หัวข้อสารนิพนธ์	ศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ของแบรนด์คูนิต้าร์ แอนท์ เอท อี เอท เอท กรณีศึกษา สื่อบุคคล
ชื่อผู้ศึกษา	ปวีณา พันอิน
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาการประชาสัมพันธ์
คณะ	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย ศรีปทุม วิทยาเขต ชลบุรี
พ.ศ.	2551

บทคัดย่อ

จากการศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัทคูนิต้าร์ แอนท์ เอท อี เอท เอท กรณีศึกษา สื่อบุคคล เพื่อศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กร ผ่านสื่อแต่ละชนิด มีผลสรุปได้ดังต่อไปนี้

โดยสรุปผลการศึกษาสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้แก่ สื่อบุคคล ซึ่งถูกเผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ ดังต่อไปนี้คือ สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุโทรทัศน์ และอินเตอร์เน็ต โดยสื่อบุคคล ได้แก่ ดารา นักแสดง และผู้ที่มีชื่อเสียงในสังคม ซึ่งจะมีการติดต่อขอความอนุเคราะห์จากทางร้าน เพื่อ นำชุดจากทางร้านสำหรับสวมใส่ในงานแสดงโชว์ต่างๆ ซึ่งสื่อมวลชนก็จะเป็นส่วนหนึ่งที่ให้ความสนใจกับ ดารา นักแสดง และผู้ที่มีชื่อเสียงในสังคม อย่างเช่น ในสื่อวิทยุโทรทัศน์ ก็จะมีการสัมภาษณ์ เก็บภาพ ดารา นักแสดง และผู้ที่มีชื่อเสียงในสังคม โดยมีการนำเสนอออกมาเป็นภาพข่าว สกู๊ปข่าว ซึ่งจะมีภาพชุดของทางบริษัทปรากฏอยู่ในนั้นด้วย แต่จะไม่ปรากฏตราสัญลักษณ์ และชื่อบริษัท ถึงแม้จะไม่มีการกล่าวถึงชื่อบริษัทอยู่เลยก็ตาม แต่รูปแบบและการตัดเย็บที่เป็นเอกลักษณ์โดยนำผ่านออกมาทางสื่อนั้นๆ ซึ่งถือว่าเป็นการสร้างความเชื่อมั่นของลูกค้าให้เกิดขึ้นกับบริษัทดังกล่าว อีกส่วนหนึ่งได้แก่ สื่อบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นพิธีกร โดยมีการใส่ชุดจากทางร้านในการถ่ายทำรายการซึ่งจะมีการกล่าวขอบคุณสปอนเซอร์ชุดพิธีกร ซึ่งเป็นของห้องเสื้อคูนิต้าร์ แอนท์ เอท อี เอท เอท อีกช่องทางหนึ่งที่น่าสนใจคือการใช้นายแบบนางแบบ สวมใส่เสื้อผ้าสำหรับการเดินแฟชั่น

จากการศึกษาพบว่าปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน คือ การประชาสัมพันธ์อาจขาดประสิทธิภาพในการเปิดกลุ่มรับลูกค้าใหม่ เนื่องจากภาพของชุดที่ใส่เผยแพร่ออกตามสื่อต่างๆ นั้น ไม่ได้ปรากฏตราสัญลักษณ์ขององค์กรแต่อย่างใด และขาดการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในการที่จะใช้สื่อบุคคลเป็นผู้นำเสนอภาพลักษณ์องค์กรให้กับประชาชนหรือบุคคลอื่นๆได้รู้จัก แนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นคือ การที่สร้างช่องทางใหม่ในการเปิดตลาดใหม่ คือการเปิดสาขาเพิ่มในสถานที่ต่างๆ เพื่อให้มีการพบเห็นที่เพิ่มขึ้นและการสร้างการจดจำตราสัญลักษณ์องค์กรได้มากขึ้น

SPU CHONBURI