

บทที่ 3  
ระเบียบวิธีวิจัย



ในการวิจัยเรื่อง บทบาทของภาพถ่ายเพื่อการโฆษณาธุรกิจท่องเที่ยวใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่ออธิบายถึงคุณลักษณะในด้านต่าง ๆ ของภาพถ่ายเพื่อการโฆษณา อันจะทำให้มีการมองจาก หลายมิติ (Multidimension) และทำให้เห็นภาพรวม (Holistic) โดยมีวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

แหล่งข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้แหล่งข้อมูล ดังนี้ คือ

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

1.1 ได้แก่ผลงานภาพโฆษณาใน สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เพื่อการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว ของ รัฐและเอกชน อันได้แก่

ก. นิตยสาร (Magazine) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลชิ้นงานโฆษณา เฉพาะ นิตยสารท่องเที่ยว อันได้แก่ นิตยสาร อ.ส.ท., กิณีรี, ท่องโลก, Phuket, Thailand Traveller และ Look East

ข. แผ่นพับ (Folder) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็น แผ่นพับของธุรกิจที่ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว อันได้แก่ โรงแรมและรีสอร์ท การขนส่ง และ บริษัทนำเที่ยว จากตัวแทนการส่งเสริมขายของธุรกิจดังกล่าวที่ตั้งอยู่ตามที่ตั้งต่าง ๆ เช่น สถานีรถไฟหัวลำโพง สนามบินดอนเมือง ตัวแทนการขายของบริษัทขนส่ง หรือบริษัทนำเที่ยว เป็นต้น

ค. โปสเตอร์ (Poster) โดยเก็บรวบรวมโปสเตอร์จาก แผ่นกจ่ายแจก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และฝ่ายการขายของบริษัทการบินไทย

1.2 แหล่งข้อมูลประเภทเอกสารอื่น ๆ เป็นแหล่งข้อมูลประเภทเอกสารที่

เกี่ยวข้องกับ ธุรกิจท่องเที่ยว และการใช้ภาพถ่ายเพื่อการโฆษณา ซึ่งประกอบด้วยเอกสาร ดังต่อไปนี้

- ก. จุลสารการท่องเที่ยว ที่เผยแพร่โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อันเป็น เอกสารที่เผยแพร่ข่าวสาร และบทความทางวิชาการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- ข. หนังสือทางวิชาการ และบทความที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภาพถ่ายโฆษณา

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาจากสื่อโฆษณา วิธี การเก็บรวบรวมข้อมูล จึงจำแนกตามประเภทของข้อมูล ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร
  - 1.1 ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลภาพถ่ายโฆษณา ที่ถูกเผยแพร่ทาง สื่อสิ่งพิมพ์โดย เฉพาะ โปสเตอร์ (Posters) ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจากแผนกจ่ายแจก ของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และฝ่ายการขายของบริษัทการบินไทย
  - 1.2 เก็บรวบรวม ผลงานโฆษณาธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะแผ่นพับ (Folder) ที่เผยแพร่ทางแผนกประชาสัมพันธ์ ของบริษัทที่ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว ประเภทต่าง ๆ เช่น ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท, การขนส่ง, บริษัทนำเที่ยว ที่เผยแพร่ในกรุงเทพมหานคร
  - 1.3 เก็บรวบรวม ผลงานโฆษณาธุรกิจท่องเที่ยว ในสื่อนิตยสาร (Magazine Advertisements) ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้คือ นิตยสาร อ.ส.ท., กินรี, ท่องโลก, Phuket, Thailand Traveller, Look East
  - 1.4 เอกสารอื่น ๆ จาก แผนกประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ ห้องสมุดของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานคร

#### การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการ ตรวจสอบข้อมูล ที่เก็บรวบรวมมาได้ ใน 2 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยใช้วิธีการดังนี้คือ

1.1 ข้อมูลประเภท ผลงานการโฆษณาธุรกิจท่องเที่ยวในสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เลือกมาทำการศึกษา นั้น บางครั้งการนำเสนอจะมีทั้ง รูปแบบของการโฆษณา และข่าวประชาสัมพันธ์ ดังนั้น จึงต้องมีการตรวจสอบ เพื่อคัดเลือกเฉพาะที่เป็น การโฆษณาเท่านั้น โดยผลงานโฆษณาที่เลือกมาทำการศึกษาต้องเป็นการโฆษณาที่ใช้ภาพถ่าย มีจุดประสงค์เพื่อส่งเสริมการขายและการบริการ

2. การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity)

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ดังนั้นจึงใช้ตัวผู้วิจัยเองเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบ ความเที่ยงตรงของข้อมูลโดยใช้เอกสารที่เกี่ยวข้อง และแนวความคิดทางทฤษฎี ประกอบการพิจารณา

### การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และตรวจสอบข้อมูลแล้ว ได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์เป็นส่วนต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อมูลประเภทเอกสาร ใช้การวิเคราะห์เชิงสัญลักษณ์โดยใช้แนวความคิดในด้านการสื่อความหมายด้วยภาพ แนวคิดทางด้านโฆษณา แนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค แนวความคิดในด้านกระบวนการสร้างความหมาย เป็นแนวทางในการวิเคราะห์โดยให้เข้าใจถึง

1.1 ลักษณะของการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว ที่นำเสนอตามสื่อต่าง ๆ คือ นิตยสาร แผ่นพับ และโปสเตอร์

1.2 การโฆษณาส่งเสริมการท่องเที่ยวในแต่ละธุรกิจ โดยแบ่งตามสื่อต่าง ๆ

1.3 การใช้ภาพถ่ายเพื่อการโฆษณาธุรกิจท่องเที่ยว ในลักษณะต่าง ๆ ตามจุดมุ่งหมาย หรือวัตถุประสงค์ของการนำเสนอ

1.3 การสื่อความหมายของภาพที่ใช้โฆษณาส่งเสริมตามลักษณะต่าง ๆ

เกณฑ์ในการวิเคราะห์ของการวิจัยครั้งนี้ จำแนกได้ดังต่อไปนี้

ก. ธุรกิจท่องเที่ยว หมายถึง การประกอบธุรกิจที่เกี่ยวกับการจัดการ หรือ การให้บริการ การให้ข่าวสารหรืออำนวยความสะดวก ให้กับผู้ที่มาเที่ยว อันได้แก่

1) ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท หมายถึง สถานที่ประกอบการเชิงการค้า ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อบริการผู้เดินทางในเรื่องที่พักอาศัย อย่างเป็นทางการชั่วคราว จัดให้มีการจำหน่ายอาหารและบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางและการท่องเที่ยว

2) ธุรกิจภัตตาคาร, ร้านอาหาร หมายถึง สถานที่ประกอบการเชิงการค้า ซึ่งขายทั้ง เครื่องดื่มและอาหารจาน

3) ธุรกิจการขนส่ง หมายถึง การให้บริการในการเคลื่อนย้ายบุคคลหรือสิ่งของ จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ด้วยยานพาหนะต่างๆ

4) ธุรกิจบริษัทนำเที่ยว หมายถึง บริษัทซึ่งดำเนินธุรกิจอย่างประสงค์กำไรและมีวัตถุประสงค์ในการจัดให้ผู้หนึ่งผู้ใดได้เดินทางไปไหน ๆ ตามความประสงค์ของผู้นั้น

5) ธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก หมายถึง สถานที่ประกอบการเชิงการค้า ซึ่งขายสินค้าประจำท้องถิ่นประเภทต่าง ๆ ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยว หรือบุคคลทั่วไป ที่จะซื้อสินค้าเป็นของที่ระลึก โดยมีประเภทของผลิตภัณฑ์ ดังต่อไปนี้คือ ประเภทเครื่องถม เครื่องเงิน และเครื่องประดับ, ประเภทเครื่องปั้นดินเผา เซรามิค, ประเภทเครื่องเขิน, ประเภทผ้า, ประเภทดอกไม้ประดิษฐ์, ประเภทตุ๊กตา, ประเภทเครื่องจักสาน, ประเภทเครื่องหนัง, ประเภทหัตถกรรมกระดาษอัด, ประเภทผ้าฝ้ายทอมือย้อมคราม, ประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องไม้ เช่น เครื่องใช้ และเครื่องประดับตกแต่งทั่วไปที่เป็นงานศิลปดั้งเดิมของไทย, ประเภทผลิตภัณฑ์ไม้ที่เป็นเครื่องใช้และตกแต่งทั่วไปที่ประยุกต์รูปแบบขึ้นเพื่อประโยชน์ใช้สอย (กองส่งเสริมหัตถกรรมไทย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม)

ข. การวางผังโฆษณา (Laout) (Harold W. Berkman and Christopher Gilson, 1987) หมายถึงเค้าโครงทั้งหมดของชิ้นงานโฆษณาที่ประกอบไปด้วยทั้งหมดของชิ้นงาน ไม่ว่าจะเป็น ภาพตัว ข้อความโฆษณา หรือเครื่องหมายการค้า ซึ่งถูกนำมาจัดรวมกันโดยคำนึงถึงความสมดุลย์ (Balance) ความมีเอกภาพ (Unity) ความเคลื่อนไหว (Movement) สีสีน (Colour) และความตัดกันของสี(Contrast)

รูปแบบการวางผังโฆษณาแบ่งออกเป็น 9 รูปแบบด้วยกันคือ

- 1) การวางผังโฆษณาแบบมาตรฐาน (Standard Layout) เป็นผังชนิดที่องค์ประกอบของโฆษณา ถูกจัดเรียงแบบมาตรฐาน คือ จัดเรียงอยู่กึ่งกลางพื้นที่เรียงตามลำดับตั้งแต่ พาดหัว ภาพ ข้อความโฆษณา และเครื่องหมายการค้า ใช้น้ำหนักซ้าย-ขวาของโฆษณาเท่ากัน
- 2) การวางผังแบบโปสเตอร์ (Poster - typeLayout) เป็นผังโฆษณาที่มีลักษณะเดียวกับโปสเตอร์ คือส่วนใหญ่มีแต่ภาพ และมักจะเป็นภาพถ่าย
- 3) การวางผังแบบเคียงคู่กัน (Side-by-sideLayout) เป็นผังโฆษณาที่มี ภาพอยู่ด้านหนึ่ง และข้อความอยู่อีกด้านหนึ่ง ส่วนใหญ่มักใช้กับโฆษณาแบบ 2 หน้าต่อกัน
- 4) การวางผังแบบการ์ตูน (Cartoon Layout) เป็นผังโฆษณาที่ใช้สไตล์แบบการ์ตูน ภาพที่ใช้ส่วนใหญ่จึงเป็นภาพวาด
- 5) การวางผังแบบแบ่งครึ่ง (Split Layout) เป็นผังโฆษณาที่แบ่งเนื้อที่ออกเป็น 2 ส่วนซ้าย-ขวา และวางภาพคู่กันเพื่อให้เกิดการเปรียบเทียบ
- 6) การวางผังแบบรีบัส (Rebus Layout) เป็นผังโฆษณาที่ใช้ ภาพหลายภาพเรียงต่อกันเพื่อแสดงความหมายใดความหมายหนึ่ง
- 7) การวางผังแบบแยก (Isolation Layout) เป็นผังโฆษณาที่วางภาพแยกต่างหากจากส่วนอื่น ๆ ของโฆษณา เพื่อให้เกิดเป็นจุดรวมสายตาของโฆษณาชิ้นนั้น
- 8) การวางผังแบบแทรกภาพ (Insert Layout) เป็นผังโฆษณาที่ แทรกภาพเล็ก ซึ่งโดยปกติแล้วคือภาพสินค้า เข้าไปในภาพซึ่งเป็นภาพของโฆษณาทั้งหมด
- 9) การวางผังแบบที่ใช้ตัวหนังสือทั้งหมด (All-type Layout) เป็นผังโฆษณาแบบที่ใช้ตัวหนังสือทั้งหมดโดยไม่มีภาพประกอบ ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ จะไม่รวมผังโฆษณาชนิดนี้ในการวิเคราะห์

ค. โฆษณาในนิตยสาร (Magazine Advertisements) ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง โฆษณาธุรกิจทั้ง 5 ประเภทได้แก่

- 1) โฆษณาธุรกิจประเภทโรงแรมและรีสอร์ท
- 2) โฆษณาธุรกิจประเภทภัตตาคาร, ร้านอาหาร
- 3) โฆษณาธุรกิจประเภทการขนส่ง
- 4) โฆษณาธุรกิจประเภทบริษัทนำเที่ยว
- 5) โฆษณาธุรกิจประเภทร้านค้าของที่ระลึก

ง. ภาพถ่ายในลักษณะต่าง ๆ ที่ใช้ในการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว

- 1) ภาพภายนอกและภายในตัวอาคารของโรงแรมและรีสอร์ท หมายถึง ภาพที่ถ่ายให้เห็นตัวอาคารสิ่งก่อสร้างภายนอก หรือการตกแต่งภายในของห้องต่าง ๆ ของโรงแรมและรีสอร์ท
- 2) ภาพสระว่ายน้ำของโรงแรมและรีสอร์ท หมายถึง ภาพที่ถ่ายให้เห็นสภาพของสระว่ายน้ำของโรงแรมและรีสอร์ท
- 3) ภาพสถานที่ท่องเที่ยวในห้องดินที่ตั่ง หมายถึง ภาพของสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้ หรือ ภายในห้องดินที่ตั่งของโรงแรม หรือธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ
- 4) ภาพการใช้และการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ ของโรงแรมและรีสอร์ท หมายถึง ภาพที่ถ่ายให้เห็น การใช้บริการของแขกที่มาพัก และการให้บริการของโรงแรม
- 5) ภาพอาหาร หมายถึง ภาพที่ถ่ายให้เห็นถึงรูปลักษณะ หรือ ชนิดของอาหารประเภทต่าง ๆ
- 6) ภาพอาหารกับการใช้และการให้บริการ หมายถึง ภาพของอาหาร และภาพในขณะที่ใช้บริการของแขก หรือ ขณะกำลังให้บริการของภัตตาคาร, ร้านอาหาร
- 7) ภาพที่แสดงถึงภาพพจน์ของการให้บริการ หมายถึง การใช้ภาพที่แสดงให้เห็นถึงภาพพจน์การบริการ ของธุรกิจท่องเที่ยวต่าง ๆ
- 8) ภาพยานพาหนะในขณะที่ใช้และให้บริการ หมายถึง ภาพของยานพาหนะในขณะที่กำลังเดินทาง และภาพการใช้บริการของผู้โดยสาร



9) ภาพยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง หมายถึง ภาพที่แสดงรายละเอียดในส่วนต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในยานพาหนะ

10) ภาพแสดงสินค้าที่จัดวางในลักษณะต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสวยงาม หมายถึง ภาพสินค้าที่ถูกจัดวางเพื่อการถ่ายภาพโฆษณาโดยเฉพาะ

11) ภาพแสดงรายละเอียดของสินค้าและร้านค้าของที่ระลึก หมายถึง ภาพที่แสดงรายละเอียดของสินค้าและร้านค้า เช่น ภาพที่แสดงชื่อร้าน และประเภทของสินค้า

## 2. การวิเคราะห์ข้อมูลประเภทเอกสารอื่น ๆ

จากข้อมูลที่ได้มาจากเอกสารที่ใช้ในการอ้างอิงอื่น ๆ จะนำมาวิเคราะห์เพื่อให้เห็นภาพถึง

2.1 ปัจจัยอื่น ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องในการเลือกใช้ภาพถ่าย เพื่อการโฆษณาการท่องเที่ยง

2.2 ความสำคัญของภาพถ่ายเพื่อการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว ในการสร้างความสนใจ และการดึงดูดใจ

### การนำเสนอข้อมูล

ผลจากการศึกษาบทบาทของภาพถ่ายเพื่อการส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว ได้นำเสนอโดยเริ่มจากการแบ่งประเภทของสื่อที่นำเสนอและแบ่งประเภทของธุรกิจท่องเที่ยวที่ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ในการโฆษณา อันจะทำให้เข้าใจถึงธุรกิจบริการต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกันในกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยแต่ละธุรกิจก็จะมีการใช้ภาพถ่ายในการส่งเสริมการขายของตนเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ ดังนั้นในหัวข้อต่อไปจึงได้นำเสนอการใช้จุดเร้าในลักษณะต่าง ๆ ของธุรกิจท่องเที่ยวแต่ละประเภทและตามด้วยการสื่อสารด้วยภาพที่ใช้ในการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว นั้น ๆ