

บทที่ 1

บทนำ



## ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นประเด็นสำคัญที่หลายฝ่ายได้ให้ความสนใจหยิบยกขึ้นมา สัมมนาและอภิปรายร่วมกัน ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ทุก ๆ ฝ่ายทั้งภาครัฐและเอกชนต้องหันมาร่วมมือกันแก้ไข เพราะปัญหาสิ่งแวดล้อมเกี่ยวข้องและส่งผลกระทบต่อมวลมนุษยชาติ เนื่องจากการตัดสินใจในการใช้และรักษาทรัพยากรธรรมชาติมีผลกระทบต่อกิจกรรมการบริโภคและการผลิตของหลายกลุ่มคน รวมทั้งเงื่อนไขเพื่อการลงทุนในแต่ละวันก็แปรเปลี่ยนไปตามภาวะการเมืองซึ่งเกี่ยวโยงโดยตรงต่อการบริหารและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

หน่วยงานรัฐบาลเองได้เล็งเห็นความสำคัญของปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง เนื่องจาก ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาสาธารณะ ภาครัฐจึงต้องเข้ามามีบทบาทหลักในการแก้ไข โดยมีการนำเอาวิธีการแบบควบคุม (Regulatory Control) มาใช้ มีการออกกฎหมายหรือกฎระเบียบเพื่อคุ้มครองสิ่งแวดล้อม โดยกฎหมายฉบับแรกของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับสิ่งแวดล้อม คือ พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ.2518 และต่อมาได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมอีก 2 ครั้งคือในปี พ.ศ.2522 และ พ.ศ.2535 ซึ่งฉบับปี พ.ศ.2535 นี้ถือเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในกฎหมายสิ่งแวดล้อม เพราะเป็นการนำหลักการใหม่ ๆ และแนวคิดในการจัดการสิ่งแวดล้อมมากำหนดไว้เป็นมาตรการกฎหมาย โดยเฉพาะแนวทางที่จะมุ่งใจให้ประชาชนปฏิบัติตามกฎหมายด้วยความเต็มใจ อันเป็นแนวทางเพิ่มเติมไปจากมาตรการควบคุมกำกับดูแลซึ่งได้ใช้บังคับมาแล้วตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยมีการปรับปรุงกฎหมายที่จะให้ผู้บริหารธุรกิจและเจ้าของสถานประกอบการประเภทต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนรับภาระนี้ด้วยความเต็มใจ ก็คือ มุ่งใจให้ผู้ประกอบการทั้งหลายปฏิบัติตามกฎหมาย โดยผู้ประกอบการจะได้รับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เมื่อได้ปฏิบัติตามถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งปัจจุบันมาตรการที่นำมาใช้ในการมุ่งใจนี้ จะมีแรงจูงใจในลักษณะการได้รับสิทธิประโยชน์ (Incentive) และแรงจูงใจในลักษณะผ่อนภาระลง (Disincentive)

นอกจากการควบคุมทางด้านกฎหมายแล้ว รัฐบาลได้มีนโยบายในการแก้ไขสิ่งแวดล้อมตลอดมา โดยในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 (ปี พ.ศ.2525-2529) ได้มีการกำหนดนโยบายและมาตรการการพัฒนาสิ่งแวดล้อม โดยมีเป้าหมายที่ชัดเจนยิ่งขึ้นในการแก้ไขปัญหามลพิษ

การกระจายตัวของประชากรและการตั้งถิ่นฐาน ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ และการเปลี่ยนแปลงทางระบบนิเวศน์

จนมาถึงในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (ปี พ.ศ.2530-2534) ก็ยังมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างมาก มีการนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้อย่างกว้างขวาง และเพิ่มปริมาณมากขึ้น มีการขยายตัวในความต้องการด้านสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา การคมนาคม การสื่อสาร ฯลฯ มากขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ต้องอาศัยทรัพยากรธรรมชาติเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิต เมื่อพิจารณาในนโยบายและแนวทางการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในช่วงนี้จะพบว่าให้ความสำคัญในด้านการดำเนินการเพื่อป้องกันและแก้ปัญหาที่สืบเนื่องมาจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (วาระสารเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ : 2531) โดยดำเนินการให้องค์กรร่วม 3 ฝ่าย คือ ชุมชน สถานประกอบการ และภาครัฐบาล คอยกำกับดูแลป้องกันรักษาสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ กำหนดให้จัดทำแผนป้องกันและรักษาสิ่งแวดล้อมไว้ในแผนการลงทุนโครงการบริการพื้นฐานต่าง ๆ และกำหนดหลักสูตรการศึกษาแก่เยาวชนให้มีจิตสำนึกต่อการป้องกันรักษาสิ่งแวดล้อม ใช้มาตรการด้านภาษี สนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมให้ลงทุนป้องกันปัญหาสิ่งแวดล้อม สนับสนุนให้สถาบันการเงินพิจารณาแนวทางการจัดตั้ง “กองทุนคุ้มครองสิ่งแวดล้อม” เพื่อสนับสนุนการลงทุนพัฒนาที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะในชุมชนเมือง ใช้มาตรการทางการเงินและการคลังในการรูงใจโรงงานอุตสาหกรรมใหม่เคลื่อนย้ายไปยังพื้นที่ที่กำหนด และสนับสนุนองค์กรของรัฐและประชาชนในระดับท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหาร บำรุง และจัดการทรัพยากรธรรมชาติ (วาระสารเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ : 2531)

สำหรับในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (ปี พ.ศ.2535-2539) ได้มีการวางแผนนโยบายเรื่องสิ่งแวดล้อมโดยเน้นที่จะลดผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตที่คนในสังคมได้รับจากความเสื่อมโทรมของสภาวะแวดล้อมอันสืบเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากสังคมเกษตรมาเป็นสังคมเมือง สังคมอุตสาหกรรม และความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ โดยมีแนวทาง เช่น รัฐทำการจัดสรรงบประมาณและให้เงินอุดหนุนการลงทุนเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นกรณีพิเศษเร่งด่วน มีการนำหลักการ “ผู้สร้างปัญหามลพิษจะต้องเป็นผู้รับภาระในการบำบัดและกำจัดมลพิษ” (Polluter-Pays-Principle: PPP) โดยในหลักการนี้ ผู้ก่อมลภาวะควรจะเป็นผู้จ่ายค่าเสียหายอันเกิดขึ้นจากการกระทำ (ระบบการผลิต) ของเขาด้วย วิธีการนี้จะกระตุ้นให้ผู้ก่อมลภาวะมีความระมัดระวังไม่ให้ปฏิบัติการอันก่อให้เกิดความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมหรือชุมชน หรืออย่างน้อยก็ต้องใช้ความพยายามทำทุกอย่างเพื่อให้เสียหายน้อยที่สุด ( ปรินซ์ เปียมพงศ์สานต์ :2538 ) รวมทั้งมีการปรับปรุงองค์กร กฎหมาย และการบริหารจัดการต่าง ๆ เช่น จัดให้มีการวางแผนและประสานแผนพัฒนาสิ่งแวดล้อมในเมืองอย่างเป็นระบบควบคู่ไปกับการกำหนดบทบาทของส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และองค์

กรการบริหารส่วนท้องถิ่นรวมทั้งภาคเอกชน ให้มีการปรับปรุงองค์กรที่รับผิดชอบในการกำกับนโยบายและประสานงานทั้งส่วนกลางและท้องถิ่นให้ชัดเจนยิ่งขึ้น และในแผนพัฒนา ฯ ฉบับที่ 7 นี้ก็ได้มุ่งเน้นที่ความร่วมมือระหว่างรัฐบาล เอกชน ชุมชนและประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม เนื่องจากตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ความรับผิดชอบในการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมเป็นบทบาทอำนาจหน้าที่ของภาครัฐแต่เพียงฝ่ายเดียว และเนื่องจากข้อจำกัดในด้านกลไกของรัฐที่มีไม่พอเพียงที่จะดูแลปัญหาสิ่งแวดล้อมได้ทุกด้าน ประกอบกับขอบเขตการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องกว้างขวางไม่สามารถกระทำสำเร็จได้โดยบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเท่านั้น จึงทำให้เกิดปัญหามากมาย เป็นต้นว่า งบประมาณที่มีจำกัด จำนวนบุคลากรของรัฐที่จะดูแลรับผิดชอบ ในขณะเดียวกันสภาพปัญหาสิ่งแวดล้อมมีเพิ่มมากขึ้นและทวีความรุนแรงมากขึ้นจนเกินขีดความสามารถที่ภาครัฐฝ่ายเดียวจะดูแลจัดการได้อย่างทั่วถึง ด้วยเหตุนี้เองรัฐจึงได้ปรับเปลี่ยนแนวทางในการดำเนินการเสียใหม่โดยเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพิทักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้น

ในปัจจุบัน ภาคธุรกิจเอกชนได้เข้ามามีบทบาทเด่นชัดขึ้นในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ เนื่องจากปัจจัย 3 ประการ ดังต่อไปนี้ คือ

1. รัฐเปลี่ยนแนวคิดมาส่งเสริมให้ภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทและมีส่วนแบ่งเบาภาระการดำเนินการของรัฐ โดยภาครัฐให้การสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ทั้งงบประมาณในการดำเนินโครงการต่าง ๆ และประสานงานเพื่อให้ประชาชนได้มีความตื่นตัวและสร้างจิตสำนึกในสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ เช่น
  - 1.1 ส่งเสริมให้องค์กรเอกชนสามารถจดทะเบียนเป็นองค์กรเอกชนด้านการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ พร้อมทั้งเสริมศักยภาพให้องค์กรเอกชนที่จดทะเบียน ด้วยการประชุมชี้แจงถึงแนวทางการขอรับการสนับสนุนเงินอุดหนุนจากกองทุนสิ่งแวดล้อม
  - 1.2 สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กรมการพัฒนาชุมชน สภาความมั่นคงแห่งชาติและส่วนราชการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้ให้การสนับสนุนให้องค์กรเอกชนได้มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ การฝึกอบรม สัมมนา ศึกษาดูงาน และการเป็นกรรมการในชุดต่าง ๆ
  - 1.3 กองทัพอากาศ กรมป่าไม้ กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กรมควบคุมมลพิษ สำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อมและส่วนราชการอื่น ๆ ได้ให้ความร่วมมือกับภาคเอกชนในการร่วมรณรงค์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมสู่สาธารณชน
  - 1.4 กรมป่าไม้ สภาความมั่นคงแห่งชาติและจังหวัดที่เกี่ยวข้อง ได้มีความพยายามสนับสนุนการออกพระราชบัญญัติป่าชุมชนที่องค์กรเอกชน องค์กรชาวบ้าน ต้องการให้มีการรับรองสิทธิของชุมชนในการดูแลรักษาป่าชุมชน ( องค์กรพัฒนาเอกชน :2537 )
2. การถูกผลักดันโดยโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจที่เน้นการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม โดยเฉพาะแนวคิดการพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable Development) ซึ่งเป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นในช่วง ค.ศ.1890-

1920 เป็นช่วงที่กำลังมีความสนใจในเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติในสหรัฐอเมริกา ความหมายของ “การพัฒนาแบบยั่งยืน” หมายถึง การพัฒนาประเทศจะไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรเพื่อการพัฒนาจะต้องใช้อย่างประหยัดและไม่ให้ใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่ใช้หมดไป จะต้องให้ทรัพยากรธรรมชาติเกิดขึ้นใหม่ทดแทนของเก่า รวมตลอดจนถึงการทำสิ่งใหม่ทดแทนสิ่งเก่าที่เสื่อมสลายหมดไปด้วย (สุนีย์ มัลลิกามาตย์ : 2538)

3. แรงผลักดันจากผู้บริโภคที่ทำงานตามกลไกตลาด เนื่องจากความต้องการการยอมรับจากสังคมในด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าหรือธุรกิจของตนเอง เป็นการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้ขยายตัวมากยิ่งขึ้นในกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งมีการปรับเปลี่ยนแนวคิดจากการบริโภคตามความพึงพอใจไปสู่การบริโภคเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยมีแนวโน้มว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้จะมีการเพิ่มจำนวนมากขึ้นในอนาคตอย่างแน่นอน

จากเหตุผลทั้ง 3 ประการที่กล่าวมาแล้วข้างต้นทำให้องค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมต่าง ๆ ต้องปรับเปลี่ยนตัวเองเสียใหม่ ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจแบบนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ การลดการปล่อยของเสียที่เป็นอันตรายร้ายแรง การป้องกันชั้นบรรยากาศโอโซน ทั้งนี้เพื่อป้องกันด้านชื่อเสียงองค์กรของตน ซึ่งหากชื่อเสียงขององค์กรเสียหาย ก็อาจก่อให้เกิดผลเสียกับธุรกิจของตน ทั้งหมดที่กล่าวมานี้จะเป็นตัวบังคับให้บริษัทเอกชนผู้ผลิตสินค้าต้องเริ่มสนใจเรื่องการออกแบบสินค้า การปรับวิธีการผลิตและท้ายที่สุดจะต้องสามารถให้บริษัทเหล่านี้ตระหนักว่า ผลประโยชน์ของบริษัทกับความอยู่รอดของสังคมนี้มีพันธะผูกพันอย่างแยกไม่ออก บริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมมีโอกาสที่จะได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและมีอนาคตที่ยั่งยืน บริษัทที่ผลิตสินค้ารักษาสิ่งแวดล้อมจะได้รับประโยชน์อย่างเหมาะสม และที่สำคัญผลประโยชน์อันมีค่าจะตกอยู่กับองค์กรธุรกิจนั่นเอง โดยเฉพาะในเรื่องของการผลิต นอกจากนี้การใช้วัสดุอุปกรณ์อย่างมีประสิทธิภาพยังจะส่งผลให้ต้นทุนการผลิตของสถานประกอบการลดลงอีกด้วย

- การแสดงความรับผิดชอบต่อธุรกิจต่อสิ่งแวดล้อมนั้น สามารถแบ่งได้เป็น 2 ด้านดังนี้ คือ การแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมภายในและการแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมภายนอก
1. ความรับผิดชอบต่อธุรกิจต่อสิ่งแวดล้อมภายใน หมายถึงความรับผิดชอบที่เกิดขึ้นภายในองค์กรธุรกิจเอง ตัวอย่างเช่นในจุดของการผลิตนั้น แนวคิด “การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพทางสิ่งแวดล้อม (Environmentally Friendlier Products) กำลังเป็นที่ยอมรับกันมากในหมู่ธุรกิจอุตสาหกรรมและการบริโภค นั่นคือทางฝ่ายผู้ผลิตจะเน้นหนักในการมองผลิตภัณฑ์ของคนอย่างเป็นระบบ โดยพิจารณาว่า ทุกขั้นตอนของการผลิตจะมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างไรบ้าง โดยการดำเนินงานของภาคธุรกิจเอกชนในเรื่องนี้ จำแนกได้เป็น 4 รูปแบบคือ

- การลงทุนเพื่อควบคุมมลพิษ เช่น บริษัท สวีเดนมอเตอร์ส จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตรถยนต์วอลโว่ ได้ริเริ่มนำเอาเครื่องกรองไอเสียระบบ 3 ทิศทาง สามารถกำจัดสารประเภทไฮโดรคาร์บอน คาร์บอนมอนนอกไซด์และไนโตรเจนออกไซด์ที่ปล่อยออกมาจากท่อไอเสียได้ถึง 95%
- การพัฒนาเทคโนโลยีที่ปราศจากมลพิษ เช่น บริษัทลิเวอร์ บราเธอร์ (ประเทศไทย) จำกัด สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ไบโอเทค ลักษณะเหมือนกล่องโฟม แต่มีส่วนสำคัญของแป้งมันสำปะหลังและสารสังเคราะห์ชนิดเม็ดไบโอพลาสติกที่มีส่วนประกอบของไฮโดรเจนคาร์บอนที่ย่อยสลายได้ด้วยแบคทีเรียและน้ำให้กลายเป็นอินทรีย์สารใน 1 สัปดาห์ ไม่ทำให้เกิดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังสามารถนำไปทำเป็นอาหารสัตว์ได้
- เทคโนโลยีเพื่อการประหยัดทรัพยากรธรรมชาติ เช่น บริษัท ฟิลิปส์อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งผลิตหลอดไฟประหยัดพลังงานรุ่นต่าง ๆ ซึ่งช่วยประหยัดพลังงานไฟฟ้าและลดปัญหาหมอกควันจากการใช้พลังงาน นอกจากนี้ ยังตั้งศูนย์สว่างประยุกต์ขึ้น เพื่อเป็นแหล่งให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้หลอดไฟฟ้าประเภทต่าง ๆ กับความเหมาะสมของอาคารสถานที่ด้วย
- การลดปริมาณของเสียและนำกลับมาใช้ใหม่ เช่น บริษัท ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน จำกัด (มหาชน) จัดให้มีโครงการแลกกระดาษเพื่อชีวิตป่า โดยมีضمให้ลูกค้านำเศษกระดาษใช้แล้วมาแลกเปลี่ยนกับกระดาษชำระชนิดรีไซเคิล นอกจากนั้นยังมีโครงการคณะทูตรีไซเคิล เพื่อเผยแพร่ความรู้และวิถีการในการนำขยะที่ยังมีคุณค่ากลับมาใช้ใหม่ได้

การนำกลยุทธ์ “การตลาดสีเขียว” (Green Marketing) มาใช้ก็เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการปรับเปลี่ยนภาพพจน์ของธุรกิจเอกชน “การตลาดสีเขียว” โดยเริ่มเป็นครั้งแรกในเดือนมกราคม พ.ศ.2534 ในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีหนังสือพิมพ์แอดเวอริไทซิ่งเอง เป็นผู้ที่มิมบทบาทสำคัญผลักดันให้เกิดการรณรงค์ขึ้น อันเป็นรูปธรรมต่อเนื่องจากเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2533 ที่สภาองเกรสผ่านกฎหมายเพื่ออากาศสะอาด (Clean air Law) โดยเป็นกฎหมายสิ่งแวดล้อมฉบับแรกของโลกที่ดูแลสิ่งแวดล้อมในระดับสูงสุด

กรีนมาร์เก็ตติ้งในไทยถูกนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดกันอย่างกว้างขวางตั้งแต่ช่วงเวลาต่อเนื่องปีพ.ศ.2533-2534 โดยเริ่มจากสินค้าอุปโภคบริโภคเพราะสินค้าดังกล่าวนี้เกี่ยวข้องกับประชาชนส่วนใหญ่โดยตรง ดังนั้น ความตื่นตัวย่อมจะมีมากกว่าผลิตภัณฑ์อื่น ๆ

2. ความรับผิดชอบของธุรกิจต่อสิ่งแวดล้อมภายนอก หมายถึง การแสดงเจตนารมณ์และการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อปัญหาของชุมชนหรือสังคม นอกเหนือจากองค์กรธุรกิจได้เข้าไปมีบทบาทในการก่อตั้งองค์กรพัฒนาเอกชนด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อกระตุ้นจิตสำนึก ให้ข่าวสารความรู้และศึกษากันคว้าดีแท้ปัญหาสู่สาธารณชน ทั้งประสานเข้ากับประชาชนเพื่ออนุรักษ์ ฟื้นฟู หรือผลักดันให้

ภาครัฐสนใจนำไปออกนโยบายและออกกฎหมายคุ้มครอง โดยองค์กรธุรกิจบางแห่งได้จัดตั้งเอ็นจีโอ ( Non-Governmental Organizations NGOs) หรือร่วมมือกับสถาบันหรือกลุ่มองค์กรอื่น ๆ ช่วยให้กระแสนวัตกรรมสิ่งแวดล้อมและปัญหากระจายออกไปสู่ประชาชนอย่างกว้างขวาง เป็นการช่วยลดภาระหน้าที่ในแก่ภาครัฐบาลได้ เนื่องจากองค์กรเอกชนมีความยืดหยุ่นคล่องตัวในการทำงานสูง ขั้นตอนการทำงานไม่ซับซ้อนหรือใช้เวลานาน และมีโอกาสใกล้ชิดกับคนในชุมชนมากกว่าหน่วยงานของรัฐ ทำให้ทราบถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม สภาพสังคมและวัฒนธรรมตลอดจนปัญหาเศรษฐกิจของคนในชุมชนได้อย่างชัดเจน การดำเนินงานภาคสนามมีเงินทุนสนับสนุนอย่างเพียงพอและต่อเนื่อง ทั้งยังเป็นการกระตุ้นให้บริษัทเอกชนอื่น ๆ หันมาให้ความสนใจการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้น ตัวอย่างเช่น โครงการรักเรา รักโลก โดยการดำเนินงานของศูนย์วิจัยนโยบายและการพัฒนา คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ภายใต้การสนับสนุนของบริษัท เอ็ม เอ็ม ซี ลีทิทผล จำกัด ได้มีบทบาทในการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยเริ่มตั้งแต่การสร้างจิตสำนึกทางด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่เยาวชน จึงมีการจัดอบรมเยาวชนอาสาสมัครในจังหวัดต่าง ๆ มีทุนการศึกษาให้การวิจัยธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางสิ่งแวดล้อม โดยมีการทำสารคดีเพื่อสิ่งแวดล้อม รายการรักเรา รักโลกทางวิทยุ มีคอลัมน์รักเรา รักโลก ซึ่งเป็นบทความเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในหนังสือพิมพ์ นอกจากนี้ ยังมีบทบาทในการฟื้นฟูอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติด้วยการปลูกต้นไม้ในเขตเมือง เพื่อแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมทรุดโทรมในกรุงเทพฯ

จากผลงานและกิจกรรมตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา พอดีจะสรุปบทบาทด้านต่าง ๆ ขององค์กรธุรกิจเอกชนในการแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมภายนอก ได้ดังนี้

1. ด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ข้อมูล ข่าวสารที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม โดยการดำเนินการผ่านสื่อมวลชนรูปแบบต่าง ๆ เช่น โฆษณา รายการโทรทัศน์ รายการวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสารและเอกสารเผยแพร่ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความตระหนักในปัญหาสิ่งแวดล้อม และทำให้เกิดแนวร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกระจายไปตามสังคมต่าง ๆ มากขึ้น
2. ด้านการเสริมสร้างจิตสำนึกเพื่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งภาคเอกชนได้เข้ามามีบทบาทเสริมการทำงานของภาครัฐอย่างมาก เช่น การจัดการอบรมค่ายเยาวชนเพื่อสิ่งแวดล้อม การจัดอบรมอาสาสมัครพิทักษ์สิ่งแวดล้อมในจังหวัดต่าง ๆ
3. ด้านการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม ในปัจจุบันมีองค์กรเอกชนหลายองค์กรซึ่งให้ความสำคัญในการป้องกันและแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยจัดกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นมาเพื่อสนับสนุนบทบาทในด้านนี้ เช่น ปัญหามลพิษทางอากาศและเสียง ปัญหาขยะ เป็นต้น
4. ด้านการฟื้นฟูอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การดำเนินงานในด้านนี้ขององค์กรเอกชนส่วนใหญ่ เช่น โครงการปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติ จะเป็นการดำเนินงานเพื่อฟื้นฟูสภาพธรรมชาติที่มีความเสื่อมโทรมลงให้กลับคืนสู่สมดุลตามธรรมชาติ

5. ด้านภาครัฐกิจเอกชนกับความร่วมมือเพื่อสิ่งแวดล้อม นอกจากการสร้างความตระหนักรับผิดชอบ ต่อสังคมด้วยการรณรงค์ เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อมแล้ว ภาครัฐกิจเอกชนยังได้ดำเนินการเพื่อสิ่งแวดล้อมอีกหลายรูปแบบ อาทิ การลงทุนเพื่อการควบคุมมลพิษ การนำเทคโนโลยีเพื่อการประหยัดทรัพยากรธรรมชาติมาใช้และการลดปริมาณของเสียและการนำกลับมาใช้ใหม่ เป็นต้น

ถึงแม้ว่าองค์กรธุรกิจเอกชนจะได้ปรับเปลี่ยนตัวเองโดยเข้ามาจับบทบาทและมีส่วนร่วมใน ด้านสิ่งแวดล้อมก็ตาม ในความเป็นจริงแล้วประชาชนทั่วไปต่างไม่เชื่อใจในวงการธุรกิจอยู่แล้ว ประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมอาจเป็นแค่จุดขายซึ่งทำตามกระแสสังคม และเมื่อพูดถึงเรื่อง “สีเขียว” ที่เป็น เรื่องตรงกันข้ามจึงไม่มีใครยอมรับได้อย่างสนิทใจและองค์กรธุรกิจเหล่านี้จะยังถูกมองด้วยสายตาไม่ แน่ใจนักว่าเป็นการ “ไถ่บาป” เนื่องจากบริษัทเหล่านั้นเป็นหนึ่งในตัวการทำลายสภาพสิ่งแวดล้อมธรรมชาติเพื่อสร้างความมั่งคั่งอย่างมหาศาลมาแล้วจึงถือ โอกาสเอาเงินกำไรมาใช้ฟื้นฟูอนุรักษ์หรือบาง บริษัทอาจฉวยโอกาสอาศัยกระแสคนสนใจปัญหาสิ่งแวดล้อมมาเป็นเครื่องมือเพื่อใช้ในการโฆษณา บริษัท ปัญหานี้จึงนำไปสู่ประเด็นการศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การใช้สื่อและกิจกรรมการรณรงค์ของบอดี ชีอป เพื่อนำเสนอเนื้อหาสิ่งแวดล้อม” โดยองค์กรที่ผู้วิจัยเลือกใช้เป็นกรณีศึกษาคือ บริษัทเอิร์ธแคร์ จำกัด (Earth Care Co.,Ltd) ซึ่งเป็นผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์เพื่อความงามภายใต้ชื่อ บอดี ชีอป (The Body Shop) บอดี ชีอปเป็นกิจการร้านค้าปลีกซึ่งมีการผลิตสินค้าโดยการนำเอาพืชพรรณธรรมชาติมาผนวก กับการค้นคว้าวิจัยที่ทันสมัยมาผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบ ภายใน ตั้งแต่การเลือกวัตถุดิบ การผลิต ส่วนผสมในสินค้า การพัฒนาและทดสอบสินค้าก่อนวาง ตลาดโดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม การบรรจุหีบห่อ การนำสิ่งที่ไม่ใช้แล้วมาผ่านกรรมวิธีแปรรูปเพื่อนำ กลับมาใช้ใหม่ ส่วนทางด้าน การแสดงความรับผิดชอบต่อภายนอกนั้นเป็นการจัดกิจกรรมเรื่องสิ่งแวดล้อม โดยมีการวางแผนการรณรงค์อย่างเป็นระบบ เช่น แนวความคิดเรื่อง “Against Animal Testing” ที่ รณรงค์มาตั้งแต่สินค้าเริ่มออกสู่ตลาด

บอดี ชีอป ถือกำเนิดโดยนางแอนนิต้า ร็อดดิก ในเดือนมีนาคม ปี พ.ศ.2519 โดยมีวัตถุประสงค์ต้องการทำธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ทั้งนี้เนื่องจากนางอนิต้าเห็นว่าธุรกิจเครื่องสำอาง นั้นไม่มีความจำเป็นที่ต้องใช้สารเคมีเพราะสิ่งที่ธรรมชาติให้มาคือสิ่งที่ดีที่สุด และความคิดที่ว่าธุรกิจ ไม่จำเป็นต้องเบียดเบียนมนุษยชาติ เพราะพื้นฐานของธุรกิจมีความพร้อมที่จะตอบสนองผลคืนกำไรให้ แก่สังคมเพราะองค์ประกอบของธุรกิจล้วนมีบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีองค์กรที่มีประสิทธิภาพ มีเงินทุนจัดการต่อเรื่องต่าง ๆ ได้ฉับไว ดังนั้น ธุรกิจจึงควรทำอะไรให้กับสังคมบ้าง นี่คือนจุดที่ทำให้ บอดี ชีอป ดำเนินว่าผลกำไรทางธุรกิจควรกลับคืนไปสู่สิ่งแวดล้อมและสังคม

บอดี ซีอ็อป มีสาขาแรกที่เมืองไบรท์ตัน ( Brighton ) ประเทศอังกฤษ นับถึงเดือนสิงหาคม 2537 เดอะ บอดี ซีอ็อป มีสาขาจำนวน 1,136 ร้านใน 45 ประเทศทั่วโลกทั้งทวีปอเมริกา ยุโรปและเอเชีย สำหรับประเทศไทย ปัจจุบันมี 13 สาขา

บริษัทมีการกำหนด “ค่านิยมพื้นฐาน” อันได้แก่ความห่วงใยสภาวะแวดล้อม ความสนใจและเอาใจใส่ต่อสิทธิมนุษยชน และการต่อต้านการทดลองด้วยสัตว์ในธุรกิจเครื่องสำอาง โดยบริษัทมีนโยบาย ดังนี้

1. การตรวจสอบด้วยตนเอง โดยมีการประเมินผลการใช้พลังงานและทรัพยากรอย่างสม่ำเสมอ เช่น การใช้ไฟฟ้า น้ำมัน
2. การส่งเสริมการพัฒนาแบบยั่งยืน โดยพยายามนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เช่น ขวด และพยายามใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดที่สุด
3. การเติบโตของธุรกิจที่แตกต่าง โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมพอ ๆ กับผลกำไร โดยการดำเนินธุรกิจกับชนพื้นเมืองในประเทศด้อยพัฒนา
4. การใช้พลังงานและลดปริมาณขยะ โดยวิธีการ 4 ขั้น คือ ลดปริมาณ ( Reduce ) ใช้ซ้ำ ( Reuse ) นำกลับมาเติมใหม่ ( Refill ) และนำกลับมาใช้ใหม่ ( Recycle )
5. การสร้างจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อม โดยให้ความรู้ในเรื่องสิ่งแวดล้อมและปัญหาสังคมแก่พนักงานและลูกค้า

จาก “ค่านิยมพื้นฐาน” ทั้ง 5 ประการที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่าจุดมุ่งหมายหลักในการดำเนินงานคือเพื่อร่วมกันรณรงค์การปกป้องสิ่งแวดล้อมโดยรักษาสภาพทางนิเวศน์วิทยาให้คงอยู่ต่อไป โดยผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์และกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้านสื่อสิ่งพิมพ์นั้นเป็นการจัดทำในรูปแบบของการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร สภาพแวดล้อมและผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ โดยผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสารในรูปแบบ Indirect Advertisement และสื่อเฉพาะกิจ (แผ่นพับ) เป็นส่วนใหญ่

ส่วนทางด้านการรณรงค์เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมนั้น เป็นการรับเอานโยบายหลักของบริษัทแม่ที่จะเข้าไปให้ความช่วยเหลือชนพื้นเมืองในท้องถิ่นที่มีสาขาของบอดี ซีอ็อป อยู่ในประเทศ โครงการสร้างงาน สร้างรายได้ (Trade Not Aid) และการให้ความร่วมมือกับหน่วยงานของภาครัฐบาลและเอกชนในการร่วมกันรณรงค์โครงการต่าง ๆ เพื่อประชาชน เช่น ในวันที่ 4 กรกฎาคม ซึ่งเป็นวันสิ่งแวดล้อมโลก บอดี ซีอ็อป บริจาครายได้ 10% ของยอดขายในวันนั้นให้กับมูลนิธิป้องกันควีนพิษและสิ่งแวดล้อม เพื่อใช้ในโครงการตรวจวัดและป้องกันภัยจากมลภาวะทางเสียงการจราจรในกรุงเทพมหานคร



## สำหรับกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในประเทศไทย มีดังนี้

ต.ค. 2537 โครงการต่อต้านการค้าสัตว์และพืชใกล้สูญพันธุ์ (CITES = Convention on International Trade in Endangered Species) โดยเป็นการรวบรวมลายเซ็นพร้อมๆกับบอดี ชีโอป ทั่วโลก โดยสร้างประวัติศาสตร์รวบรวมลายเซ็นได้เป็นอันดับหนึ่งของโลก

ก.ค.2538 วันสิ่งแวดล้อมโลก บริจาครายได้ 10% ของวันสิ่งแวดล้อมโลกให้มูลนิธิป้องกันควนพิษ และสิ่งแวดล้อม

ต.ค.-ก.ย.2538 การต่อต้านแผนการทดลองระเบิดนิวเคลียร์ของฝรั่งเศส ประชาชนชาวไทยได้ให้ความร่วมมือในการแสดงประชามติเป็นอย่างดี โดยร่วมกันเซ็นชื่อลงในโปสเตอร์จำนวน 7,000 กว่าใบโดยส่งไปให้เจ้าหน้าที่สถานทูตฝรั่งเศสประจำประเทศไทย

พ.ย.2538 รณรงค์การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับโรคเอดส์และการใช้ถุงยางอนามัยร่วมกับกลุ่มสมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน

มิ.ย.2539 โครงการรณรงค์การจัดการขยะในโรงเรียน (ระดับมัธยม)

ต.ค.2539 โครงการ No Time To Waste โครงการรณรงค์ให้ความรู้กับลูก้าในการจัดการขยะ ส่งเสริมการตลาดใช้ทรัพยากร โดยจัดเป็นกิจกรรม ดังนี้

- การประกวดโครงการเพื่อการจัดการขยะในโรงเรียน สำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษา
- การอบรม เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับปัญหาขยะและการจัดการขยะแก่โรงเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 15 แห่ง
- รวบรวมข้อเสนอ ความเห็นเกี่ยวกับการจัดการขยะของลูก้าและผู้สนใจ เพื่อยื่นเสนอต่อสำนักกรุงเทพมหานคร
- ผลิตโปสเตอร์ข้อมูล เอกสาร เกี่ยวกับข้อปฏิบัติในชีวิตประจำวันที่จะช่วยลดขยะ เพื่อเผยแพร่ตามองค์กรต่าง ๆ

มิ.ย 2540 โครงการรณรงค์ต่อต้านการใช้สัตว์ทดลอง (Against Animal Testing )

พ.ย.2540-41 โครงการส่งเสริมการนับถือตนเองของผู้หญิง (Self Esteem)

พ.ย.2541 โครงการค้าขายกับชุมชน ( Community Trade)

การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาการใช้สื่อสิ่งพิมพ์และกิจกรรมรณรงค์สังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กรธุรกิจ บอดี ชีโอป ในฐานะที่เป็นองค์กรธุรกิจที่มีผู้ก่อตั้งเป็นผู้หญิงรุ่นแรก ๆ ที่ประกาศตัวเองว่า “ เราอุทิศตนดำเนินธุรกิจและเพื่อชกุงให้มีการเปลี่ยนแปลงต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม” บอดี ชีโอป มีการวางคอนเซ็ปต์ในเรื่องของการรักษาสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน การสร้างความสำนึกที่ดีต่อตัวสินค้าที่ส่งผลกระทบต่อสังคมส่วนรวมโดยภาพที่ออกมาจึงเป็นสินค้าที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจศึกษาว่า องค์กรธุรกิจนี้ได้มีการเลือกใช้สื่ออย่างไรในการนำเสนอปัญหาสิ่งแวดล้อมและมีปัจจัยใดบ้างที่เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และได้แสดงบทบาท

อย่างไรในการแก้ไขปัญหาและอนุรักษ์ทรัพยากรในระดับความคิด ความ เข้าใจ และจิตสำนึกของคน ในสังคม

ในส่วนของผลกระทบของการใช้สื่อ จะเห็นได้ว่า องค์กรธุรกิจ เช่น บอด้ ซือป ได้ พยายามเสนอข่าวสารและกิจกรรมรณรงค์เพื่อเป็นการกระตุ้น สร้างความตื่นตัวเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความตระหนักและมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อปัญหา ซึ่งยังเป็นปัญหาอยู่ว่า ปัจจุบันผู้บริโภคและประชาชนทั่วไปได้ให้ความสนใจในปัญหาดังกล่าวมาน้อยเพียงใด จึงเป็นที่น่า สนใจศึกษาถึงกระบวนการสื่อสารในส่วนของผู้รับสารว่า ข่าวสารที่รณรงค์เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม ผ่านองค์กรธุรกิจนั้นสามารถเข้าถึงประชาชนได้มากน้อยเพียงใด โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าประจำ ทั้งนี้ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่เป้าหมายทางการตลาด ดังนั้นจึงเป็นกลุ่มที่น่าสนใจศึกษาว่า กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้ให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมมากน้อยเพียงใด และภายหลังจากรับรู้แล้วได้ก่อให้เกิดผลกระทบและความตระหนักในปัญหาสิ่งแวดล้อม ตลอดจน พฤติจิตสำนึกของผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้เข้าใจบทบาทและความรับผิดชอบ รวมทั้งมีความระมัดระวังการ ปฏิบัติตนในกิจวัตรประจำวัน พร้อมกับมีแนวโน้มที่จะต้องการเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการป้องกัน และแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมในสังคมมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้เพื่อนำผลที่ได้มาใช่วางแผนรณรงค์เกี่ยวกับ ปัญหาสิ่งแวดล้อมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะการเลือกใช้สื่อในการเผยแพร่ข่าวสารและกิจกรรมรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมของ องค์กรธุรกิจ
2. เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจเลือกใช้สื่อ
3. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารด้านปัญหาสิ่งแวดล้อม จากสื่อขององค์กรธุรกิจของกลุ่มผู้รับสารใน เขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาถึงผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการนำเสนอปัญหาสิ่งแวดล้อมขององค์กรธุรกิจ ที่มีต่อผู้รับสาร

## **ขอบเขตการวิจัย**

1. การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาเฉพาะการใช้สื่อในการนำเสนอเนื้อหาสิ่งแวดล้อมขององค์กรธุรกิจ เดอะบอดี ซีอ็อป เท่านั้น
2. การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาเฉพาะการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมที่นำเสนอผ่านองค์กรธุรกิจเดอะบอดี ซีอ็อป เท่านั้น ไม่นับรวมถึงการได้รับข่าวสารผ่านทางสื่อบุคคลหรือสื่อเฉพาะกิจต่าง ๆ

## **ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร การกำหนดนโยบายและแผนงานประชาสัมพันธ์ เพื่อรณรงค์แก้ไขปัญหาสังแวดล้อมขององค์กรธุรกิจอื่น ๆ ต่อไป
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการแก้ไขปัญหาที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความเป็นจริงมากขึ้น

## **นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย**

การใช้สื่อ (Media Use) หมายถึง การเลือกใช้สื่อว่าจะใช้สื่อประเภทใด โดยในที่นี้ แบ่งเป็น

สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร

สื่อบุคคล ได้แก่ พนักงานประจำร้าน เดอะ บอดี ซีอ็อป

สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ สื่อที่ใช้ในการเผยแพร่โครงการรณรงค์ต่าง ๆ ประกอบด้วย แผ่นพับ โปสเตอร์ สติกเกอร์ และงานนิทรรศการ

สื่อกิจกรรม ได้แก่ การประกวด การอบรม การจัดสัมมนา และการลงลายมือชื่อ

สื่อผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเป็นสินค้าเพื่อวางจำหน่ายภายในร้าน

รวมถึงการกำหนดสัดส่วนของสื่อ ลักษณะเนื้อหาที่จะนำเสนอผ่านสื่อ รูปแบบ วิธีการนำเสนอ ตลอดจนการกำหนดลักษณะการเผยแพร่ข่าวสารและช่องทางการเผยแพร่เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด

**ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจเลือกใช้สื่อ** หมายถึง ปัจจัยภายในองค์กรธุรกิจของบอดี ชีออป เช่น นโยบายในการส่งเสริมการขาย นโยบายในการจัดกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมและสังคม และ ปัจจัยภายนอก เช่น สถานการณ์ทางการตลาด หรือสถานการณ์สำคัญทางด้านการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติ เป็นต้น

**การเปิดรับข่าวสาร** หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมของ เคอะ บอดี ชีออป จากสื่อประเภทต่าง ๆ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อกิจกรรมและสื่อ ผลิตภัณฑ์ ซึ่งก่อให้เกิดผลการเปลี่ยนแปลงในตัวผู้รับสารทั้งในระดับความรู้ ทักษะและพฤติกรรม

**ผลลัพธ์** หมายถึง การเปลี่ยนแปลงการได้รับความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วม ปฏิบัติเกี่ยวกับการป้องกันแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมของบุคคลใดบุคคลหนึ่งภายหลังจากการได้รับข่าวสารสิ่งแวดล้อม

**ความรู้** หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับเรื่องราวและรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับโครงการรณรงค์ เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ เคอะ บอดี ชีออป

**ความตระหนัก** หมายถึง การเข้าใจและการเล็งเห็นความสำคัญและประโยชน์ในการป้องกัน แก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีจิตสำนึกที่จะป้องกันและแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม

**การมีส่วนร่วมปฏิบัติ** หมายถึง การให้ความร่วมมือตลอดจนการที่บุคคลได้กระทำการใด ๆ โดยสมัครใจต่อกิจกรรมและโครงการที่เกี่ยวกับการป้องกันและแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# CONCEPTUAL FRAMEWORK

