



วารสารการแพทย์และสาธารณสุขเขต 4

Office of Disease Prevention and Control, Region 4 Saraburi

<https://he01.tci-thaijo.org/index.php/JMPH4/index>

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ใกล้สถานศึกษาในจังหวัดนครนายก

Factors affecting the tobacco selling behavior of retail operators to youth near educational institutes in Nakhon Nayok Province

รุจินันท์ เหล่าจिरองกูร*, รัฐพล ศิลปะระศรี, พรรณี บัญชรหัตถกิจ, ทศพร ชุศักดิ์

Ruchinan Laochiraunggoon*, Rathapol Sillaparassamee, Pannee Banchonhattakit, Thassaporn Chusak

คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

Faculty of Public health, Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage, Pathum Thani Province,

Thailand

*Corresponding author: ruchinan9@gmail.com

Received: September 12, 2023 Revised: October 23, 2023 Accepted: November 23, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกใกล้สถานศึกษาในจังหวัดนครนายก ประชากรที่ศึกษาคือผู้ประกอบการร้านค้าใกล้สถานศึกษา ในพื้นที่จังหวัดนครนายก โดยเฉพาะเจาะจง ร้านค้าที่ใกล้สถานศึกษาระยะ 1,000 เมตร ทั้งหมดจำนวน 120 ร้าน ช่วงระหว่างเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2565 โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยพหุ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 71.67 อยู่ช่วงอายุ 60 - 69 ปี ร้อยละ 38.83 สถานภาพสมรส ร้อยละ 75.83 การศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 40.83 ไม่สูบบุหรี่ ร้อยละ 83.33 เป็นเจ้าของร้าน ร้อยละ 95.00 ระยะเวลาทำงานที่ร้านค้า 11 - 20 ปี ร้อยละ 55.83 โดยผู้ประกอบการมีความรู้พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ด้านทัศนคติการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบต่อการบังคับใช้กฎหมาย และด้านพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชน ในระดับสูง ร้อยละ 95.83, ร้อยละ 72.50 และร้อยละ 90 ตามลำดับ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $p < 0.05$ มี 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) ระยะทางระหว่างร้านค้าถึงสถานศึกษา 2) ราคาขายต่อซอง 3) จำนวนยาสูบซองที่ขายได้ และ 4) ประเภทของยาสูบที่จำหน่าย ดังนั้น จึงควรเน้นย้ำการให้ความรู้ต่อการปฏิบัติตามกฎหมาย และมีการติดตามตรวจสอบพฤติกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบ

คำสำคัญ: การปฏิบัติตามกฎหมายควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ, ผู้ประกอบการร้านค้า, ทฤษฎีพฤติกรรม, การนำนโยบายไปปฏิบัติ

Abstract

This research is survey research with the objective of studying factors affecting the behavior of selling tobacco products to youth of retail store operators near educational institutions in Nakhon Nayok Province. The population studied was retail operators near educational institutions in Nakhon Nayok Province. Specifically stores near educational institutions within a radius of 1,000 meters, a total of 120 stores near educational institutions within a radius of 1,000 meters between November and December 2022. Descriptive statistics and multiple regression analysis were used in this study. The research results found that most retail operators are female 71.67%, 38.83% aged 60 - 69 years, 75.83% marital status, 40.83% high school education, 83.33% non-smoker, 95.00% stores owner, 55.83% working time at the stores 11 - 20 years. The most retail operators had a high level of knowledge about the Tobacco Product Control Act and related laws, attitudes towards the sale of tobacco products to wards law enforcement, and behavior in selling tobacco products to youth were at a high level of 95.83%, 72.50%, and 90%, respectively. Factors that affect the behavior of selling tobacco products to youth with statistical significance at $p < 0.05$ include 4 factors: 1) distance between stores and educational institutions, 2) price of tobacco per pack, 3) number of tobacco packs sold and 4) types of tobacco sold. Therefore, emphasis should be placed on studying compliance with the law. And behavior is monitored, especially in stores that sell tobacco products.

Keywords: Tobacco Product Control law practice, Retail operators, Theory of behavior, Policy implementation

บทนำ

การสูบบุหรี่เป็นปัจจัยที่สำคัญและสาเหตุที่ทำให้เกิดโรคหัวใจและหลอดเลือด มีสถิติการเสียชีวิตลำดับที่ 2 ของโลก รองจากโรคความดันโลหิตสูง ร้อยละ 12 ของผู้ป่วยโรคหัวใจทั้งหมดเสียชีวิตจากการได้รับควันบุหรี่มือสอง จากสถานการณ์การสูบบุหรี่ของประเทศไทย พบว่าปี พ.ศ.2560 อัตราการสูบบุหรี่ของประชากรไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป เท่ากับร้อยละ 19.1 และเมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุของผู้สูบบุหรี่ พบว่าผู้สูบบุหรี่ที่มีอายุ 15 - 18 ปี มีอายุเฉลี่ยเมื่อเริ่มต้นสูบบุหรี่ครั้งแรกถึง 14.7 - 14.8 ปี โดยมีอายุต่ำสุดที่ 6 - 7 ปี ตามลำดับ⁽¹⁾ สถานการณ์การสูบบุหรี่ของเขตสุขภาพที่ 4 พบว่าอัตราการสูบบุหรี่ของประชากรไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป มีผู้บริโภคยาสูบร้อยละ 18.4 มีแนวโน้มสูงขึ้น โดยจังหวัดที่มีแนวโน้มประชากรไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป บริโภคยาสูบสูงชันมากที่สุดคือจังหวัด นครนายก คิดเป็นร้อยละ 22.65 รองลงมาคือจังหวัดนนทบุรี พระนครศรีอยุธยา อ่างทอง สิงห์บุรี ลพบุรี สระบุรี และปทุมธานี (ร้อยละ 21.14, 19.84, 19.74, 18.09, 17.98, 15.98 และ 15.20 ตามลำดับ) และอัตราการบริโภคยาสูบในกลุ่มเยาวชนอายุ 15 - 19 ปี ในปี 2560 พบว่าอัตราการบริโภค

ยาสูบในกลุ่มอายุ 15 - 19 ปี ของเขตสุขภาพที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 6.89 ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยประเทศ ร้อยละ 9.7 และเป็นอันดับที่ 11 ของเขตสุขภาพ จังหวัดนครนายก อัตราการบริโภคยาสูบในกลุ่มประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป มีแนวโน้มสูงขึ้นจากร้อยละ 21.03 ในปี 2554 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 22.65 ในปี 2560 ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ ร้อยละ 19.1 โดยจังหวัดนครนายก มีอัตราการบริโภคยาสูบสูงสุดเป็นอันดับที่ 20 เมื่อเทียบกับทุกจังหวัดในประเทศไทย และมีอัตราการบริโภคยาสูบสูงเป็นอันดับ 1 ของเขตสุขภาพที่ 4 เมื่อวิเคราะห์สถานการณ์บริโภคยาสูบของจังหวัดนครนายก จำแนกตามกลุ่มอายุจะพบว่า อัตราการบริโภคยาสูบสูงที่สุดอายุ 19 - 24 ปี ร้อยละ 28.57 ซึ่งเป็นกลุ่มเยาวชน รองลงมาคือกลุ่มอายุ 41 - 59 ปี และกลุ่มอายุ 25 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.05 และ 19.74 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาแล้วแนวโน้มการสูบบุหรี่ของกลุ่มอายุต่าง ๆ พบว่ามีแนวโน้มลดลงจากปี 2554 ยกเว้นกลุ่มอายุ 19 - 24 ปี และ 15 - 18 ปี⁽¹⁾ สถานการณ์การบริโภคยาสูบของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2564⁽²⁾ อัตราการสูบบุหรี่ของกลุ่มเยาวชนอายุ 15 - 19 ปี ลดลงจากร้อยละ 9.7 ในปี พ.ศ. 2560 เป็นร้อยละ 6.2 ในปี พ.ศ. 2564

เมื่อจำแนกตามเพศของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป ที่สูบบุหรี่ 26 เท่า โดยอัตราการสูบบุหรี่ของเพศชายเท่ากับร้อยละ 34.7 และเพศหญิง เท่ากับร้อยละ 1.3 เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ ได้แก่ กลุ่มเยาวชน 15 - 24 ปี กลุ่มวัยทำงาน 25 - 59 ปี และกลุ่มผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป พบว่า ประชากรกลุ่มวัยทำงาน สูบบุหรี่มากที่สุด ร้อยละ 20.4 รองลงมา ได้แก่ กลุ่มเยาวชน และกลุ่มผู้สูงอายุ ร้อยละ 12.7 เท่ากัน

พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560⁽³⁾ ได้กำหนดมาตรการเพื่อควบคุมการเข้าถึงบุหรี่ของเยาวชนไทย ณ จุดขาย หรือร้านค้าที่จำหน่ายบุหรี่ รวม 5 ประเด็น ได้แก่ 1) ห้ามขายหรือให้ซึ่งผลิตภัณฑ์ยาสูบแก่บุคคลซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ 2) ห้ามแบ่งขายบุหรี่ ซิกาแรต 3) ห้ามขายบุหรี่ในลักษณะจูงใจให้บริโภค เช่น ลด แลก แจก แถม และแสดงราคาบุหรี่ เป็นต้น 4) ห้ามโฆษณา หรือทำการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ยาสูบ และ 5) ห้ามแสดงหรือยินยอมให้แสดงผลิตภัณฑ์ยาสูบ ณ สถานที่ขายปลีก

การวิจัยนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในจังหวัดนครนายก โดยประยุกต์ทฤษฎี Bloom.⁽⁴⁾ ได้กล่าวถึง พฤติกรรมว่าเป็นกิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำอาจเป็นสิ่งสังเกตได้หรือไม่ได้ และพฤติกรรมดังกล่าวนี้ ซึ่งผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการวิจัย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความรู้ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกหรือโชห่วยที่ขายผลิตภัณฑ์ยาสูบ ด้านพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560 และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบต่อการบังคับใช้กฎหมาย
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนผู้ประกอบการร้านค้าปลีกใกล้สถานศึกษาในจังหวัดนครนายก

วัตถุประสงค์การศึกษา

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างเดือน พฤศจิกายน - ธันวาคม 2565

ประชากรที่ศึกษา คือ ร้านค้าที่ขายผลิตภัณฑ์ยาสูบ ประเภทร้านขายปลีกหรือร้านโชห่วยทุกแห่งที่ตั้งอยู่ใกล้สถานศึกษาในรัศมีระยะทาง 1,000 เมตร มีทั้งหมดจำนวน 120 ร้านค้า (มีใบอนุญาตขายยาสูบประเภทที่ 2 (ภส.08-17) (ป.2)(0)) ข้อมูลจากสรรพสามิตพื้นที่นครนายก⁽⁵⁾ โดยทางผู้วิจัยใช้ประชากรทั้งหมดเป็นร้านค้าที่ตั้งอยู่รอบสถานศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรศึกษาทั้งหมด จำนวน 120 คน

เกณฑ์คัดเข้า (Inclusion criteria) ได้แก่

- 1) เป็นร้านค้าปลีกประเภทร้านขายปลีกหรือโชห่วยที่ขายผลิตภัณฑ์ยาสูบที่มีใบอนุญาตขายยาสูบที่ออกให้โดยกรมสรรพสามิต 2) ร้านค้าตั้งอยู่ภายในพื้นที่ของจังหวัดนครนายก 3) ร้านค้าตั้งอยู่ในรัศมี 1,000 เมตรรอบสถานศึกษา 4) ผู้ให้ข้อมูลมีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และประเภทประเมินค่า (Rating Scale) ผ่านการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามฯ ไปทดลองใช้สอบถาม (Try out) กับผู้ประกอบการร้านค้าที่อยู่ในรัศมี 1,000 เมตรจากสถานศึกษา จำนวน 30 ร้าน ในพื้นที่จังหวัดสระบุรี ซึ่งมีลักษณะของพื้นที่และบริบททางสังคมใกล้เคียงกับบริบททางสังคมของจังหวัดนครนายก และนำมาทดสอบคุณภาพเครื่องมือโดยหาค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้องภายใน (Coefficient of internal Consistency) ด้วยวิธี Cronbach's Alpha Coefficient ในการวิจัยครั้งนี้ ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการหาค่า Cronbach's Alpha Coefficient method โดยใช้โปรแกรมการวิเคราะห์ทางสถิติ มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.96 โดยมีองค์ประกอบ 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการร้านค้า จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา การสูบบุหรี่ ความเกี่ยวข้องกับร้านค้า และระยะเวลา นับตั้งแต่เริ่มทำงานที่ร้านค้านี้ เป็นแบบเลือกตอบตามความเป็นจริง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของร้านค้าที่กำหนดขายผลิตภัณฑ์ยาสูบ จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย ระยะเวลาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ระยะทางระหว่างร้านกับสถานศึกษา ประเภทของยาสูบที่จำหน่ายในร้านค้า จำนวนยาสูบของที่ขายได้ ราคาขายของ คำตอบเป็นแบบเลือกตอบตามความเป็นจริง ยกเว้นระยะห่างของร้านที่ขายผลิตภัณฑ์ยาสูบจากสถานศึกษาเป้าหมายวัดด้วยแอปพลิเคชัน Map Measure Pro โดยผู้วิจัยหรือผู้ช่วยวิจัย

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกหรือโชห่วยที่ขายผลิตภัณฑ์ยาสูบ ด้านพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560 และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง จำนวน 20 ข้อ เกณฑ์การแบ่งระดับแบ่งเป็น 3 ระดับ ตามเกณฑ์การประเมินแบบอิงเกณฑ์ของบลูม⁽⁴⁾ ดังนี้ โดยให้เลือกตอบ ใช่/ไม่ใช่ ดังนี้ การแปลความหมายข้อมูลความรู้ของผู้ประกอบการในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ ตอบถูก 16 - 20 ข้อ = ความรู้กฎหมายสูง, ตอบถูก 12 - 15 ข้อ = ความรู้กฎหมายปานกลาง, ตอบถูก 0 - 11 ข้อ = ความรู้กฎหมายต่ำ

ส่วนที่ 4 ทศนคติเกี่ยวกับการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบต่อการบังคับใช้กฎหมาย จำนวน 10 ข้อ เกณฑ์การแบ่งระดับแบ่งเป็น 3 ระดับ ตามเกณฑ์แบ่งระดับคะแนนของเบส⁽⁶⁾ ดังนี้ โดยให้เลือกตอบ เห็นด้วย/ไม่เห็นด้วย ช่วงคะแนน 2.34 - 3.00 หมายถึง ทศนคติระดับสูง, ช่วงคะแนน 1.67 - 2.33 หมายถึง ทศนคติระดับปานกลาง, ช่วงคะแนน 1.00 - 1.66 หมายถึง ทศนคติระดับต่ำ

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกใกล้สถานศึกษาในจังหวัดนครนายก การตรวจสอบอายุ การวางขายบุหรี่/ผลิตภัณฑ์ยาสูบ ณ จุดขาย การขายบุหรี่/ผลิตภัณฑ์ยาสูบให้ลูกค้าเลือกหยิบบุหรี่/ผลิตภัณฑ์ยาสูบจากจุดขายด้วยตนเอง การแบ่งขายบุหรี่/ผลิตภัณฑ์ยาสูบ การวางโชว์

ของบุหรี่/ผลิตภัณฑ์ยาสูบ ในตู้บุหรี่ที่ใส มีลักษณะคำถามตามความเป็นจริง จำนวน 10 ข้อ เกณฑ์การแบ่งระดับแบ่งเป็น 3 ระดับ ตามเกณฑ์แบ่งระดับคะแนนของเบส⁽⁶⁾ ดังนี้ โดยให้เลือกตอบ ปฏิบัติเป็นประจำ/ปฏิบัติเป็นบางครั้งและไม่เคยปฏิบัติเลย ช่วงคะแนน 2.34 - 3.00 หมายถึง มีพฤติกรรมการขายยาสูบระดับดี, ช่วงคะแนน 1.67 - 2.33 หมายถึง มีพฤติกรรมการขายยาสูบระดับปานกลาง, ช่วงคะแนน 1.00 - 1.66 หมายถึง มีพฤติกรรมการขายยาสูบระดับไม่ดี

แบบสอบถามนี้ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ และนำไปวิเคราะห์เพื่อหาค่าดัชนีความตรงของเนื้อหา (Content Validity Index หรือ CVI) ทั้งค่าดัชนีความตรงของเนื้อหารายข้อ (item content validity index, I-CVI) และ ทั้งฉบับ (content validity for scale, S-CVI) โดยมีเกณฑ์ยอมรับค่าดัชนีความตรงของเนื้อหา ตั้งแต่ 0.8 ขึ้นไป ซึ่งผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความตรงของเนื้อหา รายข้อ (I-CVI) และทั้งฉบับ (S-CVI) ของส่วนที่ 3 - 5

การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติการวิเคราะห์ความถดถอย Multiple regression analysis

จริยธรรมการวิจัย

รับรองโดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยเกี่ยวกับมนุษย์ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครนายก เอกสารรับรองเลขที่ NPHO 2023-018 วันที่รับรอง 19 ตุลาคม 2565

ผลการศึกษา

1. คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการร้านค้า

จากจำนวนผู้ประกอบการ 120 คน และจำนวนร้านค้ารอบสถานศึกษาทั้งหมด 120 แห่ง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 71.67 อายุเฉลี่ย 56.75 ± 10.91 ปี มีอายุ 60 - 69 ปี ร้อยละ 38.83 สถานภาพสมรส ร้อยละ 75.83 การศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 40.83 ระยะเวลาเฉลี่ยที่เริ่มทำงานในร้านค้า 14.22 ± 5.84 ปี ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการร้านค้า (n=120)

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	34	28.33
หญิง	86	71.67
อายุ		
น้อยกว่า 50 ปี	27	22.50
50 - 59 ปี	36	30.00
60 - 69 ปี	46	38.83
70 ปีขึ้นไป	11	9.17
สถานภาพ สมรส		
โสด	15	12.50
สมรส	91	75.83
หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่	14	11.67
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าหรือประถมศึกษา	46	38.22
มัธยมศึกษา	49	40.83
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	20	16.67
ปริญญาตรี	5	4.16
ท่านสูบบุหรี่หรือไม่		
สูบ	20	16.67
ไม่สูบ	100	83.33
ความเกี่ยวข้องกับร้านค้านี้		
เป็นเจ้าของร้าน	114	95.00
เป็นลูกจ้างประจำร้าน	6	5.00
ระยะเวลา นับตั้งแต่เริ่มทำงานที่ร้านค้านี้		
1 - 5 ปี	9	7.50
6 - 10 ปี	30	25.00
11 - 20 ปี	67	55.83
มากกว่า 20 ปีขึ้นไป	14	11.67

2. คุณลักษณะของร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบ

จากร้านค้ารอบสถานศึกษาทั้งหมด พบว่า ร้านค้าส่วนใหญ่ระยะทางตั้งอยู่ไม่เกิน 50 เมตร ร้อยละ 75.83 ประเภทของยาสูบที่จำหน่ายในร้านค้านี้เป็นยาสูบซอง และ

ยาสูบยาเส้น ร้อยละ 80.83 โดยมีระยะเวลาในการเปิดร้านแต่ละวันช่วง 13 - 15 ชม/วัน ราคาขายยาสูบต่อซองราคา 68 บาท ร้อยละ 29.91 จำนวนยาสูบที่ขายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 30 ซอง/เดือน ร้อยละ 41.67 ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลของคุณลักษณะของร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบ (n=120)

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
ระยะทางระหว่างร้านค้าถึงสถานศึกษา		
ไม่เกิน 100 เมตร	91	75.83
มากกว่า 100 เมตร	29	24.17

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลของคุณลักษณะของร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบ (n=120) (ต่อ)

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทของยาสูบที่จำหน่ายในร้านค้า		
ยาสูบซอง อย่างเดียว	23	19.17
ยาสูบซอง และยาสูบยาเส้น	97	80.83
รวมระยะเวลาเปิดร้านค้าแต่ละวัน		
ไม่เกิน 10 ชม.	6	5.00
11 - 12 ชม.	52	43.33
13 - 15 ชม.	62	51.67
ราคาของยาสูบต่อซอง		
66 บาท	31	26.50
67 บาท	29	24.79
68 บาท	35	29.91
70 บาท	22	18.80
จำนวนยาสูบที่ขายได้ต่อเดือน		
ไม่เกิน 30 ซอง	50	41.67
31 - 40 ซอง	21	17.50
41 - 50 ซอง	21	17.50
มากกว่า 50 ซอง	28	23.33

3. ความรู้ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกหรือโชห่วยที่ขายผลิตภัณฑ์ยาสูบ ด้านพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560 และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

จากผู้ประกอบการร้านค้ารอบสถานศึกษาทั้งหมดพบว่า คะแนนเฉลี่ยความรู้ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกหรือโชห่วยที่ขายผลิตภัณฑ์ยาสูบ ด้านพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560⁽³⁾ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่ในรายชื่อความรู้อยู่ในระดับสูง ด้านการวางซองยาสูบในตู้โชว์ที่บ และติดป้ายว่าที่นี้ขายยาสูบ ถือเป็นการ

โฆษณาผลิตภัณฑ์ยาสูบมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำ และพบคะแนนเฉลี่ยระดับคะแนน ปานกลาง คือข้อการแขวนยาเส้นบรรจุซองแต่ไม่แสดงยี่ห้อ ให้เห็นที่หน้าร้าน ถือเป็นการโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาสูบ และข้อการบรรจุผลิตภัณฑ์ยาสูบด้วยซองที่ไม่มีฉลากภาพคำเตือนรอขายให้ลูกค้าไม่คิด ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 3

ด้าน ระดับความรู้พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับคะแนนความรู้อยู่ในระดับสูง จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 95.83 ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 4

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ (n=120)

ข้อคำถาม	Mean	S.D.	แปลผล
1. การขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้แก่บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีบริบูรณ์ เป็นสิ่งผิดกฎหมาย	2.98	0.13	ระดับสูง
2. การใช้บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี บริบูรณ์ ขายผลิตภัณฑ์ยาสูบ เป็นสิ่งผิดกฎหมาย	2.99	0.09	ระดับสูง
3. ท่านสามารถขอคุบตรประชาชนของผู้ซื้อ กรณีสงสัยว่าอายุไม่ถึง 20 ปีบริบูรณ์	2.98	0.16	ระดับสูง
4.การนำผลิตภัณฑ์ยาสูบแบ่งใส่ซองใสเพื่อแบ่งมวนเป็นสิ่งผิดกฎหมาย	2.99	0.09	ระดับสูง
5. การวางโชว์ผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เห็นชัด เป็นสิ่งที่สามารถทำได้	2.98	0.16	ระดับสูง
6. การแสดงป้ายบอกราคาหรือยี่ห้อผลิตภัณฑ์ยาสูบลักษณะจะงูใจให้บริ โภคเป็นสิ่งที่สามารถทำได้	2.97	0.18	ระดับสูง

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ (n = 120) (ต่อ)

ข้อคำถาม	Mean	S.D.	แปลผล
7. การลดราคาผลิตภัณฑ์ยาสูบ เป็นสิ่งที่สามารถทำได้	2.99	0.09	ระดับสูง
8. การแถมสินค้าอื่นร่วมกับผลิตภัณฑ์ยาสูบ	2.99	0.09	ระดับสูง
9. การวางซองยาสูบให้เห็นผ่านตู้โชว์และเห็นยี่ห้อ ถือเป็น การโฆษณาผลิตภัณฑ์	2.94	0.23	ระดับสูง
10. การวางซองยาสูบให้เห็นผ่านตู้โชว์แต่ไม่เห็นยี่ห้อถือเป็น การโฆษณาผลิตภัณฑ์	2.95	0.22	ระดับสูง
11. การวางซองยาสูบในตู้โชว์ที่ปิดฝาไว้ให้เห็นยี่ห้อ ถือว่าเป็น การโฆษณาผลิตภัณฑ์	2.93	0.26	ระดับสูง
12. การวางซองยาสูบในตู้โชว์ที่ปิดและติดป้ายว่าที่นี่ขายยาสูบ ถือเป็น การโฆษณาผลิตภัณฑ์	2.19	0.39	ปานกลาง
13. การแขวนยาเส้นบรรจุซองแต่ไม่แสดงยี่ห้อ ให้เห็นที่หน้าร้าน ถือเป็น การโฆษณาผลิตภัณฑ์	2.68	0.47	ระดับสูง
14. การขายผลิตภัณฑ์ยาสูบ/ยาเส้น แก่ผู้ที่อายุไม่ครบ 20 ปี เป็นสิ่งผิดกฎหมาย	2.97	0.18	ระดับสูง
15. การให้ผลิตภัณฑ์ยาสูบ/ยาเส้น แก่เด็ก เป็นสิ่งที่ทำได้ ไม่ผิดกฎหมาย	2.91	0.29	ระดับสูง
16. การโชว์ ของชำร่วยที่มีตรายี่ห้อผลิตภัณฑ์ยาสูบที่หน้าร้านเป็นสิ่งที่ทำได้ไม่ผิดกฎหมาย	2.89	0.31	ระดับสูง
17. การบรรจุผลิตภัณฑ์ยาสูบด้วยซองที่ไม่มีฉลากภาพคำเตือนรอขายให้ลูกค้าไม่ผิดกฎหมาย	2.78	0.42	ระดับสูง
18. การขายผลิตภัณฑ์ยาสูบแบบแบ่งมวนให้ลูกค้าไม่ผิดกฎหมาย	2.94	0.23	ระดับสูง
19. กำหนดให้ผู้ที่มีใบอนุญาตขายผลิตภัณฑ์ยาสูบต้องแสดงใบอนุญาตไว้ในที่เปิดเผย	2.98	0.16	ระดับสูง
20. ใบอนุญาตที่ออกตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560	2.98	0.13	ระดับสูง

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละความรู้พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560 และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง (n=120)

ระดับความรู้พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำ (0 - 11 คะแนน)	1	0.83
ปานกลาง (12 - 15 คะแนน)	4	3.34
สูง (16 - 20 คะแนน)	115	95.83
คะแนนเฉลี่ย±ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	17.99±1.58	

4. ทรรศนะเกี่ยวกับการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบต่อการบังคับ

ใช้กฎหมาย

ผู้ประกอบการร้านค้ารอบสถานศึกษาทั้งหมด มีทัศนคติเกี่ยวกับการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบต่อการบังคับใช้กฎหมายโดยมีคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รายชื่อทุกข้ออยู่ในระดับสูง ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 5

ด้านระดับทัศนคติเกี่ยวกับการขายผลิตภัณฑ์

ยาสูบต่อการบังคับใช้กฎหมายโดยสรุปในภาพรวมพบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าและพนักงานส่วนใหญ่มีทัศนคติเกี่ยวกับการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบต่อการบังคับใช้กฎหมาย อยู่ในระดับสูง ร้อยละ 72.50 มีคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 28.62 ± 3.46 ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 6

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติเกี่ยวกับการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบ (n=120)

ข้อคำถาม	Mean	S.D.	แปลผล
1. ท่านคิดว่าไม่ควรขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้แก่บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี บริบูรณ์	3.00	0.00	ระดับสูง
2. ท่านคิดว่าไม่ควรขายผลิตภัณฑ์ยาสูบแบบแบ่งมวน	2.88	0.46	ระดับสูง
3. ท่านคิดว่าไม่ควรวางโชว์ซองผลิตภัณฑ์ยาสูบให้ลูกค้าเห็น	2.75	0.61	ระดับสูง

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติเกี่ยวกับการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบ (n=120) (ต่อ)

ข้อคำถาม	Mean	S.D.	แปลผล
4. ท่านคิดว่าไม่ควรแสดงป้ายราคาหรือยี่ห้อผลิตภัณฑ์ยาสูบขนาดใหญ่ให้ลูกค้าเห็น	2.84	0.46	ระดับสูง
5. ท่านคิดว่าการยินยอมให้บุคคลอายุต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์ ขายยาสูบเป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง	2.91	0.41	ระดับสูง
6. ท่านคิดว่าไม่ควรจำหน่ายบุหรี่ซิการ์/บุหรี่ โรงงาน ที่ไม่มีภาพคำเตือน	2.73	0.60	ระดับสูง
7. ท่านคิดว่าการจำหน่ายยาเส้น ที่ไม่มีภาพคำเตือน เป็นสิ่งที่สามารถทำได้	2.75	0.57	ระดับสูง
8. ท่านคิดว่าห้ามขายผลิตภัณฑ์ยาสูบแบบให้ลูกค้าหยิบตนเอง เป็นสิ่งที่สามารถทำได้	2.99	0.09	ระดับสูง
9. ท่านคิดว่าการแจก แกรม แลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ยาสูบกับสินค้าอื่นการให้บริการไม่ถูก	2.88	0.45	ระดับสูง
10. ท่านคิดว่าไม่ควรนำยาสูบในการให้บริการการชิงโชค การชิงรางวัล	2.88	0.45	ระดับสูง

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละทัศนคติเกี่ยวกับการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบต่อการบังคับใช้กฎหมาย (n=120)

ระดับทัศนคติเกี่ยวกับการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำ (10 - 16 คะแนน)	4	3.33
ปานกลาง (17 - 23 คะแนน)	5	4.17
สูง (24 - 30 คะแนน)	111	72.50
คะแนนเฉลี่ย \pm ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	28.62	\pm 3.46

5. พฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกใกล้สถานศึกษาในจังหวัดนครนายก

พฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนที่ผู้ประกอบการร้านค้าหรือพนักงานในร้านค้ามีการปฏิบัติที่ดี ได้แก่ ไม่ขายผลิตภัณฑ์ยาสูบ โดยให้เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี ไม่เคยแถมสินค้าอื่นร่วมกับผลิตภัณฑ์ยาสูบหรือแถมผลิตภัณฑ์ยาสูบร่วมกับสินค้าอื่น และไม่ขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้ลูกค้าเลือกหยิบผลิตภัณฑ์ยาสูบจากจุดขาย

ด้วยตนเอง ร้อยละ 99.17 แต่พฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้กับเยาวชนที่ยังปฏิบัติได้ไม่ดี ได้แก่ ไม่เคยขอคู่มือประชาชนจากเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ยาสูบจากร้าน ร้อยละ 46.67 ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 7

โดยสรุปในภาพรวม ผู้ประกอบการร้านค้าและพนักงาน ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชน อยู่ในระดับสูง ร้อยละ 90.00 โดยมีคะแนนเฉลี่ยด้านพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชน 27.47 ± 2.73 คะแนน ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 8

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชน (n=120)

ข้อคำถาม	Mean	S.D.	แปลผล
1. ท่านเคยขอคู่มือประชาชนจากเด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ที่มาซื้อยาสูบจากร้านของท่าน	1.68	0.71	น้อยที่สุด
2. ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมาร้านได้รับมอบคู่มือซองซองยาสูบจากเอเจนต์ขายยาสูบ	1.43	0.80	น้อยที่สุด
3. ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมาร้านขายส่งเคยจัดหาคู่มือซองซองยาสูบให้ร้านค้าของท่านเอง	1.45	0.82	น้อยที่สุด
4. ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมาร้านค้าของท่านวางซองซองยาสูบในตู้โชว์ให้ลูกค้าเห็น	1.18	0.46	น้อยที่สุด
5. ร้านค้าของท่านเคยถูกตรวจพบการกระทำที่ผิดกฎหมายควบคุมยาสูบที่กำหนดไว้	1.03	0.26	น้อยที่สุด
6. ร้านค้าของท่านแสดงป้ายราคาหรือยี่ห้อยาสูบในลักษณะจูงใจให้บริโภค	1.03	0.26	น้อยที่สุด
7. ท่านนำยาสูบแบ่งใส่ซองใส่ซองเพื่อขายบุหรี่แบบแบ่งมวน	1.03	0.26	น้อยที่สุด
8. ท่านขายยาสูบ โดยให้เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี ขายแทน	1.02	0.18	น้อยที่สุด
9. ท่านเคยแถมสินค้าอื่นร่วมกับยาสูบหรือแถมยาสูบร่วมกับสินค้าอื่น	1.02	0.18	น้อยที่สุด
10. ท่านเคยขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้ลูกค้าเลือกหยิบยาสูบจากจุดขายด้วยตนเอง	1.02	0.18	น้อยที่สุด

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชน (n=120)

พฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบ		จำนวน	ร้อยละ
ต่ำ	(10 - 16 คะแนน)	1	0.83
ปานกลาง	(17 - 23 คะแนน)	11	9.17
สูง	(24 - 30 คะแนน)	108	90.00
คะแนนเฉลี่ย \pm ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน		27.47 \pm 2.73	

ปัจจัยระยะทางจากร้านค้าถึงสถานศึกษาที่ใกล้ที่สุด เป็นตัวแปรพยากรณ์ตัวแรกที่มีความสามารถในการทำนายพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกใกล้สถานศึกษาในจังหวัดนครนายก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยสามารถอธิบายความผันแปรของพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบ ได้ร้อยละ 13.01 (R^2 change = 0.1301) ($R^2 = 0.2930$)

รองลงมาคือ ปัจจัยราคาขายของ สามารถอธิบายความผันแปรของพฤติกรรม ได้ร้อยละ 6.46 (R^2 change = 0.0646) ปัจจัยจำนวนยาสูบของที่ขายได้ สามารถอธิบายความผันแปรของพฤติกรรม ได้ร้อยละ 6.45 (R^2 change = 0.0645) และปัจจัยประเภทของยาสูบที่จำหน่าย สามารถอธิบายความผันแปรของพฤติกรรม ได้ร้อยละ 3.38 (R^2 change = 0.0338) ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยวิเคราะห์อำนาจการทำนายปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกใกล้สถานศึกษาในจังหวัดนครนายก (n=120)

โมเดลวิเคราะห์	ตัวแปร	สัมประสิทธิ์ถดถอย (Coefficient)		R^2	R^2_{adj}	Sr^2	R^2 change
		B	β				
โมเดลที่ดีที่สุด	1. ระยะทางจากร้านค้าถึงสถานศึกษาที่ใกล้ที่สุด	1.64	0.3607	0.1301	0.1228	17.65	0.1301
	2. ราคาขายของ	1.66	0.2855	0.0019	0.0791	10.14	0.0646
	3. จำนวนยาสูบของที่ขายได้	-1.54	-0.2812	0.0411	0.0330	5.06	0.0645
	4. ประเภทของยาสูบที่จำหน่าย	1.40	0.2027	0.0816	0.0738	10.48	0.0338
Constant = 26.03, $R^2=0.2930$, $R^2_{adj}=0.26.84$, $SE_{est}=0.5422$, $F=11.92$, $p < 0.0001$							

6. การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกใกล้สถานศึกษาในจังหวัดนครนายก ที่หลายตัวแปร (Multiple Regression Analysis)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระต่าง ๆ กับพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบที่ละตัวแปร โดยไม่คำนึงถึงอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ ได้ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จำนวน 9 ปัจจัย และได้ทำการคัดเลือกตัวแปรที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมฯ โดยพิจารณาจากค่า p -value < 0.25 เข้ามาทำการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ

จำนวน 13 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรอายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มทำงานที่ร้านค้า ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มจำหน่ายยาสูบ รายได้เฉลี่ยการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบต่อเดือน รวมระยะเวลาเปิดร้านค้าแต่ละวัน ประเภทของยาสูบที่จำหน่ายในร้านค้าจำนวนยาสูบของที่ขายได้จำนวนยาสูบเส้นที่ขายได้ต่อเดือน ราคาขายของ และราคาขายของเส้น ด้วยวิธีการ Backward elimination ทดสอบ model of fit พบว่า มี 4 ปัจจัย ดังนี้ 1) ผู้ประกอบการร้านค้ามีระยะทางระหว่างร้านค้าถึงสถานศึกษาที่ใกล้ที่สุดประมาณ 50 เมตร (Adjusted mean difference = 1.64, 95% CI: 0.62 to 2.66, p -value = 0.0022) 2) ผู้ประกอบการร้านค้าที่ขายทั้งยาสูบของ

และยาสูบเส้น จะมีคะแนนพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนมากกว่าผู้ประกอบการร้านค้าหรือพนักงานที่ขายเฉพาะยาสูบซองอย่างเดียว (Adjusted mean difference = 1.40, 95% CI: 0.28 to 2.52, p -value = 0.0144) 3) ผู้ประกอบการร้านค้าที่ขายจำนวนยาสูบซองที่ขายได้ไม่เกิน 30 ซองต่อเดือน จะมีคะแนนพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนมากกว่าร้านค้าที่ขายจำนวนยาสูบซองที่ขายได้มากกว่า 30 ซองต่อเดือน 1 (Adjusted

mean difference = 1.52, 95% CI: 0.59 to 2.48, p -value = 0.0018) 4) ผู้ประกอบการร้านค้าที่ขายรายอายุซองของ 68 - 70 บาทต่อซอง จะมีคะแนนพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนมากกว่าผู้ประกอบการร้านค้าหรือพนักงานที่ขายรายอายุซองของ 66 - 67 บาทต่อซอง (Adjusted mean difference = 1.66, 95% CI: 0.72 to 2.59, p -value = 0.0007) ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชน โดยควบคุมอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ แล้ว

ตัวแปร	n	mean	S.D.	Un-adjusted Mean difference	Adjusted Mean difference	95% CI	p -value
1. ระยะทางระหว่างร้านค้าถึงสถานศึกษาที่ใกล้ที่สุด							
ไม่เกิน 100 เมตร	91	26.91	2.90	0	0		0.0022**
มากกว่า 100 เมตร	29	29.21	0.77	2.29	1.64	0.62 to 2.66	
2. ประเภทของยาสูบที่จำหน่ายในร้านค้า							
ยาสูบซอง อย่างเดียว	23	25.87	4.15	0			0.0144*
ยาสูบซอง และยาสูบยาเส้น	97	27.84	2.14	1.98	1.40	0.28 to 2.52	
3. จำนวนยาสูบซองที่ขายได้							
ไม่เกิน 30 ซองต่อเดือน	50	28.12	1.98	0	0		0.0018**
มากกว่า 30 ซองต่อเดือน	70	27.00	3.09	-1.12	-1.54	-2.48 to -0.59	
4. รายอายุซอง							
66 - 67 บาท/ซอง	62	26.73	2.54	0	0		0.0007***
68 - 70 บาท/ซอง	58	28.26	2.73	1.53	1.66	0.72 to 2.59	

หมายเหตุ: วิเคราะห์ด้วยสถิติ *Multivariable linear regression* หรือ *Multiple regression analysis*

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้ประกอบการร้านค้าหรือพนักงานขายประจำร้านค้าส่วนใหญ่ อายุเฉลี่ย 60 - 69 ปี ร้อยละ 38.83 ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มอายุของคนวัยผู้ใหญ่ก่อนไปทางผู้สูงอายุที่มีวุฒิภาวะในการพิจารณาในความเหมาะสมถูกต้องในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้กับเยาวชน และจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ความรู้ พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560 และกฎหมายที่เกี่ยวข้องและทัศนคติเกี่ยวกับการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบต่อการบังคับใช้กฎหมายของผู้ประกอบการร้านค้า อยู่ในระดับสูงผู้ประกอบการร้านค้าและพนักงานส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชน อยู่ในระดับสูง ร้อยละ 90.00

ร้านค้าที่อยู่ใกล้สถานศึกษาจะมีลักษณะของการเข้าถึงบริการได้ง่ายกว่า ทำให้นักเรียนที่มีพฤติกรรมการสูบบุหรี่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ร้านค้าที่ขายทั้งยาสูบซองและยาสูบเส้น จะมีคะแนนพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนมากกว่าร้านค้าที่ขายเฉพาะยาสูบซองอย่างเดียว ทั้งนี้ เป็นเพราะลักษณะร้านค้าที่มีผลิตภัณฑ์ยาสูบที่มีทั้งยาสูบซองและยาสูบเส้น ช่วยเพิ่มหลากหลายในการเลือกซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์ยาสูบ โดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นร้านค้าที่มีการจัดบริการหรือการจัดการสิ่งแวดล้อมบริเวณร้านถึงอำนวยความสะดวกให้อื้อและเป็นแรงจูงใจในการมาซื้อยาสูบที่ร้านค้า

สรุปผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $p < 0.05$ มี 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) ระยะทางระหว่างร้านค้าถึงสถานศึกษาที่มากกว่า 100 เมตร จะมีพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนมากกว่าร้านค้าที่มีระยะทางที่ตั้งอยู่ใกล้ที่สุดประมาณ 50 เมตร 2) ร้านค้าที่ขายทั้งยาสูบซองและยาสูบเส้น จะมีพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบมากกว่าร้านค้าที่ขายเฉพาะยาสูบซองอย่างเดียว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของคุณจักรพันธ์ เพ็ชรภูมิ⁽⁷⁾ ที่ทำการศึกษพบว่าพฤติกรรมการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าในการซื้อและเสพผลิตภัณฑ์ยาสูบมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการขายให้เยาวชน จะมีพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนมากกว่าร้านค้าที่ขายเฉพาะยาสูบซองอย่างเดียว 3) ร้านค้าที่ขายจำนวนยาสูบซองที่ขายได้ไม่เกิน 30 ซองต่อเดือน จะมีพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนมากกว่าร้านค้าที่ขายจำนวนยาสูบซองที่ขายได้มากกว่า 30 ซองต่อเดือน และ 4) ร้านค้าที่ขายราคายาสูบซอง 68 - 70 บาทต่อซอง จะมีพฤติกรรมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนมากกว่าร้านค้าที่ขายราคายาสูบซอง 66 - 67 บาทต่อซอง ดังนั้น จึงควรเน้นย้ำการให้ความรู้ต่อการปฏิบัติตามกฎหมาย และมีการเฝ้าระวังติดตามตรวจสอบพฤติกรรมโดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบรอบสถานศึกษาทั้งหมด

ข้อเสนอแนะ

1) การส่งเสริมความรู้พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560 และกฎหมายที่เกี่ยวข้องของผู้ประกอบการร้านค้า จะต้องเน้นย้ำประเด็นการสอบถามอายุของเยาวชนผู้ซื้อหรือตรวจสอบบัตรประชาชนของเยาวชนทุกครั้ง เพื่อไม่ให้เกิดการกระทำผิดกฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560

2) การดำเนินการเฝ้าระวัง ตรวจสอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบของของผู้ประกอบการร้านค้า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเน้นเป้าหมายหลัก คือ ร้านค้าที่ตั้งอยู่ในระยะรัศมีไม่เกิน 100 เมตร จากสถานศึกษา ซึ่งจะเห็นว่าพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้กับเยาวชนมากกว่าร้านค้าที่ตั้งอยู่ในระยะรัศมีมากกว่า 100 เมตร

เอกสารอ้างอิง

1. National Statistical Office. The Smoking and Drinking Behaviour Survey 2017. Bangkok: Pimdeekarpim ; 2018. (in Thai)
2. National Statistical Office. Health Behaviour of Population Survey 2021. Bangkok: Printed by: 2021. (in Thai)
3. Law Division. Tobacco Product Control Act B.E.2560. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House; 2017. (in Thai)
4. Bloom BS, Hasting JT, Madaus GF. Handbook on Formative and Summative Evaluation of Student Learning. New York: McGraw-Hill Book Co; 1971.
5. Information of those who have been licensed to sell tobacco products in the area near the educational institution. Nakhon Nayok Area Excise Office 2021.
6. Best, John W. Research in Education. 3rd ed. Englewood cliffs: N.J.: Prentice-Hall; 1977
7. Phetphoom C, Nimpitakpong P, Noosorn N, Mekrungrongwong S. Predicting Factors of the Tobacco Sale to Adolescents Behavior in Rural Retailers, Journal of The Royal Thai Army Nurses 2017(1): 113-21. (in Thai)