

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) โดยสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ (Creative Director) และผู้ดูแลการผลิต (Producer) จากบริษัทตัวแทนโฆษณา รวมทั้งผู้กำกับภาพยนตร์โฆษณา (Director) และผู้ดูแลการผลิต (Producer) จากบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา ในการผลิตภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ได้รับรางวัลแตกอวอร์ด เนื่องจากบุคคลทั้ง 4 ฝ่ายนี้ต้องทำงานร่วมกัน และมีการประสานงานกันอยู่ตลอดเวลา

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ บริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา ที่ทำงานร่วมกัน และได้รับรางวัลแตกอวอร์ดในทุกระดับ คือ ระดับทอง เงิน และทองแดง อย่างต่อเนื่องคือตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป ตั้งแต่ครั้งที่ 19 ถึงครั้งที่ 23 (พ.ศ.2537 - พ.ศ.2542) โดยทำการเก็บข้อมูลจากผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ ผู้กำกับภาพยนตร์โฆษณา และผู้ดูแลการผลิตจากทั้งบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา

กลุ่มตัวอย่าง

1. คัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีเลือกสุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณาที่ทำงานร่วมกันและมีจำนวนภาพยนตร์โฆษณา ที่ได้รับรางวัลในทุกระดับคือ ระดับทอง เงิน และทองแดง มากที่สุดเป็นอันดับ 1 ไล่ลงมาจนถึงอันดับที่ 5 เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยคัดบริษัทที่จำหน่ายและเลือกอันดับถัดไปแทน

2. ถ้าบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณาคู่ใด มีจำนวนภาพยนตร์โฆษณาที่ได้รับรางวัลเท่ากับคู่อื่น ในกรณีนี้ ผู้วิจัยได้ตัดสินที่จำนวนภาพยนตร์โฆษณาที่ได้รับรางวัลในระดับทองว่าคู่ใดได้รับรางวัลมากกว่ากัน

3. ผลจากการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างทั้ง 5 คู่ ผู้วิจัยได้รายชื่อบริษัทตัวแทนโฆษณา 5 บริษัท และบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา 5 บริษัท ซึ่งรายชื่อของกลุ่มตัวอย่างแสดงในตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 : รายชื่อกลุ่มตัวอย่าง

บริษัทตัวแทนโฆษณา	/	บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา	จำนวนภาพยนตร์โฆษณาที่ได้รับรางวัล (เรื่อง)
ลิโอ แอร์เนทท์	/	แมทซิง สตูดิโอ	13
โอกิลวี แอนด์ เมเธอร์	/	เดอะ พิล์มแพคเตอร์	8
เดนกีส ยัง แอนด์ รูบิคอม	/	โปรโมไฟเบีย	3
บีบีดีโอ ไทยแลนด์	/	โทรทัน โปรดักชัน	3
เอสซี แมทซ์บอกร์	/	สยามสตูดิโอ	2

(หมายเหตุ : รวบรวมจาก หนังสือการประกวดโฆษณายอดเยี่ยมแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 19 - ครั้งที่ 23)

4. ในการคัดเลือกภาพยนตร์โฆษณาที่แต่ละคู่ได้รับรางวัลเพื่อทำการสัมภาษณ์นั้น ต้องเป็นภาพยนตร์โฆษณาที่ได้รับรางวัลในระดับทอง ถ้าไม่มี ต้องเลือกภาพยนตร์โฆษณาที่ได้รับรางวัลในระดับถัดไปแทน คือระดับเงิน หรือระดับทองแดง ในกรณีที่ไม่มีภาพยนตร์โฆษณาที่ได้รับรางวัลในระดับทองและเงิน

5. ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ ผู้กำกับภาพยนตร์โฆษณา และผู้ดูแลการผลิตจากทั้งบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ให้สัมภาษณ์นั้น เป็นผู้ที่ผลิตภาพยนตร์โฆษณาที่ได้รับการคัดเลือก และทำงานในวงการโฆษณาอย่างน้อย 5 ปี เพื่อความน่าเชื่อถือในการให้ข้อมูล

จากเงื่อนไขดังกล่าว ผู้วิจัยได้รายชื่อภาพยนตร์โฆษณาและรายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้

1. บริษัทตัวแทนโฆษณา : ลีโอ เนอร์เนทท์ / บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา : แมทซิง

ชื่อเรื่อง / ชื่อผลิตภัณฑ์	: คุณยาย / โครงการรวมพลังหารสอง
ระดับรางวัล / ประเภทรางวัล	: ทอง / ความคิดสร้างสรรค์
รางวัลเทศกาลครั้งที่	: 23 (พ.ศ.2541-2542)
ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์	: วิไลลักษณ์ อุดมศรีอนันต์
ผู้ดูแลการผลิตจากบริษัทตัวแทนโฆษณา	: วีรยุทธ ล้อทองพานิชย์
ผู้กำกับภาพยนตร์โฆษณา	: สุธน เพ็ชรสุวรรณ
ผู้ดูแลการผลิตจากบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา	: ปณต อุดม

2. บริษัทตัวแทนโฆษณา : โอกลีวี แอนด์ เมเจอร์ / บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา : เดอะฟิล์มแพคตอรี่

ชื่อเรื่อง / ชื่อผลิตภัณฑ์	: Seduction / Wholefood WheatGrass & Alfalfa
ระดับรางวัล / ประเภทรางวัล	: ทอง / ผลิตภาพยนตร์
รางวัลเทศกาลครั้งที่	: 23 (พ.ศ.2541-2542)
ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์	: กรณ์ เทพินทรภักษ์
ผู้ดูแลการผลิตจากบริษัทตัวแทนโฆษณา	: จุฑารัตน์ ชิงดวง
ผู้กำกับภาพยนตร์โฆษณา	: เป็นเอก รัตนเรือง
ผู้ดูแลการผลิตจากบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา	: เหวติ วรรณ

3. บริษัทตัวแทนโฆษณา : เคนท์ส ยัง แอนด์ ภูมิแคม / บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา : โปรโมไฟเบีย

ชื่อเรื่อง / ชื่อผลิตภัณฑ์	: Friends / ฟิรมส์ฟุจิ ซูพีเรีย
ระดับรางวัล / ประเภทรางวัล	: เงิน / ผลิตภัณฑ์ทั่วไป
รางวัลแยกออกครั้งที่	: 22 (พ.ศ.2540-2541)
ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์	: ปิยะ มุณฑริก
ผู้ดูแลการผลิตจากบริษัทตัวแทนโฆษณา	: นกนรี พัฒนเสถียรกุล
ผู้กำกับภาพยนตร์โฆษณา	: ธนัญชัย ศรศรีวิชัย
ผู้ดูแลการผลิตจากบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา	: สุมาลี ตันตระพงษ์ศรี

4. บริษัทตัวแทนโฆษณา : บีบีดีไอ ไทยแลนด์ / บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา : ไทรทัน โปรดักชั่น

ชื่อเรื่อง / ชื่อผลิตภัณฑ์	: รถไฟ # 1 / กีฬารีนแอนด์จีน
ระดับรางวัล / ประเภทรางวัล	: ทอง / ผลิตภัณฑ์อาหาร
รางวัลแยกออกครั้งที่	: 22 (พ.ศ.2540-2541)
ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์	: สุทธิศักดิ์ สุจริตตานนท์
ผู้ดูแลการผลิตจากบริษัทตัวแทนโฆษณา	: สุทธิศักดิ์ สุจริตตานนท์
ผู้กำกับภาพยนตร์โฆษณา	: สีนบุตร ชุมสาย ณ อยุธยา
ผู้ดูแลการผลิตจากบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา	: ทักษกร ประดับพงษา

5. บริษัทตัวแทนโฆษณา : เอสซี แมทท์เอจท์ / บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา : สยามสตูดิโอ

ชื่อเรื่อง / ชื่อผลิตภัณฑ์	: เทอมใหม่ / โครงการไทยคมเพื่อการศึกษา
ระดับรางวัล / ประเภทรางวัล	: เงิน / สถาบัน
รางวัลแยกออกครั้งที่	: 23 (พ.ศ.2541-2542)

ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์	: ไมตรี อธิยสังจากร
ผู้ดูแลการผลิตจากบริษัทตัวแทนโฆษณา	: จุฑามาศ จันทศร
ผู้กำกับภาพยนตร์โฆษณา	: ครรา สุทัศน์ ณ อยุธยา
ผู้ดูแลการผลิตจากบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา	: สหัชชัย ขุนจุม

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์และผู้ดูแลการผลิตจากบริษัทตัวแทนโฆษณาทั้ง 5 แห่ง รวม 9 คน และผู้กำกับภาพยนตร์โฆษณาและผู้ดูแลการผลิตจากบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ทั้ง 5 แห่ง รวม 10 คน รวมจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 19 คน

หมายเหตุ เนื่องจากการผลิตภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง รถไฟ # 1 ซึ่งผลิตโดยบริษัทบีบีดีไอไทยแลนด์ และ ไทรทัน โปรดักชั่น นั้น ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์และผู้ดูแลการผลิตจากบริษัทตัวแทนโฆษณา คือบุคคลคนเดียวกัน นั่นคือ คุณสุทธิศักดิ์ สุจริตตานนท์ ดังนั้น จึงทำให้จำนวนผู้ดูแลการผลิตจากบริษัทตัวแทนโฆษณาที่ผู้วิจัยต้องสัมภาษณ์นั้นมีเพียง 4 ท่านด้วยกัน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีจัดบันทึกคำสัมภาษณ์และมีการบันทึกเทปในกรณีที่ผู้ให้สัมภาษณ์อนุญาต โดยเป็นการพูดคุยในลักษณะไม่เป็นทางการตามแนวคำถามดังนี้

แนวคำถามสำหรับบริษัทตัวแทนโฆษณา

(ผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์ และ ผู้ดูแลการผลิต)

1. ทำไมจึงเลือกทำงานกับบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณาบริษัทนี้

2. ในส่วนหน้าที่ที่ตนเองต้องรับผิดชอบ มีกระบวนการทำงานร่วมกับบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณาอย่างไร แตกต่างจากการทำงานร่วมกับบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณารายอื่นหรือไม่ อย่างไร
3. การพัฒนาต้นร่างโฆษณา (storyboard) เป็นไปในทิศทางที่คาดหวังไว้เพียงใดและมีความพอใจมากน้อยเพียงใด
4. มีปัญหาหรือความขัดแย้งเกิดขึ้นในกระบวนการทำงานหรือไม่อย่างไร และมีวิธีแก้ปัญหาความขัดแย้งนั้นอย่างไร แตกต่างจากการทำงานร่วมกับบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณารายอื่นอย่างไร
5. มีวิธีการสื่อสารในลักษณะใด
6. คิดว่าลักษณะการทำงานของตนเอง สามารถเข้ากันได้กับการทำงานของบุคลากรของบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณาเพียงใดและอย่างไร
7. ปัจจัยในตัวเองค์กรของตนเอง เช่น ระบบงาน , เครื่องมือที่ใช้ในการทำงาน , แรงจูงใจในการทำงาน มีส่วนทำให้การทำงานร่วมกับบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณามีความราบรื่นหรือมีอุปสรรคหรือไม่ อย่างไร
8. บริษัทเจ้าของสินค้ามีบทบาทมากน้อยเพียงใด ต่อการทำงานร่วมกับบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา เช่น งบประมาณ , ลักษณะการทำงาน เป็นต้น
9. สิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร เช่น ระบบเศรษฐกิจ , การแข่งขัน , วัฒนธรรม ส่งผลกระทบต่อการทำงานร่วมกับบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณามากน้อยเพียงใด
10. ความสัมพันธ์ของทั้ง 2 องค์กรนี้ เป็นไปในลักษณะใด

แนวคำถามสำหรับบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา

(ผู้กำกับภาพขบตรีโฆษณา และ ผู้ดูแลการผลิต)

1. ในส่วนหน้าที่ที่ตนเองต้องรับผิดชอบ มีกระบวนการทำงานร่วมกับบริษัทตัวแทนโฆษณาอย่างไร แตกต่างจากการทำงานร่วมกับบริษัทตัวแทนโฆษณารายอื่นหรือไม่ อย่างไร
2. ผู้กำกับภาพขบตรีโฆษณา มีบทบาทในการพัฒนาหรือปรับเปลี่ยนต้นร่างโฆษณามากน้อย

- เพียงใด และการทำงานในขั้นตอนนี้มีความแตกต่างจากการทำงานร่วมกับบริษัทตัวแทน
โฆษณาบริษัทอื่นหรือไม่ อย่างไร
3. มีปัญหาหรือความขัดแย้งเกิดขึ้นในกระบวนการทำงานหรือไม่อย่างไร และมีวิธีแก้ปัญหา
ความขัดแย้งนั้นอย่างไร แตกต่างจากการทำงานร่วมกับบริษัทตัวแทนโฆษณาบริษัทอื่น
อย่างไร
 4. มีวิธีการสื่อสารในลักษณะใด
 5. คิดว่าลักษณะการทำงานของตนเอง สามารถเข้ากันได้กับการทำงานของบุคลากรของบริษัท
ตัวแทนโฆษณาเพียงใดและอย่างไร
 6. ปัจจัยในตัวองค์กรของตนเอง เช่น ระบบงาน, เครื่องมือที่ใช้ในการทำงาน, แรงจูงใจใน
การทำงานมีส่วนทำให้การทำงานร่วมกับบริษัทตัวแทนโฆษณามีความราบรื่นหรือมีอุปสรรค
หรือไม่ อย่างไร
 7. สิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร เช่น ระบบเศรษฐกิจ, การแข่งขัน, วัฒนธรรม ส่งผลกระทบต่อ
ต่อการทำงานร่วมกับบริษัทตัวแทนโฆษณามากน้อยเพียงใด
 8. ความสัมพันธ์ของทั้ง 2 องค์กรนี้เป็นไปในลักษณะใด

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับประเด็นที่ต้องการจะ
ศึกษามาแยกเป็นประเด็นอย่างชัดเจนเพื่อความเหมาะสมในการวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูลในขั้นตอน
ต่อไป

การนำเสนอข้อมูล

นำเสนอข้อมูลโดยการเขียนเชิงพรรณนา (Descriptive Writing) โดยแบ่งเป็นประเด็นหลัก
ตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ได้กำหนดไว้ตั้งแต่ต้น และใช้ภาษาในการเขียนที่ง่ายต่อความเข้าใจ