

## บทที่ 5

### การประเมินผล

การวางยุทธศาสตร์ เรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการเพื่อ การรณรงค์พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างเหมาะสมของวัยรุ่นไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้จัดทำโครงการ “ใส่ใจรอบข้าง ต้องสร้างพฤติกรรม...โทร” ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มคนอายุ 15-35 ปี เป็นคนที่ชื่นชอบความบันเทิง ชอบสนทนากับกลุ่มเพื่อน ชื่นชอบเทคโนโลยีสมัยใหม่ เกาะ กระแสนิยม มีพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ไม่ว่าจะเป็นการสนทนาผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เล่นเกม ฟังเพลง แชนท์ ดูภาพยนตร์ ดาวน์โหลด ส่งข้อความ เล่นอินเทอร์เน็ต ถ่ายรูป ฯลฯ โดยมี วัตถุประสงค์ในการกำหนดยุทธศาสตร์การสื่อสารการตลาดเพื่อการรณรงค์ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมาย ทราบวิธีการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่อย่าง เหมาะสม และให้รับรู้ถึงโครงการรณรงค์พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างเหมาะสม ภายใต้ สโลแกน “ฉลาดใช้ ใส่ใจผู้อื่น”

2. เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความเข้าใจ เรื่องการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างเหมาะสม ว่ามีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันอย่างไร ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการบริหารเวลา ค่าใช้จ่าย หรือภัย ที่มาพร้อมกับการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น การถูกล้วง การโจรกรรม หรือ อุบัติเหตุที่เกิดการใช้ งานโทรศัพท์เคลื่อนที่แล้วขับซิ่งรถยนต์ เป็นต้น และต้องการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของ กลุ่มเป้าหมาย โดยมีการวางตำแหน่งของการรณรงค์พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่อย่าง เหมาะสม ว่าเป็นคนฉลาด ที่สามารถแสดงพฤติกรรมได้อย่างเหมาะสม และรู้จักกาลเทศะในการ ใช้เครื่องมือสื่อสาร รวมทั้งให้กลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ อาทิเช่น ค่าเฉลี่ยของวัยรุ่นไทยที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ลดลง

3. เกิดความร่วมมือ หรือสนับสนุนจากคนในสังคม เพื่อให้วัยรุ่นไทยมีพฤติกรรมในการใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ดีขึ้น

### ความคาดหวัง

คาดหวังในการรณรงค์พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างเหมาะสมในครั้งนี้ คือ

1. กลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์มีการรับรู้ถึงข้อดี ข้อเสีย และวิธีการใช้ โทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างเหมาะสม รวมทั้งรู้จักโครงการ “ใส่ใจรอบข้าง ต้องสร้างพฤติกรรม...โทร” ว่า

เป็นโครงการรณรงค์ที่ทำเพื่อสังคม มุ่งพัฒนาคุณภาพกลุ่มวัยรุ่นไทย ที่มีพฤติกรรมไม่เหมาะสมในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างถูกวิธีและถูกกาลเทศะ มีการบริหารเวลาในการทำงานโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เหมาะสม

2. กลุ่มเป้าหมายเข้าใจเรื่องการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างเหมาะสมว่าเป็นเช่นไร สามารถอธิบายพฤติกรรมที่เหมาะสมออกมาเป็นรูปธรรมได้ และเกิดพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างเหมาะสมตามมา

3. สังคมเกิดการตื่นตัวกับเรื่องการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างเหมาะสมมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะ เป็นพ่อแม่ผู้ปกครอง กลุ่มผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด ครูอาจารย์ เป็นต้น และมีการเฝ้าระวังภัยที่เกิดจากการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มากยิ่งขึ้น

ในการดำเนินการรณรงค์ในครั้งนี้ ได้ใช้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเป็นตัวผลักดัน เพื่อให้เกิดพลังในการสื่อสารที่ทรงประสิทธิภาพต่อกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นจึงต้องมีการติดตามกำกับ การดำเนินงานของฝ่ายปฏิบัติการว่าเป็นไปตามแผนที่วางไว้หรือไม่ พร้อมทั้งมีการวัดผลจากการดำเนินงานหลังจากที่มีการสื่อสารออกไปแล้ว เพื่อทราบถึงประสิทธิภาพของเครื่องมือต่างๆ ว่ามีผลต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างไร เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไข พัฒนา ปรับปรุงโครงการต่อไปๆ ในอนาคต