ปัจจัยทำนายพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้กับเยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชนชนบท

Predicting Factors of the Tobacco Sale to Adolescents Behavior in Rural Retailers

จักรพันธ์ เพ็ชรภูมิ* ณรงค์ศักดิ์ หนูสอน ปิยะรัตน์ นิ่มพิทักษ์พงศ์ ศันสนีย์ เมฆรุ่งเรืองวงศ์
Chakkraphan Phetphum*, Narongsak Noosorn, Piyarat Nimpitakpong, Sunsanee Mekrungrongwong
มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก ประเทศไทย 65000
Naresuan University, Phitsanulok Province Thailand 65000

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงพรรณนาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทำนายพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชนชนบท โดยสังเคราะห์ตัวแปรอิสระจากการวิจัยทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบและการวิจัยเชิงคุณภาพที่ผ่านมาของผู้วิจัย กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบในชุมชนชนบทของจังหวัดพิจิตร จำนวน 167 คน ที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติถดถอยพหุคูณเชิงเส้นแบบขั้นตอน

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 68.9 จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชน และมีตัวแปรอิสระที่ร่วมกันทำนายพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนจำนวน 8 ตัวแปร ประกอบด้วย 1) พฤติกรรมการแบ่งจำหน่ายบุหรี่แบบแยกมวน (β = .396) 2) พฤติกรรมการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าในการซื้อและเสพผลิตภัณฑ์ยาสูบ (β = .254) 3) การนิยามคำว่าเยาวชนที่บิดเบือนไปจากข้อบัญญัติทางกฎหมาย (β = .245) 4) การคล้อยตามพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบของกลุ่มอ้างอิง (β = .237) 5) ระยะเวลาในการประกอบอาชีพผู้ประกอบการร้านค้าปลีก (β = .146) 6) การมีค่านิยมทางเศรษฐกิจ (β = .140) 7) การรับรู้มาตรการบังคับใช้กฎหมายฯ (β = -.130) และ 8) จำนวนปีที่ได้รับการศึกษา (β = -.118) ซึ่งตัวแปรอิสระทั้ง 8 ตัวแปรในสมการถดถอยพหุคูณที่สร้างขึ้นนี้สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนได้คิดเป็นร้อยละ 55.4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ : การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชน ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ชุมชนชนบท

Corresponding Author: *E-mail : pumanatural@gmail.co.th
วิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ (ศจย.)
This study was funded by Tobacco Control Researchand Knowledge Management Center (TRC)

113-121 AW-□□□

Abstract

The purpose of thisdescriptive research were toanalyzing the predicting factors of rural retailer behavior concerning tobacco sale to adolescents. Independent variables synthesized from systematic literature review and qualitative research in the past. This study gathers data through questionnaires to get the opinions of a sample of rural retailers in Phichit province. They were taken througha stratified random sampling to get 167 stores. Data were analyzed by using descriptive statistics andstepwise multiple linear regression.

The findings appeared 68.9 percent of samples sale tobacco to adolescents and the predicting factors of rural retailer behavior concerning tobacco sale to adolescentsare composed of 1) behavior of selling single cigarettes or small packages (β = .396), 2) behavior of facilitating customers in trading and consuming tobacco products (β = .254), 3) the definition of adolescents that distorts the law (β = .245), 4) flexibility in the behavior of selling tobacco product among the reference group (β = .237), 5) duration of performing the retailer occupation (β = .146), 6) the economical value (β = .140), 7) perception of law enforcement (β = -.130) and 8) years of education (β = -.118). The constructed eight independent variables in the multiple regression have a predictive value of 55.4 percent of the variance in the behavior of selling tobacco to adolescents with statistical significance at the level of P<.01

Keywords : Tobacco Sale to Adolescents, Retailer, Rural

บทนำ

การเข้าถึงบุหรี่ได้ง่ายของเยาวชนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการบริโภคบุหรี่ในระยะแรกเริ่มของเยาวชน[1] ดังนั้น หากสามารถจำกัดการเข้าถึงบุหรี่ได้อย่างมีประสิทธิผลก็จะสามารถลดอัตราการบริโภคบุหรี่ในระยะแรกเริ่มของเยาวชน[2] หรืออย่างน้อยที่สุดจะสามารถลดอัตราการเพิ่มขึ้นของอัตราการบริโภคบุหรี่ในระยะแรกเริ่มของเยาวชนลงได้[3]

ประเทศไทยให้ความสำคัญอย่างมากกับนโยบายด้านการลดการเข้าถึงบุหรี่ของเยาวชน โดยออกพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 พร้อมทั้งมีการแก้ไขและปรับปรุงข้อบัญญัติในมาตราต่าง ๆ อย่างรอบด้าน อย่างไรก็ตามในห้วงระยะเวลากว่า 20 ปีที่ผ่านมาก็ยังมีผลการศึกษาจำนวนไม่น้อยที่ระบุว่า เยาวชนไทยยังสามารถเข้าถึงบุหรี่ได้อย่างง่ายดาย โดยมีแหล่งเข้าถึงบุหรี่ที่สำคัญที่สุดคือ ร้านค้าปลีกในชุมชนใกล้บ้านใกล้โรงเรียน ทั้งนี้ จากการสำรวจแบบแผนพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของเยาวชนไทยโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2550 พบว่า เยาวชนร้อยละ 91.0 ซื้อบุหรี่ด้วยตนเองจากร้านค้าปลีกในชุมชนและจำนวนนี้มากกว่าร้อยละ 90.0 ระบุว่าตนเองสามารถซื้อบุหรี่ได้อย่างง่ายดายโดยไม่เคยถูกตรวจสอบอายุหรือบัตรประจำตัวประชาชนรวมทั้งไม่เคยถูกปฏิเสธการจำหน่าย[4] โดยมีผลการวิจัยเชิงทดลองยืนยันว่า การเพิ่มขึ้นของอัตราการเข้าถึงบุหรี่จากแหล่งจำหน่ายโดยตรงของเยาวชนก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบที่เป็นรูปธรรมที่สำคัญคือ ทุก ๆ การเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10.0 ของอัตราการละเมิดกฎหมายการจำหน่ายบุหรี่ให้กับเยาวชนจะเพิ่มอัตราการสูบบุหรี่ของเยาวชนทั้งแบบครั้งคราวและแบบประจำคิดเป็น ร้อยละ 0.8 และ 0.4 ตามลำดับ[5] และนอกจากร้านค้าปลีก (Commercial sources) จะเป็นแหล่งจำหน่ายบุหรี่ให้เยาวชนโดยตรงแล้วยังมีความเชื่อมโยงกับการเข้าถึงบุหรี่จากแหล่งอื่น ๆ ทางสังคมด้วย (Social sources) โดยประมาณร้อยละ 73.0 ของเยาวชนที่สามารถซื้อบุหรี่ได้ด้วยตนเองจะกลายเป็นแหล่งบุหรี่ (Indirect sources) ให้เพื่อน ๆ หรือรุ่นน้องที่ไม่สามารถเข้าถึงหรือหาซื้อได้โดยตรงจากร้านค้า[6]

จากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบของผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกประกอบด้วย 4 กลุ่มปัจจัย คือ 1) กลุ่มปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก 2) กลุ่มปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ 3) กลุ่มปัจจัยด้านการรับรู้และกระบวนการคิดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก และ 4) กลุ่มปัจจัยด้านพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ซึ่งผลการวิจัยเกือบทั้งหมดเป็นการศึกษาในต่างประเทศ

113-121 AW-□□□

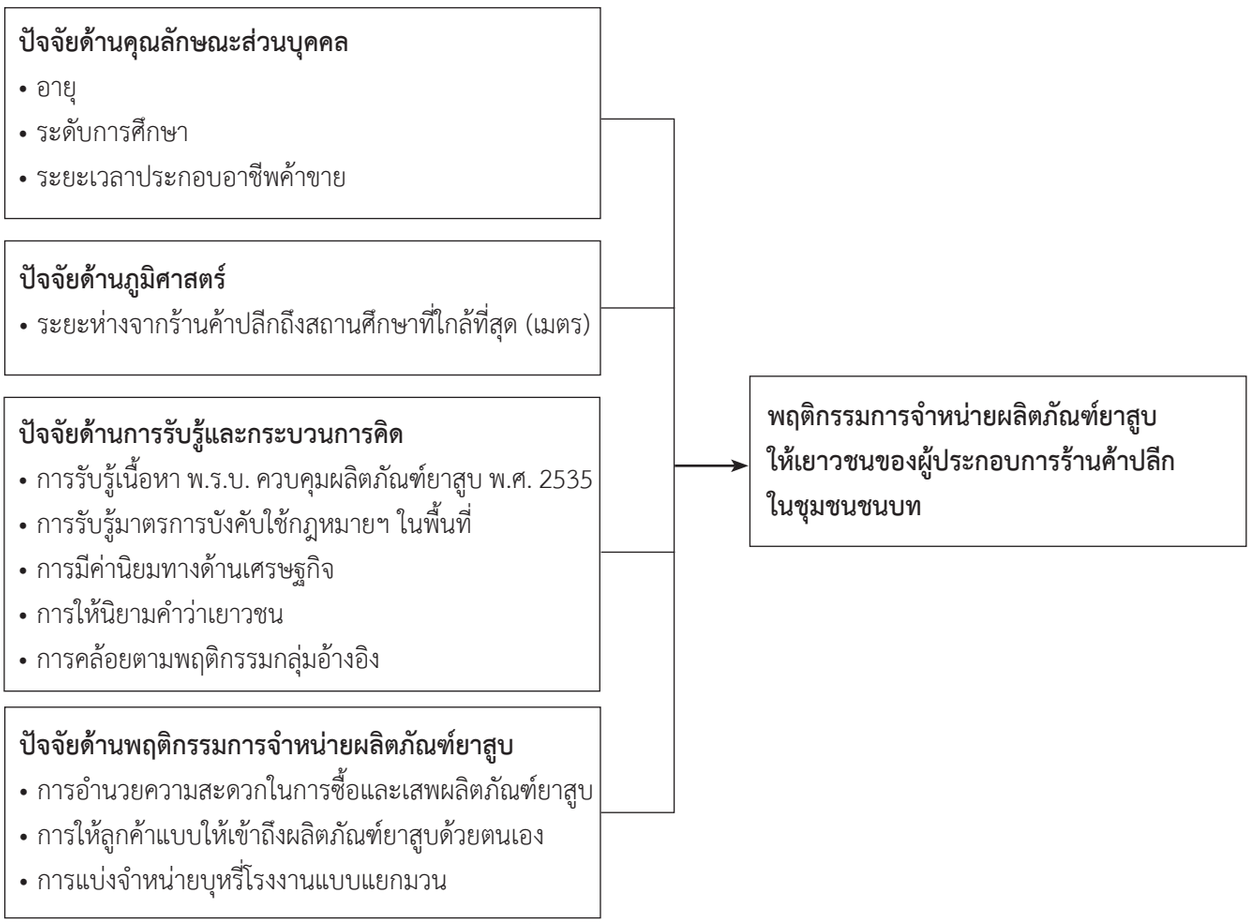
จึงทำให้มีข้อจำกัดในการนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงปฏิบัติการ เพราะยังไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัญหาและสภาพบริบทของประเทศไทย ดังนั้น ผู้วิจัยและคณะจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยทำนายพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนของ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกโดยเจาะจงศึกษาในพื้นที่ชุมชนชนบทเพราะมีข้อมูลยืนยันว่าเป็นพื้นที่ที่ประสบปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิผลของมาตรการควบคุมยาสูบและมีสถานการณ์การระบาดของการบริโภคยาสูบของเยาวชนสูงกว่าชุมชนเมืองมาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน[8] ซึ่งผลการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์ในการวางแผนควบคุม ป้องกัน เฝ้าระวัง และตรวจสอบการปฏิบัติตามกฎหมายการห้ามจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกได้อย่างมีประสิทธิผลทั้งในระดับนโยบายและสำหรับผู้ปฏิบัติงานในระดับพื้นที่ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยทำนายพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชนชนบท

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยสังเคราะห์ตัวแปรอิสระมาจากงานวิจัยที่ผ่านมา ประกอบด้วย 1) ผลการศึกษาด้วยการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic review) เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก[7] และผลการศึกษาที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพเรื่อง ปรากฏการณ์ แบบแผน และภาพจำลองทางความคิดของพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชนชนบท[9] สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกที่นำมาใช้เป็นตัวแปรอิสระในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวน 12 ตัวแปร จำแนกออกเป็น 4 กลุ่มปัจจัย ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

113-121 AW-□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 115 4/8/60 BE 11:24 AM

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ ปัจจัยด้านการรับรู้และกระบวนการคิด และปัจจัยด้านพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกสามารถทำนายพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชนชนบทของจังหวัดพิจิตรได้

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบหาความสัมพันธ์เชิงทำนาย (Predictive correlational research design) ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยนเรศวร เลขที่รับรองโครงการ : 56 02 03 000 (วันที่ได้รับอนุมัติวันที่ 3 เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556) และมีมาตรการปกป้องกลุ่มตัวอย่าง 3 ประการ คือ หลักการขอความยินยอม (Informed consent) หลักการรักษาความลับของแหล่งข้อมูล (Confidentiality) และหลักการป้องกันผลกระทบต่อผู้ให้ข้อมูล (Consequences) และการวิจัยครั้งนี้ ไม่ได้รับทุนสนับสนุนจากองค์กรหรือบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับยาสูบ ซึ่งมีรายละเอียดการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากร คือ ร้านค้าปลีกที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบที่อยู่นอกเขตเทศบาลของจังหวัดพิจิตร จำนวน 1,010 ร้านค้า

กลุ่มตัวอย่าง คือ ร้านค้าปลีกที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบที่อยู่นอกเขตเทศบาลของจังหวัดพิจิตร จำนวน 176 ร้านค้าที่ได้จากการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*Power 3 สำหรับงานวิจัยที่ใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) โดยกำหนดค่าขนาดอิทธิพล (Effect size) เท่ากับ 0.15 (ขนาดอิทธิพลในระดับกลาง) ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05 ค่าอำนาจการทดสอบ (Power of test) เท่ากับ 0.80 และจำนวนตัวแปรเท่ากับ 13 ตัว คำนวณได้จำนวนตัวอย่าง 131 ร้านค้า และเพื่อป้องกันการไม่ตอบกลับและความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์จึงเพิ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 30.0 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ รวมจำนวนตัวอย่าง 170 ร้านค้า แล้วสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling) ตามขอบเขตการปกครองระดับอำเภอจำนวน 12 ชั้นภูมิ และคำนวณขนาดตัวอย่างในแต่ละอำเภอตามสัดส่วนจำนวนร้านค้าปลีกที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบ จากนั้นจึงสุ่มตัวอย่างในแต่ละอำเภอโดยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายด้วยวิธีการจับสลากแบบไม่ใส่คืน (Simple random sampling without replacement)

หน่วยวิเคราะห์ข้อมูล คือ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกที่ทำหน้าที่จำหน่ายสินค้าเป็นประจำ 1 คนต่อร้านค้าปลีก 1 แห่ง

เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaires) ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามที่มีข้อคำถามชนิดตอบสั้น (Short answers) และตรวจสอบรายการ (Checklists) จำนวน 13 ข้อ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ 1) คุณลักษณะส่วนบุคคลจำนวน 12 ข้อ และ 2) ข้อมูลด้านภูมิศาสตร์ จำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามที่มีข้อคำถามชนิดมาตรประมาณค่า (Rating scale) ตามแบบของลิเคอร์ท (Likert) 5 ระดับ จำนวน 39 ข้อ แบ่งเป็น 7 ด้าน ประกอบด้วย 1) การรับรู้เนื้อหา พ.ร.บ. ควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 จำนวน 5 ข้อ 2) การรับรู้มาตรการบังคับใช้กฎหมายฯ ในพื้นที่ จำนวน 5 ข้อ 3) การมีค่านิยมทางเศรษฐกิจ จำนวน 5 ข้อ 4) การให้นิยามคำว่าเยาวชน จำนวน 5 ข้อ 5) การคล้อยตามพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบของกลุ่มอ้างอิง จำนวน 5 ข้อ 6) พฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบจำนวน 8 ข้อ และ 7) พฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชน จำนวน 6 ข้อ โดยกำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าคะแนนเฉลี่ยออกเป็น 5 ระดับ คือ ระดับมากที่สุดมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.51 - 5.00 ระดับมากมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.51 - 4.50 ระดับปานกลางมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.51 - 3.50 ระดับน้อยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.51 - 2.50 และระดับน้อยที่สุดมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00 - 1.50

การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามประกอบด้วย 1) การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถาม (Content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน พบว่าข้อคำถามทุกข้อมีค่าดัชนีความตรงตามเนื้อหารายข้อ (I-CVI) อยู่ระหว่าง 0.80 – 1.00 และมีค่าดัชนีความตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถามทั้งชุด (S-CVI/Ave) เท่ากับ 0.952 และ 2) การตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยวิธีวิเคราะห์ความสอดคล้องภายใน (Internal consistency method) เพื่อคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Conbrach's alpha coefficient) ที่ได้จากการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชนชนบทของจังหวัดพิจิตรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน พบว่าแบบสอบถามทั้ง 7 ด้านมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ

113-121 AW-□□□

ครอนบาคเท่ากับ .72, .72, .77, .85, .83, .88, และ .80 ตามลำดับ

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยนี้เก็บข้อมูลโดยอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในพื้นที่ที่มีกลุ่มตัวอย่าง เพราะผู้ประกอบการร้านค้าปลีกส่วนใหญ่มีความไว้วางใจและให้คำตอบที่เป็นจริงกับ อสม. ซึ่งเป็นคนในชุมชนเดียวกันมากกว่าเก็บข้อมูลโดยผู้วิจัย[9] อสม. ที่ทำหน้าที่เก็บข้อมูลทุกคนผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อรับรู้ถึงวัตถุประสงค์ขั้นตอนการเก็บข้อมูล และฝึกซ้อมบทบาทสมมุติในการเก็บข้อมูล วิธีเก็บข้อมูลประกอบด้วยการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบด้วยตนเอง และในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างอ่านหนังสือไม่ได้ อสม. จะเป็นผู้อ่านแบบสอบถามให้ฟังแล้วให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้เลือกคำตอบด้วยตนเองโดยมีแบบสอบถามที่ตอบข้อคำถามครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวน 167 ฉบับ คิดเป็นอัตราตอบกลับ (Response rate) ร้อยละ 98.24

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณเชิงเส้นแบบขั้นตอนที่ผ่านการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น (Assumption) พบว่า 1) ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linearity) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 2) ค่าความคลาดเคลื่อนมีความเป็นอิสระจากกัน โดยพิจารณาค่า Durbin - Watson จากตาราง Modelsummary มีค่าเท่ากับ 1.620 (เกณฑ์ 1.5 - 2.5) 3) ค่าความคลาดเคลื่อนมีการแจกแจงปกติ โดยพิจารณาจากตาราง Residuals statistic พบค่า Mean และค่า SD ของ Std. Residual มีค่าเท่ากับ 0 และเท่ากับ 0.988 ตามลำดับ (เกณฑ์ Mean = 0 และ SD เข้าใกล้ 1) และ 4) ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันสูงเกินไป (Multi - collinearity) โดยพิจารณาจาก Correlation matrix พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมีค่าอยู่ระหว่าง -0.003 ถึง - 0.707

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 69.5) อายุระหว่าง 46 - 60 ปี (ร้อยละ 37.7) มีการศึกษาระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 55.7) และประกอบอาชีพค้าขายมานาน 1 - 10 ปี (47.9)

1.2 ข้อมูลด้านภูมิศาสตร์ พบว่า ร้านค้าปลีกในชนบทส่วนใหญ่ตั้งอยู่ห่างจากโรงเรียนที่ใกล้ที่สุดเป็นระยะทางมากกว่า 1,000 เมตร (ร้อยละ 49.7) และมีถึงร้อยละ 12.0 ที่ตั้งอยู่ห่างจากโรงเรียนที่ใกล้ที่สุดมีระยะทางน้อยกว่า 500 เมตร

1.3 ข้อมูลด้านการรับรู้และกระบวนการคิดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เนื้อหาของ พ.ร.บ. ควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 ในระดับน้อย (Mean = 2.41, SD = 1.332) มีการรับรู้หรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับมาตรการบังคับใช้กฎหมายฯ ในชุมชนเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (Mean = 1.01, SD = 1.242) มีค่านิยมทางด้านเศรษฐกิจเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.12, SD = 2.003) มีการนิยามคำว่าเยาวชนที่บิดเบือนไปจากข้อบัญญัติทางกฎหมายฯ เฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.05, SD = 2.417) (ร้อยละ 43.2 เห็นด้วยว่าบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี แต่มีพฤติกรรมเกเร เช่น ดื่มเหล้า สูบบุหรี่ ไม่ควรจัดเป็นเยาวชน) และมีการคล้อยตามพฤติกรรมการจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกและลูกค้าในชุมชนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.04, SD = 1.132)

1.4 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการอำนวยความสะดวกในการซื้อและเสพผลิตภัณฑ์ยาสูบให้ลูกค้าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (Mean = 1.92, SD = 2.033) (ร้อยละ 57.5 บริการไฟแช็คไว้ให้ลูกค้าจุดบุหรี่สูบโดยไม่คิด และร้อยละ 20.4 มีสถานที่ไว้ให้ลูกค้าสูบบุหรี่ภายในบริเวณร้านค้าปลีก) จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้ลูกค้าแบบเข้าถึงด้วยตนเองเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (Mean = 1.20, SD = 0.573) และแบ่งจำหน่ายบุหรี่โรงงานแบบแยกมวนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.04, SD = 1.394)

1.5 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 68.9 มีพฤติกรรมจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชน และมีระดับพฤติกรรมเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (Mean = 1.95, SD = 1.654) (ดังแสดงในตารางที่ 1)

113-121 AW-□□□

ตาราง 1 การรับรู้กระบวนการคิด และพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชนชนบท

รายการ	Mean	SD	แปลผล
การรับรู้และกระบวนการคิดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก			
- การรับรู้เนื้อหา พ.ร.บ. ควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535	2.41	1.332	น้อย
- การรับรู้มาตรการบังคับใช้กฎหมายฯ ในพื้นที่	1.01	1.242	น้อยที่สุด
- มีค่านิยมทางด้านเศรษฐกิจ	3.12	2.003	ปานกลาง
- การนิยามคำว่าเยาวชนที่บิดเบือนไปจากข้อบัญญัติทางกฎหมายฯ	3.05	2.417	ปานกลาง
- การคล้อยตามพฤติกรรมการจำหน่ายสินค้าของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกและลูกค้าในชุมชน	3.04	1.132	ปานกลาง
พฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบ			
- การอำนวยความสะดวกในการซื้อและเสพผลิตภัณฑ์ยาสูบให้ลูกค้า	1.92	2.033	น้อย
- การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบแบบให้ลูกค้าแบบเข้าถึงด้วยตนเอง	1.20	0.573	น้อยที่สุด
- การแบ่งจำหน่ายบุหรี่โรงงานแบบแยกมวน	3.04	1.394	ปานกลาง
- พฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชน	1.95	1.654	น้อย

ตาราง 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณและค่าอำนาจการพยากรณ์พฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชนชนบท

ตัวแปรอิสระ	B	SE b	β	t
(Constant)	-3.319	.722		-4.599**
การอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า	.206	.047	.254	4.398**
การแบ่งจำหน่ายบุหรี่แบบแยกมวน	.470	.066	.396	7.152**
การนิยามคำว่าเยาวชนที่บิดเบือน	.168	.037	.245	4.533**
การคล้อยตามพฤติกรรมกลุ่มอ้างอิง	.346	.085	.237	4.046**
จำนวนปีที่ได้รับการศึกษาในระบบ	-.049	.023	-.118	-2.163*
มีค่านิยมทางเศรษฐกิจ	.115	.051	.140	2.260*
ระยะเวลาในการประกอบอาชีพค้าขาย	.002	.001	.146	2.579*
การรับรู้มาตรการบังคับใช้กฎหมายฯ	-.186	.079	-.130	-2.359*
R = .759, R2 = .576, Adjust R2 = .554, SEest = 1.104, F = 26.779**				

หมายเหตุ: * p < .05, ** p< .01

113-121 AW-□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 118 4/8/60 BE 11:24 AM

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทำนายพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชนชนบท

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ พบว่า ตัวแปรอิสระที่ร่วมกันทำนายพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนที่เข้าสู่สมการถดถอยพหุคูณโดยวิธีเพิ่มตัวแปรอิสระแบบขั้นตอนในสมการที่ 11 ประกอบด้วย 8 ตัวแปร และเมื่อเรียงลำดับตามของค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐาน (β) จากมากไปน้อยพบว่า ตัวแปรที่ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐานสูงสุด คือ พฤติกรรมการแบ่งจำหน่ายบุหรี่แบบแยกมวน (β = .396) รองลงมา คือ พฤติกรรมการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าในการซื้อและเสพผลิตภัณฑ์ยาสูบ (β = .254) การนิยามคำว่าเยาวชนที่บิดเบือนจากข้อบัญญัติทางกฎหมายฯ (β = .245) การคล้อยตามพฤติกรรมกลุ่มอ้างอิง (β = .237) ระยะเวลาในการประกอบอาชีพค้าขาย (β = .146) การมีค่านิยมทางเศรษฐกิจ (β = .140) การรับรู้มาตรการบังคับใช้กฎหมายฯ (β = -.130) และจำนวนปีที่ได้รับการศึกษา (β = -.118) โดยตัวแปรอิสระทั้ง 8 ตัวแปรมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในการตัดสินใจที่มีการปรับฐานประชากรตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างและตัวแปรอิสระ (Adjusted R2) เท่ากับ .554 และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SEest) เท่ากับ 1.104 หมายความว่า สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชน ได้คิดเป็นร้อยละ 55.4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (ดังแสดงในตาราง 2) และมีตัวแปรอิสระอีก 4 ตัวแปรที่ไม่รับการคัดเลือกเข้าสู่สมการถดถอยพหุคูณ ได้แก่ อายุ ระยะห่างจากร้านค้าปลีกในชุมชนถึงโรงเรียนที่ใกล้ที่สุด การรับรู้เนื้อหา พ.ร.บ. ควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบโดยให้ลูกค้าแบบเข้าถึงด้วยตนเอง

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยครั้งนี้ สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชนชนบทจังหวัดพิจิตรจำนวนมากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 68.9) มีพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชน ซึ่งใกล้เคียงกับผลการศึกษาในรอบเกือบ 20 ปีที่ผ่านมาที่สะท้อนให้เห็นว่าพฤติกรรมดังกล่าวยังคงเป็นปัญหาสาธารณสุขมาอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับผลการสำรวจระดับชาติที่ระบุว่าร้านค้าปลีกในชุมชนคือแหล่งซื้อหาผลิตภัณฑ์ยาสูบที่สำคัญที่สุดของเยาวชนไทย[10, 11, 4] จากผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณเชิงเส้นแบบขั้นตอน สรุปได้ว่า มีตัวแปรอิสระที่ร่วมกันทำนายพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชนชนบทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 8 ตัวแปร จำแนกออกเป็น 3 กลุ่มปัจจัย คือ

กลุ่มปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลพบว่า ตัวแปรอิสระที่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ ประกอบด้วย จำนวนปีที่ได้รับการศึกษา (β = -.118) และระยะเวลาในการประกอบอาชีพค้าขาย (β = .146) อภิปรายได้ว่า การมีระดับการศึกษาต่ำ (ร้อยละ 55.7) หรือไม่เคยได้รับการศึกษา (ร้อยละ 4.8) ทำให้ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชนชนบทบางส่วนอ่านหนังสือไม่ออก[9] ซึ่งเป็นข้อจำกัดประการหนึ่งทางด้านตัวผู้รับรู้ (Factors in the perceiver) ที่ทำให้ไม่สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ พ.ร.บ. ควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 สอดคล้องกับผลการวิจัยในครั้งนี้ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เนื้อหาของ พ.ร.บ. ควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย นอกจากนี้ในบริบทของชุมชนชนบทผู้ประกอบการร้านค้าปลีกที่ประกอบอาชีพค้าขายมานานหมายถึงระดับสัมพันธภาพที่เพิ่มขึ้นระหว่างผู้ประกอบการร้านค้าปลีกกับลูกค้าที่เป็นสมาชิกในชุมชนทำให้เกิดความอะลุ่มอล่วย และยืดหยุ่นในการจำหน่ายสินค้าที่เพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย รวมทั้งเป็นสาเหตุของการไม่ตรวจสอบอายุของผู้ซื้อก่อนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบ[9] ซึ่งมีอิทธิพลทางบวกกับพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชน[12] เพราะมีโอกาสน้อยมากที่ผู้จำหน่ายจะทำนายอายุของผู้ซื้อได้ถูกต้องโดยที่ไม่ต้องขอดูบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ซื้อ[13]

กลุ่มปัจจัยด้านการรับรู้และกระบวนการคิดพบว่า ตัวแปรอิสระที่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ ประกอบด้วย การรับรู้มาตรการบังคับใช้กฎหมายฯ (β = -.130) การคล้อยตามพฤติกรรมกลุ่มอ้างอิง (β = .237) และการนิยามคำว่าเยาวชนที่บิดเบือนจากข้อบัญญัติทางกฎหมายฯ (β = .245) และการมีค่านิยมทางเศรษฐกิจ (β = .140) อภิปรายได้ว่า การไม่รับรู้หรือขาดประสบการณ์เกี่ยวกับมาตรการบังคับใช้กฎหมายในชุมชนมีอิทธิพลทางลบกับพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชน สอดคล้องกับผลการวิจัยในต่างประเทศที่ยืนยันว่าหากไม่มีมาตรการในการออกติดตามและสุ่มตรวจการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างสม่ำเสมอจะเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนสูงขึ้น[12] และยังอาจส่งผลต่อเนื่องทำให้เกิดการ

113-121 AW-□□□

คล้อยตามพฤติกรรมดังกล่าวในกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชนทำให้เกิดการเรียนแบบหรือปฏิบัติเหมือน ๆ กัน เพราะนอกจากทำให้มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนแล้วยังเป็นการสร้างและรักษาฐานลูกค้าประจำในระยะยาวอีกด้วย[9] อย่างไรก็ตาม เมื่อนำปัจจัยด้านการคล้อยตามตามกลุ่มอ้างอิงนี้มาประยุกต์ใช้เป็นมาตรการทางสังคมเพื่อเชิญชวนให้ร้านค้าปลีกในชุมชนเกิดการคล้อยตามจะสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนได้เป็นผลสำเร็จ[14, 15] และผลการศึกษาครั้งนี้ยังพบอีกว่าผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชนชนบทถึงร้อยละ 43.2 เห็นด้วยว่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้กับเยาวชนที่มีพฤติกรรมเกเร ดื่มแอลกอฮอล์และสูบบุหรี่เป็นเรื่องที่สามารถปฏิบัติได้สอดคล้องกับผลการศึกษาเชิงคุณภาพที่พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกส่วนใหญ่ไม่มีความรู้สึกกังวลใจหรือละอายใจที่จะจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีที่มีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมที่จะเรียกได้ว่าเป็นเยาวชนตามบรรทัดฐานของคนในชุมชน[9] นอกจากนี้ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกส่วนใหญ่ในชุมชนชนบทมีค่านิยมจุดหมายปลายทาง (Ends) เป็นแบบค่านิยมทางเศรษฐกิจ (The economic man) ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อค่านิยมวิถีปฏิบัติ (Means) ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบ โดยมีความตั้งใจที่จะตอบสนองต่อความต้องการซื้อของเยาวชนทั้งที่รับรู้ว่าพฤติกรรมดังกล่าวผิดกฎหมายก็ตาม

กลุ่มปัจจัยด้านพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบพบว่า ตัวแปรอิสระที่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ ประกอบด้วยการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าในการซื้อและเสพผลิตภัณฑ์ยาสูบ (β = .254) และการแบ่งจำหน่ายบุหรี่แบบแยกมวน (β = .396) อภิปรายได้ว่า การอำนวยความสะดวกในการซื้อและเสพผลิตภัณฑ์ยาสูบให้ลูกค้า เช่น การบริการไฟแช็คไว้ให้ลูกค้าจุดบุหรี่สูบโดยไม่คิด และการจัดสถานที่ไว้ให้ลูกค้าสูบบุหรี่ เป็นผลมาจากกระบวนการเรียนรู้ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกที่ต้องการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและเป็นการรักษาฐานลูกค้าประจำไว้ให้นานที่สุด[9] รวมถึงการแบ่งจำหน่ายบุหรี่แบบแยกมวนพบว่ามีอิทธิพลทางบวกกับพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชน สอดคล้องกับข้อมูลทางวิชาการขององค์การอนามัยโลก[16] ที่ระบุว่าเป็นการเพิ่มโอกาสให้เยาวชนสามารถเข้าถึงหรือซื้อหาผลิตภัณฑ์ยาสูบได้โดยง่าย และส่งผลทำให้เยาวชนไม่มีโอกาสรับรู้ถึงพิษภัยของผลิตภัณฑ์ยาสูบผ่านภาพคำเตือนและชื่อสารพิษที่พิมพ์ไว้ข้างซองผลิตภัณฑ์และสอดคล้องกับผลการศึกษาของปริยา เกนโรจน์และคณะ[17] ที่พบว่า เยาวชนไทยมากกว่าร้อยละ 70.0 เข้าถึงบุหรี่ด้วยการขอแบ่งซื้อเป็นมวนหรือเป็นซองขนาดเล็ก

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการพัฒนามาตรการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้เนื้อหาของ พ.ร.บ. ควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 กฎหมายที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชนชนบทที่มีข้อจำกัดด้านอายุ ระดับการศึกษาและการรู้หนังสือ

2. ควรมีการดำเนินมาตรการบังคับใช้กฎหมายการห้ามจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนอย่างเป็นรูปธรรมและสม่ำเสมอโดยเฉพาะในชุมชนเขตชนบท

3. ควรมีการศึกษาวิจัยเพื่อยืนยันถึงอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ปัจจัยด้านการรับรู้และกระบวนการคิดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกและปัจจัยด้านพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบที่มีต่อพฤติกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในบริบททางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันออกไปเพื่อใช้เป็นข้อมูลและองค์ความรู้ในการพัฒนามาตรการบังคับใช้กฎหมายการห้ามจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนที่มีประสิทธิผลต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ ศูนย์วิจัยและการจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ (ศจย.) ที่สนับสนุนงบประมาณในการวิจัยในครั้งนี้

References

1. Robinson LA, Robert C, Susan M and Glaser R. Predictors of risk for different stages of adolescent smoking in a biracial sample. Renita Journal of Consulting and Clinical Psychology, 1997; 65(4), 653 - 62.
2. Chen V and Forster J. The Long-Term Effect of Local Policies to Restrict Retail Sale of Tobacco to Youth. Nicotine and Tobacco Research, 2006; 8(3), 371- 77.

113-121 AW-□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.indd 120 4/8/60 BE 11:24 AM

3. Levy DT, Friend KB, Holder H, and Carmoma M. Effect of policies directed at youth access to smoking: results from the SimSmoke computer simulation model. Tobacco Control, 2001; 10(2): 108-16.
4. Benjakul S, Kengganpanich M, Termsirikulchai L. The survey of smoking behavior of the population aged 15 years and over Thailand BE 2534 to 2550. Bangkok: Chalerndemunkongkanpim, 2008. (in Thai)
5. Dent C and Biglan A. Relation between access to tobacco and adolescent smoking. Tobacco Control, 2004; 13(4), 334 - 8.
6. Forster JL, Murray DM, Wolfson M, Blaine TM, Wagenaar AC and Hennrikus DJ. The effects of community policies to reduce youth access to tobacco. Am J Public Health, 1998; 88(8),1193 - 8.
7. Phetphum C, Nimpitukpong P, Surit P, and Dhippayom T, The relationship between tobacco retailer factors and tobacco use among adolescent students: A review. Asia Journal of Public Health, 2012; 3(1): 22-31.
8. Pitayarangsarit S, Aiumanan P. The situation of tobacco control of Thailand BE 2554. Bangkok: Chalerndemunkongkanpim, 2011. (in Thai).
9. Phetphum C, Noosorn N, Nimpitukpong P, Mekrungruangwong S. Patterns and Conceptual Model of Retailers in Rural Areas Affecting Casual Factors in Selling Tobacco Products to Youth, Journal of Behavioral Science. 2015; 21(1): 39-59. ((in Thai).
10. Pinijleuk K. Participation by using social mobilization foe enhancing goof practices related to tobacco product control ACT and non-smokers health protection ACT B.E. 2535 of a community in Khonkaen province. The thesis of Master degree, Khon Kaen University, Khon Kaen. 2008. (in Thai).
11. Yeerum B, Yeerum K, Inthisak W. Control of assessibility to cigarette among young people aged under 18 by health volunteer, teacher, cigarette seller and community leader, Nongkhai Province, 1998. Bangkok; Health system research institute, 1999. (in Thai)
12.Pearson DC, Song L, Valdez RB and Angulo AS. Youth tobacco sales in a metropolitancounty: Factors associated with compliance. American journal of preventive medicine, 2007; 33(2), 91-7.
13. Merrill RM, Stanford, EJ, Lindsay GB and Neiger BL. The relationship of perceived age and sales of tobacco and alcohol to underage customers. J Community Health, 2000; 25(5), 401-10.
14. Jewpattanakul Y, Samai T, Thai Family Alcohol Consumption. Journal of The Royal Thai Army Nurses, 2014; 15(2), 305-11. (in Thai)
15. Phetphum C, Noosorn N, Nimpitukpong P, Mekrungruangwong S. A Community of Practices (COPs) Approach for Rural Retailer Behavioral Change. Journal of Nursing and Health Sciences, 2015; 9(1), 147-161. (in Thai)
16. World Health Organisation. WHO Framework convention on tobacco control. Geneva, Switzerland: WHO Document Production Services; 2003.
17. Gainroje P, Sirirassamee B, Sirirassamee T, Ron Borland, Geoffrey T. Fong,and David Hammond. Trends of Thai youth access to cigarette: 4th impact survey of tobacco control policies in the country:internationalTobacco Control Survey-Southeast Asia (ITC-SEA). Proceedings ofthe 11st National Conference on Tobaccoor Health: Against Tobacco Industry Interference (page 22). Bangkok: Tobacco Control Research and Knowledge Management Center (TRC). 2012. (in Thai)

113-121 AW-□□□