



## อัตลักษณ์ปลาสลิด

นักบริโภคจะรู้ว่า ปลาสลิดแคเดเดียว จาก อ.บางบ่อ จ.สมุทรปราการ อร่อย รสดี ทุกบ่อ มีสงสัยบ้างว่า จะรู้ได้ไง ตัวไหนจาก บางบ่อ เพราะปลานชนิดนี้ บ่อไหน ๆ ก็เลี้ยงได้ ที่อิมพอร์ตจาก พม่า เขมร ลาว ก็มี เพราะแค่นี้มีน้ำจืด ก็อยู่ได้แล้ว

อันที่จริง ปลาสลิดบางบ่อ ที่ใช้วิธี เลี้ยงแบบภูมิปัญญาท้องถิ่น บางบ่อยังมีสภาพ ทางภูมิศาสตร์ที่มีผลต่อการเติบโต ทำให้ปลาสลิด หรืออีกชื่อเรียก “ปลาใบไม้” ที่กิน แผลงก่ค้อน สัตว์ตัวอ่อน แมลงน้ำ ตะไคร่น้ำ หรือหญ้าเป็นอาหารที่เกิดขึ้นในย่านเป็นดิน ใต้อ่างน้ำกร่อย มีหญ้าทรงกระเทียม หญ้าแพรก น้ำเค็ม หญ้าปล้อง งอกงาม ให้สารอาหาร ธรรมชาติที่ลงตัวกับแหล่งน้ำและดิน ส่งผล ให้ปลาสลิดบางบ่อ มีลักษณะพิเศษเฉพาะ คือ ตัวแบนสีเข้ม ดำ ลำตัวเป็นลายเส้นหรือลาย แดงไทย มีไขมันแทรกพอเหมาะ เนื้อแน่น เหนียวและรสชาติดี

ภาษาวิชาการแยกความแตกต่างแบบ เฉพาะเจาะจงนี้ว่า อัตลักษณ์ ที่เห็นปลาสลิดแคเดเดียวไว้หัวเหมือนกัน แต่ของแท้ย่อมจำแนกได้

“ปลาบางบ่อไม่เหมือนใคร อร่อย... เพราะมันอยู่ที่นั่นแหละ” คำตอบแบบบ้าน ๆ ถึงเบื้องลึกความอร่อยจะประมาณนี้ ซึ่งยัง

เป็นการอธิบายความที่เฉพาะเจาะจงไม่ได้ การอธิบายความแตกต่างไม่ชัด จะตั้ง ราคาให้สูงกว่าจึงยาก อำนาจต่อรองของผู้เลี้ยง ก็ต่ำ เป็นโจทย์วิจัยที่ ศศ.ดร.สร้อยทิศา ชนะ ชัยภูวพัฒน์ รองคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ริเริ่ม โครงการวิจัย “การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ตรา สัญลักษณ์ แผนกลยุทธ์การสื่อสารปลาสลิด บางบ่อ โดยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ของกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงและผู้ประกอบการ แปรรูปปลาสลิด” โดยได้รับทุนจากสำนักงาน กองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และมหา วิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

เป็นการทำวิจัยแบบลงลึกถึงขอบบ่อ ข้างเชิงชำแหละแปรรูป ทำให้ได้ทราบปัญหา ของปลาสลิดมากมาย ทั้งของผู้เลี้ยง ทั้งการ แปรรูป รวมถึงการสนับสนุนโดยรัฐ ในที่นี้ ขอ เลือกลงเฉพาะส่วนของการแปรรูป ปัญหาคือ ขาดการพัฒนา เช่น ยังตากบนแคร่ที่เปิดโล่ง จึงสัมผัสกับฝุ่นกับแมลงที่แฉะเวียนมา โรง แปรรูปก็ใช้บ้านซึ่งไม่ได้มาตรฐานโรงงาน

ถามถึงการพัฒนาและออกแบบบรรจุ ภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์ที่มาตรฐาน รวมถึงการใช้ สื่อโฆษณา ส่วนใหญ่ก็ไม่มีความรู้ด้านนี้ ทั้ง ไม่มีทุนพอจะทำให้สวยงาม น่าเชื่อถือ มี มาตรฐาน ได้แต่ทำตามวิถีเดิม ๆ

ก็แบบที่เห็นกันในตลาดทั่วไปนั่นแหละ

การพูดถึงอัตลักษณ์ จึงปรากฏว่าทั้ง เกษตรกร ทั้งผู้ประกอบการ ต่างก็ไม่เข้าใจ และไม่ได้ให้ความสำคัญ

งานวิจัยนี้ ตอบสนองความต้องการ ปรับปรุง สิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการ เน้นไปที่ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ทั้งปลาสลิดแคเดเดียว ปลาสลิดหอม และปลาสลิดทอดกรอบ ทั้ง

ชนิดเป็นถุงธรรมดาต้นทุนต่ำ แบบของฝากที่ ดูสวยงาม โดดเด่น มีคุณค่า บางรายต้องการ งบประมาณที่แก้ปัญหาหลักขั้นต้นได้ด้วย

มีการออกแบบตราสัญลักษณ์ของแต่ละรายให้ดูทันสมัยพร้อมสื่อถึงคุณภาพที่ รักษาอย่างยาวนาน

ทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารและ โฆษณา ทั้งป้ายหน้าร้านเพื่อใช้ในการออก ไร่งานแสดงสินค้าที่พับเก็บได้ จัดทำ บทความเชิงโฆษณาให้ความรู้เรื่องปลาสลิด ที่ลงเผยแพร่ในสื่อออนไลน์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ อื่น ๆ ได้ พร้อมปรับข้อมูลให้สอดคล้องกับ บริบทหรือกระแสความนิยม รวมทั้งการทำสื่อ โฆษณาทั้งแบนเนอร์ อินโฟกราฟิกออนไลน์ รวมถึงการออกแบบ ปรับปรุงให้มีเฟชบุ๊ค สำหรับรายที่ยังไม่มีหรือมีแต่ไม่สมบูรณ์ให้ทัน สมัยอยู่เสมอ

มีผู้ประกอบการแปรรูป 4 รายเข้าร่วม คือ แบรินด์อ้ายซี แบรินด์น้องแมน แบรินด์ พรทิพย์ และแบรินด์แม่มีเดียของหมู่ 11 ต.คลองด่าน อ.บางบ่อ

ผลการพัฒนาจากงานวิจัย ทำให้ผู้ ประกอบการตระหนักในความสำคัญของการ สร้างอัตลักษณ์ของปลาสลิดบางบ่อแต่ละ แบรินด์ ได้ความรู้จากผลงานที่เป็นรูปธรรม เป็นที่น่าเชื่อถือ ใช้งานได้จริง สร้างมูลค่าเพิ่ม ทำให้สินค้าขายง่ายและมีโอกาสเพิ่มช่อง ทางการขาย

เกิดกระบวนการเปลี่ยนแปลงทาง สังคมของชุมชนบางบ่อ จ.สมุทรปราการ คนทั่วไปก็รู้จักและเข้าใจบางบ่อ ได้ดีขึ้นว่าบางบ่อคือบ่อไหน.

วิระพันธ์ โตมัญญ [veeraphant@dailynews.co.th](mailto:veeraphant@dailynews.co.th)