

<b>ชื่อเรื่อง</b>	การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการรณรงค์การอ่านหนังสือของเยาวชนไทย
<b>ผู้ศึกษาค้นคว้า</b>	รัชรินทร์ ล้อมออน
<b>ที่ปรึกษา</b>	ดร. วุฒพงศ์ ลาภเจริญ
<b>ประเภทสารนิพนธ์</b>	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บช.ม. สาขาวิชาการสื่อสารการตลาด, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2553
<b>คำสำคัญ</b>	กลยุทธ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การรณรงค์

### บทคัดย่อ

จุดมุ่งหมายในการศึกษาครั้งนี้เพื่อ ศึกษาการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการรณรงค์การอ่านหนังสือของเยาวชนไทย จากการศึกษาพบว่าสาเหตุที่เยาวชนไทยไม่ชอบอ่านหนังสือและเปิดรับสื่ออื่น คือ โทรทัศน์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต เพื่อรับข่าวสาร ซึ่งมีทั้งภาพและเสียง มีความสะดวกรวดเร็ว ไม่ต้องเสียเวลาไปซื้อหนังสือเพื่อนำมาอ่าน โดยกลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์ครั้งนี้คือ เยาวชนไทย (อายุ 15-24 ปี) ให้มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือเพิ่มขึ้นและมีนิสัยรักการอ่าน โดยสาร (Message) เป็นภาษาที่ทันสมัย แสดงถึงความเป็นคนรุ่นใหม่ แทรกความบันเทิง เป็นสิ่งที่เยาวชนมีความสนใจ เนื้อหาน้อย มีรูปภาพประกอบ และมีสีสันสวยงาม ถ้ามีภาพพร้อมเสียงด้วยก็จะทำให้เป็นที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งให้เห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการอ่านหนังสือ สำหรับสื่อ (Medium) ที่ใช้เป็นช่องทางในการสื่อสาร พบว่าการเปิดรับสื่อของกลุ่มเยาวชนปัจจุบัน มีทั้งที่เป็น Social media คือสื่ออินเทอร์เน็ต ผ่านคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ และ Mass media คือโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ให้ตรงกับกลุ่มเยาวชนโดยตรง มีการจัดกิจกรรมพิเศษ (Events) การเดินสายไปตามพื้นที่ (Road Show) และงานแสดงหนังสือ (Exhibition) ควบคู่ไปกับการมีฟรีเซ็นเตอร์ที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มเยาวชน เป็นผู้สื่อสาร (Communicator) เช่น ศิลปิน ดารา นักร้อง ที่มีอายุไม่แตกต่างจากกลุ่มมาก การรณรงค์การอ่านหนังสือของเยาวชนไทยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อให้เยาวชนไทยมีการอ่านหนังสือที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นลักษณะต่อเนื่องหวังผลระยะยาว อีกทั้งวิธีการอ่านหนังสือของเยาวชนปัจจุบันมีวิธีการอ่านที่เปลี่ยนไปจากเดิมที่อ่านหนังสือเป็นเล่ม เป็นการอ่านหนังสือจากแหล่งอื่นๆ เพื่อมากขึ้นมากมาย และคาดว่าจะมีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นในการวัดผลควรมีการติดตามให้ได้ผลของการสำรวจที่แท้จริง และจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการอ่านหนังสือให้สังคมไทยเป็นวัฒนธรรมแห่งการอ่านอย่างถาวร