

เสริมยศ ธรรมรักษ์ : กระบวนการและประสิทธิผลของการวางสินค้าในละครโทรทัศน์
(PROCESS AND EFFECTIVENESS OF PRODUCT PLACEMENT IN TV. DRAMA)
อ.ที่ปรึกษา : อาจารย์ ดร. ม.ล. วิภูวราช จิระประวัติ, 162 หน้า ISBN 974-333-902-7

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการวางสินค้าในละครโทรทัศน์ วัตถุประสงค์ กระบวนการวางสินค้าในละครโทรทัศน์ รวมถึงประสิทธิผลการวางสินค้าในละครโทรทัศน์ ระเบียบวิธีวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ที่เกี่ยวข้องในบริษัทผู้ผลิตละครและเจ้าของสินค้าหรือบริษัทตัวแทนโฆษณา การสนทนากลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาระดับอุดมศึกษาทั้งชายและหญิง สายวิทยาศาสตร์และสายสังคมศาสตร์หรือมนุษยศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า

1.รูปแบบการวางสินค้าในละครโทรทัศน์ประกอบด้วย 1) รูปแบบการวางสินค้าโดยใช้ภาพอย่างเดียว ซึ่งมีการนำเสนอภาพหลายลักษณะดังนี้ ภาพตัวละครหยิบ ถือ หรือใช้สินค้า ภาพสินค้าเป็นอุปกรณ์ประกอบฉาก ภาพการสาธิตการใช้งานของสินค้า และภาพสินค้าอย่างเดียว 2) รูปแบบการวางสินค้าโดยประกอบด้วยทั้งภาพและเสียง นอกจากการนำเสนอภาพแล้วยังมีการเอ่ยถึงคุณสมบัติ ชื่อสินค้าหรือสิ่งใด ๆ ที่เน้นย้ำสินค้าด้วยองค์ประกอบเสียงควบคู่ไปด้วย

2.กระบวนการการวางสินค้าในละครประกอบด้วยฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้แก่ บริษัทผู้ผลิตละคร บริษัทเจ้าของสินค้าและ/หรือบริษัทตัวแทนโฆษณา เหตุที่บริษัทผู้ผลิตละครมีการวางสินค้าในละครเพราะสภาพเศรษฐกิจ ความจำเป็นที่ต้องใช้สินค้าประกอบในละคร การอนุเคราะห์โดยการวางสินค้าให้กับเจ้าของสินค้า และเหตุผลด้านพัฒนาการขายโฆษณา วัตถุประสงค์ที่บริษัทเจ้าของสินค้าวางสินค้าในละครคือ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก เพื่อดอกย้าตราสินค้าและส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า กระบวนการการวางสินค้าเริ่มจากบริษัทผู้ผลิตละครพิจารณาบทละครในด้านความจำเป็นที่ต้องมีสินค้าประกอบฉาก หลังจากนั้นยื่นข้อเสนอต่อเจ้าของสินค้าหรือบริษัทตัวแทนโฆษณาเพื่อพิจารณาความเหมาะสมระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ กับสินค้า ต่อมาจึงประชุมตกลงระหว่างสองฝ่ายเกี่ยวกับเงื่อนไข ข้อกำหนดต่าง ๆ จากนั้นผู้ผลิตละครจึงนำเสนอฉากที่สินค้าเข้าไปเกี่ยวข้องต่อเจ้าของสินค้าหรือบริษัทตัวแทนโฆษณา จนกระทั่งถึงขั้นตอนการผลิตละครตามที่กำหนดไว้และส่งหลักฐานยืนยันการวางสินค้าให้กับเจ้าของสินค้า และท้ายที่สุดของกระบวนการคือละครออกอากาศตามที่กำหนดไว้

3.ประสิทธิผลการวางสินค้าในละคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เกิดการตระหนักรู้มีส่วนที่ไม่แตกต่างกันมากนักจากกลุ่มตัวอย่างที่ตระหนักรู้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าใจว่าการวางสินค้าเป็นการสนับสนุนละครมีการจ่ายค่าตอบแทนกัน ด้านความรู้สึกต่อวิธีการวางสินค้าพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เห็นด้วยและยอมรับต่อวิธีการวางสินค้าแต่ต้องอยู่ภายใต้ความเหมาะสม ไม่เน้นสินค้าอย่างเด่นชัดเกินไป ในขณะที่บางส่วนไม่เห็นด้วยกับการวางสินค้าเพราะรู้สึกว่าเป็นการยัดเยียด การวางสินค้าในละครไม่มีผลต่อแนวโน้มต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เพราะการตัดสินใจซื้อสินค้าเกิดจากหลายเหตุผลประกอบกัน อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างบางส่วนเห็นว่าดารามีส่วนโน้มน้าวใจให้เกิดความสนใจในสินค้า

ภาควิชา..... การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา..... การโฆษณา
ปีการศึกษา..... 2542

ลายมือชื่อนิสิต.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....