

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. ได้ฟากฟ้าแห่งการศึกษาสื่อบุคคลและเครือข่ายการสื่อสาร.

กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2549.

กิตติ ก้นภัย. กลยุทธ์การรณรงค์แนวใหม่. วารสารวิจัยสังคม. 2 (เมษายน-

มิถุนายน 2546):136-158.

กิตติ ก้นภัย และคณะ. มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร:

เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์, 2543.

จินตนา ยูนิพันธ์, อดีตนายกมลมาคมพยาบาลแห่งประเทศไทย, สัมภาษณ์, 19 มีนาคม

2550.

ชรัมพร จิตดีโกศล. กระบวนการประชาสัมพันธ์รณรงค์โครงการลดอุบัติเหตุทางการจราจร

ของเครือข่ายลดอุบัติเหตุ. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการ

ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2547.

ชวาลา ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคาม, ผู้ประสานงานโครงการ, สัมภาษณ์, 20 มีนาคม

2550.

ชาญชัย เจริญลาภดีลก. กระบวนการรณรงค์ทางการสื่อสารเพื่อสังคมโครงการถนนสีขาว.

วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2538.

ณิชามัญญ์ เอี่ยมแสงจันทร์, ผู้ประสานงานพัฒนาเครือข่ายกลุ่มควบคุมการบริโภค

ยาสูบและแอลกอฮอล์, สัมภาษณ์, 21 มีนาคม 2550.

- ประกิต วาทีสารกกิจ. กลยุทธ์ในการรณรงค์ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสังคม:ศึกษาเฉพาะกรณีการดำเนินงานของโครงการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ มูลนิธิหมอชาวบ้าน.
เอกสารวิจัยส่วนบุคคล ลักษณะวิชา สังคมจิตวิทยา วิทยาลัยป้องกัน
ราชอาณาจักร. 2539.
- ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ. กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา.
กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2543.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ. การสื่อสารสุขภาพ ศักยภาพของสื่อมวลชนในการสร้างเสริมสุขภาพ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์, 2546.
- พรหมมินทร์ กัณธิยะ , นายกสุมาคม เครือข่ายหมออนามัย, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม
2550.
- พรโสภิต จงมีสุข. เครือข่ายและกระบวนการสื่อสารในการรณรงค์เพื่อป้องกันและแก้ไข
ปัญหาเสพติดของชมรมหัวใจไร้สาร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต
ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2545.
- พัชนี เขยจรรยา, เมตตา วิวัฒน์านุกูล และถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์. แนวคิดหลักนิเทศ
ศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: เอลโล่การพิมพ์ (1998) , 2541.
- พิมพ์ใจ ปัทมสันติวงศ์. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของโครงการรณรงค์
แยกประเภทขยะของสำนักรักษาความสะอาด กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย. 2542.

รายงานการดำเนินโครงการฉบับสมบูรณ์โครงการร่วมมือเพื่อลดอันตรายจากควัน

บุหรี่มือสอง, มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่, 2550. (เอกสารไม่ตีพิมพ์)

ลักษณะ เต็มศิริกุลชัย, ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมการ

บริโภคยาสูบ, สัมภาษณ์, 5 มีนาคม 2550.

วันชัย บุญประชา, ผู้จัดการมูลนิธิมูลนิธิเครือข่ายครอบครัว, สัมภาษณ์, 23 กุมภาพันธ์

2550.

วารสารเพื่อคนรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ Smart .7, 77. มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่, 2549.

วาสนา จันทร์สว่าง, การสื่อสารสุขภาพ:กลยุทธ์ในงานสุศึกษาและการสร้างเสริม

สุขภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เจริญดีการพิมพ์, 2548.

ศุภจิต มโนพิโมกษ์ และกัญญารัตน์ กล้าถนอม. สิทธิผู้ไม่สูบบุหรี่, นครปฐม: โครงการ

งานวิจัยพฤติกรรมสุขภาพศูนย์ประสานงานทางการแพทย์และสาธารณสุข

กระทรวงสาธารณสุข, 2534.

ศุภรัชต์ ปิยวัชรพันธ์. กระบวนการสื่อสารในการรณรงค์ด้านยาเสพติด ระดับชุมชน ตำบล

บางคูวัด อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต

ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2547.

เศรณีย์ จุฬาลงกรณ์, หัวหน้างานพัฒนาเครือข่ายกลุ่มควบคุมการบริโภคยาสูบและ

แอลกอฮอล์, สัมภาษณ์, 21 มีนาคม 2550.

สมศรี เผ่าสวัสดิ์, ประธานเครือข่ายวิชาชีพสุขภาพเพื่อสังคมไทยปลอดบุหรี่ และ

ประธานกลยุทธ์วิชาชีพแพทย์ในการควบคุมการบริโภคยาสูบ-แพทยสมาคม,

สัมภาษณ์, 6 มีนาคม 2550.

สุปริดา อุดยานนท์, ผู้อำนวยการสำนักสนับสนุนการสร้างสุขภาพและลดปัจจัยเสี่ยง

กลุ่มที่ 1, สัมภาษณ์, 26 กุมภาพันธ์ 2550.

สุพัฒน์ชน สอนดำรง, ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารและทุนอุปถัมภ์, สัมภาษณ์, 24 มีนาคม

2550.

แสงเดือน สุวรรณรัศมี, ผู้จัดการมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่, สัมภาษณ์, 9 มีนาคม

2550.

หริสุดา ปิ่นทวนันท์, เครือข่ายการสื่อสารและการรณรงค์โครงการเมาไม่ขับ, วิทยาลัยนิพนธ์

ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย, 2544.

อรวรรณ ปิณฑโฆวาท, การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ, กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

ภาษาอังกฤษ

Bordenave J.D., Participatory Communication: Working for Change and

Development. New Delhi: Sage Publication, 1994.

Gay and Donald Lumsden, Communication in Groups and Teams: Sharing

Leadership. Kean Collage of New Jersey USA, 1998.

Roger E.M. (and) Storey J.D. Handbook of communication science. Beverly

Hills, California: Sage Publication, 1987

Ronald E. Rice (and) Charles K. Atkin. Public Communication Campaign. 3rd

Edition. Tousand Oaks, California: Sage Publication, 2001

Salcedo R.N., Read H., Evans J.F., and Kong A.C., A Successful Information

Campaign on Pesticide, Journalism Quarterly, 1951: 91-95.

ภาคผนวก

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

1. สำหรับบุคลากรระดับบริหารหรือเทียบเท่า

- เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการรณรงค์ในองค์กรท่านเป็นอย่างไร
- องค์กรของท่านมีบทบาทหลักอย่างไรบ้างต่อโครงการรณรงค์
- กลุ่มเป้าหมายของโครงการนี้คือใคร ทำไมถึงเลือกคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มเป้าหมาย
- องค์กรของท่านเลือกใช้กลยุทธ์หรือกลวิธีใดในการจัดทำแผนการรณรงค์เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายของโครงการ เพราะเหตุใดจึงได้เลือกวิธีการนี้
- องค์กรของท่านต้องคำนึงถึงปัจจัยอะไรบ้างในการจัดทำแผนการรณรงค์เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายของโครงการและกลุ่มเป้าหมายขององค์กร
- องค์กรของท่านมีวิธีการหางบประมาณสนับสนุนอย่างไรบ้าง
- ปัญหาต่างๆทั้งจากภายในและภายนอกที่องค์กรของท่านพบในการรณรงค์เป็นอย่างไร

1. สำหรับบุคลากรฝ่ายปฏิบัติการและฝ่ายผู้ประสานงาน

คำถามในชุดนี้จะถูกแบ่งเป็นสองส่วน ชุดที่หนึ่งจะจัดไว้สำหรับผู้ประสานงานฝ่ายโครงการและฝ่ายมูลนิธิต่างๆที่รับผิดชอบด้านกลยุทธ์และการประสานงานต่างๆในแต่องค์กร ชุดที่สองจะถูกจัดไว้สำหรับผู้ปฏิบัติการและผู้วางแผนงานทางด้านฝ่ายสื่อ

คำถามชุดที่หนึ่ง

- องค์กรของท่านได้มีการรวบรวมข้อมูลก่อนการวางแผนและเริ่มโครงการรณรงค์เป็นอย่างไร
- ท่านมีการวางแผนการรณรงค์อย่างไรเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการ
- ท่านมีการเลือกใช้กลยุทธ์ทางด้านการรณรงค์แบบใดบ้างเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ของโครงการ
- กลยุทธ์ด้านการใช้สื่อเพื่อการรณรงค์ขององค์กรท่านเป็นอย่างไร มีหลักเกณฑ์อย่างไรในการเลือกใช้สื่อแต่ละประเภท

- ท่านมีการเลือกใช้สื่อแบบใด และในช่วงเวลาใดบ้างกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม เพราะเหตุใดจึงเลือกใช้สื่อชนิดนี้
- กลยุทธ์ในการนำเสนอสารต่อกลุ่มเป้าหมายของท่านเป็นอย่างไร เพราะเหตุใดจึงเลือกใช้กลยุทธ์นี้ มีหลักเกณฑ์อย่างไรบ้างในการเลือกใช้
- ในการเลือกใช้กลยุทธ์ของสื่อและสารในแต่ละแบบนั้นมีปัจจัยใดบ้างที่จะต้องคำนึงถึง
- เป้าหมายในการเลือกใช้แต่ละกลยุทธ์นั้นแตกต่างกันอย่างไร
- ท่านทำการสื่อสารในการประสานงานกับแต่ละฝ่ายในองค์กร และภายนอกองค์กรอย่างไรบ้าง
- ท่านมีการประเมินผลการทำงานเป็นอย่างไร บ่อยครั้งแค่ไหน

คำถามชุดที่สอง

- องค์กรของท่านรับผิดชอบทางด้าน การดูแลและผลิตสื่อใดบ้างที่ใช้ในโครงการ
- ท่านจะต้องใช้ข้อมูลใดบ้างในการผลิตสื่อแต่ละชิ้น และมีวิธีการหาข้อมูลอย่างไร
- ใจความหลักในการสื่อสารของสื่อแต่ละชนิดเป็นอย่างไรบ้าง เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกใช้ใจความหลักเหล่านั้น
- เนื้อหาโดยรวมของเนื้อหาในสื่อแต่ละชนิดมีเป้าหมายใดในการนำเสนอ
- ท่านเลือกวิธีการนำเสนอเนื้อหาอย่างไรบ้าง มีหลักเกณฑ์ใดบ้างในการเลือกเนื้อหาต่างๆ เหล่านั้น
- ปัจจัยอะไรบ้างที่ท่านต้องคำนึงถึงในการเลือกนำเสนอสารแต่ละชิ้น
- ปัญหาและอุปสรรคใดบ้างที่ท่านพบในการผลิตและนำเสนอ

โครงการ ร่วมใจเพื่อลดอันตรายจากควันบุหรี่มือสอง

ความสำคัญ

ทันทีที่บุหรี่ยกจุดขึ้น การเผาไหม้ของมวนบุหรี่จะทำให้สารเคมีที่เป็นพิษส่งผ่านมายังผู้ไม่สูบบุหรี่ที่อยู่ในบริเวณเดียวกันในรูปของควันบุหรี่ ทั้งที่เป็นควันที่ผู้สูบบุหรี่ออกมาและควันที่รือออกมาจากตอนปลายของมวนบุหรี่ รวมเรียกว่า "ควันบุหรี่มือสอง" (Passive Smoking)

ควันบุหรี่มือสองนี้ประกอบด้วยสารเคมีมากกว่า 4,000 ชนิด และมีมากกว่า 60 ชนิด ที่วงการแพทย์ระบุว่า เป็นสารก่อมะเร็ง ดังนั้นเมื่อผู้ไม่สูบบุหรี่ได้รับควันบุหรี่มือสองเข้าสู่ร่างกายจึงเรียกว่าเป็น "การสูบบุหรี่มือสอง" (Passive Smoking) ซึ่งการสูบบุหรี่นั้นตั้งแต่ผู้สูบบุหรี่เริ่มสูบบวนแรกจนมวนสุดท้ายของชีวิตนั้น มิใช่เพียงเงินทองที่สูญเสียไปเพื่อการซื้อหาบุหรี่เท่านั้น แต่ยังคงมีความสูญเสียอีกมากมายที่เริ่มก่อตัวขึ้น และรวันเผยแพร่แก่ญาติพี่น้อง และผู้ใกล้ชิดของผู้สูบบุหรี่เหล่านั้นด้วย

ทั่วโลกได้หันมาร่วมกันรณรงค์เรื่องภัยของการสูบบุหรี่มือสอง โดยองค์การอนามัยโลกได้กำหนดให้ "อันตรายจากการสูบบุหรี่มือสอง" เป็นประเด็นในการรณรงค์ไม่สูบบุหรี่ เมื่อปี พ.ศ. 2544 และจากรายงานการวิจัยของศาสตราจารย์ฮิรียามา แห่งญี่ปุ่น ซึ่งเป็นนักวิทยาศาสตร์คนแรกที่รายงาน ว่าสตรีญี่ปุ่นที่ไม่ได้สูบบุหรี่ แต่มีสามีสูบบุหรี่มีอัตราการเกิดมะเร็งปอดมากกว่าสตรีที่สามีไม่ได้สูบบุหรี่สองเท่าในปี 2542 หลังจากนั้นก็มีรายงานการวิจัยอีกหลายชิ้นที่ผลสอดคล้องกับการรายงานของศาสตราจารย์ฮิรียามา ได้แก่ ในปี 2529 รายงานประจำปีของนายแพทย์ใหญ่สหรัฐอเมริกาได้รวบรวมหลักฐานการวิจัยทั้งหมด และสรุปว่าการสูบบุหรี่มือสองหรือการได้รับควันบุหรี่ที่ผู้อื่นสูบในผู้ที่ไม่สูบบุหรี่ทำให้เกิดมะเร็งปอดได้ รวมทั้งมีผลกระทบต่อระบบทางเดินหายใจของเด็ก โดยเฉพาะเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 2 ขวบ โดยทำให้เกิดการติดเชื้อทางเดินหายใจและเป็นซ้ำซาก รายงานนั้นนำมาซึ่งการออกกฎหมายห้ามสูบบุหรี่ในสถานที่สาธารณะอย่างกว้างขวาง

สำหรับประเทศไทยได้มีการออกพระราชบัญญัติคุ้มครองสุขภาพของผู้ไม่สูบบุหรี่ พ.ศ. 2535 โดยกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งมีสาระสำคัญกำหนดให้สถานที่สาธารณะที่ประชาชนใช้ร่วมกันเป็นเขตปลอดบุหรี่ และได้มีการออกประกาศกระทรวงสาธารณสุขเพิ่มเติม เพื่อกำหนดเพิ่มเติมสถานที่ที่ต้องได้รับการปกป้องจากการได้รับอันตรายของควันบุหรี่ ซึ่งกฎหมายนี้ครอบคลุมพื้นที่สาธารณะดังนี้ โรงพยาบาล โรงเรียน ห้างสรรพสินค้า เครื่องบินโดยสาร รถไฟ รถทัวร์ สถานที่ราชการ และสำนักงานที่ติดเครื่องปรับอากาศ ร้านอาหารที่ติดเครื่องปรับอากาศ เป็นต้น

การห้ามสูบบุหรี่ในที่สาธารณะโดยเฉพาะในสถานที่ทำงาน นอกจากจะเป็นการคุ้มครองสุขภาพและรักษาสิทธิของผู้ไม่สูบบุหรี่ในการที่จะได้รับอันตรายจากสารพิษที่เกิดจากการเผาไหม้ของ บุหรี่ที่ผู้อื่นสูบแล้ว ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ผู้สูบบุหรี่จำนวนมากเลิกสูบบุหรี่ได้สำเร็จ และยังช่วยลดอัตราการเกิดอุบัติเหตุไฟไหม้ ลดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลเจ้าหน้าที่ที่ป่วยด้วยโรคที่เกิดจากการสูบบุหรี่ และที่สำคัญการห้ามสูบบุหรี่ในที่สาธารณะเป็นการยืนยันว่า พฤติกรรมการสูบบุหรี่ในที่สาธารณะไม่ใช่พฤติกรรมที่สังคมจะยอมรับ ซึ่งส่งผลให้เกิดค่านิยมในทางลบต่อการสูบบุหรี่ อันเป็นการป้องกันเยาวชนคนรุ่นใหม่จากการริเริ่มสูบบุหรี่ด้วย

ด้วยตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาดังกล่าวและเพื่อเป็นการสนองพระราชดำริของ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่ทรงแสดงความห่วงใยสุขภาพของประชาชนชาวไทย โดยเฉพาะ เยาวชนไทย มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่(มสบ.) ร่วมกับ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้าง เสริมสุขภาพ (สสส.) และองค์กรภาคีอีกหลายหน่วยงาน จัดทำโครงการ "ร่วมใจเพื่อลดอันตราย จากควันบุหรี่มือสอง" ขึ้น โดยใช้วโรกาสวาระสำคัญของชาติที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรง ครองสิริราชย์สมบัติครบ 60 ปี และเนื่องในวันงดสูบบุหรี่โลก 31 พฤษภาคม ที่จะถึงนี้ ระดมความร่วมมือจากองค์กรภาคี และหน่วยงานต่าง ๆ ในการร่วมกันรณรงค์ให้สังคมตระหนักถึงอันตรายของ การได้รับควันบุหรี่มือสอง และให้เกิดการรับรู้และปฏิบัติตามกฎหมายการจับเขตรปลอดบุหรี่ รวมถึง เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนรักษาสิทธิของตนเองจากการได้รับอันตรายของควันบุหรี่มือสอง เพื่อถวาย เป็นพระราชกุศล

โจทย์สำคัญ

1. อันตรายของการได้รับควันบุหรี่มือสอง
2. เพื่อให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายห้ามสูบบุหรี่ในที่สาธารณะ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อรณรงค์ให้สังคมตระหนักถึงอันตรายของการได้รับควันบุหรี่มือสอง
2. เพื่อให้เกิดการรับรู้และปฏิบัติตามกฎหมายการจับเขตรปลอดบุหรี่
3. เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนรักษาสิทธิของตนเองจากการได้รับอันตรายของควันบุหรี่มือสอง
4. เพื่อให้ผู้สูบบุหรี่มีจิตสำนึกที่ดีในการไม่สูบบุหรี่ในที่สาธารณะ

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายในการสื่อสาร

1. ผู้ไม่สูบบุหรี่
2. ผู้สูบบุหรี่

กลุ่มเป้าหมายในการทำงาน

1. ร้านอาหาร
2. สถานที่สาธารณะ
3. สำนักงาน
4. สื่อมวลชน

ทั้งในเขตกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด (บริเวณพื้นที่เขตเทศบาล และสุขาภิบาล)

แก่นสาระในการสื่อสาร (Communication Direction)

1. การได้รับควันบุหรี่ที่ผู้อื่นสูบเป็นอันตราย
2. ผู้ไม่สูบบุหรี่รักษาสิทธิของตนเอง
3. สร้างจิตสำนึกที่ดีให้เกิดความร่วมมือจากคนสูบบุหรี่
4. ผู้รับผิดชอบสถานที่สาธารณะมีการปฏิบัติตามกฎหมายคุ้มครองสุขภาพของผู้ไม่สูบบุหรี่ พ.ศ.2535

กลยุทธ์ในการดำเนินงาน

1. พัฒนาข้อมูล องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการสูบบุหรี่มือสอง และสื่อสนับสนุน
2. ระดมความร่วมมือจากองค์กรภาคีภาคต่าง ๆ ในการร่วมกิจกรรม
3. จัดกิจกรรมสร้างกระแส

ช่วงเวลาดำเนินงาน เมษายน - ธันวาคม 2549

รายละเอียดกิจกรรม

1. การบริหารจัดการโครงการ

1.1 จัดตั้งคณะกรรมการดำเนินโครงการ

- ภารกิจ
1. กำหนดและวางแผนการดำเนินกิจกรรม
 2. รับผิดชอบดำเนินกิจกรรมในพื้นที่ที่รับผิดชอบ
- กรรมการประกอบด้วย

1. ผู้แทนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)
2. ผู้แทนจากกระทรวงสาธารณสุข
3. ผู้แทนจากมหาเถรสมาคม
4. ผู้แทนจากเครือข่ายวิชาชีพสุขภาพ
5. ผู้แทนจาก ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมการบริโภคยาสูบ (ศจย.)
6. ผู้แทนจากเครือข่ายหมออนามัย
7. ผู้แทนจากแพทย์ชนบท
8. ผู้แทนจากมูลนิธิเครือข่ายครอบครัว
9. ผู้แทนจากหน่วยงานราชการ 28 แห่งที่ร่วมลงนามข้อตกลง (MOU) สถานที่

ราชการปลอด

บุหรี่

10. ผู้แทนจากองค์กรเครือข่ายงดเหล้า
11. ผู้ทรงคุณวุฒิอื่น ๆ

1.2 ตั้งทีมงานประสานรับผิดชอบงานแต่ละฝ่าย ประกอบด้วย

ฝ่ายประสานงานเครือข่าย

- เพื่อเชื่อมเครือข่ายในการดำเนินงานตามแผนงาน
- เพื่อรวบรวมประสบการณ์ในการดำเนินกิจกรรมของเครือข่าย
- เพื่อจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ
- เพื่อพัฒนาแนวทางในการดำเนินกิจกรรมของเครือข่าย

ฝ่ายจัดทำข้อมูล

- เพื่อประมวลข้อมูลวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอันตรายของการได้รับควันบุหรี่มือ
- เพื่อพัฒนาคู่มือการรณรงค์ เรื่อง ควันบุหรี่มือสอง
- ผลิตและเผยแพร่สื่อเพื่อสนับสนุนเครือข่าย
- ประสานสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่การจัดกิจกรรม
- พัฒนาสื่อ AIR WAR สนับสนุน GROUND WAR (รับผิดชอบโดย สสส.)

หมายเหตุ : 1. มูลนิธิรณรงค์ฯ รับผิดชอบฝ่ายประสานงานเครือข่ายและจัดทำข้อมูล

2. สสส. พัฒนาสื่อ AIR WAR สนับสนุน GROUND WAR

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ผู้วิจัยชื่อ นางสาวสิริพรรณ ศรีบุญลือ เกิดเมื่อวันอาทิตย์ที่ 12 สิงหาคม 2522 จบ
การศึกษาชั้นมัธยมจากโรงเรียนสาริต ศรินครินทร์วิโรฒ ประสานมิตร แล้วจึงเข้าศึกษาต่อ
ปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ คณะบริหารธุรกิจ ขณะนี้ทำงานอยู่ที่โรงแรมบันยันทรี
กรุงเทพ