

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของหนังสือธรรมะประยุกต์ สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี

สุกานดา ปานเพชร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสื่อสารการตลาด

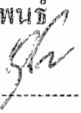
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

พฤษภาคม 2556

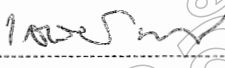
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณา
วิทยานิพนธ์ของ สุกานดา ปานเพชร ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการตลาด ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์


.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ดร.อุณาโลม จันทรุ่งมณีกุล)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธาน
(ดร.เสาวนีย์ เทศกิม)


.....กรรมการ
(ดร.อุณาโลม จันทรุ่งมณีกุล)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตดากา สารพัฒน์ ไชยปัญญา)

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาค้นคว้าหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการตลาด ของมหาวิทยาลัยบูรพา


.....คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
(ดร.บุษรอต บุญเกิด)

วันที่ 15 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2556

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์เรื่อง “กลยุทธ์สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของหนังสือธรรมะประยุกต์
สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี” สำเร็จลุล่วงด้วยได้รับความเมตตาของอาจารย์ที่ปรึกษา ได้แก่ ดร. อุณาโลม
จันทร์รุ่งมณีกุล และ ผศ.ดร.ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์ ที่ได้ร่วมให้คำแนะนำปรึกษา รวมไปถึงคุณ
ดนัย จันทร์เจ้าฉาย ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสำนักพิมพ์ดีเอ็มจีและพนักงานสำนักพิมพ์ดีเอ็มจีทุก
ท่าน รวมไปถึงนักเขียนทุกท่านที่ให้การอนุเคราะห์ข้อมูล นอกเหนือจากนี้ ยังขอขอบพระคุณไปยัง
ครอบครัวปานเพชรที่เป็นผู้สนับสนุนทุนการศึกษาให้ผู้วิจัย ตลอดจนครูบาอาจารย์ทุกท่านที่เคย
ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้

สุกานดา ปานเพชร

53910304: สาขาวิชา: สื่อสารการตลาด; นศ.ม. (สื่อสารการตลาด)

คำสำคัญ: กลยุทธ์การสื่อสาร/ การตลาดแบบบูรณาการ/ หนังสือธรรมะประยุกต์/ สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี

สุกานดา ปานเพชร: กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของหนังสือธรรมะประยุกต์ สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี (INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION STRATEGIES OF DHAMMA POCKETBOOKS, DMG PUBLISHING) คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์: อุณาโลม จันทรุ่งมณีกุล, Ph.D., 214 หน้า. ปี พ.ศ. 2556.

งานวิจัยเรื่อง "กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของหนังสือธรรมะประยุกต์ สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี" เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารงานสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของสำนักพิมพ์ดีเอ็มจี กลยุทธ์สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และกระบวนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของหนังสือธรรมะประยุกต์ สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี ซึ่งได้ทำการศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ร่วมกับการสัมภาษณ์บุคคลเชิงลึก (Individual Indept-interview) และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ

ด้านผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของหนังสือธรรมะประยุกต์สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี เป็นกลยุทธ์ที่ให้ความสำคัญกับการบูรณาการในระดับ กลยุทธ์บริหารองค์กร กลยุทธ์การจัดทำหนังสือ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และกลยุทธ์การใช้ช่องทางสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยกลยุทธ์ทั้งหมดต้องประสานกันแต่ละกลยุทธ์ให้เกิดรูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของหนังสือธรรมะประยุกต์สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี สำหรับกลยุทธ์บริหารองค์กร ได้แก่ 1. กลยุทธ์น่านน้ำสีขาว (White Ocean Strategy) ที่แสดงออกเรื่องการมีคุณธรรมในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความไว้วางใจและความศรัทธา 2. กลยุทธ์จัดทำหนังสือ เป็นกลยุทธ์จัดทำต้นฉบับหนังสือซึ่งถือเป็นสินค้า (Product) และเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media) จึงสามารถทำการสื่อสารการตลาดกับผู้อ่านได้อีกช่องทาง 3. กลยุทธ์การเผยแพร่ เป็นกลยุทธ์ส่งเสริมการขายที่ช่วยเผยแพร่ผลงานและข่าวสารให้หนังสือเป็นที่รู้จักในวงกว้าง 4. กลยุทธ์การใช้ชุมชนออนไลน์ (Community) ผ่านช่องทางสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อเผยแพร่ข้อมูลและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีอย่างเป็นกันเองด้วยการใช้ชุมชนออนไลน์ในสังคมเครือข่าย (Social Network) ที่ได้รับความนิยมอยู่ในปัจจุบัน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ข
สารบัญภาพ	ข
บทที่	
1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญ	1
ปัญหานำวิจัย	6
วัตถุประสงค์	6
ขอบเขตของการศึกษา	6
นิยามศัพท์	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
แนวคิดเกี่ยวกับสำนักพิมพ์ดีเอ็มจีและหนังสือธรรมะประยุกต์	10
แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือเล่มและธุรกิจสำนักพิมพ์	22
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และการบริหารงานสื่อสาร	
การตลาดแบบบูรณาการ	28
แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	33
แนวคิดเกี่ยวกับเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและสื่อใหม่	52
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	62
3 ระเบียบวิธีวิจัย	69
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	69
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	70
การเก็บรวบรวมข้อมูล	72

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูล.....	72
การตรวจสอบข้อมูล.....	73
4 ผลการวิจัย.....	74
ตอนที่ 1 การบริหารงานสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี.....	77
ตอนที่ 2 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของหนังสือธรรมะประยุกต์ สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี.....	85
ตอนที่ 3 กระบวนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของหนังสือธรรมะประยุกต์ สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี.....	101
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	163
สรุปผลการศึกษา.....	164
อภิปรายผล.....	168
ข้อจำกัด และข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต.....	176
บรรณานุกรม.....	177
ภาคผนวก.....	185
ประวัติย่อของผู้ศึกษา.....	213

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 ผลงานหนังสือธรรมะประยุกต์สำหรับนักพิมพ์ดีเอ็มจี	12
2 สรุปอันดับหนังสือขายดีที่สุดตลอดปี พ.ศ. 2548 ของร้านซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์	16
3 รายชื่อนักเขียนที่มียอดขาย/รายได้รวมมากที่สุดของปี พ.ศ. 2548	17
4 ผู้จัดจำหน่ายที่มีอัตราการเติบโตของยอดขายสูงที่สุดของปี พ.ศ. 2548	21
5 สำนักพิมพ์ที่มีความแม่นยำในการผลิตหนังสือออกใหม่สูงในปี พ.ศ. 2552	22
6 เปรียบเทียบตำแหน่งงานภายในฝ่ายการตลาดและการขายสำนักพิมพ์ดีเอ็มจี กับลักษณะการแบ่งหน่วยงานภายในฝ่ายการตลาดตามแนวคิดของ Belch (2009)	84
7 แนวทางวิเคราะห์ SWOTs ระดับองค์กรของสำนักพิมพ์ดีเอ็มจี	91
8 วิเคราะห์ SWOTs ด้านมิติความสัมพันธ์ของตราสินค้า Duncan (2005) และสำนักพิมพ์ดีเอ็มจี	92
9 SWOTs รายปกของหนังสือธรรมะประยุกต์เรื่องเสียดายคนตายไม่ได้อ่าน	94
10 เปรียบเทียบหลักการทำงานของสำนักพิมพ์ดีเอ็มจี กับหลักการ 7 ประการของ กลยุทธ์น่านน้ำสีขาว (White Ocean Strategy) 7 ประการ	110
11 วิเคราะห์กลยุทธ์น่านน้ำสีขาวตามกระบวนการทัศน์ทางด้านสังคมวิทยา (Sociological Paradigms) 4 ด้านของ Hulberg (2006)	113
12 วิเคราะห์องค์ประกอบของกระบวนการสร้างตราสินค้า (Elements of a Corporate Branding Process) ของ Hulberg (2006) กับสำนักพิมพ์ดีเอ็มจี	116

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 ผลงานธรรมชาติประยุคต์เรื่อง เสียตายคนตายไม่ได้อ่าน แต่งโดย ดังตฤณ	15
2 หนังสือขายดีเดือนมีนาคม พ.ศ. 2551 จากคอลัมน์จุดประกายวรรณกรรม หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์.....	18
3 ผลงานหนังสือธรรมชาติประยุคต์เรื่อง หิมะกลางฤดูร้อน.....	19
4 ผลงานหนังสือธรรมชาติประยุคต์เรื่อง ธรรมชาติที่พ่อทำ	21
5 โครงสร้างระบบการทำงานของฝ่ายการตลาดตามระบบรวมศูนย์	31
6 โครงสร้างการทำงานฝ่ายการตลาดแบบกระจายอำนาจ	32
7 กรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์การวิจัย.....	76
8 โครงสร้างการบริหารงานของสำนักพิมพ์ดีเอ็มจี	82
9 ภาพเกี่ยวกับสำนักพิมพ์ดีเอ็มจีจากหน้าเฟสบุ๊คสำนักพิมพ์ดีเอ็มจี.....	102
10 ดนัย จันทรเจ้าฉาย จากนิตยสาร Who ฉบับวันที่ 1 พฤษภาคม 2553 หน้า 42-46.....	103
11 ดนัย จันทรเจ้าฉาย กับกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน.....	103
12 กิจกรรมสวดมนต์ ปฏิบัติธรรม และกิจกรรมจิตอาสาต่าง ๆ ของผู้บริหาร ร่วมกับพนักงานสำนักพิมพ์ดีเอ็มจี	104
13 ตัวอย่างบุคคลมีชื่อเสียง ผู้เชี่ยวชาญ ที่เคยมาเข้าร่วมกิจกรรมกับสำนักพิมพ์ ดีเอ็มจี	106
14 กิจกรรมแสดงพลังจิตอาสา กิจกรรมรวมพลคนดูดี บั๊น EM Ball ช่วยภัยน้ำท่วม..	106
15 กิจกรรมตักบาตรหนังสือดี	107
16 ตัวอย่างกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรมให้กับเยาวชนในโครงการทูต ความดีแห่งประเทศไทย D Ambassador ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ..	107
17 ตัวอย่างกิจกรรมชมรมคนรู้ใจ/เรือนธรรม จัดทุกวันอังคารและวันพุธทุก สัปดาห์ตลอดปี ณ หอประชุมพุทธคยา สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี อาคาร อัมรินทร์พลาซ่า ชั้น 22	108
18 ตราสัญลักษณ์มูลนิธิธรรมดี DO D FOUNDATION ก่อตั้งโดยสำนักพิมพ์ ดีเอ็มจี	108

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
19 ขั้นตอนการจัดทำหนังสือเชิงรับ สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี	122
20 การจัดทำหนังสือเชิงรับ 30 วัน.....	123
21 การจัดทำหนังสือเชิงรุก 59 วัน.....	124
22 หลัก 5 ค. ดี ดัง โดด เด่น โดนใจ	126
23 ตัวอย่างแบบอักษร (Font) จากหนังสือธรรมะประยุกต์เรื่องเสียดายคนตาย ไม่ได้อ่าน	131
24 ตัวอย่างการตรวจสอบหลักการออกแบบ หนังสือธรรมะประยุกต์เรื่องเสียดาย คนตายไม่ได้อ่าน แต่งโดยดังตฤณ ปี พ.ศ. 2548.....	133
25 ตัวอย่างการให้ข่าวผ่านสื่อมวลชน รายการข่าวรายการเช้าดูดี ออกอากาศ วันที่ 17 พฤษภาคม พ.ศ. 2555 ประชาสัมพันธ์กิจกรรมเปิดตัวหนังสือเรื่อง สวดชาตินี้ดีกว่ารอชาติหน้า สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี.....	141
26 ตัวอย่างการให้ข่าวผ่านสื่อมวลชนทางโทรทัศน์ รายการข่าวรายการโต๊ะข่าว บันเทิง สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 วันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2555 แนะนำหนังสือธรรมะ ประยุกต์เรื่องรู้ทันเจ้ากรรมนายเวร สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี.....	142
27 ตัวอย่างการให้ข่าวผ่านสื่อมวลชนทางโทรทัศน์ รายการข่าว รายการผู้หญิงถึง ผู้หญิง สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 วันที่ 28 พฤษภาคม 2555 ประชาสัมพันธ์กิจกรรม เปิดตัวหนังสือสวดชาตินี้ดีกว่ารอชาติหน้า สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี.....	142
28 ตัวอย่างการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ	143
29 ตัวอย่างการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ	143
30 ตัวอย่างการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน นิตยสารเปรียว หน้า 242 เดือนมีนาคม 2555	144
31 ตัวอย่างการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ ข่าวประชาสัมพันธ์ www.ryt9.com.....	145
32 ภาพห้องรับรองสำหรับต้อนรับสื่อมวลชน PRESS CENTER	145
33 ตัวอย่างการประชาสัมพันธ์หนังสือเรื่องธรรมดีที่พ่อทำ แต่งโดยดนัย จันทรเจ้าฉาย ผ่านทางเว็บไซต์สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี	146

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
34 ตัวอย่างการประชาสัมพันธ์หนังสือเรื่องสวดชาตินี้ดีกว่ารอชาติหน้า แต่งโดย สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี ผ่านทางสังคมเครือข่ายเฟสบุ๊กของสำนักพิมพ์ดีเอ็มจี	146
35 ตัวอย่างการเผยแพร่ผลงานแอปพลิเคชันหนังสือธรรมะ	147
36 ตัวอย่างงานเสวนาหนังสือ “ตื่นรู้ อยู่กับภัย” พร้อมเปิดตัวหนังสือธรรมะประยุกต์ เรื่อง อ่านก่อนถึงวันสิ้นโลก.....	147
37 ตัวอย่างการจัดกิจกรรมพิเศษ “สัมพุทธชนวัย 2600 ปี สวดชาตินี้ ดีกว่า รอชาติหน้า” พร้อมแถลงข่าวเปิดตัวหนังสือธรรมะประยุกต์เรื่องสวดชาตินี้ดีกว่า รอชาติหน้า	148
38 ตัวอย่างการโฆษณาหนังสือผ่านสื่อมวลชน หนังสือธรรมะประยุกต์เรื่องที่สุด แห่งความดี แต่งโดย พระมหาวิฑูริชัย ว.วชิรเมธี ผ่านทางนิตยสาร BUSBUDDY เดือนมกราคม 2555 หน้า 31	149
39 ตัวอย่างการโฆษณาหนังสือธรรมะประยุกต์ไว้บริเวณแบนเนอร์ด้านบนสุด ของหน้าแรกเว็บไซต์สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี.....	149
40 ตัวอย่างข้อมูลคำอธิบายหนังสือโดยสรุป (Description) ของหนังสือเรื่องธรรมดี ที่พ่อทำ โดย ดนัย จันทรเจ้าฉาย (2554)	150
41 ตัวอย่างข้อมูลพรีเซล (Presale) ของหนังสือเรื่องธรรมดีที่พ่อทำ โดย ดนัย จันทรเจ้าฉาย (2554) จัดทำในลักษณะงานนำเสนอ (Presentation)	150
42 ตัวอย่างส่วนต่าง ๆ ของเว็บไซต์สำนักพิมพ์ดีเอ็มจีบุ๊ก (www.dmgbooks.com) เป็นภาพตัดต่อเพื่อให้เห็นองค์ประกอบสำคัญแต่ละส่วนของเว็บไซต์.....	154
43 ตัวอย่างหน้าชุมชนออนไลน์ในสังคมเครือข่ายเฟสบุ๊ก (Facebook) ได้แก่ 1) แฟนเพจสำนักพิมพ์ดีเอ็มจี 2) แฟนเพจชมรมคนรู้ใจเรือนธรรม 3) แฟนเพจ ธรรมดีที่พ่อทำ 4) แฟนเพจหนังสือสวดชาตินี้ดีกว่ารอชาติหน้า	155
44 ตัวอย่างหัวข้อการสื่อสารผ่านชุมชนออนไลน์ (Community) ของสำนักพิมพ์ ดีเอ็มจี	156
45 ตัวอย่างหัวข้อการสื่อสารในชุมชนออนไลน์ (Community) ผ่านแฟนเพจชมรม คนรู้ใจ/ เรือนธรรม	156

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
46 ตัวอย่างหัวข้อการสื่อสารในชุมชนออนไลน์ (Community) ผ่านแฟนเพจชมรม คนรู้ใจ/ เรือนธรรม	156
47 ตัวอย่างหัวข้อการสื่อสารผ่านชุมชนออนไลน์ (Community) ธรรมดีที่พอทำ.....	157
48 ตัวอย่างการใช้สื่อผสมผสาน (Multimedia) ในเฟสบุ๊กสำนักพิมพ์ดีเอ็มจี ได้แก่ การถ่ายทอดสดผ่านทางอินเทอร์เน็ต	157
49 ตัวอย่างการใช้สื่อผสมผสาน (Multimedia) ในเฟสบุ๊กสำนักพิมพ์ดีเอ็มจี ได้แก่ การเผยแพร่คลิปวิดีโอบรรยายธรรมะ โดยพระอาจารย์นิลมาน ศากยะ ในงาน "สวดชาตินี้ดีกว่ารอชาติหน้า" ผ่านทางเฟสบุ๊ก	158
50 ตัวอย่างการใช้สื่อผสมผสาน (Multimedia) ในเฟสบุ๊กสำนักพิมพ์ดีเอ็มจี ได้แก่ การเผยแพร่ภาพบรรยากาศสดจากกิจกรรมหนังสือเสด็จสร้างปาฏิหาริย์ โดยคุณกฤติยา อัสวเรืองชัย ผ่านทางเฟสบุ๊ก	159
51 ตัวอย่างภาพทิวทัศน์ของสำนักพิมพ์ดีเอ็มจี	159
52 ตัวอย่างหน้า DMG Book Channel ในยูทูบ (Youtube) สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี	159
53 ตัวอย่างดีเอ็มจีแอปพลิเคชัน (DMG's Application)	160
54 กลยุทธ์หนังสือธรรมะประยุกต์ สำนักพิมพ์ดีเอ็มจี	163