

พัทธราภรณ์ หงษ์ทอง : กลยุทธ์การใช้สื่อและกิจกรรมรณรงค์ของ บอดี้ ชี้อป เพื่อนำเสนอเนื้อหาสิ่งแวดล้อม  
( Strategies for Media Use and Campaign Towards Environmental Preservation , case study of The Body Shop ) อ.ที่ปรึกษา รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ , 182 หน้า ,  
ISBN 974-331-717-1

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ด้วยกัน 4 ข้อ คือ 1.เพื่อศึกษาลักษณะการเลือกใช้สื่อและกิจกรรมรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมของ บอดี้ ชี้อป 2. เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจเลือกใช้สื่อ 3. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารด้านปัญหาสิ่งแวดล้อม จากสื่อของ บอดี้ ชี้อป ของกลุ่มผู้รับสาร 4. เพื่อศึกษาถึงผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการนำเสนอปัญหาสิ่งแวดล้อมของ บอดี้ ชี้อป ที่มีต่อผู้รับสาร

วิธีการที่ใช้ในการวิจัยคือ การวิเคราะห์เนื้อหา การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้รับผิดชอบ รวมทั้งวิธีวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 50 คน โดยผลการวิจัยพบว่า

1. ลักษณะการเลือกใช้สื่อในการเผยแพร่ข่าวสารและกิจกรรมรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมของ บอดี้ ชี้อป พบว่า มีการเลือกใช้สื่อทุกประเภท ทั้งที่เป็นสื่อรุกและสื่อรับ โดยให้ความสำคัญกับสื่อเฉพาะกิจมากกว่าสื่ออื่น ๆ สำหรับลักษณะการเลือกกิจกรรมนั้น พบว่ามีการคัดเลือกกิจกรรมโดยใช้เกณฑ์การเลือกกิจกรรมที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ และเกณฑ์การเลือกกิจกรรมที่สอดคล้องกับการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร
2. ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจเลือกใช้สื่อ นั้นพบว่า มีอยู่ 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยภายใน ได้แก่ นโยบายจากบริษัทแม่ นโยบายส่งเสริมการขาย และปัจจัยภายนอก ได้แก่ สถานการณ์ทางการตลาด การแข่งขันกับองค์กรอื่น รวมทั้งสถานการณ์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ
3. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านปัญหาสิ่งแวดล้อมจากสื่อของ บอดี้ ชี้อป ทั้งจากสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ และจากสื่อเฉพาะกิจประเภทแผ่นพับ โปสเตอร์ การจัดงาน นิทรรศการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการใช้เครื่องสำอางเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
4. ผลลัพธ์ที่เกิดจากการนำเสนอปัญหาสิ่งแวดล้อมของ บอดี้ ชี้อป พบว่า ผลด้านการเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจจากสื่อเฉพาะกิจมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อมวลชน โดยสื่อเฉพาะกิจให้ความรู้ได้ดีในเรื่องรายละเอียดและการนำไปใช้ได้ ส่วนผลด้านการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้หันมาใช้เครื่องสำอางเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีประสิทธิภาพในระดับสูง แต่ทั้งนี้ต้องเป็นพฤติกรรมในระดับที่กระทำได้เลยโดยไม่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน .....  
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน .....  
ปีการศึกษา 2542 .....

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