

ระเบียบวิธีวิจัย

คำนำ

ผู้วิจัยได้นำเสนอระเบียบวิธีวิจัยซึ่งใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีแหล่งข้อมูลสำคัญ 2 แหล่งคือ แหล่งข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึกของบุคคลผู้มีความเกี่ยวข้อง และแหล่งข้อมูลจากเอกสารและวิดิทัศน์ต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้คือ

แหล่งข้อมูล

ข้อมูลประเภทต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ในการศึกษาวิเคราะห์มีดังนี้คือ

1. การสัมภาษณ์บุคคลแบบเจาะลึก (Depth Interview) โดยแบ่งประเภทบุคคลออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1.1 บุคคลผู้เป็นนักคิดสร้างสรรค์โฆษณาชั้นนำเยี่ยมของประเทศไทย 3 ท่านดังนี้

1.1.1 คุณภาณุ อิงคะวัต ประธานกรรมการและผู้อำนวยการบริหาร ฝ่ายความคิดสร้างสรรค์ บริษัท ลีโอ เบอร์เนท ประเทศไทย จำกัด เป็นผู้ที่มีบทบาทสูงสุดในการคิดสร้างสรรค์งานโฆษณาของประเทศไทย และนับได้ว่าเป็นนักคิดมือหนึ่งของประเทศ เคยได้รับรางวัลงานโฆษณายอดเยี่ยมจากประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก เช่น รางวัล Clio Awards จากอเมริกา, รางวัล London Film Festival Awards จากประเทศอังกฤษ, รางวัล Cannes Awards จากประเทศฝรั่งเศส และรางวัลโฆษณายอดเยี่ยมต่าง ๆ ในประเทศไทย เช่น Taot Awards และ B.A.D. Awards มาเป็นจำนวนสูงสุดในหมู่นักคิดสร้างสรรค์งานโฆษณาของไทย อีกทั้งเป็นผู้ก่อตั้งสมาคมผู้กำกับศิลป์ Bangkok Art Director's Association) อันเป็นศูนย์รวมของนักคิดสร้างสรรค์ทั่วประเทศในการยกระดับคุณภาพงานโฆษณาของไทยให้ทัดเทียมกับต่างประเทศ

คุณภาณุ อิงคะวัต เริ่มงานโฆษณาที่บริษัท ลีโอ เบอร์เนท ประเทศไทย จำกัด (เดิมชื่อ บริษัท ดีทีแอสล์มโฆษณา) มาโดยตลอด นับตั้งแต่ปี 2521 ในตำแหน่งผู้กำกับศิลป์ (Art Director)

จนปัจจุบันได้รับตำแหน่งสูงสุดของบริษัท และนับเป็นคนไทยคนแรกที่ได้ดำรงตำแหน่งอันทรงเกียรตินี้ นั่นคือตำแหน่งประธานกรรมการบริษัท ลีโอ เบอร์เนท ประเทศไทย จำกัด และยังคงอยู่ให้การดูแลฝ่ายความคิดสร้างสรรค์ โดยดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการ-บริหารฝ่ายความคิดสร้างสรรค์ควบคู่อีกตำแหน่งหนึ่งด้วย

- 1.1.2 **คุณดลชัย บุญะรัตเวช** ผู้อำนวยการบริหารฝ่ายความคิดสร้างสรรค์ บริษัท เดนลี ยัง แอนด์ รูบี้แคม ประเทศไทย จำกัด คุณดลชัยนับได้ว่าเป็นนักคิดสร้างสรรค์โฆษณาชั้นเยี่ยมอันดับสองของประเทศไทย ซึ่งเคยผ่านงานจากบริษัทโฆษณาชั้นนำของประเทศ นับจากการเริ่มงานโฆษณาในตำแหน่งผู้กำกับศิลป์ (Art Director) บริษัท ลีโอเบอร์เนท ดีทแฮล์มโฆษณา และบริษัท โอกลีวี แอนด์ เมเธอร์ ประเทศไทย จำกัด แล้วจึงเริ่มตำแหน่งผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายความคิดสร้างสรรค์ ปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการบริหารฝ่ายความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งนับเป็นผู้บุกเบิกและสร้างชื่อเสียงให้กับบริษัท เดนลี ยัง แอนด์ รูบี้แคม ประเทศไทย จำกัด เป็นอันมาก จนมีคำจำกัดความที่ว่า "ดลชัยคือ DY&R ต่อให้เปลี่ยนกรรมการผู้จัดการไป 10 คน ก็ไม่เป็นไร แต่ถ้าหากดลชัยออกไปก็จะเป็นยุคล่มสลายของ DY&R" เนื่องจากคุณดลชัยเป็นหัวทอกของฝ่ายความคิดสร้างสรรค์ในบริษัทแห่งนี้ และทำให้งานยอมรับในผลงานของบริษัทแห่งนี้ได้ภายในเวลาอันรวดเร็วเพียง 6 ปี อีกทั้งคุณดลชัยยังมีชื่อเสียงในด้านผลงานละครและเพลง ในงานกุศลของสังคมชั้นสูง (Hi-Society) อยู่เป็นเนืองนิจ จึงส่งผลให้ชื่อเสียงของคุณดลชัยเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในวงการโฆษณาและวงสังคมชั้นสูง

- 1.1.3 **คุณสอดสร้อย ช่มรัย** ผู้อำนวยการบริหารฝ่ายความคิดสร้างสรรค์ บริษัท สปา แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด คุณสอดสร้อยเป็นนักคิดสร้างสรรค์งานโฆษณาชั้นเยี่ยมของประเทศไทยในอันดับที่ 4 ของประเทศ นับเป็นน้องใหม่มาแรงของวงการโฆษณาของประเทศไทยที่ก้าวขึ้นมาสู่ตำแหน่งสูงสุดในฝ่ายความคิดสร้างสรรค์ บริษัท สปา แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด ด้วยระยะเวลาอันรวดเร็วเพียง 4 ปีเท่านั้น การเริ่มเข้าทำงานด้านโฆษณาของคุณสอดสร้อยคือเข้าไปในฐานะ Graphic Designer ตามสาขาที่เธอว่าเรียนมา แต่ต่อมาได้เปลี่ยนสายงานไปในด้านการเขียนข้อความโฆษณาในตำแหน่ง Copywriter จนกระทั่งได้เลื่อนตำแหน่งขึ้นมาเรื่อย ๆ จนปัจจุบัน การเริ่มเข้ามาทำงานที่สปา แอดเวอร์ไทซิ่ง มีความ

แตกต่างจากนักคิดสร้างสรรค์โฆษณาชั้นเยี่ยมผู้อื่น กล่าวคือ เธอเข้ามาด้วยตำแหน่งฐานะหลานสาวของเจ้าของบริษัท คุณเพชร โอสถานุเคราะห์ จึงเกิดการต่อต้านอย่างมากในช่วงแรก แต่ด้วยความรู้ความสามารถของเธอ และผลงานอันเป็นที่ยอมรับ ปัจจุบันคุณสอดสร้อย ชมธวัช จึงได้ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายความคิดสร้างสรรค์ของบริษัทแห่งนี้ได้อย่างเต็มภาคภูมิ และเป็นที่ยอมรับของพนักงานบริษัทรวมทั้งผู้ปฏิบัติงานในองค์กรของเธอ อีกทั้งผลงานที่ได้รับการยอมรับของวงการโฆษณาก็ด้วย

1.2 บุคคลผู้เกี่ยวข้องกับนักคิดสร้างสรรค์โฆษณาชั้นเยี่ยมของประเทศไทย โดยแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มดังนี้

1.2.1 บุคคลผู้ปฏิบัติงานในวิชาชีพในปัจจุบัน ได้แก่

- คุณชนิษฐา ชนิษฐานนท์
ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายสร้างสรรค์
บริษัท ลีโอ เบอร์เนท ประเทศไทย จำกัด
ผู้ใต้บังคับบัญชาคุณภาณุ อิงคะวัต
- คุณสภัทรา ทาญพานิช
หัวหน้ากลุ่มฝ่ายความคิดสร้างสรรค์
บริษัท เดนลี ยิง แอนด์ รูบิคแคม ประเทศไทย จำกัด
ผู้ใต้บังคับบัญชาของคุณดลชัย บุญะรัตเวช
- คุณอนงค์นารถ เนตยกุล
ผู้เขียนบทโฆษณาอาวุโส
บริษัท สปา แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด
ผู้ใต้บังคับบัญชาของคุณสอดสร้อย ชมธวัช

การสัมภาษณ์เจาะลึกบุคคลกลุ่มนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลอันจะเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์ระบบระเบียบวิธีการทำงานร่วมกับบุคคลผู้เป็นนักคิดสร้างสรรค์ชั้นเยี่ยมของประเทศไทยในอีกแง่มุมหนึ่ง นอกเหนือไปจากข้อมูลที่ได้จากนักคิดสร้างสรรค์ชั้นเยี่ยมเอง โดยจะได้ทำการศึกษาตามกรณีศึกษาที่เป็นชิ้นงานซึ่งทั้งผู้คิดสร้างสรรค์ชั้นเยี่ยมและบุคคลผู้ปฏิบัติงานเหล่านี้ได้ทำงานร่วมกัน อันได้แก่

- กรณีคิดสร้างสรรค์แผนโฆษณาของบริษัท อเมริกันอินเตอร์-
เนชั่นแนลอินชัวร์นส์ จำกัด
การทำงานร่วมกันระหว่างคุณชนิษฐา ชนิษฐานันท์ และ
คุณภาณุ อิงคะวัต
- กรณีคิดสร้างสรรค์แผนงานโฆษณาของบริษัท พูจี ประเทศไทย
จำกัด
การทำงานร่วมกันระหว่าง คุณสถาพร หาญพานิช และ
คุณชลชัย บุญะรัตเวช
- กรณีคิดสร้างสรรค์แผนงานโฆษณาของบริษัท โตโยต้า
ประเทศไทย จำกัด
การทำงานร่วมกันระหว่างคุณณรงค์นารถ เนตยกุล และ
คุณสอดสร้อย ชมธวัช

1.2.2 บุคคลผู้ปฏิบัติงานในอดีตร่วมได้แก่

- คุณญาณิสรุ ทิพาการ
ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายความคิดสร้างสรรค์
บริษัท ฟาร์อีสท์แอ็ดเวอร์ไทซิง จำกัด
เคยเป็นผู้ปฏิบัติงานของคุณภาณุ อิงคะวัต เป็นเวลา 2 ปี
ในตำแหน่งผู้เขียนบทโฆษณาอาวุโส
- คุณกัญจวรรณ วงศ์สิริสวัสดิ์
ผู้อำนวยการฝ่ายความคิดสร้างสรรค์
บริษัท เกรย์ ประเทศไทย จำกัด
เคยเป็นผู้ปฏิบัติงานของคุณชลชัย บุญะรัตเวช
เป็นเวลา 2 ปี ในตำแหน่งผู้ช่วยผู้อำนวยการ
ฝ่ายความคิดสร้างสรรค์
- คุณวิไลลักษณ์ เขียวลิขิต
ผู้อำนวยการฝ่ายความคิดสร้างสรรค์
บริษัท เจ วอลเตอร์ ทอมสัน ประเทศไทย จำกัด
เคยเป็นผู้ปฏิบัติงานของคุณสอดสร้อย ชมธวัช
เป็นเวลา 2 ปี ในตำแหน่งผู้ช่วยผู้อำนวยการ
ฝ่ายความคิดสร้างสรรค์

ศูนย์วิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.2.3 บุคคลในวงการผลิตภาพยนตร์โฆษณา

ผู้ทำการวิจัยคัดเลือกสัมภาษณ์เจาะลึกบุคคลซึ่งเป็นผู้กำกับภาพยนตร์โฆษณามือหนึ่งของประเทศไทย คือคุณศรธา สุทัศน์ ณ อยุธยา กรรมการผู้จัดการบริษัท สยามสตูดิโอ จำกัด และถือเป็นปรมาจารย์แห่งโลกภาพยนตร์โฆษณา ซึ่งผู้มีชื่อเสียงทั้ง 3 ท่าน คุณภาณุ คุณดลชัย และคุณสอดสร้อย ต่างมีความเคารพนับถือและสนิทสนมเป็นอันมาก การสัมภาษณ์เจาะลึกบุคคลท่านนี้จะทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลอันเป็นประโยชน์ทั้งในด้านจุดเด่นและจุดด้อยของบุคคลแต่ละท่านได้อีกมุมมองหนึ่ง

2. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสารและวีดิทัศน์ อันได้แก่

- 2.1 ข้อมูลประวัติส่วนตัวของนักคิดสร้างสรรค์ชั้นเยี่ยมของประเทศไทยทั้ง 3 ท่าน จากทนายเนียบนักโฆษณา ในหนังสือโฆษณารูรูกิจ
- 2.2 ข้อมูลบทสัมภาษณ์ทางนิตยสารและหนังสือพิมพ์ต่างๆ ที่นักคิดสร้างสรรค์เคยให้สัมภาษณ์โดยผู้วิจัยคัดเลือกเฉพาะ เนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องต่อบัณฑิตภายในตัวบุคคลเท่านั้น อาทิ เรื่องงานอดิเรก เรื่องครอบครัว เรื่องการดำเนินชีวิต เรื่องความปรารถนา เป็นต้น
- 2.3 วีดิทัศน์ แผนงานโฆษณาที่หยิบยกขึ้นมาจัดทำเป็นกรณีศึกษา ได้แก่
 - วีดิทัศน์ ภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมภาพพจน์บริษัท อเมริกัน อินชัวร์รันส์ ประเทศไทย จำกัด ชุด "Giving" และ "Friendship" กรณีศึกษารวม 2 เรื่อง เพื่อศึกษาการทำงานร่วมกันระหว่างคุณภาณุ อิงคะวัต และคุณชัชวีร์ ชนิษฐานนท์
 - วีดิทัศน์ ภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมภาพพจน์บริษัท พูลิ ประเทศไทย จำกัด ชุด "จามัก้า" "ความกลมกลืน" "สีสันตะวาออก" และชุด "อัฟริกา" กรณีศึกษารวม 4 เรื่อง เพื่อศึกษาการทำงานร่วมกันระหว่างคุณดลชัย บุณยะรัตเวช และคุณสถาพร ทาตุพานิช
 - วีดิทัศน์ ภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมภาพพจน์บริษัทโตโยต้า ประเทศไทย จำกัด ชุด "บลานี้อยู่มาได้" "ภาษาใต้" "ป่าสตา" "พิลิสรู้" "คุณวันชัย" "มิลกี้เวย์" กรณีศึกษารวม 6 เรื่อง เพื่อศึกษาการทำงานร่วมกันระหว่าง คุณสอดสร้อย ชมธวัช และคุณองค์นารถ เนตยกุล

รวมไปถึงเอกสารประชาสัมพันธ์ของบริษัทตัวแทนโฆษณาทั้ง 3 บริษัท
ที่ได้อธิบายที่มาของแนวความคิดของแต่ละแผนงาน รวมทั้งผู้อยู่เบื้องหลัง
ผลงานโฆษณาดังกล่าวด้วย

- 2.4 เอกสารข้อมูลเจาะเพาะของบริษัทโฆษณาทั้ง 3 บริษัท ซึ่งนักคิดสร้างสรรค์
คนโฆษณาชั้นเยี่ยมของประเทศไทยทำงานอยู่ เพื่อให้รู้ถึงปรัชญาในการ
ทำงานของบริษัท และสายการบริหารงานภายในบริษัท

การเก็บรวบรวมข้อมูล

จากการที่ผู้วิจัยได้รู้จักกับนักคิดสร้างสรรค์ชั้นเยี่ยมของประเทศไทยมาเป็นเวลากว่า
10 ปี ด้วยความใกล้ชิดสนิทสนม เพราะนอกจากจะร่วมการเป็นวิทยากรของโรงเรียนฝึกหัด
ศิลป์บางกอก (B.A.D. Workshop) แล้ว ยังมีกิจกรรมร่วมกันมาโดยตลอด ดังนั้นการเก็บรวบรวม
ข้อมูลจึงได้รับการตอบรับและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี นับจากการให้ผู้วิจัยสัมภาษณ์เจาะ
ลึกเรื่องเกี่ยวกับครอบครัวที่บ้านของนักคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนการสัมภาษณ์เจาะลึกเรื่องงานที่
บริษัทของพวกเขา การแบ่งสถานที่สัมภาษณ์ออกเป็น 2 แห่งคือที่บ้านและที่ทำงาน ผู้วิจัยต้องการ
ให้พวกเขาได้อยู่ในบรรยากาศที่รู้สึกสบายที่จะตอบคำถามที่เกี่ยวข้องกับบริบทนั้น ๆ อย่างเหมาะสม
ที่สุด

ลักษณะการตอบคำถามของนักคิดสร้างสรรค์ชั้นเยี่ยมจึงออกมาในลักษณะคำตอบแบบ
เปิดอกโดยไม่มีการปิดบังแม้ว่าบางคำตอบอาจส่งผลเสียหายต่อเกียรติยศชื่อเสียงของพวกเขา
ตาม อย่างไรก็ตามด้วยจรรยาบรรณของผู้วิจัยซึ่งเป็นเพื่อร่วมวิชาชีพของบุคคลเหล่านี้ จึงใคร่ขอ
สงวนสิทธิ์ที่จะไม่เปิดเผยบางคำตอบที่อาจส่งผลไปในทางร้ายต่อตัวผู้ให้สัมภาษณ์ได้ เพราะหากผู้
วิจัยจะขอบกปิดชื่อของบุคคลทั้ง 3 ท่าน วิทยานิพนธ์เล่มนี้ก็จะไม่เกิดประโยชน์เท่าที่ควรจะเป็น
ทั้งต่อนักคิดสร้างสรรค์งานโฆษณารุ่นใหม่ และผู้ที่ต้องการนำไปศึกษาต่อ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงปัจจัยภายในตัวบุคคลของนักคิดสร้างสรรค์โฆษณา
ชั้นเยี่ยมของประเทศไทย ผู้วิจัยได้เอาปัจจัยเรื่องงานเป็นแกนตั้ง เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยภายใน
ในตัวบุคคลต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่องานของบุคคลทั้ง 3 ท่าน โดยยึดเอาแนวคิด 2 แนวคิดมาเป็น
กรอบในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรวมทั้งเอกสารที่เกี่ยวข้อง

แม้ผู้วิจัยจะทราบดีว่า สถานการณ์ต่าง ๆ (Situations) จะเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อ
พฤติกรรมและผลงานของนักคิดสร้างสรรค์ก็ตาม แต่การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใคร่เจาะลึกวิเคราะห์ถึง
ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อตัวนักคิดสร้างสรรค์โฆษณาเท่านั้น จึงไม่ทำการวิเคราะห์ครอบคลุมไป
ถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ไม่สามารถควบคุมได้ (Uncontrollable Situations) เช่น การ

แผนเบรทางเศรษฐกิจความเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ไปจนถึงสภาพการณ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ ซึ่งนักคิดสร้างสรรค์เหล่านี้สร้างสรรค์ผลงานให้กับผลิตภัณฑ์หรือสถาบันนั้น ๆ

การนำเสนอข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลซึ่งแบ่งออกเป็น 2 บทตามลำดับคือ

1. บัณฑิตต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อนักคิดสร้างสรรค์งานโฆษณาชั้นเยี่ยมของประเทศไทย (บทที่ 4)
2. การนำเอาบัณฑิตต่าง ๆ ไปใช้ในการสร้างสรรค์งานโฆษณาชั้นเยี่ยมของนักคิดสร้างสรรค์งานโฆษณาชั้นเยี่ยมของประเทศไทยทั้ง 3 ท่าน (บทที่ 5)

ทั้งหมดนี้เพื่อให้ได้เข้าใจถึงบัณฑิตต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อนักคิดสร้างสรรค์งานโฆษณาชั้นเยี่ยมของประเทศไทยได้อย่างชัดเจน ทั้งในความเป็นปัจเจกบุคคล ในความเหมือน ในความต่างตลอดจนอิทธิพลของบัณฑิตในตัวบุคคลที่ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์งานโฆษณาชั้นเยี่ยม เพื่อเป็นแบบอย่างให้กับนักคิดสร้างสรรค์งานโฆษณารุ่นหลังสืบต่อไป



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย