

บทที่ 5

กิจกรรมตลาด  
เพื่อสังคม

# ความหมายของกิจกรรม การตลาดเพื่อสังคม

- กิจกรรมการตลาดเพื่อสังคม หมายถึง กิจกรรมที่ใช้หลักการตลาดเพื่อส่งเสริมให้สังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น
- เน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน เช่น ธุรกิจ ชุมชน และภาครัฐ
- มุ่งสร้างประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากกว่าผลกำไร

# วัตถุประสงค์ของกิจกรรม

## การตลาดเพื่อสังคม

1. เพื่อสร้างจิตสำนึกด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
2. เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมที่ดีของผู้บริโภค
3. เพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืนควบคู่กับสังคม
4. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร

# ลักษณะของกิจกรรม การตลาดเพื่อสังคม

1. มีเป้าหมายเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม
2. สร้างการมีส่วนร่วมจากประชาชน
3. ใช้กลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์
4. สามารถวัดผลได้ทั้งในเชิงสังคมและเชิงเศรษฐกิจ

# ประเภทของกิจกรรม การตลาดเพื่อสังคม

1. กิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม เช่น ปลูกต้นไม้ ลดขยะ
2. กิจกรรมเพื่อสุขภาพ เช่น ธารงศ์ออกกำลังกาย งดสูบบุหรี่
3. กิจกรรมเพื่อการศึกษา เช่น มอบทุนการศึกษา จัดค่ายอาสา
4. กิจกรรมเพื่อชุมชน เช่น พัฒนาอาชีพ สนับสนุนสินค้าท้องถิ่น

# ตัวอย่างกิจกรรมจริง

- แคมเปญ “ลดการใช้ถุงพลาสติก”
- โครงการ “ปันน้ำใจให้น้อง”
- โครงการ “ขยะแลกไข่”
- กิจกรรม “วิ่งการกุศลเพื่อโรงพยาบาล”

# **ขั้นตอนการจัดกิจกรรม การตลาดเพื่อสังคม**

1. ศึกษาปัญหาหรือความต้องการของสังคม
2. วางแผนกิจกรรมให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
- 3 สร้างสื่อประชาสัมพันธ์
4. ดำเนินกิจกรรมและประเมินผล
5. เผยแพร่ผลลัพธ์เพื่อสร้างแรงบันดาลใจต่อเนื่อง

# ประโยชน์ของกิจกรรม การตลาดเพื่อสังคม

1. ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน
2. ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร
3. กระตุ้นให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและชุมชน
4. สร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม

# สรุปแนวคิดสำคัญ

- กิจกรรมการตลาดเพื่อสังคมคือหัวใจของการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- ทุกภาคส่วนสามารถมีส่วนร่วมได้
- ความสำเร็จของกิจกรรมขึ้นอยู่กับ “ความร่วมมือ” และ “ความจริงใจ”