



Received: April 21, 2025
Revised: August 8, 2025
Accepted: August 27, 2025

เท็ง สติเฟื่อง นักโฆษณาไทยในตำนานผู้มาก่อนกาล
ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหม
Teung Stifueang, A Legendary Thai Advertiser Ahead of His Time
of Thai Television Channel 4, Bangkhunphrom

ชมพูนุช ปัญญไพโรจน์ (Chompunuch Punyapiroje)¹

ประภาส นวลเนตร (Prapas Nualnetr)²

E-mail: chompunuch@yahoo.com, prapas9@yahoo.com

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อบันทึกข้อมูลประวัติและผลงานของบรรยง เสนาลักษณ์ หรือชื่อในวงการ “เท็ง สติเฟื่อง” ในฐานะนักโฆษณาสดของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหม เส้นทางประกอบอาชีพในสายงานโฆษณาของเขาได้รับการหล่อหลอมจากประสบการณ์ที่สั่งสมในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ในหลากหลายบทบาท ด้วยคุณลักษณะเด่นเฉพาะตัวของเขา ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ อารมณ์ขัน ปฏิภาณไหวพริบ ความสามารถในการใช้ภาษา และความกล้าแสดงออกในรูปแบบที่แปลกใหม่แตกต่างจากผู้ดำเนินรายการในยุคเดียวกัน ส่งผลให้ผลงานด้านโฆษณาสดมีความโดดเด่นและดึงดูดความสนใจจากผู้ชมได้เป็นอย่างดี เจ้าของผลิตภัณฑ์และบุคคลในแวดวงสื่อสารมวลชนต่างยอมรับในฝีมือและความสามารถของเขา “เท็ง สติเฟื่อง” จึงเป็นบุคคลต้นแบบที่ได้รับการกล่าวถึงในฐานะตำนานของวงการโฆษณาทางโทรทัศน์ไทย

คำสำคัญ นักโฆษณาไทย บรรยง เสนาลักษณ์ สถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม โฆษณาสด การโฆษณาไทย

¹ ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

(Department of Communication Arts, Faculty of Humanities and Social Sciences, Burapha University)

² คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

(Faculty of Communication Arts, Bangkokthonburi University)



Abstract

This academic article aims to document the biography and works of Banyong Senalak, known in the industry as “Teung Stifueang,” in his capacity as a live advertising presenter for Thai Television Channel 4, Bang Khun Phrom. His professional career in advertising was shaped by extensive experience in various television-related roles. Distinguished by his unique qualities—creativity, humor, quick wit, linguistic proficiency, and boldness in presenting in fresh and unconventional ways—he stood apart from other hosts of his era. These traits made his live advertising performances highly distinctive and captivating to audiences. Product owners and media professionals alike recognized his skill and talent, establishing “Teung Stifueang” as a role model and a celebrated legend in the history of Thai television advertising.

Keywords: Thai Advertiser, Banyong Senalak, Thai Television Channel 4 Bangkhunphrom, Live TV Commercials, Thai Advertising

บทนำ

หลังสงครามโลกครั้งที่สองยุติลงเมื่อ พ.ศ. 2488 ประเทศไทยได้มีการพัฒนาการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีการสื่อสารตามลำดับ การค้าขายเริ่มฟื้นตัว เศรษฐกิจการค้าภายในประเทศกลับคืนสู่ภาวะปกติ บริษัทต่างชาติที่เคยปิดกิจการลงในช่วงสงครามเริ่มกลับมาดำเนินกิจการอีกครั้ง รวมถึงบริษัทต่างชาติรายใหม่ ขณะเดียวกัน สถานการณ์การเมืองของไทยยังมีความสลับซับซ้อนและเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในระหว่าง พ.ศ. 2488-2491 รัฐบาลภายใต้การบริหารงานของจอมพล ป. พิบูลสงคราม ตระหนักถึงพลังสำคัญของสื่อโทรทัศน์ในการเป็นเครื่องมือสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและนโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาลไปยังประชาชน เพื่อสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวและความรักชาติของคนในประเทศ ส่งผลให้รัฐบาลมีแนวคิดที่จะเปิดสถานีโทรทัศน์แห่งแรกในประเทศไทยในรูปแบบของบริษัทชื่อว่า บริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด พ.ศ. 2497 โดยมีกรมประชาสัมพันธ์หน่วยงานราชการเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ และรัฐสนับสนุนงบประมาณอีกส่วนหนึ่ง ต่อมารัฐบาลได้ออกพระราชบัญญัติเพื่อรองรับให้บริษัทฯ สามารถดำเนินกิจการวิทยุและโทรทัศน์ได้ และสามารถหารายได้จากการโฆษณาได้เพื่อจะเป็นแหล่งสนับสนุนทางการเงินที่ยั่งยืนสำหรับการดำเนินธุรกิจในอนาคต ในวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2498 สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหม จึงได้ออกอากาศอย่างเป็นทางการ



ยุคก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 นั้นยังไม่มีบริษัทตัวแทนโฆษณาแบบสมัยใหม่ (modern advertising agency) ที่มีการคิดกลยุทธ์สร้างสรรค์โฆษณาอย่างเป็นระบบเหมือนปัจจุบัน จนเมื่อสงครามโลกสงบลง บริษัทต่างชาติที่เข้ามาจัดจำหน่ายสินค้าต่างประเทศในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นและจัดตั้งแผนกโฆษณาภายในบริษัทมารับผิดชอบด้านนี้ ต่อมาภายหลังจึงมีบริษัทตัวแทนโฆษณาต่างชาติเข้ามาให้บริการด้านโฆษณามากขึ้น รูปแบบการทำงานโฆษณาในยุคนั้นจึงยังไม่มีเปลี่ยนแปลงมากนัก (ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์, 2566) อย่างที่ทราบกันดี พัฒนาการของการโฆษณานั้นสัมพันธ์กับเทคโนโลยีการสื่อสารที่เปลี่ยนไป สื่อโทรทัศน์ในยุคนั้นนับเป็นสื่อใหม่และได้รับความสนใจจากนักโฆษณาและเจ้าของสินค้าทั่วโลกเพราะเป็นสื่อที่มีทั้งเสียงและภาพเคลื่อนไหวสามารถดึงดูดความสนใจผู้ชมได้เป็นอย่างดี และยังสามารถสื่อสารข้อมูลสินค้าหรือบริการกับผู้บริโภคจำนวนมากและทุกเพศทุกวัย ดังนั้น การที่สื่อโทรทัศน์และบริษัทตัวแทนโฆษณาต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทยในยุคนั้น นับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนรูปแบบการทำงานโฆษณาในประเทศไทย สิ่งที่น่าสนใจคือ โฆษณาที่ออกอากาศในช่วงปีแรกที่สถานีโทรทัศน์เปิดดำเนินงานมีตั้งแต่ภาพนิ่งที่เป็นกระจกฉายโฆษณา (สไลด์) ภาพยนตร์โฆษณา (ซึ่งมีไม่มากนัก) และโฆษณาสดที่ใช้พิธีกรบรรยายข้อมูลสรรพคุณของสินค้าหรือบริการ ในช่วงเวลานั้นเทคโนโลยีการบันทึกเทปยังไม่ได้ถูกนำเข้ามาใช้ในสถานีฯ ทำให้หลักฐานทางด้านสื่อสารมวลชนและการโฆษณาจึงมีเพียงภาพนิ่งและคำบอกเล่าของพนักงาน

วัตถุประสงค์ของบทความวิชาการนี้มุ่งบันทึกข้อมูลชีวประวัติและผลงานด้านโฆษณาของนักโฆษณาไทยที่ดำเนินงานในสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหมในระยะแรก ผู้เขียนเลือกศึกษาผลงานของบรรยง เสนาลักษณ์ หรือ เท็ง สติเฟื่อง (ชื่อในวงการ) เพราะเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในการสร้างสรรค์งานโฆษณาสดให้โดดเด่นและแตกต่างจนเป็นที่จดจำของคนทั่วไปในยุคนั้น ผู้ชม เจ้าของสินค้าหรือบริการ และบุคคลที่ทำงานในวงการสื่อสารมวลชนต่างยอมรับในความสามารถของเขา บทความเรื่องนี้จะประโยชน์ต่อแวดวงวิชาการด้านการโฆษณาและการสื่อสารมวลชนเพื่อบันทึกข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ของนักโฆษณาไทยที่หาได้ค่อนข้างยาก

จุดกำเนิดของเด็กชายบรรยง เสนาลักษณ์

บรรยง เสนาลักษณ์ (พ.ศ. 2476-2545) เกิดเมื่อวันที่ 18 มิถุนายน พ.ศ. 2476 ที่กรุงปักกิ่ง ประเทศจีน เป็นบุตรของบุญย์ เสนาลักษณ์ (ชาวไทย) กับโทมิโกะ (ชาวญี่ปุ่น) บุญย์ เสนาลักษณ์ ได้รับทุนจากกระทรวงศึกษาธิการให้ศึกษาต่อด้านครุศาสตร์ที่ประเทศญี่ปุ่น พ.ศ. 2472 ระหว่างที่ศึกษา ณ ประเทศญี่ปุ่น ท่านได้พบกับโทมิโกะ จากนั้นจึงได้เดินทางไปศึกษาที่คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยปักกิ่ง ณ ประเทศจีน ต่ออีก 5 ปี และได้ให้กำเนิดเด็กชายบรรยง เสนาลักษณ์ เมื่อบุญย์ เสนาลักษณ์ สำเร็จการศึกษาจึงได้เดินทางกลับมาประเทศไทย พ.ศ. 2480 ส่วนโทมิโกะได้ขอไปเยี่ยมบ้านที่ประเทศญี่ปุ่นพร้อมลูกเป็นเวลา 6 เดือน



จากนั้นทั้งคู่ได้เดินทางกลับมามาประเทศไทยเมื่อบรรยงผู้เป็นมิตรอายุได้ 5 ขวบ เพื่อเข้าศึกษาต่อที่โรงเรียนในประเทศไทย

พ.ศ. 2482-2483 โทมิโกะได้เดินทางไปเรียนตัดเสื้อที่ประเทศญี่ปุ่นและได้ทำงานเป็นครู จนกระทั่งสงครามโลกครั้งที่ 2 เกิดขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2484-2485 บุษย์ เสนาลักษณ์ เริ่มป่วยเป็นโรคปอด โทมิโกะจึงเดินทางกลับมามาทหารเรือเพื่อมาเยี่ยม แต่เรือดังกล่าวถูกโจมตีอย่างรุนแรง โทมิโกะได้รับบาดเจ็บจึงต้องกลับไปพักรักษาตัวที่ประเทศตนเอง จากนั้น โทมิโกะได้เดินทางกลับมามาประเทศไทยใหม่อีกครั้งเพื่อมารับบรรยง เสนาลักษณ์ กลับไปด้วย แต่พระยาพิพัฒน์วรรณกิจ (คุณปู่) และคุณย่าไม่ยินยอม ทำให้โทมิโกะต้องกลับประเทศญี่ปุ่นตามลำพัง เมื่อสงครามทวีความรุนแรง ญี่ปุ่นถูกโจมตีจากฝ่ายสัมพันธมิตร ก็ไม่ได้ข่าวโทมิโกะผู้เป็นมารดาอีกเลย ขณะที่บุษย์ เสนาลักษณ์ ผู้เป็นบิดาได้ถึงแก่กรรมใน พ.ศ. 2486 บรรยง เสนาลักษณ์ จึงอยู่ภายใต้การดูแลของคุณปู่ คุณย่า และญาติฝั่งพ่อ

บรรยง เสนาลักษณ์ ได้ศึกษาต่อชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-4 ที่โรงเรียนสวนสุนันทา และเข้าศึกษาต่อโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นที่โรงเรียนมัธยมวัดเบญจมบพิตร และโรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย บรรยง เป็นคนที่สนุกสนาน ชอบทำกิจกรรมต่าง ๆ ในโรงเรียนทำให้เป็นที่รู้จักของคนในโรงเรียนและเพื่อน ๆ รักใคร่ ต่อมา พ.ศ. 2493 บรรยง เสนาลักษณ์ ได้เข้าศึกษาต่อที่คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จนได้รับประกาศนียบัตรระดับอนุปริญญา บรรยงเป็นคนโสด ไม่มีครอบครัว ได้มีบุตรบุญธรรม 1 คน คือ ศิลป์ รักษ์ผะดา

บรรยง เสนาลักษณ์ ได้ชื่อเล่นว่า “เท็ง” ตอนสมัยเรียนมหาวิทยาลัยเพราะเป็นคนตัวสูงเห็นได้แต่ไกล เวลาเดินจะส่ายหน้าส่ายตา ชะเง้อไปมา เพื่อนนักศึกษาหญิงจึงเรียกว่า “ตาเท็ง” ส่วนนามสกุล “สติเฟื่อง” นั้น นักเขียนชื่อดัง อาจิมต์ ปัญจพรรค์ ตั้งให้เมื่อเข้ามาทำงานที่สถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม (สุระนิมวัน, ศุภลักษณ์ อัครวานิชย์, วาริชา จิตตานนท์, และฉัตรวิทย์ องค์กร, 2545)

สถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม: สถานีโทรทัศน์แห่งแรกของประเทศไทย

สงครามโลกครั้งที่สองยุติลงเมื่อ พ.ศ. 2488 สภากรรมการเมืองไทยมีความสับสนวุ่นวาย และมีความเปลี่ยนแปลงมากขึ้นในระยะเวลาไม่กี่ปี ช่วง พ.ศ. 2488-2491 ได้มีการเปลี่ยนแปลงคณะรัฐบาลหลายครั้ง มีเพียงรัฐบาลของจอมพล ป. พิบูลสงครามที่สามารถบริหารประเทศได้เป็นระยะเวลายาวนานกว่าคณะอื่น ๆ คณะรัฐบาลของจอมพล ป. พิบูลสงคราม ให้ความสำคัญของสื่อโทรทัศน์เพราะเป็นสื่อที่ทันสมัยในยุคนั้น มีทั้งภาพและเสียงจึงสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ชมได้ดี และมีแนวคิดที่จะเปิดสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทยโดยหวังว่าจะเป็นสถานีโทรทัศน์แห่งแรกของประเทศไทยและในทวีปเอเชีย ซึ่งจะทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางการศึกษา การแพทย์ และการสาธารณสุข สิทธิ สติธิรักษ์ นักวิชาการที่ศึกษาประวัติศาสตร์โทรทัศน์ได้ตั้งข้อสังเกตว่า รัฐบาลในยุคนั้นมีจุดมุ่งหมายซ่อนเร้นที่จะใช้สื่อดังกล่าวเป็นเครื่องมือ



ตอบโต้ฝ่ายตรงข้ามและเสริมสร้างอิทธิพลทางการเมืองของตน ต่อมารัฐบาลได้เตรียมการด้วยการส่งข้าราชการกรมโฆษณาการไปดูงานสถานีโทรทัศน์ในประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศอังกฤษในระยะสั้นและระยะยาวเมื่อ พ.ศ. 2494 และได้เตรียมการก่อตั้งสถานีโทรทัศน์ไทยทีวี ช่อง 4 บางขุนพรหมขึ้นมา ขณะที่สื่อมวลชนและผู้แทนราษฎรต่างวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับงบประมาณในการลงทุนก่อตั้งสถานีฯ ที่มีค่าใช้จ่ายสูงมาก และยังต้องมีการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานเพื่อรองรับเทคโนโลยีใหม่ไม่ว่าการสาธารณูปโภคและพลังงานของประเทศ ขณะที่คนในประเทศยังขาดแคลนปัจจัยสี่ในการดำรงชีวิต รัฐบาลจึงหาทางออกด้วยการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ในรูปแบบบริษัทชื่อว่า บริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด ใน พ.ศ. 2497 โดยให้กรมประชาสัมพันธ์ หน่วยงานราชการเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ และรัฐให้เงินงบประมาณสนับสนุนอีกส่วนหนึ่ง นอกจากนี้ รัฐบาลยังได้ออกพระราชบัญญัติ 2 ฉบับคือ พระราชบัญญัติวิทยุคมนาคม พ.ศ. 2498 ให้กรมไปรษณีย์โทรเลข โดยกองบริหารความถี่ (กบถ.) ควบคุมการใช้ความถี่วิทยุ และพระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2498 เพื่อให้ส่วนราชการและหน่วยงานที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติส่งวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ได้ นับเป็นการออกกฎหมายเพื่อรองรับให้บริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด สามารถดำเนินกิจการวิทยุและโทรทัศน์ได้และหารายได้จากการโฆษณาได้เพื่อเลี้ยงบริษัทในอนาคต (สินธิ์ สิริธิรักษ์, 2543)

ในที่สุด สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหม (ปัจจุบันคือ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9) ได้เริ่มออกอากาศเป็นครั้งแรก เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2498 ในระบบ EIA (The Electronics Industries Association Standard) 525 เส้น 60 Hz. มาตรฐานแบบ M มี 30 Frames/Sec สีขาว-ดำ และใช้เครื่องส่ง RCA และเครื่องรับโทรทัศน์ส่วนใหญ่นำเข้าจากต่างประเทศ ใช้ไฟฟ้า 110 Volt ความถี่ 60 Hz. มีการใช้ระบบไฟฟ้าแตกต่างจากประเทศไทยที่เป็น 220 Volt ความถี่ 50 Hz. จึงต้องใช้หม้อแปลงไฟฟ้าส่งผลให้การรับ-ส่งสัญญาณไม่สมบูรณ์มากเท่าที่ควร

ยุคเริ่มต้นของการออกอากาศรายการของทางสถานีโทรทัศน์ส่วนใหญ่เป็นรายการสด เพราะในช่วงนั้นเทคโนโลยีการบันทึกเทปยังไม่ได้ถูกนำเข้ามาใช้ในสถานีฯ ภาพยนตร์ที่จะฉายทางโทรทัศน์ได้มี 3 ประเภท ได้แก่ 1) ภาพยนตร์ขาวที่ต้องถ่ายทำ ล้าง ตัดต่อ และออกอากาศ 2) ภาพยนตร์โฆษณาหรือภาพยนตร์ชุดจากต่างประเทศ ซึ่งจะถูกนำมาพากย์เป็นภาษาไทยก่อนออกอากาศ และ 3) ภาพยนตร์โฆษณาหรือภาพยนตร์ชุดของไทย ประเภทนี้มีไม่มากนักเพราะค่าใช้จ่ายการผลิตค่อนข้างสูง เนื่องจากต้องผลิตด้วยฟิล์มภาพยนตร์ 16 มม. ประเภทของรายการที่ออกอากาศสด ได้แก่ รายการข่าว รายการสนทนา รายการดนตรีรายการรายการละคร และรายการโฆษณาสด คำว่า การออกอากาศสด หมายความว่า ผู้แสดงจะต้องแสดง-เล่นสดขณะที่ออกอากาศผ่านกล้องโทรทัศน์ขนาดใหญ่ มีน้ำหนักมาก เคลื่อนที่บนขาตั้งกล้องเท่านั้น และมี Boom Microphone ที่แขวนบนขาตั้งหรือคานที่ถ้อยยกไว้ในระดับสูง เพื่อรับเสียงได้ทั้งหมดพร้อมกัน โดยต้องหันทิศทางการรับเสียงไปที่ผู้แสดงเท่านั้น (ประภาส นวลเนตร, 2561)



รูปแบบโฆษณาในช่วงแรกที่สถานีฯ ดำเนินการมี 3 ประเภท ได้แก่ 1) กระจกฉายโฆษณา (สไลด์) บริษัทร้านค้าธุรกิจขนาดกลางและเล็ก หรือผู้ต้องการโฆษณารายย่อยนิยมมาก โดยจะมาว่าจ้างให้ทางสถานีฯ จัดทำแผ่นสไลด์ที่มีข้อมูลชื่อสินค้าหรือบริการ ภาพ หรือข้อความโฆษณาสั้น ๆ ลูกค้านำออกแบบหรือคิดข้อความโฆษณาของตนเอง หรือว่าจ้างให้เจ้าหน้าที่ของสถานีฯ ช่วยออกแบบและคิดข้อความโฆษณาก็ได้ และผลิตกระจกสไลด์โฆษณาขึ้นมาพร้อมจ่ายค่าเวลาในการออกอากาศ เมื่อถึงช่วงเวลาโฆษณา เจ้าหน้าที่ที่เป็นช่างกล้องจะใช้กล้องจับภาพที่สไลด์และให้พิธีกรบรรยายสรรพคุณสินค้า เครื่องฉายภาพจากกระดานภาพนิ่ง หรือสไลด์ เรียกว่า Telop และจะฉายครั้งละ 10-15 วินาที 2) ภาพยนตร์โฆษณา (ดังที่กล่าวมาข้างต้น) และ 3) โฆษณาสดในห้องส่ง เจ้าของสินค้าหรือบริการจะเลือกโฆษณาสินค้าของตนเองไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการใดรายการหนึ่ง หรืออาจจะเป็นผู้อุปถัมภ์รายการภาพยนตร์ทั้งเรื่องหรือการแสดงสดในห้องส่งแต่ละครั้งก็ได้ เนื่องจากในยุคนั้นยังไม่มีระบบบันทึกเทป ทำให้ทุกครั้งที่ถึงช่วงเวลาโฆษณา พิธีกรต้องออกมาพูดสดทุกครั้ง เจ้าของสินค้าหรือบริการมีหน้าที่จัดเตรียมสินค้า ป้าย โลโก้ และอื่น ๆ ขณะที่ผู้จัดทำโฆษณาอาจเตรียมของประกอบฉากมาเพิ่ม จากนั้นจะให้พิธีกร (ซึ่งเจ้าของสินค้าหรือบริการจะเป็นคนเลือกมาและรับผิดชอบค่าตัวพิธีกร) มายืนหน้ากล้องเพื่อบรรยายสรรพคุณสินค้า หรืออาจสาธิตการใช้สินค้าออกอากาศใช้เวลาประมาณ 1-2 นาที (ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์, 2566; ประภาส นวลเนตร, 2561)

สถานการณ์ของบริษัทตัวแทนโฆษณาในประเทศไทยยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 2

ก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 นั้นมีบริษัทตัวแทนโฆษณาแบบสมัยใหม่น้อยมาก การโฆษณาส่วนใหญ่เป็นไปในลักษณะที่เจ้าขององค์กรสื่อ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ และอื่น ๆ ทำหน้าที่คิดสร้างสรรค์และผลิตชิ้นงานโฆษณาให้กับเจ้าของสินค้าหรือบริการ โดยเจ้าของสินค้าหรือบริการอาจสร้างสรรค์ข้อความโฆษณาหรือภาพประกอบด้วยตนเองก็ได้ จนกระทั่งสงครามโลกสงบลง บริษัทต่างชาติที่เข้ามาจัดจำหน่ายสินค้าต่างประเทศในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นและจัดตั้งแผนกโฆษณาภายในบริษัท (in house agency) มารับผิดชอบด้านนี้ ต่อมาภายหลังจึงมีบริษัทตัวแทนโฆษณาต่างชาติเข้ามาให้บริการด้านโฆษณามากขึ้น รูปแบบการทำงานโฆษณาในยุคนั้นจึงยังไม่มีเปลี่ยนแปลงมากนัก (ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์, 2566) ประกิต อภิสารธนรักษ์ (2538) นักโฆษณาในยุคนั้น ปัจจุบันเป็นเจ้าของบริษัทประกิต โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) ได้เล่าเกี่ยวกับการโฆษณาสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหมในยุคนั้นว่า

“ในยุคแรก ๆ ของการก่อตั้งสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 นั้น เอเยนซีโฆษณายังมีน้อยมากหรือแทบจะไม่มีเลย ส่วนใหญ่เป็นการทำโฆษณาแบบทำเอง หรือ in-house กล่าวคือบริษัทใหญ่ ๆ จะตั้งแผนกโฆษณาขึ้นมาทำโฆษณาสินค้าของตนเอง เช่น บริษัท ดิทีแฮล์ม จำกัด บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด บริษัท ลีเวอร์บราเดอร์ส จำกัด และอื่น ๆ บริษัทดังกล่าวมีแผนกโฆษณาที่มีงบประมาณมาก และหรือเป็นผู้ผลิตสินค้าขึ้นมาขายเอง”



สอดคล้องกับ มานิต รัตนสุวรรณ เล่าถึงประสบการณ์การทำงานของตนในบริษัทตัวแทนโฆษณาต่างชาตินักโฆษณาต่างชาติมักทำงานสร้างสรรค์โฆษณาซึ่งนับเป็นตำแหน่งสำคัญเพราะได้กำหนดแนวคิดสร้างสรรค์โฆษณา และเป็นหัวหน้างานของพนักงานคนไทย ขณะที่พนักงานคนไทยส่วนใหญ่จะทำงานด้านการตลาดและงานดูแลลูกค้า การจะได้รับโอกาสดี ๆ ขึ้นอยู่กับหัวหน้างานชาวต่างชาติ (มานิต รัตนสุวรรณ และสมฤดี ศรีจรรยา, 2555)

เมื่อดาวจรัสแสง: จุดกำเนิดของ เทิง สติเฟื่อง บนเส้นทางบันเทิง

ขณะที่ บรรยง เสนาลักษณ์ กำลังศึกษาที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เขาเป็นที่รู้จักในหมู่นักศึกษาจากการจัดกิจกรรมมหาวิทยาลัยให้มีการแสดงที่แปลกใหม่และน่าจดจำ เช่น งานระหว่างจุฬา-ธรรมศาสตร์ที่ทั้งสองสถาบันจะมีการแสดงดนตรีและการแสดงรวิจากนิสิตโดยผลัดกันขึ้นเวที ในช่วงเวลานั้น มีภาพยนตร์จากฮอลลีวูดเรื่องหนึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมากเรื่องราวเกี่ยวกับจักรพรรดิเนโรและกรุงโรม ในภาพยนตร์มีฉากกรุงโรมถูกเผาอดวาย บรรยงได้นำฉากดังกล่าวมาดัดแปลงเป็นการแสดงในหอประชุม โดยเขาจับบทเป็นจักรพรรดิเนโรที่เห็นกรุงโรมถูกไฟไหม้และต้องแสดงอาการร้องไห้ บรรยงได้นำเอาถ้วยเล็ก ๆ มารองน้ำตาตนเองทำให้ผู้ชมในหอประชุมพากันหัวเราะด้วยความคาดไม่ถึง นอกจากนี้ยังมีการลงจากเวทีมาเล่นกับผู้ชมอย่างใกล้ชิด สร้างความสนุกสนานและตื่นเต้นให้กับผู้ชมในหอประชุม การแสดงดังกล่าวอาจถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของเส้นทางในวงการบันเทิงของบรรยง เสนาลักษณ์ ซึ่งมีการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและฉีกแนวไปจากตลกในยุคสมัยเดียวกันอย่างชัดเจน

ต่อมา สุภากร (พิจิตรครุฑ) ชูโต เพื่อนร่วมรุ่นที่เคยร่วมกิจกรรมในสโมสรนิสิตของมหาวิทยาลัยกับบรรยง และขณะนั้นทำงานเป็นผู้จัดรายการเพลงทางสถานีวิทยุ ท.ท.ท. ที่สี่แยกคอกวัว ซึ่งมีการจัดรายการแสดงสดให้ผู้ชมด้วย ได้ชักชวนให้บรรยงเข้าร่วมงานด้วยกันในปี พ.ศ. 2497 จนกระทั่งวันหนึ่งในรายการวิทยุ “ปัญหารอบโลก” ที่มีจำนง รังสิกุลและผู้ช่วยรายการผู้หญิงมาจัดรายการ หน้าม่านหน้าไม้ ออกอากาศถามปัญหาผู้ชมในห้องส่งที่มีราว 50 คน บรรยง เสนาลักษณ์ เป็นหนึ่งในผู้ชมได้ยกมือตอบคำถามพร้อมปล่อยมุขตลกของนักศึกษามหาวิทยาลัย จึงเรียกเสียงฮาจากผู้ชมเป็นอย่างมาก ทำให้จำนง รังสิกุล ต้องเชิญขึ้นเวทีเพื่อให้ผู้ชมได้เห็นตัวจริง คือนั่นเองทำให้บรรยง เสนาลักษณ์ได้แจ้งเกิดขึ้นในวงการบันเทิงอย่างเป็นทางการ

ต่อมา จำนง รังสิกุลได้ชักชวนให้บรรยงมาเป็นผู้ช่วยรายการอีกคนหนึ่งในการจัดรายการทุกสัปดาห์ โดยทำตั้งแต่รายการเล็กจนถึงรายการใหญ่ (สุระ นิยมวัน, ศุภลักษณ์ อัสวานนท์, วาริชา จิตตานนท์, และฉัตรวิธ องค์กรสิทธิ์, 2545)

ก่อนหน้าที่สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหมจะเริ่มดำเนินการออกอากาศประมาณ 3 เดือน จำนง รังสิกุล หัวหน้าฝ่ายจัดรายการโทรทัศน์ ได้รับบรรยง เสนาลักษณ์ เข้ามาทำงานที่บริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด ทันทีเพราะเห็นว่า บรรยงเป็นคนสมัยใหม่ มีความรู้ความสามารถ มีปฏิภาณไหวพริบ ตอบโต้ได้ไว



มีอารมณ์ขัน และมีคำพูดแปลก ๆ มาสร้างเสียงหัวเราะให้กับผู้ชมรายการ ในช่วงเวลานั้น สถานีวิทยุ ท.ท.ท. ได้เปิดโอกาสให้คนทั่วไปสามารถเข้ามาฝึกการทำงานโทรทัศน์ ในปี พ.ศ. 2498 บริษัทฯ ยังได้รับท่วม ทรวง อารีย์ นักดนตรี หม่อมราชวงศ์ ถนัดศรี สวัสดิวัฒน์ และสะอาด เปี่ยมพงศ์สานต์ เข้ามาทำงานหน้าที่ต่าง ๆ ในการจัดรายการโทรทัศน์ ด้วยคุณลักษณะส่วนตัวของบรรยง เสนาอักษร ทำให้จำนง รังสิกุล มอบหมายให้ บรรยง ทดลองเล่นคู่กับท่วม ทรวง และตั้งชื่อในวงการให้ว่า “เท็ง กระหม่อมทอง” หลังออกอากาศไป 1-2 ครั้ง ก็มีผู้ชมทางบ้านเขียนจดหมายว่า กระหม่อมทองเป็นนามสกุลของเขา ทำให้อาจินต์ ปัญจพรรค์ ต้องตั้งนามสกุลให้ใหม่ และจากการที่บรรยงเป็นคนที่มีสติปัญญา คิดแต่เรื่องเฟื่อง ๆ พู ๆ แตกต่างจากคนอื่น ทำอะไรก็ถูกใจผู้ชม อาจินต์ ปัญจพรรค์ เลยตั้งให้ว่า “สติเฟื่อง” จากนั้นมา บรรยง จึงมีชื่อในวงการ “เท็ง สติเฟื่อง” (ต่อไปจะใช้ชื่อนี้ในบทความ)

วันที่ 24 มิถุนายน 2498 สถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม ได้แพร่ภาพออกอากาศเป็นครั้งแรก จำนง รังสิกุล หัวหน้าฝ่ายจัดรายการโทรทัศน์ได้มอบหมาย เท็ง สติเฟื่อง เป็นพิธีกรอ่านโฆษณาวิทยุโทรทัศน์ ยี่ห้ออาร์ ซี เอ ที่เป็นผู้อุปถัมภ์ตลอดรายการในคืนนั้น แม้เท็งจะรู้สึกตื่นเต้นเพราะไม่เคยทำโฆษณาสดมาก่อน แต่สุดท้ายก็ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี จากนั้น เท็งจึงได้รับความไว้วางใจจากหัวหน้าให้ทำงานด้านอื่น ๆ ตลอดมา การทำงานในสถานียุคเริ่มแรกนั้นยังไม่มีแบ่งฝ่ายการทำงานเหมือนสถานีโทรทัศน์ในปัจจุบัน เจ้าหน้าที่ของสถานีจำเป็นต้องทำงานมากกว่าหนึ่งหน้าที่ เท็งได้รับมอบหมายจาก จำนง รังสิกุล ให้ไปทำงาน ด้านต่าง ๆ ตั้งแต่ผู้กำกับเวทีทั่วไป ผู้ช่วยในรายการ *ปัญหาหะหมี่* (ดังภาพที่ 1) เนื่องจากจำนง รังสิกุล เห็นว่า รูปร่างลักษณะที่สูงเพรียวผิวนวลของเท็งเหมาะที่จะเป็นนักแสดง เพราะสามารถแต่งหน้าแต่งตัวอะไรได้หมด จำนง รังสิกุล จึงให้เท็งรับบท เสี่ยวเอ้อ ผู้ช่วยในศาลเจ้า ในรายการ *ปัญหาหะหมี่* เท็งต้องแต่งหน้าแต่งตัวชุด ต่าง ๆ (ซึ่งเท็งคิดเอง ทำเอง และหาซื้อชุดเอง) และมาบอกใบ้คำในรายการอย่างฉลาด มีชั้นเชิง ตลก ยั่วยวน ทำให้ผู้ชมสนุกสนาน วันดีคืนดี เท็งก็ติดหนวด ติดไฟ หรือทำท่าเลียนแบบนักร้องคนดังตอนทำหน้าที่มอบของ รางวัลจากผู้อุปถัมภ์รายการ บางครั้งถ้าผู้อุปถัมภ์รายการต้องการให้มีคนบรรยายสรรพคุณสินค้า เท็งก็จะรับ หน้าที่บรรยายให้ (สุระ นิยมวัน, ศุภลักษณ์ อัสวานนท์, วาริชา จิตตานนท์, และฉัตรวิทย์ องค์กรสิงห์, 2545; อารีย์ นักดนตรี, 2546)



ภาพที่ 1 เท็ง (ซ้ายสุด) จ่านง (กลางซ้าย) อาเรีย (กลางขวา) ผู้ชมที่ร่วมรายการ (ขวาสุด)
ที่มา: สุระ นิยมวัน, ศุภลักษณ์ อัสวานนท์, วาริชา จิตตานนท์, และฉัตรวรัญ องค์กร (2545)

เท็ง สติเฟื่อง: นักสร้างสรรค์โฆษณาสดผู้มาก่อนกาล

จากที่กล่าวมาข้างต้น บริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด ก่อตั้งขึ้นเพื่อดำเนินกิจการของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหม โดยมุ่งหวังให้ใช้เงินจากรายได้ค่าโฆษณาของสถานีเลี้ยงตัวได้ แต่อย่างไรก็ตาม จ่านง รังสิกุล ผู้บริหารของสถานีฯ ยังยึดหลักการในการจัดรายการโทรทัศน์ว่าต้องมีครบ 3 ประการ ได้แก่ การให้ข่าวสาร การให้ความรู้ และการให้ความบันเทิง ในสัดส่วนที่สมดุล และยังต้องสร้างคนและสร้างงาน ดังนั้น นโยบายของจ่านง รังสิกุล จึงส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่สถานีฯ ต้องมีความสามารถในการทำงานรอบด้าน แม้ว่าสถานีฯ จะได้รับเงินอุดหนุนจากภาครัฐบาลในระยะแรก แต่ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศก็ยังสูงเกินกว่าที่บริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัด จะดำเนินงานให้คุ้มทุนได้ ส่งผลให้สถานีฯ ต้องหารายได้จากการโฆษณาของบริษัทเอกชน อย่างไรก็ตาม จ่านง รังสิกุล ผู้บริหารสถานีบริษัทฯ ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการหารายได้จากโฆษณามากนักและเชื่อว่า

“บริการวิทยุและโทรทัศน์ที่ดีจะละเลยการบำเพ็ญประโยชน์แก่ประชาชนนั้นไม่ได้ การทำบริการสาธารณะ หมายถึง การลงทุน ซึ่งไม่มีผลกำไรเป็นตัวเงินโดยตรง แต่ผลกำไรที่ยั่งยืนที่พึงหวังก็คือ ชื่อเสียงอันดี เมื่อชื่อเสียงดี รายได้ก็จะเพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัว กล่าวโดยสรุป สิ่งที่บริษัทได้ทำมาแล้ว กำลังทำอยู่และทำต่อไปก็คือ แสวงหาทั้งชื่อเสียงและรายได้ให้ได้ผลดีทั้งสองอย่างพร้อม ๆ กัน ซึ่งไม่ใช่สิ่งที่ทำได้ง่ายนัก”

ผลลัพธ์จากการดำเนินงานตามนโยบายดังกล่าวส่งผลให้รายการทางสถานีฯ ได้รับความนิยมจากผู้ชมอย่างมาก เพราะรายการมีคุณภาพ ยอดการจำหน่ายเครื่องรับโทรทัศน์ขยายตัวเพิ่มขึ้น บริษัทห้างร้านต่างพา



กันให้ความสนใจที่จะลงโฆษณาทางโทรทัศน์เป็นจำนวนมาก ทำให้รายได้จากค่าโฆษณาของสถานีฯ เพิ่มขึ้นจาก 101,295 บาท ใน พ.ศ. 2498 เป็น 2,819,536.66 บาท ใน พ.ศ. 2500 ผู้อุปถัมภ์รายการมีตั้งแต่องค์กรการค้า หน่วยงานของรัฐ และบริษัทระดับชาติและนานาชาติ (สินีทธิ์ สิทธิรักษ์, 2543)

เนื่องจาก เท็ง สติเฟื่อง เป็นคนที่รูปร่างหน้าตาดี มีมนุษยสัมพันธ์ มีอารมณ์ขัน และช่างเจรจา ทำให้จำนง รังสิกุล มอบหมายให้เป็นผู้จัดหาโฆษณาให้กับสถานีฯ เท็งได้ออกไปพบปะกับเจ้าของสินค้าหรือบริการห้างร้านต่าง ๆ พร้อมเชิญให้มาเป็นผู้อุปถัมภ์รายการ เมื่อได้ร่วมทำงานและคุ้นเคยกันมากขึ้น เจ้าของบริษัทห้างร้านต่าง ๆ ได้ติดต่อกลับมาหาเท็งเพื่อขอลงโฆษณาในรายการของสถานีฯ บ้างก็ขอให้ช่วยคิดรูปแบบการโฆษณาให้ จึงอาจกล่าวได้ว่า เท็ง สติเฟื่อง เป็นนักจัดหาโฆษณารายแรก ๆ ของสถานีฯ ที่นำสินค้ามาเป็นผู้อุปถัมภ์รายการ (ดังภาพ 2-3) ท้วม ทรนง คู่ซี้ในวงการได้กล่าวไว้ว่า “..คุณเท็งเป็นคนหาโฆษณาเก่งมาก เรียกว่าเก่งที่สุดก็ว่าได้ ผมอยากมีเงินใช้บ้างก็เลยศึกษาวิธีการจากคุณเท็ง และเจริญรอยตามเขาตั้งแต่นั้นมา ” เช่นเดียวกับอาจันต์ ปัญจพรรค์ ที่เขียนถึงเท็งไว้ว่า

“เท็งหาสปอนเซอร์เก่งมาก เพราะนายห้าง เมียนายห้างชอบดูเท็งกันทั้งนั้น สปอนเซอร์ได้สะดวก โดยเจ้าของสินค้าสั่งกำชับมาว่าเท็งต้องออกพูดเอง ก็ดีไปอีกที่ได้เบิกค่าพูดค่าออกกล้อง เบิกจากสถานีในขณะการประกาศกรณีปฏิบัติหน้าที่ออกกล้องโฆษณาสินค้า สินค้าจะขายได้ดีหรือไม่ก็ตามเถิด แต่ว่าเท็งเล่นได้สนุกมาก ตัวเท็งเด่นดีโด่งดังขึ้นทุกวันสิน...” (สุระ นิยมวัน, ศุภลักษณ์ อัสวานนท์, วาริชา จิตตานนท์, และฉัตรวรวิญ องค์กรสิงห์, 2545; อาจันต์ ปัญจพรรค์, 2533)

เมื่อทั้งสองฝ่ายตกลงกันเรียบร้อยแล้ว เมื่อถึงวันจริง บริษัทห้างร้านก็จะนำสินค้า ภาพสินค้า โลโก้ และอื่น ๆ ที่ต้องการนำเสนอมาให้ผู้จัดหาโฆษณาที่ห้องส่งของสถานีฯ ผู้จัดหาโฆษณาและเจ้าหน้าที่ก็จะจัดเตรียมสิ่งเหล่านั้นเพื่อใช้ในการถ่ายทำ และอาจเตรียมสิ่งของอื่น ๆ มาประกอบฉากเพิ่มเติมตามบทโฆษณาที่วางไว้ ผู้จัดหาโฆษณาอาจจะเขียนหรือไม่เขียนบทโฆษณาให้พิธีกรก็ได้³ อย่างน้อยก็จะมีการอธิบายให้ฟังเบื้องต้นว่าเจ้าของสินค้าหรือบริการต้องการนำเสนอสรรพคุณสินค้าหรือบริการด้านใด พิธีกรก็จะนำคำโฆษณาเหล่านั้นมาเรียบเรียงใหม่หรือหาคำแปลก ๆ คำสละสลวยเพื่อมาบรรยายสินค้าหรือบริการเพื่อให้ผู้ชมสนใจ บางครั้งอาจจะมีการสาธิตวิธีการใช้สินค้านั้นก็เป็นไปได้

กระบวนการโฆษณาสดจะเริ่มขึ้นเมื่อการแสดงรายการจบในแต่ละช่วง ช่วงเวลาพักจะเป็นช่วงของการโฆษณา โดยทั่วไปช่างกล้องจะแพนกล้องมาจับภาพสินค้า/ป้ายโลโก้เพื่อออกอากาศ และก็จะพิธีกรมาบรรยายสรรพคุณของสินค้าและสาธิตวิธีการใช้สินค้า จากนั้นกล้องจะมาจับภาพใบหน้าของพิธีกรเพื่อตอกย้ำ

³บริษัทห้างร้านจะเป็นคนระบุว่าต้องการพิธีกรท่านใด และรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในส่วนของพิธีกรทั้งหมด



คุณภาพและสถานที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการก่อนจบการโฆษณา ทั้งหมดใช้เวลา 1-2 นาทีต่อสินค้าแต่ละตัว (ดังภาพที่ 2) (อารีย์ นักดนตรี, 2546)



ภาพที่ 2 เท็ง (ซ้ายมือ) กำลังโฆษณาสดบริษัท แผ่นเสียงคาเธีย์ จำกัด

ที่มา: สุระ นิยมวัน, ศุภลักษณ์ อัสวานนท์, วาริชา จิตตานนท์, และฉัตรวิญญ์ องค์กรสิทธิ์ (2545)

การที่เท็ง สติเฟื่อง รับงานต่าง ๆ ของสถานีฯ ทำให้ผู้ชมรับรู้บุคลิกและความสามารถเฉพาะตัวของเขา ไม่ว่าจะเป็นคนตลก มีปฏิภาณไหวพริบ มีความสามารถทางภาษาในการแปลงเนื้อเพลงแปลงคำ และมีความกล้าทำในสิ่งที่คนอื่นคิดไม่ถึง ส่งผลให้ผลงานทุกชิ้นของเท็งเต็มไปด้วยสีสัน แปลกใหม่ สร้างสรรค์ มีชีวิตชีวา และสนุกสนาน บ่อยครั้งที่เท็งไปติดต่อขอให้บริษัทห้างร้านมาโฆษณาในรายการของสถานีฯ เจ้าของมักสอบถามความคิดเห็นของเท็งว่างานโฆษณาสินค้าของตนควรเป็นรูปแบบใด ส่วนใหญ่เมื่อเท็งเสนอแนวทางทุกคนแทบจะไม่ปฏิเสธเพราะถือเป็นความคิดที่สุดยอดแล้ว

นั่นวัน เมฆใหญ่ สุวรรณปิยะศิริ (2568) พิธีกรคู่ขวัญกับเท็งในรายการแม่บ้านชิงทอง ได้กล่าวว่า

“คุณเท็ง สติเฟื่อง ทำอยู่กับสถานีโทรทัศน์ช่องสี่บางขุนพรหมมานาน คนก็จะเห็นโฆษณาแปลก ๆ ในช่วงนั้น เช่น ถ้าจะโฆษณาสบู่อาบน้ำ ท่านก็จะทำอ่างอาบน้ำที่คนนั่งได้ในห้องสรง ใส่น้ำลงไปแล้วท่านก็จะไปพอกสบู่จริง ๆ หรือถ้าโฆษณายาหอม ท่านก็จะแต่งตัวเป็นคนแก่งูโจงกระเบน เสื้อคอกระเช้า ดมยანัตถ์ คุณเท็งสามารถเล่นได้ทุกบทบาท จะโฆษณาอะไรก็แล้วแต่ คุณเท็งไม่ได้เล่นละคร คนก็จะมารอชมการแสดงตอนโฆษณานี้แหละ ความโดดเด่นในการทำงานของคุณเท็งอยู่ที่ตัวเขาเลย เขาทำอะไรก็เป็นจุดเด่น ไม่มีใครกล้าทำเหมือนคุณเท็ง ไม่มีใครทำได้เหมือน เขาเป็นคนที่อ่านเยอะ เขียนเยอะ เป็นนักแสดง เป็นพิธีกร เป็นเอนเตอร์เทนเนอร์”



สอดคล้องกับที่ อารีย์ นักดนตรี (2546) พิธีกรคู่ขวัญที่กล่าวถึงลักษณะการทำงานของ เทิง สติเฟื่อง ไว้ว่า

“พ่อเทิงตัวดี อยากจะให้คนดูสนใจสินค้า พยายามคิดค้นวิธีการโฆษณาให้ดูแปลกและโลด โผน พร้อมทั้งขอให้คิดค้นหาเครื่องแต่งตัวตามจินตนาการของตัวเอง ดู ๆ ไปก็น่าเบื่อเหมือนกันที่ จะเอาสินค้าวางบนโต๊ะ และพูด ๆ ๆ แต่เทิงเขามีหัวคิดสร้างสรรค์ ชอบคิดนั่นทำนี่”

“เขาเหมาะที่จะโฆษณาตลกแหวกแนวด้วยอารมณ์ผื่นเฟื่องตามแบบของเขา เพราะมีหัวคิด แปลกแหวกแนวในการโฆษณา เมื่อจะทำละครจี๋เส้นแล้วก็ให้มันจี๋เส้นทั้งโฆษณาด้วยจี๋จะดี”

เช่นเดียวกับ ใหญ่ นายน โฆษกวงดนตรีสุนทราภรณ์และเป็นคนแรกที่ชวนให้เข้ามาทำงานโฆษณาสด ด้วยกัน เขาได้เล่าประสบการณ์การทำโฆษณาชิ้นแรกกับเทิง โดยเทิงนัดให้มาที่ห้องส่งและเทิงบอกเขาก่อน ออกอากาศว่า “ไม่ต้องพูดอะไรมากเพียงคอยเสริมและถามถึงสรรพคุณยา นอกนั้น ถ้าเฮีย (ใหญ่ นายน) มีอะไรตลกก็เสริมได้ ผม (เทิง) จะคอยรับคำพูด” พอได้เวลาออกอากาศ เทิงจึงมีผมให้ไปยืนข้าง ๆ แล้วถาม ว่า “นี่คุณใหญ่...เป็นอะไรทำไมถึงได้โอแบบนี่” ผมเลยต้องตอบว่า “แหม...ไอบอกเหลือเกิน (ทำเสียงไอ) เมื่อคืนนี้ก็ไอทั้งคืน ไม่รู้จะกินยาอะไร มันถึงจะหายไอบได้” จากนั้นเทิงก็จะบรรยายสรรพคุณของยาแล้วส่งขวดยาให้ ใหญ่ นายน กิน หรือโฆษณาสดในละครของคณะนาฏศิลป์สัมพันธ์ เรื่อง มะกะโท ซึ่งเป็นเรื่องราวใน ประวัติศาสตร์มอญและผู้แสดงทุกคนในละครแต่งตัวเป็นมอญ เทิง สติเฟื่อง ท้วม ทรงนง และใหญ่ นายน จึงไปหาเครื่องแต่งกายเลียนแบบตัวแสดงในละคร พอถึงเวลาที่ละครพักก็จะเป็นช่วงเวลาของการโฆษณา เทิง ท้วม ใหญ่ และนักแสดงสมทบก็ทำท่ากำลังไปออกรบที่กำลังแวงเมืองซึ่งเป็นฉากหนึ่งในละครเรื่องนั้น ทำให้ คนในห้องส่งต่างงงว่าเกิดอะไรขึ้นเพราะละครกำลังพักอยู่ จนเทิงตะโกนออกมาว่า “หยุด นี่เป็นเวลาที่ไม่ได้ แล้ว” นักแสดงในงานโฆษณาต่างก็ถลกแขนเสื้อแล้วมองนาฬิกาในข้อมือตัวเองพร้อมพูดว่า “นาฬิกายี่ห้อ... เดินตรงเวลาดีแท้” จากนั้นเทิงก็สั่งหยุดรถทันที หรือในงานโฆษณาหม่องหรือซึ้งของบริษัทขายยาแก้ หารพัตติก พวกเรา (เทิง ท้วม ใหญ่) ได้นำละครวิทยุของคณะวัฒนธรรมที่กำลังออกอากาศที่สถานีวิทยุแห่ง ประเทศไทยและได้รับความนิยม มาเลียนแบบด้วยการสร้างเป็นเรื่องราวแม่ผัวกับลูกสะใภ้ พอถึงเวลา ออกอากาศ เทิงให้ผม (ใหญ่ นายน) แต่งตัวเป็นภรรยาของท้วมและเทิงแสดงเป็นแม่ผัว ขณะที่สะใภ้ (ใหญ่ นายน) กำลังรีดผ้าอยู่แม่ผัว (เทิง) ก็หันมาพูดว่า “รีดเสื้อผ้านี่ไม่เป็น มันน่าจะเอาเตารีดมารีดหน้าซะให้เข็ด” แล้วก็ยกเตารีดมารีดบนหน้าสะใภ้แล้วเดินออกไปจากฉาก สามี (ท้วม ทรงนง) กลับจากทำงาน เมื่อเห็นภรรยา ถูกเตารีดรีดหน้าจึงบอกว่า “ไม่เป็นไร” พร้อมหยิบน้ำมันหม่องหรือซึ้งของแก้ หารพัตติกมาทาให้บนใบหน้า ภรรยา และภรรยาก็หายเจ็บหายปวดทันที

ข้อมูลที่กล่าวมาสะท้อนให้เห็นถึงวิธีการคิดงานโฆษณาสดของเทิง สติเฟื่อง ส่วนใหญ่เทิงจะคิดไว้ก่อน อาจจะไม่ได้อธิบายเป็นบทออกมา เมื่อถึงวันออกอากาศ เขาก็จะบอกนักแสดงและฝ่ายฉากว่าจะทำอะไรกันบ้าง



การที่เท้งเป็นคนชอบอ่านหนังสือทำให้มีความรู้รอบตัวมาก มีความสามารถในการจับกระแสนิยมของคนในสังคมในช่วงนั้น และประสบการณ์การใช้สินค้าที่โฆษณา เขานำมาผสมผสานกับคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการและสร้างเป็นเรื่องราวและวิธีการนำเสนอในงานโฆษณาที่เต็มไปด้วยความน่าสนใจ บางครั้งมีการหักมุมทำให้ผู้ชมคาดไม่ถึง และสร้างภาพจำที่แปลกใหม่ซึ่งพิธีกรคนอื่นในยุคนั้นไม่ได้ทำ (ดังภาพที่ 3-5) นอกจากนี้เขายังได้สร้างบทสนทนาที่เต็มไปด้วยมุกตลกและถ้อยคำแปลกใหม่ในงานโฆษณาจนกลายเป็นคำสแลงที่คนในสังคมนำไปใช้กัน สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นตัวตนของเท้ง สติเฟื่องได้ชัดเจนว่า เป็นคนที่สนุกสนาน มีอารมณ์ขันกล้าทำสิ่งแปลกใหม่ ไม่กลัวเสียงวิพากษ์วิจารณ์ ส่งผลให้เท้ง สติเฟื่อง ได้รับความรักและความนิยมจากผู้ชมและคนในวงการในยุคนั้นจนกลายเป็นพิธีกรแถวหน้า เมื่อสื่อโทรทัศน์ได้รับความนิยมมากขึ้น เจ้าของสินค้าหรือบริการและบริษัทตัวแทนโฆษณาเริ่มซื้อเวลาเพื่อโฆษณาสินค้าหรือบริการของตนมากขึ้น ภาพยนตร์โฆษณาได้ถูกนำมาใช้มากขึ้น การโฆษณาในประเทศไทยเริ่มเข้าสู่ระบบการทำงานที่เป็นสากล ส่งผลให้การโฆษณาสดลดลงไปตามลำดับ (นันทวัน เมฆใหญ่ สุวรรณปิยะศิริ, 2568)



ภาพที่ 3 โฆษณาขายยา (ซ้าย คือ ท้วม
กลาง คือ ใหญ่ ขวา คือ เท้ง)



ภาพที่ 4 โฆษณาแชมพูแพซัวโดยเท้ง



ภาพที่ 5 แอร์โฮสเตส (แสดงโดยเท้ง) โฆษณาสายการบินหนึ่งที่ให้บริการชั้นยอดกับผู้โดยสาร
(ภาพซ้าย คือ ใหญ่) (ภาพขวา คือ ท้วม)

ที่มา: สุระ นิยมวัน, ศุภลักษณ์ อัสวานนท์, วาริชา จิตตานนท์, และฉัตรวิญญ์ องค์กรวิญญ์ (2545)



หากวิเคราะห์ตามหลักวิชาการจะเห็นได้ว่า การโฆษณาสดของ เท็ง สติเฟื่อง นั้น ใช้แนวคิดการสื่อสารแบบแสดงออก (performative) และการสื่อสารแบบโต้ตอบทันที (improv-based communication) หรือเรียกว่า การด้นสดแบบละคร (theatrical improvisation) ซึ่งเป็นการสื่อสารที่ไม่มีการเตรียมตัวมาก่อน เน้นการรับ (accept) และต่อ ยอด (offer) ด้วยการสร้างบทสนทนาเชิงสถานการณ์ (Improvisational Theatre, 2025; Performativity, 2025) ซึ่งสอดคล้องกับคุณลักษณะส่วนตัวของ เท็ง สติเฟื่อง ที่เป็นคนมีความมั่นใจในตัวเอง ชอบคิดสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ และกล้าแสดงออก นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาตามเทคนิคการโฆษณาจะเห็นว่า เท็ง สติเฟื่อง ได้ใช้จุดหักมุมในงานโฆษณาสด (plot twist in advertising) ด้วยการแสดงเหตุการณ์ที่พลิกผันอย่างไม่คาดคิด ซึ่งทำลายสมมุติฐานเริ่มต้นของผู้ชมเกี่ยวกับเรื่องราวในโฆษณา ทำให้ผู้ชมเกิดความประหลาดใจและมีอารมณ์ร่วมโดยเฉพาะอารมณ์ขันกับเรื่องราวในโฆษณา ซึ่งในท้ายที่สุดจะช่วยเพิ่มพลังของโฆษณาและการจดจำแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Kim & Yu, 2015)

เท็ง สติเฟื่อง: นักโฆษณาผู้สร้างคำสแลงให้กับสังคม

นอกจากความสามารถในการสร้างสรรค์เรื่องราวและวิธีการนำเสนอสินค้าในงานโฆษณาสดแล้ว คุณลักษณะเด่นอีกประการหนึ่งของเท็ง สติเฟื่องที่มีอาจมองข้ามไปได้ คือ การเป็นคนที่มีความสามารถในการใช้ภาษาเนื่องจากการเท็งเป็นคนชอบอ่านและชอบเขียน ทำให้ในหัวของเขามีคลังคำศัพท์จำนวนมาก กอปรกับการเป็นคนที่มีปฏิภาณไหวพริบ โต้ตอบว่องไว สนุกในการแปลงคำแปลงเพลง ถ้าเทียบเป็นนักเขียนบทโฆษณา (copywriter) เท็งนับว่าเป็นคนที่มีความสามารถในการสร้างคำแปลก ใหม่ ใช้คำที่มีสีสัน มีชีวิตชีวา ความเจ้าสำบัดสำนวนทำให้การบรรยายสินค้าในโฆษณาของเท็งเป็นเอกลักษณ์ที่ผู้ชมจดจำเกี่ยวกับเขา (รวมภาพในอดีตเล่าเหตุการณ์ต่าง ๆ, 2558) เช่น

คำว่า “เดทสะมอเร่” คาดว่ามาจากการเลียนชื่อเพลงว่า “*That’s amore* (นั่นคือความรัก)” เป็นเพลงดังของดีน มาร์ติน (Dean Martin) ในภาพยนตร์เรื่อง *The Caddy* ฉายเมื่อ พ.ศ. 2496 พอแปลงเป็นไทย เนื่องจากคำแรกไปพ้องกับคำภาษาอังกฤษว่า “dead ที่แปลว่า ตาย” ส่วนคำว่า “amore เป็นภาษาอิตาลี แปลว่า ความรัก” ไม่ได้ถูกนำมาสร้างความหมาย ดังนั้น คำว่า “เดทสะมอเร่” ที่ใช้ในสังคมไทยจึงเป็นคำสแลงแปลว่า “ตาย” (วิกิพจนานุกรม, 2566)

คำว่า “เร็ดสะแมนแตน”⁴ ถูกนำมาใช้ครั้งแรกเมื่อเท็งโฆษณาสดผกฟอกยี่ห้อหนึ่ง โดยเท็งได้นำกะละมังซักผ้าที่มีการตีผกฟอกกับน้ำจนเป็นฟองฟอดไว้ในห้องส่ง จากนั้นเท็งซึ่งสวมเสื้อสูทได้ก้าวลงไป

⁴ ที่มาของคำ “เร็ดสะแมนแตน” ยังไม่มีใครสามารถยืนยันได้แน่ชัดว่า เท็งนำมาจากไหน บางคนบอกว่าคำนี้เพี้ยนมาจากคำภาษาฝรั่งเศสว่า La Samaritaine (ลาซามาริตैन) ซึ่งเป็นชื่อห้างและเก่าแก่ในกรุงปารีส บ้างก็บอกว่า คำนี้จะเพี้ยนมาจากชื่อของเล็ค เศรษฐบุตร หรือพระยาภักตินรเศรษฐีที่บิดาตั้งชื่อว่า “เล็คมันเตา” (เล็ค-สะ-มัน-เตา) ซึ่งมีความหมายว่า “เล็คเหนือใคร” และเป็นคำแสลงในยุคนั้นไว้เรียกขานสิ่งของหรือบุคคลที่ยอดเยี่ยมหรือมีความเป็นเลิศในด้านใดด้านหนึ่ง จึงคาดว่าเท็งอาจนำคำว่า “เล็คมันเตา” มาแปลงเป็น “เล็คสะแมนแตน” และนำมาใช้ในงานโฆษณาสด ทำให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย กว้างขวาง และเป็นคำฮิตติดปากของคนรุ่นหลังจนถึงปัจจุบัน



นั่งยอง ๆ ในกะละมังแล้วทำท่าซักผ้าที่กำลังสวมใส่อยู่ พร้อมบรรยายสรรพคุณของผงซักฟอกยี่ห้อนั้นแล้วพูดว่า “คือ มัน เร็ดสะแมนแตนจริง ๆ อะ คุณแม่บ้าน” (มิวเซียมสยาม, 2564ก, ข) ความหมายที่แท้จริงที่ต้องการสื่อถึง คือ สิ่งที่ยอดเยี่ยม เป็นเลิศเหนือสิ่งอื่นใด หรืออะไรก็ตามที่ทำให้ประทับใจอย่างมาก

คำว่า ส.บ.ม.ย.ห. ย่อมาจาก สบายมาก อย่าห่วง ได้ถูกบรรจุในพจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน หมายความว่า “ไม่มีปัญหาจริง ๆ อย่ากังวลใจ” นอกจากนี้ยังมีคำ “โล่สะมันเตา” และ “เร็ดสะมุด้า” เป็นต้น

แม้ว่า นักอนุรักษ์ภาษาไทย จะมองว่าเป็นการทำให้ภาษาวิบัติ แต่ก็ไม่อาจปฏิเสธได้ว่า คำเหล่านี้ กลายเป็นมรดกที่เท็มมอบให้กับวงการบันเทิงและวงการภาษาไทย และยังคงได้ยินคนใช้กันถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ เติ่งยังใช้ความสามารถทางภาษาด้วยการประพันธ์คำร้องเพลงหลายเพลงให้กับโรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย ได้แก่ เพลง ชมพูฟ้าอาลัย กลิ่นกุหลาบ ประพันธ์ทำนองโดยใหญ่ นายน ขั้บร้องโดยบุษยา รังสี และเพลงอื่น ๆ เช่น กุหลาบที่ไม่เคยโรย และวันดอกกุหลาบบาน

อาลอาลัยบริษัทไทยโทรทัศน์ เริ่มการเขียนบทชีวิตใหม่

ใน พ.ศ. 2511 เป็นปีที่จำนง รังสิกุล ผู้บริหารสถานีถูกย้ายจากบริษัท ไทยโทรทัศน์ จำกัด กลับไปอยู่กรมประชาสัมพันธ์สังกัดเดิม เติ่ง สติเฟื่องได้ออกมาจัดตั้ง “ศรีไทยการละคร” ขึ้น และได้นำนวนิยายของนักเขียนชื่อดังในยุคนั้นไม่ว่าจะเป็น ก. สุรางคนางค์ กฤษณา โอศกสิน สีฟ้า และทมยันตี เป็นต้น มาเขียนเป็นบทละครและผลิตให้กับสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ เช่น สถานีกองทัพบกช่อง 5 ขาวดำ สถานีช่อง 7 สี และสถานีช่อง 3 เป็นต้น เติ่งเป็นคนคิดอะไรล้ำหน้าคนอื่นเสมอ คณะละครของเขาจึงมีฉากดงามวิจิตรอลังการ เพราะเติ่งรู้จักบริษัทห้างร้านจำนวนมากและสามารถขอยืมเฟอร์นิเจอร์และของประกอบฉากจากพวกเขาได้ นอกจากนี้ เติ่งเป็นคนชอบให้ออกาสคนจึงนำดารานำใหม่เข้าสู่วงการบันเทิง งานละครของเขาในตอนนั้นประสบความสำเร็จอย่างมากมาย เรียกได้ว่า เป็นยุคทองที่รุ่งเรืองที่สุดในชีวิตของเติ่งอีกครั้ง ต่อมา เติ่งได้ทดลองสร้างภาพยนตร์เรื่อง *ดาร์บี้* ขึ้นใน พ.ศ. 2516 เนื่องจากแนวของภาพยนตร์ล้ำสมัยเกินไปทำให้ผู้ชมไม่เข้าใจ กอปรกับช่วงที่ภาพยนตร์ออกฉายเป็นช่วงเดียวกับตุลาคม พ.ศ. 2516 สถานการณ์การเมืองมีความรุนแรง ส่งผลให้ภาพยนตร์ของเขาไม่ประสบความสำเร็จ เติ่งจึงหันกลับไปทำละครตลกเบาสมองจบในตอนชื่อ *หัวร่อก่อนนอน* แต่ไม่ประสบผลสำเร็จเช่นกัน ภายหลังได้หันไปทำรายการแม่บ้านและอาหารแทน ตั้งแต่รายการ *แม่บ้านสมองไว* ที่ช่อง 9 *แม่บ้านชิงทอง* และ *ที่นี่มีทอง* ทางช่อง 5 โดยทำหน้าที่พิธีกรและทำโฆษณาสดในรายการดังกล่าว (สุระ นิยมวัน, ศุภลักษณ์ อัสวานนท์, วาริชา จิตตานนท์, และฉัตรวรวิญ องค์กรสิทธิ์, 2545)



บทสรุป: ปิดม่านเวที

เรื่องราวของบรรยง เสนาลักษณ์ หรือ เท็ง สติเฟื่อง สะท้อนให้เห็นถึงการเป็นนักโฆษณาไทยที่มีสีสัน และเป็นตำนานของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหม บรรยง เสนาลักษณ์ สร้างตัวด้วยคุณลักษณะ และความเป็นตัวตนของเขาที่เต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์ มีอารมณ์ขัน มีปฏิภาณไหวพริบ และที่สำคัญ คือ ความเป็นคนกล้าคิดและกล้าแสดงออกสิ่งที่แปลกแหวกแนว ทำให้ผลงานโฆษณาสดทางโทรทัศน์ของเขาจึง โดดเด่น สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ชม และแตกต่างจากพิธีกรคนอื่นยุคนั้น เท็ง สติเฟื่องได้ก้าวขึ้นมาเป็น พิธีกรแถวหน้าของวงการโทรทัศน์ ผู้ชมต่างตั้งตารอคอยที่จะชมการแสดงโฆษณาสดของเท็ง เจ้าของบริษัท ห้างร้านต่างก็รักใคร่และพร้อมให้การสนับสนุนเขาทุกทางไม่ว่าเขาจะทำงานด้านใด และคนในวงการโทรทัศน์ ต่างยอมรับในฝีมือและความสามารถของเขา ผลงานของ บรรยง เสนาลักษณ์ แม้จะไม่มีหลักฐานเชิงประจักษ์ มากนักนอกเหนือจากภาพถ่าย แต่ก็ยังคงอยู่ในคำเล่าขานของคนในวงการและคนทั่วไปในสังคมไทย

บรรณานุกรม

- ชมพูช ปัญญาโพธิ์จัน. (2566). การดำเนินงานโฆษณาทางโทรทัศน์ยุคหลังสงครามโลกครั้งที่สองภายใต้ การบริหารงานของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีช่อง 4 บางขุนพรหม. *วารสารมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์*, 40(2), 63-87.
- นันทวัน เมฆใหญ่ สุวรรณปิยะศิริ (2568, 1 เมษายน). สัมภาษณ์.
- ประกิจ อภิสารธนรักษ์. (2538). จำนง รังสิกุล กับ เอเยนซีโฆษณา. ใน จำนง รังสิกุล (บ.ก.), *ตำนานโทรทัศน์ ไทยกับจำนง รังสิกุล* (น. 232-234). ม.ป.พ.
- ประภาส นวลเนตร. (2561). *การผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์*. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- มานิต รัตนสุวรรณ, และสมฤดี ศรีจรรยา. (2555). *การตลาดยุคสร้างสรรค์ 4.0*. เลิฟ แอนด์ ลิฟ.
- มิวเซียมสยาม. (2564ก, 25 ตุลาคม). *เรื่องเร็ด ๆ ของเท็ง สติเฟื่อง*. [โพสต์]. Facebook. <https://web.facebook.com/photo/?fbid=10165872279915215&set=a.387596445214>
- มิวเซียมสยาม. (2564ข, 25 ตุลาคม). *เลิกสมันเตาซื้อเร็ด ๆ ของนายเลิศ*. [โพสต์]. Facebook. <https://web.facebook.com/photo/?fbid=10165872279955215&set=a.387596445214>
- รวมภาพในอดีตเล่าเหตุการณ์ต่าง ๆ. (2558, 2 กุมภาพันธ์). ส.บ.ม.ย.ท. *เร็ดสะแมนแดน โล่สะมันเตา แรดสะมูต้า*. [โพสต์]. Facebook. https://web.facebook.com/photo.php?fbid=1554353614805969&id=1433459853562013&set=a.1434200413487957&locale=th_TH&rdc=1&_rdr#
- วิกิพจนานุกรม. (2566, 2 สิงหาคม). *เด็ดสะมอเร่*. <https://th.wiktionary.org/wiki/เด็ดสะมอเร่>
- สินธิ์ สิทธิรักษ์. (2543). *กำเนิดโทรทัศน์ไทย (พ.ศ. 2493-2500)*. โครงการ 60 ปี ประชาธิปไตย คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



สุระ นิยมวัน, ศุภลักษณ์ อัสวานนท์, วาริชา จิตตานนท์, และฉัตรวิญญ์ องค์กรสิงห์. (2545). *ชีวิตที่รื่นรมย์ เติ่ง สติเฟื่อง*. ม.ป.พ.

อาจินต์ ปัญจพรรค์ (2533). *ยักษ์ปากเหลี่ยม*. สำนักพิมพ์หมึกจีน.

อารีย์ นักดนตรี. (2546). *โลกมลายของอารีย์*. โรงพิมพ์แซทโพร่ พรินต์ติ้ง.

Improvisational theatre. (2025). *Wikipedia*. https://en.wikipedia.org/wiki/Improvisational_theatre

Kim, B. H., & Yu, J. (2015). Level of creativity and attitudes toward an advertisement. *Journal of Advertising Research*, 55(2), 123-135.

Performativity. (2025). *Wikipedia*. <https://en.wikipedia.org/wiki/Performativity>