



# ฮา มาร์เก็ตติ้ง เรื่องตลก ปั่นกระแส



พค.ดร.สุทธิชัย ปิณฑโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.เกษตรศาสตร์

www.dr.suthichai.com

**ต้อง** ยอมรับกันว่า วัฒนธรรมไทยหรือคนไทย

ส่วนใหญ่ชอบเรื่องราวที่ตลก สนุกสนานมากกว่า ชอบเรื่องที่เครียดๆ หรือเรื่องที่จริงจัง ฉะนั้นการนำเอา ความขำ อารมณ์ขำ อารมณ์สนุก มาใช้เพื่อสร้างความจดจำให้กับสินค้า บริโภค และสร้างแบรนด์จึงสมควรทำเพื่อให้เป็นที่จดจำได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น

ดังนั้นเราจะเห็น โฆษณา ไม่ว่าจะวิทยุหรือโทรทัศน์ ได้นำเรื่องขำขัน มาสร้างเป็นเรื่องราวจนคนดูคนฟังติดตราตรึงใจ ซึ่งโฆษณาแนวตลก เรียกรอยยิ้ม เสียงหัวเราะ สร้างสุขให้ผู้คน มากกว่าโฆษณารวมดาราๆ ทั่วไป หลายโฆษณาได้ผ่านมาเป็นเวลานานแล้ว แต่คนก็ยังจดจำกันได้อยู่

เช่น โฆษณา **แฟลตปลาทอง** เปิดตัวคอนโดมิเนียม เมื่อประมาณปี 2525 โดยได้รวบรวมดารา ตลก มาแต่งตัวเป็นซูปเปอร์สตาร์ หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงในระดับโลก คนดู ดูที่ไรก็อดขำไม่ได้ กล่าวคือ Superstar ตลกทั่วฟ้าเมืองไทยในยุคนั้น คือ ล้อต๊อก, ชูศรี มีสมมนต์, ไนต์ เทียนยิ้ม, น้อย โพธิ์งาม, ดอน จมูกบาน และ เทพ โพธิ์งาม

**สิงห์คะนองนา** ก็ได้นำเสนอเรื่องราวว่าด้วย ฮีโร่หรือพระเอก ขั้วรถอีแต่นไปช่วยหญิงสาวหรือนางเอกที่ถูกจับ โดยมีกรตหรือเซียนรถอีแต่น ทำเหมือนอย่างกับเซียนม้าให้วิ่งได้เร็วขึ้น และยังมีส่วนได้

คือ “สงสัยทันรองจะถูกยิง” ทำให้คนดูอดหัวเราะไม่ได้ ในสมัยนั้น

โฆษณา **“ป.ปลานันท์หายากต้องลำบากออกเรือไป..”** หรือ **‘อาแม้ง ป.ปลา’** ก็นำบทกลอน ที่คนฟังคนดูเคยท่องจำจนขึ้นใจ ในวัยเด็ก ออกมาประกอบการโฆษณาในแนววรรณคดีรักซ์โลกจากโครงการรวมพลังหารสอง ซึ่งบทกลอนมีดังนี้ ‘ป.ปลา นันท์หายาก ต้องลำบากออกเรือไป ขนส่งจากแดนไกล ใช้น้ำแข็ง เปลือกน้ำมัน แซ่เย็น ก็เสียไฟ หุงต้มไשר์แก๊สทั้งนั้น พลังงานต้องหมดกัน ใ้อลูกลานจำจางดี’ เพราะสังคมไทยชอบตลก ไม่ชอบความเครียด อยางว่าแต่การโฆษณาในโทรทัศน์ แม้แต่หนังหรือภาพยนตร์ก็เช่นกัน ก็ได้นำเอาเรื่องตลกหรือมุขตลกมาใช้ในหนังจนสร้างรายได้เป็นอย่างดีจนเป็นก้า

ตัวอย่างหนังตลกทำเงิน ทุบสถิติสร้างรายได้ให้แก่ผู้สร้าง เพราะถูกจริตสังคมไทย เช่น **“พี่มาก พระโขนง”**

เป็นภาพยนตร์ไทยที่ออกฉายในปี พ.ศ. 2556 แนวโรแมนติค-สยองขวัญ-ตลก ซึ่งดัดแปลงจากเรื่องแม่หากพระโขนง ผีพื้นบ้านไทย นำแสดงโดย มาร์โกอิ้ เมารู่อ เป็นพี่มาก กับดาวิกา โฮร์เน่ เป็นแม่หาก

**“เดี่ยว ไมโครโฟน”** ของไนต์ อุดม เปิดกันมายาวนานจนถึงเดี่ยว 12 เปิดแสดงแต่ละครั้ง คนดูกันถล่มทลาย โดย เดี่ยวไมโครโฟนครั้งที่ 1 จัดขึ้นเมื่อวันที่ 23-25 สิงหาคม พ.ศ. 2538 ที่ หอประชุมเมืองไทยประกันชีวิต อาคารเมืองไทย-ภัทร คอมเพล็กซ์

หนังสือตลกอย่างหนังสือ **“ชายหัวเราะ”** หาอ่านกัน เจ้าตำรับหนังสือขำขันอายุยาวนาน 42 ปี โดยหนังสือ





“ขายหัวเราะ” เปิดตัวครั้งแรกในวันพฤหัสบดีที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2519 เป็นนิตยสารที่นำเสนอการ์ตูนตลกสามช่องจบ หรือการ์ตูนแก๊กเกือบตลอดทั้งเล่ม ภายในลงพิมพ์เรื่องซ้ำกันแทรกเป็นช่วงๆ และเรื่องสั้นสามเรื่องในแต่ละฉบับ ซึ่งไอเดียในการเขียนการ์ตูนแก๊กซ้ำกัน และเรื่องสั้น

ซึ่งหากวิเคราะห์ และพิจารณากันจริงๆ แล้ว มุขตลกหรือมุขฮาจะเกิดจาก 3 เรื่องใหญ่ๆ คือ

1. **มุขหักมุม** ซึ่งเป็นการเล่าเรื่องราวที่คนฟังหรือคนดู คาดไม่ถึง คิดไม่ถึง เป็นเรื่องที่ผิดแผกแตกต่างจากสิ่งที่คนฟังหรือคนดูคิดหรือคาดว่าจะจะเป็น

2. **มุขเกินจริง** เป็นมุขตลกที่โอเวอร์หรือเกินจริง

3. **มุขที่เกิดจากการใช้ภาษา** เช่น มุขล้อเลียน มุขการพูดผิด มุขการเขียนผิด

สำหรับการนำอารมณ์ขันหรือความซ้ำกัน มาใช้ไม่ควรยาวจนเกินไป เช่น การทำโฆษณาเนื้อหาไม่ควรเกิน 15 นาที เพราะถ้าหากยืดยาวจนเกินไป จะทำให้ความซ้ำจะเฟื่อน อีกทั้งไม่ควรนำมุขหรือตลก ที่เกี่ยวกับเรื่องของศาสนา มาเล่นเพราะจะสร้างความขัดแย้งได้ง่าย

อีกทั้งการนำมุขตลกมา ควรใช้มุขตลกให้สอดคล้องกับสินค้า บริการหรือผลิตภัณฑ์ของเราด้วย เพราะมุขตลก บางมุขอาจเหมือน

ตลกคาเฟ่ ซึ่งไม่เหมาะกับสินค้าของเรา ซึ่งสินค้าของเราดูแล้ว ลูกค้ำหรือผู้ต้องการความเชื่อมั่นหรือต้องการความมั่นใจ

ดังนั้น นักการตลาดที่ทราบถึงวัฒนธรรมไทยที่ชอบความสนุกสนาน ทำให้นักการตลาดจำนวนมากได้นำความบันเทิงมาใช้เพิ่มอีกเพื่อผสมผสานให้ดียิ่งขึ้น กล่าวคือนอกจากจะนำเรื่องตลก มุขตลก มาใช้แล้ว ยังมีเรื่องของเกมส์การแข่งขัน การเล่นเกม การถามแล้วตอบคำถามเพื่อมอบของรางวัล มาผสมผสานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำการตลาดได้ดียิ่งขึ้น

ซึ่งในยุคปัจจุบัน การทำอะไรไม่ควรทำเฉพาะเรื่อง แต่ควรทำอย่างผสมผสานกัน และต้องอาศัยเรื่องของความคิดสร้างสรรค์ ความคิดต่าง ความคิดเชิงแกะดำ เข้ามาช่วย เพราะการทำอะไรเหมือนกับคนอื่นหรือแบบคนอื่น ไม่ทำให้เกิดความน่าสนใจหรือเกิดความแตกต่าง นักการตลาดควรมีมุมมองหรืออะไรที่แตกต่างจากคนอื่น ๆ ก็จะทำให้เกิดความน่าสนใจ และเกิดแรงดึงดูดมากยิ่งขึ้น

ปัจจุบัน สื่ออินเทอร์เน็ตหรือสื่อออนไลน์ เป็นที่นิยมของคนรุ่นใหม่ และมีคนใช้เป็นจำนวนมาก หากนักการตลาดท่านใดสามารถนำเอาเรื่องซ้ำกัน เรื่องสนุกสนาน ไปใช้ในการลงสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Youtube, TikTok ฯลฯ ก็จะเป็นที่จดจำได้อย่างรวดเร็ว และสามารถสร้างแบรนด์ได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น