

สุชัยญา ลิ้มสกุล: กลยุทธ์และประสิทธิผลของแผนการรณรงค์โฆษณา โครงการเสริมสร้างความตื่นตัวในการปกป้องสิทธิผู้บริโภค "อย.ปกปกป้องสิทธิ" (STRATEGY AND EFFICIENCY OF AN ADVERTISING CAMPAIGN OF THE RAISING AWARENESS TO PROTECT THE CONSUMER'S RIGHTS PROJECT "CONSUMER'S RIGHTS PROTECTION BY F.D.A. (THE FOOD AND DRUGS ADMINISTRATION)") อ.ที่ปรึกษา : อาจารย์ ดร.ม.ล.วิภาธร จิรประวัติ, 154 หน้า ISBN 974-331-884-4.

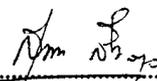
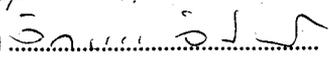
การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ที่ใช้ในแผนการรณรงค์โฆษณาโครงการ "อย.ปกปกป้องสิทธิ" และเพื่อศึกษาประสิทธิผลของแผนรณรงค์โฆษณา โดยศึกษาจากการเปิดรับสื่อหลักๆ ที่โครงการฯ เลือกใช้ในการโฆษณา ความตระหนักผู้ต่อโครงการ ทศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณา และพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างแสดงออกเมื่อประสบปัญหาจากการบริโภคสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยในเขต กทม. จำนวน 410 คน โดยแบ่งวิธีการศึกษาเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกศึกษาพฤติกรรมการประชาสัมพันธ์และกลยุทธ์การโฆษณาของโครงการฯ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับเจ้าหน้าที่อย. และเจ้าหน้าที่บริษัทตัวแทนโฆษณาที่วางแผน และส่วนที่สองศึกษาประสิทธิผลของแผนรณรงค์โฆษณา โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for WINDOWS ในการประมวลผล

ผลการศึกษาในส่วนกลยุทธ์ของแผนรณรงค์โฆษณานั้น พบว่า กลยุทธ์หลักคือการใช้สื่อมวลชนเพื่อให้ข่าวสารแพร่กระจายสู่ประชาชนได้ในวงกว้าง โดยสื่อหลักที่ใช้ได้แก่โทรทัศน์ สื่อรองได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวิทยุ โดยมีสื่อและกิจกรรมเสริมเข้าช่วย เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ นิตรรศการ และคอนเสิร์ต และตั้งสโลแกนโครงการว่า "อย.ปกปกป้องสิทธิ" เพื่อให้จดจำได้ง่ายขึ้น

ผลการศึกษาในส่วนประสิทธิผลแผนรณรงค์โฆษณา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อหลักๆ ที่โครงการฯ เลือกใช้ นอกจากนี้ยังพบว่าสื่อหลักๆ ดังกล่าวเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับโครงการฯ ในระดับสูง และพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความตระหนักเกี่ยวกับโครงการ ส่วนทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาทั้งสองเรื่องนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในเชิงบวกต่อภาพยนตร์โฆษณา

นอกจากนี้จากการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างทราบถึงสิทธิของผู้บริโภคแล้ว และในการสัมภาษณ์ยังมีการให้ความรู้เกี่ยวกับโครงการฯ และแหล่งร้องเรียนด้วย แต่พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังคงไม่ใช่วิธีปกป้องสิทธิของตนโดยการร้องเรียน และเมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความรู้และทัศนคติที่มีต่อโฆษณา กับพฤติกรรมการปกป้องสิทธิโดยการร้องเรียนแล้ว พบว่าแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค และมีทัศนคติในเชิงบวกต่อโฆษณาก็ตาม ก็ยังมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนน้อยมากที่ตั้งใจจะปกป้องสิทธิของตนโดยการร้องเรียน

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา การโฆษณา
ปีการศึกษา 2541

ลายมือชื่อนิติ 
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม