

<b>ชื่อเรื่อง</b>	การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการรณรงค์ พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของวัยรุ่นไทย
<b>ผู้ศึกษาค้นคว้า</b>	วนิดา วัฒนปรีชาธรรม
<b>ที่ปรึกษา</b>	ดร. ศรีสุดา จงสิทธิผล
<b>ประเภทสารนิพนธ์</b>	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม. สาขาวิชาสื่อสารการตลาด, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2553
<b>คำสำคัญ</b>	กลยุทธ์ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การรณรงค์

### บทคัดย่อ

จุดมุ่งหมายในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการรณรงค์พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของวัยรุ่นไทย โดยให้กลุ่มเป้าหมาย รับรู้วิธีการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างเหมาะสม รวมทั้งเกิดความเข้าใจ และสามารถนำไปปฏิบัติใช้จริงในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ยังเป็นการรณรงค์เพื่อให้สังคมเกิดการตื่นตัวกับเรื่องการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้น มีการเฝ้าระวังภัยที่มาจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยเนื้อหาจะแสดงถึงรูปแบบ วิธีการ และกลยุทธ์ในการวางแผนรณรงค์ โดยเนื้อหาจะมีทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ มีการวางแผนการรณรงค์โครงการ “ใส่ใจรอบข้างต้องสร้างพฤติกรรม...โทร” โดยมีการเลือกเครื่องมือในการสื่อสารเพื่อสร้างชื่อเสียงโครงการ คือ การประชาสัมพันธ์ (Public Relations), การโฆษณา (Advertising), การจัดกิจกรรม (Event Organization) และการปฏิสัมพันธ์ทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (Interactive IT) ซึ่งมีการเลือกใช้สื่อ หรือช่องทางที่หลากหลาย เพื่อให้เกิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้เขียนได้รวบรวมข้อมูลจากหลาย ๆ ด้าน คือ จากการศึกษางานวิจัยจากการสอบถามข้อมูลของบุคคลที่ทำงานด้านการวางแผนสื่อ และจากการศึกษาค้นคว้าในตำราต่าง ๆ

จากการศึกษาในครั้งนี้ได้ข้อเสนอแนะบางประการ คือ การวางแผนการรณรงค์โครงการในครั้งนี้เป็นเพียงแผนระยะสั้น เป็นโครงการนำร่องเพื่อดูทิศทางของโครงการ ดังนั้นควรมีการรณรงค์อย่างต่อเนื่อง และขยายครอบคลุมพื้นที่การรณรงค์ให้กว้างขึ้น รวมทั้งมีการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม และสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายตลอดเวลา