

การวิจัยครั้งนี้มี วัตถุประสงค์ 1) เพื่อหาประเภทของทฤษฎีความเป็นแฟนตาซี ที่ใช้ในภาพยนตร์โฆษณาผลิตภัณฑ์ 2) เพื่อหาประเภทของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการนำเสนอผ่านทฤษฎีความเป็นแฟนตาซี 3) เพื่อหาบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับความเป็นแฟนตาซีในแต่ละประเภท

ระเบียบวิธีที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง เพื่อใช้ในการสร้างแบบสอบถาม เพื่อการวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณาที่นำเสนอผ่านความเป็นแฟนตาซี จากผลงานที่ได้รับรางวัลจากการประกวดภาพยนตร์โฆษณาต่างๆ ดังนี้ Cannes Film lions, Adfest, Archive ในช่วงปี 2004-2006 แบบสอบถามได้ถูกแจกจ่ายให้กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ซึ่งผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านนี้เป็นผู้ที่เคยมีผลงานได้รับรางวัลหรือผลงานได้รับการคัดเลือกไปแสดงในระดับนานาชาติ การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน 1. วิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณาที่ใช้การนำเสนอความเป็นแฟนตาซี 2. วิเคราะห์ถึงประเภทความเป็นแฟนตาซีที่ถูกใช้ในภาพยนตร์โฆษณา 3. การแยกภาพยนตร์โฆษณาตามประเภทของผลิตภัณฑ์ จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า:

1. ประเภทของภาพยนตร์โฆษณาที่เหมาะสมกับการนำเสนอด้วยความเป็นแฟนตาซีจำนวน 11 ประเภท โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 1)ผลิตภัณฑ์รถยนต์ 2)ธุรกิจบริการ 3)ผลิตภัณฑ์ อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า 4)ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและของใช้ส่วนตัว 5)ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม 6)ผลิตภัณฑ์อาหาร 7)ผลิตภัณฑ์ของขบเคี้ยว 8)ผลิตภัณฑ์อุปกรณ์สำนักงานอัตโนมัติและโทรทัศน์ 9)ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัว 10)ผลิตภัณฑ์ทั่วไป 11)ส่งเสริมสังคม ซึ่งผลวิจัยพบว่าภาพยนตร์โฆษณาผลิตภัณฑ์รถยนต์และธุรกิจบริการ มีความเหมาะสมมากที่สุด ส่วนภาพยนตร์โฆษณาที่ไม่เหมาะสมคือผลิตภัณฑ์ยา และส่งเสริมการขาย

2. ประเภทของภาพยนตร์โฆษณาที่มีการใช้ความเป็นแฟนตาซีดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์อาหารเหมาะสมกับการใช้องค์ประกอบของความเหนือธรรมชาติ 2) ผลิตภัณฑ์ของขบเคี้ยวอาหารเหมาะสมกับการใช้องค์ประกอบของความเหนือธรรมชาติ 3) ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเหมาะสมกับการใช้องค์ประกอบของความเหนือธรรมชาติ 4) ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและของใช้ส่วนตัวเหมาะสมกับการใช้องค์ประกอบของความเหนือธรรมชาติ 5) ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและของใช้ส่วนตัวเหมาะสมกับการใช้สภาวะจิตใจ 6) ผลิตภัณฑ์รถยนต์เหมาะสมกับการใช้องค์ประกอบของความเหนือธรรมชาติ 7) ผลิตภัณฑ์อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าเหมาะสมกับการใช้สภาวะจิตใจ 8) ผลิตภัณฑ์อุปกรณ์สำนักงานอัตโนมัติและโทรทัศน์เหมาะสมกับการใช้องค์ประกอบของความเหนือธรรมชาติ 9) อุปกรณ์ก่อสร้าง, บ้านและที่ดิน เหมาะสมกับการใช้องค์ประกอบของความเหนือธรรมชาติ 10) ธุรกิจบริการเหมาะสมกับการใช้องค์ประกอบของความเหนือธรรมชาติ 11) สถาบันเหมาะสมกับการใช้องค์ประกอบของความเหนือธรรมชาติ 12) ผลิตภัณฑ์ทั่วไปเหมาะสมกับการใช้สภาวะจิตใจ 13) ส่งเสริมสังคมเหมาะสมกับการใช้สภาวะจิตใจ

The objective of this research is to 1) identify types of fantasy theories used in the television commercials 2) identify types of products on television commercial to the fantasy theories 3) identify the appropriate personality for each type to fantasy theories.

The research approach for this study was the selection of sample materials, which are a parameter group of sources; then questionnaire was developed from the sample materials of the winners and nominees of Cannes Film Lions festival, Adfest and Archive 2004-2006. Questionnaires were administered to 3 animation experts who had international experience and also have been participated in many of the international animation festival. The questionnaires were analyzed by using 3 stages as follows: 1. analyzing the fantasy used for television commercials. 2. Classifying fantasy types from those chosen TV Commercials. 3. Dividing TV Commercials into product categories. After the analysis, the research can be concluded as follows;

1. There are 11 type of TV. Commercials that is appropriate for using fantasy in order to present the products in these TV. Commercials and eleven types of appropriated TV. Commercials are 1) Automatic Product 2) Services 3) Household Appliance, Electrical Equipment & Other Durable Consumer Products 4) Apparel & Personal Accessories 5) Beverages 6) Food 7) Snacks & Candies 8) Office Automation & Telecommunications 9) Cosmetic & Personal Care 10) General Merchandises 11) Social Contribution. In conclusion, automatic Product and services are the most appropriated products for using fantasy, while Household Products, Pharmaceutical Products and Sales Promotion are not appropriated products for applying fantasy.

2. The TV. Commercials of any product has the combination of fantasy approaches 1) Food are appropriate with supernatural elements 2) Snacks & Candies are appropriate with supernatural elements 3) Beverages are appropriate with supernatural elements 4) Apparel & Personal Accessories are appropriate with supernatural elements 5) Cosmetic & Personal Care are appropriate with human mind 6) Automatic Product are appropriate with supernatural elements 7) Household Appliance, Electrical Equipment & Other Durable Consumer Products are appropriate with human mind 8) Office Automation & Telecommunications are appropriate with supernatural elements 9) Construction Materials & Real Estate are appropriate with supernatural elements 10) Services are appropriate with supernatural elements 11) Institutions are appropriate with supernatural elements 12) General Merchandises Institutions are appropriate with human mind 13) Social Contribution Institutions are appropriate with human mind