บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่อง "ลักษณะความเป็นสากลและความเป็นไทยในงานโฆษณาสินค้าระดับโลกทางโทรทัศน์ พ.ศ.2534-2535" เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากภาพยนตร์โฆษณาโทรทัศน์ บันทึกลงในเทปบันทึกภาพ (video) และจากการสัมภาษณ์บุคคลผู้มีประสบการณ์ในการผลิตงานโฆษณา นำมาวิเคราะห์ เพื่ออธิบายลักษณะความเป็นสากลและความเป็นไทยที่ปรากฏในงานโฆษณาสินค้าระดับโลกทางโทรทัศน์ ด้วยระเบียบวิธีการดังต่อไปนี้

แหล่งข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ มีแหล่งข้อมูลประเภทต่างๆที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

1. ประเภทภาพยนตร์โฆษณาโทรทัศน์

ได้แก่ ภาพยนตร์โฆษณาสินค้า (Commercial Advertising) ทางโทรทัศน์ ซึ่งเป็นภาพยนตร์โฆษณาที่มีผู้ชมจำได้มากที่สุด 10 อันดับแรกของแต่ละเดือน ในช่วงปี พ.ศ.2535 จากการสำรวจความนิยมของบริษัท VERTEX MARKET RESEARCH ซึ่งแสดงผลในนิตยสาร "มีเดีย" ฉบับที่ 93-104 และคัดเลือกภาพยนตร์โฆษณาเหล่านั้น มาศึกษาเฉพาะภาพยนตร์โฆษณาสินค้าระดับโลกเท่านั้น ซึ่งรวบรวมได้ทั้งหมด 18 ตราสินค้า รวมทั้งสิ้น 55 เรื่อง ดังนี้

- เนสกาแฟ เอ็กซ์ตร้า,เชค 9 เรื่อง
- โค้ก , โค้กบัดดี้ 6 เรื่อง
- แชมพูแพนทีน โปรวี 6 เรื่อง
- แชมพูปาล์มโอลีฟ ออพติมา 4 เรื่อง
- คอฟฟี่เมท 3 เรื่อง
- แชมพูซันซิล 3 เรื่อง
- โตโยต้า 3 เรื่อง
- ยาสีฟันใกล้ชิด 3 เรื่อง
- บรีส, บรีส อัลตร้า 3 เรื่อง
- ยาสีฟันคอลเกต 3 เรื่อง
- แป้งเด็กจอห์นสัน 3 เรื่อง
- เป๊บซี่ 2 เรื่อง
- ฟิล์มสีฟูจิ 2 เรื่อง
- แป้งเด็กแคร์ 1 เรื่อง
- ซีวาส 1 เรื่อง
- แอทแทค 1 เรื่อง
- โทรทัศน์สี มิตซูบิชิ 1 เรื่อง
- สบู่ลักซ์ 1 เรื่อง

2. <u>ประเภทบุคคล</u>

ได้แก่ บุคคลที่มีอาชีพอยู่ในวงการโฆษณา และมีประสบการณ์เกี่ยวกับการผลิตงานโฆษณาสินค้าระดับโลกทางโทรทัศน์ ในประเทศไทย คือ

- คุณธนวัฒน์ ปุกหุต

ผู้มีประสบการณ์ในการสร้างสรรค์งานโฆษณาสินค้าระดับโลกทางโทรทัศน์ในประเทศไทยมาเป็นเวลานาน และมีผลงานเป็นที่รู้จักมากมาย เช่น

รองเท้าคอนเวิร์ส เครื่องเสียงพานาโซนิค เป็นต้น เคยดำรงตำแหน่งประธานชมรม BAD เป็นคนแรก และในปัจจุบันทำงานในตำแหน่ง Executive Creative Director ของ บริษัท ฟาร์อีสท์ แอดเวอร์ไทซิ่ง

- คุณดลชัย บุณยะรัตเวช

ผู้มีประสบการณ์ในการสร้างสรรค์งานโฆษณาสินค้าระดับโลกทางโทรทัศน์ที่เป็นที่รู้จักมากมายในปัจจุบัน เช่น ฟิล์มสีฟูจิ ยาสีฟันคอลเกต เป็นต้น และได้รับรางวัลจากการประกวดงานโฆษณาในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง Executive Creative Director ของ บริษัท เดนท์สึ ยัง แอนด์ รูบิแคม (DY&R)

- คุณสอดสร้อย ชมธวัช

ผู้มีประสบการณ์ในการสร้างสรรค์งานโฆษณาสินค้าระดับโลกทางโทรทัศน์ เช่น รถยนต์โตโยต้า เครื่องเสียงโซนี่ เป็นต้น ปัจจุบันดำรงตำแหน่งประธานชมรม BAD และทำงานในตำแหน่ง Executive Creative Director ของ บริษัท สปา แอดเวอร์ไทซิ่ง (Spa Advertising)

- คุณระพีพรรณ สุทธารมณ์

ผู้มีประสบการณ์ในการสร้างสรรค์งานโฆษณาสินค้าระดับโลกทางโทรทัศน์ เช่น แป้งเด็กจอห์นสัน เป็นต้น ปัจจุบันทำงานในตำแหน่ง Account Executive ของบริษัท ลินตาส กรุงเทพ (Lintas : Bangkok)

- คุณสินธุ กิจสุนทราภา

ผู้มีประสบการณ์ในการสร้างสรรค์งานโฆษณาสินค้าระดับโลกทาง

โทรทัศน์ เช่น สินค้าในเครือบริษัทลีเวอร์ บราเธอร์ส์ ต่างๆ เช่น ยาสีฟันไกลัชิด แชมพูชันซิล ผงซักฟอกบรีส เป็นต้น ปัจจุบันทำงานในตำแหน่ง Assistant Producer ของบริษัท ลินตาส ไทย (Lintas : Thai)

- คุณภาณุ ณรงค์ชัยกุล

ผู้มีประสบการณ์ในการสร้างสรรค์งานโฆษณาสินค้าระดับโลกทางโทรทัศน์ เช่น แชมพูแพนทีน เป็นต้น ปัจจุบันทำงานในตำแหน่ง Account Executive ของ บริษัท เกรย์ ประเทศไทย

3. ประเภทเอกสาร

รายงานการสำรวจความนิยมจากบริษัท VERTEX MARKET RESEARCH เกี่ยวกับ โฆษณาทางทีวีที่คนเห็นบ่อยที่สุด (%) ในนิตยสารมีเดีย ฉบับที่ 93-104 และ บทความ หนังสือ เอกสารต่างๆที่เกี่ยวกับการโฆษณาและการตลาด ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ประเภทภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์

เก็บรวบรวมโดยการว่าจ้างเจ้าหน้าที่ในบริษัทโฆษณาบันทึกภาพยนตร์โฆษณาสินค้าระดับโลกที่คัดเลือกไว้แล้ว ลงในวิดีโอเทปทั้งหมด เพื่อความสะดวกในการศึกษา

2. ประเภทบุคคล

เก็บรวบรวมโดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(depth interview)

บุคคลที่มีประสบการณ์ ในการผลิตงานโฆษณาสินค้าระดับโลกทางโทรทัศน์ในประเทศไทย โดยที่ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์บุคคลเหล่านี้ด้วยตัวเอง เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ โดยไปสัมภาษณ์ตามสถานที่ทำงานของบุคคลเหล่านี้ เพื่อความสะดวกของบุคคลเหล่านี้ ซึ่งไม่ค่อยมีเวลาว่างมากนัก เนื่องจากมีภารกิจมากมาย ยกเว้นคุณธนวัฒน์ ปุกหุต สัมภาษณ์ที่คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ในการสัมภาษณ์ เพื่อทราบถึงข้อมูลของการสร้างสรรค์งานโฆษณาสินค้าระดับโลกในประเทศไทยนี้ ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน ที่ช่วยกรุณาสละเวลาที่มีค่าต่อการทำงานมาให้สัมภาษณ์ในครั้งนี้ ทำให้ได้ข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นอย่างมาก แม้ว่าข้อมูลบางอย่างจะไม่สามารถเปิดเผยได้ เนื่องจากเป็นข้อมูลลับของบริษัทเจ้าของสินค้า ที่ผู้ผลิตงานโฆษณาไม่สามารถเปิดเผยต่อสาธารณชนได้

3. ประเภทเอกสาร

เก็บรวบรวมจากห้องสมุดต่างๆ เช่น ห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ หอสมุดกลาง จุฬาฯ หอสมุดกลาง ธรรมศาสตร์ เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยเพื่อทราบถึงลักษณะความเป็นสากล และความเป็นไทยในงานโฆษณาสินค้าระดับโลกทางโทรทัศน์ นำเอาแนวคิดที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาใช้ เพื่อเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลประเภทภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์

วิเคราะห์เนื้อหาของภาพยนตร์โฆษณาสินค้าระดับโลก โดยศึกษาจากตัวบท (text) ของภาพยนตร์โฆษณาสินค้าแต่ละยี่ห้อ เพื่อหาลักษณะสำคัญต่างๆที่

เป็นตัวหมาย (signifier) ซึ่งบ่งบอกถึงตัวหมายถึง (signified) ในแง่ของลักษณะความเป็นสากลและความเป็นไทย ที่ปรากฏอยู่ในเนื้อหาของงานโฆษณาสินค้าระดับโลกทางโทรทัศน์

2. ข้อมูลประเภทบุคคล

วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลผู้มีประสบการณ์ ในการสร้างสรรค์งานโฆษณาสินค้าระดับโลกทางโทรทัศน์ในประเทศไทย เพื่อทราบถึงรูปแบบของการสร้างสรรค์งานโฆษณาสินค้าระดับโลกในประเทศไทยในปัจจุบัน โดยประมวลจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

3. ข้อมูลประเภทเอกสาร

ผู้วิจัยใช้ข้อมูลต่างๆที่ได้จากเอกสาร หนังสือ บทความ งานวิจัยและวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง มาศึกษาวิเคราะห์ เพื่อเป็นข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลประเภทอื่น

<u>การนำเสนอข้อมูล</u>

การนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการวิจัย จะใช้รูปแบบวิธีพรรณนาวิเคราะห์ (Analysis Description) โดยในบทที่ 4 จะเป็นการนำเสนอผลการวิจัยในเรื่องของลักษณะความเป็นสากลและความเป็นไทย ในงานโฆษณาสินค้าระดับโลกทางโทรทัศน์ ทั้งในด้านรูปแบบและเนื้อหา โดยใช้ภาพประกอบในการนำเสนอเพื่อให้เห็นภาพได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ส่วนในบทที่ 5 จะเป็นการนำเสนอบทสรุปของงานวิจัยในครั้งนี้ รวมทั้งข้อจำกัดของการวิจัย ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของการวิจัยครั้งนี้ด้วย