

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษากลยุทธ์การใช้สื่อและกิจกรรมรณรงค์ของ บอดี ซีอ็อป เพื่อนำเสนอปัญหาสิ่งแวดล้อม ตามกรอบแนวคิดเรื่องกลยุทธ์การตลาด บทบาทของสื่อในการสื่อสารทางการตลาด และแนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ทางการสื่อสาร ด้วยวิธีการประมวลข้อมูลจากเอกสาร คำสัมภาษณ์ของผู้มีส่วนรับผิดชอบโครงการ และข้อมูลในสื่อเพื่อการรณรงค์รูปแบบต่าง ๆ เพื่อเข้าใจถึงหลักการและเงื่อนไขในการใช้สื่อต่าง ๆ และทำความเข้าใจเนื้อหาสาระที่นำเสนอของโครงการรณรงค์ ตลอดจนด้านผลกระทบที่มีต่อผู้รับสาร ตามกรอบแนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบทางการสื่อสาร และแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วม ด้วยวิธีการใช้แบบสอบถาม ผู้วิจัยขอสรุปและอภิปรายผลการวิเคราะห์ ตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะการเลือกใช้สื่อในการเผยแพร่ข่าวสารและกิจกรรมรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมของ บอดี ซีอ็อป
2. เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจเลือกใช้สื่อ
3. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารด้านปัญหาสิ่งแวดล้อมจากสื่อของ เดอะ บอดี ซีอ็อป ที่มีต่อผู้รับสาร
4. เพื่อศึกษาถึงผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการนำเสนอปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มีต่อผู้รับสาร

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาลักษณะการเลือกใช้สื่อในการเผยแพร่ข่าวสารและกิจกรรมรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมของ บอดี ซีอ็อป

โครงการรณรงค์ต่าง ๆ ของ เดอะ บอดี ซีอ็อป ประเทศไทยนั้นเป็นการรณรงค์ทางการสื่อสารที่จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อให้เกิดความตระหนัก รวมทั้งการให้ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม โดย เดอะ บอดี ซีอ็อป ได้ดำเนินกิจกรรมด้วยการใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีลักษณะการเลือกใช้สื่อดังต่อไปนี้

- ใช้สื่อทุกประเภท ทั้งสื่อที่เป็นสื่อรุกและสื่อรับ ทั้งนี้เพราะเล็งเห็นว่าสื่อแต่ละชนิดมีข้อดีและข้อด้อยแตกต่างกันไป และให้ความสำคัญกับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่ออื่น ๆ เพราะจากข้อจำกัดด้านงบประมาณและนโยบายจากบริษัทแม่ รวมทั้งลักษณะของข่าวสารที่นำเสนอ (message) ซึ่งนำเสนอข่าวสารที่เป็นความรู้และการปฏิบัติตนเพื่อช่วยรักษาสภาพแวดล้อม ดังนั้น สื่อสิ่งพิมพ์จึงเป็นสื่อที่เหมาะสมเนื่องจากเป็นสื่อที่มีความคงทนถาวรกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ ผู้อ่านสามารถย้อนกลับมาอ่านและเก็บไว้เป็นหลักฐานได้ ประกอบกับสามารถเสนอเรื่องราวข่าวสารได้หลายประเภท จึงสามารถ

เข้าถึงประชาชนได้หลายกลุ่ม หลายอาชีพ ประกอบกับสื่อสิ่งพิมพ์นั้นเป็นสื่อที่ เดอะ บอดี ซ็อบ สามารถกำหนดช่องทางในการใช้สื่อและเนื้อหาได้

- การเข้าไปใช้ช่องทางสื่อมวลชนนั้น เป็นเพียงสื่อเสริมเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากการใช้สื่อสิ่งพิมพ์มีข้อด้อยคือเป็นเพียงสื่อตั้งรับ ในขณะที่สื่อมวลชนเป็นสื่อรุกที่สามารถเผยแพร่ไปสู่ประชาชนจำนวนมากได้ในเวลาที่รวดเร็ว

สำหรับเกณฑ์ในการเลือกกิจกรรมนั้นพบว่า มีอยู่ 2 เกณฑ์ คือ เกณฑ์การเลือกกิจกรรมที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ และเกณฑ์การเลือกกิจกรรมที่สอดคล้องกับการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร โดยพบว่าเกณฑ์ในการเลือกกิจกรรมรณรงค์เท่าที่ผ่านมานั้นจะใช้เกณฑ์ในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรเป็นจำนวนมากกว่าครึ่งหนึ่งของกิจกรรมทั้งหมด ซึ่งทำให้เกิดผลดีต่อภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีจุดยืนในการเป็นผู้ผลิตและจำหน่าย “เครื่องสำอางสีเขียว”

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจเลือกใช้สื่อ

- ในส่วนของปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจเลือกใช้สื่อ นั้น แบ่งเป็น 2 ประเด็น ดังนี้
- การให้ความสำคัญแก่สื่อประเภทต่าง ๆ พบว่า เดอะ บอดี ซ็อบ มีการให้ความสำคัญแก่สื่อประเภทต่าง ๆ แตกต่างกันไป โดยมีการให้ความสำคัญกับสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ แผ่นพับ ไปสเตอร์ จดหมายข่าว สติกเกอร์ มากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจาก สื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรงและเป็นสื่อที่สามารถให้รายละเอียดได้เป็นอย่างดี ประกอบกับนโยบายของบริษัทในการให้ความสำคัญกับสื่อเฉพาะกิจมากกว่าสื่อมวลชนเนื่องจากสื่อมวลชนเป็นสื่อที่เผยแพร่ในวงกว้าง อาจเข้าไม่ถึงกลุ่มเป้าหมายของ เดอะ บอดี ซ็อบ ได้
 - ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก มีผลต่อการกำหนดการตัดสินใจเลือกใช้ว่าจะใช้สื่อใด สำหรับประเด็นเรื่องปัจจัยภายใน ได้แก่ นโยบายการส่งเสริมการขายและนโยบายทางการตลาดซึ่งใช้แนวทางจากบริษัทแม่ มีผลต่อการนำเสนอเนื้อหาเป็นอย่างมาก เนื่องจากการเป็นผู้ซื้อสิทธิ์ (franchisee) จาก เดอะ บอดี ซ็อบ ประเทศอังกฤษ ดังนั้นแนวนโยบายต่าง ๆ รวมทั้งนโยบายการเลือกใช้สื่อจึงต้องขึ้นอยู่กับบริษัทแม่เป็นหลัก ในส่วนของปัจจัยภายนอก ได้แก่ สถานการณ์ทางการตลาด สถานการณ์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งการแข่งขันกับองค์กรอื่นที่ทำธุรกิจในลักษณะเดียวกันก็เป็นส่วนสำคัญในการเลือกใช้สื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารด้านปัญหาสิ่งแวดล้อมจากสื่อของ เดอะ บอดี ชีปที่มีต่อผู้รับสาร

จากบรรดาสื่อต่าง ๆ ที่เดอะ บอดี ชีป เลือกใช้ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจและสื่อบุคคลนั้น พบว่า สื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด สื่อมวลชนเป็นอันดับรองและสื่อบุคคลในระดับที่น้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะการเลือกใช้สื่อของ เดอะ บอดี ชีป ที่ให้ความสำคัญกับสื่อเฉพาะกิจมากกว่าสื่อประเภทอื่น แต่ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการให้ เดอะ บอดี ชีป นำเสนอข่าวสารผ่านสื่อมวลชนมากกว่าสื่อเฉพาะกิจและสื่อบุคคล ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความสะดวกในการรับสาร และสื่อมวลชนสามารถให้ความรู้และข่าวสารได้เป็นอย่างดี

ในด้านการได้รับข่าวสารจาก เดอะ บอดี ชีป พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อมวลชนและสื่อบุคคล แต่การเปิดรับข่าวสารจากสื่อทั้ง 3 ประเภทนี้ ยังมีปริมาณค่อนข้างน้อย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลักษณะของสื่อที่เป็นสื่อรับทำให้ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับข่าวสารที่ได้รับนั้นเป็นข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มากกว่าข่าวสารในเรื่องความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ไม่สอดคล้องกับปริมาณเนื้อหาในสื่อสิ่งพิมพ์ที่เดอะ บอดี ชีป นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเหตุผลในการเลือกรับสารที่บุคคลมีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารที่ตรงกับทัศนคติและความสนใจของตน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อศึกษาถึงผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการนำเสนอปัญหาสิ่งแวดล้อมของ เดอะ บอดี ชีป

การศึกษาผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการนำเสนอปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มีต่อกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับการวิเคราะห์เนื้อหาสารในสื่อสิ่งพิมพ์ที่พบว่า เดอะ บอดี ชีป นำเสนอเนื้อหาสารที่เป็นการให้ความรู้มากที่สุด นอกจากนี้ ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในด้านบวกต่อการนำเสนอปัญหาสิ่งแวดล้อมซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่างแต่ทว่าพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่างนั้นก็เป็นเพียงพฤติกรรมในระดับที่ไม่ต้องมีการเปลี่ยนพฤติกรรมเท่านั้น

ข้อจำกัดในการวิจัย

ข้อมูลี่บางส่วนเป็นการเก็บข้อมูลย้อนหลังและผู้วิจัยทำการศึกษาในฐานะบุคคลภายนอกองค์กร ดังนั้น บางครั้งจึงเป็นการไม่สะดวกในการเก็บข้อมูล ดังนั้น จึงต้องอาศัยแหล่งข้อมูลจากหลาย ๆ แหล่งมาศึกษาและพยายามทำให้มีความเชื่อมโยงเท่าที่จะหาข้อมูลมาทำได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอเสนอแนะสำหรับผู้สนใจทำการวิจัยในหัวข้อที่ใกล้เคียง ดังต่อไปนี้

1. วิธีการศึกษาวิจัย ควรใช้ระเบียบวิธีวิจัยหลาย ๆ อย่างผสมกันไป เช่น เพิ่มการสัมภาษณ์เชิงลึกในส่วนของกลุ่มตัวอย่าง หรือการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมผสมผสานกับการเก็บข้อมูลตามแบบสอบถามเพื่อสำรวจทั้งผู้บริโภคทั่วไป กลุ่มพนักงานขาย ผู้เข้าร่วมกิจกรรม และผู้ดำเนินการโครงการณรงค์ทั้งด้านวางแผนและดำเนินการ เพื่อให้เข้าใจถึงบริบทต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น
2. สำหรับแบบสอบถามที่เป็นตัววัดความรู้และทัศนคติ ควรสร้างให้มีความเที่ยงตรง น่าเชื่อถือมากขึ้นและควรมีข้อคำถามมากพอที่จะทำให้ค่าเฉลี่ยของความผิดพลาดในการวัดมีน้อยลง
3. การวิจัยในครั้งต่อไป อาจทำการศึกษากลยุทธ์การใช้สื่อขององค์กรอื่น ๆ ที่ทำธุรกิจประเภทเดียวกัน ทั้งองค์กรภายในประเทศและองค์กรจากต่างประเทศ ทั้งนี้เพื่อเปรียบเทียบลักษณะและกลยุทธ์การเลือกใช้สื่อว่ามีความเหมือนและแตกต่างกันเพียงใด

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย