

นิพนธ์ต้นฉบับ

พฤติกรรมการจำหน่ายบุหรี่ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชนโดยรอบมหาวิทยาลัย
แห่งหนึ่งในเขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทยจักรพันธ์ เท็ชรภูมิ⁽¹⁾ และผศ.ดร. ปิยะรัตน์ นิมพิทักษ์พงศ์⁽²⁾

วันที่ได้รับต้นฉบับ: 16 พฤษภาคม 2556

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์: 24 กรกฎาคม 2556

บทคัดย่อ

การศึกษาเชิงพรรณนาแบบตัดขวางครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจพฤติกรรมการจำหน่ายบุหรี่ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชนโดยรอบมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือตอนล่าง กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกที่จำหน่ายบุหรี่ จำนวน 62 ร้าน ที่ได้จากการเก็บตัวอย่างอย่างสะดวก (Convenient Sampling) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้ช่วยนักวิจัยที่มีอายุระหว่าง 20-24 ปี ที่ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือการวิจัยที่ประกอบด้วย (1) แบบแนวทางการขอซื้อบุหรี่ และ (2) แบบโครงสร้างการสังเกตพฤติกรรมแบบไม่มีส่วนร่วม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า ร้านค้าปลีกจำหน่ายบุหรี่ส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในเขตการค้าและเขตหอพักนักศึกษา ประเภทของร้านค้าปลีกส่วนใหญ่เป็นรายขายของชำ ร้อยละ 45.2 มีมินาร์ทหรือร้านค้าสะดวกซื้อ ร้อยละ 40.3 และผับ/บาร์ ร้อยละ 14.5 ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกร้อยละ 95.2 ไม่มีการสอบถามอายุหรือไม่มีการตรวจสอบอายุจากบัตรประจำตัวประชาชนของลูกค้าก่อนจำหน่ายบุหรี่ ร้อยละ 82.3 มีการแบ่งจำหน่ายบุหรี่เป็นมวนหรือเป็นซองขนาดเล็กโดยไม่ติดคำเตือนสุขภาพลงบนซองบุหรี่ และร้อยละ 38.7 มีการวางบุหรี่ ณ จุดขาย หรือโชว์บุหรี่ให้สามารถสังเกตเห็นจากหน้าร้านหรือภายนอกร้านค้า

สรุปได้ว่า พฤติกรรมการจำหน่ายบุหรี่ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกที่จำหน่ายบุหรี่ในชุมชนโดยรอบมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือตอนล่าง ยังคงเป็นปัญหาท้าทายและจำเป็นต้องได้รับการแก้ไข ซึ่งผลการวิจัยที่ได้เป็นประโยชน์ในการนำไปใช้เป็นฐานข้อมูล เพื่อพัฒนาและปรับปรุงกลวิธีในการบังคับใช้กฎหมายในพื้นที่ดังกล่าว ซึ่งเป็นมาตรการหนึ่งในการจำกัดการเข้าถึงบุหรี่ของเยาวชนกลุ่มต่อไป

คำสำคัญ: บุหรี่, ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก, พฤติกรรมการจำหน่ายบุหรี่

(1) ผู้รับผิดชอบบทความ: หน่วยปฏิบัติการวิจัยและ
วิชาการด้านการควบคุมยาสูบ คณะเภสัชศาสตร์
มหาวิทยาลัยนเรศวร และศูนย์วิจัยและจัดการ
ความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ มหาวิทยาลัยมหิดล
(โทรศัพท์: 083-9524531,
E-mail: pumanatural@gmail.com)

(2) หน่วยปฏิบัติการวิจัยและวิชาการด้านการควบคุม
ยาสูบ คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
และศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุม
ยาสูบ มหาวิทยาลัยมหิดล

Original Article

Retailer's behavior toward the sale of tobacco in a community near a University in the lower northern Thailand

Chakgarphan Phetphoom⁽¹⁾ Piyarat Nimpitakpong⁽²⁾

Received Date: May 16, 2013

Accepted Date: July 24, 2013

Abstract

This cross-sectional descriptive study aimed to explore of retailer's behavior toward the sale of tobacco in a community near a university in the lower northern Thailand. The samples were selected by convenient sampling (n=62). Data were collected by the research assistants (Aged over 20 years old) who have been through the workshop for data collection methods including (1) Protocol of attempted to purchase cigarettes and (2) Non-participation observational with structure. The data analysis was descriptive statistic.

Results showed that the most of retailers were distribution in the commercial area and the student residences. The store types were grocery (45.2%), mini-mart or convenience stores (40.3%) and Pubs / Bars (14.5%). Mostly, Retailers were failure to ask a minor for age or failure to demand a minor for ID (95.2%) and sale individual cigarette (small pack) or no pictures /text about health warnings on cigarette packages (82.3%). Approximately, 38.7% showed cigarette packages at point of sale or showed that can be visible from the over the counter or outside the store.

Therefore, retailer's behavior toward the sale of tobacco in a community near a university in the lower northern Thailand is still the challenge issue and need to resolve. This result can be used to improve strategies and to develop interventions for changing retailer's behavior which impact directly to limit youth access to tobacco further.

Keyword: Tobacco, Tobacco Retailers, Tobacco Sale Behavior

(1) **Corresponding author:** Tobacco Control Research Unit,
Faculty of Pharmaceutical Sciences,
Naresuan University, Tobacco Control Research and Knowledge Management Center, Mahidol University
(Tel.: 083-9524531,
E-mail: pumanatural@gmail.com)

(2) Tobacco Control Research Unit,
Faculty of Pharmaceutical Sciences,
Naresuan University, Tobacco Control Research and Knowledge Management Center, Mahidol University

บทนำ

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในหลายประเทศทั่วโลกที่ได้ประกาศใช้มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมและจำกัดการเข้าถึงบุหรี่ของเยาวชน แต่อย่างไรก็ตามในห้วงระยะเวลากว่า 20 ปีที่ผ่านมาของการบังคับใช้กฎหมายฉบับดังกล่าวพบว่า มีข้อเท็จจริงจำนวนมากที่บ่งชี้ว่าไทยก็เป็นหนึ่งในหลายประเทศทั่วโลกที่กำลังประสบปัญหาในเรื่องกระบวนการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติอย่างไม่มีประสิทธิภาพที่ดีพอ

ปัจจุบันประเทศไทยมีร้านค้าปลีกที่ขออนุญาตขึ้นทะเบียนจำหน่ายบุหรี่ไว้กับกรมสรรพสามิตจำนวน 570,000 ร้านค้า กระจายไปอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย (กรมสรรพสามิต, 2554) ซึ่งมีผลการศึกษาระบุว่า ร้านค้าปลีกเป็นแหล่งซื้อบุหรี่ที่สำคัญที่สุดของเยาวชนไทย โดยพบว่า เยาวชนร้อยละ 91.0 สามารถซื้อบุหรี่ได้ด้วยตนเองจากร้านค้าปลีกใกล้บ้านและสถานศึกษา และในจำนวนนี้ร้อยละ 90.0 ระบุน่าตนเองสามารถซื้อบุหรี่ได้อย่างง่ายดายโดยไม่เคยถูกสอบถามอายุหรือตรวจสอบบัตรประจำตัวประชาชน (ศรัณญา เบญจกุล, มณฑา เก่งพานิช, และลักขณา เต็มศิริกุลชัย, 2551) ทั้งนี้ผลการศึกษาของ Merrill et al. (2000) ยืนยันว่าผู้ประกอบการร้านค้าปลีกมีโอกาสน้อยมากที่จะทำนายอายุของผู้ซื้อบุหรี่ได้ถูกต้องโดยไม่ตรวจสอบจากบัตรประจำตัวประชาชน ดังนั้นจึงอาจนำไปสู่ปัญหาการละเมิดกฎหมายการห้ามจำหน่ายบุหรี่ให้กับเด็กที่มีอายุต่ำกว่ากฎหมายกำหนด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Clark et al. (2000), Curie et al. (2002) และ Klonoff & Landrine (2004) ที่ยืนยันว่าพฤติกรรมที่ไม่ตรวจสอบอายุของผู้ซื้อด้วยการขอดูจากบัตรประจำตัวประชาชนก่อนจำหน่ายบุหรือนั้นมีอิทธิพลทางบวกต่ออัตราการละเมิดกฎหมายการห้ามจำหน่ายบุหรี่ให้เยาวชนที่มีอายุต่ำกว่ากฎหมายกำหนด และมีความสัมพันธ์ทางบวกกับอัตราการเข้าถึงบุหรี่และอัตราการสูบบุหรี่ของเยาวชนอีกด้วย (Gratias et al., 1999; Dent & Biglan, 2004; Leatherdale, 2005; Leatherdale & Strath, 2007)

นอกจากนี้ยังผลการศึกษาระบุว่า ร้านค้าปลีกจำหน่ายบุหรี่ส่วนใหญ่เป็นแหล่งพบเห็นการโฆษณาหรือการส่งเสริมการจำหน่ายบุหรี่ที่สำคัญที่สุดของเยาวชนไทย (ทวิมา ศิริวิทย์ และคณะ, 2553) โดยพบว่า เยาวชนร้อยละ 30.0 เคยมีประสบการณ์การพบเห็นพฤติกรรมดังกล่าว (บุปผา ศิริวิทย์ และคณะ, 2555) ทั้งนี้จากผลการวิจัยของ Celebucki & Diskin (2002) Lovato et al. (2007) และ Slater et al. (2007) ระบุสอดคล้องกันว่า พฤติกรรมการวางโชว์บุหรี่ ณ จุดจำหน่าย และหรือการโฆษณาบุหรี่ด้วยวิธีใดใดๆ ที่สามารถสังเกตเห็นจากภายนอกร้าน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับอัตราการละเมิดกฎหมายการจำหน่ายบุหรี่ให้กับเยาวชนที่มีอายุต่ำกว่ากฎหมายกำหนด และมีอิทธิพลต่ออัตราการเข้าถึงบุหรี่ และอัตราการสูบบุหรี่ของเยาวชน นอกจากนี้จากการสำรวจของปริยา เกนโรจน์ และคณะ (2555) พบว่า เยาวชนไทยร้อยละ 70.0 สามารถเข้าถึงบุหรี่ด้วยการขอแบ่งซื้อ

เป็นมวน ซึ่งส่งผลให้ผู้ซื้อบุหรี่ในลักษณะดังกล่าวไม่มีโอกาสในการรับรู้เกี่ยวกับพิษภัยของบุหรี่ที่มีต่อสุขภาพผ่านภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ รวมถึงข้อสารพิษที่พิมพ์ไว้ข้างซอง (เครือข่ายรู้ทันและเฝ้าระวังอุตสาหกรรมยาสูบ, 2554)

จากสถานการณ์ข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า ประเทศไทยกำลังประสบปัญหาเกี่ยวกับการนำนโยบายหรือมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมและจำกัดการเข้าถึงบุหรี่ของเยาวชนไปสู่การปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งปัญหาส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการขาดฐานข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบันในระดับพื้นที่ในการเฝ้าระวัง ควบคุมกำกับ และติดตามผลการปฏิบัติตามกฎหมายของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก โดยเฉพาะในพื้นที่ชุมชนโดยรอบสถานศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่พบว่ายังไม่มีผู้ใดที่ให้ความสนใจทำการศึกษาระดมความคิดเห็นจากผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชนโดยรอบมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทยนี้ขึ้น ซึ่งข้อค้นพบที่ได้เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการนำไปใช้เป็นฐานข้อมูล เพื่อขยายผลไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงกลวิธีในการบังคับใช้กฎหมายการห้ามจำหน่ายบุหรี่ให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในระดับพื้นที่ ซึ่งเป็นมาตรการหนึ่งในการจำกัดการเข้าถึงบุหรี่ และลดจำนวนเยาวชนนักสูบต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อสำรวจพฤติกรรมกรจำหน่ายบุหรี่ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชนโดยรอบมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในเขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

- **รูปแบบการวิจัย**

การสำรวจภาคตัดขวาง (Cross-sectional survey)

- **พื้นที่ศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง**

พื้นที่ศึกษา คือ ชุมชนโดยรอบมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจำหน่ายบุหรี่ที่ประกอบกิจการอยู่จริงในพื้นที่ศึกษา จำนวน 62 คน (ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก 1 คนต่อร้านค้าปลีก 1 แห่ง) ที่ได้จากสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ด้วยเทคนิคการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling)

- **การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้ช่วยนักวิจัย จำนวน 53 คน ที่มีอายุระหว่าง 20-24 ปี ไม่มีพฤติกรรมสูบบุหรี่ และไม่เคยซื้อบุหรี่ในร้านค้าปลีกในโซนที่สำรวจ โดยผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือการวิจัยและเทคนิควิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ซึ่งแบ่งพื้นที่การสำรวจออกเป็น 5 โซนรอบมหาวิทยาลัย (จำนวนผู้ช่วยวิจัย 10-12 คนต่อ 1 โซน)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) แนวทางการติดต่อขอซื้อบุหรี่ของผู้ช่วยนักวิจัย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงประจักษ์เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการจำหน่ายบุหรี่ของกลุ่มตัวอย่างใน 2 ลักษณะ คือ พฤติกรรมการสอบถามอายุหรือการตรวจสอบอายุจากบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ลูกค้าก่อนจำหน่ายบุหรี่ และพฤติกรรมการแบ่งจำหน่ายบุหรี่เป็นมวนหรือเป็นซองขนาดเล็ก และ 2) แบบสังเกตแบบมีโครงสร้างแบบไม่มีส่วนร่วมเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการวางบุหรี่ ณ จุดจำหน่าย หรือโชว์บุหรี่ให้สามารถสังเกตเห็นจากร้านค้าหรือภายนอกร้านค้า ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังกล่าวได้ผ่านขั้นตอนการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญและการทดลองใช้เครื่องมือ และดำเนินการเก็บรวบรวมเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2553 รวมระยะเวลาประมาณ 1 เดือน

● การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ

ผลการวิจัย

ร้านค้าปลีกจำหน่ายบุหรี่ส่วนใหญ่มีทำเลที่ตั้งกระจุกตัวอยู่ในบริเวณแหล่งการค้าและแหล่งหอพักนักศึกษา โดยสามารถจำแนกร้านค้าปลีกจำหน่ายบุหรี่ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ประเภทร้านโชห่วย จำนวน 28 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 45.2, ประเภทร้านมินิมาร์ท หรือ ร้านสะดวกซื้อ จำนวน 25 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 40.3 และประเภท ผับ/บาร์ (Pubs/Bars) จำนวน 9 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 14.5 (ดังตาราง 1)

ผลการสำรวจพฤติกรรมการจำหน่ายบุหรี่ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่เบี่ยงเบนไปจากบรรทัดฐานทางกฎหมายใน 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) ไม่มีการสอบถามอายุหรือไม่ตรวจสอบอายุของผู้ลูกค้าจากบัตรประจำตัวประชาชนก่อนจำหน่ายบุหรี่ จำนวน 59 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 95.2 2) มีการแบ่งจำหน่ายบุหรี่เป็นมวนหรือเป็นซองขนาดเล็กโดยไม่มีการติดคำเตือนสุขภาพลงบนซองบุหรี่ที่แบ่งจำหน่าย จำนวน 51 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 82.3 โดยมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน คือ มีการจัดแบ่งบรรจุบุหรี่ใส่ซองพลาสติกใสเล็กๆ ไว้พร้อมจำหน่าย ในราคา 4 มวน 10 บาท หรือ 3 มวน 10 บาท ขึ้นอยู่กับยี่ห้อของบุหรี่ที่แบ่งบรรจุ และ 3) มีการวางโชว์ ณ จุดขาย หรือโชว์บุหรี่ให้สามารถสังเกตเห็นจากร้านค้าหรือภายนอกร้านค้า จำนวน 24 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 38.7 โดยรูปแบบที่นิยมมากที่สุด คือ การนำบุหรี่ทั้งแบบเป็นซองและแบบเป็นมวนใส่กล่องใสวางไว้บนเคาน์เตอร์หรือโต๊ะสำหรับรับเงิน การจัดโชว์บุหรี่ในตู้ใสที่สามารถมองเห็นได้ และการนำบุหรี่ใส่ตู้ที่ปิดทึบแต่ไม่ปิดฝาตู้ (ดังตาราง 2)

บทสรุปและอภิปรายผล

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการจำหน่ายบุหรี่ที่เบี่ยงเบนไปจากบรรทัดฐานทางกฎหมายใน 3 ลักษณะ กล่าวคือ (1) ไม่มีการสอบถามอายุ

หรือไม่มีการตรวจสอบอายุจากบัตรประจำตัวประชาชนของผู้ลูกค้าก่อนจำหน่ายบุหรี่ คิดเป็นร้อยละ 95.2 สอดคล้องกับผลการศึกษาของศรีธัญญา เบญจกุล, มณฑา เก่งพานิช, และลักขณา เต็มศิริกุลชัย (2551) ที่พบว่า เยาวชนที่ซื้อบุหรี่ได้ด้วยตนเองจากร้านค้าปลีกใกล้บ้านและสถานศึกษาร้อยละ 90.0 ระบุว่าตนเองสามารถซื้อบุหรี่ได้อย่างง่ายดายโดยไม่เคยถูกสอบถามอายุหรือตรวจสอบบัตรประจำตัวประชาชน ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวอาจนำไปสู่ปัญหาการละเมิดกฎหมายการห้ามจำหน่ายบุหรี่ให้เด็กที่มีอายุต่ำกว่ากฎหมายกำหนด ปัญหาการเข้าถึงบุหรี่และปัญหาการสูบบุหรี่ของเยาวชน (2) การแบ่งจำหน่ายบุหรี่เป็นมวนหรือเป็นซองขนาดเล็ก คิดเป็นร้อยละ 82.3 ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวมีความสอดคล้องกับผลจากการสำรวจของปริยา เกนโรจน์ (2555) ที่ระบุว่า เยาวชนไทยร้อยละ 70.0 สามารถเข้าถึงบุหรี่ด้วยการขอแบ่งซื้อเป็นมวน ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ซื้อบุหรี่ในลักษณะดังกล่าวไม่มีโอกาสในการรับรู้เกี่ยวกับพิษภัยของบุหรี่ที่มีต่อสุขภาพผ่านภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ รวมถึงข้อสารพิษที่พิมพ์ไว้ข้างซอง ซึ่งปัจจุบันพบว่า ประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายฉบับใดที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนว่า “พฤติกรรมการแบ่งจำหน่ายบุหรี่เป็นมวนหรือเป็นซองขนาดเล็กเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย” จึงเป็นปัญหาช่องว่างทางกฎหมายในการควบคุมการบริโภคยาสูบที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับกระบวนการทางกฎหมายของประเทศไทยในการจำกัดการเข้าถึงบุหรี่ของเยาวชนต่อไป และ (3) การวางโชว์บุหรี่ ณ จุดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 38.7 สอดคล้องกับผลการสำรวจของบุปผา ศิริศรีมี และคณะ (2555) ที่ระบุว่าร้านค้าปลีกจำนวนมากกว่าครึ่งมีการวางโชว์ผลิตภัณฑ์ยาสูบ ณ จุดจำหน่าย โดยพบว่า รูปแบบการวางโชว์บุหรี่ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ปฏิบัติ คือ การนำบุหรี่ทั้งแบบเป็นซองและแบบเป็นมวนใส่กล่องใสวางไว้บนเคาน์เตอร์หรือโต๊ะสำหรับจ่ายเงิน การจัดโชว์บุหรี่ในตู้ใสมองเห็นได้ และนำบุหรี่ใส่ตู้ที่ปิดทึบแต่ไม่ปิดฝาตู้ ซึ่งอาจนำไปสู่ปัญหาการเพิ่มขึ้นของอัตราการละเมิดกฎหมายการห้ามจำหน่ายบุหรี่ให้กับเยาวชนที่มีอายุต่ำกว่ากฎหมายกำหนด อัตราการเข้าถึงบุหรี่และอัตราการสูบบุหรี่ของเยาวชน

สรุปได้ว่า สถานการณ์ในภาพรวมของพฤติกรรมการจำหน่ายบุหรี่ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชนโดยรอบมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในเขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทยยังคงเป็นปัญหาที่ท้าทายและจำเป็นต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วนต่อไป

ข้อเสนอแนะหรือการนำไปใช้ประโยชน์

ประเทศไทยควรให้ความสำคัญต่อมาตรการบังคับใช้กฎหมายในระดับพื้นที่ตามพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 ให้มีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง ตลอดจนเร่งรัดดำเนินการปรับปรุง และแก้ไขข้อกำหนดเชิงนโยบายหรือมาตรการทางกฎหมาย และบทกำหนดโทษกับผู้ที่มีพฤติกรรมการแบ่งจำหน่ายบุหรี่เป็นมวนหรือเป็นซองขนาดเล็กอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลงได้ด้วยดีโดยการสนับสนุนงบประมาณและวิชาการจากศูนย์วิจัยและจัดการ

ความรู้เพื่อควบคุมการบริโภคยาสูบ และหน่วยวิจัยและวิชาการด้านยาสูบ ภาคเหนือตอนล่าง จังหวัดพิษณุโลก

เอกสารอ้างอิง

- กรมสรรพสามิต. (2554). รายงานผลการจัดเก็บค่าใบอนุญาตยาสูบประจำปี พ.ศ. 2554. ค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2555, จาก <http://edweb.excise.go.th>
- กลุ่มศึกษาและเฝ้าระวังอุตสาหกรรมยาสูบในประเทศไทย. [ม.ป.ป.]. การแบ่งขายบุหรี่ยกฤทธิ์แบบยลบริษัทยาสูบ. ค้นเมื่อ 30 เมษายน 2554, จาก <http://www.tobaccowatch.in.th>
- เครือข่ายรู้ทันและเฝ้าระวังอุตสาหกรรมยาสูบ. (2554). แบ่งขายบุหรี่ยกฤทธิ์แบบยลบริษัทยาสูบ. ค้นเมื่อ 23 ธันวาคม 2553, จาก <http://www.tobaccowatch.in.th>
- ทวิมา ศิริรัมย์, บุปผา ศิริรัมย์, อารี จำปากลาง, ปรียา เกนโรจน์, อีรณัฐ ก้อนแก้ว, และสุรตนา พรวิวัฒนาชัย. (2553). ผลกระทบจากนโยบายควบคุมการบริโภคยาสูบในประเทศไทย การสำรวจกลุ่มวัยรุ่นระดับประเทศ รอบที่ 3 (พ.ศ. 2551). นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- บุปผา ศิริรัมย์, ทวิมา ศิริรัมย์, จรัมพร ให้อย่าง, อารี จำปากลาง, ปรียา เกนโรจน์ และอีรณัฐ ก้อนแก้ว. (2555). รายงานการสำรวจระดับประเทศเรื่องผลกระทบนโยบายควบคุมการบริโภคยาสูบในประเทศไทยกลุ่มวัยรุ่นรอบที่ 4 (พ.ศ. 2552) ภายใต้โครงการ International Tobacco Control Policy-Southeast Asia. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ปรียา เกนโรจน์, บุปผา ศิริรัมย์, ทวิมา ศิริรัมย์, รอน โบแลนด์, เจฟฟรีย์ ฟิง, และเดวิด ฮามมอน. (2555). แนวโน้มการเข้าถึงบุหรี่ยกฤทธิ์ของวัยรุ่นไทยที่สูบบุหรี่: ผลการสำรวจ 4 รอบของโครงการติดตามผลกระทบจากนโยบายควบคุมการบริโภคยาสูบในประเทศไทย. การนำเสนอผลงานวิจัยและโปสเตอร์เพื่อการควบคุมยาสูบ (Pre-conference) ในงานประชุมวิชาการบุหรี่ยกฤทธิ์และสุขภาพแห่งชาติครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ.
- ศรีธัญญา บุญกุล, มณฑา เก่งพานิช, และลักขณา เตมศิริกุลชัย. (2551). การสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของประชากรไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป พ.ศ. 2534-2550. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อควบคุมการบริโภคยาสูบ.
- Celebucki, C. C. & Diskin, K. (2002). A longitudinal study of externally visible cigarette advertising on retail storefronts in Massachusetts before and after the Master Settlement Agreement. *Tobacco Control*, 11(Suppl 2), ii47-53.
- Clark, P. I., Natanblut, S. L., Schmitt, C. L., Wolters, C., & Iachan, R. (2000). Factors associated with tobacco sales to minors: lessons learned from the FDA compliance checks. *Journal of the American Medical Association*, 284(6), 729-734.
- Curie, C. J., Pokorny, S. B., Jason, L. A., Schoeny, M. E., & Townsend, S. M. (2002). An Examination of Factors Influencing Illegal Tobacco Sales to Minors. *Journal of Prevention & Intervention in the Community*, 24(1), 61-74.
- Dent, C. & Biglan, A. (2004). Relation between access to tobacco and adolescent smoking. *Tobacco Control*, 13(4), 334-338.
- Gratias, E. J., Krowchuk, D. P., Lawless, M. R. & Durant, R. H. (1999). Middle school students' sources of acquiring cigarettes and requests for proof of age. *Journal of Adolescent Health*, 25(4), 276-283.
- Henriksen, L., Feighery, E. C., Schleicher, N. C., Cowling, D. W., Kline, R. S., & Fortmann, S. P. (2008). Is adolescent smoking related to the density and proximity of tobacco outlets and retail cigarette advertising near schools?. *Preventive Medicine*, 47(2), 210-214.
- Klonoff, E. A. & Landrine, H. (2004). Predicting youth access to tobacco: The role of youth versus store-clerk behavior and issues of ecological validity. *Health Psychology*, 23(5), 517-524.
- Leatherdale, S. T. (2005). Predictors of different cigarette access behaviours among occasional and regular smoking youth. *Canadian journal of public health*, 96(5), 348-352.
- Leatherdale, S. T. & Strath J. M. (2007). Tobacco retailer density surrounding schools and cigarette access behaviors among underage smoking students. *Annals of behavioral medicine*, 33(1), 105-111.
- Lovato, C. Y., Hsu, H. C., Sabiston, C. M., Hadd, V., & Nykiforuk, C. I. (2007). Tobacco Point-of-Purchase marketing in school neighbourhoods and school smoking prevalence: a descriptive study. *Canadian journal of public health*, 98(4), 265-270.
- Merrill, R. M., Stanford, E. J., Lindsay, G. B., & Neiger, B. L. (2000). The relationship of perceived age and sales of tobacco and alcohol to underage customers. *Journal of Community Health*, 25(5), 401-410.
- Slater, S. J., Chaloupka, F. J., Wakefield, M., Johnston, L. D., & O'Malley, P. M. (2007). The impact of retail cigarette marketing practices on youth smoking uptake. *Archives of pediatrics & adolescent medicine*, 161(5), 440-445.
- Wakefield, M. & Chaloupka, F. (2000). Effectiveness of comprehensive tobacco control programmes in reducing teenage smoking in the USA. *Tobacco control*, 9(2), 177-186.

ตารางที่ 1 จำนวน และร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของร้านค้าปลีก

ประเภทของร้านค้าปลีก	จำนวน (ร้อยละ)
ร้านขายของชำ(ร้านโชห่วย)	28 (45.1)
ร้านสะดวกซื้อ	25 (40.3)
ผับ/บาร์	9 (14.5)
รวม	62 (100.0)

ตารางที่ 2 จำนวน และร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการจำหน่ายบุหรี่

พฤติกรรมการจำหน่ายบุหรี่	จำนวน (ร้อยละ)
ไม่สอบถามอายุหรือตรวจสอบบัตรประจำตัวประชาชนก่อนจำหน่ายบุหรี่	59 (95.2)
แบ่งจำหน่ายบุหรี่เป็นมวนหรือเป็นซองขนาดเล็ก	51 (82.3)
วางโชว์บุหรี่ ณ จุดจำหน่าย	24 (38.7)