

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กมลวัฒน์ วันวิชัย. การสื่อสารในเครือข่ายละครวรรณคดีเกล้า. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์, 2541.

กาญจนาถ อุดมสุข . กลยุทธ์การสื่อสาร “โครงการรับน้องปลอดเหล้า” ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) ปี 2549. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

การปกครอง, กรม. สถิติจำนวนประชากรของกรุงเทพมหานคร [ออนไลน์]. 2550. แหล่งที่มา : <http://www.dopa.go.th> [15 มกราคม 2554]

กรุงเทพฯ โพลล์. ผลสำรวจเรื่อง ภัยอันตรายจากการดูแลสุขภาพ [ออนไลน์]. 2552. แหล่งที่มา : <http://www.thaihealth.or.th> [19 มีนาคม 2554]

เกยูร ชีวหากาญจน์ . การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิดเกี่ยวกับการป้องกันยาเสพติดของกลุ่มผู้ใช้แรงงาน ในโรงงานอุตสาหกรรม ในจังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

เกศินี จุฑาวิจิตร. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. ภาควิชาการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ สถาบันราชภัฏนครปฐม. นครปฐม: เพชรเกษมการพิมพ์, 2540.

เกษม จันทรน้อย. สื่อประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: นานมี บุ๊คส์, 2537.

จอย ทองกล่อมสี. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การรับรู้ข่าวสารและภาพลักษณ์ของคณะ

แพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต,สาขาวิชาการ
ประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2550.

จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย,2541.

ชวณี ลีตระกูล. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของการรณรงค์ต่อต้านซีดีละเมิด
ลิขสิทธิ์.วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2549.

ชรัมพร จิตต์โกศล. กระบวนการประชาสัมพันธ์รณรงค์โครงการลดอุบัติเหตุทางการจราจรของ
เครือข่ายลดอุบัติเหตุ.วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2547.

ชลินทิพย์ ประดับพงษา. กระบวนการประชาสัมพันธ์โครงการทำอากาศยานสุวรรณภูมิ.
วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2543.

โชคชัย เอี่ยมฤทธิ์ไกร. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดบนอินเทอร์เน็ตเพื่อจัดการแสดง.
วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2544.

โชติกา ตั่งบุญเดิม. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการสื่อสารเรื่อง
เพศศึกษาของอาจารย์โรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการศึกษาขั้นพื้นฐาน
ในเขตกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์
พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2551.

ทิพารัตน์ เด่นชัยประดิษฐ์. การศึกษาทฤษฎีและประสิทธิผลของโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชานิติศาสตร์ พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ไทยเอ็นจีโอ. บทบาทองค์กรพัฒนาเอกชนไทย[ออนไลน์]. 2544. แหล่งที่มา :

<http://www.thaingo.org> [5 มีนาคม 2554]

นวลจันทร์ ดีพิริยานนท์. การศึกษาพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ในวิทยาลัยสังกัดกรมอาชีวศึกษาในกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์, ภาควิชาพลศึกษา สาขาวิชาพลศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

ธิดิรัตน์ รัตนโชติ. วัยรุ่นหญิงกับการสูบบุหรี่ : ศึกษาเฉพาะนักเรียนหญิงในโรงเรียนอาชีวศึกษา ในเขต กรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชา สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.

เบงค์ งามอรุณโชติ, "ผู้หญิงกับวาทกรรมสังคม".วารสารสมาร์ท, 125 (กันยายน 2553):16.

ประมะ สตะเวทิน. หลักนิติศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 10 กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์, 2546.

ประกิต วาทีสาธกกิจ. 50คำถามสำหรับผู้สูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร: รัชพิมพ์. 2553

ประกิต วาทีสาธกกิจ, "หญิงไทยฉลาดไม่เป็นทาสตลาดบุหรี่", วารสารสมาร์ท, 123(เมษายน 2553):3.

ปาริชาติ สถาปิตานนท์. การสื่อสารสุขภาพ: ศักยภาพของสื่อมวลชนในการสร้างเสริมสุขภาพ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์, 2546.

ปาริชาติ สถาปิตานนท์. การรณรงค์และการให้การศึกษาเพื่อสร้างจิตสำนึกและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพมหานคร : โชดา สตูดิโอ ครีเอชั่น แอนด์ พับลิชซิง, 2549.

พรดี สะสมบัติ. กระบวนการสื่อสารในการรณรงค์เรื่องการเลี้ยงลูกด้วยนมมารดาของ "กลุ่มนมแม่". วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

พิชญ์สินี วาณิชพราหมณ์. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2549.

พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร. กรุงเทพฯ: ริงค์บีคอนดีบุ๊ค, 2553.

พิมพ์เพ็ญ ธนาคุณ. ประสิทธิผลของเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

มติชน[ออนไลน์]. 2554. แหล่งที่มา : <http://www.matichon.co.th> [9 มกราคม 2554]

มธุรดา เจริญทวีทรัพย์. แนวทางการสื่อสารเรื่องเพศศึกษาในครอบครัว. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

มหาสุทิตย์ อาภาโร. เครือข่าย: ธรรมชาติความรู้และการจัดการ. กรุงเทพฯ: โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข(สรส), 2547.

รณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่, มูลนิธิ. หญิงไทยกำลังตกเป็นเหยื่อ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่, 2553.

รณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่, มูลนิธิ. สองทศวรรษมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่, 2551.

วรวรรณ อารีประชาภิรมย์. กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายพันธมิตรที่สัมฤทธิ์ผลในธุรกิจ
ประกันชีวิต.วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศ
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2547.

วศิณี นพคุณ. กลยุทธ์การสื่อสารเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม และการมีส่วนร่วมของชุมชนด้าน
สิ่งแวดล้อมของกลุ่มอุตสาหกรรมพลังงาน.วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาวิชา
นิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2551.

ศุภกัญญา นาถนิตธาตา. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับสำนักงานคณะกรรมการ
อาหารและยา(อย.)ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต,
สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2539.

เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ[ออนไลน์].2553.แหล่งที่มา : <http://www.vcharkarn.com> [8 มกราคม
2554]

สมบูรณ์ ศรีวัฒน์ตระกูล. กลยุทธ์การสื่อสารและประสิทธิผลของโครงการประชาร่วมใจ ประหยัด
ไฟฟ้าของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย.วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาวิชา
การประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2540.

สิตางค์ สุนทรโรหิต . การมีส่วนร่วมของบุคลากรที่มีต่อการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของ
องค์กรธุรกิจที่ได้รับรางวัลคณะกรรมการแห่งปีที่มีผลงานต่อเนื่อง .วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต,สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
,2550.

สิรินันท์ บินรอกษา . การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์
อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของบุคคลากรบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร .วิทยานิพนธ์
ปริญญาามหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย,2551.

สุโขทัยธรรมมาธิราช,มหาลัย.กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์หน่วยที่1-7.พิมพ์ครั้งที่2.นนทบุรี: โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,2550.

สุโขทัยธรรมมาธิราช,มหาลัย.กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์หน่วยที่8-10.พิมพ์ครั้งที่2.นนทบุรี: โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,2550.

สุโขทัยธรรมมาธิราช,มหาลัย.กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์หน่วยที่11-15.พิมพ์ครั้งที่2.นนทบุรี: โรง
พิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,2550.

สุชัญญา ลิ้มสกุล .กลยุทธ์และประสิทธิผลของแผนการรณรงค์โฆษณาโครงการเสริมสร้างความ
ตื่นตัวในการปกป้องสิทธิผู้บริโภค อย.ปกป้องสิทธิ.วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต
สาขาวิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2541.

เสกสรร สายสีสด.หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์.กรุงเทพฯ:ไทยวัฒนาพานิช, 2545.

เสนีย์ แดงวัง.เอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตงานประชาสัมพันธ์ หน่วยที่8 ,นนทบุรี :
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,2531

เสรี พงศ์พิศ. วัฒนธรรมองค์กรของโลกยุคใหม่เครือข่ายยุทธวิธีเพื่อประชาคมเข้มแข็ง ชุมชน
เข้มแข็ง.สถาบันการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน,2537.

เสรี วงษ์มณฑา.การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ.กรุงเทพมหานคร: A.N.การพิมพ์,2540.

สำนักวิจัยเอแบคโพลล์.พฤติกรรมและทัศนคติต่อการสูบบุหรี่ของผู้หญิงไทย: กรณีศึกษา
ประชาชนอายุ 15-30ปี และกลุ่มผู้หญิงที่สูบบุหรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร, 2544.

สำนักวิจัยเอแบคโพลล์.ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่ของนักเรียนหญิง
ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและประกาศนียบัตรวิชาชีพ เขตกรุงเทพมหานคร”, 2544.

อภิชา คุณวันนา. กระบวนการสื่อสารในการสร้างความร่วมมือด้านสื่อแอดลุ่มขององค์กรภาค
ธุรกิจและองค์กรพัฒนาเอกชน.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาเทคโนโลยีการ
พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.

อรศรี งามวิทยาพงศ์. กระบวนการเรียนรู้ในสังคมไทยและการเปลี่ยนแปลงจากยุคชุมชนถึงยุค
พัฒนาความทันสมัย. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการจัดการทางสังคม, 2549.

อรอนันต์ วุฒิเสน. การสื่อสารในการก่อตัวและการขยายเครือข่ายของชุมชนผู้เลี้ยงปลากระพงขาว
อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาเทคโนโลยีการ
พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

อิทธิพล ปรีดีประสงค์, "แนวคิดเกี่ยวกับบุหรืในหนังสือ". วารสารสมาร์ท, 116 (กันยายน 2552):4.

ภาษาอังกฤษ

Barban, A. M. Essentials of media planning: a marketing viewpoint. 3rd ed Lincolnwood,
Illinois: NTC Business Books, 1993.

Baran, S. J. Mass communication theory : foundations, ferment, and future. 5th ed Boston,
MA. : Wadsworth Cengage Learning, 2009.

Baran, S. J . Introduction to mass communication : media literacy and culture. 2nd
ed Boston : McGraw Hill, 2002.

Bloom, B. S. Taxonomy of Education Objectives (Cognitive Domain). New York: David
Mckay, 1976

Bobbitt, R. and Sullivan R. Public Relations Campaign. New York: Pearson
Education, 2009.

Cutlip, S. M. and Allen H. Center, Effective Public Relations. Prentic-Hall 1964.

- David K. Berlo. The process of communication. New York: Holt, Rinehart and Winston Inc., 1960.
- Gregory, A. Planning and Managing Public Relations Campaigns. London: Kogan Page Limited, 2000.
- Marston, John E. The nature of public relations. New York: McGraw-Hill, 1979.
- Priemer, A. B. Effective media planning : a guide to help advertisers and agencies develop plans that work. Lexington, Mass. : Lexington Books, 1989.
- Rosen, E. The Anatomy of Buzz: Creating Word-of-Mouth Marketing. London: HarperCollins, 2000.
- Sasco A. and Kleihues P. Why can't we convince the young not to smoke? 1999.
- Surmanek, J. Media planning: a practical guide. 3rd ed. Lincolnwood, Illinois: NTC business Books, 1996.
- Vivian, J. The media of mass communication. 7th ed. Boston : Pearson Education, 2005.
- Wilmshurst, J. Oral History 'History of Word of Mouth Marketing' [Online]. 1990.
Available from: <http://www.womma.org/ethics/code/read/> [2011, March 12]

ภาคผนวก

แบบสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องด้านการประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์ “ผู้หญิงรุ่นใหม่...ไม่สูบบุหรี่”

ตอนที่ 1 : ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ-นามสกุล..... อายุ..... ปี
2. ตำแหน่ง.....
3. หน้าที่ความรับผิดชอบในกระบวนการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่.....

ตอนที่ 2 : ข้อมูลเรื่องกระบวนการประชาสัมพันธ์ โครงการรณรงค์ “ผู้หญิงรุ่นใหม่...ไม่สูบบุหรี่”

1. แนวคำถามเพื่อศึกษากระบวนการประชาสัมพันธ์รณรงค์

1.1 ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่

- ที่มาของประเด็น “ผู้หญิงรุ่นใหม่...ไม่สูบบุหรี่”
- เป้าหมายที่อยากให้เกิดขึ้นจากการรณรงค์โครงการ ฯ
- บทบาทขององค์กรของท่านในการประชาสัมพันธ์รณรงค์โครงการ ฯ

1.2 ประเด็นคำถามหลักเกี่ยวกับกระบวนการประชาสัมพันธ์

- การดำเนินงานเริ่มจากส่วนใดใครเป็นผู้กำหนดนโยบายและการทำงาน
- ขั้นตอนกระบวนการประชาสัมพันธ์โครงการนี้เป็นอย่างไร

o **ชั้นการวิจัย- รับฟัง**

- มีการใช้ข้อมูลหรือหาข้อมูลจากแหล่งใดประกอบการวางแผนประชาสัมพันธ์
- ข้อมูลมีประโยชน์ต่อการวางแผนประชาสัมพันธ์โครงการนี้หรือไม่ อย่างไร

o **ชั้นการวางแผน- การตัดสินใจ**

- เป้าหมายหลักของการประชาสัมพันธ์โครงการนี้คืออะไร
- วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โครงการนี้คืออะไร
- สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการนี้ ได้แก่สื่อใดบ้าง
- มีการจัดทำแผนปฏิบัติงานของการประชาสัมพันธ์โครงการฯ ไว้หรือไม่ อย่างไร

o **ชั้นการสื่อสาร**

- วิธีการสื่อสารหรือประสานงานภายในองค์กรเป็นอย่างไร
- วิธีการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายของโครงการเป็นอย่างไร
- ใช้กลยุทธ์ใดบ้างในการสื่อสารเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการมีส่วนร่วมหรือความร่วมมือในการปฏิบัติตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการ

o **ชั้นการประเมินผล**

- มีการประเมินผลหรือติดตามการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการ ฯหรือไม่
- ประเมินผลการประชาสัมพันธ์โครงการในประเด็นใดบ้าง
- ผลตอบกลับของประชาชนและกลุ่มเป้าหมายมีประโยชน์หรือเป็นข้อมูลในการวางแผนประชาสัมพันธ์โครงการอื่น ๆ ในอนาคต มาก-น้อยเพียงใด

2. แนวคำถามเพื่อศึกษาแนวทางหรือวิธีการการประชาสัมพันธ์โครงการ ฯ

- วางแนวทางการประชาสัมพันธ์โครงการนี้ไว้อย่างไรบ้าง

2.1 แนวทางการใช้สื่อประชาสัมพันธ์

- มีหลักเกณฑ์ในการเลือกสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการนี้อย่างไร
- วางแผนในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์โครงการนี้อย่างไรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
- มีการวางแผนการใช้สื่อเพื่อให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มหรือไม่อย่างไร
- หน่วยงานและองค์การของท่านดำเนินกิจกรรมใดบ้างในการประชาสัมพันธ์โครงการ ฯ

2.2 แนวทางการนำเสนอสารประชาสัมพันธ์

- วัตถุประสงค์ของสารคืออะไร
- มีเทคนิควิธี/กลยุทธ์ในการนำเสนอเนื้อหา เรื่องราว หรือสัญลักษณ์ ต่าง ๆ ของโครงการอย่างไรให้เข้าถึงและโดนใจกลุ่มเป้าหมาย
- มีหลักในการนำเสนอสารประชาสัมพันธ์ของโครงการ ฯ อย่างไร

แบบสัมภาษณ์กลุ่มเสียงของโครงการณรงค์ “ผู้หญิงรุ่นใหม่..ไม่สูบบุหรี่”

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ-นามสกุล..... อายุ ปี
อาชีพ.....

ตอนที่ 2 คำถามทั่วไปเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการสูบบุหรี่

1. ท่านเริ่มสูบบุหรี่เมื่ออายุเท่าไร และเพราะสาเหตุใด
2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการสูบบุหรี่
3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับคนที่สูบบุหรี่
4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับผู้หญิงที่สูบบุหรี่
5. ท่านคิดว่าสังคมไทยยอมรับการสูบบุหรี่หรือไม่ เพราะสาเหตุใด
6. ท่านคิดว่าพ่อแม่ หรือ ผู้ปกครองของท่านจะยอมรับหรือไม่ยอมรับกับการที่คนสูบบุหรี่
7. เพื่อนสนิทของท่านสูบบุหรี่หรือไม่
8. เท่าที่คุณทราบ มีดาราที่คุณชื่นชอบที่คนสูบบุหรี่
9. ที่ผ่านมาเคยมีคนคุยกับคุณเรื่องอันตรายจากการสูบบุหรี่บ้างหรือไม่ และถ้ามี ได้คุยกับใครบ้าง
10. ท่านเคยมีความพยายามเลิกบุหรี่หรือไม่ เพราะสาเหตุใด

ตอนที่3 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อโครงการและการประชาสัมพันธ์รณรงค์"ผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ "

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการรณรงค์ประชาสัมพันธ์เรื่องการสูบบุหรี่
2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ผู้หญิงไม่สูบบุหรี่
3. ท่านเคยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์ไม่ให้ผู้หญิงสูบบุหรี่บ้างหรือไม่
4. ท่านคิดว่าเมื่อได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการรณรงค์ "ผู้หญิงรุ่นใหม่...ไม่สูบบุหรี่ " แล้วจะได้รับประโยชน์อย่างไรบ้าง
5. ท่านเคยเห็นข้อความที่ต่อต้านไม่ให้ผู้หญิงสูบบุหรี่ตามสื่ออะไรบ้าง (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ป้ายโฆษณา แผ่นพับ โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์)
6. ท่านคิดว่ากรรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ ควรจะใช้สื่อหรือช่องทางการสื่อสารใดที่สามารถเข้าถึงตัวท่านได้มากที่สุด เพราะสาเหตุใด (เช่น ภาพยนตร์โฆษณา อินเทอร์เน็ต (facebook twitter website e-magazine) โปสเตอร์ แผ่นพับ)

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการรณรงค์ไม่ให้ผู้หญิงสูบบุหรี่

- 1.ท่านคิดว่าบุคคลรอบข้างมีผลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของท่านเกี่ยวกับการสูบบุหรี่หรือไม่ อย่างไร (เช่น ครอบครัว เพื่อน แฟน)
2. ท่านคิดว่าบุคคลใดที่จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกบุหรี่ เพราะสาเหตุใด
- 3.ในการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ เนื้อหาสาระลักษณะใด ที่จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมของท่าน และเพราะสาเหตุใด
4. ท่านคิดว่าภาพยนตร์โฆษณาลักษณะใดที่จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลิกบุหรี่เพราะสาเหตุใด
- 5.ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่จะสามารถส่งผลต่อการตัดสินใจเลิกบุหรี่ได้
- 6.ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรในการรณรงค์ไม่ให้ผู้หญิงสูบบุหรี่
- 7.ในอนาคตท่านคาดหวังว่าการสื่อสารของโครงการรณรงค์ "ผู้หญิงรุ่นใหม่...ไม่สูบบุหรี่ "ควรจะเป็นอย่างไร ขอให้ท่านอธิบายพร้อมให้ แนวคิดในการดำเนินการสื่อสาร

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวฉัตรนภา อัมพลพิรพันธ์ เกิดเมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2528 ที่จังหวัดกรุงเทพฯ สำเร็จการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาจาก โรงเรียนเซนต์โยเซฟคอนเวนต์ และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจากมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ คณะบริหารธุรกิจ เอกภาษาจีน เกียรตินิยมอันดับสอง



