

บทความวิจัย (ก.ค. – ธ.ค. 2563)

**อิทธิพลของกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม ปัจจัยด้านตนเอง ครอบครัว และสังคม  
ที่ส่งผลต่อทัศนคติหลักเล็งการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่**

วรัญญา เทวรินทร์,

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ อารังสินถาวร

มหาวิทยาลัยบูรพา

E-mail: pinku\_\_pearis@msn.com โทร: 0959588510

**บทคัดย่อ**

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับของทัศนคติหลักเล็งการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่ ศึกษาในระดับของปัจจัยต่าง ๆ และอิทธิพลของปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม ตนเอง ครอบครัว และสังคมที่ส่งผลต่อทัศนคติหลักเล็งการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่ ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มวัยรุ่นจำนวน 384 คน ที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี ที่ไม่เคยสูบบุหรี่ และกำลังศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีตัวแปรอิสระ 2 ตัว ที่จัดอยู่ในปัจจัยด้านตนเอง ได้แก่ การรับรู้ความสามารถของตนเอง ในการหลักเล็งการสูบบุหรี่ และความสามารถในการปฏิเสธเพื่อหลักเล็งการสูบบุหรี่ ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อทัศนคติหลักเล็งการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**คำสำคัญ:** การตลาดเพื่อสังคม, ทัศนคติหลักเล็งการสูบบุหรี่, กลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่

**Received:** November 15,2020, **Revised** November 19,2020, **Accepted** November 22,2020

## The Influence of Social Marketing Factors, Self-Related Factors, Family Related Factors and Social Factors to Attitude toward Smoke Avoidance among Never Smoked Adolescents

Waranya Thewarin,

Master of Business Administration, Program in Marketing, Burapha University

Asst. Prof. Sombat Thamrongsinthaworn

Burapha University

E-mail: pinku\_pearis@msn.com, Tel.0959588510

### Abstract

The purposes of this study were to study the level of attitude toward smoking avoidance among never smoked adolescent. To study the level of the factors and the influence of social marketing factors, self-related factors, family related factors and social factors to attitude toward smoke avoidance among never smoked adolescences. The study was a quantitative research. The sample consisted of 384 adolescents aged 15-24 years who have never smoked and studying in Muang district Chonburi Province and used convenience sampling. Data were collected by using the questionnaires. The data were analyzed by descriptive statistics. Analysis of Variance, Correlation Coefficient and Multiple Regression Analysis for testing hypothesis.

The results of hypothesis testing showed that there were two independent variables; self-efficacy, ability to refuse to avoid smoking in self related factors affect the positive on attitude toward smoking avoidance among never smoked adolescents with a statistical significance level of .05.

**Keywords:** Social Marketing, Attitude toward Smoking Avoidance, Among Never Smoked Adolescence

**คำขอบคุณ:** งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

## บทนำ

สถานการณ์ทั่วโลกประมาณการว่ามีเยาวชนสูบบุหรี่ถึง 150 ล้านคน และจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อีกทั้งยังพบว่าผู้สูบบุหรี่ส่วนใหญ่เริ่มสูบบุหรี่ก่อนอายุ 18 ปี ซึ่งการสูบบุหรี่รวมไปถึงการได้รับควันบุหรี่มือสองนั้นเป็นสาเหตุของการเสียชีวิตก่อนวัยอันควร จากรายงานขององค์การอนามัยโลกระบุว่าในคริสต์ศตวรรษที่ 20 ประชากรทั่วโลกเสียชีวิตไปแล้วประมาณ 100 ล้านคนจากการสูบบุหรี่ และหากไม่มีมาตรการควบคุมการบริโภคยาสูบที่เข้มแข็งคาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2030 จำนวนการเสียชีวิตของประชากรดังกล่าวจะเพิ่มขึ้น (World Health Organize, 2009) การสูบบุหรี่จึงเป็นปัญหาสาธารณสุขสำคัญระดับประเทศและสากลที่ทุกประเทศต้องร่วมมือกันแก้ไขอย่างเร่งด่วน

สำหรับประเทศไทยการสูบบุหรี่นับเป็นปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่ทำให้เกิดภาวะโรคสูง จากผลการสำรวจสถานการณ์การบริโภคยาสูบในประเทศไทยของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี พ.ศ.2560 พบว่า ประชากรไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป มีอัตราการสูบบุหรี่จำนวน 10.7 ล้านคน หรือประมาณร้อยละ 19.1 ซึ่งมีแนวโน้มที่ลดลงจากปีที่ผ่านมา และอายุที่เริ่มสูบบุหรี่ครั้งแรกมีผลต่อการเข้าสู่อายุที่มีสุขภาพที่ดีและจำนวนปีของการสูญเสียสุขภาพ พบว่าผู้สูบบุหรี่เริ่มสูบบุหรี่ครั้งแรกในกลุ่มอายุ 16–20 ปี (คิดเป็นร้อยละ 60.0) รองลงมาในกลุ่มอายุ 7–15 ปี (ร้อยละ 26.4) ในกลุ่มอายุ 21–25 ปี (ร้อยละ 9.4) เริ่มสูบบุหรี่เมื่ออายุมากกว่า 26 ปี (ร้อยละ 4.2) โดยผู้ชายเริ่มสูบบุหรี่เมื่ออายุไม่เกิน 15 ปี สูงกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 26.6) ซึ่งในส่วนของอายุเฉลี่ยที่เริ่มสูบบุหรี่ครั้งแรกในภาพรวมของทั้งประเทศพบว่า อายุเฉลี่ยที่เริ่มสูบบุหรี่ครั้งแรกนั้นเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจาก 17.8 ปี ในปี 2557 เป็น 18.1 ปี ในปี 2560 แต่หากมองภาพรวมจากข้อมูลการสำรวจในปี 2547 จนถึงปัจจุบันกลับพบว่าอายุที่เริ่มสูบบุหรี่ครั้งแรกของผู้ที่สูบบุหรี่เป็นประจำนั้นมียุ่่น้อยลง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) กล่าวคือผู้ที่สูบบุหรี่เป็นประจำเริ่มสูบบุหรี่เร็วขึ้นกว่าเดิม ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มของวัยรุ่น ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรทบทวนมาตรการต่าง ๆ ที่มีอยู่ให้เข้มงวดมากยิ่งขึ้นเพื่อสกัดกั้นการเกิดนักสูบหน้าใหม่ เพราะกลุ่มวัยรุ่นนับเป็นวัยหัวเลี้ยวหัวต่อ เป็นช่วงวัยที่กำลังค้นหาตัวตน อยากรู้ อยากลอง ซึ่งอาจนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมเสี่ยงต่าง ๆ ขึ้นได้ ด้วยเหตุนี้ทำให้กลุ่มวัยรุ่นกลายเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของตลาดธุรกิจยาสูบ

วัยรุ่นจัดอยู่ในช่วงวัยที่มีการเจริญเติบโตทางร่างกายสูงสุด และการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายนี้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านอื่น ๆ เช่น ด้านอารมณ์ ค่านิยม ทักษะคิด ฯลฯ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของร่างกายเพื่อเข้าสู่วัยรุ่นของแต่ละคนจะไม่เท่ากัน อาจทำให้เกิดความกังวล สับสน อาจมีอารมณ์หงุดหงิดและแปรปรวนง่าย เริ่มมีความคิดเป็นของตนเอง ไม่ชอบการถูกบังคับ ต้องการการยอมรับจากสังคม ต้องการแสดงออกให้คนรอบข้างเห็นคุณค่าของตนเอง ชอบเลียนแบบเพื่อนสนิทหรือดาราที่ตนชื่นชอบ การจัดการกับอารมณ์ตัวเองในวัยนี้ยากกว่าตอนเป็นเด็กและผู้ใหญ่ เพราะต้องปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงหลายอย่างในชีวิต ทั้งในด้านร่างกาย จิตใจ และสังคมซึ่งมีผลต่อการเกิดพฤติกรรมเสี่ยงต่าง ๆ ได้ ซึ่งการสูบบุหรี่ถือเป็นหนึ่งในพฤติกรรมเสี่ยงที่มักเกิดขึ้นในวัยรุ่น (อาภาพร เผ่าวัฒนา, นฤมล เอี่ยมณีกุล และสุนีย์ ละกำป็น, 2560) การหาแนวทางป้องกันนักสูบหน้าใหม่จึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะการสูบบุหรี่นอกจากจะเป็นอันตรายต่อตัวผู้สูบเองแล้ว ยังเป็นอันตรายต่อบุคคลรอบข้างที่ไม่สูบบุหรี่ด้วย เนื่องจากจำนวนผู้ป่วยที่เกิดจากการได้รับควันบุหรี่มือสองในประเทศไทยยังคงอยู่ในระดับสูง จึงอาจส่งผลให้ในอนาคตประเทศต้องสูญเสียทรัพยากรบุคคล

การสูบบุหรี่จึงถือเป็นปัญหาสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ สังคม และเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก ดังนั้น การป้องกันและควบคุมการสูบบุหรี่ในกลุ่มวัยรุ่น จึงเป็นเรื่องที่ทุกฝ่ายควรให้ความสำคัญ โดยการหาวิธีการหรือกลยุทธ์ที่จะช่วยปลูกฝังให้กลุ่มวัยรุ่นไม่คิดที่จะสูบบุหรี่ และได้ทราบถึงผลกระทบที่เกิดจากการสูบบุหรี่อย่างถ่องแท้ เพื่อเป็นการลดจำนวนผู้สูบบุหรี่หน้าใหม่ และจากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาเพื่อศึกษาว่าปัจจัยใดบ้างที่จะช่วยป้องกันและทำให้วัยรุ่นสนใจสูบบุหรี่น้อยลงทางผู้วิจัยพบว่ามีหลายปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเริ่มสูบบุหรี่ของวัยรุ่นสามารถจำแนกเป็นปัจจัยหลักๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านตนเอง

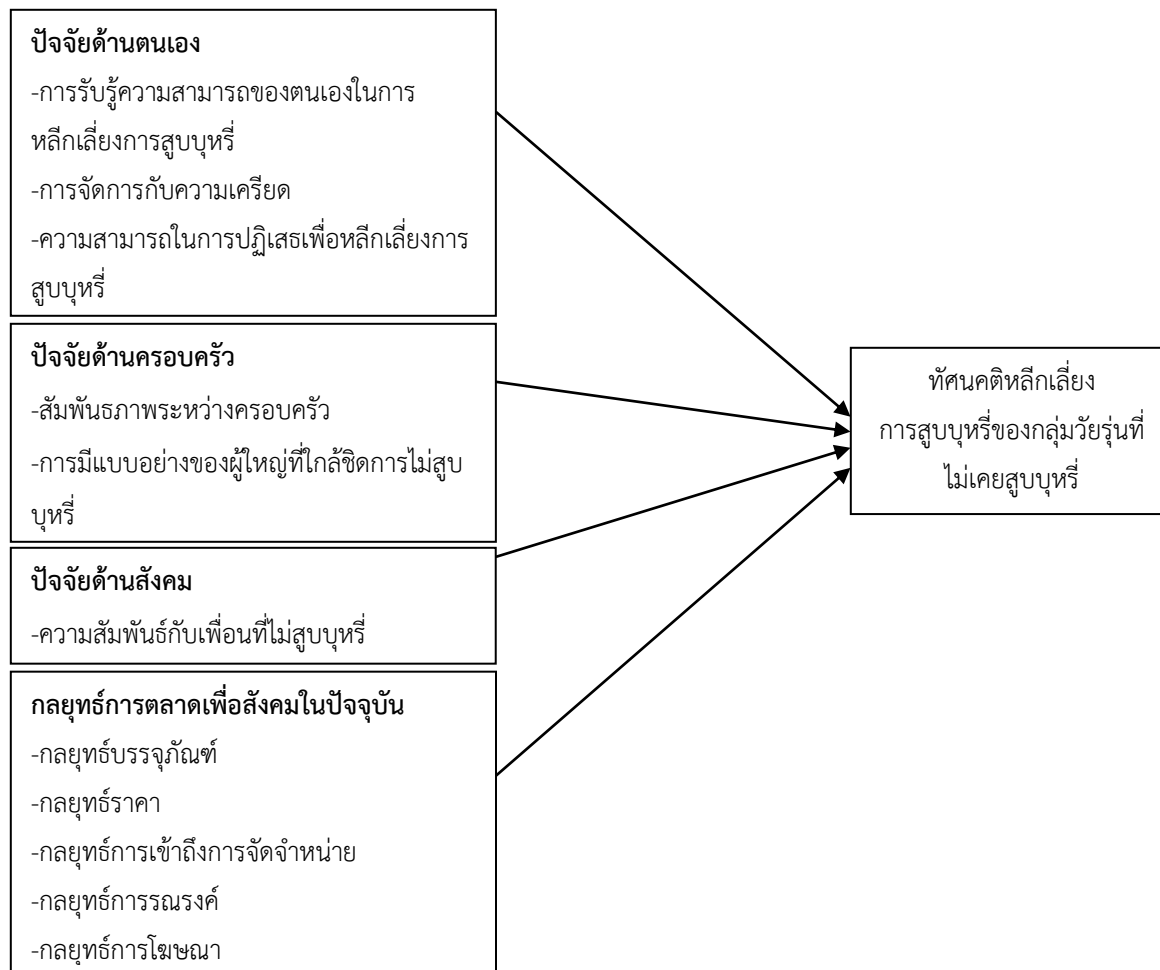
ครอบครัวสังคม และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม โดยปัจจัยต่าง ๆ มีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ ปัจจัยด้านตนเองของวัยรุ่นเกี่ยวข้องกับ การเปลี่ยนแปลงทางร่างกายและจิตใจ หากเกิดความไม่สมดุลกันจะส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในความสามารถของบุคคล อาจ เป็นสาเหตุให้วัยรุ่นมีอารมณ์แปรปรวน และเกิดความเครียดได้ปัจจัยด้านครอบครัวของวัยรุ่นในวัยนี้ทัศนคติและพฤติกรรมของวัยรุ่น ถูกหล่อหลอมมาจากการอบรมเลี้ยงดู การมีแบบอย่างที่ดีใกล้ชิด ความผูกพันกับครอบครัว สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อทัศนคติของวัยรุ่น ปัจจัยด้านสังคมของวัยรุ่นกลุ่มเพื่อนในวัยนี้จะมีอิทธิพลสูงต่อการเกิดการเลียนแบบพฤติกรรมต่าง ๆ และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมใน บริบทการสูบบุหรี่ของวัยรุ่นนี้เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ทางการตลาด กฎระเบียบ มาตรการต่างๆ และการเข้าถึงบุหรี่ สิ่งแวดล้อมภายนอก เหล่านี้มีอิทธิพลต่อความรู้ การให้คุณค่า และการประเมินตัดสินใจที่จะสูบบุหรี่หรือไม่สูบบุหรี่

อย่างไรก็ตามจากศึกษาของผู้วิจัยทั้งหมด ยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ภายใต้กรอบแนวคิด เดียวกัน และเมื่อทำการศึกษาลึกลงไปยังปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ผู้วิจัยจึงพบว่าปัจจุบันได้มีมาตรการต่าง ๆ ออกมาเพื่อลด อัตราการสูบบุหรี่ และป้องกันการเพิ่มขึ้นของนักสูบหน้าใหม่ในรูปแบบของกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม การศึกษาปัจจัยด้าน สิ่งแวดล้อมครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาในเชิงกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมโดยกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่พบมีดังนี้ กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์ โดยมีรูปภาพและคำ เตือนบนซองบุหรี่ กลยุทธ์ด้านราคา เกี่ยวกับการขึ้นภาษีบุหรี่ กลยุทธ์การเข้าถึงการจัดจำหน่าย ในเรื่องของข้อจำกัดต่าง ๆ กลยุทธ์ การรณรงค์ ที่มุ่งเน้นในเรื่องของการให้ความรู้และโทษจากการสูบบุหรี่และกลยุทธ์การโฆษณา เกี่ยวกับการห้ามนำเสนอบุหรี่ใน รูปแบบการตลาด ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่สำคัญเหล่านี้ไปยังทัศนคติหลักเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่ เคยสูบบุหรี่ โดยคาดหวังผลการศึกษานี้จะเป็นแนวทางในการป้องกันการกระจายการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของทัศนคติหลักเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่
2. เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อทัศนคติหลักเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่
3. เพื่อศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อทัศนคติหลักเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 384 ชุด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุ 15 - 24 ปี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยจะต้องเป็นผู้ที่ไม่เคยสูบบุหรี่ และต้องเคยผ่านการหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ได้มาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยใช้แบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นข้อความถามปลายปิด (Closed-ended question) มีเนื้อหาแบ่งออกเป็น 6 ตอน โดยตอนที่ 1 เป็นใช้คำถามปลายปิดแบบสำรวจรายการ (Check list) เพื่อถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และตอนที่ 2-6 ของแบบสอบถามเป็นคำถามแบบประเมินค่าหรือมาตราส่วน (Rating scale) ในการวัดทัศนคติต่อปัจจัยต่าง ๆ โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตาม Likert scale ซึ่งแบบสอบถามดังกล่าวได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยค่าดัชนีความสอดคล้องจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน แล้วจึงนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับบุคคลทั่วไปที่ไม่เคยสูบบุหรี่ที่ไม่ใช่

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ก่อนเก็บข้อมูลจริง

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม 1 ตัวกับตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression analysis)

## ผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง อิทธิพลของกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม ปัจจัยด้านตนเอง ครอบครัว และสังคมที่ส่งผลต่อทัศนคติหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่ กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุตั้งแต่ 15 - 24 ปีที่ไม่เคยสูบบุหรี่และเคยผ่านการหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ โดยการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่นกำหนดที่ 95% ได้จำนวนกลุ่มอย่างจำนวน 384 ตัวอย่างนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

### ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนา

ข้อมูลส่วนบุคคลของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี ที่ไม่เคยสูบบุหรี่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำนวนทั้งสิ้น 384 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 196 คน (ร้อยละ 51)พักอาศัยที่บ้านเช่า/หอพัก จำนวน 214 คน (ร้อยละ 55.7)อาศัยอยู่กับเพื่อน จำนวน 184 คน (ร้อยละ 47.9)และสุดท้ายในส่วนของการรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 169 คน (ร้อยละ 44)

ผลการวิเคราะห์ระดับกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม ปัจจัยด้านตนเอง ครอบครัว และสังคมที่ส่งผลต่อทัศนคติหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่ โดยเรียงตามค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในภาพรวมทั้ง 4 ด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านตนเอง อยู่ในระดับมากที่สุดส่วนปัจจัยด้านอื่น ๆ อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมในปัจจุบันส่วนปัจจัยด้านอื่น ๆ อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมในปัจจุบันและปัจจัยด้านครอบครัวตามลำดับ แต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านตนเองพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็น อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน จำแนกโดยเรียงตามค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานได้ ดังนี้

1.1 ด้านการรับรู้ความสามารถของของตนเองในการหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ได้แก่ ขณะอยู่ตามลำพังแล้วพบบุหรี่วางอยู่ มันใจว่าจะไม่หยิบบุหรืมาสูบบวกเพื่อนในกลุ่มสูบบุหรี่ เชื่อมั่นว่าตนเองจะไม่สูบบุหรี่ตามเชื่อมั่นว่าสามารถที่จะไม่สูบบุหรี่เชื่อว่าตนเองจะไม่สูบบุหรี่ เมื่อไปเที่ยวตามสถานบันเทิงต่าง ๆ และเชื่อมั่นว่าบุคคลอื่นหรือสื่อต่าง ๆ ไม่สามารถโน้มน้าวหรือชักชวนให้สูบบุหรี่ได้

1.2 ด้านการจัดการกับความเครียด พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ใน ระดับมากที่สุด ได้แก่ เชื่อมั่นว่าสามารถบรรเทาความเครียดได้โดยไม่ต้องสูบบุหรี่เมื่อรู้สึกไม่สบายใจ มันใจว่าจะไม่หันไปพึ่งบุหรื ผ่อนคลายความเครียดด้วยการดูหนัง ฟังเพลง ออกกำลังกาย อ่านหนังสือ หรือนั่งสมาธิ และคิดว่าปัญหาที่เกิดขึ้นจะกลายเป็นประสบการณ์ที่ดีในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง ส่วนข้อที่มี ระดับมาก

ได้แก่ เชื่อมั่นว่าสามารถขอคำปรึกษา ความช่วยเหลือจากบุคคลที่สนิทได้เชื่อมั่นว่าสามารถยอมรับและเผชิญหน้ากับปัญหาได้และคิดว่าปัญหาที่เกิดขึ้นอยู่ในการควบคุมของท่าน

1.3 ด้านความสามารถในการปฏิเสธเพื่อหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ใน ระดับมากที่สุด ได้แก่ เมื่อมีเพื่อนยั่วยุให้สูบบุหรี่ จะปฏิเสธทันทีปฏิเสธคนที่มาชวนสูบบุหรี่อย่างจริงจัง เมื่อมีคนชวนให้ทดลองสูบบุหรี่ จะปฏิเสธทันทีและข้อที่มี ระดับมาก คือ ปฏิเสธที่จะอยู่ใกล้ชิดกับคนที่ชวนสูบ

2. ด้านครอบครัว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็น อยู่ในระดับมากทุกด้านจำแนกโดยเรียงตามค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานได้ ดังนี้

2.1 ด้านสัมพันธภาพระหว่างครอบครัว พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ สมาชิกในครอบครัว มีโอกาสได้ทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันเสมอสมาชิกในครอบครัวมักจะเล่าเรื่องชีวิตประจำวันมาให้ฟังอยู่เสมอ เมื่อมีปัญหากังวลใจ สามารถปรึกษากับสมาชิกในครอบครัว ครอบครัวใส่ใจในความรู้สึกของกันและกันเมื่อต้องอยู่ห่างไกลจากครอบครัว ท่านและครอบครัวมักติดต่อหากันเพื่อถามไถ่สารทุกข์สุกดิบอยู่เสมอ และสามารถแสดงความคิดเห็นของตนเองต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในครอบครัว

2.2 ด้านการมีแบบอย่างของผู้ใหญ่ใกล้ชิดที่ไม่สูบบุหรี่ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ผู้ใหญ่ที่ยึดเป็นแบบในการดำเนินชีวิตไม่ยุ่งเกี่ยวกับสารเสพติดต่าง ๆ บุคคลที่เล็งดูเป็นคนไม่สูบบุหรี่และผู้ใหญ่ที่ยึดเป็นแบบในการดำเนินชีวิตใส่ใจในการดูแลสุขภาพ

3. ด้านสังคม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็น อยู่ในระดับมากจำแนกโดยเรียงตามค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานได้ ดังนี้

3.1 ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนที่ไม่สูบบุหรี่ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ สามารถปรึกษาปัญหาเกี่ยวกับเพื่อนเพื่อหลีกเลี่ยงสิ่งเสพติดรวมทั้งบุหรี่กลุ่มเพื่อนมักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ เช่น ออกกำลังกาย อ่านหนังสือ เล่นกีฬา เล่นดนตรี ฟังธรรมะ ทำงานหารายได้เสริม เพื่อนจะคอยเตือนไม่ให้เข้าไปยุ่งเกี่ยวกับสิ่งเสพติดต่าง ๆ รวมทั้งบุหรี่ และเพื่อนคอยแนะนำ และเตือนให้หลีกเลี่ยงการคบคนที่มักชักชวนให้สูบบุหรี่ ดื่มสุรา หรือเที่ยวกลางคืน

4. ด้านกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมในปัจจุบัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็น อยู่ในระดับมากทุกด้านจำแนกโดยเรียงตามค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานได้ ดังนี้

4.1 กลยุทธ์บรรจุกัญท์ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ได้ความรู้เรื่องโทษของบุหรี่จากภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ของบุหรี่ที่เห็นในท้องตลาดดูแล้วน่ากลัว คิดว่าภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ส่งผลให้ท่านเห็นโทษของการสูบบุหรี่เห็นประโยชน์ของการให้ความรู้เรื่องโทษของบุหรี่ผ่านทางภาพคำเตือนบนซองบุหรี่และคิดว่าภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ ทำให้ผู้ที่พบเห็นคำนึงถึงสุขภาพของตนเองมากขึ้น

4.2 กลยุทธ์ราคา พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ราคาบุหรี่ต่อซองมีราคาแพง การขึ้นราคาบุหรี่ส่งผลให้ท่านไม่คิดจะทดลองสูบบุหรี่ ราคาบุหรี่ที่แพงในปัจจุบันส่งผลให้ท่านไม่อยากจะสูบบุหรี่ และการขึ้นราคาบุหรี่ยังมีผลต่อการตัดสินใจซื้อมาทดลองสูบ

4.3 กลยุทธ์การเข้าถึงการจัดจำหน่าย พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ร้านค้าที่มีการห้ามจำหน่ายบุหรี่แก่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีการห้ามแสดงบุหรี่ ณ จุดขายทำให้การสูบบุหรี่เป็นเรื่องที่ยากและร้านค้าที่ไม่แบ่งขายบุหรี่ส่งผลต่อการหาซื้อบุหรี่มาทดลองสูบ

4.4 กลยุทธ์การณรงค์ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการณรงค์ไม่สูบบุหรี่ในสถานที่สาธารณะ เป็นสิ่งที่ติดยาเสพติดการห้ามสูบบุหรี่ทำให้เห็นโทษและอันตรายของการสูบบุหรี่ สื่อของโครงการณรงค์ไม่สูบบุหรี่ ทำให้รับรู้ว่าการสูบบุหรี่จะเป็นภัยและการติดยาเสพติดในสถานที่ต่าง ๆ ทำให้ท่านไม่สนใจทดลองสูบบุหรี่

4.5 กลยุทธ์การโฆษณา พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ การที่ไม่เห็นการแสดงผลิตภัณฑ์บุหรี่ตามร้านค้า ทำให้ไม่คิดถึง บุหรี่รู้สึกถึงการยั่วชวนให้ท่านอยากลองสูบบุหรี่ที่ลดลงจากการห้ามโฆษณาบุหรี่ และการได้เห็นการเซ็นเซอร์บุหรี่ตามสื่อต่าง ๆ ทำให้ไม่สนใจที่จะอยากทดลอง

5. ทศนคติหลักเกี่ยวกับการสูบบุหรี่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ทุกข้อ จำแนกโดยเรียงตามค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานได้ ดังนี้ ส่วนประกอบของบุหรี่เป็นสารที่มีอันตรายต่อสุขภาพบุหรี่เป็นสาเหตุของการเป็นมะเร็งปอดไม่ชอบกลิ่นเหม็นของบุหรี่พร้อมที่จะปฏิเสธการสูบบุหรี่เมื่อมีคนมาชวนให้สูบบุหรี่ถึงอันตรายของบุหรี่ คิดว่าจะไม่ทดลองสูบบุหรี่ คิดว่าควรอยู่ให้ห่างไกลจากบุหรี่รู้สึกปลอดภัยเมื่อได้อยู่ห่างไกลจากคนที่สูบบุหรี่และรู้สึกไม่พอใจเมื่อมีคนมาสูบบุหรี่ต่อหน้า

| Model      | Sum Squares | df  | Mean Square | F      | p-value |
|------------|-------------|-----|-------------|--------|---------|
| Regression | 21.449      | 11  | 1.950       | 23.336 | .000*   |
| Residual   | 31.083      | 372 | .084        |        |         |
| Total      | 52.531      | 383 |             |        |         |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองในการหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ การจัดการกับความเครียด ความสามารถในการปฏิเสธเพื่อหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ สัมพันธภาพระหว่างครอบครัว การมีแบบอย่างของผู้ใหญ่ที่ใกล้ชิดการไม่สูบบุหรี่ ความสัมพันธ์กับเพื่อนที่ไม่สูบบุหรี่ กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์ กลยุทธ์ราคา กลยุทธ์การเข้าถึงการจัดจำหน่าย กลยุทธ์การณรงค์ กลยุทธ์การโฆษณา ตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์น้อยกว่า 0.80 มีจำนวน 11 ตัวแปร ได้แก่ X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7, X8, X9, X10 และ X11 แสดงว่าตัวแปรอิสระเหล่านี้ มีความสัมพันธ์กันในระดับปกติ จึงไม่ก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรพยากรณ์ตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป ดังนั้นสามารถใช้ตัวแปรอิสระเหล่านี้ ในการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุในขั้นตอนต่อไปได้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลโดยเทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression Analysis)

แสดงให้เห็นว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม ซึ่งก็คือทัศนคติหลักเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่ดังนั้นสามารถใช้ตัวแปรอิสระในการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ โดยสามารถเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

$$Y = 1.870 + .016(X1) + .128(X2) + .000(X3) + .546(X4) + .940(X5) + .073(X6) + .902(X7) + .059(X8) + .716(X9) + .407(X10) + .252(X11)$$

#### อภิปรายผลการวิจัย

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม ปัจจัยด้านตนเอง ครอบครัว และสังคมที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติหลักเลียงการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัย เพื่อนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางข้อเสนอแนะต่อไป และอ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

#### ด้านตนเอง

การรับรู้ความสามารถของตนเองในการหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ ส่งผลกระทบทางบวกต่อทัศนคติหลักเลียงการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่ สอดคล้องตามแนวคิดการรับรู้ความสามารถของตนเองของ Bandura (1997) ที่กล่าวว่า บุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองคือบุคคลที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ และวิธีการสำคัญในการพัฒนาความหวังเกี่ยวกับการรับรู้ว่าคุณมีความสามารถนั้นเกิดจากการที่บุคคลมีประสบการณ์หรือการกระทำที่ประสบความสำเร็จ (Enactive Mastery Experience) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลมากที่สุด เนื่องจากเป็นประสบการณ์โดยตรงที่เกิดขึ้นกับตนเองว่าตนเองสามารถประสบความสำเร็จ ซึ่งความสำเร็จจะช่วยให้เกิดการรู้ความสามารถของตนเองเพิ่มขึ้น ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่เคยผ่านการหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่มาแล้วจึงมีความเชื่อมั่นในตัวเองสูงว่าจะสามารถหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (สุรรัตน์ เวียงกมล, พรนภา หอมสินธุ์ และรุ่งรัตน์ ศรีสุริยเวศน์, 2560, หน้า 102)พบว่า นักเรียนที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ต่ำ มีโอกาสสูบบุหรี่ในระยะแรกมากกว่านักเรียนที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่สูง เนื่องจากการรับรู้ความสามารถของตนเอง เป็นความมั่นใจของบุคคลว่าจะไม่ทำพฤติกรรมที่เสี่ยงแม้จะอยู่ในสถานการณ์ที่เสี่ยง

การจัดการกับความเครียด ไม่ส่งผลกระทบต่อนทัศนคติหลักเลียงการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่อาจกล่าวได้ว่าวิธีการจัดการความเครียดนั้นมีมากมายหลายวิธี บุคคลอาจไม่ได้คำนึงถึงวิธีการจัดการความเครียดโดยการสูบบุหรี่เลยก็เป็นได้ และการสูบบุหรี่ก็ไม่ใช่วิธีทางออกของสาเหตุที่ทำให้เกิดความเครียด แม้ว่าตามหลักการแล้ว การสูบบุหรี่จะทำให้สารนิโคตินที่มีในบุหรี่ไปกระตุ้นให้ร่างกายหลั่งสารที่ทำให้เกิดความสุขและความรู้สึกพอใจ ที่มีชื่อว่าสารโดปามีน รวมทั้งสารนอร์อิพิเนพรีนที่ทำให้รู้สึกตื่นตัวสดชื่น กระปรี้กระเปร่า อารมณ์ดีขึ้น และผ่อนคลายจากความเครียดได้ แต่ก็เพียงชั่วคราวเท่านั้น เพราะที่จริงแล้วในบุหรี่ไม่มีสารใดที่ช่วยขจัดความเครียดได้(กองบรรณาธิการHD, 2560) เพราะสุดท้ายเมื่อระดับของนิโคตินลดลง ความรู้สึกผ่อนคลายก็จะหายไป แต่ความเครียดที่ไม่ได้รับการจัดการจากต้นเหตุก็ยังคงอยู่

ความสามารถในการปฏิเสธเพื่อหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ ส่งผลกระทบทางบวกต่อทัศนคติหลักเลียงการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่อาจเป็นเพราะว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูงต่อการหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่และเคยผ่านการหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่มาแล้ว จึงมีความเชื่อมั่นในตัวเองสูงว่าจะสามารถหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ทำให้ไม่คล้อยตามคนที่มาชวนให้ทดลองสูบบุหรี่ และกล้าที่จะปฏิเสธบุคคลเหล่านั้นทันทีที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ(ณัฐวธ แก้วสุทธา, ภัทร อันซีน, พีร์ สมสวย และนันท์ชนก วีรกุล, 2560) ศึกษาเกี่ยวกับผลของโปรแกรมการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการปฏิเสธบุหรี่เชิงบวกในงานทัศนธรรมโรงเรียนระดับประถมศึกษา กรุงเทพมหานคร พบว่า กิจกรรมในโปรแกรมการปฏิเสธบุหรี่เชิงบวกทำให้กลุ่มทดลองมีคะแนนพฤติกรรมในการปฏิเสธบุหรี่เพิ่มขึ้นมากกว่ากลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ(P-value < 0.001) ซึ่งผลการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว มีสาเหตุมาจากลักษณะของกิจกรรมในโปรแกรมที่มีพัฒนาการรับรู้ความสามารถของตนเองของนักเรียนควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะการปฏิเสธสิ่งเสพติด ซึ่งการสร้างประสบการณ์จริงในการฝึกปฏิเสธบุหรี่ทำให้เกิดประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จ (Master of Experience)

#### ด้านครอบครัว

ปัจจัยด้านครอบครัวซึ่งได้แก่ สัมพันธภาพระหว่างครอบครัว และการมีแบบอย่างของผู้ใหญ่ใกล้ชิดที่ไม่สูบบุหรี่ ไม่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติหลักเล็งถึงการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่ แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากในทุก ๆ ข้อก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการใส่ใจในความรู้สึกของกันและกันในครอบครัว การติดต่อกันเพื่อถามไถ่สารทุกข์สุกดิบเมื่อต้องอยู่ไกลจากครอบครัว การมีโอกาสได้ทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันในครอบครัว รวมไปถึงการมีบุคคลที่เลี้ยงดูหรือยึดเป็นแบบอย่างในการดำเนินชีวิตที่ไม่สูบบุหรี่หรือยุ่งเกี่ยวกับสารเสพติดต่าง ๆ และใส่ใจในการดูแลรักษาสุขภาพ ทั้งนี้ผู้วิจัยพอจะอธิบายเหตุผลที่เป็นไปได้ตามการศึกษาของ Sigmund Freud เกี่ยวกับพัฒนาการในวัยรุ่น เป็นวัยที่เริ่มมีความต้องการทางเพศซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงระดับฮอร์โมนในร่างกาย หรือที่ Erik Erikson เรียกช่วงวัยนี้ว่าการสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง (Identity versus Identity confusion) ที่ได้จากการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ซึ่งนำไปสู่การเข้าใจบทบาทตัวเองในสังคม โดยทั่วไปวัยรุ่นจะเปรียบเทียบกับตนเองกับเพื่อน ทำให้เกิดความรู้สึกต้องพึ่งพา มีพัฒนาการด้านความคิดและการใช้เหตุผล ในการประเมินความเหมาะสมของพฤติกรรมในสถานการณ์จำลอง สามารถคิดวิเคราะห์ แยกแยะในเชิงเหตุและผล แต่เป็นไปในทิศทางที่ตนเองเห็นชอบ หรือตามอย่าง ที่เพื่อนว่า ซึ่ง Jean Piaget และ Lawrence Kohlberg ได้แยกแยะระหว่างความสามารถทางความคิดในเชิงนามธรรมและการปฏิบัติจริงที่อาจไม่สอดคล้องกัน ที่อาจนำไปสู่พฤติกรรมเสี่ยงต่าง ๆ ได้ พฤติกรรมของวัยรุ่นได้รับอิทธิพลจากการอบรมเลี้ยงดู และการลอกเลียนแบบจากกลุ่มเพื่อนที่ถือว่าเป็นบริบททางสังคม (Socialization) ที่สำคัญที่สุด ผลจากความสามารถในการใช้ความคิดเชิงนามธรรม ร่วมกับความต้องการอิสระอาจทำให้วัยรุ่นบางรายต่อต้านการควบคุมของพ่อแม่ ผู้ปกครอง ซึ่งการกระทำเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นหาอัตลักษณ์และคุณค่าในตนเอง (อาภาพร เภาวัฒนา, นฤมล เอี่ยมณีกุล และสุนีย์ ละกะปิ่น, 2560) ซึ่งกล่าวได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้อยู่ในช่วงวัยของการค้นหาอัตลักษณ์ของตนเอง เป็นวัยที่มีความคิดเป็นของตนเอง ทำให้บุคคลในครอบครัวหรือผู้ใหญ่ที่อยู่ใกล้ชิดมีอิทธิพลไม่มากพอต่อการเกิดทัศนคติ กับกลุ่มวัยรุ่นระยะนี้ ในส่วนของการมีแบบอย่างของผู้ใหญ่ที่ใกล้ชิดไม่สูบบุหรี่ ผลการศึกษาที่ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ (เสาวลักษณ์ มเหศวร, 2561) พบว่า บุคคลในครอบครัวสูบบุหรี่ไม่มีความสัมพันธ์กับการทดลองสูบบุหรี่ แสดงว่าเยาวชนที่มีบุคคลในครอบครัวสูบบุหรี่หรือไม่มีบุคคลในครอบครัวสูบบุหรี่มีการทดลองสูบบุหรี่ไม่แตกต่างกัน แต่ในส่วนของสัมพันธภาพระหว่างครอบครัวผลการศึกษาที่พบแตกต่างจากงานวิจัยของ (พิริยา เขียววิชัย, 2557, หน้า 70) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกด้านความผูกพันทางสังคมและการคบหาสมาคมที่แตกต่างที่มีผลต่อการกระทำผิดเกี่ยวกับยาเสพติดของผู้ต้องขังในเรือนจำกลางนครศรีธรรมราช พบว่า ความผูกพันกับครอบครัว ส่งผลต่อการกระทำผิดเกี่ยวกับยาเสพติดของผู้ต้องขังอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และกล่าวว่าเด็กและเยาวชนที่กระทำผิดมีผลมาจากความสัมพันธ์กับครอบครัว เช่น การขาดความอบอุ่น ขาดการเอาใจใส่ต่อเด็ก ครอบครัวที่แตกแยก และแตกต่างจากงานวิจัยของ (จรรณรักษ์ ยี่งู, อุษา คงทอง และบุญเรือง ศรีเหรียญ, 2561, หน้า 140) ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อ ลด ละ เลิกพฤติกรรมการสูบบุหรี่สำหรับผู้ป่วยยาเสพติดเด็กและวัยรุ่น พบว่า สัมพันธภาพในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่

#### ด้านสังคม

ความสัมพันธ์กับเพื่อนที่ไม่สูบบุหรี่ ไม่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติหลักเล็งถึงการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (เสาวลักษณ์ มเหศวร, 2561) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการทดลองสูบบุหรี่ของนักศึกษาอาชีวศึกษาหญิงจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า เพื่อนสนิทสูบบุหรี่ไม่มีความสัมพันธ์กับการทดลองสูบบุหรี่ และยังคงกล่าวอีกว่า สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในตนเอง เช่น การขาดความเชื่อมั่นในตนเอง มีปัญหาครอบครัว เพื่อน คนรัก นอกจากนี้ การเห็นเพื่อนสูบบุหรี่ถือเป็นแรงกดดันทางอ้อม (Indirect pressure) ซึ่งอาจมีอิทธิพลน้อยกว่าแรงกดดันโดยตรง (Direct pressure) เช่น การถูกเพื่อนชักชวนให้สูบบุหรี่จึงทำให้ไม่มีผลต่อการสูบบุหรี่ของวัยรุ่นหญิง ซึ่งในทางตรงกันข้ามอาจกล่าวถึงผลของการวิจัยในด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนที่ไม่สูบบุหรี่ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติหลักเล็งถึงการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่ได้ว่า ปัจจัย

ภายในตนเองมีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างมาก เพราะกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความสามารถของตนเอง จึงมีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองเกี่ยวกับการหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ ทำให้ปัจจัยที่มาจากภายนอกไม่ส่งผลกระทบต่อกลุ่มตัวอย่างเลย

#### ด้านกลยุทธการตลาดเพื่อสังคม

ในส่วนของปัจจัยด้านกลยุทธการตลาดเพื่อสังคมผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่ากลยุทธภาพคำเตือนบนบรรจุภัณฑ์ กลยุทธการขึ้นราคากลยุทธควบคุมการเข้าถึงการจัดจำหน่าย กลยุทธการรณรงค์ และกลยุทธการโฆษณา ไม่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่ อีกทั้งยังเคยผ่านการหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่แล้ว จึงอาจกล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่างอาจไม่ได้มีความสนใจเกี่ยวกับการสูบบุหรี่เลย จึงอาจมองว่ากลยุทธเหล่านี้เป็นเรื่องไกลตัว และเป็นเรื่องที่ในชีวิตประจำวันของวัยรุ่นพบเจอได้ไม่บ่อยเท่าเรื่องอื่น ๆ จึงทำให้ไม่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ถึงแม้ว่ากลุ่มตัววัยรุ่นจะเห็นด้วยกับกลยุทธต่าง ๆ ก็ตาม ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการเกิดทัศนคติ ดังต่อไปนี้ (Zimbardo & Ebbesen, 1970 อ้างถึงใน พรทิพย์ บุญนิพัทธ์, 2531) การที่บุคคลจะมีทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้น ต้องเกิดจากองค์ประกอบ 3 ประการ กล่าวคือ บุคคลจำเป็นต้องมีความรู้ต่อสิ่งนั้นเสียก่อน เพื่อจะได้รู้ว่าสิ่งนั้น มีประโยชน์หรือโทษเพียงใด เมื่อบุคคลมีความรู้ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้ว จะนำไปสู่การเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบตามมา และถ้าสิ่งนั้นสามารถสร้างความสุขความพอใจแก่ตนได้ บุคคลก็พร้อมที่จะปฏิบัติตาม แต่ถ้าหากเห็นว่าสิ่งนั้นไม่ดี ไม่ถูกใจ บุคคลจะหลีกเลี่ยงหรืองดเว้นการปฏิบัติได้เช่นเดียวกัน ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ถึงข้อดีของกลยุทธการตลาดเพื่อสังคม และทราบว่าการกลยุทธเหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อสังคมจึงมีความเห็นด้วยต่อกลยุทธในด้านต่าง ๆ แต่ท้ายที่สุดกลยุทธการตลาดเพื่อสังคมก็ยังไม่ใช่ว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ในกลุ่มวัยรุ่นครั้งนี้

กลยุทธบรรจุภัณฑ์ ไม่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่ แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีความคิดเห็นต่อกลยุทธบรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับมากในทุก ๆ ด้าน ได้แก่ ได้ความรู้เรื่องโทษของบุหรี่จากภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ ของบุหรี่ที่เห็นในท้องตลาดดูแล้วน่ากลัว คิดว่าภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ส่งผลให้เห็นโทษของการสูบบุหรี่ เห็นประโยชน์ของการให้ความรู้เรื่องโทษของบุหรี่ผ่านทางภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ และคิดว่าภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ ทำให้ผู้ที่พบเห็นคำนึงถึงสุขภาพของตนเองมากขึ้น แต่ก็ไม่ได้หมายความว่ากลยุทธนี้ จะส่งผลกระทบต่อทัศนคติหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่ และเคยหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่มาก่อน จึงอาจไม่ได้สนใจเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์เพราะเป็นเรื่องไกลตัว และคิดว่าไม่เกี่ยวข้องกับตนเอง ซึ่งในงานวิจัยของ (สุนิสา ถาวรวงศ์สกุล, 2553) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลของภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ที่มีต่ออารมณ์ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้สูบบุหรี่ พบว่า ภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ไม่ได้ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างต้องการลด ละ เลิกการสูบบุหรี่ตามจุดประสงค์ของมาตรการการใช้ภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ ถึงแม้กลุ่มตัวอย่างจะเกิดทัศนคติด้านลบต่อภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ยกก็ตาม และยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่สูบบุหรี่กลับมีพฤติกรรมหลีกเลี่ยงภาพคำเตือนบนซองบุหรี่โดยการหันมาซื้อบุหรี่แบบแยกขาย หรือนำกล่องหรือซองสำหรับใส่บุหรี่มาใส่บุหรี่แทน จะเห็นได้ว่าจากผลการวิจัยที่กล่าวมานี้ถึงแม้จะทำการศึกษาในบริบทที่ต่างกันออกไปในเรื่องของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยสูบบุหรี่ และเป็นผู้ที่สูบบุหรี่ แต่จากผลการศึกษาที่พบอาจกล่าวได้ว่ากลยุทธบรรจุภัณฑ์บนซองบุหรี่ ที่มีรูปภาพ และคำเตือนประกอบอยู่ สามารถส่งผลกระทบต่อความรู้สึกในเรื่องความกลัวของผู้ที่พบเห็นได้ แต่ไม่ได้เป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีทัศนคติหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่หรือลด ละ เลิกการสูบบุหรี่

กลยุทธราคาบุหรี่ ไม่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่กลยุทธการขึ้นบุหรี่ ที่มีจุดประสงค์ให้ประชากรไม่ยุ่งเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ และลด ละ เลิกการสูบบุหรี่นั้นไม่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ใกล้เคียงกับงานวิจัยของ (นริศรา เจริญพันธ์, 2552) ศึกษาเรื่องผลกระทบของการขึ้นภาษีบุหรี่ต่ออุปสงค์ยาเส้น พบว่า เมื่อมีการ

เพิ่มอัตราภาษีสรรพสามิตบุหรี่ ซึ่งทำให้ราคาบุหรี่ปรับตัวสูงขึ้นนั้น ไม่มีผลกระทบให้ราคาขายเส้นปรับตัวสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ การขึ้นภาษีบุหรี่ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของราคาบุหรี่ มีผลให้ผู้บริโภคส่วนหนึ่งลดการบริโภคบุหรี่และหันไปบริโภคยาเส้นแทน เพื่อให้ได้รับความพอใจในระดับเดิม และยังคงกล่าวต่อว่าการขึ้นอัตราภาษีสรรพสามิตบุหรี่เพียงอย่างเดียวไม่น่าเพียงพอในการลดการบริโภคยาสูบ ดังนั้นรัฐบาลจึงควรมีการกำหนดนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ที่เหมาะสมในการควบคุมการบริโภคยาเส้นควบคู่ไปกับนโยบายการควบคุมการบริโภคบุหรี่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมการบริโภคยาสูบโดยรวม จากผลการวิจัยที่กล่าวมา ถึงแม้ว่าการศึกษาในบริบทที่ต่างกันออกไปในของกลุ่มตัวอย่าง แต่จากผลการวิจัยสามารถนำมาสรุปตรงกันได้ว่า การขึ้นราคาบุหรี่ไม่ได้เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้บุคคลไม่คิดจะทดลอง หรือลด ละ เลิกการสูบบุหรี่ได้ และยังไปใช้สินค้าอื่นเพื่อเป็นการทดแทน เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

กลยุทธ์การเข้าถึงการจัดจำหน่าย ไม่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่ทั้งนี้จากงานวิจัยของ (เรณู บุญจันทร์, รัชณี กิตติพงษ์ศาล และนพวรรณ เลิศการณ, 2552) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของเยาวชน จังหวัดระนอง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาไม่เคยถูกปฏิเสธการขายบุหรี่เพราะอายุไม่ถึงเกณฑ์ร้อยละ 31.5 ซึ่งเป็นอัตราที่น่าเป็นห่วง เนื่องจากผู้ขายเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนไม่ได้คำนึงถึงผลเสียที่จะตามมา เห็นได้ชัดว่ายังคงมีร้านค้าฝ่าฝืนกฎหมายได้อยู่ แต่ถึงแม้จะมีร้านค้าจำหน่ายบุหรี่ให้เยาวชนที่อายุไม่ถึงเกณฑ์ก็อาจไม่ได้เป็นปัจจัยที่ทำให้วัยรุ่นไม่คิดจะทดลองสูบบุหรี่ ซึ่งสอดคล้องกับ (ณัฐพัฒน์ ชยวิวัฒน์วงศ์, 2553) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักศึกษาชาย มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี พบว่า สาเหตุที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการสูบบุหรี่ นักศึกษาชายส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการสูบบุหรี่เพราะ มีป้ายแสดงให้เห็นว่ามีการจำหน่ายบุหรี่ชัดเจน บุหรี่หาซื้อง่าย มีการแบ่งขายในราคาที่ย่อมเยา และซองบุหรี่มีลักษณะดึงดูดน่าสนใจ เห็นได้ชัดว่ายังมีการละเมิดกฎหมายอยู่ จากผลการวิจัยข้างต้นแสดงให้เห็นว่า กฎหมายยังไม่มีประสิทธิภาพบังคับใช้ที่เคร่งครัดมากพอ ทำให้มีผู้กระทำความผิดและฝ่าฝืนกฎหมายอยู่ อย่างไรก็ตามจากผลการวิจัยก็ยังแสดงให้เห็นอีกว่า ถึงแม้จะมีการลักลอบจำหน่ายบุหรี่แบบผิดกฎหมายอยู่ และหน่วยงานที่อยู่ในความรับผิดชอบยังไม่สามารถดูแลได้อย่างทั่วถึง ทำให้การหาซื้อบุหรี่ไม่ใช่เรื่องยาก แต่ก็ไม่ได้ทำให้กลุ่มตัวอย่างหาซื้อบุหรี่ปวดทดลองสูบ

กลยุทธ์การรณรงค์ ไม่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่ ผลจากการวิจัยที่พบใกล้เคียงกับงานวิจัยของ (ใจชื่น ตะเกาพงษ์, 2550) ถึงแม้จะทำการศึกษาในบริบทที่แตกต่างกันออกไปในเรื่องของกลุ่มตัวอย่าง เพราะได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักเรียนในช่วงชั้นที่ 3 โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เขตปทุมวัน พบว่า นักเรียนที่มีความรู้เกี่ยวกับโทษของการสูบบุหรี่ต่างกัน มีพฤติกรรมการสูบบุหรี่ไม่แตกต่างกัน อาจกล่าวได้ว่ากลยุทธ์เกี่ยวกับการรณรงค์ทำให้กลุ่มวัยรุ่นที่พบเห็นได้รับความรู้ และโทษจากการสูบบุหรี่

กลยุทธ์เกี่ยวกับการโฆษณา ไม่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ศศิธร ชิดยานี และวราภรณ์ ทศทวี, 2561) ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของวัยรุ่นจังหวัดอุดรธานี พบว่า การเห็นการโฆษณาบุหรี่หรือผลิตภัณฑ์ยาสูบในทีวี วิทยุ โปสเตอร์ ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ หนังสือพิมพ์ หรือแม็กกาซีน ร้านค้า/ร้านสะดวกซื้อ นโยบายของโรงเรียน และการบังคับใช้นโยบายไม่มีความสัมพันธ์กับการสูบบุหรี่ และได้กล่าวต่ออีกด้วยว่าอาจเนื่องมาจากข้อความที่ส่งเสริมการขายหรือข้อความรณรงค์ห้ามสูบบุหรี่ที่มีในสื่อโฆษณาเหล่านี้มีน้อย เนื่องจากข้อห้ามของกฎหมายที่ได้กำหนด ทำให้กลุ่มวัยรุ่นไม่ได้รับสื่อที่เกี่ยวข้องกับบุหรี่จึงไม่ได้คำนึงถึงด้านนี้ จากเหตุผลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าถึงแม้จะยังมีการโฆษณาส่งเสริมการขาย หรือรวมไปถึงข้อความรณรงค์ห้ามสูบบุหรี่ก็ไม่ได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่ากลยุทธ์การห้ามโฆษณาในปัจจุบันยังทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่สามารถพบเห็นสื่อได้ เนื่องด้วยเป็นข้อบังคับของกฎหมายที่ห้ามโฆษณาเกี่ยวกับบุหรี่ อาจยังทำให้กลุ่มวัยรุ่นไม่คำนึงถึงปัจจัยนี้

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงการจัดการและการนำไปประยุกต์ใช้

เนื่องจากผลของการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่แล้ว แต่เป็นตัวแปรที่จัดอยู่ในกลุ่มองค์ความรู้ด้านตนเอง ได้แก่ การรับรู้ความสามารถของตนเองในการหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ และความสามารถในการปฏิเสธเพื่อหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ ซึ่งการเริ่มสูบบุหรี่ของเด็กและวัยรุ่นเป็นพฤติกรรมเสี่ยงที่ต้องเฝ้าระวัง เพราะอาจส่งผลให้กลุ่มวัยนี้กล้าที่จะทำพฤติกรรมเสี่ยงอื่น ๆ ได้อีก จึงควรมีแนวทางในการป้องกันการก้าวเข้าสู่วงจรการสูบบุหรี่ เพื่อนำไปสู่การลดจำนวนของนักสูบหน้าใหม่ได้ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะแผนการป้องกันการสูบบุหรี่ ดังนี้

1.1 ผลของการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยที่ผู้วิจัยเคยศึกษา แล้วพบผลของการวิจัยที่น่าจะเป็นประโยชน์ หรือสามารถนำมาปรับใช้ได้จริง โดยการนำตัวแปรข้างต้นมาพัฒนาเป็นโปรแกรมการปฏิเสธบุหรี่เชิงบวก เพื่อให้เด็กหรือวัยรุ่นได้มีทักษะชีวิตในการป้องกันตนเองจากการสูบบุหรี่ และเพื่อเป็นการส่งเสริมสมรรถภาพด้านการรับรู้ความสามารถในตนเอง ให้เกิดความเชื่อมั่นในตนเองในการหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ และได้รับความรู้เกี่ยวกับพิษภัยจากการสูบบุหรี่ที่ถูกต้อง ซึ่งกิจกรรมนี้อาจให้องค์กรต่าง ๆ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเด็กและวัยรุ่น เช่น ครูหรือบุคลากรระดับประถม ระดับมัธยม เป็นผู้จัดการดำเนินงานเพื่อให้เด็กหรือวัยรุ่นได้มีทักษะชีวิตในการป้องกันตนเองจากการสูบบุหรี่ และได้เกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพิษภัยของการสูบบุหรี่ที่ถูกต้อง ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะแผนการป้องกันการสูบบุหรี่ โดยการจัดกิจกรรมการปฏิเสธบุหรี่เชิงบวก ซึ่งก่อนอื่นต้องมีความรู้เกี่ยวกับผลกระทบด้านต่าง ๆ และพิษภัยจากการสูบบุหรี่ ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ทราบข้อมูลอย่างทั่วถึง และได้ฝึกทักษะการปฏิเสธจากสถานการณ์จำลอง โดยการแสดงบทบาทสมมติ

1.2 สามารถนำผลการวิจัยที่ได้ครั้งนี้ มาเป็นแนวทางให้กับองค์กรต่าง ๆ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเด็กและวัยรุ่น เพื่อใช้ในการกำหนดแผนหรือนโยบายที่เกี่ยวกับการป้องกันการสูบบุหรี่ หรือสามารถนำไปต่อยอดปรับใช้กับพฤติกรรมเสี่ยงอื่น ๆ ในวัยรุ่น เพื่อให้เด็กและวัยรุ่นมีความรู้เกี่ยวกับโทษของการสูบบุหรี่ อันจะนำไปสู่การเกิดการปลูกฝังทัศนคติหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่

### 2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรขยายผลการวิจัยเพื่อนำไปประยุกต์กับพฤติกรรมเสี่ยงอื่น ๆ ในวัยรุ่น เช่น การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การใช้สารเสพติด หรือพฤติกรรมทางเพศ ซึ่งผลของทัศนคติหลีกเลี่ยงพฤติกรรมเสี่ยงของกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่เคยแสดงพฤติกรรมนั้นอาจจะแตกต่างกัน ทำให้ผลการวิจัยมีความหลากหลายมากขึ้น

2.2 งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ อนาคตควรทำการวิจัยเชิงเปรียบเทียบ หรือทำการวิจัยโดยการสังเกตเชิงพรรณนา โดยการเฝ้าติดตาม สังเกตดูผลที่จะเกิดขึ้น ในแต่ละช่วงเวลาที่มีการออกมาตรการใหม่ ๆ เพื่อจะได้ทราบถึงทัศนคติของบุคคลที่เกิดขึ้นในช่วงก่อนและหลังการออกมาตรการ กลยุทธ์ต่าง ๆ

2.3 ควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพ อาจเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนาในกลุ่มย่อย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ หรืออาจนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปทำการวิจัยเชิงทดลองหรือนำไปพัฒนาเป็นโปรแกรมในเรื่องของการรับรู้ความสามารถของตนเองในการหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ และความสามารถในการปฏิเสธเพื่อหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ ต่อการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่

## เอกสารอ้างอิง

กองบรรณาธิการHD.2560. *สูบบุหรี่ช่วยคลายเครียดได้จริงหรือไม่ เครียดแล้วทำไม่ต้องสูบ*. สืบค้นเมื่อ 19 มกราคม 2563, สืบค้น

จาก <https://www.honestdocs.co/cigarette-and-stress>.

ใจชื่น ตะเกาพงษ์. (2550). *พฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักเรียนในช่วงชั้นที่ 3 โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒปทุมวัน*

- (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จรรณรักษ์ ยี่งู. (2561). การพัฒนารูปแบบกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อ ลด ละ เลิกพฤติกรรมการสูบบุหรี่สำหรับยาเสพติดเด็ก และวัยรุ่น. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 8(1), 131-146.
- พิริยา เขียนวิชัย. (2558). การศึกษาปัจจัยความผูกพันทางสังคมและการคบหาสมาคมที่แตกต่างที่มีผลต่อการกระทำผิดเกี่ยวกับยาเสพติดของผู้ต้องขังในเรือนจำกลางนครศรีธรรมราช. *วารสารวิทยบริการ*, 26(2), 61-73.
- พรทิพย์บุญนิพัทธ์. (2531). ทศนคติ. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ณัฐพัฒน์ ขยาวีวัฒนาวงศ์.(2553).พฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักศึกษาชายมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี (รายงานการวิจัย).มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณัฐธู แก้วสุทธา, ภัทร อันชื่น, พีร์ สมสวย และนันท์ชนก วีรกุล. (2560). ผลของโปรแกรมการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการปฏิเสธ บุหรี่เชิงบวกในงานทันตกรรมโรงเรียนระดับประถมศึกษา กรุงเทพมหานคร. *วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*,9(17), 53-68.
- นริศรา เจริญพันธุ์. (2552). ผลกระทบของการขึ้นภาษีบุหรี่ต่ออุปสงค์ยาเส้น.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะเศรษฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์ และฉัตรสุมน พลภูมิโยธ. (2560). *ผลิตภัณฑ์ยาสูบ : นโยบายและมาตรการควบคุมเพื่อสุขภาพ*. กรุงเทพฯ: เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.
- ศศิธร ชิดยานี และวราภรณ์ ทศทวี. (2561, มกราคม-มิถุนายน). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของวัยรุ่น จังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี อุดรธานี*, 10(1), 83-93.
- สุนิสา ถาวรวงศ์สกุล. (2553). *ประสิทธิผลของภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ที่มีต่ออารมณ์ ทศนคติ และพฤติกรรมของผู้สูบบุหรี่*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรรัตน์ เวียงกมล, พรนภา หอมสินธุ์ และรุ่งรัตน์ ศรีสุริยเวสน์. (2560). ต้นทุนชีวิตและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการสูบบุหรี่ ระยะแรกของนักเรียนชายชั้นประถมศึกษาตอนปลาย จังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารพยาบาลสาธารณสุข*, 31(2), 91-108.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). *การสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และการดื่มสุราของประชากร พ.ศ. 2560*(รายงานการวิจัย). กองสถิติสังคมสำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- เสาวลักษณ์ เมทวร. (2561). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการทดลองสูบบุหรี่ของนักศึกษาอาชีวศึกษาหญิงจังหวัดฉะเชิงเทรา*. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการพยาบาลเวชปฏิบัติชุมชน, คณะพยาบาลศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เรณู บุญจันทร์, รัชณี กิตติพงษ์ศาล และนพวรรณ เลิศการณ. (2552). *พฤติกรรมการสูบบุหรี่ของเยาวชน จังหวัดระนอง* (รายงานการวิจัย). สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดระนอง.
- อาภาพร เฝ้าวัฒนา, นฤมล เอื้อมณีกุล และสุนีย์ ละกำป็น. (2560). *การป้องกันพฤติกรรมเสี่ยงในวัยรุ่น : แนวคิด และการจัดการหลายระดับ*. กรุงเทพฯ: แดเน็กซ์อินเตอร์คอร์ปอเรชั่น.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. New Jersey: Prentice-Hall.
- World Health Organize. (2009). *WHO Report on the Global Tobacco Epidemic: Implementing smoke-free Environment* (Report). World Health Organization.