

ที่มาและความสำคัญ

การจัดการการเข้าถึงหรือความสามารถให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ยาสูบโดยง่าย ถือเป็นยุทธศาสตร์สำคัญประการหนึ่งในการปกป้องเยาวชนจากการเข้าสู่วงจร “นักสูบบุหรี่หน้าใหม่” ดังนั้น องค์การอนามัยโลก จึงเรียกร้องให้ประเทศภาคีสมาชิกที่ลงนามในกรอบอนุสัญญาเพื่อการควบคุมยาสูบขององค์การอนามัยโลก (WHO FCTC) เร่งดำเนินนโยบายในเรื่องนี้ ซึ่งกำหนดไว้ในมาตราที่ 16 ของกรอบอนุสัญญาฯ

ประเทศไทย ถือเป็นหนึ่งในประเทศที่มีกฎหมายที่ครอบคลุมถึงประเด็นนี้มาตั้งแต่ปี 2535 กระนั้น ก็ยังประสบปัญหาในการนำนโยบายไปสู่ การปฏิบัติให้เกิดประสิทธิภาพ โดยผลสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในปี 2550 พบว่า **เยาวชนไทยมากกว่า ร้อยละ 90 ยังสามารถซื้อผลิตภัณฑ์ยาสูบได้ด้วยตนเองจากร้านค้าปลีกใกล้บ้านอย่างง่ายดาย โดยไม่เคยถูกตรวจสอบอายุ หรือถูกปฏิเสธการจำหน่าย**

งานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งสร้างแนวทางการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชน ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชน **ด้วยกระบวนการสร้างชุมชนปฏิบัติการด้านการเรียนรู้** เพื่อพัฒนาวิถีชีวิตที่มีประสิทธิภาพในการนำนโยบายการป้องกันการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนไปสู่การปฏิบัติจริงในพื้นที่ อีกทั้งยังหวังว่าจะเป็นหนทางหนึ่งในการพัฒนาสมรรถนะชุมชน ให้ตอบสนองต่อการควบคุมการบริโภคยาสูบแบบเบ็ดเสร็จต่อไปในอนาคต โดยพื้นที่ศึกษาครั้งนี้ อยู่ในอำเภอวิเชียรบุรี จังหวัดพิจิตร

ชุมชนปฏิบัติการด้านการเรียนรู้

(Communication of Practices COPs)

หมายถึง การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชน เพื่อร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้วยกระบวนการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่หลากหลาย โดยมีความปรารถนา ร่วมกันในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้กับเยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชน

จับเข้าคุยผู้ค้า พบ 9 พฤติกรรมฝ่ากฎหมาย

ขั้นตอนแรกของการสร้าง ชุมชนปฏิบัติการด้านการเรียนรู้ ในครั้งนี้ คือ การจัดวงสนทนา ระดมข้อมูลจากผู้แทนร้านค้าปลีกในพื้นที่ เพื่อเข้าใจสถานการณ์ปัญหา ก่อนลงมือแก้จนพบข้อมูลสำคัญว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกทุกคนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนใน 9 ลักษณะ คือ

1. ไม่มีการตรวจสอบอายุของผู้ซื้อก่อนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบ
2. วางโชว์ผลิตภัณฑ์ยาสูบ ณ จุดจำหน่าย
3. จัดวางผลิตภัณฑ์ยาสูบในตำแหน่งที่เยาวชนสามารถเข้าถึงได้โดยตรง
4. แบ่งจำหน่ายบุหรี่โรงงานแบบแยกมวนให้เยาวชน
5. ไม่ติดป้ายร้านค้านี้ไม่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้กับเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี
6. มีบริการที่จุดบุหรี่สูบให้เยาวชนโดยไม่คิดมูลค่า
7. มีการจัดสถานที่ไว้ให้บริการเยาวชนสำหรับนั่งสูบบุหรี่
8. จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนแบบเงินเชื่อ
9. เปิดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบให้เยาวชนนอกเวลาทำการ

ที่น่าสนใจคือ ทุกร้านต่างรับรู้กฎหมายและนโยบายการจำกัดการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ยาสูบของเยาวชน และผลกระทบที่จะเกิดขึ้นเป็นอย่างดี อีกทั้งยัง “ขายบุหรี่” ให้เยาวชนที่มาขอซื้ออย่างเปิดเผยและง่ายดาย หากประเมินว่าเยาวชนที่มาขอซื้ออยู่ในกลุ่มเด็กเถร หรือ ลูกค้าประจำ



เจาะลึกสาเหตุ ทำไมต้องฝ่ากฎ ?

จากภาพสถานการณ์ปัญหา ผู้ศึกษาได้เจาะลึกลงไปถึงสาเหตุที่ทำให้ผู้ค้ากล้าฝ่าฝืนกฎหมาย พบประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

- **มีแรงจูงใจด้านรายได้** ต้องการผลกำไรสูงสุด โดยต่างก็เห็นว่า การขายบุหรี่ได้กำไรดี และเป็นสินค้าขายดี อีกทั้งยังช่วยดึงดูดให้เยาวชนอุดหนุนสินค้าอื่นๆ ในร้าน และสร้างฐานลูกค้าขาประจำได้
- **รู้กฎหมายแบบคลาดเคลื่อน** รู้แต่ไม่ครบรอบด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความผิดที่ผู้ขายบุหรี่ให้เยาวชนจะได้รับ
- **ไม่เคยถูกตรวจหรือจับเพราะขายบุหรี่ให้เยาวชน** เมื่อขาดประสบการณ์ที่ยืนยันว่ากฎหมายเรื่องนี้สำคัญและศักดิ์สิทธิ์ จึงไม่มีแรงจูงใจให้ปฏิบัติตาม
- **มีมุมมองด้านลบต่อการบังคับใช้กฎหมายเรื่องนี้** ต่างเห็นว่าเป็นเรื่องจุกจิก หนุมหนิม จนไม่เชื่อว่าจะมีเจ้าหน้าที่มาตรวจสอบจริงๆ จังๆ อีกทั้งยังไม่กังวลหากจะมาตรวจจริง เพราะเชื่อในอำนาจของ “สินบน”
- **เข้าใจว่า “เยาวชน” หมายถึง “นักเรียน” เท่านั้น** หากเป็นเยาวชนสวมชุดนักเรียนมาซื้อบุหรี่ ผู้ค้าต่างไม่สะทกใจที่จะขายให้อย่างเปิดเผย แต่นอกเหนือจากนั้นเห็นว่ามีปัญหาที่จะขายให้
- **คิดว่า “โตะ ก้นแล้ว” ไม่ต้องตรวจบัตรหรือตักเตือน** ผู้ค้าหลายรายเห็นว่าเยาวชนที่มาซื้อบุหรี่มีประสบการณ์ผ่านร้อนผ่านหนาวมากแล้วไม่น้อย บางคนอาจถึงขั้นติดยาเสพติด หรือทำงานมีรายได้เป็นของตัวเอง จึงไม่คิดจะถามอายุหรือห้ามปราม เพราะทำไปก็ “ป่วยการ”

ไขกระบวนการ COPs เพื่อแก้ปัญหาร้านค้าปลีกขายบุหรี่ให้เยาวชน

แนวทางการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกำหนดให้ผลิตภัณท์ยาสูบให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชนชนบท ด้วยชุมชนปฏิบัติการด้านการเรียนรู้ ที่เป็นข้อสรุปจากการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก ได้แก่

1. องค์ประกอบของชุมชนปฏิบัติการด้านการเรียนรู้ 5 ด้าน คือ 1) สัมพันธภาพระหว่างผู้วิจัยกับสมาชิกในชุมชน 2) สมาชิกในชุมชนปฏิบัติการด้านการเรียนรู้ 3) ความสัมพันธ์ของสมาชิก 4) องค์ความรู้ฐาน และ 5) ค่านิยมร่วม

2. กระบวนการขับเคลื่อนชุมชนปฏิบัติการด้านการเรียนรู้ด้วยการเสริมพลังอำนาจ 3 ขั้นตอน (3 steps of empowerment) ประกอบด้วย 1) การถ่ายทอดองค์ความรู้ฐานที่จำเป็น 2) การประยุกต์ใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบวงจรสร้างความรู้เพื่อเสริมสร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการมีส่วนร่วม และ 3) การถอดบทเรียนเพื่อสังเคราะห์เป็นแนวปฏิบัติของชุมชนปฏิบัติการด้านการเรียนรู้ และ

3. การประเมินผลแบบมีส่วนร่วม (participatory evaluation) พบว่า ผลลัพธ์จากการขับเคลื่อนชุมชนปฏิบัติการด้านการเรียนรู้ มี 2 ประการ คือ 1) ผลลัพธ์ด้านคุณค่า ได้แก่ คุณค่าด้านความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติที่เปลี่ยนไป คุณค่าด้านความสัมพันธ์เชิงลึกที่เกิดจากการมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และปฏิบัติกิจกรรม และคุณค่าที่เกิดจากการปรับรื้อค่านิยม และเกิดจิตสำนึกสาธารณะ และ 2) ผลลัพธ์ด้านการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกำหนดให้ผลิตภัณท์ยาสูบตามค่านิยมร่วม



ปลูกสำนึกร้านปลีกไม่ขายบุหรี่แก่เยาวชน

ผลที่เกิดขึ้น และข้อเสนอแนะเพื่อนำความรู้ไปต่อยอด

ภายหลังการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกที่ไม่จำหน่ายผลิตภัณท์ยาสูบให้บุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ไม่วางโชว์ผลิตภัณท์ยาสูบในจุดที่สังเกตเห็นได้ง่าย และไม่อนุญาตให้เยาวชนนั่งสูบบุหรี่ในบริเวณร้านค้าปลีกมีจำนวนเพิ่มขึ้นกว่าก่อนดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ชี้ถึง “เงื่อนไข” ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการใช้กระบวนการ COPs แก้ปัญหาในเรื่องนี้ไว้ 2 ประการ คือ

1. การขับเคลื่อนกระบวนการชุมชนปฏิบัติการด้านการเรียนรู้ ต้องอยู่บนพื้นฐานของความสัมพันธ์หรือสัมพันธภาพที่ดีระหว่างสมาชิกในชุมชนปฏิบัติการด้านการเรียนรู้ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และมีส่วนร่วมอย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และมีความสุข
2. ผู้วิจัยหรือนักพัฒนาจึงต้องมีความเข้าใจและยอมรับถึงข้อจำกัดของการนำแนวคิดชุมชนปฏิบัติการด้านการเรียนรู้ มาประยุกต์ใช้ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกำหนดให้ผลิตภัณท์ยาสูบให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในชุมชนชนบทว่า เป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยระยะเวลาอันยาวนาน ค่อยเป็นค่อยไป และเกิดขึ้นด้วยความสมัครใจ ซึ่งแตกต่างไปจากการใช้มาตรการบังคับใช้ทางกฎหมาย ที่ผู้มีอำนาจตามกฎหมายสามารถใช้อำนาจสั่งการควบคุม และตรวจสอบให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้อย่างรวดเร็ว

ผลิตโดย ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ (ศจย.)
วิทยาเขตราชวิถี มหาวิทยาลัยมหิดล 420/1 อาคารอเนกประสงค์ ชั้น 5 ถ.ราชวิถี เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0-2354-5346 โทรสาร 0-2354-5347 อีเมล webmaster@trc.or.th

สนับสนุนโดย



งานวิจัยและผู้วิจัย
แนวทางการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกำหนดให้ผลิตภัณท์ยาสูบให้เยาวชนของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในเขตชนบทด้วยชุมชนปฏิบัติการด้านการเรียนรู้ วิทยานิพนธ์หลักสูตรสาธารณสุขศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาสาธารณสุขศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ โดย จักรพันธ์ เพ็ชรภูมิ

