

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

บุหรี่จัดได้ว่าเป็นสิ่งเสพติดที่ถูกกฎหมาย สามารถหาซื้อได้โดยง่าย ตามร้านค้าและท้องตลาดทั่วไป มีราคาถูกกว่าสิ่งเสพติดประเภทอื่น ๆ เมื่อติดบุหรี่แล้วมักจะชักนำให้เข้าไปลองสิ่งเสพติดประเภทอื่น ๆ ได้ง่าย เช่น เหล้า , ยาบ้า , ยาไอซ์ เป็นต้น ซึ่งในที่สุดก็จะเกิดปัญหาทางสังคมตามมาอีกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านสุขภาพ รัฐบาลต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาปีละหลายล้านบาท , ปัญหาอาชญากรรม การฉกชิงวิ่งราว การลักขโมย การฆาตกรรม , ปัญหาครอบครัว , ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม

จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่าในปี พ.ศ. 2554 ประชากรไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปจำนวน 53.9 ล้านคน มีอัตราการสูบบุหรี่ร้อยละ 21.4 โดยเป็นผู้ที่สูบเป็นประจำร้อยละ 18.4 สูบนาน ๆ ครั้งร้อยละ 2.9 ผู้ชายสูบมากกว่าผู้หญิง 20 เท่า และเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการสูบบุหรี่ของผู้ที่สูบเป็นประจำกับผลสำรวจในปี พ.ศ. 2552 พบว่ามีอัตราการสูบเพิ่มขึ้น คือจากร้อยละ 18.1 เป็น ร้อยละ 18.4 และผู้ที่ตอบสัมภาษณ์ด้วยตนเอง มีการรับรู้ถึงผลเสีย เกี่ยวกับบุหรี่ ร้อยละ 98.0 ทั้งนี้ยังทราบว่าการสูบบุหรี่จะก่อให้เกิดโรคร้ายแรงและ ร้อยละ 97.6 เชื่อว่าบุหรี่เป็นสิ่งเสพติด นอกจากนี้ยังพบว่าในปัจจุบันอายุของการเริ่มสูบบุหรี่ในกลุ่มเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 15 – 24 ปี ลดน้อยลง โดยในปี 2554 มีอายุเฉลี่ยในการเริ่มสูบบุหรี่ที่ 16.2 ปี ในขณะที่ ปี 2550 มีอายุเฉลี่ยในการเริ่มสูบบุหรี่อยู่ที่เกือบ 17 ปี นั้นแสดงให้เห็นว่ามาตรการต่าง ๆ ตลอดจนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับบุหรี่ไม่ได้ส่งผลให้เยาวชนเกิดความตระหนักหรือเกิดพฤติกรรมในทางที่ดีขึ้น ดังนั้นปัญหาของเยาวชนกับบุหรี่ยังคงมีอยู่และมีแนวโน้มจะเข้าไปสู่กลุ่มเยาวชนที่มีอายุน้อยลงเรื่อย ๆ

มีคำถามว่า “ทำไมวัยรุ่นไทยชอบสูบบุหรี่” มีผู้สรุปไว้มากมายดังตัวอย่างดังนี้

( <http://familynews.truelife.com> สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2555)

1. อยากรู้ อยากเห็น อยากลอง ในที่สุดก็ตกเป็นทาสของมัน
2. เห็นครอบครัวและคนรอบข้างสูบบุหรี่จนเคยชิน จนดูเป็นเรื่องปกติ
3. ได้รับการชักชวนจากเพื่อน และกลัวจะไม่ได้เข้ากลุ่ม หากไม่สูบบุหรี่ตามเพื่อน
4. รู้สึกต่ำต้อยด้อยค่า และคิดว่าสูบบุหรี่จะทำให้รู้สึกดีขึ้น
5. คิดว่าการสูบบุหรี่แสดงให้เห็นว่าตัวเองโตเป็นผู้ใหญ่แล้ว และเป็นหนึ่งในพฤติกรรม

ที่แสดงการต่อต้านพ่อแม่

6. มีความคิดและความเชื่อว่าการสูบบุหรี่ทำให้เท่ เหมือนกับไอดอลที่ตนเองชอบ
7. อิทธิพลจากสื่อต่าง ๆ เช่นการแสดงบทบาทในภาพยนตร์

8. ไม่มีการตำหนิหรือตักเตือนเมื่อเห็นเด็กหรือวัยรุ่นสูบบุหรี่ในที่สาธารณะ
9. ผู้จำหน่ายบุหรี่มักไม่สนใจที่จะปฏิบัติตามกฎหมายที่ไม่ให้ขายบุหรี่กับเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี
10. เยาวชนยังไม่เข้าใจต่อผลกระทบที่รุนแรงด้านสุขภาพที่เกิดจากการสูบบุหรี่ ทั้งของตนเองและบุคคลรอบข้าง

ในประเทศสหรัฐอเมริกา มีการประกาศเมื่อเดือนสิงหาคม ค.ศ. 1996 ว่าบุหรี่เป็นยาเสพติดอย่างหนึ่งที่จัดอยู่ในประเภทยากระตุ้นประสาท ส่วนกลาง ขึ้นบัญชีเป็นยาเสพติดเทียบเท่าสุรา โคเคน และเฮโรอีน (สยาม มุสิกไชย : <http://www.sdtc.go.th/paper/36> , สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2555) แม้บุหรี่จะเป็นยาเสพติดประเภทหนึ่ง แต่ก็ยังมีผู้คนหลงเข้ามาในวังวนเป็นจำนวนมาก หลาย ๆ คนพยายามจะเลิกยุ่งเกี่ยวกับบุหรี่ หาวิธีการเลิกสูบ ซึ่งจำนวนคนที่สูบบุหรี่และสามารถเลิกได้นั้นมีจำนวนไม่มากนักเพราะฉะนั้นทางที่ดีที่สุดคือการไม่เริ่มสูบ

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาความคิดเห็น ความเชื่อ ทศนคติของเยาวชนที่มีต่อการสูบและไม่สูบบุหรี่ เพราะเยาวชนเป็นกลุ่มบุคคลที่กำลังเข้าสู่ช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อในการเข้าสู่เส้นทางของบุหรี่และยาเสพติด โดยผู้วิจัยจะทำการศึกษาเพื่อให้ได้แนวคิดในการโฆษณาและนำมาใช้ในการพัฒนาชิ้นงานโฆษณาสำหรับบรรณรังคีให้เยาวชนไม่ยุ่งเกี่ยวกับบุหรี่ ซึ่งหากทำให้เยาวชนไม่ยุ่งเกี่ยวกับบุหรี่ได้จะส่งผลดีต่อประเทศชาติตามมา ไม่ว่าจะเป็นการสร้างชาติให้เข้มแข็ง มั่นคง ลดปัญหาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สุขภาพ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทำให้ประเทศชาติมีเยาวชนที่มีคุณภาพเป็นทรัพยากรที่ดีของชาติต่อไปในอนาคต

## 1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เพื่อศึกษาความคิดเห็นของเยาวชน และมุมมองที่เกี่ยวข้องกับการสูบบุหรี่ของผู้ที่เคยสูบบุหรี่ ผู้ที่ไม่เคยสูบบุหรี่ และกลุ่มเสี่ยงที่กำลังก้าวเข้าสู่วัยรุ่น เพื่อหาแนวคิดในการโฆษณาและนำมาใช้ในการพัฒนาชิ้นงานโฆษณาสำหรับบรรณรังคีให้เยาวชนไม่ยุ่งเกี่ยวกับบุหรี่โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความคิดเห็นของเยาวชนเกี่ยวกับบุหรี่
2. เพื่อหาแนวคิดที่เหมาะสมสำหรับการบรรณรังคีให้เยาวชนไม่ยุ่งเกี่ยวกับบุหรี่

## 1.3 ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยในครั้งนี้อย่างต่อไปนี้

ขอบเขตด้านประชากร

เยาวชนอายุระหว่าง 13

- 25 ปี ที่อาศัยหรือศึกษาอยู่ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ความรู้, ทศนคติ และ พฤติกรรม ที่เกี่ยวข้องกับบุหรี

ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา

เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านเวลา

มกราคม – สิงหาคม 2556

ขอบเขตด้านรูปแบบการวิจัย

ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 13 – 25 ปี โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี และ กลุ่มผู้สูบบุหรี จำนวนผู้ถูกสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มละ 10 คน รวมทั้งหมด 20 คน เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปหาแนวคิดที่โดดเด่นและเข้าถึงความรู้สึกที่แท้จริงของเยาวชน และจัดทำชิ้นงานโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับการนำไปเผยแพร่ในโครงการบริการวิชาการ “โครงการชุมชนสีขาว ห้างไกลยาเสพติด ” ณ ชุมชนท่าน้ำสามเสน

#### 1.4 คำถามการศึกษาวิจัย

1.4.1 คำถามวิจัยที่1 เยาวชนมีความคิดเห็นอย่างไรต่อบุหรี

1.4.2 คำถามวิจัยที่2 แนวคิดในการโฆษณาเพื่อรณรงค์ให้เยาวชนไม่ยุ่งเกี่ยวกับบุหรีคืออะไร

#### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 นำผลการวิจัยมาหาแนวคิดเพื่อใช้ในการพัฒนาชิ้นงานโฆษณา และนำไปใช้ในการเผยแพร่เพื่องานบริการวิชาการแก่ชุมชน เพื่อรณรงค์โฆษณาให้เยาวชนในชุมชนไม่ยุ่งเกี่ยวกับบุหรี

1.5.2 มีการบูรณาการงานวิจัย งานบริการวิชาการร่วมกับการเรียนการสอนในวิชาการวางแผนรณรงค์โฆษณา เพื่อให้นักศึกษาได้สร้างองค์ความรู้จากการลงมือปฏิบัติและได้ช่วยกันพัฒนาชุมชน

#### 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 แนวคิดที่เหมาะสมหมายถึงสิ่งที่ต้องการจะสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย หรือ ความคิดรวบยอดที่ชัดเจนสำหรับการสร้างชิ้นงานโฆษณาให้เกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ทางการโฆษณาที่ต้องการ โดยผ่านสื่อต่าง ๆ

1.6.2 การรณรงค์หมายถึง การดำเนินงานตามแผนเพื่อสื่อสารในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยในแผนจะมีวิธีการในการสื่อสารหลาย ๆ รูปแบบ เพื่อกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมตามที่กำหนด ซึ่งประกอบไปด้วยชิ้นงานโฆษณาและกิจกรรม หรือ การสื่อสารการตลาดต่าง ๆ และทุกกิจกรรมที่ทำจะสื่อสารต้องอยู่ภายใต้แนวคิดเดียวกัน โดยจะทำการสื่อสารในช่วงระยะเวลาหนึ่งที่กำหนดไว้ตามแผน

1.6.3 เยาวชนหมายถึง บุคคลที่มีอายุไม่ถึง 25 ปี ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จำกัดขอบเขตว่าเป็นเยาวชนที่อาศัย หรือ เรียนหนังสืออยู่ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

1.6.4 ไม่ยุ่งเกี่ยวกับบุหรี่ยังหมายถึง การไม่ทดลองสูบบุหรี่ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลใดก็ตาม