

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ทัศนคติต่อการทำโฆษณาแฝงในภาพยนตร์ไทย” นี้ ใช้รูปแบบการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบกับข้อมูลที่รวบรวมจากเอกสารต่าง ๆ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การศึกษาค้นคว้าจากเอกสารต่าง ๆ (Documentary Research) ที่เกี่ยวข้องกับ การทำโฆษณาแฝง เป็นการรวบรวมข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ อาทิ เอกสารทางวิชาการ การสำรวจเอกสารจากสิ่งพิมพ์ และ นิตยสาร สิ่งพิมพ์จากชิ้นงานต่าง ๆ เช่น สื่อโฆษณาต่าง ๆ

2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ในกลุ่มผู้ผลิตภาพยนตร์ โดย แบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1.1 กลุ่มผู้บริหารที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกสินค้าในการทำโฆษณา แฝงในภาพยนตร์ไทย ได้แก่

1.1.1 บริษัท ไฟว์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัด

นางวรวรรณ พยับเดชาชัย ผู้จัดการฝ่ายการตลาด

1.1.2 บริษัท อาร์เอส โปรโมชั่น จำกัด (มหาชน)

นายพรชัย ว่องศรีอุดมพร ผู้ช่วยผู้อำนวยการจัดจำหน่ายและบริหาร สื่อ ณ โรงภาพยนตร์

2.1 กลุ่มผู้ดำเนินการสร้างภาพยนตร์ไทย ได้แก่

2.1.1 นายพจน์ อานนท์ ผู้กำกับภาพยนตร์ เรื่อง หอแก้วแตก

2.2.2 นางสาวเพ็ญพิชชา ลิ้มกลิ่นแก้ว ผู้ควบคุมการผลิตภาพยนตร์ (โปรดิว เซอร์) เรื่อง หอแก้วแตก

2.2.3 นายเหมันต์ เสดมี ผู้กำกับภาพยนตร์ เรื่อง รักจัง

2.2.4 นายมณฑล อารยางกูร ผู้ควบคุมการผลิตภาพยนตร์ (โปรดิวเซอร์) เรื่อง รักจัง

3. การศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต ตามเว็บไซต์ (Web site) ต่าง ๆ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการทำการโฆษณาแฝงในภาพยนตร์

วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผู้บริหารธุรกิจภาพยนตร์ไทย จำนวน 2 ท่าน
2. กลุ่มผู้ดำเนินการผลิตภาพยนตร์ไทย จำนวน 4 ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาเรื่องการทำโฆษณาแฝงในภาพยนตร์ไทยนั้น เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้ามีดังต่อไปนี้

1. เทปบันทึกเสียง
2. สมุดจดบันทึก
3. แนวคำถาม สำหรับการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหาร ดังนี้

3.1 ภาพการณ์ทั่วไปของธุรกิจอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

- ในปี 2550 คาดการณ์ว่าสภาพโดยทั่วไปของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยจะเป็นอย่างไร

- ลักษณะการดำเนินธุรกิจภาพยนตร์ไทยเป็นอย่างไร เช่น การเกิดของค่ายภาพยนตร์รายใหม่ การรวมตัวกันสร้างพันธมิตรรายใหม่ หรือ การดำเนินการด้านการตลาดสำหรับธุรกิจภาพยนตร์ไทย

- สภาพการแข่งขันของภาพยนตร์ไทยเป็นอย่างไร จะมีการแข่งขันกันในด้านใด รุนแรงมากขึ้นหรือไม่ อย่างไร

- ปัจจัยที่ส่งผลให้ภาพยนตร์ไทยประสบความสำเร็จประกอบด้วยอะไรบ้าง

3.2 ความสำคัญและเหตุผลในการทำการโฆษณาแฝงในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

- เหตุผลและความจำเป็นของการทำการโฆษณาแฝงในภาพยนตร์ไทย

- เปรียบเทียบความจำเป็นในการทำการโฆษณาแฝงในภาพยนตร์ไทยในปัจจุบันกับอดีต

3.3 กระบวนการพิจารณาคัดเลือกสินค้าในการทำการโฆษณาแฝงในภาพยนตร์ไทย

- วัตถุประสงค์ของการทำการโฆษณาแฝงในภาพยนตร์
- กลยุทธ์ในการทำการโฆษณาแฝงในภาพยนตร์ไทยแต่ละเรื่อง
- ขั้นตอนในการพิจารณาคัดเลือกตัวสินค้าสำหรับการโฆษณาแฝงในภาพยนตร์

3.4 ประสิทธิภาพของการทำการโฆษณาแฝงในภาพยนตร์ไทย

- ประสิทธิภาพและความสำเร็จในการทำการโฆษณาแฝงในภาพยนตร์ไทยเป็นอย่างไร
- ผลตอบกลับที่ได้รับจากการทำโฆษณาแฝงในภาพยนตร์เป็นอย่างไร

ทั้งจากกลุ่มผู้รับชม และ กลุ่มเจ้าของสินค้า

3.5 แนวโน้มของการทำการโฆษณาแฝงในภาพยนตร์ในอนาคต

- แนวโน้มในการทำการโฆษณาแฝงในภาพยนตร์ไทยในอนาคตจะเป็นอย่างไร รูปแบบและวิธีการจะเปลี่ยนแปลงไปจากปัจจุบันมากน้อยเพียงใด และอย่างไร
- ธุรกิจอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในอนาคตจะเป็นเช่นไร

4. แนวคำถาม สำหรับการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ดำเนินการสร้างภาพยนตร์ ดังนี้

4.1 ความสำคัญและความจำเป็นของการทำการโฆษณาแฝงในธุรกิจภาพยนตร์ไทยในปัจจุบัน

4.2 การดำเนินการนั้นเป็นไปตามนโยบายของบริษัท หรือแหล่งเงินทุนหรือไม่ อย่างไร

4.3 ขั้นตอนในการทำโฆษณาแฝงสำหรับสินค้าแต่ละชนิดเป็นอย่างไร และมีรูปแบบ วิธีการ เทคนิคอย่างไร

4.4 ข้อจำกัดในการทำโฆษณาแฝงในภาพยนตร์ไทยเป็นอย่างไร

4.5 การทำโฆษณาแฝงในภาพยนตร์ไทยนั้นเป็นปัญหา หรืออุปสรรคต่อกระบวนการผลิตภาพยนตร์ หรือกระบวนการทำงานหรือไม่ มากน้อยเพียงใด

การวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจากเอกสาร และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกตามแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้ ศึกษาทัศนคติ เกี่ยวกับการทำการโฆษณาแฝงในภาพยนตร์ไทยตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้เพื่อให้ได้คำตอบ ที่เที่ยงตรง

เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนั้นการนำเสนอผลการศึกษาก็จะได้นำเสนอในรูปแบบของการพรรณนา (Description) ต่อทัศนคติเกี่ยวกับการทำการโฆษณาแฝงในภาพยนตร์ไทย

จํานักรหอสมุด