

การเล่าเรื่อง (Storytelling) โดยการใช้ภาษาจีนและภาษาอังกฤษ
สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด
THE CHINESE AND ENGLISH STORYTELLING FOR COMMUNITY PRODUCT
IN ROI ET PROVINCE

มนีนุช ฉวีวงศ์¹ หยกขาว สมหวัง² และสุขสันต์ ทับทิมหิน³

Maneenoot Chaweewong, Yokkhaw Somwang and Suksan Tapthimhin

Article History

Received: 25-09-2023; Revised: 10-12-2023; Accepted: 13-01-2024

<https://doi.org/10.14456/jsmt.2024./21>

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการเล่าเรื่อง (Storytelling) โดยการใช้ภาษาจีนและภาษาอังกฤษสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการชุมชนในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการใช้การเล่าเรื่อง (Storytelling) เพื่อศึกษาเรื่องราวผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ดที่สามารถนำมาสู่การสร้างการเล่าเรื่อง (Storytelling) และสร้างสรรค์การเล่าเรื่อง (Storytelling) ให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่น ด้วยภาษาจีนและภาษาอังกฤษเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่สากล เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกบ้านดงทรายงาม ตำบลหนองซุ่นใหญ่ อำเภอนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด

ผลการวิจัยพบว่า

การเล่าเรื่องผ่านบรรจุภัณฑ์และช่องทางการสื่อสารยังไม่มีหลากหลาย ขาดเนื้อหาการเล่าเรื่องที่เชื่อมโยงถึงที่มา ความหมายผลิตภัณฑ์ ที่จะนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม ความต้องการของผู้ประกอบการ คือ การออกแบบเนื้อหาในการเล่าเรื่อง ผ่านการนำเสนอช่องทาง บรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย การวิจัยครั้งนี้ได้คัดสรรเรื่องราวในการเล่าเรื่อง จากเรื่องที่โดดเด่น เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และเนื้อหาที่จะสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคด้วยภาษาอังกฤษและภาษาจีน ได้แก่ ความเป็นมาของหมู่บ้าน/กลุ่ม ชื่อแบรนด์ “ทอรุ่ง” ความหมายของลวดลาย กระบวนการการผลิต การเล่าเรื่อง (Storytelling) โดยการใช้ภาษาจีนและภาษาอังกฤษผ่านสื่อวิดีโอ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบรรจุภัณฑ์ และเผยแพร่ในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์

คำสำคัญ: การเล่าเรื่อง; ภาษาจีน; ภาษาอังกฤษ; ผลิตภัณฑ์ชุมชน; จังหวัดร้อยเอ็ด

¹⁻³ภาควิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

Department of Humanities and Social Sciences, Faculty of Liberal Arts and Science, Roi Et Rajabhat University

Email: ket_hs@yahoo.com *Corresponding author

ABSTRACT

This research titled “The Chinese and English storytelling for community product in Roi Et province” aimed to 1) study issue and demand of community entrepreneur in order to promote community product by using storytelling technique, 2) explore community product in Roi Et for the creation of story and 3) create the storytelling of outstanding community product with Chinese and English. This research is a qualitative study. The interview and focus group with a group of community entrepreneur of Baan Dong Sai Ngam, Nong Khun Yai, Nong Phok, Roi Et were used to collect the data.

The results showed that:

There were a few of product stories and channels of presentation. The lack of content that linked between product origin and meaning which led to value added. The community entrepreneur group required the creation of content via different storytelling packaging designs. The study revealed the unique identity of community product with the Chinese and English storytelling of Tor-Rung brand. The meaning of patterns and bag development process were also presented by means of video, printed media, packaging and online social media.

Keywords: Storytelling; Chinese; English; Community Product; Roi Et province

1. บทนำ

จังหวัดร้อยเอ็ดมีพันธกิจในการพัฒนาจังหวัดให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว การค้า การลงทุน เชื่อมโยงการบริการ สินค้า ผลิตภัณฑ์ชุมชนรวมทั้งวัฒนธรรมอีสานค่านิยมและประเพณีที่ดีงามสามารถผสมผสานกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมสมัยใหม่ได้อย่างกลมกลืนพัฒนาคนให้มีคุณภาพ สร้างโอกาส สร้างอาชีพ รายได้ ให้ภาคประชาสังคม จังหวัดร้อยเอ็ด มีจำนวนวิสาหกิจชุมชน 5,410 แห่ง (สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564) ผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นของจังหวัดร้อยเอ็ด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากการเกษตร เช่น ข้าวหอมมะลิ ผลิตภัณฑ์ งานด้านหัตถกรรม เช่น ผ้าไหม ผ้าทอ งานจักสาน มีรายได้จากผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) จำนวน 3,919,423,760 บาท (สำนักงานจังหวัดร้อยเอ็ด, 2564) การพัฒนาเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ในชุมชนทั้ง การพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมด้านการตลาดสู่กลุ่มผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติความท้าทายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของจังหวัดร้อยเอ็ดในปัจจุบัน คือ การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ด้านการสื่อสารการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค และเพื่อขยายกลุ่มผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดร้อยเอ็ดด้วยการเล่าเรื่อง (Storytelling) เป็นส่วนสำคัญในการสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคการเล่าเรื่องเป็นการสร้างคุณค่าของตราสินค้าแสดงให้เห็นประโยชน์ทางกายภาพของสินค้าและบริการสามารถสะท้อนผ่านการเล่าเรื่องที่เชื่อมโยงกับตราสินค้าสร้างประสบการณ์กับตราสินค้าด้านต่างๆ นำมาสู่คุณค่าตราสินค้า (รักษ์กฤต ไตรศุภโชค, 2558)

จากการศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า มีสินค้าที่เป็นที่ต้องการของชาวต่างชาติบางประเภท เช่น ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้า เครื่องจักสาน เครื่องจักสานแปรรูป ยังขาดการสื่อสารด้านภาษาที่จำเป็นสำหรับกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มลูกค้าใหม่ โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าที่ใช้ภาษาจีนและภาษาอังกฤษในการสื่อสาร ดังนั้น คณะวิจัยจึงเล็งเห็นโอกาสและความท้าทายนี้ในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้กลุ่มลูกค้า/ผู้บริโภคผู้ใช้ภาษาจีนและภาษาอังกฤษได้มองเห็นและรู้จักผลิตภัณฑ์ของจังหวัดร้อยเอ็ดรวมทั้งได้อธิบายเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการคัดสรรว่ามีเรื่องราวเบื้องหลังและคุณค่าในผลิตภัณฑ์นั้นอย่างไรโดยคณะวิจัยจำเป็นต้องศึกษาปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการชุมชนในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สอดคล้องเหมาะสมกับการนำมาสร้าง

สรรค์เรื่องเล่าและศึกษาเรื่องราวและสถานการณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ดที่ผ่านการคิดสรรและได้รับอนุญาตจากผู้ผลิต/ผู้ประกอบการและนำเสนอสู่สื่อสร้างสรรค์ประเภทเรื่องเล่า ที่มาจากการเล่าเรื่อง (Storytelling) ให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นด้วยภาษาจีนและภาษาอังกฤษเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่สากลจากศึกษาบริบทเชิงพื้นที่ในจังหวัดร้อยเอ็ดกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกบ้านดงทรายงาม ตำบลหนองขุนใหญ่ อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด มีศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและเป็นที่น่าสนใจของชาวต่างชาติ แต่ยังพบปัญหาการสื่อสารการเล่าเรื่องเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์จึงนำมาสู่การศึกษาวิจัยในครั้งนี้

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการชุมชนในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการเล่าเรื่อง (Storytelling)
2. เพื่อศึกษาเรื่องราวผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ดที่สามารถนำมาสู่การสร้างการเล่าเรื่อง (Storytelling)
3. เพื่อสร้างสรรค์การเล่าเรื่อง (Storytelling) ให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่น ด้วยภาษาจีนและภาษาอังกฤษ เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่สากล

3. การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการเล่าเรื่อง (Storytelling)

การเล่าเรื่อง คำว่า Storytelling นี้มักจะใช้โดยทั่วไปเมื่อมีการกล่าวถึงการเล่าเรื่องในศาสตร์ต่างๆ โดยที่ Walter R. Fisher (1989, อ้างถึงใน นิคมล หิรัญวิจิตรภรณ์ และ จีร์ คันโททอง, 2564) ได้ให้คำนิยามถึงการเล่าเรื่องไว้ว่าการเล่าเรื่อง คือ กระบวนการสื่อสารระหว่างมนุษย์อันประกอบไปด้วยศิลปะการพูด การตีความหมาย การประเมินคุณค่าซึ่งจุดมุ่งหมายของการเล่าเรื่องก็คือการชวนเชิญให้เกิดความสนใจมีปฏิริยาโต้ตอบดังนั้นการเล่าเรื่องจึงมีลักษณะที่เป็นปฏิสัมพันธ์ มีโครงสร้างมีรูปแบบ และมีขั้นตอนในการดำเนินการรวมถึงศิลปะในการแสดงออกอื่น ๆ ของมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นการโน้มน้าวใจหรือการแสดงรวมอยู่ด้วย กรีนันท์ อนุวัชศิริวงศ์ และคณะ (2547) กล่าวเพิ่มเติมว่าเรื่องเล่าหรือศาสตร์แห่งการเล่าเรื่องนั้น ทุกอย่าง คือ การเล่าเรื่อง เพราะเมื่อเรื่องถูกบันทึกไว้ไม่ว่าจะด้วยสื่อใด ๆ ก็ตามโดยจะกลายเป็นเรื่องเล่าก็ต่อเมื่อมีผู้เล่าเป็นผู้นำสารไปยังผู้รับ นอกจากนี้ อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์ (2558) ได้อธิบายเพิ่มเติมอีกว่าเป็นเรื่องราวหรือเนื้อหาสาระซึ่งเป็นข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ ความคิดหรือจินตนาการของบุคคลแล้วถูกนำมาถ่ายทอดผ่านช่องสารไปสู่ผู้อื่น ด้วยวิธีการต่างๆ การเล่าเรื่องจึงเป็นวิธีการส่งสารที่มีโครงสร้างและองค์ประกอบที่แน่นอน การเล่าเรื่องที่ดี ผู้เล่าจำเป็นต้องคำนึงถึงการ “ออกแบบเรื่องเล่า” อย่างจริงจัง ใน 2 ส่วนที่สำคัญนั่นคือ “เนื้อหา” ที่จะเล่ากับ “รูปแบบ” ที่จะใช้ในการเล่ามีแนวทาง ดังนี้ 1) นำเสนอเรื่องราว (Story) เน้นความสมจริงดูน่าเชื่อถือเปลี่ยนแปลงเป็นฉาก ๆ ถ้านำเสนอดีน่าอ่าน 2) นำเสนอคำจำกัดความ (Definition) เน้นประโยชน์ตรงๆ กระชับ ชัดเจน 3) นำเสนอแบบเล่าเรื่อง (Narrative) ผสมกันระหว่างแนว Story จุดเด่นคือเรียบเรียงให้น่าสนใจได้ไม่สั้นไม่ยาวเกินไปอ่านเพลินและเข้าใจง่าย 4) อุปมาอุปมัย (Analogy) เปรียบเทียบกับบางสิ่งให้เข้าใจง่ายขึ้น มีความโดดเด่นเชิงสร้างสรรค์ แต่ถ้าคิดตัวเปรียบเทียบไม่ดี อาจทำให้ผู้อ่านไม่เห็นด้วยหรือตีความผิดไป (นิธิ วดีวุฒิพงศ์ 2562, อ้างถึงใน จีร์ภัทร์ พินิจสุวรรณ และคณะ, 2563)

สามารถสรุปความหมายของการเล่าเรื่องได้ว่าเป็นการบอกเล่าเรื่องราวความรู้ต่างๆ จากประสบการณ์ในหลายๆ ด้าน หรือจากการศึกษาหาความรู้จากตัวบุคคลหนึ่ง ให้บุคคลอื่นฟัง ซึ่งการเล่าเรื่องที่ดีจำเป็นต้องมีการออกแบบเรื่องเล่าที่ดี ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอเรื่องราว นำเสนอคำจำกัดความ การนำเสนอแบบเล่าเรื่องผสมกันระหว่างแนว Story รวมถึงการอุปมาอุปมัยเปรียบเทียบกับบางสิ่งให้เข้าใจง่ายขึ้น สามารถถ่ายทอดได้ทั้งรูปแบบการเขียนเรื่องเล่าหรือการเล่าเรื่องผ่านสื่อต่าง ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเชิงเนื้อหา

ในปัจจุบันการสร้างเนื้อหาตราสินค้าไปสู่ผู้บริโภคมีหลายรูปแบบเพื่อดึงดูดความสนใจ และการสร้างปฏิสัมพันธ์ของผู้บริโภค การสร้างหรือการเผยแพร่เนื้อหาผ่านรูปแบบต่าง ๆ หรือที่เรียกว่าการตลาดเชิงเนื้อหา โดยมีวัตถุประสงค์การซื้อสินค้า การใช้บริการ และโอกาสทางธุรกิจ

Pulizzi (2014) กล่าวว่า การตลาดเชิงเนื้อหา หมายถึง กระบวนการทำการตลาดที่สร้างและเผยแพร่เนื้อหาที่มีคุณค่าเพื่อดึงดูดความสนใจและสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อผลักดันให้ลูกค้าสร้างกำไรให้กับธุรกิจ

นอกจากนี้ ยังมีการกล่าวถึงการตลาดเชิงเนื้อหาในมิติออนไลน์การสร้างและเผยแพร่เนื้อหาที่มีความเฉพาะเจาะจงผ่านเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อที่จะเข้าถึงผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายโดยตรง (เพ็ญกมล โสภณธนกิจ, 2560)

ลักษณะของเนื้อหาที่เหมาะสมกับการตลาดเชิงเนื้อหา

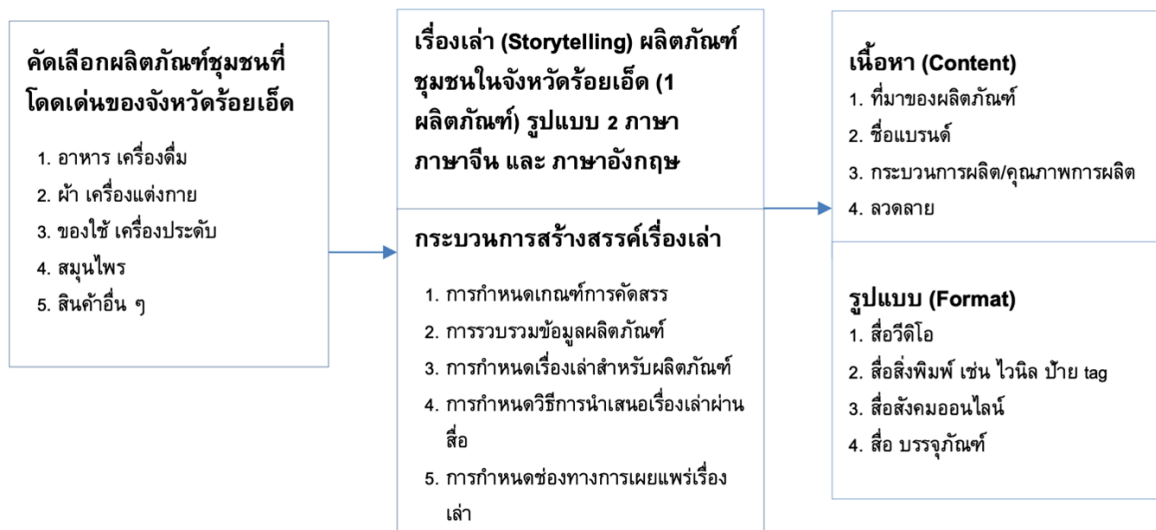
การตลาดเชิงเนื้อหาเป็นเนื้อหาเป็นแกนหลักที่สร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภคได้ ซึ่งทำให้เกิดการสื่อสาร และเกิดผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายขึ้น เนื้อหาที่ดีนั้นต้องผลิตออกมาแล้วตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และต้องมีความหมายกับคนที่ได้อ่านเนื้อหานั้น ซึ่งส่งผลให้เกิดการรับรู้ การจดจำ และการตัดสินใจซื้อ โดย “ความหมาย” ดังกล่าวมีหลายรูปแบบ และแบ่งออกเป็นหัวข้อได้ดังนี้ 1) เป็นประโยชน์ 2) มีความเฉพาะเจาะจง 3) มีความชัดเจน 4) มีคุณภาพสูง 5) จริงใจ (ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง 2557, อ้างถึงใน เพ็ญกมล โสภณธนกิจ, 2560)

จากการทบทวนวรรณกรรม คณะผู้วิจัยได้นำแนวคิดด้านการตลาดเชิงเนื้อหามาใช้ในการเล่าเรื่องผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งพบช่องว่างทางการศึกษา พบว่า เดิมการตลาดเชิงเนื้อหามานำมาใช้ในการเล่าเรื่องสำหรับผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดทั่วไป โดยรูปแบบในการเล่าเรื่องที่นำมาใช้ในครั้งนี้ คือ นำเสนอคำจำกัดความ (Definition) เน้นประโยชน์ตรงๆ กระชับ ชัดเจน นำเสนอแบบเล่าเรื่อง (Narrative) ผสมกันระหว่างแนว Story จุดเด่นคือเรียบเรียงให้น่าสนใจ เพื่อให้ลักษณะของเนื้อหาที่เหมาะสมกับการตลาดเชิงเนื้อหา

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



5. ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกบ้านดงทรายงาม ตำบลหนองขุนใหญ่ อำเภอนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเสื่อกก มีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ในการเล่าเรื่องโดยใช้ภาษาจีนและภาษาอังกฤษสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์ชุมชน/วิสาหกิจชุมชนจังหวัดร้อยเอ็ด 2) คัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในกลุ่มที่ชาวต่างชาติสนใจ คือ ผลิตภัณฑ์จากงานด้านหัตถกรรม แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากผ้า และผลิตภัณฑ์จากเสื่อกก ต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการสนับสนุนให้ออกสู่ตลาดต่างประเทศ (มีการติดต่อประสานงานเพื่อจัดจำหน่ายต่างประเทศ) และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่มีการเล่าเรื่องโดยใช้ภาษาจีนและภาษาอังกฤษมาก่อน 3) นำตัวอย่างผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของจังหวัดร้อยเอ็ดผ่านเกณฑ์ในข้อ 2 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์กระเป๋แปรรูปจากเสื่อกก ให้กลุ่มชาวต่างชาติจำนวน 30 คน เลือกผลิตภัณฑ์ที่สนใจประกอบด้วยชาวจีน 15 คน ชาวต่างชาติที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก 15 คน 4) กลุ่มชาวต่างชาติให้ความสนใจผลิตภัณฑ์กระเป๋แปรรูปจากเสื่อกกของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกก บ้านดงทรายงาม ตำบลหนองขุนใหญ่ อำเภอนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด มากที่สุด จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 70

กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม

การวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ในการสัมภาษณ์ จำนวน 15 คน ประกอบด้วย ประธานและตัวแทนสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกบ้านดงทรายงาม จำนวน 5 คน ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจำนวน 5 คน ผู้ที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 คน และการสนทนากลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกบ้านดงทรายงาม จำนวน 15 คน

2. ขอบเขตการวิจัย

วิธีการวิจัยที่ใช้ในงานวิจัยนี้เป็น การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกบ้านดงทรายงาม ตำบลหนองขุนใหญ่ อำเภอนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเล่าเรื่องโดยใช้ภาษาจีนและภาษาอังกฤษสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้การวิจัยครั้งนี้ คือ แนวคำถามในการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และแนวคำถามในการสนทนากลุ่ม

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ประสานผู้นำชุมชน บุคคลที่เกี่ยวข้องเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์ การวิจัยโดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกบ้านดงทรายงาม ตำบลหนองขุนใหญ่ อำเภอนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด และเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม รวมทั้งสิ้นจำนวน 15 คน วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล สร้างการเล่าเรื่องโดยใช้ภาษาจีนและภาษาอังกฤษในรูปแบบต่าง ๆ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกซึ่งมีแนวคำถามจากงานวิจัย แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigation Triangulate) ด้วยวิธีการใช้ผู้วิจัยจำนวน 3 คน ในการลงพื้นที่รวบรวมข้อมูลวิจัยจากการสนทนากลุ่มและนำเสนอในรูปแบบเชิงพรรณนา

6. ผลการวิจัย

ปัญหาและสภาพปัจจุบันของผู้ประกอบการชุมชนในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการเล่าเรื่อง (Storytelling)

จากการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่มปัญหาของผู้ประกอบการชุมชนในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการเล่าเรื่อง (Storytelling) สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

1) การเล่าเรื่องของสินค้าผ่านบรรจุภัณฑ์ยังไม่มีหลากหลาย ปัจจุบันบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการจัดจำหน่ายกระเป๋ากลุ่มมีเพียงถุงกระดาษที่ระบุชื่อกลุ่มเท่านั้นทำให้ขาดการเชื่อมโยงถึงที่มา ความหมายผลิตภัณฑ์ ที่จะนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมถึงมีเนื้อหาภาษาไทยเป็นหลัก ซึ่งวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกบ้านดงทรายงาม มีการออกร้านจัดจำหน่ายตามงานมหกรรมทั่วประเทศ กลุ่มลูกค้ามีทั้งชาวไทย ชาวต่างชาติ

2) ช่องทางการสื่อสารในการนำเสนอ เรื่องเล่าของผลิตภัณฑ์ยังไม่มีหลากหลาย พบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกบ้านดงทรายงามใช้วิธีการสื่อสารการเล่าเรื่องจากสื่อบุคคลเป็นหลัก คือ สมาชิกกลุ่มที่เป็นตัวแทนในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตามงานเทศกาลหรืองานมหกรรมสินค้า รองลงมา คือ การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ คือ ไลน์ของสมาชิก และเพจเฟซบุ๊กของกลุ่ม แต่ยังไม่มีการสร้างเนื้อหาอย่างต่อเนื่องน่าสนใจ นำเสนอรูปภาพการออกงานจัดจำหน่าย

3) การเล่าเรื่องเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม พบว่า การเล่าเรื่องของสินค้าแปรรูปจากเสื่อกกในรูปแบบกระเป๋า นอกจากคุณประโยชน์ของกระเป๋าแล้ว การเล่าเรื่องความหมาย กระบวนการ ที่มาของการทอและการแปรรูปซึ่งเป็นหัวใจหลักของสินค้าประเภทหัตถกรรมและจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกบ้านดงทรายงาม การออกแบบลายจากภูมิปัญญาทางจากลวดลายธรรมชาติ และตามความเชื่อ การถ่ายทอดด้วยสื่อบุคคลอาจไม่ครบถ้วน ตกหล่น หรือต้องใช้เวลาในการเล่าเรื่องซึ่งไม่เหมาะกับการจัดจำหน่ายในบางสถานการณ์ เช่น การออกร้านตามเทศกาลหรือมหกรรมสินค้าที่มีข้อจำกัดด้านเวลาสถานที่ ทำให้ไม่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวได้ รวมถึงเนื้อหาของเรื่องราวของลวดลายมาจากการตีความ การบอกเล่า การทำความเข้าใจร่วมกันของสมาชิกในกลุ่มไม่มีการบันทึกที่แน่นอนทำให้ในบางสถานการณ์อาจบอกเล่าได้ไม่ครบถ้วน

นอกจากนี้ ยังพบว่า สมาชิกกลุ่มยังไม่มีความรู้คล่องแคล่วด้านเทคโนโลยีในการสื่อสาร อีกทั้งลวดลายยังไม่หลากหลายทำให้การเล่าเรื่องตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่ม เช่น ลวดลายที่มาจากธรรมชาติ ความเชื่อ และลวดลายดั้งเดิม ทำให้สื่อสารยังคงสื่อสารกับกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มเดิมเท่านั้น

ความต้องการของผู้ประกอบการชุมชนในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการเล่าเรื่อง (Storytelling)

จากการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่มความต้องการของผู้ประกอบการชุมชนในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการเล่าเรื่อง (Storytelling) สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

1) การออกแบบเนื้อหาในการเล่าเรื่อง จากการศึกษา พบว่า เนื้อหาหรือเรื่องราวที่วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกบ้านดงทรายงามนำเสนอมีเพียงชื่อแบรนด์ที่นำเสนอผ่านบรรจุภัณฑ์เท่านั้น ทั้งนี้เนื้อหาที่ใช้ในการจัดจำหน่ายจะอยู่ในตัวบุคคลเป็นหลัก อาศัยความรู้ ความเข้าใจ ประสบการณ์ ความต้องการในการสร้างสรรค์เนื้อหาที่วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกบ้านดงทรายงามต้องการ คือ เนื้อหาที่หลากหลายเหมาะกับสื่อแต่ละประเภท และนำเสนอให้เห็นคุณค่าควบคู่ไปกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เนื้อหาที่สามารถนำมาสร้างสรรค์ เช่น ชื่อของแบรนด์ เรื่องราวของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกบ้านดงทรายงาม กระบวนการผลิต ความหมายของลวดลาย การเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์กับความต้องการของผู้บริโภคขนาดกระเป๋า รูปร่าง การใช้งาน นำเสนอในรูปแบบข้อความสั้น ภาพถ่าย คลิปวิดีโอ

2) ช่องทางการสื่อสาร จากการศึกษา พบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกบ้านดงทรายงาม ต้องการเผยแพร่เนื้อหาในรูปแบบการเล่าเรื่องผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลาย เช่น Facebook YouTube รวมถึงการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ชุดไว้นิล x stand เพื่อนำไปใช้ในการออกร้านจัดจำหน่ายตามงานต่าง ๆ ป้าย Tag บอกรายละเอียดสินค้าขนาดสั้น การเล่าเรื่องผ่านบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย เช่น ถุงผ้า กล่อง

เรื่องราวของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สามารถนำมาสู่การสร้างการเล่าเรื่อง (Storytelling)

การวิจัยเรื่องการเล่าเรื่องโดยใช้ภาษาจีนและภาษาอังกฤษสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด จากการศึกษาการเล่าเรื่องของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกบ้านดงทรายงามด้วยการสนทนากลุ่มสมาชิก คัดสรรเรื่องราวในการเล่าเรื่อง จากเรื่องที่โดดเด่น เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และเนื้อหาที่จะสนองตอบความต้องการของผู้บริโภค ได้ดังนี้

1) ความเป็นมาของหมู่บ้าน/กลุ่ม กล่าวถึงสถานที่ตั้งของกลุ่ม ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ลักษณะโดยทั่วไป การก่อตั้งกลุ่มโดยย่อ รายละเอียดตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1

การเล่าเรื่องความเป็นมาของหมู่บ้าน/กลุ่ม

ภาษา	การเล่าเรื่อง
ไทย	บ้านดงทรายงาม ตำบลหนองซุ่นใหญ่ อำเภอนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ดเป็นชุมชนที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยแหล่งน้ำและพืชพันธุ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเองตามแหล่งน้ำธรรมชาติโดยเฉพาะต้นกก ที่มีอยู่จำนวนมากและเป็นพืชที่สามารถนำมาแปรรูปเป็นของใช้ในชีวิตประจำวันตามภูมิปัญญาชาวบ้านทางภาคอีสานที่พบบ่อยคือการนำมาทอเป็นเสื่อทอต้นกกไหล จากภูมิศาสตร์และสภาพอากาศที่เอื้ออำนวยทำให้มีต้นกกและไหลเกิดขึ้นในพื้นที่เป็นจำนวนมากหลังฤดูเก็บเกี่ยวประชาชนในพื้นที่จึงได้มีการรวมกลุ่มกันเพื่อทอเสื่อเป็นของใช้ในครัวเรือนที่มีลวดลายสีสันสวยงามเป็นเอกลักษณ์และจำหน่ายเป็นรายได้เสริมหลังฤดูเก็บเกี่ยวต่อมากลุ่มมีจำนวนสมาชิกเยอะขึ้นจึงได้มีการจัดตั้งกลุ่มสหกิจชุมชนขึ้นโดยใช้ชื่อกลุ่มว่า “กลุ่มทอเสื่อกกบ้านดงทรายงาม” จากเสื่อทอต้นไหลที่มีลวดลายสวยงามเป็นเอกลักษณ์ กลุ่มได้นำมาแปรรูปเป็นกระเป๋าและใช้ชื่อแบรนด์ว่า “ทอรุ่ง”
จีน	泰国东北黎逸府 Nong Phok 县, 有一个小村庄叫做 Baan Dong Sai Ngam 村。这片土地富含水源, 有很多天然植被, 尤其是纸莎草。纸莎草, 根据泰国东北民间智慧一代又一代的传承, 纸莎草可以加工成我们日常生活用品——纸莎草草席。因为特殊的地理条件, 气候适宜, 所以这个地区生长着大量的纸莎草。每年丰收季节结束后, 村民自发组织成团体, 将晾干的纸莎草编织成具有独特美丽花纹的家居用品——纸莎草草席, 并出售到村内外各地作为额外的收入。后来, 团体成员越来越多, 就向相关部门要求成立社区企业集团, 集团起名为 “Baan Dong Sai Ngam 纸莎草织草席集团 (Mat Weaving of Baan Dong Sai Ngam)” 集团将具有独特美丽花纹的纸莎草席加工打造成新产品——手工纸莎草席包, 并为品牌命名为 “Tor - Rung”
อังกฤษ	Dong Sai Ngam village is located in Nong Khun Yai sub-district, Nong Phok district, Roi Et province. The community abound with plants and natural sources of water. Due to its geographical location and local weather, there are plenty of sedge, also known as Gok or Lai in Thai. They are used to make mats as utensils for daily basis of Isaan people. This mat weaving is a local wisdom of Isaan people. After the harvest period, villagers gather as a group of mat weaving for their extra income. Later on, many villagers in the same neighbourhood join the group. Thus, it develops into a community enterprise under a name of Mat Weaving of Baan Dong Sai Ngam. From the beautiful color patterns of handwoven mats, they are used to develop bags and the brand is launched as “Tor-Rung”

2) ชื่อแบรนด์ ทอรุ่ง กล่าวถึงความหมายของ ชื่อแบรนด์ “ทอรุ่ง” โดยยังคงการออกเสียงเช่นเดียวกันทั้งภาษาไทย ภาษาจีน และภาษาอังกฤษ เพื่อสร้างการจดจำ รายละเอียดตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2

การเล่าเรื่องชื่อแบรนด์ ทอรุ่ง

ภาษา	การเล่าเรื่อง
ไทย	“ทอ” มีความหมายว่าทอด้วยความรักและทอด้วยใจ “รุ่ง” มีความหมายว่าเป็นสิ่งมหัศจรรย์ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ “ไหล” เป็นวัสดุที่เป็นพืชมงคล สื่อถึงความโชคลาภ เมื่อนำมารวมกันเป็นคำว่า “ทอรุ่ง” มีความหมายว่าสิ่งมหัศจรรย์ที่ถูกทอด้วยความใส่ใจร่วมด้วยความรัก อีกทั้งผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไผ่ยังสื่อถึงความหมาย “เงินไหลนอง ทองไหลมา”
จีน	“Tor (织)” 是用情、用爱、用心织做出来的产品。“Rung (彩虹)” 意味着美丽自然发生的奇迹。产品的主要原料是纸莎草，泰语叫 Lai。因为纸莎草 (Lai) 在泰国是一种神圣吉祥的植物。古人认为，纸莎草 (Lai) 有财源滚滚的寓意，象征着招财进宝。因此，“Tor - Rung” 寓意用心和爱编织的奇迹，象征着自然之美和吉祥如意。所以品牌的口号是：Ngun Lai Nong Tong Lai Ma 意思是：财源滚滚，招财进宝。
อังกฤษ	“Tor” means weaving with love and care. “Rung” means the miracle of nature. The main material of mat weaving is Lai. Lai is a good luck plant for Thais as its name refer to the flow of money to the owner. When the two words are combined as “Tor-Rung”, the meaning has become the miracle that is woven with love and care together with its natural beauty and luck. Then the slogan of the product is called “Ngun Lai Nong Tong Lai Ma” or a flow of silver and gold to one’s pocket.

3) ความหมายของลวดลาย โดยคัดเลือกลวดลายที่กลุ่มผู้บริโภคชาวต่างชาติให้ความสนใจทั้งหมด 5 ลวดลาย ได้แก่ ลายสายรุ้ง ลายอินทนิล ลายโคมเจ็ด ลายดอกลำดวน ลายขอเงินขอทอง รายละเอียดตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3

การเล่าเรื่องความหมายของลวดลาย

ภาษา	การเล่าเรื่อง
ไทย	- ลายสายรุ้ง การทอด้วยความรักและทอด้วยใจ เป็นสิ่งมหัศจรรย์ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ - ลายอินทนิล ดอกอินทนิลปลูกเป็นดอกไม้ที่มีสีชมพูอมม่วง ซึ่งเป็นสีประจำจังหวัดร้อยเอ็ด และเป็นดอกไม้ประจำจังหวัดร้อยเอ็ดด้วย ดอกอินทนิลปลูกได้รับฉายานามว่าเป็นราชินีดอกไม้ มีความหมายว่า พระอินทร์ผู้เป็นใหญ่ในสวรรค์ มีอิทธิฤทธิ์มาก ช่วยคุ้มครองศัตรูหรือภัยอันตรายทั้งปวง - ลายโคมเจ็ด โคมไฟส่องสว่างสู่ความรุ่งเรือง ความอุดมสมบูรณ์ ความเพิ่มพูนของผลผลิตตลอดถึงการอยู่ดีกินดีของชาวร้อยเอ็ด - ลายดอกลำดวน ดอกลำดวนเป็นดอกไม้ประจำจังหวัดศรีสะเกษ เป็นดอกไม้สีนวลกลิ่นหอม กลีบดอกหนาและแข็ง กลีบดอกชั้นนอก 3 กลีบแผ่ออก และกลีบดอกชั้นใน 3 กลีบหุบเข้าหากัน - ลายขอเงินขอทอง เป็นลายพระราชทานของ สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรีนารีรัตน์ราชกัญญา ซึ่งมีรูปร่างคล้ายตะขอ และเป็นลักษณะตัว S ที่หมายถึง Sirivannavari โดยการออกแบบลวดลายจากพระองค์ท่าน มีความหมายเป็นการส่งมอบความรัก ความสุข ให้ชาวไทยทุกคน

ภาษา	การเล่าเรื่อง
จีน	• 彩虹花纹：用爱与心编织的结晶，意味着自然发生的美丽奇迹。 • 紫薇花纹：紫薇是一种粉紫色的花。粉紫是黎逸府的代表色，紫薇花作为黎逸府的府花，有泰国花卉之后的美誉，寓意为受拥有超自然神力的因陀罗神保护，从而免受敌人祸害，远离危险。 • Khom Jed 花纹：Khom 意思是 “马灯”，象征着繁荣富饶，五谷丰登，以及黎逸人民丰衣足食、平安喜乐。 • 拉姆杜安花卉花纹：拉姆杜安花是四色菊府的府花，乳黄色的花瓣厚实坚硬，馥郁芬芳，内外各三片花瓣，外层花瓣向外展开，内层花瓣向内合拢。 • 希里婉花纹：是希里万瓦里公主赐名的花纹，形状像钩，呈 “S ” 型，代表 Sirivannavari。希里婉花纹是希里万瓦里公主亲自设计的，有公主殿下赐福百姓的寓意。
อังกฤษ	• Rainbow pattern refers to the woven of love and care and the name of this pattern also reflects the miracle of nature. • Inthanin pattern – Inthanin or <i>Lagerstroemia macrocarpa</i> is a magenta-pink flower. The flower and its color represent Roi Et province. It is also named as <i>Queen's Flower</i> which means the Indra god in the belief of Theravada Buddhism. The god Indra is believed to be an important god and he was regarded as the protector of the earth, bringing peace and prosperity to the world. • Khom Jed pattern refers to the prosperity, abundance and a good quality of life of Roi Et people. • Lamduan pattern – Lamduan is the provincial flower of Sisaket province. They are hidden and protected by their leaves and have a fragrant smell that can reach further than other flowers. • Kor Ngern Kor Tong pattern - Her Royal Highness Princess Sirivannavari Nariratana Rajakanya bestows this pattern to all Thais. The <i>S signature</i> refers to the first letter in HRH's English name which means the love to all Thais.

4) กระบวนการการผลิต กล่าวถึง การผลิตโดยย่อที่แสดงให้เห็นวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต การย้อมสี การทอ การนำไปแปรรูปเป็นกระเป๋า ประโยชน์การใช้งาน รายละเอียดตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4
การเล่าเรื่องกระบวนการการผลิต

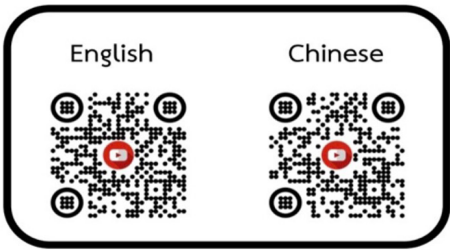
ภาษา	การเล่าเรื่อง
ไทย	ต้นโหลจะถูกนำมาซอยให้เป็นเส้น แล้วนำไปตากให้แห้ง หลังจากนั้นจึงจะสามารถนำมาย้อมสีตามที่ต้องการได้ เส้นโหลที่ผ่านกระบวนการย้อมสีแล้ว จะถูกนำมาทอขึ้นรูปตามแบบและลายที่ต้องการ กลายเป็นสื่ที่มีลวดลายต่างๆ อย่างสวยงาม หลังจากนั้นสื่ที่ได้จากการทอ จะถูกนำไปแปรรูปเป็นกระเป๋าตามรูปทรงที่ต้องการ โดยรูปแบบกระเป๋าที่มีความโดดเด่น จะเห็นได้ว่ากระเป๋าที่ผลิตจากโหลนี้ มีรูปทรงที่หลากหลาย มีความทันสมัย เข้าถึงสไตล์ของคนรุ่นใหม่ ทั้งยังสามารถใช้งานได้ยาวนานประสงค์อีกด้วย
จีน	纸莎草被切成一条一条的形状，然后晾干。之后，可以根据需要进行染色。将经过染色工序的纸莎草按照设计好的图案编织成具有精致花纹的纸莎草席。然后，根据需求加工成各种各样的草席包。根据样品可以看出，用纸莎草制作的手工包造型多样，潮流时尚，符合年轻人的审美，风格百搭。
อังกฤษ	Lai will be sliced into small thin section and sundried. After that they will be dyed into different colors. Lastly, they are ready for mat weaving process. These beautiful mats of various patterns woven by local Thai artisan will then made into bag products. The bags come in various sizes, shapes, and functions to meet the needs of people with different lifestyles.

สร้างสรรค์การเล่าเรื่อง (Storytelling) ให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่น ด้วยภาษาจีนและภาษาอังกฤษ เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่สากล

การเล่าเรื่อง (Storytelling) ให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่น ด้วยภาษาจีนและภาษาอังกฤษเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่สากลผู้วิจัยแบ่ง การเล่าเรื่อง (Storytelling) จำแนกตามประเภทของสื่ ดังนี้

1) การเล่าเรื่อง (Storytelling) จำแนกตามประเภทของสื่ 1) การเล่าเรื่อง (Storytelling) ผ่านสื่วิดีโอสั้น ผู้วิจัยกำหนดความยาววิดีโอประมาณ 5 นาที กำหนดเค้าโครงการนำเสนอให้เห็นภาพรวมของ “ทอรู้” ช่วงเริ่มต้น เล่าเรื่องราวจากที่มาของการรวมกลุ่มความหมายของชื่อ ช่วงกลางเรื่อง นำเสนอเรื่องราวของกระบวนการผลิตนอกจากภาษาที่ใช้นำเสนอเรื่องราวแล้วยังมีภาพเคลื่อนไหวประกอบที่แสดงให้เห็นถึงกระบวนการผลิตกระเป๋าแปรรูปจากสื่อกก ภายใต้บรรยากาศจริง ช่วงท้าย นำเสนอผลิตภัณฑ์ลวดลายต่าง ๆ และภาพสมาชิกกลุ่มที่สื่อความหมายผลิตภัณฑ์ที่ทอด้วยมือสู่มือผู้บริโภค

ภาพที่ 2
QR code การเล่าเรื่อง (Storytelling) ผ่านสื่วิดีโอสั้น



2) การเล่าเรื่อง (Storytelling) ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ การเล่าเรื่อง (Storytelling) ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ 2 รูปแบบ ได้แก่ ไลน์ สำหรับ X stand และ ป้าย Tag สินค้า 3) การเล่าเรื่อง (Storytelling) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ใน 2 รูปแบบ ได้แก่ Infographic เผยแพร่ผ่านทาง Facebook page และรูปแบบวิดีโอ เผยแพร่ผ่านทาง YouTube 4) การเล่าเรื่อง (Storytelling) ผ่านบรรจุภัณฑ์ การเล่าเรื่อง (Storytelling) ผลิตภัณฑ์กระเป๋จากเสื้อกั๊กบ้านดงทรายงาม นำเสนอผ่านบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด 5 รูปแบบ เรื่องราวประกอบด้วย ข้อมูลที่มาของกลุ่มและความหมายของชื่อแบรนด์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และ QR Code เพื่อเชื่อมโยงไปยังการเล่าเรื่อง (Storytelling) ในสื่อออนไลน์

ภาพที่ 3

การเล่าเรื่อง (Storytelling) ผ่านบรรจุภัณฑ์



7. อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การเล่าเรื่อง (Storytelling) โดยการใช้ภาษาจีนและภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยอภิปรายผลจากผลการวิจัยใน 2 ประเด็น ดังนี้

1) ปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการชุมชนในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการเล่าเรื่อง (Storytelling) จากผลการวิจัย พบว่า ปัญหาของผู้ประกอบการชุมชนในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการเล่าเรื่อง (Storytelling) สามารถสรุปผลได้ดังนี้ การใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีการสื่อสาร การเล่าเรื่องผ่านบรรจุภัณฑ์และช่องทางการนำเสนอยังไม่มีหลากหลาย ความต้องการของผู้ประกอบการ คือ การออกแบบเนื้อหาในการเล่าเรื่องผ่านบรรจุภัณฑ์ มีการเผยแพร่รูปแบบการเล่าเรื่องผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน

จากผลการวิจัย วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื้อกั๊กบ้านดงทรายงาม ต้องการเผยแพร่เนื้อหาในรูปแบบการเล่าเรื่องผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลาย และเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการ ผู้วิจัยจึงออกแบบเนื้อหาในการเล่าเรื่องผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ Facebook Page Youtube ในรูปแบบวิดีโอ ภาพถ่าย อินโฟกราฟฟิค และในรูปแบบออฟไลน์ ได้แก่การเล่าเรื่องผ่านบรรจุภัณฑ์ ป้าย Tag และ x stand ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย การพัฒนาช่องทางการตลาด

และการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ตำบลโคกมั่งงอย อำเภอกอนสวรรค์ จังหวัดชัยภูมิ (อุมาวดี เดชอึ้งค์ และดาครินทร์พัชร สุธรรมดี, 2565) ช่องทางการตลาดในปัจจุบันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกบ้านหนองโนน้อยมีเพียงช่องทางแบบออฟไลน์ ผ่านการออกบูธนำสินค้าไปวางจำหน่ายในงานแสดงสินค้า และการขายปลีกที่กลุ่มเป็นหลัก ดังนั้น เพื่อให้กลุ่มสามารถแข่งขันได้ในสถานการณ์ปัจจุบันจึงมีแนวทางในการพัฒนาช่องทางการตลาดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า คือ การสื่อสารผ่านช่องทางการตลาดออนไลน์โดยใช้ Facebook page เป็นช่องทางหลักในการสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และมีแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า 2 แนวทาง คือ การยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการแปรรูปผลิตภัณฑ์

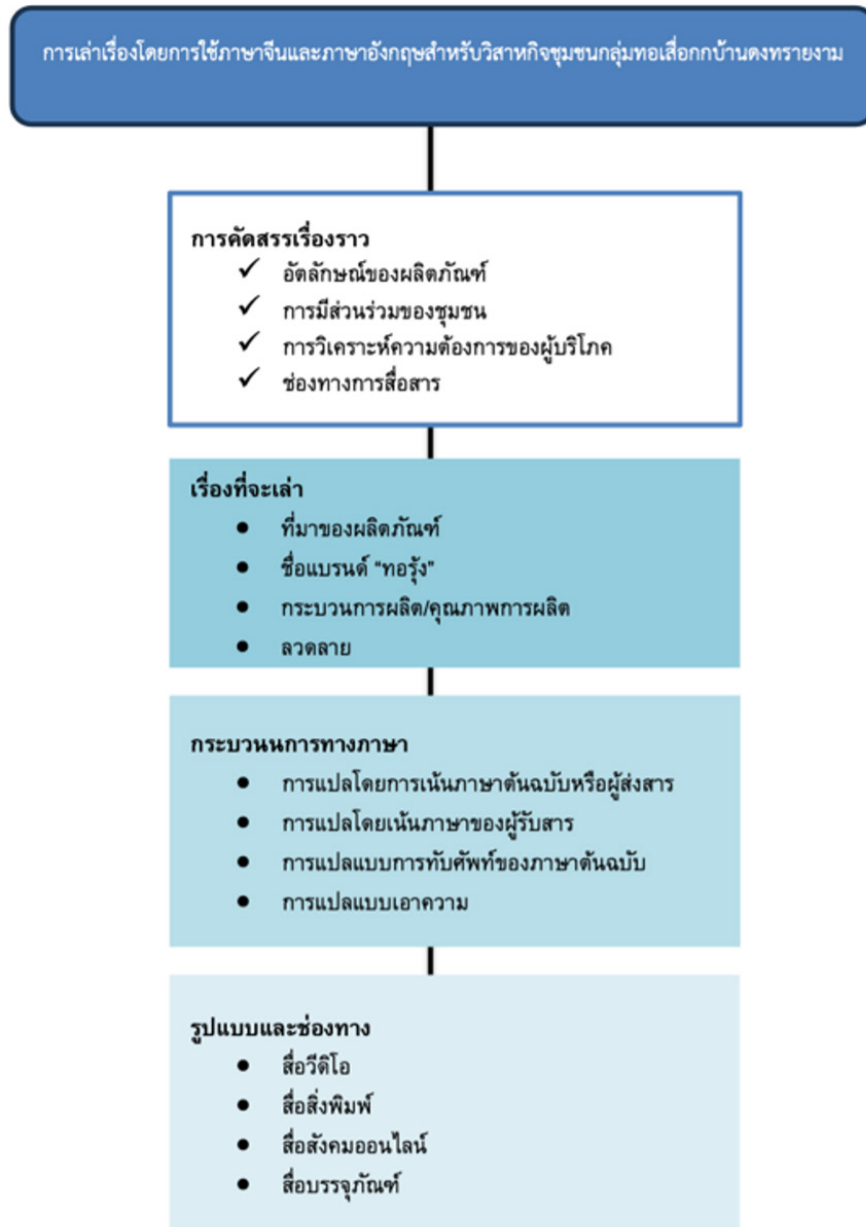
2) เรื่องราวของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สามารถนำมาสู่การสร้างการเล่าเรื่อง (Storytelling) การวิจัยเรื่องการเล่าเรื่องโดยใช้ภาษาจีนและภาษาอังกฤษสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด จากการศึกษาการเล่าเรื่องของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกบ้านดงทรายงามด้วยการสนทนากลุ่มสมาชิก คัดสรรเรื่องราวในการเล่าเรื่อง ได้แก่ ความเป็นมาของหมู่บ้าน/กลุ่ม ความหมายของชื่อแบรนด์ ลวดลายโดดเด่น กระบวนการผลิต การคัดสรรเรื่องราวในการเล่าเรื่อง สอดคล้อง ข้อค้นพบจากงานวิจัยยัง พบว่า ความต้องการในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ การเล่าเรื่องที่นำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม คือ การเล่าเรื่องของสินค้าแปรรูปจากเสื่อกกในรูปแบบกระเป๋า นอกจากคุณประโยชน์ของกระเป๋าแล้ว การเล่าเรื่องความหมาย กระบวนการ ที่มาของการทอและการแปรรูปซึ่งเป็นหัวใจหลักของสินค้าประเภทหัตถกรรมและจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกบ้านดงทรายงามการออกแบบลายจากภูมิปัญญาทางจากลวดลายธรรมชาติ และตามความเชื่อ การถ่ายทอดด้วยสื่อบุคคลอาจไม่ครบถ้วนตกหล่น หรือต้องใช้เวลาในการเล่าเรื่องซึ่งไม่เหมาะกับการจัดจำหน่ายในบางสถานการณ์ ดังนั้นควรมีการออกแบบการเล่าเรื่องให้เหมาะสมกับช่องทางการสื่อสาร อาจกล่าวได้ว่า การเล่าเรื่องเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มต้องคำนึงถึงเรื่องที่จะเล่า กลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการสื่อสารร่วมด้วย เป็นไปตามลักษณะของการตลาดเชิงเนื้อหา

ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง (2557 อ้างถึงใน เพ็ญภิมล โสภานธกิจ, 2560) ได้กล่าวถึง ลักษณะของเนื้อหาที่เหมาะสมกับการตลาดเชิงเนื้อหา การตลาดเชิงเนื้อหาที่มีเนื้อหาเป็นแกนหลักที่สร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภคได้ ซึ่งทำให้เกิดการสื่อสาร และเกิดผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายขึ้น เนื้อหาที่ได้นั้นต้องผลิตออกมาแล้วตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และต้องมีความหมายกับคนที่ได้อ่านเนื้อหานั้น ซึ่งส่งผลให้เกิดการรับรู้ การจดจำ และการตัดสินใจซื้อ โดย “ความหมาย” ดังกล่าวต้องมี เนื้อหาที่เป็นประโยชน์ การให้ความรู้และความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมายมากขึ้น การแก้ปัญหาให้กับผู้บริโภค และการสร้างความบันเทิงให้กับกลุ่มเป้าหมาย เนื้อหาที่มีความเฉพาะเจาะจง เนื้อหาควรสร้างขึ้นเพื่อผู้บริโภคกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ ซึ่งมีเนื้อหาที่กลุ่มเป้าหมายมีความรู้สึกร่วมหรือเชื่อมโยงได้ เช่น เนื้อหาที่สร้างขึ้นเพื่อกลุ่มคนที่ชื่นชอบงานฝีมือ เมื่อเนื้อหาออกแบบมาเพื่อกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ เนื้อหานั้นก็ย่อมมีความสำคัญและมีความหมายมากกว่าเนื้อหาทั่วไป เนื้อหาที่มีความชัดเจน สร้างเนื้อหาจึงควรใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายสำหรับชาวต่างชาติ ลักษณะของเนื้อหาที่ผู้บริโภคแชร์ให้กับผู้อื่น

การใช้การเล่าเรื่อง (Story telling) มาใช้ในการเล่าเรื่องสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ดีจะทำให้สินค้าเป็นที่สนใจของผู้บริโภคได้ สอดคล้องกับนิธมล หิรัญวิจิตรภรณ์ และธีร์ คันโททอง (2564) ที่ได้วิจัยการเล่าเรื่องของผ้าทอน้ำแร่ พบว่าการเล่าเรื่องที่ได้นั้นเป็นหัวใจสำคัญของการที่จะทำให้ได้รับความสนใจจากผู้บริโภค คือ การเล่าเรื่องจากกระบวนการผลิต และการเล่าเรื่องจากเทคนิคของการทำลายผ้าและประวัติของลายผ้า ซึ่งการใช้ในการเล่าเรื่องสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อีกทั้งยัง ทำให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่ามากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับวิจัย Namoon Jirawongsy (2016) การเรื่องเล่าของแบรนด์ มาใช้ทางการตลาดนั้น ทำให้คุณค่าของแบรนด์เพิ่มขึ้นโดยเฉพาะในด้านราคาทั้งในกลุ่มผู้ที่รู้จักแบรนด์เองหรือเพิ่งรู้จักแบรนด์เองก็ตาม ทั้งนี้การนำเรื่องเล่ามาใช้ในการตลาดควรคำนึงถึงค่านิยมในสังคมนั้นๆ เพื่อค้นหาปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่สามารถกระตุ้นมุมมองเพื่อเพิ่มคุณค่าของแบรนด์ให้กับผู้บริโภค การเล่าเรื่องโดยใช้ภาษาจีนและภาษาอังกฤษสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด จากการศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกบ้านดงทรายงาม มีกระบวนการดังแผนภาพ

ภาพที่ 4

การเล่าเรื่องโดยใช้ภาษาจีนและภาษาอังกฤษสำหรับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกบ้านดงทรายงาม



จากแผนภาพที่ 4 แสดงให้เห็นว่าการเล่าเรื่องผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น เริ่มจากการคัดสรรเรื่องราว ศึกษาความโดดเด่น สิ่งต่างสู่การนำเสนอ อัตลักษณ์โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เล่าเรื่องที่คนท้องถิ่น (คนในท้องถิ่น) อยากเล่า และเล่าเรื่องที่คนอยากฟัง (วิเคราะห์ผู้บริโภค) เพื่อให้ตอบสนองความต้องการในการสื่อสารการตลาด และเรื่องเล่าเหล่านั้นจะนำเสนอในช่องทางใดเพื่อให้สามารถผลิตสื่อในรูปแบบที่เหมาะสม จากนั้นไปสู่การพัฒนาเรื่องที่จะเล่าในประเด็นที่คัดสรรมา การเล่าเรื่องโดยใช้ภาษาจีนและภาษาอังกฤษวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกบ้านดงทรายงาม ผลิตภัณฑ์กระเป๋ากก เสื่อกก นำเสนอใน 4 ประเด็นหลัก ได้แก่ ที่มาของผลิตภัณฑ์ ชื่อแบรนด์ “ทอรู้ง” กระบวนการผลิต/คุณภาพการผลิต และลวดลาย จากงานวิจัยการเล่าเรื่องด้วยภาษาจีนและภาษา

อังกฤษมีกระบวนการที่ต้องคำนึงถึง คือ กระบวนการทางภาษาเพื่อให้สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายชาวต่างชาติ จากนั้นจึงเข้าสู่ขั้นตอนผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่ช่องทางต่าง ๆ ในรูปแบบที่เหมาะสม

การดำเนินการวิจัยตามกระบวนการดังกล่าว สอดคล้องกับผลการประเมินผลความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจที่มีต่อการเล่าเรื่อง (Storytelling) ภาษาอังกฤษและภาษาจีน พบว่า ด้านสื่อสารการเล่าเรื่องผ่านสื่อสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจเห็นว่า การเล่าเรื่องสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างโดดเด่น เล่าเรื่องผ่านสื่อที่หลากหลายเหมาะสมกับการใช้งาน เนื้อหาสามารถส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ข้อเสนอแนะควรเพิ่มเติมการเล่าเรื่องลงรายละเอียดของกลุ่ม ด้านสื่อสารการเล่าเรื่องผ่านบรรจุภัณฑ์ พบว่า สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ รูปแบบสวยงามสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ การออกแบบภาพรวมมีความสวยงามเหมาะสมกับการใช้งาน การเลือกใช้สีมีความสวยงาม เหมาะสม ขนาดเหมาะสม ข้อเสนอแนะ เน้นการเล่าเรื่องความหมายของชื่อแบรนด์ “ทอรู้” ผ่านบรรจุภัณฑ์ให้อยู่ในรูปแบบเดียวกัน มีช่องทางการเชื่อมโยงไปยังสื่ออื่นๆ เช่น Facebook YouTube

8. องค์ความรู้ใหม่

ผู้วิจัยพบว่าการเล่าเรื่องผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น เริ่มจากการคัดสรรเรื่องราว ศึกษาความโดดเด่น สิ่งต่างสู่การนำเสนอ อัตลักษณ์ โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เล่าเรื่องที่คนต้นเรื่อง(คนในท้องถิ่น) อยากเล่า และเล่าเรื่องที่คนอยากฟัง(วิเคราะห์ผู้บริโภค) เพื่อให้ตอบสนองความต้องการในการสื่อสารการตลาดโดยมีกระบวนการทางภาษาเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยใช้ภาษาจีนและภาษาอังกฤษให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นชาวต่างชาติได้

9. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถนำการเล่าเรื่องโดยการใช้ภาษาจีนและภาษาอังกฤษสำหรับผลิตภัณฑ์ไปใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้

2. หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน สามารถนำรูปแบบ กระบวนการเล่าเรื่องโดยการใช้ภาษาจีนและภาษาอังกฤษสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ดไปปรับใช้กับผลิตภัณฑ์ในพื้นที่อื่นได้

3. นักวิชาการด้านภาษา และการสื่อสารการตลาด สามารถนำกระบวนการเล่าเรื่องโดยการใช้ภาษาจีนและภาษาอังกฤษสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ดไปพัฒนาสร้างสรรค์งานวิชาการเพื่อรับใช้สังคมได้

2. ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การเล่าเรื่องโดยการใช้ภาษาจีนและภาษาอังกฤษสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด ดำเนินการตามกระบวนการวิจัยโดยคัดเลือกการเล่าเรื่องของวิสาหกิจชุมชน 1 ผลิตภัณฑ์ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอเสื่อกกบ้านดงทรายงาม ในการวิจัยครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตในการศึกษาผลิตภัณฑ์ วิสาหกิจชุมชนอื่นเพิ่มเติม

2. การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาการสื่อสารด้วยการเล่าเรื่องด้วยภาษาอังกฤษและภาษาจีน ในการศึกษาครั้งต่อไปสามารถศึกษามุ่งเน้นศึกษาการเล่าเรื่องสื่อเฉพาะประเภท หรือการเล่าเรื่องข้ามสื่อ

3. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาในมิติการเล่าเรื่องจากผู้ผลิตหากศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาในมิติผู้รับสารและการใช้สถิติเพื่อทดสอบตัวแปรที่เกี่ยวข้อง

รายการอ้างอิง

- จิรภัทร์ พินิจสุวรรณ และคณะ. (2563). จิตวิทยาในการเลือกลักษณะการเล่าเรื่องผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อประชากรไทย. *วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม*, 5(1), 48-61. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/iba/article/view/244508/165502>
- นิฤมล หิรัญวิจิตรภรณ์ และธีร คั่นโททอง. (2564). การเล่าเรื่องเพื่อสื่อสารการตลาดผ้าทอน้ำแร่ จังหวัดลำปาง. *วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์*, 11(2), 31-44. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JGNRU/article/view/243600/168626>
- ถิรนนท์ อนุวัชรวิวัฒน์ และคณะ. (2547). *สุนทรียนิเทศศาสตร์ : การศึกษาสื่อสารการแสดงและสื่อจินตคติ*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพ็ญนิมล โสภณชนกิจ. (2560). การตลาดเชิงเนื้อหาของสำนักพิมพ์ที่มีผลต่อความพึงพอใจ การตัดสินใจซื้อ และความภักดีของผู้อ่าน : สำนักพิมพ์อะบุ๊กและสำนักพิมพ์แฮลมอน. <http://repository.nida.ac.th/handle/662723737/3779>.
- รัชกฤต ไตรศุภโชค. (2558). รูปแบบและองค์ประกอบของการเล่าเรื่องในฐานะกลยุทธ์การตลาดด้วยเนื้อหาของตราสินค้าผลิตภัณฑ์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด]. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. <https://repository.nida.ac.th/server/api/core/bitstreams/f6acee3e-776b-4d72-9bc8-a28129fa3af7/content>
- สำนักงานจังหวัดร้อยเอ็ด. (2564). แผนพัฒนาของจังหวัดร้อยเอ็ด พ.ศ. 2566 – 2570. http://www.roiet.go.th/ckfinder/userfiles/images/PDF/plan_2565/sub-2566.pdf
- สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล. (2564). ข้อมูลจำนวนวิสาหกิจชุมชนและ/เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน จังหวัดร้อยเอ็ด. https://data.go.th/dataset/roiet_community_enterprise
- อุมาวดี เดชธารรงค์, ดาสรินทร์พัชร สุธรรมดี. (2565). การพัฒนาช่องทางการตลาดและการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ตำบลโคกม่วง อําเภอกอนสวรรค์ จังหวัดชัยภูมิ. *วารสารนวัตกรรมการจัดการ*, 7(1), 128-136
- อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์. (2558). การเล่าเรื่องทางนิเทศศาสตร์ : ศึกษาจากงานวิจัย. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการนิเทศ*, 2(1), 31-58. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jcin/article/view/42384/35039>
- Namoan Jirawongsy. (2016). The Impact of Storytelling on Luxury Value Perception of a Brand Goyard case study. *Panyapiwat Journal*, 8(Supplementary), 64-73. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/article/view/73535/59190>
- Pulizzi, J. (2014). *Epic content marketing: how to tell a different story, break through the clutter, and win more customers by marketing less*. McGraw-Hill.