าด้วยกัน จากข้อมูลพบชื่อที่มีโครงสร้างแบบนี้ 1 ชื่อ ได้แก่ ข้าวพองนางเล็ด

ชนิดเฉพาะของสินค้า + ชื่อเฉพาะของสินค้า		
ข้าวพอง	ข้าวพอง	นางเล็ด

ข้าวพองนางเล็ด มาจากการประกอบกันของคำว่า ข้าวพอง(ถิ่นใต้) ซึ่งเป็นชื่อเฉพาะของขนมชนิดหนึ่ง ใช้ข้าวเหนียวนึ่งจัดเป็นรูปต่าง ๆ ตากแห้งแล้วนำไปทอดน้ำมันให้พองเต็มที่ ใช้เป็นขนมวันสารทของภาคใต้ (พจนานุกรมภาษาถิ่นใต้ พุทธศักราช 2550, 2550) และโครงสร้างส่วนที่

สองคือคำว่า นางเล็ด เป็นชื่อเฉพาะที่ใช้เรียกขนมชนิดหนึ่ง ทำด้วยข้าวเหนียวหนึ่งแผ่นเป็นแผ่นกลม ตากแห้ง ทอดน้ำมันให้พองแล้วโรยน้ำตาลเคี้ยว (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2542) ข้าวพอง นางเล็ด จึงเป็นคำที่ใช้เรียกชื่อขนมชนิดเดียวกัน แต่เป็นการซ้อนคำภาษาถิ่นเข้ากับภาษาไทยมาตรฐาน

2.2 ชื่อเฉพาะของสินค้า + วัตถุดิบรอง โครงสร้างทางความหมายแบบนี้ เริ่มต้นด้วยคำที่แสดงถึงชื่อเฉพาะของสินค้าและตามด้วยคำที่แสดงวัตถุดิบรองในการผลิตสินค้า จากข้อมูลพบชื่อที่มีโครงสร้างแบบนี้ 1 ชื่อ ได้แก่ ข้าวแต่น้ำแดงโม

ชนิดเฉพาะของสินค้า + วัตถุดิบรอง

ข้าวแต่น้ำแดงโม

ข้าวแต่น

น้ำแดงโม

ข้าวแต่น้ำแดงโม มาจากการประกอบกันของคำว่า ข้าวแต่น (ถิ่นเหนือ) เป็นชื่อเฉพาะของขนมชนิดหนึ่ง ทำด้วยข้าวเหนียวหนึ่งแผ่นเป็นแผ่นกลม ตากแห้ง ทอดน้ำมันให้พอง และคำว่า น้ำแดงโม ซึ่งเป็นวัตถุดิบรองในการผลิตสินค้า การทำข้าวแต่น หรือขนมนางเล็ด นิยมใส่น้ำแดงโมลงไปผสมกับข้าวเหนียวหนึ่งเพื่อเพิ่มกลิ่นหอมและรสหวานให้กับข้าวแต่น

3. โครงสร้างขยายที่มีองค์ประกอบ 3 ส่วน ปรากฏ 1 รูปแบบ ดังนี้

ชื่อเฉพาะของสินค้า + เป้าหมายของการใช้ + วัตถุดิบรองของสิ่งที่เป็นเป้าหมาย โครงสร้างทางความหมายแบบนี้เป็นการนำเอาชื่อเฉพาะของสินค้ามาเรียงเรียงเข้ากับเป้าหมายของการใช้สินค้าและมีโครงสร้างสุดท้ายเป็นวัตถุดิบรองของสิ่งที่เป็นเป้าหมายของการใช้ จากข้อมูลปรากฏชื่อที่มีโครงสร้างแบบนี้ 1 ชื่อ ได้แก่ น้ำบูดูข้าวยาสมุนไพร

ชื่อเฉพาะของสินค้า+เป้าหมายของการใช้+วัตถุดิบรองของ

สิ่งที่เป็นเป้าหมาย

น้ำบูดูข้าวยาสมุนไพร

น้ำบูดู

ข้าวยา

สมุนไพร

น้ำบูดูข้าวยาสมุนไพร มีโครงสร้างทางความหมาย 3 ส่วน ส่วนที่หนึ่งคือคำว่า น้ำบูดู ซึ่งเป็นคำประสมระหว่างน้ำ(ไทย)+บูดู(มลายู) ซึ่งเป็นชื่อเฉพาะของสินค้า บูดูเป็นอาหารพื้นบ้านภาคใต้ หมายถึง น้ำที่ได้จากปลาหมักจนเปรี้ยว ต้มสุกแล้วปรุงรส การที่บูดูเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นน้ำอยู่แล้ว การเติมคำไทย น้ำ นำหน้าคำว่า บูดู จึงไม่ได้เปลี่ยนความหมายของคำเดิม ผู้วิจัยจึงจัดให้คำนี้เป็นชื่อเฉพาะของสินค้า โครงสร้างส่วนที่สองคือเป้าหมายของการใช้ได้แก่ ข้าวยา เป็นชื่อเฉพาะ

ของอาหารพื้นบ้านภาคใต้ ใช้ข้าวสุกคลุกกับเครื่องปรุง มีกุ้งแห้งป่น มะพร้าวคั่ว น้ำบูดู ส้มโอ และผักต่าง ๆ หั่นละเอียด เช่น ใบมะกรูด ตะไคร้ ถั่วฝักยาว (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2542) การเพิ่มคำว่า ข้าวย่ำ เข้ามาในชื่อสินค้าเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคว่าน้ำบูดูนี้ใช้บริโภคคู่กับข้าวย่ำ จึงถือว่า ข้าวย่ำ เป็นเป้าหมายในการนำน้ำบูดูไปใช้ โครงสร้างส่วนที่สาม คือคำว่า สมุนไพร เป็นวัตถุประสงค์ของสิ่งที่เป็นเป้าหมายของการใช้ เนื่องจากในการบริโภคข้าวย่ำจะต้องใส่ผักประเภทสมุนไพรหั่นฝอยเป็นส่วนประกอบเสมอแล้วจึงราดน้ำบูดูคลุกเคล้าลงไป

4.1.2.2 โครงสร้างทางความหมายของชื่อทางการค้า

ชื่อทางการค้าเป็นชื่อของผู้ประกอบการมีความสำคัญในการช่วยให้ผู้บริโภคจดจำผลิตภัณฑ์และแยกแยะผลิตภัณฑ์แบบเดียวกันของผู้ประกอบการคนละกลุ่มออกจากกันได้ จากข้อมูลของสินค้าชุมชนในงานวิจัยนี้ พบว่าผู้ประกอบการตั้งชื่อทางการค้าและพิมพ์ลงบนฉลากสินค้าจำนวน 12 ชื่อ เนื่องจากบางกลุ่มใช้ชื่อของกลุ่มแม่บ้านแทนชื่อทางการค้า ลักษณะของชื่อทางการค้าที่ปรากฏบนฉลากสินค้าชุมชนมีดังนี้

1. ชื่อเฉพาะ (proper name) เป็นการใช้ชื่อเฉพาะของบุคคลหรือสถานที่มาตั้งเป็นชื่อทางการค้าซึ่งมี โครงสร้างทางความหมายของชื่อดังนี้

1.1 คำเรียกญาติ + ชื่อบุคคล โครงสร้างทางความหมายของชื่อทางการค้าแบบนี้ประกอบด้วยคำเรียกญาติและชื่อบุคคลเรียงต่อกันตามลำดับ จากข้อมูลปรากฏชื่อที่มีโครงสร้างแบบนี้ 2 ชื่อ ได้แก่ พี่สนีย์ น้องอีด

คำเรียกญาติ + ชื่อบุคคล

พี่สนีย์	พี่	สนีย์
น้องอีด	น้อง	อีด

พี่สนีย์ เป็นชื่อทางการค้าของชื่อสินค้าขนมโก๋และหัวครก โครงสร้างทางความหมายส่วนแรกเป็นคำเรียกญาติ โดยใช้คำว่า พี่ ซึ่งใช้เรียกผู้ที่เกิดร่วมบิดาหรือมารดาเดียวกันและเกิดก่อน นอกจากนี้คำว่าพี่ยังสามารถใช้เรียกญาติหรือบุคคลที่มีอายุคราวพี่ ผู้ประกอบการรายนี้มีอายุอยู่ในช่วง 40-50 ปี ซึ่งถือว่าอายุปานกลางค่อนข้างมากเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในชุมชน จึงใช้คำว่า พี่ เป็นการใช้นำหน้าที่เป็นสอดคล้องกับอายุ และตามด้วยการใช้ชื่อบุคคล โดยผู้ประกอบการเลือกใช้ชื่อจริงของตนเองคือชื่อ สนีย์ ทั้งนี้เนื่องจากการเรียกขานผู้ประกอบการ

รายนี้ด้วยชื่อจริงจากคนในชุมชน ผู้ประกอบการจึงได้นำมาตั้งเป็นชื่อทางการค้าเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความคุ้นเคยและสามารถระลึกถึงผู้ประกอบการได้ง่ายขึ้น

น้องอ๊อต เป็นชื่อทางการค้าของชื่อสินค้า ขนมโก๋ คำว่า น้อง เป็นคำเรียกญาติใช้เรียกบุคคลที่มีอายุน้อย ผู้ประกอบการรายนี้มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี ซึ่งถือว่าอายุไม่มากเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในชุมชน จึงใช้คำว่า น้อง เป็นการใช้นำหน้าที่เป็นสอดคล้องกับอายุ และตามด้วยการใช้ชื่อบุคคล โดยผู้ประกอบการเลือกใช้ชื่อเล่นของตนเองคือชื่ออ๊อต ทั้งนี้เนื่องจากการที่ผู้คนในชุมชนเรียกขานผู้ประกอบการรายนี้ด้วยชื่อ น้องอ๊อต ผู้ประกอบการจึงได้นำมาตั้งเป็นชื่อทางการค้าเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความคุ้นเคยและสามารถระลึกถึงผู้ประกอบการได้ง่ายขึ้น

1.2 ตรา + คำเรียกญาติ + ชื่อบุคคล โครงสร้างทางความหมายของชื่อทางการค้าแบบนี้ประกอบด้วยคำว่า ตรา คำเรียกญาติและชื่อบุคคลเรียงต่อกันตามลำดับ จากข้อมูลปรากฏชื่อที่มีโครงสร้างแบบนี้ 1 ชื่อ ได้แก่ ตราแม่อรุณ

ตรา + คำเรียกญาติ + ชื่อบุคคล

ตราแม่อรุณ

ตรา

แม่

อรุณ

ตราแม่อรุณ ประกอบด้วยโครงสร้างทางความหมายส่วนแรกคือ ตรา หมายถึง สิ่งที่ใช้สำหรับเป็นเครื่องหมาย (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2542) ซึ่งเป็นคำที่ใช้บ่งชี้ถึงชื่อทางการค้าของสินค้า โครงสร้างส่วนที่สองคือคำเรียกญาติ ได้แก่คำว่า แม่ เป็นคำเรียกหญิงผู้ให้กำเนิดและรวมถึงผู้เลี้ยงดูหรือบุคคลที่มีอายุใกล้เคียงกับมารดาของผู้เรียก ซึ่งมีความหมายโดยนัยอันแสดงถึงความใกล้ชิดและความเคารพ นอกจากนี้คำว่า แม่ ในบริบทสังคมไทยมีความหมายโดยนัยถึงผู้มีความสามารถในการปรุงอาหาร เปรียบได้กับมารดาที่ปรุงอาหารรสชาติดีให้กับครอบครัวได้รับประทาน การใช้คำว่า แม่ มาตั้งชื่อทางการค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ด้านอาหารจึงสื่อนัยยะว่า ผู้ผลิตมีความสามารถในการปรุงอาหาร โครงสร้างส่วนที่สามได้แก่ชื่อบุคคล ซึ่งผู้ประกอบการได้ใช้ชื่อจริงของตนเองคือ อรุณ มาเป็นส่วนหนึ่งของชื่อทางการค้าเนื่องจากผู้ประกอบการมีประสบการณ์ในแวดวงการทำขนมพื้นเมืองในชุมชนมานานจึงมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนในชุมชน การใช้ชื่อจริงจึงมีส่วนช่วยให้ผู้บริโภคจดจำผลิตภัณฑ์และเชื่อถือในคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากขึ้น

1.3 สูตร + คำเรียกญาติ + ชื่อบุคคล โครงสร้างทางความหมายของชื่อทางการค้าแบบนี้ประกอบด้วยคำว่า สูตร คำเรียกญาติและชื่อบุคคลเรียงต่อกันตามลำดับ จากข้อมูลปรากฏชื่อที่มีโครงสร้างแบบนี้ 1 ชื่อ ได้แก่ สูตรแม่ถนอม

สูตร + คำเรียกญาติ + ชื่อบุคคล

สูตรแม่ถนอม สูตร แม่ ถนอม

สูตรแม่ถนอม ประกอบด้วยโครงสร้างทางความหมายส่วนแรกคือคำว่า สูตร หมายถึงส่วนประกอบที่กำหนดขึ้นในการปรุงอาหาร ซึ่งแสดงถึงความเฉพาะเจาะจงในการผลิตสินค้าให้มีเอกลักษณ์เฉพาะของผู้ผลิตเท่านั้นและมีนัยยะว่าผลิตภัณฑ์นี้มีวิธีการปรุงหรือผลิตแตกต่างจากสินค้าประเภทเดียวกันของผู้ผลิตรายอื่น โครงสร้างส่วนที่สองคือคำเรียกญาติ ได้แก่คำว่า แม่ โครงสร้างส่วนที่สามได้แก่ชื่อบุคคล ซึ่งผู้ประกอบการได้ใช้ชื่อจริงของตนเองคือ ถนอม มาเป็นส่วนหนึ่งของชื่อทางการค้าเนื่องจากผู้ประกอบการมีประสบการณ์ในแวดวงการทำอาหารพื้นเมืองในชุมชนมานาน โดยเฉพาะการผลิตบูดูและข้าวยา ผู้ผลิตชื่อ นางถนอม ศิริรักษ์ เป็นครูภูมิปัญญาไทยด้านโภชนาการของจังหวัดสงขลาและมีร้านอาหารขายข้าวยาของตนเอง จึงเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนในชุมชน การใช้ชื่อจริงจึงมีส่วนช่วยให้ผู้บริโภคจดจำผลิตภัณฑ์และเชื่อถือในคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากขึ้น

จากการตั้งชื่อทางการค้าจากชื่อของบุคคลที่ได้กล่าวมาข้างต้น สอดคล้องกับข้อเสนอแนะในการตั้งชื่อทางการค้าของนิทัศน์ บุญไพศาลสถิต (Boonpaisarnsatit, 2005, p.85) ที่เสนอว่าหากใช้ชื่อที่ตั้งจากชื่อบุคคล ชื่อของบุคคลนั้นควรมีความหมายในเชิงบวกและการใช้คำเรียกญาติ เช่น แม่ หรือ ป้า มาประกอบในชื่อทางการค้าเหมาะสมกับชื่อทางการค้าของผลิตภัณฑ์ด้านอาหาร ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าบุคคลทั้งสามคือ แม่อรุณ พิสนีย์ และน้องอีด เป็นบุคคลที่เป็นที่รู้จักกว้างขวางในชุมชนในฐานะผู้ผลิตขนมพื้นบ้าน และชื่อทางการค้าทั้งสามชื่อเป็นชื่อที่ใช้กับผลิตภัณฑ์ด้านอาหาร ดังนั้นการใช้คำเรียกญาติ เช่น แม่ มาประกอบกับชื่อจึงเหมาะสม

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

2.1 ชื่อวัตถุดิบ + แหล่งที่มาของวัตถุดิบ โครงสร้างทางความหมายแบบนี้ประกอบด้วยชื่อวัตถุดิบและแหล่งที่มาของวัตถุดิบเรียงตามลำดับ จากข้อมูลปรากฏชื่อที่มีโครงสร้างแบบนี้ 1 ชื่อ ได้แก่ โหนดทิ้ง

ชื่อวัตถุดิบ + แหล่งที่มาของวัตถุดิบ

โหนดทั้ง โหนด ทั้ง

โหนดทั้ง เป็นชื่อทางการค้าของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ผลิตจากเส้นใยของกาบตาลโตนด โครงสร้างส่วนที่หนึ่งคือคำว่า โหนด มาจาก ชื่อต้น ตาลโตนด ซึ่งปลูกมากบริเวณพื้นที่อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา ในภาษาไทยถิ่นใต้เรียกว่าต้นโหนด ซึ่งเป็นการระบุถึงวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าว่ามาจากต้นตาลโตนด ส่วนโครงสร้างส่วนที่สองคือคำว่า ทั้ง แสดงแหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ผลิตสินค้า ซึ่งบ่งบอกว่า เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากส่วนที่เหลือใช้ของต้นตาลโตนด คำว่า ทั้ง มีความหมายโดยนัยสื่อถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมช่วยลดขยะในชุมชนโดยการผลิตสินค้าจากสิ่งของเหลือใช้

2.2 คุณสมบัติ + ชื่อสถานที่ โครงสร้างทางความหมายแบบนี้ประกอบด้วยคุณสมบัติของสินค้าและชื่อสถานที่เรียงตามลำดับ จากข้อมูลปรากฏชื่อที่มีโครงสร้างแบบนี้ 1 ชื่อ ได้แก่ เจ้าหลวง

คุณสมบัติ + ชื่อสถานที่

เจ้าหลวง เจ้า (ดี)หลวง

เจ้าหลวง เป็นชื่อทางการค้าของผลิตภัณฑ์ขนมพื้นบ้านของผู้ประกอบการรายหนึ่งในตำบลดีหลวง อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา โครงสร้างทางความหมายส่วนที่หนึ่งคือคำว่าเจ้า หมายถึง ผู้เป็นใหญ่ แสดงถึงคุณสมบัติที่ดีเด่นเหนือผู้อื่น โครงสร้างส่วนที่สองได้แก่ชื่อสถานที่ที่มีการตัดคำ ผู้ประกอบการได้ให้สัมภาษณ์ว่า คำว่า หลวง มาจากชื่อตำบลดีหลวง ซึ่งเป็นที่ตั้งของกลุ่มแม่บ้านออมทรัพย์ทำขนมพื้นเมือง (เจ้าหลวง) แต่เนื่องจากผู้ประกอบการต้องการให้ชื่อตราสินค้ามีความหมายพ้องกับคำว่า เจ้าหลวง จึงตัดคำว่า ดี และคงไว้เฉพาะคำว่า หลวง ซึ่งหมายถึงความเป็นใหญ่ สื่อความหมายที่เป็นสิริมงคล ดังนั้นชื่อ เจ้าหลวงจึงมีที่มาจากคำว่า เจ้า+ดีหลวง แต่มีการตัดคำเพื่อให้เกิดความหมายที่ครอบคลุมทั้งหมายถึงชื่อสถานที่และความเป็นสิริมงคล

2.3 ตรา + วัตถุดิบ โครงสร้างทางความหมายแบบนี้ประกอบด้วยคำว่าตราและชื่อวัตถุดิบเรียงตามลำดับ จากข้อมูลปรากฏชื่อที่มีโครงสร้างแบบนี้ 1 ชื่อ ได้แก่ ตราลูกตาลโตนด

คุณสมบัติ + วัตถุดิบ

ตราลูกตาลโตนด ตรา ลูกตาลโตนด

ตราลูกตาลโตนด เป็นชื่อทางการค้าของขนมพื้นบ้าน โครงสร้างส่วนที่หนึ่งคือคำว่า ตรา ซึ่งเป็นคำบ่งบอกให้ทราบว่าเป็นชื่อทางการค้า และโครงสร้างส่วนที่สองคือวัตถุดิบ ได้แก่คำว่า ลูกตาลโตนด ซึ่งเป็นชื่อวัตถุดิบหลักในการผลิตสินค้าหลาย ๆ ชนิดและเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่

2.4 ตรา + ชื่อสิ่งของแบบสัญลักษณ์ + คุณสมบัติ โครงสร้างทางความหมายแบบนี้ ประกอบด้วยชื่อสิ่งของแบบสัญลักษณ์และคุณสมบัติของสินค้าเรียงตามลำดับ จากข้อมูลปรากฏชื่อที่มีโครงสร้างแบบนี้ 1 ชื่อ ได้แก่ ตราดาวราย

ตรา + ชื่อสิ่งของแบบสัญลักษณ์ + คุณสมบัติ

ตราดาวราย ตรา ดาว ราย

ตราดาวราย เป็นชื่อทางการค้าของน้ำตาล โตนดผง โครงสร้างส่วนที่หนึ่งคือคำว่า ตรา ซึ่งใช้ระบุถึงชื่อทางการค้าของผลิตภัณฑ์ โครงสร้างส่วนที่สองเป็นชื่อสิ่งของแบบสัญลักษณ์ ได้แก่คำว่า ดาว ซึ่งหมายถึงดวงดาวบนท้องฟ้า ในทางการค้า ดาวเป็นสัญลักษณ์แทนสิ่งที่ดีมีคุณภาพ เช่นสินค้านับ 5 ดาว หมายถึง สินค้ามีคุณภาพดีเยี่ยม ส่วนโครงสร้างส่วนที่สามคือคุณสมบัติของสินค้า ได้แก่คำว่า ราย มีที่มาจากคำว่า เรียงราย ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีดวงดาวจำนวนมากเรียงรายอยู่ แสดงนัยยะว่าสินค้ามีคุณภาพดีมาก เพราะมีจำนวนดวงดาวมาก นอกจากนี้ผู้ประกอบการได้ให้สัมภาษณ์ว่า ต้องการให้คำว่า ราย มีเสียงใกล้เคียงกับคำว่า ราย ในภาษาถิ่นใต้ที่หมายถึง ทะลายหรือชื่อผลของตาลโตนดที่ออกเป็นกลุ่มรวมกัน ซึ่งเป็นวัตถุดิบในการผลิต ดังนั้นชื่อทางการค้า จากข้อมูลปรากฏว่าผู้ประกอบการใช้ชื่อทางการค้า ตราดาวราย และฉลากบางรุ่นไม่มีคำว่าตรา เหลือใช้เฉพาะคำว่า ดาวราย ทั้งนี้ผู้ประกอบการเห็นว่าคำว่าตราจะมีหรือไม่มีก็ได้ ในงานวิจัยนี้นำเสนอเฉพาะชื่อทางการค้าที่มีโครงสร้างทางความหมายสามส่วนเนื่องจากคำอธิบายได้ครอบคลุมความหมายของชื่อที่มีโครงสร้างทางความหมายสองส่วนแล้ว

2.5 ลักษณะของพื้นที่ 1 + ลักษณะของพื้นที่ 2 + วัตถุดิบ โครงสร้างทางความหมายแบบนี้ประกอบด้วยลักษณะของพื้นที่แบบที่หนึ่ง ลักษณะของพื้นที่แบบที่สอง และวัตถุดิบในการผลิตสินค้าเรียงตามลำดับ จากข้อมูลปรากฏชื่อที่มีโครงสร้างแบบนี้ 1 ชื่อ ได้แก่ บ้านสวนตาล

ลักษณะของพื้นที่ 1 + ลักษณะของพื้นที่ 2 + วัตถุดิบ

บ้านสวนตาล บ้าน สวน ตาล

บ้านสวนตาล มีโครงสร้างทางความหมายส่วนที่หนึ่งคือลักษณะของพื้นที่แบบที่ 1 ได้แก่คำว่า บ้านแสดงลักษณะของพื้นที่ว่ามีสิ่งปลูกสร้างสำหรับใช้เป็นที่อยู่อาศัยซึ่งแสดงถึงความเป็น

ครอบครัว โครงสร้างส่วนที่สองบ่งบอกถึงลักษณะของพื้นที่ที่มีการผลิตว่าเป็น สวน มีความหมายว่า บริเวณที่มีการปลูกต้นไม้พืชจำนวนมาก (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2542) และโครงสร้าง ส่วนที่สามคือวัตถุได้แก่คำว่า ตาล ซึ่งหมายถึงต้นตาลโตนด ช่วยให้ผู้ใช้บริโภคราบว่าต้นไม้ที่มีการ ปลูกเป็นจำนวนมากในสวนคือต้นตาลโตนด การตั้งชื่อทางการค้าเช่นนี้ สามารถสื่อความหมาย โดยนัยถึงการผลิตสินค้าในลักษณะของอุตสาหกรรมในครัวเรือนและเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของสำนักงานอำเภอสีทิงพระที่ระบุว่าอำเภอสีทิงพระไม่มีอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ แต่มีอุตสาหกรรมขนาดเล็กหรืออุตสาหกรรมในครัวเรือน (สำนักงานอำเภอสีทิงพระ, <http://www.sathingphra-sk.go.th>)

โครงสร้างทางความหมายของชื่อตราสินค้าแสดงให้เห็นถึงลักษณะที่แตกต่างกันระหว่าง การตั้งชื่อชนิดของสินค้าและชื่อทางการค้า ชื่อชนิดของสินค้ามีโครงสร้างทางความหมายที่ต้องการ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบ ชนิดของสินค้าหรือชื่อเฉพาะของสินค้า ซึ่งเป็นข้อมูลที่จำเป็นสำหรับ ผู้บริโภคที่ควรจะต้องรู้ว่าสินค้าที่ตนเองซื้อนั้นคืออะไร ผลผลิตจากวัตถุดิบหลักอะไร ข้อมูลอื่น ๆ ที่สำคัญ เช่น กระบวนการผลิต วัตถุดิบรอง ลักษณะ คุณสมบัติหรือเป้าหมายที่ต้องนำสินค้าไปใช้ ล้วนช่วย ส่งเสริมให้ผู้บริโภครับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้ามากขึ้น ผู้บริโภคสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปพิจารณาใน การตัดสินใจซื้อได้ ส่วนชื่อทางการค้าเป็นชื่อที่ช่วยให้ผู้บริโภคจดจำสินค้าหรือแยกความแตกต่าง ระหว่างสินค้าของผู้ประกอบการรายต่าง ๆ ได้ ดังนั้นชื่อทางการค้าจึงมีโครงสร้างทางความหมายที่มี ความหมายโดยนัยที่สื่อถึงความเป็นสิริมงคล ความมีคุณภาพ ความมีชื่อเสียงของผู้ผลิต หรือความ เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน องค์ประกอบทางความหมายเหล่านี้ล้วนส่งเสริมให้เกิดการจดจำตราสินค้า เกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพ เกิดความจงรักภักดีต่อตราสินค้าได้ ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จของการขาย สินค้า

4.2 ชื่อความที่ปรากฏบนฉลากสินค้า

การวิจัยชื่อความที่ปรากฏบนฉลากสินค้าชุมชนแบ่งออกเป็น 2 ประเด็นคือ 1) องค์ประกอบ ของชื่อความที่ปรากฏบนฉลากสินค้า และ 2) กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อโน้มน้าวใจ

4.2.1 องค์ประกอบของชื่อความที่ปรากฏบนฉลากสินค้า

ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การกำหนดข้อมูลบนฉลากสินค้าของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครอง ผู้บริโภค (2553) เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาชื่อความที่ปรากฏบนฉลากสินค้าว่ามีองค์ประกอบ อะไรบ้าง ผลการวิจัยพบว่า ชื่อความบนฉลากสินค้าชุมชนสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มตามการ ปรากฏ ดังนี้

4.2.1.1 ข้อความที่ปรากฏเสมอมี 3 ประเภท ได้แก่ ชื่อประเภทของสินค้า ชื่อผู้ผลิตสินค้า และหมายเลขโทรศัพท์

1. ชื่อประเภทของสินค้าหรือชนิดของสินค้า ปรากฏทุกครั้งเนื่องจากเป็นข้อความที่ช่วยให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าสินค้านั้นคืออะไร เช่น ขนมโก๋ ลูกตาลกรอบ สบู่หอมลูกตาล
2. ชื่อผู้ผลิตสินค้า ปรากฏทุกครั้งเนื่องจากต้องการให้ผู้บริโภคทราบว่าใครเป็นผู้ผลิตสินค้า ชื่อผู้ผลิตทำหน้าที่แทนชื่อตราสินค้าในกรณีที่ผู้ผลิตไม่ได้ตั้งชื่อตราสินค้า
3. หมายเลขโทรศัพท์ ปรากฏเสมอเนื่องจากเป็นช่องทางที่ช่วยให้ผู้บริโภคติดต่อกับผู้ผลิตได้สะดวก ผู้ผลิตส่วนใหญ่คาดหวังการติดต่อสั่งซื้อสินค้าเพิ่ม

4.2.1.2. ข้อความที่ปรากฏหรือไม่ปรากฏก็ได้มี 13 ประเภท ได้แก่

1. ชื่อทางการค้าหรือเครื่องหมายการค้า ผู้ผลิตบางกลุ่มไม่ได้ตั้งชื่อทางการค้าเนื่องจากเห็นว่าชื่อกลุ่มผู้ผลิตสามารถใช้ในการระบุตัวตนและเอกลักษณ์ของกลุ่มได้เช่นเดียวกัน
2. สถานที่ตั้งของผู้ผลิตสินค้า ผู้ผลิตบางรายที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ OTOP จะใช้ฉลากสินค้าที่มีข้อความสั้น ๆ ไม่ระบุที่อยู่ แต่จะระบุหมายเลขโทรศัพท์เพื่อการติดต่อแทน
3. ปริมาณ ปริมาตร หรือน้ำหนักของสินค้า ส่วนใหญ่ไม่ปรากฏเนื่องจากผู้ผลิตใช้วิธีการนับจำนวนชิ้นของสินค้าแทนการชั่งน้ำหนัก แต่ก็ไม่ได้แจ้งจำนวนชิ้นไว้บนฉลากเนื่องจากบรรจุภัณฑ์มักเป็นถุงพลาสติกใส ผู้บริโภคสามารถมองเห็นสินค้าได้ ส่วนสินค้าที่ระบุน้ำหนักคือน้ำตาลผง เนื่องจากน้ำหนักเป็นเกณฑ์มาตรฐานในการจำหน่ายน้ำตาลผง เช่น ครึ่งกิโลกรัม หนึ่งกิโลกรัม เป็นต้น
4. ส่วนผสมหรือวัตถุดิบ ส่วนใหญ่นิยมใช้ข้อความที่บ่งบอกว่าใช้วัตถุดิบหลัก 100 เปอร์เซ็นต์เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในคุณภาพที่บริสุทธิ์หรือเข้มข้น ไม่มีการเจือปนด้วยวัตถุดิบอื่นที่มีคุณภาพด้อยกว่า
5. วิธีใช้ ส่วนใหญ่สินค้าประเภทของใช้จะระบุ เช่น สบู่ลูกตาลจะระบุวิธีการใช้ แต่สินค้าประเภทขนมจะไม่ระบุ
6. การดูแลรักษา ปรากฏเฉพาะในฉลากสินค้าหัตถกรรมใยตาล เนื่องจากเป็นงานหัตถกรรมมีระยะเวลาในการใช้งานนานหลายปี จึงมีข้อแนะนำในการดูแลรักษาเพื่อให้สินค้าอยู่ในสภาพที่ดีและคงทน
7. วันเดือนปีที่ผลิต/หมดอายุ เนื่องจากมีตัวแทนจำหน่ายหรือผู้ค้าจากที่อื่นมารับสินค้าไปจำหน่ายต่ออีกทอดหนึ่งซึ่งตัวแทนจำหน่ายหรือผู้ค้าที่มารับซื้อจะทราบดีว่าสินค้าสามารถเก็บไว้ได้นานเท่าไร ผู้ผลิตจึงไม่ได้เขียนวันผลิตไว้

8. ราคา ส่วนใหญ่ไม่ระบุ และมีสินค้าส่วนหนึ่งที่ผลิตไว้เพื่อจำหน่ายให้กับตัวแทนจำหน่ายซึ่งตัวแทนจำหน่ายจะเป็นผู้กำหนดราคาเอง ผู้ผลิตบางรายใช้สต็อกเกอร์ติดราคาแยกต่างหากจากฉลากสินค้า

9. สรรพคุณหรือประโยชน์ เช่น สบู่หอมลูกตาล ระบุสรรพคุณของลูกตาลเพราะผู้บริโภคอาจไม่ทราบมาก่อน

10. เครื่องหมาย ออย.หรือเครื่องหมายฮาลาล มีเฉพาะสินค้าที่ผ่านการรับรอง ส่วนสินค้าที่ไม่ได้ยื่นเรื่องขอรับเครื่องหมาย ออย.หรือฮาลาลจะไม่ปรากฏรูปเครื่องหมายเหล่านั้นบนฉลาก

11. ตราโอท็อป ปรากฏเฉพาะสินค้าที่เข้าร่วมโครงการโอท็อป มีรูปตราโอท็อปและรูปดาวตามจำนวนดาวที่ได้รับการประเมินมาตรฐานสินค้าโอท็อป

12. ตราองค์กรต่าง ๆ ที่ให้การสนับสนุน เฉพาะผู้ผลิตที่ได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนหรือด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะพิมพ์ตราองค์กรที่สนับสนุนทั้งในปัจจุบันและในอดีตบนฉลากสินค้าเพื่อเป็นเครื่องรับประกันคุณภาพสินค้าและแสดงการขอบคุณผู้สนับสนุน

13. ข้อมูลด้านวิถีชีวิตและภูมิปัญญา ผู้ผลิตที่ต้องการสร้างคุณค่าให้สินค้าของตนในด้านการเป็นสินค้าประจำท้องถิ่นที่แสดงเอกลักษณ์และภูมิปัญญาของชุมชน เช่น หัตถกรรมใยตาล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลบนฉลากสินค้าแสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตเลือกแสดงข้อมูลที่จำเป็นเป็นหลัก ส่วนข้อมูลอื่น ที่กำหนดไว้ตามประกาศของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคนั้น บางส่วนไม่มีความจำเป็นจึงไม่ได้รับเนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นนั้นจึงรู้จักสินค้าและผู้ผลิตดี ทำให้เชื่อใจในสินค้านั้น ๆ

4.2.2 กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อโน้มน้าวใจ

ภาษาที่ใช้ในธุรกิจการค้า การโฆษณา มีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะช่วยส่งเสริมให้เกิดการบริโภคสินค้า ดังนั้นข้อความที่ปรากฏบนฉลากสินค้ามีส่วนช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าชนิดหนึ่ง ๆ ได้เช่นกัน จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตสินค้าชุมชนได้ให้ข้อมูลว่า ข้อความบนฉลาก เช่น การระบุประโยชน์หรือคุณสมบัติที่โดดเด่นของสินค้าถูกนำมาใช้เพื่อดึงดูดใจผู้ซื้อ บางกลุ่มกล่าวว่า การบรรยายถึงวิถีชีวิตหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นบนฉลากสินค้าช่วยสร้างคุณค่าให้กับสินค้า

การวิเคราะห์กลวิธีการโน้มน้าวใจในภาษาโฆษณาสินค้าใช้แนวทางของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539) วิไลวรรณ ขนิษฐนันท์ (2533) และวัสสิกา รุมาคม (2546) ผลการศึกษาพบว่าข้อความบนฉลากสินค้ามีกลวิธีการโน้มน้าวใจ ดังนี้

1. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ สรรพคุณ หรือลักษณะเด่นของสินค้า เช่น คุณสมบัติของสินค้า และผลดีหลังการใช้สินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงประสิทธิภาพของสินค้าและคาดหวังว่าจะได้รับผลที่น่าพอใจหลังการใช้สินค้านั้น เช่น ขนมเพื่อสุขภาพ สะอาด หอม กรอบ

2. การรับรองคุณภาพ โดยพิมพ์เครื่องหมายรับรองคุณภาพสินค้าต่าง ๆ เช่น ตราโอท็อป จำนวนดาวที่ได้รับจากการประกวดสินค้าโอท็อป เครื่องหมาย ออย. เพื่อรับรองว่าการผลิตผ่านระดับมาตรฐานของคณะกรรมการอาหารและยา เครื่องหมายฮาลาลเพื่อรับรองว่ากระบวนการผลิตสินค้าเป็นไปตามมาตรฐานของคณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดต่าง ๆ ทำให้ผู้บริโภคที่นับถือศาสนาอิสลามเกิดความเชื่อมั่น เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มผช. จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมเพื่อรับรองมาตรฐานของสินค้า

3. การระบุคุณภาพหรือคุณสมบัติในระดับสูงของสินค้า เช่น การระบุว่าเป็นของแท้ 100% ไม่ใส่วัตถุกันเสีย เป็นวัสดุจากธรรมชาติ ไม่ใส่สี ไม่แต่งกลิ่น ปราศจากสารกันบูด ปลอดภัยจากสารพิษ เป็นต้น

4. การเชื่อมโยงสินค้ากับปัจจัยทางสังคมหรือวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้า เช่น การเพิ่มคุณค่าทางวัฒนธรรมให้กับสินค้าด้วยการระบุว่าเป็นส่วนหนึ่งของการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ดังข้อความ “...จากกรรมวิธีการปรุงของ “ภูมิปัญญาท้องถิ่น” ที่สั่งสมมานานนับชั่วอายุคน...” สินค้ามีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนทำให้สะท้อนเอกลักษณ์ของชุมชนและส่งเสริมวิถีชีวิตแบบอนุรักษ์ ดังเช่น “...หัตถกรรมจากภูมิปัญญาของคาบสมุทรสทิงพระ จ.สงขลา เป็นหัตถกรรมที่ได้มาจากต้นตาลโตนดซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจที่ได้รับการพัฒนาให้เป็นสินค้าหัตถกรรมของชุมชนของคนบนคาบสมุทรสทิงพระ...” สินค้ามีกระบวนการผลิตตามวิธีดั้งเดิม ช่วยโน้มน้าวผู้บริโภคโดยการเสริมประสบการณ์โหยหาอดีต (nostalgia) ให้กับสินค้า การใช้คำว่า ผลิตแบบดั้งเดิม เป็นกลวิธีการโน้มน้าวใจผู้บริโภคที่โหยหาคุณภาพของสินค้าแบบดั้งเดิมเพราะไม่อาจได้รับคุณภาพเหล่านี้จากสินค้าในปัจจุบันได้อีก

5. การใช้คำขวัญโฆษณา เป็นการใช้ข้อความสั้น ๆ เปรียบเหมือนสัญลักษณ์ของสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคสะดุดตาและจดจำได้ง่าย ซึ่งจากข้อมูลปรากฏการใช้คำขวัญหรือสโลแกนของตราสินค้า ได้แก่ ตราแม่อรุณ มีสโลแกนว่า “หวานง่าย ได้ประโยชน์” นอกจากนี้ปรากฏการใช้คำขวัญประจำจังหวัดสงขลาเพื่อเชื่อมโยงสินค้ากับเอกลักษณ์ของจังหวัด “นกน้ำเพลินตา สมิหลาเพลินใจ เมืองใหญ่สองทะเล เสน่ห์สะพานป๋า ศูนย์การค้าแดนใต้” และคำขวัญประจำอำเภอสทิงพระ “เมืองเก่าสองทะเล มนต์เสน่ห์นกน้ำ จามหาดมหาราช พระไยยาสน์คำล้น ผลิตผลต้นตาล ดำนันทหลวงปู่ทวด” โดยมีการพิมพ์ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์เป็นสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาและอำเภอ

สทิงพระเพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภคและเสริมภาพความเป็นสินค้าที่ระทึกเหมาะแก่การซื้อเป็นของฝาก

4.3 ความคิดเห็น ความต้องการและปัญหาของผู้ผลิตสินค้าชุมชนที่มีต่อซื้อตราสินค้าและฉลากสินค้าของผลิตภัณฑ์ของตนเอง

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตสินค้าในชุมชนเพื่อให้ได้รับทราบถึงความคิด ความต้องการและปัญหาของผู้ผลิตสินค้าชุมชนที่มีต่อซื้อตราสินค้าและฉลากสินค้าของผลิตภัณฑ์ของตนเอง พบว่าผู้ผลิตสินค้าชุมชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับฉลากสินค้าของตนเอง โดยผู้ผลิตจะคำนึงถึงต้นทุนการผลิตเป็นหลัก ดังนั้นฉลากสินค้าที่ใช้อยู่ในปัจจุบันมักจะเป็นกระดาษสติ๊กเกอร์สี่เหลี่ยมขนาดกว้างประมาณ 4 เซนติเมตรและยาวประมาณ 6-7 เซนติเมตร พิมพ์สองสีพื้นหลังมักเป็นสีขาว ตัวอักษรมักใช้สีแดง สีส้ม สีเขียวหรือสีน้ำเงิน พิมพ์ครั้งละหลายแผ่นเพื่อประหยัดต้นทุน สินค้าจึงมีราคาไม่แพง ขายได้ง่าย ดังภาพด้านล่าง



ภาพที่ 5 ฉลากสินค้าแบบสติ๊กเกอร์พิมพ์สองสี

แม้ว่าผู้ผลิตจะต้องการฉลากสินค้าที่พิมพ์สี่สี มีรูปภาพสวยงาม หรือมีข้อความเชิญชวนผู้บริโภคมากกว่านี้ แต่ปัญหาเรื่องต้นทุนที่จะเพิ่มสูงขึ้นทำให้ผู้ผลิตเลือกฉลากสินค้าที่เรียบง่ายเป็นหลัก และเมื่อสั่งพิมพ์ครั้งหนึ่งแล้วต้องใช้จนหมดจึงจะเปลี่ยนแบบได้ สินค้าที่มีราคาสูงจะขายได้ยาก ปัญหาเรื่องการพิมพ์ผิดส่วนใหญ่เกิดจากการที่ส่งตัวอย่างไปให้โรงพิมพ์และไม่มีการตรวจสอบก่อน ผู้ผลิตเห็นว่าหากมีหน่วยงานใดสามารถสนับสนุนในด้านการออกแบบและต้นทุนการจัดพิมพ์ฉลากสินค้าก็จะช่วยให้ผู้ผลิตสามารถคงราคาของสินค้าให้ถูกและเหมาะสมกับผู้บริโภคระดับท้องถิ่นได้ ส่วนใหญ่ผู้ผลิตเคยได้รับการช่วยเหลือด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานภายนอก เช่น กรมการส่งเสริมอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏ สงขลา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เป็นต้น จึงมีบรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรงมีสีสันสวยงามทันสมัย หรือฉลากสินค้าที่มีสีสันสวยงาม เก็บไว้จำนวนหนึ่ง

ซึ่งจะนำมาใช้ในกรณีของการนำผลิตภัณฑ์ไปออกงานแสดงสินค้าเป็นหลัก เมื่อบรรจุภัณฑ์หมดแล้ว หากไม่ได้รับการสนับสนุนอีกก็จะใช้สติ๊กเกอร์พิมพ์สองสีแบบเดิมเพื่อประหยัดต้นทุน

สิ่งที่ผู้ผลิตต้องการคือการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นบรรจุภัณฑ์แบบแยกชิ้นบรรจุขนม 1 ชิ้นต่อ 1 ซอง แล้วใส่รวมในถุงใบใหญ่อีกครั้งหนึ่ง บรรจุภัณฑ์แบบแยกซองจะช่วยให้ขนมเก็บไว้ได้นาน ผู้ผลิตมีการสำรวจตลาดจากแหล่งผลิตสินค้าต่าง ๆ เมื่อเห็นผลิตภัณฑ์ที่มีบรรจุภัณฑ์สวยงามหรือคงทนก็อยากให้ผู้ผลิตของตนมีการพัฒนาเช่นนั้นบ้างแต่ติดปัญหาด้านต้นทุนที่สูงเกินไป อุปสรรคสำหรับบรรจุสินค้านี้มีราคาสูง ไม่คุ้มค่ากับการลงทุนที่มีปริมาณการผลิตไม่มาก

ผู้ผลิตมีความพอใจในชื่อตราสินค้าของตนเนื่องจากเป็นชื่อที่เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับของคนในชุมชน การจะเปลี่ยนชื่อใหม่จะส่งผลให้ผู้บริโภคไม่รู้ว่าผู้ผลิตคือใคร อาจทำให้สินค้าขายได้น้อยลง ส่วนข้อความบนฉลากสินค้านั้น ผู้ผลิตเห็นว่าไม่มีความจำเป็นต้องแสดงข้อมูลบางอย่าง เช่น วันเดือนปีที่ผลิต วันเดือนปีที่หมดอายุ เนื่องจากมีการผลิตสินค้าใหม่อยู่เสมอประมาณสัปดาห์ละครั้ง สินค้าขายหมดในระยะอันสั้น จึงไม่มีปัญหาในเรื่องของสินค้าเน่าเสีย

4.4 แนวทางการตั้งชื่อตราสินค้าและข้อมูลบนฉลากสินค้าชุมชน

แนวทางการตั้งชื่อตราสินค้าแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกต้องการแสดงเอกลักษณ์ของความเป็นท้องถิ่น จึงต้องการชื่อที่ใช้คำภาษาถิ่น ส่วนตราสินค้านิยมใช้ชื่อตราที่เชื่อมโยงความหมายถึงวัตถุดิบในท้องถิ่น กลุ่มที่สองต้องการขยายตลาดของสินค้าจึงเห็นว่าการใช้ชื่อที่เป็นภาษาไทยมาตรฐานมีความเหมาะสมเพราะเข้าใจง่าย ชื่อตราสินค้าในระดับมาตรฐานจะมีชื่อที่สั้นและออกเสียงได้ง่าย (Chan & Huang, 1997) ซึ่งชื่อทางการค้าของสินค้าชุมชนถือได้ว่าอยู่ในเกณฑ์นี้ แต่ชื่อชนิดของสินค้าชุมชนไม่เป็นไปตามเกณฑ์นี้เพราะมีจำนวนพยางค์ค่อนข้างมากและบางครั้งพิมพ์ตามการออกเสียงแบบภาษาถิ่น เช่น ข้าวเม่า เป็น ข้าวม้าว จึงควรมีการตรวจสอบความถูกต้องด้านการพิมพ์เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาด นอกจากนี้การตั้งชื่อชนิดของสินค้ามีโครงสร้างทางความหมายที่ตรงไปตรงมา ควรมีการสรรคำมาตั้งชื่อให้มีความหมายเชิงอุปลักษณ์เพื่อให้สินค้ามีความโดดเด่นสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้มากขึ้น การตั้งชื่อควรอาศัยการร่วมกันตัดสินใจของผู้ร่วมงานแต่หากไม่สามารถตัดสินใจควรให้ผู้นำหรือตัวแทนกลุ่มเป็นคนตัดสินใจ นอกจากนี้เนื่องจากผู้ผลิตสินค้าชุมชนขาดความมั่นคงในด้านเงินทุน เงินทุนส่วนใหญ่มาจากจากรวมทุนของสมาชิกในกลุ่ม เมื่อประสบปัญหาด้านทุนที่จะนำมาปรับปรุงการผลิต จึงพบว่าผู้ผลิตหลายรายเลิกกิจการไปเมื่อไม่สามารถหาแหล่งทุนสนับสนุนจากภายนอกได้ การตั้งชื่อตราสินค้าจึงไม่จำเป็น ยกเว้นกลุ่มที่สามารถดำเนินกิจการได้อย่างมั่นคงจะสร้างตราสินค้าของตนเองขึ้นจนเป็นที่ยอมรับของตลาด เช่น ตราแม่อรุณ แม่ณอม ดีหลวง โหนดทั้ง เป็นต้น ข้อมูลที่ปรากฏบนฉลาก

สินค้าควรมีข้อมูลที่แสดงคุณลักษณะ ประโยชน์ หรือเอกลักษณ์ของสินค้า ส่วนข้อมูลแสดงรายละเอียดตามเกณฑ์มาตรฐานของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคนั้นหลาย ๆ ส่วนไม่มีความจำเป็นสำหรับสินค้าชุมชน เนื่องจากระยะเวลาการขายและการเก็บรักษาอยู่ในช่วงสั้น ๆ จึงไม่จำเป็นต้องระบุข้อมูลประเภทวันเดือนปีที่ผลิตหรือวันหมดอายุ

จากผลการศึกษาชื่อตราสินค้าและการข้อความบนฉลากสินค้าชุมชนโดยการวิเคราะห์ภาษา และการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ผลิตสินค้าชุมชน สามารถนำมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาชื่อตราสินค้าชุมชนต่อไป ดังนี้

4.4.1 ข้อเสนอแนะในการตั้งชื่อชนิดของสินค้า

1. ชื่อชนิดของสินค้าสามารถมีโครงสร้างทางความหมายที่ซับซ้อนเพื่อขยายรายละเอียดของสินค้า เป็นส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค แต่ไม่ควรจะยาวเกินไป อาจใช้วิธีตัดคำให้สั้นซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของภาษาถิ่นได้ เพื่อลดจำนวนพยางค์ลง
2. การใช้ภาษาถิ่นตั้งชื่อชนิดสินค้าของสินค้าช่วยสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมให้กับสินค้ามากขึ้น เช่น ข้าวแต่น เป็นชื่อสินค้าจากภาษาถิ่นเหนือแต่เป็นที่รู้จักจากทุกภูมิภาค แม้แต่ผู้ผลิตในภาคใต้อาจนำชื่อภาษาถิ่นเหนือมาใช้ ชื่อสินค้าชุมชนในท้องถิ่นจึงควรนำภาษาถิ่นมาใช้เพื่อแสดงเอกลักษณ์ของถิ่น
3. ชื่อชนิดของสินค้าควรมีการสรรคำเพื่อให้เกิดความหมายเชิงอุปลักษณ์ เป็นชื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค โอกาสที่ผู้บริโภคจะจดจำได้ย่อมสูงขึ้น หากรสชาติหรือคุณภาพสอดคล้องกับชื่อแล้วย่อมส่งเสริมให้เกิดการจดจำมากขึ้น
4. ควรระวังในเรื่องการพิมพ์ผิด ควรตรวจทานก่อนการจัดพิมพ์ฉลากสินค้า
5. ชื่อชนิดของสินค้าที่เป็นภาษาไทย อาจมีการแปลความหมายเป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาอื่น ๆ ประกอบพิมพ์ไว้ด้านใต้ของชื่อภาษาไทยได้ กรณีต้องการขยายตลาดสู่สากล

4.4.2 ข้อเสนอแนะในการตั้งชื่อทางการค้า

1. ชื่อทางการค้าควรมีจำนวนพยางค์อยู่ระหว่าง 2-3 พยางค์เพื่อให้จดจำได้ง่าย
2. ชื่อทางการค้าควรแสดงเอกลักษณ์ของสินค้า เช่น ความโดดเด่นในด้านคุณภาพของสินค้าควรตั้งชื่อที่แสดงคุณภาพของสินค้า ความเด่นในด้านชื่อเสียงของเจ้าของกิจการควรตั้งชื่อเป็นชื่อบุคคลแต่ควรระวังการซ้ำซ้อนของชื่อบุคคลกับชื่อของผู้ผลิตรายอื่น ความเด่นในด้านทรัพยากรของพื้นที่ควรตั้งชื่อที่โยงถึงทรัพยากรของพื้นที่ เป็นต้น
3. การตั้งชื่อทางการค้าต้องเป็นชื่อที่มีความหมายในแง่บวก มีความเป็นสิริมงคลเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติในแง่ดีต่อสินค้า อาจตั้งชื่อให้มีความหมายเชิงอุปลักษณ์

4. ภาษาถิ่นสามารถแสดงเอกลักษณ์ของชื่อทางการค้าได้ หรือใช้การประกอบกันระหว่างชื่อภาษาถิ่นกับชื่อภาษาอื่น ๆ เพื่อให้เกิดความหลากหลาย อาจตั้งชื่อเป็นคำซ้อนภาษาถิ่นกับภาษาอื่น

5. การตั้งชื่อเป็นภาษาไทยหรือคำยืมภาษาต่างประเทศเป็นภาษาไทย ควรคำนึงถึงการถ่ายทอดเป็นภาษาอังกฤษ โดยให้ระวังการใช้คำภาษาไทยที่เมื่อถ่ายทอดเป็นภาษาอังกฤษแล้วมีความหมายไปในแง่ลบ เช่น คำว่า พร ชิต พัก ไม่ควรใช้ตั้งชื่อในกรณีที่ผู้ผลิตต้องการขยายตลาดสู่ระดับสากล หากตั้งชื่อภาษาไทยอาจใช้วิธีแปลความหมายเป็นภาษาอังกฤษ เช่น ตราฟักทอง แปลเป็น pumpkin เพื่อหลีกเลี่ยงการออกเสียงคำว่าฟัก และควรมีตราสัญลักษณ์รูปฟักทองประกอบเพื่อการจดจำที่ง่ายขึ้น หากต้องการขยายตลาดสู่ประเทศอื่น ๆ เช่น จีน ญี่ปุ่น หรือประเทศอาเซียน ควรระวังเรื่องการถ่ายทอดชื่อเป็นอักษรในภาษาต่างประเทศแล้วสื่อความหมายในแง่ลบในภาษานั้น

6. ควรคิดสโลแกนของตราสินค้าและพิมพ์ประกอบชื่อทางการค้าหรือตราสินค้าเพื่อช่วยให้เกิดการจดจำ ควรเป็นสโลแกนที่สั้น ๆ ความยาวไม่ควรเกิน 9 พยางค์และมีเสียงสัมผัสคล้องจอง

7. ควรคิดสัญลักษณ์หรือตราสินค้าเพื่อพิมพ์ประกอบกับชื่อทางการค้า ช่วยให้ผู้บริโภคจดจำได้ง่ายขึ้น

8. ไม่ควรเปลี่ยนชื่อทางการค้าโดยไม่จำเป็นเนื่องจากจะทำให้ผู้บริโภคสับสนและไม่สามารถจดจำตราสินค้าได้

4.4.3 ข้อเสนอแนะในการพิมพ์ข้อความบนฉลากสินค้า

1. ควรระบุรายละเอียดต่าง ๆ ที่จำเป็นเกี่ยวกับสินค้าเพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจของผู้บริโภค

2. ควรมีข้อความแสดงถึงภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อช่วยเสริมคุณค่าให้กับสินค้า และสร้างความแตกต่างจากสินค้าของชุมชนอื่นและอุตสาหกรรมขนาดใหญ่

3. ควรเสริมข้อความแสดงคุณสมบัติที่ดีหรือประโยชน์ของสินค้าตามความเป็นจริงเพื่อโน้มน้าวใจผู้บริโภค

4. ควรแสดงตรารับรองมาตรฐานต่าง ๆ ที่ได้รับเพื่อรับรองคุณภาพของสินค้า

5. ควรพิมพ์ชื่อตราสินค้า ที่อยู่ และหมายเลขโทรศัพท์ให้ชัดเจน การพิมพ์ที่อยู่ช่วยให้ผู้บริโภคทราบถึงแหล่งผลิตสินค้า

งานวิจัยนี้ศึกษาชื่อตราสินค้าและข้อความบนฉลากสินค้าชุมชนโดยแยกแยะออกเป็นประเด็นต่าง ๆ ที่หลากหลาย แต่ละประเด็นมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และสามารถสะท้อนให้เห็นลักษณะเฉพาะอันเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าชุมชนในจังหวัดสงขลา ชุมชนในอำเภอสตงพระให้ความสำคัญกับคุณค่าของวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงมีการตั้งชื่อตราสินค้าที่สะท้อนถึง

เอกลักษณ์ของท้องถิ่น นอกจากนี้ผู้ผลิตบางรายยังเพิ่มมูลค่าของสินค้าด้วยการสร้างสินค้าชุมชนให้เป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการโน้มน้าวใจผู้บริโภคให้ซื้อสินค้า อย่างไรก็ตามต้นทุนการผลิตมีความสำคัญและมีผลกระทบต่อการตั้งราคาสินค้า ซึ่งผู้ผลิตจำเป็นต้องควบคุมราคาสินค้าไม่ให้แพงเกินไปเพราะจะทำให้ยอดขายสินค้าลดลง สินค้าชุมชนมีข้อจำกัดในเรื่องตลาดรองรับสินค้าที่มีวงจำกัด ดังนั้นการจะพัฒนาในเรื่องบรรจุภัณฑ์และฉลากสินค้าจึงเป็นเรื่องที่ผู้ผลิตไม่ได้ให้ความสำคัญมากนัก การพัฒนาให้ฉลากมีรูปลักษณ์ตรงตามความต้องการของตลาดระดับประเทศต้องอาศัยการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนที่มีความชำนาญในด้านนี้ แต่อย่างไรก็ตามผู้ผลิตส่วนใหญ่พึงพอใจกับปริมาณการผลิตและการจำหน่ายในปัจจุบัน โดยให้เหตุผลว่าผู้ผลิตสินค้าชุมชนได้รับประโยชน์จากการประกอบอาชีพนี้เพราะได้ใช้ชีวิตอยู่ในชุมชนของตนเอง มีกิจกรรมใกล้ชิดกับเพื่อนบ้าน มีโอกาสได้ดำรงวิถีชีวิตแบบพึ่งพาธรรมชาติ ทำให้ลดความเคร่งเครียดและสามารถปลูกฝังให้เยาวชนเห็นคุณค่าของชุมชนของตนเอง ซึ่งจะได้กล่าวต่อไปเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชนในบทที่ 5