

กระบวนการสร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมขององค์กรธุรกิจให้แก่สื่อมวลชน

นายก่อเกียรติ ดวงมณี



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2542

ISBN 974-332-793-2

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ENVIRONMENTAL EDUCATION PROCESS OF BUSINESS ORGANIZATION FOR
MASS MEDIA

Mr.Korkiat Duangmancee

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement

for the Degree of Master of Arts

Department of Mass Communications

Graduate School

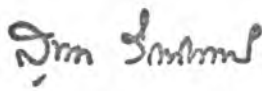
Chulalongkorn University

Academic Year 1999

ISBN 974-332-793-2

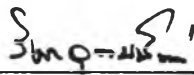
หัวข้อวิทยานิพนธ์ กระบวนการสร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมขององค์กรธุรกิจให้แก่สื่อมวลชน
โดย นายก่อเกียรติ ดวงมณี
ภาค การสื่อสารมวลชน
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาคามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต



คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา กีระนันท์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์วิภา อุดมฉันท)



อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ)



กรรมการ
(ดร.นฤมล หิณชีระนันท์)

ก่อเกียรติ ดวงมณี : กระบวนการสร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมขององค์กรธุรกิจให้
แก่สื่อมวลชน (ENVIRONMENTAL EDUCATION PROCESS OF BUSINESS
ORGANIZATION FOR MASS MEDIA) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ,
200 หน้า ISBN 974-332-793-2

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการสร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมของ
องค์กรธุรกิจที่จัดขึ้นให้แก่อสื่อมวลชน ด้วยการศึกษายองค์กรธุรกิจที่เคยจัดการฝึกอบรมเรื่อง
สิ่งแวดล้อมให้แก่อสื่อมวลชน 8 องค์กร และนักสื่อมวลชนที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมสิ่งแวดล้อมที่จัดขึ้น
โดยองค์กรธุรกิจจำนวน 21 คน โดยอาศัยแนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ แนว
คิดเกี่ยวกับการเรียนรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมของสื่อมวลชน และแนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรม
ขององค์กรธุรกิจ เป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า กิจกรรมสร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมที่องค์กรธุรกิจจัดขึ้นให้แก่อ
สื่อมวลชนมีหลากหลาย โดยมีจำนวนถึง 9 กิจกรรม จากจำนวนกิจกรรมสิ่งแวดล้อมศึกษาที่ใช้โดย
ทั่วไปจำนวน 12 กิจกรรม กิจกรรมที่ใช้มากที่สุดคือ ทักษะศึกษา น้อยที่สุดคือ สถานการณ์จำลอง

สำหรับปัจจัยที่องค์กรธุรกิจใช้ในการเลือกสรรกิจกรรมสร้างความรู้ฉบับแรก ได้แก่
ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับวิธีการการให้สื่อมวลชนได้รับความรู้ คือ เป็นกิจกรรมที่สามารถให้ความรู้ได้
รวดเร็ว เหมาะกับหัวข้อในการให้ความรู้ และเป็นกิจกรรมที่พิสูจน์แล้วว่าให้ความรู้ได้ดี ส่วน
ปัจจัยเกี่ยวกับความถนัดของผู้ให้ความรู้ ความถนัดของผู้รับสาร เวลา และค่าใช้จ่าย เป็นปัจจัยที่
ให้ความสำคัญในการเลือกรองลงมา

สำหรับการประเมินผลกระบวนการสร้างความรู้ องค์กรธุรกิจค่อนข้างพอใจในประ
สิทธิภาพจากการจัดกิจกรรม ในขณะที่สื่อมวลชนประเมินว่าการจัดกิจกรรมขององค์กรไม่ประสบ
ความสำเร็จ เนื่องจากองค์กรให้ความสำคัญกับตัวแปร “กิจกรรม” เป็นหลัก ขณะที่สื่อมวลชน
เห็นว่าตัวแปรสำคัญที่จะทำให้สื่อมวลชนได้รับความรู้จากการเข้าร่วมกิจกรรมคือ “หัวข้อ”
ของการฝึกอบรมมากกว่า

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา 2542

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

4085209028

: MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD:

ENVIRONMENTAL EDUCATION FOR MASS MEDIA

KORKIAT DUANGMANEE : ENVIRONMENTAL EDUCATION PROCESS

OF BUSINESS ORGANIZATION FOR MASS MEDIA. THESIS ADVISOR :

ASSO. PROF. KANJANA KAEWTHEP, Ph.D. 200 pp. ISBN 974-332-793-2

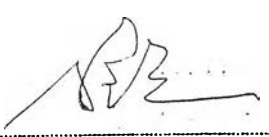
This research was aimed at the study of environment education process of business organization for mass media. By studying 8 business organizations which have ever held the course-training for mass media and 21 journalists who have ever participated in the environmental course held by business organization. The frameworks of data analysis are the concept of the resource conservation, the learning of environmental issues for mass media workers the activity of business organization.

The outcome reveals that there are nine types of training activity held by business organization in which enrich environmental knowledge to mass media. The most popular activity used for the training is the study tour and the least one is the simulation game


The training activity selection by the business organization is based on various factors. The business organization in the first selecting activity. The first and foremost factor involve to mass media is activity that can create the understanding of that topic quite and suitable for it. Also that activity choose be proved to give knowledge. The other minor factors connect with expertise of instructor, skill of the audience, time and cost.

Regarding to the evaluation, on the other hand, the business organizations are quite satisfied with the effectiveness of the training activity mass media evaluate that such activities were not successful because the organization give the emphasis on the "type" of variable of activity. Whereas the mass media agree that the selection criteria should base on "topic" of the course-training.

ภาควิชา.....การสื่อสารมวลชน.....

ลายมือชื่อนิสิต.....

สาขาวิชา.....การสื่อสารมวลชน.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ปีการศึกษา.....2542.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ในที่สุดก็สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยแรงกระตุ้น และเกื้อหนุนจากท่านๆหนึ่ง จนทำให้ผู้วิจัยฮึกเหิม และมีมานะจนมองเห็นปลายทางการเป็นมหาบัณฑิตอยู่รำไร ท่านเป็นผู้คอยให้คำแนะนำ ชี้แนะ เหน็บเถิดๆ และอื่นๆอีกนานัปการ ท่านผู้นี้จะเป็นใครไปไม่ได้ นอกจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ ผู้มีคุณูปการแก่ผู้วิจัยอย่างยิ่ง

โดยมีพักที่จะกล่าวขอบคุณถึงดร.นฤมล หิญาธิระนันท์ ผู้ที่กล้าเสี่ยงยอมมาเป็นกรรมการให้แก่ผู้วิจัย ซึ่งถือได้ว่าเป็นรายแรกในชีวิตของท่าน ขณะเดียวกันยังให้คำปรึกษา แนะนำ รวมทั้งให้ออกสารต่างๆที่มีประโยชน์ต่องานวิจัย

ขอขอบคุณตระกูล “เชิญขวัญแก้ว” บางคนที่มีส่วนสำคัญยิ่งที่ให้การสนับสนุนผู้วิจัยด้วยดีตลอด 2 ปีที่ผ่านมา และแน่นอนต้องขอบคุณ “หญิงต้น” ที่ขอบพาผู้วิจัยไปตะลอนขณะที่กำลังจะลงมือเขียนรายงาน (ทุกที) ขอขอบคุณคุณบุญพิร์ พันธุ์วร แห่งสยามกลการ คุณวสันต์ เศษวงค์ธรรม แห่งหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ที่สละเวลาให้สัมภาษณ์หลายครั้งหลายครา รวมไปถึงขอบคุณกลุ่มตัวอย่างทุกท่านที่มีอาจกล่าวถึงได้หมด ณ ที่นี้

ท้ายที่สุดผู้วิจัยต้องขอขอบคุณตัวเองที่พยายามทำตัวเป็นไฟที่ยังไม่มอดเชื้อ ไม่ขมเลยต่อแรงกระพือ และพัดโหมจากทุกคน จนในที่สุดก็เป็นมหาบัณฑิตสมคั้งใจ (แม้จะทุลักทุเลเต็มที) แต่สิ่งหนึ่งที่ผู้วิจัยเสียขายเป็นที่สุดคือ...แม้ไม่ได้ภูมิใจในความสำเร็จ ไม่ได้เห็นในสิ่งที่ท่านฝัน และปรารถนาที่จะเห็นมากที่สุดในชีวิตของท่านคือ...วันที่ลูกชายรับปริญญาเลย...แม้เพียงสักครั้งเดียว

ก่อเกียรติ ดวงมณี

ตุลาคม 2542

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหานำวิจัย.....	9
วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	9
ขอบเขตการวิจัย.....	9
นิยามศัพท์.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ.....	11
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมของสื่อมวลชน.....	14
ทฤษฎีการให้ความรู้.....	22
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมขององค์กรธุรกิจ.....	26
แนวคิดการตลาดเพื่อสังคม.....	27
แนวคิดการประชาสัมพันธ์องค์กรธุรกิจเอกชน.....	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	31
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	35
แหล่งข้อมูล.....	35
ประชากร.....	35
กลุ่มตัวอย่าง.....	36
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
การนำเสนอข้อมูล.....	42

บทที่ 4	ความเป็นมา วัตถุประสงค์ และการวิเคราะห์	
	กระบวนการสร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมขององค์กรธุรกิจให้แก่สื่อมวลชน.....	43
	ความเป็นมาของการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมสิ่งแวดล้อมขององค์กรธุรกิจ.....	44
	วิเคราะห์ข้อมูลตารางจากแหล่งข้อมูลบุคคลในองค์กรธุรกิจ.....	59
	วิเคราะห์ข้อมูลตารางจากแหล่งข้อมูลบุคคลที่เป็นสื่อมวลชน.....	113
บทที่ 5	วิเคราะห์คุณลักษณะกลุ่มตัวอย่าง.....	153
	วิเคราะห์คุณลักษณะขององค์กรธุรกิจ.....	154
	วิเคราะห์คุณลักษณะของสื่อมวลชน.....	159
บทที่ 6	วิเคราะห์เปรียบเทียบงานวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	164
	เปรียบเทียบความเหมือน / แตกต่างระหว่างองค์กรธุรกิจกับสื่อมวลชน.....	165
	อภิปรายผล.....	168
	ข้อจำกัดในการวิจัย.....	170
	ข้อเสนอแนะ.....	171
	รายการอ้างอิง.....	173
	ภาคผนวก.....	177
	ประวัติผู้วิจัย.....	200