



16457

การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายกาวีล ศรีจินตา



การเขียน

เพื่อการเล่าเรื่อง

เพื่อการประชาสัมพันธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายกาวีล ศรีจินตา



“เนื้อหา...ในวันนี้”

- แนวคิดเกี่ยวกับการเล่าเรื่องเพื่อการประชาสัมพันธ์
- องค์ประกอบและหลักการเขียนเพื่อการเล่าเรื่อง
ในงานประชาสัมพันธ์
- กระบวนการเขียนเพื่อการเล่าเรื่องในงานประชาสัมพันธ์
- ตัวอย่างแนวข้อสอบ



แนวคิดเกี่ยวกับ

การเล่าเรื่อง

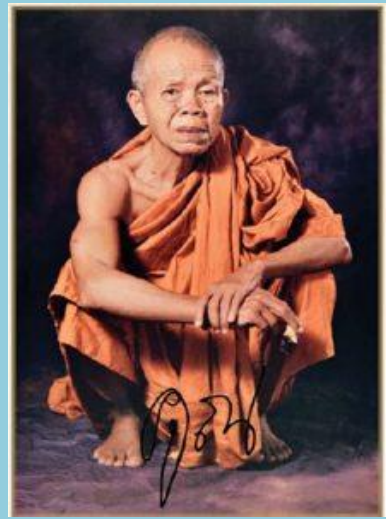
เพื่อการประชาสัมพันธ์

1



ความหมายและความเป็นมา

ของ **การเล่าเรื่อง**





การเล่าเรื่อง
นิยามเรื่องเล่า

ภาพสะท้อนของ
ความเป็นจริง
(reflection)

การประกอบ
สร้าง
(construction)



กระบวนทัศน์
ของเรื่องเล่า

เรื่องแต่ง
(fiction)

เรื่องจริง
(non-fiction)



วัตถุประสงค์
ในการศึกษา

เน้นเรื่อง
ความซาบซึ้ง
(appreciation)

เน้นที่ความเข้าใจ
(understanding)



การเล่าเรื่อง

“Storytelling”

“Narration”



“Storytelling”

นิยมใช้โดยทั่วๆ ไปเมื่อกำลังเรื่องเล่าหรือการเล่าเรื่อง
ในศาสตร์ต่างๆ เช่น นิทาน

“Narration”

ใช้ในศาสตร์ทางภาษาศาสตร์ ทางงานวรรณกรรม
รวมถึงงานทางนิเทศศาสตร์บางสาขา
เช่น สคริปต์และภาพยนตร์



ดังนั้น ในการที่เราจะนำเอาการเล่าเรื่องมาใช้โดยในงานทั่วไป
ที่ไม่ได้เฉพาะเจาะจงว่าเล่าเรื่องผ่านสื่อประเภทใดนั้น
จึงนิยมใช้คำว่า....

“Storytelling”



องค์ประกอบ

ของ **การเล่าเรื่อง**



ช่วงเวลา
(Time)

เค้าโครงเรื่อง
(Plot)

แก่นเรื่อง
(Themes)

สถานที่
(Location)

ตัวรอง
(Second
Character)

ตัวเอกฝ่าย
ชาย / พระเอก
(Hero)

ตัวเอกฝ่าย
หญิง / นางเอก
(Heroine)

ผู้ร้าย
(Villain)



การประยุกต์ใช้

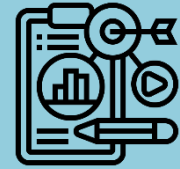
การเล่าเรื่อง

ในงานประชาสัมพันธ์



1. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย

2. กำหนดเป้าหมายของเนื้อหาเรื่องเล่า



3. กำหนดเนื้อหาหลัก

4. การผลิตเนื้อหาของเรื่องเล่า



5. กำหนดช่องทางการเผยแพร่เนื้อหา
ของเรื่องเล่า

6. การวัดผลเพื่อพัฒนาแนวทางของเนื้อหา





องค์ประกอบและหลักการเขียน

เพื่อการเล่าเรื่อง

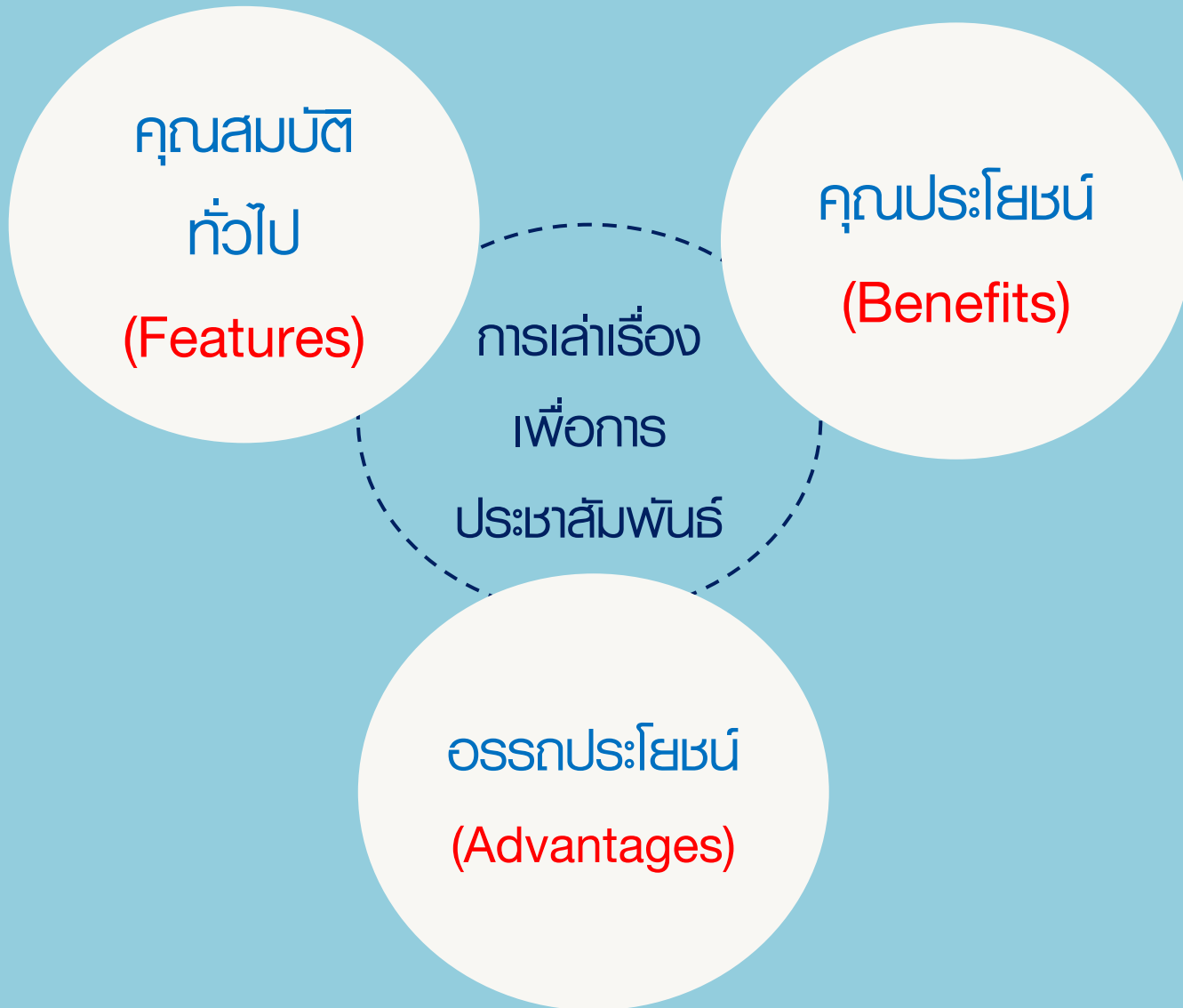
ในงานการประชาสัมพันธ์

2



องค์ประกอบ

ของ **การเล่าเรื่อง**
เพื่อการประชาสัมพันธ์





จุดที่ 1
(Act one / Setup)



จุดที่ 2
Act Two /
Confrontation)



จุดที่ 3
Act Three /
Resolution

การกำหนดปัญหา
(Problem)

สั่งกวนใจ
(Agitate)

การเสนอวิธีการ
แก้ปัญหา (Solve)



หลักการเขียน

เพื่อ **การเล่าเรื่อง**

ในงานประชาสัมพันธ์



ผู้เขียนจะต้องดำเนินการรวบรวมข้อมูล
ที่มีอยู่ทั้งหมดออกมา



จะต้องใช้องค์ประกอบของการเล่าเรื่องในงานประชาสัมพันธ์ ที่เกี่ยวข้องกับ
กับข้อมูล 3 ส่วน คือ **คุณสมบัติทั่วไป (Features) ธรรมดาประโยชน์
(Advantages) และคุณประโยชน์ (Benefits)** ที่ได้เคยวิเคราะห์เอาไว้แล้ว
นำมาสังเคราะห์เอาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างแนวคิดหลัก
(Concept) สำหรับการเขียน



ใช้แนวทางการเล่าเรื่องแบบปัญหาและทางออก

เริ่มต้นจากการกำหนดปัญหา (Problem)

นำไปสู่ขั้นตอนถัดไปในการย้ำถึงสิ่งกวนใจ (Agitate)

และการเสนอวิธีการแก้ปัญหาเหล่านั้น (Solve) ในท้ายที่สุด



ในระหว่างพัฒนาเรื่องเล่า ผู้เขียนจะต้องพิจารณาเลือกสรร ข้อความ
ด้วยคำ ที่เหมาะสม เขียนโดยใช้ภาษาที่อ่านแล้วง่ายต่อการทำความเข้าใจ
เรียบเรียงให้อ่านแล้วสื่นไหล กระชับ และสามารถดึงดูดความสนใจมาก
ที่สุด โดยจะต้องสะท้อนถึงบุคลิกภาพของตราสินค้า (Brand
Personality) และผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย (Target Group) เนื่องจาก
ภาษาที่นำมาใช้จะต้องสอดคล้องและมีลักษณะที่ตรงกัน



จะต้องพึงระลึกเสมอว่า
การเขียนเพื่อการเล่าเรื่องเพื่อการประชาสัมพันธ์
จะต้องเป็นข้อความที่สะท้อนภาพลักษณ์และตัวตน
ของตราสินค้าและองค์กร ออกมาผ่านเรื่องเล่า
ตามสื่อที่จะนำเสนอด้วย



หลักการเขียน

เพื่อ **การเล่าเรื่อง**

ในงานประชาสัมพันธ์



รวบรวมข้อมูล

คุณสมบัติ
ทั่วไป
(Features)

คุณประโยชน์
(Benefits)

อรรถประโยชน์
(Advantages)

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างแนวความคิดหลัก

บุคลิกภาพของ
ตราสินค้า
(Brand
Personality)

กำหนดปัญหา (Problem)
การย้ำถึงสิ่งกวนใจ (Agitate)
การเสนอวิธีการแก้ปัญหา (Solve)

บุคลิกภาพของ
ตราสินค้า
(Brand
Personality)

พัฒนางานเขียนเพื่อการเล่าเรื่อง
เพื่อการประชาสัมพันธ์



แนวทางในการเขียน

เพื่อ **การเล่าเรื่อง**

ในงานประชาสัมพันธ์



การเขียนเล่าเรื่อง

ด้วย

ข่าว

ประชาสัมพันธ์

1



ออมสินร่วมพิธีบวงสรวงละครเกิดพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6



เมื่อวันศุกร์ที่ 26 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 ดร.ชาติชาย พยุหนาวีชัย ผู้อำนวยการธนาคารออมสิน วางพานพุ่มดอกไม้สด ถวายเป็นราชสักการะพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 และร่วมพิธีบวงสรวงละครเกิดพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 เรื่อง "รักแลกภพ" ซึ่งบริษัท เจ เอส แอล มีเดีย จำกัด และบริษัท วัน สามสิบเอ็ด จำกัด ร่วมกันจัดขึ้นเพื่อเทิดพระเกียรติและน้อมรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณและพระอัจฉริยภาพของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ผู้ทรงก่อตั้งคลังออมสินขึ้นในรัชสมัย โดยมีพระมหาราชครูพิธีศรีวิสุทธิคุณ วิบูลย์เวทย์บรมหงส์ พรหมพงศ์พฤตมาจารย์ ประธานพระครูพราหมณ์เทวสถานโบสถ์พราหมณ์ สำนักพระราชวัง ประกอบพิธีบวงสรวง และมีคณะผู้บริหารธนาคารออมสิน คุณเจ้านรงค์ ธีรรัตน์ หนูนกภัคดี ประธานกรรมการ บริษัท เจ เอส แอล โกลบอล มีเดีย จำกัด คุณเนนพร บุญลาโภ กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ทีพีบีซี จำกัด (มหาชน) และผู้บริหารบริษัท วัน สามสิบเอ็ด จำกัด นักแสดงนำ อาทิ ฟิล์ม - ธนภัทร กาวีละ วิว - วรกรรช สนั่นไชย โบเฟิร์น - อัญชสา มงคลสมัย ร่วมในพิธีบวงสรวงละครเกิดพระเกียรติดังกล่าว ณ บริเวณหน้าพระบรมราชานุสาวรีย์ รัชกาลที่ 6 ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่



การเขียนเล่าเรื่อง

ด้วย

บทความ

2



4 เมนูสุดง่าย สำหรับเด็กให้กินก่อนไปเรียน



เพราะเด็ก ๆ อยู่ในช่วงวัยเรียน และควรได้รับพลังงานที่ดี และมีประโยชน์อยู่เสมอ เมนูที่คุณแม่มีไอเดียใหม่ก็ทำได้

เมนู1 ขนมปังหน้าหมู

- ทำด้วยครีมเนยถั่ว
- ตกแต่งหน้าตาน้องหมูด้วยผลไม้ที่ชื่นชอบ
- *หากผลไม้รสเปรี้ยวก็จะเยิ้มไปเลยล่ะ เพราะรสเปรี้ยวเล็กๆ ของผลไม้มัน จะมาตัดความหวานมันของเนยถั่วได้อย่างยอดเยี่ยม



เมนู2 แซนวิชเจ้าหมูอู๊ด ๆ

- แซนวิชเราจะใส่ทั้งแอมและชีส รวมไปถึงไข่ดาว
- เพิ่มความน่ารัก ด้วยการตกแต่งเพิ่มโดยให้ไข่ดาวฟองกลมๆ เป็นน้องหมูอู๊ด ๆ
- โรยด้วยงาดำ เติมหูด้วยแครอทหั่นชิ้นสามเหลี่ยม



เมนู3 ปล่อยจรวดไปท่องอวกาศ

- สร้างจรวดพุ่งทยานอวกาศด้วยผลไม้ที่ชอบ และน้ำเป็นผลไม้รสเปรี้ยวอ่อนๆ
- เทโยเกิร์ตธรรมชาติให้เป็นกาแล็กซี่
- ตกแต่งเพิ่มเติม ด้วยซีเรียลรูปดวงดาวรสน้ำผึ้ง เป็นกลุ่มก้อนของดวงดาว
- ซีเรียลรสโกโก้สีน้ำตาล จำลองให้เป็นอุกกาบาต



เมนู4 โจ๊กถ้วยนี้เพื่อลูกรัก

- เลือกใช้โจ๊กที่ทำจากหอมมะลิแท้
- เติมหมูสับ แครอทและเต้าหู้หั่นแฉ่ง
- ตกแต่งด้วยต้นหอมซอย



เติมอิ่มทุกทัพ...คนอริ ดัฟโจ๊ก

2



การเขียนเล่าเรื่อง
ด้วยบท

สัมภาษณ์

3



Cover Story



▶ เมียเดือน, แหวนทองเหลือง, แม้เลือกเกิดได้ คือละครที่มีเรตติ้งสูงของช่อง 8 ในช่วงไตรมาสแรกปี 2558 ส่วนวันนี้ เรื่อง "เพลิงท่าย" เติลิ่งแห่งความซึ้งซาวิริยาภักดิ์ สร้างความเฝืตรีอนเพิ่มขึ้นใน 3 ช่วงเวลาของวัน จันทร์, อังคาร ส่วนวันเสาร์อาทิตย์เรีอนแรงยิ่งขึ้น ด้วยความซึ้งของเรื่อง "จึงรักกันสวาท"

ทั้งหมดเป็นแนวละครในรูปแบบของช่อง 8 ที่ชัดเจน และทำให้ประสบความสำเร็จมาตั้งแต่ในการจัดอันดับช่องละครตามสูงเป็นอันดับ 4 ของจากช่อง 7 ช่อง 3 และเวิร์กพอยท์ ผลเป็นที่ได้สร้างความมั่นใจจน ดร. งามอาจ สิงห์คำของกรรมการผู้อำนวยการ สายงานสถานีโทรทัศน์ช่อง 8 ยืนยันว่า ปีนี้ช่อง 8 จะลดช่องว่างละครเวทีประมาณ 14-15 ช่อง โดยจะขยายเวลาของละครให้ครบทั้ง 7 วัน พร้อมเสนอช่องใหม่ในช่วงเวลาเดียวกันอย่างเต็มที่ รวมถึงยังมีละครย้อนวัยด้วย คาดว่าประมาณเดือนสิงหาคมที่จะถึงนี้จะมีใหม่ได้รูปแบบจะออกมาให้เห็น

ได้เวลาปรับ Mood & Tone

เขายอมรับว่าในช่วงที่ผ่านมามีละครทั้ง 10 เรื่องที่ออกมานั้น เป็นละครมาบ้างบางๆ เซ็คติงเชิงอารมณ์มากกว่า 60% แต่ปีนี้ละครแนวนี้จะมีละครออกถึง 40%

"จะเป็นละครมาที่เปลี่ยนไปแบบเด็กจบมาเอง ไม่ดูฉลาดเหมือนเมื่อก่อนแล้ว และเป็นผู้ซึ่งมีเงิน ตัวละครที่มีออกมาเรื่อยๆ เราขอรับายถึงเหตุผลที่สื่อเจ้าละครออกมาเช่นนี้เพราะต้องการสร้างกระแสให้คนดูได้ โดยที่คนมาดู เป็นภาคตามประวัติที่สื่อถึง ซึ่งประสบความสำเร็จได้จริงกับคนดู"

อย่างไรก็ตามในเมื่อต้องทำอะไรที่ลงมือ Mass และต้องดูมีหลายแนว มีหลายสาขาที่มีสื่อได้ติดตามสื่อกับกลุ่มคนซึ่งเน้นคนวัยที่โตคนต่างวัยวัยเป็นสื่อแล้ว เมื่อก่อนจะโฟกัสกลุ่มคนเมืองมาก ขึ้น ดังนั้น ความสนใจทางด้านละครก็จะมี

สำหรับละครในทีวีมีทั้ง 2558 ที่เขายอมรับออกอากาศอีกหลายเรื่อง ได้แก่ คุณหญิงนอกตำราเมียม, สุดแต่ใจจะไขว่คว้า, เจ้าสาวเฉพาะกิจ เป็นต้น

“ผมจะร่วมสมัยจริงๆ แต่ไม่ใช่เรื่องไกลตัว 2-3 ปีที่ผ่านมา ผมเล่าเรื่องใกล้ตัวเขา ซึ่งเขาน่าจะรู้เรื่องเข้าใจกับหมดแล้ว ปีนี้พยายามให้ไปรู้เรื่องคนรอบข้างมากขึ้น ผมเลยนับใจว่าแฟนช่อง 8 พอเป็นแฟนแล้วจะเข้าใจในการเปลี่ยนแปลง ”

ดร. งามอาจ สิงห์คำพอง
กรรมการผู้อำนวยการ สายงานสถานีโทรทัศน์
ช่อง 8

3

ช่อง 8

ดร. งามอาจ สิงห์คำพอง

“ไม่พ้นความรัก เกลียดชัง ริษยา แต่ร่วมสมัยมากขึ้น”

"คนมีเมือจะทำการเรื่องราวมที่สำเร็จ พจนได้ในวิถีชีวิตประจำวัน ความร่วมมือของความคิดความอ่าน และสื่อละครเวที ส่วนกับคนต่างจังหวัดเขาก็จะพยายามให้เขาได้มีปฏิ และเข้าไปในการเปลี่ยนแปลงของสังคมในปัจจุบันมากขึ้น"

อย่างไรก็ตาม งามอาจยืนยันว่า คนดูทั้ง 2 กลุ่มก็อยากมีเงินทั้งเรื่องละครในเรื่องของ ความรัก ความเมือยชัง ความริษยา เพื่อคนดูต้องการให้ร่วมสมัยขึ้น"

บั้นปลายช่อง 8 เข้าใจการเปลี่ยนแปลง

คนที่ช่อง 8 ส่วนหนึ่งเพราะคาดหวังความ เช่น เป็นมาไม่ผิดหวัง เรื่องต้องจบ แต่ถ้าลดความแรงลงจะเสียฐานคนดูกลุ่มนี้ที่อาจจะหนีไปอยู่ช่องอื่นที่ช่องแล้ว

ประเด็นนี้ เขายอมรับว่า ความเป็นช่อง 8 ก็ยังคงมีอยู่ อารมณ์ต่างจากเดิมคือเคย แต่สิ่งหนึ่งที่ยังคงไว้ และแฟนช่อง 8 น่าจะรับได้คือ เป็นเรื่องราวที่อยู่ใกล้ตัวเรามากที่สุด

"คือผมจะร่วมสมัยจริงๆ แต่ไม่ใช่เรื่องไกลตัว 2-3 ปีที่ผ่านมา ผมเล่าเรื่องใกล้ตัวเขา ซึ่งเขาน่าจะรู้เรื่องเข้าใจกับหมดแล้ว ปีนี้พยายามให้ไปรู้เรื่องคนรอบข้างมากขึ้น ผมเลยนับใจว่าแฟนช่อง 8 พอเป็นแฟนแล้วจะเข้าใจในการเปลี่ยนแปลง" ผู้บริหารช่อง 8 ยืนยันว่า เพื่อความอยู่รอดปีนี้ทุกคนต้องปล่อยใจสุดฝีมือ เราจะเห็นว่าละครจะอยู่รอด และดูแง่ร้ายจะประมาณไหนไว้ดีกว่าคนอื่น

ปัญหาใหญ่ที่สุดสาทรณะละคร ช่อง 8. งามอาจ สิงห์คำพอง

1 ปัญหาใหญ่ที่สุด สาทรณะละคร ช่อง 8 ในสังกัด โทรทัศน์มีดีเทลทางเศรษฐกิจ แสดง จะทำให้ละครได้ขายขึ้น "คือไม่เห็นว่าคนดูละครแต่ต้องการดูละคร เขาไม่ยอมดูในเมื่ เราจะตามซีดีโรสสักคนก็ไม่ยอมดูเป็นคนที่เขาใจู้ และมีความชื่นชมเป็นทุน ถึงจะทำให้เรารอดได้สำเร็จ มีเมือยกับคนที่แสดงได้จำนวน จำกัด แต่ไม่ใช่เรื่องง่ายต้องใช้เวลาในการพิสูจน์"



เขาไม่เชื่อว่าความดีของคนที่มีในสังคม จะดีถึงไหนไม่พอสังคม และต้องการสื่อที่ จะไปสื่อละครเวทีอย่างที่เขาขอที่ๆ มาทันที เพราะประวัติของเขาตั้งแต่ที่ทำงานไปก็เคย มีค่าละครแบบที่ขึ้น ดังนั้นเขาที่มีไม่พอที่จะเปรียบว่ามีคนดูว่าทำไมถึงมีสื่อแต่สื่อละครเวทีไปอย่างนั้นเขาอาจกลายเป็นคนที่เสีย เพราะเขาต้องการมีทุนคนดูที่ในสังคมด้วยมากกว่า แต่สำหรับคนดูแล้วก็มีสื่อไปก็ไม่ได้เป็น ประเด็น โอกาสที่เขายกไปและไปลงทุนของเขา ซึ่งๆ มีความเป็นไปได้แน่นอน แต่คนมีเมือไม่ใช่ว่าคนดูจะดูอยู่เฉพาะในนี้เพราะ เท่านั้น"

- การลดทุนและงบประมาณ เป็นอีกปัญหาอีก อย่างหนึ่ง ในขณะเดียวกันสูง คู่แข่งเยอะ ถ้าถึงจำก็เคยจะมีปัญหา
- เมือคิดรวมในการโฆษณาอันไหนในว่า คงไม่ได้สูงเท่าเดิมมากนัก แต่จำนวนช่องเพิ่มขึ้น ทำให้มีคลื่นกระจายมากกว่าเดิม
- ค่าเมือเรื่อง บทประพันธ์ บทประพันธ์ที่ดีๆ ที่มีเมืออยู่แล้ว หลายเมือถูกขายไปแล้ว การขายบทประพันธ์ที่ดีๆ ก็ยิ่งยาก ทุกคนก็ต้องการขึ้นในราคาที่สูงขึ้น
- บุคลากรในทาง ด้าน เช่น ผู้จัด คนเขียนบท ผู้กำกับ ฯลฯ คน คนนี้ต้องทำงานมากขึ้น หรือรับทำหลายที่ ประสิทธิภาพของงานอาจจะออกมาไม่เต็มที่



การพัฒนาแนวคิด

ในการเล่าเรื่อง

เพื่อการเขียนในงาประชาสัมพันธุ์



หลักการ

เล่าเรื่อง

เพื่อการเขียนในงาประชาสัมพันธุ์

1



What to say ?



How to say it ?

“จะเล่าเรื่องอะไร?” หมายความว่า ผู้เขียนต้องการจะสื่อสารการเล่าเรื่องในงานประชาสัมพันธ์โดยใช้แนวคิด (Concept) ในตัวการกำหนดแก่นของเรื่อง (Theme) คือนำเอาประเด็นใดมาเป็นประเด็นหลักในการนำเสนอ

“จะเล่าเรื่องนั้นอย่างไร” หมายความว่า ต้องการจะนำเสนอโดยใช้กลวิธีการเล่าเรื่องแบบใด ตัวการกำหนดโครงสร้างในการเล่าเรื่อง และต้องไม่ลืมที่จะนำเอาแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้บริโภคเป้าหมายมาใช้ว่า สิ่งที่จะพูดอย่างนั้นจะต้องให้ความสำคัญว่า “จะพูดกับใคร”



โครงสร้างของการเขียน

เพื่อการ **เล่าเรื่อง**

ในงานประชาสัมพันธ์

2



1. หัวเรื่อง

2. บทนำ

3. เนื้อเรื่อง

4. บทสรุป



เจาะลึกตำนาน

Honda Super Cub Forever Retro



1. หัวเรื่อง



หากจะให้อภัยถึงรถมอเตอร์ไซค์สายคลาสสิกสักคัน เชื่อว่าชื่อของ Honda Super Cub คือหนึ่งในรายชื่อเหล่านั้น เพราะเอกลักษณ์ความเป็น Japanese Retro ที่โดดเด่นมากกว่า 60 ปี และดีไซน์ความคลาสสิกอันทรงเสน่ห์นี้ทำให้ Honda Super Cub ได้รับความนิยมมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และวันนี้เราจะพาคุณย้อนกลับไปดูเรื่องราวอันเป็นจุดเริ่มต้น ที่ทำให้เจ้ารถรุ่นนี้กลายตำนานแห่งรถมอเตอร์ไซค์สายสไตล์คลาสสิกกันครับ



2. บทนำ



กว่าจะเป็น Honda Super Cub

รถมอเตอร์ไซด์ตระกูล Super Cub มีที่มาจาก มร. โชชิจิโร ฮอนดะ ประธานบริษัทฮอนด้ามอเตอร์ และ มร.ทาคะโอะ ฟูจิซาวา กรรมการบริหารอาวุโส ได้เดินทางไปศึกษางานที่ยุโรป ทำให้ได้ไอเดียในการพัฒนารถมอเตอร์ไซด์รุ่นใหม่ ซึ่งมีแนวคิดว่าการขับขี่ต้องควบคุมง่าย และมีสไตล์ที่เป็นเอกลักษณ์แบ่งออกเป็นรุ่นๆ โดยแนวทางการพัฒนารถมอเตอร์ไซด์ใหม่ที่ผู้บริหารทั้งสองได้มอบให้ทีมงานผู้ผลิตก็คือ “พัฒนารถมอเตอร์ไซด์ที่เหมาะสม” และ “รถมอเตอร์ไซด์ที่ใช้งานง่าย” โดยมีรายละเอียดสำคัญ 4 ประการคือ

- เครื่องยนต์แบบ 4 จังหวะให้กำลังแรง แต่เสียงเบาและประหยัดเชื้อเพลิง
- ตัวถังมีรูปทรงและขนาดที่ผู้หญิงสามารถขึ้นลงได้ง่าย
- ระบบเกียร์แบบใหม่ ไม่ต้องมีคันคลัตช์ขณะเปลี่ยนเกียร์
- มีดีไซน์ล้ำสมัย แต่คุ้นเคยได้ง่าย และไม่น่าเบื่อ

จากแนวทางที่กล่าวมาข้างต้นเหล่านี้ก็ได้ถูกนำมาเป็นต้นแบบในการปรับปรุงและพัฒนาที่รถจักรยานติดเครื่องยนต์ ชื่อ Cub Type F ในปี ค.ศ. 1952 จนกลายเป็น **Honda Super Cub C100** สำเร็จออกสู่ท้องตลาด รุ่นแรกในปี ค.ศ. 1958 และกลายเป็นรถต้นแบบของ รถมอเตอร์ไซด์ครอบครัว ในยุคต่อมา ๆ จนถึงปัจจุบัน



Honda Super Cub C100

Honda Super Cub C100 ที่เปิดตัวออกมารุ่นแรกนั้นเป็นเทคโนโลยีเครื่องยนต์ 49 cc 4 จังหวะ และมีกำลังสูงสุดถึง 4.3 แรงม้า ซึ่งในเวลา นั้นถือว่าเป็นรถมอเตอร์ไซด์ที่มีกำลังค่อนข้างสูง ตอบโจทย์การใช้งานในประเทศญี่ปุ่น ที่ถนนในหลายพื้นที่ยังคงขรุขระ ไม่เรียบเหมือนถนนในปัจจุบัน จึงไม่แปลกใจเลยว่าจะรถรุ่นนี้จะเป็นที่นิยมในญี่ปุ่น และยังสามารถส่งออกไปทั่วโลกได้ เพราะถึงกันทน ประหยัดน้ำมัน และมีประสิทธิภาพที่ดี

มาในส่วนของดีไซน์สไตล์คลาสสิก Japanese Retro ที่เป็นเอกลักษณ์ของ **Honda Super Cub C100** ก็คือ

- **ดีไซน์ S Shape** ที่ถูกบรรจุออกแบบอย่างพิถีพิถันให้กลายเป็นแนวที่โค้งมนสวยงามไร้ที่ติ
- **เอกลักษณ์ไฟหน้ากลมสุดคลาสสิก**
- **ดีไซน์เบาะตอนเดียว (Single Seat)**
- **ดีไซน์โลโก้ Super Cub** ตัวบน ที่ได้เอื้อมมาจากการนำเอาเครื่องหมายโลโก้กับชื่อรุ่น F มาประยุกต์ใช้ และในยุคนั้นคำว่า “ซูเปอร์” เป็นคำที่มีเสียงฟังแล้วสดใหม่ จึงได้ตั้งชื่อว่า **Super Cub** นั่นเอง

วิวัฒนาการ Honda Super Cub

หลังจากที่ **Honda Super Cub C100** ได้ออกสู่ท้องตลาดก็ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศญี่ปุ่น โดยมียอดขายมากกว่าครึ่งของยอดขายมอเตอร์ไซด์รวมทั้งหมด นอกจากนั้นยังได้โด่งดังไปสุดลาคาลง โดยถูกส่งออกไปขายยังตลาดอเมริกา ทำให้เป็นที่รู้จักและครองใจผู้ใช้งานทั่วโลก ซึ่งตลอดระยะเวลากว่า 60 ปีที่ผ่านมา รถมอเตอร์ไซด์ตระกูล **Super Cub** ได้ถูกพัฒนาออกมามากมายหลายรุ่น เพื่อตอบสนองการใช้งานผู้บริโภค ซึ่งแต่ละรุ่นนั้นก็ได้ถูกพัฒนาเทคโนโลยีเครื่องยนต์และการดีไซน์ให้ดีขึ้น ดังนี้

เทคโนโลยีเครื่องยนต์เพื่อตอบสนองการใช้งาน

- ค.ศ. 1966 มีการนำเครื่องยนต์ OHC ซึ่งเป็นรุ่นใหม่และพัฒนาขึ้นโดยฮอนด้า ใน Super Cub C50 รุ่นแรก
- ค.ศ. 1978 ใช้ระบบหัวฉีด PGM-FI ที่ช่วยทำให้สตาร์ทง่ายขึ้น ประหยัดน้ำมัน และ มีพลังในการขับเคลื่อนมากขึ้นในรุ่น Super Cub C50 Standard Pro, C50 Deluxe, C50 Business like: C50 Custom
- ค.ศ. 2009 เพิ่มขนาดเครื่องยนต์จาก 50cc เป็น 110cc ในรุ่น Super Cub 110

การดีไซน์ที่ยังคงความคลาสสิก

ในส่วนของการดีไซน์นั้น แม้เวลาจะล่วงเลยไปกว่า 60 ปี แต่รถมอเตอร์ไซด์ตระกูล Super Cub ก็ยังมีแนวคิดการดีไซน์ที่คงความคลาสสิก และเป็น Japanese Retro ไว้อยู่เสมอมา ทำให้เอกลักษณ์นี้ยังไม่อยู่ในดวงใจของผู้ใช้งาน เป็นที่จดจำและได้รับความนิยมจากอดีตมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งความสำเร็จของ **Honda Super Cub** นี้ไม่ได้มาอย่างยาวนานดังที่คาดการณ์ไว้ด้วยยอดขายกว่า 100 ล้านคัน ซึ่งหากสนใจรายละเอียดของรถมอเตอร์ไซด์ Super Cub รุ่นต่าง ๆ ที่ผ่านมา ๑๑๖ ปี สามารถดูเพิ่มเติมได้ที่บทความ [Super Cub 60 ปีที่เล่นแต่เล่นปริศนาที่ครองใจคนไทย](#)

3. เนื้อเรื่อง



และในปัจจุบัน รถมอเตอร์ไซค์ชื่อดังรุ่นนี้ ได้ถูกพัฒนามาจนกลายเป็น **All New Honda Super Cub** รุ่นใหม่ล่าสุด แต่ยังคงโคมคลาสสิกไม่เคยเปลี่ยน ซึ่งถ้าใครสนใจจะเป็นเจ้าของรถมอเตอร์ไซค์ตำนานคันนี้ สามารถไปสัมผัสตัวจริงและจับจองเป็นเจ้าของได้ที่ **Honda Wing Center** ทั่วประเทศ ราคาแนะนำอยู่ที่ 47,100 บาทเท่านั้น ติดตามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ <https://www.aphonda.co.th> เฟสบุ๊ก รถจักรยานยนต์ฮอนด้า และ LINE @HondaMotorcycleTH

4. บทสรุป



การประยุกต์

เทคนิควิธีการเขียน

เพื่อการ **เล่าเรื่อง**

ในงานประชาสัมพันธ์

3



ในการวาง**โครงเรื่อง**ที่ดี

ผู้เขียนจะต้องค้นหาสาระสำคัญหรือ**แนวความคิดหลัก**เรื่อง

ให้พบก่อนเป็นอันดับ**แรก**



การกำหนดวัตถุประสงค์และองค์ประกอบที่ชัดเจน

เพื่อกำหนดทิศทางงานเขียน

โดยให้**การเดินเรื่อง**สอดคล้องกับ**แนวความคิดหลัก**ของเรื่องที่เล่า



การมี**เนื้อหา**ที่เรียงลำดับความสำคัญและเชื่อมโยงกัน



การสรุปที่ดีควรสรุปด้วยเรื่องราวสั้นๆ ๓ แสดงให้เห็นการคลี่คลาย
ของเหตุการณ์หรือปมขัดแย้งที่ได้ขมวดปมไว้
และสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือผู้เขียน
ต้องสรุปให้เป็นเนื้อหาที่เป็นข้อเสนอแนะ
เพื่อให้ผู้อ่านสามารถนำไปใช้เป็นกรณีศึกษาในชีวิตได้



กระบวนการเขียน

เพื่อ **การเล่าเรื่อง**

ในงานการประชาสัมพันธ์

3



การรวบรวมข้อมูล (Immersion)



การแยกแยะข้อมูล (Digestion)



การใช้ความคิด (Incubation)



สร้างความคิดให้กระจ่าง (Illumination)



การสร้างให้เป็นจริง (Reality)





การเตรียมข้อมูล

เพื่อ **การเล่าเรื่อง**

ในงานประชาสัมพันธ์



ข้อมูลเรื่องเล่า
ดั้งเดิม



ข้อมูลเกี่ยวกับ
กลุ่มเป้าหมาย

ข้อมูลของเรา
สินค้าและองค์กร
สำหรับการใช้ในการ
พัฒนาเรื่องเล่า





เทคนิค

การเตรียมข้อมูล

เพื่อ **การเล่าเรื่อง**



การถว้

การอ่าน

การฟัง

พัฒนาความคิด
สร้างสรรค์ในการ
เล่าเรื่อง

การทดลองใช้สินค้า
หรือบริการ

การทำงานและเรียนรู้งาน



กระบวนการเขียน

เพื่อ **การเล่าเรื่อง**

ในงานการประชาสัมพันธ์



1. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย

2. กำหนดวัตถุประสงค์

3. กำหนดขอบเขตของเรื่องเล่า

4. การสร้างแนวความคิดหลัก

5. การวางโครงเรื่อง

6. การลงมือเขียนเรื่อง

7. การตรวจสอบและพิจารณาคำที่ใช้

ตัวอย่าง

|| แนวข้อสอบ

4

ข้อใดถือเป็น “ขั้นตอนแรก”

ของกระบวนการเล่าเรื่องในงานประชาสัมพันธ์

1. กำหนดเนื้อหาหลัก
2. กำหนดเป้าหมายของเนื้อหาเรื่องเล่า
3. กำหนดช่องทางการเผยแพร่เนื้อหาของเรื่องเล่า
4. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย
5. ถูกทุกข้อ

1

“การกำหนด**แนวความคิดหลัก**ในการเล่าเรื่อง (Concept) หรือ **แก่นเรื่อง**” นั้น **ปรากฏอยู่ในกระบวนการ**ในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เพื่อการเล่าเรื่องในงานประชาสัมพันธ์

1. การรวบรวมข้อมูล
2. การแยกแยะข้อมูล
3. การสร้างให้เป็นจริง
4. การสร้างความคิดให้กว้าง
5. การใช้ความคิด

2

การเตรียมข้อมูลสำหรับการเขียนเพื่อการเล่าเรื่องในข้อใด
ที่จะถูกเลือกนำมาใช้ “เพื่อเชื่อมโยงเข้ากับโครงเรื่อง (Plot)”
ของการเขียนเพื่อการเล่าเรื่องในงานประชาสัมพันธ์

1. ข้อมูลเรื่องเล่าดั้งเดิม
2. ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย
3. ข้อมูลของตราสินค้าและองค์กร
4. ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า
5. ถูกทุกข้อ

3

ขั้นตอนใดในการเขียนเพื่อการเล่าเรื่องในงานประชาสัมพันธ์
“ที่มีความเป็นศิลปะสูงมาก” ซึ่งผู้เขียนจะต้องใช้ความคิด และ
จินตนาการในการถ่ายทอดเรื่องเล่าออกมาตามโครงเรื่องที่ได้
กำหนดเอาไว้”

4

1. การวางโครงเรื่อง
2. การลงมือเขียนเรื่องเล่า
3. การสร้างแนวความคิดหลัก
4. กำหนดขอบเขตของเรื่องเล่า
5. การตรวจสอบและพิจารณาคำและข้อความที่ใช้

โครงสร้างของการเขียนเพื่อการเล่าเรื่องในงานประชาสัมพันธ์ในข้อใด
ที่มีลักษณะ: “นำเสนอประเด็นเรื่องอย่างละเอียดโดยใช้เทคนิคที่ชวนให้
ติดตาม เนื้อเรื่องมาจากข้อมูลที่ผ่านการค้นคว้าจากแหล่งต่าง ๆ
ทำให้การเล่าเรื่องเกิดความน่าเชื่อถือ”

1. หัวเรื่อง
2. บทนำ
3. รายละเอียด
4. เนื้อเรื่อง
5. บทสรุป

5



การเขียน

เพื่อการเล่าเรื่อง

เพื่อการประชาสัมพันธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประกายกาวีล ศรีจินตา